

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



HOÀNG THỊ NGÂN

TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG
CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ
PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM -
CHI NHÁNH TỈNH 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



HOÀNG THỊ NGÂN

TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG
CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ
PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM -
CHI NHÁNH TỈNH 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 TỔ 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 thực hiện và không vi phạm yêu cầu về sự trung thực trong học thuật.

Hà Nội, ngày... tháng ... năm 2024

Học viên



Hoàng Thị Ngân

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 nói chung, Viện Thương mại và Kinh tế quốc tế, Viện Sau đại học nói riêng về những ý kiến đóng góp thẳng thắn, sâu sắc và giúp đỡ tận tình để tôi hoàn thành bài đề án thạc sỹ của mình.

Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành nhất tới toàn thể lãnh đạo, cán bộ nhân viên, khách hàng của Agribank chi nhánh tỉnh 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 khách hàng 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 sỹ.

Hà Nội, ngày ... tháng ... năm 2024

Học viên



Hoàng Thị Ngân

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	vii
DANH MỤC CÁC HÌNH	ix
TÓM TẮT ĐỀ ÁN	x
PHẦN MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ HUY ĐỘNG TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	6
1.1. Khái quát về huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại ..6	
1.1.1. Khái niệm và đặc điểm về huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại	6
1.1.2. Các hình thức huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại	7
1.1.3. Vai trò của huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại	9
1.2. Nội dung huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại	10
1.2.1. Lập kế hoạch huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân.....	10
1.2.2. Tổ chức thực hiện kế hoạch huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân ...	11
1.2.3. Kiểm soát hoạt động huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân	12
1.3. Các chỉ tiêu đánh giá hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại	12
1.3.1. Chỉ tiêu về quy mô huy động tiền gửi khách hàng cá nhân.....	12
1.3.2. Chỉ tiêu về cơ cấu huy động tiền gửi khách hàng cá nhân	13

1.3.3. Chỉ tiêu về chi phí, thời gian bình quân và khả năng sinh lời huy động tiền gửi khách hàng cá nhân	14
1.3.4. Đánh giá của khách hàng về hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân	15
1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến huy động tiền gửi khách hàng cá nhân	16
1.4.1. Các nhân tố chủ quan.....	16
1.4.2. Các nhân tố khách quan.....	17
CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH TỈNH CAO BẰNG	20
2.1. Tổng quan về hoạt động của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng	20
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	20
2.1.2. Đặc điểm hoạt động của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng	20
2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2019 - 2023	22
2.2. Phân tích thực trạng huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	24
2.2.1. Thực trạng nội dung huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân.....	24
2.2.2. Quy mô huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	29
2.2.3. Cơ cấu huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	33
2.2.4. Chi phí, thời gian trung bình và khả năng sinh lời từ huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	38
2.2.5. Đánh giá của khách hàng về hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	41
2.3. Đánh giá chung về huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	47
2.3.1. Kết quả đạt được	47
2.3.2. Hạn chế	48
2.3.3. Nguyên nhân của các hạn chế.....	49

CHƯƠNG 3: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH TỈNH CAO BẰNG ĐẾN NĂM 2030.....52

3.1. Phương hướng tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng52

3.1.1. Phương hướng phát triển chung tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng ...52

3.1.2. Phương hướng và mục tiêu tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....53

3.2. Một số giải pháp tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....53

3.2.1. Xây dựng phương hướng và kế hoạch huy động tiền gửi khách hàng cá nhân phù hợp bám sát với tình hình thực tiễn của địa phương53

3.2.2. Áp dụng linh hoạt chính sách huy động tiền gửi khách hàng cá nhân trên địa bàn tỉnh Cao Bằng.....56

3.2.3. Nâng cao chuyên môn, kỹ năng tư vấn của đội ngũ cán bộ nhân viên tại ngân hàng58

3.2.4. Đẩy mạnh các hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng của dịch vụ huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại chi nhánh.....59

3.2.5. Hoàn thiện cơ sở hạ tầng tại chi nhánh.....60

3.3. Kiến nghị với Ngân hàng nhà nước nói chung và Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam nói riêng62

3.3.1. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước62

3.3.2. Kiến nghị đối với Agribank62

KẾT LUẬN65

TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Giải nghĩa
Agribank	Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam
BIDV	Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam
HĐQT	Hội đồng quản trị
HĐV	Huy động vốn
KH	Khách hàng
KHCN	Khách hàng cá nhân
NHNN	Ngân hàng nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
SPDV	Sản phẩm dịch vụ
TCTD	Tổ chức tín dụng
TMCP	Thương mại cổ phần

DANH MỤC CÁC BẢNG

<u>Bảng</u>	<u>Trang</u>
Bảng 2.1. Mạng lưới hoạt động của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng	22
Bảng 2.2. Kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2019 - 2023.....	23
Bảng 2.3. Các chỉ tiêu kế hoạch huy động vốn KHCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng	24
Bảng 2.4. Các sản phẩm tiết kiệm chính đang được triển khai tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	27
Bảng 2.5. So sánh chính sách lãi suất của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác năm 2023	28
Bảng 2.6. Số lượng KHCN gửi tiền và tốc độ tăng trưởng tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	30
Bảng 2.7. Quy mô HĐ tiền gửi KHCN và tốc độ tăng trưởng tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	30
Bảng 2.8. So sánh tốc độ tăng trưởng quy mô HĐ tiền gửi KHCN của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác trên địa bàn và hệ thống Agribank	31
Bảng 2.9. Tỷ trọng HĐ tiền gửi KHCN trong quy mô HĐV tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	32
Bảng 2.10. Tình hình thực hiện huy động tiền gửi KHCN so với kế hoạch tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	33
Bảng 2.11. Cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo kỳ hạn tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	34
Bảng 2.12. So sánh tỷ lệ huy động tiền gửi KHCN không kỳ hạn (vốn giá rẻ) của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác.....	34
Bảng 2.13. Cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo loại tiền tệ tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	36
Bảng 2.14. Cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo kênh huy động tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	36

Bảng 2.15. So sánh tỷ trọng huy động tiền gửi KHCN qua kênh online của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác.....	37
Bảng 2.16. Chi phí trả lãi huy động tiền gửi KHCN bình quân của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	38
Bảng 2.17. Thời gian huy động tiền gửi KHCN bình quân của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng và các NHTM khác	40
Bảng 2.18. Khả năng sinh lời của hoạt động HĐ tiền gửi KHCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	40
Bảng 2.19. Sự hài lòng của KHCN đối với khía cạnh "Sự tin cậy" của dịch vụ huy động tiền gửi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	42
Bảng 2.20. Sự hài lòng của KHCN đối với khía cạnh "Khả năng đáp ứng" của dịch vụ huy động tiền gửi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	43
Bảng 2.21. Sự hài lòng của KHCN đối với khía cạnh "Năng lực phục vụ" của dịch vụ huy động tiền gửi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	44
Bảng 2.22. Sự hài lòng của KHCN đối với khía cạnh "Sự đồng cảm" của dịch vụ huy động tiền gửi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	45
Bảng 2.23. Sự hài lòng của KHCN đối với khía cạnh "Phương tiện hữu hình" của dịch vụ huy động tiền gửi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	46

DANH MỤC CÁC HÌNH

<u>Hình</u>	<u>Trang</u>
Hình 2.1. Cơ cấu tổ chức của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng	21
Hình 2.2. So sánh tốc độ tăng trưởng quy mô HĐ tiền gửi KHCN của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác trên địa bàn và hệ thống Agribank	31
Hình 2.3. Tỷ trọng quy mô HĐ tiền gửi KHCN trong quy mô HĐV tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.....	32
Hình 2.4. So sánh tỷ lệ huy động tiền gửi KHCN không kỳ hạn (vốn giá rẻ) của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác	35
Hình 2.5. So sánh tỷ trọng huy động tiền gửi KHCN qua kênh online của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác	37
Hình 2.6. So sánh chi phí trả lãi bình quân của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác	39
Hình 2.7. So sánh hệ số NIM của hoạt động HĐ tiền gửi KHCN của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác.....	41

TÓM TẮT ĐỀ ÁN

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt của thị trường ngân hàng, việc tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân (KHCCN) tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trở nên cấp thiết. Mục tiêu của nghiên cứu là đánh giá thực trạng huy động tiền gửi KHCCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong giai đoạn 2019-2023 và đề xuất các giải pháp nhằm tăng cường huy động tiền gửi đến năm 2030. Phương pháp nghiên cứu sử dụng bao gồm thu thập dữ liệu thứ cấp từ các báo cáo kinh doanh và dữ liệu sơ cấp thông qua khảo sát 200 khách hàng KHCCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, với 181 phiếu khảo sát hợp lệ. Các phương pháp phân tích bao gồm thống kê mô tả, phân tích so sánh, và tổng hợp dữ liệu.

Đề án gồm ba nội dung chính: cơ sở lý thuyết, thực trạng, và giải pháp. Phần cơ sở lý thuyết hệ thống hóa các khái niệm cơ bản về huy động tiền gửi KHCCN tại các ngân hàng thương mại, bao gồm quy mô, cơ cấu, chi phí, và các yếu tố ảnh hưởng. Phần thực trạng phân tích chi tiết kết quả huy động tiền gửi KHCCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng từ 2019 đến 2023, nêu rõ những điểm mạnh và hạn chế trong hoạt động này. Cuối cùng, phân giải pháp đề xuất một loạt các biện pháp như cải thiện chính sách lãi suất, nâng cao chất lượng dịch vụ, và tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin để nâng cao hiệu quả huy động tiền gửi KHCCN.

Đề án không chỉ cung cấp cái nhìn toàn diện về tình hình huy động tiền gửi KHCCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng mà còn đưa ra các giải pháp thiết thực nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn, từ đó góp phần củng cố vị thế cạnh tranh của ngân hàng. Các giải pháp đề xuất sẽ giúp Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cải thiện dịch vụ, thu hút và giữ chân khách hàng, đồng thời nâng cao chất lượng quản lý và điều hành hoạt động kinh doanh. Kết quả nghiên cứu có thể làm cơ sở tham khảo cho các chi nhánh khác của Agribank trong việc phát triển chiến lược huy động vốn KHCCN.

Từ khóa: Tăng cường, huy động tiền gửi, khách hàng cá nhân, ngân hàng thương mại...

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Hoạt động huy động vốn của ngân hàng thương mại (NHTM) đóng một vai trò thiết yếu trong việc tạo dựng nền móng vững chắc cho sự phát triển kinh tế. Cụ thể, việc huy động vốn cho phép ngân hàng thu thập nguồn lực tài chính từ công chúng, bao gồm cả tiền gửi tiết kiệm và các khoản đầu tư khác, qua đó tạo ra một nguồn vốn dồi dào để cho vay và đầu tư. Nguồn vốn này không chỉ giúp NHTM mở rộng quy mô hoạt động, mà còn hỗ trợ cho các ngân hàng thương mại và cá nhân trong việc thực hiện dự án, mua sắm, và đầu tư, từ đó thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Hơn nữa, khả năng huy động vốn mạnh mẽ cũng góp phần vào việc tăng cường uy tín và vị thế của ngân hàng trong hệ thống tài chính quốc gia.

Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu hiện nay, sự tăng cường hoạt động huy động tiền gửi tại NHTM trở nên càng quan trọng hơn. Điều này không chỉ liên quan đến việc đáp ứng nhu cầu vốn ngày càng tăng của thị trường, mà còn hỗ trợ ngân hàng trong việc cải thiện và đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ, nhằm thu hút và giữ chân khách hàng. Việc đầu tư vào công nghệ, cải tiến quy trình, và tập trung vào nhu cầu cụ thể của khách hàng giúp ngân hàng không chỉ tăng cường hiệu quả hoạt động, mà còn nâng cao khả năng cạnh tranh trong một thị trường ngày càng đòi hỏi sự sáng tạo và linh hoạt. Qua đó, ngân hàng không chỉ góp phần vào sự phát triển kinh tế tổng thể, mà còn tạo dựng được một vị thế vững chắc trong ngành ngân hàng, đáp ứng nhanh chóng và hiệu quả với những biến động của thị trường.

Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng được thành lập vào năm 1988 và chính thức hoạt động từ ngày 1/8/1988, đánh dấu một bước tiến quan trọng trong việc phát triển kinh tế nông nghiệp và nông thôn tại khu vực. Với 21 điểm giao dịch và đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp, ngân hàng này đã không ngừng mở rộng và cải tiến hoạt động của mình, từ việc chỉ tập trung vào nhiệm vụ chính trị ban đầu đến một ngân hàng thương mại đa năng hiện đại. Đặc biệt, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã và đang thực hiện vai trò chủ đạo trong việc hỗ trợ phát triển nông nghiệp, nông thôn thông qua các chương trình tín dụng có lãi suất ưu đãi và dịch vụ ngân hàng đa dạng. Tính đến ngày 31/12/2023, tổng nguồn vốn huy động tiền gửi khách hàng cá nhân (KHCCN) của chi nhánh đạt được là 10.330 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2020 - 2023 đạt được trung bình là 4,39%.

Mặc dù chi nhánh đã đẩy mạnh hoạt động huy động tiền gửi KHCN trong giai đoạn 2020-2023 nhưng sự phát triển dịch vụ vẫn còn nhiều hạn chế. Điều đó được thể hiện cụ thể như: tốc độ tăng trưởng huy động tiền gửi KHCN bình quân hàng năm giai đoạn 2020 - 2023 chỉ đạt mức 4,39%, một con số thấp hơn so với mức tăng trưởng trung bình của giai đoạn 2015-2019 (10,34%) và thấp hơn các chi nhánh ngân hàng thương mại khác trên địa bàn tỉnh Cao Bằng. Điều này đã phản ánh rõ nét trong sự sụt giảm của thị phần từ 36,2% vào năm 2020 xuống còn 33,5% vào năm 2023, là một dấu hiệu cảnh báo về sức cạnh tranh đang giảm sút của ngân hàng này. Ngoài ra, tỷ lệ khách hàng cá nhân khiếu nại về dịch vụ huy động tiền gửi vẫn ở mức cao, cùng với sự chậm trễ trong việc giải quyết các khiếu nại này, làm ảnh hưởng đến hình ảnh và uy tín của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng. Đồng thời, sự gia tăng số lượng các ngân hàng thương mại có mặt trên địa bàn tỉnh càng làm tăng thách thức cạnh tranh, buộc Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng phải đối mặt với nhiều khó khăn trong việc giữ vững thị phần và lợi thế cạnh tranh trong huy động tiền gửi KHCN. Trước tình hình này, việc tăng cường huy động tiền gửi KHCN trở nên cấp thiết nhằm không chỉ cải thiện tình trạng hiện tại mà còn giúp ngân hàng giữ vững vị thế, khẳng định thương hiệu và tạo dựng niềm tin nơi khách hàng.

Xuất phát từ những lý do trên, tác giả đã lựa chọn đề tài “**Tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng**” làm đề án tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu

Trên cơ sở phân tích và đánh giá thực trạng huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, đề án đề xuất các giải pháp nhằm tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đến năm 2030.

2.2. Nhiệm vụ cụ thể

- Hệ thống hoá những vấn đề cơ bản về huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại các Ngân hàng thương mại.

- Phân tích thực trạng huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong giai đoạn 2019 - 2023.

- Đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đến 2030.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- **Đối tượng nghiên cứu:** Lý luận và thực tiễn huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.

- **Phạm vi nghiên cứu:**

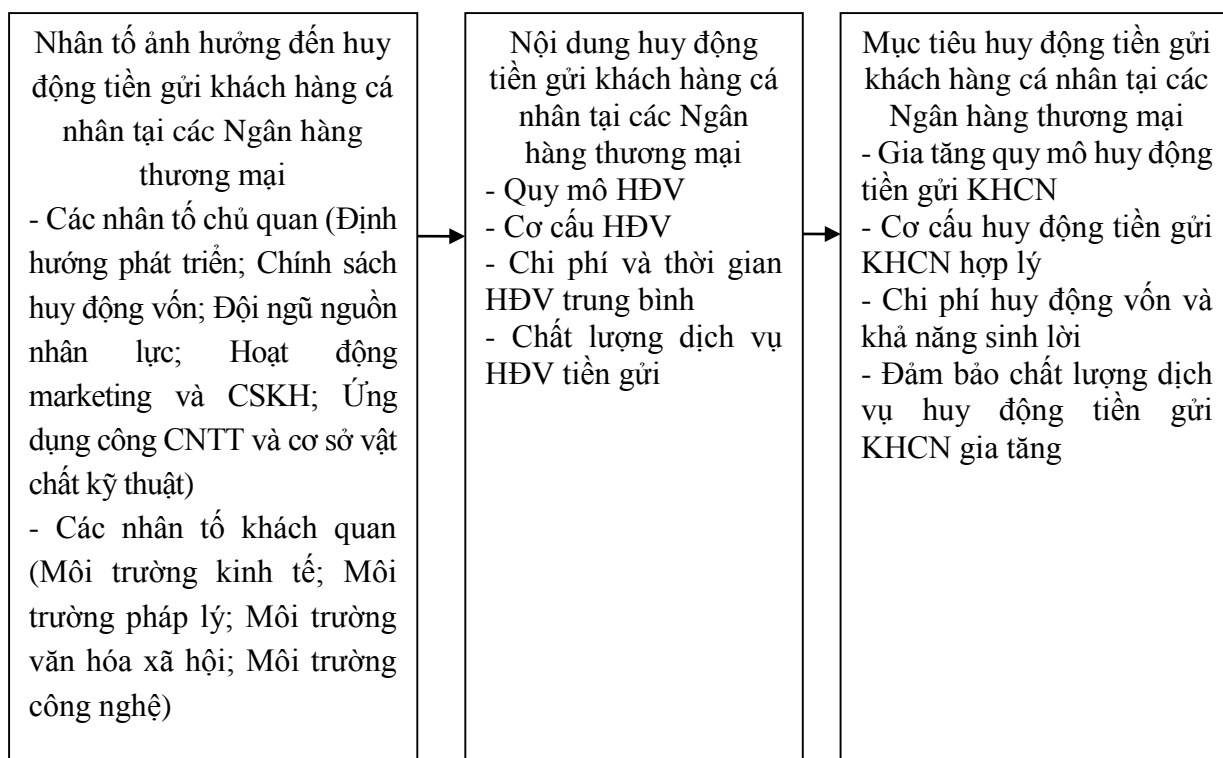
+ *Về nội dung:* Tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

+ *Về không gian:* Nghiên cứu tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng và khảo sát đánh giá của khách hàng cá nhân đang sử dụng dịch vụ tiền gửi tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.

+ *Về thời gian:* Dữ liệu thứ cấp trong đề án được thu thập cho giai đoạn 2019 - 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 huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại các Ngân hàng thương mại thông qua việc đọc và tổng hợp các tài liệu, công trình

ngiên cứu và các văn bản có liên quan. Các phương pháp chủ yếu được sử dụng ở bước này là phương pháp tổng hợp, mô hình hóa.

- **Bước 2:** Thu thập dữ liệu thứ cấp về kết quả tình huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng và dữ liệu sơ cấp.

Dữ liệu thứ cấp

Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các nguồn như sau:

+ Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng các năm 2019, 2020, 2021, 2022, 2023.

+ Báo cáo kết quả huy động vốn khách hàng cá nhân, cơ cấu huy động vốn khách hàng cá nhân, chi phí lãi bình quân của KHCN, thu nhập từ hoạt động huy động tiền gửi KHCN... của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng các năm 2019, 2020, 2021, 2022, 2023.

+ Thu thập các báo cáo về tình hình huy động tiền gửi KHCN của hệ thống NHTM trên địa bàn tỉnh Cao Bằng, của hệ thống Agribank các năm 2020, 2021, 2022, 2023 để so sánh và làm cơ sở để đánh giá được mức độ phát triển dịch vụ huy động vốn tại Chi nhánh.

+ Thu thập các tài liệu liên quan đến cơ sở lý luận về huy động tiền gửi KHCN và tăng cường huy động tiền gửi KHCN cho đề án nghiên cứu.

Dữ liệu sơ cấp:

+ Đối tượng khảo sát: Khảo sát được thực hiện với các khách hàng cá nhân đã gửi tiền tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong năm 2023.

+ Mục đích khảo sát: Mục đích của khảo sát là đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ huy động vốn của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.

+ Nội dung khảo sát: Khảo sát tập trung vào các khía cạnh chính của dịch vụ ngân hàng, bao gồm sự tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ, sự đồng cảm và phương tiện hữu hình.

+ Quy mô mẫu: Quy mô mẫu 200 khách hàng cá nhân (KHCN) đã thực hiện giao dịch gửi tiền tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong năm 2023 được xem là đủ độ tin cậy cho khảo sát này. Theo nghiên cứu của Hair et al. (2010), một quy mô mẫu từ 100 đến 200 người được coi là đủ để đảm bảo tính đại diện và độ tin cậy khi phân tích dữ liệu định lượng trong các nghiên cứu thị trường và hành vi khách hàng. Mẫu 200 KHCN này sẽ giúp cung cấp đủ thông tin để thực hiện các phân tích thống kê, từ đó đưa ra kết luận chính xác về thực trạng và xu hướng của khách hàng tại chi nhánh.

+ Phương pháp chọn mẫu: Phương pháp chọn mẫu thuận tiện được sử dụng, lựa chọn những khách hàng đang thực hiện giao dịch tại các quầy giao dịch của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong khoảng thời gian khảo sát.

+ Phương pháp khảo sát: Khảo sát được tiến hành tại các quầy giao dịch của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, nơi khách hàng được mời tham gia và điền vào phiếu khảo sát ngay sau khi thực hiện giao dịch.

+ Số phiếu phát ra và số phiếu thu về: Tổng cộng có 200 phiếu khảo sát đã được phát ra và 181 phiếu đã được thu về và xác định là hợp lệ.

+ Xử lý phiếu thu về hợp lệ: Các phiếu khảo sát thu về đã được mã hóa và nhập vào phần mềm Excel để tiến hành thống kê mô tả.

- **Bước 3:** Trên cơ sở dữ liệu thứ cấp thu thập được tiến hành phân tích, đánh giá thực trạng huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh 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 tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đến năm 2030.

5. Kết cấu của đề án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, các 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 huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại các ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.

Chương 3: Phương hướng và giải pháp tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đến năm 2030.

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ HUY ĐỘNG TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Khái quát về huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái niệm và đặc điểm về huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

1.1.1.1. Khái niệm

Theo Phan Thị Thu Hà (2013) thì “Hoạt động huy động vốn là một trong những hoạt động chủ yếu và quan trọng nhất của NHTM. Hoạt động này mang lại nguồn vốn để ngân hàng có thể thực hiện các hoạt động khác như cấp tín dụng và cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho khách hàng. Nhìn vào bảng cân đối tài sản của NHTM, chúng ta thấy rằng nghiệp vụ huy động vốn được phản ánh bên phần tài sản Nợ. Do vậy, huy động vốn còn được gọi là nghiệp vụ tài sản Nợ”.

Theo Nguyễn Đăng Dờn (2009) thì “Huy động vốn của NHTM là quá trình ngân hàng sử dụng các công cụ, phương thức và biện pháp hợp pháp để động viên các nguồn tài chính trong xã hội với trách nhiệm hoàn trả theo thỏa thuận, làm nguồn vốn đáp ứng nhu cầu tín dụng, đầu tư của nền kinh tế”.

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.

Xuất phát từ khái niệm về huy động vốn của ngân hàng thương mại và khách hàng cá nhân, khái niệm về huy động tiền gửi KHCN được phát biểu như sau: “*Huy động tiền gửi KHCN của NHTM là quá trình ngân hàng sử dụng các công cụ, phương thức và biện pháp hợp pháp để thu hút các khoản tiền gửi của khách hàng cá nhân với trách nhiệm hoàn trả theo thỏa thuận, làm nguồn vốn đáp ứng nhu cầu tín dụng, đầu tư của nền kinh tế*”.

1.1.1.2. Đặc điểm

Thứ nhất, huy động tiền gửi KHCN ổn định hơn so với nguồn vốn từ các tổ chức kinh tế. Ngân hàng thương mại thường coi trọng việc huy động vốn từ KHCN vì tính ổn định cao của nguồn vốn này. So với nguồn vốn từ các tổ chức kinh tế, vốn tiền gửi từ

KHCN ít biến động hơn trong các tình huống kinh tế khác nhau. Sự ổn định này đến từ việc KHCN thường có xu hướng gửi tiền gửi trong tài khoản ngân hàng cho các mục đích tiết kiệm lâu dài hoặc dự phòng, thay vì đầu tư hoặc chi tiêu ngay. Điều này giúp ngân hàng có thể dự đoán được dòng tiền và kế hoạch huy động vốn một cách tốt hơn.

Thứ hai, nguồn huy động tiền gửi KHCN rất đa dạng vì có thể huy động dưới nhiều hình thức.

Nguồn huy động tiền gửi KHCN cũng rất đa dạng vì có thể được huy động dưới nhiều hình thức khác nhau như tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn, tiết kiệm tích lũy, tiết kiệm hưu trí, và nhiều sản phẩm tài chính khác. Điều này giúp ngân hàng có thể thu hút một lượng lớn khách hàng với nhu cầu và kỳ vọng đầu tư khác nhau, từ đó tăng cường khả năng huy động vốn của mình.

Thứ ba, nguồn huy động tiền gửi KHCN có thời gian huy động vốn dài hơn và ổn định hơn.

Nguồn vốn tiền gửi KHCN thường có thời gian huy động dài hơn so với vốn từ các tổ chức kinh tế. Khách hàng cá nhân thường gửi tiền trong các kỳ hạn dài, từ một năm trở lên, nhằm mục đích tiết kiệm hoặc đầu tư dài hạn. Điều này giúp ngân hàng có một nguồn vốn ổn định để đầu tư vào các dự án dài hạn hoặc để giữ dự trữ lâu dài, từ đó cải thiện sức khỏe tài chính và khả năng thanh khoản của ngân hàng.

