



ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ



NGUYỄN THỊ VÂN ANH

**HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG NHẬN TIỀN GỬI TIẾT KIỆM
TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP
VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM –
CHI NHÁNH HÒA VANG NAM ĐÀ NẴNG**

**TÓM TẮT ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP
THẠC SĨ TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG**

Mã số: 8340201

Đà Nẵng – Năm 2025

Công trình được hoàn thành tại
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ, ĐHQĐHN

Người hướng dẫn khoa học: TS. Nguyễn Ngọc Anh

Phản biện 1: PGS.TS. Đinh Bảo Ngọc

Phản biện 2: TS. Phan Thị Sông Thương

Đề án được bảo vệ trước Hội đồng chấm Đề án tốt nghiệp thạc sĩ Tài chính – Ngân hàng họp tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng vào ngày 01 tháng 11 năm 2025

Có thể tìm hiểu tại:

Thư viện trường Đại học Kinh tế, ĐHQĐHN

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề án

Trong giai đoạn hiện nay, nền kinh tế Việt Nam đang bước vào giai đoạn ổn định và tăng trưởng sau những biến động kinh tế toàn cầu như xung đột địa chính trị, lạm phát tăng cao và xu hướng tăng lãi suất tại nhiều nền kinh tế lớn. Với định hướng điều hành chính sách tiền tệ thận trọng, linh hoạt và hiệu quả của NHNN giai đoạn 2024-2025, mục tiêu hàng đầu là kiểm soát lạm phát, duy trì ổn định kinh tế vĩ mô và hỗ trợ tăng trưởng. Trong bối cảnh đó, vai trò của các tổ chức tín dụng, đặc biệt là hoạt động huy động vốn thông qua TGTK, trở nên vô cùng quan trọng.

Là một trong những NHTM nhà nước có mạng lưới CN rộng khắp cả nước, đặc biệt tại các khu vực nông thôn, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam đóng vai trò then chốt trong việc huy động nguồn vốn nhân rộng từ dân cư, tạo nguồn vốn ổn định cho hoạt động tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, Agribank nói chung và Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng nói riêng đang phải đối mặt với những thách thức ngày càng gay gắt trong hoạt động nhận TGTK.

Sự thay đổi trong hành vi tích lũy tài chính của người dân, đặc biệt tại địa bàn Hòa Vang – nơi đang trong quá trình đô thị hóa mạnh mẽ, đã có sự dịch chuyển rõ rệt. Thay vì chỉ gửi TK tại NH một cách thuần túy, một bộ phận không nhỏ KH, đặc biệt là giới trẻ và những người có hiểu biết tài chính, đang chuyển hướng dòng tiền nhân rộng sang các kênh đầu tư hứa hẹn sinh lời cao hơn như chứng khoán, bất động sản, trái phiếu doanh nghiệp hay vàng. Mặc dù tiềm ẩn rủi ro,

các kênh này lại thu hút bởi tính linh hoạt và kỳ vọng về lợi nhuận vượt trội trong ngắn hạn. Điều này trực tiếp làm giảm tốc độ tăng trưởng nguồn vốn truyền thống từ TGTK. Trong khi đó, nhóm KH trung thành chủ yếu là người trung niên và cao tuổi, ưu tiên sự an toàn tuyệt đối. Thực tế này đặt ra bài toán cấp thiết về việc đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao trải nghiệm số để giữ chân nhóm KH hiện tại và thu hút thế hệ KH mới.

Bên cạnh đó, thực trạng tại chính Agribank Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng bộc lộ nhiều điểm yếu nội tại cần sớm khắc phục. Mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định, hoạt động nhận TGTK tại CN vẫn còn phụ thuộc quá nhiều vào các sản phẩm truyền thống. Chính sách lãi suất chưa thực sự linh hoạt và cạnh tranh so với các NHTM cổ phần trên địa bàn. Các kênh phân phối hiện đại, đặc biệt là NH số, còn hạn chế do hạ tầng công nghệ chưa theo kịp, trong khi công tác truyền thông chưa bài bản và chính sách CSKH chưa được chuyên nghiệp hóa. Đặc biệt, kết quả khảo sát của đề án cho thấy chất lượng dịch vụ NH điện tử là điểm trừ lớn trong trải nghiệm của KH. Những hạn chế này trực tiếp ảnh hưởng đến khả năng thu hút, giữ chân KH cũng như mở rộng thị phần.

Đồng thời với sự cạnh tranh gay gắt từ các tổ chức tín dụng trên địa bàn. Các NHTM cổ phần và tổ chức fintech với các sản phẩm linh hoạt, lãi suất hấp dẫn và trải nghiệm số vượt trội thu hút một lượng lớn KH, đặc biệt là KH trẻ. Nếu không kịp thời đổi mới, CN rất dễ đánh mất lợi thế cạnh thế và thị phần truyền thống.

