

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**ĐỀ TÀI : TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI CÁ
NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN
NÔNG THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH HUYỆN A LƯỚI**

Giáo viên hướng dẫn : ThS. Nguyễn Thị Nga My

Sinh viên thực hiện : Đỗ Thị Thu Huệ

Khóa học : 2020 – 2024

Lớp : 20NH

Đà Nẵng, tháng 06 năm 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**ĐỀ TÀI : TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI CÁ
NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN
NÔNG THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH HUYỆN A LƯỚI**

Giáo viên hướng dẫn : ThS. Nguyễn Thị Nga My

Sinh viên thực hiện : Đỗ Thị Thu Huệ

Khóa học : 2020 – 2024

Lớp : 20NH

Đà Nẵng, tháng 06 năm 2024

Đà Nẵng, ngày.....tháng.....năm 2024

GIAO NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Năm học : 2023-2024

1. Thông tin tác giả thực hiện

- Họ và tên sinh viên : Đỗ Thị Thu Huệ
- Chuyên ngành : TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2020 – 2024

2. Tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp

“Tăng cường huy động vốn tiền gửi cá nhân tại Agribank - Chi Nhánh Huyện A Lưới ”

3. Các số liệu ban đầu thực hiện Khóa luận tốt nghiệp

- Số liệu thứ cấp từ các báo cáo tài chính, báo cáo kết quả kinh doanh của Agribank huyện A Lưới trong thời gian từ năm 2021 đến năm 2023

4. Các bảng biểu, hình vẽ và đồ thị :

Bảng biểu, hình vẽ và đồ thị xem lại tại danh mục các bảng biểu, hình vẽ và đồ thị của khóa luận

5. Cán bộ hướng dẫn

Thạc sĩ Nguyễn Thị Nga My, Khoa Kinh Tế, Ngành Tài chính – Ngân hàng, Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng

6. Ngày giao nhiệm vụ làm Khóa luận tốt nghiệp :

7. Ngày sinh viên phải hoàn thành Khóa luận tốt nghiệp :

Ngày.....tháng.....năm 2024.

Giáo viên hướng dẫn

Sinh viên thực hiện khóa luận

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập cũng như vượt qua thời gian thực tập tốt nghiệp này, em đã nhận được sự giúp đỡ vô cùng tận tình từ các thầy cô Trường Đại Học Kiến Trúc Đà Nẵng nói chung và quý thầy cô khoa Kinh tế nói riêng, đã truyền đạt cho em những kiến thức và kinh nghiệm, đó là hành trang quý báu để em vững vàng để em bước vào cuộc sống và công việc sau này .

Em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến sự hỗ trợ và giúp đỡ từ Thạc sĩ Nguyễn Thị Nga My, sự tận tình và kiến thức sâu rộng của cô là nguồn động viên và hướng dẫn quý báu cho em trong quá trình nghiên cứu và hoàn thiện khóa luận.

Đồng thời, em muốn gửi lời cảm ơn đặc biệt đến Agribank chi nhánh A Lưới, nơi đã tạo điều kiện cho em áp dụng kiến thức đã học vào thực tiễn, đồng thời cung cấp môi trường làm việc chuyên nghiệp và tiện nghi để em có thể phát triển kỹ năng và kinh nghiệm.

Sau cùng em xin chúc quý thầy cô Trường Đại học Kiến trúc Đà Nẵng, cùng Ban Giám Đốc và các anh chị trong Ngân hàng những lời chúc tốt đẹp nhất và luôn hoàn thành xuất sắc công việc của mình và gặt hái được nhiều thành công trên mọi lĩnh vực.

Trong quá trình tìm hiểu vẫn còn nhiều thiếu sót và hạn chế em rất mong nhận được sự góp ý của quý Thầy/Cô để bài báo cáo ngày càng hoàn thiện và chính chu hơn nữa.

Em xin trân trọng cảm ơn !

Đà Nẵng, ngàythángnăm 2024

Sinh viên thực hiện

Đỗ Thị Thu Huệ

NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Đà Nẵng, ngày.....tháng.....2024

Giáo viên hướng dẫn

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
DANH MỤC BẢNG BIỂU	vi
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	viii
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	1
1.1 Tổng quan về huy động vốn của NHTM	1
1.1.1. Khái niệm về huy động vốn.....	1
1.2 Cơ sở lý luận về huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM.....	2
1.2.1. Khái niệm về huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM	2
1.2.2. Đặc điểm huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM	2
1.2.3. Vai trò huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM.....	4
1.2.4. Các hình thức huy động vốn tiền gửi.....	5
1.3. Cơ sở lý luận về tăng cường huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM..	6
1.3.1. Nội dung tăng cường huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM... ..	6
1.3.2. Các chỉ tiêu đánh giá tăng cường huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM.....	9
1.3.2.1 Quy mô huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân	9
1.3.2.2 Cơ cấu nguồn vốn huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân.....	9
1.3.2.3 Tỷ lệ tăng trưởng vốn tiền gửi cá nhân	9
1.3.2.3 Hệ thống kênh phân phối	10
1.3.2.4 Lãi suất và chi phí huy động vốn tiền gửi cá nhân	10
1.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM.....	11
1.4.1 Thương hiệu, uy tín	11
1.4.2 Sản phẩm dịch vụ	12
1.4.3 Chất lượng dịch vụ	12
1.4.4 Sự phát triển công nghệ thông tin.....	13
1.4.5 Chất lượng nguồn nhân lực	14
1.4.6 Cạnh tranh các tổ chức tín dụng	14

1.4.7 Điều kiện kinh tế xã hội.....	15
1.5 Rủi ro đối với gửi tiền tại ngân hàng.....	15
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN A LƯỚI..	16
2.1 Khát quát về Agribank chi nhánh huyện A Lưới	16
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển Agribank chi nhánh huyện A Lưới	16
2.1.2 Cơ cấu tổ chức Agribank chi nhánh huyện A Lưới.....	17
2.1.3 Kết quả hoạt động kinh doanh Agribank chi nhánh huyện A Lưới	19
2.1.3.1 Tình hình huy động vốn	19
2.1.3.2 Tình hình cho vay	21
2.1.3.3 Hoạt động dịch vụ khác.....	23
2.1.3.4 Kết quả hoạt động kinh doanh.....	25
2.2 Thực trạng tăng cường huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới	26
2.2.1 Môi trường kinh doanh của Agribank chi nhánh huyện A Lưới.....	26
2.2.1.1 Điều kiện kinh tế xã hội.....	26
2.2.1.2 Tình hình kinh tế và phát triển	27
2.2.1.3 Đối thủ cạnh tranh	27
2.2.1.4 Chất lượng nguồn nhân lực	28
2.2.2 Các sản phẩm huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới.....	29
2.2.3 Thực trạng hoạt động huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh A Lưới.....	30
2.2.3.1 Các hoạt động tại Agribank chi nhánh A Lưới đã thực hiện để tăng cường hoạt động huy động vốn cá nhân.....	30
2.2.3.1.1 Đa dạng hóa hệ thống kênh huy động	30
2.2.3.1.2 Chính sách lãi suất.....	32
2.2.3.1.3 Công tác chăm sóc khách hàng.....	33
2.2.3.2 Kết quả tăng cường huy động vốn tại Agribank chi nhánh A Lưới.....	34
2.2.3.2.1 Quy mô nguồn vốn huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Chi nhánh ...	34

2.2.3.2.2 Về tốc độ tăng trưởng tiền gửi cá nhân của Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023	35
2.2.3.2.3 Cơ cấu nguồn vốn huy động tiền gửi từ khách hàng cá nhân	36
2.2.3.2.4 Chính sách lãi suất và chi phí huy động tiền gửi	40
2.2.3.2.5 Về thị phần tiền gửi cá nhân của Agribank chi nhánh A Lưới so với các NHTM khác.....	43
2.2.4. Đánh giá thực trạng huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới.....	44
2.2.4.1 Thành công	44
2.2.4.2 Hạn chế, nguyên nhân	45
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN A LƯỚI.....	49
3.1 Định hướng tăng cường huy động vốn tiền khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới	49
3.1.1 Định hướng chiến lược của Agribank chi nhánh huyện A Lưới.....	49
3.1.2 Định hướng phát triển nguồn vốn huy động vốn từ cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới.....	50
3.2 Giải pháp tăng cường huy động vốn tiền khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới.....	52
3.2.1. Đa dạng hóa danh mục sản phẩm huy động vốn:	52
3.2.2 Nâng cao hiệu quả chính sách lãi suất.....	52
3.2.3 Nâng cao chất lượng phục vụ, củng cố uy tín của ngân hàng	52
3.2.4 Phát triển nguồn nhân lực.....	54
3.2.5 Nâng cao trình độ công nghệ.....	55
3.3 Kiến nghị	56
3.3.1 Kiến nghị với nhà nước	56
3.3.2 Kiến nghị với Ngân hàng Nhà Nước	57
3.3.3 Kiến nghị với Agribank	58
KẾT LUẬN	60
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	61

DANH MỤC BẢNG BIỂU

<i>Bảng 2. 1 Quy mô huy động vốn của Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023</i>	20
<i>Bảng 2. 2 Cơ cấu dư nợ của Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023</i>	22
<i>Bảng 2. 3 Thu nhập từ hoạt động dịch vụ của Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023</i>	24
<i>Bảng 2.4 Kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023</i>	25
<i>Bảng 2.5 Qui mô huy động vốn tiền gửi từ KHCN trên tổng vốn tiền gửi huy động tại Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023</i>	35
<i>Bảng 2. 6 Cơ cấu nguồn tiền gửi cá nhân theo kỳ hạn huy động vốn giai đoạn 2021-2023</i>	37
<i>Bảng 2.7. Cơ cấu nguồn huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân theo nguồn tiền giai đoạn 2021-2023</i>	38
<i>Bảng 2.8 Cơ cấu nguồn huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân theo kênh của Agribank chi nhánh A Lưới năm 2021- 2023</i>	40
<i>Bảng 2.9 Chi phí huy động vốn của Agribank Chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023</i>	42
<i>Bảng 2. 10. Thị phần huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của Agribank Chi nhánh A Lưới và các NHTM khác trên địa bàn giai đoạn 2021-2023</i>	43

DANH MỤC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

<i>Sơ đồ 2. 1 Bộ máy tổ chức ngân hàng Agirbank Chi Nhánh Huyện A Lưới</i>	<i>17</i>
<i>Biểu đồ 2.1 Tốc độ tăng trưởng tiền gửi khách hàng cá nhân của Agibank chi nhánh A Lưới 2021-2023</i>	<i>36</i>
<i>Biểu đồ 2.2: Biểu đồ cơ cấu tiền gửi dân cư theo loại tiền tệ</i>	<i>39</i>

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

STT	Viết tắt	Viết đầy đủ
1	Agribank	Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam
2	CBCNV	Cán bộ công nhân viên
3	NHNN	Ngân hàng nhà nước
4	NHTM	Ngân hàng thương mại
5	NH	Ngân hàng
6	TMCP	Thương mại cổ phần
7	KHCN	Khoa học công nghệ
8	HĐBT	Hội đồng bộ trưởng
9	KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
10	KCN	Khu công nghiệp
11	DN	Doanh nghiệp

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ngân hàng thương mại (NHTM) là một tổ chức kinh tế kinh doanh trong lĩnh vực tài chính, tiền tệ. Hoạt động chủ yếu và thường xuyên là huy động vốn từ các tổ chức kinh tế xã hội, các cá nhân rồi sử dụng nguồn vốn này để cấp tín dụng cho khách hàng có nhu cầu vay vốn và cung ứng các dịch vụ ngân hàng.

Trong hoạt động ngân hàng, vốn là điều kiện tiên quyết, là cơ sở để ngân hàng tổ chức mọi hoạt động kinh doanh. Huy động các nguồn vốn khác nhau trong xã hội để hoạt động là lẽ sống quan trọng nhất của các NHTM. Đặc biệt là các ngân hàng có quy mô lớn, do đó vấn đề huy động vốn rất cần được quan tâm. Về huy động vốn của NHTM chủ yếu từ nhận tiền gửi của các tổ chức kinh tế, huy động từ các tầng lớp cá nhân và nguồn vốn đi vay. Trong đó, huy động vốn từ tiền gửi cá nhân luôn là một trong những cách thức huy động truyền thống của các ngân hàng. Nguồn vốn từ khách hàng luôn được xem là ổn định nhất với một chi phí hợp lý, cung cấp nguồn vốn để các ngân hàng có thể cung cấp dịch vụ cho vay. Nguồn vốn huy động từ tiền gửi cá nhân là nguồn vốn huy động chiếm tỷ trọng lớn và tương đối ổn định, vì đây là hình thức thu hút nguồn vốn mà các ngân hàng hiện nay đang mở rộng và tiếp tục nâng cao chất lượng. Do đó, để thu hút vốn của khách hàng cá nhân thì ngân hàng cần nắm bắt được các nhân tố ảnh hưởng đến huy động tiền gửi và đưa ra các giải pháp phù hợp giúp ngân hàng huy động vốn.

Agribank là một trong những ngân hàng lớn nhận được sự tín nhiệm từ các khách hàng trong nhiều năm qua. Những năm gần đây, Agribank đã không ngừng phát huy ưu thế trong lĩnh vực tiền tệ và thực hiện tốt các chiến lược kinh doanh. Năm 2023 Agribank toàn tỉnh Thừa Thiên Huế đã huy động được 85.000 tỷ đồng chiếm khoảng 50% từ khách hàng cá nhân, con số này là mức tương đối tốt so nguồn vốn huy động từ khách hàng (theo báo cáo thường niên của ngân hàng). Các sản phẩm, dịch vụ chăm sóc khách hàng ngày càng được nâng cao. Agribank chi nhánh huyện A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế là chi nhánh loại II trực thuộc Agribank chi nhánh tỉnh Thừa Thiên Huế. Bằng sự nhiệt huyết và tận tâm của cán bộ nhân viên, Agribank chi nhánh huyện A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế đã giữ chân được khách hàng cũ, thu hút được khách hàng mới và tăng cường huy động kênh nhân rồi từ khách hàng. Tuy nhiên, tình hình huy động vốn

từ tiền gửi cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế vẫn đang gặp những khó khăn khi lãi suất chưa thực sự hấp dẫn để thu hút khách hàng, sự cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng thương mại và các tổ chức tài chính trên địa bàn cũng như những vấn đề nội tại của Agribank chi nhánh huyện A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế. Việc phát triển huy động vốn khách hàng cá nhân của Agribank chi nhánh huyện A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế có ý nghĩa rất quan trọng và cấp thiết, do vậy vấn đề được đặt ra là để tăng cường, thu hút khách hàng gửi tiền thì cần phải xác định được các nhân tố gây ảnh hưởng đến việc huy động tiền gửi cư dân. Với những lý do trên, tôi quyết định chọn đề tài " **Tăng cường huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank - Chi nhánh huyện A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế**" để thực hiện cho đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1 Mục tiêu tổng quát

- Phân tích thực trạng tình hình huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới, tìm ra những hạn chế và nguyên nhân
- Đề xuất những giải pháp nhằm tăng cường hoạt động huy động vốn tiền gửi cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới trong thời gian tới

2.2 Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận và kinh nghiệm thực tiễn về huy động vốn tiền gửi cá nhân trong các ngân hàng thương mại.
- Phân tích thực trạng huy động vốn tiền gửi cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới.
- Đề xuất một số giải pháp tăng cường hoạt động huy động vốn tiền gửi cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới giai đoạn tới

3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là hoạt động huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của Agribank – chi nhánh huyện A Lưới.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Về không gian: Nghiên cứu được thu thập dữ liệu tại các chi nhánh Agribank Việt Nam – huyện A Lưới.

Về thời gian: Đề tài sử dụng dữ liệu giai đoạn 2021 – 2023.

Về nội dung nghiên cứu: Đề tài tập trung nghiên cứu và phân tích thực trạng huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của Agribank chi nhánh A Lưới qua các năm 2021, 2022 và năm 2023.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1 Phương pháp thu thập dữ liệu

Khóa luận thu thập dữ liệu thứ cấp từ các báo cáo tài chính, báo cáo kết quả kinh doanh của Agribank huyện A Lưới trong thời gian từ năm 2021 đến năm 2023 được cung cấp từ phòng kế toán và một số phòng liên quan.

Các số liệu thứ cấp bao gồm các tài liệu thống kê, các phương tiện thông tin đại chúng và hồ sơ quản lý nhân sự tại phòng nhân sự, phòng kế toán, ngân quỹ và các phòng/ban/bộ phận trong chi nhánh, báo cáo thường niên đã được công bố trên các website của ngân hàng.

Ngoài ra, tác giả tìm kiếm dữ liệu thứ cấp về thông tin của ngân hàng thông qua các trang mạng điện tử, các báo cáo thường niên, kết luận cuộc họp của ban giám đốc chi nhánh, quy định nội bộ, quy trình nội bộ của Agribank huyện A Lưới.

4.2 Phương pháp nghiên cứu

4.2.1 Phương pháp mô tả

Phương pháp này thu thập, hệ thống hóa, xử lý số liệu và thông qua các số bình quân, số tuyệt đối, số tương đối để đánh giá các chỉ tiêu nghiên cứu. Qua đó để có thể mô tả sự biến động cũng như xu hướng tăng trưởng của một hiện tượng kinh tế xã hội. Sử dụng phương pháp này trong nghiên cứu đề tài để mô tả quá trình hoạt động huy động vốn tiền gửi cá nhân tại Agribank huyện A Lưới.

4.2.2 Phương pháp so sánh

Là đối chiếu các con số, chỉ tiêu đã được lượng hoá có cùng nội dung, tính chất để xác định mức, xu hướng biến động của nó trên cơ sở đánh giá thông qua tính toán các tỷ số, so sánh thông tin từ các nguồn khác nhau ở các thời điểm khác nhau, chỉ ra các mặt ổn định hay không ổn định, tăng trưởng hay không, hiệu quả hay không hiệu quả để tìm ra giải pháp tối ưu cho mỗi vấn đề.

4.2.2 Phương pháp thống kê

Thống kê là một phương pháp trong thống kê dùng để tóm tắt và đưa ra các thông tin quan trọng về dữ liệu. Nó giúp chúng ta hiểu được các đặc điểm cơ bản của tập dữ liệu mà chúng ta đang làm việc. Thống kê thường bao gồm việc tính toán các thông số như giá trị trung bình, trung vị, phương sai, độ lệch chuẩn và các đặc điểm khác của dữ liệu.

4.2.3 Phương pháp liệt kê thông tin

Liệt kê thông tin là quá trình thu thập thông tin bằng cách đưa ra danh sách các yếu tố quan trọng và sau đó tìm kiếm thông tin về từng yếu tố đó một cách cụ thể. Phương pháp này thường được sử dụng trong nghiên cứu, làm việc với dữ liệu, hoặc khi cần thu thập thông tin chi tiết về một chủ đề cụ thể. Điều này giúp người sử dụng có cái nhìn tổng quan và chi tiết về thông tin một cách có tổ chức và hệ thống.

5. Kết cấu khóa luận

Ngoài phần mở đầu và kết luận, khóa luận bao gồm 3 chương như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về tăng cường huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng tăng cường huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank – chi nhánh huyện A Lưới

Chương 3: Giải pháp tăng cường huy động vốn tiền gửi cá nhân tại Agribank – chi nhánh huyện A Lưới.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1 Tổng quan về huy động vốn của NHTM

1.1.1. Khái niệm về huy động vốn

Huy động vốn là hoạt động thu hút tiền nhàn rỗi từ nền kinh tế thông qua các hình thức tiết kiệm định kỳ, phát hành giấy tờ có giá và các hình thức khác để tạo nguồn vốn cho vay của ngân hàng thương mại. Hoạt động huy động vốn là một trong những hoạt động quan trọng nhất của ngân hàng thương mại. 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 dịch vụ ngân hàng cho khách hàng.

Hoạt động huy động vốn là một hoạt động cơ bản nhằm tạo ra tiền đề cho các hoạt động còn lại của ngân hàng. Nó quyết định đến quy mô, phạm vi hoạt động và quy mô mở rộng tín dụng của ngân hàng và quyết định đến khả năng thanh toán, chi trả và đảm bảo hoạt động cho ngân hàng trên thị trường. Đặc biệt nó quyết định đến năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại trong nền kinh tế hiện nay.

1.1.2. Đặc điểm của huy động vốn

Bản chất của vốn huy động là tài sản thuộc các sở hữu khác nhau, ngân hàng chỉ có quyền sử dụng mà không có quyền sở hữu và phải có trách nhiệm hoàn trả cả gốc và lãi khi đến hạn hoặc khi khách hàng có nhu cầu rút vốn để chi trả trước hạn. Vì vậy, ngân hàng không được phép sử dụng hết số vốn đó vào hoạt động kinh doanh mà phải dự trữ với một tỷ lệ hợp lý để đảm bảo được khả năng thanh toán.

Quá trình hoạt động kinh doanh các ngân hàng dựa vào nguồn vốn chủ sở hữu để đưa ra các quyết định kinh tế cho phù hợp với các quy định của luật pháp. Còn nguồn vốn được sử dụng vào các hoạt động kinh doanh sinh lời của một ngân hàng chính là từ vốn huy động. Nguồn vốn huy động càng nhiều ngân hàng càng có khả năng cung ứng vốn kịp thời cho nền kinh tế từ đó thúc đẩy sự tăng trưởng cũng như làm giàu cho ngân hàng. Do đó, chỉ với vốn huy động ngân hàng mới có thể làm tốt chức năng trung gian tín dụng chức năng quyết định sự duy trì và phát triển của ngân hàng, đồng thời là cơ sở để thực hiện các chức năng còn lại. Ngân hàng muốn hoạt động trước hết phải có

vốn. Nhưng do những khác biệt trong công tác tổ chức cũng như vai trò của ngân hàng trong nền kinh tế mà nhu cầu về vốn của ngân hàng rất lớn.

1.1.3. Vai trò của huy động vốn

a. Đối với nền kinh tế

Huy động vốn là kênh chuyển nguồn vốn, điều hòa vốn giữa khách hàng thừa vốn và khách hàng thiếu vốn; Góp phần kiểm soát lạm phát thông qua việc điều chỉnh lượng tiền tham gia vào quá trình lưu thông; Cung cấp hàng hóa cho thị trường tài chính, nhằm đẩy nhanh hoạt động kinh doanh, thúc đẩy nền kinh tế phát triển.

b. Đối với hoạt động kinh doanh của NHTM

Tạo nguồn vốn chủ lực cho hoạt động kinh doanh; Thông qua huy động vốn, NHTM có thể đo lường được uy tín cũng như sự tín nhiệm của khách hàng đối với ngân hàng;

c. Đối với khách hàng

Cung cấp cho khách hàng kênh tiết kiệm và đầu tư nhằm làm cho tiền của họ sinh lợi; Cung cấp cho khách hàng một nơi an toàn để cất trữ và tích lũy nguồn tiền nhàn rỗi; đồng thời khách hàng tiếp cận được các dịch vụ tiện ích của ngân hàng.