Thứ tư, chi phí huy động tiền gửi KHCN cao

Mặc dù có nhiều ưu điểm, chi phí huy động tiền gửi KHCN thường cao hơn so với vốn từ các tổ chức kinh tế. Nguyên nhân chính là do ngân hàng cần phải cung cấp lãi suất cạnh tranh để thu hút và giữ chân khách hàng cá nhân gửi tiền. Bên cạnh đó, việc phát triển và duy trì các sản phẩm dịch vụ huy động vốn đa dạng cũng đòi hỏi ngân hàng phải đầu tư vào công nghệ thông tin, marketing và nguồn nhân lực, từ đó tăng thêm chi phí hoạt động. Ngoài ra, ngân hàng cũng cần đảm bảo sự tuân thủ các quy định pháp luật về tiền gửi, bảo hiểm tiền gửi, điều này cũng góp phần làm tăng chi phí. Tuy nhiên, mặc dù chi phí cao, việc huy động vốn từ KHCN vẫn là một chiến lược quan trọng và cần thiết cho ngân hàng, giúp đảm bảo sự ổn định và phát triển lâu dài.

1.1.2. Các hình thức huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

1.1.2.1. Huy động dưới hình thức mở tài khoản thanh toán cá nhân

NHTM có thể huy động dưới hình thức mở tài khoản thanh toán cá nhân cho khách hàng. Tài khoản thanh toán cá nhân là loại tài khoản mà chủ tài khoản có quyền sử dụng

toàn bộ số tiền trong phạm vi số dư của tài khoản. Cụ thể, khách hàng có quyền rút tiền, thanh toán qua ngân hàng hay gửi tiết kiệm. Khách hàng phải tuân thủ các quy định và hướng dẫn của ngân hàng trong quá trình thực hiện thanh toán. Ngân hàng sẽ thực hiện trích tài khoản theo yêu cầu của khách hàng, chỉ được từ chối thanh toán trong trường hợp, số tiền thanh toán vượt quá số dư trong tài khoản hoặc giấy tờ thanh toán không hợp lệ.

1.1.2.2. Huy động dưới hình thức tiền gửi tiết kiệm

Hiện nay, các NHTM huy động tiền gửi KHCN chủ yếu thông qua hình thức gửi tiền tiết kiệm. Tiết kiệm KHCN là một phần thu nhập của khách hàng cá nhân chưa sử dụng đến, họ gửi vào ngân hàng với mục đích tích lũy một cách an toàn cho tương lai. Tiền gửi tiết kiệm KHCN bao gồm nhiều loại:

** Theo kỳ hạn*

- Tiết kiệm không kỳ hạn: Là khoản tiền gửi có thể rút ra bất cứ lúc nào nhưng không được sử dụng các công cụ thanh toán. Loại tiền này có lãi suất cao hơn tiền gửi thanh toán, tuy nhiên mức lãi suất không cao nên mục đích chủ yếu của khách hàng gửi tiền là đảm bảo an toàn vốn.

- Tiết kiệm có kỳ hạn: Là khoản tiền có sự thỏa thuận về thời hạn gửi tiền và rút tiền và khách hàng chỉ được rút khi đáo hạn, nếu rút trước hạn thì chỉ được hưởng lãi suất không kỳ hạn tại thời điểm rút. Loại tiền gửi này thường được hưởng lãi suất cố định và phụ thuộc vào kỳ hạn, kỳ hạn càng dài thì lãi suất càng cao. Tiền gửi tiết kiệm kỳ hạn được chia thành ngắn, trung và dài hạn.

** Theo loại tiền*

- Tiết kiệm nội tệ: Là khoản tiền gửi bằng VND, loại tiền gửi tiết kiệm này thường được hưởng lãi suất cao và thường chiếm tỷ trọng lớn trong tổng tiền gửi của ngân hàng.

- Tiết kiệm ngoại tệ: Người dân có thể gửi tiền vào ngân hàng bằng ngoại tệ mạnh như USD. Do tính ổn định của ngoại tệ so với nội tệ và tâm lý của người dân nên số tiền gửi tiết kiệm bằng nội tệ có xu hướng tăng lên.

** Theo phương thức trả lãi*

Tiết kiệm trả lãi sau: Là hình thức tiết kiệm trả lãi khi đáo hạn. Và thời điểm đáo hạn, nếu khách hàng không đến rút gốc và lãi thì số tiền lãi được nhập vào gốc và coi là gốc của kỳ tiếp theo.

Tiết kiệm trả lãi trước: Là hình thức tiết kiệm trả lãi ngay khi khách hàng gửi tiền. Khi đến hạn khách hàng sẽ được lĩnh phần gốc đúng như số tiền gửi trên sổ tiết kiệm hoặc thẻ. Nếu khách hàng yêu cầu rút gốc trước hạn thì sẽ giải quyết theo quy định của ngân hàng.

Tiết kiệm trả lãi định kỳ: Là hình thức tiết kiệm trả lãi cho từng kỳ hạn mà khách hàng và ngân hàng đã thỏa thuận. Đến kỳ tính lãi, khách hàng có thể rút phần lãi của kỳ đã đăng ký trong các ngày làm việc của ngân hàng. Nếu khách hàng không đến lấy lãi theo kỳ hạn đã đăng ký thì ngân hàng chỉ thực hiện sao kê tính lãi, hết kỳ tính lãi cuối cùng thì số lãi còn chưa lĩnh được nhập vào gốc.

* Theo phương thức nộp gốc

Tiết kiệm gửi một lần: Là loại hình tiết kiệm khách hàng chỉ gửi vào đó một lần và từ thời điểm đó đến khi đáo hạn. Với hình thức này, khách hàng được nhận mức lãi suất cao hơn các loại gửi tiết kiệm khác và ngân hàng không tốn nhiều chi phí quản lý do số dư tài khoản của khách hàng không biến động.

Tiết kiệm gửi nhiều lần: là hình thức tiết kiệm mà định kỳ khách hàng đã đăng ký với ngân hàng hoặc khi nào khách hàng có khoản thu nhập dư thì khách hàng sẽ gửi vào tài khoản tiết kiệm đó. Số tiền gửi từng lần có thể là cố định hoặc thay đổi theo khả năng của khách hàng. Lãi suất của loại tiền này thấp hơn loại gửi tiết kiệm thông thường.

* Tiền gửi tiết kiệm trực tuyến (online):

Thông qua hệ thống các ứng dụng của ngân hàng điện tử như Mobile Banking, Internet Banking, CDM, các ứng dụng cho phép khách hàng có thể mở sổ tiết kiệm bằng cách chuyển tiền từ tài khoản thanh toán sang tài khoản tiết kiệm. Đặc biệt, khách hàng có thể tắt toán bất kỳ thời gian nào khi có nhu cầu, kể cả ngày nghỉ lễ, tết. Khách hàng có thể truy cập vào hệ thống để kiểm tra xem tài khoản tiết kiệm đã được ghi nhận hay chưa và tra cứu mọi lúc mọi nơi. Đây là một trong những hình thức gửi tiền đang được khách hàng ưa chuộng nhất hiện nay vì khách hàng không phải đến ngân hàng giao dịch trực tiếp, tiết kiệm được thời gian, chủ động được gửi số tiền tiết kiệm, cũng như lựa chọn các kỳ hạn gửi phù hợp.

1.1.3. Vai trò của huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

Huy động tiền gửi từ KHCN giữ một vai trò trung tâm trong việc cung cấp nguồn vốn ổn định và linh hoạt cho các NHTM. Nguồn vốn này không chỉ giúp ngân hàng cải thiện khả năng thanh khoản mà còn là cơ sở cho việc mở rộng các hoạt động tín dụng,

đầu tư và các dịch vụ tài chính khác. Điều này, qua đó, giúp ngân hàng tăng trưởng về quy mô và nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường. Hơn nữa, nguồn vốn tiền gửi KHCN giúp ngân hàng giảm phụ thuộc vào các nguồn vốn khác có chi phí cao hơn, từ đó giảm thiểu rủi ro tài chính và tăng cường sự ổn định.

Đối với khách hàng cá nhân, việc tham gia vào các hoạt động tiền gửi tại NHTM không chỉ giúp họ bảo toàn và sinh lời từ số tiền nhàn rỗi mà còn cung cấp cho họ cơ hội tiếp cận với một loạt các sản phẩm và dịch vụ tài chính khác như vay mượn, bảo hiểm, đầu tư, vv. NHTM thường xuyên đưa ra các gói sản phẩm tiết kiệm với lãi suất hấp dẫn và điều kiện linh hoạt, phù hợp với nhu cầu đa dạng của KHCN, từ đó giúp tăng cường khả năng tiết kiệm và đầu tư, cải thiện chất lượng cuộc sống của họ. Hơn nữa, mối quan hệ giữa KHCN và NHTM thông qua các hoạt động tiền gửi còn góp phần tạo dựng niềm tin và sự gắn bó lâu dài giữa hai bên.

Trong bối cảnh nền kinh tế, nguồn vốn tiền gửi KHCN tại NHTM có vai trò không thể phủ nhận trong việc thúc đẩy sự phát triển kinh tế xã hội. Nguồn vốn này giúp tạo điều kiện cho việc tăng cường đầu tư vào các lĩnh vực kinh tế quan trọng như công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ, qua đó tạo ra việc làm, thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng, và cuối cùng là tăng trưởng GDP. Đồng thời, nguồn vốn tiền gửi KHCN còn giúp cải thiện khả năng tiếp cận tài chính cho mọi tầng lớp trong xã hội, góp phần vào việc giảm bất bình đẳng và nâng cao mức sống cho người dân. Qua đó, nguồn vốn này không chỉ góp phần vào sự phát triển ổn định và bền vững của ngân hàng mà còn hỗ trợ mạnh mẽ cho sự tiến bộ của nền kinh tế và xã hội nói chung.

1.2. Nội dung huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

1.2.1. Lập kế hoạch huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân

Lập kế hoạch huy động vốn tiền gửi KHCN là quá trình NHTM xác định các mục tiêu cụ thể và đề ra chiến lược phù hợp nhằm thu hút nguồn tiền gửi từ KHCN một cách hiệu quả và bền vững. Quá trình này bao gồm việc phân tích thị trường, xác định các nguồn vốn tiềm năng và xây dựng các chính sách huy động phù hợp với mục tiêu phát triển của ngân hàng (Nguyễn Đăng Dờn, 2009). Lập kế hoạch hiệu quả giúp NHTM tối ưu hóa nguồn lực và đảm bảo khả năng thanh khoản, đồng thời tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường. Việc lập kế hoạch huy động vốn cần dựa trên căn cứ như tình hình kinh tế vĩ mô, các chính sách của Ngân hàng Nhà nước, và xu hướng tài chính cá nhân trong xã hội. Nội dung lập kế hoạch bao gồm: dự báo nhu cầu vốn, xác định cơ cấu vốn mục tiêu, xây dựng chiến lược sản phẩm huy động, và tính toán lãi suất cạnh

tranh. Ngoài ra, ngân hàng cần xem xét các yếu tố như phân khúc khách hàng và các hình thức huy động vốn để đưa ra phương án tối ưu nhất (Nguyễn Minh Kiều, 2017).

1.2.2. Tổ chức thực hiện kế hoạch huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân

Ban hành văn bản hướng dẫn: Để triển khai kế hoạch huy động vốn, ngân hàng thương mại cần ban hành các văn bản hướng dẫn chi tiết và cụ thể nhằm định hướng cho các đơn vị và nhân viên thực hiện đúng quy trình. Các văn bản này cần bao quát từ các bước tiếp cận khách hàng, quy trình mở tài khoản đến quy định về rút tiền và quản lý tiền gửi. Mục tiêu của việc này là đảm bảo tính nhất quán trong thực hiện và tuân thủ đúng các quy định pháp luật hiện hành. Ngoài ra, việc ban hành văn bản cũng giúp nhân viên hiểu rõ trách nhiệm của mình trong quá trình thực hiện nhiệm vụ.

Quy trình huy động vốn: Quy trình huy động vốn cần được thiết kế khoa học, rõ ràng và phù hợp với chiến lược chung của ngân hàng để đảm bảo việc huy động vốn diễn ra hiệu quả. Quy trình này nên bao gồm các bước từ xác định nhu cầu vốn, lập kế hoạch tiếp cận thị trường, đến các hoạt động cụ thể như tư vấn khách hàng và xử lý giao dịch. Việc chuẩn hóa quy trình giúp giảm thiểu sai sót, tăng cường hiệu quả công việc và tạo niềm tin cho khách hàng. Một quy trình rõ ràng cũng giúp các bộ phận phối hợp tốt hơn, từ đó nâng cao hiệu suất huy động vốn.

Tập huấn: Tổ chức các buổi tập huấn và đào tạo định kỳ cho nhân viên là cần thiết để đảm bảo họ nắm vững kiến thức về sản phẩm, dịch vụ, và quy trình huy động vốn. Những buổi tập huấn này cũng cần chú trọng đến việc nâng cao kỹ năng tư vấn, giao tiếp, và giải quyết vấn đề nhằm hỗ trợ khách hàng một cách tốt nhất. Qua đó, nhân viên sẽ có khả năng thực hiện các chiến lược huy động vốn một cách hiệu quả và tự tin hơn trong giao tiếp với khách hàng. Việc đào tạo liên tục còn giúp nhân viên cập nhật thông tin mới nhất và phù hợp với tình hình thị trường.

Hoạt động marketing: Hoạt động marketing đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy kế hoạch huy động vốn thông qua việc quảng bá sản phẩm và dịch vụ ngân hàng. Các chiến dịch marketing cần được thiết kế hấp dẫn và triển khai qua nhiều kênh như quảng cáo truyền hình, mạng xã hội, và sự kiện truyền thông để tiếp cận rộng rãi đối tượng khách hàng. Marketing hiệu quả giúp tạo dựng hình ảnh thương hiệu mạnh mẽ và thu hút sự chú ý từ các khách hàng tiềm năng. Ngoài ra, việc tổ chức các chương trình khuyến mại hoặc ưu đãi đặc biệt sẽ kích thích khách hàng gửi tiền, góp phần tăng cường lượng vốn huy động cho ngân hàng.

1.2.3. Kiểm soát hoạt động huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân

Chủ thể kiểm soát bao gồm các bộ phận kiểm toán nội bộ, phòng quản lý rủi ro, và các cơ quan thanh tra của ngân hàng. Đối tượng kiểm soát là toàn bộ quá trình thực hiện huy động vốn, từ khâu lập kế hoạch, tổ chức thực hiện cho đến việc báo cáo kết quả huy động (Nguyễn Minh Kiều, 2017). Kiểm soát cần đảm bảo rằng các quy trình thực hiện đúng với quy định và chính sách đã ban hành nhằm tránh sai sót và gian lận.

Nội dung kiểm soát bao gồm việc kiểm tra sự tuân thủ quy trình nghiệp vụ, tính minh bạch trong hoạt động huy động vốn, và đảm bảo an toàn cho các khoản tiền gửi của KHCN. Điều này cũng bao gồm việc đánh giá hiệu quả của các chiến dịch huy động vốn và đưa ra những điều chỉnh kịp thời nếu cần thiết (Nguyễn Đăng Dờn, 2009). Công tác kiểm soát hiệu quả giúp ngân hàng quản lý rủi ro tốt hơn, duy trì uy tín, và bảo vệ quyền lợi của khách hàng.

Các hình thức kiểm soát được thực hiện thông qua kiểm soát thường xuyên theo kế hoạch và kiểm soát đột xuất. Kiểm soát thường xuyên là hoạt động giám sát định kỳ được thực hiện theo lịch trình cụ thể, giúp ngân hàng theo dõi liên tục và đảm bảo hoạt động diễn ra theo đúng quy định và kế hoạch. Kiểm soát đột xuất là hình thức không theo lịch trình cố định, được tiến hành khi có dấu hiệu bất thường hoặc khi có yêu cầu từ ban lãnh đạo để phát hiện sớm các rủi ro hoặc sai sót tiềm ẩn. Sự kết hợp của hai hình thức này đảm bảo tính toàn diện và hiệu quả trong việc quản lý và kiểm soát các hoạt động huy động vốn.

1.3. Các chỉ tiêu đánh giá hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

1.3.1. Chỉ tiêu về quy mô huy động tiền gửi khách hàng cá nhân

(1) Số lượng khách hàng gửi tiền

Số lượng khách hàng cá nhân gửi tiền vào ngân hàng thương mại là một chỉ số quan trọng, phản ánh sức hấp dẫn và uy tín của ngân hàng trong việc thu hút và giữ chân khách hàng. Chỉ số này không chỉ đóng góp vào nguồn vốn cung ứng cho các hoạt động kinh doanh và đầu tư của ngân hàng, mà còn là cơ sở để phát triển các sản phẩm và dịch vụ tài chính mới. Sự tăng giảm trong số lượng này cũng giúp ngân hàng đánh giá hiệu quả của các chiến lược marketing và phát triển dịch vụ.

$$\text{Tốc độ tăng trưởng KHCN gửi tiền năm (i) (\%)} = \frac{\text{Số KHCN gửi tiền năm (i)} - \text{Số KHCN gửi tiền năm (i-1)}}{\text{Số KHCN gửi tiền năm (i-1)}} \times 100\%$$

(2) Quy mô và tốc độ tăng trưởng quy mô vốn tiền gửi KHCN

- *Quy mô vốn tiền gửi KHCN*: là tổng giá trị huy động tiền gửi KHCN của NHTM trong một thời kỳ nhất định. Quy mô huy động tiền gửi KHCN càng cao cho thấy được khả năng huy động vốn mạnh mẽ, cũng như sự tin tưởng và cam kết dài hạn từ phía khách hàng và ngược lại.

- *Tốc độ tăng trưởng quy mô vốn tiền gửi KHCN*:

+ *Công thức*:

$$\text{Tốc độ tăng trưởng H\text{Đ} tiền gửi KHCN năm (i) (\%)} = \frac{\text{Số dư H\text{Đ} tiền gửi năm (i)} - \text{Số dư H\text{Đ} tiền gửi năm (i-1)}}{\text{Số dư H\text{Đ} tiền gửi KHCN năm (i-1)}} \times 100\%$$

+ Ý nghĩa: chỉ tiêu này cho thấy mức độ tăng trưởng từng năm trong việc huy động vốn từ khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại. Một tốc độ tăng trưởng ổn định và liên tục cũng minh chứng cho sự tin tưởng và sự tham gia lâu dài của khách hàng cá nhân đối với ngân hàng.

- *Quy mô vốn huy động so với kế hoạch huy động vốn*

Chỉ tiêu này cho biết huy động vốn thực tiễn có đạt được kế hoạch đặt ra hay không?

$$\text{Quy mô H\text{Đ} tiền gửi KHCN so với kế hoạch huy động năm (i)} = \frac{\text{Tổng H\text{Đ} tiền gửi KHCN năm (i)}}{\text{Tổng kế hoạch H\text{Đ} tiền gửi KHCN năm (i)}}$$

Quy mô vốn huy động so với kế hoạch huy động ≥ 1 cho thấy mức thực tế huy động vốn đạt hoặc vượt so với kế hoạch huy động vốn đặt ra. Như vậy, trong trường hợp chỉ tiêu này nhỏ hơn 1 ngân hàng cần tìm hiểu nguyên nhân và giải pháp nhằm khắc phục trường hợp không đạt kế hoạch huy động vốn đặt ra.

1.3.2. Chỉ tiêu về cơ cấu huy động tiền gửi khách hàng cá nhân

- Công thức:

$$\text{Tỷ lệ huy động tiền gửi KHCN loại (i) (\%)} = \frac{\text{H\text{Đ} tiền gửi KHCN loại (i)}}{\text{Tổng H\text{Đ} tiền gửi KHCN}} \times 100\%$$

- Ý nghĩa: Công thức này không chỉ giúp ngân hàng đánh giá được cơ cấu và hiệu quả trong việc huy động vốn từ các nguồn khách hàng cá nhân khác nhau mà còn phản ánh được sự ưu tiên và quan tâm của khách hàng đối với các loại sản phẩm tiền gửi cụ thể. Qua đó, ngân hàng có thể điều chỉnh chính sách và chiến lược marketing sao cho phù hợp, nhằm

tối ưu hóa việc huy động vốn, đồng thời cung cấp dịch vụ tốt nhất đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Như vậy, việc theo dõi và phân tích chỉ tiêu này giúp ngân hàng có cái nhìn sâu sắc hơn vào hành vi và sở thích tiết kiệm của khách hàng, từ đó đề ra các giải pháp nhằm tăng cường khả năng huy động vốn một cách hiệu quả nhất.

1.3.3. Chỉ tiêu về chi phí, thời gian bình quân và khả năng sinh lời huy động tiền gửi khách hàng cá nhân

- Chi phí trả lãi huy động tiền gửi KHCN

$$\text{Tỷ lệ chi phí trả lãi bình quân (\%)} = \frac{\text{Tổng chi phí trả lãi HĐ tiền gửi KHCN}}{\text{Tổng HĐ tiền gửi KHCN bình quân}} \times 100\%$$

Tỷ lệ chi phí trả lãi bình quân là tỷ lệ giữa chi phí trả lãi vay và tổng huy động tiền gửi KHCN của ngân hàng. Cứ 1 đồng vốn huy động KHCN tại ngân hàng thì cần bỏ ra bao nhiêu đồng chi phí trả lãi vay cho nhóm khách hàng này. Tỷ lệ này càng cao cho thấy tchi phí trả lãi vay để huy động nguồn vốn KHCN của ngân hàng lớn, làm giảm hiệu quả hoạt động quản trị huy động tiền gửi KHCN của ngân hàng. Ngược lại tỷ lệ này càng thấp cho thấy ngân hàng bỏ ra ít chi phí trả lãi để huy động tiền gửi KHCN, hiệu quả quản trị huy động tiền gửi KHCN của ngân hàng càng cao.

- Thời gian HĐ tiền gửi KHCN bình quân

$$\text{Thời gian HĐ tiền gửi KHCN bình quân (ngày)} = \frac{365 * \text{Số dư vốn huy động KHCN bình quân}}{\text{Tổng doanh số chi trả vốn huy động KHCN}} \times 100\%$$

Từ đó, ta thấy được rằng thời gian vốn huy động bình quân càng dài tức là vốn nằm trong ngân hàng càng lâu thì tính ổn định vốn càng cao, giúp cho ngân hàng giảm thiểu đi chi phí huy động tiền gửi KHCN như: chi phí quảng cáo, chi phí khách hàng, chi phí in ấn...

- Tỷ lệ HĐ tiền gửi KHCN bị rút trước kỳ hạn

$$\text{Tỷ lệ HĐ tiền gửi KHCN rút ra trước kỳ hạn (\%)} = \frac{\text{HĐ tiền gửi KHCN bị rút ra trước kỳ hạn năm (i)}}{\text{Số dư HĐ tiền gửi KHCN bình quân}} \times 100\%$$

Tỷ lệ rút trước kỳ hạn càng cao cho thấy tính ổn định ở mức thấp và hiệu quả quản trị huy động tiền gửi KHCN bị giảm sút.

- **Tỷ lệ khách hàng rời bỏ NH:** là tỷ lệ phần trăm khách hàng ngừng sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ huy động tiền gửi KHCN của ngân hàng trong một khoảng thời gian nhất định.

$$\text{Tỷ lệ KHCN rời bỏ ngân hàng (\%)} = \frac{\text{Số lượng KHCN ngừng sử dụng dịch vụ HĐV (i)}}{\text{Số lượng KHCN sử dụng dịch vụ HĐV đầu kỳ}} \times 100\%$$

Tỷ lệ KHCN rời bỏ càng cao cho thấy công tác giữ chân khách hàng cũ hạn chế. Hiệu quả hoạt động quản trị huy động tiền gửi KHCN giảm và ngược lại.

- **Hệ số NIM (Tỷ lệ thu nhập lãi thuần)**

Hệ số NIM (Net Interest Margin) là một chỉ số tài chính dùng để đo lường hiệu quả hoạt động tài chính của ngân hàng hoặc các tổ chức tài chính khác. NIM phản ánh tỷ lệ giữa lãi thuần từ hoạt động cho vay và lãi phải trả cho tiền gửi so với tổng các tài sản có lãi của ngân hàng.

$$\text{NIM tiền gửi KHCN (\%)} = \frac{\text{Tổng thu nhập từ lãi cho vay từ nguồn tiền gửi KHCN – chi phí lãi tiền gửi KHCN}}{\text{Tổng tài sản sinh lời bình quân}} \times 100\%$$

Một hệ số NIM cao thường cho thấy ngân hàng đã quản lý hiệu quả chi phí liên quan đến việc huy động vốn (thông qua lãi suất tiền gửi) và có khả năng kiếm được lợi nhuận tốt từ việc sử dụng vốn đó (thông qua lãi suất cho vay). Vì vậy, NIM có thể coi là một chỉ số tiêu biểu để đánh giá khả năng ngân hàng thương mại trong việc huy động và sử dụng vốn tiền gửi từ khách hàng cá nhân.

1.3.4. Đánh giá của khách hàng về hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân

Để đánh giá được hoạt động huy động tiền gửi KHCN từ ý kiến của khách hàng, tác giả sử dụng các khía cạnh sau:

Sự tin cậy: Đánh giá khả năng cung cấp dịch vụ một cách đáng tin cậy và chính xác. Trong dịch vụ huy động tiền gửi, điều này có thể liên quan đến việc ghi chép chính xác số tiền gửi, cung cấp thông tin đúng về lãi suất, và đảm bảo rằng các giao dịch được thực hiện một cách suôn sẻ.

Khả năng đáp ứng: Đánh giá khả năng phản hồi nhanh chóng đối với yêu cầu và thắc mắc của khách hàng. Trong dịch vụ huy động tiền gửi, điều này có thể bao gồm thời gian phản hồi đối với các yêu cầu mở tài khoản, xử lý các khiếu nại hoặc cung cấp thông tin cần thiết cho khách hàng.

Năng lực phục vụ: Đánh giá khả năng tạo ra lòng tin và an toàn cho khách hàng. Điều này liên quan đến việc cung cấp thông tin rõ ràng về các điều khoản và điều kiện, bảo mật thông tin cá nhân của khách hàng, và đảm bảo rằng nhân viên có kiến thức và thái độ chuyên nghiệp.

