

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

VŨ LÊ NA

**PHÁT TRIỂN CÁC DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG
ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI
NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN
CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

Chuyên ngành: Tài chính-Ngân hàng
Mã số:60.34.20

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng - Năm 2014

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 Lâm Chí Dũng

Phản biện 2: GS.TS Dương Thị Bình Minh

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 28 tháng 09 năm 2014.

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

Ngày nay, dịch vụ phi tín dụng ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong hoạt động của các ngân hàng trên thế giới. Trong điều kiện nền kinh tế mở, tự do hóa thương mại và tự do hóa tài chính, nhu cầu về các dịch vụ phi tín dụng sẽ ngày càng gia tăng, mang lại nguồn doanh thu cao, chắc chắn và ít rủi ro hơn hoạt động tín dụng.

Các ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam cũng không đứng ngoài xu hướng đó. Trong điều kiện hiện nay khi mà môi trường cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng gay gắt trên nhiều phương tiện thì việc chú trọng phát triển bài bản các dịch vụ phi tín dụng của mình nhằm đa dạng hóa được các dịch vụ, giữ vững thị phần và đạt kết quả cao trong hoạt động kinh doanh là vấn đề cần thiết đối với các NHTM Việt Nam.

Nằm trong xu thế trên, trong những năm gần đây, ngân hàng Đầu tư và phát triển Chi nhánh Đà Nẵng (BIDV Đà Nẵng) dần chú trọng phát triển dịch vụ phi tín dụng. Tuy nhiên, việc phát triển dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp còn mang tính thụ động, chưa khai thác được những sản phẩm mới, chất lượng dịch vụ còn chưa thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Chính vì vậy, tôi chọn đề tài: “Phát triển các dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Đầu tư và phát triển Chi nhánh Đà Nẵng” làm đề tài luận văn tốt nghiệp cao học.

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

- Tổng hợp lý luận về dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng thương mại đối với khách hàng doanh nghiệp.
- Phân tích thực trạng phát triển các dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp BIDV CN Đà Nẵng.

- Đề xuất các giải pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp tại BIDV CN Đà Nẵng .

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

a. Đối tượng nghiên cứu

Các vấn đề lý luận và thực tiễn phát triển dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp tại BIDV Đà Nẵng

b. Phạm vi nghiên cứu

Đề tài tập trung nghiên cứu phát triển các dịch vụ phi tín dụng hiện có đối với khách hàng doanh nghiệp tại BIDV CN Đà Nẵng. Các phân tích, đánh giá và kết luận liên quan được đưa ra trên cơ sở đánh giá số liệu trong thời gian từ năm 2011 đến 2013.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp chung (lý luận): phương pháp biện chứng logic, phương pháp phân tích thống kê và tổng hợp phân tích...

- Phương pháp cụ thể: phương pháp nghiên cứu tài liệu, điều tra bảng câu hỏi...

- Phân tích các nguồn tài liệu như: các báo cáo trong ngành ngân hàng, báo cáo tài chính của BIDV Đà Nẵng, các tài liệu nội bộ khác, các nguồn sách báo, tạp chí.

5. Bố cục đề tài

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Danh mục tài liệu tham khảo, Phụ lục, Luận văn được chia thành 3 chương:

Chương 1: Tổng quan về việc phát triển DVPTD tại NHTM trong nền kinh tế thị trường

Chương 2: Thực trạng phát triển các DVPTD đối với KHDN tại BIDV Đà Nẵng

Chương 3: Giải pháp phát triển các DVPTD tại BIDV Đà Nẵng

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. KHÁI QUÁT VỀ DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP

1.1.1. Khái niệm

Dịch vụ phi tín dụng (DVPTD) đối với khách hàng doanh nghiệp là các dịch vụ mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng doanh nghiệp và mang lại nguồn thu cho ngân hàng ngoài nguồn thu từ dịch vụ tín dụng thể hiện qua các tài khoản phí như dịch vụ tài khoản thanh toán, dịch vụ ngân quỹ, dịch vụ bảo lãnh thu phí, dịch vụ tư vấn, dịch vụ ủy thác, dịch vụ kinh doanh ngoại tệ...

1.1.2. Đặc điểm

DVPTD đối với khách hàng doanh nghiệp thỏa mãn các đặc điểm sau:

- Không làm phát sinh các nghiệp vụ liên quan đến việc cấp và thu hồi tín dụng.

- Là dịch vụ phi tín dụng được khách hàng doanh nghiệp trực tiếp sử dụng.

- Thúc đẩy sự phát triển dịch vụ khác hoặc tăng cạnh tranh thông qua việc thu phí, chênh lệch giá, hoa hồng...

