TRƯỜNG ĐẠI HỌC TRÀ VINH

**KHOA KINH TẾ, LUẬT**

****

ISO 9001:2008

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**PHÂN TÍCH CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ ATM CỦA NGÂN HÀNG NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH TRÀ VINH**

**Người hướng dẫn: Sinh viên thực hiện:**

Nguyễn Thị Búp Chung Thị Hồng Dung

MSSV: 114518005

Lớp: DA18TCNH

Khóa: 2018

**LỜI CẢM ƠN**

**(các bạn có thể viết khác đi, đây chỉ là mẫu)**

🖎🕮✍

Em xin chân thành cảm quý Thầy Cô Trường Đại học Trà Vinh đã tạo điều kiện thuận lợi cho em trong suốt quá trình học tập, cũng như trong suốt thời gian thực hiện khóa luận.

Em xin chân thành cảm ơn sự quan tâm hướng dẫn, giúp đỡ tận tình của thầy/cô Nguyễn Thị Búp đã tạo điều kiện cho em hoàn thành khóa luận tốt nghiệp.

Do kiến thức còn hạn chế, nên bài khóa luận không tránh được những sai sót. Em rất mong nhận được sự đóng góp quý báu của quý thầy/cô để bài khóa luận hoàn chỉnh hơn.

Ngày …… tháng ………. năm 20…

Sinh viên thực hiện

**LỜI CAM ĐOAN**

**🖎🕮✍**

Tôi cam đoan rằng bài khóa luận này là do chính tôi thực hiện, các số liệu thu thập và kết quả phân tích trong bài khóa luận là trung thực, bài khóa luận không trùng với bất kỳ đề tài nào.

Ngày …… tháng …… năm 201…

Sinh viên thực hiện

**NHẬN XÉT CỦA CƠ QUAN THỰC TẬP**

**🖎🕮✍**

Ngày … tháng … năm 201…

Thủ trưởng đơn vị

**NHẬN XÉT CỦA NGƯỜI HƯỚNG DẪN**

**🖎🕮✍**

*Trà vinh,, ngày…… tháng …… năm 201...*

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN**

**NHẬN XÉT CỦA NGƯỜI PHẢN BIỆN**

**🖎🕮✍**

*Trà vinh,, ngày…… tháng …… năm 20….*

**NGƯỜI PHẢN BIỆN**

**PHẦN MỞ ĐẦU**

**1.LÝ DO CHỌN ĐỀ TÀI**

Ngày nay, dịch vụ thanh toán hiện đại của các ngân hàng thương mại trong nước đang và không ngừng phát triển để đáp ứng kịp thời nhu cầu hội nhập kinh tế với các dịch vụ tài chính hiện đại của hệ thống ngân hàng trên thế giới. Thị trường thẻ ngân hàng ở Việt Nam hiện nay phát triển rất mạnh, đặc biệt là thẻ ghi nợ nội địa ( thẻ ATM ) với hơn 50 ngân hàng tham gia phát hành và hơn 200 thương hiệu khác nhau. Với dân số hơn 90 triệu người và cơ cấu dân số trẻ, Việt Nam được coi là thị trường tiềm năng cho sự phát triển của dịch vụ hiện đại này.

Luôn tiên phong trong việc cung cấp cho khách hàng các giải pháp tài chính tối ưu nhất, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam-Chi nhánh tỉnh Trà Vinh là ngân hàng thương mại đầu tiên và đứng đầu ở Việt Nam về triển khai dịch vụ thẻ - dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt hiệu quả, an toàn và tiện lợi nhất hiện nay.

Để phục vụ khách hàng một cách tốt nhất, Agribank đã không ngừng mở rộng và phát triển mạng lưới hoạt động như nhi nhánh và các đơn vị chấp nhận thẻ cũng như mạng lưới ATM. Hiện nay, hệ thống thanh toán của Agribank đạt hơn 2.883 máy ATM cùng với 20.781 thiết bị POS trên khắp các tỉnh và thành phố sẵn sàng đáp ứng nhu cầu sử dụng thẻ của khách hàng.

Với tư cách là một trong những ngân hàng hàng đầu Việt Nam, đặc biệt là trong lĩnh vực thẻ, ngân hàng Agribank đã tập trung nguồn lực để thực hiện mục tiêu chiến lược là nâng cao chất lượng, hướng tới mục tiêu chăm sóc khách hàng. Hiện nay, thẻ ATM Agribank vẫn là thương hiệu thẻ ghi nợ nội địa được ưa chuộng nhất Việt Nam.

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Trà Vinh có 14 ngân hàng thương mại, tất cả các ngân hàng này điều có dịch vụ thẻ ATM, sự cạnh tranh trên thị trường trở nên vô cùng gay gắt. Vì vậy, việc đánh giá chính xác chất lượng dịch vụ thẻ ATM của ngân hàng là hết sức quan trọng nhằm đáp ứng kịp thời các nhu cầu của khách hàng.

Xuất phát từ sự cần thiết của vấn đề trên, em xin chọn đề tài “ **Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ thẻ ATM của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Trà Vinh**”.

**2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU**

**2.1. MỤC TIÊU CHUNG**

Mục tiêu chung của đề tài này là đánh giá, phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ thẻ ATM của ngân hàng, từ đó đề xuất các giải pháp để nhằm thỏa mãn sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ thẻ ATM của ngân hàng Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam-Chi nhánh tỉnh Trà Vinh

**2.2. MỤC TIÊU CỤ THỂ**

Để hoàn thiện mục tiêu chung, đề tài cần có một số mục tiêu cụ thể như sau:

- Mục tiêu 1: Đo lường mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ thẻ ATM của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam-Chi nhánh tỉnh Trà Vinh hiện nay.

- Mục tiêu 2: Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ thẻ của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam-Chi nhánh tỉnh Trà Vinh thông qua mô hình nghiên cứu.

- Mục tiêu 3: Từ kết quả nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ thẻ ATM của ngân hàng trong thời gian tới.

**3. PHẠM VI NGHIÊN CỨU**

**3.1. PHẠM VI VỀ KHÔNG GIAN**

Đề tài được thực hiện dựa trên cơ sở các thông tin thu thập Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam-Chi nhánh tỉnh Trà Vinh và phiếu khảo sát khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM trên địa bàn tỉnh Trà Vinh.

**3.2. PHẠM VI VỀ THỜI GIAN**

- Thông tin khảo sát sử dụng trong đề tài này là số liệu thu thập từ khảo sát qua bảng câu hỏi đối với khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM của ngân hàng Agribank trên địa bàn tỉnh Trà Vinh.

- Nghiên cứu được thực hiện trong khoảng thời gian ................... gồm các hoạt động như soạn thảo nghiên cứu, điều tra, thu thập số liệu và phân tích, đánh giá kết luận và đề ra một số giải pháp nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ thẻ ATM của ngân hàng.

**3.3. ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU**

- Dịch vụ thẻ ATM của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam-Chi nhánh tỉnh Trà Vinh.

- Số liệu khảo sát từ nhóm khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam-Chi nhánh tỉnh Trà Vinh.

**4.PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU**

**4.1.PHƯƠNG PHÁP THU THẬP SỐ LIỆU**

Đề tài thu thập số liệu từ khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam-Chi nhánh tỉnh Trà Vinh.

**4.2. PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH SỐ LIỆU**

- Mục tiêu 1: Đề tài sử dụng phương pháp phân tích số liệu đề phân tích mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ thẻ ATM của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam-Chi nhánh tỉnh Trà Vinh

- Mục tiêu 2: Đề tài sử dụng phương pháp so sánh, thống kê để phân tích sự hài lòng của khách hàng.

- Mục tiêu 3: Đề tài sử dụng phương pháp phân tích, lặp luận để đề xuất các giải pháp để nâng cao sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ thẻ ATM của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam-Chi nhánh tỉnh Trà Vinh.