Sự đồng cảm: Đánh giá việc cung cấp sự quan tâm và chú ý cá nhân đối với từng khách hàng. Trong dịch vụ huy động tiền gửi, điều này có thể liên quan đến việc hiểu rõ nhu cầu và mong đợi của khách hàng, cung cấp dịch vụ tư vấn cá nhân hóa và thể hiện sự quan tâm thực sự đến khách hàng.

Phương tiện hữu hình: Đánh giá về môi trường vật chất và hình ảnh bên ngoài. Trong dịch vụ huy động tiền gửi, khía cạnh này bao gồm trang thiết bị tại ngân hàng, sự chuyên nghiệp trong trang phục của nhân viên, và mức độ sạch sẽ, gọn gàng của khu vực phục vụ khách hàng.

1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến huy động tiền gửi khách hàng cá nhân

1.4.1. Các nhân tố chủ quan

- **Định hướng phát triển kinh doanh** là chiến lược tổng thể mà NHTM xác định để tăng trưởng và phát triển. Định hướng này bao gồm việc xác định phân khúc khách hàng mục tiêu và các lĩnh vực có tiềm năng. Nếu định hướng phát triển kinh doanh của NHTM rõ ràng và chiến lược kinh doanh hiệu quả, ngân hàng sẽ tập trung nguồn lực vào các sản phẩm tiết kiệm đa dạng và linh hoạt, từ đó tăng khả năng thu hút vốn từ KHCN. Ngược lại, nếu định hướng không rõ ràng và thiếu hiệu quả, ngân hàng sẽ gặp khó khăn trong việc thiết kế sản phẩm phù hợp và không thể thu hút được lượng tiền gửi từ KHCN như mong muốn. Kết quả là, ngân hàng sẽ bị suy giảm năng lực cạnh tranh và không thể tăng cường huy động vốn một cách hiệu quả. Điều này sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến sự phát triển bền vững của NHTM.

- **Chính sách huy động vốn** là tập hợp các quy định và biện pháp mà NHTM áp dụng để thu hút tiền gửi từ KHCN. Chính sách này bao gồm lãi suất cạnh tranh, các chương trình ưu đãi, khuyến mãi và sản phẩm tiết kiệm với các tính năng đặc biệt. Nếu chính sách huy động vốn của NHTM được thiết kế linh hoạt và đáp ứng kỳ vọng của khách hàng, ngân hàng sẽ tạo ra lợi thế cạnh tranh và tăng khả năng huy động vốn từ KHCN. Ngược lại, nếu chính sách không phù hợp, không cạnh tranh, ngân hàng sẽ mất đi sự quan tâm của khách hàng và khó khăn trong việc thu hút tiền gửi. Điều này sẽ làm giảm nguồn vốn huy động và ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của NHTM. Chính sách huy động vốn hiệu quả sẽ hỗ trợ ngân hàng duy trì và phát triển hoạt động huy động tiền gửi từ KHCN.

- **Đội ngũ nguồn nhân lực** là yếu tố then chốt trong việc triển khai và thực hiện các chiến lược huy động vốn. Đội ngũ này bao gồm nhân viên có kỹ năng tư vấn và chăm sóc khách hàng tốt. Nếu NHTM có đội ngũ nhân lực chuyên nghiệp và tận tâm, khách hàng sẽ được tư vấn rõ ràng về sản phẩm và dịch vụ, tạo sự tin tưởng và thoải mái khi giao dịch. Ngược lại, nếu đội ngũ nhân lực thiếu kỹ năng và không tận tâm, khách hàng sẽ không hài lòng và có thể chuyển sang ngân hàng khác. Điều này sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng huy động vốn từ KHCN. Do đó, việc đầu tư vào đào tạo và phát triển đội ngũ nhân lực là rất quan trọng để nâng cao hiệu quả huy động vốn.

- **Hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng** là các biện pháp mà NHTM sử dụng để nâng cao nhận thức và hình ảnh trong mắt công chúng. Hoạt động này bao gồm các chiến dịch marketing sáng tạo và dịch vụ chăm sóc khách hàng cá nhân hóa. Nếu hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng của NHTM hiệu quả, ngân hàng sẽ thu hút được nhiều khách hàng tham gia gửi tiền, từ đó tăng cường khả năng huy động vốn. Ngược lại, nếu hoạt động này không hiệu quả, ngân hàng sẽ gặp khó khăn trong việc tiếp cận khách hàng và không thể tăng cường huy động vốn như mong muốn. Điều này sẽ ảnh hưởng đến uy tín và hình ảnh của NHTM trong mắt công chúng. Do đó, việc đẩy mạnh hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng là rất cần thiết để nâng cao hiệu quả huy động vốn từ KHCN.

- **Ứng dụng công nghệ thông tin và cơ sở vật chất kỹ thuật** là những yếu tố quan trọng giúp NHTM nâng cao hiệu quả huy động vốn. Các yếu tố này bao gồm triển khai ngân hàng số, ứng dụng di động, Internet Banking và cơ sở vật chất hiện đại. Nếu NHTM ứng dụng công nghệ thông tin và nâng cao cơ sở vật chất kỹ thuật, khách hàng sẽ được tạo điều kiện thuận lợi trong việc giao dịch và ngân hàng có thể tiếp cận và phục vụ một lượng lớn khách hàng hiệu quả hơn. Ngược lại, nếu ngân hàng không đầu tư vào công nghệ và cơ sở vật chất, việc tiếp cận và phục vụ khách hàng sẽ gặp khó khăn, làm giảm khả năng huy động vốn. Điều này sẽ ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của NHTM. Việc ứng dụng công nghệ thông tin và nâng cao cơ sở vật chất kỹ thuật là cần thiết để tăng cường hiệu quả huy động vốn từ KHCN.

1.4.2. Các nhân tố khách quan

- **Môi trường kinh tế** bao gồm tình trạng phát triển kinh tế và thu nhập của người dân. Nếu nền kinh tế vững mạnh và thu nhập tăng, nhu cầu tiết kiệm và đầu tư sẽ tăng, tạo cơ hội cho ngân hàng huy động nhiều vốn hơn. Ngược lại, nếu kinh tế suy thoái và thu nhập giảm, khả năng tiết kiệm và đầu tư của người dân sẽ giảm, gây khó khăn cho ngân hàng trong việc huy động vốn. Điều này cho thấy môi trường kinh tế có tác động

trực tiếp đến khả năng huy động tiền gửi từ KHCN. Một nền kinh tế mạnh mẽ sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động huy động vốn. Ngược lại, kinh tế suy thoái sẽ làm giảm khả năng huy động vốn của ngân hàng.

- **Môi trường pháp lý** bao gồm các quy định về tiền gửi, bảo hiểm tiền gửi và thuế thu nhập từ lãi tiền gửi. Nếu môi trường pháp lý minh bạch và ổn định, nó sẽ tăng cường niềm tin của khách hàng vào hệ thống ngân hàng, thúc đẩy việc huy động vốn. Ngược lại, nếu các quy định pháp lý không rõ ràng hoặc không ổn định, khách hàng sẽ mất niềm tin, gây khó khăn cho ngân hàng trong việc thu hút tiền gửi. Điều này cho thấy môi trường pháp lý có ảnh hưởng lớn đến khả năng huy động tiền gửi từ KHCN. Một môi trường pháp lý tốt sẽ hỗ trợ ngân hàng trong việc huy động vốn hiệu quả. Ngược lại, môi trường pháp lý kém sẽ làm giảm khả năng huy động vốn của ngân hàng.

- **Môi trường văn hóa xã hội** liên quan đến thói quen và quan điểm của xã hội về tiết kiệm và đầu tư. Nếu xã hội coi trọng việc tiết kiệm và đầu tư cho tương lai, ngân hàng sẽ dễ dàng huy động vốn hơn. Ngược lại, nếu xã hội có xu hướng tiêu dùng cao và ít quan tâm đến tiết kiệm, ngân hàng sẽ gặp khó khăn trong việc thu hút tiền gửi. Điều này cho thấy môi trường văn hóa xã hội có ảnh hưởng lớn đến khả năng huy động tiền gửi từ KHCN. Một xã hội coi trọng tiết kiệm sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho ngân hàng trong việc huy động vốn. Ngược lại, xã hội tiêu dùng cao sẽ làm giảm khả năng huy động vốn của ngân hàng.

- **Môi trường công nghệ** bao gồm sự phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin trong ngân hàng. Nếu ngân hàng ứng dụng công nghệ tiên tiến như ngân hàng điện tử và mobile banking, khách hàng sẽ dễ dàng gửi tiền và thực hiện giao dịch, từ đó thúc đẩy huy động vốn. Ngược lại, nếu ngân hàng không ứng dụng công nghệ hiện đại, khách hàng sẽ gặp khó khăn trong giao dịch, gây cản trở cho việc huy động vốn. Điều này cho thấy môi trường công nghệ có tác động trực tiếp đến khả năng huy động tiền gửi từ KHCN. Một ngân hàng ứng dụng công nghệ tốt sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc huy động vốn. Ngược lại, công nghệ lạc hậu sẽ làm giảm khả năng huy động vốn của ngân hàng.

- **Đối thủ cạnh tranh** là các ngân hàng và tổ chức tài chính khác trong thị trường. Nếu ngân hàng có các sản phẩm và dịch vụ mới, lãi suất cạnh tranh, ngân hàng sẽ thu hút được nhiều khách hàng và tăng cường huy động vốn. Ngược lại, nếu ngân hàng không cải tiến sản phẩm và dịch vụ, khách hàng sẽ chuyển sang đối thủ cạnh tranh, gây khó khăn cho việc huy động vốn. Điều này cho thấy đối thủ cạnh tranh có ảnh hưởng lớn đến khả năng huy động tiền gửi từ KHCN. Một ngân hàng có chiến lược cạnh tranh

tốt sẽ tăng cường khả năng huy động vốn. Ngược lại, nếu không cạnh tranh được, ngân hàng sẽ gặp khó khăn trong việc huy động vốn.

- **Khách hàng** là trọng tâm của mọi chiến lược huy động vốn của ngân hàng thương mại. Nếu ngân hàng hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của khách hàng, cung cấp các sản phẩm tiết kiệm phù hợp, ngân hàng sẽ thu hút và giữ chân được nhiều khách hàng. Ngược lại, nếu ngân hàng không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, họ sẽ mất niềm tin và chuyển sang ngân hàng khác. Điều này cho thấy khách hàng có vai trò then chốt trong khả năng huy động tiền gửi từ KHCN. Một ngân hàng chú trọng đến khách hàng sẽ tăng cường hiệu quả huy động vốn. Ngược lại, nếu không quan tâm đến khách hàng, ngân hàng sẽ khó duy trì và phát triển hoạt động huy động vốn.

CHƯƠNG 2

PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH TỈNH CAO BẰNG

2.1. Tổng quan về hoạt động của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) - Chi nhánh tỉnh Cao Bằng - tiền thân của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (sau đây gọi tắt là Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng) được thành lập theo Quyết định số 62/NH-QĐ, ngày 07/7/1988 của Tổng Giám đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (nay là Thống đốc), chính thức đi vào hoạt động từ ngày 01 tháng 8 năm 1988 với chức năng nhiệm vụ “Kinh doanh - tiền tệ - tín dụng và dịch vụ Ngân hàng đối với nền kinh tế”.

Agribank chi nhánh 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 35 năm xây dựng và phát triển, đến 31/12/2023 Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng gồm có 01 Hội Sở, 13 chi nhánh loại II, 06 phòng giao dịch trực thuộc với 326 cán bộ, trong đó trình độ trên đại học, trên đại học 257 người (78,8%), cao đẳng, trung cấp 51 người (15,7%), còn lại 18 người (5,5%). 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.

Với những nỗ lực của tập thể cán bộ trong hoạt động kinh doanh, những năm qua hoạt động của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng không ngừng tăng lên về quy mô nguồn vốn, dư nợ, trở thành ngân hàng thương mại chiếm thị phần lớn trên địa bàn tỉnh Cao Bằng, góp phần tích cực vào sự phát triển kinh tế xã hội tại địa phương.

2.1.2. Đặc điểm hoạt động của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

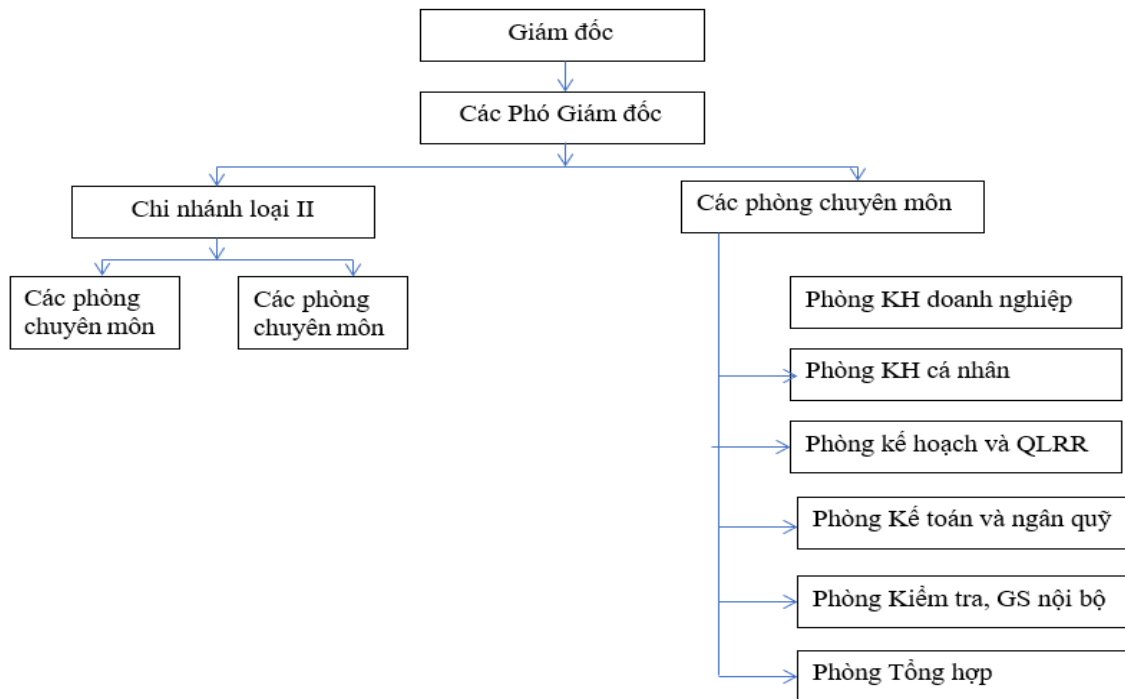
- Lĩnh vực hoạt động và thị trường mục tiêu

Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng là ngân hàng thương mại 100% vốn nhà nước, thời gian qua Agribank Chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn chủ động, tiên phong, gương mẫu

trong việc triển khai các chính sách tín dụng ưu đãi trong lĩnh vực nông nghiệp, nông dân, nông thôn của Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước kịp thời đến người dân và doanh nghiệp phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh, đồng thời mở rộng mạng lưới dịch vụ đến các khu vực vùng sâu, vùng xa qua điểm giao dịch lưu động và cho vay qua tổ vay vốn, giúp người dân dễ dàng tiếp cận nguồn vốn và các dịch vụ ngân hàng tiện ích, hiện đại, phù hợp với nhu cầu của khách hàng, thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt, hướng tới mục tiêu phát triển nền kinh tế số và nông nghiệp hiện đại tại Cao Bằng.

- Cơ cấu tổ chức

Mô hình tổ chức của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng được bố trí theo mô hình trực tuyến chức năng. Đứng đầu là Giám đốc, là người lãnh đạo cao nhất, trực tiếp điều hành và chịu trách nhiệm trước Hội đồng thành viên và Tổng Giám đốc Agribank về mọi hoạt động của ngân hàng. Giám đốc điều hành công việc hàng ngày thông qua các bộ phận giúp việc tại Hội sở với 06 phòng nghiệp vụ, 13 chi nhánh loại II và 06 phòng giao dịch. Dưới quyền trực tiếp Giám đốc có 04 phó giám đốc phụ trách, là những người trợ giúp Giám đốc trong quản trị điều hành một số công việc thuộc lĩnh vực được phân công và cùng với Giám đốc chịu trách nhiệm chung toàn bộ hoạt động chung của ngân hàng. Cơ cấu tổ chức quản lý, hoạt động của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cụ thể như sau:



Hình 2.1. Cơ cấu tổ chức của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Nguồn: Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2024

- Mạng lưới hoạt động

Mạng lưới của Agribank tại tỉnh Cao Bằng phản ánh một chiến lược mở rộng sâu rộng và tinh tế, nhằm đáp ứng nhu cầu về tài chính và dịch vụ ngân hàng của người dân trên địa bàn tỉnh, hỗ trợ phát triển kinh tế địa phương, đặc biệt là trong lĩnh vực nông nghiệp, qua đó khẳng định vị thế và vai trò không thể thiếu của mình trong việc hỗ trợ người dân và doanh nghiệp tại Cao Bằng.

Bảng 2.1. Mạng lưới hoạt động của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Chỉ tiêu	ĐVT	2019	2020	2021	2022	2023
Số lượng chi nhánh loại II	Chi nhánh	12	13	13	13	13
Số lượng phòng giao dịch	Phòng	5	6	6	6	6
Số lượng ATM	Máy	15	17	17	20	22
Số lượng máy POS	Máy	18	25	41	45	62

Nguồn: Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 - 2023

Bảng 2.1 phản ánh sự phát triển mạng lưới hoạt động của Agribank tại tỉnh Cao Bằng trong giai đoạn 2019 - 2023. Số lượng chi nhánh loại II tăng từ 12 chi nhánh năm 2019 lên 13 chi nhánh từ năm 2020 trở đi, cho thấy sự mở rộng nhẹ nhưng ổn định của ngân hàng. Số lượng phòng giao dịch cũng tăng từ 5 phòng năm 2019 lên 6 phòng trong các năm tiếp theo, cải thiện khả năng tiếp cận dịch vụ cho khách hàng. Đáng chú ý, số lượng ATM và máy POS có sự gia tăng đáng kể, từ 15 máy ATM năm 2019 lên 22 máy năm 2023 và từ 18 máy POS năm 2019 lên 62 máy năm 2023. Sự gia tăng này cho thấy Agribank đang đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở hạ tầng kỹ thuật số và thanh toán không dùng tiền mặt, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng về các dịch vụ tài chính tiện ích và hiện đại. Những cải tiến này không chỉ nâng cao khả năng phục vụ khách hàng mà còn khẳng định cam kết của Agribank trong việc phát triển và hỗ trợ kinh tế địa phương, đặc biệt trong bối cảnh kinh tế số ngày càng phát triển.

2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2019 - 2023

Trong bối cảnh kinh tế tỉnh Cao Bằng, một tỉnh miền núi phía Bắc của Việt Nam với nhiều thách thức về phát triển kinh tế - xã hội, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã thể hiện sự nỗ lực và cam kết mạnh mẽ nhằm thúc đẩy hoạt động kinh doanh cũng như đóng góp vào sự phát triển kinh tế địa phương. Bảng 2.2 cung cấp một cái nhìn sâu sắc vào kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng từ năm 2019 đến 2023, cho thấy sự thích nghi và phản ứng của ngân hàng trước các biến động kinh tế và nhu cầu của thị trường.

Bảng 2.2. Kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2019 - 2023

Chỉ tiêu	ĐVT	2019	2020	2021	2022	2023
Tổng tài sản	Tỷ đồng	9.428	9.492	9.796	9.640	9.685
Nguồn vốn huy động	Tỷ đồng	9.336	9.398	9.68	9.544	10.330
Dư nợ tín dụng	Tỷ đồng	4.732	4.968	5.099	5.316	5.347
Thu nhập từ dịch vụ phi tín dụng	Tỷ đồng	36	37	40	45	50
Dư nợ xấu	Tỷ đồng	25	25	27	38	38
Tỷ lệ nợ xấu	%	0,5	0,5	0,53	0,72	0,71
Tổng thu nhập	Tỷ đồng	792	806	766	806	860
Tổng chi phí	Tỷ đồng	538	562	519	562	650
Chênh lệch thu, chi	Tỷ đồng	254	244	247	244	210

Nguồn: Báo cáo tổng kết HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019- 2023

Tổng tài sản của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng từ năm 2019 đến 2023 cho thấy một xu hướng tăng trưởng nhẹ, từ 9.428 tỷ đồng năm 2019 lên đến 9.685 tỷ đồng năm 2023. Sự tăng trưởng này, mặc dù không quá lớn, nhưng phản ánh sự ổn định và bền vững trong quản lý tài sản, đồng thời cũng cho thấy Agribank đã duy trì được vị thế của mình trên thị trường ngân hàng tỉnh Cao Bằng, bất chấp những biến động của kinh tế vĩ mô. Đặc biệt, nguồn vốn huy động đã chứng kiến một bước tăng đáng kể từ 9.336 tỷ đồng năm 2019 lên đến 10.330 tỷ đồng vào năm 2023, điều này cho thấy sự tin tưởng của khách hàng đối với Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng và khả năng của ngân hàng trong việc thu hút vốn. Sự tăng trưởng này cũng góp phần cung cấp nguồn lực tài chính quan trọng cho các hoạt động tín dụng và đầu tư.

Mặt khác, dư nợ tín dụng cũng tăng từ 4.732 tỷ đồng năm 2019 lên 5.347 tỷ đồng vào năm 2023, thể hiện Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã mở rộng hoạt động cho vay, đóng góp vào sự phát triển kinh tế của địa bàn thông qua việc cung cấp vốn cho sản xuất và kinh doanh. Tuy nhiên, dư nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu cũng tăng lên, từ 25 tỷ đồng và 0,5% năm 2019 lên 38 tỷ đồng và 0,71% năm 2023, dấu hiệu này cảnh báo về những rủi ro và thách thức trong quản lý tín dụng mà Agribank cần phải đối mặt và giải quyết.

Thu nhập từ dịch vụ phi tín dụng tăng từ 36 tỷ đồng năm 2019 lên 50 tỷ đồng năm 2023, cho thấy Agribank đã mở rộng và đa dạng hóa dịch vụ, tăng cường nguồn thu từ các hoạt động kinh doanh ngoài tín dụng, điều này không chỉ giúp tăng cường hiệu quả hoạt động kinh doanh mà còn phản ánh nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng đối với các dịch vụ ngân hàng tiện ích. Tuy nhiên, sự chênh lệch giữa tổng thu nhập và

tổng chi phí, mặc dù vẫn duy trì ở mức tích cực, nhưng có xu hướng giảm từ 254 tỷ đồng năm 2019 xuống còn 210 tỷ đồng vào năm 2023. Điều này cho thấy áp lực chi phí đang gia tăng, và Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cần phải tiếp tục cải thiện hiệu quả chi tiêu và tối ưu hóa quy trình hoạt động để duy trì sự ổn định và tăng trưởng lợi nhuận trong dài hạn.

2.2. Phân tích thực trạng huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

2.2.1. Thực trạng nội dung huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân

2.2.1.1. Công tác lập kế hoạch huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân

Trong giai đoạn 2019-2023, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã xây dựng kế hoạch huy động vốn thông qua một quy trình có hệ thống do Phòng Kế hoạch và Quản lý Rủi ro (QLRR) đảm nhiệm. Kế hoạch được xây dựng hàng năm dựa trên việc phân tích dữ liệu tài chính từ các năm trước đó và dự báo tình hình kinh tế – xã hội của tỉnh. Phòng QLRR phối hợp với Phòng Kế toán và Ngân quỹ, cùng các phòng kinh doanh, để thu thập thông tin và đánh giá các yếu tố ảnh hưởng như lãi suất thị trường, hành vi khách hàng, và chính sách của Ngân hàng Nhà nước. Quá trình này giúp chi nhánh xác định các mục tiêu cụ thể và lập ra các chỉ tiêu huy động vốn sát với thực tế.

Khi lập kế hoạch, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng tập trung vào hai chỉ tiêu chính là doanh số huy động vốn mới và số dư huy động vốn. Doanh số huy động vốn mới là mục tiêu về tổng số tiền chi nhánh cần thu hút từ khách hàng trong năm, được chia nhỏ theo từng sản phẩm huy động như tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và các sản phẩm tiết kiệm khác. Số dư huy động vốn là chỉ tiêu thể hiện tổng số tiền còn lại trong hệ thống sau khi tính đến các khoản rút ra. Việc đặt ra các chỉ tiêu này giúp ngân hàng có cơ sở rõ ràng để triển khai các hoạt động huy động và đánh giá hiệu quả thực hiện sau mỗi kỳ.

