

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

ĐINH THỊ MINH HẰNG

PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN
TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN
NÔNG THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH THÀNH PHỐ
CAO BẰNG

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN LÝ KINH TẾ

HÀ NỘI - 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

ĐINH THỊ MINH HẰNG

PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN
TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN
NÔNG THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH THÀNH PHỐ
CAO BẰNG

Chuyên ngành: KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ THƯƠNG MẠI

Mã ngành: 8310410

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ

Người hướng dẫn khoa học:

PGS.TS PHAN TỐ UYÊN

HÀ NỘI - 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi đã đọc và hiểu về các hành vi vi phạm sự trung thực trong học thuật. Tôi cam kết bằng danh dự cá nhân rằng nghiên cứu này do tôi tự thực hiện và không vi phạm yêu cầu về sự trung thực trong học thuật.

Hà Nội, ngày tháng năm 2024

Học viên



Đinh Thị Minh Hằng

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới PGS. TS. Phan Tố Uyên - Người đã tận tình hướng dẫn tôi về mặt khoa học để tôi hoàn thành Đề án này.

Tôi xin trân trọng cảm ơn các thầy cô giáo Trường Đại học Kinh tế Quốc dân về những ý kiến đóng góp thẳng thắn, sâu sắc và giúp đỡ tận tình để tôi hoàn thành Đề án thạc sĩ của mình.

Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới lãnh đạo, toàn thể nhân viên tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã cung cấp thông tin phục vụ cho việc phân tích cũng như những lời góp ý để tôi hoàn thành bài Đề án.

Tôi xin tỏ lòng biết ơn gia đình, đồng nghiệp, những người bạn thân thiết đã thường xuyên động viên, tạo điều kiện giúp đỡ tôi những lúc khó khăn nhất để tôi vượt qua và hoàn thành khóa học đào tạo thạc sĩ.

Hà Nội, ngày tháng năm 2024

Học viên



Đinh Thị Minh Hằng

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT.....	vi
DANH MỤC BẢNG	vii
DANH MỤC HÌNH VẼ.....	viii
TÓM TẮT NỘI DUNG ĐỀ ÁN.....	ix
PHẦN MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1 NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	5
1.1. Khái quát chung về khách hàng cá nhân và phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại.....	5
1.1.1. Khái niệm về khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại	5
1.1.2. Đặc điểm khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại	5
1.1.3. Phân loại khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại.....	6
1.1.4. Vai trò của khách hàng cá nhân tại các Ngân hàng thương mại.....	7
1.1.5. Khái niệm phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại.....	8
1.2. Nội dung phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại.....	8
1.2.1. Phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại theo quy mô	8
1.2.2. Phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại theo từng loại sản phẩm, dịch vụ.....	9
1.2.3. Phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại theo khu vực thị trường.....	9
1.2.4. Các chỉ tiêu phản ánh kết quả phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại	10

1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển khách hàng cá nhân tại các Ngân hàng thương mại	12
1.3.1. Nhân tố bên ngoài	12
1.3.2. Nhân tố bên trong	13
CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM – CHI NHÁNH THÀNH PHỐ CAO BẰNG.....	15
2.1. Đặc điểm hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng.....	15
2.1.1. Giới thiệu về Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng.....	15
2.1.2. Đặc điểm hoạt động của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng.....	16
2.1.3. Kết quả hoạt động của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng.....	16
2.2. Phân tích thực trạng phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng.....	21
2.2.1. Phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng theo quy mô.....	21
2.2.2. Phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng theo loại dịch vụ cung cấp.....	24
2.2.3. Phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng theo khu vực thị trường.....	31
2.2.4. Kết quả phát triển khách hàng cá nhân Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng	32
2.3. Đánh giá chung về thực trạng phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng.....	37
2.3.1. Kết quả đạt được	37
2.3.2. Hạn chế	37
2.3.3. Nguyên nhân của những hạn chế.....	38

CHƯƠNG 3 MỤC TIÊU, PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM – CHI NHÁNH THÀNH PHỐ CAO BẰNG 40

3.1. Mục tiêu, phương hướng phát triển của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng đến năm 203040

3.2. Một số giải pháp phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng42

3.2.1. Tăng cường đào tạo nâng cao chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng cho đội ngũ cán bộ làm công tác phát triển khách hàng cá nhân42

3.2.2. Đẩy mạnh đầu tư công nghệ thông tin hiện đại gia tăng tiện ích và sự trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng sản phẩm dịch vụ của chi nhánh44

3.2.3. Đẩy mạnh hoạt động marketing về sản phẩm dịch vụ khách hàng cá nhân của chi nhánh đến với người dân, đặc biệt là khu vực nông thôn45

3.2.4. Thực hiện giao khoán chỉ tiêu phát triển khách hàng cá nhân cho từng cán bộ nhân viên trong chi nhánh.....47

3.2.5. Tăng cường mở rộng mạng lưới phân phối nhằm gia tăng sự thuận tiện cho khách hàng49

3.3. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước và Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam50

3.3.1. Kiến nghị với Ngân hàng nhà nước50

3.3.2. Kiến nghị với Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam50

KẾT LUẬN52

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Nguyên nghĩa
Agribank	Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam
KH	Khách hàng
KHCN	Khách hàng cá nhân
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
TSDB	Tài sản đảm bảo

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Kết quả kinh doanh của Agribank – Chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ năm 2020-2023	20
Bảng 2.2: Cơ cấu KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ năm 2020-2023.....	23
Bảng 2.3: Số lượng KHCN ưu tiên của Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ năm 2020-2023	24
Bảng 2.4: Tình hình số lượng KHCN vay vốn tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023	27
Bảng 2.5: Số lượng KHCN vay vốn được giảm nợ, gia hạn nợ tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023	28
Bảng 2.6: Số lượng KHCN phát hành thẻ tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023.....	29
Bảng 2.7: Số lượng KHCN sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023	30
Bảng 2.8: Tình hình KHCN theo khu vực tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023.....	31
Bảng 2.9: Kết quả huy động vốn từ KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023	33
Bảng 2.10: Kết quả cho vay KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023.....	34
Bảng 2.11: Thu nhập ròng từ dịch vụ KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023	36

DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 2.1: Tình hình huy động vốn và tăng trưởng nguồn vốn huy động tại Agribank – Chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ năm 2020-2023	17
Hình 2.2: Tình hình hoạt động tín dụng và tăng trưởng tín dụng tại Agribank – Chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ năm 2020-2023	18
Hình 2.3: Tỷ lệ nợ xấu và nợ quá hạn của tại Agribank – Chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ năm 2020-2023.....	19
Hình 2.4: Tình hình KHCN và tốc độ tăng trưởng KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ 2020-2023	21
Hình 2.5: Tình hình KHCN gửi tiền tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn từ 2020-2023	25
Hình 2.6: Cơ cấu KHCN gửi tiền theo quy mô tiền gửi tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ 2020-2023	26

TÓM TẮT NỘI DUNG ĐỀ ÁN

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng là chi nhánh của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng. Trải qua hơn 12 năm xây dựng, phát triển, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã vượt qua mọi khó khăn, thử thách, hoàn thành tốt mọi nhiệm vụ được giao. Đến nay, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng trở thành một ngân hàng thương mại hiện đại, kinh doanh đa năng với số lượng điểm giao dịch lớn nhất trên địa bàn. Đặc biệt Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng thực hiện tốt vai trò chủ đạo trong đầu tư phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn, đẩy mạnh phát triển khách hàng cá nhân, cung cấp đa dạng các dịch vụ ngân hàng nhằm đáp ứng nhu cầu của KHCN.

Trên cơ sở lý thuyết đã xây dựng, đề án đã phân tích thực trạng phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng trong giai đoạn 2020 – 2023 từ đó chỉ ra những kết quả đạt được, những hạn chế như khách hàng còn phản ánh chưa thực sự hài lòng khi giao dịch tại Chi nhánh; tốc độ tăng số lượng KHCN tăng trưởng không ổn định qua các năm; thu nhập dịch vụ từ KHCN cũng tăng trưởng còn chậm, chưa tương xứng với tiềm năng khai thác của địa bàn. Nguyên nhân của hạn chế đó bao gồm cả nguyên nhân chủ quan xuất phát từ bản thân Chi nhánh như chất lượng nguồn nhân lực của Chi nhánh và mức độ ứng dụng công nghệ hiện đại vào hoạt động kinh doanh của ngân hàng chưa cao; công tác giao chỉ tiêu chưa cụ thể đến từng nhân viên. Ngoài ra còn do một số nguyên nhân khách quan khác như trình độ dân trí của người dân còn thấp, tình hình kinh tế xã hội những năm qua có nhiều biến động khó lường đã phần nào ảnh hưởng đến việc phát triển KHCN của Chi nhánh.

Từ những phân tích và đánh giá về thực trạng, đề án đã làm rõ mục tiêu và phương hướng phát triển KHCN của Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng để từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - chi nhánh Thành phố Cao Bằng đến 2030 bao gồm: Tăng cường đào tạo nâng cao chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng cho đội ngũ cán bộ làm công tác phát triển KHCN; đẩy mạnh đầu tư công nghệ thông tin hiện đại; đẩy mạnh hoạt động marketing về sản phẩm dịch vụ KHCN; thực hiện giao khoán chỉ tiêu phát triển KHCN cho từng cán bộ nhân viên; tăng cường mở rộng mạng lưới phân phối của Chi nhánh.

Từ khóa: Khách hàng cá nhân, phát triển khách hàng cá nhân, Cao Bằng, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Thành phố Cao Bằng.

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài đề án

Ngân hàng thương mại là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh tiền tệ với hoạt động chủ yếu là nhận tiền gửi, cho vay và cung ứng các dịch vụ ngân hàng khác. Cũng giống như các doanh nghiệp khác, mục tiêu kinh doanh của ngân hàng thương mại cũng là hướng tới thỏa mãn các nhu cầu của khách hàng, từ đó gia tăng số lượng khách hàng, doanh số giao dịch của khách hàng và chiếm lĩnh thị phần. Do đó, phát triển khách hàng là nội dung quan trọng, biện pháp thiết yếu mà mỗi ngân hàng thương mại cần thực hiện thường xuyên.

Khách hàng của các NHTM thường được chia thành khách hàng cá nhân và khách hàng tổ chức. Khách hàng cá nhân ngày càng đóng vai trò quan trọng hơn trong hoạt động kinh doanh của NHTM. Khách hàng cá nhân là một người hoặc một nhóm người đã, đang sử dụng dịch vụ và sẽ sử dụng sản phẩm dịch vụ ngân hàng phục vụ cho mục đích cá nhân hoặc gia đình của họ. Mặc dù quy mô giao dịch từng khách hàng cá nhân nhỏ nhưng số lượng KHCN là rất lớn. Nhu cầu của KHCN cũng thường xuyên thay đổi và gia tăng.

Do vậy, hiện nay, các ngân hàng quan tâm hơn đến hoạt động phát triển khách hàng cá nhân. Việc cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho đối tượng này thường sẽ giảm thiểu rủi ro cho các ngân hàng, do đa dạng hóa được danh mục sản phẩm dịch vụ, đa số các khách hàng đều có tài sản thế chấp đầy đủ. Hơn nữa, lợi nhuận thu về của đối tượng khách hàng cá nhân thường cao hơn khách hàng tổ chức, do lãi suất cho vay cao. Bên cạnh đó, các khách hàng cá nhân đa số sẽ sử dụng hầu hết các sản phẩm dịch vụ do ngân hàng cung cấp như: mở thẻ, mở tài khoản thanh toán, tham gia bảo hiểm,... với số lượng khách hàng sử dụng lớn dịch vụ.

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng là chi nhánh của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng. Trải qua hơn 12 năm xây dựng, phát triển, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã vượt qua mọi khó khăn, thử thách, hoàn thành tốt mọi nhiệm vụ được giao. Đến nay, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng trở thành một ngân hàng thương mại hiện đại, kinh doanh đa năng với số lượng điểm giao dịch lớn nhất trên địa bàn. Đặc biệt Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng thực hiện tốt vai trò chủ đạo trong đầu tư phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn, đẩy mạnh phát triển khách hàng cá nhân, cung cấp đa dạng các dịch vụ ngân hàng nhằm đáp ứng nhu cầu của KHCN. Điền

hình, chi nhánh đã tích cực phối hợp với các cấp ủy, chính quyền địa phương thực hiện tốt các chương trình cho vay theo Nghị quyết 30a, Nghị định số 55 của Chính phủ về cho vay phát triển nông nghiệp, nông thôn. Đến nay, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng có tổng dư nợ hơn 969,41 tỷ đồng, trong đó dư nợ KHCN là hơn 707 tỷ đồng với hơn 1.150 khách hàng cá nhân vay vốn. Ngoài ra, Chi nhánh đã thu hút được nguồn tiền gửi từ KHCN ngày càng tăng. Tỷ trọng huy động vốn từ KHCN hằng năm đều chiếm tới hơn 60% tổng nguồn vốn huy động. Số lượng KHCN sử dụng các dịch vụ ngân hàng khác như thẻ, ngân hàng điện tử, chuyển tiền kiều hối ngày một mở rộng, mang lại thu nhập lớn hơn cho Chi nhánh.

Tuy nhiên, trên thực tế việc phát triển khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng vẫn còn có những hạn chế nhất định. Điển hình, khách hàng còn phản ánh chưa thực sự hài lòng khi giao dịch tại Chi nhánh. Tốc độ tăng số lượng KHCN tăng trưởng không ổn định qua các năm,... Doanh số giao dịch bình quân của một KHCN cũng tăng trưởng chậm. Chi nhánh chưa khai thác hết việc bán chéo sản phẩm cho khách hàng của mình. Tăng trưởng huy động vốn từ KHCN đang giảm dần qua các năm, năm 2022 là 15,65% thì tới năm 2023 tốc độ tăng trưởng chỉ 8,65%. Trong khi đó, còn nhiều dư địa KHCN có mở thẻ thanh toán nhưng chưa sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử. Thu nhập dịch vụ từ KHCN cũng tăng trưởng còn chậm, chưa tương xứng với tiềm năng khai thác của địa bàn.

Xuất phát từ thực tiễn đó, tôi đã lựa chọn đề tài ***“Phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng”*** cho đề án tốt nghiệp thạc sĩ của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu:

Trên cơ sở phân tích và đánh giá thực trạng phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng, đề án đề xuất các giải pháp nhằm phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng đến năm 2030.

2.2. Nhiệm vụ cụ thể:

+ Hệ thống hoá những vấn đề cơ bản về phát triển khách hàng cá nhân tại các ngân hàng thương mại.

+ Phân tích thực trạng phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng trong giai đoạn 2020 – 2023.

+ Đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng đến 2030.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- **Đối tượng nghiên cứu:** Lý luận và thực tiễn phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng.

- **Phạm vi nghiên cứu:**

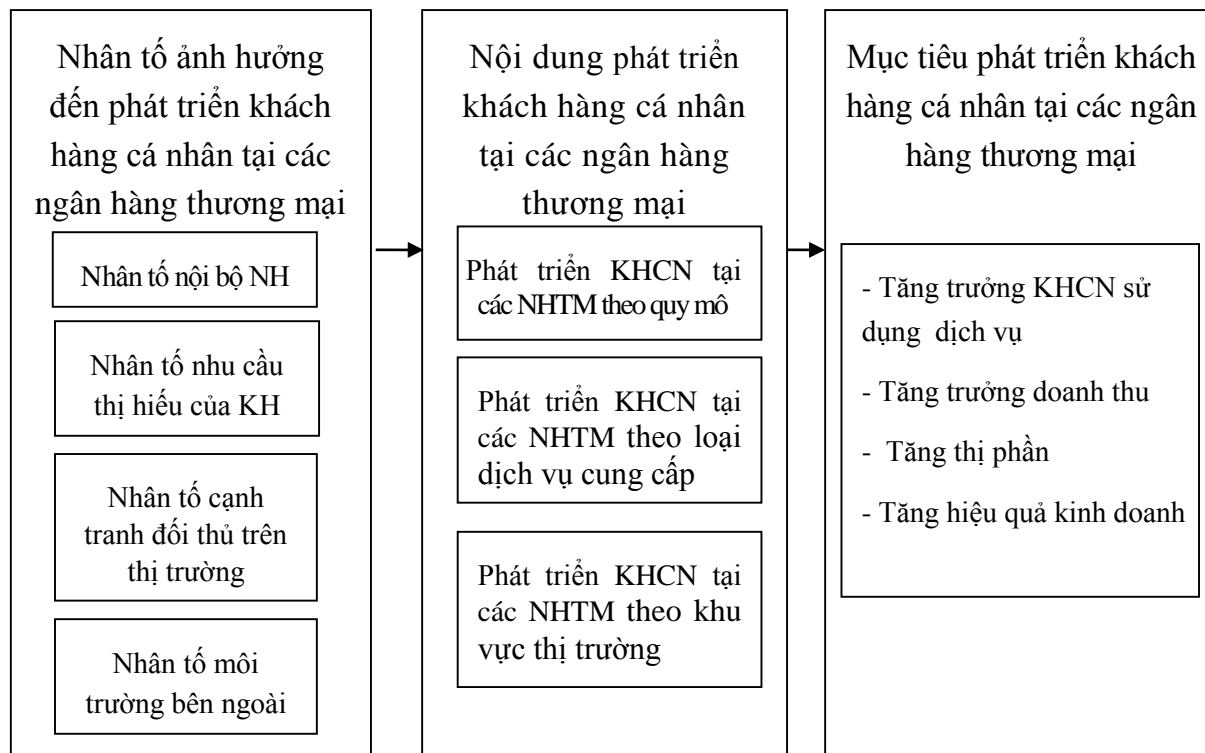
+ *Về nội dung:* Phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng;

+ *Về không gian:* Nghiên cứu tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng;

+ *Về thời gian:* Dữ liệu thứ cấp trong đề án được thu thập cho giai đoạn 2020 – 2023, đề xuất giải pháp đến 2030.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Khung nghiên cứu



Hình 1: Khung nghiên cứu

4.2. Quy trình nghiên cứu

- Bước 1: Xây dựng khung nghiên cứu về phát triển khách hàng cá nhân tại các Ngân hàng thương mại thông qua việc đọc và tổng hợp các tài liệu, công trình nghiên cứu và các văn bản có liên quan. Các phương pháp chủ yếu được sử dụng ở bước này là phương pháp tổng hợp, thống kê, mô hình hóa.

- Bước 2: Thu thập dữ liệu thứ cấp về kết quả tình hình phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng

- Bước 3: Trên cơ sở dữ liệu thứ cấp thu thập được tiến hành phân tích, đánh giá thực trạng phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng. Chỉ rõ những điểm mạnh, hạn chế và nguyên nhân của hạn chế trong công tác này. Phương pháp được sử dụng ở bước này là phương pháp thống kê, phân tích, so sánh và tổng hợp.

- Bước 4: Dựa trên hạn chế và nguyên nhân đã phát hiện ở bước 3 tiến hành đề xuất một số giải pháp chủ yếu nhằm phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng đến năm 2030.

5. Kết cấu của đề án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, nội dung chính của đề án được trình bày trong 3 chương như sau:

Chương 1: Những vấn đề cơ bản về phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng.

Chương 3: Phương hướng và giải pháp phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng đến năm 2030.

