

**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**  
**PHÂN HIỆU ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG TÀI KON TUM**



**PHANMAHA SATHAPHONE**

**BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP**

**NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI  
NGÂN HÀNG NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP  
VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM  
(AGRIBANK)**

**Kon Tum, tháng 7 năm 2021**

**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**  
**PHÂN HIỆU ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG TẠI KON TUM**



## **BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP**

# **NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI NGÂN HÀNG NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM (AGRIBANK)**

**GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN : Nguyễn Phi Điệp**

**SINH VIÊN THỰC HIỆN : Phamaha SATHAPHONE**

**LỚP : K11NH**

**MSSV : 17152340201032**

**Kon Tum, tháng 7 năm 2021**

## MỤC LỤC

|   |            |
|---|------------|
| <b>DANH MỤC SƠ ĐỒ .....</b>   | <b>iii</b> |
| <b>DANH MỤC BẢNG.....</b>   | <b>iii</b> |
| <b>DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT .....</b>  | <b>iv</b>  |
| <b>MỞ ĐẦU .....</b>   | <b>1</b>   |
| <b>1.Tính cấp thiết của đề tài .....</b>  | <b>1</b>   |
| <b>2. Mục tiêu nghiên cứu .....</b>   | <b>1</b>   |
| <b>3.Phạm vi và đối tượng nghiên cứu .....</b>  | <b>2</b>   |
| <b>4.Phương pháp nghiên cứu .....</b>   | <b>2</b>   |
| <b>5. Kết cấu .....</b>   | <b>2</b>   |
| <b>CHƯƠNG 1.NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI .....</b>                         | <b>3</b>   |
| <b>1.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI .....</b>   | <b>3</b>   |
| 1.1.1. Khái niệm Ngân hàng thương mại.....  | 3          |
| 1.1.2. Hoạt động cơ bản của ngân hàng thương mại .....  | 4          |
| <b>1.2. DỊCH VỤ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI .....</b>  | <b>7</b>   |
| 1.2.1. Khái niệm về dịch vụ ngân hàng.....  | 7          |
| 1.2.2. Đặc điểm của dịch vụ ngân hàng .....   | 8          |
| 1.2.3. Vai trò của dịch vụ ngân hàng trong nền kinh tế thị trường .....   | 9          |
| 1.2.4. Các dịch vụ ngân hàng chủ yếu.....   | 11         |
| <b>1.3. MỞ RỘNG VÀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CỦA NHTM.....</b>                                      | <b>16</b>  |
| 1.3.1. Quan niệm về chất lượng dịch vụ ngân hàng. ....  | 16         |
| 1.3.3. Sự cần thiết phải mở rộng và nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng. ....                                 | 17         |
| 1.3.4. Một số tiêu chí đo lường chất lượng dịch vụ ngân hàng .....  | 17         |
| <b>CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG DỊCH VỤ CỦA NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM ( AGRIBANK).....</b> | <b>20</b>  |
| <b>2.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM ( AGRIBANK).....</b>                | <b>20</b>  |
| 2.1.1. Sơ lược về lịch sử hình thành và phát triển.....   | 20         |
| 2.1.2. Cơ cấu tổ chức và chức năng, nhiệm vụ của Agribank.....  | 24         |
| <b>2.2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK.....</b>                                  | <b>27</b>  |
| 2.2.1. Dịch vụ huy động vốn.....  | 27         |
| 2.2.2. Dịch vụ tín dụng .....   | 29         |
| 2.2.3. Dịch vụ thanh toán.....  | 30         |
| 2.2.4. Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ .....  | 34         |
| 2.2.6. Dịch vụ kinh doanh chứng khoán.....  | 37         |
| <b>2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM.....</b> | <b>38</b>  |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.3.1. Kết quả đạt được.....  | 38        |
| 2.3.2. Những mặt còn hạn chế.....   | 40        |
| 2.3.3. Nguyên nhân.....   | 40        |
| <b>CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM.....</b>    | <b>43</b> |
| <b>3.1. CƠ SỞ ĐỂ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ .....</b>  | <b>43</b> |
| <b>3.2. MỤC TIÊU NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM.....</b>          | <b>44</b> |
| <b>3.3. ĐỊNH HƯỚNG NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG .....</b>  | <b>44</b> |
| 3.3.1. Định hướng phát triển dịch vụ huy động vốn.....  | 44        |
| 3.3.2. Định hướng phát triển dịch vụ tín dụng .....   | 45        |
| 3.3.3. Định hướng phát triển dịch vụ thanh toán.....  | 45        |
| 3.3.4. Định hướng phát triển dịch vụ kinh doanh ngoại tệ .....  | 46        |
| 3.3.5. Định hướng phát triển dịch vụ bảo lãnh.....  | 46        |
| 3.3.6. Định hướng phát triển dịch vụ kinh doanh chứng khoán .....   | 47        |
| 3.3.7. Định hướng phát triển các loại hình dịch vụ ngân hàng khác .....   | 47        |
| <b>3.4. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CỦA NGÂN HÀNG AGRIBANK.....</b>  | <b>48</b> |
| 3.4.1. Xây dựng và thực hiện chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng dài hạn.....   | 48        |
| 3.4.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực .....   | 49        |
| 3.4.3. Đổi mới nâng cấp công nghệ hiện đại và phù hợp.....  | 50        |
| 3.4.4. Đẩy mạnh công tác Marketing dịch vụ ngân hàng, tăng cường tiếp thị khách hàng.....                                 | 50        |
| 3.4.5. Nâng cao chất lượng sản phẩm, chú trọng phát triển sản phẩm mới.....   | 51        |
| 3.4.6. Đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ, phát triển các sản phẩm dịch vụ mới trên cơ sở ứng dụng công nghệ hiện đại. .... | 53        |
| 3.4.7. Xây dựng phong cách, văn hoá giao dịch của đội ngũ cán bộ .....  | 54        |
| <b>3.5. KIẾN NGHỊ.....</b>  | <b>55</b> |
| 3.5.1. Với Chính phủ và ngân hàng Nhà nước.....   | 55        |
| 3.5.2. Các biện pháp đồng bộ tại Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank). ....                  | 58        |
| <b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>   | <b>1</b>  |

## **DANH MỤC SƠ ĐỒ**

Sơ đồ 2. 1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại ngân hàng Agribank chi nhánh tại Kon Tum .....24

## **DANH MỤC BẢNG**

|  |    |
|--|----|
| Bảng 2. 1: Tình hình huy động vốn tại thị trường I của Agribank năm 2017, 2018 và 2019 ..... | 28 |
| Bảng 2. 2: Tình hình huy động vốn tại thị trường II của Agribank năm 2017, 2018 và 2019..... | 28 |
| Bảng 2. 3: Các khoản cho vay của Ngân hàng theo đối tượng.....                               | 30 |
| Bảng 2. 4: Vốn của Ngân hàng và các tỉ lệ an toàn vốn năm 2017, 2018 và 2019 .....           | 30 |
| Bảng 2. 5: Doanh thu từ phí hoạt động dịch vụ thanh toán năm 2017, 2018 và 2019 .....        | 31 |
| Bảng 2. 6: Doanh thu từ dịch vụ KDNT năm 2017, 2018 và 2019.....                             | 35 |
| Bảng 2. 7: Doanh thu từ dịch vụ Bảo lãnh năm 2017, năm 2018 và 2019.....                     | 36 |
| Bảng 2. 8: Các khoản đầu tư chứng khoán của Agribank năm 2017, năm 2018 và năm 2019.....     | 37 |

## DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

| DẠNG VIẾT TẮT | DẠNG ĐẦY ĐỦ   |
|---------------|---|
| BL            | Bảo lãnh  |
| CBNV          | Cán bộ nhân viên  |
| CNTT          | Công nghệ thông tin                                     |
| DV            | Dịch vụ   |
| DVNH          | Dịch vụ ngân hàng                                       |
| ĐHCĐ          | Đại hội cổ đông   |
| ĐTLNH         | Thanh toán điện tử liên Ngân hàng                       |
| GÂTS          | Hiệp định chung về thương mại dịch vụ                   |
| GTCG          | Giấy tờ có giá  |
| HĐQT          | Hội đồng quản trị                                       |
| IBPS          | Hệ thống điện tử liên ngân hàng                         |
| KDNT          | Kinh doanh ngoại tệ                                     |
| AGRIBANK      | Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam  |
| NHNN          | Ngân hàng Nhà nước                                      |
| NHTM          | Ngân hàng thương mại                                    |
| TCTD          | Tổ chức tín dụng  |
| TPDN          | Trái phiếu doanh nghiệp                                 |
| TSCĐ          | Tài sản cố định   |
| TTTT          | Trung tâm thanh toán                                    |
| UNC           | Ủy nhiệm chi  |
| VID           | Tập đoàn đầu tư phát triển Việt Nam                     |
| WB            | Ngân hàng thế giới                                      |
| WTO           | Tổ chức thương mại thế giới ( World Trade Organization) |

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong xu thế hội nhập và phát triển, Việt Nam đã chính thức gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) - Tổ chức Thương mại đa phương lớn nhất toàn cầu. Ngành ngân hàng là một trong những lĩnh vực được mở cửa mạnh mẽ và phát triển nhất, nó là một kênh trung gian chuyển tải vốn ra thị trường và điều chỉnh nguồn vốn của thị trường. Hội nhập WTO, thị trường tài chính - tiền tệ Việt Nam cũng là một sân chơi chung cho các Tổ chức Tín dụng trong và ngoài nước, và từ đó, các ngân hàng nước ngoài sẽ được thiết lập sự hiện diện thương mại của mình tại Việt Nam. Một hệ thống cạnh tranh mới về dịch vụ cũng được khẳng định và chiếm lĩnh, các quan hệ thương mại theo đó sẽ trở nên ngày càng phát triển và đa dạng. Điều này đã đặt ra những đòi hỏi và thách thức đối với các ngân hàng thương mại trong nước.

Trong giai đoạn hiện nay, hệ thống các ngân hàng thương mại Việt Nam đang từng bước thiết chế cho mình các mạng lưới, đổi mới các hình thức hoạt động, đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ nhằm nâng cao sức cạnh tranh để có thể đứng vững trên thị trường. Đối với một ngân hàng hiện đại và phát triển như nước ngoài, hoạt động dịch vụ phát triển rất mạnh, nguồn thu từ hoạt động dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn và ảnh hưởng nhất định đến ngân hàng. Trong khi đó, đối với các ngân hàng thương mại Việt Nam, thu chủ yếu vẫn tập trung vào các hoạt động truyền thống như cho vay, bảo lãnh, tiền gửi. Nguồn thu từ các dịch vụ rất khiêm tốn trong tổng thu của ngân hàng, trong khi, hoạt động tín dụng và bảo lãnh lại là hoạt động có nhiều rủi ro và rủi ro cao. Bởi vậy, phát triển dịch vụ ngân hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam là một chiến lược đúng đắn và cần thiết.

Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) là một trong những ngân hàng thương mại ở Việt Nam. Tuy vậy, hiện nay trước bối cảnh thực hiện lộ trình mở cửa hội nhập kinh tế quốc tế thì quả thực hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam nói chung và Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) nói riêng sẽ phải đối mặt với nhiều thách thức lớn. Năng lực cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh, đặc biệt là các dịch vụ Ngân hàng hết sức hạn chế. Chính vì vậy, bằng cách nào, biện pháp nào, và giải pháp nào để nhanh chóng phát triển trong thị trường tiềm năng nhưng cũng chịu sức ép cạnh tranh lớn này đang là bài toán lớn mà các ngân hàng thương mại ở Việt Nam nói chung và Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) nói riêng cần có lời giải.

Nằm trong khối các ngân hàng thương mại, Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) cũng đang trong quá trình tìm kiếm những giải pháp tốt nhất để có thể phát triển hơn nữa thị trường tiềm năng này.

Xuất phát từ nhận thức nói trên, tôi đã chọn đề tài: “*Nâng cao chất lượng dịch vụ tại ngân hàng Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank)*”.

### 2. Mục tiêu nghiên cứu

- Làm rõ những vai trò, nội dung cơ bản của các loại hình dịch vụ ngân hàng tại Ngân hàng thương mại.

- Tiến hành phân tích thực trạng tại Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam ( Agribank).

- Kiến nghị một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ tại Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) trong thời gian tới.

### **3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu**

- Các loại hình của dịch vụ chủ yếu của ngân hàng thương mại

- Hoạt động dịch vụ của Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) trong những năm gần đây.

### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Sử dụng các phương pháp nghiên cứu thống kê, kết hợp giữa lý luận và tình hình thực tế hoạt động của Ngân hàng. Đồng thời vận dụng phương pháp duy vật biện chứng, duy vật lịch sử, phương pháp tổng hợp số liệu, phương pháp so sánh, phương pháp đánh giá báo cáo tổng kết để đưa ra nhận định và giải pháp.

### **5. Kết cấu**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, các phụ lục, bảng biểu và các tài liệu tham khảo, luận văn được trình bày trong 03 chương:

Chương I: Những vấn đề cơ bản về dịch vụ ngân hàng của ngân hàng thương mại

Chương II: Thực trạng hoạt động dịch vụ của ngân hàng Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam ( Agribank).

Chương III: Giải pháp phát triển dịch vụ của Ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam.



# CHƯƠNG 1

## NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

### 1.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

#### 1.1.1. Khái niệm Ngân hàng thương mại

Lịch sử hình thành và phát triển của ngân hàng gắn liền với lịch sử phát triển của nền sản xuất hàng hóa. Quá trình phát triển kinh tế là điều kiện đòi hỏi sự phát triển của ngân hàng và sự phát triển của hệ thống ngân hàng trở thành động lực thúc đẩy phát triển kinh tế.

Nghề ngân hàng bắt đầu với nghiệp vụ đổi tiền hoặc đúc tiền của các thợ vàng và những người cho vay nặng lãi. Mỗi quốc gia lưu hành một loại tiền riêng, để phục vụ việc trao đổi hàng hóa và giao lưu quốc tế đã hình thành yêu cầu đúc và đổi tiền tại các cửa khẩu hoặc trung tâm thương mại. Trong điều kiện lưu thông tiền kim loại (bạc hoặc vàng), các chủ cửa hàng vàng bạc vừa đổi tiền, thanh toán hộ, vừa đúc tiền. Một số người cho vay nặng lãi cũng thực hiện cả nghiệp vụ đổi tiền, giữ tiền và thanh toán hộ. Những hoạt động đó hình thành nên những hoạt động ngân hàng sơ khai đầu tiên.

Ngân hàng là một loại hình tổ chức quan trọng đối với nền kinh tế. Các ngân hàng có thể được định nghĩa qua chức năng, các dịch vụ hoặc vai trò mà chúng thể hiện trong nền kinh tế.

Tuy nhiên chúng ta có thể xem xét một số khái niệm về ngân hàng như sau:

- Ngân hàng là tổ chức tài chính cung cấp một danh mục các dịch vụ tài chính đa dạng nhất, đặc biệt là tiết kiệm, dịch vụ thanh toán và thực hiện nhiều chức năng tài chính nhất so với bất kỳ một tổ chức kinh doanh nào trong nền kinh tế.

- NHTM là doanh nghiệp đặc biệt, kinh doanh trong lĩnh vực tiền tệ, tín dụng với hoạt động thường xuyên là nhận tiền gửi, sử dụng số tiền này để cấp tín dụng và cung ứng các dịch vụ có liên quan đến tiền tệ. Một tổ chức cung ứng vốn chủ yếu và hữu hiệu của nền kinh tế.

Tại Việt Nam, khái niệm NHTM được hiểu thông qua điều 20 Luật các tổ chức tín dụng được Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam thông qua ngày 11/12/1997 và được sửa đổi năm 2004 như sau: “Ngân hàng là loại hình TCTD được thực hiện toàn bộ hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác có liên quan. Theo tính chất và mục tiêu hoạt động, các loại hình ngân hàng gồm NHTM, ngân hàng phát triển, ngân hàng đầu tư, ngân hàng chính sách, ngân hàng hợp tác và các loại hình ngân hàng khác” và “Hoạt động ngân hàng là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng với nội dung thường xuyên là nhận tiền gửi và sử dụng số tiền này để cấp tín dụng và cung ứng các dịch vụ thanh toán”.

#### ***Chức năng của NHTM:***

- Thực hiện chức năng trung gian tài chính, ngân hàng thương mại đóng vai trò là “cầu nối” giữa người dư thừa vốn và người cần vốn. Thông qua việc huy động các khoản vốn tiền tệ tạm thời nhàn rỗi trong nền kinh tế, ngân hàng thương mại hình thành nên quỹ

cho vay để cung cấp tín dụng cho nền kinh tế. Với chức năng này, ngân hàng vừa đóng vai trò là người đi vay vừa đóng vai trò là người cho vay. Với chức năng trung gian tài chính, ngân hàng thương mại đã góp phần tạo lợi ích cho tất cả các bên tham gia, bao gồm người gửi tiền, ngân hàng và người đi vay, đồng thời thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế. Trung gian tài chính được xem là chức năng quan trọng nhất của NHTM vì nó phản ánh bản chất của NHTM là đi vay để cho vay, nó quyết định sự tồn tại và phát triển của ngân hàng, đồng thời là cơ sở để thực hiện các chức năng khác.

- NHTM là trung gian thanh toán khi nó thực hiện thanh toán theo yêu cầu của khách hàng như trích tiền gửi từ tài khoản của họ để thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ hoặc nhập vào tài khoản tiền gửi của khách hàng tiền thu bán hàng và các khoản thu khác theo lệnh của họ. Việc các ngân hàng thương mại thực hiện chức năng trung gian thanh toán có ý nghĩa rất to lớn đối với toàn bộ nền kinh tế. Với chức năng này, các NHTM cung cấp cho khách hàng nhiều phương tiện thanh toán thuận lợi như séc, ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu, thẻ rút tiền, thẻ thanh toán, thẻ tín dụng... Đối với NHTM chức năng này góp phần tăng thêm lợi nhuận cho ngân hàng thông qua việc thu phí thanh toán. Thêm nữa, nó lại làm tăng nguồn vốn cho vay của ngân hàng.

- Thông qua chức năng trung gian tín dụng, ngân hàng sử dụng số tiền vốn huy động được để cho vay, số tiền cho vay lại được khách hàng sử dụng để thanh toán chuyển khoản cho nhà cung cấp ở ngân hàng khác. Từ một khoản tiền gửi ban đầu thông qua cho vay bằng chuyển khoản trong hệ thống NHTM, số tiền gửi đã tăng lên gấp bội so với lượng tiền gửi ban đầu. Khả năng tạo tiền của NHTM phụ thuộc vào các yếu tố như tỷ lệ dự trữ bắt buộc, tỷ lệ dư thừa giữa tiền mặt và tiền gửi thanh toán.

### **1.1.2. Hoạt động cơ bản của ngân hàng thương mại**

#### ***a. Nhận tiền gửi***

Để huy động vốn, các ngân hàng đã cung cấp rất nhiều loại tiền gửi khác nhau cho khách hàng lựa chọn. Mỗi công cụ huy động tiền gửi mà các ngân hàng đưa ra đều có những đặc điểm riêng biệt nhằm làm cho chúng phù hợp hơn với nhu cầu của khách hàng trong việc tiết kiệm và thực hiện thanh toán. Căn cứ vào nguồn hình thành, vốn tiền gửi của ngân hàng thương mại bao gồm tiền gửi của tổ chức kinh tế, tiền gửi của dân cư và tiền gửi khác.

- Tiền gửi của tổ chức kinh tế, Trong quá trình sản xuất kinh doanh, các tổ chức kinh tế thường có một bộ phận vốn nhàn rỗi tạm thời như: Khấu hao đã trích nhưng chưa đến lúc sử dụng; Tiền thu bán hàng chưa phải mua nguyên liệu, trả lương; Các quỹ đầu tư phát triển, phúc lợi, khen thưởng đã trích nhưng chưa sử dụng đến... Để đảm bảo an toàn tài sản và đồng vốn vẫn sinh lời, các tổ chức kinh tế có thể gửi số vốn đó vào ngân hàng. Hoặc để thuận tiện cho quá trình sử dụng vốn, đơn vị có thể thanh toán qua ngân hàng cũng như sử dụng các dịch vụ ngân hàng khác. Khi đó, họ cần phải gửi vốn vào ngân hàng. Tổ chức kinh tế có thể gửi vốn vào ngân hàng dưới hình thức: Tiền gửi không kỳ hạn và tiền gửi có kỳ hạn với các kỳ hạn khác nhau. Đồng thời ngân hàng sẽ mở cho đơn vị các tài khoản tương ứng để thuận tiện trong việc sử dụng.

**Tiền gửi không kỳ hạn:** Tiền gửi không kỳ hạn là loại tiền gửi mà người gửi có thể rút tiền ra bất kỳ lúc nào và ngân hàng luôn có nghĩa vụ phải thỏa mãn các nhu cầu đó. Loại tiền gửi này có mục đích chính là để thanh toán.

**Tiền gửi có kỳ hạn:** Tiền gửi có kỳ hạn là loại tiền gửi có sự thỏa thuận về thời gian rút tiền. Về nguyên tắc, người gửi chỉ có thể rút tiền theo thời hạn thỏa thuận, nhưng trên thực tế để thu hút loại tiền gửi này với kỳ hạn dài, các ngân hàng thường cho phép rút tiền trước thời hạn nhưng khách hàng chỉ được hưởng lãi suất không kỳ hạn hoặc hưởng mức lãi suất tương ứng theo loại kỳ hạn nhất định do ngân hàng quy định. Nguồn vốn này có tính ổn định cao, ngân hàng chủ động trong quá trình sử dụng. Vì vậy, để có thể thu hút nhiều hơn loại tiền gửi này, các ngân hàng thường đưa ra nhiều loại kỳ hạn khác nhau phù hợp với thời gian vốn nhàn rỗi ở các đơn vị, mỗi kỳ hạn có một mức lãi suất tương ứng theo nguyên tắc kỳ hạn càng dài lãi suất càng cao.

- **Tiền gửi của dân cư,** Tiền gửi của dân cư là một bộ phận thu nhập bằng tiền của các tầng lớp dân cư trong xã hội gửi vào ngân hàng nhằm mục đích tiết kiệm, kiếm lời và để thanh toán. Tiền gửi của dân cư bao gồm hai loại:

**Tiền gửi tiết kiệm:** Đây là hình thức huy động vốn truyền thống của ngân hàng. Với loại tiền gửi này, người gửi được ngân hàng giao cho một sổ tiết kiệm, trong thời gian gửi tiền, sổ tiết kiệm có thể dùng làm vật cầm cố hoặc được chiết khấu để vay vốn ngân hàng.

**Tiền gửi thanh toán:** Các cá nhân trong xã hội cũng có nhu cầu và được pháp luật cho phép thực hiện thanh toán qua ngân hàng. Khi đó họ cũng mở tài khoản tiền gửi thanh toán tại ngân hàng và gửi tiền vào đó để đáp ứng các nhu cầu thanh toán cũng như để sử dụng các tiện ích khác có liên quan của ngân hàng.

- Tiền gửi khác: Ngoài hai loại tiền gửi nói trên tại NHTM còn có thêm các khoản tiền gửi khác như: Tiền gửi của TCTD khác; Tiền gửi của Kho bạc Nhà nước; Tiền gửi của các tổ chức đoàn thể, xã hội...

### **b. Cho vay**

Cho vay là một mặt của hoạt động tín dụng ngân hàng, thông qua hoạt động cho vay ngân hàng thực hiện điều hòa vốn trong nền kinh tế dưới hình thức phân phối nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi huy động được từ trong xã hội để đáp ứng nhu cầu về vốn phục vụ sản xuất kinh doanh và đời sống.

Cho vay là quyền của NHTM với tư cách là người cho vay yêu cầu khách hàng của mình- người đi vay muốn vay được vốn phải tuân thủ những điều kiện nhất định, những điều kiện này là cơ sở ràng buộc về mặt pháp lý đảm bảo cho người cho vay có thể thu hồi được vốn (gốc+ lãi) sau một thời gian nhất định.

Mặt khác cho vay là sự chuyển nhượng tạm thời một lượng giá trị từ người sở hữu sang người sử dụng, sau một thời gian nhất định lại quay về với lượng giá trị lớn hơn lượng giá trị ban đầu

Qua các khái niệm trên cho thấy bản chất của cho vay là một giao dịch về tiền hoặc tài sản trên cơ sở có hoàn trả mà thực chất là sự vay mượn dựa trên cơ sở tin tưởng, tín

nhiệm lẫn nhau. Trong đó sự hoàn trả là đặc trưng thuộc về bản chất của cho vay, là nguyên tắc để phân biệt phạm trù cho vay với cấp phát của NSNN.

- *Phân loại cho vay của ngân hàng thương mại*: Trong nền kinh tế thị trường, hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại rất đa dạng và phong phú với nhiều hình thức khác nhau. Việc áp dụng từng loại cho vay tùy thuộc vào đặc điểm kinh tế của đối tượng sử dụng vốn tín dụng nhằm sử dụng và quản lý tín dụng có hiệu quả và phù hợp với sự vận động cũng như đặc điểm kinh tế khác nhau của đối tượng tín dụng.

Để quản lý và sử dụng có hiệu quả vốn tín dụng, cần thiết phải phân loại cho vay.

Phân loại cho vay là việc sắp xếp các khoản cho vay theo từng nhóm dựa trên một số tiêu thức nhất định. Nếu việc phân loại cho vay có cơ sở khoa học sẽ là tiền đề để thiết lập các quy trình cho vay thích hợp và nâng cao hiệu quả quản trị rủi ro tín dụng.

Có nhiều hình thức phân loại cho vay, tuy nhiên trên thực tế, người ta thường phân loại cho vay theo các tiêu thức sau: Phân loại theo thời hạn cho vay; Phân loại theo đối tượng cho vay; phân loại theo mục đích sử dụng vốn; phân loại theo xuất xứ tín dụng; phân loại theo hình thức bảo đảm tiền vay; phân loại theo phương pháp hoàn trả...

### ***c. Các hoạt động dịch vụ khác***

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, NHTM với vai trò là một trung gian tài chính ngày càng mở rộng các hoạt động của mình. Các NHTM tiến hành nhiều loại hình hoạt động nhằm mục đích đa dạng hóa các hoạt động, phân tán rủi ro, tăng lãi, tận dụng lợi thế là một trung gian tài chính. Một số hoạt động dịch vụ ngân hàng thực hiện ngoài nghiệp vụ huy động và cho vay đó là:

- *Dịch vụ thanh toán trong nước*: Là chỉ các nghiệp vụ chi trả tiền hàng, dịch vụ, chuyển tiền và các khoản thanh toán khác giữa các tác nhân trong phạm vi một quốc gia được thực hiện thông qua hệ thống ngân hàng.

- *Dịch vụ thanh toán quốc tế*: Là việc thực hiện chi trả bằng tiền liên quan đến các dịch vụ thương mại giữa các tổ chức và cá nhân nước này với các tổ chức và cá nhân nước khác hay giữa một quốc gia với các tổ chức quốc tế thông qua quan hệ giữa các NH của các nước liên quan.

- *Kinh doanh ngoại tệ*: Sự phát triển của ngoại thương và thanh toán quốc tế đã thúc đẩy sự tham gia ngày càng nhiều của các doanh nghiệp, cá nhân vào thị trường ngoại hối. Vì vậy các hoạt động kinh doanh ngoại tệ của ngân hàng thương mại ngày càng có vị trí quan trọng hơn. Với một thị trường liên tục và mang tính quốc tế như thị trường ngoại hối, để đảm bảo sự thống nhất và nhanh chóng trong các giao dịch, ngân hàng cũng như bất cứ một ai tham gia vào thị trường này đều cần hiểu một số quy ước của thị trường theo thông lệ quốc tế.