Bảng 2.3. Các chỉ tiêu kế hoạch huy động vốn KHCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Chỉ tiêu	ĐVT	2019	2020	2021	2022	2023
Doanh số huy động vốn KHCN	Tỷ đồng	4.482	4.815	5.536	6.294	6.672
Số dư huy động vốn KHCN	Tỷ đồng	8.821	9.236	9.145	9.886	10.324
Thị phần huy động vốn KHC	%	≥ 30%	≥ 30%	≥ 30%	≥ 30%	≥ 30%

Nguồn: Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 – 2023

2.2.1.2. Công tác tổ chức thực hiện huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân

a. Ban hành văn bản hướng dẫn chi tiết:

Trong giai đoạn 2019-2023, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã thực hiện công tác ban hành các văn bản hướng dẫn liên quan đến huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân, nhưng số lượng văn bản nội bộ từ chi nhánh còn hạn chế. Phần lớn các văn bản và chỉ đạo chi tiết được ban hành từ hội sở chính, dẫn đến việc áp dụng các chính sách và quy trình huy động vốn tại chi nhánh chủ yếu dựa vào hướng dẫn chung từ cấp trên. Trong giai đoạn này, chi nhánh chỉ ban hành trung bình 2-3 văn bản hướng dẫn cụ thể mỗi năm, tập trung vào việc triển khai các quy định và quy trình huy động vốn. Việc thiếu chủ động trong ban hành văn bản hướng dẫn tại chi nhánh đã phần nào làm giảm tính linh hoạt và khả năng thích ứng nhanh chóng với sự thay đổi của thị trường địa phương.

b. Tổ chức tập huấn:

Công tác tổ chức tập huấn cho nhân viên tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong giai đoạn 2019-2023 diễn ra với tần suất trung bình mỗi năm một lần. Nội dung tập huấn chủ yếu tập trung vào các chính sách huy động vốn mới, kỹ năng tư vấn khách hàng, và quy trình xử lý giao dịch nhằm nâng cao hiệu quả trong hoạt động huy động vốn. Các khóa tập huấn này giúp nhân viên cập nhật kiến thức mới và cải thiện kỹ năng giao tiếp với khách hàng, nhưng tần suất tổ chức còn thấp so với nhu cầu phát triển của chi nhánh. Số liệu ghi nhận cho thấy, trong giai đoạn này, có khoảng 70% nhân viên tham gia tập huấn, với nội dung tập trung vào cải thiện dịch vụ khách hàng và nâng cao hiểu biết về các sản phẩm tiết kiệm.

c. Thực hiện triển khai các sản phẩm và chính sách, quy trình:

Trong giai đoạn 2019-2023, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã thực hiện triển khai các sản phẩm và chính sách huy động vốn theo chỉ đạo từ hội sở. Các sản phẩm huy động như tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và tiết kiệm tích lũy được đưa vào triển khai một cách đồng bộ nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng cá nhân. Chi nhánh cũng áp dụng quy trình xử lý giao dịch theo hướng dẫn từ hội sở, đảm bảo tính nhất quán trong việc thực hiện các hoạt động huy động. Tuy nhiên, việc triển khai đôi khi gặp phải thách thức trong việc thích ứng với những biến động của thị trường địa phương, khi chi nhánh còn thiếu tính chủ động trong việc điều chỉnh sản phẩm và quy trình theo nhu cầu thực tế.

- Các sản phẩm huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Hiện nay Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đang triển khai toàn bộ các sản phẩm tiền gửi đối với KHCN. Theo đó, các sản phẩm tiền gửi tương đối đa dạng và đầy đủ các hình thức. Trong đó, bao gồm sản phẩm tiền gửi không kỳ hạn (tiền gửi thanh toán) và tiền gửi tiết kiệm. Cụ thể như sau:

* Đối với sản phẩm tiền gửi:

- Tiền gửi thanh toán:

+ Mở miễn phí tài khoản

+ Không giới hạn số lần gửi, rút tiền tại bất kỳ thời điểm nào

+ Thanh toán, chuyển khoản, thực hiện giao dịch thanh toán không dùng tiền mặt và dịch vụ tiện ích khác.

- Tiền gửi trực tuyến:

+ Chủ động thời gian giao dịch các ngày trong tuần

+ Thao tác đơn giản, tính bảo mật cao, thực hiện giao dịch trên các giao diện thân thiện, dễ sử dụng.

+ Đa dạng về kỳ hạn, tạo điều kiện cho khách hàng lựa chọn phù hợp với kế hoạch tài chính.

* Đối với sản phẩm tiết kiệm

Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã triển khai một loạt các sản phẩm tiền gửi tiết kiệm đa dạng và phong phú, nhằm đáp ứng nhu cầu và mong muốn của KHCN trong tỉnh. Các sản phẩm này bao gồm tiền gửi có kỳ hạn với lựa chọn lãi suất cố định hoặc lãi suất thả nổi, cho phép khách hàng chủ động trong việc lựa chọn kỳ hạn gửi tiền và hình thức lĩnh lãi theo nhu cầu cá nhân. Ngoài ra, Agribank cũng cung cấp các sản phẩm tiết kiệm gửi góp định kỳ và không định kỳ, tạo điều kiện cho việc tích lũy tài chính linh hoạt và thuận tiện. Đặc biệt, ngân hàng đã thiết kế các sản phẩm tiết kiệm đặc thù dành riêng cho một số đối tượng khách hàng như an sinh, học đường, hưu trí, và kiều hối, đáp ứng nhu cầu cụ thể và đặc trưng của từng nhóm khách hàng.

Bảng 2.4. Các sản phẩm tiết kiệm chính đang được triển khai tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

TT	Sản phẩm	Đặc điểm chính	Số dư đến 31/12/2023 (triệu đồng)
1	Tiết kiệm có kỳ hạn	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Có thể giao dịch tại bất kỳ chi nhánh/phòng giao dịch nào của Agribank. ✓ Chủ động lựa chọn kỳ hạn gửi tiền và hình thức lĩnh lãi. ✓ Xác nhận số dư để chứng minh tài chính cho mục đích cá nhân; sử dụng số dư để cầm cố vay vốn 	7.395.505
2	Tiết kiệm gửi góp không theo định kỳ	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Được chủ động gửi thêm tiền không giới hạn số lần và số tiền tích lũy dưới nhiều hình thức. ✓ Xác nhận số dư để chứng minh khả năng tài chính. ✓ Giao dịch gửi, rút tiền tại bất kỳ chi nhánh/phòng giao dịch nào của Agribank. 	17.303
3	Tiết kiệm an sinh	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Được chủ động gửi thêm tiền không giới hạn số lần và số tiền tích lũy dưới nhiều hình thức. ✓ Được nhận lãi suất cao và được điều chỉnh tăng/giảm ngay khi thị trường thay đổi lãi suất. ✓ Giao dịch gửi, rút tiền tại bất kỳ chi nhánh/phòng giao dịch nào của Agribank. 	9.392
4	Tiết kiệm học đường	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gửi tiền hàng tháng qua nhiều hình thức. ✓ Lãi suất thả nổi điều chỉnh phù hợp với lãi suất thị trường và gia tăng theo kỳ hạn gửi. ✓ Có thể sử dụng số dư tài khoản để xác nhận khả năng tài chính cho khách hàng hoặc người thân 	121
5	Tiết kiệm hưu trí	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Lãi suất cao, được điều chỉnh tăng/giảm ngay khi thị trường thay đổi lãi suất. ✓ Được hưởng các chính sách ưu đãi theo quy định tại Chi nhánh Agribank nơi khách hàng mở tài khoản. ✓ Có thể sử dụng số dư tài khoản để xác nhận khả năng tài chính cho khách hàng hoặc người thân. 	249

Nguồn: Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2024

Mỗi sản phẩm đều mang những đặc điểm chính riêng biệt và được công bố rõ ràng tại quầy giao dịch, giúp khách hàng dễ dàng nắm bắt thông tin và lựa chọn sản phẩm phù hợp với mục tiêu tài chính cá nhân của mình. Sự đa dạng và đầy đủ này thể hiện cam kết của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc cung cấp giải pháp tài chính tối ưu cho khách hàng, góp phần vào việc thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh thông qua việc khuyến khích tiết kiệm và đầu tư hiệu quả.

Hiện nay, lãi suất huy động vốn của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đang bám sát với chính sách lãi suất huy động vốn của hệ thống Agribank.

Bảng 2.5. So sánh chính sách lãi suất của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác năm 2023

Tiêu chí	Lãi suất	Phương thức trả lãi	Mức độ linh hoạt của lãi suất	Lãi suất linh hoạt đối với từng khách hàng	Rút trước hạn
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng	Thấp nhất	Thực hiện đủ lãi trước, định kỳ, sau	Có đủ lãi cố định, lãi suất thả nổi	Không linh hoạt	Được rút trước hạn, hưởng lãi không kỳ hạn
BIDV chi nhánh Cao Bằng	Cao hơn ít			Linh hoạt ít	Được rút gốc một phần, phần còn lại được hưởng lãi suất đầy đủ
VietinBank chi nhánh Cao Bằng	Cao hơn ít			Linh hoạt ít	
Các ngân hàng TMCP khác trên địa bàn tỉnh Cao Bằng	Cao hơn nhiều			Linh hoạt rất nhiều theo nhóm khách hàng, số dư tiền gửi	

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2024

Bảng 2.5 cung cấp một cái nhìn toàn diện về chính sách lãi suất huy động vốn của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng so với các NHTM khác tại địa bàn. Rõ ràng, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng áp dụng mức lãi suất thấp nhất, điều này phản ánh sự cam kết của ngân hàng trong việc hỗ trợ tài chính cho khách hàng của mình với chi phí hợp lý. Mặc dù lãi suất thấp, nhưng Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng vẫn duy trì sự linh hoạt cao trong phương thức trả lãi, bao gồm lãi trả trước, định kỳ và sau, cùng với việc cho phép rút trước hạn mà vẫn hưởng lãi không kỳ hạn, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Trong khi đó, các ngân hàng khác như BIDV, VietinBank chi nhánh Cao Bằng cung cấp mức lãi suất cao hơn nhưng không đáng kể so với Agribank, nhưng họ cung cấp ít sự linh hoạt hơn trong cả phương thức trả lãi và khả năng thích ứng với nhu cầu cụ thể của từng khách hàng. Đặc biệt, các ngân hàng TMCP khác trên địa bàn tỉnh Cao Bằng cung cấp mức lãi suất cao hơn nhiều và họ cung cấp một mức độ linh hoạt rất cao theo nhóm khách hàng và số dư tiền gửi, có thể thu hút khách hàng mong muốn tối ưu hóa lợi ích từ khoản tiền gửi của mình.

2.2.1.3. Công tác kiểm soát huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân

Trong giai đoạn 2019-2023, công tác kiểm soát hoạt động huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng được thực hiện bởi bộ phận kiểm soát nội bộ và phòng Quản lý Rủi ro (QLRR). Bộ phận này chịu trách nhiệm giám

sát toàn bộ quy trình huy động vốn, từ khâu tiếp nhận tiền gửi, xử lý giao dịch đến báo cáo kết quả. Sự phối hợp chặt chẽ giữa phòng QLRR và các bộ phận kinh doanh giúp đảm bảo việc kiểm soát được thực hiện một cách đồng bộ và hiệu quả. Các hoạt động kiểm soát không chỉ giúp chi nhánh tuân thủ các quy định pháp lý mà còn duy trì tính minh bạch trong các giao dịch với khách hàng cá nhân.

Hình thức kiểm soát chủ yếu được thực hiện định kỳ theo kế hoạch hàng quý và hàng năm. Điều này giúp chi nhánh kịp thời phát hiện và khắc phục các sai phạm trong quá trình huy động vốn. Trong giai đoạn 2019-2023, chi nhánh đã thực hiện trung bình 4-6 đợt kiểm tra định kỳ mỗi năm, bao gồm cả các đợt kiểm tra đột xuất khi có dấu hiệu bất thường. Kết quả từ các đợt kiểm tra cho thấy, tổng cộng có khoảng 20 trường hợp sai phạm được phát hiện, chủ yếu liên quan đến việc ghi chép không đúng số dư tiền gửi và việc xử lý các thủ tục rút tiền không tuân thủ quy trình. Những sai phạm này chủ yếu là do thiếu sót trong việc tuân thủ quy trình hoặc nhân viên chưa được đào tạo kỹ lưỡng.

Để xử lý các sai phạm, chi nhánh đã áp dụng các biện pháp như điều chỉnh lại quy trình làm việc, tăng cường các buổi tập huấn đào tạo và giám sát nghiêm ngặt hơn đối với nhân viên liên quan. Những trường hợp sai phạm nghiêm trọng được báo cáo lên cấp quản lý cao hơn và có biện pháp xử lý kỷ luật như cảnh cáo hoặc tái đào tạo bắt buộc. Việc kiểm soát định kỳ kết hợp với các biện pháp khắc phục và cải tiến liên tục đã giúp Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng giảm thiểu các rủi ro trong hoạt động huy động vốn, đảm bảo sự tin cậy của khách hàng và tăng cường hiệu quả quản lý vốn.

2.2.2. Quy mô huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

- Số lượng KHCN gửi tiền và tốc độ tăng trưởng

Bảng 2.6 về số lượng KHCN gửi tiền và tốc độ tăng trưởng tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng từ năm 2019 đến 2023 cho thấy một xu hướng tích cực trong việc thu hút vốn tiết kiệm từ cộng đồng. Số lượng KHCN gửi tiền tăng liên tục qua các năm, từ 163.452 khách hàng vào năm 2019 lên đến 228.943 khách hàng vào năm 2023. Điều này không chỉ phản ánh sự tăng trưởng ổn định của Agribank tại tỉnh Cao Bằng mà còn cho thấy sự tăng cường niềm tin của người dân địa phương vào hệ thống ngân hàng nói chung và Agribank nói riêng. Tốc độ tăng trưởng hàng năm cũng cho thấy sự biến đổi: từ 8,8% năm 2020 lên 9,14% vào năm 2021, sau đó giảm nhẹ xuống còn 7,11% vào năm 2022, trước khi tăng vọt lên 10,12% vào năm 2023. Sự biến động này có thể phản ánh những thách thức và cơ hội mà Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng gặp phải trong bối cảnh kinh tế vĩ mô và địa phương. Đặc biệt, sự tăng trưởng mạnh mẽ của số lượng

KHCN gửi tiền và tốc độ tăng trưởng tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng phản ánh hiệu quả của các chính sách và dịch vụ hướng tới cộng đồng địa phương.

Bảng 2.6. Số lượng KHCN gửi tiền và tốc độ tăng trưởng tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	2022	2023
Số lượng KHCN gửi tiền (Khách hàng)	163.452	177.841	194.103	207.909	228.943
Tốc độ tăng trưởng (%)		8,80	9,14	7,11	10,12

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 - 2023

Điều này bao gồm việc triển khai các chương trình ưu đãi, cải thiện quy trình tiếp cận vốn cho người dân và doanh nghiệp nhỏ, cũng như nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng và ứng dụng công nghệ trong hoạt động ngân hàng.

- Quy mô HĐ tiền gửi KHCN và tốc độ tăng trưởng

Bảng 2.7 về quy mô tiền gửi của KHCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng từ 2019 đến 2023 cho thấy một hành trình biến động nhưng tổng thể là tăng trưởng, với quy mô tiền gửi từ 8.638 tỷ đồng năm 2019 lên đến 9.260 tỷ đồng vào năm 2023, mặc dù có những giảm nhẹ trong các năm 2020 và 2022.

Bảng 2.7. Quy mô HĐ tiền gửi KHCN và tốc độ tăng trưởng tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Chỉ tiêu	ĐVT	2019	2020	2021	2022	2023
Quy mô HĐ TG KHCN	Tỷ đồng	8.638	8.501	8.918	8.703	9.260
Tốc độ tăng trưởng	%	4,58	-1,59	4,91	-2,41	6,40
Quy mô HĐ tiền gửi bình quân trên 1 khách hàng cá nhân	Triệu đồng/ KH	52,85	47,80	45,94	41,86	40,45

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 - 2023

Sự tăng trưởng này, đặc biệt là mức tăng 6,40% năm 2023, phản ánh khả năng thích ứng và phục hồi của ngân hàng trước các biến động kinh tế. Tuy nhiên, quy mô huy động tiền gửi bình quân trên một KHCN giảm từ 52,85 triệu đồng xuống còn 40,45 triệu đồng, cho thấy mỗi khách hàng cá nhân gửi ít tiền hơn qua thời gian, có thể do biến động trong khả năng tài chính hoặc hành vi tiết kiệm của họ. Dữ liệu này không chỉ gợi ý về sự cần thiết của việc đánh giá sâu sắc hơn về nhu cầu khách hàng để tối ưu hóa chiến lược huy động vốn, mà còn phản ánh khả năng của Agribank chi nhánh tỉnh Cao

Bằng trong việc duy trì sự tăng trưởng ổn định trong bối cảnh thách thức và cơ hội liên tục thay đổi.

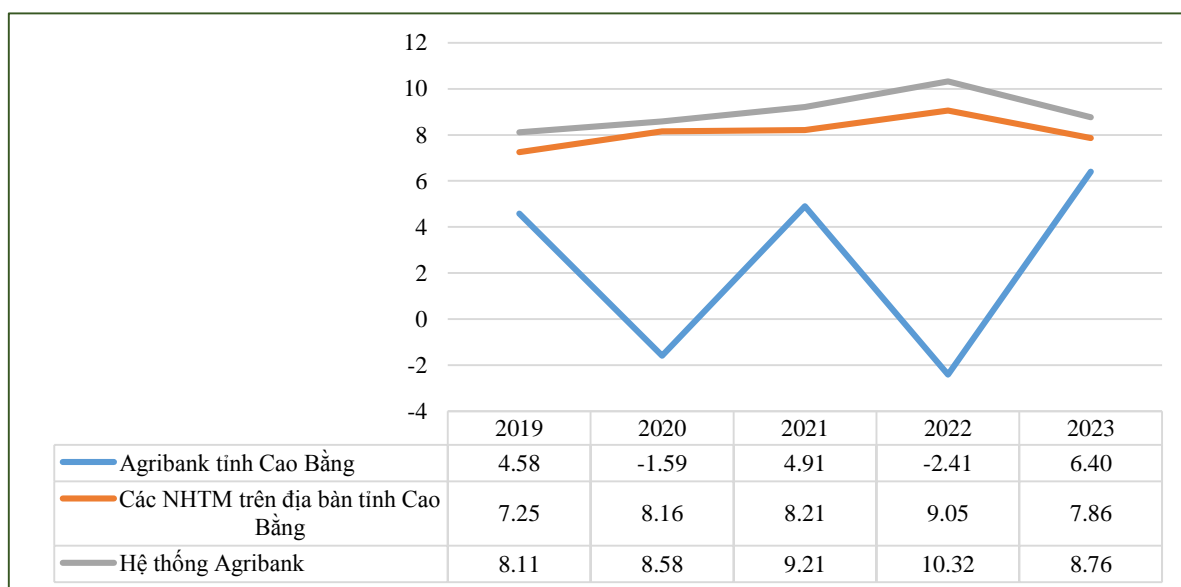
Bảng 2.8. So sánh tốc độ tăng trưởng quy mô HD tiền gửi KHCN của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác trên địa bàn và hệ thống Agribank

Đơn vị: %

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	2022	2023
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng	4,58	-1,59	4,91	-2,41	6,40
Các NHTM trên địa bàn tỉnh Cao Bằng	7,25	8,16	8,21	9,05	7,86
Hệ thống Agribank	8,11	8,58	9,21	10,32	8,76

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 – 2023

Đơn vị: %



Hình 2.2. So sánh tốc độ tăng trưởng quy mô HD tiền gửi KHCN của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác trên địa bàn và hệ thống Agribank

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2024

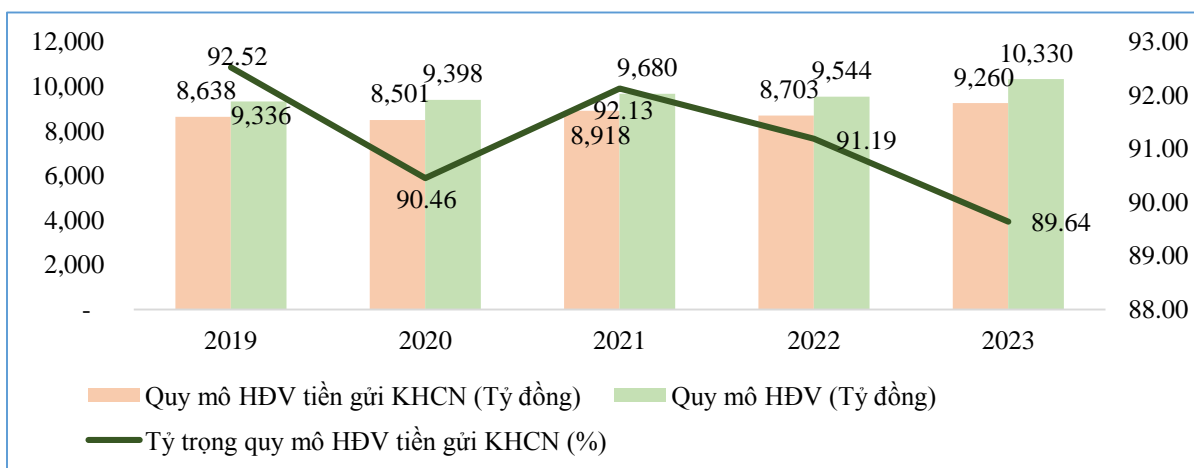
Bảng 2.8 và Hình 2.2 so sánh tốc độ tăng trưởng quy mô HD tiền gửi KHCN giữa Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, các NHTM khác trên địa bàn tỉnh và toàn hệ thống Agribank từ 2019 đến 2023, cho thấy Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng có tốc độ tăng trưởng thấp hơn so với cả hai nhóm còn lại trong phần lớn các năm. Cụ thể, trong khi Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng chứng kiến sự biến động với việc giảm tốc độ tăng trưởng vào các năm 2020 và 2022, các NHTM trên địa bàn và toàn hệ thống Agribank liên tục duy trì mức tăng trưởng ổn định và cao hơn qua từng năm.

Sự chênh lệch này không chỉ phản ánh sự cạnh tranh gay gắt và khả năng thu hút nguồn vốn tiền gửi KHCN tốt hơn của các NHTM trên địa bàn và toàn hệ thống Agribank, mà còn chỉ ra thách thức và cơ hội cho Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc nâng cao hiệu suất và mở rộng thị phần. Để cải thiện tình hình, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cần tập trung vào việc đa dạng hóa sản phẩm, cải thiện chất lượng dịch vụ, và áp dụng các chiến lược tiếp thị đổi mới nhằm thu hút và giữ chân khách hàng, đồng thời tận dụng tốt các lợi thế từ mạng lưới và uy tín của mình trong hệ thống Agribank.

Bảng 2.9. Tỷ trọng HĐ tiền gửi KHCN trong quy mô HĐV tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Chỉ tiêu	ĐVT	2019	2020	2021	2022	2023
Quy mô HĐ tiền gửi KHCN	Tỷ đồng	8.638	8.501	8.918	8.703	9.260
Quy mô HĐV	Tỷ đồng	9.336	9.398	9.680	9.544	10.330
Tỷ trọng quy mô HĐ tiền gửi KHCN	%	92,52	90,46	92,13	91,19	89,64

Đơn vị: Tỷ đồng, %



Hình 2.3. Tỷ trọng quy mô HĐ tiền gửi KHCN trong quy mô HĐV tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 - 2023

Dữ liệu từ Hình 2.3 và Bảng 2.9 cho thấy tỷ trọng quy mô HĐV tiền gửi của KHCN trong tổng quy mô HĐV tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng từ năm 2019 đến 2023 chiếm một tỷ trọng rất cao, dao động từ 89,64% đến 92,52%. Mặc dù tỷ trọng này có xu hướng giảm nhẹ từ 92,52% năm 2019 xuống còn 89,64% vào năm 2023, thể hiện sự dịch chuyển chậm sang huy động vốn từ khách hàng doanh nghiệp và tổ chức, nhưng nhìn chung, tiền gửi KHCN vẫn đóng vai trò quan trọng trong cơ cấu

nguồn vốn của ngân hàng. Sự giảm nhẹ này có thể phản ánh chiến lược đa dạng hóa nguồn vốn và mở rộng phân khúc khách hàng của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, nhằm giảm thiểu rủi ro và tăng cường sự ổn định tài chính. Tuy nhiên, sự phụ thuộc lớn vào tiền gửi KHCN cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc duy trì mối quan hệ chặt chẽ với khách hàng cá nhân và cải thiện liên tục chất lượng dịch vụ để giữ vững vị thế trên thị trường trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng tăng.

Bảng 2.10. Tình hình thực hiện huy động tiền gửi KHCN so với kế hoạch tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Chỉ tiêu	ĐVT	2019	2020	2021	2022	2023
Quy mô HĐ tiền gửi KHCN thực hiện	Tỷ đồng	8.638	8.501	8.918	8.703	9.260
Quy mô HĐ tiền gửi KHCN theo kế hoạch	Tỷ đồng	8821	9236	9145	9886	10324
Tỷ lệ thực hiện so với kế hoạch	%	97,93	92,04	97,52	88,03	89,69

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 - 2023

Bảng 2.10 thể hiện rõ ràng việc Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng không đạt được chỉ tiêu kế hoạch huy động tiền gửi từ KHCN trong giai đoạn từ 2019 đến 2023. Mặc dù ngân hàng đã nỗ lực huy động vốn, nhưng tỷ lệ thực hiện so với kế hoạch hàng năm chỉ dao động từ 88,03% đến 97,93%, rõ ràng thấp hơn so với mục tiêu đã đặt ra. Điều này đặc biệt nổi bật trong năm 2022 và 2023, khi tỷ lệ thực hiện chỉ lần lượt là 88,03% và 89,69%, cho thấy sự khó khăn trong việc thu hút và giữ chân nguồn vốn từ KHCN, có thể do cạnh tranh từ các ngân hàng khác, sự thay đổi trong hành vi tiết kiệm của người dân, hoặc các yếu tố vĩ mô bất lợi. Sự chênh lệch giữa kế hoạch và thực tế cũng phản ánh thách thức mà Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng phải đối mặt trong việc đánh giá chính xác và điều chỉnh chiến lược huy động vốn để phản ứng linh hoạt với điều kiện thị trường và nhu cầu của khách hàng. Điều này đòi hỏi ngân hàng phải liên tục cải thiện sản phẩm, dịch vụ và triển khai các chương trình ưu đãi, cũng như tăng cường hoạt động marketing và quan hệ khách hàng để cải thiện tình hình huy động vốn trong tương lai.

2.2.3. Cơ cấu huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

- Cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo kỳ hạn

Bảng 2.11 về cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo kỳ hạn tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng từ năm 2019 đến 2023 cho thấy một xu hướng rõ ràng về sự dịch chuyển nguồn vốn.