Xuất phát từ thực tiễn cũng như yêu cầu cấp thiết trong việc hoàn thiện và nâng cao hiệu quả hoạt động nhận TGTK, tác giả sẽ đi sâu nghiên cứu và phân tích đề án với đề tài: “Hoàn thiện hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển

Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng” để từ đó đưa ra các đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động nhận TGTK đảm bảo hoạt động huy động vốn an toàn, hiệu quả, giúp chi nhánh duy trì sự ổn định và phát triển bền vững.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Mục tiêu tổng quát:

Đề án nghiên cứu nhằm đề xuất giải pháp hoàn thiện hoạt động nhận TGTK tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng.

- Mục tiêu cụ thể:

Phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động nhận TGTK tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng. Từ đó chỉ ra những kết quả đạt được, hạn chế còn tồn tại và nguyên nhân của những hạn chế trên.

Trên cơ sở mục tiêu và định hướng phát triển hoạt động nhận TGTK nhằm đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động nhận TGTK tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng trong thời gian đến.

3. Đối tượng nghiên cứu

Hoạt động nhận TGTK tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng.

4. Phạm vi nghiên cứu

Nội dung: Đề án tập trung nghiên cứu hoạt động nhận TG TK.

Không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng.

Thời gian: Dữ liệu để phân tích, đánh giá hoạt động được thu thập trong khoảng thời gian từ năm 2022-2024.

5. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp điều tra và thu thập số liệu: Thu thập số liệu từ Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024. Các thông tin, dữ liệu liên quan đến đề án được tổng hợp từ các văn bản, quy chế và quy định hiện hành của Chính phủ, NHNN và Agribank.

Phương pháp thống kê, tổng hợp: Hệ thống hóa số liệu đã thu thập được tác giả tiến hành tổng hợp dữ liệu theo tiêu chí cần để đánh giá trong đề án.

Phương pháp phân tích: Dựa trên số liệu đã tổng hợp, tác giả tiến hành sử dụng phương pháp so sánh, phân tích dữ liệu để đánh giá tình hình, rút ra những kết luận trong hoạt động nhận TGTK tại đơn vị.

Phương pháp khảo sát: Tác giả tiến hành khảo sát ý kiến KH bằng phương pháp phát phiếu điều tra với các KH đã và đang giao dịch tại Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng nhằm mục đích đánh giá chất lượng dịch vụ TGTK tại CN. Xây dựng phiếu điều tra nhằm khảo sát thông tin từ KH về 4 tiêu chí bao gồm sự đa dạng của sản phẩm TK; chính sách lãi suất, phí dịch vụ; hạ tầng công nghệ thông tin và năng lực phục vụ của nhân viên – khảo sát được thực hiện trong tháng 9/2025. Chi tiết nội dung quy trình triển khai và kết quả khảo sát sẽ được đề cập trong chương 2 và Phụ lục của đề án này.

6. Bố cục đề án

Ngoài phần mở đầu, mục lục, danh mục các từ viết tắt, tài liệu tham khảo, nội dung chính của đề án gồm có 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm của ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng.

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG NHẬN TIỀN GỬI TIẾT KIỆM CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm của ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái niệm tiền gửi tiết kiệm

Theo khoản 1, Điều 5, Thông tư 48/2018/TT-NHNN quy định về TGTK thì “Tiền gửi tiết kiệm là khoản tiền được người gửi tiền gửi tại tổ chức tín dụng theo nguyên tắc được hoàn trả đầy đủ tiền gốc, lãi theo thỏa thuận với tổ chức tín dụng.”

1.1.2. Đặc điểm của hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm

- Có thời hạn gửi xác định
- Khả năng sinh lời từ lãi suất
- Được quản lý thông qua sổ TK
- Tính ổn định và an toàn cao

1.1.3. Phân loại tiền gửi tiết kiệm

Tùy theo nhu cầu, TGTK được phân loại thành nhiều loại theo Kỳ hạn gửi, Loại tiền tệ; Hình thức gửi; Đặc tính sản phẩm.

1.2. Hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm của ngân hàng thương mại

Hoạt động nhận TGTK là một trong những nghiệp vụ cơ bản của NHTM, đóng vai trò trực tiếp trong việc huy động vốn từ nền kinh tế gồm các nội dung sau:

1.2.1. Điều tra, nghiên cứu thị trường

- 1.2.2. Chính sách sản phẩm tiền gửi tiết kiệm
- 1.2.3. Chính sách lãi suất và phí đối với tiền gửi tiết kiệm
- 1.2.4. Các kênh nhận tiền gửi tiết kiệm
- 1.2.5. Công tác quảng bá và truyền thông
- 1.2.6. Chính sách chăm sóc khách hàng

1.3. Các tiêu chí đánh giá kết quả hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm của ngân hàng thương mại

Đánh giá hiệu quả của hoạt động này qua tiêu chí:

- 1.3.1. Quy mô tiền gửi tiết kiệm
- 1.3.2. Thị phần nhận tiền gửi tiết kiệm
- 1.3.3. Cơ cấu tiền gửi tiết kiệm
- 1.3.4. Chi phí hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm
- 1.3.5. Chất lượng dịch vụ tiền gửi tiết kiệm

