

HUY ĐỘNG VỐN ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM CHI NHÁNH HUYỆN THANH HÓA TỈNH LONG AN

Capital mobilizing for individual customers at the Vietnam bank for Agriculture and Rural development – Thanh Hoa District branch, Long An Province

Nguyễn Việt Hà¹

¹Học viên cao học Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An, Long An, Việt Nam
nguyen.vietha@daihoclongan.edu.vn

Tóm tắt — Huy động vốn là hoạt động thường xuyên trong tất cả các hệ thống ngân hàng nhằm đảm bảo dòng tiền cho các giao dịch không bị gián đoạn và đem lại lợi ích tối đa cho Ngân hàng. Do đó đề tài nghiên cứu “Huy động vốn đối với khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh Thanh Hóa” là một trong những hoạt động chính của Ngân hàng, mục đích đề xuất giải pháp phát triển huy động vốn đối với khách hàng cá nhân tại Agribank chi nhánh Thanh Hóa trong thời gian tới thông qua các dữ liệu thứ cấp từ báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh giai đoạn năm 2020 – 2022, kết hợp với dữ liệu sơ cấp thu thập thông qua điều tra khảo sát khách hàng cá nhân từ năm 2020 đến 2022.

Abstract — Capital mobilization is a regular activity in all banking systems aimed at ensuring uninterrupted cash flow for transactions and maximizing benefits for the bank. Therefore, the research topic "Capital mobilization for individual customers at Agribank Thanh Hoa branch" is one of the main activities of the bank. The purpose is to propose solutions for the development of capital mobilization for individual customers at Agribank Thanh Hoa branch in the near future, based on secondary data from the branch's business activity reports from 2020 to 2022, combined with primary data collected through surveys of individual customers from 2020 to 2022.

Từ khóa — Huy động vốn (Capital mobilization), Khách hàng cá nhân (individual customers).

1. Sự cần thiết của đề tài

Quy mô huy động vốn quyết định quy mô mở rộng tín dụng của các ngân hàng thương mại và Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) đã đạt được những kết quả đáng khích lệ về huy động vốn, số dư huy động vốn giai đoạn 2020 - 2022 lần lượt đạt được là 441.594.127.972 đồng; 518.191.516.029 đồng; 540.928.935.205 đồng, trong đó số dư huy động vốn đối với khách hàng cá nhân giai đoạn 2020-2022 lần lượt là: 441.461.207.642 đồng; 517.677.893.903 đồng; 540.780.083.002 đồng. Năm 2019 khi dịch bệnh Covid bùng phát nền kinh tế tăng trưởng chậm, hoạt động của các ngành nói chung, ngành ngân hàng nói riêng gặp nhiều khó khăn, nhất là bước vào năm 2020 điểm cao trào của dịch bệnh, nền kinh tế chững lại thì việc huy động vốn nói chung và đối với khách hàng cá nhân nói riêng đã và đang gặp nhiều khó khăn, cụ thể Agribank đang phải chịu nhiều sức ép lớn. Một mặt phải đáp ứng các mục tiêu của người gửi tiền và khách hàng vay vốn, mặt

khác phải đối mặt với sự cạnh tranh với các tổ chức tín dụng khác, Agribank buộc phải đánh giá lại chính sách huy động vốn và tín dụng, xem xét lại kế hoạch mở rộng và tăng trưởng, tìm ra những mặt mạnh và mặt hạn chế trong hoạt động kinh doanh của mình.

Vì vậy, cần có sự nghiên cứu để đề xuất giải pháp tăng quy mô huy động nguồn tiền nhàn rỗi trong dân cư, đặc biệt là tiền gửi tiết kiệm, đồng thời nâng cao hiệu quả huy động vốn (hay giảm chi phí huy động vốn) với khách hàng cá nhân. Đây là lý do tác giả chọn đề tài: “Huy động vốn đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam chi nhánh Thanh Hóa tỉnh Long An”.