1.2 Cơ sở lý luận về huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM

1.2.1. Khái niệm về huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM

Huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân là ***loại tiền gửi mà khách hàng chỉ gửi vào ngân hàng trong một khoảng thời gian xác định***. Mỗi lần gửi tiền khách hàng phải ký một hợp đồng tiền gửi và thỏa thuận cụ thể thời điểm rút tiền. Khi có nhu cầu rút tiền, khách hàng có thể rút một phần hoặc toàn bộ vốn gốc (tùy vào điều kiện thỏa thuận trong hợp đồng tiền gửi có kỳ hạn)

1.2.2. Đặc điểm huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM

“Quy mô của từng khoản tiền gửi thường nhỏ nhưng số lượng khách hàng rất lớn”. Đặc điểm này là do bản chất của những khoản huy động từ cá nhân chính là những khoản tiền chưa được đầu tư trong xã hội và được người dân tích trữ lại như một khoản tiền cá nhân để phục vụ cho nhu cầu sử dụng trong tương lai. Vì cá nhân là đối tượng đông nhất trong nền kinh tế nên về tổng thể thì tập trung nguồn vốn này sẽ tạo ra một nguồn vốn có quy mô lớn cho NHTM, đối với Ngân hàng thì đó là những nguồn mà

Ngân hàng tổ chức huy động từ cá nhân để được tái đầu tư sinh lời thông qua Ngân hàng cho nên chi phí của vốn huy động từ cá nhân sẽ có ảnh hưởng rất lớn đến chi phí huy động chung của tổng nguồn vốn huy động và là một trong những tiêu chí quan trọng để NHTM xác định lãi suất cho vay

“Vốn huy động từ cá nhân ổn định hơn so với nguồn vốn từ các tổ chức kinh tế”. Đây là cơ sở để các NHTM quy định về tỷ lệ dự trữ bắt buộc và tỷ lệ cho vay, vốn huy động từ các tổ chức tín dụng khác và của các tổ chức kinh tế xã hội thường không ổn định do sự dịch chuyển liên tục của dòng tiền trong nền kinh tế, còn vốn chủ sở hữu có chi phí lớn nên không cho hiệu quả cao khi cho vay. Trong khi đó, huy động vốn tiền gửi từ cá nhân có tính chất ổn định cho người dân khi gửi tiền vào NHTM thường do mục đích tích lũy để tiêu dùng trong tương lai, nên hàng có kế hoạch và có thể dự báo được thời điểm tăng giảm của nó. Đồng thời, tiền gửi cá nhân là một trong những nguồn có chi phí thấp nhất mà Ngân hàng huy động được cùng với tính ổn định cao làm tăng khả năng sinh lợi cho ngân hàng. Vì vậy thu hút tiền gửi cá nhân là mục tiêu mà các NHTM luôn hướng tới trong quá trình hoạt động.

Đa số nguồn vốn huy động từ cá nhân thường được gửi có kỳ hạn: Nguồn vốn cá nhân bao gồm những khoản tiền gửi thanh toán của người dân là những khoản tiền tiêu dùng hay kinh doanh, thường được luân chuyển từ tài khoản này sang tài khoản kia, từ ngân hàng này sang ngân hàng khác hoặc được rút tiền mặt nhằm mục đích tiêu dùng. Vì vậy khoản tiền này tồn tại khoảng thời gian ngắn trong tài khoản của khách hàng. Đa số những khoản tiền gửi có kỳ hạn và những khoản tiền cá nhân của cá nhân cũng thường được gửi kỳ hạn nhỏ hơn hoặc bằng 12 tháng. Tuy nhiên, do sự ổn định nên khách hàng có nhu cầu cá nhân tiền sẽ để vòng quay số cá nhân khi đến hạn tự động gia hạn hoặc lấy lãi cá nhân và gửi lại với kỳ hạn mới. do vậy, nguồn huy động từ cá nhân nhiều khi lại có kỳ hạn thực tế dài .

Chi phí huy động nguồn vốn cá nhân cao . Do đặc điểm ổn định và mục đích của người gửi tiền là cá nhân và hưởng lãi từ nguồn cá nhân nên chi phí huy động từ vốn cá nhân cao. Chi phí huy động vốn bao gồm chi phí trả lãi và các chi phí liên quan khác. Chi phí trả lãi là số lãi ngân hàng phải trả cho khách hàng căn cứ theo lãi suất duy động mà ngân hàng và khách hàng đã có thỏa thuận .

Cơ cấu huy động vốn ngân hàng gồm có huy động từ các định chế tài chính, huy động vốn từ các tổ chức kinh tế và huy động vốn từ cá nhân. Đa số người gửi tiền đều không thích rủi ro, mạo hiểm, họ muốn đảm bảo an toàn cho nguồn tiền của mình đồng thời mong muốn nguồn tiền đó mang lại nguồn lãi nhất định, việc gửi tiền vào ngân hàng được xem là một giải pháp an toàn và hiệu quả. Do đó nguồn vốn huy động từ cá nhân của các NHTM có quy mô lớn trong tổng nguồn vốn huy động. Tuy nhiên nguồn vốn này lại phân tán theo số lượng khách hàng gửi tiền vì số lượng khách hàng là cá nhân rất lớn.

1.2.3. Vai trò huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM

Để có vốn phục vụ cho các hoạt động kinh doanh như cấp tín dụng và các dịch vụ ngân hàng khác ngân hàng phải huy động vốn từ khách hàng. Do vậy, vai trò của hoạt động huy động tiền gửi cá nhân tại các ngân hàng có ý nghĩa rất quan trọng đối với ngân hàng và đối với khách hàng.

- Đối với ngân hàng: Tiền gửi cá nhân là một trong những nguồn vốn cơ bản để thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh khác của ngân hàng như cho vay, đầu tư, cung cấp các dịch vụ thanh toán,.. Vốn là một trong những yếu tố quyết định quy mô hoạt động của ngân hàng, là một trong những yếu tố rất quan trọng ảnh hưởng đến kết quả và hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. Để có nguồn vốn kinh doanh ngân hàng phải huy động vốn từ khách hàng. Thông qua nghiệp vụ huy động vốn, NHTM có thể đo lường được uy tín cũng như sự tín nhiệm của khách hàng đối với ngân hàng. Chính vì vậy ngân hàng không ngừng đưa các biện pháp hoàn thiện hoạt động huy động vốn nói chung và huy động tiền gửi cá nhân nói riêng nhằm giữ vững và tăng cường mở rộng quan hệ khách hàng.

- Đối với khách hàng: Khi gửi tiền vào ngân hàng, ngoài tính chất an toàn, khách hàng còn được hưởng các dịch vụ thanh toán an toàn, nhanh chóng, tiện lợi. Đối với tiền gửi cá nhân có kỳ hạn, khách hàng được hưởng lãi và có thể tích lũy tiền để thực hiện mục đích nào đó cho tương lai. Không những thế, trong những trường hợp khách hàng gặp khó khăn về mặt tài chính, ngân hàng có thể tài trợ cho khách hàng bằng các hình thức cầm cố, chiết khấu sổ cá nhân, cho vay, bảo lãnh... Khi có một số tiền tạm thời nhàn rỗi, người dân có thể đem gửi cá nhân tại ngân hàng với mục đích an toàn đồng thời thu được một khoản lợi tức định kỳ.

- Đối với nền kinh tế: Huy động tiền gửi cá nhân là một hình thức huy động vốn nhằm cung cấp vốn cho nền kinh tế, huy động được tiền nhàn rỗi từ cá nhân hay tổ chức để tăng nguồn vốn cho các ngân hàng. Từ đó, tiền gửi cá nhân là nguồn vốn rất quan trọng để đầu tư phát triển kinh tế vì nó không những lớn về số tiền tuyệt đối mà có tính chất luân chuyển không ngừng của nó. Chiến lược phát triển của nước ta là xây dựng nền kinh tế theo hướng công nghiệp hóa nhưng điểm xuất phát thấp, ngân sách còn hẹp, hầu như không có tích lũy từ trước, do đó vốn đầu tư cho các ngành kinh tế phải trông đợi rất nhiều vào nguồn vốn nội lực trong đó nguồn vốn từ các NHTM huy động là cần thiết, quan trọng vì nó tạo nên sự ổn định vững chắc cho sự phát triển bền vững lâu dài. Ngoài việc thu hút tiền nhàn rỗi trong xã hội để phục vụ cho đầu tư phát triển, nghiệp vụ huy động vốn của NHTM còn hỗ trợ NHNN kiểm soát được khối lượng tiền tệ trong lưu thông, qua đó NHNN sẽ áp dụng chính sách tiền tệ thắt chặt hay mở rộng như các công cụ như tỷ lệ dự trữ bắt buộc, mức trần lãi suất, lãi suất tái cấp vốn, lãi suất chiết khấu, tỷ giá... Chẳng hạn muốn giảm lượng tiền trong lưu thông. NHNN tăng mức trần lãi suất, lãi suất chiết khấu, tỷ lệ dự trữ bắt buộc, không chế dư nợ tín dụng nhằm điều hòa lưu thông tiền tệ, kiềm chế lạm phát, bình ổn giá cả thị trường

1.2.4. Các hình thức huy động vốn tiền gửi

*** Căn cứ theo mục đích:**

Theo tiêu thức phân loại này, huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân có thể được thực hiện dưới các hình thức sau:

- Tiền gửi thanh toán (tiền gửi không kỳ hạn) Là số tiền mà cá nhân gửi vào ngân hàng nhằm mục đích giao dịch, thanh toán, chi trả cho các hoạt động mua bán hàng hóa, dịch vụ và các khoản chi phí phát sinh trong kinh doanh. Người gửi có thể rút ra bất cứ lúc nào và Ngân hàng phải có trách nhiệm đáp ứng kịp thời, đầy đủ. Do đó lãi suất áp dụng đối với loại tiền gửi này thường không cao.

- Tiền gửi tiết kiệm: Tiền gửi tiết kiệm là khoản tiền của cá nhân được gửi vào tài khoản tiền gửi cá nhân, được hưởng lãi theo quy định của tổ chức nhận tiền gửi cá nhân và được nhận bảo hiểm theo quy định của pháp luật về bảo hiểm tiền gửi. Bên cạnh phương thức gửi cá nhân truyền thống thì ngày nay hình thức gửi tiết kiệm trực tuyến (tiết kiệm online) đang ngày càng phổ biến và được nhiều người lựa chọn do có một số quan điểm sau: Người gửi tiền chỉ cần có tài khoản cá nhân mở tại Ngân hàng,

có đăng ký sử dụng dịch vụ Internet Banking (dịch vụ Ngân hàng điện tử), cùng một máy tính có kết nối Internet là có thể dễ dàng chuyển những khoản tiền nhàn rỗi từ tài khoản thanh toán sang tài khoản cá nhân. Hình thức gửi tiết kiệm trực tuyến phù hợp với những khách hàng không có thời gian đến Ngân hàng giao dịch, thêm vào đó, khách hàng không phải cất giữ sổ cá nhân. Những khoản tiền gửi online đã được chứng thực bằng các sao kê điện tử, giúp khách hàng dễ dàng kiểm soát tài chính của mình, cũng như thực hiện các thao tác tất toán tự động khi đáo hạn. Những bản sao kê có chứng thực của ngân hàng cũng có giá trị tương tự như các loại hình cá nhân thông thường giao dịch trực tiếp tại quầy.

** Căn cứ theo loại tiền gửi*

Theo tiêu thức phân loại này, các hình thức huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM thường được chia thành tiền gửi nội tệ (VND), tiền gửi ngoại tệ (USD, EUR...).

- Huy động vốn nội tệ:

Tiền gửi bằng nội tệ của các tầng lớp dân cư: Đây chủ yếu là tiền gửi cá nhân, nguồn này có quy mô, cơ cấu lớn trong tổng nguồn huy động bằng nội tệ nhưng tăng trưởng không ổn định. Nhược điểm huy động tiền gửi cá nhân có lãi suất huy động bình quân cao, kỳ hạn tiền gửi danh nghĩa của người dân thường ngắn ngắn (kỳ hạn nhỏ hơn 12 tháng). Điều này đã ảnh hưởng đến khả năng sử dụng vốn, khả năng dịch chuyển kỳ hạn dư nợ, kết quả kinh doanh và giảm sức cạnh tranh của NHTM.

- Huy động vốn bằng ngoại tệ:

Tiền gửi bằng ngoại tệ của các tầng lớp dân cư: Tiền gửi bằng ngoại tệ của các tầng lớp dân cư chiếm tỷ trọng nhỏ. Việc huy động vốn bằng ngoại tệ luôn bị tác động mạnh bởi lãi suất ngoại tệ trên thị trường quốc tế và tình trạng khan hiếm tiền đồng VND. Cục dự trữ liên bang Mỹ (FED) liên tục cắt giảm lãi suất cho vay từ đó lãi suất huy động bằng USD của các ngân hàng luôn giảm mạnh, hệ quả là người dân chuyển sang dùng đồng tiền có giá (đổi USD sang VND chuyển sang gửi cá nhân bằng đồng VND để hưởng lãi suất cao hơn)

1.3. Cơ sở lý luận về tăng cường huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM

1.3.1. Nội dung tăng cường huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM

Tăng cường các sản phẩm huy động vốn tiền gửi cá nhân

Đối tượng khách hàng là dân cư mà các NHTM hướng tới vốn rất phong phú về thành phần cũng như những nhu cầu, mong muốn. NHTM cần phải đáp ứng tốt nhất các yêu cầu của nhóm đối tượng hết sức đa dạng này, nhằm nâng cao hiệu quả huy động nguồn tiền gửi cá nhân dồi dào và tiềm năng trong dân chúng, nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng như khả năng cạnh tranh của các NHTM. Có thể thấy rằng tại các NHTM doanh số đạt được cao chỉ nằm ở các sản phẩm truyền thống thông thường, với các sản phẩm còn lại là thiếu sức hút với đại bộ phận người dân. Với những hạn chế đó, việc đa dạng hóa và phát triển các hình thức huy động tiền gửi cá nhân mới thu hút hơn có ý nghĩa rất quan trọng khi mà thực tế là hiện nay các hình thức huy động tiền gửi cá nhân của các NHTM vẫn còn chưa đáp ứng đầy đủ, kịp thời nhu cầu của khách hàng. Trên cơ sở hạn chế trên, các NHTM có thể xem xét một số giải pháp đa dạng hóa các hình thức huy động tiền gửi như sau:

Với tiền gửi cá nhân có kì hạn, hiện nay các NHTM mới có các kì hạn gửi tiền từ 1 tuần tới 24 tháng, bởi vậy các NHTM cần bổ sung thêm các kì hạn theo ngày và các kì hạn dài hạn hơn ... vì khách hàng hoàn toàn có thể có nhu cầu gửi tiết kiệm theo các kì hạn đó. Tương ứng với mỗi kì hạn, các NHTM cần xác định một mức lãi suất hợp lý. Đó là mức lãi suất hấp dẫn đối với khách hàng, đồng thời phải đảm bảo nguyên tắc lãi suất trả cho tiền gửi cá nhân có kì hạn dài cao hơn lãi suất trả cho kì hạn ngắn và cần cân đối sao cho lãi suất không cao hơn lợi nhuận bình quân, tránh việc lãi suất đầu vào cao kéo theo lãi suất đầu ra cao, gây ảnh hưởng tới các hoạt động tín dụng, đầu tư cũng như lợi nhuận của chi nhánh.

Đa dạng hóa các hình thức huy động tiền gửi cá nhân còn thể hiện ở chỗ các NHTM cung cấp thêm các sản phẩm tiền gửi cá nhân so với các gói sản phẩm truyền thống hiện tại, dựa trên nghiên cứu nhu cầu, đặc điểm của dân cư trên địa bàn. Hiện nay có một số loại hình tiết kiệm có ý nghĩa thiết thực, thu hút được nhiều người dân mà một số ngân hàng đã áp dụng nhưng chưa được triển khai, các NHTM có thể tham khảo và đề xuất ngân hàng mở thêm các loại hình này nhằm thu hút khách hàng.

Ngoài ra, các NHTM cũng nên xem xét việc đa dạng hóa các hình thức hưởng lãi dành cho khách hàng gửi tiết kiệm tại chi nhánh. Ví dụ khách hàng có nhu cầu rút một

phần tiền trước hạn thì có thể được hưởng lãi suất theo kì hạn gần nhất với kì hạn rút tiền của khách hàng, thay vì việc chỉ được hưởng lãi suất không kì hạn như hiện nay.

Phát triển quy mô vốn huy động

Huy động vốn từ tiền gửi của khách hàng cá nhân là việc các ngân hàng gia tăng quy mô huy động tiền gửi của khách hàng cá nhân, đi cùng với việc hợp lý hóa cơ cấu vốn huy động và kiểm soát tốt chi phí huy động tiền gửi cá nhân phù hợp với các mục tiêu hoạt động và chiến lược kinh doanh của ngân hàng trong từng thời kỳ.

Kết quả huy động vốn có thể được thể hiện qua một số khía cạnh sau:

- Gia tăng quy mô huy động tiền gửi cá nhân tức tăng số dư vốn huy động tiền gửi của khách hàng cá nhân. Do tính chất ổn định của tiền gửi, nên về lý thuyết tiền gửi cá nhân được coi là nguồn vốn cốt lõi của ngân hàng. Do đó, xét trong dài hạn, tăng cường huy động tiền gửi cá nhân cũng đồng nghĩa với gia tăng tỷ trọng tiền gửi tiết kiệm trong quy mô huy động vốn của ngân hàng

- Tăng số lượng khách hàng: Để tăng số lượng khách hàng cá nhân gửi tiền tại ngân hàng thì đội ngũ nhân viên ngân hàng cần làm tốt công tác truyền thông, chăm sóc và tư vấn khách hàng. Làm được điều này, các tổ chức tín dụng không chỉ thu hút nguồn tiền gửi, mà còn tạo điều kiện cho khách hàng, người dân hiểu rõ về dịch vụ, hiểu rõ về quy định của pháp luật, nắm bắt rõ dịch vụ. Từ đó người dân thực hiện tốt quy định của pháp luật, sử dụng dịch vụ ngân hàng hiệu quả, đồng thời hạn chế được các rủi ro do yếu tố tin đồn, yếu tố lừa đảo, gây tác động ảnh hưởng đến tâm lý khách hàng tăng lòng tin đối với khách hàng và thu hút nhiều khách hàng hơn.

Mở rộng thị phần

Gia tăng thị phần vốn huy động tiền gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân trên thị trường mục tiêu. Thị phần huy động tiền gửi tiết kiệm phản ánh năng lực cạnh tranh cơ bản của ngân hàng trong lĩnh vực huy động vốn.

Hợp lý hóa cơ cấu vốn huy động: Hợp lý hóa bao gồm cả quá trình đa dạng hóa cơ cấu huy động tiền gửi tiết kiệm. Tuy nhiên, đa dạng hóa cơ cấu huy động tiền gửi tiết kiệm phải phù hợp với nhu cầu và bối cảnh của thị trường mục tiêu, với nhu cầu sử dụng vốn của ngân hàng và năng lực nội tại của ngân hàng

Cơ cấu : Cơ cấu huy động vốn tiền gửi dân cư xuất phát từ kế hoạch sử dụng vốn về kỳ hạn, danh mục, số lượng ngoại tệ, lãi suất cho vay... để có chiến lược huy động sao

cho phù hợp. Trên cơ sở đó ngân hàng sẽ xây dựng cơ cấu vốn tiền gửi huy động hợp lý với thời hạn gửi tiền (Ngắn hạn, trung hạn, dài hạn); về loại tiền tệ (Nội tệ, ngoại tệ); về đối tượng gửi tiền (dân cư và các tổ chức kinh tế, xã hội). Cơ cấu nguồn tiền gửi thể hiện ở tỷ trọng từng loại tiền gửi trong tổng nguồn tiền gửi.

1.3.2. Các chỉ tiêu đánh giá tăng cường huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM

1.3.2.1 Quy mô huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân

Quy mô là chỉ tiêu phản ánh số lượng nguồn vốn tiền gửi huy động từ khách hàng cá nhân của ngân hàng. Với quy mô nguồn vốn huy động tiền gửi khách hàng cá nhân ngày càng tăng sẽ hỗ trợ vốn cho ngân hàng hoạt động, phát triển và mở rộng phạm vi hoạt động của mình, quy mô cũng tạo điều kiện nâng cao tính thanh khoản, tính ổn định và tăng niềm tin của khách hàng. Nguồn vốn huy động tiền gửi từ khách hàng cá nhân có quy mô khác nhau theo từng giai đoạn. Các ngân hàng có quy mô lớn thì thường có ưu thế huy động hơn các ngân hàng quy mô nhỏ.

1.3.2.2 Cơ cấu nguồn vốn huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân

Cơ cấu nguồn vốn huy động ảnh hưởng tới cơ cấu tài sản và ảnh hưởng tới chi phí hoạt động bình quân của ngân hàng, từ đó ảnh hưởng tới chi phí đầu ra tức lãi suất cho vay của ngân hàng. Cơ cấu huy động phải phù hợp với cơ cấu sử dụng, đáp ứng yêu cầu sử dụng, để tối đa dư nợ tín dụng và đầu tư, từ đó sẽ tối đa lợi nhuận mà không phải trả lãi suất trên phần vốn huy động thừa. thông qua việc xác định cơ cấu vốn có thể xác định mặt mạnh, mặt yếu của ngân hàng trong hoạt động kinh doanh

$$\text{Tỷ trọng nguồn tiền gửi } i = \frac{\text{Nguồn tiền gửi}}{\text{Tổng nguồn tiền gửi}} \times 100$$

1.3.2.3 Tỷ lệ tăng trưởng vốn tiền gửi cá nhân

Chỉ tiêu tăng trưởng quy mô vốn là một trong những mục tiêu quan trọng của ngân hàng, thể hiện qua gia tăng về nguồn vốn huy động.

