



PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐỐI VỚI DÂN CƯ VÙNG NÔNG THÔN VIỆT NAM

TS. Phạm Hoài Bắc *

Trong chiến lược phát triển kinh tế của Việt Nam, nông nghiệp được coi là nền móng cho sự phát triển của toàn bộ nền kinh tế. Nhiều năm qua, bên cạnh việc đẩy mạnh hoạt động kinh doanh, các ngân hàng đã tập trung nguồn vốn đầu tư để hiện đại hóa hệ thống, tạo điều kiện cho khách hàng, đặc biệt là dân cư vùng nông thôn tiếp cận đa dạng hóa các dịch vụ ngân hàng (DVNH); tuy nhiên, mức độ tiếp cận DVNH của dân cư vùng nông thôn Việt Nam vẫn còn thấp so với khu vực và thế giới do vấp phải một số rào cản từ phía các ngân hàng (quy trình thủ tục, sản phẩm dịch vụ, kênh phân phối, điểm giao dịch, khách hàng mục tiêu)... cũng như những trở ngại từ phía người dân do thói quen sử dụng tiền mặt, tâm lý, hiểu biết, nhận thức, khả năng tiếp cận vấn đề mới, coi thường việc sử dụng máy móc thiết bị hiện đại...

1. DVNH đối với dân cư vùng nông thôn Việt Nam

DVNH là một loại hình cơ bản trong số các loại hình dịch vụ tài chính, đây cũng là dịch vụ xuất hiện sớm nhất. Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, các DVNH ngày càng phát triển đa dạng về chủng loại và phong phú về hình thức. Ngoài các DVNH truyền thống, đã xuất hiện nhiều loại hình DVNH hiện đại như tư vấn tài chính, thuê mua tài chính, thẻ ngân hàng, thanh toán điện tử...

DVNH đã và đang đóng vai trò quan trọng trong quá trình chuyển đổi cơ cấu kinh tế, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, làm tăng giá trị của sản phẩm phục vụ cho tiêu dùng và xuất khẩu, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới. Cho đến nay, vẫn chưa có sự phân biệt rõ ràng về khái niệm này. Có quan niệm cho rằng, DVNH là tất cả dịch vụ mà hệ thống ngân hàng cung cấp cho nền kinh tế. Tuy nhiên,

theo tôi, nội hàm của khái niệm DVNH là nhận tiền gửi, sử dụng số tiền này để cấp tín dụng và cung ứng các dịch vụ thanh toán.

DVNH mang tính vô hình, không thể tách biệt, không thể chia cắt, không ổn định và khó xác định. Theo đó, khi sử dụng các dịch vụ này, khách hàng thường không thấy rõ hình dạng cụ thể của loại hình dịch vụ mà chỉ cảm nhận thông qua các tiện ích mà dịch vụ mang lại. Do vậy, DVNH phải không ngừng thay đổi về hình thức, đa dạng về mẫu mã, có nhiều tiện ích, linh hoạt phù hợp với thị trường và đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của các đối tượng khách hàng thì mới tồn tại và phát triển.

Thời gian qua, các ngân hàng thương mại (NHTM) đã chú trọng khai thác thị trường đô thị, nơi tập trung nhiều doanh nghiệp, trung tâm thương mại, siêu thị lớn, mật độ dân cư có trình độ cao. Đây là một hướng đi đúng đắn, song đã đến lúc các NHTM cần phân khúc thị trường để xác định cơ cấu khách hàng hợp lý hơn theo tiêu chí phù hợp để xây dựng chiến lược kinh doanh đưa DVNH tới các đối tượng khách hàng, nhất là khách hàng dân cư vùng nông thôn thúc đẩy phát triển nông nghiệp.