2. Huy động vốn đối với khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại

2.1. Khái niệm về huy động vốn và huy động vốn đối với khách hàng cá nhân

Ngân hàng thương mại hoạt động trong lĩnh vực tài chính tiền tệ với chức năng huy động

vốn (nhận tiền gửi) và sử dụng nguồn vốn đó vào mục đích kinh doanh chính là cho vay hoặc đầu tư nhằm tối đa hóa lợi nhuận. Đối với ngân hàng, cho vay được coi là hoạt động sinh lời chủ yếu, do đó các ngân hàng tìm kiếm mọi biện pháp để huy động vốn nhằm đáp ứng yêu cầu cho vay. Do vậy, huy động là nghiệp vụ cơ bản, có ý nghĩa quan trọng trong việc tạo lập nguồn vốn thường xuyên để ngân hàng thương mại thực hiện các hoạt động kinh doanh. Huy động vốn là quá trình ngân hàng sử dụng các công cụ, phương thức và biện pháp thích hợp để thu hút các nguồn tài chính trong xã hội.

2.2. Đặc điểm huy động vốn đối với khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại

Nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân chiếm tỉ trọng lớn trong tổng nguồn vốn, các NHTM hoạt động được chủ yếu nhờ vào nguồn này.

Về mặt lí thuyết, nguồn vốn từ tiền gửi đối với khách hàng cá nhân không ổn định vì khách hàng có thể rút tiền mà không bị ràng

buộc. Vì vậy, các khách hàng cá nhân phải duy trì một khoản dự trữ thanh toán để sẵn sàng đáp ứng nhu cầu rút tiền của khách hàng.

Nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân có chi phí sử dụng vốn tương đối cao.

Nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân là nguồn vốn có tính cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng.

Nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân chỉ được sử dụng trong các hoạt động tín dụng và bảo lãnh, các NHTM không được sử dụng vốn này để đầu tư.

3. Thực trạng điểm huy động vốn đối với khách hàng cá nhân

3.1. Kết quả phát triển huy động vốn đối với khách hàng cá nhân

Nguồn vốn của Agribank Chi nhánh huyện Thanh Hóa, tỉnh Long An dựa vào 2 nhóm khách hàng chính là khách hàng tổ chức và khách hàng cá nhân. Trong đó, nguồn vốn huy động từ nhóm khách hàng cá nhân là chủ yếu và chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu nguồn vốn huy động tại đơn vị.

Bảng 1. Quy mô huy động vốn khách hàng cá nhân tại Agribank Thanh Hóa

Đơn vị: Triệu đồng, %

Chỉ tiêu \ Năm	2020	2021	2022	So sánh 2021/2020		So sánh 2022/2021	
				Mức tăng (+), giảm (-)	Tốc độ tăng (+), giảm (-)	Mức tăng (+), giảm (-)	Tốc độ tăng (+), giảm (-)
Tổng nguồn vốn huy động	455.404	517.618	592.105	62.214	13,66	74.487	14,39
1. Tiền gửi tổ chức	37.764	33.005	17.681	-4.759	-12,6	-15.324	-46,93
Tỷ trọng (%)	8,29	6,38	2,98	-1,91		-3,4	
2. Tiền gửi từ khách hàng cá nhân	417.640	484.613	574.424	66.973	16,04	89.811	18,53
Tỷ trọng (%)	91,71	93,62	97,02	1,91		3,4	

Nguồn: Agribank Thanh Hóa

Trong bối cảnh nền kinh tế gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng dịch bệnh Covid-19 và sự cạnh tranh gay gắt giữa các chi nhánh, phòng giao dịch của những NHTM trên địa bàn, Agribank Thanh Hóa đã tập trung thực hiện nhiều giải pháp để giữ vững khách hàng, tiếp tục tăng trưởng quy mô nguồn vốn huy động từ KHCN. Bảng 1 cho thấy huy động tiền gửi từ tổ chức chiếm tỷ trọng dưới 8,3% trong tổng

nguồn vốn huy động tại địa phương. Nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân chiếm tỷ trọng rất cao (trên 91,71%) trong tổng nguồn vốn huy động tại địa phương và có xu hướng gia tăng qua các năm, cụ thể: Năm 2020 đạt 417.640 triệu đồng, chiếm 91,71% tổng nguồn vốn huy động; năm 2021 đạt 484.613 triệu đồng, tăng 66.973 triệu đồng so năm 2020, chiếm 93,62% tổng nguồn vốn huy động (tỷ