- *Dịch vụ bảo lãnh*: Bảo lãnh ngân hàng là một dạng dịch vụ ngân hàng hiện đại, xuất hiện vào giữa những năm 60 ở một thị trường nội địa nước Mỹ. Sau đó, vào đầu những năm 70, bảo lãnh bắt đầu được sử dụng trong các giao dịch thương mại quốc tế. Từ đó đến nay, dịch vụ bảo lãnh được ứng dụng rộng rãi trong các loại giao dịch.

- *Dịch vụ kinh doanh chứng khoán*: Nghiệp vụ kinh doanh chứng khoán rất đa dạng và phong phú, nó mang nhiều đặc trưng riêng và có không ít rủi ro. Thực hiện nghiệp vụ này, ngân hàng phải tổ chức những bộ phận kinh doanh riêng hoặc có thể thành lập công ty chứng khoán phụ thuộc. Thực hiện các hoạt động đầu tư chứng khoán, Ngân hàng sử dụng vốn để nắm giữ các chứng khoán với nhiều mục đích khác nhau như: đảm bảo sự đa dạng trong sử dụng vốn nhằm phân tán rủi ro, nâng cao hiệu suất sử dụng vốn, tăng thêm thu nhập.

- *Một số dịch vụ khác như*: dịch vụ thông tin, tư vấn; dịch vụ ủy thác;...

## **1.2. DỊCH VỤ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

### **1.2.1. Khái niệm về dịch vụ ngân hàng**

Hiện nay chưa có định nghĩa thống nhất về dịch vụ. Tính đa dạng, phức tạp, vô hình của các loại hình dịch vụ làm cho việc thống nhất khái niệm dịch vụ trở nên khó khăn. Không chỉ ở Việt Nam mà trên thế giới mỗi quốc gia đều có những cách hiểu về dịch vụ khác nhau, chính vì vậy trong hiệp định chung về thương mại dịch vụ (GATS) của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) cũng không đưa ra khái niệm về dịch vụ mà thay vào đó là sự liệt kê dịch vụ thành 12 ngành lớn gồm 155 phân ngành. Còn trong từ điển bách khoa Việt Nam giải thích: dịch vụ là các hoạt động phục vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu sản xuất kinh doanh và sinh hoạt.

Trên thế giới vấn đề dịch vụ ngân hàng được hiểu theo nghĩa rộng, tức là toàn bộ hoạt động tiền tệ, tín dụng, thanh toán, ngoại hối... của ngân hàng đối với doanh nghiệp và công chúng.

Ở Việt Nam, trong Luật các TCTD năm 1997 cụm từ “dịch vụ ngân hàng” cũng đề cập tại khoản 1 và khoản 7 điều 20 nhưng không có định nghĩa cụ thể “Khoản 1. Tổ chức tín dụng là doanh nghiệp được thành lập theo quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật để hoạt động ngân hàng”. “Khoản 7. Hoạt động ngân hàng là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng với nội dung thường xuyên là nhận tiền gửi và sử dụng số tiền này để cấp tín dụng và cung ứng dịch vụ thanh toán”. Một số điều khác của Luật này có nhắc tới các loại hình dịch vụ ngân hàng như dịch vụ ngân quỹ (điều 67), dịch vụ bảo hiểm (điều 74), dịch vụ tư vấn (điều 75) và các dịch vụ khác liên quan đến hoạt động ngân hàng (điều 76).

Ngay cả trong dự thảo Luật TCTD (điều 4, khoản 11) và dự thảo Luật Ngân hàng Nhà nước (điều 8, khoản 1) đều quy định “Hoạt động ngân hàng là việc kinh doanh, cung ứng thường xuyên một trong các nghiệp vụ sau đây dưới mọi hình thức: (a) Nhận tiền gửi; (b) Cấp tín dụng; (c) Cung ứng dịch vụ thanh toán”.

Theo định nghĩa của Tổ chức thương mại thế giới (WTO): Dịch vụ tài chính là bất cứ dịch vụ nào có tính chất tài chính do một nhà cung cấp dịch vụ tài chính của một thành viên thực hiện. Dịch vụ tài chính bao gồm dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ liên quan đến bảo hiểm, dịch vụ ngân hàng và dịch vụ tài chính khác. Như vậy, dịch vụ ngân hàng là một bộ phận cấu thành của dịch vụ tài chính.

Như vậy ở Việt Nam, việc phân biệt rõ ràng thế nào là dịch vụ ngân hàng vẫn chưa có một khái niệm chính thức. Có nhiều ý kiến cho rằng tất cả các hoạt động nghiệp vụ của NHTM (hoạt động tín dụng, tiền tệ, ngoại hối...) đều được coi là hoạt động dịch vụ. Quan điểm này được hình thành trên quan điểm của thế giới khi dịch vụ ngân hàng được hiểu theo nghĩa rộng, tức là toàn bộ hoạt động tiền tệ, tín dụng, thanh toán, ngoại hối... của ngân hàng đối với doanh nghiệp và công chúng.

Nhưng cũng có ý kiến cho rằng hoạt động dịch vụ ngân hàng không thuộc phạm vi hoạt động tín dụng (như huy động tiền gửi và cho vay) hay nói cách khác là những hoạt động phi tín dụng có khả năng sinh lời cho ngân hàng được gọi là hoạt động dịch vụ. Theo quan điểm này cạnh tranh về dịch vụ giữa các ngân hàng không xét đến những hoạt động truyền thống như: nhận tiền gửi, cho vay, việc mà bất cứ ngân hàng nào cũng có thể làm được. Khi nói đến dịch vụ người ta sẽ nghĩ ngay đến khả năng cung ứng những sản phẩm dịch vụ thuần túy như thanh toán, dịch vụ thẻ, dịch vụ thanh toán hóa đơn, dịch vụ ngân hàng qua mạng...

### **1.2.2. Đặc điểm của dịch vụ ngân hàng**

Giống như các loại hình dịch vụ khác, dịch vụ ngân hàng cũng mang những đặc trưng cơ bản sau:

*Tính vô hình:* Đây là đặc điểm cơ bản để phân biệt sản phẩm dịch vụ ngân hàng với các sản phẩm của các ngành sản xuất khác. Cũng giống như các dịch vụ khác, dịch vụ ngân hàng cũng không có hình thái vật chất cụ thể. Khách hàng tiếp nhận và tiêu dùng dịch vụ ngân hàng thông qua hoạt động giao tiếp, tiếp nhận thông tin và kết quả là nhu cầu được đáp ứng. Cũng có một điểm đặc biệt là khách hàng chỉ có thể đánh giá được chất lượng dịch vụ sau khi đã mua và sử dụng chúng. Dịch vụ ngân hàng cũng có điểm khác hàng hóa vật chất ở chỗ không có sản phẩm dở dang, không lưu trữ được.

*Tính đồng thời:* Dịch vụ ngân hàng có đặc điểm này là do việc cung ứng và tiêu dùng dịch vụ luôn xảy ra đồng thời, không tách rời nhau. Dịch vụ ngân hàng chỉ được cung ứng khi khách hàng có nhu cầu sử dụng đáp ứng một số điều kiện nhất định của nhà cung cấp là ngân hàng. Điều này sẽ ảnh hưởng tới việc xác định giá cả dịch vụ nhằm đảm bảo lợi ích của cả hai bên. Các ngân hàng càng dày công nghiên cứu để đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng thì sẽ càng thu hẹp được khoảng cách giữa việc cung ứng và tiêu dùng dịch vụ ngân hàng. Kết quả là ngân hàng sẽ ngày càng có nhiều khách hàng hơn và kèm theo là thu nhập của ngân hàng tăng lên.

*Tính không ổn định và khó xác định khối lượng:* Là một loại hình dịch vụ tài chính, dịch vụ ngân hàng do đó sẽ chịu rất nhiều tác động từ các yếu tố của môi trường kinh doanh. Trong điều kiện nền kinh tế phát triển theo xu hướng hội nhập, thì sự biến động của các yếu tố thuộc môi trường kinh doanh càng lớn và rất khó có thể lường trước. Chất lượng của các dịch vụ ngân hàng cũng chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố cả về yếu tố khách quan như trình độ thụ hưởng dịch vụ của khách hàng, thói quen, tập quán... đến các yếu tố chủ quan như uy tín, vị thế của ngân hàng cung cấp dịch vụ, trình độ của cán

bộ, chính sách marketing...Do vậy có thể nói dịch vụ ngân hàng là loại dịch vụ có tính không ổn định và khó xác định được khối lượng chính xác.

### **1.2.3. Vai trò của dịch vụ ngân hàng trong nền kinh tế thị trường.**

DVNH là loại hình dịch vụ chất lượng cao, đòi hỏi một trình độ hiểu biết nhất định của nhà cung cấp dịch vụ và khách hàng. Phát triển DVNH có vai trò quan trọng đối với mỗi NH, đối với khách hàng và đối với nền kinh tế. Vai trò của DVNH được thể hiện cụ thể như sau:

#### ***a. Đối với nền kinh tế***

DVNH là loại hình chất lượng cao do hàm lượng chất xám kết tinh cao, đòi hỏi sự am hiểu nhất định của cả nhà cung cấp dịch vụ và khách hàng sử dụng. Vì thế, DVNH luôn có vai trò quan trọng đối với nền kinh tế quốc dân, là động lực để thúc đẩy nền kinh tế phát triển theo hướng kinh tế tri thức.

Góp phần tăng cường sự luân chuyển của dòng vốn trong nền kinh tế và tính ổn định của hệ thống tài chính.

DVNH là loại dịch vụ có vai trò quan trọng đối với nền kinh tế quốc dân. Các dịch vụ do ngân hàng cung cấp có tác động lớn tới tổng thể các lĩnh vực khác nhau của nền kinh tế, từ nông nghiệp, công nghiệp, thương mại, dịch vụ, xuất khẩu. Thông qua DVNH, NHTM đưa nguồn vốn đầu tư tới nơi sử dụng hiệu quả nhất, hỗ trợ các doanh nghiệp cũng như các cá nhân trong hoạt động sản xuất kinh doanh và tiêu dùng. Từ đó, làm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, tạo điều kiện cho nhiều ngành sản xuất khác nhau trong nền kinh tế phát triển, góp phần tăng trưởng kinh tế.

DVNH ngày càng được ứng dụng nhiều thành tựu công nghệ thông tin. Các DVNH đang phát triển như dịch vụ thẻ, dịch vụ SMS banking, dịch vụ internet banking... với các trang thiết bị công nghệ hiện đại về máy tính, điện thoại, hệ thống mạng đòi hỏi các nhà cung cấp và khách hàng phải có một trình độ hiểu biết nhất định mới có thể sử dụng và vận hành. Mặt khác, DVNH là loại dịch vụ tạo ra được những giá trị gia tăng cao, là một trong những đặc điểm của nền kinh tế tri thức.

Mặt khác, ở một góc độ nào đó thì phát triển dịch vụ ngân hàng còn được coi là góp phần đẩy mạnh quá trình minh bạch hóa tài chính trong nền kinh tế, tiết kiệm chi phí lưu thông cho xã hội, nâng cao tỷ trọng thanh toán không dùng tiền mặt, đóng góp tích cực vào việc ngăn chặn các tệ nạn kinh tế xã hội như: tham nhũng, trốn thuế, rửa tiền, tạo điều kiện cho Ngân hàng Nhà nước (NHNN) trong việc điều hành chính sách tiền tệ, lành mạnh hóa nền kinh tế, thúc đẩy nền kinh tế quốc gia hội nhập vào nền kinh tế thế giới ngày càng sâu rộng hơn.

Ngày nay, xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế đã được coi là tất yếu. Trong xu hướng đó, từng quốc gia không ngừng khai thác nguồn lực của mình, chủ động hội nhập vào nền kinh tế chung của khu vực và thế giới. NH được coi là một định chế tài chính, có vai trò đặc biệt quan trọng trong nền kinh tế của mỗi quốc gia và đóng góp vào sự phát triển kinh tế thế giới.

### ***b. Đối với ngân hàng***

- Tiết kiệm chi phí và thời gian: NH với chức năng là trung gian thanh toán, hoạt động dịch vụ của NH sẽ giúp khách hàng tiết kiệm được chi phí và thời gian trong quá trình sản xuất và tiêu dùng, làm tăng vòng quay của vốn, tạo điều kiện thúc đẩy sản xuất và lưu thông hàng hóa. DVNH là một loại hình dịch vụ đặc biệt, được sự hỗ trợ về mặt công nghệ hiện đại sẽ giúp cho các giao dịch của khách hàng được thực hiện, xử lý nhanh chóng và chính xác. Khách hàng sẽ không phải mất thời gian đi lại, chờ đợi, khách hàng có thể tiếp cận với bất cứ giao dịch nào của NH vào bất cứ thời điểm nào hoặc bất cứ nơi nào họ muốn.

- Tiếp nhận thông tin nhanh và hiệu quả: Thông qua các dịch vụ do ngân hàng cung cấp, khách hàng có thể nhận được những thông tin đáng tin cậy, nhanh chóng như về tỷ giá, lãi suất, thông tin về tài khoản... để từ đó đưa ra những quyết định kinh doanh chính xác và kịp thời.

- Nâng cao trình độ thụ hưởng dịch vụ của khách hàng: DVNH được cung cấp nhằm để thỏa mãn các nhu cầu tiêu dùng khác nhau của khách hàng. DVNH là loại dịch vụ cần có một sự hiểu biết, kiến thức nhất định của người tiêu dùng, nên phát triển DVNH góp phần nâng cao trình độ thụ hưởng dịch vụ của khách hàng trong nền kinh tế.

- Giữ vai trò cốt yếu trong việc đa dạng hóa hoạt động ngân hàng, thu hút và mở rộng khách hàng: Trong điều kiện cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, để thỏa mãn ngày càng tốt hơn các nhu cầu của khách hàng, các NHTM phải không ngừng mở rộng, nâng cao chất lượng dịch vụ cũng như đa dạng hóa các sản phẩm DVNH. Có thể nói khách hàng là nhân tố quyết định thành công của tất cả các NHTM. Mở rộng đối tượng khách hàng luôn là mục tiêu của bất cứ ngân hàng nào. Với việc cung cấp nhiều loại hình dịch vụ khác nhau, NH sẽ có thêm cơ sở để giữ khách hàng truyền thống, thu hút được thêm nhiều khách hàng mới, mở rộng thị phần hoạt động của NH.

- Tạo nguồn thu ổn định, góp phần phát triển lợi nhuận cho hoạt động của ngân hàng: NH là một ngành cung ứng dịch vụ đặc biệt cho nền kinh tế, sự phát triển và tồn tại của ngân hàng gắn liền với sự phát triển của các hoạt động dịch vụ do NH cung cấp. Những biến đổi sâu sắc của ngành NH thời gian gần đây đã cho thấy, chính sự đa dạng của các sản phẩm dịch vụ cũng như chất lượng dịch vụ được cung cấp đã thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ của ngành ngân hàng. Hoạt động cung cấp dịch vụ ngân hàng đem lại cho NH những khoản thu nhập nhất định, góp phần làm tăng lợi nhuận cho ngân hàng.

- Là yếu tố tạo ra sự khác biệt, nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngân hàng: Thông qua việc mở rộng, nâng cao chất lượng dịch vụ, các NH có thể tạo ra sự khác biệt nhất định trong hoạt động cung cấp dịch vụ của mình, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngân hàng. Bởi lẽ, ngày nay, các NH cạnh tranh với nhau không chỉ về các yếu tố định lượng như lãi suất, phí, số lượng các loại hình dịch vụ cung cấp mà còn cạnh tranh nhau ở những lĩnh vực định tính như chất lượng các loại dịch vụ, thái độ phục vụ và chăm sóc khách hàng.



- Thúc đẩy quan hệ hợp tác, hội nhập quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng, với xu hướng ngày càng phát triển DVNH theo hướng hiện đại, đòi hỏi các ngân hàng phải có sự liên kết hợp tác với nhau để thực hiện tốt các yêu cầu của khách hàng. Có thể thấy rằng, phát triển các DVNH theo hướng hiện đại sẽ xóa bỏ đi ranh giới về không gian và thời gian cho các quốc gia. Một NH có thể cung cấp dịch vụ cho khách hàng của mình ở khắp nơi trên thế giới thông qua các Chi nhánh ngân hàng được đặt ở nhiều quốc gia và thông qua mạng Internet. Tuy nhiên, để hệ thống các NH hoạt động thông suốt, tất cả các NH đều phải tuân theo những nguyên tắc, chuẩn mực chung được quốc tế công nhận, từ đó dẫn đến sự thống nhất tương đối trong hoạt động ngân hàng trên toàn thế giới. NH nào không thể hội nhập với xu thế chung sẽ khó có khả năng cạnh tranh và phát triển.

#### **1.2.4. Các dịch vụ ngân hàng chủ yếu**

##### ***a. Huy động vốn***

Nguồn vốn kinh doanh của NHTM gồm 2 nguồn chủ yếu là vốn tự có và vốn huy động, trong đó vốn huy động chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn kinh doanh của NH. Đây là nguồn vốn có ảnh hưởng rất lớn đến chi phí và khả năng mở rộng kinh doanh của NH. Nguồn vốn này có xu hướng ngày càng gia tăng phù hợp với xu hướng tăng trưởng và ổn định của nền kinh tế. Vì vậy, nghiệp vụ huy động vốn là nghiệp vụ cơ bản, quan trọng đầu tiên đối với một NH.

*Dịch vụ nhận tiền gửi:* Với dịch vụ nhận tiền gửi, NH sẽ huy động nguồn vốn nhàn rỗi của các cá nhân, vốn của các doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế trong xã hội thông qua tài khoản séc, tài khoản vãng lai, tài khoản tiền gửi tiết kiệm. Tiền gửi tại NHTM bao gồm các loại hình: Tiền gửi thanh toán; Tiền gửi không kỳ hạn; Tiền gửi có kỳ hạn; Tiền gửi tiết kiệm.

*Dịch vụ huy động vốn thông qua phát hành giấy tờ có giá:* Đây là nguồn vốn mà NHTM có được qua việc phát hành các giấy tờ có giá như kỳ phiếu ngân hàng, trái phiếu ngân hàng, chứng chỉ tiền gửi. Đối tượng mua có thể là các tổ chức, cá nhân trong nền kinh tế, ngoài việc sử dụng nguồn vốn nhàn rỗi hay phần thu nhập tạm thời chưa sử dụng đến để mua thì đây còn là một kênh đầu tư trực tiếp. Với cách huy động vốn này, NH có khả năng đáp ứng một khối lượng lớn vốn trong thời gian ngắn và NH chủ động sử dụng.

##### ***b. Dịch vụ tín dụng***

Cho vay là một trong những nghiệp vụ kinh doanh chủ yếu, mang lại phần thu nhập lớn cho NH. Hoạt động tín dụng thực hiện tốt thì NH sẽ vững mạnh và phát triển, ngược lại thì NH sẽ đi đến chỗ phá sản. Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế với nhiều loại hình kinh tế đa dạng và phức tạp thì dịch vụ tín dụng cũng ngày càng phát triển, phong phú đa dạng về hình thức, thể loại, phương thức. Có thể tóm tắt một số hình thức tín dụng chính như sau:

*Cho vay ngắn hạn là các khoản có thời gian dưới 12 tháng:* NH cho vay ngắn hạn nhằm đáp ứng nhu cầu về vốn cho sản xuất, kinh doanh, dịch vụ, phục vụ đời sống của khách hàng. Cho vay ngắn hạn có thể phân chia thành nhiều loại khác nhau: cho vay bổ sung vốn lưu động hoặc cho vay tiêu dùng.

*Cho vay trung và dài hạn:* Là các khoản cho vay có thời gian trên 12 tháng. Tín dụng trung và dài hạn nhằm thỏa mãn các nhu cầu về mua sắm máy móc thiết bị, xây dựng cơ sở vật chất, cải tiến công nghệ sản xuất, mở rộng sản xuất nâng cao chất lượng sản phẩm cho nên cho vay trung và dài hạn thường là cho vay theo dự án đầu tư, cho thuê tài chính.

### **c. Dịch vụ thanh toán**

Cùng với sự tiến bộ của khoa học công nghệ thì dịch vụ thanh toán ngày càng chiếm một vị trí quan trọng trong hoạt động của NHTM, nó tạo điều kiện cho nhiều loại hình dịch vụ mới xuất hiện và phát triển, đồng thời là cơ sở để phát triển hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt trong nền kinh tế. Nhìn vào hệ thống thanh toán của một ngân hàng, người ta có thể đánh giá ngay được hoạt động của NH đó có hiệu quả hay không, do vậy mà dịch vụ thanh toán của NHTM luôn được cải tiến và áp dụng những công nghệ mới.

***Dịch vụ thanh toán trong nước:*** Là hoạt động thanh toán được xác lập thực hiện và kết thúc trên lãnh thổ Việt Nam. Cung ứng dịch vụ thanh toán trong nước là việc các ngân hàng thực hiện thanh toán theo yêu cầu của khách hàng. Dịch vụ thanh toán có nhiều hình thức khác nhau như: Thanh toán bằng séc, thanh toán bằng lệnh chi hoặc ủy nhiệm chi, thanh toán bằng nhờ thu hoặc ủy nhiệm thu, thanh toán bằng thẻ ngân hàng.

- *Thanh toán bằng séc:* Séc là phương tiện thanh toán do người ký phát lập dưới hình thức chứng từ theo mẫu in sẵn, lệnh cho người thực hiện thanh toán trả không điều kiện một số tiền nhất định cho người thụ hưởng có tên trên séc hay người cầm tờ séc đó. Đặc điểm của thanh toán bằng séc là có tính thời hạn, tức là séc chỉ có giá trị thanh toán trong thời hạn quy định. Thanh toán bằng séc là phương thức thanh toán được sử dụng rộng rãi trên thế giới do việc thanh toán được thực hiện ở bất cứ nơi đâu.

- *Thanh toán bằng lệnh chi hay ủy nhiệm chi (UNC):* lệnh chi hoặc UNC là lệnh chi tiền của chủ tài khoản yêu cầu ngân hàng phục vụ mình trích từ tài khoản của họ tại ngân hàng một số tiền nhất định để trả cho người thụ hưởng có tên trên lệnh chi hay UNC

- *Thanh toán bằng nhờ thu hoặc ủy nhiệm thu:* Ủy nhiệm thu hoặc nhờ thu là giấy ủy nhiệm do người thụ hưởng (thông thường là người bán hoặc cung cấp hàng hóa dịch vụ) lập nhờ ngân hàng phục vụ mình thu hộ tiền trên cơ sở khối lượng hàng hóa đã giao hay dịch vụ đã cung ứng. Thanh toán ủy nhiệm thu đặc biệt thuận lợi đối với người bán hoặc cung cấp hàng hóa dịch vụ mang tính chất thường xuyên, định kỳ như điện, nước, điện thoại, internet...

- *Thanh toán bằng thẻ:* là một loại hình dịch vụ mới xuất hiện trong những năm gần đây, là hình thức thanh toán tiên tiến, có độ an toàn cao, thanh toán nhanh thuận tiện, văn minh, là loại phương tiện thanh toán dễ bảo quản, cất trữ khi mang theo.

+ Thẻ ghi nợ (Debit card) là loại thẻ gắn liền với tài khoản tiền gửi thanh toán hay tài khoản séc của ngân hàng. Khách hàng sử dụng thẻ để thanh toán, chi trả tiền hàng hóa, dịch vụ ở bất kỳ điểm bán hàng nào có đặt máy đọc thẻ (POS-Point of sale).

+ Thẻ tín dụng (Credit card) là loại thẻ khi phát hành NH cho phép chủ thẻ sử dụng một hạn mức tín dụng nhất định mà không cần có số dư trên tài khoản. Với tính

năng ưu việt, gọn nhẹ, an toàn, tiện lợi, khả năng sinh lời cao... thẻ tín dụng luôn là mục tiêu phát triển của các NH.

+ Thẻ rút tiền tự động ATM: Với hình thức này, chủ thẻ phải để một số dư nhất định bằng số tiền trên thẻ. Khách hàng sử dụng thẻ để rút tiền tại bất kỳ các điểm đặt máy của NH mà không phải đến ngân hàng.

+ Thẻ liên kết (Co-branded Card): Thẻ liên kết là sản phẩm của một ngân hàng hay một tổ chức tài chính kết hợp với bên thứ ba là các tổ chức kinh tế hoặc các tổ chức giáo dục (trường đại học) hay các tổ chức hội nghề nghiệp phát hành. Trên thẻ liên kết có in logo của bên thứ ba. Ngoài đặc tính của thẻ thanh toán thông thường, thẻ liên kết còn có thể có thêm những chức năng do bên thứ ba cung cấp như làm thẻ ra vào, thẻ sinh viên, thẻ hội viên...

**Thanh toán quốc tế:** Ngày nay, khi Việt Nam đã gia nhập WTO thì các NHTM phải nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán quốc tế, đa dạng hóa sản phẩm thanh toán để đáp ứng được các nghiệp vụ kinh tế quốc tế vốn đa dạng và phức tạp.

Các phương tiện thanh toán quốc tế như Hối phiếu thương mại, séc, thẻ tín dụng.

Các phương thức thanh toán quốc tế chủ yếu như phương thức thanh toán chuyển tiền, phương thức nhờ thu (Collection), phương thức thanh toán tín dụng chứng từ (L/C), thanh toán biên mậu.

- *Thanh toán chuyển tiền bằng điện:* Thanh toán chuyển tiền là phương thức thanh toán theo đó khách hàng (người trả tiền) yêu cầu ngân hàng chuyển một số tiền nhất định cho một người khác (người thụ hưởng) ở một địa điểm nhất định bằng phương tiện chuyển tiền theo yêu cầu của người trả tiền.

- *Thanh toán nhờ thu:* Nhờ thu là hình thức thanh toán trong đó bên bán (nhà xuất khẩu) sau khi giao hàng hay cung ứng dịch vụ ủy thác cho ngân hàng phục vụ mình xuất trình bộ chứng từ thông qua ngân hàng đại lý cho bên mua (nhà nhập khẩu) để được thanh toán, chấp nhận hối phiếu hay chấp nhận các điều kiện và điều khoản khác. Phương thức nhờ thu chủ yếu được sử dụng nhờ sự tín nhiệm của người bán đối với người mua. Ngân hàng chỉ đóng vai trò trung gian, thực hiện theo chỉ dẫn (nhờ thu bằng hối phiếu hoặc nhờ thu bằng bộ chứng từ), không chịu trách nhiệm thanh toán và hưởng phí dịch vụ.

- *Thanh toán bằng thư tín dụng (L/C):* Thanh toán bằng thư tín dụng là một sự thỏa thuận, trong đó, theo yêu cầu của khách hàng (người yêu cầu mở L/C), ngân hàng (ngân hàng phát hành L/C) sẽ phát hành một bức thư gọi là L/C (letter of credit) theo đó ngân hàng phát hành cam kết trả tiền hoặc chấp nhận hối phiếu cho một bên thứ ba (người hưởng thụ L/C) khi người này xuất trình cho ngân hàng phát hành bộ chứng từ thanh toán phù hợp với những điều kiện và điều khoản quy định của L/C.