Kết quả khảo sát gần đây cho

* Giám đốc Trường Đào tạo cán bộ Agribank

NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM



AGRIBANK

Mang phồn thịnh đến khách hàng

Chuyên mục này do Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam tài trợ



Tín dụng nông nghiệp, nông thôn là thị trường tiềm năng

thấy, dân cư tập trung tại khu vực nông thôn Việt Nam chiếm trên 70% dân số, hơn 72% lực lượng lao động với tỷ lệ hộ nghèo chiếm đến 95% của cả nước nhưng tỷ lệ tiếp cận DVNH là rất hạn chế. Dù dư nợ cho vay nông nghiệp, nông thôn chiếm tỷ trọng tương đối cao so với tổng dư nợ cho vay nền kinh tế (chiếm khoảng 28%) nhưng chủ yếu do hệ thống Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam (Agribank), Quỹ tín dụng nhân dân, Ngân hàng Chính sách xã hội và một số NHTM nhà nước. Còn các NHTM cổ phần và ngân hàng nước ngoài khác chưa quan tâm đúng mức hoặc còn e ngại trong việc cho vay phát triển nông nghiệp, nông thôn. Tổng dư nợ cho vay của các tổ chức tín dụng đối với khu vực nông nghiệp, nông thôn chưa đạt đến 25% cho thấy, thị trường tín dụng nơi đây chưa được đáp ứng đủ nhu

cầu. Nguyên nhân chủ yếu là do khu vực này có mức lợi nhuận thấp, chi phí cao, nhiều yếu tố rủi ro khách quan như thiên tai, dịch bệnh... khả năng trả nợ của khách hàng thấp nên luồng vốn đầu tư đổ vào không nhiều.

Hiện tại, thị trường tài chính nông thôn Việt Nam đang được tiếp nhận nhiều nguồn vốn đầu tư đa dạng như vốn ngân sách Nhà nước, vốn tín dụng lãi suất ưu đãi cho vay hộ nghèo và các đối tượng chính sách...; tín dụng nông nghiệp, nông thôn là thị trường tiềm năng, nhu cầu sinh hoạt và kinh doanh của người dân nơi đây ngày càng tăng, có thêm nhiều trang trại, doanh nghiệp nhỏ và vừa được mở ra. Nhu cầu về vốn và vốn tín dụng để mua sắm máy móc thiết bị phục vụ nông nghiệp, cây con giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, thuốc thú y, thức ăn chăn nuôi... là những đối tượng tín dụng mà

các NHTM cần quan tâm.

Tuy nhiên, các sản phẩm DVNH tại khu vực này còn nghèo nàn, phát triển chậm. Hoạt động ngân hàng ở khu vực nông nghiệp, nông thôn chủ yếu là các dịch vụ truyền thống như cho vay, tiền gửi, còn các dịch vụ thanh toán ngân hàng hiện đại, bảo hiểm nông nghiệp, bảo hiểm tín dụng nông nghiệp còn hạn chế, nếu có cũng chỉ dừng lại ở mức thử nghiệm. Quy trình cung cấp tín dụng còn khá phức tạp chưa phù hợp với trình độ của người nông dân, đặc biệt là các thủ tục liên quan đến tài sản thế chấp là đất đai,... Cho đến nay, chưa có một thống kê đầy đủ, chính xác nào về tổng nguồn vốn đầu tư cho khu vực nông nghiệp, thực trạng và nhu cầu vốn đầu tư cho từng địa bàn, từng đối tượng cụ thể trong nông nghiệp.

Bên cạnh đó, việc tiếp cận các DVNH của dân cư vùng nông



thôn còn một số rào cản khác từ phía các ngân hàng và dân cư vùng nông thôn như sau:

- Các sản phẩm DVNH cung cấp còn hạn chế, chưa phong phú về chủng loại, hình thức. Cụ thể là dịch vụ thẻ còn hạn chế phạm vi sử dụng, chưa phát triển sâu rộng trong đại bộ phận công chúng. Trên thực tế, DVNH mới chỉ phục vụ chủ yếu cho tầng lớp có thu nhập cao, cán bộ nhân viên, còn đại đa số là nông dân chưa được hưởng dịch vụ này mà đối tượng này chiếm tới 70% dân số như đã đề cập ở trên.

