

PHẦN MỞ ĐẦU

Hoạt động môi giới chứng khoán là một trong những hoạt động nghiệp vụ chủ yếu đặc trưng, cơ bản nhất của Thị trường chứng khoán và các công ty chứng khoán. Agriseco là một trong những công ty chứng khoán ra đời đầu tiên trên thị trường chứng khoán Việt nam và cũng là công ty đi đầu trong việc cung cấp dịch vụ môi giới chứng khoán cho nhà đầu tư trên thị trường lúc bấy giờ. Với nhiều năm hoạt động, Công ty chứng khoán Agriseco đã đạt những thành công nhất định, tạo dựng vị thế và uy tín trên thị trường chứng khoán Việt Nam. Tuy nhiên, về hoạt động môi giới chứng khoán, Agriseco được cho rằng vẫn chưa sử dụng hết những khả năng nội tại của mình để xây dựng một bộ máy hoàn thiện với mô hình dịch vụ môi giới chuyên nghiệp, trình độ cao.

Do vậy, việc tìm ra những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ môi giới chứng khoán tại các công ty chứng khoán nói chung và tại Agriseco nói riêng là rất quan trọng. Với những lý do kể trên, luận văn này đi vào nghiên cứu vấn đề: ***“Nâng cao chất lượng dịch vụ môi giới chứng khoán của Công ty cổ phần chứng khoán Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam”***.

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Mục lục, các bảng biểu, Phụ lục, Danh mục tài liệu tham khảo, luận văn được trình bày thành 4 chương như sau:

CHƯƠNG I: Tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ

CHƯƠNG II: Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ Môi giới chứng khoán

CHƯƠNG III: Thực trạng hoạt động dịch vụ môi giới chứng khoán của Agriseco

CHƯƠNG IV: Kiến nghị một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ môi giới chứng khoán của Agriseco

CHƯƠNG I: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

1.1. Cơ sở lý luận về dịch vụ và chất lượng dịch vụ

Dịch vụ: theo Giáo trình Quản trị Kinh doanh (*Đại học Kinh tế Quốc Dân*) như những sản phẩm hữu hình khác, dịch vụ (sản phẩm vô hình) là kết quả của một quá trình hay một hoạt động nào đó. Tuy nhiên, do tính chất vô hình của nó thì dịch vụ được định nghĩa như sau *“là kết quả của một quá trình hay một hoạt động nào đó nhưng không thể nhìn thấy được, không đo được và không đếm được”*.

Một số đặc điểm của dịch vụ như sau:

- Tính vô hình (hay phi vật chất)
- Tính không thể chia cắt được.
- Tính không ổn định.
- Tính không lưu giữ được.

Chất lượng Dịch vụ: theo các học giả như Parasuraman, Zeithaml và Berry, chất lượng dịch vụ là “khoảng cách giữa sự mong đợi (kỳ vọng) của khách hàng về những tiện ích mà dịch vụ sẽ mang lại cho họ và nhận thức (cảm nhận) của họ về kết quả có được sau khi đã sử dụng qua dịch vụ”.

Mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng: chất lượng dịch vụ là nhân tố tác động nhiều đến sự hài lòng của khách hàng. Do đó, muốn nâng cao sự hài lòng khách hàng, nhà cung cấp dịch vụ phải nâng cao chất lượng dịch vụ. Nói cách khác, chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng có quan hệ chặt chẽ với nhau, trong đó chất lượng dịch vụ là cái tạo ra trước, quyết định đến sự hài lòng của khách hàng.

Bộ tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ RATER gồm 5 tiêu chí như sau:

- Độ tin cậy (reliability);
- Sự đảm bảo (assuarance);
- Tính hữu hình (tangibles);
- Sự thấu cảm (empathy);
- Trách nhiệm (responsiverness);

Quan điểm cá nhân của tác giả về chất lượng dịch vụ: Từ những định nghĩa, quan điểm và đặc điểm của dịch vụ, chất lượng dịch vụ nêu trên, tác giả cho rằng: dịch vụ và chất lượng dịch vụ là những thành phần không thể tách rời nhau. Các sản phẩm dịch vụ do các doanh nghiệp cung cấp khi được khách hàng sử dụng, tiêu dung sẽ được khách hàng đánh giá và kết quả đánh giá của khách hàng sẽ là thước đo của tốt nhất của chất lượng sản phẩm dịch vụ đó. Tuy nhiên, chất lượng dịch vụ là một thước đo không cố định, không có tính nhất quán, thay đổi theo thời gian, không gian và đối tượng khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ.

