

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

LÊ THỊ TUYẾT ANH

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG
BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ
VÀ PHÁT TRIỂN CHI NHÁNH QUẢNG TRỊ

CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH
MÃ SỐ: 60.34.05

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng – Năm 2012

**Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS NGUYỄN THỊ NHƯ
LIÊM**

Phản biện 1: PGS.TS ĐÀO HỮU HÒA

Phản biện 2: TS. HỒ KỶ MINH

Luận văn được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ Quản Trị Kinh Doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 18 tháng 8 năm 2012

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại học Đà Nẵng
- Thư viện Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Nhân loại đang sống trong thiên niên kỷ thứ ba với sự phát triển như vũ bão của Khoa học công nghệ. Cùng với nó, ngày nay với xu hướng quốc tế hóa ở nhiều lĩnh vực đã làm chuyển biến sâu sắc mọi mặt của đời sống kinh tế- xã hội, trong đó có hệ thống Ngân hàng.

Trong điều kiện cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, không còn cách nào khác, các Ngân hàng đều phải nỗ lực tìm kiếm thị trường, tung ra các sản phẩm có tính tiện ích cao, hướng tới các khách hàng tiềm năng để khẳng định vị thế của mình. Một trong những giải pháp để giữ vững thị phần thu hút đông đảo khách hàng tiếp cận và sử dụng dịch vụ ngân hàng là phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ.

Xuất phát từ thực tế trên, em đã chọn đề tài:” Giải pháp phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng đầu tư và phát triển – Chi nhánh Quảng Trị”

2. Mục đích nghiên cứu

-Nghiên cứu và hệ thống hóa các vấn đề lý luận về phát triển dịch vụ bán lẻ của một ngân hàng thương mại.

-Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Quảng Trị.

-Đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Quảng Trị.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

-Đối tượng nghiên cứu là các dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Quảng Trị.

-Phạm vi nghiên cứu:

+Về không gian: Nghiên cứu trong địa bàn hoạt động của Ngân hàng đầu tư và phát triển Quảng Trị.

+Về thời gian: Đề tài tập trung nghiên cứu kết quả hoạt động mảng dịch vụ bán lẻ của BIDV Quảng Trị trong 3 năm, từ năm 2009 đến năm 2011.

4.Phương pháp nghiên cứu

-Phương pháp nghiên cứu là duy vật biện chứng và duy vật lịch sử.

-Đồng thời sử dụng các phương pháp thống kê, phân tích, tổng hợp.

5.Bố cục của luận văn tốt nghiệp

Ngoài phần mở đầu và kết luận, nội dung luận văn tốt nghiệp gồm ba chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của Ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng phát triển dịch vụ bán lẻ tại Ngân hàng Đầu tư và phát triển Quảng Trị.

Chương 3: Phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Quảng Trị.

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Khái niệm và Vai trò Dịch vụ Ngân hàng bán lẻ

1.1.1. Khái niệm

1.1.1.1. Khái niệm Ngân hàng bán lẻ

Ngân hàng bán lẻ là việc cung ứng sản phẩm, dịch vụ ngân hàng tới từng cá nhân riêng lẻ, thông qua mạng lưới chi nhánh, hoặc là khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với sản phẩm, dịch vụ ngân hàng thông qua các phương tiện truyền thông.

1.1.1.2. Khái niệm Dịch vụ Ngân hàng bán lẻ

Dịch vụ Ngân hàng bán lẻ là việc cung ứng các Sản phẩm bao gồm các quy định, hướng dẫn cụ thể phục vụ đối với từng đối tượng khách hàng cá nhân, hộ gia đình và từng lĩnh vực kinh doanh cụ thể.

1.1.2. Đặc điểm dịch vụ ngân hàng bán lẻ

1.1.2.1. Số lượng khách hàng lớn

1.1.2.2. Giá trị mỗi dịch vụ cung ứng nhỏ

1.1.2.3. Nhu cầu của khách hàng mang tính thời điểm

1.1.2.4. Độ phức tạp cao

1.1.2.5. Tính phụ thuộc

1.1.2.6. Tính trừu tượng

1.1.2.7. Tính điều kiện

1.1.2.8. Đòi hỏi mức độ chuyên môn hoá cao

1.1.2.9. Marketing giữ vai trò ngày càng quan trọng

1.1.3. Vai trò của dịch vụ ngân hàng bán lẻ

1.1.3.1. Đối với nền kinh tế

Việc phát triển dịch vụ NHBL đẩy nhanh quá trình luân chuyển tiền, giúp cải thiện đời sống dân cư, góp phần giảm chi phí

xã hội qua việc tiết kiệm chi phí thời gian, chi phí thông tin cho cả ngân hàng và khách hàng.

1.1.3.2. Đối với ngân hàng

Đối với ngân hàng, việc phát triển dịch vụ NHBL là hết sức quan trọng và cần thiết nhằm góp phần củng cố ngân hàng lớn mạnh, nâng cao vị thế của Ngân hàng.