#### **d. Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ**

Sự phát triển của ngoại thương và thanh toán quốc tế đã thúc đẩy nhiều doanh nghiệp và cá nhân tham gia thị trường ngoại hối, trong đó có sự tham gia khá phổ biến

của các NHTM. Hoạt động kinh doanh ngoại tệ của các NHTM ngày càng chiếm một vai trò quan trọng trong các loại hình hoạt động của NH.

Kinh doanh ngoại tệ là dịch vụ, một mặt đáp ứng các nhu cầu ngoại tệ của khách hàng, và tạo ra lợi nhuận cho ngân hàng; mặt khác giúp các NH điều hòa cung cầu ngoại tệ trên thị trường, ổn định tỷ giá, thực hiện chính sách quản lý ngoại hối của NHNN, từ đó có tác động đến hoạt động xuất nhập khẩu cũng như hoạt động khác của nền kinh tế. Có nhiều phương thức kinh doanh ngoại tệ khác nhau trên thị trường ngoại hối, bao gồm:

- *Giao dịch mua bán giao ngay (Spot Operations)*: là giao dịch mua bán ngoại tệ giữa hai bên theo tỷ giá giao ngay tại thời điểm giao dịch và kết thúc thanh toán trong vòng 02 ngày làm việc tiếp theo kể từ ngày cam kết mua bán.

- *Giao dịch có kỳ hạn (Forward Operations)*: là giao dịch trong đó hai bên cam kết sẽ mua bán với nhau một số lượng ngoại tệ theo một tỷ giá xác định tại một thời điểm giao dịch và việc thanh toán sẽ được thực hiện sau một thời gian nhất định kể từ ngày ký kết giao dịch.

- *Giao dịch hoán đổi (Swap Operations)*: giao dịch hoán đổi tiền tệ là một giao dịch hối đoái bao gồm đồng thời cả hai giao dịch, giao dịch mua và giao dịch bán cùng một lượng tiền này với một số lượng đồng tiền khác, trong đó kỳ hạn thanh toán của hai giao dịch là khác nhau và tỷ giá của hai giao dịch được xác định tại thời điểm ký kết hợp đồng.

- *Giao dịch hợp đồng tương lai (Future Operations)*: là giao dịch tiền tệ được thực hiện trong tương lai, thể hiện bằng việc mua bán những hợp đồng với số lượng tiền định sẵn theo một tỷ giá được ấn định vào thời điểm ký hợp đồng. Ngày giao nhận được ấn định sẵn trong tương lai và được thực hiện tại sở giao dịch ngoại hối.

- *Giao dịch hợp đồng quyền chọn (Option Operations)*: Hợp đồng quyền chọn cho phép người mua có quyền mua (quyền chọn mua-call option) hoặc bán (quyền chọn bán-put option) (không bắt buộc) một số lượng ngoại tệ nhất định với giá ấn định (giá thực hiện) vào một ngày ấn định. Người mua hợp đồng quyền chọn phải trả cho người bán hợp đồng một số lệ phí cho quyền chọn này.

#### ***e. Dịch vụ bảo lãnh***

Ngân hàng bằng uy tín của mình có thể đứng ra bảo lãnh cho khách hàng (cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức) khi khách hàng tham gia vào các giao dịch kinh tế.

Bảo lãnh ngân hàng là cam kết bằng văn bản của ngân hàng (bên bảo lãnh) với bên có quyền (bên nhận bảo lãnh) về việc thực hiện nghĩa vụ tài chính thay cho khách hàng (bên được bảo lãnh) khi khách hàng không thực hiện hoặc thực hiện không đúng nghĩa vụ đã cam kết với bên nhận bảo lãnh.

Bảo lãnh là hoạt động ngoại bảng nhưng đồng thời nó cũng là một hình thức tín dụng. Xét về tính chất, dịch vụ bảo lãnh là một loại dịch vụ lưỡng tính. Trong giao dịch bảo lãnh nếu chưa phát sinh nghĩa vụ của bên bảo lãnh với bên thứ ba thì giao dịch này được coi là giao dịch phi tín dụng. Khi bên được bảo lãnh có nghĩa vụ đối với ngân hàng

về khoản tiền, vật chất mà ngân hàng đã trả cho bên thứ ba thì giao dịch này lại có tính chất tín dụng.

Các ngân hàng thường thực hiện các loại bảo lãnh chủ yếu là bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh hoàn trả tiền ứng trước, bảo lãnh bảo hành, bảo lãnh mua thiết bị trả chậm, bảo lãnh thanh toán, bảo lãnh vay vốn trong và ngoài nước, bảo lãnh phát hành trên thị trường chứng khoán...

#### ***f. Dịch vụ kinh doanh chứng khoán***

Cũng như các hoạt động cho vay, ngân hàng khi đầu tư vào chứng khoán gặp không ít các rủi ro: Rủi ro tín dụng, rủi ro thị trường và rủi ro lãi suất. Rủi ro tín dụng xuất hiện khi khả năng tài chính của người phát hành chứng khoán giảm sút, dẫn đến không thể thanh toán được các khoản nợ khi đến hạn. Rủi ro thị trường liên quan đến những biến động bất thường của thị trường chứng khoán và nền kinh tế và làm giảm tính thanh khoản của chứng khoán. Điều đó dẫn đến việc bán chứng khoán này trở nên khó khăn hoặc giá thấp so với giá trị ban đầu. Rủi ro lãi suất xảy ra khi lãi suất tăng làm giảm giá thị trường của chứng khoán.

Việc xây dựng danh mục chứng khoán đầu tư dựa trên quá trình nghiên cứu các phương thức kết hợp các chứng khoán đầu tư sao cho có khả năng cung cấp lợi nhuận cao nhất và phù hợp với mục tiêu đầu tư.

Tùy thuộc vào sự đánh giá của ngân hàng về rủi ro và thu nhập của từng chứng khoán, ngân hàng sẽ nắm giữ các chứng khoán được cho là định giá thấp hơn và loại bỏ các chứng khoán có giá cao hơn so với dự tính của ngân hàng.

#### ***g. Một số dịch vụ khác của NHTM***

*Dịch vụ ngân hàng điện tử:* Ngày nay, khi khoa học công nghệ ngày càng phát triển, nhiều NH đã sớm khai thác và đưa vào cung cấp các DVNH điện tử (Electronic-Banking, viết tắt là E-Banking) cho các đối tượng khách hàng thông qua: mạng điện thoại (phone banking, Mobile banking, sms banking), mạng internet (internet banking), giải đáp thắc mắc, cung cấp thông tin và giao dịch NH qua tổng đài điện thoại (call center, contact center) E- banking là một dạng của thương mại điện tử ứng dụng trong hoạt động kinh doanh ngân hàng. Theo nghĩa rộng, đây là sự kết hợp giữa một số DVNH với công nghệ thông tin và điện tử viễn thông. Cụ thể hơn, E- banking là một hệ thống phần mềm tin học cho phép khách hàng có thể tìm hiểu, tra cứu thông tin (tỷ giá, lãi suất, biểu phí...) hay thực hiện một số giao dịch NH (cập nhật số dư tài khoản, chuyển tiền, thanh toán...) thông qua các phương tiện điện tử khách hàng không phải đến trực tiếp quầy giao dịch của NH. E- banking giúp khách hàng có thể liên lạc với NH một cách nhanh chóng, thuận tiện tại bất kỳ thời điểm nào (24 giờ mỗi ngày, 7 ngày một tuần) và ở bất cứ nơi đâu, tiết kiệm chi phí và thời gian giao dịch.

*Dịch vụ thông tin tư vấn:* Tư vấn là việc đưa ra sự giúp đỡ về nội dung, phương pháp, quá trình hoặc cơ cấu của nhiệm vụ, hàng loạt các nhiệm vụ trong đó người tư vấn thực sự không chịu trách nhiệm thực hiện các nhiệm vụ đó.

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường, khách hàng không ngừng cải tiến các hoạt động của mình nhằm đạt tới tiêu chuẩn hiệu quả cao hơn. Nhu cầu dịch vụ tư vấn xuất hiện ở nhiều lĩnh vực hoạt động, từ nhiều loại hình tổ chức. Các dịch vụ tư vấn mà NH thực hiện thường giới hạn trong một số lĩnh vực có liên quan trực tiếp đến hoạt động của NH, ví dụ như: tư vấn trong quản lý tài chính, quản lý tiền mặt, tư vấn về các cơ hội đầu tư trong và ngoài nước...

### **1.3. MỞ RỘNG VÀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CỦA NHTM**

#### **1.3.1. Quan niệm về chất lượng dịch vụ ngân hàng.**

Chất lượng sản phẩm là một phạm trù phức tạp, phụ thuộc vào nhiều yếu tố. Chất lượng cũng là đối tượng nghiên cứu của lĩnh vực như sản xuất, công nghệ, marketing và cũng là mối quan tâm của nhà sản xuất, nhà thiết kế...đặc biệt là người tiêu dùng với mong muốn được thỏa mãn các nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao hơn.

Như vậy, có thể hiểu, chất lượng DVNH là một khái niệm để chỉ mức độ các đặc tính của sản phẩm DVNH nhằm thỏa mãn những nhu cầu khác nhau của khách hàng. Đặc tính của từng loại hình DVNH cần thỏa mãn được yêu cầu của khách hàng, cung cấp kịp thời và đảm bảo an toàn cho hoạt động của NH và khách hàng. Yêu cầu khách hàng ở đây phụ thuộc mục đích tiêu dùng dịch vụ, thu nhập, trình độ nhận thức và hiểu biết của khách hàng.

Sản phẩm DVNH được coi là một hàng hóa vô hình, đòi hỏi một trình độ hiểu biết nhất định của cả nhà cung cấp và khách hàng. Hơn nữa, để có thể cung cấp được DVNH thì cần thiết phải có ứng dụng của công nghệ. Chất lượng DVNH cần luôn được duy trì và cải tiến.

Phát triển dịch vụ là hoạt động của ngân hàng bao gồm việc mở rộng các loại hình hoạt động dịch vụ do NH cung cấp và nâng cao chất lượng các dịch vụ của NH.

#### **1.3.2. Mở rộng và nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng của NHTM**

Mở rộng dịch vụ là việc gia tăng về mặt số lượng các loại hình dịch vụ của NH, từ đó mở rộng việc đáp ứng yêu cầu của khách hàng một cách tối đa tất cả các loại hình dịch vụ tài chính trên cùng một địa bàn. Thực hiện đa dạng hóa các loại hình DVNH cung cấp, ngân hàng truyền thống sẽ trở thành một ngân hàng đa năng với chức năng như một “bách hóa tài chính”.

Nâng cao chất lượng DVNH là việc NH không ngừng làm cho chất lượng DVNH cung cấp ngày càng tốt hơn thông qua việc áp dụng công nghệ hiện đại và nâng cao trình độ của các cán bộ ngân hàng, nhằm thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng. Các DVNH cung cấp cho khách hàng ngày càng tiện ích, nhanh chóng, chính xác hơn.

Hiện nay, các NH đang tìm mọi cách để đạt được sự đa dạng hóa và NH không còn muốn chỉ duy trì mô hình ngân hàng cổ điển với những dịch vụ truyền thống mà nhấn mạnh vai trò của nó như là các tổ chức tài chính đa năng, đổi mới và hướng về khách hàng. Chính vì thế mà dịch vụ của NH luôn phải được mở rộng và nâng cao chất lượng, với mục tiêu thỏa mãn tối đa các nhu cầu của khách hàng.

### **1.3.3. Sự cần thiết phải mở rộng và nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng.**

Xu thế toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế ngày nay đã mở rộng thị trường dịch vụ ngân hàng rộng lớn hơn, nhưng cũng làm tăng thêm lượng cung trên thị trường. Khách hàng có quyền lựa chọn nhiều ngân hàng với nhiều loại hình dịch vụ một cách rộng rãi hơn. Cạnh tranh giữa các NHTM trong và ngoài nước ngày càng trở nên gay gắt. Vì vậy, việc mở rộng các loại hình DVNH, kết hợp với việc nâng cao chất lượng dịch vụ ngày càng trở nên cấp thiết.

- Khách hàng thường quyết định lựa chọn những loại hình DVNH phù hợp với sở thích, nhu cầu và khả năng, điều kiện sử dụng của mình. Đồng thời cũng có sự so sánh các loại hình dịch vụ cùng loại giữa các NH, khách hàng sẽ lựa chọn của ngân hàng nào thỏa mãn những mong đợi của họ ở mức cao hơn. Bởi vậy, mở rộng và nâng cao chất lượng DVNH để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng và đảm bảo được sự hài lòng cho khách hàng là một trong những yếu tố quan trọng để nâng cao sức cạnh tranh của các NH.

- Khi một NH có chất lượng dịch vụ tốt, đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, sẽ tạo niềm tin cho khách hàng vào thương hiệu của ngân hàng mình. Nhờ đó, uy tín, hình ảnh, vị thế và thị phần của NH được nâng cao. Nâng cao vị thế của NH trên thị trường nhờ chất lượng dịch vụ là cơ sở cho khả năng duy trì và mở rộng thị phần trên thị trường, tạo sự phát triển lâu dài cho NH.

- Mở rộng và nâng cao chất lượng dịch vụ cũng là giải pháp quan trọng để tăng lượng khách hàng sử dụng dịch vụ của NH, từ đó sẽ làm tăng doanh thu và lợi nhuận cho mỗi NH.

Như vậy, tùy thuộc vào đặc điểm hoạt động của từng NH, tùy theo chiến lược phát triển mà mỗi NH cần tập trung vào những dịch vụ ngân hàng khác nhau, quy mô phát triển khác nhau. Ngân hàng muốn dành được tình cảm của khách hàng và thu hút đến với dịch vụ của mình thì tất yếu vừa phải mở rộng, vừa phải nâng cao chất lượng dịch vụ để tạo nên những nét khác biệt nhất định, tạo niềm tin và uy tín đối với khách hàng.

### **1.3.4. Một số tiêu chí đo lường chất lượng dịch vụ ngân hàng**

#### ***a. Mức độ hài lòng của khách hàng.***

Bất kỳ một loại sản phẩm dịch vụ nào cũng nhằm để cung ứng và thỏa mãn các nhu cầu khác nhau của khách hàng. Khác với sản phẩm vật chất, khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng không thể cầm, nắm hay cất giữ mà chỉ có thể trải nghiệm bằng cách sử dụng dịch vụ. Ngày nay, nhờ vào nền kinh tế thị trường, khách hàng thật dễ dàng có được sản phẩm DVNH mà mình muốn. Vì vậy, giá trị kỳ vọng của khách hàng vào DVNH ngày càng tăng cao và yêu cầu đối với nhà cung cấp dịch vụ ngày càng một lớn. Còn NH với mục tiêu khách hàng là trung tâm nên phải thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng theo phương châm “ngân hàng chỉ cung ứng, chỉ bán, chỉ phục vụ cái mà khách hàng cần”. Vì vậy, DVNH cung ứng phải là một tập hợp tiện ích và lợi ích đem lại cho khách hàng. Đặc biệt sự tham gia của khách hàng vào quá trình cung ứng dịch vụ ngày càng ít thì sự hài lòng mà dịch vụ đem lại càng cao. Điều này đòi hỏi các NH phải hoàn thiện quy trình sử

dụng dịch vụ theo hướng đơn giản hóa. Chất lượng của dịch vụ cao là yếu tố gắn bó lâu dài giữa khách hàng với ngân hàng. Như vậy, một NH có chất lượng dịch vụ thỏa mãn được sự hài lòng của khách hàng không những nắm giữ được mối quan hệ lâu dài với khách hàng truyền thống mà còn thu hút thêm được nhiều khách hàng mới.

#### ***b. Sự hoàn hảo của dịch vụ cung ứng***

Sự hoàn hảo của DVNH đó là sự đáp ứng được mọi yêu cầu của khách hàng, làm hài lòng khách hàng khi sử dụng dịch vụ của NH. Một dịch vụ ngân hàng hoàn hảo được hiểu là sự gia tăng các tiện ích, phải đáp ứng nhanh gọn, sử dụng thuận lợi, dễ dàng và phải giảm thiểu được các sai sót trong giao dịch, đảm bảo an toàn cho khách hàng khi sử dụng và cũng là làm giảm rủi ro trong kinh doanh dịch vụ của NH. DVNH hoàn hảo sẽ làm giảm thiểu những lời phàn nàn, khiếu kiện, khiếu nại của khách hàng đối với NH và cũng đảm bảo hơn cho khách hàng. Từ đó, càng được củng cố niềm tin và sự yêu mến của khách hàng đối với NH giúp ngân hàng nâng cao được uy tín của mình.

#### ***c. Thái độ và trách nhiệm của cán bộ cung ứng DVNH***

Các cán bộ cung ứng DVNH có trình độ nghiệp vụ vững vàng, luôn tận tình với khách hàng, quan tâm khách hàng và hướng dẫn khách hàng một cách chu đáo, sẽ tạo được sự tin tưởng và làm khách hàng hài lòng. Bản thân dịch vụ có tính vô hình đặc trưng, nó mang lại cho khách hàng một lợi ích nào đó và chắc chắn nó đem lại cho người được phục vụ cảm giác được thỏa mãn. Vì vậy, khi khách hàng sử dụng dịch vụ thì họ muốn nhận được sự tôn trọng, chủ động tìm hiểu nhu cầu của họ và làm họ thỏa mãn bằng thái độ phục vụ chân tình, có tinh thần trách nhiệm cao. Chính vì vậy, bản thân mỗi cán bộ ngân hàng ngoài việc phải hiểu rõ sản phẩm dịch vụ của mình còn phải hiểu được tâm lý của khách hàng, phải coi nhu cầu của khách hàng là nhu cầu của mình, phải luôn đáp ứng được nhu cầu của khách hàng một cách đầy đủ.

#### ***d. Năng lực cạnh tranh của dịch vụ và đa dạng hóa các dịch vụ cung cấp.***

Ngày nay, các NHTM cạnh tranh với nhau theo hướng phát triển đa dạng hóa các DVNH đi kèm với việc nâng cao chất lượng dịch vụ, mà chất lượng DVNH còn phụ thuộc vào trình độ công nghệ hiện đại. Công nghệ ngân hàng hiện đại là nền tảng là cơ sở quyết định sự phát triển các hoạt động DVNH trong điều kiện hiện nay. Nếu trình độ công nghệ ngân hàng không tiến tiến, không hiện đại thì chất lượng dịch vụ cũng không thể nâng cao được. Do đó xu thế tất yếu của các NHTM là các dịch vụ phải được thực hiện trên các thiết bị hiện đại, phải ứng dụng công nghệ tiên tiến vào phát triển dịch vụ để tạo ra sản phẩm DVNH có chất lượng cao.

#### ***e. Giá cả dịch vụ hợp lý***

NH cũng giống như các doanh nghiệp khác, kinh doanh với mục đích tìm kiếm lợi nhuận. DVNH chính là những sản phẩm hàng hóa mà NH cung ứng cho khách hàng và khi khách hàng sử dụng DVNH thì phải trả cho NH một khoản phí nhất định. Khách hàng với cương vị là người mua sản phẩm dịch vụ luôn muốn mua được hàng hóa chất lượng tốt mà giá cả hợp lý. Vì vậy, NH cần phải có một chính sách giá linh hoạt, hợp lý cho



từng loại dịch vụ, từng nhóm khách hàng khác nhau để làm sao khách hàng có thể chấp nhận mức giá mà NH đưa ra.

#### **f. Sự khác biệt của dịch vụ so với ngân hàng khác**

Thực tế cho thấy rằng DVNH mang tính đồng nhất rất cao, do đó vấn đề quan trọng là ngân hàng nào biết tạo ra sự khác biệt trong sản phẩm dịch vụ của mình, đem lại tiện ích cao cho khách hàng thì NH đó sẽ có lợi thế mạnh trong cạnh tranh. Sự khác biệt này được thể hiện trước hết là ở thái độ phục vụ của cán bộ ngân hàng, khách hàng luôn đánh giá chất lượng dịch vụ thông qua trải nghiệm, tiếp xúc với cán bộ ngân hàng. Sự khác biệt này còn thể hiện trình độ nghiệp vụ và đạo đức nghề nghiệp của nhân viên ngân hàng. Một ngân hàng có đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn cao, thao tác nghiệp vụ nhanh, có đạo đức nghề nghiệp thì sẽ làm hài lòng khách hàng và NH đó sẽ là đối tượng cạnh tranh của mọi NH.

#### **g. Sự gia tăng về số lượng khách hàng.**

Chìa khóa của sự thành công trong cạnh tranh chính là duy trì và phát triển khách hàng thông qua đáp ứng những nhu cầu của họ một cách tốt nhất. Vì vậy một NH liên tục có sự tăng trưởng về số lượng khách hàng chứng tỏ NH đó đã tạo được sự tín nhiệm của khách hàng và chất lượng dịch vụ đã đáp ứng được đòi hỏi của khách hàng.

#### **h. Quy mô và tỉ trọng thu nhập từ dịch vụ của ngân hàng không ngừng tăng lên**

Đây là kết quả tổng hợp của sự đa dạng hóa các loại dịch vụ, sự phát triển dịch vụ và đương nhiên là cả chất lượng dịch vụ của ngân hàng được tăng lên. Song, chất lượng dịch vụ có tính nổi trội hơn cả. Bởi vì nếu như chất lượng dịch vụ không đảm bảo, không được nâng cao, thì sự đa dạng các dịch vụ và phát triển các dịch vụ sẽ không có ý nghĩa vì không được khách hàng chấp nhận. Quy mô và tỉ trọng thu nhập từ dịch vụ của ngân hàng tăng lên do nhiều yếu tố tác động:

- Sản phẩm dịch vụ của ngân hàng đa dạng, phong phú, áp dụng công nghệ hiện đại, quy trình thủ tục thực hiện nhanh chóng, tiết kiệm thời gian và phù hợp với nhu cầu của khách hàng trong nền kinh tế hiện nay. Khách hàng có quyền lựa chọn cho mình những dịch vụ tốt nhất từ ngân hàng. Để đáp ứng được điều đó Ngân hàng phải tạo sự tin tưởng đối với khách hàng.

- Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ của ngân hàng ngày càng ra tăng. Đó là yếu tố góp phần gia tăng doanh thu từ hoạt động dịch vụ của ngân hàng. Khi ngân hàng có uy tín, khách hàng sẽ biết đến ngân hàng và sử dụng dịch vụ ngân hàng nhiều hơn.

## CHƯƠNG 2

### THỰC TRẠNG DỊCH VỤ CỦA NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM ( AGRIBANK)

#### 2.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM ( AGRIBANK)

##### 2.1.1. Sơ lược về lịch sử hình thành và phát triển

###### *a. Sơ lược về lịch sử hình thành*

Ngân hàng nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam được thành lập theo Quyết định số 53/HBT ngày 26 tháng 3 năm 1988 của Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng với tên gọi là ngân hàng phát triển nông thôn Việt Nam. Sau đó ngân hàng được đổi tên thành Ngân hàng nông nghiệp Việt Nam theo Quyết định số 400/CT ngày 14 tháng 11 năm 1990 của Thủ tướng chính phủ nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam. Theo Quyết định số 280/QĐ-NH5 ngày 15 tháng 11 năm 1996 và Quyết định số 1836/QĐ-TCCB ngày 28 tháng 12 năm 1996 của Ngân hàng Nhà nước, Ngân hàng đã được đổi tên một lần nữa thành Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam như hiện nay.

Ngân hàng là doanh nghiệp Nhà nước đặc biệt được tổ chức theo mô hình tổng Công ty nhà nước, có thời hạn hoạt động là 99 năm.

Ngày 30 tháng 01 năm 2011, ngân hàng nhà nước Việt Nam đã ban hành Quyết định số 214/QĐ-NHNN phê duyệt việc chuyển đổi hình thức sở hữu của Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam từ doanh nghiệp nhà nước sang Công ty TNHH một thành viên do nhà nước làm chủ sở hữu. Ngày 26 tháng 04 năm 2012, Ngân hàng thực hiện đăng ký kinh doanh là Công ty TNHH MTV theo số đăng ký kinh doanh 0100686174

Ngân hàng được thành lập nhằm thực hiện các hoạt động ngân hàng bao gồm nhận tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm và các loại tiền gửi khác; phát hành chứng chỉ tiền gửi, kỳ phiếu, tín phiếu, trái phiếu để huy động vốn trong nước và nước ngoài; cấp tín dụng; mở tài khoản thành toán cho khách hàng; cung ứng các phương tiện thanh toán; cung ứng các dịch vụ thanh toán; vay vốn của Ngân hàng nhà nước dưới hình thức tái cấp vốn; vay vốn của tổ chức tín dụng, tổ chức tài chính trong nước và nước ngoài; mở tài khoản; tổ chức và tham gia hệ thống thanh toán; góp vốn, mua cổ phần của doanh nghiệp và tổ chức tín dụng khác; tham gia đấu thầu tín phiếu kho bạc, mua bán công cụ chuyển nhượng trái phiếu Chính phủ, tín phiếu kho bạc, tín phiếu ngân hàng nhà nước và các giấy tờ có giá khác trên thị trường tiền tệ; kinh doanh, cung ứng dịch vụ ngoại hối và sản phẩm phái sinh về tỷ giá, lãi suất, ngoại hối, tiền tệ và tài sản tài chính khác; ủy thác, nhận ủy thác, đại lý trong lĩnh vực liên quan đến hoạt động ngân hàng, kinh doanh bảo hiểm, quản lý tài sản; hoạt động mua nợ; các hoạt động kinh doanh khác của ngân hàng thương mại và các hoạt động kinh doanh khác được Ngân hàng nhà nước Việt Nam ( sau đây được gọi là NHNN ) chấp thuận theo quy định của pháp luật.

### **Vốn điều lệ**

Tại ngày 31 tháng 12 năm 2020, số vốn điều lệ của Ngân hàng là 30.709.923 triệu đồng ( tại ngày 31 tháng 12 năm 2019 là 30.591.453 triệu đồng).

### **Mạng lưới hoạt động**

Ngân hàng có trụ sở chính đặt tại số 02 Láng Hạ, phường Thành Công, quận Ba Đình, TP Hà Nội, Việt Nam. Tổng số điểm mạng lưới của Ngân hàng đến ngày 31 tháng 12 năm 2020 là ba ( 03 ) văn phòng đại diện, ba ( 03 ) đơn vị sự nghiệp, một trăm bảy mươi mốt (171) chi nhánh loại I, bảy trăm sáu mươi tám (768) chi nhánh loại II, một (01) chi nhánh tại Campuchia và một nghìn hai trăm tám mươi sáu (1.286) phòng giao dịch.

### **Nhân viên**

Tổng số cán bộ, công nhân viên của Ngân hàng tại ngày 31 tháng 12 năm 2020 là 37.738 người ( tại ngày 31 tháng 12 năm 2019 là 37.971 người).

#### ***b. Quá trình phát triển của Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt nam ( Agribank)***

Thời kỳ đầu mới thành lập với điểm xuất phát thấp, tổng tài sản chưa tới 1.500 tỷ đồng; tổng nguồn vốn 1.056 tỷ đồng, trong đó vốn huy động chiếm 42%, còn lại 58% vay từ Ngân hàng Nhà nước; tổng dư nợ 1.126 tỷ đồng; tỷ lệ nợ xấu trên 10%; khách hàng là những doanh nghiệp quốc doanh và các hợp tác xã phần lớn làm ăn thua lỗ, sáp nhập, giải thể, tự tan rã... Sau 33 năm xây dựng và trưởng thành, đến nay, Agribank là NHTM Nhà nước hàng đầu Việt Nam trên mọi phương diện, là NHTM duy nhất Nhà nước nắm giữ 100% vốn điều lệ. Agribank có gần 2.300 chi nhánh, phòng giao dịch có mặt khắp mọi vùng, miền, là NHTM duy nhất có mặt tại 9/13 huyện đảo, gần 40.000 cán bộ, người lao động. Đến 31/12/2020, tổng tài sản đạt trên 1,57 triệu tỷ đồng; nguồn vốn đạt trên 1,45 triệu tỷ đồng; tổng dư nợ cho vay nền kinh tế đạt trên 1,21 triệu tỷ đồng, trong đó gần 70% dư nợ dành cho đầu tư phát triển nông nghiệp, nông thôn.