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Khái quát chung về khách hàng cá nhân và phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái niệm về khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại

Theo Berger và cộng sự (2005) thì “Khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại là những cá nhân hoặc hộ gia đình sử dụng các sản phẩm và dịch vụ tài chính do các ngân hàng thương mại cung cấp”.

Theo Đồng Thị Kiều Linh (2015), cho rằng: “Khách hàng cá nhân là một người hoặc một nhóm người đã, đang, sẽ sử dụng dịch vụ và sử dụng sản phẩm dịch vụ ngân hàng phục vụ cho mục đích cá nhân hoặc gia đình của họ.”

Như vậy có thể hiểu khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại như sau:

Khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại là những cá nhân hoặc nhóm người có nhu cầu và sử dụng các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng cho mục đích cá nhân hoặc gia đình theo quy định của pháp luật.

1.1.2. Đặc điểm khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại

Khách hàng cá nhân tại các ngân hàng thương mại có một số đặc điểm đặc trưng như sau:

Một là, quy mô khách hàng cá nhân lớn và thường xuyên gia tăng: Mỗi một cá nhân trong xã hội đều có thể trở thành một khách hàng của ngân hàng thương mại, do vậy với dân số hơn 100 triệu người, chiếm 1,23% dân số thế giới, trong đó hơn 70% dân số nước ta trong độ tuổi từ 15 tuổi trở nên. Đây sẽ là nguồn khách hàng lớn cho các ngân hàng mở rộng và phát triển dịch vụ của mình qua đó góp phần tăng thu nhập cho ngân hàng từ nhóm khách hàng này.

Hai là, khách hàng cá nhân đa dạng: Khách hàng cá nhân gồm nhiều tầng lớp khác nhau có độ tuổi, giới tính, thu nhập, trình độ văn hóa, sở thích, mức độ hiểu biết về dịch vụ ngân hàng cũng khác nhau. Hiện nay không chỉ có người trẻ có nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng mà cả những người già, đã nghỉ hưu cũng có nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng từ gửi tiền tiết kiệm đến vay vốn tiêu dùng...

Ba là, có sự khác biệt về nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng của KHCN: KHCN đa dạng nên nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng của họ cũng rất phong phú và đa dạng từ những nhu cầu cơ bản đến những nhu cầu cao cấp. Khách hàng có địa vị xã hội, có thu nhập cao hay khách hàng có thu nhập thấp, bình dân đều có những nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng khác nhau, mong muốn được thỏa mãn nhu cầu ở mức độ khác nhau. Có những người lại chỉ sử dụng 1 loại dịch vụ như gửi tiền tiết kiệm, có những khách hàng lại sử dụng nhiều dịch vụ như tiết kiệm, thanh toán hay vay vốn... Hơn thế nữa, mỗi hộ gia đình trong xã hội cũng sẽ có nhu cầu khác nhau trong việc sử dụng các dịch vụ của ngân hàng nhằm phục vụ nhu cầu sinh hoạt, tiêu dùng của gia đình.

Do vậy, xã hội càng ngày càng phát triển thì nhu cầu của người dân, của hộ gia đình về các sản phẩm dịch vụ tài chính nói chung và dịch vụ ngân hàng nói riêng càng lớn, càng đa dạng đòi hỏi các ngân hàng phải thường xuyên đổi mới, nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ của mình đủ giữ chân khách hàng cũ và thu hút khách hàng mới.

1.1.3. Phân loại khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại

KHCN của ngân hàng thương mại có thể được phân loại như sau:

a) *Theo nhân khẩu học*: KHCN có thể được phân loại theo các tiêu thức như độ tuổi, giới tính, thu nhập, trình độ học vấn. Ví dụ như:

+ Phân theo độ tuổi thì KHCN có thể chia thành các nhóm như: độ tuổi dưới 20 tuổi; độ tuổi từ 21 đến 30 tuổi; độ tuổi từ 31-40 tuổi; độ tuổi từ 41-50 tuổi; độ tuổi từ 51-60 tuổi và độ tuổi trên 60 tuổi.

+ Phân theo giới tính thì KHCN có thể chia thành nhóm khách hàng là nam giới và nữ giới.

+ Phân theo thu nhập thì KHCN có thể chia thành: KHCN có thu nhập cao; KHCN thu nhập trung bình; KHCN có thu nhập thấp.

+ Phân theo trình độ học vấn thì KHCN có thể chia thành: KHCN có trình độ trên đại học; Đại học, Cao đẳng và Trung cấp...

b) *Theo mục đích sử dụng của KHCN*

Theo cách thức này, KHCN có thể được phân chia thành KHCN gửi tiền; KHCN vay vốn; KHCN thanh toán hay khách hàng đa mục đích.

c) *Theo hành vi mua hàng*

KHCN có thể được chia thành KH trung thành, KH tiềm năng, KH chưa từng quay lại, KH mới. Trong đó, KH mới là nhóm khách hàng mà các ngân hàng đang

hướng tới nhằm thu hút về cho mình để từ đó phát triển và mở rộng thị phần, tăng thu nhập cho ngân hàng trong tương lai.

d) Theo khu vực thị trường

Theo tiêu thức phân loại này, KHCN của ngân hàng có thể được chia thành các nhóm KHCN ở khu vực thành phố (thành thị), KHCN ở ngoài khu vực thành phố (nông thôn).

e) Theo giá trị mà khách hàng mang lại cho ngân hàng

Theo tiêu thức này, KHCN được chia thành khách hàng quan trọng, khách hàng trung bình và khách hàng không quan trọng.

1.1.4. Vai trò của khách hàng cá nhân tại các Ngân hàng thương mại

KHCN có vai trò hết sức quan trọng đối với sự phát triển của ngân hàng thương mại, cụ thể:

Thứ nhất, KHCN đem lại nguồn thu ổn định, chắc chắn cho NHTM: Việt Nam với dân số hơn 100 triệu người và mức thu nhập ngày càng tăng là thị trường đầy tiềm năng của các NHTM và sẽ phát triển mạnh trong tương lai do tốc độ tăng thu nhập. Hiện nay, điều kiện kinh tế đang ngày càng phát triển, chất lượng cuộc sống của người dân đang dần được nâng lên với dân số trong độ tuổi lao động khá đông. Nhu cầu sử dụng các dịch vụ ngân hàng của nhiều cá nhân, hộ gia đình ngày càng cao. Chính vì vậy thị trường khách hàng cá nhân sẽ đem lại một nguồn thu lớn và ổn định cho các NHTM

Thứ hai, phát triển KHCN sẽ góp phần mở rộng thị trường, tăng khả năng cạnh tranh của NHTM trên thị trường: Sự phát triển của nền kinh tế kéo theo sự phát triển của cạnh tranh, NHTM không thể đơn thuần chỉ kinh doanh theo phương pháp cũ là dựa vào những khách hàng truyền thống trong thị trường truyền thống là các khách hàng doanh nghiệp, tổ chức mặc dù những khách hàng này luôn là nhân tố chủ yếu mang lại lợi nhuận cho ngân hàng. Vì vậy, khi tập trung vào đối tượng khách hàng cá nhân, các ngân hàng sẽ có thị trường lớn hơn, tiềm năng phát triển tăng lên và có khả năng phân tán rủi ro trong kinh doanh. Chiếm được thị phần lớn ở phân khúc khách hàng này sẽ làm tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng trong giai đoạn hiện nay.

Thứ ba, góp phần phân tán rủi ro cho ngân hàng: Nếu ngân hàng chỉ tập trung vào nhóm khách hàng tổ chức có nhu cầu vốn lớn, nếu vì một lý do nào đó mà hoạt động kinh doanh gặp khó khăn ảnh hưởng tới khả năng trả nợ thì ngân hàng sẽ bị ảnh hưởng rất lớn đến doanh thu cũng như lợi nhuận của ngân hàng. Vì vậy, các ngân hàng hiện nay thực hiện nguyên tắc “không để trứng vào một giỏ”, các ngân hàng cung ứng

các dịch vụ cho đối tượng là khách hàng cá nhân như một sự phân tán rủi ro. Với số lượng khách hàng đông đảo, giá trị giao dịch ít thì khi một hoặc một số khách hàng gặp rủi ro dẫn đến khả năng không trả được nợ thì sẽ ít gây ảnh hưởng đến ngân hàng.

Thứ tư, góp phần đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ ngân hàng. Là nhóm khách hàng đông đảo với nhiều nhu cầu khác nhau như gửi tiết kiệm, thanh toán, bảo hiểm... Vì vậy, để phục vụ tốt nhất nhu cầu của mỗi nhóm KHCCN các NHTM phải không ngừng phát triển sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng mình không chỉ về số lượng, chủng loại dịch vụ mà còn phải nâng cao tiện ích, chất lượng dịch vụ để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao hơn của khách hàng.

1.1.5. Khái niệm phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại

Theo Triết học Mác-Lênin, “phát triển là quá trình vận động tiến lên từ thấp đến cao, từ chưa tốt đến hoàn hảo về mọi mặt. Quá trình vận động đó diễn ra vừa dần dần, vừa nhảy vọt để đưa tới sự ra đời của cái mới thay thế cái cũ. Sự phát triển là kết quả của quá trình thay đổi dần về lượng dẫn đến sự thay đổi về chất, quá trình diễn ra theo đường xoắn ốc và hết mỗi chu kỳ sự vật lặp lại dường như sự vật ban đầu nhưng ở mức (cấp độ) cao hơn.”

Từ đó những khái niệm trên có thể hiểu phát triển KHCCN tại NHTM như sau: *Phát triển KHCCN tại NHTM là sự biến đổi theo chiều hướng phát triển cả về số lượng và chất lượng KHCCN của NHTM nhằm nâng cao lợi nhuận, uy tín và giá trị thương hiệu cho chính NHTM đó.*

1.2. Nội dung phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại

1.2.1. Phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại theo quy mô

Phát triển KHCCN theo quy mô tức là các ngân hàng thông qua việc cung cấp các sản phẩm, dịch vụ hiện hữu và sản phẩm, dịch vụ mới của mình để gia tăng số lượng KHCCN sử dụng dịch vụ của ngân hàng, trong đó tăng lượng khách hàng mới năm sau cao hơn năm trước, tỷ lệ tăng trưởng khách hàng năm sau cao hơn năm trước. Qua đó khẳng định uy tín và thương hiệu của ngân hàng trên thị trường.

Việc phát triển quy mô KHCCN có thể thực hiện bằng nhiều biện pháp khác nhau như: đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng, tăng cường công tác truyền thông cho các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng và thực hiện các chính sách khuyến mại hoặc chăm sóc khách hàng dành riêng cho từng nhóm KHCCN.

1.2.2. Phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại theo từng loại sản phẩm, dịch vụ

Phát triển KHCCN theo các sản phẩm dịch vụ cung cấp tức là ngân hàng làm gia tăng số lượng KHCCN sử dụng các sản phẩm, dịch vụ mà mình đang cung cấp như: dịch vụ huy động vốn, tín dụng, dịch vụ thẻ, dịch vụ thanh toán, dịch vụ bảo lãnh, dịch vụ ngân hàng điện tử,... qua đó góp phần làm gia tăng tổng số lượng KHCCN mà ngân hàng đang phục vụ, làm tăng thu nhập cho ngân hàng và phát triển các dịch vụ tiện ích đi kèm từ các sản phẩm, dịch vụ chính.

Số lượng khách hàng cá nhân hiện nay rất lớn do vậy đây là thị trường tiềm năng cho các NHTM khai thác và phát triển. Tuy nhiên các dịch vụ huy động vốn, tín dụng của các ngân hàng không có sự khác biệt rõ rệt nên để có được ưu thế cạnh tranh mỗi ngân hàng cần tìm hiểu kỹ nhu cầu của khách hàng và bối cảnh nền kinh tế trong và ngoài nước để có thể thiết kế những sản phẩm dịch vụ phù hợp với từng nhóm khách hàng.

Các ngân hàng có thể phát triển hoạt động tín dụng trên cơ sở phát triển tệp KHCCN tiềm năng, phát triển KHCCN hiện hữu thông qua những thay đổi trong chính sách tín dụng và các chính sách hỗ trợ khác như quảng cáo, xúc tiến bán hàng, truyền thông,... theo từng nhóm sản phẩm từ đó thu hút khách hàng mới và khách hàng cũ quay trở lại sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

1.2.3. Phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại theo khu vực thị trường

Việc phát triển KHCCN theo khu vực thị trường là rất cần thiết hiện nay. Bởi mỗi khu vực thị trường có những đặc điểm, nhu cầu khác nhau nên nếu tìm hiểu và phân tích chính xác đặc điểm của từng khu vực thị trường thì ngân hàng sẽ có thể tiếp cận khách hàng của thị trường đó một cách dễ dàng và hiệu quả hơn.

Để phát triển KHCCN theo từng khu vực thị trường đòi hỏi các NHTM cần phải làm rõ một số vấn đề sau: (1) đặc điểm kinh tế - xã hội của từng khu vực thị trường (mức độ phát triển kinh tế, cơ cấu dân số, thu nhập bình quân đầu người, trình độ văn hóa,...); (2) nhu cầu và hành vi của khách hàng (Nhu cầu về sản phẩm/dịch vụ ngân hàng, thói quen giao dịch, kênh giao dịch ưa thích,...); (3) mức độ cạnh tranh của các ngân hàng trong khu vực đó. Từ đó có thể lựa chọn những chính sách phù hợp và phát triển sản phẩm mới phù hợp với nhu cầu thị trường. Có như vậy, NHTM mới có thể gia tăng khách hàng mới của ngân hàng ở khu vực thị trường này.

1.2.4. Các chỉ tiêu phản ánh kết quả phát triển khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại

** Các chỉ tiêu đánh giá kết quả phát triển khách hàng cá nhân*

- Tăng trưởng quy mô vốn huy động từ KHCN:

Quy mô vốn huy động là cũng được xem là một chỉ tiêu để đánh giá kết quả phát triển KHCN, ngân hàng càng thu hút được nhiều KHCN đến gửi tiền thì quy mô vốn huy động từ khách hàng này càng cao và ngược lại.

Tốc độ tăng trưởng vốn huy động từ KHCN là chỉ tiêu tương đối phản ánh sự gia tăng vốn huy động từ KHCN đem lại cho NHTM năm sau so với năm trước, được xác định bằng công thức sau:

$$\text{Tốc độ tăng trưởng vốn huy động từ KHCN} = \frac{\text{Vốn huy động từ KHCN}}{\text{Tổng vốn huy động của NHTM}} \times 100 (\%)$$

Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ mức độ phát triển, mở rộng KHCN của ngân hàng càng lớn. Các sản phẩm dịch vụ huy động vốn của NHTM luôn được khách hàng sẵn sàng đón nhận và sử dụng.

- Tăng trưởng dư nợ cho vay từ KHCN:

Dư nợ cho vay là cũng được xem là một chỉ tiêu để đánh giá kết quả phát triển KHCN, ngân hàng càng thu hút được nhiều KHCN vay vốn thì quy mô cho vay đối tượng khách hàng này càng lớn, khi đó ngân hàng sẽ có điều kiện để gia tăng thu nhập từ cho vay, bán chéo sản phẩm và ngược lại.

Tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay KHCN là chỉ tiêu tương đối phản ánh sự gia tăng dư nợ cho vay KHCN nhờ việc gia tăng KHCN vay vốn, được xác định bằng công thức sau:

$$\text{Tốc độ dư nợ cho vay KHCN} = \frac{\text{Dư nợ cho vay KHCN}}{\text{Tổng dư nợ cho vay}} \times 100 (\%)$$

- Thu nhập từ KHCN và tỷ trọng thu nhập từ KHCN

Thu nhập mà KHCN mang lại cho NHTM càng lớn càng chứng tỏ sự phát triển KHCN của NHTM đó càng cao.

$$\text{Tỷ trọng thu nhập từ KHCN} = \frac{\text{Thu nhập từ KHCN}}{\text{Tổng thu nhập}} \times 100(\%)$$

** Các chỉ tiêu đánh giá phát triển khách hàng cá nhân theo quy mô*

- Số lượng khách hàng và cơ cấu khách hàng cá nhân

Số lượng khách hàng là chỉ tiêu đánh giá lượng khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ càng nhiều, chứng tỏ dịch vụ của ngân hàng càng tốt, đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

Cơ cấu khách hàng cá nhân là chỉ tiêu đánh giá lượng KHCN theo từng tiêu thức chiếm tỷ trọng bao nhiêu trong tổng số KHCN của NHTM như giới tính (số lượng KHCN là nam, nữ); độ tuổi của KHCN được chia theo từng nhóm tuổi (dưới 20 tuổi; từ 20 đến 25 tuổi; từ 26 đến 30 tuổi,...); nghề nghiệp (công chức, viên chức; lao động tự do, kinh doanh,...)

- Sự gia tăng số lượng khách hàng

Đây là chỉ tiêu tuyệt đối đánh giá sự tăng trưởng số lượng khách hàng trong một khoảng thời gian nhất định. Chỉ tiêu này càng lớn càng chứng tỏ dịch vụ của ngân hàng thu hút và được khách hàng ưa chuộng. Chỉ tiêu này được xác định như sau:

$$\text{Sự gia tăng số lượng khách hàng} = \frac{\text{Số lượng KH năm sau} - \text{Số lượng KH năm trước}}{\text{Số lượng KH năm trước}} \times 100 (\%)$$

** Các chỉ tiêu đánh giá phát triển khách hàng cá nhân theo sản phẩm dịch vụ*

- Số lượng KHCN theo từng loại dịch vụ (huy động vốn, cho vay, thẻ,...)

Đây là chỉ tiêu đánh giá lượng khách hàng đã và đang sử dụng theo từng loại dịch vụ (huy động vốn, cho vay, thẻ,...) của ngân hàng. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ nào càng nhiều, chứng tỏ dịch vụ đó của ngân hàng càng tốt, đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

- Tốc độ tăng trưởng KHCN theo từng loại sản phẩm dịch vụ

Đây là chỉ tiêu tương đối đánh giá sự gia tăng lượng KHCN ở từng loại sản phẩm dịch vụ ở một thời điểm hoặc một khoảng thời gian nhất định. Tốc độ tăng trưởng càng cao chứng tỏ sản phẩm dịch vụ đó của ngân hàng có chất lượng tốt và được khách hàng đón nhận. Chỉ tiêu này được tính như sau:

$$\text{Tốc độ tăng trưởng KHCN của dịch vụ } i = \frac{\text{Số lượng KH của dịch vụ } i \text{ (năm sau)} - \text{Số lượng KH của dịch vụ } i \text{ (năm trước)}}{\text{Số lượng KH sử dụng dịch vụ } i \text{ năm trước}} \times 100 (\%)$$

* Các chỉ tiêu đánh giá phát triển khách hàng cá nhân theo khu vực

- Số lượng KHCN theo từng khu vực

Đây là chỉ tiêu đánh giá lượng KHCN ở từng khu vực cụ thể của ngân hàng. Số lượng KHCN ở khu vực nào càng nhiều, chứng tỏ sự phát triển KHCN ở khu vực đó càng tốt, sản phẩm dịch vụ đó đáp ứng tốt nhu cầu của nhóm KHCN khu vực này.