Bảng 2.11. Cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo kỳ hạn tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Cơ cấu theo kỳ hạn	ĐVT	2019	2020	2021	2022	2023
TG không kỳ hạn	Tỷ đồng	136	141	128	118	102
<i>Tỷ lệ TG KKH</i>	%	<i>1,57</i>	<i>1,66</i>	<i>1,44</i>	<i>1,36</i>	<i>1,10</i>
TG có kỳ hạn dưới 12 tháng	Tỷ đồng	2.436	2.211	2.084	1.660	1.959
<i>Tỷ lệ TG có kỳ hạn dưới 12 tháng</i>	%	<i>28,20</i>	<i>26,01</i>	<i>23,37</i>	<i>19,07</i>	<i>21,16</i>
TG có kỳ hạn từ 12 tháng trở lên	Tỷ đồng	6.066	6.149	6.706	6.925	7.199
<i>Tỷ lệ TG có kỳ hạn từ 12 tháng trở lên</i>	%	<i>70,22</i>	<i>72,33</i>	<i>75,20</i>	<i>79,57</i>	<i>77,74</i>

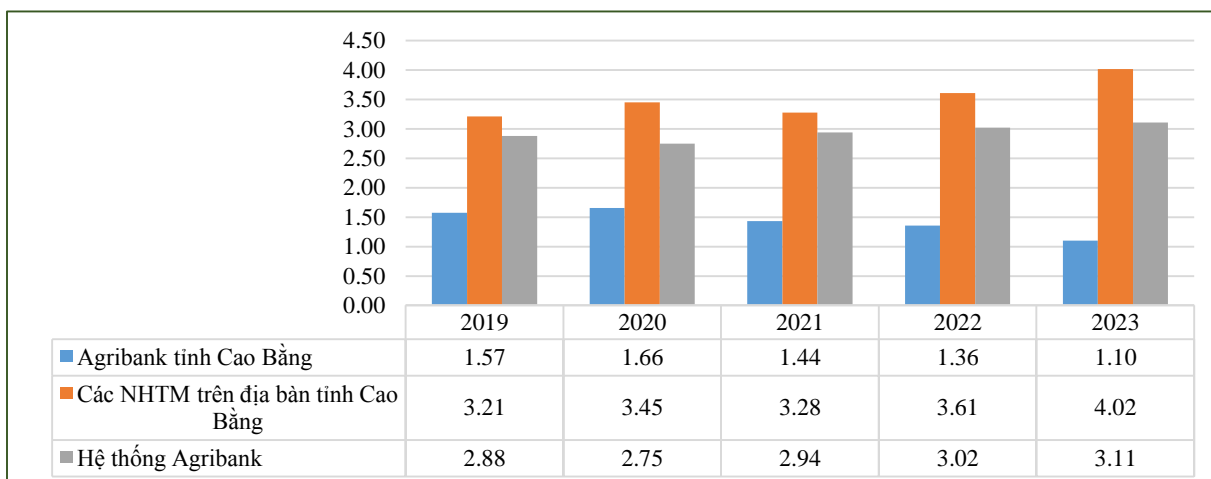
Nguồn: Báo cáo HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 - 2023

Tỷ lệ tiền gửi có kỳ hạn từ 12 tháng trở lên chiếm ưu thế và tăng từ 70,22% năm 2019 lên đến 77,74% vào năm 2023, phản ánh sự ưa chuộng của khách hàng đối với các sản phẩm tiết kiệm dài hạn, có lẽ do lãi suất hấp dẫn hơn hoặc tâm lý tìm kiếm sự an toàn và ổn định cho khoản tiền gửi của mình. Trong khi đó, tỷ lệ tiền gửi không kỳ hạn giảm từ 1,57% xuống còn 1,10%, cho thấy nguồn vốn không kỳ hạn còn rất thấp, thể hiện sự thiếu hấp dẫn của sản phẩm này hoặc sự cẩn trọng của khách hàng trong việc giữ tiền mặt sẵn có. Nguồn vốn có kỳ hạn dưới 12 tháng cũng chứng kiến sự giảm tỷ trọng, từ 28,20% xuống còn 21,16%, điều này có thể phản ánh sự điều chỉnh trong lựa chọn kỳ hạn gửi tiết kiệm của khách hàng, từ ngắn hạn sang trung và dài hạn, có thể do các yếu tố như điều kiện thị trường, lãi suất, và chiến lược tài chính cá nhân. Sự dịch chuyển này không chỉ bộc lộ xu hướng của khách hàng về việc ưu tiên sự an toàn và lợi nhuận từ tiền gửi tiết kiệm, mà còn gợi ý về thách thức và cơ hội cho Agribank trong việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng tốt hơn nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Bảng 2.12. So sánh tỷ lệ huy động tiền gửi KHCN không kỳ hạn (vốn giá rẻ) của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác

Đơn vị: %

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	2022	2023
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng	1,57	1,66	1,44	1,36	1,10
Các NHTM trên địa bàn tỉnh Cao Bằng	3,21	3,45	3,28	3,61	4,02
Hệ thống Agribank	2,88	2,75	2,94	3,02	3,11



Hình 2.4. So sánh tỷ lệ huy động tiền gửi KHCN không kỳ hạn (vốn giá rẻ) của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2024

Hình 2.4 và Bảng 2.12 cung cấp một cái nhìn so sánh về tỷ lệ huy động tiền gửi không kỳ hạn (KKH) của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng so với các NHTM khác trên địa bàn và toàn hệ thống Agribank từ năm 2019 đến 2023. Tỷ lệ nguồn vốn KKH của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn thấp hơn so với cả các NHTM khác trên địa bàn và toàn hệ thống Agribank trong suốt giai đoạn này, giảm từ 1,57% năm 2019 xuống còn 1,10% vào năm 2023. Trong khi đó, các NHTM khác và toàn hệ thống Agribank không chỉ có tỷ lệ cao hơn mà còn cho thấy xu hướng tăng qua các năm, đặc biệt là các NHTM trên địa bàn với sự tăng từ 3,21% lên đến 4,02%. Sự chênh lệch này cho thấy Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đang gặp khó khăn trong việc thu hút vốn giá rẻ không kỳ hạn so với các đối thủ cạnh tranh, điều này có thể ảnh hưởng đến chi phí vốn và khả năng cạnh tranh của ngân hàng. Tỷ lệ thấp của vốn KKH phản ánh sự thiếu hấp dẫn trong các sản phẩm và dịch vụ của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, hoặc sự chuyển dịch của khách hàng sang các sản phẩm có kỳ hạn do lãi suất cao hơn.

- Cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo loại tiền tệ

Số liệu Bảng 2.13 cho thấy, một xu hướng đặc trưng rõ ràng: lượng tiền gửi bằng nội tệ chiếm tỷ lệ áp đảo so với ngoại tệ. Tỷ lệ tiền gửi bằng nội tệ ổn định ở mức cao, gần như tuyệt đối, với khoảng 99,94% vào năm 2019 và duy trì ổn định ở mức tương tự cho đến năm 2023. Ngược lại, tỷ lệ tiền gửi bằng ngoại tệ rất thấp, chỉ dao động nhẹ từ 0,06% đến 0,07% trong cùng kỳ, trừ năm 2020 giảm xuống còn

0,01%. Sự chênh lệch đáng kể này không chỉ phản ánh sự ưu tiên của người dân địa phương trong việc giữ tiền tệ trong nước mà còn thể hiện sự hạn chế về nhu cầu hoặc cơ hội đầu tư và tiết kiệm bằng ngoại tệ tại tỉnh Cao Bằng. Điều này có thể liên quan đến các yếu tố như ổn định kinh tế vĩ mô, chính sách tiền tệ của ngân hàng trung ương, và sự tin tưởng vào đồng nội tệ. Ngoài ra, tỷ lệ thấp của tiền gửi bằng ngoại tệ cũng phản ánh sự hạn chế trong dịch vụ hoặc sản phẩm ngân hàng liên quan đến ngoại tệ, hoặc thiếu hấp dẫn so với các lựa chọn tiết kiệm hoặc đầu tư bằng nội tệ.

Bảng 2.13. Cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo loại tiền tệ tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Cơ cấu theo loại tiền tệ	ĐVT	2019	2020	2021	2022	2023
Nội tệ	Tỷ đồng	8.633	8.500	8.912	8.698	9.254
<i>Tỷ lệ tiền gửi bằng nội tệ</i>	%	<i>99,94</i>	<i>99,99</i>	<i>99,93</i>	<i>99,94</i>	<i>99,94</i>
Ngoại tệ quy đổi	Tỷ đồng	5	1	6	5	6
<i>Tỷ lệ tiền gửi bằng ngoại tệ</i>	%	<i>0,06</i>	<i>0,01</i>	<i>0,07</i>	<i>0,06</i>	<i>0,06</i>

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 - 2023

- Cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo kênh huy động

Bảng 2.14 về cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo kênh huy động tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng từ năm 2019 đến 2023 cho thấy một xu hướng phát triển rõ ràng về việc áp dụng công nghệ trong ngành ngân hàng. Trong khi kênh truyền thống tại quầy giao dịch vẫn chiếm ưu thế lớn trong việc huy động vốn, với tỷ lệ giảm nhẹ từ 97,75% năm 2019 xuống còn 95,53% vào năm 2023, thì tỷ lệ huy động vốn online lại chứng kiến sự tăng trưởng đáng chú ý, từ 2,25% lên 4,47% trong cùng kỳ.

Bảng 2.14. Cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo kênh huy động tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Kênh huy động	ĐVT	2019	2020	2021	2022	2023
Tại quầy giao dịch	Tỷ đồng	8.444	8.258	8.608	8.382	8.846
<i>Tỷ lệ huy động tiền gửi KHCN tại quầy giao dịch</i>	%	<i>97,75</i>	<i>97,14</i>	<i>96,52</i>	<i>96,31</i>	<i>95,53</i>
Online	Tỷ đồng	194	243	310	321	414
<i>Tỷ lệ huy động vốn online</i>	%	<i>2,25</i>	<i>2,86</i>	<i>3,48</i>	<i>3,69</i>	<i>4,47</i>

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 – 2023

Sự tăng trưởng này không chỉ phản ánh sự thay đổi trong hành vi của người tiêu dùng, với xu hướng ngày càng ưa chuộng các dịch vụ ngân hàng điện tử do sự tiện lợi, nhanh chóng và an toàn, mà còn cho thấy Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã và đang

đầu tư vào công nghệ để đáp ứng nhu cầu này. Sự dịch chuyển từ huy động vốn tại quầy giao dịch sang online cũng gợi ý về tiềm năng lớn cho sự phát triển của ngân hàng số trong tương lai, đồng thời đặt ra yêu cầu cho Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc cải thiện và mở rộng dịch vụ ngân hàng điện tử, đảm bảo an ninh thông tin và trải nghiệm khách hàng tốt hơn để khai thác hiệu quả kênh huy động vốn này.

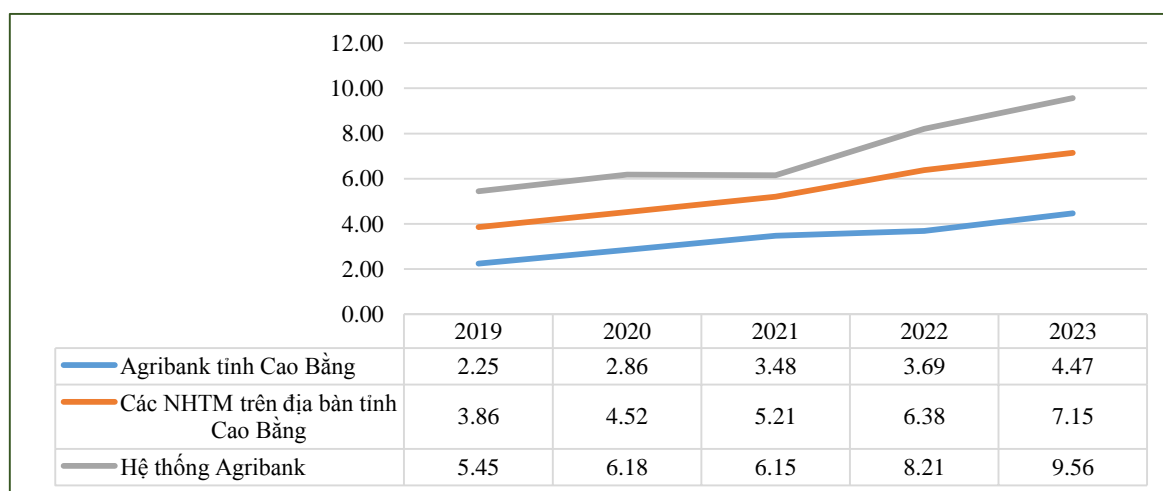
Hình 2.5 và Bảng 2.15 mô tả sự so sánh tỷ trọng huy động vốn qua kênh online giữa Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, các NHTM khác trên địa bàn tỉnh và toàn hệ thống Agribank từ năm 2019 đến 2023. Rõ ràng, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng có tỷ lệ huy động vốn qua kênh online thấp hơn so với cả các NHTM trên địa bàn lẫn toàn hệ thống Agribank trong suốt giai đoạn này. Tỷ lệ tăng trưởng từ 2,25% năm 2019 lên đến 4,47% năm 2023 tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, mặc dù cho thấy sự cải thiện, nhưng vẫn kém xa so với mức tăng trưởng của các NHTM trên địa bàn từ 3,86% lên 7,15% và của toàn hệ thống Agribank từ 5,45% lên 9,56%.

Bảng 2.15. So sánh tỷ trọng huy động tiền gửi KHCN qua kênh online của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác

Đơn vị: %

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	2022	2023
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng	2,25	2,86	3,48	3,69	4,47
Các NHTM trên địa bàn tỉnh Cao Bằng	3,86	4,52	5,21	6,38	7,15
Hệ thống Agribank	5,45	6,18	6,15	8,21	9,56

Đơn vị: %



Hình 2.5. So sánh tỷ trọng huy động tiền gửi KHCN qua kênh online của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2024

Sự chênh lệch này phản ánh sự chậm trễ trong việc áp dụng và phát triển các dịch vụ ngân hàng số tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng so với các đối thủ cạnh tranh, cũng như toàn hệ thống của chính mình. Điều này cho thấy một cơ hội lớn cho Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc tăng cường đầu tư vào công nghệ và cải thiện dịch vụ ngân hàng trực tuyến để thu hút khách hàng, nhất là trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng ưa chuộng sự tiện lợi và nhanh chóng của giao dịch online. Đồng thời, nó cũng là một thách thức đối với ngân hàng trong việc cập nhật và thích nghi với xu hướng số hóa để không bị tụt hậu so với cạnh tranh.

2.2.4. Chi phí, thời gian trung bình và khả năng sinh lời từ huy động tiền gửi khách hàng cá nhân của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

- Chi phí trả lãi huy động tiền gửi KHCN

Dữ liệu bảng 2.15 cho thấy chi phí trả lãi bình quân cho khách hàng cá nhân đã biến động qua các năm. Bắt đầu từ mức 5,74% vào năm 2019, chi phí trả lãi có xu hướng giảm xuống còn 5,23% trong năm 2020. Sự giảm này có thể phản ánh một môi trường lãi suất tổng thể giảm hoặc các chiến lược cạnh tranh về giá của ngân hàng. Đến năm 2021, có sự tăng nhẹ lên mức 5,45%, điều này có thể do nhu cầu vốn tăng hoặc thay đổi trong chính sách huy động vốn của ngân hàng. Năm 2022 chứng kiến sự tăng vọt lên 6,45%, đây có thể là hậu quả của việc Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cần huy động vốn nhiều hơn để hỗ trợ tăng trưởng tín dụng hoặc phản ứng với các điều kiện thị trường như lạm phát tăng. Đến năm 2023, chi phí trả lãi bình quân giảm xuống còn 5,04% do lãi suất huy động chung của hệ thống NHTM giảm.

Bảng 2.16. Chi phí trả lãi huy động tiền gửi KHCN bình quân của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

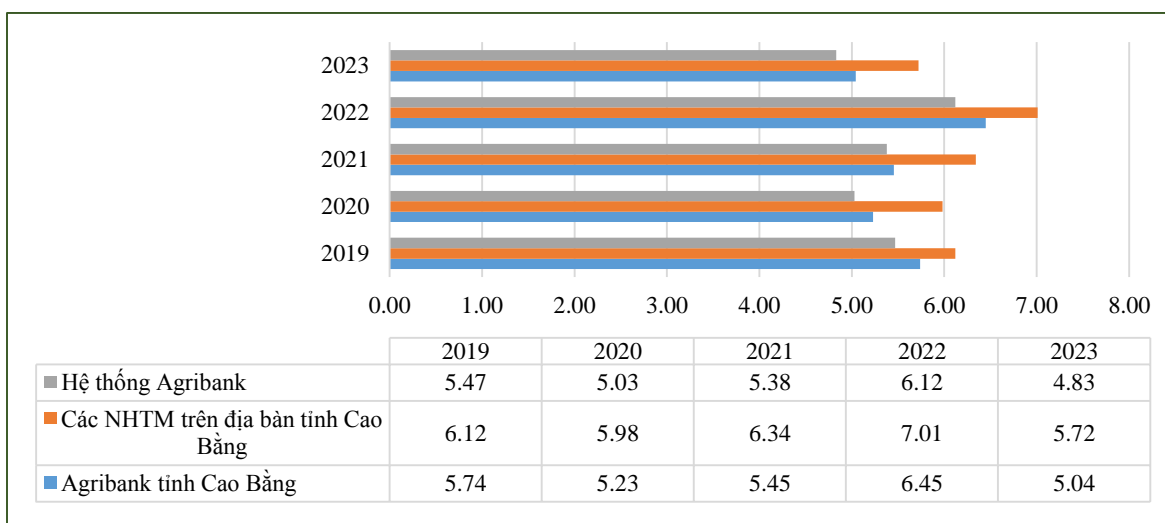
Chỉ tiêu	ĐVT	2019	2020	2021	2022	2023
Tổng chi phí trả lãi cho KHCN	Tỷ đồng	492	448	475	568	453
Số dư HĐV bình quân	Tỷ đồng	8.572	8.570	8.710	8.811	8.982
Chi phí trả lãi bình quân	%	5,74	5,23	5,45	6,45	5,04

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 – 2023

Hình 2.6 cho thấy sự so sánh chi phí trả lãi bình quân giữa Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác trên địa bàn tỉnh và với tổng thể hệ thống Agribank từ năm 2019 đến 2023. Nhìn chung, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã duy trì chi phí trả lãi bình quân thấp hơn so với các NHTM khác trong tỉnh qua các năm, ngoại trừ năm 2022, nơi chi phí trả lãi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng tăng lên đáng kể

lên 6,45%, cao hơn cả mức trung bình của hệ thống Agribank và các NHTM khác. Tuy nhiên, vào năm 2023, chi nhánh này đã điều chỉnh chi phí trả lãi xuống mức 5,04%, thấp hơn so với cả hệ thống Agribank và các NHTM khác. Sự biến động này có thể là kết quả của các chiến lược huy động vốn cụ thể và điều kiện thị trường tài chính tại thời điểm đó. Trong khi đó, hệ thống Agribank có vẻ như duy trì một chính sách ổn định hơn, với chi phí trả lãi bình quân luôn nằm ở mức thấp hơn so với Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng và các NHTM khác. Sự chênh lệch này có thể phản ánh sự khác biệt trong chính sách huy động vốn, cấu trúc vốn và mức độ cạnh tranh của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng so với các đơn vị khác.

Đơn vị: %



Hình 2.6. So sánh chi phí trả lãi bình quân của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2024

- Thời gian huy động tiền gửi KHCN bình quân

Số liệu Bảng 2.17 cho thấy thời gian huy động vốn của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong suốt 5 năm là tương đối cao, dao động từ 365 đến 392 ngày, đạt đỉnh vào năm 2022. So sánh này cho thấy khách hàng có xu hướng giữ tiền gửi của họ tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng lâu hơn so với các NHTM khác trên địa bàn, nơi thời gian huy động vốn bình quân thấp hơn, chỉ từ 286 đến 324 ngày, và thấp nhất vào năm 2023 với 296 ngày. Ngay cả so với toàn hệ thống Agribank, chi nhánh Cao Bằng cũng duy trì mức thời gian huy động vốn khá cao, điều này có thể phản ánh sự tin tưởng và ổn định của cơ sở khách hàng tại tỉnh. Tuy nhiên, có sự giảm nhẹ trong thời gian huy động vốn từ năm 2022 đến 2023, phản ánh sự thay đổi trong hành vi của người gửi tiền và điều chỉnh trong chính sách huy động vốn của ngân hàng, có thể nhằm phản ứng với sự biến

động của thị trường hoặc cải thiện mức độ thanh khoản. Điều này cho thấy chi nhánh cần có các chiến lược huy động vốn hiệu quả để cạnh tranh hơn nữa và phản ứng linh hoạt với điều kiện thị trường.

Bảng 2.17. Thời gian huy động tiền gửi KHCN bình quân của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng và các NHTM khác

Đơn vị: Ngày

Chỉ tiêu	2019	2020	2021	2022	2023
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng	378	375	366	392	365
Các NHTM trên địa bàn tỉnh Cao Bằng	286	305	295	324	296
Hệ thống Agribank	365	368	354	362	341

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 - 2023

- Khả năng sinh lời

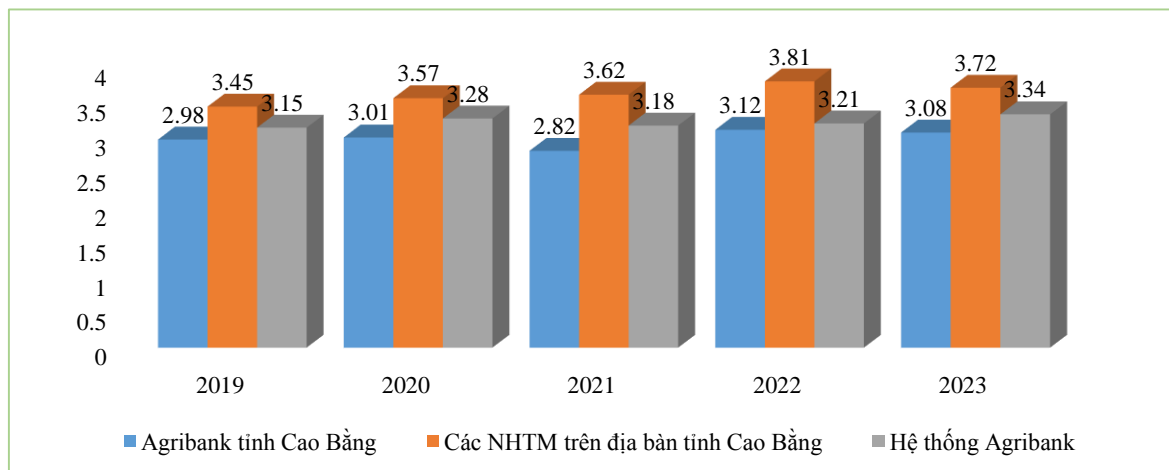
Qua năm năm từ 2019 đến 2023, hệ số NIM (Net Interest Margin) của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, chỉ số đánh giá sự chênh lệch giữa lãi thu được từ tín dụng và lãi phải trả cho nguồn vốn, đã cho thấy sự biến động nhẹ nhưng ổn định với xu hướng tăng trưởng tổng thể.

Bảng 2.18. Khả năng sinh lời của hoạt động HĐ tiền gửi KHCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Chỉ tiêu	ĐVT	2019	2020	2021	2022	2023
Thu nhập lãi ròng từ nguồn HĐV KHCN	Tỷ đồng	255,45	257,94	245,61	274,89	276,63
Quy mô HĐV KHCN bình quân	Tỷ đồng	8.572	8.570	8.710	8.811	8.982
NIM	%	2,98	3,01	2,82	3,12	3,08

Nguồn: Báo cáo HĐKD của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, 2019 – 2023

Bắt đầu với mức 2,98% vào năm 2019, NIM nhẹ nhàng tăng lên 3,01% vào năm 2020 và sau đó giảm xuống còn 2,82% vào năm 2021, có thể phản ánh những biến động nhất định trong cơ cấu tiền gửi hoặc chi phí vốn. Tuy nhiên, sự tăng lên đáng kể lên 3,12% trong năm 2022 và sau đó ổn định ở mức 3,08% vào năm 2023, cho thấy rằng Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã thực hiện những điều chỉnh hiệu quả trong việc quản lý chênh lệch lãi suất, cũng như có thể đã tận dụng thành công những cơ hội từ môi trường kinh doanh để tối ưu hóa lợi nhuận từ hoạt động tín dụng của mình. Điều này cũng gợi ý về khả năng ngân hàng đã cải thiện chất lượng tài sản và cấu trúc nguồn vốn của mình, đồng thời có thể đã phát triển thêm các sản phẩm và dịch vụ mới để tăng cường sinh lời, góp phần vào sự ổn định và tăng trưởng của hệ số NIM qua các năm.



Hình 2.7. So sánh hệ số NIM của hoạt động HD tiền gửi KHCN của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng với các NHTM khác

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Số liệu thống kê trong Hình 2.7 cho thấy, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn duy trì hệ số NIM thấp hơn so với các NHTM khác trên địa bàn, với mức dao động từ 2,98% đến 3,12% trong suốt giai đoạn năm năm. Điều này cho thấy Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng có mức sinh lời thấp và có tính ổn định. Trong khi đó, hệ thống Agribank đạt mức NIM cao nhất là 3,34% vào năm 2023, cho thấy mức độ sinh lời ổn định và tăng dần theo từng năm trên toàn hệ thống. Sự chênh lệch này có thể phản ánh sự khác biệt trong cơ cấu sản phẩm, cơ cấu nguồn vốn và môi trường kinh tế vĩ mô giữa các địa bàn, cũng như khả năng của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc thích ứng với điều kiện cạnh tranh và điều chỉnh chính sách lãi suất tiền gửi so với các ngân hàng khác.

2.2.5. Đánh giá của khách hàng về hoạt động huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Để đánh giá chất lượng dịch vụ huy động tiền gửi KHCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, tác giả đã tiến hành khảo sát 200 khách hàng gửi tiền vào ngân hàng trong năm 2023. Trong số 200 phiếu phát ra, 181 phiếu đã được thu về và tất cả đều hợp lệ. Các phiếu khảo sát thu thập được chứa đựng các thông tin quan trọng về mức độ hài lòng của khách hàng đối với nhiều khía cạnh của dịch vụ ngân hàng. Dữ liệu sơ cấp này sau đó được mã hóa và nhập vào phần mềm Excel để thực hiện thống kê mô tả. Quá trình xử lý dữ liệu bằng Excel bao gồm việc nhập liệu, mã hóa các câu trả lời, tính toán các điểm trung bình, tỷ lệ phần trăm và phân tích mức độ hài lòng của khách hàng đối

với các chỉ tiêu khảo sát. Kết quả phân tích được trình bày chi tiết trong các bảng số liệu, giúp tác giả có cái nhìn toàn diện về cảm nhận và đánh giá của khách hàng đối với dịch vụ huy động vốn của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng. Việc sử dụng Excel không chỉ giúp xử lý dữ liệu một cách hiệu quả mà còn cung cấp các công cụ phân tích mạnh mẽ để hỗ trợ trong việc ra quyết định và đề xuất các giải pháp cải thiện chất lượng dịch vụ.