Hơn nữa, chính sách chăm sóc khách hàng, chất lượng phục vụ của ngân hàng chưa cao. Các ngân hàng chưa đáp ứng nhu cầu cơ bản về DVNH của các nhóm đối tượng khác nhau, mới chỉ tập trung các chính sách quan tâm các khách hàng mục tiêu (VIP), khách hàng chiến lược mà chưa quan tâm đến khách hàng nhỏ lẻ, mức thu nhập thấp, đặc biệt là khách hàng vùng nông thôn.

- Các kênh phân phối DVNH chỉ mới tập trung vào thành phố, khu đô thị lớn. Các điểm giao dịch tại khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa... còn ít do các NHTM ngại chi phí cao. Mạng lưới ATM phân bố chưa rộng khắp, tiện ích thẻ còn hạn chế chỉ đáp ứng được một phần nhu cầu của khách hàng. Do vậy, phần lớn khách hàng vùng nông thôn còn mơ hồ về dịch vụ thanh toán tự động của NHTM.

- Các NHTM chưa tận dụng khai thác hết lĩnh vực tiếp thị, hình thức quảng cáo chưa chuyên nghiệp. Đội ngũ nhân

viên bán hàng có chuyên môn chưa thực sự cao. Phần lớn các ngân hàng chưa có đội ngũ chuyên viên có kiến thức tổng hợp và kinh nghiệm để tư vấn cho khách hàng, đặc biệt là đối với dân cư vùng nông thôn khi mà họ không có nhận thức tiếp cận DVNH, đặc biệt là DVNH hiện đại. Vì vậy, tỷ lệ khách hàng cá nhân vùng nông thôn tiếp cận và sử dụng DVNH còn ít, thậm chí một số còn hoài nghi về độ tin cậy của dịch vụ.

- Với một thị trường nông thôn rộng lớn hơn 61 triệu dân, là một tiềm năng to lớn để phát triển các DVNH. Tuy vậy, thói quen sử dụng tiền mặt trong giao dịch thanh toán hàng ngày đã ăn sâu vào tư duy của người nông dân Việt Nam và không dễ gì thay đổi trong thời gian ngắn. Do trình độ dân trí còn thấp, tâm lý ngại thay đổi thói quen chi tiêu cùng với sự e ngại khi không được cầm trực tiếp vào đồng tiền thực sự mà chỉ nhìn thấy những con số trên giấy, trên máy khiến cho nhiều người nông dân chưa muốn tiếp cận với những dịch vụ mới. Chẳng hạn như với dịch vụ thẻ, nhiều người dân còn cảm thấy rắc rối khi phải dùng thẻ bởi cho tới thời điểm hiện nay, khả năng thanh toán bằng thẻ chưa cao, các tiện ích của thẻ chưa được khai thác hết, nhiều người vẫn quan niệm rằng thẻ ATM chỉ để rút tiền mặt.

- Dân cư vùng nông thôn còn hiểu biết chưa nhiều về các DVNH, các tiện ích, công nghệ hiện đại và các quy trình, quy định liên quan. Thêm vào đó, do tâm lý dân cư vùng nông thôn rất

ngại để người khác biết thu nhập của mình, kể cả trong trường hợp các nguồn thu nhập là hoàn toàn hợp pháp nên nhiều người không mặn mà với việc mở tài khoản ngân hàng nếu mục tiêu chỉ phục vụ cho nhu cầu chi tiêu cá nhân. Vì thế, dù có rất nhiều phương thức thanh toán không dùng tiền mặt thay thế nhưng khách hàng vẫn rút tiền mặt ra thanh toán và người bán lại mang tiền đến nộp vào ngân hàng.