Là một trong các ngân hàng thương mại nhà nước đóng vai trò chủ lực trong hệ thống ngân hàng, Agribank luôn phát huy vai trò tiên phong, gương mẫu của một Ngân hàng thương mại Nhà nước trong việc dẫn dắt hệ thống các tổ chức tín dụng thực thi nghiêm túc, có hiệu quả chính sách tiền tệ quốc gia và các chủ trương chính sách của Đảng, Nhà nước về tiền tệ, ngân hàng, nhất là chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn. Agribank đang triển khai hiệu quả 07 chương trình tín dụng chính sách (Cho vay theo chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn; Cho vay hộ gia đình, cá nhân thông qua Tổ vay vốn/tổ liên kết; Cho vay theo chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất trong nông nghiệp; Cho vay gia súc, gia cầm; Cho vay tái canh cà phê; Cho vay chính sách phát triển thủy sản; Tín dụng ưu đãi phục vụ “Nông nghiệp sạch”) và 02 Chương trình mục tiêu Quốc gia (xây dựng Nông thôn mới, giảm nghèo bền vững).

Agribank không ngừng đơn giản hóa thủ tục cho vay, cải tiến mô hình, phương thức cho vay, kết hợp với chính quyền địa phương, Hội Nông dân, Hội Phụ nữ, các tổ chức chính trị - xã hội triển khai trên 69.000 tổ vay vốn với gần 1,5 triệu thành viên; Triển khai

an toàn 68 Điểm giao dịch lưu động bằng ô tô chuyên dùng với trên 15.000 phiên giao dịch, phục vụ hơn 1,4 triệu lượt khách hàng tại trên 454 xã trên toàn quốc, tạo điều kiện thuận lợi đối với hộ gia đình, cá nhân ở vùng sâu, vùng xa tiếp cận vốn vay và dịch vụ ngân hàng. Triển khai chương trình tín dụng tiêu dùng, đến nay doanh số cho vay chương trình đạt trên 22.000 tỷ đồng với 230.000 hộ gia đình, cá nhân được bổ sung vốn phục vụ nhu cầu hợp pháp và cấp thiết, nâng cao đời sống của người dân tại các địa bàn nông thôn...

Hoạt động phát triển SPDV được Agribank xác định lấy khách hàng là trung tâm, mở rộng cơ sở khách hàng, phát triển khách hàng mở tài khoản và sử dụng dịch vụ tiện ích, Agribank chính thức triển khai Đề án đẩy mạnh phát triển dịch vụ thẻ tại thị trường nông nghiệp, nông thôn, với mục tiêu gia tăng sự tiếp cận nguồn vốn ngân hàng của các cá nhân, gia đình cũng như các dịch vụ thanh toán văn minh, hiện đại trên địa bàn nông nghiệp, nông thôn, đẩy mạnh phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam. Thông qua các chương trình tín dụng và cung ứng sản phẩm dịch vụ ngân hàng tiện ích, Agribank đã cơ bản đáp ứng đủ vốn với lãi suất cho vay ưu đãi, phục vụ kịp thời nhu cầu sản xuất kinh doanh của người dân, doanh nghiệp, góp phần chung tay cùng các cấp, các ngành đẩy lùi tình trạng tín dụng đen, đồng thời tiếp tục khẳng định vai trò chủ đạo của NHTM Nhà nước trong việc cung ứng vốn và SPDV ngân hàng tiện ích phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn và nông dân theo đúng mục tiêu cơ cấu lại, góp phần tạo những bước bứt phá trong tái cơ cấu nền nông nghiệp Việt Nam.

Thông qua chủ động thực hiện đầu tư tín dụng và cung cấp sản phẩm dịch vụ ngân hàng tiện ích, Agribank đang mở ra cơ hội cho hàng triệu người nông dân Việt Nam được tiếp cận với kỹ thuật nông nghiệp hàng đầu trên thế giới, ứng dụng thành quả cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 vào sản xuất, kinh doanh, góp phần đưa nền nông nghiệp Việt Nam có những bước tiến lớn trong gia nhập “sân chơi” toàn cầu.

Bên cạnh hoạt động kinh doanh, Agribank rất quan tâm đến công tác hỗ trợ an sinh xã hội với nhiều dự án, chương trình tài trợ tổng thể và dài hạn trên khắp cả nước, thể hiện tinh thần trách nhiệm đối với cộng đồng, góp phần tích cực thực hiện Chương trình mục tiêu Quốc gia về giảm nghèo bền vững và xây dựng nông thôn mới theo chủ trương của Đảng, Nhà nước Việt Nam.

Trải qua 33 năm xây dựng và trưởng thành, Agribank duy trì được sự tăng trưởng ổn định cả về quy mô, cơ cấu, chất lượng và hiệu quả hoạt động. Nhiều năm liên tiếp, Agribank nằm trong Top 10 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam và đạt nhiều giải thưởng do các tổ chức quốc tế trao tặng. Đặc biệt, đúng vào dịp kỷ niệm 30 năm ngày thành lập 26/3/2018, Agribank vinh dự được đón nhận Huân chương Lao động hạng Nhất – phần thưởng cao quý nhất của Đảng, Nhà nước Việt Nam dành cho tập thể có công lao đóng góp vào công cuộc xây dựng đất nước, thành tích xuất sắc phục vụ phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn và nông dân trong thời kỳ đổi mới.

Năm 2020, Agribank tiếp tục được khẳng định là Quán quân các NHTM được vinh danh vị trí thứ 8 trong Bảng xếp hạng VNR500; được tổ chức xếp hạng tín nhiệm quốc tế

Moody's công bố mức xếp hạng của Agribank là Ba3, tương đương mức tín nhiệm quốc gia và là mức xếp hạng cao nhất đối với các NHTM ở Việt Nam. Agribank tiếp tục đạt giải thưởng Ngân hàng vì cộng đồng 2020 vì những đóng góp tích cực hỗ trợ cộng đồng qua các chương trình tín dụng chính sách, các hoạt động an sinh xã hội... Ngoài ra, ngân hàng tự động Agribank AutoBank CDM 24/7 cũng đã xuất sắc đạt giải thưởng Sao Khuê cho phần mềm/hệ thống xuất sắc nhất trong lĩnh vực Ngân hàng – Tài chính năm 2020.

Hiện Agribank đang tập trung triển khai có hiệu quả Chiến lược kinh doanh giai đoạn 2016- 2020, tầm nhìn 2030, thực hiện thành công tái cơ cấu giai đoạn 2 gắn với nhiệm vụ đẩy nhanh tiến trình thực hiện kế hoạch cổ phần hóa Agribank theo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ, tiếp tục giữ vững vị trí, vai trò chủ lực trên thị trường tài chính nông nghiệp, nông thôn, đóng góp tích cực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội đất nước.

### ***c. Tầm nhìn và sứ mệnh***

***Tầm nhìn*** : Agribank được phát triển theo hướng ngân hàng hiện đại với tầm nhìn “tăng trưởng – an toàn – hiệu quả – hiện đại”. Với tầm nhìn này của mình, ngân hàng muốn khẳng định vai trò của doanh nghiệp trong đầu tư tín dụng phát triển nông nghiệp, nông dân và nông thôn. Cũng như có đủ sức cạnh tranh với các doanh nghiệp trong nước, cùng với hoạt động hội nhập quốc tế.

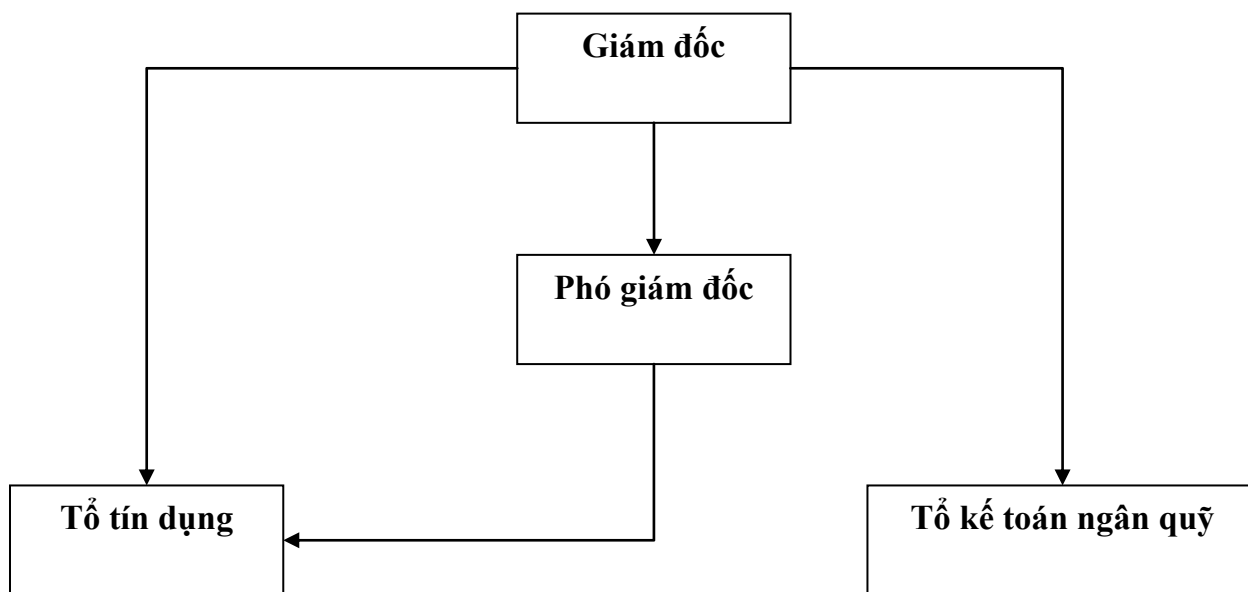
***Sứ mệnh*** : Ngân hàng Agribank mong muốn đem lại sự phồn thịnh đến với khách hàng. Vì vậy, chính bản thân của doanh nghiệp cũng xác định rõ khách hàng chính là trọng tâm, là nền tảng của mọi hoạt động. Doanh nghiệp đã và đang cải thiện chất lượng của doanh nghiệp. Đội ngũ công ty cũng như quản lý mối quan hệ khách hàng một cách tốt nhất.

Agribank thể hiện sự chuyên nghiệp của mình trong việc cân bằng mối quan hệ về lợi ích giữa các bên – khách hàng, doanh nghiệp và cổ đông. Ngoài ra, chính ngân hàng cũng đã và đang quan tâm đến những vấn đề xã hội. Cố gắng trong việc hỗ trợ an sinh xã hội, thể hiện trách nhiệm của bản thân một doanh nghiệp lớn đối với đất nước.

***Giá trị cốt lõi*** : Tin cậy: là địa chỉ tin cậy của Chi nhánh, Khách hàng vay, Bên bảo đảm yên tâm, tin tưởng với dịch vụ xử lý chuyên nghiệp của Agribank AMC. Chuyên nghiệp là nơi cung cấp dịch vụ xử lý chuyên nghiệp cho Agribank và cộng đồng với thái độ, tác phong làm việc nghiêm túc, tận tâm, sẵn sàng phục vụ nhanh chóng trong mọi điều kiện.

## 2.1.2. Cơ cấu tổ chức và chức năng, nhiệm vụ của Agribank

### a. Cơ cấu tổ chức của Agribank



#### Sơ đồ 2. 1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại ngân hàng Agribank chi nhánh tại Kon Tum Nhiệm vụ và quyền hạn:

• **Nhiệm vụ và quyền hạn của giám đốc:** Giám đốc quản lý chung và phụ trách Tổ Kế toán ngân quỹ và dư nợ lớn của Tổ Tín dụng Phó Giám đốc phụ trách Tổ Tín dụng.

Tổ chức, bộ máy làm việc của Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam - Chi nhánh tỉnh Kon Tum gồm có các phòng chức năng và hệ thống mạng lưới các chi nhánh trực thuộc ngân hàng.

• **Nhiệm vụ và quyền hạn của Phòng Tín dụng:** Thực hiện công tác thẩm định, cho vay, thu nợ; thẩm định các khoản vay vượt quyền phán quyết và chỉ đạo kiểm tra hoạt động tín dụng đối với các Agribank loại 3 và Phòng giao dịch trực thuộc trên địa bàn. thực hiện nghiên cứu và xây dựng chiến lược khách hàng, phân loại khách hàng và đề xuất phương án, giải pháp cho từng loại khách hàng vay.

• **Nhiệm vụ và quyền hạn của Phòng Dịch vụ & Marketing:** Thực hiện công tác xây dựng, quảng bá và khuếch trương thương hiệu Agribank trên địa bàn. Phát hành thẻ, quản lý và vận hành hệ thống máy ATM của Ngân hàng. Xây dựng và thực thi kế hoạch chăm sóc khách hàng, giải quyết các vấn đề phát sinh khiếu nại liên quan đến dịch vụ của Ngân hàng. Đồng thời, phát triển sản phẩm, dịch vụ mới.

• **Nhiệm vụ và quyền hạn của Phòng Kiểm tra kiểm soát nội bộ:** Thực hiện công tác kiểm tra, giám sát việc chấp hành quy trình nghiệp vụ kinh doanh theo quy định của pháp luật và các văn bản hướng dẫn của Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam; giải quyết đơn thư khiếu tố liên quan đến hoạt động NHNo trên địa bàn; giám

sát việc chấp hành các quy định của Ngân hàng Nhà nước về bảo đảm an toàn trong hệ thống tiền tệ, tín dụng và hoạt động Ngân hàng.

• **Nhiệm vụ và quyền hạn của Phòng Kế hoạch Tổng hợp:** thực hiện xây dựng kế hoạch kinh doanh dài hạn, trung hạn và ngắn hạn theo định hướng chiến lược kinh doanh của Agribank; thực hiện cân đối nguồn vốn, sử dụng vốn cũng như điều hòa vốn kinh doanh trong ngân hàng.

• **Nhiệm vụ và quyền hạn của Phòng Hành chính - Nhân sự:** Thực hiện việc xây dựng các quy định lề lối làm việc; đề xuất định mức tiền lương; thực hiện công tác quy hoạch đào tạo cán bộ; công tác thi đua khen thưởng; văn thư và các công tác hành chính khác có liên quan đến chế độ, chính sách của cán bộ công nhân viên và tài sản của chi nhánh.

• **Nhiệm vụ và quyền hạn của Phòng Điện toán:** Thực hiện công tác tổng hợp, thống kê và lưu trữ các số liệu thông tin liên quan đến tình hình hoạt động của chi nhánh quản lý; bảo dưỡng, thay thế và sửa chữa máy móc thiết bị tin học; chấp hành chế độ báo cáo thống kê theo quy định; tổng hợp, cung cấp các số liệu thông tin, báo cáo theo quy định chung của hệ thống Ngân hàng; cập nhật, xây dựng những chương trình phần mềm ứng dụng mới có hiệu quả và thực hiện công tác hướng dẫn, tập huấn nghiệp vụ tin học cho CBCNV chi nhánh theo quy định.

• **Nhiệm vụ và quyền hạn của Phòng Kế toán - Ngân quỹ:** Thực hiện nhiệm vụ hạch toán kế toán; hạch toán thống kê và thanh toán; thực hiện các sản phẩm dịch vụ liên quan đến thanh toán, tiết kiệm cho khách hàng; thực hiện thanh toán trong và ngoài nước, chấp hành quy định về an toàn kho quỹ và định mức tồn quỹ; xây dựng chỉ tiêu kế hoạch tài chính; thực hiện các khoản nộp Ngân sách theo luật định; xây dựng chỉ tiêu kế hoạch tài chính quỹ tiền lương đối với các chi nhánh NHNo&PTNT trực thuộc trên địa bàn.

Mạng lưới các Chi nhánh Ngân hàng trực thuộc bao gồm:

- Agribank - Chi nhánh huyện Sa Thầy (Chi nhánh loại 3)
- Agribank - Chi nhánh huyện ĐăkGlei (Chi nhánh loại 3)
- Agribank - Chi nhánh huyện Kon Rẫy (Chi nhánh loại 3)
- Agribank - Chi nhánh huyện ĐăkTô (Chi nhánh loại 3)
- Agribank - Chi nhánh huyện Đăk Hà (Chi nhánh loại 3)
- Agribank - Chi nhánh huyện Ngọc Hồi (Chi nhánh loại 3)
- Agribank - Chi nhánh Quyết thắng (Chi nhánh loại 3)
- Agribank - Chi nhánh Quang Trung (Chi nhánh loại 3)
- Agribank - Phòng giao dịch Thăng Lợi
- Agribank - Phòng giao dịch Lê Lợi

Các chi nhánh NHNo&PTNT trực thuộc và phòng giao dịch thực hiện nghiệp vụ huy động vốn và cho vay ngắn hạn, trung hạn, dài hạn bằng đồng Việt Nam, đối với các cá nhân, tổ chức kinh tế, hộ gia đình thuộc mọi thành phần kinh tế theo phân cấp ủy quyền; phân phối thu nhập và hạch toán kinh doanh theo quy định của NHNo&PTNT ; thực hiện báo cáo thống kê theo quy định.

### ***b. Những kết quả đạt được trong hoạt động kinh doanh của Ngân hàng***

Hoạt động trong năm kinh tế thế giới bị ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch Covid-19, kinh tế Việt Nam còn bị ảnh hưởng lớn bởi lũ lụt nghiêm trọng tại miền Trung, Tây Nguyên, nông nghiệp- lĩnh vực đầu tư chính của Agribank bị tác động tiêu cực của hạn hán, xâm nhập mặn, bối cảnh tăng trưởng tín dụng thấp, nhất là thời gian nửa đầu năm 2020... Agribank đã xây dựng các kịch bản kinh doanh ứng phó với diễn biến dịch bệnh covid 19, trong đó nhiệm vụ trọng tâm là hỗ trợ khách hàng vượt qua khó khăn bởi thiên tai dịch bệnh thông qua các biện pháp cơ cấu lại dư nợ, miễn giảm lãi suất, điều chỉnh giảm lãi suất cho vay và miễn giảm phí dịch vụ thanh toán. Sẵn sàng cho kịch bản này, Agribank đã xây dựng kế hoạch lợi nhuận 2020 ở mức 12.500 tỷ đồng giảm gần 15% so với năm 2019.

Nỗ lực cùng ngành Ngân hàng đặt mục tiêu hỗ trợ nền kinh tế phục hồi sau dịch Covid-19 lên hàng đầu, Agribank kịp thời thực hiện hiệu quả Thông tư 01/2020/TT-NHNN, 7 lần giảm lãi suất cho vay đối với các lĩnh vực ưu tiên, 9 lần giảm phí dịch vụ; triển khai các chương trình tín dụng với lãi suất cho vay thấp hơn từ 0,5%- 2,5% so với trước khi có dịch bệnh Covid-19, bão lũ. Bên cạnh đó, Agribank thực hiện tiết giảm chi phí, giảm lương nhân viên, ủng hộ gần 50 tỷ đồng công tác phòng, chống dịch Covid-19 và ủng hộ các tỉnh miền Trung khắc phục thiệt hại do bão lũ.

Kết quả thực hiện, đến 31/12/2020, tổng tài sản của Agribank đạt gần 1,57 triệu tỷ đồng; nguồn vốn đạt trên 1,45 triệu tỷ đồng; tổng dư nợ cho vay nền kinh tế đạt trên 1,21 triệu tỷ đồng, trong đó gần 70% dư nợ dành cho đầu tư phát triển nông nghiệp, nông thôn; lợi nhuận đạt 12.869 tỷ đồng, vượt 369 tỷ (xấp xỉ 3%) so với kế hoạch đề ra.

Quyết tâm cùng ngành Ngân hàng hiện thực hóa Chiến lược tài chính toàn diện quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 và thúc đẩy thanh toán điện tử trong khu vực dịch vụ công, năm 2020, Agribank chú trọng nâng cao khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính ngân hàng cho người dân thông qua cung ứng hàng trăm sản phẩm dịch vụ ngân hàng tiện ích, đa dạng kênh phân phối; Triển khai an toàn 68 Điểm giao dịch lưu động bằng ô tô chuyên dùng với gần 14.500 phiên giao dịch, phục vụ hơn 1,2 triệu khách hàng tại địa bàn 400 xã trên toàn quốc; triển khai hiệu quả Đề án Thẻ “Tam nông”. Riêng đối với Chương trình tín dụng tiêu dùng, sau gần 2 năm triển khai, doanh số cho vay đã vượt xa quy mô ban đầu, đạt gần 22.000 tỷ đồng với 230.000 hộ gia đình, cá nhân được bổ sung vốn phục vụ nhu cầu hợp pháp và cấp thiết... qua đó tạo điều kiện thuận lợi để người dân khu vực nông thôn, nhất là vùng sâu, vùng xa có cơ hội tiếp cận với nguồn vốn và các dịch vụ tài chính ngân hàng, hạn chế tín dụng đen và đẩy mạnh phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam.

Tiếp tục hiện thực hóa Chiến lược quốc gia của Việt Nam về kinh tế xanh thích ứng với biến đổi khí hậu và phát triển bền vững, năm 2020, Agribank triển khai nhiều hoạt động ngân hàng xanh, trong đó hoàn thành mục tiêu trồng 1 triệu cây xanh tại các địa phương trên cả nước, trở thành đơn vị tiên phong hưởng ứng Chương trình 1 tỷ cây xanh trong 5 năm của Thủ tướng Chính phủ. Agribank triển khai nhiều chương trình hoạt động



Vì cộng đồng, tích cực nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân nông thôn thông qua triển khai Chương trình trao tặng tủ sách “Thêm con chữ, bớt đói nghèo”, dành kinh phí hàng trăm tỷ đồng ủng hộ các hoạt động an sinh xã hội ưu tiên lĩnh vực giáo dục, y tế, xây dựng nhà tình nghĩa, trạm y tế, đường giao thông nông thôn...

Thương hiệu, hình ảnh Agribank tiếp tục được khẳng định, lan tỏa thông qua các giải thưởng uy tín đạt được trong năm 2020: Thương hiệu Quốc gia Việt Nam 2020; Top 10 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam VNR500; Top 3 trong 1000 Doanh nghiệp nộp thuế thu nhập doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam; Top 50 Doanh nghiệp xuất sắc nhất Việt Nam; Ngân hàng bán lẻ; Ngân hàng Việt Nam tiêu biểu về hỗ trợ đầu tư cho nông nghiệp công nghệ cao; Ngân hàng vì cộng đồng... Năm 2020, Agribank đảm nhận vị trí Chủ tịch Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam nhiệm kỳ VII (2020- 2024), tiếp tục khẳng định uy tín, vị thế, vai trò chủ lực của Agribank trong hệ thống ngân hàng.

## **2.2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TẠI NGÂN HÀNG AGRIBANK**

### **2.2.1. Dịch vụ huy động vốn**

*Việc huy động vốn:* Agribank là Ngân hàng có sản phẩm đa dạng, phù hợp với nhu cầu của dân cư và tổ chức tín dụng cả bằng ngoại tệ và nội tệ và tập trung vào hai khu vực thị trường.

Thị trường I: Là mảng thị trường tập trung vào các đối tượng là tổ chức kinh tế và dân cư.

Qua các năm, nguồn vốn huy động từ các tổ chức kinh tế và dân cư đã có tăng trưởng rất nhanh. Tính đến thời điểm 31 tháng 12 năm 2019 đạt 35.421 tỷ đồng, tăng 20.175 tỷ đồng tương ứng 132.33% so với năm 2018.

Huy động vốn dân cư và tổ chức kinh tế để thực hiện đầu tư vào nền kinh tế luôn được Agribank coi là mục tiêu chiến lược trong hoạt động kinh doanh của mình. Là một Ngân hàng Cổ phần với thành phần tham gia cổ đông sáng lập là các Tổng công ty và tập đoàn kinh tế mạnh của Việt Nam đã tạo điều kiện thuận lợi cho Agribank trong hoạt động huy động vốn dân cư và tổ chức kinh tế. Bên cạnh đó, Agribank luôn không ngừng đưa ra các sản phẩm huy động vốn đa dạng, tiện ích và phù hợp với nhu cầu của dân cư và tổ chức, với mục đích đảm bảo khả năng cạnh tranh và chia sẻ lợi nhuận với công chúng; hệ thống mạng lưới Chi nhánh mở rộng qua các năm nhằm phục vụ tốt nhất nhu cầu gửi tiền của dân cư cũng như cung ứng dịch vụ cho các tổ chức kinh tế. Đặc biệt, với sự hỗ trợ tài chính của Ngân hàng Thế giới, Agribank đã có được hệ thống công nghệ tin học và công nghệ ngân hàng tiên tiến, đảm bảo hoạt động an toàn nghiệp vụ và đó cũng là cơ sở thu hút mạnh nguồn vốn nhàn rỗi trong dân cư.

**Bảng 2. 1: Tình hình huy động vốn tại thị trường I của Agribank năm 2017, 2018 và 2019**

|                                 |                  |                   | <b>ĐVT: Triệu đồng</b> |
|---------------------------------|------------------|-------------------|------------------------|
| <b>Chỉ tiêu</b>                 | <b>Năm 2017</b>  | <b>Năm 2018</b>   | <b>Năm 2019</b>        |
| <b>Tiền gửi của TCKT</b>        | <b>5.298.316</b> | <b>8.412.972</b>  | <b>13.070.469</b>      |
| - Doanh nghiệp quốc doanh       | 3.672.462        | 4.447.486         | 5.971.696              |
| - DN ngoài QD và đối tượng khác | 1.574.456        | 3.818.713         | 7.010.200              |
| - DN có vốn đầu tư nước ngoài   | 51.398           | 146.773           | 88.573                 |
| <b>Tiền gửi cá nhân</b>         | <b>2.070.332</b> | <b>5.698.584</b>  | <b>16.982.818</b>      |
| <b>Tổng cộng</b>                | <b>7.368.648</b> | <b>14.111.556</b> | <b>30.053.287</b>      |

*(Báo cáo tài chính qua các năm của Agribank)*

*Thị trường II:* Là khu vực thị trường tiền gửi của các tổ chức tín dụng và các định chế tài chính.

Đây là thị trường được Agribank quan tâm và chú trọng phát triển và có sự tăng trưởng rất mạnh. Tiền gửi của các tổ chức tín dụng cuối năm 2019 đạt 23.832 tỷ đồng, tăng 9.229 tỷ đồng so với năm 2018, tương đương 63.19 %.