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG NHẬN TIỀN GỬI TIẾT KIỆM TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM – CHI NHÁNH HÒA VANG NAM ĐÀ NẴNG

2.1. Môi trường ảnh hưởng đến hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm tại Agribank Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng

2.1.1. Môi trường bên ngoài

- Môi trường kinh tế - xã hội
- Đặc điểm cạnh tranh
- Tâm lý và thói quen tài chính của người dân

2.1.2. Môi trường bên trong

- Uy tín thương hiệu và hình ảnh của ngân hàng
- Chiến lược kinh doanh
- Công nghệ

2.2. Thực trạng hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm tại Agribank Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024

2.2.1. Điều tra, nghiên cứu thị trường

CN đã phân nhóm KH theo các nhóm như sau:

- Nhóm KH hiện hữu: CN lựa chọn căn cứ vào tiêu chí số dư bình quân TGTK của KH tại CN, gồm: KH VIP, KH thân thiết và KH phổ thông.

- Nhóm KH tiềm năng: căn cứ vào hành vi như nhu cầu về dịch vụ ngân hàng, mức độ giao dịch tại NH, gồm 3 nhóm KH.

2.2.2. Chính sách sản phẩm tiền gửi tiết kiệm

Sản phẩm TGTK hiện hành của CN được chia theo 2 nhóm kênh giao dịch gồm sản phẩm TGTK tại quầy giao dịch và TGTK trực tuyến.

2.2.3. Chính sách lãi suất và phí đối với tiền gửi tiết kiệm

Agribank là NH có lợi thế về thương hiệu uy tín và rõ ràng trong việc lãi suất TGTK sẽ không có sức cạnh tranh mạnh bằng các NH tư nhân/NH số khác trong thu hút tiền gửi mới. Nói cách khác, nhóm NH Big4 duy trì lãi suất ổn định, ít tham gia chiến lược “đua lãi suất”, phù hợp với vai trò ổn định vĩ mô; CN nên tận dụng chính sách này để nhấn mạnh uy tín và an toàn.

2.2.4. Các kênh nhận tiền gửi tiết kiệm

Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng cũng rất chú trọng phát triển các kênh phân phối khác như hệ thống kênh giao dịch trực tuyến trên các ứng dụng Agribank Plus, Ebanking. Đây là một định hướng chiến lược phù hợp để bắt kịp xu hướng tất yếu của ngành NH hiện đại.

2.2.5. Công tác quảng bá và truyền thông

Công tác quảng bá và truyền thông tại CN đã đạt được những thành tích nhất định. Tuy nhiên hoạt động này hiện vẫn còn nhiều hạn chế, chủ yếu tập trung tại khu vực các điểm giao dịch trực tiếp, chưa được triển khai một cách rộng rãi và có hệ thống trên toàn địa bàn.

2.2.6. Chính sách chăm sóc khách hàng

Chính sách chăm sóc KH TK tại Agribank bước đầu đã có những điểm tích cực, tuy nhiên, phương pháp triển khai vẫn còn mang tính thủ công, thiếu sự chuyên môn hóa và hệ thống hỗ trợ đồng bộ.

2.3. Kết quả hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm tại Agribank Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024

2.3.1. Quy mô tiền gửi tiết kiệm

Bảng 2.7 Quy mô TGTK và số lượng KH gửi TK tại Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024

Đơn vị tính: Tỷ đồng, %

Chỉ tiêu	2022	2023	2024	2023/ 2022	2024/ 2023
1. Tỷ lệ số dư TGTK trong tổng số dư tiền gửi	91.40%	90.44%	90.19%		
a. Số dư TGTK	2,264	2,489	2,795	225	306
b. Tổng số dư tiền gửi	2,477	2,752	3,099	275	347
2. Số lượng KH	20,208	20,328	20,662	120	334

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024)

**Bảng 2.8 Số dư TGTK của các CN thuộc Hội sở Agribank CN
Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024**

Đơn vị tính: Tỷ đồng, %

Chỉ tiêu	2022		2023		2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
1. CN Hòa Vang	2,264	22.92%	2,489	23.45%	2,795	23.93%
2. CN Cẩm Lệ	3,309	33.50%	3,407	32.10%	3,567	30.53%
3. CN KCN Hòa Khánh	1,240	12.55%	1,382	13.02%	1,384	11.85%
4. CN Liên Chiểu	1,626	16.46%	1,749	16.48%	1,864	15.96%
5. CN Chợ Cồn	251	2.54%	279	2.63%	339	2.90%
6. CN Chợ Mới	520	5.26%	589	5.55%	650	5.56%
7. CN Ông Ích Khiêm	440	4.45%	454	4.28%	672	5.75%
8. CN Tân Chính	227	2.30%	266	2.51%	411	3.52%
Tổng cộng	9,877	100%	10,615	100%	11,682	100%

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của Agribank CN Nam

Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024)