1.1.3.3. Đối với khách hàng

Khách hàng sẽ được phục vụ tốt hơn do hoạt động NHBL đem đến sự thuận tiện, an toàn, tiết kiệm cho khách hàng trong quá trình thanh toán và sử dụng nguồn thu nhập của mình, giúp khách hàng có nhiều cơ hội để lựa chọn sản phẩm dịch vụ.

1.1.4. Phân loại các sản phẩm dịch vụ bán lẻ của Ngân hàng

- a. Sản phẩm huy động vốn:*
- b. Sản phẩm cho vay:*
- c. Nhóm sản phẩm dịch vụ thanh toán:*
- d. Dịch vụ thẻ:*
- e. Nhóm sản phẩm bảo lãnh:*
- f. Nhóm các sản phẩm dịch vụ khác:*

1.2. Nội dung và chỉ tiêu đánh giá sự Phát triển Dịch vụ ngân hàng bán lẻ

1.2.1. Khái niệm phát triển

Phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ là sự thay đổi, tăng lên và hoàn thiện cả trong quy mô, chất lượng, số lượng các dịch vụ cung ứng đối với khách hàng nhằm đáp ứng và làm thỏa mãn một cách tối đa nhu cầu của người sử dụng sản phẩm dịch vụ.

1.2.2. Nội dung phát triển

Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ đã và đang là xu hướng chung không chỉ của nhiều ngân hàng trên thế giới mà cả các tổ chức tài chính phi ngân hàng, bởi chính lợi ích kinh tế xã hội cũng như khả năng thị trường về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán lẻ hiện nay.

1.2.2.1. Phát triển về mặt số lượng.

1.2.2.2. Phát triển về mặt chất lượng.

1.2.3. Các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển

Các chỉ tiêu phản ánh sự phát triển của dịch vụ ngân hàng bán lẻ: phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ nó bao gồm cả quy mô, chủng loại, số lượng và chất lượng. Bao gồm:

1.2.3.1. Chỉ tiêu phản ánh về quy mô dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Để đánh giá được quy mô phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ, các NHTM thường sử dụng một số chỉ tiêu như: Doanh số giao dịch thông qua dịch vụ ngân hàng bán lẻ, tốc độ tăng trưởng qua từng thời kỳ, doanh thu từ thu phí dịch vụ ngân hàng bán lẻ....

1.2.3.2. Chỉ tiêu phản ánh về chất lượng dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Dịch vụ ngân hàng bán lẻ là hoạt động kinh doanh đặc thù mang tính vô hình. Vì vậy, để đánh giá được chất lượng dịch vụ, ngoài yếu tố định tính, các NHTM thường đánh giá dựa trên lượng hóa kết quả khảo sát ý kiến khách hàng về mức độ hài lòng đối với sản phẩm dịch vụ như: Tính đa dạng của sản phẩm dịch vụ, tăng tính

tiện ích cho sản phẩm; tính an toàn, khả năng đáp ứng và thực hiện dịch vụ.

1.2.3.3. Các chỉ tiêu phản ánh mạng lưới, kênh phân phối dịch vụ ngân hàng bán lẻ

+ Sự gia tăng số lượng khách hàng và thị phần.

+ Đối tượng phục vụ của Ngân hàng bán lẻ là đại bộ phận dân chúng, vì vậy mạng lưới các kênh phân phối đóng vai trò rất quan trọng trong việc mở rộng thị trường và gia tăng doanh số của các ngân hàng.

1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển hoạt động dịch vụ bán lẻ của các Ngân hàng thương mại

1.3.1. Nhóm nhân tố khách quan

a) Môi trường kinh tế

Môi trường kinh tế có tác động rất mạnh mẽ đến nhu cầu và cách thức sử dụng sản phẩm dịch vụ ngân hàng của khách hàng. Do vậy, nó chi phối đến hoạt động của các ngân hàng về cung cấp các dịch vụ tài chính.

b) Về môi trường pháp luật:

Hoạt động kinh doanh của ngân hàng là một lĩnh vực hết sức nhạy cảm, có rất nhiều rủi ro có thể tác động lớn đến nền kinh tế. Do đó ngân hàng cũng không phải là trường hợp ngoại lệ, phải chịu sự giám sát, điều chỉnh bởi NHNN và hệ thống pháp luật có liên quan.

c) Môi trường kỹ thuật – công nghệ

Sự phát triển mạnh mẽ của kỹ thuật – công nghệ đã tác động mạnh mẽ tới nền kinh tế và xã hội. Nó ảnh hưởng đến cách thức sử

dụng dịch vụ của dân cư, tạo ra những nhu cầu mới, đòi hỏi mới về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

d) Về đối thủ cạnh tranh

Bên cạnh NHTM thì còn một loạt các tổ chức tài chính phi ngân hàng khác cũng tham gia cung cấp dịch vụ như các tổ chức bảo hiểm, công ty tài chính, tiết kiệm bưu điện...

e) Về phía khách hàng

Khách hàng là yếu tố vô cùng quan trọng quyết định đến lợi nhuận của ngân hàng. Nếu khách hàng có tư cách đạo đức tốt sẽ đảm bảo được chất lượng các dịch vụ NH cung cấp và tạo được uy tín cho ngân hàng và có thể họ sẽ trở thành những khách hàng truyền thống của ngân hàng để được hưởng sự ưu đãi của ngân hàng.