Định hướng nghiên cứu: đề tài đi vào nghiên cứu chất lượng dịch vụ trong hoạt động Môi giới chứng khoán của Agriseco thông qua khảo sát bằng bảng câu hỏi, phỏng vấn một số nhà đầu tư. Kết hợp các phương pháp nghiên cứu với việc thống kê, đánh giá để phân tích các kết quả đạt được từ việc khảo sát. Trên cơ sở

phân tích dữ liệu, đánh giá thực trạng của hoạt động MGCK tại Agriseco và kết quả khảo sát, từ đó tác giả đề xuất, kiến nghị các giải pháp chung và giải pháp cụ thể nhằm mục đích nâng cao chất lượng dịch vụ MGCK của Agriseco.

CHƯƠNG II: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ MÔI GIỚI CHỨNG KHOÁN

2.1. Dịch vụ môi giới chứng khoán

Khái niệm: Môi giới chứng khoán (MGCK) là hoạt động trung gian hoặc đại diện mua, bán chứng khoán cho khách hàng để hưởng hoa hồng. CTCK đại diện cho khách hàng tiến hành giao dịch thông qua cơ chế giao dịch tại SGD hoặc thị trường OTC.

Đặc trưng dịch vụ Môi giới chứng khoán: hoạt động MGCK luôn được thực hiện bởi chủ thể đặc thù là các tổ chức, cá nhân có chuyên môn, nghiệp vụ MGCK; hoạt động MGCK được thực hiện thông qua công cụ pháp lý là hợp đồng dịch vụ MGCK. Hợp đồng này được giao kết giữa bên môi giới với bên được môi giới (khách hàng) là người mua hoặc người bán chứng khoán; nội dung cốt lõi của hoạt động MGCK chính là việc nhà môi giới sử dụng chuyên môn nghiệp vụ và những hiểu biết sâu sắc của mình về lĩnh vực chứng khoán để mua hay bán hộ chứng khoán cho khách hàng nhằm hưởng phí hoa hồng; trong hoạt động MGCK, nhà môi giới luôn có vai trò và bổn phận là người trung gian giữa người mua và người bán chứng khoán.

2.1.1. Vai trò của dịch vụ Môi giới chứng khoán

- Cung cấp thông tin và tư vấn cho khách hàng
- Cung cấp những sản phẩm và dịch vụ tài chính, giúp khách hàng thực
- Tạo nguồn thu nhập đáng kể cho các công ty chứng khoán.
- Nhà môi giới làm việc trong công ty tạo nên uy tín, hình ảnh tốt cho công ty
- Phát triển dịch vụ và sản phẩm trên thị trường
- Cải thiện môi trường kinh doanh
- Góp phần hình thành nên nền văn hoá đầu tư
- Tăng chất lượng và hiệu quả dịch vụ nhờ cạnh tranh

2.2. Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ MGCK

- Tính khả dụng của sản phẩm MGCK
- Tính chuyên nghiệp của sản phẩm dịch vụ
- Ảnh hưởng của dịch vụ MGCK tới các dịch vụ hỗ trợ khác

- Năng lực, thái độ và trách nhiệm của nhân viên MGCK
- Cơ sở hạ tầng

2.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ môi giới chứng khoán

2.3.1. Nhân tố chủ quan

- Uy tín và quy mô hoạt động của công ty
- Chiến lược kinh doanh của công ty
- Mô hình tổ chức và cách thức quản lý
- Hệ thống thông tin và phân tích
- Cơ sở vật chất kỹ thuật
- Các sản phẩm dịch vụ môi giới cung cấp cho khách hàng
- Nhân tố con người

2.3.2. Nhân tố khách quan

- Sự phát triển của nền kinh tế và sự ổn định về chính trị
- Môi trường pháp lý
- Yếu tố chính sách
- Sự phát triển của thị trường chứng khoán
- Hiệp hội kinh doanh chứng khoán
- Thị trường cạnh tranh