**5.KẾT CẤU CỦA ĐỀ TÀI**

Ngoài phần mở đầu, phần kết luận và kiến nghị thì nội dung chính của kháo luận gồm:

**CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ DỊCH VỤ THẺ ATM.**

**CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG CỦA DỊCH VỤ THẺ ATM.**

**CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẰM NÂNG CAO SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG KHI SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ ATM.**

**6.LƯỢC KHẢO TÀI LIỆU**

**1.Đoàn Trương Thanh Lâm (2015)**, “Nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ thẻ ATM của ngân hàng Nông nghiêp và Phát triển nông thôn – Chi nhánh Trà Vinh”, Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Trà Vinh.

Qua quá trình nghiên cứu, luận văn đã thu được kết quả sau:

- Thành phần sự cảm thông, giá cả dịch vụ, độ tin cậy có ảnh hưởng rất lớn. Kế đến là kỹ năng nhân viên, dộ tiếp cận và an toàn khi sử dụng dịch vụ thẻ ATM.

- Nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ thẻ ATM của ngân hàng Nông nghiêp và Phát triển nông thôn – Chi nhánh Trà Vinh gồm 4 yếu tố: Sự thông cảm,giá cả dịch vụ, độ tin cậy; Kỹ năng; Độ tiếp cận; An toàn khi giao dịch.

**2.Huỳnh Trà My (2017)** , “Đo lường mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân về dịch vụ thẻ ATM tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Tây nam”

- Xây dụng một số mô hình về chỉ số hài lòng (CSI):

+ Mô hình chỉ số hài lòng khách hàng của Mỹ (ACSI): kết quả của việc nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng chính là việc phất hiện lòng trung thành hoặc những phàn nàn của khách hàng đối với sản phẩm nhằm hoạch định những chiến lược thích hợp.

+ Mô hình chỉ số hài lòng của Châu Âu (ECSI): sự hài lòng của khách hàng là sự tác động tổng hòa của 4 nhân tố hình ảnh, giá trị cảm nhận, chất lượng cảm nhận về cả sản phẩm hữu hình và vô hình.

+ Mô hình lý thuyết chỉ số hài lòng khách hàng của Việt Nam (VCSI): để khai thác tốt những yếu tố tác động đến mô hình, sẽ đề xuất mô hình VCSI với 7 biến số gồm hình ảnh thương hiệu; chất lượng mong đợi; chất lượng cảm nhận; giá trị cảm nhận; sự thỏa mãn của khách hàng; sự phàn nàn và lòng trung thành của khách hàng.

**3. Hà Nam Khánh Giao và Trần Hồng Hải**,”Các nhân tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ ATM của VCB Vĩnh Long”. Kết quả cho thấy sự hài lòng của khách hàng sử dụng thẻ ATM của Vietcombank chi nhánh Vĩnh Long chịu ảnh hưởng bởi 4 nhân tố với thứ tự và tầm quan trọng như sau: 1- Giá cả; 2- Mạng lưới; 3- Độ tin cậy; 4-Sự đồng cảm. Qua đó, đề xuất đến các nhà quản lý một số giải pháp nhằm nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng.

**4.Hà Thị Thanh Thúy,** “Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng sử dụng thẻ tín dụng tại ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Phú Mỹ Hưng”. Kết quả phân tích hồi quy cho thấy có 6 yếu tố tác động đến sự hài lòng khách hàng sử dụng thẻ tín dụng tại BIDV - Phú Mỹ Hưng, được xếp theo trình tự mức độ ảnh hưởng từ cao xuống thấp, là: (1) Độ tin cậy có hệ số; (2) Phương tiện hữu hình có hệ số; (3) Sự đồng cảm có hệ số; (4) Giá cả dịch vụ có hệ số; (5) Tính đáp ứng có hệ số và (6) Tính đảm bảo có hệ số. Dựa trên kết quả nghiên cứu, đề tài đã đề xuất một số hàm ý quản trị và các kiến nghị nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng sử dụng thẻ tín dụng tại BIDV - Phú Mỹ Hưng trong thời gian tới.

5.

**PHẦN NỘI DUNG**

**CHƯƠNG 1:TỔNG QUAN VỀ SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ THẺ ATM**

**1.CÁC LÝ THUYẾT VỀ MÁY ATM**

**1.1.Khái niệm thẻ ATM**

Thẻ ATM là một loại thẻ theo chuẩn ISO 7810, dùng để thực hiện các giao dịch tự động như kiểm tra tài khoản, rút tiền hoặc chuyển khoản, thanh toán hóa đơn, mua thẻ điện thoại... từ máy rút tiền tự động - ATM. Thẻ ATM bao gồm cả thẻ trả trước, thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng.

**1.2.Phân loại thẻ ATM**

- Thẻ trả trước giống như SIM điện thoại của bạn, nạp tiền vào thẻ và chi tiêu số tiền trong thẻ. Thẻ này không cần mở tài khoản ngân hàng và bạn có thể đăng ký thẻ để tặng cho người thân.

- Thẻ ghi nợ là loại hình thẻ phổ biến nhất, được trang bị tính năng ngân hàng cơ bản. Cho nên loại thẻ này hiện đang được sử dụng nhiều. Tính năng của thẻ ghi nợ là bạn có tiền trong tài khoản thẻ thì bạn mới có thể sử dụng. Các tính năng cơ bản bao gồm: Chuyển tiền, rút tiền, thanh toán hóa đơn, nạp tiền điện thoại, vấn tin tài khoản… Số tiền trong tài khoản (không phải trong thẻ) chính là giới hạn chi tiêu.

- Thẻ tín dụng là loại thẻ chi tiêu trước trả tiền sau. Tức là ngân hàng sẽ tạm ứng một số tiền nhất định hàng tháng để bạn chi tiêu và bạn sẽ trả lại số tiền đã dùng cho ngân hàng sau 45 ngày. Về tính năng, thẻ có thể dùng để thanh toán hóa đơn, rút tiền mặt… Tuy nhiên bạn cần lưu ý, thẻ tín dụng như một khoản vay ngân hàng, một khi bạn dùng thì bạn sẽ phải có trách nhiệm trả. Nếu trả chậm thì sẽ bị tính lãi suất khá cao.

**1.3.Lợi ích khi dùng thẻ ATM**

- Quản lý tài chính tốt hơn:

Việc trả lương qua tài khoản thẻ ATM cá nhân của các cơ quan, doanh nghiệp và các tổ chức tiết kiệm được tối đa chi phí, thời gian đồng thời giảm thiểu được những rủi ro thường xảy ra khi sử dụng tiền mặt.

Chỉ với chiếc điện thoại có kết nối internet bạn có thể dễ dàng tra cứu thông tin tài khoản, quản lý chi tiêu của mình thông qua ứng dụng được ngân hàng cung cấp mọi lúc mọi nơi.

- Rút tiền nhanh hơn:

Bạn có thể nhanh chóng và dễ dàng tìm thấy cây rút tiền ATM ở bất cứ điểm giao dịch và góc phố nào. Không chỉ ở khu vực thành phố mà ở cả những vùng nông thôn, cây rút tiền ATM cũng trở nên phổ biến với mật độ dày hơn. Chính sự tiện lợi của cây ATM mang đến cho bạn sự linh hoạt hơn trong việc rút tiền.

- Hạn chế rủi ro về tiền mặt:

Với thẻ ATM, bạn không cần phải mang quá nhiều tiền mặt trong người. Đặc biệt là khi đi du lịch, để nhiều tiền trong người khi bị mất, bạn sẽ không biết phải giải quyết ra sao. Khi dùng thẻ ATM, dù bạn bị mất ví hay kẻ gian lấy trộm cũng không có gì đáng lo ngại. Bạn chỉ cần cầm chứng minh thư ra ngân hàng rút tiền và làm lại thẻ ATM mới là được. Vì dù kẻ gian có lấy được thẻ ATM cũng không thể rút được tiền vì mỗi thẻ đều có mật mã mà chỉ bạn mới biết.

- Giao dịch nhanh hơn:

Hiện nay, hầu hết ngân hàng đều có dịch vụ Banking cho phép khách hàng có thể tự giao dịch tiền mặt thông qua điện thoại thông minh hoặc laptop, các thiết bị có kết nối internet. Nhờ có thẻ ATM, việc chuyển tiền của bạn trở nên linh hoạt hơn rất nhiều.