- Tăng trưởng về số dư huy động vốn từ khách hàng cá nhân: số dư huy động vốn từ hoạt động huy động vốn từ khách hàng cá nhân là tổng số dư tiền gửi các khoản huy động vốn từ khách hàng cá nhân tại NHTM vào một thời điểm nhất định. Đây là chỉ tiêu mang tính thời điểm. Sự gia tăng hoặc sụt giảm của chỉ tiêu này cho thấy sự gia tăng hoặc sụt giảm của hoạt động huy động vốn từ khách hàng cá nhân của ngân

hàng.

- Để đánh giá tình hình huy động vốn tiền gửi cá nhân, ngân hàng còn sử dụng chỉ tiêu tốc độ tăng trưởng huy động vốn. Quy mô vốn huy động phản ánh sự gia tăng nguồn vốn về số lượng tuyệt đối, vì vậy chưa phản ánh đầy đủ khả năng huy động vốn của ngân hàng qua các năm. Do đó, dùng chỉ tiêu tăng trưởng huy động vốn để phản ánh tốc độ tăng trưởng qua các thời kỳ:

$$\text{Tốc độ tăng trưởng vốn huy động} = \frac{\text{Vốn huy động kỳ báo cáo}}{\text{Vốn huy động kỳ trước}} - 1$$

Chỉ tiêu này cho biết sự mở rộng về quy mô của nguồn vốn huy động cá nhân, đồng thời cũng phản ánh sự biến động của nguồn vốn. Trong trường hợp tốc độ tăng trưởng nguồn vốn lớn hơn 0 thì số vốn ngân hàng huy động được tăng, nếu nhỏ hơn 0 thì số vốn ngân hàng huy động bị sụt giảm. Vốn huy động mà gia tăng qua các kỳ mà sắp xỉ nhau thì nguồn vốn huy động ở mức độ ổn định

1.3.2.3 Hệ thống kênh phân phối

Kênh phân phối truyền thống: Thể hiện ở số lượng chi nhánh, phòng giao dịch và đơn vị trực thuộc, sự phân bố chi nhánh theo địa bàn địa lý. Một ngân hàng có mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch rộng khắp sẽ giúp dễ dàng tiếp cận khách hàng ở nhiều địa bàn.

Kênh phân phối hiện đại: Dựa trên nền tảng công nghệ mới bằng những thiết bị hỗ trợ hiện đại như máy tính, điện thoại cùng với sự phủ sóng của đường truyền mạng ổn định. Hiện nay, nhu cầu của khách hàng được đáp ứng tại nhà, tại chỗ... bằng những thiết bị hiện đại như máy tính, điện thoại thông minh, Ipad với các chương trình mở tài khoản trực tuyến, gửi cá nhân online, thanh toán hóa đơn trực tuyến, thanh toán 24/7... đã rút ngắn được khoảng cách về không gian và cá nhân thời gian, giúp ngân hàng giảm bớt áp lực giao dịch tại quầy.

1.3.2.4 Lãi suất và chi phí huy động vốn tiền gửi cá nhân

Chi phí huy động vốn tiền gửi cá nhân chủ yếu là chi phí trả lãi. Ngoài ra còn có chi phí bảo hiểm tiền gửi, chi phí quản lý, chi phí cho hoạt động Marketing, quảng cáo để thu hút khách hàng gửi tiền, chi phí mua máy móc thiết bị..., và các chi phí khác liên quan đến hoạt động huy động vốn này.

Chi phí lãi mà ngân hàng trả cho khách hàng là chi phí lãi mà dựa trên lãi suất danh nghĩa, lãi suất ngân hàng công bố cho khách hàng. Chi phí này dựa vào nhiều yếu tố như kỳ hạn, loại tiền gửi, chiến lược kinh doanh của ngân hàng trong từng thời kỳ, tiền ích kèm theo.

Chi phí huy động vốn tiền gửi cá nhân/tổng vốn huy động được từ tiền gửi cá nhân được dùng để đánh giá xem một đồng tiền gửi cá nhân ngân hàng huy động được cần phải bỏ ra bao nhiêu chi phí. Do đó, việc kiểm soát chi phí huy động vốn như thế nào để tăng hiệu quả kinh doanh của ngân hàng là nhiệm vụ hết sức quan trọng. Mặt khác, kiểm soát chi phí huy động vốn phải đặt trong mối quan hệ tương quan giữa lãi suất huy động và khả năng sinh lời của tài sản đầu tư từ nguồn vốn huy động được.

- Lãi suất huy động tiền gửi bình quân: Đánh giá sự hợp lý trong cơ cấu huy động hấy chất lượng nguồn tiền huy động của ngân hàng. Đánh giá khả năng cạnh tranh của NHTM thông qua so sánh lãi suất huy động bình quân của NHTM với mặt bằng lãi suất chung hoặc với lãi suất huy động bình quân của NHTM khác.

- Số chênh lệch giữa lãi suất cho vay và lãi suất huy động bình quân: Chỉ tiêu này cho thấy khi lãi suất đầu ra – lãi suất đầu vào càng lớn thì lợi nhuận thu được sẽ càng lớn, hiệu quả kinh doanh của ngân hàng càng cao và ngược lại.

1.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân của NHTM

1.4.1 Thương hiệu, uy tín

Ngân hàng thương mại được biết đến với hoạt động xương sống là đi vay để cho vay. Điều đó có nghĩa là một NHTM chỉ có thể hoạt động được nếu như có những khách hàng tin tưởng gửi tiền vào các ngân hàng và tạo lập các quan hệ giao dịch. Thương hiệu của ngân hàng sẽ quyết định đến sự lựa chọn của khách hàng. Một thương hiệu ngân hàng tốt là một thương hiệu có uy tín, được sự tin cậy của các khách hàng. Để có một thương hiệu tốt, không phải chỉ ngày một ngày hai mà có được, nó chỉ được hình thành sau một thời gian trải nghiệm nhất định về tất cả những gì (chất lượng, dịch vụ, tiềm lực tài chính,...) mà NHTM đó hứa hẹn với thị trường. Chính vì vậy, các NHTM cần khẳng định vị thế và uy tín trên thị trường, cần thiết lập tầm nhìn, sứ mệnh, mục tiêu, hệ thống nhận diện thương hiệu thống nhất cho ngân hàng, xây dựng quy chế quản lý thương hiệu.

Uy tín của ngân hàng được đặt lên hàng đầu khi người ta lựa chọn nơi gửi gắm tài sản, nơi cung cấp nguồn vốn, nơi để đầu tư hay bảo lãnh cho các hợp đồng.... Với người gửi tiền thì không thể phủ nhận lãi suất và các chương trình khuyến mại thường rất thu hút, song để lựa chọn giữa một bên là ngân hàng có thương hiệu tốt và một bên lãi suất cao thì đa số vẫn lựa chọn nơi tin cậy để gửi gắm tài sản. Điều ấy lại đúng hơn bao giờ hết trong bối cảnh ngành ngân hàng có nhiều sự việc xấu như bắt giữ, khởi tố hay tranh chấp tài sản xảy ra như năm nay

1.4.2 Sản phẩm dịch vụ

Sự đa dạng về sản phẩm dịch vụ hay nói cách khác là các hình thức huy động tiền gửi cá nhân đa dạng sẽ thu hút khách hàng cá nhân đến với ngân hàng. Khách hàng cá nhân của ngân hàng có nhiều tầng lớp khác nhau và nhu cầu gửi tiền của họ rất đa dạng. Một số khách hàng cho rằng sự an toàn là rất quan trọng, một số khách hàng cho rằng sự tiện lợi là quan trọng, một số khác lại chú trọng đến phong cách phục vụ của nhân viên. Nhu cầu gửi tiền của khách hàng đa dạng, phong phú, đòi hỏi ngân hàng phải phát triển và cung cấp nhiều sản phẩm tiền gửi cá nhân. Khi hình thức huy động tiền gửi đa dạng nghĩa là số lượng vốn huy động được tăng lên và chi phí huy động có xu hướng giảm.

Đa dạng sản phẩm tiền gửi và cá nhân theo số dư, ngoài việc tạo ra thêm sự lựa chọn cho khách hàng, nó còn có tác dụng tích cực khác là ngân hàng cá nhân chi phí. Do lãi suất tăng lên theo số dư nên khách hàng có khuynh hướng gộp các tài khoản tiền gửi hoặc cá nhân lại để có số dư lớn hơn. Vì vậy số lượng tài khoản của ngân hàng có khuynh hướng giảm trong khi số dư của tài khoản tăng lên, ngân hàng cá nhân được chi phí giao dịch

1.4.3 Chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ là vô hình, xác định chất lượng dịch vụ dựa theo chủ quan, thái độ và khả năng nhận biết. Khó nhất trong dịch vụ hướng nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng là khách hàng chỉ biết chắc chắn nó sau khi đã sử dụng nó, mặt khác tiêu chuẩn đánh giá mang tính chất trừu tượng. Tuy nhiên việc nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng là yêu cầu cần thiết trong bối cảnh cạnh tranh giữa các ngân hàng hiện nay. Chất lượng dịch vụ đã trở thành nhân tố quyết định sự thành công của một ngân hàng.

Đối với mỗi ngân hàng thương mại, uy tín quyết định sự thành công hay thất bại trong hoạt động kinh doanh ngân hàng. Khi ngân hàng thực sự có uy tín, tạo được lòng tin với khách hàng thì khách hàng mới biết đến và sử dụng sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng một cách thường xuyên liên tục. Một trong những yếu tố để nâng cao uy tín với khách hàng chính là chất lượng phục vụ của ngân hàng đối với khách hàng. Chất lượng dịch vụ của ngân hàng thể hiện ở nhiều yếu tố: mức độ phong phú của các dịch vụ, thời gian phục vụ, thái độ phục vụ, trình độ nghiệp vụ, các tiện ích của sản phẩm dịch vụ, mức độ thuận tiện khi đến giao dịch...

1.4.4 Sự phát triển công nghệ thông tin

Tính vô hình của sản phẩm dịch vụ ngân hàng đã dẫn đến việc khách hàng không nhìn thấy, không thể nắm giữ được, đặc biệt là khó khăn trong đánh giá chất lượng sản phẩm dịch vụ trước khi mua, trong quá trình mua và sau khi mua. Để giảm bớt sự không chắc chắn khi sử dụng sản phẩm dịch vụ ngân hàng, khách hàng buộc phải tìm kiếm các dấu hiệu chứng tỏ chất lượng sản phẩm dịch vụ như địa điểm giao dịch, mức độ trang bị công nghệ, uy tín của ngân hàng,... Do vậy, cơ sở vật chất và công nghệ ngân hàng là một trong những nhân tố ảnh hưởng trực tiếp đối với việc mở rộng, nâng cao chất lượng dịch vụ và phương thức phân phối dịch vụ đến khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Thông qua công nghệ, sẽ đem đến cho khách hàng sự hài lòng nhờ vào những dịch vụ ngân hàng nói chung và các sản phẩm huy động tiền gửi cá nhân nói riêng có chất lượng tốt, thời gian giao dịch được rút ngắn, an toàn, bảo mật. Cho dù khách hàng đến bất cứ địa điểm giao dịch nào của ngân hàng đều cảm nhận được sự ổn định chất lượng của dịch vụ. Với NHTM, công nghệ hiện đại sẽ tạo ra đột phá trong khai thác sản phẩm, dịch vụ cả về số lượng và chất lượng, gián tiếp khẳng định được đẳng cấp tên tuổi hình ảnh của ngân hàng. Dưới góc độ quản lý, nhờ có công nghệ mà việc quản lý nội bộ trong ngân hàng sẽ chặt chẽ hiệu quả hơn, quản trị rủi ro tốt hơn.

Như vậy, trong quá trình hoạt động kinh doanh, để phát triển dịch vụ có chất lượng, ngoài khả năng quản trị điều hành, khả năng quản lý của cán bộ, ngân hàng còn phụ thuộc rất nhiều vào cơ sở vật chất và công nghệ

1.4.5 Chất lượng nguồn nhân lực

Chất lượng nguồn nhân lực là một trong những yếu tố quyết định đến năng lực cạnh tranh của một NHTM trong nền kinh tế thị trường. Chất lượng nguồn lao động được thể hiện ở hai tiêu chí chính: phẩm chất đạo đức và năng lực hoạt động đối với cả đội ngũ lãnh đạo quản lý và người lao động.

Để phát triển sản phẩm ngân hàng nói chung và huy động tiền gửi cá nhân nói riêng đòi hỏi những điều kiện nhất định: mạng lưới rộng khắp, chi phí cố định (thuê địa điểm, đầu tư hạ tầng công nghệ) lớn, đội ngũ nhân lực chuyên nghiệp và phù hợp. Trong ba điều kiện chủ yếu nêu trên, hai điều kiện đầu có thể nhanh chóng thiết lập nếu có đủ nguồn lực vật chất. Tuy nhiên, điều kiện thứ ba lại không dễ dàng tạo ra bởi chúng liên quan đến yếu tố con người – nhân tố quan trọng nhất cho quá trình cải cách và phát triển. Nhân lực tốt không những làm chủ mạng lưới, công nghệ mà còn là nhân tố quyết định việc cải tiến mạng lưới, công nghệ, quy trình... và điều quan trọng hơn là tạo ra và duy trì các mối quan hệ bền vững với khách hàng. Một NHTM chỉ có thể phát triển bền vững nếu có một nền tảng khách hàng bền vững. Máy móc, công nghệ, thiết bị không thể làm thay con người trong lĩnh vực này. Do vậy, các NHTM phải tập trung vào việc đào tạo nâng cao trình độ toàn diện cho nhân viên ngân hàng, đưa ra những chính sách về tiền lương, đãi ngộ khuyến khích nhân viên làm việc tích cực, bố trí công việc hợp lý, từng bước xây dựng phong cách văn hóa riêng của ngân hàng mình - văn hoá kinh doanh ngân hàng

1.4.6 Cạnh tranh các tổ chức tín dụng

Hoạt động của ngân hàng thương mại không chỉ đơn thuần trong cạnh tranh như thửa mới ra đời. Sự cạnh tranh không chỉ diễn ra giữa các ngân hàng thương mại, mà ngày nay nó còn bao gồm các Tổ chức tín dụng, công ty tài chính, công ty cho thuê tài chính, và các loại hình dịch vụ mà các tổ chức khác cung cấp. Như Bảo hiểm, cá nhân Bưu điện,... Các yếu tố này phần nào làm ảnh hưởng tới chính sách huy động tiền gửi cá nhân của ngân hàng. Nó đòi hỏi các ngân hàng phải có những điều chỉnh sao cho phù hợp với từng thời kỳ, vừa để giữ khách hàng truyền thống, vừa có thể tìm kiếm thêm khách hàng mới. Tóm lại, khi có nhiều tổ chức tín dụng cạnh tranh, họ có thể cung cấp các sản phẩm vay với lãi suất thấp hơn để thu hút khách hàng, các ưu đãi và khuyến mãi

hấp dẫn như miễn phí phí dịch vụ, tạo ra nhiều sự lựa chọn. Những điều này có thể làm cho việc huy động vốn trở nên hấp dẫn hơn cho khách hàng cá nhân.

1.4.7 Điều kiện kinh tế xã hội

Đây là một nhân tố có ảnh hưởng đáng kể tới hoạt động huy động vốn của ngân hàng. Ở các quốc gia có nền kinh tế phát triển khi mà văn minh tiền tệ phát triển thì lượng tiền mặt lưu thông trong nền kinh tế rất nhỏ, người dân chủ yếu dùng các dịch vụ tiện ích mà ngân hàng cung cấp. Còn ở các quốc gia có nền kinh tế đang phát triển thì lượng tiền mặt lưu thông trong nền kinh tế lại chiếm tỷ trọng khá cao, người dân nơi này ít dùng các phương tiện thanh toán, dịch vụ tiện ích mà ngân hàng cung cấp, vì vậy đã làm ảnh hưởng, và gây khó khăn trong việc thực hiện chính sách huy động vốn của ngân hàng.

1.5 Rủi ro đối với gửi tiền tại ngân hàng

Các rủi ro thường thấy khi gửi tiền tại ngân hàng bao gồm:

Tính an toàn cao cũng đồng nghĩa với lãi suất thấp hơn các hình thức đầu tư khác: Người gửi tiền thường chấp nhận lãi suất thấp hơn để đổi lấy tính an toàn của tiền gửi. Điều này là do ngân hàng sử dụng số tiền gửi để cung cấp cho các khoản vay và đầu tư khác, và lãi suất trên khoản vay thường thấp hơn lãi suất trên tiền gửi

Cán bộ ngân hàng có thể can thiệp và gian lận tiền gửi: Mặc dù hầu hết các ngân hàng có các biện pháp kiểm soát nội bộ để ngăn chặn gian lận, nhưng vẫn có nguy cơ một số cá nhân trong ngân hàng thực hiện các hành vi gian lận, từ việc lấy cắp thông tin cá nhân đến gian lận tài chính.

Mất tiền do ủy quyền gửi cho người khác: Nếu người gửi tiền ủy quyền quyền gửi tiền cho một người khác và người đó lạm dụng quyền lực hoặc không đảm bảo an toàn, có thể dẫn đến mất mát tiền gửi.

Rủi ro mất tiền do ký sẵn các chứng từ gửi tiền: Nếu người gửi tiền ký sẵn các chứng từ gửi tiền mà không kiểm tra kỹ, có thể dẫn đến việc mất tiền do các giao dịch không được phê duyệt hoặc không được kiểm soát.

Rủi ro mất tiền gửi online vì sơ suất để lộ thông tin: Việc sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến mang lại sự tiện lợi nhưng cũng tạo ra nguy cơ mất tiền do sơ suất của người dùng, như lạm dụng thông tin cá nhân hoặc không đảm bảo an toàn khi truy cập vào tài khoản trực tuyến.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN A LƯỚI

2.1 Khát quát về Agribank chi nhánh huyện A Lưới

2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển Agribank chi nhánh huyện A Lưới

Agribank Việt Nam được thành lập theo nghị định số 53/HĐBT ngày 26/3/1988 của Hội đồng bộ trưởng (Nay là chính phủ). Từ khi thành lập đến nay, trải qua 35 năm hoạt động, xây dựng và phát triển Agribank luôn khẳng định vai trò là Ngân hàng thương mại lớn nhất, giữ vai trò chủ đạo, trụ cột đối với nền kinh tế đất nước, đặc biệt với nông nghiệp, nông dân, nông thôn; đi đầu trong việc nghiêm túc chấp hành và thực thi chính sách của Đảng, Nhà nước, sự chỉ đạo của Chính phủ và NHNN Việt Nam về chính sách tiền tệ và đầu tư vốn cho nền kinh tế.

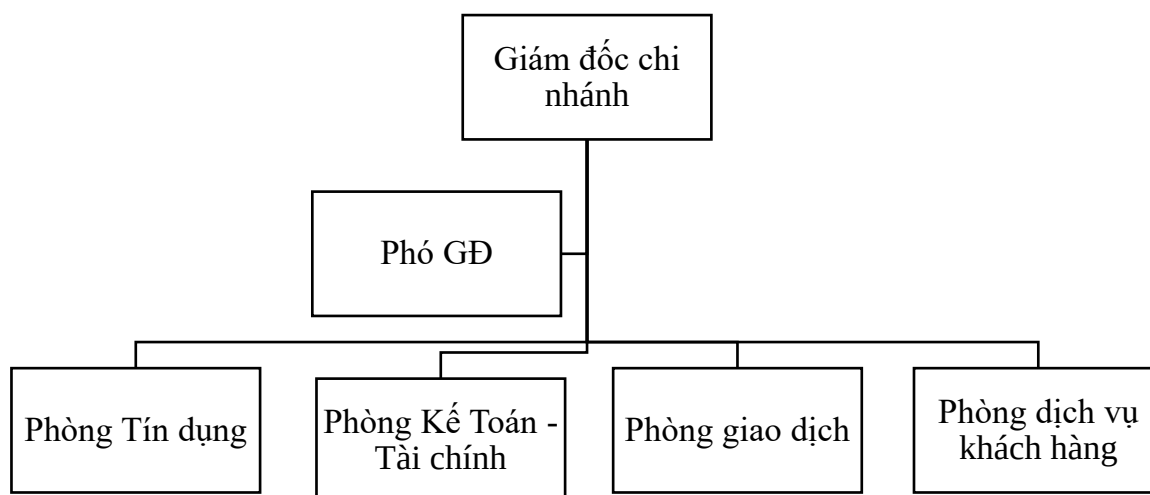
Với tư cách là một đơn vị thành viên trực thuộc Agribank, Agribank chi nhánh huyện A Lưới được thành lập ngày 08/10/2013 có trụ sở chính tại 187 Hồ Chí Minh, Thị trấn A Lưới, Tỉnh Thừa Thiên Huế, Việt Nam. Sự phát triển của Agribank chi nhánh huyện A Lưới không tách rời khỏi sự đi lên của hệ thống Agribank.

Cơ sở vật chất: Agribank Chi nhánh huyện A Lưới tỉnh Thừa Thiên Huế có cơ sở vật chất, trang thiết bị đảm bảo tốt triển khai thực hiện các dịch vụ ngân hàng hiện đại, phục vụ tốt nhất nhu cầu của khách hàng đối với các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng. Trải qua chặng đường hơn 35 năm phát triển kể từ khi có Quyết định thành lập, Agribank chi nhánh huyện A Lưới không ngừng phấn đấu vươn lên và đạt được nhiều kết quả khả quan. Cụ thể: Tổng nguồn vốn huy động và dư nợ không ngừng tăng đều theo hàng năm, các sản phẩm dịch vụ ngày càng được mở rộng như E – Mobile Banking, SMS - Banking, Bảo an tín dụng, dịch vụ thu hộ qua tài khoản, phát triển cho vay thấu chi cá nhân hộ gia đình, phát triển dịch vụ thanh toán Quốc tế,... Góp phần vào sự phát triển kinh tế của địa phương, xây dựng nông thôn mới, đồng thời đóng góp vào kết quả hoàn thành các chỉ tiêu hoạt động kinh doanh của Agribank nói chung và ngành ngân hàng nói riêng.

2.1.2 Cơ cấu tổ chức Agribank chi nhánh huyện A Lưới

Sơ đồ 2. 1 Bộ máy tổ chức ngân hàng Agribank Chi Nhánh Huyện A Lưới

Thừa Thiên Huế



(Nguồn : Agribank chi nhánh huyện A Lưới)

Giám đốc chi nhánh

Giám đốc là cơ quan lãnh đạo, quản lý cao nhất của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế. Phòng Giám đốc có chức năng, nhiệm vụ sau:

- Xây dựng kế hoạch, chương trình, kế hoạch hoạt động của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế;
- Tổ chức thực hiện các kế hoạch, chương trình, kế hoạch hoạt động của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế;
- Quản lý, điều hành hoạt động của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế;
- Đại diện cho Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế trong các giao dịch, quan hệ với các tổ chức, cá nhân.