CHƯƠNG III: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ MÔI GIỚI CHỨNG KHOÁN CỦA AGRISECO

3.1. Thực trạng dịch vụ môi giới chứng khoán của Agriseco

Công ty chứng khoán Nông nghiệp - Agriseco là một trong những CTCK lớn nhất trên TTCK Việt Nam về vốn điều lệ (2.120 tỷ đồng) cũng như quy mô tổng tài sản, nhưng kết quả doanh thu đến từ hoạt động MGCK của Agriseco trong những năm gần đây chưa được tương xứng với tầm vóc của Công ty. Nguyên nhân của vấn đề này có thể chỉ ra như sau: nhiều nghiệp vụ hỗ trợ Môi giới của Công ty bị cắt giảm; thiếu định hướng hoạt động và các thức tổ chức kinh doanh, sản phẩm và dịch vụ của công ty chưa đủ sức cạnh tranh so với các CTCK khác, tổ chức bộ máy hoạt động, quản trị điều hành còn cồng kềnh; đội ngũ cán bộ nhân viên MGCK năng lực và trình độ chưa cao, nhiều hạn chế, khả năng cạnh tranh kém, năng suất lao động thấp và suy giảm; Kỹ thuật, công nghệ được xem là một trong những công cụ giúp CTCK gia tăng sức mạnh cạnh tranh trên TTCK.

Khảo sát chất lượng dịch vụ môi giới chứng khoán tại Agriseco

Trong phạm vi nghiên cứu đề tài của Luận văn này tiến hành cuộc khảo sát nhằm đạt được các mục tiêu sau: Khảo sát chất lượng dịch vụ Môi giới của Agriseco hiện tại; Đo lường mức độ hài lòng của khách hàng với dịch vụ Môi giới; Từ những kết quả đạt được, đề xuất các phương thức và kế hoạch thực hiện nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ MGCK của Agriseco.

Thang đo được xây dựng trên cơ sở lý thuyết về xây dựng thang đo SERVQUAL, tác giả đã xây dựng mẫu phiếu điều tra khảo sát có kết cấu với 27 câu hỏi và có tên: **“Khảo sát chất lượng dịch vụ Môi giới chứng khoán tại Agriseco”**. Đối tượng mục tiêu của việc nghiên cứu là nhân viên môi giới, các khách hàng hiện đã và đang giao dịch tại Agriseco cũng như các khách hàng tiềm năng. Trong phạm vi nghiên cứu đề tài, tác giả chọn mẫu ngẫu nhiên với số phiếu phát ra khoảng 400 phiếu điều tra đối với các điểm giao dịch của Agriseco. Mục tiêu thu thập về được khoảng 200 phiếu (50%) để đảm bảo tính đại diện. Số liệu kết quả thu thập từ những bảng hỏi phát ra được tổng hợp và phân tích bằng Excel. Phương pháp thống kê và phương pháp bình quân để phân tích các dữ liệu đạt được dựa trên Thang đo Likert. Các kết quả từ việc điều tra được sử dụng để đánh giá mức độ hài lòng bao gồm 5 tỷ lệ từ rất không hài lòng đến hài lòng, và được chia để đánh giá như sau:

| | |
|--------------------------|--------------------|
| Trong khoảng 1.00 – 1.80 | Rất không hài lòng |
| Trong khoảng 1.81 – 2.60 | Không hài lòng |
| Trong khoảng 2.61 – 3.40 | Tạm chấp nhận được |
| Trong khoảng 3.41 – 4.20 | Chấp nhận được |
| Trong khoảng 4.21 – 5.00 | Hài lòng |

Để phân tích đơn giản và dễ hiểu, tác giả đề tài đã giả thiết rằng sự kỳ vọng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ luôn luôn là 5, nghĩa là "hoàn toàn đồng ý" đối với mọi câu hỏi. Sử dụng Mô hình SERVQUAL để đánh giá chất lượng dịch vụ Môi giới thông qua 5 tiêu chí: “yếu tố hữu hình (cơ sở vật chất), năng lực phục vụ, sự đồng cảm, tính trách nhiệm và mức độ tin cậy”.

3.2. Phân tích những kết quả đạt được từ việc khảo sát chất lượng dịch vụ môi giới chứng khoán tại Agriseco

Yếu tố quan trọng khi tham gia đầu tư: đối với yếu tố quan trọng khi tham gia đầu tư chứng khoán, kết quả nhận được 56% người được hỏi cho rằng chất lượng dịch vụ (bao gồm: thái độ phục vụ và trách nhiệm của nhân viên, sự an toàn

khi giao dịch, khả năng cung cấp dịch vụ...) là yếu tố quan trọng nhất khi sử dụng dịch vụ... do vậy có thể nhận thấy rằng chất lượng dịch vụ là yếu tố quan trọng nhất đối với hoạt động kinh doanh nghiệp vụ MGCK.