Đây cũng là một trong những lý do vì sao tình hình khu vực nông nghiệp Việt Nam chưa có những cải thiện mạnh mẽ cả về mức sống và trình độ kinh tế, mặc dù trên 80% hộ nông dân tại các vùng, miền trong cả nước đã được tiếp cận vốn và các DVNH, đặc biệt từ phía Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam.

2. Giải pháp phát triển DVNH cho dân cư vùng nông thôn Việt Nam

Hệ thống các DVNH hỗ trợ dân cư vùng nông thôn Việt Nam cần phải hướng tới mục tiêu giúp dân cư vùng nông thôn phát triển bền vững, xóa đói giảm nghèo. Các dịch vụ này phải được xây dựng trên một nền tảng các quy định pháp luật đồng bộ.

Đặc điểm nổi bật của dân cư vùng nông thôn Việt Nam thường thiếu tự tin khi giao dịch ở các NHTM do khả năng và mức độ hòa nhập của họ với cuộc sống hiện đại chưa cao. Do vậy, các ngân hàng cần giảm bớt các thủ tục giao dịch rườm rà, tư vấn khách hàng một cách đầy đủ kịp thời, để họ không còn e ngại khi



đến giao dịch tạo điều kiện cho họ tiếp cận với các DVNH. Lợi thế đặc biệt của việc tiếp cận đến khách hàng ở khu vực nông thôn là khi đã thỏa mãn được một số khách hàng thì mức độ “lan tỏa” sẽ rất nhanh và nhờ đó, ngân hàng không cần tốn quá nhiều thời gian, chi phí marketing. Do vậy, để phát triển DVNH cho dân cư vùng nông thôn Việt Nam trong thời gian tới, theo tôi cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp sau:

Một là, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng DVNH là yếu tố quan trọng quyết định năng lực cạnh tranh của các ngân hàng.

Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ, kênh phân phối, hỗ trợ cho vay các làng nghề truyền thống, cho vay ngư nghiệp, từng bước đưa công nghiệp, dịch vụ hiện đại về nông thôn, ưu đãi cho vay con em vùng nông thôn đi học tập lao động. Chủ động xác định nhu cầu theo từng nhóm khách hàng ở khu vực nông thôn để đưa ra sản phẩm phù hợp với từng nhóm đối tượng.

Các ngân hàng cần sớm hoàn thiện và triển khai tổ chức kinh doanh theo định hướng khách hàng, chủ động tìm đến khách hàng, xác định được nhu cầu của từng nhóm khách hàng để đưa ra các sản phẩm dịch vụ phù hợp. Tiếp cận, tạo mối quan hệ với người có uy tín, có tầm ảnh hưởng trong ngành nghề tại địa phương, những người có tiềm lực tài chính, để họ sử dụng sản phẩm dịch vụ của ngân hàng hoặc bằng cách sử dụng người dân bản địa đi tuyên truyền lẫn

nhau. Đây là yếu tố, là điều kiện quyết định để các ngân hàng có thể thu hút được khách hàng ở khu vực nông thôn.

Hai là, các NHTM phân khúc lại thị trường để xây dựng chiến lược kinh doanh ổn định với các sản phẩm dịch vụ đa dạng phù hợp với từng vùng miền, truyền thống văn hoá, tầng lớp, độ tuổi, nguồn thu nhập; có những chính sách phù hợp hỗ trợ người dân, mục đích tập trung ưu tiên phát triển mở rộng DVNH thị trường khu vực nông thôn. Bố trí điểm giao dịch ở khu vực nông thôn, mở rộng đầu tư cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở nông thôn.

Ba là, có kế hoạch xây dựng một đội ngũ giao dịch viên năng động, tận tình, sẵn sàng hỗ trợ, tư vấn khách hàng một cách đầy đủ kịp thời để cung cấp các DVNH đến từng khách hàng. Do địa bàn ở vùng nông thôn khó khăn, xa xôi, nhân viên phải đi sâu đi sát với khách hàng để nắm bắt và đáp ứng nhu cầu về vốn cũng như nắm rõ gia cảnh để quản lý tín dụng tốt.