1.3.2 Nhóm nhân tố chủ quan thuộc về ngân hàng.

Đây là những nhân tố thuộc về bản thân, nội tại ngân hàng liên quan đến sự phát triển ngân hàng trên tất cả các mặt ảnh hưởng đến hoạt động dịch vụ bán lẻ, bao gồm chính sách, công tác tổ chức, trình độ lao động, cơ sở vật chất - trang thiết bị...

a) Khả năng tài chính của ngân hàng

b) Tổ chức bộ máy của ngân hàng

c) Nguồn nhân lực

d) Kênh phân phối của ngân hàng

e) Trình độ khoa học & công nghệ

1.4. Tiến trình phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ

1.4.1. Nghiên cứu thị trường và nhu cầu khách hàng

Trong điều kiện nền kinh tế - xã hội ngày càng phát triển và thay đổi nhanh chóng, thu nhập của người dân tăng cao đã làm nhu

cầu tiêu dùng tăng theo. Qua đó, các dịch vụ ngân hàng sẽ được sử dụng nhiều hơn để đáp ứng nhu cầu thanh toán, nhu cầu đầu tư, tiết kiệm.....

1.4.2. Phân đoạn, lựa chọn và định vị trên thị trường mục tiêu

Để có thể lựa chọn và phân đoạn được thị trường mục tiêu, trước hết cần phải dự báo được nhu cầu thị trường hiện tại, đánh giá tiềm năng của thị trường. Phân tích điểm mạnh, điểm yếu về cơ chế, chính sách, nội lực ngân hàng mình để đánh vào phân khúc thị trường một cách hợp lý và có hiệu quả.

1.4.3. Xác định nguồn lực và khả năng của doanh nghiệp.

Năng lực tài chính đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của một ngân hàng, giúp NH trang bị các tài sản cần thiết cho việc kinh doanh của họ trong đó có hệ thống công nghệ thông tin hiện đại và đào tạo nguồn nhân lực tinh thông về nghiệp vụ, tận tụy với công việc. Triển khai nghiên cứu thị trường, nghiên cứu sản phẩm mới, thực hiện các chiến dịch quảng cáo, khuyến mãi.... Quan trọng hơn, một ngân hàng có quy mô vốn lớn, nguồn lực tài chính mạnh mẽ và thương hiệu được khẳng định sẽ dễ dàng tạo được sự tin cậy nơi khách hàng và các đối tác trong và ngoài nước.

1.4.4. Thiết kế chính sách phát triển

Cùng với sự phát triển của đời sống kinh tế - xã hội, nhu cầu của người dân và doanh nghiệp đối với các dịch vụ ngân hàng ngày càng đa dạng và phức tạp. Vì vậy, một ngân hàng bán lẻ thành công là ngân hàng có nhiều loại sản phẩm mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng. Đa dạng hóa sản phẩm được xác định là điểm mạnh, mũi nhọn để phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ.

1.4.5. Một số chính sách hỗ trợ triển khai

Thực tế tại Việt Nam, sự liên kết giữa các liên minh thẻ Banknet, Smartline và VNBC đã đem lại sự thuận tiện rất lớn cho khách hàng và giúp việc thanh toán không dùng tiền mặt nhanh chóng trở nên phổ biến, các ngân hàng cũng gia tăng được khách hàng và thu được phí dịch vụ.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI BIDV QUẢNG TRỊ

2.1. Khái quát về Ngân hàng đầu tư và phát triển (BIDV)

Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam qua 55 năm hoạt động và trưởng thành, hiện nay BIDV là một trong những ngân hàng thương mại nhà nước lớn nhất Việt Nam, là doanh nghiệp nhà nước hạng đặc biệt, được tổ chức hoạt động theo mô hình tổng công ty nhà nước.

2.1.1. Lịch sử hình thành BIDV Quảng Trị

Chi nhánh NHĐT&PTQT được thành lập ngày 26/04/1987, là một đơn vị thành viên của NHĐT&PTVN đóng trên địa bàn tỉnh. Trải qua hơn 25 năm xây dựng và trưởng thành, từ một ngân hàng khởi đầu với nhiều khó khăn, đến nay chi nhánh đã trở thành ngân hàng lớn trong tỉnh.

Hiện nay mô hình tổ chức BIDV Quảng Trị có 98 người biên chế, trong đó 1 cán bộ trình độ thạc sĩ và 65 cán bộ trình độ đại học, còn lại là cao đẳng và trung cấp.

2.1.2. Giới thiệu sơ lược về BIDV Quảng Trị

Sơ đồ và cơ cấu bộ máy tổ chức của BIDV Quảng Trị.

* Cơ cấu bộ máy tổ chức:

* Sơ đồ bộ máy tổ chức: Gồm Ban Giám đốc, 5 khối tác nghiệp và 11 phòng ban liên quan.