Phó giám đốc chi nhánh

Phòng Phó Giám đốc Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới có chức năng tham mưu, giúp Giám đốc Chi nhánh thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Tham mưu cho Giám đốc Chi nhánh trong việc xây dựng và tổ chức thực hiện kế hoạch hoạt động kinh doanh, kế hoạch đầu tư, phát triển Chi nhánh, kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, kế hoạch xây dựng cơ sở vật chất, kỹ thuật của Chi nhánh;
- Theo dõi, đôn đốc, kiểm tra việc thực hiện các kế hoạch, chương trình, quy định của pháp luật, của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và của Agribank đối với Chi nhánh;
- Giúp Giám đốc Chi nhánh giải quyết các vấn đề phát sinh trong quá trình hoạt động của Chi nhánh;
- Thực hiện các nhiệm vụ khác do Giám đốc Chi nhánh giao.

Phòng Tín dụng

Phòng Tín dụng có 7 người, Phụ trách chính ở phòng gồm 01 Trưởng phòng phụ trách chung. Thực hiện các hoạt động tín dụng của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế. Phòng Tín dụng có chức năng, nhiệm vụ sau:

- Nghiên cứu, đề xuất các chính sách, quy định về tín dụng của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế;
- Tiếp nhận, thẩm định, phê duyệt các hồ sơ vay vốn của khách hàng;
- Theo dõi, kiểm tra, giám sát tình hình sử dụng vốn vay của khách hàng;
- Thu hồi nợ vay của khách hàng.

Phòng Kế toán - Tài chính

Phòng Kế toán - Tài chính là phòng ban thực hiện các hoạt động kế toán, tài chính của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế. Phòng Kế toán - Tài chính có chức năng, nhiệm vụ sau:

- Tổ chức thực hiện công tác kế toán, thống kê, báo cáo tài chính của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế;
- Quản lý, sử dụng vốn, tài sản của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế;
- Thực hiện các nghiệp vụ thanh toán, thu chi, ngân quỹ của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế.

Phòng giao dịch

Chức năng của phòng giao dịch Agribank chi nhánh huyện A Lưới là cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho khách hàng cá nhân và doanh nghiệp trên địa bàn huyện. Các dịch vụ cụ thể bao gồm:

- Huy động vốn: Agribank A Lưới huy động vốn từ khách hàng cá nhân và doanh nghiệp dưới nhiều hình thức như tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn, tiền gửi không kỳ hạn, phát hành chứng chỉ tiền gửi,...

- Cho vay: Agribank A Lưới cho vay cho khách hàng cá nhân và doanh nghiệp phục vụ cho các nhu cầu như sản xuất kinh doanh, tiêu dùng, đầu tư,...

- Thanh toán: Agribank A Lưới cung cấp các dịch vụ thanh toán như chuyển khoản, thanh toán hóa đơn, rút tiền mặt,...

- Dịch vụ khác: Agribank A Lưới còn cung cấp các dịch vụ khác như mở thẻ ATM, mở tài khoản thanh toán, dịch vụ thẻ, dịch vụ bảo hiểm,...

- Dịch vụ thẻ Agribank

Ngoài ra, Agribank A Lưới còn tham gia các chương trình an sinh xã hội, hỗ trợ phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

Cụ thể, Agribank A Lưới đã triển khai nhiều chương trình cho vay ưu đãi cho các đối tượng chính sách như hộ nghèo, hộ cận nghèo, hộ có hoàn cảnh khó khăn,... Các chương trình này đã góp phần giúp người dân trên địa bàn huyện A Lưới cải thiện đời sống, phát triển kinh tế.

Phòng Dịch vụ khách hàng

Phòng Dịch vụ khách hàng là phòng ban thực hiện các hoạt động dịch vụ khách hàng của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế. Phòng Dịch vụ khách hàng có chức năng, nhiệm vụ sau:

- Tiếp nhận, giải đáp thắc mắc, khiếu nại của khách hàng;
- Thực hiện các hoạt động chăm sóc khách hàng;
- Quảng bá, giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của Agribank Chi nhánh Huyện A Lưới Thừa Thiên Huế.

2.1.3 Kết quả hoạt động kinh doanh Agribank chi nhánh huyện A Lưới

2.1.3.1 Tình hình huy động vốn

Dựa vào bảng số liệu 2.1 cho thấy tình hình huy động vốn của ngân hàng không ngừng tăng trưởng cả về số lượng và chất lượng mặc dù điều kiện kinh doanh ngày càng khó khăn. Là Chi nhánh hoạt động trên địa bàn KCN huyện A Lưới, nguồn vốn huy động chủ yếu từ các khách hàng doanh nghiệp, tốc độ tăng trưởng tương đối nhanh và ổn định, quy mô ở mức khá so với các ngân hàng trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế.

Qua ba năm nguồn vốn huy động của ngân hàng không ngừng tăng lên cả về số tuyệt đối lẫn tốc độ tăng trưởng. Năm 2022, tổng vốn huy động là 7.455 tỷ đồng tăng 894 tỷ đồng so với năm 2021 tương ứng tăng 13,6% đạt chỉ tiêu đề ra của Chi nhánh.

Năm 2023 nguồn vốn huy động của Agribank chi nhánh huyện A Lưới tiếp tục tăng trưởng và hoàn thành xuất sắc chỉ tiêu huy động vốn đã đề ra. Cụ thể, nguồn vốn huy động năm 2023 là 9.943 tỷ đồng, tăng 2.488 tỷ đồng (tăng 33,4%) so với năm 2022.

Để đạt được mức độ tăng trưởng nguồn vốn huy động hàng năm cao như trên, từng lao động của Agribank chi nhánh huyện A Lưới luôn quán triệt phương châm “*Không có nguồn vốn huy động lớn sẽ không có một ngân hàng mạnh*” và “*Quy mô vốn huy động quyết định quy mô kinh doanh và đời sống cán bộ nhân viên*”

Chi nhánh luôn tận dụng tối đa các chương trình ưu đãi lãi suất, cơ chế chủ động lãi suất tiền gửi cho từng đối tượng: Khách hàng cá nhân, khách hàng doanh nghiệp, khách hàng FDI, khách hàng siêu vi mô để thu hút tối đa nguồn tiền gửi. Trong trường hợp cần thiết Chi nhánh sẽ trình Trụ sở chính để áp dụng lãi suất tốt nhất cho khách hàng, tăng khả năng cạnh tranh so với các tổ chức tín dụng trên địa bàn.

Chi tiết về kết quả huy động vốn từ năm 2021 đến năm 2023 được nêu trong bảng

Bảng 2. 1 Quy mô huy động vốn của Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023

Đơn vị: tỷ đồng

Tiêu chí	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023		Chênh lệch 2022/2021		Chênh lệch 2023/2022	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Tăng/ giảm	%	Tăng/ giảm	%
Theo kỳ hạn										
< 12 tháng	5.806	88,49	6.733	90,32	8.542	85,91	927	19,97	1.809	26,87
>= 12 tháng	755	11,51	722	9,68	1.401	14,09	-33	-4,37	679	94,04
Tổng huy động vốn	6.561	100,00	7.455	100,00	9.943	100,00	894	13,63	2.488	33,37

(Nguồn: Báo cáo tổng kết năm 2021-2023 của Agribank CN A Lưới)

Giai đoạn 2021 – 2023, huy động vốn của Chi nhánh tăng ổn định, mức tăng bình quân là 23%/năm. Năm 2023, tổng nguồn vốn huy động đạt 9.943 tỷ đồng, tăng 33,37% so với năm 2022.

Năm 2023, về cơ cấu huy động vốn theo kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng chiếm tỷ trọng 85,9%, tỷ trọng này vẫn tăng trưởng qua các năm. Tiền gửi có kỳ hạn từ 12 tháng trở lên chiếm tỷ trọng 14,1% vẫn thường xuyên tăng nhưng không chiếm tỷ trọng nhiều trong tổng nguồn vốn huy động. Sự tăng trưởng của các sản phẩm huy động vốn theo kỳ hạn này là do Chi nhánh đã đưa ra nhiều kỳ hạn để cho khách hàng lựa chọn. Khách hàng gửi tiền từ 500 triệu trở lên sẽ được chi nhánh cộng thêm một biên độ lãi suất. Quy trình mở sổ tiết kiệm cũng không phức tạp, nhanh gọn tạo nên tâm lý thoải mái cho khách hàng. Chi nhánh đưa ra các kỳ gửi ngắn hạn như 1 tuần, 2 tuần để khách hàng vừa được hưởng lãi suất có kỳ hạn và có thể rút tiền ra khi cần thiết. Chính vì sản phẩm gửi tiết kiệm có kỳ hạn dưới 12 tháng có rất nhiều ưu đãi và đa dạng nên doanh số chiếm tỷ trọng khá cao.

Bên cạnh đó, nguồn vốn huy động các ngoại tệ khác có tăng giảm trong các năm qua, nhưng có tỷ trọng chiếm ít hơn so với vốn VNĐ. Vốn huy động từ các loại tiền khác được huy động qua ba năm lần lượt là 1.174 tỷ đồng, 1.066 tỷ đồng, 1.769 tỷ đồng. Năm 2022 nguồn vốn huy động từ các ngoại tệ khác có phần giảm chỉ chiếm 14.3% trong tổng số vốn huy động do nguồn vốn VNĐ của năm này có tỷ trọng cao. Các giao dịch từ các ngoại tệ khác chủ yếu phát sinh từ các khoản gửi tiết kiệm ngoại tệ của khách hàng, các giao dịch mua bán ngoại hối, chuyển tiền kiều hối, thanh toán quốc tế. Chi nhánh ngày càng quan tâm hơn việc huy động vốn từ các ngoại tệ khác như USD, EUR, CAD...trong đó huy động từ USD nhiều hơn.

2.1.3.2 Tình hình cho vay

Hoạt động cho vay quyết định đến hiệu quả kinh doanh của Chi nhánh. Trong cơ cấu doanh thu của Ngân hàng thì nguồn nhập từ hoạt động cho vay chiếm tỷ trọng lớn nhất. Cùng với tốc độ tăng trưởng nguồn vốn của chi nhánh, tốc độ tăng trưởng dư nợ của Chi nhánh cũng tăng liên tục trong các năm. Được thể hiện trong bảng kết quả tổng hợp sau:

Bảng 2. 2 Cơ cấu dư nợ của Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023		Chênh lệch			
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	2021-2022		2022-2023	
							Tăng/giảm	%	Tăng/giảm	%
Tổng dư nợ	5.927		6.978		7.912		1.051	17,7	934	13,3
1.Theo thời gian vay										
Ngắn hạn	2.429	41%	2.855	41%	3.288	41,5%	426	17,5	433	15,1
Trung và dài hạn	3.498	59%	4.123	59%	4.624	58,5%	625	17,8	501	12,1
2.Theo thành phần kinh tế										
Doanh nghiệp	496	8,3%	813	11,7%	917	11,6%	317	63,9	104	12,8
Cá nhân	5.431	91,7	6.165	88,3%	6.995	88,4%	734	13,5	830	13,4

(Nguồn: Báo cáo kết quả hàng năm của Agribank CN A Lưới)

Tổng dư nợ cho vay của Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023 tăng với tỷ lệ cao trong 3 năm: năm 2022 tăng 1.051 tỷ đồng tương ứng tăng 17,7% so với năm 2021, năm 2023 tăng 934 tỷ đồng tương ứng 13,3%. Cho thấy tốc độ tăng trưởng dư nợ khá cao qua các năm.

Theo thời hạn cho vay thì tỷ lệ cho trung và dài hạn trong 3 năm đều cao hơn tỷ lệ cho ngắn hạn, tỷ trọng cho vay ngắn hạn lần lượt qua các năm 2021-2023 là 41%, 41%, 41,5%, trung và dài hạn lần lượt là: 59%, 59%, 58,5%. Tốc độ tăng trưởng của dư nợ cho vay cả ngắn hạn và trung dài hạn đều tăng qua các năm. Với tỷ lệ này có thể thấy tỷ lệ cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn phù hợp với chính sách cho vay của chi nhánh.

Theo thành phần kinh tế: Tỷ lệ cho vay khách hàng cá nhân luôn cao hơn tỷ lệ cho vay khách hàng doanh nghiệp qua 3 năm liên tiếp, dư nợ khách hàng cá nhân năm 2021 và 2022 và năm 2023 đều chiếm trên 80% tổng dư nợ cho vay, tỷ trọng có giảm từ 91,7% xuống 88,4% vào năm 2023 đồng nghĩa với việc cho vay doanh nghiệp năm 2023 tăng

so với 2022 và 2021, chiếm 11,6% trên tổng dư nợ cho vay của chi nhánh. Như vậy hiện tại quy mô cho vay cá nhân tại chi nhánh vẫn chiếm ưu thế hơn khách hàng doanh nghiệp.

Để có được kết quả tình hình tín dụng tốt như vậy nhờ sự cố gắng nỗ lực của toàn cán bộ nhân viên ngân hàng, đánh dấu sự phát triển của Agribank chi nhánh A Lưới trong điều kiện hoạt động tín dụng còn nhiều khó khăn. Trong giai đoạn 2021-2023 mặc dù chịu nhiều khó khăn do ảnh hưởng của dịch bệnh nhưng ngân hàng vẫn nỗ lực tìm kiếm khách hàng huy động vốn nhằm đạt được kết quả tốt. Ngân hàng thực hiện mở rộng thúc đẩy huy động vốn với nhiều sự ưu đãi cho khách hàng cũng như chế độ lương thưởng phù hợp làm tăng sự phấn đấu của toàn thể nhân viên trong chi nhánh trong việc thúc đẩy quan hệ khách hàng để huy động vốn và giữ vững sự tăng trưởng qua các năm.

2.1.3.3 Hoạt động dịch vụ khác

Bên cạnh những hoạt động cơ bản của ngân hàng là huy động vốn và cho vay, Agribank chi nhánh huyện A Lưới cũng rất quan tâm đến hoạt động cung cấp dịch vụ và công tác phát triển sản phẩm dịch vụ mới trên cơ sở phát huy lợi thế về mạng lưới hoạt động của hệ thống, nền tảng công nghệ ngân hàng nhằm mục đích gia tăng thu nhập ngoài lãi và thu hút khách hàng mới cũng như quảng bá thương hiệu rộng rãi.

*Bảng 2. 3 Thu nhập từ hoạt động dịch vụ của Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn
2021 -2023*

DVT: triệu đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Chênh lệch 2022/2021		Chênh lệch 2022/2021	
					Tăng/ giảm	%	Tăng/ giảm	%
1	Dịch vụ thanh toán	6.40	6.80	7.30	0.40	6.3	0.50	7.4
2	Phí tài trợ thương mại	6.54	7.24	8.14	0.70	10.7	0.90	12.4
3	Dịch vụ Western Union	0.40	0.50	0.70	0.10	25.0	0.20	40.0
4	Dịch vụ ngân quỹ	0.07	0.09	0.10	0.02	29.0	0.01	11.2
5	Phí tín dụng	0.39	0.45	0.53	0.07	16.9	0.08	17.8
6	Dịch vụ thẻ	0.57	0.77	1.07	0.20	35.3	0.30	39.2
7	Dịch vụ ngân hàng điện tử	2.21	2.46	2.76	0.25	11.3	0.30	12.2
8	Dịch vụ bảo hiểm	3.54	4.04	6.60	0.50	14.1	2.56	63.4
9	Dịch vụ khác	10.03	11.03	13.03	1.00	10.0	2.00	18.1
Tổng thu dịch vụ ròng		30.14	33.37	40.22	3.24	10.7	6.85	20.5

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh Agribank chi nhánh A Lưới năm 2021, 2022, 2023)

Giai đoạn 2021-2023 là giai đoạn hoạt động dịch vụ trong toàn hệ thống ngân hàng Agribank tăng trưởng cao cả về số tuyệt đối và tương đối. Agribank chi nhánh huyện A Lưới cũng đặc biệt quan tâm đến các mảng hoạt động dịch vụ khác như: Dịch vụ thanh toán, tài trợ thương mại, dịch vụ ngân hàng điện tử, dịch vụ bảo hiểm... nên kết quả thu được là rất khả quan, hầu hết các chỉ tiêu đều tăng trưởng qua các năm và đạt kế hoạch đề ra, cho thấy sự bao quát của Ban lãnh đạo tới tất cả các loại hình dịch vụ phát sinh từ hoạt động kinh doanh. Mức tăng trưởng về thu dịch vụ hàng năm của Chi nhánh duy trì trên 10% mỗi năm.

2.1.3.4 Kết quả hoạt động kinh doanh

Trong những năm vượt qua khó khăn thử thách, đặc biệt trong giai đoạn 2021-2023 chịu tác động mạnh và hậu quả nặng nề của đại dịch bệnh Covid-19 gây nên, bằng chính điều hành của Ban giám đốc và sự nỗ lực của nhân viên toàn chi nhánh, hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh A Lưới không ngừng tăng trưởng. Lợi nhuận trước thuế diễn biến theo chiều hướng năm sau tăng so với năm trước:

Bảng 2.4 Kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Chênh lệch 2022/2021		Chênh lệch 2023/2022	
				+/ -	%	+/ -	%
Tổng thu nhập	634	711	906	77	12.1	195	27.4
-Thu từ lãi	555	610	788	55	9,91	178	29,18
-Thu ngoài lãi	79	101	118	22	27,85	17	16,83
Tổng chi phí	483	565	708	82	17.0	143	25.3
- Chi phí trả lãi	386	455	595	69	17.88	140	23.53
-Chi phí ngoài lãi	97	110	113	13	13.40	3	2.65
Lợi nhuận chưa phân phối	151	146	198	-5	-3.3	52	35.6

(Nguồn: Báo cáo tổng kết các năm của Agribank chi nhánh A Lưới)

Về thu nhập

Qua 3 năm 2021 - 2023 tình hình thu nhập của chi nhánh có sự biến động rõ, năm 2021 tổng thu nhập đạt 634 tỷ đồng thì đến năm 2022 tổng thu nhập tăng nhẹ lên 711 tỷ đồng hay tăng 12,1% so với năm 2021, đến năm 2023 thì thu nhập tăng lên mức 906 tỷ đồng tăng 195 tỷ đồng so với năm 2022 tương ứng 27.4%.

Kết quả này là do ngân hàng luôn chủ động bám sát địa bàn, linh hoạt trong các hoạt động giao dịch, thực hiện nhiều chính sách phù hợp để tập trung công tác thu hồi các khoản nợ làm cho nguồn thu từ hoạt động tín dụng của chi nhánh tăng lên.

Các khoản thu nhập khác của chi nhánh như: thu từ hoạt động dịch vụ, thu từ

kinh doanh ngoại hối, thu khác...nhìn chung cũng khá ổn định. Điều này cho thấy rằng ngoài nguồn thu chủ yếu từ hoạt động tín dụng ngân hàng cũng đã và đang làm tốt các khoản đầu tư kinh doanh khác góp phần tăng thêm thu nhập cho chi nhánh đồng thời nâng cao vị thế, uy tín của chi nhánh Agribank chi nhánh A Lưới trên địa bàn toàn tỉnh.

Về chi phí

Ngân hàng cũng như bất kỳ tổ chức kinh doanh nào, để tạo nguồn thu cho mình thì trước hết phải bỏ ra chi phí. Do đó, qua 3 năm cùng với sự biến động của thu nhập thì chi phí cũng biến động một cách tương ứng. Năm 2021 chi phí bỏ ra là 483 tỷ đồng thì đến năm 2022 chi phí bỏ ra là 565 tỷ đồng tăng 82 tỷ đồng tương ứng 17% so với năm 2021. Năm 2023 so với năm 2022 thì chi phí bỏ ra tăng lên 143 tỷ đồng hay tăng 25.3 %. Chi nhánh đã sử dụng nhiều biện pháp để tiết kiệm chi phí cho hoạt động kinh doanh, nhằm từng bước nâng cao lợi nhuận chung cho toàn Chi nhánh.

Lợi nhuận trước thuế

Tình hình lợi nhuận của chi nhánh Agribank chi nhánh A Lưới biến động qua các năm 2021-2023. Năm 2022 lợi nhuận Chi nhánh đạt được là 146 tỷ đồng giảm 5 tỷ ~ giảm 3,3% so với năm 2021. Đến năm 2023 thì lợi nhuận đạt 198 tỷ đồng tăng 52 tỷ đồng tương ứng tăng 32.6% so với năm 2022.

Để có được kết quả như vậy là nhờ có sự nỗ lực của ban giám đốc và toàn bộ cán bộ nhân viên của Agribank chi nhánh A Lưới đã chấp hành tốt mọi chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng cũng như sự chỉ đạo của ngân hàng cấp trên, cùng với sự hỗ trợ của chính quyền địa phương ở các cấp trên địa bàn đã quan tâm, giúp đỡ Chi nhánh thực hiện tốt nhiệm vụ được giao.

2.2 Thực trạng tăng cường huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới

2.2.1 Môi trường kinh doanh của Agribank chi nhánh huyện A Lưới

2.2.1.1 Điều kiện kinh tế xã hội

Huyện A Lưới là một huyện miền núi với hơn 80 km chiều dài sát với nước bạn Lào nên huyện A Lưới được coi là địa bàn xung yếu về công tác an ninh biên của tỉnh. Do đó nhà nước tập trung đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng tạo điều kiện phát triển dân cư xã hội của huyện do đó đời sống người dân nâng cao tạo điều kiện phát triển cho nhiều ngành trong đó có ngành ngân hàng. Huyện có hệ thống đường giao thông thuận lợi, đặc

biệt đường Hồ Chí Minh chạy dọc theo huyện với chiều dài hơn 100 km từ xã Hồng Thủy đến A Roàng. Có quốc lộ 49 nối từ tỉnh SaLavan của Lào qua cửa khẩu Hồng Vân thông với quốc lộ 1A đến Huế. Đây là 2 tuyến giao thông chính rất thuận lợi cho A Lưới mở rộng thông thương hàng hoá với toàn tỉnh và cả nước. Các hoạt động buôn bán quốc tế phát triển dẫn đến sự phát triển liên quan của Agribank chi nhánh A Lưới trong hoạt động trao đổi hàng hóa.