2.3.2. Cơ cấu tiền gửi tiết kiệm

**Bảng 2.9 Cơ cấu TGTK theo loại tiền tệ và theo kỳ hạn tại
Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024**

Đơn vị tính: Tỷ đồng, %

Chỉ tiêu	Năm 2022		Năm 2023		Năm 2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
1. Theo loại tiền tệ						
a. Nội tệ (VNĐ)	2,262.19	99.92%	2,488.47	99.98%	2,791.88	99.89%
b. Ngoại tệ (USD)	1.81	0.08%	0.53	0.02%	3.12	0.11%
2. Theo kỳ hạn						
a. KKH	0.83	0.04%	0.62	0.02%	0.77	0.03%
b. 1T	224.74	9.93%	260.09	10.45%	268.88	9.62%
c. 3T	149.83	6.62%	173.39	6.97%	179.25	6.41%
d. 6T	374.56	16.54%	433.49	17.42%	448.13	16.03%
e. 12T	1,361.10	60.12%	1,457.40	58.56%	1,707.42	61,09%
f. 13T	90.74	4.01%	97.16	3.90%	113.83	4.07%
g. 18T	60.49	2.67%	64.77	2.60%	75.88	2.71%
h. 24T	1.71	0.08%	2.08	0.08%	0.85	0.03%
3. Số dư TGTK	2,264	100%	2,489	100%	2,795	100%

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Agribank CN Hòa Vang Nam

Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024)

2.3.3. Chi phí và thu nhập từ hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm

Bảng 2.10 Chi phí và thu nhập từ hoạt động nhận TGTK tại Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024

Đơn vị tính: Tỷ đồng, %

Chỉ tiêu	2022	2023	2024
Vốn huy động TGTK	2,264	2,489	2,795
Thu nhập từ bán vốn TGTK	163	197	206
Chi phí huy động TGTK	110	153	116
Thu nhập thuần từ lãi huy động TGTK	53	44	90

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024)

2.3.4. Chất lượng dịch vụ tiền gửi tiết kiệm

Bảng 2.11 Kết quả khảo sát đánh giá chất lượng dịch vụ TGTK tại Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng

Đơn vị tính: %

TT	Tiêu chí đánh giá	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
A	Sự đa dạng của sản phẩm TK					
1	Các sản phẩm TGTK đáp ứng được nhu cầu và mục tiêu tài chính của KH.	0	0	28	47	25
2	Các sản phẩm TGTK đa dạng về hình thức gửi tiền phù hợp với các đối tượng KH khác nhau.	0	0	35	43	22

3	Các sản phẩm TGTK có sự đa dạng về kỳ hạn và lãi suất cho KH lựa chọn.	0	0	30	45	25
B	Chính sách lãi suất, phí dịch vụ					
1	Có lãi suất, phí cạnh tranh so với các NH khác	0	0	33	46	21
2	Có chính sách linh hoạt cho những khoản rút trước hạn	0	0	38	44	18
3	Mức độ minh bạch thông tin về phí, lãi suất	0	0	25	48	27
C	Hạ tầng công nghệ thông tin					
1	Công nghệ NH tiên tiến, vận hành ổn định	7	41	34	18	0
2	Giao dịch trực tuyến (Mobile/Internet Banking) ổn định	5	44	33	18	0
3	Hệ thống ATM/CDM đáp ứng nhu cầu giao dịch	8	46	30	16	0
D	Năng lực phục vụ của nhân viên					

1	Nhân viên nắm rõ thông tin sản phẩm và sẵn sàng giải đáp thắc mắc của KH.	0	0	20	50	30
2	Nhân viên có tác phong chuyên nghiệp, nhiệt tình đối với KH.	0	0	18	52	30
3	Nhân viên luôn lắng nghe một cách tôn trọng và thấu hiểu KH	0	0	22	48	30

(Nguồn: Tác giả tự khảo sát và tổng hợp)

Kết quả khảo sát cho thấy Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng có nhiều ưu điểm trong minh bạch lãi suất, thái độ phục vụ nhân viên và sự đa dạng cơ bản của sản phẩm. Tuy nhiên, hạn chế nổi bật nhất nằm ở hạ tầng công nghệ thông tin, đặc biệt là các dịch vụ NH điện tử chưa đáp ứng kịp nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng.

2.4. Đánh giá kết quả hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm tại Agribank Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng

2.4.1. Kết quả đạt được

Về quy mô TGTK, số dư liên tục tăng qua các năm, cho thấy hiệu quả của các chính sách thu hút vốn và sự gắn bó ngày càng bền chặt của khách hàng. Số lượng KH tham gia gửi TK cũng tăng trưởng rõ rệt.

Về tỷ trọng số dư TGTK của CN trong cơ cấu chung của khối các CN loại 2 trực thuộc Hội sở Agribank CN Nam Đà Nẵng đạt kết quả tốt.

Về chi phí và thu nhập từ hoạt động nhận TGTK, thu nhập thuần từ hoạt động huy động đã phục hồi mạnh mẽ và đạt mức cao kỷ lục vào năm 2024.

Về chất lượng dịch vụ TGTK, CN đã xây dựng được nền tảng dịch vụ khá tốt về chất lượng phục vụ của nhân viên và tính minh bạch trong chính sách lãi suất và phí dịch vụ.