2.1.3. Tình hình hoạt động của chi nhánh Quảng Trị trong những năm gần đây

2.1.3.1. Hoạt động huy động vốn.

Huy động vốn là một trong những nghiệp vụ quan trọng của quyết định đến khả năng thanh toán của ngân hàng. bởi nó quyết định quy mô tài sản có và góp phần quan trọng tạo ra lợi nhuận ngân hàng. Dưới đây là tình hình huy động vốn của BIDV Quảng Trị năm 2009-2011

Bảng 2.1. Tình hình huy động vốn 2009-2011

DVT: triệu VND

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%
I.Đi vay	272.429	31	198.412	42	72.000	6,4
1.Vay TCTD khác	7.020	3	8.915	4	5.042	7,0
2.Vay NHĐT&PTVN	265.409	97	189.497	96	66.958	93,0
II.Huy động tại chỗ	605.571	69	702.588	59	1.053.000	93,6
1.Các TCKT	309.845	51	314.185	46	554.000	52,6
2.Dân cư	295.726	49	388.403	54	499.000	47,4
III.Tổng nguồn HĐ	878.000	100	901.000	100	1.125.000	100,0

(Nguồn : Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2009-2011)

2.1.3.2. Hoạt động tín dụng

Hoạt động tín dụng của BIDV QT đã đóng góp không nhỏ vào sự phát triển kinh tế, xã hội của địa phương trên nguyên tắc kết hợp giữa chính quyền, doanh nghiệp và ngân hàng để giúp cho địa phương có khó khăn thu hút được các nhà đầu tư, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, hỗ trợ ngân sách tỉnh, đầu tư cơ sở hạ tầng, đẩy mạnh phát triển kinh tế địa phương.

Bảng 2.2: Tình hình hoạt động cho vay năm 2009-2011

DVT: triệu VNĐ.

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%
Dư nợ	835	100	907	100	1.355	100
1.Ngắn hạn	552	66,1	603	66,5	791	58,4
2.Trung,dài hạn	283	33,9	304	33,5	569	42,0

(Nguồn :Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2009-2011)

2.1.3.3. Hoạt động dịch vụ

BIDV Quảng Trị là một trong những đơn vị đầu tiên trên địa bàn triển khai mạnh mẽ và thành công các sản phẩm dịch vụ mới như thanh toán thẻ tín dụng quốc tế (VISA, Master), Homebanking, Smart@ccount, Western Union, Kiền hồi Đài loan, thu đổi đa dạng các loại ngoại tệ và được đánh giá là một trong những đơn vị dẫn đầu về dịch vụ NHBL trên địa bàn.

2.1.3.4.Kết quả kinh doanh.

Bảng 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh năm 2009-2011

ĐVT: triệu VNĐ

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%
I.Thu	56.163	100	64.925	100	81.208,41	100
1.Thu từ lãi	53.572	95,4	61.448	94,6	76.810	94,5
2.Thu phi lãi	2.591	4,6	3.477	5,4	4.398,41	5,5
II. Chi phí	41.472	100	46.954	100	54.306,67	100
1. Chi trả lãi	31.745	76,5	36.698	78,2	43.156,85	79,5
2. Chi phí phi lãi	81	0,19	98	0,2	106,82	0,2
<i>Thu nhập từ lãi</i>	21.827	-	24.750	-	25.740	-
<i>Thu dịch vụ ròng</i>	2.510	-	3.379	-	3.750,69	-
3. Chi phí hoạt động	9.646	23,31	10.158	21,6	11.043	20,3
III. Chênh lệch thu-chi	14.691	-	17.971	-	26.901,74	-

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2009-2011)

Như vậy, hoạt động kinh doanh của chi nhánh NHĐT&PT Quảng Trị năm 2011 đạt nhiều kết quả khả quan.

2.2. Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng đầu tư và phát triển – Chi nhánh Quảng Trị

2.2.1. Thực trạng công tác nghiên cứu thị trường và nhu cầu khách hàng

Xuất phát từ thực trạng tình hình thị trường trên địa bàn, BIDV nhận thấy chủ động phát triển mạnh mẽ dịch vụ ngân hàng

bán lẻ là một bước đi đúng đắn. Bởi trong giai đoạn nền kinh tế thế giới có nhiều biến động, kéo theo tình hình kinh tế trong cả nước nói chung cũng như trên địa bàn tỉnh Quảng Trị nói riêng gặp nhiều khó khăn thì việc phát triển hoạt động tín dụng hỗ trợ cho các lĩnh vực đầu tư xây dựng, khai thác khoáng sản, sản xuất, thủy điện, kinh doanh xuất nhập khẩu cần phải hết sức thận trọng và cầm chừng.