**Bảng 2. 2: Tình hình huy động vốn tại thị trường II của Agribank năm 2017, 2018 và 2019**

|  |                   |                   | <b>ĐVT: Triệu đồng</b> |
|--|-------------------|-------------------|------------------------|
| <b>Chỉ tiêu</b>  | <b>Năm 2007</b>   | <b>Năm 2008</b>   | <b>Năm 2009</b>        |
| Khoản vay từ NHNN Việt Nam                                   | 32.339            | 22.491            | 29.243                 |
| Tiền gửi và vay các TCTD khác                                | 7.820.734         | 14.603.271        | 23.832.613             |
| Tiền gửi của khách hàng                                      | 7.368.648         | 14.111.556        | 30.053.286             |
| Công cụ tài chính phái sinh và các công cụ nợ tài chính khác | 29                | 5.911             | 3.973                  |
| Giấy tờ có giá   | 256.762           | 1.134.177         | 5.368.258              |
| <b>Tổng cộng</b>   | <b>15.478.512</b> | <b>29.877.406</b> | <b>59.287.373</b>      |

*(Báo cáo tài chính qua các năm của Agribank)*

Agribank cung cấp các sản phẩm thuộc nhóm sản phẩm huy động vốn với nhiều mức kỳ hạn linh hoạt và lãi suất cao. Chất lượng sản phẩm dịch vụ đáp ứng nhu cầu khách hàng bằng đồng nội tệ và ngoại tệ; Thủ tục mở tài khoản và phương thức giao dịch đơn giản; Đảm bảo độ an toàn, bảo mật; Mức lãi suất hấp dẫn; Có thể thực hiện chuyển khoản tức thời trong hệ thống Agribank; Tư vấn miễn phí; Cung cấp các hỗ trợ đặc biệt như: quản lý tài khoản tập trung, Internet Banking, Mobile Banking, tiềm lực khách hàng là những tổ chức kinh tế lớn, có nguồn vốn dồi dào; chính sách chăm sóc khách hàng tốt, áp dụng cho từng phân khúc khách hàng riêng biệt; dịch vụ quảng cáo, truyền thông tốt nhất.

### **2.2.2. Dịch vụ tín dụng**

Ngay từ những ngày đầu thành lập, Agribank đã có được nền tảng khách hàng tín dụng là các doanh nghiệp thuộc các ngành kinh tế lớn như Hàng hải, Hàng không và Bưu chính viễn thông, Thủy sản và Chế biến hàng xuất khẩu. Bằng sự năng động của Ngân hàng, với thế mạnh trong hoạt động tài trợ thương mại và thanh toán quốc tế, Agribank đã tạo điều kiện hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp thông qua các sản phẩm tín dụng truyền thống và hiện đại, bằng nội tệ và ngoại tệ. Tín dụng trung và dài hạn của Agribank đã góp phần vào sự phát triển mạnh của ngành Hàng hải Việt Nam trong những năm đầu thập niên của thế kỷ 21 khi thương mại Việt Nam vươn mình ra quốc tế.

Để đa dạng hoá sản phẩm tín dụng, đồng thời hỗ trợ phát triển huy động vốn dân cư, tỷ trọng tín dụng cá nhân của Agribank ngày càng được cải thiện. Đối tượng khách hàng cá nhân của Agribank là những người có thu nhập ổn định tại các khu vực thành thị và các vùng kinh tế trọng điểm; phương thức tài trợ được thực hiện trên cơ sở các phương án kinh doanh khả thi hay các nhu cầu tiêu dùng cá nhân thiết thực đảm bảo khả năng trả nợ ngân hàng.

Năm 2019 hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp và cá nhân có sự tăng trưởng mạnh mẽ, đặc biệt là tín dụng cá nhân tăng từ 1.084 tỷ lên 3.555 tỷ đồng. Tuy tăng trưởng với tỉ lệ cao nhưng các chỉ số an toàn về hoạt động luôn được đảm bảo.

Tính đến ngày 31/12/2019 dư nợ đạt 23.872 tỷ đồng tăng 12.662 tỷ so với năm 2018 tương đương với 112%.

**Bảng 2. 3: Các khoản cho vay của Ngân hàng theo đối tượng**

| Chỉ tiêu                      | Năm 2007         | Năm 2008          | ĐVT: Triệu đồng   |
|-------------------------------|------------------|-------------------|-------------------|
|                               |                  |                   | Năm 2009          |
| <b>Cho vay các TCKT</b>       | <b>5.760.329</b> | <b>10.125.751</b> | <b>20.316.441</b> |
| - Doanh nghiệp NN Trung Ương  | 212.061          | 231.658           | 1.556.084         |
| - Doanh nghiệp NN địa Phương  | 670.938          | 1.036.621         | 2.610.115         |
| - Công ty TNHH tư nhân        | 2.081.044        | 2.996.262         | 5.681.605         |
| - Công ty cổ phần khác        | 2.299.915        | 5.258.089         | 9.662.960         |
| - Công ty hợp danh            |                  | -                 | 174.871           |
| - Doanh nghiệp tư nhân        | 362.721          | 437.097           | 469.961           |
| - DN có vốn đầu tư nước ngoài | 113.876          | 106.840           | 9.554             |
| - Kinh tế tập thể             | 19.774           | 59.184            | 151.291           |
| <b>Cho vay cá nhân</b>        | <b>767.539</b>   | <b>1.084.013</b>  | <b>3.555.175</b>  |
| <b>Tổng cộng</b>              | <b>6527.868</b>  | <b>11.209.764</b> | <b>23.871.616</b> |

*(Báo cáo tài chính qua các năm của Agribank)***Bảng 2. 4: Vốn của Ngân hàng và các tỉ lệ an toàn vốn năm 2017, 2018 và 2019**

| Chỉ tiêu                           | Năm 2017      | Năm 2018      | ĐVT: Triệu đồng |
|------------------------------------|---------------|---------------|-----------------|
|                                    |               |               | Năm 2019        |
| Vốn cấp I                          | 1.709         | 1.740         | 3.000           |
| Vốn cấp II                         | 30            | 64            | 196             |
| <b>Tổng vốn</b>                    | <b>1.739</b>  | <b>1.804</b>  | <b>3.196</b>    |
| <b>Tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu</b> | <b>20,84%</b> | <b>11,96%</b> | <b>8,93%</b>    |

*(Báo cáo vốn tự có qua các năm của Agribank)***2.2.3. Dịch vụ thanh toán**

Cung ứng dịch vụ ngân hàng hiện đại luôn là định hướng chủ đạo của Agribank ngay từ ngày thành lập; dịch vụ thanh toán nhanh và tiện ích đã tạo nền tảng cho sự phát triển của Agribank. Với hệ thống công nghệ thông tin tiên tiến, các dịch vụ thanh toán,

chuyển tiền được xử lý nhanh chóng, chính xác. Thanh toán quốc tế luôn là thế mạnh của Agribank.

Hoạt động thanh toán trong nước, thanh toán quốc tế của Ngân hàng nhanh chóng và rất an toàn đáp ứng đầy đủ nhu cầu thanh toán của khách hàng với thu phí từ dịch vụ thanh toán năm 2019 đạt 100,2 tỷ đồng, tăng 143,2% so với năm 2018. Sự tăng trưởng của hoạt động thanh toán chứng tỏ uy tín, chất lượng dịch vụ của Agribank ngày càng được củng cố, hệ thống khách hàng ngày càng mở rộng.

**Bảng 2. 5: Doanh thu từ phí hoạt động dịch vụ thanh toán năm 2017, 2018 và 2019**

| Chỉ tiêu                         | Năm 2007         | Năm 2008         | ĐVT: Triệu đồng   |
|----------------------------------|------------------|------------------|-------------------|
|                                  |                  |                  | Năm 2009          |
| Thu phí từ thanh toán trong nước | 12,822.60        | 23,419.80        | 42,636.76         |
| Thu phí từ thanh toán quốc tế    | 11,127.96        | 14,435.93        | 47,839.67         |
| Thu phí từ dịch vụ thẻ           | 161.58           | 203.89           | 348.78            |
| Thu phí khác                     | 519.14           | 3,001.65         | 9,351.20          |
| <b>Tổng cộng</b>                 | <b>24,631.28</b> | <b>41,061.27</b> | <b>100,176.41</b> |

*(Báo cáo hoạt động dịch vụ qua các năm của Agribank)*

**a. Dịch vụ thanh toán quốc tế**

Các hình thức thanh toán quốc tế mà NHNgân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) áp dụng phổ biến hiện nay đó là chuyển tiền, nhờ thu và tín dụng chứng từ (L/C), trong đó thanh toán theo phương thức tín dụng chứng từ luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất và thường xuyên chiếm tỷ trọng trên 50% trong tổng doanh số thực hiện thanh toán quốc tế.

Doanh thu từ hình thức thanh toán chuyển tiền tại Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) chiếm tỷ trọng thứ hai (sau phương thức tín dụng thư) trong tổng số doanh số thanh toán quốc tế.

Nghiệp vụ chuyển tiền áp dụng phổ biến tại Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) đó là dịch vụ chuyển tiền nhanh quốc tế Money Gram. Hoạt động cung cấp dịch vụ chuyển tiền nhanh quốc tế Money Gram của Agribank được tuân thủ chặt chẽ theo các quy định có liên quan của pháp luật, theo các quy định và chỉ dẫn sử dụng của Money Gram đối với các đại lý chuyển tiền quốc tế và các văn bản khác có liên quan.

Việc thực hiện và quản lý dịch vụ chuyển tiền quốc tế Money Gram trong toàn hệ thống phải đảm bảo các yếu tố an toàn, bảo mật và có các biện pháp kiểm tra, kiểm soát kép mọi giao dịch để phòng ngừa rủi ro, sự cố có thể phát sinh.

Chuyển tiền với mục đích học tập, chữa bệnh ở nước ngoài; đi công tác, du lịch, thăm viếng ở nước ngoài; trả các loại phí, lệ phí cho nước ngoài; trợ cấp cho các thân

nhân đang ở nước ngoài; Chuyển tiền thừa kế cho người hưởng thừa kế ở nước ngoài; Chuyển tiền trong trường hợp định cư ở nước ngoài; Các mục đích chuyển tiền một chiều cho các nhu cầu hợp pháp khác.

***b. Dịch vụ thanh toán trong nước***

Trên cơ sở công nghệ của phần mềm core banking và các phần mềm phân hệ, toàn bộ quá trình kinh doanh và hoạt động của ngân hàng được thực hiện trực tuyến, tập trung và đồng bộ. Các nghiệp vụ lõi của ngân hàng đã được ứng dụng CNTT có thể kể đến như quản lý sổ cái, quản lý hồ sơ thông tin khách hàng, quản lý tiền gửi, quản lý thanh toán, quản lý quầy giao dịch, quản lý tiền vay, quản lý tài trợ thương mại, báo cáo và khai thác dữ liệu, quản trị nguồn lực doanh nghiệp. Các hình thức thanh toán mà NHTM áp dụng:

*Thanh toán nội bộ trong hệ thống Ngân hàng Agribank:* Sau khi hoàn tất quá trình dự án hiện đại hóa ngân hàng và hệ thống thanh toán, được phát triển dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại, các giao dịch thanh toán trong cùng hệ thống ngân hàng như: Nộp tiền mặt vào tài khoản tiền gửi thanh toán trong hệ thống Agribank; chuyển khoản giữa các tài khoản trong cùng hệ thống Agribank; chuyển khoản đi từ các tài khoản tiền gửi trong hệ thống Agribank; chuyển khoản đến từ các tài khoản tiền gửi trong hệ thống Agribank... được thực hiện nhanh chóng chỉ ngay sau khi khách hàng hoàn tất thủ tục yêu cầu trên chứng từ giấy chuyển cho giao dịch viên kiểm soát, thực hiện các thao tác trên phần mềm thì các giao dịch của khách hàng hoàn tất, số tiền được chuyển vào tài khoản của người hưởng thụ, điều đó tiết kiệm thời gian cho khách hàng, tạo sự thuận tiện trong giao dịch.

*Thanh toán ngoài hệ thống ngân hàng:* Cùng với sự phát triển của nền kinh tế và sự mở rộng của các loại hình NH khác nhau, nhu cầu thanh toán giữa các hệ thống NH càng lớn, điều này đòi hỏi mỗi NH cần thiết lập và tham gia nhiều kênh thanh toán khác nhau. Hiện nay, Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) đang sử dụng một số kênh thanh toán ngoài hệ thống như:

*Kênh thanh toán Agribank-e banking:* Agribank-e banking là dịch vụ ngân hàng điện tử trực tuyến do Agribank cung cấp. Hệ thống Agribank-e banking là hệ thống điện tử kết nối trực tiếp giữa Đơn vị Agribank với Agribank-e banking để thực hiện các dịch vụ Ngân hàng điện tử. Với mục tiêu phát triển kênh thanh toán điện tử đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, dịch vụ Agribank-e banking là sản phẩm ngân hàng hiện đại được phát triển dựa trên việc ứng dụng công nghệ thông tin và internet, mang lại cho khách hàng một giải pháp ngân hàng từ xa an toàn, ổn định và hiệu quả. Chương trình Agribank-e banking phát huy được khả năng trực tuyến và quản lý thông tin khách hàng tập trung. Sử dụng kênh thanh toán trên nhằm phục vụ cho những khách hàng mở tài khoản tại hệ thống Ngân hàng Agribank. Việc thực hiện thanh toán được kết nối trực tiếp online với hệ thống thanh toán Agribank-e banking của Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Agribank.

*Kênh thanh toán điện tử liên ngân hàng (ĐTLNH):* Hiện tại, ngân hàng đang sử dụng phần mềm BR-TAD và CITAD là phần mềm dành cho các Chi nhánh Ngân hàng

Nhà nước và các tổ chức tín dụng (gọi tắt là TCTD) tham gia hệ thống điện tử liên ngân hàng (IBPS) do ngân hàng Nhà nước Việt Nam xây dựng. Hình thức thanh toán áp dụng đối với các lệnh thanh toán mà đơn vị hưởng thuộc hệ thống ngân hàng tham gia hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng. Thanh toán điện tử liên ngân hàng được áp dụng trong ngân hàng Agribank đó là Kênh thanh toán ĐTLNH giá trị thấp dưới 500 triệu và kênh thanh toán ĐTLNH giá trị cao từ 500 triệu trở lên.

Căn cứ vào thời điểm các thành viên tham gia hệ thống thanh toán ĐTLNH gửi lệnh chuyển tiền tới Cục công nghệ tin học ngân hàng là 09 giờ hàng ngày và ngừng gửi Lệnh thanh toán trong ngày là 15 giờ của ngày làm việc (đối với Lệnh thanh toán giá trị thấp) và 16 giờ của ngày làm việc (đối với Lệnh thanh toán giá trị cao), TTTT thực hiện xử lý chuyển tiếp Lệnh thanh toán của các Đơn vị Agribank như sau:

- Lệnh thanh toán giá trị thấp chuyển tới TTTT trước 14 giờ 45 phút sẽ được xử lý theo kênh thanh toán điện tử giá trị thấp.

- Lệnh thanh toán giá trị thấp ngoại tỉnh của các Đơn vị Agribank không thuộc địa bàn Hà Nội, Hồ Chí Minh (nếu thanh toán qua TTTT phía Bắc/Phía Nam) sẽ thực hiện chuyển điện giá trị cao đến 15 giờ 45 phút.

- Lệnh thanh toán giá trị cao và Lệnh thanh toán khẩn (bao gồm cả giá trị thấp/cao) được xử lý theo kênh thanh toán điện tử liên hàng giá trị cao đến 15 giờ 45 phút.

*Kênh thanh toán bù trừ giấy:* Áp dụng đối với các Lệnh thanh toán mà Ngân hàng hưởng là hệ thống Kho bạc hoặc Ngân hàng/Tổ chức tín dụng thuộc hệ thống các Ngân hàng/Tổ chức tín dụng trên cùng địa bàn tỉnh, thành phố có tham gia thanh toán bù trừ tại Ngân hàng Nhà nước địa bàn Hà Nội.

Các Lệnh thanh toán qua kênh thanh toán bù trừ có Ngân hàng hưởng thuộc địa bàn TP. Hồ Chí Minh, các Đơn vị Agribank chuyển qua kênh thanh toán bù trừ giấy của Agribank.

*Áp dụng kênh thanh toán hiệu quả đối với:* lệnh thanh toán mà người hưởng tại hệ thống Kho bạc nhà nước, lệnh thanh toán giá trị cao Đơn vị Agribank tạo trước 12 giờ trong ngày và lệnh thanh toán nội tỉnh giá trị cao của các Đơn vị Agribank tại địa bàn Hà Nội tạo sau 12 giờ hàng ngày sẽ được chuyển sang ngày làm việc tiếp theo.

*Kênh thanh toán từng lần qua NHNN:* Áp dụng đối với các Lệnh thanh toán mà Ngân hàng hưởng là các tổ chức tín dụng tại các tỉnh không có kênh thanh toán điện tử và Kho bạc nhà nước các tỉnh.

Áp dụng đối với trường hợp điều chuyển vốn nội bộ trong hệ thống Agribank.

Ngân hàng Nhà nước quy định giao dịch trước 15h30 ngày làm việc.

Do đó Lệnh chuyển vốn hoặc chuyển tới Ngân hàng hưởng là các tổ chức tín dụng tại các tỉnh không có kênh thanh toán điện tử và kho bạc các tỉnh phải gửi đến TTTT trước 14h30.

Các Lệnh thanh toán chuyển đến TTTT sau 14h30 sẽ được thực hiện vào ngày làm việc tiếp theo.

Sử dụng thẻ để thanh toán là tiện ích mà hầu hết các Ngân hàng đều sử dụng. Khách hàng sử dụng thẻ ATM của Agribank không những có thể rút tiền mà còn có thể thực hiện giao dịch thanh toán chuyển khoản, in sao kê tài khoản, truy vấn số dư, rút tiền mặt tại máy ATM. Dựa vào kết quả doanh năm 2009 thu từ hoạt động dịch vụ thẻ mang lại thì con số còn khá khiêm tốn, chưa cao chỉ chiếm 0.35% trong tổng số thu từ hoạt động thanh toán. Điều đó cho thấy dịch vụ thẻ còn chưa phát triển tại Agribank, mới chỉ dừng lại từ thu phí dịch vụ phát hành thẻ, thu phí chuyển tiền qua ATM và thu phí rút tiền mặt tại máy ATM. Đó là những hình thức cần thiết với bất cứ ngân hàng nào.

#### **2.2.4. Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ**

Với 16 loại ngoại tệ mạnh khác nhau, hoạt động mua bán ngoại tệ phục vụ nhu cầu của khách hàng được thực hiện ở tất cả các chi nhánh trong hệ thống. Thu lãi từ hoạt động mua bán ngoại tệ năm 2019 đạt 87,77 tỷ đồng tăng 748% so với năm 2018. Hoạt động kinh doanh ngoại tệ đã hỗ trợ tích cực cho hoạt động thanh toán quốc tế, đồng thời cũng góp phần không nhỏ vào việc tăng doanh thu cho Ngân hàng.

Các hình thức hoạt động dịch vụ kinh doanh ngoại tệ được áp dụng tại Ngân hàng Agribank :

- Mua bán ngoại tệ giao ngay: dành cho các doanh nghiệp cần mua ngoại tệ để phục vụ thanh toán quốc tế cho hoạt động xuất nhập khẩu hoặc các nghĩa vụ thanh toán khác với đối tác nước ngoài hoặc doanh nghiệp cần bán ngoại tệ thu được từ hoạt động xuất nhập khẩu phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như các mục đích sử dụng vốn khác.

- Mua bán ngoại tệ kỳ hạn: giúp cho các doanh nghiệp tránh rủi ro khi tỷ giá của ngoại tệ sẽ nhận được có xu hướng giảm bằng xác định tỉ giá ngoại tệ ngay từ hôm nay để doanh nghiệp có thể bảo đảm cho các kế hoạch tài chính của mình bằng cách Agribank cam kết sẽ mua, bán với doanh nghiệp một lượng ngoại tệ theo một mức tỷ giá xác định và việc thanh toán sẽ được thực hiện vào thời điểm xác định trong tương lai.

- Hoán đổi ngoại tệ: dành cho các doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng nguồn tiền thu của tương lai, tại thời điểm hiện tại và giúp cho doanh nghiệp đang có nguồn ngoại tệ trong hiện tại và sẽ loại bỏ rủi ro tỷ giá với nghĩa vụ thanh toán trong tương lai.

- Mua-bán kỳ hạn GTCG: là nghiệp vụ mà Agribank và khách hàng mua/bán các loại GTCG chưa đến hạn thanh toán theo giá thỏa thuận, đồng thời hai bên cam kết bán/mua lại các loại GTCG đó sau một thời gian đã được xác định trong hợp đồng (đó chính là ngày đến hạn của hợp đồng mua-bán kỳ hạn) dành cho các khách hàng là: các ngân hàng thương mại, đầu tư phát triển, NH liên doanh, các công ty tài chính và công ty cho thuê tài chính, các công ty chứng khoán, các công ty bảo hiểm và các tổ chức kinh tế khác.

Dịch vụ Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) cung cấp cho khách hàng luôn đảm bảo tính cạnh tranh, thời gian, phương thức thanh toán linh hoạt với thủ tục nhanh gọn. Khách hàng còn được tư vấn miễn phí khi tham gia giao dịch mua bán ngoại tệ với ngân hàng.



**Bảng 2. 6: Doanh thu từ dịch vụ KDNT năm 2017, 2018 và 2019**

| Chỉ tiêu                               | Năm 2007      | Năm 2008      | ĐVT: Triệu đồng |
|--|---------------|---------------|-----------------|
|  |               |               | Năm 2009        |
| Thu từ kinh doanh ngoại tệ giao ngay   | 14.824        | 81.122        | 238.396         |
| Thu từ CC tài chính phái sinh tiền tệ. | 661           | 7.665         | 22.262          |
| <b>Tổng cộng</b>                       | <b>15.485</b> | <b>88.787</b> | <b>260.658</b>  |

*(Báo cáo hoạt động dịch vụ qua các năm của Agribank)*

### 2.2.5. Dịch vụ bảo lãnh

Dịch vụ bảo lãnh là một dịch vụ truyền thống của Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) kể từ ngày đầu mới thành lập. Các hình thức bảo lãnh áp dụng tại Agribank như:

- Bảo lãnh vay vốn: là một bảo lãnh ngân hàng do Agribank phát hành cho bên nhận bảo lãnh, về việc cam kết trả nợ thay cho khách hàng trong trường hợp khách hàng không trả nợ hoặc không trả nợ đầy đủ đúng hạn.

- Bảo lãnh thanh toán: là một bảo lãnh ngân hàng do Agribank phát hành cho bên nhận bảo lãnh cam kết sẽ thanh toán thay cho khách hàng trong trường hợp khách hàng không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ nghĩa vụ thanh toán của mình khi đến hạn.

- Bảo lãnh dự thầu: là một bảo lãnh ngân hàng do Agribank phát hành cho bên mời thầu để bảo đảm nghĩa vụ tham gia dự thầu của khách hàng. Trường hợp khách hàng bị phạt do vi phạm quy định dự thầu mà không nộp hoặc nộp không đủ tiền phạt cho bên mời thầu thì Agribank thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh đã cam kết.

- Bảo lãnh thực hiện hợp đồng: là một bảo lãnh ngân hàng do Agribank phát hành cho bên nhận bảo lãnh bảo đảm việc thực hiện đúng, đầy đủ các nghĩa vụ của khách hàng với bên nhận bảo lãnh theo hợp đồng đã ký kết. Trong trường hợp khách hàng không thực hiện đúng và đầy đủ các nghĩa vụ trong hợp đồng Agribank thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh đã cam kết.

- Bảo lãnh bảo đảm chất lượng sản phẩm: là một bảo lãnh ngân hàng do Agribank phát hành cho bên nhận bảo lãnh bảo đảm khách hàng thực hiện đúng các thỏa thuận trong hợp đồng về chất lượng sản phẩm với bên nhận bảo lãnh mà không nộp hoặc nộp không đủ tiền phạt cho bên nhận bảo lãnh, Agribank thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh đã cam kết.

- Bảo lãnh hoàn trả tiền ứng trước: Là một bảo lãnh ngân hàng do Agribank phát hành cho bên nhận bảo lãnh về việc bảo đảm nghĩa vụ hoàn trả tiền ứng trước của khách hàng theo hợp đồng đã ký kết với bên nhận bảo lãnh. Trường hợp khách hàng vi phạm các cam kết với bên nhận bảo lãnh và phải hoàn trả tiền ứng trước nhưng không hoàn trả hoặc hoàn trả không đủ số tiền ứng trước cho bên nhận bảo lãnh, thì Agribank sẽ hoàn trả số tiền ứng trước cho bên nhận bảo lãnh.

- Bảo lãnh đối ứng: Là một bảo lãnh ngân hàng do Agribank (bên phát hành bảo lãnh đối ứng) phát hành cho một tổ chức tín dụng khác (bên bảo lãnh) về việc đề nghị bên bảo lãnh thực hiện bảo lãnh cho các nghĩa vụ của khách hàng của bên phát hành bảo lãnh đối ứng với bên nhận bảo lãnh. Trường hợp khách hàng vi phạm các cam kết với bên nhận bảo lãnh, bên bảo lãnh phải thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh thì bên phát hành bảo lãnh đối ứng phải thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh đối ứng cho bên bảo lãnh.

- Xác nhận bảo lãnh: : Là một bảo lãnh ngân hàng do Agribank (bên xác nhận bảo lãnh) phát hành cho bên nhận bảo lãnh về việc đảm bảo khả năng thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh của bên bảo lãnh. Trường hợp bên được xác nhận bảo lãnh không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ nghĩa vụ của mình đã cam kết với bên nhận bảo lãnh, thì bên xác nhận bảo lãnh sẽ thực hiện nghĩa vụ thay cho bên được xác nhận bảo lãnh.

- Bảo lãnh phát hành trái phiếu doanh nghiệp: Là việc Agribank cam kết với tổ chức phát hành về việc thực hiện các thủ tục trước khi phát hành trái phiếu, phân phối trái phiếu cho các nhà đầu tư, nhận mua trái phiếu để bán lại hoặc mua số trái phiếu còn lại chưa phân phối hết.

Năm 2019 thu phí từ dịch vụ bảo lãnh của ngân hàng đạt 38,41 tỷ đồng, chiếm 25.92% trong tổng số thu nhập từ hoạt động dịch vụ và đạt tăng trưởng 443% so với năm 2018. Trong năm 2019 hình thức bảo lãnh phát hành trái phiếu doanh nghiệp đã mang lại nguồn thu đáng kể cho ngân hàng. Đây cũng là loại hình bảo lãnh mới phát triển trong năm 2019.

Tuy nhiên hình thức bảo lãnh vẫn chủ yếu tập trung ở những doanh nghiệp lớn. Điều kiện và thủ tục để nhận bảo lãnh khá phức tạp, các điều kiện bảo lãnh đó là các đơn vị xin bảo lãnh kinh doanh phải có lãi, không nợ quá hạn, phải có tài sản đảm bảo hợp pháp và tương ứng với nghĩa vụ xin bảo lãnh.