trọng tăng 0,17% so năm 2020); năm 2022 đạt 574.424 triệu đồng, tăng 89.811 triệu đồng so năm 2021, chiếm 97,02% tổng nguồn vốn huy động (tỷ trọng tăng 1,32% so năm 2021). Tỷ

lệ tăng trưởng nguồn vốn huy động có xu hướng tăng trong giai đoạn nghiên cứu, tỷ lệ tăng trưởng năm 2021 đạt 13,66% tăng lên 14,39% trong năm 2022.

Bảng 2. Số lượng khách hàng cá nhân gửi tiền tại Agribank Thanh Hóa

Đơn vị: Khách hàng, %

Chỉ tiêu \ Năm	2020	2021	2022	So sánh 2021/2020		So sánh 2022/2021	
				Tốc độ tăng (+), giảm (-)	Mức tăng (+), giảm (-)	Tốc độ tăng (+), giảm (-)	Mức tăng (+), giảm (-)
Số lượng khách hàng huy động vốn	12.672	15.288	17.880	2.616	20,64	2.592	16,95
Trong đó:							
1. Khách hàng tổ chức	305	226	162	-79	-0,62	-64	-0,42
Tỷ trọng (%)	2,41	1,45	0,91	-43,43		-37,24	
2. Khách hàng cá nhân	12.367	15.062	17.718	2.695	21,8	2.656	17,63
Tỷ trọng (%)	97,59	98,55	99,09	0,1		0,55	

Nguồn: Agribank Thanh Hóa

Cùng với sự tăng trưởng về số dư nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân, số lượng khách hàng cá nhân cũng có sự tăng trưởng tương ứng. Năm 2021, Agribank Thanh Hóa có 15.062 KHCN tăng 2.695 khách hàng so với năm 2020, tốc độ tăng trưởng đạt 21,8%; đến năm 2022 đạt 17.718 khách hàng, tăng 2.656 khách hàng so năm 2021, tốc độ tăng trưởng đạt 17,63%.

Thời gian qua, một số NHTM khác như: Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương

Việt Nam, Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín, Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam đều chọn huyện Thanh Hóa để phát triển quy mô mạng lưới hoạt động. Chính vì vậy, mức độ cạnh tranh giữa các NHTM là rất lớn, đặc biệt là trong công tác huy động vốn. Tuy nhiên với thương hiệu Agribank là NHTM Nhà nước, có thời gian dài hoạt động và được nhiều người biết đến trên địa bàn huyện, Agribank Thanh Hóa có thị phần huy động vốn khách hàng cá nhân tương đối lớn và ổn định.

Bảng 3. Thị phần huy động vốn đối với khách hàng cá nhân gửi tiền tại Agribank Thanh Hóa

Đơn vị tính: Triệu đồng

Thị phần	2020	2021	2022
Thị trấn Thanh hóa	205.543	246.705	248.628
Xã Thủy Đông	74.235	79.145	84.251
Xã Thanh Phước	57.157	63.65	57.232
Xã Thanh Phú	15.235	24.146	22.587
Xã Thuận Nghĩa Hòa	62.235	44.232	41.781
Xã Tân Tây	12.356	18.249	32.154
Xã Thủy Tây	2.851	18.126	16.245
Xã Tân Hiệp	1.841	4.253	4.684
Xã Thuận Bình	1.587	5.649	7.254
Xã Thanh An	2.124	5.245	8.898
Xã Tân Đông	3.71	4.256	9.858
Cá nhân ngoài huyện	2.587	4.021	7.356

Nguồn: Agribank Thanh Hóa

Qua bảng 3 cho thấy mặc dù dịch bệnh phát triển mạnh lây lan trên toàn cầu, các hoạt động kinh tế, xã hội bị ngưng trệ nhưng thị phần huy động vốn đối với khách hàng cá nhân trên các xã thị trong toàn huyện Thanh Hóa vẫn tăng đáng kể qua các năm từ 441.461 triệu của năm 2020 đã tăng đến 517.677 triệu năm 2021 và 540.780 ở năm 2022.