2.2.1.2 Tình hình kinh tế và phát triển

A Lưới là một trong những huyện nghèo của tỉnh Thừa Thiên Huế, đây là một trong những khó khăn của ngân hàng khi phát triển tại huyện. Tuy nhiên, do xuất phát điểm thấp nên tốc độ tăng trưởng kinh tế của A Lưới trong 5 năm qua khá cao và ổn định, cơ cấu kinh tế tiếp tục chuyển dịch rõ nét theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Lĩnh vực nông - lâm nghiệp phát triển tích cực theo hướng bền vững, nâng dần giá trị và hiệu quả trên một đơn vị diện tích. Những điều đó đã kích thích kéo theo sự phát triển của ngân hàng và là cơ hội tốt khi thị trường ở đây chưa được các đối thủ cạnh tranh khai thác nhiều. Mặc dù có những dấu hiệu phát triển, nhưng Huyện A Lưới vẫn có thể đối mặt với nhiều thách thức về phát triển kinh tế, bao gồm sự thiếu hụt vốn đầu tư, cơ sở hạ tầng kém, và việc làm không đủ

2.2.1.3 Đối thủ cạnh tranh

Cạnh tranh là yếu tố không thể thiếu trong tất cả các nền kinh tế, các ngành, lĩnh vực của đời sống xã hội và trong ngành ngân hàng không phải là ngoại lệ. Cạnh tranh là cần thiết cho sự phát triển, cạnh tranh lành mạnh có thể góp phần nâng cao lợi ích xã hội thông qua việc giảm giá và tăng cường chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên, ngân hàng là một ngành kinh doanh đặc thù, nơi một cơ chế thị trường tự do hoàn toàn không phải là một lựa chọn tối ưu nhất do ngân hàng là ngành nhạy cảm, sự đổ vỡ của một ngân hàng có thể ảnh hưởng đến nhiều ngân hàng khác, gây ra cuộc khủng hoảng ngân hàng có khả năng lan truyền nhanh chóng trên diện rộng và có thể trở thành khủng hoảng kinh tế. Năm 2022, thị trường Việt Nam được nhận định vẫn là một trong những thị trường tiềm năng cho ngân hàng bán lẻ với dân số hơn 96 triệu người. Trong xu thế này, mỗi ngân hàng đang hướng tới chiến lược phát triển riêng. Agribank hướng đến mở rộng đối tượng khách hàng nông thôn. Nhiều ngân hàng tư nhân khác đầu tư nhiều vào công nghệ như TPBank, VPBank để giữ chân khách hàng trong hệ sinh thái do mình tạo ra. Không chỉ

cung cấp các dịch vụ của ngân hàng, mà các dịch vụ ăn theo khác như cải thiện dịch vụ chăm sóc khách hàng, sức khỏe, phối hợp các nhà bán lẻ mua sắm... cũng được triển khai.

Viettinbank tiếp cận theo chiến lược “Chuỗi giá trị” áp dụng cho các khách hàng là tập đoàn lớn giúp cung cấp dịch vụ trọn gói và tổng thể nhất cho khách hàng. Hiện Viettinbank đang dẫn đầu về cho vay mua nhà, sản phẩm bảo hiểm nhân thọ, ngân hàng này thậm chí còn ký hợp đồng hợp tác độc quyền với Manulife trong 15 năm.

Với MB bank, lộ trình trong vòng 5 năm tập trung vào triển khai các dự án theo các nhóm lĩnh vực: Hướng tới khách hàng; dữ liệu lớn; số hóa; tối ưu hóa quy trình; hạ tầng công nghệ; mô hình quản trị công nghệ thông tin (IT Operating model)...

Không chỉ các ngân hàng trong nước, các ngân hàng nước ngoài, các liên minh ngân hàng và các công ty công nghệ tài chính (Fintech) cũng đang cạnh tranh sôi nổi trong mảng bán lẻ. Nhiều chuyên gia tài chính cho rằng, ngân hàng nước ngoài đang chú trọng khách hàng cao cấp, nhưng trong thời gian tới không loại trừ khả năng họ sẽ đẩy mạnh phát triển dịch vụ cho khách hàng thu nhập trung bình. Khi đó, ngân hàng nào chậm chân trong cuộc đua cạnh tranh ở mảng bán lẻ, ngân hàng đó sẽ mất một thị phần kinh doanh lớn đầy tiềm năng. Điều đó đòi hỏi Agribank chi nhánh A Lưới cần có những chương trình và chính sách lãi suất tốt nhằm thu hút khách hàng và cũng là cơ hội để ngân hàng dồn mọi nguồn lực phát huy thế mạnh của mình và thể hiện niềm tin với khách hàng.

2.2.1.4 Chất lượng nguồn nhân lực

Tình hình về đội ngũ cán bộ công nhân viên tại chi nhánh

Nhìn chung ta thấy tình hình lao động ở Agribank Chi nhánh huyện A Lưới đang có xu hướng giảm trong giai đoạn 2021 -2023. Cụ thể: năm 2022 giảm 2 lao động so với năm 2021 tức là 4,88 %, đến năm 2023 tiếp tục giảm thêm 3 lao động tương ứng với giảm 7,69 %. Nguyên nhân là do môi trường làm việc cạnh tranh tại các NH ngày càng cao, ngành NH trong giai đoạn này đang gặp nhiều khó khăn, khoa học công nghệ phát triển đòi hỏi nguồn lao động phải có chuyên môn cao vv... nên NH đang thực hiện chính sách cắt giảm biên chế theo chủ trương chung của ngành dẫn đến nguồn lao động có xu hướng giảm.

Về giới tính: Số lượng nhân viên nam và nữ tương đối bằng nhau. Trong 3 năm

thì số lượng nhân viên nam vẫn không có sự thay đổi, đều có 20 nhân viên. Cũng tương tự là số nhân viên nữ cũng ít biến động qua các năm: năm 2021 đạt 19 người, năm 2022 có 16 người và năm 2023 đạt 17 người. Có thể hiểu là do yêu cầu đặc thù của ngành nghề kinh doanh, chi nhánh cần nhiều nhân viên nữ để có thể đảm nhận những vị trí đòi hỏi sự nhẹ nhàng, chu đáo như giao dịch viên, chăm sóc khách hàng.

Về trình độ: Tỷ lệ lao động có bằng đại học tại chi nhánh luôn chiếm trên 80% tổng số lao động. Tỷ lệ này là khá cao so với một chi nhánh nhỏ, chứng tỏ chất lượng đội ngũ nhân viên ngày càng tốt, có kinh nghiệm, trình độ được nâng cao, chuyên nghiệp hơn và khả năng áp dụng khoa học kỹ thuật cũng tốt hơn làm cho hoạt động kinh doanh của chi nhánh đạt hiệu quả cao hơn.

Về tính chất công việc: Phía trực tiếp kinh doanh luôn chiếm tỷ lệ cao mỗi năm (chiếm trên 85%). Cụ thể là năm 2021 đạt 34 người, năm 2022 đạt 33 người và năm 2023 đạt 31 người. Do tính chất công việc nên phía trực tiếp kinh doanh lớn hơn gián tiếp là một điều tất yếu, làm cho hoạt động kinh doanh của chi nhánh luôn đạt hiệu quả cao.

Tóm lại: Nhìn chung, trong những năm qua, đội ngũ CBCNV của Chi nhánh huyện A Lưới đã có sự trưởng thành và lớn mạnh về chất lượng và số lượng. Về công tác cán bộ, chi nhánh đã tiến hành thực hiện chính sách khoán đối với cán bộ tín dụng, các nhân viên kế toán đều phù hợp với quy định của ngành, thực hiện đúng với chủ trương của Đảng và Nhà nước. Ban lãnh đạo cũng như toàn thể CBCNV của chi nhánh trong những năm qua đã được Đảng bộ tỉnh công nhận là một tập thể đoàn kết, cán bộ lãnh đạo gương mẫu, nghiêm túc, có trình độ và kiến thức lãnh đạo.

2.2.2 Các sản phẩm huy động vốn tiền gửi khcn tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới

 Tiền gửi không kỳ hạn (hoặc tiền gửi thanh toán) : là khoản tiền gửi mà người gửi có thể rút ra để sử dụng bất kỳ lúc nào khi họ cần và ngân hàng phải thỏa mãn yêu cầu đó của khách hàng.

- Tiền gửi không kỳ hạn là khoản tiền mà khách hàng gửi vào ngân hàng không phải mục đích kiếm lời mà mục đích chính của nó là thực hiện các dịch vụ do ngân hàng cung cấp: thanh toán bằng hình thức chuyển khoản, thu hộ, chi hộ...

- Tiền gửi có kỳ hạn: là loại tiền gửi có sự thỏa thuận thời gian rút tiền và lãi suất giữa ngân hàng và khách hàng, và khách hàng chỉ được rút tiền ra đến hạn đã thỏa thuận, lúc này chủ tài khoản mới nhận được tiền lãi với đúng lãi suất có kỳ hạn.

Tiền gửi có kỳ hạn được quy định theo từng thời hạn, thông thường với thời hạn càng dài thì khách hàng càng được hưởng lãi suất cao. Đây là lượng tiền làm gia tăng thêm nguồn vốn của khách hàng, giúp ngân hàng tự chủ trong kinh doanh. Nguồn vốn huy động không kỳ hạn và dưới 1 năm để ngân hàng cho vay ngắn hạn, nguồn vốn huy động theo kỳ hạn trên 12 tháng để ngân hàng đầu tư trung và dài hạn cho nền kinh tế.

🌈 Tiền gửi tiết kiệm: là khoản tiền nhàn rỗi của cá nhân gửi vào ngân hàng nhằm hưởng lãi suất theo định kỳ bao gồm: Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn và tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn.

- Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn : là hình thức mà người gửi có thể rút ra một phần hoặc toàn bộ vào bất cứ lúc nào.

- Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn: là hình thức mà cá nhân gửi tiền tiết kiệm của mình trên cơ sở thỏa thuận thời hạn rút tiền gửi ngân hàng

2.2.3 Thực trạng hoạt động huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh A Lưới

2.2.3.1 Các hoạt động tại Agribank chi nhánh A Lưới đã thực hiện để tăng cường hoạt động huy động vốn cá nhân

2.2.3.1.1 Đa dạng hóa hệ thống kênh huy động

Hệ thống kênh huy động vốn thuộc sở hữu của Agribank chi nhánh A Lưới bao gồm

Kênh 1: KPP truyền thống (NH truyền thống) gồm các chi nhánh, phòng giao dịch là các kênh phân phối chính hiện nay.

Một trong những yếu tố cạnh tranh của ngân hàng là hệ thống giao dịch thuận tiện cho khách hàng, do tầm quan trọng của nó nên Agribank chi nhánh A Lưới luôn không ngừng phát triển chi nhánh, phòng giao dịch để mở rộng mạng lưới

Kênh 2: Kênh phân phối điện tử

Nhằm đảm bảo thời gian phục vụ khách hàng 24/7. Agribank chi nhánh A Lưới triển khai kênh phân phối tiền gửi tiết kiệm điện tử bên cạnh kênh PP truyền thống.

Agribank chi nhánh A Lưới triển khai hệ thống kênh Autobank với 10 máy ATM và 4 máy POS trên toàn tỉnh Thừa Thiên Huế với hệ thống kênh PP tự động còn hạn chế, nhưng trong thời gian tới Agribank chi nhánh A Lưới có chủ trương gia tăng hệ thống kênh PP tự động nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng giao dịch và thực hiện các hình thức gửi tiết kiệm qua kênh này.

Agribank chi nhánh A Lưới đã kết nối thành công với tổ chức thanh toán quốc tế Visa và thực hiện kết nối hệ thống máy ATM của Agribank chi nhánh A Lưới với hệ thống chuyển mạch Smartlink, Banknet, nhằm đem lại sự thuận lợi cho khách hàng giao dịch do hệ thống máy ATM của Agribank chi nhánh A Lưới còn hạn chế việc tham gia hệ thống Smartlink, Banknet đã giúp khách hàng có thể giao dịch với tất cả các máy ATM của các ngân hàng thành viên một cách nhanh chóng, tiện lợi, mọi lúc mọi nơi, an toàn và bảo mật thông tin.

Ngân hàng điện tử

Agribank chi nhánh A Lưới luôn ứng dụng công nghệ hiện đại vào hoạt động của ngân hàng nhằm đưa dịch vụ ngân hàng đến gần khách hàng và định vị rõ nét hình ảnh Agribank chi nhánh A Lưới trên thị trường như dịch vụ Internet banking, Mobile banking và E-Gold....

Đây là kênh phân phối phục vụ khách hàng mọi lúc, mọi nơi thông qua hệ thống internet, điện thoại. Kênh phân phối điện tử mở rộng tối đa thời gian và không gian phục vụ khách hàng bên cạnh hai kênh PP truyền thống và tự động.

Ngoài ra Agribank chi nhánh A Lưới cung cấp các dịch vụ trực tuyến như:

Các tiện ích về thẻ như sao kê thẻ, thanh toán thẻ tín dụng online....

Tiền gửi trực tuyến (e-Savings): khách hàng linh động quản lý nguồn tiền của mình, hưởng lãi suất cao nhất cho nguồn tiền nhàn rỗi, thiệt hại ít nhất khi cần rút tiền đột xuất....

Ngoài ra kênh PP điện tử còn đáp ứng các nhu cầu thanh toán tiện lợi: thanh toán điện, nước sinh hoạt. dịch vụ đặt vé máy bay qua internet banking hay nạp tiền điện thoại di động: Vinaphone, Mobiphone, Viettel...TPB ngày càng chứng tỏ sự đi đầu trong việc áp dụng công nghệ để cuộc sống tài chính của khách hàng đơn giản và hiệu quả hơn.

Hiện nay việc sớm đưa kênh phân phối điện tử vào hoạt động đã tạo cho Agribank chi nhánh A Lưới ưu thế trong việc thu hút thị phần nhóm khách hàng có nhu cầu sử dụng giao dịch điện tử. Số lượng giao dịch điện tử của ngân hàng ngày càng tăng và đóng góp tỷ trọng lớn vào tổng lượng huy động vốn tiền gửi cá nhân của Agribank chi nhánh A Lưới.

2.2.3.1.2 Chính sách lãi suất

Chính sách lãi suất là công cụ vô cùng quan trọng trong việc huy động vốn của Agribank nói chung và Agribank chi nhánh A Lưới nói riêng. Việc đa dạng hóa sản phẩm tiền gửi cũng như lãi suất là một phương pháp huy động vốn hiệu quả của Agribank chi nhánh A Lưới mà không tốn quá nhiều chi phí. Với việc phân chia các kỳ hạn gửi tiền từ ngắn hạn (1 tháng, 3 tháng, 6 tháng, 9 tháng, 12 tháng) đến dài hạn (13 tháng, 18 tháng, 24 tháng, 36 tháng, 60 tháng), khách hàng sẽ có nhiều lựa chọn trong việc gửi tiền để phù hợp với nhu cầu sử dụng của mình. Thực tế cho thấy rằng, địa bàn hoạt động của chi nhánh A Lưới là khu vực đông cá nhân với nhiều thành phần, địa bàn là nơi có nhiều làng nghề, khu công nghiệp phát triển mạnh, do đó thu nhập của cá nhân ở mức cao, nhu cầu gửi tiền cũng đa dạng từ những người có nguồn tiền nhàn rỗi ngắn hạn cho đến những người có nhu cầu gửi tiền tích lũy. Vì vậy, Ngân hàng cũng có những tính toán và nghiên cứu về đặc điểm gửi và rút tiền của khách hàng để có phương án sử dụng vốn có hiệu quả nhất.

2.2.3.1.3 Công tác chăm sóc khách hàng

Trong thời gian từ năm 2021 đến năm 2023 Agribank A Lưới đã nỗ lực hết mình trong công tác giữ ổn định khách hàng tiền gửi hiện có và phát triển khách hàng mới cụ thể:

Tổ chức thực hiện quảng cáo sâu rộng các sản phẩm huy động vốn mới, sản phẩm huy động vốn dự thưởng do Trụ sở chính tổ chức. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, tiếp thị khách hàng tiền gửi, đặc biệt là khách hàng có nguồn vốn lớn, khách hàng tiềm năng... có chính sách thích hợp thu hút, vận động khách hàng giao dịch tiền gửi qua Agribank như ưu tiên giao dịch trước hay đáp ứng nhu cầu về cơ cấu loại tiền khi khách hàng có nhu cầu rút tiền hay chi tiền tại nhà theo yêu cầu, miễn phí chuyển tiền đối với khách hàng có số dư tiền gửi lớn, duy trì thường xuyên.

Thường xuyên giáo dục cán bộ viên chức đổi mới tác phong làm việc, đặc biệt là cán bộ trực tiếp giao dịch với khách hàng kể cả cán bộ bảo vệ, trông giữ xe,...phải có thái độ niềm nở, lịch sự, đón tiếp, hướng dẫn khách hàng khi đến giao dịch phục vụ tận tình, chu đáo. Lựa chọn cán bộ có năng lực, kỹ năng giao tiếp tốt, có mối quan hệ rộng với các tổ chức và cá nhân trong công tác huy động vốn, bố trí xe ô tô để đi huy động và nhận tiền gửi tại nhà khách hàng theo yêu cầu. Giao chỉ tiêu huy động cụ thể mỗi tháng đến từng cán bộ nhân viên ngân hàng, đánh giá kết quả và xét khen thưởng kịp thời cá nhân có thành tích tốt theo định kỳ mỗi tháng một lần. Quy định cụ thể tỉ lệ khen thưởng phù hợp nhằm khuyến khích cán bộ viên chức phấn đấu hoàn thành vượt mức chỉ tiêu huy động vốn.

Tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới thường xuyên tổ chức các chương trình tri ân khuyến mãi đối với khách hàng gửi tiền tại chi nhánh như:

Chương trình “Trao gửi tri ân – Hành trình gắn kết” *Nhân dịp kỷ niệm 35 năm thành lập Agribank (26/3/1988 – 26/3/2023)*, tri ân chân thành tới những khách hàng tin tưởng, sử dụng dịch vụ, gắn kết đồng hành cùng Agribank, đây cũng là dịp mang lại niềm vui, sự may mắn với nhiều cơ hội trúng thưởng có giá trị lớn dành cho khách hàng của mình dành cho khách hàng cá nhân sử dụng tài khoản tiền gửi thanh toán tại Agribank để thực hiện giao dịch chuyển tiền, thanh toán trên các kênh giao dịch: tại quầy, Internet Banking, Mobile Banking (SMS Banking, Agribank E – Mobile Banking, Bank Plus), ATM/Đơn vị chấp nhận thẻ.

Đối với dịp tuần lễ sinh nhật chi nhánh có chương trình quay số may mắn Tuần lễ sinh nhật Agribank : khách hàng tham gia giao dịch, thanh toán trong thời gian này sẽ có 34 cơ hội trúng giải Sinh nhật với giá trị 3.000.000VNĐ/giải. Số tiền sẽ được chuyển khoản vào tài khoản khách hàng.

Khi gửi tiền và đăng ký tham gia chương trình, khách hàng sẽ được nhận 01 Phiếu dự thưởng do Agribank A Lưới phát hành bao gồm các Mã dự thưởng tương ứng với số tiền gửi và kỳ hạn gửi của khách hàng; Phiếu dự thưởng dành cho khách hàng do Agribank in ra trên cơ sở các mã dự thưởng được xác định ngẫu nhiên và tự động từ hệ thống.

- Khách hàng tham gia chương trình không được rút trước hạn. Khách hàng có thể vay cầm cố theo quy định hiện hành của Agribank.

- Khách hàng gửi tiền tham gia chương trình tại tất cả chi nhánh Agribank trên toàn quốc

Với nhiều chương trình khuyến mại lớn mà Agribank chi nhánh huyện A Lưới tổ chức cho khách hàng có ưu điểm là chương trình tổ chức khá lớn giải thưởng cao, đối tượng được tham dự đa dạng bao gồm cả khách hàng gửi tiền và khách hàng đến giao dịch tại ngân hàng. Hàng năm ngân hàng có tổ chức triển khai các chương trình nhằm thu hút quảng bá hình ảnh của ngân hàng để đông đảo khách hàng biết đến thời gian chương trình kéo dài , các hoạt động quảng cáo tuyên truyền cho chương trình được chi nhánh thực hiện và tổ chức thường xuyên.

Tuy nhiên hạn chế trong việc tổ chức các chương trình khuyến mại tại chi nhánh là: Số lượng chương trình không nhiều nên thu hút được số lượng ít khách hàng tham gia hầu hết chỉ tập trung khách hàng đến giao dịch mà chưa thu hút được các đối tượng khách hàng có nhu cầu gửi tiền khác. Chương trình khuyến mại tuy lớn và kéo dài nhưng hiệu quả đem lại chưa cao, số lượng khách hàng thu hút được chưa thực sự hiệu quả so với chi phí bỏ ra. Nhân viên ngân hàng còn hời hợt tư vấn chương trình cho khách hàng để bỏ lỡ một số lượng lớn người quan tâm. Công tác tuyên truyền cho chương trình có được thực hiện nhưng chưa được quảng bá rộng rãi để nhiều người biết đến.

2.2.3.2 Kết quả tăng cường huy động vốn tại Agribank chi nhánh A Lưới

2.2.3.2.1 Quy mô nguồn vốn huy động tiền gửi khách hàng cá nhân tại Chi nhánh

*Bảng 2.5 Quy mô huy động vốn tiền gửi từ KHCN trên tổng vốn tiền gửi huy động tại
Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023*

Đơn vị: tỷ đồng

Tiêu chí	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023		Chênh lệch 2022/2021		Chênh lệch 2023/2022	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Tăng/giảm	Tăng/trưởng (%)	Tăng/giảm	Tăng/trưởng (%)
Huy động vốn tiền gửi khcn	1.541	23.49	1.505	20.19	1.672	16.82	-36	-2,34	167	11,1
Tổng HDV	6.561	100	7.455	100	9.943	100	894	13,63	2.488	33.37

(Nguồn: Báo cáo tổng kết năm 2021-2023 của Agribank CN A Lưới)

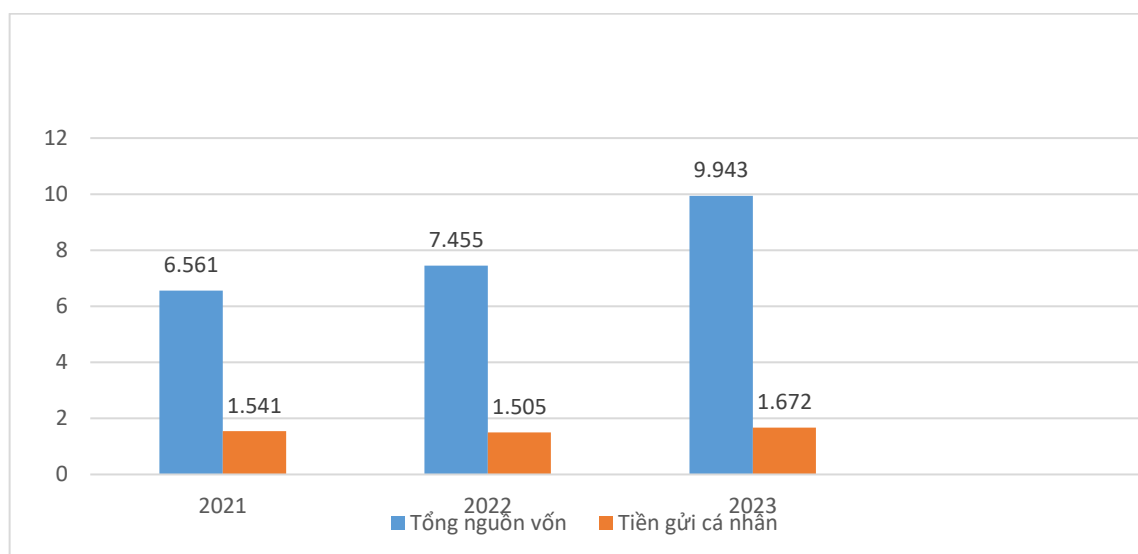
Giai đoạn 2021 – 2023, huy động vốn của Chi nhánh có tăng trưởng nhưng không ổn định, mức tăng bình quân là 23%/năm.