Đánh giá đối với sản phẩm dịch vụ Môi giới: Nhìn chung các sản phẩm của dịch vụ Môi giới đều ở mức "tạm chấp nhận được" với điểm số đánh giá trung bình đạt 3,37/5. Hiện tại, các sản phẩm môi giới và dịch vụ do Agriseco cung cấp chỉ đáp ứng các nhu cầu cơ bản cho NĐT, số lượng và hình thức còn hạn chế, chưa tạo điều kiện cho khách hàng có nhiều lựa chọn và phương pháp để đầu tư có hiệu quả.

Đánh giá về phí và lãi suất: Tại Agriseco số lượng khách hàng cảm thấy hài lòng với mức phí và lãi suất của các sản phẩm hiện tại là không cao; với mức điểm đánh giá trung bình chỉ đạt 2,91/5 rơi vào khoảng nhận xét "Tạm chấp nhận được", khoảng cách so với mức không hài lòng không nhiều. Theo kết quả khảo sát khách hàng, mức Phí giao dịch Agriseco đưa ra chưa mang tính cạnh tranh hơn so với các CTCK khác.

Đánh giá chất lượng dịch vụ thông qua 5 yếu tố:

Sự đồng cảm, thông hiểu: Mức độ đánh giá bình quân của khách hàng đối với yếu tố đồng cảm chỉ đạt 3,46/5 (người dưới cùng của mức "tạm chấp nhận được"). Với điểm trung bình lần lượt là 3,76 và 3,52, kết quả khảo sát đối với hai câu hỏi được tác giả đưa ra trong bảng hỏi về "khả năng trao đổi thông tin" và "nhân viên quan tâm và hiểu nhu cầu khách hàng" được xếp vào mức độ "chấp nhận được". Đặc biệt, với mức điểm chỉ đạt 3,1 và nằm ở nửa dưới khoảng "tạm chấp nhận được" đối với đánh giá về "Chương trình chăm sóc khách hàng tốt" cho thấy Agriseco không được đánh giá có các chương trình chăm sóc khách hàng tốt.

Năng lực phục vụ: Với điểm trung bình 3,43 "Năng lực phục vụ" của dịch vụ MGCK tại Agriseco nằm ở ngưỡng dưới cùng của mức "chấp nhận được" và đặc biệt đối với việc "tổ chức các buổi hội thảo, tư vấn có chất lượng" có mức điểm rất thấp, thể hiện sự không hài lòng của NĐT tham gia khảo sát đối với hoạt động này.

Tính trách nhiệm: đối với dịch vụ môi giới chứng khoán nhận được phản hồi tích cực từ phía khách hàng với điểm trung bình đạt 3,83 nằm ở nửa trên của khoảng "Chấp nhận được". Tại Agriseco khách hàng ghi nhận sự nỗ lực, tập trung và nhiệt tình của nhân viên môi giới với mức điểm đánh giá trung bình lần lượt là 3,89 và 3,97.

Yếu tố Hữu hình: Điểm trung bình đạt 3,37 thì yếu tố "Hữu hình" được đánh giá ở mức độ tạm chấp nhận được. Kết quả khảo sát, đánh giá chất lượng Website

của Agriseco và việc áp dụng công nghệ hiện đại trong giao dịch chứng khoán trực tuyến, Agriseco chỉ đạt được mức điểm là 3,03 và 3,18 nằm trong khoảng đánh giá "tạm chấp nhận được". Đối với tiêu chí "Địa điểm thuận tiện" do có mạng lưới rộng rãi và liên kết với các điểm giao dịch của Agribank, nên Agriseco được đánh giá cao về việc dễ tiếp cận các điểm giao dịch. Mức điểm trung bình của tiêu chí này đạt 3,97 điểm và 55% khách hàng được hỏi trả lời hài lòng vấn đề này.

Độ tin cậy: Tính minh bạch và an toàn của dịch vụ nhân được điểm đánh giá cao và rơi gần khoảng hài lòng với giá trị trung bình là 3,9 và 3,89.

Nhìn chung, khi thực hiện đề tài, trong quá trình khảo sát về chất lượng dịch vụ MGCK tại Agriseco, tác giả nhận thấy kết quả dịch vụ MGCK của Agriseco được đánh giá ở mức "bình thường" với giá trị trung bình của các yếu tố nằm trong khoảng từ 3,29 - 3.83 nằm nửa dưới của khoảng "chấp nhận được".