2.4.2. Hạn chế và nguyên nhân

Bên cạnh những mặt tích cực thì hoạt động kiểm soát rủi ro tín dụng trong cho vay ngắn hạn KHDN còn một số mặt hạn chế xuất phát từ những nguyên nhân khách quan và cả chủ quan tại CN.

- Chính sách chăm sóc khách hàng

Chất lượng CSKH chưa đồng đều và các chương trình tri ân hay ưu đãi cá nhân hóa ít được duy trì thường xuyên.

- Công tác quảng bá, truyền thông

Công tác quảng bá, truyền thông sản phẩm huy động tại CN đang ở mức cơ bản, chủ yếu dựa vào kênh truyền thống và một số hoạt động nội bộ. Nội dung truyền thông phần lớn mang tính thông báo chung, thiếu tính cá nhân hóa.

- Công tác điều tra, nghiên cứu thị trường

CN chỉ tập trung vào việc thực hiện các chính sách đối với nhóm KH thân thiết và VIP.

- Các kênh nhận TGTK

Hoạt động nhận TGTK thông qua kênh điện tử tại CN còn chiếm tỷ trọng khá thấp, người dân còn tâm lý e dè chưa quen sử dụng.

- Cơ cấu TGTK theo kỳ hạn

Trong thực tế hoạt động huy động, cơ cấu tiền gửi tại CN hiện không cân đối: Kỳ hạn 12 tháng chiếm tỷ trọng áp đảo (trên 58%), trong khi kỳ hạn 6 tháng là kỳ hạn chủ lực trong nhóm ngắn hạn.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG NHẬN TIỀN GỬI TIẾT KIỆM TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM – CHI NHÁNH HÒA VANG NAM ĐÀ NẴNG

3.1. Mục tiêu hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm tại Agribank Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng

Hoạt động nhận TGTK tại Agribank Hòa Vang Nam Đà Nẵng được định hướng theo một số mục tiêu cụ thể sau, dựa trên các chỉ tiêu mà Hội sở giao cho CN, tập trung vào việc phát triển nguồn vốn ổn định và bền vững từ TGTK.

3.2. Căn cứ đề xuất giải pháp

3.1.1. Định hướng phát triển chung tại Agribank Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng giai đoạn 2025-2030

- Điều chỉnh lãi suất theo hướng linh hoạt và cạnh tranh
- Đẩy mạnh triển khai đề án tăng thu dịch vụ
- Cơ cấu và phát triển nguồn nhân lực theo hướng chuyên nghiệp hóa

- Nâng cao hiệu quả vận hành thông qua công tác hậu kiểm
- Chú trọng kiểm soát tín dụng và xử lý nợ xấu

3.1.2. Định hướng hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm tại Agribank Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng giai đoạn 2025-2030

- Chuyển đổi cách tiếp cận KH
- Tăng trưởng có chọn lọc
- Phát triển mạnh mẽ các kênh NH số
- Tăng cường công tác quảng bá và truyền thông
- Công tác quản trị rủi ro và kiểm soát nội bộ

3.3. Giải pháp hoàn thiện hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm tại Agribank Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng

3.3.1. Cá nhân hóa chính sách chăm sóc khách hàng

- Phân nhóm và cá nhân hóa chính sách chăm sóc

CN cần phải xây dựng một chính sách CSKH cụ thể, chi tiết cho từng nhóm KH hiện hữu lẫn KH tiềm năng và được đảm bảo thực hiện một cách đồng bộ, nhất quán từ CN chính đến các phòng giao dịch.

+ Nhóm KH hiện hữu

Đối với các nhóm KH khác nhau, cần xây dựng một chính sách KH có sự khác biệt, trong đó nhóm KH VIP cần được hưởng những chế độ đặc quyền và sự ưu tiên tối đa. Đồng thời, các nhóm KH thân thiết và phổ thông cũng cần có chính sách chăm sóc phù hợp, đảm bảo mang lại sự hài lòng cho mọi đối tượng, góp phần xây dựng mối quan hệ gắn bó lâu dài.

+ Nhóm KH phổ thông

Ngoài tập trung vào nhóm KH mục tiêu, CN cũng nên chú trọng vào nhóm KH phổ thông, phân đoạn KH này chiếm số đông KH của CN và cũng là những KH tiềm năng để dịch chuyển lên phân đoạn KH thân thiết và KH VIP, nên CN cần chú trọng việc phục vụ KH một cách chuyên nghiệp, bài bản. Thường xuyên tổ chức các chương trình khuyến mãi tặng quà để thu hút KH phổ thông, CN sẽ chuẩn bị nhiều món quà có giá trị ngang nhau như: áo mưa, mũ bảo hiểm, bộ ly... và cho KH tự chọn phần quà theo sở thích của KH.