Nguồn huy động tăng hằng năm là do nguồn thu nhập của hộ gia đình và cá nhân ổn định nhờ mua bán nông sản theo mùa vụ, những năm qua sản xuất nông nghiệp được mùa, được giá, dịch vụ nông nghiệp tăng nhanh, bất động sản sốt giá và chỉ bị kìm hãm vào những tháng cuối năm 2022.

Nguồn vốn huy động từ các đơn vị xã, thị trấn trong toàn huyện cũng không đồng đều.

Đối với khách hàng cá nhân là khách vắng lai vẫn được ổn định nhưng thị phần rất thấp, một phần trên địa bàn huyện không có các khu du lịch, các khu sinh thái, dịch vụ nói chung. Nguồn thu được đa số chỉ là nguồn gửi tạm của một số quan hệ giao dịch trong huyện hoặc nguồn hỗ trợ từ các nơi gửi về.

4. Đánh giá chung về hoạt động huy động vốn

4.1. Kết quả đạt được

Nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân tăng trưởng mạnh, có xu hướng phát triển tốt, mặc dù những năm qua dịch bệnh tràn lan làm ảnh hưởng lớn đến các hoạt động kinh tế, xã hội.

Cơ cấu nguồn vốn đi theo chiều hướng thuận lợi, nguồn vốn huy động phục vụ tốt cho hoạt động kinh doanh, đáp ứng được nhu cầu cho vay và đầu tư của ngân hàng, nhiều khách hàng lớn đến với ngân hàng đã được đáp ứng tốt nhất nhu cầu của họ.

Mạng lưới khách hàng cũng được mở rộng, nhiều khách hàng có quan hệ truyền thống với ngân hàng, lượng khách hàng dân cư mới cũng đã tăng lên khá cao chiếm đa phần trong khu dân cư trên địa bàn.

Cơ cấu nguồn vốn theo loại tiền huy động tăng nhanh, chiếm vị trí quan trọng, góp phần không nhỏ vào hoạt động thanh toán quốc tế, hoạt động dịch vụ với các ngân hàng khác.

4.2. Các hạn chế và nguyên nhân

4.2.1. Các hạn chế:

Còn phụ thuộc nhiều vào vốn điều chuyển của ngân hàng cấp trên. Cơ cấu vốn theo kỳ hạn đặc biệt là tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng là chủ đạo, trong khi đó nhu cầu cho vay trung và dài hạn chưa cao. Điều này đặt ra cho ngân hàng khó khăn trong việc chuyển đổi kỳ hạn và chi phí cho nguồn vốn tăng lên.

Bên cạnh đó vốn huy động không kỳ hạn thấp chưa được chú trọng nhiều, dịch vụ hỗ trợ huy động vốn còn hạn chế, chưa khuyến khích và thu hút được nhiều doanh nghiệp tham gia. Hiệu quả marketing phục vụ cho hoạt động huy động vốn còn hạn chế, chưa khai thác được nhiều khách hàng vừa có nguồn vốn, vừa có nhu cầu thanh toán, vừa có nguồn vốn ngoại tệ; khách hàng có nhu cầu vay vốn ngắn hạn trong tổng dư nợ cho vay theo định hướng đề ra, chưa khai thác được nhiều khách hàng có vốn vay ổn định, rủi ro thấp. Hệ thống thông tin trao đổi hai chiều giữa ngân hàng và khách hàng còn hạn chế. Nhìn chung, ngân hàng vẫn chưa thực hiện tốt chiến lược khách hàng.

4.2.2. Các nguyên nhân:

Sự gia tăng dịch bệnh trên toàn cầu làm ngưng trệ các hoạt động kinh tế xã hội, việc quan hệ giao dịch giữa ngân hàng với khách hàng bị hạn chế, hàng hóa, dịch vụ, sản xuất cũng bị ảnh hưởng nghiêm trọng, thu nhập của người dân bị giảm sút thì việc huy động vốn rất khó khăn.