Bốn là, phát triển loại hình tín dụng cho thuê tài chính trong lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn. Mở rộng thị trường cho thuê tài chính nông thôn nhằm khắc phục hạn chế về tài sản bảo đảm nợ vay, có thể cho thuê tài chính giúp các hộ sản xuất đầu tư đổi mới thiết bị, công nghệ với quy mô vốn lớn, thời gian cho thuê trung dài hạn đáp ứng nhu cầu vốn, thực hiện hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn.

Năm là, tăng cường cung cấp thông tin cho khách hàng vùng

nông thôn. Do điều kiện khách quan, việc tiếp nhận thông tin tài chính ngân hàng của khách hàng vùng nông thôn còn hạn chế. Khi chưa tìm hiểu rõ thông tin về sản phẩm dịch vụ, khách hàng sẽ không sử dụng hoặc sử dụng ở mức độ thấp. Vì vậy, các ngân hàng cần tăng cường cung cấp thông tin đầy đủ, tin cậy về tài chính ngân hàng cho khách hàng qua một số kênh như cán bộ ngân hàng trực tiếp tìm kiếm khách hàng, thông qua hội nghị, hội thảo, tuyên truyền...

Sáu là, nâng cao năng lực quản lý rủi ro. Đối với các ngân hàng, một yếu tố đặc biệt quan trọng là việc quản lý rủi ro. Đây là yếu tố đòi hỏi nỗ lực nhiều mặt của các ngân hàng. Để quản trị rủi ro hiệu quả thì các ngân hàng cần đầu tư thỏa đáng vào việc xây dựng hệ thống thông tin nội bộ theo tiêu chuẩn, để trên cơ sở các dữ liệu tổng hợp có thể đưa ra các biện pháp điều chỉnh kịp thời. Quản lý rủi ro của toàn bộ hệ thống trong mỗi ngân hàng phải tính đến việc quản lý rủi ro của từng quy trình tiềm ẩn rủi ro. Các quy trình phải được xây dựng khoa học, chặt chẽ để vừa đảm bảo các hoạt động của ngân hàng được vận hành trôi chảy nhưng cũng giúp cho ngân hàng kiểm soát tốt rủi ro.

Bảy là, phát triển các giải pháp (gói) DVNH cho dân cư vùng nông thôn. Đây là việc giảm chi phí của dịch vụ thông qua việc kết hợp các loại hình dịch vụ cụ thể cho các dân cư vùng nông thôn thành một giải pháp hay dịch vụ “trộn gói”. Chi phí cho cả gói



dịch vụ do vậy sẽ thấp hơn tổng chi phí của từng dịch vụ cộng lại và cũng tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các khách hàng trong việc tiếp cận và sử dụng. Việc giảm chi phí được xây dựng dựa trên sự hiểu biết của ngân hàng về đối tượng khách hàng cụ thể vùng nông thôn.

Tám là, nâng cao kỹ năng của dân cư vùng nông thôn trong việc tiếp cận các DVNH. Tăng cường quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng.

Nâng cao năng lực, kỹ năng tiếp cận các DVNH đề cập đến các quy trình và nghiệp vụ cụ thể khách hàng là dân cư vùng nông thôn cần nắm bắt khi tiếp cận dịch vụ. Tại các nền vùng nông thôn vẫn còn một tỷ lệ dân cư ít hoặc không biết đến các tiện ích do DVNH mang lại và việc sử dụng thanh toán tiền mặt cũng còn phổ biến. Chính vì lẽ đó, các khách hàng không có hiểu biết thấu đáo về các DVNH cung cấp, thuận lợi và khó khăn trong việc sử dụng các loại hình dịch vụ khác nhau.