- Sự tin cậy

Kết quả khảo sát từ Bảng 2.19 cho thấy mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân đối với "Sự tin cậy" của dịch vụ huy động vốn tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng có sự biệt lập rõ ràng giữa các chỉ tiêu. Cụ thể, khách hàng đặc biệt hài lòng với việc ngân hàng cung cấp các dịch vụ huy động vốn như đã hứa, với độ hài lòng cao (điểm trung bình 4,02), và mức độ tin tưởng vào nền tảng tài chính vững chắc cũng như uy tín của chi nhánh (điểm trung bình lần lượt là 4,12 và 4,11).

Bảng 2.19. Sự hài lòng của KHCN đối với khía cạnh "Sự tin cậy" của dịch vụ huy động tiền gửi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Sự tin cậy	Mức độ hài lòng (%)					Điểm TB
	1	2	3	4	5	
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cung cấp các dịch vụ huy động vốn như đã hứa	0,0	0,0	32,0	33,7	34,3	4,02
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn thực hiện dịch vụ chính xác đối với khách hàng	5,5	19,9	28,7	22,7	23,2	3,38
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn thực hiện đúng như cam kết với khách hàng	0,0	15,5	30,4	30,9	23,2	3,62
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng giải quyết thỏa đáng thắc mắc/ khiếu nại của khách hàng	8,3	17,7	31,5	32,0	10,5	3,19
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đáp ứng đúng nhu cầu của khách hàng ngay lần giao dịch đầu tiên	6,6	16,6	34,3	35,9	6,6	3,19
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng bảo mật thông tin của khách hàng rất tốt (Số tài khoản, số dư tài khoản, các giao dịch phát sinh,...)	5,5	15,5	29,8	28,7	20,4	3,43
Nền tảng tài chính của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng vững chắc	0,0	0,0	28,7	30,4	40,9	4,12
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng rất uy tín	0,0	0,0	28,7	31,5	39,8	4,11

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát, 2024

Mặt khác, chỉ tiêu về việc "luôn thực hiện đúng như cam kết với khách hàng" cho thấy mức độ hài lòng trung bình (điểm trung bình 3,62), gợi ý rằng mặc dù ngân hàng có sự tin cậy, nhưng vẫn có không gian để cải thiện về việc đáp ứng cam kết.

Các chỉ tiêu còn lại như "luôn thực hiện dịch vụ chính xác đối với khách hàng", "giải quyết thỏa đáng thắc mắc/ khiếu nại của khách hàng" và "đáp ứng đúng nhu cầu của khách hàng ngay lần giao dịch đầu tiên" có mức độ hài lòng thấp hơn (điểm trung bình lần lượt là 3,38, 3,19, và 3,19), chỉ ra những phạm vi cần được Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng chú trọng nâng cấp để tối ưu hóa trải nghiệm khách hàng. Đặc biệt, việc "bảo mật thông tin của khách hàng" được đánh giá ở mức khá (điểm trung bình 3,43), nêu bật sự quan trọng của việc củng cố tính bảo mật trong giao dịch ngân hàng. Nhìn chung, các kết quả này cung cấp cái nhìn toàn diện về cảm nhận của khách hàng và đề xuất các cơ hội cải thiện cho ngân hàng.

- Khả năng đáp ứng

Bảng 2.20. Sự hài lòng của KHCN đối với khía cạnh "Khả năng đáp ứng" của dịch vụ huy động tiền gửi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Khả năng đáp ứng	Mức độ hài lòng (%)					Điểm TB
	1	2	3	4	5	
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn sẵn sàng đáp ứng các yêu cầu của khách hàng liên quan đến dịch vụ huy động vốn.	5,5	19,3	28,7	32,6	13,8	3,30
Thủ tục gửi tiền vào Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng nhanh gọn, đơn giản	6,6	15,5	30,9	32,6	14,4	3,33
Sản phẩm huy động vốn đa dạng đáp ứng được các nhu cầu khác nhau của khách hàng	0,0	8,3	32,0	32,6	27,1	3,78
Lãi suất huy động hấp dẫn, có tính cạnh tranh cao	11,6	16,0	32,0	34,3	6,1	3,07
Khách hàng chưa khi nào phải đợi khi đến rút tiền từ sản phẩm tiền gửi	0,0	0,0	22,7	24,9	52,5	4,30

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát, 2024

Bảng 2.20 mô tả sự hài lòng của KHCN đối với "Khả năng đáp ứng" của dịch vụ huy động vốn tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, cho thấy sự đa dạng trong cảm nhận của khách hàng về các khía cạnh khác nhau của dịch vụ. Nổi bật nhất là mức độ hài lòng cao của khách hàng với việc "khách hàng chưa khi nào phải đợi khi đến rút tiền từ sản phẩm tiền gửi", với điểm trung bình là 4,30, thể hiện sự hiệu quả và

nhau chóng trong việc xử lý các giao dịch rút tiền, đáp ứng nhanh chóng nhu cầu cấp thiết của khách hàng.

Về "Sản phẩm huy động vốn đa dạng đáp ứng được các nhu cầu khác nhau của khách hàng" nhận được đánh giá trung bình với điểm 3,78, phản ánh sự hài lòng khá tốt đối với sự đa dạng và tính linh hoạt của sản phẩm ngân hàng, cho thấy Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng có khả năng cung cấp giải pháp tài chính phù hợp với yêu cầu đa dạng của khách hàng. Tuy nhiên, các chỉ tiêu khác như "luôn sẵn sàng đáp ứng các yêu cầu của khách hàng", "thủ tục gửi tiền nhanh gọn, đơn giản", và "lãi suất huy động hấp dẫn, có tính cạnh tranh cao" đều nhận được mức độ hài lòng thấp hơn, với điểm trung bình lần lượt là 3,30, 3,33 và 3,07. Điều này cho thấy còn tồn tại một số thách thức và cơ hội cải thiện trong việc đáp ứng yêu cầu và kỳ vọng của khách hàng, đặc biệt là trong việc cải thiện thủ tục ngân hàng và cung cấp các sản phẩm có lãi suất cạnh tranh hơn.

- Năng lực phục vụ

Kết quả khảo sát từ Bảng 2.21 về "Năng lực phục vụ" của dịch vụ huy động tiền gửi tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cho thấy sự khác biệt rõ rệt về mức độ hài lòng giữa các khía cạnh được đánh giá.

Bảng 2.21. Sự hài lòng của KHCCN đối với khía cạnh "Năng lực phục vụ" của dịch vụ huy động tiền gửi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Năng lực phục vụ	Mức độ hài lòng (%)					Điểm TB
	1	2	3	4	5	
Đội ngũ cán bộ giao dịch viên có trình độ chuyên môn tốt	6,1	15,5	31,5	30,4	16,6	3,36
Đội ngũ cán bộ nhân viên hiểu biết rất tốt về sản phẩm dịch vụ tiền gửi	0,0	0,0	35,9	37,0	27,1	3,91
Đội ngũ cán bộ nhân viên phản ứng nhanh, thỏa đáng với mọi tình huống	9,9	16,6	29,8	30,4	13,3	3,20
Đội ngũ cán bộ giao dịch viên có kỹ năng tư vấn cho tốt cho khách hàng	8,3	15,5	30,9	35,9	9,4	3,23

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát, 2024

Điểm sáng là chỉ tiêu thứ hai, với mức độ hài lòng cao về việc "Đội ngũ cán bộ nhân viên hiểu biết rất tốt về sản phẩm dịch vụ tiền gửi", đạt điểm trung bình 3,91, phản ánh sự đánh giá tích cực của khách hàng về kiến thức và sự am hiểu sản phẩm của nhân viên ngân hàng. Sự hài lòng này cho thấy khách hàng cảm thấy tin tưởng và đánh giá cao sự chuyên nghiệp, cũng như khả năng cung cấp thông tin chi tiết và chính xác về các sản phẩm và dịch vụ tiền gửi của ngân hàng. Tuy nhiên, các chỉ tiêu khác liên quan

đến trình độ chuyên môn, kỹ năng tư vấn và phản ứng với tình huống của đội ngũ cán bộ giao dịch viên và nhân viên nhận được mức độ hài lòng thấp hơn, với điểm trung bình dao động từ 3,20 đến 3,36. Điều này cho thấy, mặc dù khách hàng hài lòng với kiến thức về sản phẩm của nhân viên, nhưng vẫn còn cảm thấy cần cải thiện về trình độ chuyên môn, kỹ năng tư vấn, và khả năng phản ứng với các yêu cầu hoặc tình huống phát sinh của đội ngũ nhân viên Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng. Sự chênh lệch này nêu bật cơ hội cho Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc nâng cao năng lực phục vụ và tăng cường đào tạo để đáp ứng tốt hơn nhu cầu và mong đợi của khách hàng.

- Sự đồng cảm

Bảng 2.22 mô tả sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với "Sự đồng cảm" từ phía nhân viên Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, qua đó phản ánh mức độ tận tâm, chu đáo và khả năng hiểu biết của nhân viên đối với khách hàng.

Bảng 2.22. Sự hài lòng của KHCCN đối với khía cạnh "Sự đồng cảm" của dịch vụ huy động tiền gửi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Sự đồng cảm	Mức độ hài lòng (%)					Điểm TB
	1	2	3	4	5	
Nhân viên Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn tận tình hướng dẫn khách hàng đăng ký, sử dụng dịch vụ huy động vốn (gửi tiết kiệm, mở tài khoản thanh toán,...)	11,6	13,8	31,5	32,6	10,5	3,17
Nhân viên Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn chu đáo, nhiệt tình hỗ trợ khách hàng có được lợi ích tốt nhất	11,0	15,5	30,4	32,6	10,5	3,16
Nhân viên Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng hiểu rõ nhu cầu của khách hàng, và quan tâm đến các nhu cầu phát sinh của khách hàng	11,6	13,3	28,7	30,4	16,0	3,26
Nhân viên Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn có đủ kiến thức và năng lực chuyên môn để tư vấn, trả lời thắc mắc của khách hàng	0,0	13,8	32,0	32,6	21,5	3,62

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát, 2024

Trong số các chỉ tiêu được khảo sát, chỉ tiêu thứ tư "Nhân viên Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn có đủ kiến thức và năng lực chuyên môn để tư vấn, trả lời thắc mắc của khách hàng" nhận được mức độ hài lòng khá với điểm trung bình là 3,62, cho thấy khách hàng đánh giá cao sự hiểu biết và năng lực chuyên môn của nhân viên trong việc hỗ trợ và tư vấn. Điều này nêu bật tầm quan trọng của việc đào tạo nhân viên để họ có

kiến thức sâu rộng và khả năng chuyên môn cao, giúp đáp ứng hiệu quả các yêu cầu của khách hàng.

Tuy nhiên, các chỉ tiêu khác liên quan đến việc hướng dẫn đăng ký dịch vụ, sự nhiệt tình hỗ trợ, và hiểu biết về nhu cầu của khách hàng nhận được mức độ hài lòng thấp hơn, với điểm trung bình từ 3,16 đến 3,26. Điều này cho thấy, dù có kiến thức chuyên môn, nhưng nhân viên có thể cần cải thiện thêm về kỹ năng giao tiếp, sự tận tình và khả năng đồng cảm để thấu hiểu và đáp ứng tốt hơn các nhu cầu cụ thể và mong đợi của khách hàng. Sự chênh lệch trong mức độ hài lòng giữa khả năng chuyên môn và sự đồng cảm cung cấp một góc nhìn về cơ hội cải thiện chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, nhấn mạnh vào việc nâng cao sự đồng cảm và tận tâm trong phục vụ.

- Phương tiện hữu hình

Bảng 2.23 khám phá sự hài lòng của khách hàng cá nhân đối với "Phương tiện hữu hình" tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, bao gồm trang thiết bị, bố trí quầy giao dịch và tác phong của nhân viên. Các chỉ tiêu được đánh giá cho thấy mức độ hài lòng tương đối thấp trong toàn bộ khía cạnh phương tiện hữu hình, với điểm trung bình dao động từ 3,35 đến 3,66. Điều này chỉ ra rằng, mặc dù nhân viên ngân hàng được đánh giá cao hơn về tác phong gọn gàng, chuyên nghiệp với điểm trung bình 3,66, nhưng sự hài lòng về trang bị thiết bị hiện đại và bố trí quầy giao dịch vẫn còn đội chỗ để mong muốn cải thiện.

Bảng 2.23. Sự hài lòng của KHCN đối với khía cạnh "Phương tiện hữu hình" của dịch vụ huy động tiền gửi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Phương tiện hữu hình	Mức độ hài lòng (%)					Điểm TB
	1	2	3	4	5	
Ngân hàng có trang bị hệ thống thiết bị: máy tính, camera, ATM, ...hiện đại	9,9	11,0	29,8	30,4	18,8	3,37
Các quầy giao dịch tại ngân hàng được bố trí thuận tiện, dễ nhìn	6,6	14,4	31,5	32,0	15,5	3,35
Các nhân viên ngân hàng luôn có tác phong gọn gang, chuyên nghiệp	0,0	18,8	26,5	24,9	29,8	3,66

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả khảo sát, 2024

Sự hài lòng thấp với trang thiết bị hiện đại và bố trí quầy giao dịch thuận tiện, mỗi chỉ tiêu có điểm trung bình là 3,37 và 3,35 tương ứng, phản ánh sự cần thiết của việc

Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đầu tư và cải thiện cơ sở vật chất cũng như môi trường làm việc để tăng cường sự thoải mái và thuận tiện cho khách hàng. Điều này không chỉ giúp tăng cường sự hài lòng và trải nghiệm khách hàng mà còn củng cố hình ảnh chuyên nghiệp và đáng tin cậy của ngân hàng. Sự chênh lệch trong mức độ hài lòng giữa các chỉ tiêu cung cấp một cái nhìn toàn diện về cơ hội cải thiện phương tiện hữu hình, góp phần vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.

2.3. Đánh giá chung về huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

2.3.1. Kết quả đạt được

- Kết quả về quy mô huy động tiền gửi KHCN: Kết quả đạt được của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc huy động vốn từ KHCN từ năm 2019 đến 2023 là đáng ghi nhận. Số lượng KHCN gửi tiền đã tăng từ 163.452 khách hàng lên đến 228.943 khách hàng, cho thấy sự gia tăng đáng kể về quy mô khách hàng. Điều này không chỉ phản ánh sự tin tưởng mạnh mẽ của người dân địa phương vào Agribank mà còn chứng tỏ hiệu quả của những chính sách và chiến lược huy động tiền gửi KHCN. Về nguồn vốn, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cũng chứng kiến sự tăng trưởng ổn định từ 8.638 tỷ đồng lên 9.260 tỷ đồng, cùng với tỷ trọng cao chiếm đến 89,64% đến 92,52% trong tổng nguồn vốn huy động, là minh chứng cho vai trò quan trọng và đóng góp lớn của KHCN trong cơ cấu nguồn vốn của ngân hàng.

- Kết quả về cơ cấu huy động tiền gửi KHCN: Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã đạt được những kết quả ấn tượng trong việc huy động tiền gửi KHCN, đặc biệt là với các khoản tiền gửi có kỳ hạn trên 12 tháng, chiếm tỷ lệ đáng kể từ 70,22% trong năm 2019 lên đến 77,74% vào năm 2023. Sự tăng trưởng này không chỉ phản ánh sự tin cậy của khách hàng đối với các sản phẩm tiết kiệm dài hạn của Agribank mà còn thể hiện mức độ ổn định và sự an toàn mà ngân hàng mang lại trong mắt người gửi tiền. Bên cạnh đó, tỷ lệ nguồn vốn huy động qua kênh online cũng thể hiện xu hướng tăng lên, từ 2,25% năm 2019 đến 4,47% năm 2023, cho thấy sự thích nghi của Agribank với những thay đổi trong hành vi của khách hàng, những người ngày càng ưa chuộng sự tiện ích của dịch vụ ngân hàng số.

- Kết quả về chi phí, thời gian trung bình và khả năng sinh lời của huy động tiền gửi KHCN: Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã quản lý tốt việc huy động vốn từ khách hàng cá nhân, với chi phí huy động vốn duy trì ở mức thấp và thời gian huy động vốn bình quân cho thấy sự ổn định. Chi phí trả lãi bình quân đã giảm từ 5,74%

vào năm 2019 xuống còn 5,04% vào năm 2023, phản ánh khả năng của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc điều chỉnh chiến lược cạnh tranh về giá để huy động vốn tiết kiệm mà không gánh nặng chi phí quá cao. Đồng thời, thời gian huy động vốn cho thấy khách hàng cá nhân có xu hướng giữ tiền gửi của họ tại ngân hàng trong thời gian dài, với số ngày dao động từ 365 đến 392 ngày, cao hơn so với các NHTM khác và phản ánh một mối quan hệ tin cậy và ổn định giữa khách hàng và Agribank

- *Kết quả về chất lượng dịch vụ huy động tiền gửi KHCN:* Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã chứng kiến những kết quả ấn tượng trong việc cung cấp dịch vụ huy động vốn cho khách hàng cá nhân, như được phản ánh qua các chỉ số hài lòng cao. Khách hàng đặc biệt đánh giá cao sự đáng tin cậy và ổn định của ngân hàng, với điểm hài lòng trên 4,00 cho các tiêu chí như việc ngân hàng luôn cung cấp dịch vụ như đã cam kết và bảo mật thông tin khách hàng một cách tốt nhất. Điểm nổi bật là khả năng đáp ứng nhanh chóng các yêu cầu rút tiền, cho thấy sự linh hoạt và hiệu quả trong hoạt động ngân hàng, mang lại sự thuận tiện và an tâm cho khách hàng trong mọi giao dịch.

2.3.2. Hạn chế

- *Hạn chế về quy mô huy động tiền gửi KHCN:* Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cũng đối mặt với một số hạn chế trong quá trình huy động vốn. Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn không chỉ cho thấy sự không ổn định qua các năm với sự giảm sút vào các năm 2020 và 2022 mà còn thấp hơn so với mức trung bình của hệ thống Agribank và các NHTM khác trên địa bàn. Đáng chú ý là sự chênh lệch giữa kế hoạch và kết quả thực hiện, nơi tỷ lệ thực hiện so với kế hoạch chỉ dao động từ 88,03% đến 97,93%, cho thấy những khó khăn và thách thức mà ngân hàng phải đối mặt trong việc thu hút nguồn vốn từ KHCN, đặc biệt là trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt và thay đổi trong hành vi tiết kiệm của người dân.

- *Hạn chế về cơ cấu huy động tiền gửi KHCN:* Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng vẫn gặp phải một số hạn chế trong cơ cấu huy động vốn của mình. Đáng chú ý là nguồn vốn giá rẻ không kỳ hạn chỉ chiếm một tỷ trọng thấp, giảm từ 1,57% năm 2019 xuống còn 1,10% vào năm 2023, cho thấy sản phẩm tiền gửi không kỳ hạn có thể không còn hấp dẫn hoặc không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Bên cạnh đó, so sánh với các NHTM khác trên địa bàn và toàn hệ thống Agribank, tỷ lệ huy động vốn qua kênh online của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng vẫn thấp hơn, phản ánh một khoảng trống mà ngân hàng cần nỗ lực cải thiện để không bị tụt hậu trong xu thế chuyển đổi số mạnh mẽ hiện nay.

- *Hạn chế về chi phí, thời gian trung bình và khả năng sinh lời của huy động tiền gửi KHCN*: so với hệ thống Agribank và các NHTM khác, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng lại cho thấy hệ số NIM thấp hơn, dao động từ 2,98% đến 3,12% từ năm 2019 đến 2023, trong khi hệ thống Agribank đạt mức cao nhất là 3,34% vào năm 2023. Sự chênh lệch này phản ánh một khía cạnh còn thiếu của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc tối ưu hóa khả năng sinh lời từ huy động tiền gửi KHCN

- *Hạn chế về chất lượng dịch vụ huy động tiền gửi KHCN*: Chất lượng dịch vụ huy động tiền gửi KHCN còn nhiều hạn chế như việc thực hiện các dịch vụ chính xác theo yêu cầu của khách hàng và xử lý thắc mắc hoặc khiếu nại, với các điểm trung bình hài lòng dưới 3,4/5, cho thấy sự cần thiết của việc tăng cường năng lực chuyên môn và kỹ năng tư vấn của đội ngũ nhân viên. Cơ sở vật chất như thiết bị hiện đại và bố trí quầy giao dịch cũng cần được cải thiện để phản ánh hình ảnh ngân hàng chuyên nghiệp hơn nữa, góp phần nâng cao tổng thể chất lượng dịch vụ và sự hài lòng khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng.

2.3.3. Nguyên nhân của các hạn chế

2.3.3.1. Nguyên nhân chủ quan

- *Định hướng phát triển kinh doanh* của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng có thời điểm chưa rõ ràng, thiếu căn cứ khoa học, làm ảnh hưởng đến việc xác định mục tiêu và đưa ra chiến lược cụ thể, đồng bộ. Sự thiếu bám sát thực tiễn càng khiến cho việc tổ chức thực hiện các chính sách không đạt được kết quả như mong đợi, từ đó gây khó khăn trong việc huy động vốn hiệu quả, đặc biệt là trong việc phát triển các sản phẩm tiết kiệm và thu hút nguồn vốn lâu dài từ khách hàng cá nhân.

- *Chính sách huy động tiền gửi* của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng chưa đảm bảo tính linh hoạt và cạnh tranh. Việc chênh lệch lãi suất so với các ngân hàng khác không những khiến cho nguồn vốn tiền gửi chưa ổn định mà còn khiến khách hàng tiềm năng tìm kiếm những lựa chọn khác có lãi suất cao hơn. Điều này không chỉ ảnh hưởng đến uy tín của Agribank mà còn khiến ngân hàng này bị mất khách hàng vào tay các đối thủ cạnh tranh.

- *Về nguồn nhân lực*, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đang phải đối mặt với sự thiếu hụt cả về số lượng và chất lượng. Những thời điểm cao điểm thiếu nhân viên đã làm giảm khả năng tiếp cận và phục vụ khách hàng, cũng như giảm hiệu quả trong việc huy động vốn. Sự không đủ mạnh mẽ về trình độ chuyên môn và kỹ năng phục vụ của một số nhân viên không chỉ gây trở ngại trong việc huy động vốn mà còn tạo ra hình ảnh không chuyên nghiệp, làm giảm lòng tin của khách hàng.

- *Hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng* cũng chưa được triển khai mạnh mẽ. Chi nhánh chưa thể xây dựng được các chiến dịch marketing hiệu quả, đồng bộ để nâng cao nhận thức và thu hút sự chú ý của khách hàng tiềm năng. Sự thiếu sót này khiến cho Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng không thể khai thác hết tiềm năng của thị trường, từ đó bỏ lỡ cơ hội cạnh tranh và huy động thêm nguồn vốn từ thị trường.

- *Ứng dụng công nghệ thông tin và cơ sở vật chất kỹ thuật* còn nhiều hạn chế. Sự không đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ thông tin đã khiến cho kênh giao dịch trực tuyến của Agribank không thu hút được nguồn vốn lớn từ những khách hàng ưa chuộng tiện ích số. Tại Agribank trên hệ thống ngân hàng điện tử chưa có nhiều tiện ích bằng các ngân hàng thương mại khác trên địa bàn, làm giảm trải nghiệm của khách hàng khi giao dịch. Các giao dịch chuyển khoản, gửi tiền tiết kiệm online của KHCN đôi khi còn chậm, lỗi mạng nhất là vào dịp lễ, tết, gây bức xúc cho khách hàng, giảm khả năng huy động tiền gửi của KHCN vào ngân hàng.

2.3.3.2. Nguyên nhân khách quan

- *Môi trường kinh tế - xã hội*: Trong giai đoạn từ 2019 đến 2023, tình hình biến động chính trị và kinh tế toàn cầu đã trở nên phức tạp với tác động mạnh mẽ từ đại dịch Covid-19. Tác động này đã tạo ra nhiều thách thức đối với hoạt động huy động tiền gửi KHCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng. Đầu tiên, đại dịch Covid-19 đã gây suy thoái kinh tế trong năm 2020 và 2021, ảnh hưởng đến nguồn thu nhập của người dân giảm, ảnh hưởng đến khả năng của các KHCN trong việc gửi tiền vào ngân hàng. Doanh nghiệp và cá nhân thường có tình hình tài chính không ổn định trong thời gian này, điều này đã làm giảm khả năng huy động vốn.

- *Môi trường pháp lý*: Với vai trò là ngân hàng luôn tiên phong, đi đầu trong triển khai các chính sách của Đảng và Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước (NHNN), chính sách lãi suất của Agribank thường bám sát và tuân thủ các quy định về chính sách lãi suất huy động của NHNN. Trong năm 2020 và 2021, NHNN đã duy trì chính sách lãi suất thấp để hỗ trợ phục hồi kinh tế sau đại dịch. Tuy nhiên, đến năm 2022, để kiềm chế lạm phát, NHNN đã nâng lãi suất. Mức lãi suất này ảnh hưởng đến khả năng huy động vốn của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, vì các khoản tiền gửi của KHCN có thể trở nên kém hấp dẫn so với các tùy chọn đầu tư khác.