Nguyên nhân kế tiếp ảnh hưởng đến hoạt động huy động vốn đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng là sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trong hệ thống ngân hàng hiện nay khi có sự xuất hiện ngày càng nhiều của các Ngân hàng thương mại cổ phần trên địa bàn huyện. Ngân hàng thiếu chiến lược kinh doanh dài hạn để chủ động trong huy động vốn và cho vay. Công tác nghiên cứu thị trường còn thụ động chưa nhạy bén, do vậy các hình thức và mức lãi suất huy động đưa ra chưa phù hợp với xu hướng thị trường, làm tăng chi phí huy động vốn của ngân hàng. Việc điều hành hoạt động huy động vốn chủ yếu thiên về thực hiện chỉ tiêu kế hoạch, thiếu linh hoạt, chưa quan tâm đến lợi thế mạng lưới, lợi thế thương hiệu,

chưa bám sát diễn biến lãi suất thị trường. Các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng chưa đa dạng, chưa hoàn thiện, không thể cạnh tranh với các ngân hàng khác trên địa bàn.

5. Giải pháp phát triển hoạt động huy động vốn

5.1. Tăng cường hoạt động marketing ngân hàng

Hoạt động truyền thông, quảng cáo, tiếp thị giúp chi nhánh nhận được sự quan tâm chú ý của khách hàng; đồng thời giúp chi nhánh cung cấp các thông tin cần thiết như lợi thế, lợi ích... về dòng sản phẩm mà chi nhánh hiện đang triển khai, cụ thể như: quảng cáo, xúc tiến hỗn hợp khuyến mại, truyền thông nội bộ.

5.2. Thực hiện chiến lược cạnh tranh huy động vốn năng động và hiệu quả

Phải tạo lòng tin đối với khách hàng: Lòng tin của khách hàng đối với ngân hàng được tạo bởi hình ảnh của ngân hàng như chất lượng của sản phẩm cung ứng, vốn tự có và khả năng tài chính, trình độ và khả năng giao tiếp của nhân viên, địa điểm, trụ sở.

Phải tạo ra sự khác biệt của ngân hàng Agribank – Chi nhánh huyện Thạnh Hóa phải tạo ra những đặc điểm hình ảnh của mình, ngân hàng mình có mà ngân hàng khác không có.

5.3. Hoạt động chăm sóc khách hàng

Xây dựng nguồn nhân lực đảm bảo về số lượng và chất lượng, có thái độ phục vụ tốt, tinh thần trách nhiệm cao đối với khách hàng, đặc biệt là trong hoạt động huy động vốn. Bên cạnh chính sách truyền thông nhằm quảng bá hình ảnh và các sản phẩm cung cấp thì việc đảm bảo, nâng cao chất lượng phục vụ và chăm sóc khách hàng là điều hết sức cần thiết để phục vụ khách hàng ngày một tốt hơn nhằm giữ chân khách hàng cũng như phát triển lượng khách hàng mới.

5.4. Giữ vững nhóm khách hàng hiện tại và phát triển khách hàng tiềm năng

Mức huy động vốn từ nhóm khách hàng cá nhân có sự gia tăng liên tục và chiếm tỷ trọng ngày càng cao qua các năm và tốc độ tăng trưởng năm sau cao hơn năm trước. Do vậy, cần gìn giữ, chăm sóc thật tốt đối tượng này.

Cần tiếp tục vận động trực tiếp trên địa bàn hoặc gián tiếp qua các phương tiện thông tin đại chúng, đơn giản hoá các thủ tục giao dịch, rút ngắn thời gian giao dịch, tạo thêm nhiều lợi ích và tiện ích giúp cho khách hàng cá nhân dễ dàng tiếp cận với dịch vụ của ngân hàng.

Phát triển thêm nhiều đối tượng khách hàng tiềm năng: cần mở rộng và đa dạng hóa khách hàng. Đa dạng hóa khách hàng có tác dụng giúp ngân hàng giảm thiểu rủi ro vì mỗi một nhóm khách hàng có một số đặc điểm chung về nguồn vốn. Do đó, khi có những biến động nhóm khách hàng này có phản ứng như nhau, vì thế nếu duy trì một tỷ trọng quá cao nguồn vốn của một nhóm khách hàng sẽ dẫn đến rủi ro cao, kém linh hoạt và bất hợp lý.