Nếu bạn hỏi thẻ ATM nào mang lại nhiều lợi ích khi thanh toán nhất, đó là thẻ tín dụng chi trước trả sau bởi không những được "vay" thanh toán (quẹt thẻ) miễn lãi 45 ngày, thẻ này thường xuyên được khuyến mãi bất kể sử dụng nó cho sản phẩm nào, lúc nào và ở bất kỳ nơi đâu. Vì vậy nếu bạn thấy cần phải tiết kiệm chi tiêu hơn, hãy so sánh các loại thẻ tín dụng tại tất cả ngân hàng để tìm kiếm sản phẩm phù hợp với nhu cầu và thu nhập của bạn.

**1.4. Khái niệm Máy rút tiền tự động – ATM.**

Máy rút tiền tự động hay máy giao dịch tự động (còn được gọi là ATM, viết tắt của Automated Teller Machine hoặc Automatic Teller Machine trong tiếng Anh) là một thiết bị ngân hàng giao dịch tự động với khách hàng, thực hiện việc nhận dạng khách hàng thông qua thẻ ATM (thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng) hay các thiết bị tương thích, và giúp khách hàng kiểm tra tài khoản, rút tiền mặt, chuyển khoản, thanh toán tiền hàng hóa dịch vụ.

- Các loại máy ATM: Máy ATM gồm 2 loại chính:

+ Một là máy ATM với chức năng cơ bản là rút tiền và truy vấn số dư.

+ Hai là máy ATM tích hợp nhiều chức năng như thanh toán hóa đơn, chuyển tiền khác ngân hàng…

**1.5.Chức năng của máy ATM**

- Rút tiền, kiểm tra tài khoản: Đây là chức năng cơ bản nhất, thay vì phải đến quầy giao dịch, xếp hàng và xử lý hàng loạt các thủ tục giấy tờ thì người dùng chỉ cần ghé một cây ATM bất kỳ và thực hiện các thao tác đơn giản để có được khoản tiền mặt từ tài khoản thẻ. Mọi người không cần phải mang theo tiền mặt nhiều để tránh mất mát mà chỉ mang theo một khoản vừa đủ, khi cần đã có ATM.

- Chuyển khoản: Các khách hàng trong cùng một ngân hàng có thể chuyển khoản cho nhau thông qua hệ thống ATM. Tại một số ngân hàng lớn như Vietcombank bạn có thể chuyển tiền cho người nhận ở các ngân hàng khác.

- Thanh toán các hóa đơn, dịch vụ: Ngày nay cây ATM hiện đại có thể làm được nhiều việc hơn bạn nghĩ. Thay vì chạy qua sở điện lực hay bưu điện để thanh toán các loại phí sinh hoạt, ATM sẽ giúp bạn giải quyết hết chỉ trong một phút. Không những vậy ATM còn có thể thanh toán thẻ tín dụng, hóa đơn điện thoại di động, phí bảo hiểm…

- Các chức năng cao cấp khác:

+ Rút tiền không cần thẻ: Tính năng này giúp bạn đáp ứng ngay những nhu cầu cấp thiết về tiền mặt trong khi không mang thẻ theo bên mình.

+ Gửi tiết kiệm online qua máy ATM: Có các kỳ hạn gửi rất linh hoạt, gửi ngắn hạn từ 1, 2, 3 tuần tới 12 tháng với số tiền chỉ từ 1 triệu đồng. Hơn nữa, lãi suất gửi tiết kiệm tại ATM cao hơn với gửi tiết kiệm thông thường

+ Đăng ký các dịch vụ online như: Vay vốn, dịch vụ đăng ký thông tin thay đổi số dư tài khoản qua điện thoại hoặc email (F@st-homebanking) và dịch vụ giao dịch ngân hàng qua tin nhắn điện thoại di động (F@st-mobipay)...

**1.6.Đặc điểm thẻ ATM**

- Thẻ ATM thường được thiết kế với kích thước chữ nhật tiêu chuẩn để phù hợp với khe đọc thẻ, có kích thước thông thường là 8.5cm x 5.5cm. Trên bề mặt thẻ dập nổi tên chủ thẻ, số thẻ, băng giấy để chủ thẻ ký tên, và băng từ (thẻ từ) hoặc chip (thẻ chip) lưu trữ thông tin về tài khoản đã được khách hàng đăng ký tại ngân hàng nào đó.

- Thẻ ATM có các tính năng gồm:

+ Rút tiền

+ Kiểm tra tài khoản

+ Chuyển khoản

+ Thanh toán hóa đơn

+ Mua thẻ điện thoại

**2.CÁC LÝ THUYẾT VỀ DỊCH VỤ**

**2.1.Khái niệm dịch vụ**

Có nhiều định nghĩa khác nhau về dịch vụ. Nhưng nhìn chung các định nghĩa đều thống nhất dịch vụ là sản phẩm của lao động, không tồn tại dưới dạng vật thể, quá trình sản xuất và tiêu thụ xảy ra đồng thời, nhằm đáp ứng nhu cầu của sản xuất và tiêu dùng.

Dịch vụ là những sản phẩm kinh tế gồm công việc dưới dạng lao động thể lực, quản lý, kiến thức, khả năng tổ chức và những kỹ năng chuyên môn nhằm phục vụ cho nhu cầu sản xuất kinh doanh hoặc sinh hoạt tiêu dùng của cá nhân và tổ chức.

Theo Philip Kotler: “dịch vụ là bất kỳ hoạt động hay lợi ích nào mà chủ thể này có thể cung cấp cho chủ thể kia. Trong đó đối tượng cung cấp nhất định phải mang tính vô hình và không dẫn đến bất kỳ quyền sở hữu một vật nào cả. Còn việc sản xuất dịch vụ có thể hoặc không cần gắn liền với một sản phẩm vật chất nào”

Theo Từ điển Tiếng Việt: Dịch vụ là công việc phục vụ trực tiếp cho những nhu cầu nhất định của số đông, có tổ chức và được trả công [Từ điển Tiếng Việt, 2004, NXB Đà Nẵng, tr256]

Từ điển Wikipedia: Định nghĩa về dịch vụ trong kinh tế học được hiểu là những thứ tương tự như hàng hoá nhưng phi vật chất.Theo quan điểm kinh tế học, bản chất của dịch vụ là sự cung ứng để đáp ứng nhu cầu như: dịch vụ du lịch, thời trang, chăm sóc sức khoẻ...và mang lại lợi nhuận.

Dịch vụ là một hoạt động lao động sáng tạo nhằm bổ sung giá trị cho phần vật chất và làm đa dạng hoá, phong phú hoá, khác biệt hoá, nổi trội hoá… mà cao nhất trở thành những thương hiệu, những nét văn hoá kinh doanh và làm hài lòng cao cho người tiêu dùng để họ sẵn sàng trả tiền cao, nhờ đó kinh doanh có hiệu quả hơn”.( PGS.TS Nguyễn Văn Thanh)

Dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ thẻ nói riêng có vai trò rất quan trọng đến ngân hàng, là nhân tố quyết định lợi nhuận của các ngân hàng hiện nay.

Dịch vụ thẻ là một dịch vụ ngân hàng độc đáo, hiện đại, ra đời và phát triển dựa trên sự phát triển mạnh mẽ của khoa học kỹ thuật. Với những tính năng ưu việt, cung cấp nhiều tiện ích cho khách hàng, dịch vụ thẻ đã nhanh chóng trở thành dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt phổ biến và được ưa chuộng nhất hiện nay.

**2.2.Đặc tính của dịch vụ**

Đặc tính (attribute) là một thuộc tính hay tính chất của hàng hóa. Đặc tính của dịch vụ gồm 5 đặc trưng sau:

**-** Tính vô hình:Hàng hoá có hình dáng, kích thước, màu sắc và thậm chí cả mùi vị. Khách hàng có thể tự xem xét, đánh giá xem nó có phù hợp với nhu cầu của mình không. Ngược lại, dịch vụ mang tính vô hình, làm cho các giác quan của khách hàng không nhận biết được trước khi mua dịch vụ. Đây chính là một khó khăn lớn khi bán một dịch vụ so với khi bán một hàng hoá hữu hình, vì khách hàng khó thử dịch vụ trước khi mua, khó cảm nhận được chất lượng, khó lựa chọn dịch vụ, nhà cung cấp dịch vụ khó quảng cáo về dịch vụ. Do vậy,dịch vụ khó bán hơn hàng hoá.