- *Các đối thủ cạnh tranh trong huy động tiền gửi KHCN trên địa bàn tỉnh Cao Bằng*: Một yếu tố quan trọng khác là mức độ cạnh tranh trong ngành ngân hàng và tài chính tại tỉnh Cao Bằng. Với một lượng lớn các chi nhánh của các tổ chức tài chính và

ngân hàng trên địa bàn tỉnh, cạnh tranh trở nên tương đối cao. Tất cả các NHTM cạnh tranh để thu hút tiền gửi của KHCV. Mức lãi suất cạnh tranh và các ưu đãi khác có thể làm cho các NHTM khác trở nên hấp dẫn hơn đối với KHCV, ảnh hưởng đến khả năng của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc duy trì và huy động tiền gửi từ đối tượng này.

- *Môi trường công nghệ*: Cùng với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, việc thực hiện chuyển đổi số ngành Ngân hàng góp phần hiện thực hóa các mục tiêu của Chuyển đổi số quốc gia, chính là cơ hội để đẩy mạnh phát triển, bắt kịp xu hướng thời đại, nhưng cũng là thách thức không nhỏ đối với Agribank trong việc bám sát tốc độ chuyển đổi số và xu thế cạnh tranh với các ngân hàng thương mại cổ phần trong hệ thống trong thời gian qua. Hệ thống Core-banking của Agribank quá tải, ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ, gây tác động tiêu cực đến uy tín, thương hiệu và khả năng cạnh tranh. Cơ cấu nhân sự và chất lượng nguồn nhân lực công nghệ thông tin chưa đáp ứng được yêu cầu. Hệ thống công nghệ tiềm ẩn nguy cơ mất an toàn trong bối cảnh tình hình tội phạm công nghệ diễn biến phức tạp, đòi hỏi phải có biện pháp đối phó kịp thời, chủ động...

CHƯƠNG 3

PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH TỈNH CAO BẰNG ĐẾN NĂM 2030

3.1. Phương hướng tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

3.1.1. Phương hướng phát triển chung tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Chiến lược phát triển của hệ thống Agribank, trước những yêu cầu của đời sống kinh tế xã hội đất nước, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã xây dựng định hướng hoạt động trong thời gian tới như sau:

Thứ nhất, mục tiêu của Chi nhánh trong những năm tiếp theo duy trì xếp hạng của Chi nhánh. Để làm được điều đó, ngay từ bây giờ Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cần tập trung phát triển hàng đầu là công tác huy động vốn, cho vay và phát triển các dịch vụ để tăng thu trong hoạt động dịch vụ, kiểm soát tốt nợ xấu, và nợ nhóm 2.

Thứ hai, tích cực tiếp thị và tìm kiếm khách hàng tại địa bàn trú đóng và các địa bàn lân cận được phép để tăng thị phần khách hàng, đa dạng nền khách hàng giao dịch tại Chi nhánh. Tạo lập được nhiều hơn các đối tượng khách hàng tiềm năng, duy trì sự ổn định và bền vững từ các khách hàng bán lẻ.

Thứ ba, phấn đấu dần khẳng định tên tuổi của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng tại địa bàn hoạt động bằng chất lượng phục vụ giao dịch chuyên nghiệp và tận tụy với khách hàng, tăng dần thị phần khách hàng cho Chi nhánh.

Thứ tư, cung cấp và đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ cho khách hàng bằng các sản phẩm dịch vụ Agribank đã có và phát triển, chú trọng phát triển các sản phẩm dịch vụ đến khách hàng để tăng thị phần khách hàng sử dụng dịch vụ của Chi nhánh, tạo nguồn thu ổn định trong tương lai.

Thứ năm, tiếp tục kiện toàn mô hình tổ chức cho phù hợp với định hướng phát triển của Agribank, giảm thiểu nhân lực tại các bộ phận back, phát triển mạnh lực lượng cán bộ quản lý khách hàng, chăm sóc khách hàng, chú trọng đào tạo nghiệp vụ và kỹ năng mềm cho đội ngũ này.

Thứ sáu, về công tác cán bộ, việc đánh giá năng suất lao động của cán bộ tuân thủ chặt chẽ việc phân giao chỉ tiêu ngay từ đầu mỗi quý. Xét mức hoàn thành KHKD, hiệu quả huy động vốn để thực hiện trả lương doanh số theo kết quả thực hiện cho cán bộ rõ ràng, công bằng.

Thứ bảy, tiếp tục hoàn thiện dữ liệu đầu vào và gán mã khách hàng chuẩn xác và giao tỷ lệ tăng trưởng cụ thể, các phòng trên cơ sở khách hàng phòng mình phân công cho từng cán bộ quản lý trong phòng chăm sóc, cuối mỗi tháng có tổng kết đánh giá hiệu quả hoạt động của cán bộ đó.

3.1.2. Phương hướng và mục tiêu tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

Đến năm 2030, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đặt mục tiêu tăng trưởng huy động tiền gửi khách hàng cá nhân (KHCCN) lên mức tăng trưởng trung bình hàng năm 10-12%, đảm bảo tổng số dư huy động tiền gửi KHCCN đạt khoảng 15.500 tỷ đồng. Để đạt được mục tiêu này, chi nhánh sẽ tập trung vào việc huy động nguồn vốn không kỳ hạn và kỳ hạn ngắn từ các khách hàng cá nhân trong các cơ quan, doanh nghiệp, với mục tiêu đạt ít nhất 3.500 tỷ đồng vào năm 2030 nhằm giảm chi phí vốn.

Chi nhánh sẽ triển khai cơ chế động lực khuyến khích nhân viên, đặt mục tiêu tăng tỷ lệ hoàn thành chỉ tiêu huy động tiền gửi KHCCN tại mỗi Phòng nghiệp vụ và Phòng Giao dịch lên ít nhất 95% vào mỗi năm. Đến năm 2030, chi nhánh đặt kế hoạch giao chỉ tiêu huy động tiền gửi KHCCN cụ thể cho từng bộ phận, đảm bảo mỗi Phòng giao dịch đạt mức tăng trưởng bình quân 200-300 tỷ đồng mỗi năm. Chi nhánh cũng sẽ thực thi các chính sách lãi suất linh hoạt, đảm bảo lãi suất cạnh tranh để giữ chân và mở rộng thị phần huy động tiền gửi KHCCN.

Về mặt đào tạo, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đặt kế hoạch đào tạo chuyên môn và kỹ năng giao tiếp cho 100% nhân viên liên quan trực tiếp đến hoạt động giao dịch với khách hàng vào năm 2025, duy trì và cải thiện chất lượng phục vụ đến năm 2030. Đồng thời, chi nhánh sẽ xây dựng ít nhất 3 chương trình chăm sóc khách hàng định kỳ mỗi năm, với mục tiêu thu hút thêm 500-700 khách hàng mới hàng năm và gia tăng sự hài lòng của khách hàng lên mức trên 90% vào năm 2030. Các chương trình này sẽ bao gồm các ưu đãi đặc biệt, chính sách hậu mãi và các hoạt động chăm sóc khách hàng độc quyền của chi nhánh nhằm tạo dựng niềm tin và sự gắn kết lâu dài với khách hàng.

3.2. Một số giải pháp tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng

3.2.1. Xây dựng phương hướng và kế hoạch huy động tiền gửi khách hàng cá nhân phù hợp bám sát với tình hình thực tiễn của địa phương

*** Căn cứ để xây dựng kế hoạch huy động tiền gửi khách hàng cá nhân**

Trên cơ sở phương hướng quản lý vốn đến năm 2030 như trên, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cần đưa ra kế hoạch và chiến lược huy động tiền gửi KHCN cụ thể và phù hợp. Đối với kế hoạch huy động tiền gửi KHCN, Chi nhánh cần xây dựng kế hoạch hợp lý với các đơn vị phòng khách hàng trong Chi nhánh. Kế hoạch được xây dựng dựa trên tổng hoà các yếu tố lợi thế địa bàn, tiềm năng phát triển trong tương lai:

- Bộ phận nguồn vốn tổng hợp kết quả đạt được của Chi nhánh trong năm trước, đánh giá những yếu tố ảnh hưởng tới kết quả đó, loại bỏ những yếu tố bất thường, để có số liệu phải ánh đúng thực tế huy động tiền gửi KHCN tại Chi nhánh.

- Đánh giá thực trạng huy động tiền gửi KHCN hiện tại của Chi nhánh, nắm bắt những điểm mạnh, điểm yếu trong công tác huy động tiền gửi KHCN tại Chi nhánh như nguồn nhân lực trẻ có lòng nhiệt tình nhưng còn thiếu kinh nghiệm, lãi suất đã cạnh tranh trên địa bàn hay chưa, mục tiêu kế hoạch nguồn vốn trong thời gian tới có cần gia tăng thêm nguồn huy động dài hạn để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn hơn và đồng thời định hướng trong thời gian tới Chi nhánh sẽ có “khẩu vị” vào đối tượng khách hàng nào? Sản phẩm mục tiêu trong lợi thế trên địa bàn tỉnh Cao Bằng và định hướng ưu tiên của Chi nhánh từ đây xây dựng chiến lược dài hạn và ngắn hạn trong công tác huy động tiền gửi KHCN.

- Phân tích, dự báo thị trường huy động tiền gửi KHCN tại địa bàn có các Chi nhánh hoạt động hoặc từng vùng miền trong năm tới. Nghiệp vụ này bao gồm các nội dung dự báo tình hình kinh tế vĩ mô, các chính sách về lãi suất, tỷ giá mà NHNN có thể đưa ra nhằm điều tiết thị trường.

- Kết hợp với kế hoạch sử dụng vốn của đơn vị đó để đưa ra kế hoạch huy động tiền gửi KHCN với các chỉ tiêu cụ thể về quy mô, cơ cấu huy động tiền gửi KHCN theo loại tiền, kỳ hạn và đối tượng.

Kế hoạch nguồn vốn là bước đệm, là tiền đề cho mọi hoạt động của Chi nhánh. Xây dựng kế hoạch và chiến lược huy động và sử dụng vốn hợp lý sẽ góp phần hướng hoạt động này đi theo đúng quỹ đạo, phát huy được tiềm năng hiện có, nâng cao ưu thế cạnh tranh trên thị trường.

*** Đảm bảo kế hoạch được xây dựng chi tiết, cụ thể**

- Xác định chi tiết, cụ thể mục tiêu huy động tiền gửi KHCN cần thực hiện ở Chi nhánh: cần phải xác định được cụ thể các mục tiêu huy động tiền gửi KHCN. Mục tiêu huy động tiền gửi KHCN không chỉ là đơn thuần là quy mô huy động tiền gửi KHCN, tốc độ tăng trưởng mà cần phải làm rõ hơn các mục tiêu liên quan đến cơ cấu nguồn vốn

huy động, chi phí huy động tiền gửi KHCN tối đa, khả năng sinh lời... Theo đó, các mục tiêu cụ thể cần được xây dựng cụ thể như sau:

+ Nguồn vốn không kỳ hạn (nguồn vốn giá rẻ): cần chiếm tỷ lệ từ 10% -15% để tận dụng được nguồn vốn giá rẻ, giảm chi phí huy động tiền gửi KHCN tại Chi nhánh.

+ Đối với nguồn vốn huy động ngắn hạn dưới 12 tháng duy trì mặt tỷ trọng đạt khoảng từ 40 - 50%. Điều này là cần thiết để giảm chi phí huy động tiền gửi KHCN bình quân.

+ Xác định lựa chọn một cơ cấu huy động tiền gửi KHCN hợp lý ngay từ giai đoạn lập kế hoạch tạo tiền đề để Chi nhánh thực hiện tốt công tác huy động tiền gửi KHCN. Những câu hỏi đặt ra là, trong kỳ kế hoạch Chi nhánh cần tập trung huy động tiền gửi KHCN kỳ hạn nào? loại tiền nào để tối thiểu hoá chi phí và phù hợp với xu thế chung.

+ Chi nhánh cần thường xuyên phân tích quy mô, cơ cấu huy động tiền gửi KHCN, kết hợp phân tích theo chiều dọc (tỷ trọng của từng loại vốn trong tổng nguồn vốn) và chiều ngang (sự biến động của nguồn vốn theo thời gian), đồng thời phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động huy động tiền gửi KHCN trong từng thời kỳ để dự đoán về xu hướng tăng trưởng hay những khó khăn làm giảm sút nguồn vốn trong tương lai. Tiến hành đánh giá cơ cấu nguồn vốn dựa trên một số chỉ tiêu cơ bản như tính thanh khoản, khả năng cho vay trung dài hạn, khả năng chuyển đổi kỳ hạn nguồn vốn, tổng chi phí huy động,... Tính cân xứng giữa nguồn vốn và sử dụng vốn là yếu tố quan trọng đảm bảo cho hoạt động kinh doanh của Chi nhánh an toàn và có hiệu quả, thu lợi nhuận cao.

+ Huy động tiền gửi KHCN cũng nhất thiết phải gắn liền với sử dụng vốn. Một nguồn vốn dồi dào ổn định là cơ sở vững chắc để hoạt động tín dụng được thực hiện một cách chủ động, giảm rủi ro. Ngược lại, sự tăng trưởng tín dụng một mặt tạo ra những thách thức, có lúc căng thẳng với quy mô nguồn vốn, mặt khác lại thúc đẩy, buộc bộ phận huy động tiền gửi KHCN phải có những bước đổi mới mạnh mẽ để theo kịp sự phát triển của tín dụng và lúc đó, hoạt động quản lý nguồn vốn mới thực sự có hiệu quả.

*** Đề xuất các biện pháp để đạt được mục tiêu huy động tiền gửi khách hàng cá nhân**

- Về chính sách huy động tiền gửi KHCN: Chi nhánh cần phải đề xuất đối với Hội sở trong việc phát triển các sản phẩm huy động tiền gửi KHCN ngắn hạn ví dụ như các sản phẩm huy động tiền gửi KHCN tùy chọn (với kỳ hạn là một số ngày cụ thể), chứng chỉ tiền gửi để thu hút khách hàng gửi tiền tiết kiệm trong ngắn hạn.

- Về nguồn nhân lực: Đội ngũ nguồn nhân lực tại quầy ngoài việc thực hiện tốt các nghiệp vụ chuyên môn liên quan đến các dịch vụ phục vụ khách hàng tại quầy, các nghiệp vụ liên quan đến kế toán thì Chi nhánh cần gia tăng các kỹ năng về tư vấn bán hàng, kỹ năng giao tiếp với khách hàng và sự hiểu biết đối với các sản phẩm tiết kiệm. Thực hiện phân tích những thuận lợi, khó khăn khi lựa chọn các sản phẩm tiền gửi khác nhau.

- Về cơ sở vật chất, hạ tầng: Cần phải đẩy mạnh trang thiết bị hiện đại, đảm bảo đầy đủ cơ sở hạ tầng để phục vụ khách hàng.

- Các biện pháp marketing, tiếp thị: tăng cường các hoạt động marketing tiếp thị trực tiếp và gián tiếp, trong đó việc tiếp thị trực tiếp thông qua đội ngũ cán bộ nhân viên tại quầy là rất cần thiết để cán bộ nhân viên tại quầy đưa ra những tư vấn hợp lý đối với khách hàng khi thực hiện gửi tiền tiết kiệm tại Chi nhánh.

3.2.2. Áp dụng linh hoạt chính sách huy động tiền gửi khách hàng cá nhân trên địa bàn tỉnh Cao Bằng

Trước thực trạng chênh lệch lãi suất huy động giữa Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng và các ngân hàng khác đang tạo ra sự không ổn định về nguồn vốn và khả năng mất đi khách hàng tiềm năng, việc cập nhật và linh hoạt hóa chính sách huy động vốn trở nên cấp bách. Việc này không chỉ giúp cải thiện uy tín và khả năng cạnh tranh của Agribank trên địa bàn mà còn góp phần ổn định và mở rộng cơ sở khách hàng, đồng thời ngăn chặn khách hàng chuyển hướng sang các ngân hàng có mức lãi suất cao hơn.

Giải pháp đề xuất cần tập trung vào việc nghiên cứu và cung cấp các sản phẩm tiền gửi có tính cạnh tranh, đa dạng mức lãi suất và các ưu đãi phù hợp với nhu cầu cụ thể của khách hàng địa phương. Điều này bao gồm việc thiết lập các gói sản phẩm mới với lãi suất hấp dẫn, điều chỉnh linh hoạt lãi suất theo động thái của thị trường và tình hình kinh tế vĩ mô. Bên cạnh đó, ngân hàng cần tăng cường các chương trình khuyến mãi, chăm sóc khách hàng và tư vấn tài chính cá nhân để thúc đẩy khách hàng đầu tư dài hạn, qua đó tạo dựng mối quan hệ bền vững và tăng khả năng giữ chân khách hàng. Mọi hoạt động này phải đảm bảo phù hợp với chiến lược tổng thể của ngân hàng và không vượt quá phạm vi quản lý của chi nhánh tỉnh Cao Bằng, đồng thời phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định của ngành ngân hàng và luật pháp hiện hành.

Triển khai cụ thể:

Để khắc phục hạn chế về tính linh hoạt và sự cạnh tranh của chính sách huy động vốn, mục tiêu của giải pháp là cải thiện và đa dạng hóa sản phẩm, điều chỉnh lãi suất sao

cho phản ánh đúng xu hướng thị trường và phù hợp với nhu cầu của từng nhóm khách hàng. Bộ phận phòng Kế hoạch và Phòng KHCN sẽ phối hợp chặt chẽ để nghiên cứu thị trường, đánh giá nhu cầu khách hàng, từ đó đề xuất các gói tiết kiệm mới với lãi suất hấp dẫn và điều kiện linh hoạt. Các chương trình khuyến mãi đặc biệt cũng sẽ được triển khai để thu hút và gia tăng sự gắn bó của khách hàng.

Giải pháp thứ hai là tăng cường hoạt động chăm sóc khách hàng và tư vấn tài chính cá nhân để tối ưu hóa trải nghiệm của khách hàng tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng. Điều này đòi hỏi sự phối hợp giữa Bộ phận chăm sóc khách hàng và Phòng KHCN trong việc tổ chức các buổi workshop, hội thảo để tăng cường kiến thức về các sản phẩm dịch vụ, đồng thời lấy ý kiến phản hồi từ khách hàng để cải thiện chất lượng dịch vụ.

Để hỗ trợ hai giải pháp trên, công tác marketing cần được tăng cường thông qua các chiến dịch quảng bá mạnh mẽ trên các phương tiện truyền thông địa phương và mạng xã hội. Điều này sẽ do Phòng KHCN phụ trách, với sự hỗ trợ từ các phòng ban khác, nhằm mục đích tạo ra sự nhận biết và tăng hiểu biết của khách hàng về các sản phẩm mới và ưu đãi hiện có.

Sự áp dụng công nghệ thông tin trong quá trình huy động vốn cần được cải thiện, nhằm đem lại sự tiện lợi và nhanh chóng cho khách hàng khi giao dịch. Bộ phận Công nghệ thông tin của chi nhánh sẽ chịu trách nhiệm cập nhật hệ thống trực tuyến, phát triển ứng dụng mobile banking, và đảm bảo an ninh mạng, cung cấp một kênh huy động vốn hiện đại và bảo mật, giúp khách hàng có thể gửi tiết kiệm mọi lúc mọi nơi mà không cần đến quầy giao dịch.

Mỗi bước triển khai đều cần được theo dõi sát sao và đánh giá định kỳ để đảm bảo hiệu quả và kịp thời điều chỉnh theo phản hồi từ thị trường cũng như từ chính sách quản lý của Ngân hàng Nhà nước.

Điều kiện tiên quyết để thực hiện các giải pháp trên là sự cam kết mạnh mẽ và quyết đoán từ ban lãnh đạo ngân hàng trong việc đầu tư nguồn lực cần thiết. Điều này bao gồm ngân sách dành cho hoạt động nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm, cũng như cho các chiến dịch marketing và công nghệ thông tin. Bên cạnh đó, việc đào tạo và phát triển kỹ năng cho đội ngũ nhân viên, nhất là trong lĩnh vực tư vấn và chăm sóc khách hàng, cần được đặt vào ưu tiên hàng đầu để nâng cao chất lượng dịch vụ và cải thiện hiệu suất công việc. Không kém phần quan trọng là sự hợp tác giữa các bộ phận, từ kế hoạch - kinh doanh, chăm sóc khách hàng, đến công nghệ thông tin, cùng với sự linh hoạt trong quyết sách để nhanh chóng thích ứng với môi trường kinh doanh biến động. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật và hệ thống IT cần được nâng cấp để đáp ứng nhu cầu của

giải pháp triển khai, đồng thời cải thiện môi trường làm việc và dịch vụ khách hàng. Cuối cùng, sự đồng thuận và tham gia tích cực của khách hàng thông qua các kênh phản hồi sẽ là nền tảng để đánh giá và điều chỉnh chính sách một cách thích hợp.

3.2.3. Nâng cao chuyên môn, kỹ năng tư vấn của đội ngũ cán bộ nhân viên tại ngân hàng

Để khắc phục hạn chế về nguồn nhân lực tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, việc nâng cao chuyên môn và kỹ năng tư vấn cho đội ngũ cán bộ nhân viên là một giải pháp cấp thiết. Nó không chỉ giúp cải thiện hiệu quả phục vụ và tăng khả năng huy động vốn mà còn góp phần xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp và tăng cường lòng tin của khách hàng. Đặc biệt trong giai đoạn cạnh tranh gay gắt và yêu cầu cao về dịch vụ ngân hàng cá nhân, chuyên môn cao và kỹ năng tư vấn tốt là chìa khóa để thu hút và giữ chân khách hàng.

Giải pháp này có thể được thực hiện thông qua việc tổ chức các khóa đào tạo định kỳ, cung cấp cho nhân viên những kiến thức cập nhật về các sản phẩm, dịch vụ và xu hướng ngân hàng hiện đại. Bên cạnh đó, việc mời các chuyên gia từ các chi nhánh lớn hoặc từ trụ sở chính đến để chia sẻ kinh nghiệm và phương pháp tư vấn hiệu quả cũng sẽ tăng cường kỹ năng giao tiếp và đàm phán của nhân viên. Các chương trình đào tạo này cần được tích hợp với việc đánh giá hiệu suất công việc hàng quý để đảm bảo việc cải thiện kỹ năng là quá trình liên tục và có hướng dẫn cụ thể. Cuối cùng, chi nhánh cần thiết lập một hệ thống phản hồi để nhân viên có thể nhận xét và đề xuất về quá trình đào tạo của họ, qua đó không ngừng hoàn thiện chất lượng đội ngũ từ góp ý của chính họ.

Các biện pháp triển khai cụ thể:

Để tối ưu hóa chất lượng nguồn nhân lực và khắc phục hạn chế về trình độ chuyên môn, Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cần xây dựng một chương trình đào tạo toàn diện. Mục đích chính là nâng cao kiến thức, kỹ năng tư vấn sản phẩm, dịch vụ ngân hàng và phát triển kỹ năng mềm cho nhân viên. Điều này sẽ giúp nhân viên phản ứng nhanh nhạy hơn với các yêu cầu của khách hàng, đồng thời cải thiện chất lượng phục vụ, tăng cường khả năng huy động vốn và tạo dựng uy tín cho ngân hàng.

Bộ phận nhân sự sẽ đảm nhận vai trò chủ chốt trong việc lập kế hoạch và thực hiện các khóa đào tạo. Họ sẽ phối hợp với các bộ phận chuyên môn để xác định nhu cầu đào tạo cụ thể và thiết lập chương trình đào tạo phù hợp. Việc đào tạo sẽ được tiến hành theo từng đợt, kết hợp giữa lý thuyết và thực hành, với việc mời chuyên gia từ các ngân hàng lớn và từ trụ sở chính đến giảng dạy và chia sẻ kinh nghiệm thực tế.

Cách thức triển khai sẽ bao gồm các buổi học trực tiếp và trực tuyến để đáp ứng nhu cầu học tập linh hoạt của từng nhân viên. Sẽ có các bài kiểm tra định kỳ để đánh giá sự tiến bộ và đảm bảo mọi người đều theo kịp chương trình. Ngoài ra, nhân viên sẽ tham gia vào các tình huống mô phỏng thực tế, nơi họ có thể áp dụng kiến thức và kỹ năng mới vào các tình huống cụ thể, nhằm củng cố kiến thức và kỹ năng đã học.

Để đảm bảo rằng chương trình đào tạo đạt hiệu quả tối đa, sẽ có một hệ thống đánh giá sau đào tạo. Hệ thống này sẽ thu thập phản hồi từ nhân viên về chất lượng và tính ứng dụng của chương trình đào tạo. Phản hồi này sẽ được sử dụng để cải thiện nội dung đào tạo liên tục, đảm bảo rằng chúng ta không chỉ giải quyết được hạn chế hiện tại mà còn định hình tương lai phát triển của nguồn nhân lực trong chi nhánh.

Để đảm bảo thực hiện thành công giải pháp nâng cao chuyên môn và kỹ năng tư vấn cho đội ngũ cán bộ nhân viên, cần phải có sự cam kết mạnh mẽ từ ban lãnh đạo chi nhánh Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc cung cấp nguồn lực cần thiết. Điều kiện tiên quyết là phải có ngân sách đầu tư dành cho quá trình đào tạo và phát triển, từ việc mời chuyên gia đến cập nhật tài liệu học và thiết bị học tập. Ngoài ra, cần có kế hoạch thời gian rõ ràng không làm ảnh hưởng đến công việc hàng ngày của nhân viên, đồng thời phải xây dựng một hệ thống đánh giá hiệu quả sau đào tạo để đảm bảo mục tiêu được đặt ra có thể đo lường và theo dõi được. Cần phải tạo ra một văn hóa học tập tích cực trong tổ chức, nơi mà việc phát triển bản thân được khuyến khích và coi trọng, qua đó tạo động lực cho nhân viên tham gia và áp dụng kiến thức, kỹ năng mới vào công việc hàng ngày.

3.2.4. Đẩy mạnh các hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng của dịch vụ huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại chi nhánh

Giải pháp đẩy mạnh các hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng là bước quan trọng để khắc phục tình trạng kém hiệu quả trong việc thu hút và giữ chân khách hàng hiện tại cũng như mở rộng thị trường tại chi nhánh Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng. Sự thiếu hụt trong hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng không chỉ ảnh hưởng đến lượng khách hàng tiềm năng mà còn khiến ngân hàng mất đi cơ hội cạnh tranh, đồng thời không thể tối đa hóa khả năng huy động vốn từ thị trường.