- Tốc độ tăng trưởng KHCN theo từng khu vực

Đây là chỉ tiêu tương đối đánh giá sự gia tăng lượng KHCN ở từng khu vực ở một thời điểm hoặc một khoảng thời gian nhất định. Tốc độ tăng trưởng càng cao chứng tỏ sản phẩm dịch vụ đó của ngân hàng có chất lượng tốt và được khách hàng đón nhận. Chỉ tiêu này được tính như sau:

$$\text{Tốc độ tăng trưởng KHCN của khu vực } i = \frac{\text{Số lượng KH khu vực } i \text{ (năm sau)} - \text{Số lượng KH khu vực } i \text{ (năm trước)}}{\text{Số lượng KH khu vực } i \text{ năm trước}} \times 100 (\%)$$

1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển khách hàng cá nhân tại các Ngân hàng thương mại

1.3.1. Nhân tố bên ngoài

* Môi trường kinh tế

Môi trường kinh tế bao gồm: các chính sách của nhà nước trong từng thời kỳ về phát triển kinh tế, môi trường kinh doanh. Các yếu tố này sẽ ảnh hưởng đến khả năng thu nhập, thanh toán, chi tiêu và nhu cầu về vốn, gửi tiền của dân cư. Môi trường kinh tế càng thuận lợi, kinh tế phát triển ổn định nhờ đó thu nhập của người dân ngày càng cao thì nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng ngày càng tăng, tạo điều kiện cho NHTM phát triển, mở rộng KHCN.

* Môi trường chính trị, pháp luật

Hệ thống pháp luật hoàn thiện, môi trường chính trị ổn định sẽ tạo thuận lợi cho ngân hàng phát triển các sản phẩm dịch vụ theo hướng đa dạng hơn nhờ đó sẽ thu hút nhiều KHCN tiêu dùng. Nhờ đó giúp NHTM mở rộng thị phần, gia tăng số lượng KHCN từ đó tăng thu nhập cho ngân hàng. Ngược lại nếu chính trị bất ổn, quy định pháp luật chưa đầy đủ sẽ gây khó khăn cho ngân hàng phát triển, KHCN ngại sử dụng dịch vụ khi đó việc phát triển KHCN của NHTM cũng gặp khó khăn.

* Môi trường công nghệ

Sự phát triển mạnh mẽ của kỹ thuật, công nghệ đã tác động mạnh mẽ tới nền kinh tế và xã hội. Nó ảnh hưởng đến cách thức sử dụng dịch vụ của dân cư tạo ra những nhu cầu mới, đòi hỏi mới về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng. Do vậy NHTM muốn thu hút được khách hàng thì phải luôn luôn đổi mới sản phẩm, gia tăng tiện ích.

1.3.2. Nhân tố bên trong

*** Chiến lược phát triển của ngân hàng**

Chiến lược kinh doanh (chiến lược phát triển của ngân hàng) là những định hướng, mục tiêu mà NHTM muốn hướng tới trong tương lai được Ban lãnh đạo ngân hàng đưa ra để điều hành và quản lý hoạt động của ngân hàng. Do vậy, việc phát triển KHCN phụ thuộc rất lớn vào chiến lược kinh doanh, cũng như chiến lược phát triển của NHTM. Ví dụ như chiến lược kinh doanh của NHTM theo hướng tập trung phát triển KHCN thì ngân hàng sẽ có tập trung vào phát triển sản phẩm, dịch vụ, xây dựng chính sách phù hợp để thu hút nhóm KH này. Khi đó việc phát triển KHCN cũng sẽ dễ dàng được thực hiện hơn. Ngược lại chiến lược của ngân hàng tập trung phát triển KH doanh nghiệp thì sản phẩm dịch vụ ngân hàng dành cho KHCN sẽ ít được quan tâm hơn do vậy việc phát triển KHCN sẽ gặp khó khăn.

*** Khả năng tài chính của ngân hàng**

Trong hoạt động kinh doanh cho đối tượng KHCN đòi hỏi các ngân hàng cần có một mạng lưới rộng khắp, có khả năng vươn tới những thị trường bỏ ngõ, và điều này đòi hỏi ngân hàng phải có vốn lớn. Do vậy nếu khả năng tài chính không đủ lớn sẽ khiến ngân hàng khó có thể phát triển KHCN.

*** Trình độ và năng lực của cán bộ, nhân viên ngân hàng**

Cán bộ, nhân viên ngân hàng có trình độ chuyên môn cao, năng lực làm việc tốt thì việc phát triển KHCN sẽ thuận lợi hơn. Nhưng nếu năng lực, trình độ cán bộ có hạn, khó tiếp cận khách hàng thì việc phát triển KHCN sẽ bị hạn chế.

*** Sự phát triển của các kênh phân phối**

Trong xu thế hội nhập, cạnh tranh trên thị trường bán lẻ ngày càng gay gắt thì vấn đề về phân phối hết sức quan trọng, nó tạo ra sự kết nối giữa ngân hàng và khách hàng. Việc phát triển các kênh phân phối là một trong những giải pháp hàng đầu để phát triển dịch vụ ngân hàng, qua đó phát triển KHCN. Vì vậy cần tích cực phát triển mạng lưới các chi nhánh và phòng giao dịch. Chú trọng mở thêm các phòng giao dịch vệ tinh với mô hình gọn nhẹ, đáp ứng nhanh chóng và hiệu quả nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng của người dân.

* Trình độ khoa học và công nghệ

Công nghệ và ứng dụng công nghệ trong hoạt động ngân hàng đã giúp các ngân hàng phát triển các sản phẩm dịch vụ thu hút các KHCN sử dụng như dịch vụ ngân hàng điện tử, dịch vụ thanh toán điện tử, dịch vụ thẻ. Các sản phẩm đem lại nhiều tiện ích cho KHCN khi sử dụng nhờ đó mà thu hút được ngày càng nhiều KHCN hơn nữa.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM – CHI NHÁNH THÀNH PHỐ CAO BẰNG

2.1. Đặc điểm hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng

2.1.1. Giới thiệu về Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng được thành lập và đi vào hoạt động vào tháng 10 năm 2013, ngay sau khi thành lập Thành phố Cao Bằng.

Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng có trụ sở giao dịch đặt tại số 17, đường Hoàng Đình Giông, Phường Hợp Giang, Thành phố Cao Bằng, Tỉnh Cao Bằng, được phép hoạt động với con dấu riêng, được mở tài khoản tại Ngân hàng Nhà nước và các tổ chức tín dụng theo các quy định của pháp luật, thực hiện hạch toán kinh tế độc lập theo quy định của Ngân hàng Nhà nước và Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam, thực hiện kinh doanh tiền tệ - tín dụng, dịch vụ ngân hàng theo luật.

Trải qua hơn 12 năm xây dựng và phát triển, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã không ngừng phát triển và lớn mạnh, chất lượng đội ngũ cán bộ viên chức hàng năm được nâng lên, được đào tạo bài bản, có trình độ ngoại ngữ, tin học, có khả năng tiếp thu công nghệ ngân hàng hiện đại, đáp ứng yêu cầu hội nhập và phát triển của ngành.

Thời gian qua, Ban lãnh đạo Chi nhánh luôn xác định phương châm hoạt động của ngân hàng là chủ động tạo lập nguồn vốn ổn định, vững chắc, bám sát các mục tiêu kinh tế của địa phương, đầu tư vốn đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng theo hướng “Tăng trưởng – An toàn – Hiệu quả”, tích cực mở rộng đầu tư tín dụng, mở rộng địa bàn hoạt động, đẩy mạnh thu nợ để cho vay. Đa dạng hóa các hoạt động kinh doanh ngân hàng kết hợp với chuyên sâu coi lợi nhuận là mục tiêu hàng đầu nhưng vẫn đảm bảo hài hòa mối quan hệ giữa nhiệm vụ kinh doanh và nhiệm vụ chính trị. Đảm bảo kế hoạch thu, chi tài chính, thực hiện đi vay để đầu tư cho vay,

thu để chi, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng luôn tuân thủ nguyên tắc hạch toán kinh doanh, sử dụng vốn một cách hợp lý và có hiệu quả nhằm mang lại lợi ích cao nhất cho ngân hàng từ đó bù đắp chi phí, trang trải vốn và thực hiện nghĩa vụ với ngân sách nhà nước.

2.1.2. Đặc điểm hoạt động của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng

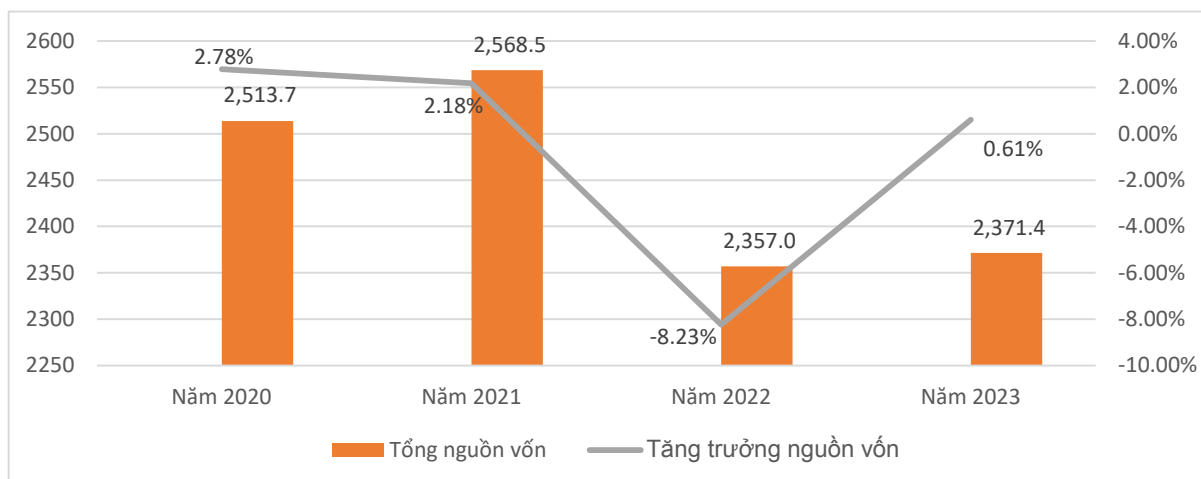
Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng hoạt động chủ yếu trên địa bàn Thành phố Cao Bằng với 11 đơn vị hành chính, gồm 08 phường (Hợp Giang, Sông Bằng, Tân Giang, Sông Hiến, Đề Thám, Ngọc Xuân, Duyệt Trung, Hòa Chung) và 03 xã: Chu Trinh, Hưng Đạo, Vĩnh Quang, với tổng số 118 tổ dân phố, xóm. Dân số hơn 73 nghìn người, trong đó khu vực thành thị là 63.598 người và nông thôn là 10.432 người.

Tại Thành phố Cao Bằng, người dân chủ yếu thuộc 3 dân tộc chính là người Tày chiếm 47,53%, người Kinh chiếm 31,78%, người Nùng chiếm 19,97% dân số chung; ngoài ra còn khoảng 0,72% là dân tộc ít người khác, trình độ dân trí còn thấp, nên sự am hiểu về các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng còn nhiều hạn chế khiến cho việc phát triển, mở rộng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng đến từng cá nhân, từng người dân ở cả khu vực thành thị và nông thôn gặp nhiều khó khăn. Đây cũng là thách thức lớn đối với việc phát triển KHCN của Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng trong thời gian tới.

2.1.3. Kết quả hoạt động của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng

*** Về hoạt động huy động vốn**

Những năm qua, nền kinh tế trong nước và quốc tế chịu ảnh hưởng nặng nề từ dịch bệnh Covid-19, khiến cho nhiều doanh nghiệp, hộ kinh doanh phải tạm ngừng sản xuất, kinh doanh, thu nhập của người dân giảm sút, đời sống gặp nhiều khó khăn. Đặc biệt là những tỉnh giáp biên giới với Trung Quốc như Cao Bằng. Khi dịch bệnh Covid-19 bùng phát ở Trung Quốc và lan rộng ra nhiều nước trên thế giới, trong đó có Việt Nam, gần như các hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu và du lịch ở khu vực cửa khẩu biên giới Trung Quốc – Việt Nam bị hạn chế, thậm chí tạm ngừng để phòng chống dịch. Cũng chính vì vậy mà thời gian qua, việc huy động vốn của ngân hàng gặp nhiều khó khăn, tăng trưởng nguồn vốn huy động có sự giảm sút nghiêm trọng, đặc biệt là năm 2022 với mức tăng trưởng âm -8,23%, cụ thể như số liệu trong Hình 2.1 dưới đây:



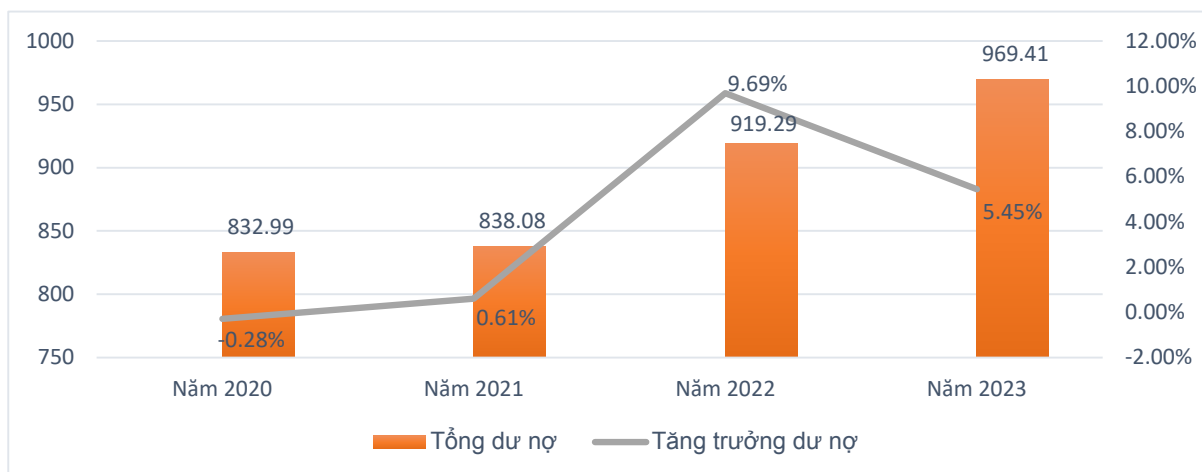
Hình 2.1: Tình hình huy động vốn và tăng trưởng nguồn vốn huy động tại Agribank – Chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ năm 2020-2023

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Qua số liệu trong Hình 2.1 cho thấy: tổng nguồn vốn huy động những năm gần đây có sự biến động lớn, cụ thể năm 2020 tổng vốn huy động đạt 2.513,7 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng đạt 2,78% so với năm trước. Sang năm 2021, tổng vốn huy động tiếp tục có sự tăng trưởng nhẹ, ở mức 2,18% so với năm 2020, đạt 2.568,5 tỷ đồng. Nhưng đến năm 2022, do tình hình dịch bệnh diễn biến phức tạp, hoạt động kinh doanh ở khu vực biên giới Trung Quốc – Việt Nam bị hạn chế, du lịch “đóng băng” nên hoạt động huy động vốn của ngân hàng không đạt được kết quả như kỳ vọng, tổng số vốn huy động trong năm 2022 chỉ đạt 2.357 tỷ đồng, giảm 8,23% so với năm 2021. Năm 2023 mặc dù tình hình dịch bệnh Covid-19 ở trong nước đã được khống chế, hoạt động sản xuất kinh doanh đã dần được khôi phục, trở lại “trạng thái bình thường” nhưng sức mua của người dân chưa ổn định và chưa hoàn toàn phục hồi nên hoạt động huy động vốn của Chi nhánh trong năm 2023 có tăng nhưng không đáng kể, lượng vốn huy động chỉ tăng khoảng 14,4 tỷ đồng so với năm 2022 với tốc độ tăng 0,61%.

*** Về hoạt động tín dụng**

Thời gian qua, Agribank - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã triển khai thực hiện nghiêm túc các nội dung chỉ đạo điều hành hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, tập trung mọi nguồn lực, thực hiện nhiều chính sách để triển khai các nhiệm vụ, giải pháp trong hoạt động kinh doanh, hỗ trợ các doanh nghiệp, hộ kinh doanh và cá nhân vượt qua khó khăn do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 từ Trung Quốc.



Hình 2.2: Tình hình hoạt động tín dụng và tăng trưởng tín dụng tại Agribank – Chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ năm 2020-2023

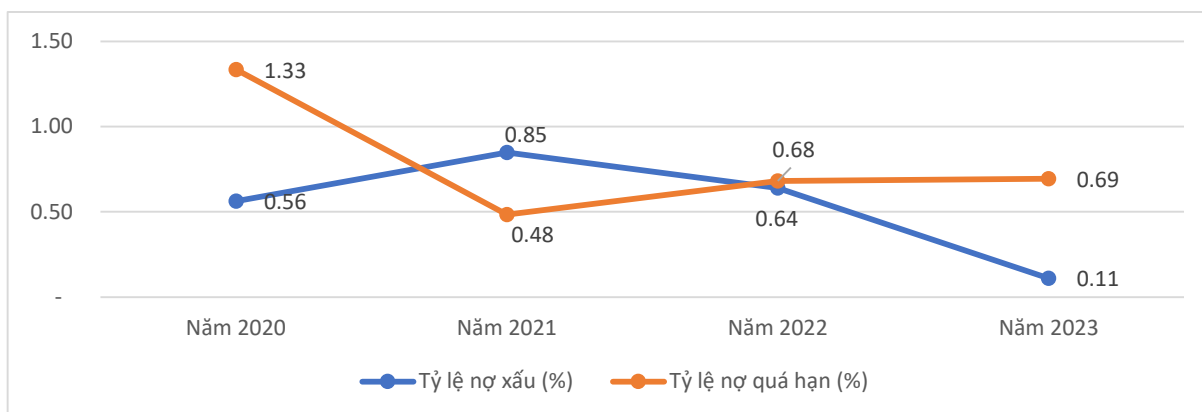
(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Bám sát mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội địa phương, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã không ngừng đưa nguồn vốn vay phát triển sản xuất đến người dân. Đặc biệt khi dịch Covid-19 diễn biến phức tạp, Agribank chủ động giảm lãi suất chia sẻ khó khăn và triển khai nhiều chương trình tín dụng ưu đãi nhằm hỗ trợ khách hàng. Nhìn chung hoạt động tín dụng của Chi nhánh vẫn duy trì với mức tăng trưởng khá, cụ thể năm 2020, dư nợ tín dụng chỉ đạt 832,99 tỷ đồng, giảm so với năm 2019 là 0,28%. Nhưng năm 2021, dư nợ tín dụng đã có sự tăng trưởng dương mặc dù ở mức không cao chỉ khoảng 0,61%. Năm 2022, Agribank - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng tiếp tục đưa nguồn vốn tín dụng hỗ trợ doanh nghiệp và người dân vượt qua khó khăn, khôi phục sản xuất, phát triển kinh tế nên dư nợ tín dụng năm 2022 tiếp tục có sự tăng trưởng mạnh nhất trong 4 năm qua, với quy mô 919,29 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng đạt 9,69%. Sang năm 2023, dư nợ tín dụng duy trì sự tăng trưởng ở mức 5,45% và đạt 969,41 tỷ đồng.