- Nâng cao năng lực đội ngũ nhân sự

CN không chỉ đào tạo nghiệp vụ, CN phải tập trung rèn luyện kỹ năng giao tiếp, tư vấn, xử lý tình huống và thái độ phục vụ. Việc này có thể thực hiện qua các khóa huấn luyện nội bộ kết hợp mô phỏng thực tế, đồng thời gắn kết kết quả đào tạo với cơ chế khen thưởng, tạo động lực để nhân viên nâng cao chất lượng phục vụ.

3.3.2. Xây dựng chiến lược truyền thông đa kênh

- Xây dựng chiến lược truyền thông đa kênh

+ Kênh Truyền thông Số (Digital Marketing)

+ Website và SEO: Tối ưu hóa trang thông tin của CN trên website Agribank.

+ Mạng xã hội: Xây dựng và duy trì fanpage Facebook chính thức của CN. Đăng tải thường xuyên các nội dung về lãi suất cập nhật, sản phẩm mới, các chương trình khuyến mãi, hình ảnh hoạt động cộng đồng. Chạy các chiến dịch quảng cáo nhắm mục tiêu theo độ tuổi, khu vực địa lý (phường/xã trên địa bàn) và sở thích.

+ Email Marketing: Xây dựng cơ sở dữ liệu email KH. Gửi các bản tin định kỳ hoặc thư ngỏ giới thiệu sản phẩm mới, chúc mừng sinh nhật kèm ưu đãi đến các nhóm KH mục tiêu

+ Kênh Truyền thông Truyền thống

+ Tại điểm giao dịch: Lắp đặt thêm màn hình LCD tại các khu vực chờ để chiếu các video giới thiệu sản phẩm, chương trình ưu đãi.

+ Truyền thông cộng đồng: Tiếp tục đẩy mạnh các hoạt động an sinh xã hội (chương trình từ thiện, hoạt động công ích, ủng hộ hộ nghèo, trao học bổng) nhưng cần có sự ghi hình, đưa tin bài trên fanpage và các báo địa phương để gia tăng hiệu ứng truyền thông.

+ Hợp tác với các tổ chức địa phương: Tích cực giao lưu, mở rộng cũng như gìn giữ mối quan hệ khăng khít với các đơn vị hành chính sự nghiệp nhà nước, các phòng, ban tại Trung tâm hành chính xã Hòa Vang, các trường học trên địa bàn để

tiếp cận với một bộ phận lớn KH tiềm năng của CN là các CBNV làm việc tại đây.

- Phát triển nội dung truyền thông sáng tạo và được cá nhân hóa

+ Nội dung không chỉ dừng lại ở thông báo lãi suất mà cần cung cấp giá trị cho KH: các bài viết về cách quản lý tài chính cá nhân, kế hoạch tích lũy cho tương lai, so sánh lợi ích các kênh đầu tư.

+ Cá nhân hóa nội dung theo từng nhóm KH: Nội dung cho giới trẻ cần trẻ trung, nhanh gọn, nhấn mạnh tính số. Nội dung cho người trung niên và cao tuổi cần rõ ràng, nhấn mạnh sự an toàn và lợi ích lâu dài. Để nâng cao hiệu quả truyền thông, CN cần phân nhóm nội dung theo từng đối tượng KH, bởi mỗi nhóm có nhu cầu và hành vi tài chính riêng biệt.

+ Ứng dụng công nghệ trong truyền thông: Sử dụng phần mềm thiết kế đồ họa để tạo các infographic, poster đẹp mắt

- Đào tạo đội ngũ nhân viên trở thành những đại sứ thương hiệu

Mọi nhân viên, từ giao dịch viên đến cán bộ tín dụng, đều cần được trang bị kiến thức và kỹ năng để giới thiệu về các sản phẩm, chương trình khuyến mãi của CN một cách nhiệt tình và chính xác.

3.3.3. Chủ động nghiên cứu thị trường tại chỗ quy mô nhỏ

- Thiết lập cơ chế thu thập và phản hồi thông tin hai chiều với Hội sở.

+ Đề xuất Hội sở cung cấp các báo cáo, dữ liệu phân tích định kỳ về thị trường chung để CN có cái nhìn tổng quan.

+ CN chủ động xây dựng các báo cáo định kỳ (hàng quý) phản ánh đặc thù địa bàn, gửi lên Hội sở.

- Chủ động thực hiện các nghiên cứu thị trường tại chỗ quy mô nhỏ: giúp mở rộng thị phần bền vững từ việc khai thác hiệu quả các nhóm KH hiện hữu và tiềm năng bị bỏ ngỏ sẽ giúp đa dạng hóa nguồn vốn, tăng trưởng cả về số lượng KH lẫn quy mô huy động một cách ổn định.

+ Nhóm KH phổ thông và thân thiết: Tổ chức các cuộc khảo sát nhanh (online qua email/SMS hoặc trực tiếp tại quầy) để tìm hiểu mức độ hài lòng, nhu cầu về các sản phẩm TK mới (linh hoạt, tích lũy mục tiêu) hoặc phản hồi về các chương trình khuyến mãi.

+ Nhóm tiêu thương, hộ kinh doanh nhỏ: Cán bộ kinh doanh kết hợp thăm hỏi, phỏng vấn trực tiếp tại các điểm kinh doanh để thấu hiểu đặc điểm dòng tiền (theo ngày, theo mùa vụ), nhu cầu tích lũy và các khó khăn cụ thể của họ.