**Bảng 2. 7: Doanh thu từ dịch vụ Bảo lãnh năm 2017, năm 2018 và 2019**

| Chỉ tiêu                        | Năm 2017    | Năm 2018     | DVT: Triệu đồng |
|---------------------------------|-------------|--------------|-----------------|
|                                 |             |              | Năm 2019        |
| - Thu phí BL Thanh toán         | 517         | 1.184        | 3.501           |
| - Thu phí BL thực hiện dự thầu  | 451         | 684          | 1.492           |
| - Thu phí BL thực hiện hợp đồng | 353         | 1.501        | 2.041           |
| - Thu phí BL vay vốn            | 118         | 198          | 248             |
| - Thu phí BL phát hành TP DN    | 0           | 0            | 22.570          |
| - Thu phí BL khác               | 675         | 3.496        | 8.564           |
| <b>Tổng cộng</b>                | <b>2114</b> | <b>7.064</b> | <b>38.417</b>   |

*(Báo cáo hoạt động dịch vụ qua các năm của Agribank)*

### 2.2.6. Dịch vụ kinh doanh chứng khoán

Hoạt động đầu tư chứng khoán là một trong những hoạt động nhằm mục đích đa dạng hoá danh mục tài sản, tạo tính thanh khoản và sinh lời cho Ngân hàng. Chiếm đa phần trong danh mục chứng khoán đầu tư của các Ngân hàng thường là Trái phiếu Chính phủ và Trái phiếu của các Tập đoàn tài chính. Tuy nhiên, kể từ đầu năm 2019 đến nay, thị trường chứng khoán có nhiều biến động. Đồng thời, lãi suất thị trường cũng tăng nhanh khiến lợi tức trái phiếu tăng mạnh (lãi suất trái phiếu tăng khoảng 10%). Đây là những yếu tố gây ảnh hưởng đến danh mục chứng khoán đầu tư và kinh doanh của các ngân hàng cũng như lợi nhuận từ hoạt động mua bán chứng khoán.

Các khoản đầu tư của Agribank bao gồm Chứng khoán đầu tư sẵn sàng để bán (trái phiếu, cổ phiếu) và góp vốn cổ phần đầu tư dài hạn. Trong năm 2019, các khoản đầu tư này tăng mạnh, giá trị tăng 82% so với năm 2018, trong đó các chứng khoán đầu tư sẵn sàng để bán là chủ yếu, chiếm trên 95%. Tính đến 31/12/2019 giá trị chứng khoán đầu tư sẵn sàng để bán là 11.112 tỷ, tăng tới 182.82% so với thời điểm 31/12/2018, trong đó phần lớn là đầu tư vào các chứng khoán nợ do các tổ chức tín dụng trong nước phát hành.

**Bảng 2. 8: Các khoản đầu tư chứng khoán của Agribank năm 2017, năm 2018 và năm 2019**

| Loại hình                   | 31/12/2017       | 31/12/2018       | ĐVT: Triệu đồng   |
|-----------------------------|------------------|------------------|-------------------|
|                             |                  |                  | 31/12/2019        |
| Chứng khoán sẵn sàng để bán |                  |                  |                   |
| - Chứng khoán nợ            | 2.169.236        | 3.913.402        | 10.823.956        |
| - Chứng khoán vốn           |                  | 16.000           | 288.695           |
| <b>Tổng</b>                 | <b>2.169.236</b> | <b>3.929.402</b> | <b>11.112.651</b> |

*(Báo cáo tài chính qua các năm của Agribank)*

### 2.2.7. Một số dịch vụ khác

Không dừng lại ở các hoạt động dịch vụ truyền thống tại các điểm kinh doanh, Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) còn cung cấp các dịch vụ tiện ích cho khách hàng thông qua Internet, qua điện thoại di động với các loại hình dịch vụ như:

- Dịch vụ Mobile Banking: bao gồm một hoặc nhiều dịch vụ truy vấn thông tin mà Agribank cung cấp cho khách hàng tại bất kỳ thời điểm nào thông qua hệ thống nhắn tin SMS vào số điện thoại mà khách hàng đã đăng ký với ngân hàng.

- Dịch vụ Internet Banking: bao gồm một hoặc nhiều dịch vụ truy vấn thông tin mà Agribank cung cấp cho khách hàng qua địa chỉ thư điện tử (email) của khách hàng đã đăng ký với Agribank hoặc được khách hàng khai thác bằng cách tự truy cập vào trang web của Agribank tại bất kỳ điểm truy cập internet và bất kỳ thời điểm nào bằng mã truy cập và mật khẩu do Agribank cung cấp.

- Sử dụng dịch vụ Mobile banking và Internet banking khách hàng có thể truy vấn địa chỉ, số điện thoại liên lạc với các đơn vị của Agribank; truy vấn tỷ giá ngoại tệ; truy vấn lãi suất tiền gửi tiết kiệm; truy vấn các sản phẩm dịch vụ mới của Agribank; truy vấn số dư tài khoản tiền gửi, tiền vay... Với dịch vụ này khách hàng không cần phải trực tiếp đến ngân hàng vẫn có thể vấn tin lịch sử giao dịch trên tài khoản tiền gửi, tiền vay của mình tại Ngân hàng thông qua máy tính nối mạng tại nhà.

- Dịch vụ thanh toán lương qua tài khoản: Dịch vụ thanh toán lương cho cán bộ nhân viên qua tài khoản giúp các doanh nghiệp tiết kiệm được thời gian và chi phí thanh toán lương cho cán bộ bằng tiền mặt tại trụ sở. Về phía ngân hàng, thông qua tài khoản tiền lương của cán bộ nhân viên được mở, ngân hàng huy động thêm được lượng tiền gửi, hạn chế sự lưu thông tiền mặt trong nền kinh tế.

- Dịch vụ tư vấn: Là dịch vụ tương đối mới của Ngân hàng, thông qua dịch vụ tư vấn khách hàng có thể hiểu rõ được các sản phẩm hiện có tại ngân hàng, đồng thời có thể lựa chọn cho mình sản phẩm phù hợp. Mới đây, Agribank đã hoàn thành 02 khóa học nhằm đào tạo một đội ngũ cán bộ tư vấn tài chính cá nhân chuyên nghiệp. Theo đó, trong thời gian tới, các cán bộ tư vấn tài chính cá nhân của Agribank sẽ hỗ trợ, tư vấn cho các khách hàng cá nhân, nhằm tối đa hóa lợi ích trên cơ sở nhu cầu và năng lực tài chính hiện có. Dịch vụ mới này cùng với các chương trình chăm sóc khách hàng đang và sẽ triển khai tại Agribank thể hiện nỗ lực của Ngân hàng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

## **2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TẠI NGÂN NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM**

### **2.3.1. Kết quả đạt được**

Năm 2019 là năm có nhiều khó khăn, thách thức do tác động của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu và tình hình dịch bệnh covid, nhưng kinh tế Việt Nam vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng tương đối cao so với khu vực và trên thế giới (5,32%). Năm 2019 là năm đầy sóng gió của thị trường tài chính trong nước. Hệ thống Ngân hàng Việt Nam phải đối phó với tình hình suy giảm kinh tế. Ngân hàng Nhà nước đã cùng với các TCTD theo dõi sát diễn biến và dự báo của các nước để chủ động điều hành chính sách tiền tệ, chuyển từ mục tiêu ngăn chặn lạm phát sang mục tiêu hàng đầu là ngăn chặn suy giảm kinh tế.

Mặc dù vậy, năm 2019 được coi là một năm kinh doanh thành công với những bước tăng trưởng mạnh mẽ của Agribank trên chặng đường phát triển, hướng đến đến mục tiêu trở thành một trong những ngân hàng dẫn đầu thị trường về khả năng cung ứng các dịch vụ tài chính chuyên nghiệp đa năng, trọn gói theo tiêu chuẩn quốc tế. Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) hết sức khả quan:

Thứ nhất, hoạt động dịch vụ của Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) luôn giữ được tốc độ tăng trưởng cao. Đặc biệt trong năm 2019 thu thuần từ hoạt động dịch vụ cao gấp đôi so với năm 2018. Đạt được thành quả đó là do sự

đổi mới cơ cấu bộ máy của Ngân hàng, sự phân hóa các bộ phận phòng ban theo hướng chuyên sâu phát triển từng mảng hoạt động.

Thứ hai, các dịch vụ dành cho khách hàng doanh nghiệp thanh toán, bảo lãnh, kinh doanh ngoại tệ tiếp tục phát huy lợi thế và khẳng định được thế mạnh của Ngân hàng Agribank. Các dịch vụ này có tốc độ tăng trưởng mạnh với chất lượng dịch vụ tốt, đáp ứng ngày càng đầy đủ, kịp thời cho nhu cầu phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp.

Thứ ba, chất lượng dịch vụ cũng được cải thiện đáng kể thể hiện ở việc đo lường sự hài lòng của khách hàng hàng năm và việc gia tăng doanh số thu dịch vụ trong tổng thu của Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn. Agribank đã hết sức chú trọng đến hoạt động tiếp cận, chăm sóc khách hàng. Song song với việc củng cố mối quan hệ với các cổ đông, đồng thời là nhóm khách hàng lớn như Tập đoàn Đầu tư Phát triển Việt Nam (VID)... Agribank đã đưa ra nhiều sản phẩm mới, nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm hướng tới đông đảo đối tượng khách hàng cá nhân riêng lẻ. Ngoài ra, các chi nhánh Agribank trên toàn quốc cũng được chỉ đạo phải bám sát tình hình hoạt động của các doanh nghiệp vừa và nhỏ đang là khách hàng tại từng khu vực. Bằng cách đó, Agribank đã cố gắng nắm bắt những khó khăn và nhu cầu của khách hàng để tư vấn cho họ những giải pháp phù hợp.

Không chỉ đầu tư chất xám và công nghệ để cải thiện chất lượng dịch vụ, hàng năm Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) còn thực hiện phát phiếu tham dò gửi tới khách hàng để đo lường sự hài lòng của khách hàng đối với các sản phẩm và dịch vụ của ngân hàng, đồng thời kịp thời phát hiện và sửa chữa những khâu, những điểm khiến khách hàng chưa hài lòng. Đặc biệt Ngân hàng đã chú trọng đến việc chăm sóc khách hàng thông qua bộ phận tư vấn về các dịch vụ hiện có của ngân hàng cũng như chính sách hiện hành ngân hàng áp dụng, giúp cho khách hàng lựa chọn những sản phẩm tiện ích nhất cho mình. Bộ phận tư vấn thực sự được khách hàng hài lòng, để lại những ấn tượng tốt đối với khách hàng đến giao dịch.

Thứ tư, công tác Marketing cũng đã được chú trọng trong hoạt động của Ngân hàng. Thành công lớn nhất trong năm 2019 của Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank), tạo ấn tượng lớn đối với khách hàng thông qua trương trình quảng bá thương hiệu mà Agribank tổ chức được phát trực tiếp trên kênh truyền hình.

Bên cạnh đó, Ngân hàng chú trọng đến các hoạt động từ thiện như: thăm bà mẹ Việt Nam anh hùng, ủng hộ đồng bào lũ lụt, tài trợ chương trình “Mùa hè xanh” sinh viên tình nguyện ngoại thương.

Thứ năm, Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) cũng tích cực tìm hiểu thị trường, nghiên cứu địa bàn để mở rộng mạng lưới Chi nhánh. Ngoài những Chi nhánh đã được thành lập ở một số thành phố lớn như: Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, Đà Nẵng, Thành Phố Hồ Chí Minh, Hải Dương, Thanh Hóa, Nghệ An, Bắc Ninh, Phú Thọ, Kon Tum...

Thứ sáu, công tác quản trị điều hành trong hoạt động dịch vụ cũng có những chuyển biến tích cực như: Ngân hàng đã đưa ra những quy trình, nghiệp vụ trong hoạt động tín dụng, huy động, kinh doanh ngoại tệ... Bên cạnh đó, ngân hàng đưa ra quy định về tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ tại Agribank để đo lường chất lượng mà ngân hàng thực hiện thông qua việc thường xuyên tổ chức kiểm tra, đánh giá dựa trên những tiêu chuẩn đã xây dựng.

Thứ bảy, Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) thực sự coi trọng hoạt động sáng tạo, cải tiến công nghệ. Nhờ mức độ đầu tư xác đáng trong những năm gần đây mà hoạt động sáng tạo, cải tiến công nghệ của Ngân hàng đã được khuyến khích, phát triển.

### **2.3.2. Những mặt còn hạn chế**

Bên cạnh những kết quả mà Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) đã đạt được thời gian qua trong công tác phát triển dịch vụ, Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) vẫn còn số tồn tại nhất định:

Các sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) cung cấp chủ yếu là các dịch vụ mang tính truyền thống, hạn chế về chủng loại. Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử mà ngân hàng đưa ra còn chưa nhiều, tiện ích của sản phẩm còn bị hạn chế, khách hàng chưa biết nhiều đến dịch vụ này.

Tiến độ triển khai dịch vụ thẻ còn chậm, mới chỉ dừng lại ở việc bổ sung một số điểm đặt máy ATM, thêm chức năng chuyển tiền qua ATM nhưng mới chỉ giới hạn ở mức trong cùng hệ thống. Chưa triển khai phát hành thẻ Visa, thẻ Master Card...

Chưa có tiêu chuẩn đánh giá đối với những sản phẩm mới (những ưu điểm của sản phẩm và những mặt còn hạn chế của sản phẩm) để có những cải tiến và khắc phục đối với sản phẩm mới sau này.

Hoạt động dịch vụ hiện đang mang lại nguồn thu cho ngân hàng chủ yếu vẫn là những dịch vụ truyền thống, chưa có những dịch vụ mang tính chất đột phá mà những ngân hàng khác chưa thực hiện. Hoạt động chăm sóc khách hàng còn thiếu tính đồng bộ, hoạt động marketing mới phát triển còn chưa mạnh, chưa được quan tâm đúng mức và triển khai một cách có hiệu quả.

### **2.3.3. Nguyên nhân**

#### ***a. Nguyên nhân khách quan***

*Môi trường kinh tế chính trị, xã hội:* Kinh tế thế giới suy giảm, giá dầu, giá lương thực tăng cao đã làm lạm phát gia tăng và ảnh hưởng tới tốc độ tăng trưởng tại các nước trong khu vực, trong đó có Việt Nam. Để hạn chế tác động tiêu cực đến nền kinh tế, Chính phủ Việt Nam đã tập trung ưu tiên mục tiêu kiềm chế lạm phát, giữ ổn định kinh tế vĩ mô và hướng tới tăng trưởng nhanh bền vững trong trung và dài hạn.

Trong những tháng cuối năm 2018 và năm 2019, các ngành, lĩnh vực sản xuất kinh doanh vẫn còn chịu tác động đáng kể từ chính sách thắt chặt tiền tệ và chính sách giảm chi tiêu công của chính phủ và mức độ lạm phát cao.

Ảnh hưởng mang tính dây chuyền của chính sách tiền tệ và tài khóa thắt chặt sẽ khiến cho một bộ phận doanh nghiệp không tích lũy đủ tiềm lực trước đó hoặc khả năng chịu đựng đã vượt quá giới hạn, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, có thể sẽ rơi vào thua lỗ, thu hẹp phạm vi sản xuất kinh doanh hoặc thậm chí phá sản. Việc thắt chặt chính sách tài chính, tiền tệ cũng có thể tác động đến các thị trường chứng khoán và các thị trường tài sản.

Chính sách lãi suất cho vay cao để duy trì lãi suất thực dương trong bối cảnh lạm phát cao có thể vẫn tiếp tục gây khó khăn cho doanh nghiệp, các ngân hàng thương mại cũng như các tầng lớp dân cư trong thời gian tới.

Tham gia kinh doanh các dịch vụ trên thị trường, bên cạnh ngân hàng quốc doanh, ngân hàng nước ngoài, ngân hàng liên doanh, ngân hàng TMCP còn có các TCTD phi ngân hàng. Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng với nhau ngày càng gay gắt. Các đối thủ cạnh tranh nước ngoài đều là những tổ chức có tiềm lực về vốn, công nghệ, trình độ quản lý, kinh nghiệm tổ chức phân phối. Hội nhập quốc tế mở ra nhiều cơ hội, nhưng cũng khiến các ngân hàng thương mại trong nước phải đối mặt với một loạt những khó khăn và thách thức to lớn. Điều này càng thúc đẩy các ngân hàng cần nỗ lực hơn nữa trong quá trình hoạt động kinh doanh để tồn tại trong cạnh tranh.

*Môi trường pháp lý:* Chính sách, văn bản pháp lý điều chỉnh các vấn đề liên quan đến hoạt động Ngân hàng nói chung và dịch vụ ngân hàng nói riêng ở Việt Nam còn chưa thực sự đồng bộ, chưa được bổ sung, sửa đổi kịp thời trong bối cảnh nền kinh tế hội nhập.

*Về yếu tố cơ sở, hạ tầng:* Do đường truyền dữ liệu của Ngân hàng phụ thuộc vào chất lượng đường truyền của ngành bưu chính viễn thông. Việc tốc độ đường truyền chậm, nghẽn mạch hay có bất kỳ sự cố nào xảy ra đều có ảnh hưởng đáng kể đến hiệu quả hoạt động của dịch vụ ngân hàng nhất là dịch vụ thanh toán, chuyển tiền điện tử vào giờ cao điểm.

#### ***b. Nguyên nhân chủ quan***

Việc triển khai core banking và các phần mềm phân hệ liên quan hoàn tất, tạo dấu mốc quan trọng trong việc ứng dụng CNTT phục vụ hoạt động sản xuất kinh doanh của Ngân hàng. Tuy nhiên cho đến nay, để bắt kịp với xu thế phát triển của nền kinh tế trong nước và thế giới đòi hỏi ngân hàng không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng cũng như thường xuyên đưa ra những sản phẩm mới. Vì vậy, mà một số ứng dụng của phần mềm không còn phù hợp, việc tạo ra những báo cáo theo yêu cầu còn gặp nhiều khó khăn. Bên cạnh đó, do mạng lưới chi nhánh ngày càng mở rộng dẫn đến phần mềm thực hiện giao dịch thường xuyên bị lỗi, ảnh hưởng đến giao dịch cũng như chất lượng dịch vụ.

Ngân hàng đang trong giai đoạn kiện toàn bộ máy hoạt động, mở rộng các phòng ban tại Hội sở chính để tạo sự chuyên môn hóa đến từng lĩnh vực hoạt động, vì vậy mà chức năng nhiệm vụ của từng bộ phận đang được xây dựng, hoàn thiện dần. Các quy trình quy chế liên quan đến nghiệp vụ đang được rà soát, xây dựng theo quy chuẩn để

phù hợp với hoạt động kinh doanh hiện tại. Tăng cường mở rộng mạng lưới hoạt động ở những địa bàn mới nhằm thu hút tìm kiếm khách hàng làm ra tăng nguồn vốn huy động và dư nợ tín dụng. Do Các Chi nhánh, phòng giao dịch mới được thành lập nên việc xây dựng uy tín trên địa bàn hoạt động cần có thời gian và kinh phí, đặc biệt là những chi nhánh và phòng giao dịch được mở ở những địa bàn kinh tế còn chưa phát triển, dân trí thấp thì việc triển khai hoạt động còn gặp nhiều khó khăn, dẫn đến kết quả kinh doanh còn nhiều hạn chế.

Bên cạnh việc mở rộng phòng ban tại Hội sở chính và mạng lưới hoạt động tại những địa bàn mới thì vấn đề cung ứng nguồn nhân lực có chuyên môn, nghiệp vụ cũng là vấn đề mà ngân hàng cần phải quan tâm để đảm bảo chất lượng lao động của ngân hàng.

Môi trường kinh doanh của ngân hàng ngày càng có nhiều rủi ro tiềm ẩn, nhưng công tác quản lý rủi ro ở Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) nói riêng cũng như các ngân hàng nói chung còn nhiều hạn chế. Sự phân tích, đánh giá và dự báo rủi ro còn chưa hiệu quả, chưa đưa ra được những dự báo mang tính tương lai đối với hoạt động ngân hàng, mới chỉ tập trung ở việc thực hiện rà soát lại những công việc đã thực hiện để đưa ra những mặt còn tồn tại trong quá trình thực hiện.

Trong thời gian qua, hoạt động marketing của Ngân hàng thực sự đã đạt được thành quả nhất định Agribank đã và đang tiếp tục nỗ lực xây dựng hình ảnh một ngân hàng hiện đại, chuyên nghiệp và đáng tin cậy, có thể phục vụ và thoả mãn nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng khác nhau chứ không chỉ bó hẹp trong một nhóm khách hàng nào đó. Tuy nhiên, công tác marketing mới chỉ dừng lại ở một số chương trình quảng cáo, khuyến mại tài trợ một số chương trình truyền hình, thể thao...mà chưa có bộ phận tập trung nghiên cứu thị trường, phân tích, đánh giá nhu cầu của khách hàng cũng như xu hướng phát triển của thị trường để đưa ra những sản phẩm. Việc quảng bá sản phẩm mới chỉ dừng lại ở mức giới thiệu về sản phẩm hiện có của ngân hàng mà chưa có những đánh giá về lợi ích sản phẩm mang lại cho khách hàng.



## CHƯƠNG 3

# GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM

### 3.1. CƠ SỞ ĐỂ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

Theo tiêu chuẩn ISO, “chất lượng là mức độ của một tập hợp các đặc tính vốn có (của sản phẩm) nhằm đáp ứng được các yêu cầu (của người sử dụng)”. Như vậy, chất lượng dịch vụ ngân hàng là khái niệm để chỉ mức độ của các đặc tính của sản phẩm dịch vụ ngân hàng, nhằm thỏa mãn những yêu cầu khác nhau của khách hàng.

Vì vậy, việc nâng cao chất lượng dịch vụ là hết sức cần thiết đối với Ngân hàng Agribank, nhằm mục đích nâng cao sự thỏa mãn của khách hàng khi sử dụng các sản phẩm dịch vụ của Agribank; tạo lòng tin cho khách hàng khi tham gia giao dịch; xây dựng hình ảnh của Agribank luôn hướng tới khách hàng, chăm sóc và đồng hành cùng khách hàng - là yếu tố cốt lõi để đảm bảo sự phát triển bền vững của Agribank.

*Các yếu tố cơ bản cần thiết để nâng cao chất lượng dịch vụ như:*

**Công nghệ:** Công nghệ là yếu tố then chốt đối với ngân hàng, việc thường xuyên nghiên cứu, triển khai và đưa vào sử dụng những ứng dụng công nghệ phù hợp với sự gia tăng của các loại hình dịch vụ ngày càng phát triển của Ngân hàng với tốc độ xử lý nhanh, bảo đảm và an toàn góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ của Ngân hàng.

**Thương hiệu và mạng lưới Chi nhánh:**

- Thương hiệu của Ngân hàng được xây dựng dựa trên sự uy tín, chất lượng dịch vụ. Với thương hiệu mạnh Ngân hàng không những tạo được lòng tin với khách hàng truyền thống thường xuyên giao dịch với Ngân hàng mà còn có thể thu hút thêm nhiều khách hàng mới. Từ đó Ngân hàng càng có điều kiện và cơ sở để mở rộng và nâng cao chất lượng dịch vụ của mình.

- Hệ thống mạng lưới chi nhánh của Ngân hàng càng rộng, Ngân hàng càng có cơ hội đưa dịch vụ đến với nhiều khách hàng hơn, từ đó sự tiếp cận và chăm sóc khách hàng cũng thuận tiện hơn. Với mạng lưới chi nhánh được đặt ở nhiều nơi tạo sự thuận tiện cho khách hàng tham gia khi giao dịch, tiết kiệm được thời gian, chi phí cho khách hàng.

**Công tác Marketing:** Trong hoạt động Ngân hàng, công tác Marketing là hết sức quan trọng, bởi vì nhu cầu của khách hàng đa dạng và thường xuyên thay đổi theo thời gian, điều kiện kinh tế xã hội, thu nhập của người dân cộng thêm sự cạnh tranh khốc liệt của các ngân hàng. Việc nghiên cứu thị trường, xây dựng và thường xuyên cải tiến, mở rộng các loại hình dịch vụ đáp ứng được nhu cầu của khách hàng là cần thiết đối với hoạt động Marketing.

**Nguồn nhân lực:** Một trong những nhân tố không thể thiếu được trong hoạt động của Ngân hàng đó là nhân tố con người. Yếu tố con người bao hàm các yếu tố về đạo đức, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, trình độ và kỹ năng quản lý của cán bộ ngân hàng. Cán bộ cần phải nắm rõ nghiệp vụ chuyên môn để có thể tư vấn cho khách hàng về những loại hình sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng mình tới khách hàng một cách tốt nhất.

Khách hàng tiếp cận với ngân hàng thông qua các cán bộ ngân hàng, vì vậy họ chính là hình ảnh đại diện của ngân hàng.

### **3.2. MỤC TIÊU NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM**

Mục tiêu mà Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) hướng tới đó là cung cấp các sản phẩm dịch vụ ngân hàng với chất lượng cao cho mọi đối tượng khách hàng. Nhằm đưa ngân hàng trở thành ngân hàng Agriabank phát triển bền vững với chất lượng dịch vụ hàng đầu theo các chuẩn mực quốc tế.

Ngân hàng cũng đã xây dựng một kế hoạch hoạt động mang tính đột phá về mọi mặt với cam kết đa dạng hóa và nâng cao hơn nữa chất lượng sản phẩm dịch vụ, đó là xây dựng một mô hình hoạt động theo tiêu chuẩn của quốc tế với trang thiết bị hiện đại, đội ngũ giao dịch viên có trình độ chuyên môn nghiệp vụ vững vàng, sẵn sàng tư vấn cho khách hàng những loại sản phẩm tối ưu nhất của Ngân hàng. Bên cạnh đó, ngân hàng vẫn kiện toàn bộ máy hoạt động với các phòng ban chuyên môn hóa tập trung vào từng lĩnh vực kinh doanh để đem lại hiệu quả cao nhất. Khi khách hàng đến với Ngân hàng sẽ được hưởng những điều kiện tốt nhất mà ngân hàng đem lại như: sử dụng dịch vụ tra cứu thông tin qua mạng internet miễn phí, được xem tivi với kênh thông tin tài chính cần thiết cho việc cập nhật thông tin của khách hàng về nền kinh tế. Khách hàng đến giao dịch ấn số tự động chờ đến lượt giao dịch giao dịch của mình. Để tiết kiệm thời gian cho khách hàng, giảm thiểu những thủ tục không cần thiết, khách hàng không phải viết vào chứng từ giấy mà chỉ cần trả lời những câu hỏi do giao dịch viên đưa ra để cập nhật vào hệ thống, khách hàng kiểm tra lại những thông tin và ký vào chứng từ do giao dịch viên đưa lại.

Để thực hiện tốt chất lượng dịch vụ thì cần phải hiểu và nhận thức sâu sắc về chất lượng dịch vụ và sự cần thiết phải nâng cao chất lượng dịch vụ. Quá trình thực hiện, kiểm soát chất lượng dịch vụ phải đạt được sự thống nhất trên toàn hệ thống theo những tiêu chuẩn nhất định. Thường xuyên theo dõi và đánh giá tính hiệu quả của dịch vụ đem lại.

### **3.3. ĐỊNH HƯỚNG NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG**

#### **3.3.1. Định hướng phát triển dịch vụ huy động vốn**

Với định hướng là một Ngân hàng thương mại đa năng, Agribank đã triển khai các sản phẩm và dịch vụ đa dạng đáp ứng nhu cầu của dân cư, tổ chức kinh tế và tổ chức tín dụng cả bằng nội tệ và ngoại tệ. Công tác phát triển khách hàng theo hướng chuyên nghiệp hóa (hình thành khối khách hàng doanh nghiệp và khối khách hàng cá nhân) để tận dụng mọi khả năng kinh doanh khai thác lợi thế của khách hàng trên cơ sở hợp tác hai bên cùng có lợi.

Nguồn vốn huy động từ tổ chức kinh tế vẫn chiếm tỷ trọng lớn và luôn là thế mạnh của Agribank. Nguồn huy động được duy trì chủ yếu của các khách hàng truyền thống tham gia giao dịch với Ngân hàng từ ngày đầu thành lập. Để chuyên môn hóa công tác tìm kiếm và chăm sóc khách hàng, chính sách khách hàng linh hoạt được áp dụng cho từng phân khúc khách hàng riêng biệt, Agribank thành lập khối khách hàng doanh nghiệp

với mục tiêu duy trì khách hàng truyền thống, tìm kiếm những khách hàng mới là những tổ chức kinh tế lớn trong nền kinh tế góp phần gia tăng nguồn vốn huy động.