Cùng với việc đưa vốn tín dụng đến với người dân, hỗ trợ người dân vượt qua khó khăn, Ban lãnh đạo Agribank – Chi nhánh Cao Bằng đã chỉ đạo cán bộ nhân viên trong chi nhánh phải thận trọng đánh giá hồ sơ tín dụng của khách hàng đảm bảo xem xét đúng tình hình khách hàng trong đó đặc biệt chú trọng năng lực tài chính, tính khả thi của phương án vay vốn để đưa ra quyết định phê duyệt khoản vay phù hợp đúng đối tượng, đúng nhu cầu, đúng thời điểm. Ngoài ra, Ban lãnh đạo chi nhánh cũng yêu cầu cán bộ ngân hàng luôn bám sát tình hình khách hàng, hỗ trợ khách hàng giải quyết khó khăn một cách kịp thời và hiệu quả nhằm đảm bảo chất lượng tín dụng, hạn chế

gia tăng nợ xấu và nợ quá hạn. Nên mặc dù dư nợ tín dụng tăng nhưng chất lượng tín dụng vẫn được đảm bảo, tỷ lệ nợ xấu và nợ quá hạn của chi nhánh thời gian qua ở mức thấp và có xu hướng giảm, tính đến hết năm 2023 tỷ lệ nợ xấu của chi nhánh chỉ ở mức 0,11% và tỷ lệ nợ quá hạn là 0,69% như số liệu trong Hình 2.3.

Đvt: tỷ đồng



Hình 2.3: Tỷ lệ nợ xấu và nợ quá hạn của tại Agribank – Chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ năm 2020-2023

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

*** Về các hoạt động khác**

Hoạt động thanh toán quốc tế: Công tác thanh toán quốc tế tại Chi nhánh cũng ngày càng chú trọng nhằm giúp Chi nhánh khẳng định và nâng cao được vị thế. Trong những năm qua, chi nhánh đã không ngừng hoàn thiện công tác thanh toán quốc tế đáp ứng nhu cầu của khách hàng trong và ngoài nước.

Hoạt động ngân quỹ: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng luôn thực hiện tốt công tác quản lý ngân quỹ, đảm bảo cung ứng đầy đủ và kịp thời lượng tiền mặt phục vụ các giao dịch với khách hàng.

Phát triển dịch vụ thẻ: Các dịch vụ thẻ của chi nhánh cũng đã được triển khai mạnh mẽ góp phần giảm thiểu việc sử dụng và lưu thông tiền mặt trong dân cư trên địa bàn thành phố Cao Bằng trong thời gian qua chi nhánh triển khai nhiều dịch vụ về thẻ như thẻ ATM, thẻ tín dụng nội địa, thẻ ghi nợ, Master card, Visa Card,...

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng chú trọng đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng điện tử, hiện đại để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, góp phần thực hiện hiệu quả mục tiêu chuyển đổi số quốc gia. Ứng dụng ngân hàng điện tử cho phép khách hàng có thể rút tiền, chuyển khoản, vắn tin số dư, thanh toán hóa đơn hay mở tài khoản gửi tiền tiết kiệm

trực tuyến nhanh chóng thuận tiện, không cần đến điểm giao dịch của ngân hàng. Nhờ đó, trên địa bàn Thành phố, người dân bắt đầu chuộng hình thức thanh toán điện tử thay cho việc sử dụng tiền mặt như trước.

*** Về kết quả kinh doanh**

Trong giai đoạn 2020-2023, tổng thu nhập của Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng có nhiều biến động. Tốc độ tăng trưởng bình quân trong giai đoạn này ở mức âm. Cụ thể năm 2020, tổng thu nhập đạt 190,1 tỷ đồng, năm 2021 đạt 182,7 tỷ đồng, giảm 3,89% so với năm 2020. Năm 2022 tổng thu nhập tiếp tục giảm xuống mức 171,5 tỷ đồng, tốc độ giảm 6,13%. Năm 2023 tổng thu nhập đã có sự tăng trưởng trở lại và đạt 185,6 tỷ đồng, tương ứng 8,22% so với năm 2022. Nguyên nhân là do từ năm 2020 đến năm 2022 Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã thực hiện nhiều đợt giảm lãi suất vay vốn cho khách hàng chịu ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 và ngân hàng cũng đã thực hiện miễn, giảm phí dịch vụ cho khách hàng sử dụng dịch vụ của ngân hàng trong thời gian dịch bệnh như miễn phí chuyển tiền trong nước trong hệ thống Agribank, ngoài hệ thống Agribank trên kênh ngân hàng điện tử, miễn phí chuyển đổi từ thẻ từ sang thẻ chip, giảm 10% lãi suất thẻ tín dụng,... cho khách hàng.

Bảng 2.1: Kết quả kinh doanh của Agribank – Chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ năm 2020-2023

Đvt: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2020	2021	2022	2023	So sánh (%)		
					2021/2020	2022/2021	2023/2022
1. Tổng thu nhập	190,1	182,7	171,5	185,6	-3,89	-6,13	8,22
2. Tổng chi phí	144,2	131,3	122,3	139,1	-8,95	-6,85	13,74
3. Lợi nhuận hạch toán	56,9	51,4	45,5	46,5	-9,67	-11,48	2,20
4. Lợi nhuận theo kế hoạch	55,5	50,5	43,5	43,2			
5. So với Kế hoạch (%)	102,5	101,8	104,6	107,6			

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

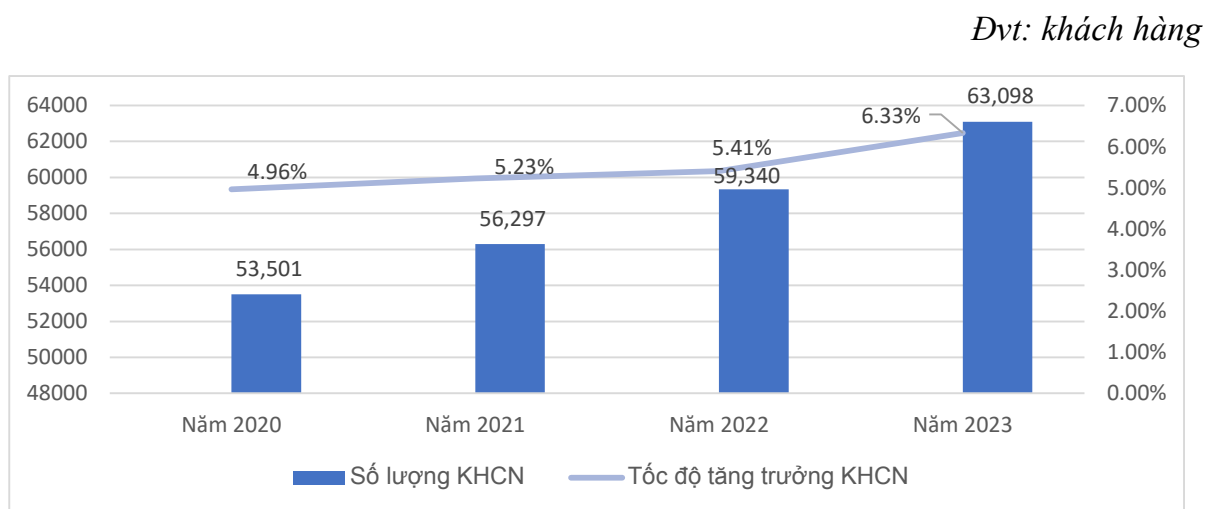
Tổng chi phí hoạt động của Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng cũng có sự biến động. Cụ thể năm 2020 tổng chi phí 144,2 tỷ đồng, năm 2021 là 131,3 tỷ đồng, giảm 8,95%. Năm 2022, chi phí giảm chỉ còn 122,3 tỷ đồng và năm 2023 con số đó là 139,1 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng 13,74% cao nhất trong những năm qua. Tốc độ giảm

của thu nhập lớn hơn tốc độ giảm của chi phí nhưng khi thu nhập tăng trưởng thì tốc độ tăng trưởng của chi phí lại cao hơn tốc độ tăng trưởng của thu nhập nên nhìn chung lợi nhuận trước thuế hạch toán của chi nhánh có sự giảm sút khá mạnh. Nhưng so với kế hoạch, chi nhánh vẫn đảm bảo hoàn thành kế hoạch.

2.2. Phân tích thực trạng phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng

2.2.1. Phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng theo quy mô

Trong suốt quá trình hình thành và phát triển, Agribank nói chung và Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng không chỉ được biết đến là NHTM đóng vai trò chủ lực đối với thị trường “Tam nông” mà còn tiên phong phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng tiện ích, hiện đại. Với lợi thế mạng lưới rộng khắp các địa bàn, hệ thống máy ATM, CDM, Điểm giao dịch lưu động bằng ô tô chuyên dùng hoạt động tới tận các địa bàn vùng sâu vùng xa, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đưa mục tiêu tập trung phát triển các dịch vụ dành cho khách hàng cá nhân qua đó nhằm thu hút số lượng khách hàng lớn, đặc biệt ở khu vực nông nghiệp nông thôn trên địa bàn Thành phố Cao Bằng và các huyện lân cận. Nhờ đó, những năm qua, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã không ngừng mở rộng quy mô khách hàng cá nhân.



Hình 2.4: Tình hình KHCN và tốc độ tăng trưởng KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ 2020-2023

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Cụ thể: năm 2020 số lượng KHCN của chi nhánh là 53.501 khách hàng, tăng 4,96% so với năm trước; năm 2021 số lượng khách hàng cá nhân tăng thêm 5,23% đạt 56.297 khách hàng; năm 2022 số lượng khách hàng tiếp tục có sự tăng trưởng với tốc độ cao hơn năm trước là 5,41% và đạt 59.340 khách hàng. Sang năm 2023, số lượng KHCN tăng với tốc độ tăng trưởng 6,33% so với năm 2022, đạt 63.098 khách hàng. Có được kết quả như vậy là nhờ sự nỗ lực của toàn thể cán bộ nhân viên trong chi nhánh và sự chỉ đạo, lãnh đạo kịp thời của Ban lãnh đạo Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng trong việc triển khai những chương trình ưu đãi, khuyến mại dành cho KHCN sử dụng loại dịch vụ của ngân hàng.

*** Cơ cấu KHCN**

Qua bảng 2.2 cho thấy cơ cấu KHCN của chi nhánh khá đa dạng:

Về giới tính, tính đến nay, trên 50% KHCN của chi nhánh là nữ giới. Tuy nhiên xu hướng này có thể sẽ thay đổi trong thời gian tới bởi trong những năm gần đây số lượng KHCN nam giới đã được cải thiện và có sự tăng trưởng khá ổn định, tỷ trọng KHCN là nam giới đã tăng lên từ 42,21% năm 2020 lên 43,31% lên 2023 trong khi đó tỷ trọng KHCN nữ giới đang có chiều hướng giảm.

Về độ tuổi, KHCN sử dụng dịch vụ của chi nhánh cũng khá đa dạng ở nhiều độ tuổi khác nhau, trong đó chủ yếu là khách hàng có độ tuổi từ 30 trở nên. Nhìn vào độ tuổi cho thấy các sản phẩm dịch vụ chi nhánh dường như được khách hàng trung niên ưa chuộng hơn nên tỷ trọng khách hàng từ 31 đến 50 tuổi chiếm tỷ trọng cao nhất và có sự tăng trưởng khá ổn định đến cuối năm 2023 là 43,06% tổng số KHCN. Tuy nhiên những khách hàng trẻ, thanh niên tỏ ra không ưa chuộng những sản phẩm dịch vụ của chi nhánh nên số lượng khách hàng trẻ dưới 20 tuổi và từ 21-30 tuổi hiện vẫn chiếm tỷ trọng khá thấp chỉ khoảng 9,13% và 10,23% trên tổng số KHCN năm 2023. Trong khi đó mức độ sử dụng dịch vụ của nhóm đối tượng khách hàng trẻ là khá lớn nên trong thời gian tới chi nhánh cần tìm hiểu rõ nguyên nhân những dịch vụ của chi nhánh chưa thu hút giới trẻ để đề xuất cải tiến sản phẩm dịch vụ sao cho thỏa mãn được tối đa nhu cầu của nhóm khách hàng này. Qua đó tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển nhóm khách hàng này.

Về nghề nghiệp, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ của chi nhánh hiện nay tập trung chủ yếu là ở nhóm khách hàng tự kinh doanh – cá nhân/hộ gia đình kinh doanh với tỷ trọng 50,23%, tiếp đến là nhóm khách hàng lao động tự do chiếm tỷ trọng 32,67%. Trong khi đó nhóm cán bộ quản lý sử dụng dịch vụ của chi nhánh lại rất thấp chỉ khoảng 2,42%.

**Bảng 2.2: Cơ cấu KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng
từ năm 2020-2023**

Đvt: khách hàng

Chỉ tiêu	2020	2021	2022	2023	So sánh (%)		
					2021/2020	2022/2021	2023/2022
Số lượng KHCN	53.501	56.297	59.340	63.098	5,23	5,41	6,33
Trong đó:							
Phân theo giới tính							
<i>Nam</i>	22.585	24.028	25.539	27.329	6,39	6,29	7,01
<i>Nữ</i>	30.916	32.269	33.801	35.769	4,38	4,75	5,82
Phân theo độ tuổi							
<i>Dưới 20 tuổi</i>	3.926	4.042	4.552	5.760	2,95	12,62	26,54
<i>Từ 20 - 30 tuổi</i>	4.635	5.360	5.926	6.491	15,64	10,56	9,53
<i>Từ 31 - 50 tuổi</i>	22.339	23.775	25.184	27.170	6,43	5,93	7,89
<i>Trên 50 tuổi</i>	22.601	23.120	23.678	23.677	2,30	2,41	0,00
Phân theo nghề nghiệp							
<i>Đang đi học</i>	3.843	3.997	4.469	4.678	4,01	11,81	4,68
<i>Lao động tự do</i>	18.789	19.254	19.544	20.611	2,47	1,51	5,46
<i>Tự kinh doanh</i>	26.184	27.928	29.647	31.697	6,66	6,16	6,91
<i>Nhân viên, viên chức</i>	3.705	3.995	4.365	4.587	7,83	9,26	5,09
<i>Cán bộ quản lý</i>	980	1.123	1.315	1.525	14,59	17,10	15,97
Phân theo trình độ							
<i>Sau đại học</i>	927	1.072	1.185	1.298	15,64	10,54	9,54
<i>Đại học</i>	2.318	2.680	2.963	3.246	15,62	10,56	9,55
<i>Cao đẳng</i>	927	1.072	1.185	1.298	15,64	10,54	9,54
<i>Khác</i>	49.329	51.473	54.007	57.256	4,35	4,92	6,02

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Về trình độ, phần lớn khách hàng sử dụng dịch vụ của chi nhánh có trình độ không cao, cụ thể số lượng KHCN có trình độ sau đại học chỉ chiếm 2,06%, KHCN có trình độ đại học chiếm tỷ trọng khoảng 5,14%, trình độ cao đẳng chiếm tỷ trọng 90,74% tổng số KHCN.

Hơn nữa, những năm gần đây, chi nhánh cũng đã thực hiện phân loại khách hàng ưu tiên theo quy mô, số lượng giao dịch tại chi nhánh hướng dẫn của Hội sở nhưng qua rà soát, phân loại từ năm 2020-2022 chi nhánh không có khách hàng nào đủ tiêu chuẩn xếp hạng trong nhóm khách hàng ưu tiên. Đến năm 2023, toàn chi nhánh có

117 khách hàng đủ tiêu chuẩn thuộc nhóm này, cụ thể có 36 khách hàng hạng vàng và 81 khách hàng hạng kim cương, tỷ trọng khách hàng ưu tiên chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ khoảng 0,19% tổng số khách hàng năm 2023. Như vậy số lượng khách hàng ưu tiên của chi nhánh rất thấp, nó cũng ảnh hưởng phần nào đến kết quả kinh doanh của chi nhánh thời gian qua. Do vậy để gia tăng lợi nhuận kinh doanh cho chi nhánh thì tới đây Ban lãnh đạo chi nhánh cần có những chính sách nhằm thu hút và phát triển nhóm khách hàng này.

Bảng 2.3: Số lượng KHCN ưu tiên của Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ năm 2020-2023

Đvt: khách hàng

Xếp hạng khách hàng ưu tiên	2020	2021	2022	2023
Hạng bạc	0	0	0	0
Hạng vàng	0	0	0	36
Hạng kim cương	0	0	0	81
Tổng số	0	0	0	117
<i>Tỷ trọng (%)</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0,19</i>

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

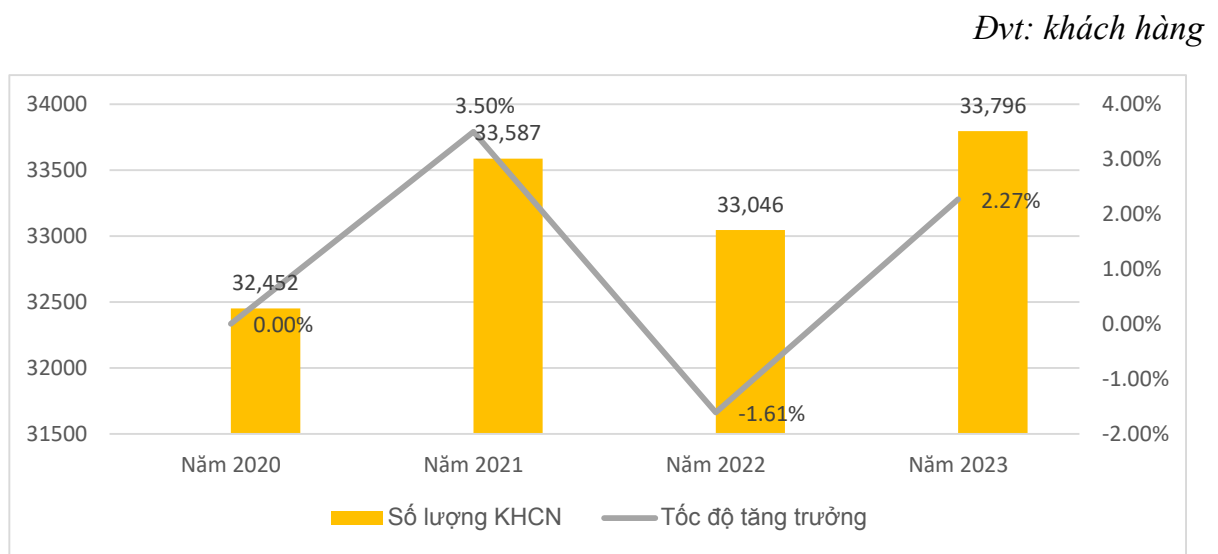
2.2.2. Phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng theo loại dịch vụ cung cấp

2.2.2.1 Dịch vụ huy động vốn

Giai đoạn 2020-2023 là giai đoạn kinh tế trong nước và quốc tế phải đối mặt với nhiều khó khăn do đại dịch Covid-19 bùng phát đầu tiên ở Trung Quốc sau đó lan rộng ra nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam, gây ảnh hưởng mạnh mẽ đến hoạt động sản xuất kinh doanh và đời sống của người dân nói chung và thành phố Cao Bằng nói riêng.

Mặc dù, Chính phủ đã có nhiều biện pháp can thiệp, hỗ trợ nhằm giúp các doanh nghiệp vượt qua đại dịch, khôi phục sản xuất và hỗ trợ người dân ổn định cuộc sống nhưng do mất việc làm, thu nhập giảm sút nên cuộc sống của người dân trên địa bàn thành phố Cao Bằng vẫn hết sức khó khăn. Cũng chính vì vậy nên số lượng KHCN gửi tiền bao gồm cả tiền gửi thanh toán và tiền gửi tiết kiệm, chứng chỉ tiền gửi

tại chi nhánh cũng có xu hướng giảm sút, tốc độ tăng trưởng khá thấp, dưới 2%. Cụ thể năm 2020 lượng KHCN gửi tiền tại chi nhánh đạt 32.452 khách hàng, năm 2021 tăng nhưng không nhiều chỉ 1.135 khách hàng, tỷ lệ 3,5%. Nhưng đến năm 2022, số lượng KHCN đến gửi tiền tại chi nhánh giảm khoảng 541 khách hàng, tỷ lệ giảm là 1,61% so với năm trước. Năm 2023, về cơ bản tình hình dịch bệnh đã được khống chế, các doanh nghiệp, hộ kinh doanh đã bắt đầu sản xuất, kinh doanh trở lại, khách du lịch đã bắt đầu quay trở lại nhờ vậy mà hoạt động huy động vốn của chi nhánh cũng có sự khởi sắc, lượng khách hàng gửi tiền tăng thêm 750 khách hàng, tỷ lệ tăng trưởng đạt 2,27% - mặc dù mức tăng còn thấp nhưng đó cũng là một tín hiệu tích cực từ nền kinh tế.