Nội dung của giải pháp bao gồm việc xây dựng và triển khai các chiến dịch marketing đa kênh nhằm tăng cường nhận thức và sự quan tâm từ khách hàng. Điều này bao gồm cả quảng cáo trực tuyến và ngoại tuyến, cùng với việc tổ chức các sự kiện tương tác trực tiếp để gia tăng mối quan hệ với cộng đồng. Bên cạnh đó, cần phát triển chương trình chăm sóc khách hàng bài bản, đảm bảo rằng mỗi khách hàng đều nhận

được sự quan tâm và hỗ trợ khi cần, từ đó củng cố lòng trung thành và khuyến khích việc giới thiệu mới thông qua trải nghiệm tích cực.

Trước hết, bộ phận marketing và chăm sóc khách hàng của chi nhánh sẽ được giao nhiệm vụ xây dựng chiến lược truyền thông đa kênh từ quảng cáo trực tuyến như mạng xã hội, email marketing đến quảng cáo ngoại tuyến như tờ rơi, quảng cáo báo chí và sự kiện cộng đồng. Bên cạnh đó, việc tổ chức các cuộc thi, chương trình khuyến mãi và workshop giáo dục tài chính sẽ được thực hiện nhằm tăng sự tương tác và gắn kết với khách hàng.

Để cải thiện chất lượng chăm sóc khách hàng, chi nhánh sẽ triển khai chương trình đào tạo nâng cao kỹ năng giao tiếp và xử lý tình huống cho nhân viên tuyến đầu. Điều này giúp nhân viên có thể cung cấp thông tin chu đáo và giải quyết mọi thắc mắc, khiếu nại của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả, từ đó nâng cao trải nghiệm và sự hài lòng của khách hàng.

Về cách thức triển khai, chi nhánh cần định kỳ tổ chức các buổi làm việc giữa bộ phận marketing và bộ phận chăm sóc khách hàng để đánh giá tiến độ, kết quả và điều chỉnh kế hoạch dựa trên phản hồi từ khách hàng và thị trường. Việc theo dõi và đánh giá hiệu quả của các chiến dịch cũng sẽ được thực hiện thông qua các chỉ số KPIs cụ thể, đảm bảo rằng mọi hoạt động đều đóng góp vào mục tiêu tổng thể của ngân hàng.

Cuối cùng, việc triển khai các giải pháp này cần sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận nghiệp vụ và nhân sự của ngân hàng để đảm bảo rằng mọi nỗ lực đều đi đúng hướng và mang lại kết quả cao nhất. Lãnh đạo chi nhánh cần cam kết cung cấp nguồn lực cần thiết và tạo điều kiện thuận lợi cho các bộ phận thực hiện nhiệm vụ của mình. Sự hỗ trợ và thẩm quyền từ cấp cao sẽ quyết định sự thành công của quá trình triển khai các giải pháp này.

3.2.5. Hoàn thiện cơ sở hạ tầng tại chi nhánh

Hạn chế về cơ sở vật chất kỹ thuật còn nhiều hạn chế tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng, từ đó làm giảm khả năng huy động tiền gửi từ khách hàng cá nhân. Sự thiếu thốn và lạc hậu của cơ sở hạ tầng không chỉ gây bất tiện trong quá trình giao dịch mà còn ảnh hưởng đến hình ảnh và uy tín của ngân hàng. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết về việc hoàn thiện cơ sở hạ tầng để tạo ra môi trường giao dịch thuận lợi, hiện đại và chuyên nghiệp hơn cho khách hàng.

Giải pháp đề xuất bao gồm việc nâng cấp và hiện đại hóa trang thiết bị tại các quầy giao dịch và khu vực tiếp khách, đảm bảo rằng mọi thiết bị đều đáp ứng được nhu cầu

giao dịch hiện đại và an toàn. Việc áp dụng công nghệ mới trong quản lý và vận hành cũng sẽ giúp cải thiện đáng kể hiệu quả công việc, giảm thời gian chờ đợi của khách hàng và nâng cao sự hài lòng. Đồng thời, việc này cũng góp phần nâng cao hình ảnh của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trên thị trường tài chính, thu hút thêm khách hàng tiềm năng và tăng cường khả năng cạnh tranh. Điều này cần được thực hiện dưới sự giám sát chặt chẽ và cam kết từ phía lãnh đạo chi nhánh, với sự phối hợp đồng bộ giữa các bộ phận liên quan.

Để hoàn thiện cơ sở hạ tầng tại chi nhánh, mục đích chính là tạo ra một môi trường giao dịch thuận lợi và chuyên nghiệp, cải thiện trải nghiệm khách hàng và nâng cao hiệu quả huy động vốn. Bộ phận IT cùng với bộ phận quản lý cơ sở vật chất sẽ chịu trách nhiệm triển khai việc nâng cấp hệ thống công nghệ thông tin và trang thiết bị kỹ thuật tại các quầy giao dịch, đảm bảo tính năng động và an toàn thông tin.

Cách thức triển khai bao gồm việc đánh giá và lựa chọn những giải pháp công nghệ tiên tiến phù hợp với nhu cầu cụ thể của chi nhánh, từ hệ thống máy móc, thiết bị giao dịch tự động đến phần mềm quản lý. Bên cạnh đó, việc thiết kế lại không gian giao dịch để tối ưu hóa sự thuận tiện và thoải mái cho khách hàng cũng được ưu tiên hàng đầu. Các phòng nghiệp vụ sẽ hợp tác cùng nhau để thông báo và quảng bá các cải tiến này đến khách hàng, qua đó khẳng định cam kết cải thiện chất lượng dịch vụ của Agribank.

Quá trình này yêu cầu sự tham gia của tất cả các bộ phận trong chi nhánh, từ lập kế hoạch, thực hiện đến giám sát và đánh giá hiệu quả sau cải tiến. Một hệ thống đào tạo và cập nhật kiến thức liên tục cho nhân viên cũng sẽ được thiết lập để họ có thể vận hành hiệu quả các thiết bị mới và áp dụng công nghệ mới trong công việc hàng ngày. Đồng thời, việc thu thập phản hồi từ khách hàng sau khi cải tiến sẽ giúp chi nhánh tiếp tục hoàn thiện cơ sở vật chất và dịch vụ, đảm bảo rằng mọi thay đổi đều đi đúng hướng và mang lại giá trị thiết thực cho cả khách hàng và ngân hàng.

Để triển khai thành công giải pháp hoàn thiện cơ sở hạ tầng tại chi nhánh, yêu cầu cơ bản đầu tiên là phải có sự cam kết mạnh mẽ từ ban lãnh đạo cấp cao của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng, bao gồm việc dành nguồn lực tài chính đủ lớn và phân bổ nguồn nhân lực có chuyên môn cao cho dự án. Đồng thời, cần phải có kế hoạch chi tiết và lộ trình cụ thể để đánh giá, lựa chọn và triển khai các công nghệ mới, cũng như cải tạo không gian giao dịch dựa trên nghiên cứu kỹ lưỡng về nhu cầu và sự mong đợi của khách hàng. Quá trình triển khai cần có sự giám sát và điều chỉnh liên tục dựa trên phản hồi từ khách hàng và hiệu quả thực tế, đảm bảo rằng mọi thay đổi đều mang lại lợi ích thiết thực cho cả ngân hàng và khách hàng. Cuối cùng, việc hợp tác và phối hợp chặt

chẽ giữa các bộ phận trong chi nhánh, từ IT, quản lý cơ sở vật chất đến marketing và dịch vụ khách hàng, là yếu tố then chốt để đảm bảo giải pháp được triển khai một cách hiệu quả và bền vững.

3.3. Kiến nghị với Ngân hàng nhà nước nói chung và Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam nói riêng

3.3.1. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước

- Trên cơ sở các bộ luật của Nhà nước về ngân hàng, cần xây dựng hoàn chỉnh đồng bộ hệ thống các văn bản hướng dẫn (dưới luật) về hoạt động ngân hàng để các NHTM thực hiện đảm bảo không trái luật.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động của thị trường mở, đa dạng các công cụ, chứng chỉ có giá giao dịch tại thị trường mở.

- NHNN cần có định hướng phát triển công nghệ thông tin cho ngành ngân hàng, trên cơ sở đó các ngân hàng xây dựng hệ thống công nghệ thông tin, phát triển các dịch vụ tiện ích.

- Tăng cường quan hệ hợp tác quốc tế nhằm khai thông các hoạt động ngân hàng ra nước ngoài và vận dụng được nguồn vốn, công nghệ từ các nước, và các tổ chức quốc tế, trao đổi thông tin về lĩnh vực ngân hàng, đặc biệt về đào tạo, phổ biến kiến thức và những kinh nghiệm hội nhập cho những cán bộ của NHNN và một số NHTM.

- Đứng ra tổ chức các cuộc hội thảo giữa các NHTM để tạo ra sự thống nhất trong định hướng phát triển, trong hoạt động tín dụng.

- Thanh tra là giải pháp mạnh mẽ và có ý nghĩa quyết định đối với việc phát hiện, ngăn chặn và xử lý các vi phạm của tổ chức tín dụng, làm cho các tổ chức tín dụng hoạt động lành mạnh và hiệu quả. Bên cạnh việc thanh tra, kiểm soát, NHNN yêu cầu các NHTM phải công khai thông tin về tình hình hoạt động của ngân hàng. Việc công khai thông tin một mặt sẽ giúp cho hoạt động của các NHTM lành mạnh hơn, mặt khác giúp các khách hàng của ngân hàng theo dõi được hoạt động của NHTM từ đó yên tâm đầu tư.

3.3.2. Kiến nghị đối với Agribank

- Ban hành văn bản chỉ đạo liên quan đến hoạt động huy động tiền gửi KHCN.

Agribank tiếp tục bổ sung các văn bản quy định về tiền gửi, cho vay trên thị trường liên ngân hàng, quy định về chấm điểm, xếp hạng đối với các định chế tài chính để chuẩn hóa hoạt động của Agribank trên thị trường liên ngân hàng để đảm bảo tính chặt chẽ trong hoạt động huy động tiền gửi KHCN. Tăng cường công tác

quản lý kế hoạch đối với chi nhánh, kiểm soát chặt chẽ việc sử dụng vốn ngoài kế hoạch; kiên quyết xử lý đối với các chi nhánh nhận vốn của tổ chức tín dụng, tổ chức kinh tế ản.

Mặt khác Agribank cần rà soát lại quy trình, thủ tục, chứng từ giao dịch, chương trình liên quan trong giao dịch tiền gửi tiết kiệm. Hoàn thiện quy trình giao dịch tiền gửi tiết kiệm; chương trình cảnh báo; giám sát trên hệ thống về các giao dịch tiền gửi, huy động tiền gửi KHCN...

- Duy trì chính sách lãi suất cạnh tranh, mềm dẻo, linh hoạt.

Hiện nay lãi suất huy động của Agribank còn thấp so với các ngân hàng khác trong hệ thống. Điều đó, mang lại lợi thế lớn về chi phí vốn, giúp ngân hàng tăng cường khả năng cạnh tranh trong hoạt động cho vay. Tuy nhiên, lãi suất huy động thấp cũng sẽ gây khó khăn trong cạnh tranh cho Agribank trong hoạt động huy động tiền gửi KHCN, nhất là khi hiện nay các ngân hàng khác cũng đang mở rộng mạng lưới sang khu vực nông thôn vốn trước đây là thế mạnh tuyệt đối của Agribank. Do đó, trong tương lai Agribank cần nghiên cứu xây dựng một chính sách lãi suất linh hoạt, mềm dẻo, bám sát diễn biến thị trường, nhằm nâng cao khả năng huy động tiền gửi KHCN cho toàn bộ hệ thống của Agribank.

Lãi suất được xây dựng theo nguyên tắc thị trường và trong mối quan hệ về vốn. Lãi suất đầu ra quyết định lãi suất đầu vào, lãi suất thực dương tạo lợi nhuận cho ngân hàng. Lãi suất được xác định trong mặt bằng chung trong hệ thống ngân hàng, phải có tính cạnh tranh, lãi suất tiền gửi có kỳ hạn dài phải cao hơn lãi suất gửi tiền có kỳ hạn ngắn.

Lựa chọn cơ cấu lãi suất sao cho vừa đảm bảo gia tăng quy mô tổng nguồn, điều chỉnh cơ cấu, tiết kiệm chi phí, lại vừa tăng tính ổn định của nguồn, dự báo được xu hướng biến động của lãi suất thị trường để chủ động tạo ra khe hở nhạy cảm với lãi suất thích hợp, từ đó hạn chế được rủi ro lãi suất, rủi ro thanh khoản, điều chỉnh kết quả kinh doanh theo hướng tích cực. Đây là hoạt động diễn ra thường xuyên hàng ngày, nhằm đảm bảo lãi suất linh hoạt phù hợp với biến động của thị trường và của nguồn vốn trong ngân hàng.

- Đơn giản hóa các thủ tục giao dịch.

Thủ tục, hồ sơ đơn giản, nhanh gọn, chính xác sẽ tạo ra sự thoải mái, tiết kiệm thời gian cho khách hàng, từ đó cũng có tác động đến sự lựa chọn ngân hàng của khách hàng khi muốn thực hiện các giao dịch tài chính. Nếu thủ tục hành chính của ngân hàng quá rườm rà, nhiều khâu, có quá nhiều bước không cần thiết, khách hàng sẽ từ bỏ để lựa chọn

một ngân hàng khác. Vì vậy đơn giản hóa thủ tục hành chính là điều mà toàn bộ hệ thống ngân hàng Việt Nam cũng như Agribank cần quyết tâm thực hiện. Các quy trình, thủ tục giao dịch cần lược giản, bỏ đi những bước không cần thiết, nhưng phải đảm bảo sự chính xác và bảo mật cho khách hàng cũng như cho chính ngân hàng. Ví dụ, như trong giao dịch chuyển tiền mặt vào tài khoản ngân hàng, tại các phòng giao dịch cần lược bỏ việc bắt buộc phải điền đúng tên chi nhánh phát hành tài khoản; đó thủ tục không cần thiết, bởi mỗi một số tài khoản chỉ được cấp cho một người duy nhất, như vậy chỉ cần số tài khoản là có thể tra cứu rõ mọi thông tin về khách hàng, đặc biệt khi ngày nay công nghệ thông tin đã rất phát triển.

- Đa dạng hóa các sản phẩm tiền gửi huy động.

Có rất nhiều đối tượng khách hàng khác nhau, mỗi khách hàng lại có những nhu cầu về sản phẩm dịch vụ khác nhau. Có người quan tâm về lãi suất khi gửi tiền, có người lại quan tâm về sự nhanh chóng tiện lợi khi sử dụng dịch vụ ngân hàng. Sinh viên thì cần sử dụng tài khoản thanh toán để nhận tiền từ phụ huynh gửi lên; người đi làm thì quan tâm tới các sản phẩm tiết kiệm, đặc biệt là các gói tiết kiệm linh hoạt gửi góp, người kinh doanh quan tâm tới các gói sản phẩm thanh toán, ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu... Vì vậy Agribank cần nghiên cứu từng nhu cầu của các nhóm khách hàng khác nhau để đưa ra các gói sản phẩm mới ngoài các hình thức huy động tiền gửi tiết kiệm theo kỳ hạn truyền thống.

- Agribank cần xây dựng định hướng chiến lược kinh doanh toàn ngành, phù hợp với thực tế từng địa phương. Do điều kiện các đơn vị khác nhau nhất là sự khác nhau về điều kiện môi trường giữa khu vực miền núi, hải đảo, nông thôn với thành thị hoặc đặc thù khu vực thường xuyên thiên tai lũ lụt...do đó định hướng, chiến lược kinh doanh của Agribank cũng nhất thiết phải lưu ý đến thực tế, điều kiện môi trường của các đơn vị thành viên.

- Tăng cường đầu tư trang thiết bị, nghiên cứu ứng dụng công nghệ thông tin để từng bước hiện đại hoá công nghệ Ngân hàng. Việc hiện đại hoá công nghệ Ngân hàng từng chi nhánh không thể tự thực hiện được vì không có nguồn vốn, mặt khác nếu có sẽ không đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ và sẽ không vận hành được. Do đó Agribank cần phải chỉ đạo trong việc nghiên cứu, đầu tư hiện đại hoá công nghệ ngân hàng.

KẾT LUẬN

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt của thị trường ngân hàng hiện nay, việc nghiên cứu và phát triển các giải pháp huy động tiền gửi KHCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trở nên cấp thiết. Đề án không chỉ đưa ra một bức tranh tổng quan về tình hình huy động tiền gửi KHCN của ngân hàng thương mại mà còn tập trung vào phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong giai đoạn 2019 - 2023. Cơ sở lý luận vững chắc cùng với việc ứng dụng mô hình nghiên cứu khoa học đã giúp làm sáng tỏ các vấn đề cốt lõi, từ đó đề xuất được những giải pháp thiết thực nhằm nâng cao hiệu quả huy động vốn. Thực trạng huy động tiền gửi KHCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cho thấy những thành tựu đáng ghi nhận nhưng cũng không ít hạn chế và thách thức. Qua phân tích, đề án đã chỉ ra rằng, mặc dù Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đã có những nỗ lực trong việc mở rộng quy mô và cơ cấu huy động tiền gửi, nhưng vẫn còn tồn tại một số vấn đề như chính sách lãi suất chưa đủ cạnh tranh, cơ sở vật chất và ứng dụng công nghệ thông tin còn hạn chế, nguồn nhân lực chưa được đào tạo bài bản và hoạt động marketing chưa được đẩy mạnh.

Dựa trên thực trạng đã phân tích, đề án đề xuất một loạt giải pháp nhằm tăng cường huy động tiền gửi KHCN tại chi nhánh, bao gồm việc áp dụng linh hoạt chính sách huy động vốn, nâng cao chuyên môn và kỹ năng tư vấn của đội ngũ cán bộ nhân viên, đẩy mạnh các hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng, cũng như hoàn thiện cơ sở hạ tầng tại chi nhánh. Các giải pháp này không chỉ giúp chi nhánh khai thác tốt hơn tiềm năng của thị trường mà còn góp phần nâng cao sự hài lòng và niềm tin của khách hàng đối với ngân hàng. Đề án còn đưa ra các kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước và Agribank nhằm tạo điều kiện thuận lợi hơn cho chi nhánh trong việc thực hiện các mục tiêu đã đề ra. Các kiến nghị này tập trung vào việc cải thiện chính sách quản lý, hỗ trợ kỹ thuật và tài chính, cũng như tăng cường sự hợp tác giữa các chi nhánh trong toàn hệ thống Agribank.

Đề án không chỉ phản ánh sự cần thiết trong việc tăng cường huy động tiền gửi KHCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng mà còn góp phần vào việc phát triển bền vững của ngân hàng trong tương lai. Qua đó, đề án không chỉ mang ý nghĩa lý thuyết mà còn có giá trị áp dụng cao, hỗ trợ Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng trong việc cải thiện và nâng cao hiệu quả hoạt động, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng và đóng góp vào sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

1. Agribank (2023), *Báo cáo thường niên các năm 2019, 2020, 2021, 2022, 2023*.
2. Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng (2019), *Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2019*.
3. Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng (2020), *Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2020*.
4. Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng (2021), *Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2021*.
5. Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng (2022), *Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2022*.
6. Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng (2023), *Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2023*.
7. Dương Nguyễn Xuân Hà (2018). *Hoàn thiện chính sách huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam chi nhánh Thừa Thiên Huế*. Luận văn thạc sĩ, Đại học Kinh tế Huế.
8. Ninh Thị Thúy Ngân (2019). *Giải pháp nâng cao hiệu quả huy động vốn của các ngân hàng thương mại*. <https://tapchitaichinh.vn> ngày 03/02/2019.
9. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam chi nhánh tỉnh Cao Bằng (2023), *Báo cáo tổng kết hoạt động năm 2019, 2020, 2021, 2022, 2023*.
10. Nguyễn Đăng Dờn (2009), *Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, Nxb. Đại học Quốc gia, Hà Nội.
11. Nguyễn Minh Kiều (2017), *Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, Nxb. Thống Kê.
12. Nguyễn Thị Tố Ly (2021). *Huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam - Chi nhánh Bắc Ninh*. Luận văn thạc sĩ. Đại học Thương mại
13. Phan Thị Thu Hà (2013), *Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng thương mại*. Nxb. Đại học Kinh tế Quốc dân.
14. Trầm Thị Xuân Hương (2013), *Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng thương mại*. Nhà xuất bản kinh tế Tp. Hồ Chí Minh
15. Quốc hội (2011), *Luật các tổ chức tín dụng 2010*, Hà Nội.

Tài liệu tiếng Anh

16. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). *Measuring service quality: A reexamination and extension*. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
17. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
18. Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill
19. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

PHỤ LỤC

Xin chào Anh/Chị!

Hiện nay, tôi đang thực hiện nghiên cứu “**Tăng cường huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng**” để hoàn thành đề án thạc sĩ của mình. Anh/Chị vui lòng dành chút thời gian để cung cấp những thông tin dưới đây, nội dung trả lời chỉ sử dụng vào mục đích nghiên cứu khoa học, không có mục đích kinh doanh. Tôi cam kết bảo mật hoàn toàn về câu trả lời của Anh/Chị, tuyệt đối không tiết lộ bất kỳ thông tin cá nhân nào hoặc thông tin làm ảnh hưởng đến Anh/Chị.

Xin chân thành cảm ơn Anh/Chị đã tham gia khảo sát!

Phần 1: Thông tin chung

Xin Ông/Bà vui lòng cho biết những thông tin dưới đây

1. Giới tính

Nam

Nữ

2. Độ tuổi của Ông/Bà

Dưới 30 tuổi

Từ 30 - dưới 45 tuổi

Từ 45 - dưới 60 tuổi

Từ 60 tuổi trở lên

3. Nghề nghiệp của Ông/Bà

Nhân viên văn phòng

Lãnh đạo, chuyên gia

Kinh doanh

Nghỉ hưu, nội trợ

Khác

4. Thu nhập của Ông/Bà

Dưới 5 triệu

- Từ 5 - dưới 10 triệu
- Từ 10 - dưới 20 triệu
- Từ 20 triệu trở lên

Phần 2: Nội dung khảo sát

Xin Anh/Chị vui lòng cho biết mức độ hài lòng của Anh/Chị về các phát biểu dưới đây dành cho dịch vụ huy động tiền gửi KHCN tại Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng bằng cách khoanh tròn vào các ô điểm tương ứng theo các mức độ đồng ý của mình theo quy ước:

- 1: Hoàn toàn không hài lòng
- 2: Không hài lòng;
- 3: Bình thường;
- 4: Hài lòng;
- 5: Rất hài lòng;

Nhận định	Mức độ hài lòng				
	1	2	3	4	5
Sự tin cậy					
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng cung cấp các dịch vụ huy động vốn như đã hứa	1	2	3	4	5
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn thực hiện dịch vụ chính xác đối với khách hàng	1	2	3	4	5
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn thực hiện đúng như cam kết với khách hàng	1	2	3	4	5
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng giải quyết thỏa đáng thắc mắc/ khiếu nại của khách hàng	1	2	3	4	5
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng đáp ứng đúng nhu cầu của khách hàng ngay lần giao dịch đầu tiên	1	2	3	4	5
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng bảo mật thông tin của khách hàng rất tốt (Số tài khoản, số dư tài khoản, các giao dịch phát sinh,...)	1	2	3	4	5
Nền tảng tài chính của Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng vững chắc	1	2	3	4	5

Nhận định	Mức độ hài lòng				
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng rất uy tín	1	2	3	4	5
Khả năng đáp ứng					
Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn sẵn sàng đáp ứng các yêu cầu của khách hàng liên quan đến dịch vụ huy động vốn (thay đổi kỳ hạn, số tiền, thỏa thuận lãi suất, xác nhận sổ dư, vay cầm cố sổ tiết kiệm, giấy tờ có giá, phát hành thẻ ATM,...)	1	2	3	4	5
Thủ tục gửi tiền vào Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng nhanh gọn, đơn giản	1	2	3	4	5
Sản phẩm huy động vốn đa dạng đáp ứng được các nhu cầu khác nhau của khách hàng	1	2	3	4	5
Lãi suất huy động hấp dẫn, có tính cạnh tranh cao	1	2	3	4	5
Khách hàng chưa khi nào phải đợi khi đến rút tiền từ sản phẩm tiền gửi	1	2	3	4	5
Năng lực phục vụ					
Đội ngũ cán bộ giao dịch viên có trình độ chuyên môn tốt	1	2	3	4	5
Đội ngũ cán bộ nhân viên hiểu biết rất tốt về sản phẩm dịch vụ tiền gửi	1	2	3	4	5
Đội ngũ cán bộ nhân viên phản ứng nhanh, thỏa đáng với mọi tình huống	1	2	3	4	5
Đội ngũ cán bộ giao dịch viên có kỹ năng tư vấn cho tốt cho khách hàng	1	2	3	4	5
Sự đồng cảm					
Nhân viên Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn tận tình hướng dẫn khách hàng đăng ký, sử dụng dịch vụ huy động vốn (gửi tiết kiệm, mở tài khoản thanh toán,...)	1	2	3	4	5
Nhân viên Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn chu đáo, nhiệt tình hỗ trợ khách hàng có được lợi ích tốt nhất	1	2	3	4	5

Nhận định	Mức độ hài lòng				
Nhân viên Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng hiểu rõ nhu cầu của khách hàng, và quan tâm đến các nhu cầu phát sinh của khách hàng	1	2	3	4	5
Nhân viên Agribank chi nhánh tỉnh Cao Bằng luôn có đủ kiến thức và năng lực chuyên môn để tư vấn, trả lời thắc mắc của khách hàng	1	2	3	4	5
Phương tiện hữu hình					
Ngân hàng có trang bị hệ thống thiết bị: máy tính, camera, ATM, ...hiện đại					
Các quầy giao dịch tại ngân hàng được bố trí thuận tiện, dễ nhìn					
Các nhân viên ngân hàng luôn có tác phong gọn gang, chuyên nghiệp					

Xin trân thành cảm ơn!