+ Nhóm cán bộ, công chức/viên chức, người nhận lương qua tài khoản: Phối hợp với lãnh đạo các cơ quan, đơn vị để tổ chức các buổi tọa đàm, chia sẻ về tài chính và thu thập ý kiến về các sản phẩm TK họ quan tâm.

3.3.4. Tăng cường liên kết với các tổ chức kinh tế-xã hội trên địa bàn

- Xây dựng kênh phân phối chiến lược qua các tổ chức đoàn thể

Thay vì chỉ dừng lại ở các hoạt động tài trợ, tặng quà từ thiện, VN cần chuyển sang mô hình hợp tác chiến lược "cùng phát triển".

Ký kết thỏa thuận hợp tác toàn diện: Với từng tổ chức (Hội Phụ nữ, Hội Nông dân, Đoàn Thanh niên), CN cần xây dựng một thỏa thuận hợp tác cụ thể, trong đó xác định rõ quyền lợi và trách nhiệm hai bên.

Triển khai mô hình "Đại sứ tài chính số": Cử các cán bộ trẻ, am hiểu công nghệ nhất của CN0 đảm nhận vai trò này. Họ sẽ không chỉ đến để tư vấn mà còn trực tiếp:

- + Hướng dẫn thực hành: Tổ chức các buổi "Hướng dẫn sử dụng Ngân hàng số Agribank" tại trụ sở của các chi hội.

- + Hỗ trợ tại chỗ: Mang theo các thiết bị hỗ trợ (máy tính bảng, máy in nhiệt di động) để hỗ trợ thành viên mở tài khoản NH và đăng ký các dịch vụ số ngay tại chỗ.

- + Cung cấp tài liệu hướng dẫn số: Phát tờ rơi có mã QR dẫn thẳng đến trang hướng dẫn sử dụng TGTK trực tuyến và đường dây hỗ trợ riêng cho thành viên của Hội.

- Phát triển dịch vụ NH trọn gói cho các doanh nghiệp địa phương

Xây dựng "Gói giải pháp ngân hàng cho Doanh nghiệp Đối tác": Thay vì chỉ chào bán dịch vụ trả lương qua tài khoản một cách rời rạc, Chi nhánh cần đóng gói thành một giải pháp toàn diện. Gói này bao gồm:

- + Dịch vụ trả lương qua tài khoản Agribank.

- + Tích hợp đăng ký tài khoản TGTK trực tuyến ngay trong quy trình nhận lương.

- + Tư vấn tài chính cá nhân cho người lao động.

Chủ động kết nối với Hiệp hội Doanh nghiệp địa phương: Đề xuất tổ chức các hội thảo với chủ đề "Ứng dụng công nghệ trong quản trị tài chính doanh nghiệp và chăm sóc đời sống người lao động".

3.3.5. Xây dựng khung lõi suất linh hoạt, đa cấp độ trong thẩm quyền của CN

- Xây dựng khung lõi suất linh hoạt, đa cấp độ

+ Lãi suất niêm yết cơ bản: Duy trì mức lãi suất niêm yết cạnh tranh, phù hợp với chỉ đạo của Hội sở chính và diễn biến chung của thị trường.

+ Lãi suất ưu đãi theo phân khúc KH: Áp dụng các mức lãi suất cao hơn lãi suất niêm yết cho nhóm KH cụ thể, dựa trên giá trị của mối quan hệ KH đó với NH.

+ Lãi suất ưu đãi theo kênh phân phối số: Khuyến khích mạnh mẽ việc gửi TK trực tuyến bằng cách áp dụng “Lãi suất số” cao hơn so với giao dịch tại quầy từ 0.2-0.5% cho tất cả các kỳ hạn.

- Triển khai chương trình lãi suất đặc biệt có thời hạn

Để tạo sự thu hút và đột phá trong từng thời điểm, CN cần chủ động đề xuất và triển khai các chương trình khuyến mãi lãi suất đặc biệt trong các dịp cao điểm huy động vốn (cuối năm, đầu năm, trước và sau Tết Nguyên đán) hoặc nhân các sự kiện đặc biệt của NH.

3.4. Khuyến nghị với Agribank

Phát triển sản phẩm TGTK trực tuyến: Đây là nhóm sản phẩm then chốt để bắt kịp xu hướng và thu hút KH trẻ. Cho phép KH mở mới, theo dõi và tắt toán sổ TK hoàn toàn trên ứng dụng Agribank Plus, Ebanking. Sản phẩm cần được tích hợp các tính năng hiện đại như: tự động gia hạn gốc và lãi, cho phép rút trước hạn một phần mà vẫn duy trì lãi suất ưu đãi cho phần gốc còn lại, hiển thị trực quan lộ trình tích lũy và dự báo lãi suất.