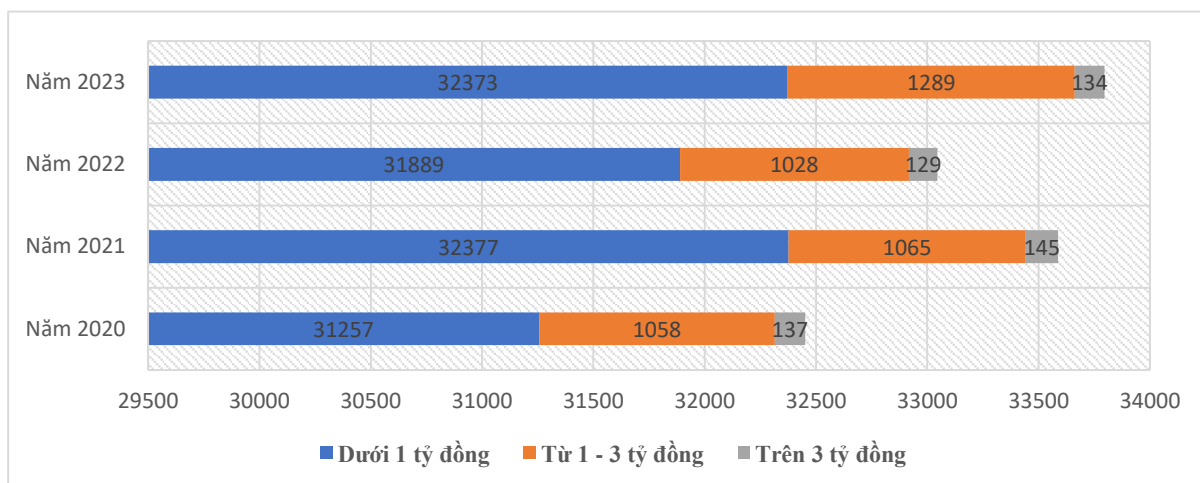


Hình 2.5: Tình hình KHCN gửi tiền tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn từ 2020-2023

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Về cơ cấu KHCN gửi tiền theo quy mô tiền gửi

Nhìn vào số liệu trong Hình 2.6 cho thấy: số lượng khách hàng gửi tiền dưới 1 tỷ đồng là chủ yếu với tỷ trọng chiếm trên 95% tổng số khách hàng gửi tiền tại chi nhánh thời gian gần đây. Khi kinh tế trong nước có sự biến động thì đây cũng là đối tượng khách hàng có sự giảm sút mạnh nhất. Trong khi đó số lượng khách hàng gửi tiền với quy mô trên 1 tỷ đồng đến 3 tỷ đồng và trên 3 tỷ đồng chiếm tỷ trọng rất nhỏ. Điều này cũng phù hợp với đặc điểm địa bàn của thành phố Cao Bằng hiện nay. Trong thời gian tới, để gia tăng khách hàng gửi tiền có giá trị lớn góp phần tạo sự tăng trưởng ổn định cho vốn huy động từ dân cư thì Chi nhánh cần có chính sách thu hút và giữ chân nhóm khách hàng này với nhiều ưu đãi và chính sách chăm sóc khách hàng hiệu quả.



Hình 2.6: Cơ cấu KHCN gửi tiền theo quy mô tiền gửi tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng từ 2020-2023

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

2.2.2.2. Dịch vụ tín dụng

Là ngân hàng thương mại 100% vốn Nhà nước với sứ mệnh phục vụ “Tam nông”, Agribank nói chung và Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng nói riêng luôn chủ động, tiên phong, gương mẫu, triển khai kịp thời các giải pháp hỗ trợ người dân, doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn về vốn, phục hồi sản xuất kinh doanh theo đúng chỉ đạo của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ và NHNN.

Giai đoạn 2020-2023, nhằm hỗ trợ doanh nghiệp và người dân vượt qua đại dịch Covid-19, thời gian qua Ban lãnh đạo chi nhánh Agribank đã cam kết hỗ trợ khách hàng vay vốn hiệu quả với nhiều chính sách giảm lãi suất vay vốn, miễn, giảm một số khoản phí, đơn giá hóa thủ tục, quy trình vay vốn để giúp người dân có thể tiếp cận vốn phục vụ sản xuất và phát triển kinh tế dễ dàng và kịp thời, ổn định sản xuất, cải thiện cuộc sống. Do vậy mặc dù vốn huy động giảm nhưng dư nợ tín dụng và lượng KHCN được vay vốn của chi nhánh vẫn có sự gia tăng khá ổn định. Bình quân giai đoạn này số lượng KHCN vay vốn tăng trung bình khoảng 10%. Cụ thể như trong Bảng 2.4.

Qua bảng 2.4 cho thấy: số lượng KHCN vay vốn tại chi nhánh tăng trưởng khá, số lượng KHCN vay vốn năm sau cao hơn năm trước điển hình như năm 2021, lượng KHCN vay vốn tăng 9,8% so với năm 2020, tương ứng tăng 1.310 khách hàng so với năm 2020. Sang năm 2022 khi dịch bệnh Covid-19 bùng phát mạnh ở nhiều địa phương, trong đó có tỉnh Cao Bằng khiến UBND tỉnh đã buộc phải tạm ngừng các

hoạt động tham quan, du lịch và văn hóa – xã hội tập trung đông người, các doanh nghiệp nằm trong khu vực có dịch cũng phải tạm ngừng sản xuất kinh doanh hoặc thực hiện giãn cách làm việc theo ca để đảm bảo phòng chống dịch hiệu quả. Trước tình hình đó, Ban lãnh đạo chi nhánh đã chỉ đạo cán bộ nhân viên trong ngân hàng vừa đảm bảo công tác chuyên môn vừa phải thực hiện nghiêm túc các yêu cầu phòng dịch tại trụ sở chi nhánh, hỗ trợ vốn cho người dân nhanh chóng, kịp thời để duy trì và ổn định sản xuất vượt qua khó khăn. Do vậy năm 2022, doanh số cho vay và số lượng KHCN được vay vốn vẫn tăng trưởng cao hơn năm trước và đạt 16.232 khách hàng. Năm 2023 số lượng khách hàng vay vốn tăng 10,23% và đạt 17.893 khách hàng.

Bảng 2.4: Tình hình số lượng KHCN vay vốn tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023

Đvt: khách hàng

Chỉ tiêu	2020	2021	2022	2023	So sánh (%)		
					2021/2020	2022/2021	2023/2022
Số lượng KHCN vay vốn	13.365	14.675	16.232	17.893	9,80	10,61	10,23
Trong đó:							
Phân theo kỳ hạn							
<i>Ngắn hạn</i>	12.043	13.047	14.221	15.063	8,34	9,00	5,92
<i>Trung, dài hạn</i>	1.322	1.628	2.011	2.830	23,15	23,53	40,73
Phân theo mục đích vay vốn							
<i>Tiêu dùng</i>	3.433	3.670	3.844	3.939	6,90	4,74	2,47
<i>SXKD</i>	9.932	11.005	12.388	13.954	10,80	12,57	12,64
Phân theo sản phẩm							
<i>Nhà ở, bất động sản</i>	425	453	321	464	6,59	-29,14	44,55
<i>SXKD</i>	9.932	11.005	12.388	13.954	10,80	12,57	12,64
<i>Ô tô</i>	945	964	942	945	2,01	-2,28	0,32
<i>Thấu chi</i>	123	142	154	159	15,45	8,45	3,25
<i>Khác</i>	1.940	2.111	2.427	2.371	8,81	14,97	-2,31

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Về cơ cấu KHCN vay vốn theo kỳ hạn, trên 85% khách hàng vay vốn ngắn hạn, chỉ có khoảng dưới 15% khách hàng vay vốn trung – dài hạn do lo ngại tình

hình kinh tế khó có thể phục hồi nhanh chóng, để đảm bảo khả năng chi trả, hạn chế rủi ro Chi nhánh ngân hàng đã yêu cầu cán bộ tín dụng và cán bộ thẩm định xem xét kỹ các món vay mới, vay lại, đặc biệt là những món vay trung – dài hạn, ưu tiên các khoản vay ngắn hạn.

Về cơ cấu KHCN vay vốn theo mục đích sử dụng vốn vay, giai đoạn này với chủ trương tập trung vốn hỗ trợ doanh nghiệp, hộ kinh doanh tiếp cận vốn vay duy trì và khôi phục sản xuất nên chủ yếu các khoản vay của chi nhánh được ưu tiên dành cho khách hàng cá nhân vay vốn phục vụ sản xuất kinh doanh chiếm khoảng 78% tổng số KHCN vay vốn.

Về cơ cấu KHCN vay vốn theo các sản phẩm vốn, nhìn chung giai đoạn này Chi nhánh vẫn ưu tiên vốn phục vụ sản xuất nên lượng khách hàng được tiếp cận vốn sản xuất có sự tăng trưởng ổn định hơn cả, trong khi đó lượng khách hàng vay vốn mua nhà ở và ô tô có xu hướng giảm mạnh trong thời gian dịch bệnh và chỉ bắt đầu tăng trở lại vào năm 2023.

Trong giai đoạn vừa qua, Chi nhánh đã luôn đồng hành và hỗ trợ khách hàng doanh nghiệp và cá nhân vay vốn với nhiều chính sách như giảm nợ, giãn nợ cho khách hàng chịu ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19. Ngoài ra chi nhánh cũng đã thực hiện miễn giảm một số khoản phí cho khách hàng như miễn phí chuyển tiền trên kênh Internetbanking, Mobile Banking, ATM,...

Bảng 2.5: Số lượng KHCN vay vốn được giảm nợ, gia hạn nợ tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023

Đvt: khách hàng

Chỉ tiêu	ĐVT	2020	2021	2022	2023
Số KHCN được giảm nợ, giãn nợ	KH	0	16	9	5
Số dư nợ được cơ cấu	Tỷ đồng	0	4,10	1,05	0,25

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Qua bảng 2.5 cho thấy, số KHCN vay vốn được giảm nợ và gia hạn nợ năm 2021-2023 là 30 khách hàng với tổng số dư nợ được cơ cấu là 4,4 tỷ đồng.

2.2.2.3. Dịch vụ thẻ

Trong lộ trình từng bước hiện đại hóa, số hóa các dịch vụ ngân hàng, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã thúc đẩy giao dịch, cung cấp các sản phẩm dịch vụ với chất lượng cao và đồng hành, kết nối với mọi khách hàng. Agribank chi nhánh

Thành phố Cao Bằng đã đẩy mạnh phát hành thẻ ra thị trường, đồng thời chi nhánh đã đề xuất với Agribank chi nhánh Tỉnh Cao Bằng tăng cường trang bị thêm máy ATM/CDM, POS để đáp ứng nhu cầu giao dịch của khách hàng ở các khu vực đông dân cư, các trung tâm mua sắm, siêu thị, chợ... Nhờ đó thị phần thẻ của Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã có sự tăng trưởng ổn định. Số lượng KHCN phát hành thẻ tăng lên qua các năm, cụ thể như Bảng 2.6. Trong đó, số lượng KHCN phát hành thẻ ghi nợ có sự tăng trưởng mạnh hơn cả từ 45.981 khách hàng vào cuối năm 2020 lên 56.767 khách hàng vào cuối năm 2023. Số KHCN phát hành thẻ tín dụng tại chi nhánh vẫn còn khá thấp, do lãi suất thẻ cao và do bản thân khách hàng cũng chưa hiểu rõ cách sử dụng sản phẩm thẻ này. Thời gian qua, Chi nhánh cũng đã tích cực tuyên truyền về những lợi ích khi sử dụng thẻ này cho khách hàng tuy nhiên do vấn đề cách tính lãi và cách xác định thời gian miễn lãi khá khó hiểu nên người dân còn nhiều e ngại, không muốn sử dụng. Do vậy mỗi năm số lượng KHCN phát hành thẻ có tăng nhưng không nhiều, chỉ khoảng hơn 10 khách hàng.

Bảng 2.6: Số lượng KHCN phát hành thẻ tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023

Đvt: khách hàng

Chỉ tiêu	2020	2021	2022	2023
Thẻ ghi nợ	45.981	48.805	52.472	56.767
<i>Tốc độ tăng trưởng KHCN (%)</i>	<i>5,95</i>	<i>6,14</i>	<i>7,51</i>	<i>8,19</i>
Thẻ tín dụng	123	134	143	154
<i>Tốc độ tăng trưởng KHCN (%)</i>	<i>6,86</i>	<i>8,94</i>	<i>6,72</i>	<i>7,69</i>
Tổng	46.104	48.939	52.615	56.921

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

2.2.2.4. Dịch vụ ngân hàng điện tử

Thời gian qua, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng chú trọng đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng điện tử, hiện đại để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, góp phần thực hiện hiệu quả mục tiêu chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến 2030 của Chính phủ. Đồng thời Chi nhánh đã tăng cường tuyên truyền và hướng dẫn người dân sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử thay thế những phương thức thanh toán truyền thống. Nhờ đó, trên địa bàn Thành phố, người dân bắt đầu chuộng hình thức thanh toán điện tử thay cho việc sử dụng tiền mặt như

trước. Tại các địa điểm mua sắm, du lịch trên địa bàn Thành phố, Chi nhánh đã bắt đầu trang bị đầy đủ các loại máy POS để quét thẻ, mã QR thanh toán nhanh. Đặc biệt, bên cạnh những khách hàng đã quen thuộc hình thức thanh toán mới, nhiều khách hàng lần đầu trải nghiệm cũng rất hài lòng vì thao tác khá đơn giản và nhanh chóng. Có thể kể đến như Siêu thị Ngọc Xuân (Thành phố) đăng ký sử dụng POS, dịch vụ thanh toán qua mã QR, mã Viet QR của Chi nhánh, chỉ trong thời gian ngắn đưa vào sử dụng, hiện siêu thị có khoảng 35% lượng khách hàng sử dụng dịch vụ này để thanh toán. Với dịch vụ thanh toán này, giúp siêu thị, tiết kiệm thời gian, nhân công tại quầy và thuận tiện trong việc thanh toán của khách hàng.

Bảng 2.7: Số lượng KHCN sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023

Đvt: khách hàng

Chỉ tiêu	2020	2021	2022	2023
1. Dịch vụ SMS banking				
Số khách hàng lũy kế	11.813	11.350	10.899	10.549
Tăng trưởng số lượng khách hàng	10,80%	-4%	-3,97%	-3,21%
2. Internet banking				
Số khách hàng lũy kế	179	214	233	243
Tăng trưởng số lượng khách hàng	19,33%	19,55%	8,88%	4,29%
3. Mobile banking				
Số khách hàng lũy kế	8.466	10.951	13.492	15.443
Tăng trưởng số lượng khách hàng	46,04%	29,35%	23,20%	14,46%
4. Bankplus				
Số khách hàng lũy kế	45	45	45	47
Tăng trưởng số lượng khách hàng	2,27%	-	-	4,44%

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Vì vậy, số lượng KHCN sử dụng các dịch vụ ngân hàng hiện đại ngày càng tăng, điển hình như dịch vụ Mobile Banking có tốc độ tăng trưởng bình quân trong giai đoạn này là khoảng 30%. Tuy nhiên dịch vụ InternetBanking lại có xu hướng giảm do mức độ phủ sóng ở một số huyện vùng cao chưa được tốt nên khiến cho

việc sử dụng dịch vụ này gặp nhiều khó khăn dẫn đến số lượng KHCN sử dụng dịch vụ InternetBanking có xu hướng giảm nhẹ. Trong thời gian tới, khi hạ tầng internet ở các xã vùng sâu được hoàn thiện hơn thì xu hướng sử dụng dịch vụ sẽ có sự tăng trưởng trở lại.

2.2.3. Phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng theo khu vực thị trường

Thành phố Cao Bằng những năm qua đã có những bước tiến chuyên mình mạnh mẽ cả về kinh tế và văn hóa – xã hội. Tuy nhiên do địa hình phức tạp, bị chia cắt mạnh, nhiều xã điều kiện giao thông đi lại còn khó khăn, trình độ dân trí còn thấp khiến cho việc tiếp cận các dịch vụ tài chính và ngân hàng bị hạn chế rất nhiều. Chính vì vậy số lượng khách hàng ở khu vực nông thôn của chi nhánh những năm qua tăng trưởng không nhiều, tỷ trọng KHCN ở khu vực này còn khá thấp, chưa đến 5% tổng số khách hàng của toàn chi nhánh, trong khi đó KHCN ở khu vực thành thị là 63.098 khách hàng, chiếm tỷ trọng 96% tổng số KHCN của chi nhánh tính đến cuối năm 2023.

Bảng 2.8: Tình hình KHCN theo khu vực tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023

Đvt: khách hàng

Chỉ tiêu	2020	2021	2022	2023
Tổng số KHCN	53.501	56.297	59.340	63.098
Khu vực thành thị	52.052	54.350	56.863	60.568
<i>Tốc độ tăng trưởng KHCN (%)</i>	<i>3,95</i>	<i>4,41</i>	<i>4,62</i>	<i>6,52</i>
Khu vực nông thôn	1.449	1.947	2.477	2.530
<i>Tốc độ tăng trưởng KHCN (%)</i>	<i>30,86</i>	<i>34,37</i>	<i>27,22</i>	<i>2,14</i>

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Điều đó cho thấy sự tiếp cận dịch vụ ngân hàng của 2 nhóm khách hàng này của chi nhánh có sự chênh lệch rất lớn. Trong đó mục tiêu của Agribank nói chung và Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng luôn hướng tới đó là không ngừng nâng cao khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính cho người nghèo, cho người dân khu

vực nông thôn để họ có điều kiện phát triển sản xuất, nâng cao chất lượng cuộc sống của bản thân và gia đình, sớm thoát nghèo. Nhưng với số lượng KHCN ở khu vực nông thôn ở mức thấp như hiện nay cho thấy mục tiêu này khó đạt được.

Tuy nhiên xét về tốc độ tăng trưởng KHCN thì ở khu vực nông thôn có sự tăng trưởng mạnh hơn trong giai đoạn 2020-2022 tuy nhiên sang đến năm 2023 thì lượng KHCN ở khu vực này tăng trưởng chậm lại thậm chí là thấp hơn so với tốc độ tăng trưởng KHCN ở khu vực thành thị. Điều này chứng tỏ những sản phẩm dịch vụ của chi nhánh cung ứng chưa thực sự thu hút khách hàng khu vực này. Do vậy, thời gian tới chi nhánh cần xây dựng kế hoạch cụ thể để tiếp cận và mở rộng KHCN ở khu vực này, giúp họ tăng khả năng tiếp cận với những dịch vụ tài chính hiện đại nhằm cải thiện cuộc sống.

2.2.4. Kết quả phát triển khách hàng cá nhân Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng

Nhờ sự những chính sách phát triển KHCN hợp lý trong thời gian mà hoạt động kinh doanh của chi nhánh đã đạt được những kết quả khá tích cực như: tổng số vốn huy động từ KHCN đã được cải thiện, tổng dư nợ cho vay khách hàng tăng, tỷ lệ nợ xấu giảm,...