- Tính không tách rời giữa cung cấp và tiêu dùng dịch vụ: Hàng hoá được sản xuất tập trung tại một nơi, rồi vận chuyển đến nơi có nhu cầu. Khi ra khỏi dây chuyền sản xuất thì hàng hóa đã hoàn chỉnh. Do đó, nhà sản xuất có thể đạt được tính kinh tế theo quy mô do sản xuất tập trung, hàng loạt, và quản lý chất lượng sản phẩm tập trung. Nhà sản xuất cũng có thể sản xuất khi nào thuận tiện, rồi cất trữ vào kho và đem bán khi có nhu cầu. Do vậy, họ dễ thực hiện cân đối cung cầu. Nhưng quá trình cung cấp dịch vụ và tiêu dùng dịch vụ xảy ra đồng thời. Người cung cấp dịch vụ và khách hàng phải tiếp xúc với nhau để cung cấp và tiêu dùng DV tại các địa điểm và thời gian phù hợp cho hai bên. Đối với một số các dịch vụ, khách hàng phải có mặt trong suốt quá trình cung cấp dịch vụ.

- Tính không đồng đều về chất lượng: Dịch vụ không thể được cung cấp hàng loạt, tập trung như sản xuất hàng hoá. Do vậy, nhà cung cấp khó kiểm tra chất lượng theo một tiêu chuẩn thống nhất. Mặt khác, sự cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ lại chịu tác động mạnh bởi kỹ năng, thái độ của người cung cấp dịch vụ. Sức khoẻ, sự nhiệt tình của nhân viên cung cấp dịch vụ vào buổi sáng và buổi chiều có thể khác nhau. Do vậy, khó có thể đạt được sự đồng đều về chất lượng dịch vụ ngay trong một ngày. Dịch vụ càng nhiều người phục vụ thì càng khó đảm bảo tính đồng đều về chất lượng.

- Tính không dự trữ được: Dịch vụ chỉ tồn tại vào thời gian mà nó được cung cấp. Do vậy, dịch vụ không thể sản xuất hàng loạt để cất vào kho dự trữ, khi có nhu cầu thị trường thì đem ra bán

- Tính không chuyển quyền sở hữu được: Khi mua một hàng hoá, khách hàng được chuyển quyền sở hữu và trở thành chủ sở hữu hàng hoá mình đã mua. Khi mua dịch vụ thì khách hàng chỉ được quyền sử dụng dịch vụ, được hưởng lợi ích mà dịch vụ mang lại trong một thời gian nhất định mà thôi. Đặc tính này ảnh hưởng đến chính sách phân phối trong Marketing dịch vụ, trong đó người bán buôn, bán lẻ cũng không được chuyển quyền sở hữu. Họ đơn thuần chỉ là người tham gia vào quá trình cung cấp dịch vụ. Và tất nhiên, họ có ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ. Như vậy, vấn đề huấn luyện, hỗ trợ, tư vấn, kiểm tra đánh giá các trung gian phân phối là yếu tố cần thiết để đảm bảo chất lượng dịch vụ.

**3.CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ**

**3.1.Định nghĩa chất lượng dịch vụ**

- Chất lượng dịch vụ là một phạm trù rộng và có rất nhiều định nghĩa khác nhau tùy thuộc vào từng loại dịch vụ, nhưng bản chất của chất lượng dịch vụ nói chung được xem là những gì mà khách hàng cảm nhận được. Mỗi khách hàng có nhận thức và nhu cầu cá nhân khác nhau nên cảm nhận về chất lượng dịch vụ cũng khác nhau.

- Theo Joseph Juran & Frank Gryna “Chất lượng là sự phù hợp đối với nhu cầu”.

- Theo Armand Feigenbaum (1945) “Chất lượng là quyết định của khách hàng dựa trên kinh nghiệm thực tế đối với sản phẩm hoặc dịch vụ, được đo lường dựa trên những yêu cầu của khách hàng- những yêu cầu này có thể được nêu ra hoặc không nêu ra, được ý thức hoặc đơn giản chỉ là cảm nhận, hoàn toàn chủ quan hoặc mang tính chuyên môn – và luôn đại diện cho mục tiêu động trong một thị trường cạnh tranh”.

- Theo American Society for Quality “Chất lượng thể hiện sự vượt trội của hàng hóa và dịch vụ, đặc biệt đạt đến mức độ mà người ta có thể thỏa mãn mọi nhu cầu và làm hài lòng khách hàng”.

- Chất lượng dịch vụ thẻ là khả năng đáp ứng dịch vụ thẻ đối với sự mong đợi của khách hàng sử dụng thẻ,hay nói cách khác là toàn bộ những hoạt động, lợi ích tăng thêm mà ngân hàng mang lại cho khách hàng nhằm củng cố và mở rộng quan hệ đối tác lâu dài với khách hàng thông qua sự hài lòng của khách hàng.

**3.2.Chỉ tiêu phản ánh chất lượng dịch vụ**

- Mức độ tin cậy: Khả năng đảm bảo dịch vụ đã hứa hẹn một cách chắc chắn và chính xác

- Sự phản hồi: doanh nghiệp cho biết khi nào thực hiện dịch vụ; Nhân viên sẵn sàng giúp đỡ khách hàng; Dịch vụ được cung ứng nhanh chóng

- Sự bảo đảm: Trình độ chuyên môn, cư xử lịch sự và kĩ năng giao tiếp của nhân viên đối với khách hàng; Sự an toàn về vật chất, tài chính

- Sự cảm thông: Sự quan tâm, hiểu rõ nhu cầu từng đối tượng khách hàng; Đặt lợi ích của khách hàng lên trên đầu; Cung ứng dịch vụ vào những giờ thuận tiện

- Yếu tố hữu hình: Con người, địa điểm, trang thiết bị, biểu tượng, cam kết...

**3.3.Những yếu tố làm nên chất lượng dịch vụ**

Phân loại các yếu tố cấu thành nên chất lượng dịch vụ sẽ là nền tảng để công ty quyết định những sự ưu tiên khi cải tiến chất lượng. Mỗi dịch vụ sẽ có những yếu tố cấu thành riêng nhưng sẽ có các yếu tố chung sau:

- Độ tin cậy: Độ tin cậy được coi là yếu tố trung tâm làm nên chất lượng dịch vụ, đề cập đến khả năng thực hiện dịch vụ như doanh nghiệp đã hứa hẹn một cách đáng tin cậy và chính xác. Khi khách hàng nhận được đúng dịch vụ mà công ty đã hứa hẹn thì họ sẽ quay lại khi công ty có nhu cầu.

- Sự đảm bảo: yếu tố này thể hiện ở tác phong của nhân viên phục vụ và khả năng gây lòng tin và sự tín nhiệm của họ. muốn làm được điều này, nhân viên phải có khả năng giao tiếp tốt, luôn quan tâm đến khách hàng và luôn làm những điều tốt nhất.

- Tính hữu hình: chỉ các điều kiện vật chất, thiết bị của doanh nghiệp và hình thức bên ngoài của nhân viên phục vụ, là phần trông thấy được dịch vụ và qua đó, khách hàng thấy được chất lượng dịch vụ tăng lên.

- Sự thấu cảm: Tức là sự quan tâm, lưu ý cá nhân đối với từng khách hàng để khả năng am hiểu khách hàng một cách tường tận và có thể chia sẻ những lo lắng, thắc mắc của khách hàng.

- Tính trách nhiệm và khả năng phản ứng với những sai sót: Tức là nhân viên phải luôn sẵn lòng giúp đỡ khách hàng, cung cấp dịch vụ đúng, nhanh chóng và nhanh chóng đáp lại những phàn nàn của khách hàng.