5.5. Mở rộng kênh phân phối

Kênh phân phối truyền thống: Để khuyến khích người dân gửi tiền, Chi nhánh cần rút ngắn thời gian thực hiện giao dịch cho khách hàng, thông qua việc bố trí mạng lưới một cách thích hợp, tổ chức các quầy giao dịch lưu động để giúp giao dịch được thực hiện nhanh hơn.

Kênh phân phối hiện đại: Theo xu thế hiện đại, các ngân hàng xây dựng kênh phân phối thông qua các điểm giao dịch, thanh toán tự động như ATM, POS. Đây là kênh huy động nhiều tiềm năng, Agribank Thạnh Hóa cần đẩy mạnh hơn nữa kênh phân phối này.

5.6. Tăng cường huy động vốn không kỳ hạn

Có biện pháp duy trì ổn định số lượng và tỷ trọng nguồn vốn không kỳ hạn cũng như có kế hoạch cụ thể đối với việc sử dụng vốn để đảm bảo việc đầu tư có lãi và an toàn thanh khoản.

Tiếp tục đẩy mạnh hoạt động truyền thông đồng bộ, hiệu quả trong việc phổ biến kiến thức, nâng cao nhận thức, thay đổi hành vi và cách thức thanh toán tiêu dùng của người dân, qua đó nâng cao khả năng tiếp cận các sản phẩm dịch vụ ngân hàng cho người dân, khuyến khích sử dụng các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Agribank Chi nhánh Long An (2022). *Huy động tiết kiệm dự thưởng Mùa hè xanh – Tăng*

- nhanh tích lũy số 4146/NHNoLA-KHNV ngày 21/7/2022 có hiệu lực ngày 21/7/2022.*
- [2] Agribank Chi nhánh Long An (2022). *Huy động tiết kiệm dự thưởng cùng Agribank – tăng nhanh tài lộc số 4734/NHNoLA-KHNV ngày 30/8/2022 có hiệu lực ngày 30/8/2022.*
- [3] Agribank Chi nhánh Long An (2022). *Quy định lãi suất huy động bằng đồng Việt Nam số 5136/NHNoLA-KHNV ngày 26/9/2022 có hiệu lực ngày 28/9/2022.*
- [4] Agribank Chi nhánh Long An (2022). *Quy định lãi suất huy động lũy tiến theo số dư tiền gửi bằng đồng Việt Nam số 5139/NHNoLA-KHNV ngày 26/9/2022 có hiệu lực ngày 28/9/2022.*
- [5] Agribank Chi nhánh Long An (2022). *Quy định lãi suất huy động tại chi nhánh số 5711/NHNoLA-KHNV ngày 26/10/2022 có hiệu lực ngày 27/10/2022.*
- [6] Agribank Chi nhánh Thạnh Hóa tỉnh Long An (2022). *Báo cáo hoạt động kinh doanh các năm 2020, 2021 và 2022.*
- [7] Agribank chi nhánh Thạnh Hóa tỉnh Long An (2014). *Quyết định 797/QĐ-HĐTV-KHNV ngày 17/10/2014 ban hành Quy định về tiền gửi tiết kiệm trong hệ thống AgriBank.*
- [8] Chính phủ (2021). *Quyết định 32/2021/QĐ-TTg ngày 20/10/2021 Về hạn mức trả tiền bảo hiểm có hiệu lực từ ngày 12/12/2021.*
- [9] Chính phủ (2021). *Quyết định 32/2021/QĐ-TTg ngày 20/10/2021 Về hạn mức trả tiền bảo hiểm có hiệu lực từ ngày 12/12/2021.*
- [10] Đoàn Thị Hồng (2022). *Bài giảng Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại.* Trường Đại học Kinh tế Công nghiệp Long An.
- [11] Nguyễn Đăng Dờn (2014). *Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại.* Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- [12] Nguyễn Đăng Dờn (2016). *Quản trị kinh doanh ngân hàng II.* Nhà xuất bản Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.

Ngày nhận: 04/7/2023

Ngày phản biện: 04/1/2024

Ngày duyệt đăng: 30/1/2024