*** Kết quả huy động vốn từ KHCN**

Tổng số vốn huy động từ KHCN thời gian qua có nhiều biến động do ảnh hưởng của dịch bệnh Covid-19 kéo dài, nhất là năm 2022 khiến cho tổng vốn huy động giảm hơn 200 tỷ đồng so với năm trước và tốc độ khá cao khoảng 8,23%. Nhưng sang đến năm 2023 khi dịch bệnh Covid-19 cơ bản được khống chế, hoạt động sản xuất kinh doanh và cuộc sống của người dân được trở lại trạng thái “bình thường mới” đã có sự tăng trưởng nhẹ từ mức 2.357,03 tỷ đồng vào cuối năm 2022 lên 2.371,26 tỷ đồng vào cuối năm 2023, tốc độ tăng trưởng chỉ khoảng 0,61% so với năm trước.

Trong đó, số vốn huy động từ KHCN lại chủ yếu là nguồn vốn trung - dài hạn với tỷ trọng trên 60% tổng vốn huy động. Nguồn vốn này có đặc điểm là ổn định nhưng chi phí sử dụng vốn lại cao hơn so với vốn ngắn hạn. Nên gia tăng huy động vốn dài hạn sẽ làm tăng áp lực chi phí cho chi nhánh. Do vậy chi nhánh cần xem xét gia tăng huy động vốn ngắn hạn, giảm lượng vốn trung - dài hạn để giảm áp lực gia tăng chi phí huy động vốn cho chi nhánh.

Bên cạnh việc huy động vốn bằng đồng nội tệ, chi nhánh cũng tăng cường huy

động vốn ngoại tệ để phục vụ hoạt động thanh toán quốc tế. Tuy nhiên do hoạt động xuất nhập khẩu và du lịch trên địa bàn thời gian qua khá trầm lắng nên lượng vốn huy động bằng ngoại tệ quy đổi có xu hướng giảm mạnh từ 2,82 tỷ đồng xuống chỉ còn 0,23 tỷ đồng.

Bảng 2.9: Kết quả huy động vốn từ KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023

Đvt: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2020	2021	2022	2023
1. Tổng vốn huy động từ KHCN	2.513,69	2.568,49	2.357,03	2.371,36
<i>Tốc độ tăng trưởng vốn huy động (%)</i>	2,05	2,18	-8,23	0,61
Theo thời gian huy động				
Ngắn hạn	1.136,70	1.030,33	774,17	943,77
<i>Tỷ trọng (%)</i>	45,22	40,11	32,85	39,80
Trung, dài hạn	1.376,99	1.538,16	1.582,86	1.427,59
<i>Tỷ trọng (%)</i>	54,78	59,89	67,15	60,20
Theo loại tiền huy động				
Tiền gửi VND	2.513,08	2.565,67	2.356,82	2.371,13
<i>Tỷ trọng (%)</i>	99,98	99,89	99,99	99,99
Tiền gửi ngoại tệ quy đổi VND	0,61	2,82	0,22	0,23
<i>Tỷ trọng (%)</i>	0,02	0,11	0,01	0,01

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Trong đó, số vốn huy động từ KHCN lại chủ yếu là nguồn vốn trung – dài hạn với tỷ trọng trên 60% tổng vốn huy động. Nguồn vốn này có đặc điểm là ổn định nhưng chi phí sử dụng vốn lại cao hơn so với vốn ngắn hạn. Nên gia tăng huy động vốn dài hạn sẽ làm tăng áp lực chi phí cho chi nhánh. Do vậy chi nhánh cần xem xét gia tăng huy động vốn ngắn hạn, giảm lượng vốn trung - dài hạn để giảm áp lực gia tăng chi phí huy động vốn cho chi nhánh. Cũng vì vậy nên tổng vốn huy động ngắn hạn của chi nhánh gần đây đang có xu hướng tăng mạnh, cụ thể năm 2020 vốn huy động ngắn hạn đạt 1.136,7 tỷ đồng chiếm 45,22% nhưng sang năm 2021 và 2022 vốn huy động ngắn hạn đã giảm xuống chỉ khoảng 40,11% vào cuối năm 2021 và 32,85% vào cuối năm 2022 nhưng đến năm 2023 vốn huy động ngắn hạn đã tăng trở lại theo đúng định hướng của chi nhánh với hơn 168 tỷ đồng, tỷ trọng tăng lên

39,8% trên tổng vốn huy động. Bên cạnh việc huy động vốn bằng đồng nội tệ, Chi nhánh cũng tăng cường huy động vốn ngoại tệ để phục vụ hoạt động thanh toán quốc tế. Tuy nhiên do hoạt động xuất nhập khẩu và du lịch trên địa bàn thời gian qua khá trầm lắng nên lượng vốn huy động bằng ngoại tệ quy đổi có xu hướng giảm mạnh từ 2,82 tỷ đồng xuống chỉ còn 0,23 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng chưa đến 1% tổng vốn huy động của Chi nhánh thời gian qua.

*** Kết quả hoạt động tín dụng**

Giai đoạn 2020-2023, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng tiếp tục giữ vững vai trò chủ lực trên thị trường tiền tệ, tín dụng khu vực nông nghiệp, nông thôn, nâng cao vị thế tại khu vực thành thị. Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã triển khai nhiều giải pháp hỗ trợ người dân và doanh nghiệp vay vốn đầu tư sản xuất, kinh doanh, giúp người dân giảm bớt khó khăn, tạo thêm cơ hội việc làm, đóng góp vào tăng trưởng kinh tế địa phương.

Bảng 2.10: Kết quả cho vay KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023

Đvt: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2020	2021	2022	2023
Tổng dư nợ KHCN	619,422	643,986	705,625	707,741
<i>Tốc độ tăng trưởng dư nợ (%)</i>	<i>2,68</i>	<i>3,97</i>	<i>9,57</i>	<i>0,30</i>
Theo kỳ hạn	619,422	643,986	705,625	707,74
Dư nợ ngắn hạn	470,906	490,158	549,398	577,07
Dư nợ trung, dài hạn	148,516	153,828	156,227	130,671
Theo tài sản đảm bảo	619,422	643,986	705,625	707,741
Dư nợ có TSĐB	575,097	592,335	652,605	661,652
Dư nợ không có TSĐB	44,325	51,651	53,020	46,089
Theo mục đích vay vốn	619,422	643,986	705,625	707,741
Tiêu dùng	218,927	211,100	253,706	184,724
Sản xuất kinh doanh	400,495	432,886	451,919	523,017

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Dư nợ tín dụng toàn chi nhánh nói chung và dư nợ tín dụng KHCN nói riêng những năm qua vẫn duy trì sự tăng trưởng năm sau cao hơn năm trước, cụ thể năm

2020 dư nợ cho vay KHCN tại Chi nhánh đạt 619,422 tỷ đồng sang năm 2021 dư nợ đã tăng lên 643,986 tỷ đồng với tốc độ tăng trưởng xấp xỉ 4% so với năm 2020; năm 2022 dư nợ cho vay KHCN tăng mạnh với 61,639 tỷ đồng, tỷ lệ tăng trưởng 9,57% so với năm 2021. Nguyên nhân chính là do tình hình dịch bệnh Covid-19 trên địa bàn năm 2022 về cơ bản đã được kiểm soát khá tốt nên nhiều hộ gia đình và cá nhân đã bắt đầu vay vốn khôi phục sản xuất và triển khai nhiều hoạt động thu hút khách du lịch đến với Cao Bằng. Tuy nhiên năm 2023 sức tiêu thụ hàng hóa trên địa bàn chưa có dấu hiệu phục hồi, nhiều hộ kinh doanh làm ăn không hiệu quả, hàng hóa khó tiêu thụ, việc xuất khẩu sang Trung Quốc cũng chậm tiềm ẩn nhiều nguy cơ nên để đảm bảo an toàn tín dụng chi nhánh đã chỉ đạo cán bộ tín dụng phải kiểm soát chặt chẽ các khoản vay cũ và các khoản vay mới do vậy năm 2023 dư nợ cho vay KHCN chỉ đạt 707,741 tỷ đồng, tăng 0,3% so với năm 2022.

Trong đó dư nợ tín dụng tập trung chủ yếu ở nhóm KHCN vay vốn ngắn hạn nhằm bổ sung vốn phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh của cá nhân và hộ gia đình. Trong khi đó nhu cầu vay vốn tiêu dùng đang có xu hướng giảm mạnh trong năm 2023. Điều đó cho thấy chi nhánh vẫn còn khá e dè trong việc giải ngân vốn vay tiêu dùng cho khách hàng cá nhân do lo ngại về khả năng trả nợ của khách hàng trong bối cảnh kinh tế chưa phục hồi hoàn toàn.

Để đảm bảo an toàn cho vốn vay nên thời gian gần đây chi nhánh đã xiết chặt cho vay không có tài sản đảm bảo do vậy dư nợ cho vay không có TSĐB đã giảm từ 53,020 tỷ đồng xuống chỉ còn 46,089 tỷ đồng năm 2023; dư nợ cho vay có TSĐB tăng từ 652,605 tỷ đồng lên 661,652 tỷ đồng vào cuối năm 2023. Cũng chính vì thắt chặt cho vay tiêu dùng, trong khi nhu cầu cho vay tiêu dùng hiện nay trên địa bàn thành phố Cao Bằng khá cao nên dư nợ cho vay KHCN năm 2023 tăng trưởng thấp hơn so với những năm trước. Việc này sẽ làm giảm sức cạnh tranh của chi nhánh so với những chi nhánh ngân hàng khác trên địa bàn trong việc thu hút và mở rộng nhóm KHCN.

* Thu nhập từ dịch vụ KHCN

Thu nhập từ dịch vụ KHCN của chi nhánh thời gian gần đây có nhiều biến động, cụ thể năm 2020, thu nhập ròng từ cung cấp dịch vụ cho KHCN đạt 5 tỷ đồng; sang năm 2021 thu nhập ròng từ dịch vụ KHCN tăng mạnh và đạt 6,85 tỷ đồng. Nhưng đến năm 2022, thu nhập ròng từ dịch vụ đã giảm xuống chỉ còn 5,64 tỷ đồng và năm 2023 giảm xuống chỉ còn 5,57 tỷ đồng do ngân hàng đã áp dụng chính sách

miễn phí chuyển tiền qua kênh ngân hàng điện tử như MobileBanking, InternetBaning,...; miễn phí tin nhắn thông báo biến động số dư trên tài khoản thanh toán của khách hàng,...

Bảng 2.11: Thu nhập ròng từ dịch vụ KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng giai đoạn 2020-2023

Đvt: tỷ đồng

Chỉ tiêu thu dịch vụ KHCN	2020	2021	2022	2023
Dịch vụ thanh toán	1,06	1,59	1,21	1,09
Dịch vụ WU	0,01	0,01	0	0
Dịch vụ Ngân quỹ	0,14	0,14	0,09	0,09
Dịch vụ thẻ ghi nợ	0,99	0,90	0,81	0,77
Dịch vụ thẻ tín dụng	0,01	0,01	0	0
Dịch vụ Ngân hàng điện tử	2,41	2,53	2,43	2,55
Dịch vụ Bảo hiểm	0,27	0,25	0,22	0
Dịch vụ khác	0,10	1,43	0,87	1,07
Tổng thu dịch vụ ròng từ KHCN	5,00	6,85	5,64	5,57
<i>Tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ KHCN (%)</i>	<i>25,64</i>	<i>36,24</i>	<i>30,32</i>	<i>28,42</i>

(Nguồn: Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng 2020-2023)

Bên cạnh đó còn nguyên nhân từ phía khách hàng không tiếp tục sử dụng dịch vụ của ngân hàng nữa như dịch vụ thẻ tín dụng, dịch vụ bảo hiểm nên thu nhập từ dịch vụ này bị giảm sút. Bởi sự hiểu biết của người dân về thẻ tín dụng còn khá ít, một số điều khoản thanh toán còn khá mơ hồ, khó hiểu. Hơn nữa giai đoạn gần đây có một số bài báo và kênh truyền hình, mạng xã hội đưa tin rầm rộ về vấn đề một khách hàng sử dụng thẻ tín dụng nợ tiền thẻ tín dụng từ vài triệu đồng sau một thời gian đã tăng lên vài tỷ đồng khiến người dân nói chung và người dân trên địa bàn thành phố Cao Bằng khá hoang mang. Một số người dân đã đến chi nhánh ngân hàng xin hủy thẻ tín dụng, khóa thẻ tín dụng và ngưng sử dụng thẻ tín dụng để thanh toán khiến cho việc phát triển dịch vụ thẻ tín dụng dành cho KHCN của chi nhánh gặp nhiều khó khăn, sự gia tăng thẻ tín dụng mới khá chậm. Trong số những khách hàng mở mới thẻ tín dụng thì chỉ có 1% khách hàng sử dụng thẻ tín dụng để thanh toán các khoản tiêu dùng, số còn lại thậm chí còn chưa kích hoạt thẻ để sử dụng do tâm lý hoang mang.

Xét về tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ KHCN cho thấy tỷ trọng thu nhập này ở chi nhánh thời gian qua đang có xu hướng giảm từ 36,24% xuống chỉ còn 28,42% tổng thu nhập từ dịch vụ. Điều đó chính tỏ một số dịch vụ KHCN của chi nhánh chưa thực sự thu hút được khách hàng.

2.3. Đánh giá chung về thực trạng phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng

2.3.1. Kết quả đạt được

Nhờ triển khai đồng bộ nhiều giải pháp, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đã đạt được những kết quả tích cực trong hoạt động kinh doanh thời gian qua, trong đó có hoạt động phát triển KHCN, cụ thể:

Quy mô KHCN: Quy mô KHCN tăng trưởng khá ổn định qua các năm từ 53.501 khách hàng vào cuối năm 2020; năm 2021 số lượng khách hàng cá nhân tăng thêm 5,23% đạt 56.297 khách hàng; năm 2022 số lượng khách hàng tiếp tục có sự tăng trưởng với tốc độ cao hơn năm trước là 5,41% và đạt 59.340 khách hàng. Sang năm 2023, số lượng KHCN tăng với tốc độ tăng trưởng 6,33% so với năm 2022, đạt 63.098 khách hàng. Trong đó số lượng khách hàng ở độ tuổi lao động từ 20 đến 50 tuổi chiếm tỷ trọng lớn bao gồm cả KHCN là lao động tự do và cá nhân kinh doanh. Đặc biệt số lượng KHCN thuộc đối tượng ưu tiên năm 2023 đã tăng lên 117 khách hàng trong khi đó những năm trước chi nhánh không có khách hàng nào.

Các loại dịch vụ KHCN: Một số dịch vụ KHCN cũng đạt kết quả đáng khích lệ như số KHCN được vay vốn tăng trưởng ổn định; chi nhánh đã thực hiện giảm nợ, giãn nợ cho hơn 30 khách hàng với tổng dư nợ là 4,4 tỷ đồng. Số lượng khách hàng mở thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng tăng; số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ MobileBanking tăng trưởng trung bình mỗi năm trên 30%; Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ Bankplus tăng.

Khu vực thị trường: Số lượng KHCN ở thị trường nông thôn đã có sự tăng trưởng qua các năm. Điều đó chứng tỏ, việc tiếp cận khách hàng cá nhân ở khu vực này khá hiệu quả.

2.3.2. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, việc phát triển KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng vẫn còn những hạn chế cần khắc phục như:

Quy mô KHCN: Tốc độ tăng trưởng quy mô khách hàng cá nhân không cao chỉ khoảng dưới 6%. Quy mô KHCN là cán bộ quản lý và nhân viên, viên chức còn thấp chưa đến 10% tổng số KHCN của chi nhánh; Quy mô KHCN là người trẻ ở độ tuổi dưới 30 còn thấp chỉ khoảng 20% tổng số KHCN của chi nhánh.

Các loại dịch vụ KHCN: Số lượng KHCN gửi tiền tại chi nhánh có xu hướng giảm; Số lượng KHCN phát hành thẻ của chi nhánh tăng nhưng không nhiều, đặc biệt là số lượng KHCN phát hành thẻ tín dụng; Số lượng khách hàng được vay vốn tiêu dùng còn thấp, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ InternetBanking, dịch vụ SMS Banking có xu hướng giảm; Số lượng KHCN sử dụng dịch vụ Bankplus còn rất ít, chỉ có 47 khách hàng so với tổng số lượng khách hàng cá nhân của chi nhánh; Thu nhập từ dịch vụ KHCN có xu hướng giảm, chưa tương xứng với tiềm năng khai thác của thị trường.

Khu vực thị trường: Số lượng KHCN ở khu vực nông thôn còn ít, tăng trưởng chậm và chiếm tỷ trọng nhỏ so với tổng số khách hàng cá nhân trên địa bàn.

2.3.3. Nguyên nhân của những hạn chế

* Nguyên nhân chủ quan

- Năng lực và trình độ của cán bộ nhân viên ngân hàng

Cùng với việc nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp cho KHCN, chi nhánh cũng đã chú trọng đến việc nâng cao năng lực và trình độ cho cán bộ quản lý và nhân viên ngân hàng. Số lượng cán bộ chi nhánh có trình độ trên đại học có xu hướng tăng lên, số lượng cán bộ có trình độ cao đẳng giảm. Tuy nhiên đa phần cán bộ, nhân viên chi nhánh còn khá trẻ nên kinh nghiệm làm việc và kỹ năng giao tiếp với khách hàng còn nhiều hạn chế đã phần nào khiến cho một số khách hàng cảm thấy chưa hài lòng về thái độ và phong cách làm việc, cũng như chưa nhận được sự thấu hiểu, đồng cảm từ một số cán bộ nhân viên ngân hàng dẫn đến việc phát triển KHCN tại chi nhánh thời gian qua chưa đạt được kết quả cao.

- Mức độ ứng dụng công nghệ của ngân hàng

Những năm qua, các chi nhánh ngân hàng trên địa bàn thành phố Cao Bằng đã chủ động ứng dụng công nghệ thông tin, phát triển nhiều dịch vụ ngân hàng trên kênh số và các dịch vụ thanh toán không tiền mặt như: Mở tài khoản trực tuyến trên app, chuyển sang sử dụng thẻ phi vật lý, thẻ chip không tiếp xúc, sử dụng mã PIN điện tử ePIN, thanh toán bằng mã VietQR, ATM đa chức năng (CDM) với chức năng nạp tiền tự động và gửi tiền trực tuyến,... Tuy nhiên tại Agribank chi nhánh thành phố Cao Bằng thì việc triển khai một số ứng dụng dịch vụ ngân hàng hiện đại vẫn chưa được

đẩy mạnh. Bên cạnh đó, Chi nhánh cũng chưa mạnh dạn đầu tư công nghệ hiện đại nhằm tăng trải nghiệm của khách hàng, tạo ra những trải nghiệm trực quan, cá nhân hóa và có tính kết nối cao. Nhân sự có trình độ, am hiểu công nghệ ở Chi nhánh không nhiều nên việc tổng hợp dữ liệu khách hàng phục vụ cho việc cải tiến nâng cao chất lượng dịch vụ KHCN cũng bị ảnh hưởng. Đó cũng là nguyên nhân khiến cho việc phát triển KHCN của Chi nhánh chưa đạt được hiệu quả cao.