Về quy mô, nguồn vốn huy động tiền gửi từ khách hàng cá có xu hướng giảm. Năm 2021 chiếm 23,49% tương ứng với 1.541 tỷ đồng trong tổng nguồn huy động vốn. Sang năm 2022 con số này giảm xuống còn 1.505 tỷ đồng giảm 36 tỷ đồng. Năm 2023 đạt 1.672 tỷ đồng, tăng 167 tỷ đồng, tỷ lệ tăng 11,1% và chiếm 16,82% trong tổng nguồn huy động vốn. Đến năm 2023 nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân chiếm tỷ trọng ít hơn trong tổng nguồn vốn huy động chỉ chiếm 16.82%.

Nhận xét: so với tổng nguồn vốn huy động tại Agribank chi nhánh A Lưới thì huy động vốn từ khách hàng cá nhân chiếm từ 23,49% ở năm 2021 xuống còn 16,82% năm 2023. Một cơ cấu vốn bị thuyên giảm nếu xét trên góc độ nguồn vốn tự lực. Với tính chất như vậy của nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân, nếu một hoặc một số khách hàng, nhóm khách hàng dân cư rút vốn sẽ có ảnh hưởng đến khả năng cân đối nguồn vốn đối với ngân hàng.

2.2.3.2.2 Về tốc độ tăng trưởng tiền gửi cá nhân của Agribank chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023

Biểu đồ 2.1 Tốc độ tăng trưởng tiền gửi cá nhân của Agibank chi nhánh A Lưới 2021-2023



ĐVT: Tỷ đồng

Năm 2021 tổng nguồn vốn của chi nhánh là 6.561 tỷ đồng, trong đó tiền gửi cá nhân là 1.541 ; đến năm 2022 tổng nguồn vốn là 7.455 tỷ đồng, năm 2023 là 9.943 tỷ đồng trong đó tiền gửi cá nhân năm 2021 là 1.541 tỷ đồng năm 2022 là 1.505 tỷ đồng giảm 36 tỷ đồng tốc độ giảm 2.34%, năm 2023 tăng 167 tỷ đồng tốc độ tăng 11.1%; như vậy tiền gửi cá nhân đến năm 2023 tăng cả về số tuyệt đối và tương đối tuy nhiên tốc độ tăng trưởng có sự khác biệt rõ ràng, năm 2022 tốc độ tăng trưởng giảm nhưng đến năm 2023 tốc độ tăng nhanh với tốc độ 11.1%. Xét tương quan với tổng nguồn vốn, tốc độ tăng trưởng nguồn tiền gửi cá nhân có sự đồng nhất với tốc độ tăng trưởng của tổng nguồn vốn. Với định hướng tăng trưởng nguồn vốn tiền gửi cá nhân được đặt trong chiến lược phát triển ngân hàng hiện đại, tốc độ tăng trưởng nguồn tiền gửi cá nhân là đáng ghi nhận. Tuy nhiên tốc độ tăng trưởng này chưa thật sự cao nếu xét trong sự tương quan với tốc độ tăng trưởng dư nợ.

2.2.3.2.3 Cơ cấu nguồn vốn huy động tiền gửi từ khách hàng cá nhân

Để thành công trong việc chinh phục những khách hàng khó tính, Agribank chi nhánh A Lưới không chỉ thường xuyên tiếp cận, tìm kiếm và thuyết phục khách hàng, mà quan trọng hơn, Chi nhánh đã chủ động và linh hoạt để thực sự đem lại những giá trị vượt trội cùng chính sách ưu đãi lãi suất, tỷ giá, phí dịch vụ, sản phẩm bán chéo... cho khách hàng.

a. Cơ cấu huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân theo kỳ hạn

*Bảng 2. 6 Cơ cấu huy động vốn tiền gửi khcn theo kỳ hạn huy động vốn giai đoạn
2021-2023*

Đơn vị: Tỷ đồng

Năm	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023		Chênh lệch 2022/2021		Chênh lệch 2023/2022	
Chỉ tiêu	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Tăng/ Giảm	Tỷ lệ	Tăng/ Giảm	Tỷ lệ
1. Tiền gửi không kỳ hạn	244	15,77%	372	24,73%	436	26,11%	128	52,46	64	17,2
2. Tiền gửi có kỳ hạn < 12 tháng	1.171	76,02%	738	48,98%	875	52,33%	-433	-36,98	137	18,56
3. Tiền gửi có kỳ hạn ≥12 tháng	126	8,21%	395	26,25%	461	27,53%	269	68.1	-66	-16.7
Tổng cộng	1.541	100	1.505	100	1.672	100	-36	-2,34	167	11,1

(Nguồn: Báo cáo tổng kết hàng năm của Agribank chi nhánh A Lưới)

Trong các khoản mục huy động vốn tiền gửi từ khách hàng cá nhân, tiền gửi kỳ hạn < 12 tháng đóng vai trò quan trọng và mang tính quyết định nhất. Huy động tiết kiệm là hình thức phổ biến nhằm thu hút tiền nhàn rỗi từ dân cư, huy động tiền gửi tiết kiệm đã hình thành khi còn là NHNN (chưa có NHTM), ngày nay hình thức này vẫn được sử dụng phổ biến nhất là ở những thành phố lớn tập trung đông dân cư có thu nhập thường xuyên.

- *Tiền gửi không kỳ hạn:* Tăng trưởng trung bình 22,46% trong giai đoạn 2021-2022, tăng trưởng 17,22% trong năm 2023 so với năm 2022.
- *Tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng:* Tăng trưởng trung bình 1,37% trong giai đoạn 2021-2023, tăng trưởng 18,54% trong năm 2023 so với năm 2022.

- Tiền gửi có kỳ hạn ≥ 12 tháng: Tăng trưởng trung bình 19,24% trong giai đoạn 2021-2023, tăng trưởng 16,73% trong năm 2023 so với năm 2022.

Trong tổng nguồn vốn huy động cá nhân, tiền gửi có kỳ hạn < 12 tháng chiếm tỷ trọng lớn nhất. Nhận thức được tầm quan trọng trong vấn đề thu hút vốn từ khách hàng cá nhân, ngoài các hình thức huy động tiết kiệm thông thường với các loại sản phẩm lĩnh lãi định kỳ, lĩnh lãi bậc thang Agribank chi nhánh A Lưới còn tuyên truyền, khuyến khích khách hàng mở tài khoản cá nhân tại ngân hàng và thực hiện thanh toán qua ngân hàng. Theo đó, Agribank chi nhánh A Lưới quy định tất cả các cán bộ nhân viên thuộc Agribank chi nhánh A Lưới phải mở tài khoản tiền gửi cá nhân tại ngân hàng và toàn bộ tiền lương hàng tháng đều chuyển qua tài khoản đó

Tuy nhiên, do thói quen của dân chúng chưa quen với việc không dùng tiền mặt trong giao dịch thanh toán hàng ngày, do các công cụ thanh toán đưa ra chưa đáp ứng được nhu cầu cấp thiết của dân chúng, thu nhập của dân chúng chưa có điều kiện để tích lũy, nên việc mở rộng tài khoản tiền gửi từ khách hàng cá nhân mới đạt kết quả hạn chế

b. Cơ cấu nguồn tiền gửi dân cư theo nguồn tiền

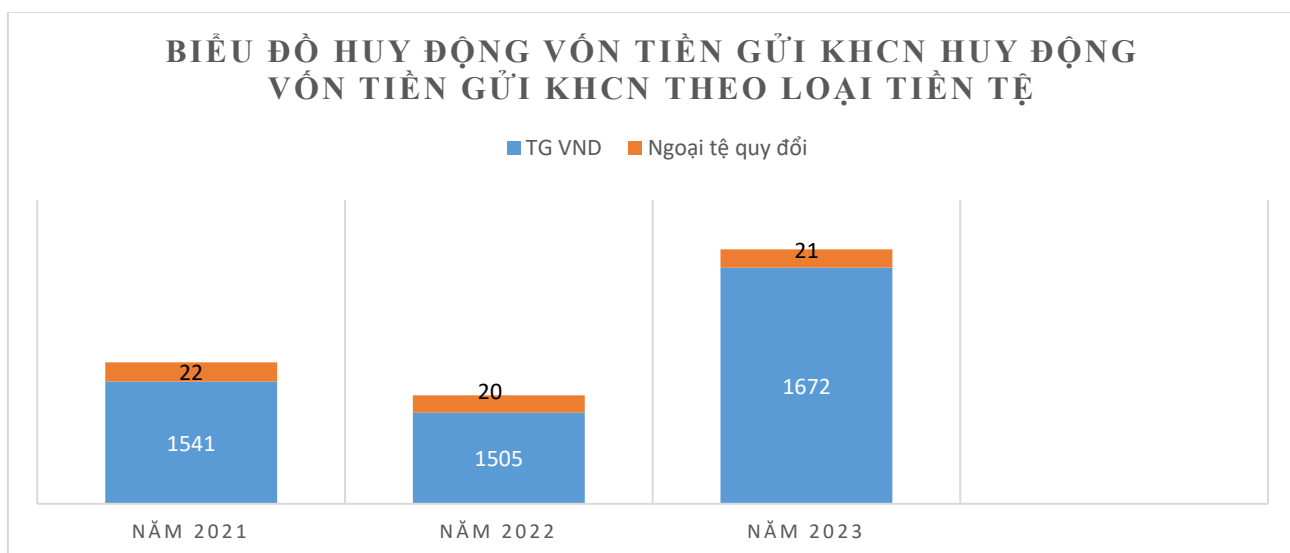
Bảng 2.7. Cơ cấu huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân theo nguồn tiền giai đoạn 2021-2023

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023		2022/2021		2023/2022	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Chênh lệch	Tỷ lệ (%)	Chênh lệch	Tỷ lệ (%)
Tiền gửi VND	1519	98.57	1485	98.67	1651	98.74	-34	(2.24)	166	11.18
Ngoại tệ quy đổi	22	1.43	20	1.33	21	1.26	-2	(9.09)	1	5.00
Tổng tiền gửi dân cư	1541	100	1505	100	1672	100	-36	(2.34)	167	11.1

(Nguồn: Báo cáo tổng kết hàng năm của Agribank chi nhánh A Lưới)

Biểu đồ 2.2: Biểu đồ cơ cấu huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân theo loại tiền tệ



(Nguồn: Báo cáo tổng kết hàng năm của Agribank chi nhánh A Lưới)

Qua bảng biểu và biểu đồ thể hiện : tiền gửi VND luôn chiếm tỷ trọng rất lớn trong tổng nguồn tiền gửi dân cư, năm 2021 đạt 1.541 tỷ đồng chiếm 98,6% tổng nguồn tiền gửi cá nhân, năm 2022 đạt 1.505 tỷ đồng, 2023 đạt 1.672 tỷ đồng chiếm tỷ lệ 98.74% tổng nguồn tiền gửi cá nhân. Ngược lại tiền gửi từ ngoại tệ chiếm tỷ lệ rất nhỏ 1.43%-1.26% trong tổng nguồn vốn tiền gửi cá nhân. Cho thấy cơ cấu nguồn tiền gửi mất cân xứng giữa nội tệ và ngoại tệ. Điều này xuất phát từ nguyên nhân thứ nhất là lãi suất huy động tiền gửi ngoại tệ Chi nhánh duy trì 0% theo quy định chung về chính sách huy động tiền gửi của Agribank và của NHNN trong nhiều năm, nguyên nhân thứ hai là do trong giai đoạn này, tỷ giá ngoại tệ tương đối ổn định và cuối cùng là nguyên nhân do thói quen tích lũy của dân cư ưa chuộng tích lũy tiền VND hơn là ngoại tệ.

c. Cơ cấu nguồn tiền gửi khách hàng cá nhân theo kênh

Bảng 2.8 Cơ cấu nguồn tiền gửi khách hàng cá nhân theo kênh của Agribank chi nhánh A Lưới năm 2021- 2023

Tiêu chí	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023		Tốc độ tăng/giảm			
							2022/2021		2023/2022	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Chênh lệch	Tỷ lệ (%)	Chênh lệch	Tỷ lệ (%)
Tiền gửi online	450	29.20	543	36.08	689	41.21	93	20.67	146	26.89
Tiền gửi truyền thống	1.091	70.80	962	63.92	983	58.79	-129	-11.82	21	2.18
TỔNG	1.541	100	1.505	100	1.672	100	-36	-2.34	167	11.10

(Nguồn: Báo cáo tổng kết hàng năm của Agribank chi nhánh A Lưới)

Nhìn vào bảng số liệu trên có thể thấy nguồn vốn huy động theo các loại hình tiền gửi luôn có sự tăng trưởng qua các năm. Năm 2021 tỷ lệ nguồn vốn huy động qua tiền gửi online chiếm 29.2% còn lại tỷ lệ tiền gửi tiết kiệm truyền thống chiếm 70.8% nhưng đến năm 2022 tỷ lệ tiền gửi online tăng lên chiếm 36.08% còn lại là 63.92% tiền gửi truyền thống. Sang đến năm 2023 tỷ lệ tiền gửi online và tiền gửi truyền thống đã cân đối hơn chiếm tỷ lệ lần lượt là 41.21% và 58.79%. Điều đó cho thấy chi nhánh đã cải thiện tình hình huy động qua kênh tiền gửi online, số lượng tài khoản thanh toán nhiều hơn và thu hút được nhiều khách hàng hơn.

2.2.3.2.4 Chính sách lãi suất và chi phí huy động tiền gửi

Lãi suất ngân hàng là tỷ lệ phần trăm giữa tiền vốn gửi vào hoặc cho vay với mức lãi trong một thời kỳ nhất định do ngân hàng quy định hoặc thỏa thuận phù hợp với hệ thống ngân hàng. Lãi suất là cơ sở để các cá nhân đưa ra các quyết định của mình: chi tiêu hoặc gửi tiết kiệm, mua sắm trang thiết bị phục vụ sản xuất hoặc gửi tiền vào ngân hàng, để dành cho những khoản đầu tư khác.

Trong nhiều năm trở lại đây, lãi suất của Agribank được đánh giá là không cạnh tranh bằng lãi suất của các NHTM khác trên địa bàn. Điều này có thể được lý giải là vì lãi suất của Agribank chi nhánh A Lưới thực hiện theo chính sách lãi suất chung của Agribank trong toàn hệ thống. Tuy nhiên, chính sách lãi suất của Agribank cũng linh hoạt hơn để phù hợp với tình hình chung của ngành. Trong đó, phải kể đến chính sách cho phép các chi nhánh của Agribank được chủ động cộng thêm lãi suất cho những khách hàng thường xuyên có lượng tiền gửi lớn. Cùng với đó là hàng loạt những chương trình dự thưởng hấp dẫn, tặng quà trực tiếp cho khách hàng gửi tiết kiệm hoặc chương trình gửi tiết kiệm trực tuyến qua kênh ngân hàng điện tử. Để mở rộng thị phần và huy động ngày càng nhiều nguồn vốn tiền gửi từ cá nhân, các ngân hàng cạnh tranh về mọi mặt: Công nghệ, chất lượng sản phẩm dịch vụ, hạ tầng cơ sở vật chất... Trong đó lãi suất huy động chính là công cụ quan trọng được các ngân hàng sử dụng nhằm thu hút khách hàng. Và tiền lãi chính là chi phí ngân hàng phải trả cho khách hàng. Chi phí huy động vốn của Agribank Chi nhánh A Lưới trong giai đoạn 2021 - 2023 được trình bày chi tiết tại bảng 2.9

Bảng 2.9. Chi phí huy động vốn tiền gửi KHCN của Agribank Chi nhánh A Lưới giai đoạn 2021-2023

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023		Chênh lệch 2022/2021		Chênh lệch 2023/2022	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Tăng Giảm	Tỷ lệ (%)	Tăng Giảm	Tỷ lệ (%)
Tổng HDV tiền gửi KHCN	1.541		1.505		1.672		-36	-2.34	167	11.10
Chi phí trả lãi cá nhân	156	10.12	125	8.31	196	11.72	-31	-19.87	71	56.80
Chi phí HDV tiền gửi KHCN khác	70	4.54	81	5.38	57	3.41	11	15.71	-24	-29.63
Tổng chi phí HDV tiền gửi KHCN	226	14.67	206	13.69	253	15.13	-20	-8.85	47	22.82

Nguồn: Agribank chi nhánh A Lưới

Chi phí lãi phải trả của Chi nhánh khá thấp: Năm 2021 chi phí là 156 tỷ đồng, năm 2022 giảm xuống còn 125 tỷ đồng giảm 31 tỷ đồng tương ứng tỷ lệ giảm 19.87% và năm 2023 chi phí trả lãi tăng lên 196 tỷ đồng tăng 71 tỷ đồng tương ứng mức tăng 56.08%. Tỷ lệ chi phí trả lãi trên doanh thu ở mức thấp từ mức 10.12% năm 2021 tăng lên mức 11.72% năm 2023, điều này hết sức thuận lợi giúp Chi nhánh nâng cao khả năng cạnh tranh trong hoạt động cấp tín dụng của ngân hàng, đồng thời có thể tăng được lợi nhuận. Có được thuận lợi như vậy là do tác động từ nhiều yếu tố: Thứ nhất là do trong giai đoạn này nền kinh tế hoạt động ổn định, NHNN kiểm soát tốt tình hình lạm phát nên NHNN đã thực hiện giảm trần huy động tiền gửi nhiều lần đặc biệt là trong năm 2023 do ảnh hưởng của suy thoái kinh tế nên Chi nhánh đã hạ lãi suất huy động theo tình hình chung trên thị trường huy động vốn của các NHTM; Thứ hai Agribank Chi nhánh A Lưới là ngân hàng có thế mạnh và uy tín lớn tại tỉnh Thừa Thiên Huế nói

riêng và cả nước nói chung vì vậy Chi nhánh có thể đưa ra mức lãi suất huy động thấp hơn so với một số ngân hàng khác trong địa bàn mà hàng năm vẫn tăng được số vốn huy động.

- Chi phí HĐV khác của Chi nhánh bao gồm các khoản chi trả tiền lương, tiền thưởng, chi phí khấu hao tài sản cố định, chi phí mua sắm văn phòng phẩm, dịch vụ mua ngoài như điện, nước, internet... phục vụ cho hoạt động huy động vốn của Chi nhánh. Khoản chi phí phi lãi này của Chi nhánh có sự tăng lên qua các năm nhưng tỷ lệ tăng nhỏ: Năm 2021 chi phí HĐV khác ở mức 70 tỷ đồng và năm 2022 tăng lên 81 tỷ đồng tăng 11 tỷ đồng tương ứng mức tăng 15.71%, do có sự biến động bởi suy thoái kinh tế làm cho các chi phí ngoài phát sinh nhiều hơn, đến năm 2023 chi phí HĐV khác giảm xuống còn 57 tỷ đồng giảm 24 tỷ đồng tương ứng mức giảm 29.63%.

Như vậy mặc dù có sự thay đổi về chi HĐV khác tăng nhưng tỷ lệ chi phí HĐV khác trên doanh thu HĐV giảm từ 4.54% năm 2021 xuống còn 3.41% năm 2023.

Tóm lại, chi phí huy động vốn của Chi nhánh trong giai đoạn vừa qua ở mức khá thấp và có tính ổn định đã tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, trước sự cạnh tranh đang ngày càng gay gắt của các NHTM trên thị trường thì Agribank Chi nhánh A Lưới không thể chủ quan mà vẫn cần phải có sự linh hoạt trong chính sách lãi suất của mình để thu hút khách hàng mới và giữ chân khách cũ để vững vị thế của mình.

2.2.3.2.5 Về thị phần tiền gửi cá nhân của Agribank chi nhánh A Lưới so với các NHTM khác

Bảng 2. 10. Thị phần tiền gửi cá nhân của Agribank Chi nhánh A Lưới và các NHTM khác trên địa bàn giai đoạn 2021-2023

Đơn vị: tỷ đồng

	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023
Tổng HĐV tiền gửi KHCN toàn địa bàn	66.090	70.716	75.850
HĐV tiền gửi KHCN tại Agribank Chi nhánh A Lưới	1.541	1.505	1.672
Thị phần (%)	2,33	2,12	2,2

(Nguồn: Báo cáo hàng năm NHNN tỉnh Thừa Thiên Huế)

Qua bảng báo cáo về thị phần huy động vốn tiền gửi cá nhân của Agribank chi nhánh A Lưới chiếm một tỷ lệ nhỏ trong tổng số nguồn vốn huy động được của toàn tỉnh. Thị phần tiền gửi cá nhân của Agribank Chi nhánh A Lưới tăng trưởng đều đặn trong giai đoạn 2021-2023. Trong khi tổng dư tiền gửi cá nhân của các ngân hàng thương mại (NHTM) trên địa bàn tăng từ 66.090 tỷ đồng năm 2021 lên 75.850 tỷ đồng năm 2023, dư tiền gửi cá nhân tại Agribank Chi nhánh A Lưới tăng từ 1.541 tỷ đồng lên 1.672 tỷ đồng. Tuy nhiên, mức tăng trưởng của thị phần Agribank Chi nhánh A Lưới khá chậm so với tốc độ tăng trưởng chung của thị trường.

Cụ thể, thị phần của Agribank Chi nhánh A Lưới giảm từ 2.33% năm 2021 xuống 2.2% năm 2023. Chi nhánh cần tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động huy động vốn, nâng cao chất lượng dịch vụ để thu hút thêm nhiều khách hàng hơn.