Triển khai các gói sản phẩm kết hợp: Nhằm tạo sự khác biệt so với đối thủ, ví dụ, gói “bảo an TGTK” giúp KH vừa tích lũy, vừa được bảo vệ tài chính; gói “TK liên kết tiêu dùng” cho phép hưởng ưu đãi khi thanh toán học phí, viện phí hoặc mua sắm từ đối tác liên kết.

Triển khai chương trình lãi suất đặc biệt có thời hạn: Để tạo sự thu hút và đột phá trong từng thời điểm, CN cần chủ động đề xuất và triển khai các chương trình khuyến mãi lãi suất đặc biệt trong các dịp cao điểm huy động vốn (cuối năm, đầu năm, trước và sau Tết Nguyên đán) hoặc nhân các sự kiện đặc biệt của NH.

Agribank cần nghiên cứu, xây dựng chính sách ưu đãi đồng bộ về lãi suất tiền gửi, tiền vay, phí thanh toán, phí dịch vụ và các chính sách khác... đảm bảo tính linh hoạt và cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường.

Tăng cường đầu tư phát triển công nghệ của NH, nâng cao chất lượng phục vụ KH. Agribank cần đầu tư, nâng cấp thay thế hệ thống công nghệ thông tin đảm bảo vận hành thông suốt, ổn định.

Hoàn thiện tốt nhất cơ sở hạ tầng, công nghệ thông tin đảm bảo sự phát triển được các dòng sản phẩm mang tính công nghệ cao. Đảm bảo sự đồng bộ về mặt công nghệ giữa các CN và phòng giao dịch, tránh tình trạng tắc nghẽn cho đường truyền, gây tâm lý không tốt cho KH, cũng như làm nền tảng cho sự phát triển những dòng sản phẩm mới.

KẾT LUẬN

Hoạt động nhận TGTK đóng vai trò then chốt trong việc huy động nguồn vốn ổn định, góp phần đảm bảo khả năng thanh khoản và mở rộng hoạt động tín dụng của các NHTM. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt và sự thay đổi nhanh chóng của thị trường tài chính, việc không ngừng hoàn thiện hoạt động này là yêu cầu tất yếu nhằm duy trì và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Đề án “Hoàn thiện hoạt động nhận tiền gửi tiết kiệm tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Hòa Vang Nam Đà Nẵng” đã thực hiện phân tích toàn diện cả về lý luận và thực tiễn. Trên cơ sở hệ thống hóa các vấn đề lý luận, đề án đã đánh giá sâu sắc thực trạng hoạt động nhận TGTK tại Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024. Kết quả nghiên cứu chỉ ra những điểm mạnh về uy tín thương hiệu, mạng lưới KH truyền thống và sự tăng trưởng ổn định về quy mô tiền gửi. Tuy nhiên, hoạt động này vẫn còn tồn tại một số hạn chế như: danh mục sản phẩm chưa thực sự đa dạng và linh hoạt, chính sách lãi suất còn thiếu tính cạnh tranh cao, kênh phân phối chủ yếu dựa vào truyền thống, hoạt động truyền thông – quảng bá chưa bài bản và chính sách CSKH chưa được chuyên nghiệp hóa.

Xuất phát từ những kết quả phân tích và căn cứ vào định hướng phát triển của CN, đề án đã đề xuất một hệ thống các giải pháp đồng bộ và khả thi, tập trung vào các nội dung trọng tâm: Hoàn thiện công tác điều tra, nghiên cứu thị trường; đẩy mạnh công tác quảng bá, truyền thông đa kênh; nâng cao chất lượng dịch vụ CSKH; hoàn thiện chính sách sản phẩm theo hướng đa dạng và cá nhân hóa; điều chỉnh chính sách lãi suất linh hoạt, cạnh tranh; tăng cường ứng

dụng công nghệ số và tăng cường phối hợp với các tổ chức kinh tế-xã hội trên địa bàn. Các giải pháp này có mối quan hệ chặt chẽ, hỗ trợ lẫn nhau, hướng đến mục tiêu cuối cùng là hoàn thiện hoạt động nhận TGTK, góp phần gia tăng quy mô, nâng cao hiệu quả và đảm bảo sự phát triển bền vững cho Agribank CN Hòa Vang Nam Đà Nẵng.

Về ý nghĩa, đề án không chỉ cung cấp cơ sở khoa học và thực tiễn cho việc hoạch định chính sách tại CN mà còn có thể được tham khảo cho các CN khác của Agribank có đặc thù tương tự. Kết quả nghiên cứu của đề án góp phần làm phong phú thêm lý luận về hoạt động huy động tiền gửi trong lĩnh vực NH, đồng thời đưa ra những gợi ý có giá trị trong việc thích ứng với xu thế phát triển của ngành tài chính-ngân hàng hiện đại.

Tác giả kỳ vọng rằng các nghiên cứu tiếp theo sẽ tiếp tục đi sâu phân tích các khía cạnh cụ thể hơn, đánh giá hiệu quả của từng giải pháp sau khi được triển khai trong thực tế, góp phần hoàn thiện hơn nữa hoạt động nhận TGTK, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của thực tiễn.

Xin chân thành cảm ơn!