- Các hoạt động xúc tiến, chăm sóc khách hàng

Những năm gần đây, chi nhánh đã triển khai một số đợt khuyến mại tặng quà cho KHCN có hoàn cảnh khó khăn nhân dịp Tết Nguyên Đán và KHCN là bố/mẹ/vợ/chồng/ của người có công với cách mạng, tặng quà cho con em KHCN có hoàn cảnh khó khăn chăm ngoan học giỏi. Đồng thời chi nhánh cũng đã triển khai hội nghị tri ân khách hàng nhưng số lượng KHCN tham gia không nhiều, chỉ khoảng 30-50 người, tỷ trọng KHCN tham gia rất nhỏ so với tổng số lượng KHCN của chi nhánh. Đây cũng là một trong những nguyên nhân khiến việc phát triển KHCN của chi nhánh chưa đạt hiệu quả cao.

- Việc giao khoán chỉ tiêu phát triển khách hàng cá nhân chưa được Ban lãnh đạo Chi nhánh chú trọng thực hiện, Ban lãnh đạo Chi nhánh mới chỉ xác định và giao chỉ tiêu phát triển KHCN cho Phòng KHCN chịu trách nhiệm thực hiện.

* Nguyên nhân khách quan

- Tình hình kinh tế - xã hội của địa phương

Giai đoạn 2020-2023 kinh tế của tỉnh Cao Bằng nói chung và thành phố Cao Bằng nói riêng chịu ảnh hưởng nhiều từ đại dịch Covid-19 tốc độ tăng trưởng kinh tế bình quân giai đoạn này chỉ khoảng 2%, thu nhập bình quân đầu người một năm có tăng nhưng không nhiều đến cuối năm 2023, thu nhập bình quân đầu người chỉ đạt hơn 41 triệu đồng/năm. Tỷ lệ hộ nghèo đa chiều vẫn ở mức cao khoảng 29%; Trình độ dân trí đã được cải thiện đáng kể, nhưng vẫn ở mức thấp.

- Mức độ nhận thức của người dân về các dịch vụ ngân hàng

Mức độ nhận thức của người dân trên địa bàn nông thôn về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng còn nhiều hạn chế dẫn đến việc tiếp cận khách hàng ở khu vực này còn gặp nhiều khó khăn.

CHƯƠNG 3

MỤC TIÊU, PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM – CHI NHÁNH THÀNH PHỐ CAO BẰNG

3.1. Mục tiêu, phương hướng phát triển của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng đến năm 2030

Chương trình mục tiêu quốc gia (MTQG) xây dựng nông thôn mới được Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) xác định là một trong những chương trình tín dụng chính sách trọng điểm. Chương trình chính sách này đã và đang được triển khai tích cực với cam kết ưu tiên dành nguồn vốn lớn trong thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội, xây dựng nông thôn mới, giảm nghèo bền vững và đảm bảo an sinh xã hội.

Theo đó Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng cam kết sẽ hỗ trợ người dân về vốn để phát triển sản xuất nông nghiệp, xây dựng nông thôn mới, giúp các thôn thuộc các xã đặc biệt khó khăn khu vực biên giới, vùng núi của thành phố Cao Bằng được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới theo các tiêu chí nông thôn mới do UBND cấp tỉnh quy định.

Ngân hàng cũng sẽ chủ động nghiên cứu, triển khai nhiều cách làm hiệu quả để người dân được tiếp cận nguồn vốn Ngân hàng thông qua ký kết thỏa thuận hợp tác với Hội Nông dân, Hội Phụ nữ nhằm phát triển thêm nhiều tổ vay vốn; thông qua điểm giao dịch lưu động bằng ô tô chuyên dùng đưa vốn và dịch vụ ngân hàng tiện ích phục vụ người dân, nhất là khu vực nông nghiệp, vùng sâu, vùng xa, giúp người dân tiếp cận nguồn tín dụng, đầu tư vào phục vụ sản xuất và kinh doanh ở những xã đặc biệt khó khăn của thành phố Cao Bằng hiện nay.

Trên cơ sở đó từ nay đến 2030, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng đặt ra mục tiêu phấn đấu như:

- Tăng trưởng nguồn vốn huy động ổn định với tốc độ tăng trưởng bình quân năm là trên 4%/năm.
- Tăng trưởng vốn tín dụng với tốc độ bình quân là 10%/năm, trong đó 50% dư nợ tín dụng dành cho phát triển nông nghiệp nông thôn.
- Tỷ lệ nợ xấu phần đầu đạt dưới mức 1%/tổng dư nợ
- Thu dịch vụ khách hàng tăng trên 6%/năm.

- Tăng trưởng khách hàng bình quân năm đạt trên 15%, trong đó chủ yếu là khách hàng khu vực nông thôn.

Phương hướng cụ thể như sau:

Một là, phát triển đội ngũ cán bộ nhân sự cho Chi nhánh, đặc biệt là đội ngũ cán bộ nhân viên phòng khách hàng cá nhân.

Chất lượng nhân sự có vai trò rất quan trọng đối với sự phát triển của bất kì NHTM nào, trong đó có Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng. Nhận thức được điều đó, thời gian tới Chi nhánh sẽ tiếp tục triển khai nhiều hoạt động đào tạo, phát triển nhân sự nhằm nâng cao năng lực, trình độ và kỹ năng làm việc cho đội ngũ cán bộ làm việc tại Chi nhánh, đặc biệt đội ngũ cán bộ phát triển khách hàng cá nhân.

Hai là, đầu tư ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại vào quá trình cung cấp dịch vụ ngân hàng nhằm gia tăng tiện ích và sự trải nghiệm cho khách hàng.

Nhằm gia tăng sự hài lòng của khách hàng, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng chú trọng ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại nhằm cải tiến, chuẩn hóa quy trình giao dịch, quy trình tác nghiệp theo hướng giảm bớt thủ tục, thời gian giao dịch, hoàn thiện quy trình vận hành, đảm bảo hệ thống thông suốt, ổn định, theo dõi, giám sát và xử lý kịp thời các sự cố phát sinh. Đồng thời góp phần gia tăng các tiện ích và mang đến cho khách hàng sự trải nghiệm tốt nhất trong quá trình sử dụng các dịch vụ của ngân hàng.

Ba là, đẩy mạnh công tác chăm sóc khách hàng, quảng bá sản phẩm dịch vụ đến với từng người dân

Trước sự cạnh tranh gay gắt giữa các NHTM và các tổ chức tín dụng, để “giữ chân” và thu hút khách hàng mới, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng buộc phải đổi mới phương thức giao dịch theo hướng chuyên nghiệp, hiệu quả. Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng sẽ xây dựng hệ thống trao đổi thông tin 2 chiều, cho phép khách hàng trực tiếp phản ánh, đánh giá về chất lượng SPDV qua đường dây nóng, bộ phận quản lý khách hàng tại chi nhánh.

Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng luôn xác định lấy khách hàng là trung tâm, mở rộng cơ sở khách hàng, phát triển khách hàng mở tài khoản và sử dụng dịch vụ tiện ích qua đó khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ thanh toán hoặc sử dụng những phương thức thanh toán hiện đại, hạn chế thanh toán bằng tiền mặt nhằm phòng chống tình trạng rửa tiền, góp phần hạn chế và đẩy lùi nạn tín dụng đen trên địa bàn nông nghiệp, nông thôn.

Bốn là, phân bổ chỉ tiêu phát triển khách hàng cá nhân đến từng cán bộ nhân viên trong chi nhánh đảm bảo hoàn thành tốt kế hoạch đã đặt ra.

Mỗi cán bộ nhân viên trong Chi nhánh cần phải hiểu trách nhiệm phát triển khách hàng không phải của riêng một bộ phận hay một phòng ban nào mà là trách nhiệm của toàn thể nhân viên. Mỗi người đều phải làm tốt công tác chuyên môn của mình có như vậy mới tạo được dấu ấn tốt trong lòng khách hàng, đây sẽ là điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của Chi nhánh nói chung và phát triển khách hàng cá nhân nói riêng.

3.2. Một số giải pháp phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thành phố Cao Bằng

3.2.1. Tăng cường đào tạo nâng cao chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng cho đội ngũ cán bộ làm công tác phát triển khách hàng cá nhân

*** Cơ sở đề xuất giải pháp**

Xuất phát từ thực trạng công tác đào tạo nhân viên dịch vụ KHCN của chi nhánh thời gian qua chưa thực sự hiệu quả. Trình độ nhân viên dịch vụ KHCN chưa đồng đều, năng lực làm việc còn nhiều hạn chế đã ảnh hưởng phần nào đến kết quả phát triển KHCN của chi nhánh thời gian qua. Do vậy để nâng cao kết quả phát triển KHCN của chi nhánh thì thời gian tới, chi nhánh cần tăng cường công tác đào tạo hơn nữa theo hướng gia tăng tần suất đào tạo, xây dựng nội dung đào tạo phù hợp với nhu cầu, kết hợp linh hoạt các phương pháp và hình thức đào tạo.

*** Nội dung thực hiện**

Chi nhánh cần tăng cường công tác đào tạo tập trung vào hoạt động đào tạo chuyên sâu “Sản phẩm và kỹ năng bán” và “Nghiệp vụ” (tối thiểu phải chiếm trên 80% số khóa đào tạo) cho CBNV. Các chương trình đào tạo phải được xây dựng theo hướng gắn liền với Khung năng lực Cốt lõi, Khung năng lực Lãnh đạo của Ngân hàng. Các chương trình đào tạo không chỉ cung cấp lý thuyết mà hướng tới thay đổi tư duy cho CBNV: Lấy khách hàng làm trung tâm; Làm chủ công nghệ và Quản lý sự thay đổi, Thiết lập mục tiêu và quản lý thực hiện mục tiêu.

Đồng thời chi nhánh cũng cần thay đổi hình thức đào tạo linh hoạt đáp ứng nhu cầu đào tạo từ hình thức trực tiếp đến hình thức trực tuyến thông qua hệ thống Elearning; Có thể kết hợp nhiều hình thức đào tạo và áp dụng yếu tố Gamification giúp tăng hiệu quả hoạt động đào tạo. Nếu cần thiết, chi nhánh có thể xem xét lựa chọn những cán bộ nguồn, có đủ điều kiện về thời gian công tác, năng lực làm việc, có khả

năng phát triển ở những vị trí việc làm cao hơn để cử cán bộ đi học tập trung ở những Trường có uy tín như Đại học Kinh tế Quốc dân, Học viện Ngân hàng giúp họ có thêm nhiều kiến thức và hoàn thiện bản thân, nâng cao năng lực làm việc và có sự thăng tiến cao hơn trong công việc góp phần vào sự phát triển chung của chi nhánh trong thời gian tới.

Đồng thời cần kết hợp cùng đối tác để triển khai Khảo sát/ phỏng vấn chuyên sâu giúp đánh giá được những điểm thiếu hụt năng lực của CBNV, đồng thời ghi nhận những vấn đề tồn tại, từ đó xây dựng được chương trình đào tạo chuẩn theo Khung năng lực cho các vị trí có như vậy hiệu quả đào tạo mới đạt được một cách tối đa, giúp chi nhánh tiết kiệm được chi phí đào tạo và người học cũng hứng thú, hăng hái tham gia các hoạt động đào tạo mà chi nhánh tổ chức hơn.

Mở các khóa đào tạo cho nhân viên mới để nhân viên mới nắm rõ cơ cấu tổ chức, chiến lược phát triển, hệ thống các quy trình nghiệp vụ bán lẻ, kỹ năng thiết kế và phát triển SPDV, kỹ năng quản lý và triển khai bán tất cả các sản phẩm bán lẻ tại đơn vị kinh doanh NHB, kỹ năng giao tiếp phục vụ KH, kỹ năng đàm phán, văn hóa doanh nghiệp, các quyền lợi và nghĩa vụ cơ bản.

Thực hiện đánh giá kết quả đào tạo khoa học và nghiêm túc, đánh giá mức độ tiến bộ của nhân viên sau các khóa đào tạo dựa trên chất lượng và hiệu quả công việc, từ đó có chính sách đào tạo phù hợp hơn.

Duy trì chương trình đánh giá nhân viên hàng năm để phát hiện nhân tài, phát triển nhân tài thành lãnh đạo kế thừa cũng như có chính sách tốt đảm bảo giữ chân được nhân tài. Việc đánh giá nhân viên sẽ được thực hiện thông qua việc khảo sát ý kiến đánh giá khách hàng về hiệu quả và năng lực, thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng; thông qua đánh giá kết quả thực hiện nhiệm vụ được giao dựa trên các chỉ tiêu kế hoạch được giao với kết quả thực tế đạt được. Kết quả đánh giá được thực hiện 6 tháng 1 lần, cuối năm sẽ tổng hợp kết quả đánh giá ở 6 tháng đầu năm và 6 tháng cuối năm để đưa ra đánh giá cuối cùng về mức độ hoàn thành nhiệm vụ cũng như hiệu quả làm việc của mỗi nhân viên. Đặc biệt, nếu ý kiến của khách hàng ở lần đánh giá đầu tiên tức là 6 tháng đầu năm là “tốt” nhưng lần thứ 2 tức là 6 tháng cuối năm lại là “chưa tốt” hoặc “bình thường” thì cá nhân đó phải giải trình và thực hiện tự kiểm điểm lại cách thức làm việc của bản thân để tìm ra nguyên nhân của sự giảm sút về “chất lượng công việc” để có biện pháp khắc phục vấn đề của bản thân, nâng cao chất lượng và hiệu quả làm việc trong thời gian tiếp theo. Nếu những lần khảo sát tiếp theo ý kiến đánh giá của khách hàng về nhân sự đó không được cải thiện thì Ban Giám đốc cần chuyển nhân sự sang vị trí làm việc phù hợp hơn hoặc thực hiện đào tạo lại cho nhân

sự đó hoặc nếu cần thiết có thể chấm dứt hợp đồng lao động đối với nhân sự không đủ năng lực.

*** Kết quả dự kiến**

Nâng cao năng lực, kỹ năng nghề nghiệp cho nhân viên dịch vụ KHCN để họ có thể phát huy tốt những năng lực đó ứng dụng vào công việc chuyên môn của mình từ đó góp phần vào sự phát triển của chi nhánh và phát triển KHCN nói riêng.

Gia tăng số lượng khách hàng cá nhân cho chi nhánh ở tất cả các sản phẩm dịch vụ dành cho KHCN.

3.2.2. *Đẩy mạnh đầu tư công nghệ thông tin hiện đại gia tăng tiện ích và sự trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng sản phẩm dịch vụ của chi nhánh*

*** Cơ sở đề xuất giải pháp**

Khoa học công nghệ đã có những bước phát triển vượt bậc với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã hỗ trợ các ngân hàng rất nhiều trong việc hiện đại hóa hoạt động của mình. Với việc ứng dụng những thành tựu khoa học kỹ thuật hiện đại sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm của khách hàng tạo ra những trải nghiệm trực quan, cá nhân hóa và có tính kết nối cao. Ngân hàng cũng có thể quản lý khách hàng của mình tối ưu hơn, nắm bắt nhu cầu, thói quen của khách hàng để từ đó điều chỉnh những trải nghiệm trong quá trình sử dụng dịch vụ nhằm gia tăng sự hài lòng của khách hàng. Có như vậy việc phát triển KHCN dễ được thực hiện có hiệu quả hơn, tiết kiệm chi phí hơn.

*** Nội dung thực hiện**

Việc tăng cường nâng cao công nghệ thông tin của Chi nhánh bắt đầu từ vấn đề con người. Chi nhánh cần tuyển chọn những cán bộ công nghệ thông tin có trình độ nhằm có thể tổng hợp được các dữ liệu thông tin khách hàng một cách đầy đủ, tích hợp được các phần mềm công nghệ,... hỗ trợ tốt nhất cho các hoạt động kinh doanh của Chi nhánh.

Ngoài ra những cán bộ công nghệ thông tin này sẽ là cán bộ nguồn giúp Chi nhánh thực hiện công tác đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng tin học, công nghệ cho chính cán bộ hiện hữu ở Chi nhánh để đáp ứng nhu cầu về chuyển đổi số trong ngành ngân hàng. Và họ cũng sẽ là những cán bộ kỹ thuật hỗ trợ các cán bộ tại các bộ phận khách trong việc xử lý, giải quyết, khắc phục sự cố máy tính, thiết bị xảy ra trong quá trình tác nghiệp hàng ngày.

Thêm nữa, việc đầu tư cho công nghệ thông tin trên sẽ giúp Chi nhánh tiết kiệm được nguồn nhân lực cho các hoạt động kinh doanh khác để tăng thêm nhân lực cho việc tiếp xúc và tìm kiếm khách hàng mới.

Việc ứng dụng những thành tựu của cách mạng công nghệ 4.0 sẽ giúp các giao dịch của khách hàng một cách minh bạch và an toàn, khách hàng có thể gửi tiền, chuyển tiền nhanh chóng, an toàn và chi phí thấp, giảm thiểu đáng kể những nguy cơ bị tấn công và nguy cơ tiền giả.

*** Kết quả dự kiến**

Gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ của chi nhánh từ đó nhằm tạo dựng và củng cố lòng tin của khách hàng vào chi nhánh nói riêng và ngân hàng Agribank nói chung. Biến mỗi khách hàng trở thành một “nhân viên marketing” về sản phẩm dịch vụ cho chi nhánh nhờ đó chi nhánh sẽ dễ dàng thu hút khách hàng mới hơn.

3.2.3. *Đẩy mạnh hoạt động marketing về sản phẩm dịch vụ khách hàng cá nhân của chi nhánh đến với người dân, đặc biệt là khu vực nông thôn*

*** Cơ sở đề xuất giải pháp**

Hiện nay, số lượng khách hàng khu vực nông thôn của chi nhánh còn khá thấp, chỉ khoảng 4% trên tổng số KHCCN của chi nhánh và mức độ tăng trưởng khách hàng ở khu vực này cũng thấp. Trong khi đó, đây là khu vực có điều kiện kinh tế rất khó khăn, khả năng tiếp cận với các dịch vụ ngân hàng còn nhiều hạn chế sự hiểu biết về dịch vụ ngân hàng cũng còn hạn hẹp, dễ bị lợi dụng.

*** Nội dung thực hiện**

Để những người dân ở khu vực vùng sâu, vùng xa, vùng điều kiện kinh tế đặc biệt khó khăn có thể biết và hiểu về dịch vụ tài chính nói chung và sản phẩm dịch vụ ngân hàng như tiền gửi góp, tiền gửi tiết kiệm dự thưởng, tiết kiệm an sinh,... hay các sản phẩm vay vốn theo các chương trình ưu đãi của Chính phủ dành cho phát triển nông nghiệp, nông thôn, nông dân, xóa đói giảm nghèo,... thì việc quảng bá, tiếp thị sản phẩm là rất quan trọng. Công tác tiếp thị phải đảm nhận được vai trò là quảng bá thông tin tới KHCCN để KHCCN nắm bắt được các SPDV, lợi ích sử dụng các sản phẩm này và cách sử dụng SPDV.

Để hoạt động tuyên truyền có hiệu quả thì chi nhánh cần thành lập một bộ phận chuyên phân tích khách hàng và đối thủ cạnh tranh với mục đích nắm được thông tin của đối thủ để từ đó đưa ra các chính sách phù hợp. Đội ngũ marketing phải được tuyển chọn một cách chặt chẽ theo một quy trình tuyển chọn cụ thể với những tiêu chí và yêu cầu nhất định về trình độ chuyên môn, kinh nghiệm làm việc ở vị trí tương đương và kỹ năng làm việc đã hình thành được trong quá trình làm việc. Đồng thời

trong bản mô tả công việc và điều kiện dự tuyển cũng cần cho người tham gia tuyển dụng thấy được những đãi ngộ mà chi nhánh sẵn sàng dành cho họ nếu như họ vào làm việc có như vậy chi nhánh mới có thể tuyển dụng được những nhân sự có kinh nghiệm và có năng lực giúp chi nhánh thực hiện tốt công tác truyền thông, quảng bá sản phẩm dịch vụ đến với khách hàng một cách hiệu quả.