2.2.2. Thực trạng xác định thị trường mục tiêu hiện tại

Phân đoạn khách hàng là việc sắp xếp các khách hàng có những đặc điểm tương tự nhau và theo từng cấp độ nhất định vào thành từng nhóm khách hàng có những nhu cầu và yêu cầu riêng với sản phẩm, dịch vụ, kênh phân phối, hình thức tiếp thị, cách thức phục vụ, nhân viên phục vụ và giá cả, từ đó ngân hàng có chính sách khách hàng riêng, phù hợp với từng nhóm. Qua quá trình nghiên cứu và phân tích tình hình thị trường, nhu cầu khách hàng, BIDV Quảng Trị đã xây dựng được thị trường mục tiêu hiện tại.

2.2.3. Thực trạng nguồn lực và chính sách dịch vụ bán lẻ của BIDV Quảng Trị

Thực trạng về nguồn lực

Xây dựng ổn định nguồn lực Về quản trị điều hành và mô hình tổ chức, quản lý: bước đầu theo thông lệ quốc tế, chi nhánh đã thành lập P.QHKHCN/ Tổ QHKHCN chuyên trách. Cơ chế, chính sách, quy trình, quy định đang từng bước xây dựng đồng bộ, phù hợp với mục tiêu và thực tế, tăng cường kiểm soát rủi ro. Xây dựng mạng lưới kinh doanh ngân hàng bán lẻ: rộng, phân bố hợp lý, danh mục sản phẩm bán lẻ đầy đủ, hiện đại, có hàm lượng công nghệ cao, nâng cấp hệ thống công nghệ thông tin, hỗ trợ khách hàng một cách tối đa

và chuyên nghiệp trong việc sử dụng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng điện tử như Internet Banking, Home Banking, SMS Banking..., dịch vụ kiều hối, dịch vụ thanh toán tự động.....

Chính sách dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Chính sách khách hàng: BIDV Quảng Trị thiết kế chính sách khách hàng với nguyên tắc chính sách phải phù hợp với định hướng phát triển ngân hàng bán lẻ và của BIDV.

2.2.4. Tình hình triển khai chính sách phát triển

Nội dung cần nghiên cứu, tìm hiểu:

- Thông tin khách hàng: đối tượng KH chủ yếu, đặc điểm, nhu cầu của khách hàng tại địa bàn.

- Thông tin về đối tác: tìm hiểu thông tin các công ty, chi nhánh công ty tại địa bàn có thể hợp tác để phát triển hoạt động NHBL (như EVN, Viettel, các khu công nghiệp, chế xuất...).

- Thông tin về đối thủ cạnh tranh: tìm hiểu thông tin các ngân hàng bạn trên địa bàn về các chính sách, định hướng trong hoạt động NHBL (như chính sách khách hàng, biểu phí, luồng giao dịch...).

- Thông tin về sản phẩm dịch vụ tương tự của NH khác.

Phương pháp thực hiện:

Điều tra trực tiếp và tìm hiểu gián tiếp.

2.2.5. Kết quả đạt được thông qua việc triển khai các chính sách hỗ trợ tại BIDV Quảng Trị

a. Sản phẩm tiền gửi, tiết kiệm

Hoạt động huy động vốn được coi là một trong những hoạt động quan trọng của bất kỳ một ngân hàng nào. Đặc biệt, nguồn vốn

huy động từ dân cư cũng chiếm một phần không nhỏ trong tổng nguồn vốn huy động của ngân hàng.

Bảng 2.4: Tỷ trọng nguồn vốn huy động dân cư/ tổng vốn huy động tại BIDV Quảng Trị giai đoạn 2009-2011

Đơn vị: tỷ đồng

Năm	2009	2010	2011
Nguồn vốn huy động từ dân cư	366	454	554
Tổng vốn huy động	887	901	1125
Tỷ trọng	37.8%	50.3%	49.2%

(Phòng kế hoạch nguồn vốn – BIDV Quảng Trị)

b. Sản phẩm tín dụng.

Cơ cấu tín dụng bán lẻ tại BIDV Quảng Trị

BIDV Quảng Trị đã triển khai các gói sản phẩm đa dạng. Trong đó sản phẩm: cho vay hỗ trợ nhu cầu nhà ở, đất đai chiếm tỷ trọng lớn nhất trong các sản phẩm TDBL của BIDV Quảng Trị.

Bảng 2.5: Cơ cấu TDBL theo sản phẩm tại BIDV Quảng Trị

Đơn vị : triệu VNĐ

Sản phẩm cho vay	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	Dư nợ	TT (%)	Dư nợ	TT (%)	Dư nợ	TT (%)
Cho vay DNVVN	88.407	61,8	101.370	60,7	146.899	63,9
Nhu cầu nhà ở, đất đai	27.865	19,5	30.126	18,0	34.897	15,2
CBCNV	3.465	2,4	5.481	3,3	7.349	3,2
Ô tô	3.542	2,5	6.519	3,9	14.586	6,3
Du học	0	-	0	0,0	0	0,0