**4.SỰ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG**

**4.1.Khái niệm**

Theo Philip Kotler, sự hài lòng của khách hàng (Customer satisfaction) là mức độ trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ việc tiêu dùng sản phẩm/dịch vụ với những kỳ vọng của chính họ.

Theo Hansemark và Albinsson (2004), “Sự hài lòng của khách hàng là một thái độ tổng thể của khách hàng đối với một nhà cung cấp dịch vụ, hoặc một cảm xúc phản ứng với sự khác biệt giữa những gì khách hàng dự đoán trước và những gì họ tiếp nhận, đối với sự đáp ứng một số nhu cầu, mục tiêu hay mong muốn”.

Sự hài lòng của khách hàng là việc khác hàng căn cứ vài những hiểu biết của mình đối với một sản phẩm hay dịch vụ mà hình thành nên những đánh giá hoặc phán đoán chủ quan. Đó là một dạng cảm giác về tâm lý sau khi nhu cầu của khách hàng được thỏa mãn.

Sự hài lòng của khách hàng là một dạng cảm giác thỏa mãn sau khi những kỳ vọng, yêu cầu của khách hàng đã được đáp ứng, chúng được hình thành thông qua quá trình trải nghiệm và tích lũy khi mua sắm hoặc sử dụng các sản phẩm, dịch vụ do doanh nghiệp cung cấp.

**4.2.Những yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách hàng**

Tùy thuộc vào từng ngành nghề, lĩnh vực sẽ có những yếu tố để đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng. Tuy nhiên, nhìn chung sẽ có những tiêu chuẩn cơ bản sau:

**4.2.1.Chất lượng sản phẩm, dịch vụ phía doanh nghiệp cung cấp**

Điều đầu tiên chính là chất lượng sản phẩm, dịch vụ mà phía ngân hàng cung cấp. Như đã nói sự hài lòng của khách hàng chính là sự so sánh giữa kỳ vọng và hiện thực, do đó những sản phẩm/dịch vụ càng chất lượng, giống với kỳ vọng và quảng cáo thì sẽ cho mức độ hài lòng càng cao.

Nếu như ngân hàng không thể đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng về chất lượng sản phẩm/dịch vụ thì chắc chắn sự hài lòng sẽ bị giảm đi đáng kể.

**4.2.2. Giá thành sản phẩm/dịch vụ**

Trước khi doanh nghiệp có được sự tin tưởng của khách hàng thì việc áp dụng một mức giá phù hợp với chất lượng sản phẩm/dịch vụ mình cung cấp sẽ góp phần gia tăng mức độ hài lòng của khách hàng.

Với thị trường xuất hiện nhiều đối thủ cạnh tranh, doanh nghiệp nên nghiên cứu để đưa ra mức giá tốt nhất, kèm theo các chương trình ưu đãi khuyến mãi. Khách hàng sẽ căn cứ vào giá thành để quyết định sử dụng và tất nhiên nếu sản phẩm tốt giá thành phải chăng thì đa số khách hàng sẽ đều hài lòng.

**4.2.3. Dịch vụ chăm sóc khách hàng**

Nếu các doanh nghiệp khác cũng bán sản phẩm chất lượng, mức giá cạnh tranh vậy thì làm sao để khách hàng có thể hài lòng với doanh nghiệp của bạn. Lúc này, dịch vụ chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp trước, trong và sau của doanh nghiệp sẽ quyết định đến điều đó. Nhu cầu của con người ngày càng cao, việc doanh nghiệp có chế độ phục vụ chuyên nghiệp sẽ là điểm mạnh để khách hàng tin tưởng và hài lòng hơn với những gì mà doanh nghiệp cung cấp.

**5. MỘT SỐ LOẠI THẺ THÔNG DỤNG CỦA** **NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM**

**5.1.Thẻ ghi nợ nội địa Agribank**

Thẻ ghi nợ nội địa chỉ được sử dụng khi khách hàng đã nạp sẵn tiền vào tài khoản ngân hàng và có thể sử dụng thẻ thay cho tiền mặt, thẻ ghi nợ là một trong những phương tiện thanh toán phổ biến nhất trên thế giới hiện nay.

Thẻ ghi nợ nội địa có thể rút tiền và thanh toán các hóa đơn dịch vụ, mua sắm, vui chơi giải trí tại tất cả các điểm giao dịch chấp nhận hình thức thanh toán thẻ ATM trên toàn quốc. Thẻ ATM nội địa có thể được dùng để thanh toán các hóa đơn mua hàng trực tuyến hay đặt vé tàu xe, vé máy bay, vé xem phim,… thông qua ứng dụng Internet Banking.

**5.2.Thẻ ghi nợ quốc tế Agribank**

Bên cạnh những tính năng của một thẻ ghi nợ nội địa, thẻ ghi nợ quốc tế còn có nhũng ưu điểm như: thanh toán tại hàng chục triệu đơn vị chấp nhận thẻ và rút tiền tại hàng triệu máy ATM trên toàn quốc, thanh toán qua mạng Internet, dược giảm giá và hưởng các dịch vụ ưu đãi.

**5.3.Thẻ tín dụng quốc tế**

Với đặc trưng “chi tiêu trước, trả tiền sau” thẻ tín dụng quốc tế là một phương thức thanh toán không dùng tiền mặt rất tiện dụng được sử dụng rộng rãi trên toàn thế giới. Thẻ tín dụng quốc tế có thể được dùng để thanh toán các hóa đơn mua hàng trực tuyến hay đặt vé tàu xe, vé máy bay, vé xem phim,… thông qua ứng dụng Internet Banking. Các dịch vụ khác như hỗ trợ quản lý chi tiêu, an toàn thông tin hay cảnh báo giao dịch mỗi khi có biến động số dư đến số điện thoại đăng ký.

Thẻ khi thanh toán trực tuyến được áp dụng cơ sở bảo mật với tiêu chuẩn quốc tế 3D-Secured , trên thẻ tích hợp chip EMV giúp bảo mật tốt hơn và hỗ trợ thanh toán không tiếp xúc nhanh chóng, an toàn.

**6. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ NGHỊ**

Thái độ nhân viên

Phương tiện hữu hình

Sự đảm bảo

Độ tin cậy

Gía cả

Mạng lưới

**Hình 1: Mô hình khung nghiên cứu đề nghị**

Giả thuyết của mô hình:

- H1: cảm nhận của khách hàng về thái độ nhân viên không hài lòng hay hài lòng thì mức độ hài lòng của họ đối với chất lượng dịch vụ thẻ ATM cũng không hài lòng hay hài lòng theo.

- H2: cảm nhận của khách hàng về phương tiên hữu hình

**CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG CỦA DỊCH VỤ THẺ ATM**

**2.1 GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ ĐƠN VỊ THỰC TẬP**

**2.1.1.** **Khái Quát Về Ngân Hàng Nông Nghiệp Và Phát Triển Nông Thôn Việt Nam**

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam thành lập ngày 26/03/1988, hoạt động theo Luật các Tổ chức Tín dụng Việt Nam, đến nay Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam là Ngân hàng thương mại hàng đầu giữ vai trò chủ đạo và chủ lực trong phát triển kinh tế Việt Namn đặc biệt là đầu tư cho nông nghiệp, nông dân nông thôn.

Agribank là ngân hàng lớn nhất tại Việt Nam cả về vốn, tài sản, đội ngũ cán bộ nhân viên, mạng lưới hoạt động và lượng khách hàng. Agribank hiện đang có mạng lưới rộng khắp toàn quốc với 2.300 chi nhánh và phòng giao dịch được kết nối trực tuyến.

Agribank luôn chú trọng đầu tư đổi mới ứng dụng công nghệ ngân hàng phục vụ đắc lực cho công tác quản trị kinh doanh và phát triển mạng lưới dịch vụ ngân hàng tiên tiến.