Đồng thời, tăng cường tham gia các chương trình văn hóa, thể thao, ủng hộ các quỹ từ thiện, xây dựng nhà tình nghĩa... để từ đó quảng bá được hình ảnh của Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng nói riêng và của Agribank nói chung ví dụ ủng hộ Chương trình Tết vì người nghèo; hỗ trợ Xây dựng nhà tình nghĩa cho hộ nghèo, gia đình liệt sĩ, thương binh nhân ngày Thương binh liệt sĩ 27/7, ủng hộ xây dựng Trường Mầm non, Trường Tiểu học, Thư viện cho các bản vùng cao giao thông đi lại khó khăn. Đây là những chương trình sẽ tạo dấu ấn cho người dân ở những địa bàn vùng núi, vùng sâu vùng xa. Do vậy nếu được thực hiện thường xuyên thì hiệu quả tuyên truyền mà nó mang lại sẽ rất lớn.

Tiến hành phân đoạn thị trường theo ngành nghề, địa bàn để có chính sách về sản phẩm bán lẻ, về giá... phù hợp. Ví dụ với những địa bàn vùng sâu, vùng xa, kinh tế khó khăn, thì một số dịch vụ ngân hàng cần định giá ở mức thấp hơn những địa bàn thành thị hoặc thậm chí có thể miễn phí dịch vụ cho khách hàng ở địa bàn này; đối với dịch vụ tín dụng thì cần bố trí cán bộ tín dụng hướng dẫn chi tiết và tỉ mỉ cho khách hàng trong việc hoàn thiện hồ sơ vay vốn, lãi suất vay vốn cũng cần điều chỉnh ở mức thấp hơn so với mặt bằng chung đang áp dụng trong từng giai đoạn cụ thể.

Tăng cường tổ chức các chiến dịch marketing sản phẩm qua các dịp lễ như kỷ niệm ngày thành lập Agribank, các ngày lễ lớn của đất nước với các chương trình khuyến mãi hấp dẫn và ưu đãi bất ngờ.

Giới thiệu rộng rãi các sản phẩm bán lẻ mới, các chương trình ưu đãi, khuyến mãi đến KH thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, báo đài, tivi, hay gọi điện thoại, gửi email, phát tờ rơi, gửi broche thông báo cho KHCN hoặc bán chéo sản phẩm của nhân viên tiếp thị... tạo điều kiện để KHCN được tiếp cận đến toàn bộ các sản phẩm, chương trình của Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng.

Tăng cường công tác marketing nội bộ, cán bộ Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng phải là người sử dụng và hiểu rõ về sản phẩm dịch vụ dành cho KHCN của ngân hàng mình nhất. Đồng thời, xây dựng đội ngũ nhân viên tiếp thị, quan hệ khách hàng chuyên nghiệp, có thể hiểu rõ nhu cầu của KHCN và phục vụ KHCN một cách tốt nhất.

*** Kết quả dự kiến**

Gia tăng sự nhận thức của khách hàng cá nhân nói chung và KHCN ở khu vực nông thôn về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng của chi nhánh để có thể lựa chọn những sản phẩm dịch vụ phù hợp, tránh bị những đối tượng “tín dụng đen” lợi dụng trước lợi.

Thu hút khách hàng mới, khách hàng cũ quay trở lại sử dụng các dịch vụ ngân hàng của chi nhánh, duy trì khách hàng cũ hiện hữu.

3.2.4. Thực hiện giao khoán chỉ tiêu phát triển khách hàng cá nhân cho từng cán bộ nhân viên trong chi nhánh

*** Cơ sở đề xuất giải pháp:**

Xuất phát từ thực trạng hiện nay tốc độ tăng trưởng quy mô KHCN tại chi nhánh còn khá thấp, dưới 6% trong khi đó đội ngũ cán bộ nhân viên dịch vụ KHCN hiện là 15 người, chiếm khoảng 40% tổng số nhân viên của toàn chi nhánh. Với số lượng nhân sự như vậy thì mức độ tăng trưởng quy mô KHCN như thời gian qua là chưa tương xứng. Do vậy trong thời gian tới để mở rộng quy mô KHCN hơn nữa thì Chi nhánh cần thực hiện giao khoán chỉ tiêu phát triển KHCN cho từng nhân viên dịch vụ KHCN của chi nhánh.

*** Nội dung của giải pháp**

Sau khi xây dựng kế hoạch phát triển KHCN của toàn chi nhánh, Ban Giám đốc chi nhánh cần giao cho Trưởng bộ phận/phòng KHCN tiến hành xem xét và bố trí nhân sự thực hiện. Đồng thời, Trưởng bộ phận/phòng KHCN phải họp và giao khoán chỉ tiêu phát triển KHCN cho từng nhân viên theo từng tháng/từng quý và định kỳ báo cáo tiến độ thực hiện, những khó khăn vướng mắc trong quá trình triển khai để Trưởng bộ phận/phòng nắm bắt được và có hướng giải quyết hoặc hỗ trợ kịp thời. Theo đó, mỗi cán bộ phòng KHCN sẽ phải có nhiệm vụ phát triển một lượng KHCN nhất định trong đó bao gồm cả khách hàng mới và khách hàng cũ quay trở lại sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Bởi việc khách hàng cá nhân cũ đã từng sử dụng dịch vụ của ngân hàng giờ lại quay trở lại sử dụng dịch vụ sẽ càng chứng tỏ dịch vụ của ngân hàng đã được cải thiện về chất lượng theo hướng tốt hơn, nhiều tiện ích hơn, đáp ứng nhu cầu khách hàng tốt hơn nhờ đó tạo sự lôi cuốn khách hàng cũ quay trở lại.

Định kì vào cuối tháng/quý mỗi nhân sự phải thực hiện tổng hợp kết quả thực hiện nhiệm vụ của mình để báo cáo Trưởng bộ phận/phòng KHCN. Đây là căn cứ để Trưởng bộ phận/phòng KHCN thực hiện báo cáo bằng văn bản kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển KHCN của từng nhân viên cho Ban Giám đốc được biết. Trong quá

trình triển khai nếu có vướng mắc vượt quá thẩm quyền, khả năng giải quyết của cấp Phòng thì cần báo cáo trực tiếp với Ban Giám đốc để xin ý kiến chỉ đạo, giải quyết kịp thời đảm bảo hoàn thành chỉ tiêu đúng theo kế hoạch đã đề ra.

Kết quả báo cáo thực hiện công việc của cá nhân, của lãnh đạo phòng/bộ phận sẽ là một trong những cơ sở để đánh giá hiệu quả công việc của từng cá nhân, tập thể và cán bộ quản lý làm cơ sở xem xét mức độ hoàn thành nhiệm vụ cuối năm, xem xét mức khen thưởng hợp lý đảm bảo sự công bằng giữa từng cán bộ, nhân viên trong chi nhánh.

Để đảm bảo đánh giá chính xác thì kết quả đánh giá sẽ được thực hiện dựa trên cả chỉ tiêu định tính và định lượng như sau:

Thứ nhất, chỉ tiêu định tính – sự hài lòng từ phía khách hàng: Các đánh giá về thái độ của khách hàng chính là tiền đề để xem xét hiệu quả của lực lượng nhân viên KHCN. Sau mỗi tháng/quý, Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng nên tổ chức các cuộc nghiên cứu từ phía khách hàng. Các nghiên cứu này được tổng hợp lại mỗi tháng, quý và cuối năm được đem ra xem xét tổng thể xem thái độ của khách hàng như thế nào. Nếu khách hàng cũ có những nhìn nhận tốt về các sản phẩm dịch vụ cũng như hiểu về nó và đem truyền bá với người khác thì lực lượng này hoạt động được xem là đã làm việc có hiệu quả. Đặc biệt là với những khách hàng mới thì có được độ nhận biết các sản phẩm dịch vụ, tin tưởng vào các sản phẩm dịch vụ và dùng các sản phẩm dịch vụ KHCN của chi nhánh thì được xem là các nhân viên đã hoàn thành hiệu quả trong việc tìm kiếm và gây dựng các khách hàng mới. Chi nhánh định ra rõ là 80% thời gian các nhân viên dành cho phát triển khách hàng mới và 20% là dành cho các khách hàng cũ. Các nhân viên dịch vụ KHCN phải làm sao biến các thái độ và nhìn nhận của khách hàng có được các những điều tốt về các sản phẩm dịch vụ từ đó đem ra giới thiệu với các người khác.

Thứ hai, hiệu quả qua các tiêu chí định lượng: Đây chính là việc xem xét chính thức về hiệu quả hoạt động của lực lượng nhân viên dịch vụ KHCN. Chi nhánh phải xác định rõ hiệu quả của hoạt động của hoạt động phát triển KHCN là thể hiện qua số lượng khách hàng cá nhân phát triển được 1 tháng, quý, năm có đảm bảo hoàn thành kế hoạch đề ra hay không? Nguyên nhân của việc không hoàn thành kế hoạch là gì, xuất phát từ khâu nào,... Nếu vượt chỉ tiêu đề ra thì là do đâu? Để có biện pháp điều chỉnh, rút kinh nghiệm cho những năm tiếp theo.

Trên cơ sở đánh giá đúng đắn khách quan để thực hiện chính sách lương thưởng, kỷ luật - phạt kịp thời, nghiêm minh nhằm khuyến khích, động viên nhân viên, nâng cao hiệu quả của phát triển KHCN và hiệu quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh trong thời gian tới. Chính sách thưởng – phạt sẽ được xác định dựa vào mức độ hoàn thành kế hoạch được giao của KHCN. Trong đó chính sách thưởng sẽ bao gồm những khoản thưởng về vật chất dưới dạng tiền thưởng, hiện vật (xe ô tô, xe máy, 01 chuyến du lịch nước ngoài hoặc trong nước cho cá nhân/cho cả gia đình,..) và cả về mặt tinh thần như tặng bằng khen, tuyên dương toàn Chi nhánh, đề bạt lên vị trí cao hơn,... Đó là nguồn động viên tinh thần tốt nhất đối với cán bộ nhân sự có thành tích tốt, đồng thời thể hiện sự ghi nhận công sức cống hiến đóng góp của bản thân họ đối với sự phát triển của Chi nhánh.

*** Kết quả dự kiến**

Số lượng KHCN được gia tăng cả về quy mô lẫn tốc độ tăng trưởng, thu nhập từ dịch vụ KHCN có sự tăng trưởng tốt theo đúng kế hoạch đề ra.

3.2.5. Tăng cường mở rộng mạng lưới phân phối nhằm gia tăng sự thuận tiện cho khách hàng

*** Cơ sở đề xuất giải pháp:**

Xuất phát từ thực trạng khả năng tiếp cận dịch vụ ngân hàng của KHCN ở khu vực nông thôn, địa bàn kinh tế khó khăn, vùng sâu vùng xa trên địa bàn thành phố Cao Bằng còn nhiều hạn chế khiến cho lượng KHCN ở khu vực này tăng trưởng khá chậm.

*** Nội dung của giải pháp**

Việc gia tăng, mở rộng mạng lưới phân phối để tăng khả năng tiếp cận dịch vụ ngân hàng cho KHCN là rất cần thiết đối với sự phát triển dịch vụ ngân hàng nói chung và dành cho KHCN nói riêng. Để mở rộng mạng lưới, Chi nhánh cần chú trọng phát triển cả mạng lưới cứng và mạng lưới mềm. Cụ thể:

Đối với mạng lưới cứng: Khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ ngân hàng, sự thuận tiện luôn là một yếu tố được đề cao. Trong đó, sự thuận tiện về vị trí địa lý, khoảng cách và thời gian tiếp cận. Do vậy, việc không ngừng phát triển các điểm giao dịch mới như chi nhánh, phòng giao dịch, điểm liên doanh liên kết, điểm giao dịch ngân hàng tự động, xe lưu động đến tận những địa bàn vùng sâu vùng xa, địa bàn đặc biệt khó khăn để tuyên truyền, giới thiệu và hướng dẫn người dân sử dụng các dịch vụ ngân hàng bao gồm gửi tiền, vay vốn hay thanh toán... là rất cần thiết có như vậy khách hàng nông thôn mới có khả năng tiếp cận dịch vụ ngân hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Đối với mạng lưới mềm: Là các phương thức giao dịch được tạo ra mà không cần đến các điểm giao dịch chính thức như hệ thống các điểm chấp nhận dịch vụ đặt tại các nơi phát sinh hoạt động mua bán của khách hàng như nhà hàng, siêu thị, trung tâm thương mại, thậm chí có thể đặt tại các cửa hàng tạp hóa nhỏ lẻ, khu vực du lịch... và các phương thức thực hiện dịch vụ thông qua các hình thức khác nhau như web, app, các đối tác bán chéo dịch vụ hiện nay.

* Kết quả dự kiến

Số lượng KHCN ở khu vực nông thôn sử dụng dịch vụ ngân hàng của Chi nhánh tăng lên từ 1-2% mỗi năm.

3.3. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước và Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam

3.3.1. Kiến nghị với Ngân hàng nhà nước

Để góp phần thúc đẩy sự phát triển của các dịch vụ ngân hàng dành cho KHCN thì trong thời gian tới, NHNN cần:

Xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng tài chính bền vững, hoàn thiện các hệ thống hỗ trợ thanh toán điện tử, hoàn thiện cơ sở dữ liệu thông tin quốc gia thống nhất, cho phép ngân hàng thương mại được khai thác, phục vụ quá trình cung cấp sản phẩm dịch vụ cho khách hàng.

Xem xét thay đổi cơ chế quản lý theo hướng cho phép thực hiện các môi trường pháp lý dạng thí điểm đối với sản phẩm tài chính mới; quy định về việc cung ứng sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng dựa trên nền tảng công nghệ số, tài khoản điện tử... cũng như các quy định trong đảm bảo an toàn, bảo mật giao dịch điện tử.

Tăng cường công tác thanh kiểm tra hoạt động kinh doanh tại các ngân hàng thương mại để có các cảnh báo và giải pháp chấn chỉnh kịp thời. Ngân hàng Nhà nước cần quan tâm chỉ đạo việc đổi mới nâng cao năng lực và hiệu quả của công tác thanh tra, giám sát hoạt động của các ngân hàng thương mại, tổ chức tín dụng nhằm đảm bảo an toàn hệ thống ngân hàng.

3.3.2. Kiến nghị với Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam

Tăng cường triển khai, đầu tư hạ tầng, cơ sở vật chất cho hệ thống CNTT hiện đại cho hoạt động ngân hàng tại Agribank nói chung và Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng nói riêng, đặc biệt là đầu tư hệ thống CNTT hiện đại phục vụ khách hàng trong thời gian tới.

Đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, rút ngắn quy trình xử lý hồ sơ, cải cách toàn diện các quy trình, nghiệp vụ, gia tăng sự hài lòng từ khách hàng, đưa ra các cơ chế chính sách mang tính thị trường và cạnh tranh.

Tăng cường sự phối kết hợp giữa Hội sở chính và các Chi nhánh toàn hệ thống trong quá trình hoạt động kinh doanh, trong công tác quản lý, nâng cao chất lượng tín dụng, xử lý nợ và các vướng mắc có liên quan đến các sản phẩm dịch vụ.

Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động kinh doanh nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động, đồng thời nhanh chóng đưa ra các thông số, dữ liệu lưu trữ đầy đủ về từng khách hàng giúp các Chi nhánh khai thác thông tin về khách hàng một cách nhanh chóng và thuận lợi nhất.

KẾT LUẬN

Trong những năm gần đây, đặc biệt là giai đoạn 2020-2023, kinh tế trong nước và quốc tế chịu ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid-19 đời sống người dân gặp nhiều khó khăn. Nhưng Agribank nói chung và Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng với vai trò đi đầu trong hệ thống ngân hàng trên nhiều lĩnh vực đã có những đóng góp quan trọng vào công cuộc xóa đói, giảm nghèo, phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn Thành phố Cao Bằng trong thời gian qua.

Từ kết quả nghiên cứu của đề án ***Phát triển khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Thành phố Cao Bằng*** giai đoạn 2020-2023, đề án đã hoàn thành những nhiệm vụ sau:

Một là, hệ thống hóa lý luận cơ bản về phát triển KHCN tại NHTM, trong đó làm rõ khái niệm phát triển KHCN tại NHTM; nội dung phát triển KHCN tại NHTM và các nhân tố ảnh hưởng.

Hai là, phân tích thực trạng phát triển KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng, từ đó chỉ ra những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân của hạn chế trong phát triển KHCN tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng.

Ba là, đề xuất các giải pháp có tính đồng bộ khả thi và đưa ra một số kiến nghị với NHNN Việt Nam và Hội sở Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam nhằm phát triển KHCN trong thời gian tới tại Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng việt

1. Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng (2020), *Báo cáo hoạt động kinh doanh năm 2020*.
2. Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng (2021), *Báo cáo hoạt động kinh doanh năm 2021*.
3. Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng (2022), *Báo cáo hoạt động kinh doanh năm 2022*.
4. Agribank chi nhánh Thành phố Cao Bằng (2023), *Báo cáo hoạt động kinh doanh năm 2023*.
5. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2021), *Giáo trình Triết học Mác - Lê nin*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia - Sự thật, Hà Nội.
6. David Cox, (1997), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*.
7. Đồng Thị Kiều Linh (2015), *Quản trị quan hệ khách hàng cá nhân tại Ngân hàng HD Bank Chi nhánh Đà Nẵng*, luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Đà Nẵng.
8. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2019), *Thông tư số 89/2019/TT-NHNN ngày 04 tháng 11 năm 2019, Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 46/20216/TT-NHNN quy định về cho vay tiêu dùng của công ty tài chính*.
9. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2021), *Thông tư số 03/2021/TT-NHNN ngày 02/4/2021, Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 01/2020/TT-NHNN ngày 13/3/2020 về việc tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn, giảm lãi, phí, giữ nguyên nhóm nợ nhằm hỗ trợ khách hàng chịu ảnh hưởng bởi dịch Covid – 19*.
10. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2023), *Thông tư 06/2023/TT-NHNN ngày 28 tháng 06 năm 2024, Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 39/20216/TT-NHNN*.
11. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2023), *Thông tư 12/2024/TT-NHNN ngày 28 tháng 06 năm 2023, Sửa đổi, bổ sung một số điều của Thông tư số 39/20216/TT-NHNN*.
12. Nguyễn Đăng Dòn (2011), *Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.
13. Nguyễn Minh Kiều (2012), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*, Nhà xuất bản Lao động Xã hội, Hà Nội.
14. Nguyễn Minh Kiều (2013), *Tín dụng và thẩm định tín dụng ngân hàng*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội.

15. Phan Thị Thu Hà (2013), *Giáo trình Ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
16. Quốc Hội (2024), *Luật các Tổ chức tín dụng số 32/2024/QH15* ban hành ngày 18 tháng 01 năm 2024.
17. Trần Huy Hoàng (2011), *Quản trị ngân hàng*, Nhà xuất bản Lao động xã hội **Tiếng Anh**
18. Berger, A. N., Demirguc-Kunt, A., Levine, R., & Haubrich, J. G. (2005), *Bank Concentration and Competition: An Evolution in the Making*, *Journal of Money, Credit and Banking*, 37(2), 434-450.