Thấu chi TKTG	1.785	1,2	1.937	1,2	3.206	1,4
CBCNV mua cổ phiếu	1.842	1,3	2.130	1,3	2.923	1,3
Người lao động đi NN	17	0,0	20	0,0	30	0,0
Hộ kinh doanh	14.738	10,3	17.853	10,7	18.364	8,0
Cầm cố CK, ứng trước,repo	0	-	0	0,0	0	0,0
Cầm cố, chiết khấu GTCG	1.105	0,8	1.275	0,8	1.359	0,6
Cho vay khác	234	0,2	289	0,2	387	0,2
Tổng	143.000	100	167.000	100	230.000	100

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh của BIDV Quảng Trị)

c. Dịch vụ thanh toán

Các dịch vụ thanh toán chính mà chi nhánh cung cấp cho khách hàng bao gồm:

- ❖ Về hoạt động thanh toán trong nước:
- ❖ Hoạt động thanh toán quốc tế.
- ❖ Thanh toán lương tự động.
- ❖ Thanh toán hóa đơn.

d. Dịch vụ Thẻ

Nhận thức được nhiệm vụ của Chi nhánh trong việc triển khai các dịch vụ NHBL, Chi nhánh Quảng Trị đã không ngừng đẩy mạnh công tác phát hành thẻ ATM dưới các hình thức khác nhau. Kết quả là:

Bảng 2.6: Số lượng thẻ ATM đã phát hành của BIDV Quảng Trị giai đoạn 2009 - 2011

Chỉ tiêu	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
1. Số lượng thẻ phát hành trong năm	5.600	5.000	10.000
2. Số lượng thẻ đã phát hành	20.000	25.000	35.000
3. Thu phí phát hành thẻ	65	98	135

(Phòng kế hoạch nguồn vốn – BIDV Quảng Trị)

e. Dịch vụ bảo lãnh

f. Dịch vụ Ngân hàng bán lẻ khác

❖ *Kiểm hối Đài Loan, Hàn Quốc, Nhật Bản....*

❖ *Sản phẩm Ngân hàng điện tử:*

a. BSMS

b. InternetBanking- DirectBanking

c. Dịch vụ ví điện tử VN Mart

d. Nộp tiền VN Pay.

e. Dịch vụ thanh toán vé máy bay Jetstar, Air MeKong,

Vietjet air.....

g. Dịch vụ Ngân quỹ.

h. Dịch vụ bảo hiểm.

2.3. Đánh giá hoạt động dịch vụ bán lẻ tại BIDV Quảng Trị

2.3.1. Những mặt đạt được.

Nhìn chung hoạt động NHBL những năm vừa qua đã thu được nhiều thành tựu đáng kể với quy mô hoạt động bán lẻ ngày càng tăng, các sản phẩm cung ứng ra thị trường ngày càng đa dạng đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Thu phí dịch vụ của chi nhánh từ 7,3 tỷ năm 2009 đã tăng lên 8,6 tỷ đồng năm 2010, đạt

12,215 tỷ năm 2011. Với kết quả như vậy, trong 3 năm qua, chi nhánh Quảng Trị dần biết đến là đơn vị có tính đa dạng trong hoạt động dịch vụ bán lẻ, chất lượng và tốc độ tăng trưởng cao - năm sau cao gấp đôi năm trước, được BIDV đánh giá là một trong những đơn vị mạnh về dịch vụ của hệ thống, có tỷ trọng thu phí tín dụng cao (chiếm > 60% tổng thu nhập).

2.3.2. Những mặt hạn chế

Hoạt động kinh doanh bán lẻ đã bước đầu được quan tâm, tuy nhiên còn bộc lộ nhiều hạn chế cần tiếp tục nỗ lực khắc phục, hoàn thiện để đưa hoạt động này trở thành hoạt động chủ chốt của chi nhánh. Danh mục sản phẩm tín dụng bán lẻ so với các Ngân hàng cổ phần hiện nay còn khá nghèo nàn. Mạng lưới kênh phân phối còn mỏng. Phương thức giao dịch và cung cấp các dịch vụ chưa đa dạng. Ứng dụng CNTT trong hoạt động ngân hàng còn hạn chế. Hoạt động marketing còn yếu. Công tác tuyên truyền chưa thực sự rầm rộ trên địa bàn, người dân đã quá quen với hình ảnh là Ngân hàng chuyên cho vay doanh nghiệp. Các chỉ đạo cụ thể về hoạt động bán lẻ chưa đồng bộ. Tổ chức về con người, mô hình, cơ chế, chính sách, sản phẩm chưa chuyên nghiệp, chưa đáp ứng được đòi hỏi của ban lãnh đạo cũng như yêu cầu của một NHBL hiện đại.

2.3.3. Nguyên nhân

a) Nguyên nhân khách quan

Môi trường kinh tế - xã hội:

Sự ổn định và phát triển của nền kinh tế là điều kiện tiên quyết và quan trọng nhất trong hoạt động của các ngân hàng. Môi trường kinh tế-xã hội trên địa bàn trong những năm qua ổn định,

thuận lợi cho hoạt động của ngân hàng. Tuy nhiên có một số yếu tố biến động tác động tới tâm lý khách hàng ảnh hưởng trực tiếp tới hoạt động của ngân hàng như chỉ số giá tiêu dùng có xu hướng tăng đặc biệt trong năm 2010, 2011 đã ảnh hưởng tới tâm lý khách hàng gửi tiền.