2.2.4. Đánh giá thực trạng huy động vốn tiền gửi khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới

2.2.4.1 Thành công

Quy mô khách hàng có bước phát triển tốt qua các năm đã tạo lập được một nền khách hàng vững chắc là những khách hàng quan trọng và thân thiết và một lượng lớn khách hàng tiềm năng để tăng trưởng nguồn vốn huy động trong tương lai. Đã tạo lập được uy tín của thương hiệu Agribank Chi nhánh A Lưới, gây dựng được lòng tin của khách hàng đối với ngân hàng.

Nguồn vốn huy động tiền gửi tiết kiệm tại Agribank Chi nhánh A Lưới có sự tăng trưởng tốt: tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn và từ khách hàng cá nhân ngày càng tăng nhanh góp phần ổn định nền vốn, chủ động trong mở rộng tín dụng và các sản phẩm dịch vụ, gia tăng lợi nhuận cho ngân hàng.

Ngân hàng đã tạo sự đa dạng và phong phú của sản phẩm tiền gửi mà Agribank cung cấp cho khách hàng cá nhân. Sản phẩm tiền gửi bao gồm các loại tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi không kỳ hạn, v.v. Các sản phẩm này cung cấp lợi ích và điều kiện khác nhau cho khách hàng.

Chất lượng sản phẩm huy động vốn tiền gửi tiết kiệm ngày càng cải thiện và được khách hàng đánh giá tốt. Nguồn vốn huy động đáp ứng tốt nguồn vốn cho vay. Những

sản phẩm giá trị gia tăng gắn với sản phẩm huy động vốn cá nhân cũng được phát triển nhằm tăng tiện ích cho khách hàng gửi tiền như ATM, Internet Banking/Mobile Banking, cho vay thấu chi

Thực hiện các quy định huy động vốn tiền gửi cá nhân một cách linh hoạt và minh bạch. Các quy định về lãi suất, điều kiện gửi và rút tiền được áp dụng một cách công bằng và rõ ràng, điều này tạo ra sự tin cậy từ phía khách hàng tại Agribank Chi nhánh A Lưới.

Hình thức huy động vốn phong phú, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, trong đó huy động vốn tiền gửi tiết kiệm ngày càng được tăng cường huy động.

Với những ưu điểm trên, Agribank Chi nhánh A Lưới luôn là lá cờ đi đầu trong công tác huy động vốn trên địa bàn huyện, được đa số khách hàng đánh giá cao, cảm thấy hài lòng và tiện lợi khi sử dụng dịch vụ tiền gửi của ngân hàng. Trong thời gian tới, CN cần phát huy những hiệu quả đó, khắc phục những khó khăn còn tồn tại để ngày càng khẳng định thương hiệu Agribank trên thị trường.

2.2.4.2 Hạn chế, nguyên nhân

Hạn chế

Mặc dù, ngân hàng đã nỗ lực rất nhiều trong công tác huy động vốn tiền gửi đối với khách hàng cá nhân. Ngoài những thành tựu đạt được, với nhiều nguyên nhân khác nhau như bị tác động bởi yếu tố lạm phát, hay những hạn chế của bản thân ngân hàng mà hoạt động huy động vốn tiền gửi đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng vẫn tồn tại một số nhược điểm như sau:

Danh mục sản phẩm huy động vốn chưa đa dạng: Danh mục sản phẩm đã có những bước phát triển tốt, nhưng vẫn chưa có nhiều sản phẩm thực sự phù hợp, nhiều tiện ích nhằm thoả mãn nhu cầu của khách hàng. Các sản phẩm huy động vốn của các NHTM Việt Nam ngày càng đa dạng, trở nên đồng đều hơn với việc triển khai của hầu hết các NHTM, tạo cho khách hàng có nhiều cơ hội lựa chọn. Mặt khác, sản phẩm huy động vốn của Agribank chi nhánh A Lưới vẫn mang tính phổ thông, kém cạnh tranh hơn các ngân hàng khác, chưa thể hiện sự nổi bật so với các ngân hàng khác nên chưa thực sự dành được thiện cảm từ phía khách hàng. Thiếu các sản phẩm dành cho từng phân đoạn khách hàng, chính sách khách hàng chưa được cụ thể hóa.

Chính sách lãi suất huy động chưa hấp dẫn: Lãi suất huy động chưa được đa dạng hóa và mức lãi suất huy động còn ở mức thấp so với nhiều ngân hàng trong khu vực nên chưa thực sự thu hút khách hàng.

Cơ cấu khách hàng huy động không đồng đều: Một số khu vực có dân số đông hơn có thể tập trung nhiều khách hàng hơn so với các khu vực khác. Chi nhánh đang gặp khó khăn trong việc tiếp cận và thu hút khách hàng từ một số khu vực nhất định. Điều này có thể do thiếu chiến lược tiếp thị hiệu quả hoặc không có sự đầu tư đúng đắn vào các kênh tiếp cận khách hàng.

Công nghệ ngân hàng còn thiếu chưa bắt kịp xu thế phát triển: Hệ thống công nghệ của ngân hàng khá hiện đại, đã được nâng cấp cải thiện và cơ sở vật chất có sự đồng bộ giữa các điểm giao dịch nhưng tại một số thời điểm trong ngày, trong tháng vẫn xảy ra hiện tượng mạng lỗi, kết nối kém gây khó khăn trong giao dịch với khách hàng. Vẫn có xảy ra tình trạng thiếu máy vi tính, máy photo, fax, máy ATM hỏng không hoạt động đang diễn ra tại một phòng giao dịch. Đối với công tác báo cáo nằm trong hệ thống phần mềm ngân hàng quá trình lấy dữ liệu và cập nhật còn chậm chưa đáp ứng được yêu cầu công việc gấp khi phát sinh gây tốn nhiều thời gian xử lý.

Nguyên nhân của các hạn chế

Nguyên nhân khách quan

Nền kinh tế vĩ mô thiếu sự ổn định, tốc độ tăng trưởng kinh tế tuy đạt mức khá trong những năm gần đây song chưa thực sự bền vững, lạm phát còn tiềm ẩn vẫn đang đe dọa nền kinh tế, giá trị xuất nhập khẩu vẫn còn thấp, thu nhập bình quân đầu người thấp hơn nhiều so với các nước trong khu vực nên ảnh hưởng nhiều đến tích lũy của cá nhân.

Cơ chế chính sách pháp luật về ngân hàng còn một số bất cập, gây cản trở trong việc phát triển sản phẩm huy động vốn cá nhân của các ngân hàng như chính sách trần lãi suất huy động, chính sách về bảo hiểm tiền gửi.

Môi trường ngân hàng cạnh tranh ngày càng khốc liệt, một số ngân hàng cũng như tổ chức phi ngân hàng sử dụng chiến lược không tuân thủ yêu cầu về lãi suất do NHNN đưa ra để gia tăng nguồn huy động. Xuất hiện thêm ngân hàng, một số tổ chức phi ngân hàng làm cho thị phần huy động vốn bị chia nhỏ hơn

Sự cạnh tranh mạnh mẽ từ phía các NHTM. Số lượng các ngân hàng, các

tổ chức tín dụng trong nước và nước ngoài được cấp phép và hoạt động ngày càng nhiều gây ra sự cạnh tranh gay gắt, khốc liệt trong việc huy động vốn, nhất là huy động vốn từ cá nhân, kể cả các biện pháp cạnh tranh không lành mạnh khiến cho thị trường ngày càng phức tạp. Vẫn biết ngân hàng huy động lãi suất thấp thì cũng cho vay với lãi suất thấp hơn các NHTM cổ phần nhưng khách hàng hầu như chỉ quan tâm đến lãi suất gửi tiết kiệm chứ không quan tâm đến lãi suất vay (chỉ khi nào có nhu cầu). Do đó trong hiện tại cũng như tương lai thị phần huy động vốn của Agribank chi nhánh A Lưới sẽ còn gặp nhiều khó khăn.

Thứ hai, nguyên nhân chủ quan

Trong công tác huy động vốn của Agribank chi nhánh A Lưới chưa có được sự hỗ trợ hết mực của các nhân viên, việc huy động được thực hiện do các nhân viên kinh doanh chưa có được sự ủng hộ của nhân viên các bộ phận còn lại.

Tính chủ động trong công tác huy động vốn tiền gửi đối với khách hàng cá nhân. Việc huy động vốn của ngân hàng được thực hiện tại quầy, hoặc huy động vốn qua điện thoại đối với các khách hàng cá nhân đã và đang giao dịch với ngân hàng. Điều này khiến Agribank chi nhánh A Lưới bỏ lỡ những cơ hội trong việc tìm kiếm khách hàng mới. Do đó, ngân hàng cần mở thêm bộ phận phát triển thị trường để tìm kiếm khách hàng mới, tăng cường nhân lực trong công tác tư vấn cho khách hàng các tiện ích nhằm huy động tối đa nguồn tiền nhàn rỗi từ các khách hàng này

Công tác nghiên cứu và phát triển sản phẩm của Agribank chi nhánh A Lưới chưa hiệu quả, các sản phẩm đưa ra không có cái riêng của ngân hàng, không nổi trội so với các ngân hàng khác Trình độ chuyên môn và thái độ làm việc của nhân viên chưa đồng đều, tồn tại nhiều nhân viên mang nặng nhận thức cá nhân chưa đóng góp hết khả năng cho công việc, có thái độ chưa nhiệt tình với khách hàng đặc biệt ở các điểm giao dịch ít các ngân hàng hoạt động.

Chất lượng nguồn nhân lực chưa đồng đều: Thái độ phục vụ của cán bộ, nhân viên Agribank chi nhánh A Lưới chưa thực sự ân cần, chưa có sự tư vấn tận tình, chuyên nghiệp để có thể thu hút được khách hàng gửi tiền cũng như bán chéo các sản phẩm để khách hàng sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng. Chưa nắm bắt được nhu cầu của khách hàng để có thể tổng hợp thông tin nhằm phát triển những sản phẩm phù hợp hơn với thị trường và phân đoạn khách hàng. Về mặt số lượng thì lực lượng cán bộ quan hệ khách

hàng cá nhân còn quá ít, chưa tương xứng với nền khách hàng rộng lớn của Chi nhánh cũng như chưa đủ đáp ứng hết khối lượng và yêu cầu công việc

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HUY ĐỘNG VỐN TIỀN GỬI CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH HUYỆN A LƯỚI

3.1 Định hướng tăng cường huy động vốn tiền khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới

3.1.1 Định hướng chiến lược của Agribank chi nhánh huyện A Lưới

Trên cơ sở phân tích môi trường kinh doanh hiện tại kết hợp với việc tuân thủ thực hiện các mục tiêu do NHNN đề ra Agribank chi nhánh A Lưới chủ động đưa ra định hướng chiến lược thúc đẩy hoạt động kinh doanh và nâng cao vị thế cạnh tranh của mình. Agribank chi nhánh A Lưới đưa ra mục tiêu như sau:

Đẩy mạnh huy động vốn và xem đây là mục tiêu quan trọng hàng đầu của Agribank chi nhánh A Lưới: Tiếp tục tập trung khai thác nguồn khách hàng hiện tại, khách hàng là các cổ đông chiến lược hoặc nhân viên công ty cổ đông, khách hàng theo 4 nhóm mục tiêu, ưu tiên khai thác khách hàng doanh nghiệp phân khúc quy mô vừa và nhỏ, tiếp cận các tập đoàn, khai thác huy động vốn từ khách hàng cá nhân. Nâng cao chất lượng dịch vụ, theo dõi bám sát nhu cầu dòng tiền của khách hàng, đem lại sự hài lòng cho khách hàng. Phân khúc khách hàng, xác định khách hàng mục tiêu, khác biệt hóa sản phẩm dịch vụ, nâng cao tính cạnh tranh rút ngắn thời gian cung cấp, gia tăng tính tiện lợi trong các sản phẩm dịch vụ huy động vốn cho khách hàng.

Tăng cường quản lý rủi ro và kiểm soát, kiểm toán nội bộ: Tiếp tục chuẩn hóa các quy trình quản lý rủi ro, hệ thống chỉ tiêu giám sát, đảm bảo sự tuân thủ chặt chẽ các quy trình đề ra. Xây dựng văn hóa phòng ngừa rủi ro trong ngân hàng để mỗi đơn vị đều chủ động tuân thủ quy trình, kiểm soát rủi ro tốt, mỗi các nhân đều có ý thức quản lý rủi ro. Hoàn thiện đội ngũ kiểm toán, kiểm soát có năng lực, kinh nghiệm, đảm bảo tính thiết lập. Thiết lập các cuộc kiểm tra tại các đơn vị hội sở và chi nhánh, kiểm soát tốt tính tuân thủ quy trình và đào tạo cán bộ, tối thiểu hóa rủi ro trong hoạt động ngân hàng.

Nâng cao chất lượng đội ngũ pháp chế, đảm bảo tính cập nhật của hệ thống văn bản NH và quy định của NHNN, pháp luật và tình hình thực tế.

Áp dụng các mô hình công nghệ tiên tiến trong quản lý tài sản nợ - có, quản lý rủi ro thanh khoản, rủi ro thị trường ... tiến gần hơn với các chuẩn mực quốc tế.

Chú trọng chính sách nhân sự: Tiếp tục có chính sách thu hút và giữ chân nguồn lực có chất lượng cao, sắp xếp nhân sự ở các vị trí thích hợp nhằm ổn định và hoàn thiện

tổ chức, xây dựng chế độ đãi ngộ cạnh tranh, công bằng minh bạch, khuyến khích sự cống hiến và đóng góp của người lao động

Tiếp tục bổ sung đội ngũ lãnh đạo đơn vị kinh doanh giàu kinh nghiệm thị trường, có năng lực, kỹ năng và đạo đức nghề nghiệp tốt. Đầu tư công tác đào tạo chuyên nghiệp hơn.

Đầu tư phát triển công nghệ, hiện đại hóa ngân hàng: Trong thời gian tới Agribank chi nhánh A Lưới chủ trương từng bước đưa công nghệ vào sản phẩm của Agribank chi nhánh A Lưới, nâng cao tiến sản phẩm hiện đại và tiện dụng hơn. Công nghệ cũng sẽ được Agribank chi nhánh A Lưới ứng dụng trong quản lý công việc, góp phần nâng cao hiệu quả công việc cũng như tính bảo mật dữ liệu của ngân hàng.

Phát triển sản phẩm mạng lưới và hoạt động truyền thông: Trong giai đoạn tiếp theo, sản phẩm trọng tâm của ngân hàng là gói sản phẩm tài khoản cạnh tranh, gói sản phẩm trả lương, kinh doanh vàng trên Internet Banking và Mobile Banking, các sản phẩm mang tính đóng gói để rút ngắn thời gian cung cấp, sản phẩm dành riêng cho nhà phân phối.

Tích cực đa dạng hóa các sản phẩm huy động và cho vay, kết hợp với các sản phẩm khác như huy động và quản lý tài chính cá nhân... xây dựng các chương trình hỗ trợ chăm sóc khách hàng như các chương trình khuyến mãi, chương trình khách hàng thân thiết để đáp ứng tốt nhất nhu cầu cho khách hàng. Các nhóm hoạt động đặc thù như kinh doanh đặc thù, Ngân hàng ưu tiên, Khởi nguồn vốn tích cực, chủ động mở rộng mạng lưới khách hàng, nâng cao việc nhận diện thương hiệu Agribank chi nhánh A Lưới với nhóm khách hàng nước ngoài, khách hàng cao cấp và khách hàng tổ chức định chế tài chính khác.

Hoạt động tuyên truyền về thương hiệu, sản phẩm và các chương trình về ưu đãi sẽ tiếp tục được đẩy mạnh, đưa Agribank chi nhánh A Lưới đến gần với khách hàng và định vị rõ nét hình ảnh Agribank chi nhánh A Lưới trên thị trường. Chiến lược của các chương trình truyền thông trong năm tới là tập trung vào các sản phẩm mũi nhọn của Agribank chi nhánh A Lưới.

3.1.2 Định hướng phát triển nguồn vốn huy động vốn từ cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới

Trước yêu cầu, đòi hỏi vốn đầu tư phát triển kinh tế Agribank chi nhánh A Lưới

xác định: Coi trọng công tác huy động vốn tại địa phương, huy động mọi nguồn vốn nhân rồi của người dân đưa vào sản xuất kinh doanh. Với tình hình chung của toàn bộ hệ thống ngân hàng; qua phân tích thực trạng, tồn tại của Agribank chi nhánh A Lưới, để hoạt động kinh doanh không ngừng tăng trưởng và phát triển nhằm khẳng định vị trí của mình, Agribank chi nhánh A Lưới phải nghiên cứu và hoàn thiện đồng thời hai mặt: một mặt cần phát huy có hiệu quả những thành tựu đã đạt được, những ưu điểm của ngân hàng; mặt khác, nghiêm túc rút ra những bài học thực tiễn để khắc phục những khuyết điểm còn tồn tại, có biện pháp tháo gỡ những tồn tại đó. Trên cơ sở phân tích đó, Agribank chi nhánh A Lưới đã có định hướng huy động Tiền gửi cá nhân trong những năm tiếp theo như sau:

- Tăng cường công tác huy động tiền gửi bằng mọi biện pháp theo hướng coi tăng trưởng nguồn tiền gửi khách hàng là trọng tâm trên cơ sở nâng cao chất lượng và mở rộng dịch vụ thanh toán trong nước và thanh toán quốc tế, mở rộng cung ứng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng để tăng nhanh số lượng khách hàng tới mở tài khoản giao dịch.

- Cải thiện một bước đáng kể chất lượng dịch vụ ngân hàng, cải tiến quy trình nghiệp vụ giảm bớt thủ tục giấy tờ nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và tạo sự an tâm cho khách hàng.

- Nghiên cứu thành lập thêm một số phòng giao dịch nhằm mở rộng nghiệp vụ Ngân hàng bán lẻ, tranh thủ những thuận lợi của thị trường và thực hiện tốt các đợt huy động vốn tập trung của ngành để tiếp tục củng cố nguồn vốn hiện có.

- Tiếp tục đa dạng hóa các hình thức gửi tiền với các mức lãi suất linh hoạt và hấp dẫn khách hàng, đồng thời nâng cao tinh thần trách nhiệm, tác phong phục vụ thanh lịch của cán bộ công nhân viên Agribank chi nhánh A Lưới trong khi giao tiếp với khách hàng, để thông qua khách hàng chi nhánh có thể mở rộng hoạt động Marketing tới khách hàng mới.

Định hướng nhìn chung rất rõ ràng, tuy nhiên cái khó hiện nay là các bước đi hay giải pháp cụ thể như thế nào cho hợp lý. Để có được những giải pháp hữu hiệu cần phải có sự nghiên cứu, hệ thống hóa các kinh nghiệm từ thực tiễn qua nhiều năm đổi mới, đặc biệt là trong công tác huy động vốn trong cơ chế thị trường ở Việt Nam hiện nay

3.2 Giải pháp tăng cường huy động vốn tiền khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh huyện A Lưới

3.2.1. Đa dạng hóa danh mục sản phẩm huy động vốn:

Nghiên cứu thị trường: Thực hiện khảo sát nhu cầu của từng phân khúc khách hàng (theo độ tuổi, thu nhập, nghề nghiệp, v.v.) để phát triển các sản phẩm phù hợp. Từ đó, Agribank – CN Huyện A Lưới có thể thu hút được nhiều khách hàng hơn. Ví dụ, đối với khách hàng trẻ tuổi, Agribank có thể phát triển các sản phẩm có tính thanh khoản cao, lãi suất cạnh tranh; đối với khách hàng lớn tuổi, Agribank có thể phát triển các sản phẩm có lãi suất cao và ổn định.

Thiết kế sản phẩm sáng tạo: Phát triển các sản phẩm có tính cạnh tranh cao, tích hợp nhiều tiện ích để thu hút khách hàng. Các tiện ích có thể bao gồm:

- Lãi suất hấp dẫn: Cung cấp các sản phẩm có mức lãi suất cạnh tranh so với các ngân hàng khác trên địa bàn huyện .
- Tiện ích đi kèm: Phối hợp với các đối tác để mang đến cho khách hàng các ưu đãi, khuyến mãi khi sử dụng sản phẩm huy động vốn, ví dụ như: giảm giá dịch vụ, thẻ quà tặng, tham gia chương trình bốc thăm trúng thưởng.
- Tính linh hoạt: Cung cấp các sản phẩm có tính thanh khoản cao, cho phép khách hàng rút tiền trước hạn mà vẫn đảm bảo lợi ích.

3.2.2 Nâng cao hiệu quả chính sách lãi suất

Khai thác triệt để các chính sách, cơ chế chăm sóc khách hàng quan trọng do Hội sở chính ban hành. Tích cực hơn nữa trong công tác chăm sóc khách hàng nhân dịp lễ, Tết, 20/10, 8/3....

Theo dõi sát sao biến động lãi suất thị trường để điều chỉnh chính sách lãi suất huy động một cách linh hoạt, đảm bảo cạnh tranh. Áp dụng mức lãi suất khác nhau cho từng phân khúc khách hàng, sản phẩm và kỳ hạn gửi. Việc này giúp Agribank-CN Huyện A Lưới thu hút được nhiều khách hàng hơn và tối ưu hóa lợi nhuận. Triển khai các chương trình khuyến mãi lãi suất định kỳ hoặc theo từng giai đoạn để thu hút khách hàng.

3.2.3 Nâng cao chất lượng phục vụ, củng cố uy tín của ngân hàng

Đối với mỗi ngân hàng thương mại, uy tín quyết định sự thành công hay thất bại trong hoạt động kinh doanh ngân hàng. Khi ngân hàng thực sự có uy tín, tạo được lòng tin với khách hàng thì khách hàng mới biết đến và sử dụng sản phẩm, dịch vụ của ngân

hàng một cách thường xuyên liên tục. Một trong những yếu tố để nâng cao uy tín với khách hàng chính là chất lượng phục vụ của ngân hàng đối với khách hàng. Chất lượng dịch vụ của ngân hàng thể hiện ở nhiều yếu tố: mức độ phong phú của các dịch vụ, thời gian phục vụ, thái độ phục vụ, trình độ nghiệp vụ, các tiện ích của sản phẩm dịch vụ, mức độ thuận tiện khi đến giao dịch... Để nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng và uy tín của ngân hàng, Chi nhánh cần thực hiện tốt các giải pháp sau:

Luôn giữ tín với khách hàng, luôn đảm bảo khả năng thanh toán bất kỳ khi nào khách hàng có yêu cầu. Khách hàng gửi tiền vào ngân hàng ngoài mục đích lãi suất, an toàn thì họ còn muốn được phục vụ một cách nhanh chóng, thuận tiện. Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt như hiện nay, Chi nhánh cần bố trí tăng cường đội ngũ nhân viên để phục vụ khách hàng được kịp thời, không để khách hàng chờ đợi lâu.