Agribank là ngân hàng đầu tiên hoàn thành Dự án Hiện đại hóa hệ thống thanh toán và kế toán khách hàng (IPCAS) do Ngân hàng Thế giới tài trợ. Với hệ thống IPCAC đã được hoàn thiện. Agribank đủ năng lực cung ứng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng hiện đại, với độ an toàn và chính xác cao đến mọi đối tượng khách hàng trong và ngoài nước. Hiện nay Agribank đang có 10 triệu khách hàng là hộ sản xuất, 30.000 khách hàng là doanh nghiệp.

Đến 31/12/2019, Agribank tiếp tục duy trì vị trí dẫn đầu các Ngân hàng Thương mại trong bảng xếp hạng 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam năm 2019 ( VNR 500 ) với mức quy mô tài sản cán mốc trên 01 triệu tỷ đồng, tăng trên 390 ngàn tỷ đồng so với thời điểm trước cơ cấu; nguồn vốn huy động 924 nghìn tỷ đồng, tăng 392 nghìn tỷ đồng; tổng dư nợ tính dụng 795 ngàn tỷ đồng; tăng 327 ngàn tỷ đồng, trong đó cho vay nông nghiệp nông thôn chiếm 70% tổng dư nợ cho vay của Agribank và 51% tổng dư nợ cho vay của toàn ngành Ngân hàng đầu tư cho lĩnh vực này; nợ xấu 1.89% tại thời điểm 31/12/2019; hoạt động đầu tư vào doanh nghiệp khác được cũng cố; hệ thông công nghệ thông tin hiện đại, hoạt động ổn định, an toàn, có hiệu quả là nền tảng vững chắc cho phát triển cho các sản phẩm dịch vụ tiện ích; vốn chue sở hữu được bảo toàn, kinh doanh có lãi, nộp ngân sách nhà nước đầy đủ và tăng dần hằng năm; đảm bảo các tỷ lệ an toàn hoạt động theo quy định của Ngân hàng Nhà Nước.

Bên cạnh hoạt động kinh doanh, Agribank luôn thể hiện trách nhiệm của một doanh nghiệp đối với cộng đồng, mỗi năm đều dành hơn 400 tỷ đồng để thực hiên công tác an sinh xã hội, tập trung các lĩnh vực xóa đối giảm nghèo, đền ơn đáp nghĩa, tài trợ giáo dục, y tế, giao thông nông thôn, quan tâm chia sẽ và hỗ trợ người nghèo, đồng bào vùng sâu, vùng xa, dân tộc thiểu số comg nhiều khó khăn đối mặt và giảm thiểu thiệt hại thiên tai dịch bệnh, biến đổi khí hậu, hướng về biển đảo quê hương …. Ra đời vì nông nghiệp, trưởng thành cũng từ gắn bó với nông nghiệp, trong nhiều năm liên tục, Agribank được bình chọn là doanh nghiệp vì cộng đồng và tự hào luôn là ngân hàng của bà con nông dân.

Đến nay, Agribank đã thiệt lập mối quan hệ với gần 1000 ngân hàng tại gần 100 quốc gia và vùng lãnh thổ, là đối tác truyền thống của các tổ chức tài chính uy tín thế giới như Ngân hàng thế giới (WB), Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB), Cơ quan phát triển Pháp (AFD), Ngân hàng đầu tư Châu Âu (EIB)…, là thành viên Hiệp hội Tín dụng Nông nghiệp Nông thôn Châu Á Thái Bình Dương (APRACA), Hiệp hội Tín dụng Nông nghiệp Quốc tế (CICA) và Hiệp hội Ngân hàng Châu Á (ABA). Agribank đã mở Văn phòng đại diện tại Thủ đô Phnômpênh từ năm 2005 và ký kết thỏa thuận hợp tác với nhiều đối tác Campuchia. Năm 2010, Agribank chính thức khai trương chi nhánh tại quốc gia này. Hiện Agribank đang xúc tiến triển khai sự hiện diện tại thị trường Lào, Cuba, với mong muốn thiết lập“ cầu nối ” thị trường tài chính – ngân hàng giữa Việt Nam với các quốc gia. Trên nền tảng công nghệ hiện đại, Agribank chú trọng đầu tư đổi mới và ứng dụng công nghệ ngân hàng phục vụ đắc lực cho công tác quản trị kinh doanh và phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng tiện ích, với trên 200 sản phẩm dịch vụ hiện có đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng … đây là những tiền đề quan trọng đê Agribank chủ động vươn ra khu vực thế giới, hội nhập kinh tế quốc tế thành công.

Với vị thế là Ngân hàng Thương mại hàng đầu Việt Nam, Agribank đã và đang không ngững nổ lực hết mình, đạt được nhiều thành tựu đáng khích lệ, đóng góp to lớn vào sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa và phát triển kinh tế của đất nước.

Agribank là Ngân hàng Thương mại có mạng lưới rộng lớn nhất với trên 2.300 chi nhánh và phòng giao dịch có mặt khắp mọi vùng, miền, huyện đảo cả nước; gần 40.000 cán bộ, nhân viên chuyên nghiệp, am hiểu, gắn bó địa phương.

Logo nhận dạng thương hiệu:



Nguồn: (Agribank)

Phương châm: “Trung thực, kĩ cương, sáng tạo, chất lượng, hiệu quả”

Slogan: “Mang phồn thịnh đến khách hàng”

**2.1.2. Giới Thiệu Tổng Quan Về Ngân Hàng Nông Nghiệp Và Phát Triển Nông Thôn Việt Nam – Chi Nhánh Trà Vinh.**

**2.1.2.1.Tóm lược quá trình hình thành và phát triển**

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam-Chi nhánh tỉnh Trà Vinh có tên viết tắt là NHNo&PTNT chi nhánh tỉnh Trà Vinh; tên giao dịch là Agribank chi nhánh tỉnh Trà Vinh, trụ sở chính được gọi là Hội sở Agribank chi nhánh tỉnh Trà Vinh, đặt tại 138-Trần Quốc Tuấn,P2, TP.Trà Vinh. Có mạng lưới giao dịch rộng rộng khắp từ Tỉnh đến khắp các chi nhánh Huyện và Địa bàn các xã nông thôn.

Từ khi thành lập đến nay, Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Trà Vinh đã không ngừng nâng cao chất lượng và đạt kết quả nhất định. Chi nhánh hoạt động dựa vào nguồn vốn điều hòa và nguồn vốn huy động tại chỗ. Trong những năm qua chi nhánh đã thực hiện đổi mới phương thức hoạt động, đa dạng hóa dịch vụ, mở rộng cho vay các thành phần kinh tế.

Về mặt tổ chức đã đi vào ổn định đảm bảo hoạt động cho Ngân hàng và khách hàng, trình độ chuyên môn và nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ công nhân viên chi nhánh đã được nâng lên ngang tầm với nhiệm vụ kinh doanh được giao, thu nhập của cán bộ công nhân viên luôn ổn định, phương tiện phục vụ cho hoạt động kinh doanh ngày càng được hoàn thiện hơn và hiện đại hơn tất cả cán bộ đều được trang bị mỗi người một máy vi tính nhầm cập nhật thông tin khách hàng một cách kịp thời.

Trong hoạt động kinh doanh đã được những tiến bộ đáng kể, doanh số cho vay ngày càng tăng, tình hình thu nợ cũng tăng đêu qua các năm, các năm liêm tục đơn vị đều có bằng khen của Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn tỉnh Trà Vinh.

**2.1.2.2. Chức năng và lĩnh vực hoạt động**

**2.1.2.2.1. Chức năng**

- Thực hiện về nghiệp vụ tiền gửi, tiền vay và làm các sản phẩm dịch vụ ngân hàng phù hợp theo quy đinh của Ngân Hàng Nông Nghiệp và qui định về phạm vi hoạt động của Chi nhánh, các quy định , các quy chế của Ngân hàng liên quan đến từng nghiệp vụ

- Tổ chức công tác hạch toán và an toàn kho quỹ theo quy định của Ngân hàng và quy trình nghiệ vụ liên quan.

- Phối hợp các phòng nghiệp vụ Ngân hàng trong công tác kiểm tra mọi mặt hoạt động của Chi nhánh và các đơn vị trực thuộc.