Môi trường pháp lý

Môi trường pháp lý về hoạt động ngân hàng chưa thực sự phù hợp với tình hình thực tế. Các văn bản pháp quy về hoạt động ngân hàng chủ yếu được xây dựng trên cơ sở các giao dịch thủ công với nhiều loại giấy tờ và quy trình xử lý nghiệp vụ phức tạp.

Công nghệ ngân hàng

Nền tảng công nghệ và khả năng ứng dụng công nghệ còn hạn chế. Tuy đã bắt đầu đưa những công nghệ mới vào hoạt động, đã áp dụng những trang thiết bị hiện đại nhưng khả năng ứng dụng công nghệ còn hạn chế, hệ thống ứng dụng tự phát mang tính tạm thời nên còn tiềm ẩn nhiều rủi ro.

b) Nguyên nhân chủ quan

- Chi nhánh chưa thực hiện phân đoạn khách hàng.
- Chi nhánh chưa có đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp về nghiệp vụ NHBL.
- Trong quá trình xử lý nghiệp vụ hàng ngày thường ưu tiên giải quyết cho các khách hàng thường xuyên, khách hàng doanh nghiệp.
- Mạng lưới kênh cung ứng dịch vụ còn quá mỏng .
- BIDV Quảng Trị chưa có một chiến lược dẫn đường cho phát triển kinh doanh bán lẻ.

- Một nguyên nhân cũng không kém phần quan trọng là mặc dù các ngân hàng đều có dịch vụ bán lẻ nhưng lại chưa có sự liên kết với nhau do đó khi thực hiện các dịch vụ phải mất rất nhiều thời gian để thực hiện dịch vụ, đặc biệt là sản phẩm thẻ và dịch vụ chuyển tiền kiều hối, gây thiệt hại cho khách hàng.

CHƯƠNG 3

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN QUẢNG TRỊ

3.1 Các căn cứ phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại địa bàn tỉnh Quảng Trị

3.1.1 Đặc điểm tình hình kinh tế- xã hội tỉnh Quảng Trị

Năm 2011, KT-XH Quảng Trị cũng gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng từ các chính sách chung trong điều hành kinh tế vĩ mô: kiểm chế lạm phát, thắt chặt đầu tư công. Tuy vậy, kinh tế của tỉnh vẫn có bước phát triển đáng ghi nhận: Giá trị tổng sản phẩm trong tỉnh năm 2011 theo giá cố định 1994 thực hiện 3.304 tỷ đồng. Tốc độ tăng trưởng nền kinh tế là 9,6% so với năm 2010 (mục tiêu 11 – 12%), trong đó: khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 2,9%; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 14,6; khu vực dịch vụ tăng 9,1% .

3.1.2 Định hướng phát triển hoạt động dịch vụ bán lẻ của Chi nhánh BIDV Quảng Trị trong năm tới

3.1.2.1 Xu hướng phát triển hoạt động dịch vụ bán lẻ trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế

Trong những năm gần đây, dưới áp lực cạnh tranh về cung cấp dịch vụ ngân hàng và sự phát triển nhanh chóng của công nghệ

thông tin, các NHTM Việt Nam đã bắt đầu quan tâm đẩy mạnh hiện đại hóa, ứng dụng những tiến bộ của khoa học công nghệ vào khai thác thị trường bán lẻ.

3.1.2.2 Định hướng và mục tiêu chiến lược phát triển hoạt động dịch vụ ngân hàng bán lẻ của BIDV Quảng Trị trong năm tới

Trước hết, phát triển dịch vụ NHBL cần phải được tiến hành trên quan điểm bền vững, hài hoà và đồng bộ. Phát triển dịch vụ NHBL cần phải thực hiện từng bước vững chắc, trên cơ sở giữ vững thị trường đã có, phát triển và mở rộng thị trường mới, thị trường tiềm năng trong tương lai.

3.2. Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại chi nhánh.

3.2.1. Đẩy mạnh công tác nghiên cứu nhu cầu thị trường và xác định nhu cầu khách hàng

Với nguyên tắc cơ bản là khách hàng đóng góp thu nhập cho ngân hàng càng nhiều thì sẽ được ưu đãi về mặt tài chính và ưu tiên khi thực hiện các giao dịch với ngân hàng. Chiến lược kinh doanh NHBL sẽ được nghiên cứu và phân tích cụ thể hóa đến từng đối tượng khách hàng. Có thể phân loại khách hàng cá nhân thành ba nhóm sau:

- Khách hàng hạng sang.
- Khách hàng trung lưu.
- Khách hàng bình thường.

3.2.2. Xác định thị trường mục tiêu và định vị trên thị trường mục tiêu

Giữ vững và tiếp tục phát triển đội ngũ các khách hàng cá nhân ở trung tâm thị xã, thành phố bằng cách đưa ra các sản phẩm

bán lẻ dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại đã đạt được trong thời gian qua. Không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ đồng thời tiếp tục đầu tư cho công nghệ để đáp ứng nhu cầu thị trường cũng như tăng khả năng cạnh tranh với các ngân hàng khác, nhất là các ngân hàng nước ngoài trong bối cảnh thách thức của tiến trình hội nhập đang đến gần.