Bên cạnh việc huy động từ những khách hàng là các tổ chức kinh tế, Agribank sẽ chú trọng đến việc phát triển nguồn huy động từ dân cư, với việc thường xuyên đưa ra những sản phẩm mới với mức lãi suất cao, linh hoạt, đi kèm theo đó là những hình thức khuyến mãi hấp dẫn.

Đối tượng phục vụ của Agribank hướng tới đó là những người có thu nhập cao, ổn định. Bên cạnh đó vẫn duy trì thu hút nguồn vốn từ các cá nhân khác.

### **3.3.2. Định hướng phát triển dịch vụ tín dụng**

Cùng với chiến lược đa dạng hóa khách hàng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các cá nhân có thu nhập cao và ổn định, Agribank còn hướng tới các khách hàng lớn, đặc biệt là các khách hàng có mối quan hệ truyền thống hoặc các khách hàng là cổ đông của ngân hàng.

Thành lập khối khách hàng doanh nghiệp và khối khách hàng cá nhân để chuyên sâu hóa năng lực phục vụ khách hàng là các doanh nghiệp và cá nhân, tăng cường chỉ đạo theo chiều dọc và hỗ trợ các chi nhánh. Cụ thể, xác định các đối tác chiến lược, các khách hàng tiềm năng để chủ động tiếp xúc, thiết lập quan hệ đối tác chiến lược hoặc các hạn mức tín dụng, xây dựng cơ chế, chính sách ưu đãi đối với khách hàng cần thu hút, phát triển các sản phẩm dịch vụ phù hợp với từng đối tượng khách hàng. Tăng cường liên kết, hợp tác với các cổ đông chiến lược nhằm phát huy tối đa các cơ hội kinh doanh.

Chủ động trong việc tìm kiếm và phát triển các khách hàng lớn, truyền đạt đến khách hàng những sự thay đổi mới trong chính sách tín dụng cũng như sản phẩm mới của Agribank, sẵn sàng cung cấp cho khách hàng những khoản tín dụng có giá trị lớn trên cơ sở các dự án, phương án khả thi.

Rà soát lại các cơ chế, chính sách, quy trình tín dụng... điều chỉnh, bổ sung hoặc xây dựng mới để phát triển kinh doanh nhằm hạn chế rủi ro. Tiếp tục xây dựng các quy trình, thủ tục, hệ thống báo cáo trong hoạt động giám sát tín dụng nhằm phát hiện và xử lý kịp thời các khoản tín dụng có dấu hiệu rủi ro.

Xây dựng lại chương trình đào tạo và tăng cường đào tạo cho cán bộ tín dụng về yêu cầu và kỹ năng thẩm định. Xây dựng định hướng cho hoạt động quản lý tín dụng theo tiêu chuẩn quốc tế.

### **3.3.3. Định hướng phát triển dịch vụ thanh toán**

Với định hướng liên tục phát triển các tiện ích, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ nhằm mang đến nhiều sự lựa chọn cho khách hàng, Agribank vừa chính thức đưa hệ thống Quản lý phát hành thẻ và sản phẩm thẻ ghi nợ nội địa hiện đại theo tiêu chuẩn quốc tế vào hoạt động.

Hệ thống quản lý thẻ nội địa mới của Agribank đã kết nối thành công với liên minh Thẻ Smartlink. Với hệ thống công nghệ thẻ tiên tiến, ngoài việc đảm bảo sự an toàn, bảo mật thông tin, sản phẩm thẻ ghi nợ nội địa của Agribank là phương tiện giúp khách hàng tiếp cận, quản lý và sử dụng tiền của mình một cách tự động, mọi lúc, mọi nơi. Khách

hàng có thể rút tiền mặt, kiểm tra số dư tài khoản, chuyển khoản, in sao kê 5 giao dịch gần nhất, đặt yêu cầu gửi sao kê qua email hoặc qua đường bưu điện... tại hệ thống ATM của Agribank và các ngân hàng khác trong liên minh thẻ SmartLink trên toàn quốc.

Thẻ ghi nợ nội địa Agribank còn là công cụ hữu hiệu giúp các cơ quan, tổ chức, đơn vị kinh doanh đơn giản hóa và tiết kiệm chi phí, thời gian, nguồn lực trong việc chi trả lương tháng cho CBNV. Với sản phẩm thẻ ghi nợ nội địa của Agribank hiện nay, Khách hàng có thể rút tối đa 20 triệu đồng trong một ngày, mỗi lần tối đa 3 triệu đồng và chuyển khoản tối đa lên tới 40 triệu đồng trong ngày.

Hiện tại, Agribank đang tiếp tục triển khai hệ thống quản lý phát hành thanh toán thẻ quốc tế và thử nghiệm kết nối với Banknet VN. Theo kế hoạch, đầu năm 2020, Agribank sẽ tiếp tục cung cấp thêm cho khách hàng một số sản phẩm, dịch vụ thẻ với những tính năng đáp ứng với nhu cầu cá nhân riêng biệt của mỗi khách hàng.

#### **3.3.4. Định hướng phát triển dịch vụ kinh doanh ngoại tệ**

Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) đã đăng ký hoạt động cung ứng dịch vụ ngoại hối như: cung cấp các giao dịch hối đoái dưới hình thức giao dịch giao ngay, kỳ hạn, hoán đổi, quyền lựa chọn, hợp đồng tương lai và các giao dịch hối đoái khác; huy động vốn, cho vay và bảo lãnh bằng ngoại tệ dưới nhiều hình thức; phát hành, đại lý phát hành thẻ quốc tế; cung cấp các dịch vụ chuyển tiền, thanh toán trong nước và quốc tế; nhận và chi trả ngoại tệ; chiết khấu, tái chiết khấu giấy tờ có giá bằng ngoại tệ; ủy nhiệm cho tổ chức tín dụng khác và tổ chức kinh tế là đại lý cung ứng một số dịch vụ ngoại hối bao gồm dịch vụ đổi ngoại tệ, dịch vụ nhận và chi, trả ngoại tệ và một số dịch vụ khác; cung cấp các dịch vụ ủy thác và quản lý tài sản bằng ngoại hối; thực hiện các hoạt động ngoại hối khác theo thông lệ quốc tế và phù hợp với pháp luật Việt Nam... Các dịch vụ này đều phải tuân theo các quy định của Ngân hàng Nhà nước trong từng lĩnh vực.

Việc đăng ký hoạt động cung ứng dịch vụ ngoại hối chính là một phần trong kế hoạch tổng thể của Ngân hàng Agribank nhằm phát triển cả về diện rộng và chiều sâu, nâng cao năng lực hoạt động để đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu khách hàng với các dịch vụ đa dạng và thuận tiện.

Thực hiện các chính sách ưu đãi đối với doanh nghiệp mua bán ngoại tệ với Agribank, để khuyến khích, thúc đẩy khách hàng bán ngoại tệ cho Agribank.

#### **3.3.5. Định hướng phát triển dịch vụ bảo lãnh**

Hoàn thiện quy chế hoạt động bảo lãnh ngân hàng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ bảo lãnh tuân thủ theo đúng quy định pháp luật ban hành đối với nghiệp vụ bảo lãnh, đồng thời giúp cho việc xét duyệt các hợp đồng liên quan đến nghiệp vụ bảo lãnh được chặt chẽ, linh hoạt.

Áp dụng các điều kiện ưu đãi đối với sản phẩm Bảo lãnh dự thầu như: Mức phí tối thiểu đối với sản phẩm bảo lãnh dự thầu (bảo lãnh có biện pháp bảo đảm là ký quỹ 100% số tiền bảo lãnh, bảo lãnh có biện pháp bảo đảm 100% nghĩa vụ bảo lãnh là cầm cố giấy tờ có giá do Agribank phát hành)

### **3.3.6. Định hướng phát triển dịch vụ kinh doanh chứng khoán**

Chứng khoán là loại hình dịch vụ mới được phát triển trong những năm gần đây, giống như các ngân hàng khác Agribank cũng thực hiện đầu tư các loại chứng khoán như: Trái phiếu chính phủ, trái phiếu kho bạc... Bên cạnh đó Agribank cũng đưa ra dự án đầu tư vào trái phiếu doanh nghiệp do các doanh nghiệp Việt Nam phát hành đáp ứng đầy đủ các điều kiện phát hành theo quy định hiện hành của pháp luật bao gồm (trái phiếu có bảo đảm và trái phiếu không có bảo đảm).

Với chiến lược trở thành một trong những ngân hàng thương mại hàng đầu tại Việt Nam thì việc đa dạng hóa lĩnh vực hoạt động kinh doanh là một nhiệm vụ cơ bản của Agribank. Vì vậy, bên cạnh việc nghiên cứu để cung cấp ra thị trường các sản phẩm ngân hàng mới thì việc tăng cường hoạt động đầu tư, góp vốn là một trong những biện pháp để Agribank có thể tối đa hóa lợi nhuận và để dần giảm thiểu những rủi ro về tín dụng.

Agribank ban hành quy chế đầu tư chứng khoán nhằm đưa ra phương hướng đầu tư rõ ràng, mang lại hiệu quả kinh tế cao. Đào tạo những cán bộ có nghiệp vụ chuyên sâu am hiểu lĩnh vực chứng khoán để thực hiện nghiên cứu, phân tích xu hướng phát triển của thị trường chứng khoán có những quyết định đầu tư đúng đắn trong việc thực hiện đầu tư.

### **3.3.7. Định hướng phát triển các loại hình dịch vụ ngân hàng khác**

Bên cạnh những dịch vụ truyền thống, Ngân hàng đưa ra những sản phẩm dịch vụ dựa trên ứng dụng công nghệ hiện đại như: bộ sản phẩm M1 account đối với khách hàng cá nhân. Các dịch vụ mà sản phẩm này cung cấp bao gồm: tài khoản tiền gửi thanh toán được hưởng lãi suất cao, thẻ ATM hạn mức cao với thiết kế riêng; internet banking cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch tài chính và phi tài chính; thanh toán hóa đơn trực tuyến...

Agribank đã hết sức chú trọng đến hoạt động tiếp cận, chăm sóc khách hàng bằng việc đưa ra sản phẩm dịch vụ mới “ Nghiệp vụ Call Center24/7”, mục đích đưa ra nghiệp vụ này nhằm chăm sóc khách hàng qua các kênh giao tiếp, bao gồm tiếp nhận và trả lời các cuộc gọi của khách hàng, chủ động gọi điện chăm sóc khách hàng, tư vấn online hoặc tư vấn qua điện thoại cho khách hàng về các sản phẩm của Agribank, nhận và gửi thư (thư giấy và thư điện tử) hoặc các tài liệu quảng bá cho khách hàng, thực hiện các cuộc khảo sát thị trường qua điện thoại, internet, telemarketing. Các nghiệp vụ thực hiện đối với dịch vụ này là tiếp nhận và trả lời các cuộc gọi của khách hàng; nhận và gửi thư hoặc tài liệu quảng bá cho khách hàng; giải đáp các thắc mắc, yêu cầu từ phía khách hàng đang sử dụng sản phẩm, dịch vụ của Agribank; Giới thiệu và tư vấn các sản phẩm, dịch vụ, các chương trình quảng bá, khuyến mại cho mọi đối tượng khách hàng; Tìm kiếm và thu hút khách hàng mới qua điện thoại, internet; Nghiên cứu, tổng hợp dữ liệu liên quan đến khách hàng theo các giai đoạn để hoạch định ra các chiến lược phù hợp.

### **3.4. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CỦA NGÂN HÀNG AGRIBANK**

Trên cơ sở phân tích nguyên nhân của những hạn chế, Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) muốn phát triển trong điều kiện hội nhập ngày càng sâu rộng cần có những biện pháp tích cực sau:

#### **3.4.1. Xây dựng và thực hiện chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng dài hạn**

Chiến lược phát triển mà Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) hướng tới đó là Trở thành Ngân hàng thương mại phát triển bền vững với chất lượng dịch vụ hàng đầu theo các chuẩn mực Quốc tế. Phát triển bền vững, tin cậy với khách hàng là doanh nghiệp vừa và nhỏ, cung cấp các sản phẩm dịch vụ ngân hàng với chất lượng cao cho mọi đối tượng khách hàng. Xây dựng quan hệ đối tác hiệu quả với các định chế tài chính trong nước và quốc tế.

*Cơ sở cho việc xây dựng chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng dài hạn đó là:*

- Tăng trưởng cao bằng cách tạo nên sự khác biệt trên cơ sở hiểu biết nhu cầu khách hàng và hướng tới khách hàng.
- Xây dựng hệ thống quản lý rủi ro đồng bộ, hiệu quả và chuyên nghiệp để bảo đảm cho sự tăng trưởng được bền vững;
- Duy trì tình trạng tài chính ở mức độ an toàn cao, tối ưu hóa việc sử dụng vốn cổ đông (ROE mục tiêu là 30%) để xây dựng Agribank trở thành một định chế tài chính vững mạnh có khả năng vượt qua mọi thách thức trong môi trường kinh doanh còn chưa hoàn thiện của ngành ngân hàng Việt Nam;
- Có chiến lược chuẩn bị nguồn nhân lực và đào tạo lực lượng nhân viên chuyên nghiệp nhằm bảo đảm quá trình vận hành của hệ thống liên tục, thông suốt và hiệu quả;
- Xây dựng “Văn hóa Agribank” trở thành yếu tố tinh thần gắn kết toàn hệ thống một cách xuyên suốt.

#### ***Chiến lược tăng trưởng theo chiều rộng***

*Tăng trưởng thông qua việc phát triển qui mô:* Hiện nay Agribank đang mở rộng mạng lưới tại các vùng kinh tế phát triển trên toàn quốc, bên cạnh đó Agribank đang triển khai phát triển các kênh phân phối thông qua việc đầu tư và phát triển công nghệ ngân hàng hiện đại.

*Tăng trưởng thông qua hợp tác, liên minh:* Agribank đã và đang tham gia vào các liên minh liên kết để mở rộng phạm vi và quy mô hoạt động như: tham gia vào hệ thống thanh toán thẻ Smart Link, tìm kiếm đối tác chiến lược để xây dựng và phát triển các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng theo tiêu chuẩn quốc tế.

#### ***Chiến lược đa dạng hóa***

Đây là một chiến lược tăng trưởng được Agribank quan tâm thực hiện. Agribank đang triển khai thành lập Công ty chứng khoán, nghiên cứu thành lập Công ty bất động sản...

### 3.4.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Chất lượng nguồn nhân lực được Agribank quan tâm hàng đầu thông qua việc tuyển dụng những cán bộ có năng lực học vấn, có trình độ chuyên môn có thể đáp ứng được với nhu cầu công việc đặt ra.

Hình thức tuyển dụng được áp dụng tại Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) đó là thông qua thi tuyển và thông qua Công ty tư vấn, môi giới có uy tín và chất lượng nhằm tìm kiếm những cán bộ thực sự có năng lực.

Bên cạnh việc tuyển dụng những cán bộ có trách nhiệm và năng lực Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) chú trọng đến các chế độ đãi ngộ đối với người lao động trong quá trình làm việc để tạo sự tin cậy của nhân viên khi làm việc trong ngân hàng như: chế độ bảo hiểm, chế độ an toàn vệ sinh lao động, chế độ khen thưởng phúc lợi... có sự quan tâm kịp thời đến từng cán bộ trong Ngân hàng.

Chính sách đào tạo: Đào tạo và phát triển nhân viên là công tác được ưu tiên hàng đầu của Agribank. Mục tiêu là xây dựng và phát triển đội ngũ nhân viên thành thạo về nghiệp vụ, chuẩn mực trong đạo đức kinh doanh, chuyên nghiệp trong phong cách làm việc và nhiệt tình phục vụ khách hàng. Các nhân viên trong hệ thống Agribank được khuyến khích đào tạo chuyên sâu về nghiệp vụ chuyên môn phù hợp với chức năng công việc nhằm thực hiện tốt các dịch vụ đa dạng của ngân hàng và chuẩn bị cho những công việc có trách nhiệm cao hơn. Agribank đã xây dựng được trung tâm đào tạo của mình với hệ thống giáo trình hoàn chỉnh bao gồm tất cả các nghiệp vụ ngân hàng, các kiến thức pháp luật, tổ chức quản lý.

Cán bộ quản lý, điều hành của Agribank cũng được chú trọng đào tạo chuyên sâu về quản trị chiến lược, quản trị marketing, quản trị rủi ro, quản lý chất lượng,... ngân hàng cũng khuyến khích và thúc đẩy sự chia sẻ kỹ năng, tri thức giữa các thành viên trong ngân hàng trên tinh thần một tổ chức không ngừng học tập để chuẩn bị tạo nền tảng cho sự phát triển liên tục và bền vững.

Về chủ trương, tất cả các nhân viên trong hệ thống Agribank đều có cơ hội tham dự các lớp huấn luyện đào tạo nghiệp vụ theo nhu cầu công việc bên trong và bên ngoài ngân hàng, được ngân hàng tài trợ mọi chi phí.

Đối với nhân viên mới tuyển dụng, Agribank tổ chức các khoá đào tạo liên quan như:

- Khóa học về hội nhập môi trường làm việc: Các khoá nghiệp vụ và hướng dẫn sử dụng phần mềm liên quan đến chức danh nhân viên (Tín dụng, Giao dịch khách hàng, Tài trợ thương mại,...); Các khoá nghiệp vụ và hướng dẫn sử dụng phần mềm liên quan đến chức danh nhân viên (Tín dụng, Giao dịch khách hàng, Tài trợ thương mại,...); Đối với cán bộ quản lý, Agribank thường xuyên tổ chức các khoá học tập huấn như sau:

- Khóa học về các sản phẩm của Agribank; Khóa bồi dưỡng kiến thức quản lý; Các khoá học về kỹ năng liên quan (kỹ năng bán hàng, kỹ năng đàm phán, kỹ năng giải quyết vấn đề,...); Các khoá học nâng cao và cập nhật, bổ sung kiến thức về nghiệp vụ: tín dụng nâng cao, phục vụ khách hàng chuyên nghiệp.

### **3.4.3. Đổi mới nâng cấp công nghệ hiện đại và phù hợp**

Để tăng cường năng lực của hệ thống công nghệ, Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) tiếp tục tham gia vay vốn của dự án World Bank giai đoạn 2 để đầu tư hệ thống mạng và bảo mật, hệ thống chuyển mạch và phát hành thẻ ATM và thẻ tín dụng quốc tế, hệ thống phần cứng và hạ tầng cho trung tâm dữ liệu, trung tâm dự phòng thảm họa, nâng cấp phần mềm ứng dụng core banking. Ngoài ra nhiều dự án cũng đã và đang được đầu tư bởi vốn chủ sở hữu của Ngân hàng như hệ thống truyền hình hội nghị, hệ thống quản lý văn bản hành chính, hệ thống email nội bộ và giao dịch, trung tâm dữ liệu, thiết bị lưu trữ tập trung, thiết bị sao lưu dữ liệu, hệ thống internet banking cho khách hàng doanh nghiệp, khách hàng cá nhân.

### **3.4.4. Đẩy mạnh công tác Marketing dịch vụ ngân hàng, tăng cường tiếp thị khách hàng**

Marketing là một trong những công tác đang được chú trọng đến, công tác nghiên cứu thị trường được quan tâm hơn để phát hiện ra nhu cầu của khách hàng, nhằm thay đổi phương hướng hoạt động của mình cho phù hợp với nhu cầu của thị trường.

Trong lĩnh vực marketing cần phải triển khai thực hiện tốt các mặt sau:

Nghiên cứu thị trường và lựa chọn thị trường: hoạt động nghiên cứu thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu là giải pháp rất quan trọng. Vì chỉ khi nghiên cứu thị trường, có được những thông tin chính xác đã qua qua sàng lọc và xử lý các nhà lãnh đạo ngân hàng và các nhà làm marketing mới có cơ sở tiến hành các giải pháp tiếp theo.

Định vị và quản trị chiến lược marketing: Tăng cường công tác quảng bá, tuyên truyền nhằm truyền tải các lợi ích của sản phẩm, dịch vụ tới cho khách hàng. Mặt khác nâng cao tối đa các lợi ích mà khách hàng mong muốn. Cần phải nhìn nhận một cách đúng đắn, thẳng thắn và nghiêm túc các điểm mạnh và điểm yếu của Ngân hàng mình so với đối thủ cạnh tranh để từ đó hạn chế và khắc phục các điểm yếu, tăng cường và phát triển thêm các điểm mạnh của ngân hàng mình.

Về quản trị chiến lược marketing cần thu thập các thông tin về nhu cầu của khách hàng tại thị trường mục tiêu của ngân hàng. Tổng hợp và báo cáo chính xác, kịp thời để phục vụ cho quá trình xây dựng và đề xuất chiến lược marketing của ngân hàng. Liên kết, phối hợp chặt chẽ và có hiệu quả giữa phòng xây dựng chiến lược Marketing và các phòng khác, đặc biệt là phòng xây dựng chiến lược kinh doanh, phòng tín dụng, phòng huy động vốn...Tuyển chọn những cán bộ, nhân viên đủ năng lực, có tinh thần trách nhiệm cao đảm nhiệm các công việc của phòng.

*Phát triển danh mục sản phẩm:*

Cần đa dạng hóa các chủng loại doanh mục sản phẩm, dịch vụ của mình, chủ động tìm kiếm, khai thác cơ hội thị trường, thu hút thêm nhiều khách hàng mới để nâng cao khả năng cạnh tranh bên cạnh các sản phẩm, dịch vụ truyền thống như: hướng tới các đối tượng khách hàng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ và đối tượng khách hàng cá nhân khá giả, đây được xem là hai nhóm đối tượng khách hàng có mức tăng trưởng mạnh nhất Việt Nam với mức tăng trưởng gần 20%/năm và là nhóm khách hàng mang lại lợi nhuận cao



nhất. Bên cạnh phát triển tín dụng với các ngành truyền thống (Hàng Hải, Bru chính viễn thông, Hàng Không), Agribank cần đa dạng hóa sản phẩm tín dụng với các ngành kinh tế khác (sản phẩm cho vay đối với doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu gạo, cà phê là những ngành quan trọng và phát triển ở Việt Nam).

Cần đa dạng hóa các hình thức huy động vốn; đa dạng hóa các kỳ hạn tiền gửi của khách hàng sao cho thật linh hoạt như: đối với khách hàng cá nhân ngân hàng cần đưa ra sản phẩm tài khoản vãng lai có lãi suất hấp dẫn nhất trên thị trường Việt Nam đi kèm với các dịch vụ gia tăng như thanh toán hóa đơn, internet banking và dịch vụ ATM. Ngân hàng cần phát triển dịch vụ mở tài khoản tại nhà hoặc văn phòng làm việc của khách hàng thay vì khách hàng phải mất thời gian đến ngân hàng.

Bên cạnh những dịch vụ kinh doanh ngoại tệ truyền thống như: dịch vụ mua bán kinh doanh ngoại tệ với khách hàng doanh nghiệp trong nước (phục vụ cho nhu cầu xuất nhập khẩu hàng hóa), Agribank cũng cần mở rộng dịch vụ kinh doanh ngoại tệ ra thị trường quốc tế bằng việc đưa ra sản phẩm xuất nhập khẩu ngoại tệ mặt cho các đối tác nước ngoài (Khi lượng ngoại tệ mặt sau khi trao đổi mua bán với các doanh nghiệp trong nước vẫn còn dư thừa ngân hàng sẽ thực hiện xuất khẩu lượng ngoại tệ đó cho các đối tác nước ngoài có nhu cầu về ngoại tệ, ngược lại khi không có đủ lượng ngoại tệ cung ứng cho các doanh nghiệp trong nước ngân hàng sẽ thực hiện nhập khẩu ngoại tệ từ đối tác nước ngoài để phục vụ nhu cầu của khách hàng trong nước). Với sản phẩm trên ngân hàng luôn đảm bảo được lượng ngoại tệ cung cấp cho khách hàng, đồng thời nguồn thu từ kinh doanh ngoại tệ cung tăng lên.

Giải pháp xúc tiến hỗn hợp: Cần tạo môi trường giao dịch hấp dẫn, tiện lợi cho khách hàng, có chính sách chăm sóc khách hàng tốt, thường xuyên tổ chức các buổi hội thảo, tọa đàm với khách hàng. Cần xác định rõ mục tiêu quảng cáo (tìm kiếm khách hàng mới hay chăm sóc khách hàng cũ, khuyến khích sử dụng hệ thống ATM, tăng hình ảnh của Ngân hàng).

#### **3.4.5. Nâng cao chất lượng sản phẩm, chú trọng phát triển sản phẩm mới**

Thường xuyên nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng là vấn đề quan trọng và hết sức cần thiết đối với Ngân hàng. Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) cần chủ động nghiên cứu, căn cứ vào nhu cầu của khách hàng để nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ truyền thống, đồng thời đưa ra những sản phẩm mới, có tính đột phá, nhằm làm tăng sức cạnh tranh cho các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

Trong việc cung cấp các dịch vụ ngân hàng, thì sự tiện ích của sản phẩm và tính chuyên nghiệp trong khâu phân phối được xem là yếu tố quan trọng để phát triển dịch vụ ngân hàng.

Sự tiện ích của sản phẩm ở đây bao gồm các yếu tố như: Sản phẩm làm hài lòng khách hàng, thời gian cung cấp dịch vụ được thực hiện nhanh chóng, chính xác và an toàn.

Tính chuyên nghiệp thể hiện ở cách thức phục vụ, cung ứng dịch vụ đến với từng đối tượng khách hàng, quy trình, tốc độ xử lý giao dịch, thái độ giao tiếp của nhân viên Ngân hàng cũng thể hiện sự quan tâm của Ngân hàng đến khách hàng.

Đối với những sản phẩm truyền thống cần thường xuyên cải tiến quy trình, thủ tục thực hiện một cách ngắn gọn và nhanh chóng tiết kiệm thời gian cho khách hàng, đồng thời đưa ra những chính sách ưu đãi, quan tâm chăm sóc khách hàng. Cung cấp thông tin về sản phẩm cũng như những lợi ích mà sản phẩm mang lại đến những khách hàng mới. Bộ phận tư vấn chăm sóc khách hàng là người giúp khách hàng hiểu rõ các nhóm sản phẩm hiện có của ngân hàng (ưu nhược điểm của từng sản phẩm) để khách hàng có thể lựa chọn cho mình những sản phẩm phù hợp với nhu cầu. Hướng dẫn khách hàng thực hiện các quy trình thủ tục khi tham gia giao dịch để tiết kiệm thời gian cho khách hàng. Cần thu thập thông tin phản hồi từ khách hàng, đánh giá kịp thời các thông tin ngược chiều, các ý kiến của khách hàng để đưa ra được những loại hình dịch vụ khách hàng đánh giá là tốt và những dịch vụ còn chưa tốt, có biện pháp khắc phục kịp thời góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ.

Ngoài những sản phẩm truyền thống, cần nghiên cứu xu thế phát triển của thị trường, nắm bắt được nhu cầu của khách hàng thường xuyên thay đổi theo sự thay đổi của nền kinh tế để đưa ra những sản phẩm mới đáp ứng được nhu cầu đó, sản phẩm mới phải có sự khác biệt so với các ngân hàng để tạo sự cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh. Bên cạnh việc đưa ra những sản phẩm mới cần đánh giá lại hiệu quả mà sản phẩm mới đem lại sau khi triển khai thực hiện nhằm rút kinh nghiệm cho những sản phẩm sau.