3.3. Tồn tại và hạn chế

Các cơ chế chính sách hiện nay của Agriseco còn nhiều điểm hạn chế. Hệ thống các văn bản quản trị điều hành còn thiếu, nhiều quy định còn sơ sài, chưa rõ trọng tâm trọng điểm, lỏng lẻo không đảm bảo kiểm soát an toàn hoạt động của Công ty hoặc chậm trễ chưa được ban hành. Các sản phẩm dịch vụ MGCK do Agriseco cung ứng còn mang tính thụ động, chưa có tính linh hoạt trước những thay đổi theo nhu cầu của khách hàng. Agriseco chưa có bộ phận tìm kiếm và chủ động phát triển khách hàng, thị trường. Trong hoạt động MGCK, Agriseco chưa có một chính sách khách hàng hiệu quả nào, chưa thu hút được khách hàng tổ chức, các quỹ đầu tư nước ngoài. Sự hỗ trợ của các Phòng, Ban trong nội bộ Agriseco chưa thực sự đạt hiệu quả cao. Sản phẩm dịch vụ MGCK chưa đa dạng, giá trị gia tăng tạo ra không cao.

CHƯƠNG IV: KIẾN NGHỊ MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ MÔI GIỚI CHỨNG KHOÁN CỦA AGRISECO

4.1. Giải pháp chung

Kiện toàn về tổ chức và nhân sự: Ban Lãnh đạo cần phải có tính ổn định cao về mặt cơ cấu và nhân sự, cần có những lãnh đạo phù hợp cho những công việc phù hợp tại Agriseco. Ban lãnh đạo cần phải hoàn thiện, ban hành các văn bản về Quản trị, điều hành công ty. Xây dựng mô hình cơ cấu tổ chức và sắp xếp lại các phòng Ban cho phù hợp với các chức năng nhiệm vụ của mình. Thành lập một bộ phận chuyên trách nghiên cứu và định hướng phát triển thị trường.

Hoàn thiện các hệ thống văn bản về cơ chế quản trị điều hành: Hệ thống văn bản, quy phạm điều hành là cốt lõi cho mọi hoạt động, quy trình cũng như định

hướng phát triển của Agriseco. Kiện toàn hoạt động môi giới, hoàn thiện các cơ chế chính sách phù hợp trước những biến động của thị trường, thu hút thêm nhiều NĐT đến mở tài khoản và sử dụng các dịch vụ do Công ty cung cấp, chú trọng hơn đến việc thu hút các NĐT nước ngoài, các NĐT là tổ chức, các quỹ đầu tư...

Nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ: Đa dạng hóa các loại hình dịch vụ, cải tiến quy trình nghiệp vụ để phù hợp với đòi hỏi của thị trường. Cung cấp dịch vụ Môi giới với nhiều tính năng giúp khách hàng có nhiều sự lựa chọn khi đầu tư chứng khoán, cung cấp thông tin, bài viết, bài phân tích hữu ích có chất lượng cao.... Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ hỗ trợ khác nhau phù hợp đối với từng đối tượng khách hàng.

Áp dụng Hệ thống Quản lý quan hệ khách hàng (CRM): Việc áp dụng CRM sẽ mang đến cho Agriseco một cái nhìn đầy đủ hơn về nhu cầu của khách hàng, cái gì cần giữ, cái gì có tiềm năng, điều gì là quan trọng và có lợi để Agriseco có thể phát triển và xây dựng những giải pháp và chiến lược cho từng phân khúc khách hàng. CRM cũng mang đến sự hài lòng của khách hàng bằng cách cung cấp đúng người, đúng sản phẩm và đúng thời gian.

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực: Agriseco cần xây dựng mô hình tuyển dụng đối với nhân sự phù hợp với từng hoạt động của công ty. Áp dụng các chính sách thu hút nguồn nhân lực có chất lượng cao, thu hút các nhân viên MGCK có năng lực và kinh nghiệm.

Tiếp thị và phân phối: Tiếp thị và marketing chuyên nghiệp: từ trước đến nay tiếp thị là một trong những hoạt động còn rất hạn chế của Agriseco, do vậy Công ty cần triển khai các chương trình khách hàng thân thiết hoặc chương trình tri ân khách hàng nhằm giữ chân khách hàng hiện tại và thu hút khách hàng mới. Về hệ thống phân phối tạo điều kiện thuận lợi cho NĐT đến giao dịch bằng cách cung cấp nhiều phương thức giao dịch. Agriseco cần thường xuyên tổ chức các hội nghị khách hàng để thu hút, là nơi gặp gỡ, trao đổi kinh nghiệm giữa các nhà đầu tư với nhau, giữa nhà đầu tư với Agriseco.