Ngoài các sản phẩm truyền thống, BIDV cần phải chú trọng mở thêm một số dịch vụ mới để tăng cường phục vụ khách hàng, gia tăng thị phần. Để làm được điều này, Ngân hàng cần phải liên kết với Bảo hiểm, với Bưu điện để bán chéo sản phẩm, từ đó tăng khả năng tiếp cận với nhiều đối tượng khách hàng.

3.2.3. Giải pháp về nguồn lực và chính sách dịch vụ ngân hàng bán lẻ

3.2.3.1 Giải pháp về nguồn lực cho phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Nguồn nhân lực cho hoạt động bán lẻ cần được phát triển theo hai hướng:

- + Những cán bộ quản lý .
- + Cán bộ giao dịch trực tiếp với khách hàng .

Thực hiện chuyên môn hóa và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ ngân hàng bán lẻ, cả về trình độ nghiệp vụ, tác phong giao dịch và nhận thức về tầm quan trọng của dịch vụ ngân hàng bán lẻ.

3.2.3.2 Giải pháp về chính sách để phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ

- *Giải pháp về quảng cáo và tiếp thị sản phẩm.*

- Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ để phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ.

3.2.4. Giải pháp thiết kế chính sách phát triển

3.2.4.1. Phát triển về loại hình dịch vụ ngân hàng bán lẻ

3.2.4.2. Phát triển chính sách giá sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán lẻ.

3.2.4.3. Phát triển địa bàn dịch vụ ngân hàng bán lẻ.

3.3. Một số giải pháp, chính sách cần thực hiện để phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ tại BIDV Quảng Trị.

3.3.1. Thiết kế, xây dựng danh mục sản phẩm dịch vụ bán lẻ phù hợp với đặc thù kinh doanh của chi nhánh tại địa bàn.

3.3.2. Xây dựng, phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Xây dựng và phát triển nguồn nhân lực cho công tác bán lẻ chuyên nghiệp, có chất lượng cao (nhận thức tầm nhìn, trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, tác phong giao dịch), ổn định, am hiểu thông suốt các sản phẩm dịch vụ bán lẻ của Chi nhánh, có kỹ năng giao tiếp, thuyết phục khách hàng tốt nhằm đảm bảo hiệu quả của hoạt động ngân hàng bán lẻ, tối đa hóa giá trị nguồn nhân lực và duy trì lợi thế cạnh tranh của ngân hàng.

3.3.3. Cải tiến quy trình tác nghiệp và xây dựng mô hình bán lẻ hiện đại nhằm phục vụ khách hàng một cách nhanh chóng, chuyên nghiệp và chất lượng

Giảm thiểu những tác nghiệp không cần thiết, có thể nhóm gộp các sản phẩm tương đồng cho vào chung một quy trình tác nghiệp.

3.3.4. Về mở rộng mạng lưới

3.3.5. Xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng

KẾT LUẬN

Ngân hàng Đầu tư và Phát triển chi nhánh Quảng Trị đã triển khai hoạt động tín dụng bán lẻ là hoàn toàn hợp lý và phù hợp với xu thế phát triển của các ngân hàng thương mại và của nền kinh tế. Hoạt động này đã mang lại nhiều lợi ích cho người tiêu dùng, cho Ngân hàng và toàn xã hội. Tuy nhiên bên cạnh thành công đã đạt được, hoạt động này đã gặp phải một số khó khăn cần phải khắc phục. Do đó, với một lĩnh vực khá mới mẻ như thế này các ngân hàng thương mại trong đó có BIDV Quảng Trị cần thiết phải quan tâm và chú trọng nhiều hơn nữa.

Ngày nay, với sự gia nhập của hàng loạt các ngân hàng quốc tế tại Việt Nam thì thị trường TDTD hứa hẹn sẽ có nhiều sự cạnh tranh mạnh mẽ để mở rộng và phát triển hơn nữa. Vậy nên đòi hỏi Ngân hàng BIDV Quảng Trị cần có chiến lược đúng đắn, sách lược hợp lý đối với TDTD nhằm mở rộng thúc đẩy hoạt động này phát triển.

Qua luận văn này, tác giả hy vọng những giải pháp đưa ra sẽ được áp dụng tại Ngân hàng đầu tư và phát triển – Chi nhánh Quảng Trị trong thời gian tới, đồng thời có thể được lấy làm tài liệu tham khảo cho các ngân hàng thương mại khác trong việc lựa chọn chiến lược phù hợp cho việc phát triển, mở rộng hoạt động phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ. Góp phần tạo bước chuyển biến mạnh mẽ trong việc gia tăng doanh số, thị phần, lợi nhuận và vị thế của Ngân hàng trên thị trường. Đó là mục tiêu mà bất cứ ngân hàng nào cũng muốn đạt được.