- Thực hiện công tác tiếp thị, phát triển thị phần, xây dựng và bảo vệ thương hiệu, nghiên cứu và đề xuất các nghiệp vụ phù hợp với các yêu cầu của địa bàn hoạt động.

- Xây dựng kế hoạch kinh doanh của Chi nhánh theo định hướng phát triển chung tại khu vực và của toàn Ngân hàng trong từng thời kỳ.

- Tổ chức điều hành kinh doannh và kiểm tra, kiểm toán nội bộ theo ủy quyền của Tổng giám đốc Ngân hàng Nông Nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam chi nhánh số 02 Trà vinh.

- Tổ chức công tác hành chính quản trị, nhân sự hoạt động của đơn vị thực hiện theo công tác hướng dẫn, bồi dưỡng nghiệp vụ, tạo môi trường làm việc nhằm phát huy tối đa năng lực, hiệu quả phục vụ của toàn bộ nhân viên chi nhánh một cách tốt nhất.

**2.1.2.2.2. Lĩnh vực hoạt động**

* **Huy động vốn**

Hoạt động huy động vốn là một trong những hoạt động quan trọng, không thể thiếu của NHTM, nó là một mắc xích chủ yếu tạo nên chứ năng trung gian tín dụng của ngân hàng; trong hoạt động tín dụng của ngân hàng, nếu cho vay là hình thức bán sản phẩm cho người dùng cuối thì hoạt động huy động vốn là quá trình thu gom đầu vào.

Như đã thống kê, trên địa bàn Trà Vinh hiện nay có tất cả 15 NHTM đang hoạt động, cạnh tranh hết sức gay gắt trong nhiều lĩnh vực, trong đó lĩnh vực huy động vốn là gay gắt nhất.Tuy nhiên, với thế mạnh của mình về uy tính thương hiệu, mạng lưới hệ thống, đội ngũ nguồn nhân lực, khả năng ứng dụng khoa học công nghệ, v.v, hoạt động huy động vốn của Agribank chi nhánh tỉnh Trà Vinh trong nhiều năm qua luôn có sự tăng trưởng ổn định.

* **Hoạt động cho vay**

- Đối với khách hàng cá nhân

+ Cho vay tín chấp

+ Cho vay có tài sản đảm bảo

+ Cho vay trả góp

+ Người lao động đi làm việc tại nước ngoài

- Đối với khách hàng Doanh nghiệp

+ Cho vay từng lần

+ Cho vay theo hạn mức tín dụng

+ Cho vay dự án đầu tư

+ Cho vay trả góp

* **Hoạt động tín dụng**

- Cho vay ngắn hạn, cho vay trung và dài hạn bằng đồng Việt Nam và ngoại tệ cho các thành phần kinh tế: cho vay tín chấp cán bộ nhân viên, cho vay tiểu thương, cho vay sản xuất kinh doanh, cho vay phục vụ đời sống, sản xuất nông nghiệp và chăn nuôi.

- Cầm cố các loại kỳ phiếu, trái phiếu, sổ tiết kiệm.

- Chiết khấu thương phiếu và giấy tờ có giá.

* **Dịch vụ thanh toán và ngân quỹ.**

- Cung ứng các phương tiện thanh toán, thực hiện các dịch vụ thanh toán trong nước cho khách hàng, thực hiện các dịch vụ thu chi hộ, thực hiện các dịch vụ thanh toán tiền mặt cho khách hàng, thực hiện các dịch vụ thanh toán khác theo quy định của Ngân hàng.

- Dịch vụ Ngân quỹ gồm các dịch vụ làm mới các tài sản có giá, khách hàng có thể đổi đồng Việt Nam có mệnh giá nhỏ lấy đồng Việt Nam có mệnh giá lớn hoặc đổi đồng nội tệ rách nát, khác seri thành đồng nội tệ cùng loại mới hơn, được phép lưu thông trên thị trường. Ngoài ra còn có dịch vụ quản lý tiền mặt ,kiểm định ngoại tệ thật, cất giữ đồ vật có giá trị, giấy tờ có giá, giấy tờ quan trọng.

* **Hoạt động bảo hiểm**

- Là hoạt động ngân hàng được Công ty bảo hiểm đăng kí khoản vay đối với khách hàng có mua bảo hiểm ABIC khi tử vong.

- Khác với các sản phẩm bảo hiểm phi nhân thọ, là loại hình bảo hiểm mà người vay vốn bắt buộc mua bảo hiểm tài sản nằm trong danh mục phải mua bảo hiểm, thì trong bảo hiểm ABIC bình an là một sản phẩm bảo hiểm cho chính bản thân người vay vốn. Theo đó, nếu có rủi ro xảy ra với khách hàng ABIC sẽ thay mặt khách hàng trả cho ngân hàng số tiền gốc và lãi còn lại theo các điều khoản của -bảo hiểm ABIC.

- Đây là loại Bảo hiểm tự nguyện giữa người vay vốn và Công ty Bảo hiểm thông qua trung gian là Ngân hàng.

* **Kinh doanh ngoại hối.**

- Mua bán ngoại tệ, thanh toán quốc tế, bão lãnh, chiết khấu, tái chiết khấu chứng từ và các dịch vụ khác về ngoại hối theo chính sách quản lý về ngoại hối của chính phủ, Ngân hàng Nhà Nước Việt Nam.

* **Hoạt động khác**

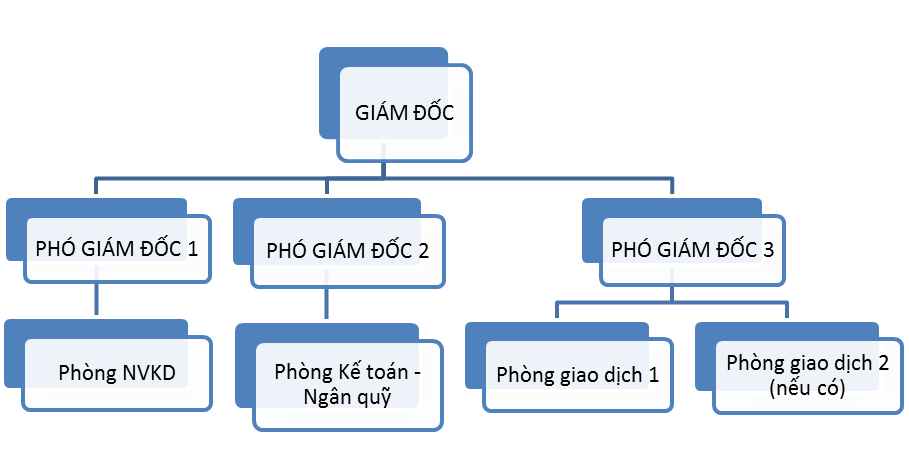
- Những dịch vụ Ngân hàng ngày càng phát triển vừa cho phép hỗ trợ đáng kể cho nghiệp vụ khai thác nguồn vốn, mở rộng các nghiệp vụ đầu tư, vừa tạo ra thu nhập cho Ngân hàng bằng các khoản tiền hoa hồng, lệ phí,… có vị trí xứng đáng trong giai đoạn phát triển hiện nay của Ngân hàng. Các hoạt động này gồm : Bảo quản, mua bán hộ chứng khoán theo ủy nhiệm của khách hàng, kinh doanh mua bán ngoại tệ, máy rút tiền tự động, dịch vụ thẻ, nhận ủy thác cho vay các tổ chức tài chính tín dụng, tư vấn tài chính, giúp đỡ các công ty, xí nghiệp, phát hành cổ phiếu, trái phiếu và nhiều dịch vụ khác tùy theo nhu cầu của khách hàng và được nhà nước cho phép.

**2.1.2.3. Sơ đồ cơ cấu tổ chức tại Ngân hàng Nông Nghiệp và phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Trà Vinh.**

**2.1.2.3.1. Tổ chức bộ máy**

Toàn hệ thống Agribank chi nhánh Trà Vinh có 11 chi nhánh, trong đó Hội sở Agribank tỉnh Trà Vinh là chi nhánh loại I; các chi nhánh còn lại là chi nhánh loại II chịu sự chỉ đạo trực tiếp của chi nhánh loại I. Đứng đầu các chi nhánh là Giám đốc và các Phó giám đốc, tiếp theo là các Trưởng/Phó phòng nghiệp vụ, phòng giao dịch; cuối cùng là nhân viên tác nghiệp, giao dịch, bảo vệ, tạp vụ và lái xe.