Thực hiện chuẩn hóa không gian giao dịch, định kỳ rà soát, sắp xếp, bố trí không gian giao dịch đảm bảo sạch đẹp, thông thoáng, khoa học, đủ trang thiết bị cần thiết (bảng điện tử thông báo tỷ giá, lãi suất) tạo sự tin tưởng, thuận tiện và thoải mái cho khách hàng khi giao dịch.

Chủ động, tích cực trau dồi, nâng cao kiến thức kỹ năng, nghiệp vụ chuyên môn, giảm thiểu một cách tối đa các sai sót, lỗi tác nghiệp trong quá trình phục vụ khách hàng, rèn luyện khả năng xử lý tình huống nhanh nhẹn, tháo vát. Yêu cầu 100% cán bộ quan hệ khách hàng cá nhân và giao dịch viên được tập huấn về kỹ năng bán hàng, quy định hiện hành của Agribank để áp dụng vào công tác tư vấn, chăm sóc, giao dịch khách hàng được hiệu quả và chuyên nghiệp hơn (Quy định về 10 nguyên tắc giao dịch khách hàng, Quy định về phong cách làm việc, không gian làm việc...). Thường xuyên mở các cuộc hội thảo trao đổi nhằm học hỏi kinh nghiệm, mời các chuyên gia đến dạy...

Xây dựng quy trình dịch vụ khách hàng chất lượng, lấy khách hàng làm trọng tâm; quy định chi tiết nội dung tương tác với khách hàng, cách thức chi tiết thực hiện (như cách chào khách hàng, cách giải quyết khiếu nại khách hàng...) và nghiêm túc thực hiện theo cam kết chất lượng của Agribank.

Chú trọng công tác phát triển và mở rộng mạng lưới. Hiện tại mật độ mạng lưới giao dịch của Agribank trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế đã có nhiều nhưng so với các ngân hàng khác trên địa bàn thì chưa xứng với tiềm năng. Việc mở rộng mạng lưới các phòng giao dịch sẽ góp phần phát triển mảng huy động vốn và đặc biệt là các sản phẩm

bán lẻ của Agribank. Xét về mặt thương hiệu, ngay cả khi một phòng giao dịch hoạt động khi chưa đem lại lợi nhuận thì việc đặt biển hiệu phòng giao dịch Agribank tại khu vực đông dân cư cũng có tác dụng quảng cáo rất tốt

Nghiên cứu tăng thời gian giao dịch với khách hàng để đảm bảo phục vụ khách hàng được tốt nhất. Hiện nay, ngoài giao dịch trong tuần, Chi nhánh đã thực hiện giao dịch vào sáng thứ bảy. Tuy nhiên khung giờ giao dịch hầu như trùng với giờ làm việc của các tổ chức kinh tế, doanh nghiệp nên gây khó khăn cho khách hàng. Vì vậy, có thể đề xuất giao dịch thêm cả ngoài giờ hành chính để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, nâng cao sự hài lòng của khách hàng với Agribank chi nhánh A Lưới..

3.2.4 Phát triển nguồn nhân lực

Con người luôn là nhân tố trung tâm của mọi hoạt động. Trong lĩnh vực ngân hàng cũng vậy, yếu tố con người có tính chất quyết định đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng nói chung và hiệu quả công tác huy động vốn nói riêng. Bởi vì, sự cạnh tranh trong các đặc tính sản phẩm của các NHTM thường ít có sự khác biệt, về lâu dài, ngân hàng tạo lợi thế cạnh tranh trong cung cách phục vụ khách hàng.

Agribank chi nhánh huyện A Lưới phải thường xuyên hơn nữa tổ chức đào tạo nâng cao trình độ đội ngũ cán bộ nhất là những cán bộ trực tiếp giao dịch với khách hàng.

Khuyến khích nhân viên tham gia các khóa học nhằm nâng cao trình độ nghiệp vụ, tiếp cận các kiến thức mới, học hỏi kinh nghiệm và mở rộng quan hệ. Cụ thể:

- *Đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp:* Nâng cao kỹ năng nghiệp vụ, kỹ năng tư vấn và chăm sóc khách hàng cho cán bộ nhân viên.
- *Cải thiện thái độ phục vụ:* Tạo môi trường giao dịch thân thiện, chuyên nghiệp, sẵn sàng giải đáp mọi thắc mắc của khách hàng.
- *Tăng cường ứng dụng công nghệ:* Sử dụng hệ thống quản lý khách hàng (CRM) để cá nhân hóa trải nghiệm của khách hàng, cung cấp các dịch vụ phù hợp với nhu cầu của từng người.

Đây không chỉ là giải pháp trước mắt mà còn là về lâu dài nhằm phát triển hoạt động kinh doanh của Chi nhánh. Vì vậy, Chi nhánh cần đào tạo định kỳ để nâng cao trình độ nghiệp vụ, có đủ năng lực để hoàn thành nhiệm vụ. Hơn nữa một cán bộ ngân hàng hiện địa không chỉ cần thành thạo về nghiệp vụ mà còn phải hiểu biết về nhiều lĩnh

vực, là chuyên gia tư vấn, marketing,...

3.2.5 Nâng cao trình độ công nghệ

Trong thời đại khoa học kỹ thuật phát triển như vũ bão hiện nay, công nghệ trở thành một trong những lợi thế cạnh tranh phi lãi suất hữu hiệu của các ngân hàng trong công tác huy động vốn. Chính vì vậy, để quản lý tốt hoạt động huy động vốn, Ngân hàng cũng phải hết sức chú trọng tới việc nâng cao trình độ công nghệ trong hệ thống. Vài năm trở lại đây, Agribank chi nhánh A Lưới đã đầu tư khá mạnh vào việc nâng cấp công nghệ. Việc xây dựng và triển khai phần mềm ngân hàng lõi cho phép hoạt động lưu trữ, báo cáo, truyền tin, quản lý rủi ro trong công tác nguồn vốn được thực hiện nhanh, chính xác và kịp thời. Tuy nhiên, Ngân hàng chưa thực sự đầu tư ứng dụng công nghệ trong công tác phát triển sản phẩm nhằm tạo ra sự ưu việt, nổi trội trong hoạt động huy động vốn. Trong thời gian tới, Agribank chi nhánh A Lưới cần tích cực tìm kiếm các nhà đầu tư chiến lược, công ty công nghệ để được cung cấp hoặc mua bản quyền cho phép ứng dụng các công nghệ hiện đại có nhiều tiện ích trong lĩnh vực thanh toán, nhận và chuyển tiền...

Đối với hệ thống cung ứng dịch vụ điện tử, Agribank chi nhánh A Lưới cũng cần quan tâm nâng cấp nhằm gia tăng tiện ích cho khách hàng gửi tiền. Cụ thể, giao dịch qua internet cần được cải tiến, cho phép khách hàng có thể dễ dàng chuyển khoản cho người hưởng có tài khoản ở ngân hàng khác, chuyển tiền cho người nhận bằng tiền mặt tại Agribank, chuyển tiền thanh toán lãi, chuyển tiền thanh toán các sản phẩm dịch vụ thiết yếu như điện, nước, viễn thông... Công nghệ hiện đại sẽ mang lại lợi ích to lớn cho hoạt động thanh toán trong ngân hàng nhờ tính chất nhanh chóng, chính xác, an toàn và bảo mật, tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình tuần hoàn và chu chuyển vốn của khách hàng, tiết giảm chi phí và thời gian thanh toán cho cả ngân hàng và khách hàng.

Nâng cao trình độ công nghệ một cách toàn diện cho các chi nhánh, phòng giao dịch của Agribank chi nhánh A Lưới cũng là vấn đề cần chú ý. Chi nhánh nên thành lập bộ phận phụ trách về công nghệ thông tin tại mỗi chi nhánh để hỗ trợ về mặt kỹ thuật, kịp thời xử lý các sự cố xảy ra như lỗi phần mềm, trục trặc hệ thống dễ gây ách tắc, chậm trễ trong việc thanh toán, giao dịch với khách hàng. Agribank cần cử cán bộ công nghệ xuống hướng dẫn, huấn thị cho các đồng nghiệp ở chi nhánh khi có những đổi mới về công nghệ, có thể khắc phục tạm thời những sự cố, tránh để ngưng trệ giao dịch. Ngân

hàng cũng cần kiện toàn hệ thống trang thiết bị phục vụ công việc, máy ATM tại các chi nhánh, khắc phục tình trạng thiếu máy vi tính, máy photo, fax, máy ATM hỏng không hoạt động đang diễn ra tại một số chi nhánh hiện nay. Đối với công tác báo cáo nằm trong hệ thống phần mềm ngân hàng lõi đang được triển khai, Agribank cần đẩy nhanh việc cập nhật cơ sở dữ liệu của những năm trước trong báo cáo để phục vụ tốt hơn công tác lưu trữ, tra soát, quản lý rủi ro, lập kế hoạch trong hoạt động huy động vốn cũng như các hoạt động khác của Ngân hàng. Agribank cần tiếp tục hướng dẫn cách thức sử dụng, vận hành hệ thống báo cáo cho các cán bộ địa phương. Ngân hàng cũng phải thường xuyên đánh giá việc vận hành, triển khai phần mềm mới này ở các chi nhánh để đảm bảo phát huy tốt nhất tính ưu việt của công nghệ mới này. Trong hoạt động ngân hàng hiện đại ngày nay, trang web của mỗi ngân hàng vừa là phương tiện cung cấp thông tin, vừa là kênh phân phối sản phẩm dịch vụ, vừa là hình ảnh điện tử của mỗi ngân hàng. Trang web chính thức của Agribank hiện nay chưa được quan tâm đầu tư xây dựng nên nội dung còn nghèo nàn, giao diện kém hấp dẫn. Agribank chi nhánh A Lưới cần tập trung nâng cấp website, bổ sung thêm các thông tin cụ thể về sản phẩm dịch vụ, tạo thêm kết nối với các trang web liên quan như trang web của NHNN, trang web của chính phủ, bộ tài chính, các trang thông tin kinh tế....Cải thiện website sẽ giúp khách hàng có thể dễ dàng truy cập để tìm hiểu thông tin về các dịch vụ huy động vốn của ngân hàng, đồng thời Agribank cũng có thể tiếp cận với khách hàng nhanh chóng và có hiệu quả

3.3 Kiến nghị

3.3.1 Kiến nghị với nhà nước

Hoàn thiện hành lang pháp lý cho hoạt động huy động vốn cá nhân tại các ngân hàng thương mại

Hiện nay, hệ thống pháp luật nước ta chưa hoàn thiện và đồng bộ. Vì vậy, để đảm bảo quyền lợi chính đáng của nhà đầu tư và người sử dụng vốn, nhà nước phải tiếp tục hoàn thiện, sửa đổi, ban hành luật, văn bản Các quy định liên quan đến hoạt động kinh tế nói chung và hoạt động ngân hàng hàng hóa nói riêng nhưng phải đồng bộ, tạo hành lang pháp lý cho hoạt động của mình Doanh nghiệp, ngân hàng thương mại đi đúng ranh giới, phù hợp xu hướng hội nhập.

Tạo môi trường kinh tế vĩ mô ổn định

Môi trường kinh tế vĩ mô ổn định, lạm phát ở mức hợp lý và duy trì đà tăng kinh tế đòi hỏi chính sách và nguồn lực tốt cho phát triển như chính sách đất đai; Tạo việc làm; An ninh xã hội; bảo vệ môi trường môi trường và biến đổi khí hậu. Chúng ta cần một thể chế kinh tế và hành chính hiện đại, có hiệu quả cao... Sự ổn định của môi trường vĩ mô là yếu tố quan trọng cho công việc Thu hút vốn huy động từ cư dân của các ngân hàng thương mại từ hai góc độ: giá trị tiền tệ ổn định và thu nhập của người dân tăng lên, từ đó làm tăng vốn huy động cho ngân hàng.

Thúc đẩy quá trình thanh toán không dùng tiền mặt

Tuy nhiên, nhìn chung việc thanh toán không dùng tiền mặt ở Việt Nam hiện nay chưa phát triển mạnh, tiền mặt vẫn là phương tiện thanh toán chính, chiếm tỷ trọng đáng kể trong khu vực công, doanh nghiệp và người dân. Vì vậy, tiếp tục thực hiện kế hoạch thanh toán không sử dụng tiền mặt theo quyết định 291, phù hợp với trình độ phát triển của nền kinh tế, cơ sở hạ tầng công nghệ và hệ thống thanh toán. Từ đó giúp hạn chế hóa tiền mặt trong dân cư và tăng lượng tiền trong tài khoản ngân hàng.

3.3.2 Kiến nghị với Ngân hàng Nhà Nước

Hoàn thiện các văn bản hướng dẫn dưới Luật

Ngân hàng Nhà nước cần tiếp tục bổ sung và hoàn thiện các quy định pháp lý theo hướng khuyến khích các NHTM tăng cường huy động vốn nói chung và huy động vốn tiền gửi tiết kiệm nói riêng để góp phần phát triển kinh tế xã hội. Luật các Tổ chức tín dụng 2010 đã có hiệu lực từ đầu 2011, cần hoàn thiện các văn bản hướng dẫn dưới luật nhằm thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh, ứng dụng các thông lệ, chuẩn mực quốc tế trong lĩnh vực tiền tệ ngân hàng, qui định rõ phạm vi hoạt động cũng như loại hình sản phẩm huy động vốn ngân hàng mà các TCTD được phép thực hiện và cung ứng cho nền kinh tế.

Áp dụng lãi suất thả nổi trong huy động vốn từ tiền gửi tiết kiệm

Vốn là một hàng hoá đặc biệt, giá của hàng hoá này chính là lãi suất. Sự biến động của lãi suất phụ thuộc vào cung cầu trên thị trường. Tuy nhiên, hiện nay Ngân hàng Nhà nước đang quy định mức lãi suất huy động vốn tối đa. Từ đó khiến cho các NHTM khó khăn trong việc huy động vốn vì lãi suất chưa thực dương và xuất hiện hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh trong huy động vốn. Ngoài ra việc Ngân hàng Nhà nước cũng như quy định lãi suất tối đa khi rút trước hạn đã khiến cho NHTM khó khăn trong

việc thiết kế các sản phẩm phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Vì vậy, kiến nghị Ngân hàng Nhà nước nên để lãi suất huy động được vận động theo cơ chế thị trường, sự can thiệp của Ngân hàng Nhà nước chỉ thực hiện bằng các công cụ gián tiếp như nghiệp vụ thị trường mở, tái chiết khấu...

Điều chỉnh mức dự trữ bắt buộc phù hợp giữa các tổ chức tín dụng

Theo quy định tại Điểm b, Khoản 1, Điều 1 Thông tư 20/2010/TT-NHNN đối với một số TCTD của Ngân hàng Nhà nước: “Đối với TCTD có tỷ trọng dư nợ cho vay phát triển nông nghiệp nông thôn trên tổng dư nợ bình quân cuối các quý trong năm tài chính liền kề từ 40% đến dưới 70% thì tỷ lệ dự trữ bắt buộc đối với tiền gửi bằng đồng Việt Nam bằng 1/5 so với tỷ lệ dự trữ bắt buộc thông thường tương ứng với từng kỳ hạn tiền gửi”. Hiện tỷ lệ dự trữ bắt buộc đối với tiền gửi bằng đồng Việt Nam áp dụng cho Agribank và Quỹ tín dụng nhân dân Trung ương là 1% và các NH thương mại là 3% đối với kỳ hạn gửi dưới 12 tháng và 1% đối với kỳ hạn gửi trên 12 tháng. Gần đây, còn có 5 TCTD bao gồm: Ngân hàng TMCP Mê Kông, Ngân hàng Phát triển Nhà đồng bằng Sông Cửu Long (MHB), Quỹ Tín dụng nhân dân Trung ương, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) và Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt (LienVietPostBank) được giảm tỷ lệ dự trữ bắt buộc đối với tiền gửi bằng đồng Việt Nam. Độ chênh lệch lớn khiến ảnh hưởng đến các NHTM phải dự trữ mức 3% khiến giảm sức cạnh tranh so các NHTM chỉ dự trữ 1%. Do đó, kiến nghị điều chỉnh mức phù hợp, không quá chênh lệch giữa các nhóm NHTM

3.3.3 Kiến nghị với Agribank

Phát triển sản phẩm dịch vụ phù hợp với từng phân đoạn khách hàng

Tiếp tục thiết kế và triển khai các sản phẩm tiền gửi có kỳ hạn để cung cấp cho khách hàng theo chiến dịch huy động vốn, đáp ứng nhu cầu vốn nhanh của ngân hàng, tạo tính hấp dẫn, thu hút khách hàng. Phát triển các sản phẩm tiền gửi, dịch vụ dành cho khách hàng theo phân khúc thị trường, phân đoạn khách hàng với các tiêu chí lựa chọn khách hàng mục tiêu để xây dựng chính sách giá, thiết kế sản phẩm, chính sách Marketing phù hợp cho các nhóm khách hàng thịnh vượng, nhóm khách hàng đại chúng - phổ thông, nhóm khách hàng VIP...

Áp dụng công nghệ để mở rộng kênh phân phối cho các sản phẩm tiền gửi (qua Internet Banking/Mobile Banking). Tập trung cải tiến công nghệ, đẩy mạnh nghiên cứu,

đổi mới ứng dụng các chương trình phần mềm hỗ trợ trong công tác phát triển sản phẩm huy động vốn mới, khai thác số liệu đánh giá hiệu quả sản phẩm tiền gửi. Nghiên cứu nâng cấp hệ thống SIBS mở rộng, gia tăng tiện ích đối với các sản phẩm tiền gửi.

Đẩy mạnh nghiên cứu phát triển dịch vụ, sản phẩm dành cho khách hàng có thu nhập cao, sẽ thiết kế các sản phẩm tiền gửi đặc thù, phù hợp với nhu cầu thực hiện các giao dịch tài chính thường xuyên của khách hàng.

Tăng cường hỗ trợ Chi nhánh trong công tác đào tạo

Đào tạo kiến thức, chuyên sâu về phân hệ tiền gửi, làm chủ việc quản lý, nâng cấp phân hệ và kỹ năng thiết kế, phát triển, quản lý sản phẩm tiền gửi, kỹ năng triển khai thông qua mạng lưới chi nhánh và các kênh phân phối mới (IB/MB).

Đào tạo về sản phẩm huy động vốn, quy trình tác nghiệp cho cán bộ quan hệ khách hàng. Định kỳ, tổ chức đào tạo kỹ năng bán hàng theo các cấp độ: cán bộ Quan hệ khách hàng CRM, cán bộ đón tiếp khách hàng CSR, cán bộ dịch vụ khách hàng Teller, bao gồm: kỹ năng giao tiếp với khách hàng, giới thiệu, bán sản phẩm, phát triển và duy trì quan hệ với khách hàng, thu thập thông tin khách hàng...

Xây dựng bộ cẩm nang sản phẩm tiền gửi cá nhân dành cho cán bộ QHKKH và thường xuyên cập nhật các nội dung bộ cẩm nang này, trong đó có đánh giá, so sánh sản phẩm của Agribank với các đối thủ cạnh tranh để cán bộ QHKKH dễ dàng nắm được các đặc tính, vị trí của sản phẩm của Agribank để giới thiệu cho khách hàng

Tăng cường chiến lược tiếp thị và quảng cáo: Chi nhánh có thể đầu tư vào chiến lược tiếp thị hiệu quả để tăng khả năng nhận biết thương hiệu và thu hút khách hàng mới. Các chiến dịch quảng cáo có thể tập trung vào những đặc điểm độc đáo của Agribank như dịch vụ khách hàng tận tâm và các sản phẩm tài chính linh hoạt.

KẾT LUẬN

Huy động tiền gửi cá nhân là hình thức huy động vốn giàu tiềm năng nhất đối với các NHTM. Nguồn vốn huy động từ cá nhân có ưu điểm rất lớn là ổn định, ngân hàng biết trước được khoảng thời gian được dùng. Sau khi tiến hành thực hiện đề tài: **“Tăng cường huy động vốn tiền gửi cá nhân tại Agribank – chi nhánh Huyện A Lưới”**, đối chiếu với mục tiêu nghiên cứu đặt ra, khóa luận đã hoàn thành được các nhiệm vụ sau :

Một là, hệ thống hoá, phân tích và làm rõ những vấn đề cơ bản liên quan đến hoạt động huy động vốn tiền gửi cá nhân của NHTM. Từ đó thấy được sự cần thiết của việc phát triển nguồn vốn huy động từ tiền gửi cá nhân.

Hai là, trên cơ sở đánh giá thực trạng huy động vốn từ tiền gửi cá nhân, khóa luận đã làm rõ những kết quả đạt được cũng như hạn chế cần khắc phục; đồng thời chỉ ra những nguyên nhân khách quan và chủ quan của những hạn chế trong việc phát triển nguồn vốn huy động từ tiền gửi tiết kiệm Agribank – chi nhánh A Lưới .

Ba là, căn cứ lý luận, thực tiễn và định hướng phát triển của Agribank nói chung và Agribank chi nhánh A Lưới nói riêng, khóa luận đã đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển nguồn vốn huy động từ tiền gửi cá nhân tại Agribank chi nhánh A Lưới. Bên cạnh đó, khóa luận cũng đưa ra hệ thống các kiến nghị đối với Nhà nước, Ngân hàng Nhà nước và Agribank nhằm hỗ trợ cho việc thực hiện các giải pháp trên đạt hiệu quả cao.

Trong quá trình nghiên cứu, mặc dù tác giả đã có nhiều cố gắng, nhưng do trình độ nhận thức và sự hiểu biết về lĩnh vực nghiên cứu còn hạn chế; đề tài có liên quan đến nhiều các lĩnh vực hoạt động ngân hàng. Vì vậy, khóa luận không thể tránh khỏi những khuyết điểm, bất cập. Tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng góp, thầy giáo, cô giáo, đồng nghiệp để tác giả hoàn thiện đề tài hơn nữa.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Website ngân hàng : [Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam \(agribank.com.vn\)](http://Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (agribank.com.vn))
2. Báo cáo tổng hợp – Agribank - CN Huyện A Lưới năm 2021
3. Báo cáo tổng hợp – Agribank - CN Huyện A Lưới năm 2022
4. Báo cáo tổng hợp – Agribank - CN Huyện A Lưới năm 2023
5. Giáo trình quản trị ngân hàng thương mại-PGD. TS. Nguyễn Thị Mùi và THS Trần Cảnh Toàn
6. Sách nghiệp vụ Ngân hàng thương mại – TS Nguyễn Minh Kiều