Mở rộng, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm theo hướng hiện đại hóa, nhằm đưa các khoản thu về dịch vụ chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong tổng doanh thu của Ngân hàng.

Hiện tại các sản phẩm dịch vụ thẻ của Ngân hàng còn hạn chế, chưa phát triển, tiện ích của thẻ chưa cao. Số lượng lắp đặt máy ATM chưa nhiều, chủ yếu lắp đặt ở một số Chi nhánh chính dẫn đến việc sử dụng thanh toán rút tiền tại máy ATM còn phải thực hiện thông qua ngân hàng khác mà Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) tham gia liên kết. Vì vậy, Ngân hàng cần nhánh chóng đầu tư lắp đặt số lượng máy ATM đáp ứng nhu cầu sử dụng của khách hàng.

Thẻ là một trong những sản phẩm triển lược của các ngân hàng Việt Nam trong tiến trình hội nhập và cạnh tranh. Để mở rộng thị phần và cung cấp cho khách hàng các tiện ích thanh toán tối ưu, tiên tiến nhất, Agribank cần đa dạng hóa các sản phẩm từ dịch vụ thẻ trên cơ sở ứng dụng của công nghệ hiện đại như:

Cần mở rộng các loại hình dịch vụ thẻ như: VISA card, Master Card, thẻ thấu chi... để có thể cạnh tranh với các ngân hàng khác khi những loại hình dịch vụ thẻ này đã phát triển khá phổ biến. Đồng thời góp phần tăng doanh thu từ dịch vụ thẻ mang lại trong tổng số doanh thu dịch vụ của ngân hàng.

Triển khai sản phẩm thẻ debit nội địa phát hành nhanh trong mười phút, triển khai ứng dụng để khách hàng chủ động thiết kế hình ảnh trên thẻ tại website của Agribank, kết nối Banknet qua smartlink...

#### **3.4.6. Đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ, phát triển các sản phẩm dịch vụ mới trên cơ sở ứng dụng công nghệ hiện đại.**

Trong quá trình cạnh tranh và hội nhập các ngân hàng đang có nhiều nhu cầu về dịch vụ kinh doanh ngân hàng và công nghệ, chính điều này đã giúp ngân hàng có được sự tổng quan cả về nghiệp vụ ngân hàng và kỹ năng công nghệ nhằm cung cấp thỏa mãn mọi nhu cầu của khách hàng. Ngày nay việc ứng dụng và phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại là vấn đề tất yếu, vấn đề sống còn của các ngân hàng nhằm để nâng cao năng lực hoạt động, năng lực cạnh tranh của các ngân hàng trong quá trình hội nhập.

Đa dạng hóa dịch vụ công nghệ, từ đó đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ tới khách hàng; Tăng cường tính ổn định và dự phòng của hệ thống công nghệ; Đẩy mạnh các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt; Đẩy mạnh các kênh giao dịch tự động, tự phục vụ, không cần qua chi nhánh, phòng giao dịch; Tăng cường các hệ thống công nghệ quản trị rủi ro vận hành, rủi ro thị trường, rủi ro tín dụng, rủi ro thanh khoản; Tăng cường, nâng cấp các hệ thống khai thác thông tin hỗ trợ quyết định quản lý, quản lý quan hệ khách hàng, xếp hạng tín dụng nội bộ.

Nhóm dịch vụ ngân hàng ứng dụng công nghệ hiện đại như:

- Phonebanking: giao dịch ngân hàng qua điện thoại với tiện ích để kiểm tra tài khoản, chuyển tiền, hỏi thông tin về lãi suất và tỷ giá hối đoái.

- Dịch vụ “Ngân hàng trực tuyến”: với những tiện ích vượt trội, khách hàng có thể mở tài khoản ở một nơi nhưng thực hiện giao dịch ở bất kỳ chi nhánh nào thuộc hệ thống ngân hàng trên toàn quốc. Với những tiện ích đó được khai thác áp dụng cho toàn bộ sản phẩm chuyển tiền, tiền gửi, tiền vay, đầu tư dài hạn vào giấy tờ có giá. Đây là những dịch vụ tiên tiến đã được đánh giá là hệ thống an toàn về chất lượng cung ứng dịch vụ, tiện ích trong giao dịch, hiệu quả trong kinh doanh, kinh tế đầu tư trong lĩnh vực công nghệ. Dịch vụ “ngân hàng trực tuyến” là tiền đề cho sự phát triển của các dịch vụ thẻ hiện đang được phát triển ở thị trường Việt Nam.

- Sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán lẻ: Là mức đầu tiên đánh dấu sự phát triển về công nghệ với hệ thống thông tin tích hợp và tập trung, đóng một vai trò quan trọng cho phép ngân hàng ứng dụng và triển khai các sản phẩm bán lẻ trên nền tảng công nghệ hiện đại. Hàng loạt tiện ích đã được đưa vào sử dụng như chuyển tiền tự động có chu kỳ linh hoạt hơn với nhiều tính năng hỗ trợ, chức năng đầu tư tự động cho phép khách hàng thanh toán lãi, gốc tiền vay toàn phần và từng phần; chức năng khoanh giữ tài khoản cho nhiều mục đích khác nhau, khách hàng không phải mở tài khoản ký quỹ; quản lý hạn mức tiền vay với tiện ích tạo hạn mức tiền vay cho không chỉ hệ thống ngân hàng bán lẻ mà còn cho tất cả các sản phẩm khác có sử dụng hạn mức như tài trợ thương mại, kinh doanh vốn.

- Homebanking: Với ngân hàng tại nhà, khách hàng giao dịch với ngân hàng qua mạng nhưng là mạng nội bộ (Intranet) do ngân hàng xây dựng riêng. Các giao dịch được tiến hành tại nhà, văn phòng, công ty thông qua hệ thống máy tính nối với hệ thống máy tính của ngân hàng. Thông qua dịch vụ home Banking, khách hàng có thể thực hiện các giao dịch về chuyển tiền, liệt kê giao dịch, tỷ giá, lãi suất, giấy báo nợ, báo có...

Đây là những loại hình dịch vụ ứng dụng công nghệ hiện đại mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng khi tham gia giao dịch. Áp dụng loại hình dịch vụ này sẽ mang lại lợi ích cho ngân hàng nhưng cũng đặt ra khó khăn cho ngân hàng phải đầu tư công nghệ hiện đại, đồng thời để khách hàng biết đến loại hình dịch vụ cũng như lợi ích mà dịch vụ mang lại thì ngân hàng cần có biện pháp quảng cáo đến khách hàng về lợi ích mà dịch vụ mang lại để thu hút nhiều khách hàng sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

### **3.4.7. Xây dựng phong cách, văn hoá giao dịch của đội ngũ cán bộ**

**Sẵn sàng phục vụ khách hàng:** Nhân viên phải luôn thể hiện sự sẵn sàng phục vụ khách hàng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng dù đó là nhu cầu hỗ trợ/tư vấn sản phẩm dịch vụ. Tạo ấn tượng tốt đối với khách hàng. Thái độ này tạo ra sự tương tác tốt giữa khách hàng với CBNV trong giao dịch.

**Quan tâm:** Thể hiện sự quan tâm, đồng cảm và kiên nhẫn đối với khách hàng. Làm cho khách hàng cảm thấy nhu cầu của mình được quan tâm đúng mức. Chủ động trao đổi với khách hàng khi thấy khách hàng có vẻ ngại ngùng, né tránh khi đề cập đến nhu cầu của mình.

**Môi trường sạch sẽ:** Môi trường xung quanh sạch sẽ, không bụi bặm từ đồ dùng, bàn, ghế, máy tính, máy photo...Phần trước phòng giao dịch, chi nhánh cũng phải sạch sẽ, không có vật dụng gây cản trở lối vào.

**Tiện lợi cho khách hàng:** Bảo vệ các Đơn vị phải chủ động giúp khách hàng đậu xe khi đến giao dịch và lấy xe khi ra về. Bảo vệ phải luôn vui vẻ, nhiệt tình, nghiêm túc để tạo ấn tượng ngay từ giây phút đầu tiên khi khách hàng đến giao dịch với Agribank.

Bên trong quầy giao dịch, phải đảm bảo đường đi thông thoáng, không đặt/để các vật dụng gây cản trở, khó đi. Các tờ rơi, mẫu biểu, bút...phải bố trí tiện lợi, dễ lấy cho khách hàng.

**Cam kết phục vụ:** Nhân viên phải có sự cam kết đối với công việc của mình, thực hiện đúng chức năng nhiệm vụ được giao, trung thực nhiệt tình, vui vẻ.

**Giao tiếp:** Giao tiếp là một yếu tố rất quan trọng trong chất lượng dịch vụ. Trong giao tiếp, cán bộ phải thể hiện được thái độ nhiệt tình, niềm nở, lịch sự, sẵn sàng giúp đỡ khách hàng. Chú ý đến giọng nói, cách biểu đạt ngữ điệu, âm lượng đủ để khách hàng nghe, nắm bắt được thông tin, dễ hiểu.

**Chuyên môn, nghiệp vụ:** Chuyên môn nghiệp vụ là yêu cầu cốt lõi của chất lượng dịch vụ tốt, phải được chuẩn hóa bằng quy trình, quy định... và các kiến thức xã hội khác phục vụ công việc.

**Linh hoạt:** Linh hoạt sẽ mang lại hiệu quả tối ưu hơn trong công việc cả về phía Agribank và khách hàng. Tuy nhiên, việc linh hoạt phải bảo đảm đúng quy định, quy chế.

Xét về góc độ khách hàng, việc linh hoạt trong công việc tạo cho khách hàng thấy được phục vụ tốt hơn và được ưu tiên hơn nên muốn gắn bó lâu dài hơn đối với Agribank.

**Thân thiện:** Trong quá trình làm việc với khách hàng, nhân viên phải có thái độ thân thiện, tạo cho khách hàng cảm thấy thoải mái để trao đổi nhu cầu giao dịch.

**Công bằng:** CBNV phải tuân thủ nguyên tắc này một cách nghiêm túc. Không để cho khách hàng cảm thấy bị đối xử bất công, dễ dẫn đến phản ứng cảm tính, gây ức chế cho khách hàng.

**Đáng tin:** Đây là một trong những yếu tố quan trọng nhất của hệ thống chất lượng dịch vụ. Khách hàng đến với Agribank khi họ có niềm tin vào Agribank, vào uy tín cũng như sự cam kết của Agribank. Vì thế, CBNV phải thể hiện làm cho khách hàng tin tưởng vào mình và Agribank.

**Có trách nhiệm:** Trong mọi trường hợp, từ cấp lãnh đạo đến CBNV phải có trách nhiệm cao đối với công việc được giao, phải chịu trách nhiệm đối với công việc mình phụ trách và phải có trách nhiệm đối với khách hàng.

**An toàn, bảo mật:** Một yếu tố quan trọng nữa là an toàn, bảo mật. CBNV phải cam kết với khách hàng về sự an toàn của giao dịch và thông tin của khách hàng khi giao dịch tại Agribank, phải đảm bảo quyền lợi, nghĩa vụ cho khách hàng theo đúng các quy định của Agribank và quy định pháp luật.

### 3.5. KIẾN NGHỊ

#### 3.5.1. Với Chính phủ và ngân hàng Nhà nước

##### a. Với chính phủ

Chính phủ cần tiếp tục sửa đổi luật các TCTD, bởi bên cạnh những đóng góp quan trọng trong việc tạo môi trường pháp lý lành mạnh cho tổ chức và hoạt động của hệ thống các TCTD thì Luật Các TCTD và Luật sửa đổi một số điều của Luật Các TCTD cũng bắt đầu bộc lộ một số hạn chế, bất cập làm ảnh hưởng đến sự phát triển của hệ thống tổ chức tín dụng, cũng như yêu cầu nâng cao khả năng quản lý an toàn trong hoạt động của các TCTD như:

*Một là*, các quy định quan trọng của Luật ở dạng chung cần phải có quy định cụ thể của Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước. Nhiều nội dung cụ thể của Luật liên quan đến tổ chức và hoạt động ngân hàng còn để ngỏ, chưa quy định nên khi triển khai hướng dẫn thực hiện Luật còn gặp nhiều khó khăn, vướng mắc. Luật chưa quy định rõ những nghiệp vụ nào TCTD đương nhiên được làm, những nghiệp vụ nào phải xin phép, những nghiệp vụ nào được thực hiện trực tiếp và những nghiệp vụ nào chỉ được phép gián tiếp thực hiện thông qua việc thành lập công ty trực thuộc. Từ đó dẫn đến có nhiều giấy phép con không phù hợp với tiến trình cải cách hành chính của Chính phủ.

*Hai là*, các quy định của Luật chưa đồng bộ, phát sinh nhiều xung đột luật với các quy định của nhiều Luật khác như Bộ luật Dân sự, Luật Doanh nghiệp, Luật Chứng khoán, Luật Đầu tư, Luật Phá sản... Do vậy, việc triển khai thực hiện các quy định của Luật gặp nhiều khó khăn, vướng mắc như quy định về quản trị, kiểm soát, điều hành, cổ đông, cổ phần, cổ phiếu, phát hành trái phiếu huy động vốn, giải thể, phá sản...

*Ba là*, Luật chưa quy định rõ được mô hình tổ chức của từng loại hình TCTD, thiếu các quy định đặc thù về quản trị, tổ chức quản lý, nên các TCTD khó xây dựng được mô hình tổ chức cho mình trong điều kiện bị nhiều Luật chi phối (như Luật Doanh nghiệp, Luật Doanh nghiệp Nhà nước, Luật Hợp tác xã...). Việc ban hành các văn bản hướng dẫn về tổ chức và hoạt động của một số loại hình TCTD như ngân hàng đầu tư, ngân hàng hợp tác, ngân hàng phát triển... cũng gặp khó khăn.

*Bốn là*, Luật có quy định khá cụ thể về nghiệp vụ ngân hàng nhưng không phân định rõ ràng giữa hoạt động của ngân hàng và hoạt động của TCTD phi ngân hàng và thực tế đã biến các TCTD đó trở thành các ngân hàng “bậc thấp”, tạo thêm rủi ro cho hệ thống các TCTD.

*Năm là*, nhiều thuật ngữ cần thiết trong Luật Các TCTD chưa được định nghĩa như “cung ứng dịch vụ thanh toán”, “công ty con của tổ chức tín dụng”, “bao thanh toán”, “phát hành giấy tờ có giá”, “môi giới tiền tệ”, “góp vốn, mua cổ phần của tổ chức tín dụng”, “người có liên quan”...; một số thuật ngữ chưa được định nghĩa chính xác dẫn đến nhiều cách hiểu khác nhau.

*Sáu là*, một số quy định về tỷ lệ an toàn, những nội dung về cấm, hạn chế cho vay chưa theo kịp những thay đổi trong thông lệ quốc tế, nảy sinh nhiều vướng mắc trong quá trình hội nhập.

*Bảy là*, Luật cũng chưa có quy định về giám sát hợp nhất hoạt động của nhóm các công ty con, công ty liên kết của một tổ chức tín dụng, chưa có quy định về việc phối hợp với cơ quan giám sát nước ngoài và giám sát các TCTD nước ngoài hoạt động tại Việt Nam.

Sự cần thiết ban hành Luật các TCTD để khắc phục bất cập của Luật Các TCTD hiện hành:

- Quyền tự chủ kinh doanh và tự chịu trách nhiệm của các tổ chức tín dụng chưa quy định thật cụ thể và rõ ràng quyền chủ động kinh doanh, tính tự chủ, tự chịu trách nhiệm của TCTD. Luật chưa quy định rõ phạm vi hoạt động của từng loại hình tổ chức tín dụng, đặc biệt trong việc xác định loại nghiệp vụ được phép thực hiện.

Đáp ứng yêu cầu cải cách hành chính trong lĩnh vực ngân hàng. Một số quy định của Luật Các TCTD hiện hành chưa theo kịp so với công cuộc cải cách hành chính chung đang được thực hiện. Một số công việc chỉ cần giao cho NHNN nhưng Luật lại giao cho Chính phủ hoặc Thủ tướng Chính phủ, nên phát sinh nhiều đầu mối quản lý, làm chậm trễ quá trình hướng dẫn thực hiện Luật và việc xử lý các vấn đề phát sinh trên thực tiễn. Ngoài ra, thủ tục xin chấp thuận, chuẩn y các thay đổi của TCTD trong Luật Các TCTD hiện hành mang tính hành chính, không cần thiết và làm tăng thêm chi phí cho các TCTD cũng cần được xem xét để thay đổi cho phù hợp.

Đáp ứng nhu cầu đa dạng hoá, tính năng động, linh hoạt trong hoạt động kinh doanh của các tổ chức tín dụng. Luật Các TCTD hiện hành chưa tạo lập được cơ sở pháp lý để cụ thể hoá hoặc đa dạng hoá các dịch vụ ngân hàng. Các quy định của Luật Các TCTD

hiện hành chưa phân biệt phạm vi hoạt động của từng loại hình TCTD, do vậy, ảnh hưởng đến hoạt động và sự phát triển của các loại hình TCTD.

Các bất cập của Luật Các TCTD hiện hành không chỉ làm hạn chế sự phát triển và hoạt động kinh doanh của các tổ chức tín dụng, mà còn ảnh hưởng lớn đến hiệu quả quản lý, thanh tra, giám sát an toàn của NHNN đối với hệ thống TCTD. Việc soạn thảo và ban hành Luật các TCTD mới gắn với việc khắc phục bất cập của Luật hiện hành, đặc biệt là các quy định về tổ chức, quản trị, điều hành, kiểm soát, hoạt động và bảo đảm an toàn, tạo lập khung pháp lý hoàn chỉnh, minh bạch cho tổ chức và hoạt động của các TCTD là yêu cầu cấp thiết của thực tiễn.

Đáp ứng yêu cầu của quá trình hội nhập và xây dựng hệ thống các tổ chức tín dụng hiện đại. Hiện tại một số quy định của Luật Các TCTD còn chưa phù hợp với thông lệ quốc tế như các quy định về an toàn vốn, dịch vụ ngân hàng được phép cung cấp... Do vậy, việc ban hành Luật Các TCTD mới với mục tiêu thể chế hóa các tiêu chuẩn, chuẩn mực quốc tế vào trong Luật, phù hợp với điều kiện Việt Nam là rất cần thiết để tạo cơ sở pháp lý xây dựng hệ thống TCTD hiện đại, có đủ năng lực cạnh tranh trong điều kiện hội nhập, cũng như cho việc giám sát an toàn trong hoạt động của các TCTD.

Đảm bảo sự đồng bộ giữa các quy định của Luật Các TCTD và các Luật khác. Việc ban hành Luật Các TCTD mới với các quy định cụ thể về tổ chức, quản trị điều hành và quy định rõ ràng về nguyên tắc áp dụng luật là yêu cầu cấp thiết nhằm tạo sự đồng bộ giữa Luật này và các luật có liên quan.

Phát triển thị trường tiền tệ theo hướng hiện đại hoá và đa dạng hoá các hình thức hoạt động; hoàn thiện hệ thống luật pháp, nâng cao sức cạnh tranh, năng lực quản trị của các ngân hàng; xoá bỏ các phân biệt đối xử trong tiếp cận nguồn vốn và tham gia thị trường, tạo môi trường bình đẳng trên thị trường tiền tệ; tăng cường liên kết giữa thị trường tiền tệ với thị trường vốn" và "Thực hiện chính sách lãi suất thoả thuận theo nguyên tắc thị trường và đi tới loại bỏ hoàn toàn quy định hành chính đối với lãi suất ngoại tệ."

Phát triển hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam đa dạng về sở hữu và loại hình tổ chức, áp dụng đầy đủ các thiết chế và chuẩn mực quốc tế về quản trị ngân hàng. Đẩy nhanh tiến độ cổ phần hoá các ngân hàng thương mại nhà nước. Nâng cao chất lượng tín dụng, khả năng sinh lời, xử lý nhanh nợ đọng, giảm tỷ lệ nợ xấu xuống mức an toàn; tăng vốn tự có của các ngân hàng thương mại đạt chuẩn mực quốc tế. Tạo điều kiện thuận lợi cho dân cư và doanh nghiệp tiếp cận với các sản phẩm và tiện ích ngân hàng. Thực hiện mở cửa thị trường dịch vụ ngân hàng theo lộ trình hội nhập quốc tế, bảo đảm quyền kinh doanh của các ngân hàng và tổ chức tài chính nước ngoài trong lĩnh vực ngân hàng phù hợp với các cam kết quốc tế của nước ta.

Hình thành môi trường pháp luật về tiền tệ, tín dụng minh bạch và công khai. Loại bỏ các hình thức bảo hộ, bao cấp, ưu đãi và phân biệt đối xử giữa các tổ chức tín dụng. Nâng cao hiệu lực thi hành pháp luật và ngăn chặn việc hình sự hoá các quan hệ dân sự, kinh tế trong lĩnh vực ngân hàng.

Hình thành đồng bộ khuôn khổ pháp lý, áp dụng đầy đủ hơn các thiết chế và chuẩn mực quốc tế về an toàn kinh doanh tiền tệ - ngân hàng. Xây dựng môi trường pháp luật trong lĩnh vực tiền tệ, hoạt động ngân hàng minh bạch và công bằng nhằm thúc đẩy cạnh tranh và bảo đảm an toàn hệ thống tiền tệ, ngân hàng. Các chính sách và quy định pháp luật về tiền tệ, hoạt động ngân hàng góp phần tạo môi trường lành mạnh và động lực cho các TCTD, doanh nghiệp và người dân phát triển sản xuất kinh doanh. Loại bỏ các hình thức bảo hộ, bao cấp, ưu đãi trong lĩnh vực ngân hàng và phân biệt đối xử giữa các TCTD...

Áp dụng Tiêu chuẩn Quốc tế về Thanh tra Giám sát Ngân hàng, Một khuôn khổ pháp lý phù hợp cho công tác thanh tra giám sát ngân hàng cũng là cần thiết. Một hệ thống thanh tra giám sát hiệu quả yêu cầu là cơ quan thanh tra giám sát phải luôn hiểu rõ về hoạt động của từng ngân hàng và tập đoàn ngân hàng, và của toàn hệ thống ngân hàng, chú trọng vào sự an toàn và tính ổn định của hệ thống ngân hàng.

Về thị trường tài chính, tín dụng, thị trường chứng khoán, quan điểm quản lý nhà nước là không can thiệp trực tiếp vào thị trường mà tập trung vào thực hiện chức năng tăng cường kiểm tra, giám sát hệ thống ngân hàng và các định chế tài chính để tránh rủi ro hệ thống và khủng hoảng tài chính.

#### ***b. Với Ngân hàng Nhà nước***

Ngân hàng Nhà nước cần phải tạo một khung pháp lý tương đối hoàn chỉnh bằng cách ban hành luật và các thể chế. Bên cạnh đó, cũng cần nâng cao vai trò NHTW, việc quản lý của NHNN đối với toàn hệ thống ngân hàng phải chuẩn xác. Trong dài hạn phải hoàn thiện cải cách hành chính và công tác truyền thông để ngành Ngân hàng luôn công khai, minh bạch, rõ ràng, tạo thuận lợi cho doanh nghiệp.

Ngân hàng Nhà nước cần làm công tác tuyên truyền và dự báo một cách tương đối chính xác về những biến động của nền kinh tế thị trường để kịp thời có những chính sách tiền tệ phù hợp giúp cho hoạt động của các Ngân hàng thương mại luôn được ổn định và phát triển.

#### **3.5.2. Các biện pháp đồng bộ tại Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank).**

Trước áp lực hội nhập kinh tế quốc tế, thời gian qua các ngân hàng TM trong nước đã nhiều lần rơi vào thế bị động trong việc điều tiết và huy động nguồn vốn, nợ xấu tăng lên, nguồn nhân lực cao cấp còn thiếu... Bên cạnh đó, việc thành lập và mở rộng hoạt động của các ngân hàng trong nước, sự ra đời của hàng loạt các ngân hàng 100% vốn nước ngoài cùng với chiến lược triển khai hoạt động tiếp cận thị trường rất bài bản, chuyên nghiệp đã tác động tới Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank) đứng trước sự lựa chọn: cần phải có chiến lược đổi mới mạnh mẽ và khả thi.

Agribank cần thực hiện phương án tăng vốn vừa đáp ứng nhu cầu mở rộng mạng lưới để kinh doanh, vừa đảm bảo tuân thủ các quy định về đầu tư mở rộng mạng lưới hoạt động. Đồng thời tăng khả năng huy động vốn, mở rộng quy mô cho vay, đầu tư vào các



lĩnh vực khác nhau nhằm tăng khả năng cạnh tranh của Agribank trong môi trường hội nhập kinh tế quốc tế.

Để sử dụng nguồn vốn có hiệu quả, Agribank cần:

Tiếp tục đầu tư phát triển “Công nghệ ngân hàng”, phát triển nâng cấp hệ thống ATM và ngân hàng điện tử. Đầu tư quyền sử dụng và xây dựng trụ sở các đơn vị kinh doanh của Agribank nhằm giảm thiểu chi phí thuê tài sản.

Tăng cường tín dụng trung và dài hạn: tập trung vào các doanh nghiệp có tiềm năng phát triển an toàn, tình hình tài chính ổn định, có chiến lược kinh doanh khả thi với các phương án kinh doanh hiệu quả, chú trọng vào các doanh nghiệp xuất nhập khẩu, công nghiệp, công nghệ và kỹ thuật cao có thị trường ổn định. Bổ sung vốn hỗ trợ các dự án trung và dài hạn thuộc các đối tượng là các khách hàng truyền thống.

Tăng cường đầu tư liên doanh, hùn vốn với các đối tượng là các doanh nghiệp kinh doanh hiệu quả, có tiềm năng phát triển lâu dài.

Nâng cao năng lực quản trị, điều hành, hoàn thiện cơ cấu tổ chức ngân hàng. Thành lập các Ủy ban tham mưu của Hội đồng quản trị, các ban giúp việc Hội đồng quản trị để tương xứng với quy mô phát triển của Agribank. Hoàn thiện cơ cấu tổ chức theo mô hình khối trực thuộc Tổng Giám đốc, phân định rõ chức năng, nhiệm vụ của từng khối bảo đảm ngân hàng hoạt động an toàn, hiệu quả trên cơ sở khoa học, tiết kiệm chi phí và phù hợp với thực tế của ngân hàng.

Tiếp tục lộ trình phát triển mạng lưới hoạt động kinh doanh của ngân hàng đặc biệt là những tỉnh, thành phố nơi Agribank chưa có Chi nhánh. Nghiên cứu, khảo sát để xúc tiến mở chi nhánh Agribank tại Lào và Căm-Pu-Chia là những địa bàn còn khá mới mẻ với các ngân hàng. Đó cũng là sự đổi mới trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng, khám phá thị trường mới nhưng cũng là sự thử thách đặt ra cho ngân hàng cần phải nỗ lực cố gắng để đem lại hiệu quả kinh doanh tốt.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1.] Bài báo của các anh chị khóa trước.
- [2.] Báo cáo tài chính của ngân hàng Agribank
- [3.] *Các trạng thông tin nói về chất lượng và dịch vụ trong ngân hàng;*
- [4.] Các Website:
  - [a.] [www.agribank.com.vn](http://www.agribank.com.vn)
  - [b.] [www.mof.gov.vn](http://www.mof.gov.vn)