**Hình 1.1:** Sơ đồ bộ máy tổ chức tại Hội sở Agribank tỉnh Trà Vinh

****

**Hình 1.2:** Sơ đồ bộ máy tổ chức tại các chi nhánh loại II trực thuộc

**2.1.2.3.2. Chức năng nhiệm vụ của từng phòng ban**

* **Giám Đốc Chi Nhánh**

- Có trách nhiệm điều hành, tổ chức thực hiện các chức năng nhiệm vụ của Chi nhánh, tiếp nhận chỉ thị, công văn, điều hành cán bộ công nhân viên trong Chi nhánh, tiếp nhận chỉ thị, công văn, điều hành cán bộ công nhânviên trong chinhánh.

- Đề ra chiến lược kinh doanh, điều hành mọi chiến lược kinh doanh của Chi nhánh , ký duyệt hồ sơ cho vay. Thực hiện chế dộ phân quyền, ủy quyền cho cán bộ trực thuộc và có trách nhiệm theo dõi cũng như đánh giá kiểm tra, giám sát các nội dung đã phân quyền. Đồng thời chịu trách nhiệm về kết quả hoạt động kinh doanh của Chi nhánh trước giám đốc tỉnh.

* **Phó Giám Đốc Chi Nhánh**

- Có chức năng điều hành một số công tác trực tiếp chịu trách nhiệm trước Giám Đốc về việc được giao.

- Thay mặt Giám Đốc giải quyết và ký các văn bản thuộc lĩnh vực được Giám Đốc ủy quyền- Phân quyền điều hành được mọi hoạt động của Ngân hàng khi Giám đốc vắng mặt.

* **Phòng Tín Dụng**

- Trưởng phòng Tín Dụng**:** chịu trách hiệm về các công việc sau:

+ Phân công và kiểm tra cán bộ tín dụng phụ trách địa bàn, thực hiện đầy đủ các quy chế cho vay của Ngân hàng Nhà nước ,hướng dẫn của Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển Nông thôn Việt Nam.

+ Kiểm tra nội dung thẩm định của cán bộ Tín dụng, tiến hành tái thẩm định (nếu thấy cần thiết) hồ sơ vay vốn, gia hạn nợ gốc, lãi, điều chỉnh kỳ hạn trả nợ gốc, lãi và ghi ý kiến của mình trên hồ sơ vay vốn của khách hàng.

+ Trường hợp kiêm cán bộ tín dụng thì thực hiện các công việc như cán bộ tín dụng.

- Cán bộ tín dụng: là người chịu trách nhiệm các khoản vay cho mình thực hiện và được phân công các công việc sau:

+ Chủ động tìm kiếm các dự án, phương án khả thi của khách hàng, làm đầu mối tiếp xúc với khách hàng, với cấp ủy chính quyền địa phương.

+ Thu thập thông tin về khách hàng vay vốn, thực hiện sưu tầm các định mức kinh tế kĩ thuật có liên quan đến khách hàng được phân công xây dựng vốn vay theo địa bàn, ngành hàng, khách hàng, mở sổ cho vay, thu nợ.

+ Giải thích về các quy định cho vay và hướng dẫn khách hàng lập hồ sơ vay vốn.

+ Thẩm định các điều kiện vay vốn theo quy định, lập báo cáo thẩm định và cùng khách hàng lập hợp đồng tín dụng, hợp đồng bảo đảm tiền vay.

+ Thông báo cho khách hàng biết về quyết định cho vay hay không cho vay sau khi có quyết định của Giám đốc hoặc người được ủy quyền.

+ Thực hiện kiểm tra trước, trong và sau khi vay.

+ Nhận hồ sơ và thẩm định các trường hợp khách hàng có nhu cầu đề nghị gia hạn nợ gốc, lãi hoặc điều chỉnh kì hạn nợ gốc lãi (gọi là cơ cấu lại nợ)

+ Đôn đốc khách hàng trả nợ đúng hạn và đề xuất các biện pháp xử lý cần thiết, thực hiện những biện pháp xử lý vi phạm tín dụng theo quyết định của Giám đốc hoặc người được ủy quyền.

+ Lưu hồ sơ theo quy định.

* **Phòng Kế toán và Ngân quỹ**:

- Cán bộ kế toán chịu trách nhiệm các công việc sau:

+ Kiểm tra hồ sơ danh mục pháp lý, hồ sơ vay vốn.

+ Hướng dẫn khách hàng mở tài khoản tiền gửi.

+ Làm thủ tục phát tiền vay theo quyể định của Giám đốc hoặc người được ủy quyền.

+ Hạch toán các nghiệp vụ cho vay, thu nợ, chuyển nợ quá hạn, thu lãi

+ Tiến hành sao kê hợp đồng tín dụng, sổ vay vốn, sao kê nợ đến hạn, quá hạn cung cấp cho tín dụng theo quy định hiện hành về chế dộ kinh tế.

+ Lưu giữ hồ sơ theo quy định.

**2.1.2.3.3. Chiến lược và phương hướng phát triển của đơn vị trong tương lai**

Với phương châm vì sự thịnh vượng và phát triển của Ngân hàng và khách hàng, mục tiêu của Ngân hàng là tiếp tục giữ vững vị trí Ngân hàng Thương mại hàng đầu Việt Nam tiên tiến trong khu vực và có uy tính cao trên thị trường quốc tế.

Tập trung đầu tư hệ thống tin học trên cơ sở đẩy nhanh tốc độ thực hiện tạo ra nhiều sản phẩm đáp ứng điều hành và phục vụ nhiều tiện ích thu hút khách hàng.

Nhiều sản phẩm dịch vụ ngân hàng tiện ích, hiện đại, Agribank là ngân hàng tiên phong trong quá trình triển khai Đề án thanh toán không dùng tiền mặt của Chính Phủ, đi đầu trong đầu tư trang bị lắp đặt máy ATM, cung ứng nhiều sản phẩm dịch vụ đến khách hàng ở khu vực nông thôn, vùng sâu,vùng xa, biên giới.

Duy trì tổ chức tiếp thị về huy động vốn, bố trí nhân sự và tổ chức chuyên nghiệp hơn trong công tác tiếp thị, công tác huy động vốn được chi nhánh đặc biệt quan tâm, bên cạnh áp dụng lãi suất cho vay linh hoạt, kết hợp tăng thu dịch vụ.

Nâng cao chất lượng tín dụng, hạn chết phát sinh nợ quá hạn, theo dỗi quản lý chặt chẽ và đôn đốc nhắc nợ thường xuyên. Hiện tại, chất lượng tín dụng tại chi nhánh được đánh giá là khá tốt nhưng cần phải giải quyết nợ quá hạn còn tồn đọng để đẩy tỷ lệ nợ quá hạn xuống mức thấp nhất.

Nâng cao trình độ nghiệp vụ và đạo đức nghề nghiệp của từng cán bộ nhân viên qua cán chương trình đào tạo nội bộ, hội thao chuyên đề tại chi nhánh, trong đó chú trọng về các quy tắc nghề nghiệp để thực hiện đúng, hạn chết thấp nhất các sai phạm.

Triển khai các biện pháp phòng ngừa rủi ro đảm bảo cho Ngân hàng được an toàn, hiệu quả, bền vững.

Thực hiện tốt việc xây dựng chiến lược cho người, công nghệ, tài chính và maketting bảo đảm kinh doanh có hiệu quả.

Đồng thời quán triệt tinh thần tiết kiệm chống lãng phí ngay từ đầu đến toàn thể cán bộ nhân viên cụ thể trong việc sử dụng điện, nước, điện thoại, văn phòng phẩm, ấn phẩm…. Nhầm hạn chế tối đa các chi phí không thật sự cần thiết, góp phần tăng hiệu quả kinh doanh của chi nhánh.