Tận dụng mối quan hệ và hệ thống của Ngân hàng Agribank: Một trong những lợi thế đặc biệt quan trọng của Agriseco so với các CTCK khác là sự gắn bó chặt chẽ với hoạt động của Agribank, đặc biệt là trong lĩnh vực huy động vốn. Ngoài ra, Agribank còn có một cơ sở hạ tầng, mạng lưới chi nhánh ở khắp mọi các quận huyện, tỉnh thành Việt Nam.

4.2. Nâng cấp chất lượng dịch vụ qua 5 tiêu chí cụ thể đã phân tích

Sự đồng cảm: Để nâng cao khả năng đồng cảm, và hiểu biết hơn về nhu cầu của khách hàng, Agriseco cần quan tâm hơn đến khách hàng và thực hiện nhiều chương trình chăm sóc khách hàng có chất lượng. Nghiên cứu thiết kế thêm chức năng "Góp ý về dịch vụ" tự động trên website để thường xuyên nhận được đóng góp và nhận xét từ khách hàng; tìm hiểu các nhu cầu đặc biệt của từng nhóm đối tượng khách hàng.

Năng lực phục vụ: Khách hàng dường như hài lòng đối với thái độ của nhân viên môi giới, họ thân thiện, lịch sự. Hiện nay, môi giới của Agriseco chưa tham gia nhiều vào việc tư vấn, khuyến nghị đầu tư cho khách hàng.

Trách nhiệm: Agriseco cần xây dựng những quy trình giải quyết các vấn đề phát sinh rõ ràng và hiệu quả. Thứ hai, Agriseco cần tập trung đào tạo nhân viên trong việc giao tiếp và thương lượng với khách hàng. Họ phải nhận thức rõ ràng họ đóng vai trò đại diện cho Agriseco khi tiếp xúc với khách hàng. Agriseco cần nâng cao năng lực của đội ngũ quản lý và nhân viên để giảm thiểu những rủi ro có thể xảy ra.

Hữu hình: Agriseco cần nâng cấp hệ thống giao dịch với nhiều tính năng hơn phục vụ cho khách hàng như: chất lượng đường truyền nhanh hơn, cập nhật tin tức thị trường, các báo cáo nghiên cứu và phân tích ngành. Liên kết với ngân hàng mẹ Agribank để tận dụng hệ thống rộng khắp cả nước nhằm mở rộng mạng lưới giao dịch của Agriseco dưới hình thức các điểm cung cấp dịch vụ.

Độ tin cậy: Để có thể cung cấp các thông tin có giá trị và hữu ích, cần phải có sự phối hợp đồng bộ giữa các đơn vị trong Công ty và có đội ngũ chuyên gia phân tích, đánh giá thị trường chất lượng cao. Cần xây dựng cơ chế cung cấp, thu thập, xử lý và phân tích thông tin của các bộ phận liên quan đến hoạt động môi giới, phân tích và đầu tư.

4.3. Một số kiến nghị với Chính phủ, Cơ quan, Ban ngành có thẩm quyền và Ngân hàng Nông nghiệp

- Thúc đẩy phát triển nền kinh tế, thu hút các dòng vốn trong và ngoài nước tham gia vào thị trường
- Mở cửa đối với các nhà đầu tư nước ngoài
- Hoàn thiện khung pháp lý đối với việc quản lý thị trường chứng khoán
- Kiến nghị với ngân hàng Agribank

KẾT LUẬN

Sự hài lòng của khách hàng là yếu tố cần thiết ưu tiên hàng đầu cho sự thành công của mỗi doanh nghiệp. Đó là lý do tại sao việc nâng cao chất lượng dịch vụ Môi giới là thực sự cần thiết không chỉ riêng cho Agriseco. Từ những phân tích về số liệu thu thập được, có thể nhận thấy Chất lượng dịch vụ Môi giới tại Agriseco mới chỉ dừng lại ở mức độ “chấp nhận được” chứ chưa đạt được mức “hài lòng” đối với khách hàng.

Trên cơ sở điều tra, phân tích và đánh giá khách quan, phạm vi thực hiện luận văn này đưa ra một số vấn đề còn tồn tại trong thực tế hoạt động MGCK của Agriseco. Tuy chưa xem xét được mức độ tổng thể do hạn chế về mặt thời gian cũng như năng lực thực hiện, nhưng luận văn **“Nâng cao chất lượng dịch vụ môi giới chứng khoán của Công ty cổ phần chứng khoán Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam”** cũng mạnh dạn đưa ra một số khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động môi giới chứng khoán của Agriseco.