Nhận thức tầm quan trọng của việc tăng cường quan hệ giữa ngân hàng và dân cư vùng nông thôn, hiện nay, việc gặp gỡ và tiếp xúc định kỳ giữa khách hàng và ngân hàng đã được khởi xướng và triển khai tại một số địa bàn. Kinh nghiệm quốc tế cũng chỉ ra rằng, các cán bộ nghiệp vụ của ngân hàng cũng thường xuyên tiếp xúc và tới thăm khách hàng để nắm bắt tốt hơn tình hình cụ thể của khách hàng nhằm phục vụ tốt hơn trong việc cung cấp DVNH.

Để phát triển DVNH bên cạnh sự nỗ lực của mỗi ngân hàng trong việc tăng vốn, đổi mới công nghệ, đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ, đẩy mạnh hoạt động marketing, phát triển nguồn nhân lực, nâng cao năng lực quản trị và phòng ngừa rủi ro trong hoạt động kinh doanh, cần phải tạo ra sự hợp tác, liên kết chặt chẽ giữa các tổ chức, đơn vị có liên quan, phải thực hiện quản lý thống nhất, đảm bảo tính đồng bộ và tiện ích trong việc cung cấp DVNH tối ưu cho khách hàng. Có như vậy, các DVNH mới có thể phát triển nhanh chóng và trở thành những dịch vụ được khách hàng và ngân hàng chấp nhận như một loại giao dịch không thể thiếu được trong cuộc sống dân cư vùng nông thôn.

3. Một số kiến nghị

Thứ nhất: Tăng cường hơn nữa vai trò của Chính phủ trong hoạt động cung cấp DVNH cho dân cư vùng nông thôn. Tiếp tục thực hiện các hỗ trợ trực tiếp tài chính - tín dụng trong những trường hợp đặc biệt như khắc phục hậu quả thiên tai, phát triển vùng sâu, vùng xa, miền núi, hải đảo, vùng dân tộc thiểu số.

Thứ hai: Để các DVNH đi vào đời sống dân cư vùng nông thôn, tạo thói quen giao dịch ngân hàng cho toàn xã hội thì từng NHTM riêng lẻ không thể làm được mà phải có những chính sách tổng thể của NHNN. NHNN có chính sách mở rộng và nâng cao chất lượng các phương tiện và công cụ thanh toán phù hợp với điều kiện, đặc điểm của khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa

như thanh toán qua thẻ, qua điện thoại di động...

Thứ ba: Chính Phủ, NHNN định hướng các NHTM chủ động, mạnh dạn mở rộng kênh phân phối, điểm giao dịch tại các khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, miền núi, vùng dân tộc thiểu số... ưu tiên chính sách vốn, chi phí, thuế, lãi suất... đối với khu vực này.

Hỗ trợ đào tạo cán bộ và hoạt động của các tổ chức, tổ chức tín dụng ở những vùng khó khăn, thực hiện đơn giản hóa và rút ngắn thời hạn thủ tục đăng ký, cấp sổ đỏ, giảm bớt quy định quản lý đối với các tổ chức tín dụng. Coi trọng đúng mức và đổi mới hoạt động cung cấp DVNH thúc đẩy thị trường tài chính nông thôn nhằm góp phần vào quá trình phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn và nâng cao đời sống tinh thần, vật chất cho người nông dân.

Có thể nói, để đưa các sản phẩm DVNH hỗ trợ dân cư vùng nông thôn, những nỗ lực của riêng ngành Ngân hàng là chưa đủ mà cần có sự phối kết hợp từ nhiều phía; nông nghiệp, nông thôn sẽ chỉ đổi thay nếu có được sự giúp đỡ tích cực từ 3 nhà: Nhà nước, nhà nông, nhà ngân hàng. Khi đó, các DVNH mới thực sự đến được với nông nghiệp, nông thôn và nông dân. ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. <http://www.ifc.org>
2. <http://baodientu.chinhphu.vn>
3. www.tinmoi.vn
4. www.baomoi.com
5. www.tapchitaichinh.vn
6. <http://www.vietinbank.vn>
7. <http://www.thoibaonganhang.vn>