- Các dịch vụ phi tín dụng của các NHTM có tính hỗ trợ cao và liên kết chặt chẽ với nhau.

- Phụ thuộc vào môi trường kinh doanh và công nghệ.

1.1.3. Các dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp của NHTM hiện đại

a. Các dịch vụ phi tín dụng truyền thống

- * Dịch vụ thanh toán
- + Dịch vụ thanh toán trong nước
- + Dịch vụ thanh toán quốc tế
 - * Dịch vụ ngân quỹ
 - * Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ
 - * Các dịch vụ phi tín dụng truyền thống khác như: dịch vụ ủy thác, dịch vụ bảo quản vật có giá.

b. Dịch vụ phi tín dụng hiện đại

- * Dịch vụ ngân hàng điện tử
- * Dịch vụ tư vấn tài chính
- * Dịch vụ môi giới và đầu tư chứng khoán
- * Dịch vụ bảo hiểm
- * Dịch vụ bảo lãnh
- * Dịch vụ quản lý tiền mặt

1.1.4. Rủi ro trong hoạt động dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp

Đối với lĩnh vực DVPTD đối với KHDN thì bản thân nó đã loại trừ được các rủi ro như rủi ro tín dụng, rủi ro thị trường, rủi ro thanh khoản. Rủi ro hoạt động là nội dung được ghi nhận chiếm phần lớn trong tổng thể đối với DVPTD.

1.2. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP

1.2.1 Khái niệm

Phát triển dịch vụ phi tín dụng dành cho KHDN được hiểu là việc không ngừng mở rộng cả về quy mô và gia tăng chất lượng các sản phẩm này, nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng để tăng lợi nhuận từ việc cung cấp các sản phẩm này. Sự phát triển được phân tích trên 2 khuynh hướng:

- *Khuynh hướng thứ nhất*: Phát triển dịch vụ phi tín dụng là sự gia tăng quy mô số lượng các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng dành cho KHDN.

- *Khuynh hướng thứ hai*: Phát triển dịch vụ phi tín dụng có nghĩa là phát triển theo chiều sâu đồng nghĩa với việc nâng cao chất lượng dịch vụ.

1.2.2. Sự cần thiết phải phát triển dịch vụ phi tín dụng đối với KHDN

a. Đối với ngân hàng:

- Đem lại lợi nhuận cao cho các ngân hàng do chi phí thấp
- Không đòi hỏi các ngân hàng sử dụng nhiều nguồn vốn
- Hạn chế rủi ro vì tương đối an toàn và rủi ro thấp
- Giúp các ngân hàng quan tâm việc tuyển chọn và đào tạo lại cán bộ
- Quảng bá thương hiệu và khảo sát nhu cầu thị trường
- Phù hợp với xu thế phát triển của ngành ngân hàng
- Đẩy mạnh sự hợp tác cùng phát triển của các ngân hàng

b. Đối với nền kinh tế

- Đáp ứng nhu cầu về các dịch vụ ngân hàng đang ngày một tăng cao

- Yêu cầu hiện đại hóa hoạt động ngân hàng đáp ứng yêu cầu xây dựng, phát triển nền kinh tế hiện đại

1.2.3. Các tiêu chí phản ánh sự phát triển dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp

Kết quả của việc nâng cao doanh thu từ các sản phẩm ngoài tín dụng được đánh giá thông qua các chỉ tiêu định lượng và định tính.

Về định tính, đó chính là việc các NH không ngừng đưa ra các sản phẩm dịch vụ tiện ích nhằm thỏa mãn nhu cầu của KH.

Về định lượng, đó chính là việc tăng trưởng tốc độ doanh thu, lợi nhuận từ các sản phẩm này.

a. Chỉ tiêu định tính

Đây là chỉ tiêu phản ánh sự phát triển các sản phẩm dịch vụ theo chiều sâu. Chỉ tiêu này được xác định thông qua những cải tiến về chất lượng dịch vụ của NH.

Theo Parasuraman (1991) chất lượng DVNH thể hiện ở 5 yếu tố:

- + Phương tiện hữu hình
- + Tin cậy
- + Đáp ứng
- + Năng lực phục vụ
- + Cảm thông

b. Chỉ tiêu định lượng

- Tính đa dạng của sản phẩm dịch vụ phi tín dụng đối với KHDN của NHTM

Số lượng sản phẩm dịch vụ phi tín dụng càng nhiều thì năng lực cạnh tranh càng cao hay nói cách khác có thể đánh giá khả năng phát triển sản phẩm dịch vụ phi tín dụng của một NHTM qua số lượng danh mục sản phẩm dịch vụ phi tín dụng hoặc chủng loại trong mỗi danh mục sản phẩm dịch vụ phi tín dụng mà NHTM đó cung cấp.

- Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ

Sự gia tăng về số lượng KHDN sử dụng sản phẩm dịch vụ phi tín dụng. Điều này chứng tỏ dịch vụ đó đã đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, thích ứng được với thị trường và làm tăng doanh thu từ sản phẩm này.

- Doanh thu dịch vụ phi tín dụng của KHDN

Chỉ tiêu so sánh tốc độ phát triển doanh thu từ các sản phẩm phi tín dụng đối với KHDN năm nay so với năm trước.

$$\text{Tốc độ tăng DT DVPTD KHDN} = \frac{\text{DT DVPTD KHDN kỳ này} - \text{DT DVPTD KHDN kỳ trước}}{\text{DT DVPTD KHDN kỳ trước}}$$

Chỉ tiêu đánh giá tỷ trọng DT từ sản phẩm phi tín dụng của từng loại trên tổng DT sản phẩm phi tín dụng qua các năm

$$\text{Tỷ trọng DT 1 DVPTD KHDN} = \frac{\text{DT DVPTD KHDN đó}}{\text{Tổng DTDVPTD KHDN}}$$

Tỷ trọng thu dịch vụ phi tín dụng trong tổng thu nhập của một ngân hàng thương mại

$$\text{Tỷ trọng DTDVPTD KHDN} = \frac{\text{DT DVPTD KHDN}}{\text{Tổng thu nhập của NH}}$$

- *Quy mô và thị phần dịch vụ phi tín dụng của NHTM*

Phản ánh sự xâm nhập của dịch vụ phi tín dụng của KHDN tại ngân hàng thương mại trên thị trường. Quy mô và thị phần càng lớn thể hiện sự phát triển dịch vụ phi tín dụng của KHDN càng cao và ngược lại.

1.2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc phát triển dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp của NHTM

a. Các nhân tố khách quan

- * Nhu cầu của khách hàng
- * Sự gia tăng cạnh tranh và hợp tác
- * Sự quản lý của Chính phủ và sự điều tiết của Ngân hàng nhà nước

b. Những nhân tố chủ quan

- * Chiến lược kinh doanh của mỗi ngân hàng trong từng thời kỳ
- * Tiềm lực về tài chính và cơ sở vật chất kỹ thuật công nghệ
- * Nguồn nhân lực
- * Kênh phân phối
- * Chính sách khách hàng
- * Giá (hay phí) sản phẩm dịch vụ phi tín dụng

CHƯƠNG 2
THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CÁC DỊCH VỤ
PHI TÍN DỤNG ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP
TẠI BIDV CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

2.1. GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ BIDV ĐÀ NẴNG

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

Ngày 15/11/1976 Ngân hàng Kiến thiết Quảng Nam – Đà Nẵng được thành lập. Qua nhiều lần đổi tên từ Ngân hàng Kiến thiết Quảng Nam – Đà Nẵng thành Ngân hàng Đầu tư và Xây dựng Quảng Nam – Đà Nẵng và , Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Quảng Nam – Đà Nẵng, ngày 01/01/1997 thì mang tên Ngân hàng Đầu tư và Phát triển TP Đà Nẵng. Ngày 01/05/2012 chuyển đổi mô hình hoạt động sang NHTM cổ phần.

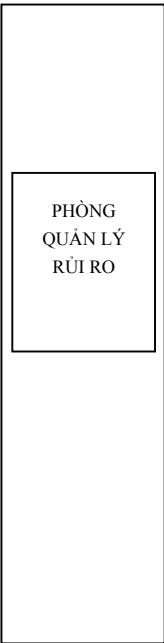
2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ và cơ cấu tổ chức

Mạng lưới hoạt động và cơ cấu tổ chức của BIDV Đà Nẵng được thể hiện qua sơ đồ sau:

GIÁM ĐỐC

CÁC PHÓ GIÁM ĐỐC

CÁC HỘI ĐỒNG TƯ



2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Đà Nẵng năm 2011-2013

a. Kết quả hoạt động trên từng mặt nghiệp vụ

* Hoạt động huy động vốn

Về quy mô có sự tăng trưởng khá giai đoạn 2011-2013. Số dư huy động vốn cuối kỳ trong năm 2012 so với năm 2011 tăng 234 tỷ đồng, và năm 2013 so với năm 2012 là 366 tỷ đồng, tương đương với tốc độ phát triển là 8,41% và 12,14%.

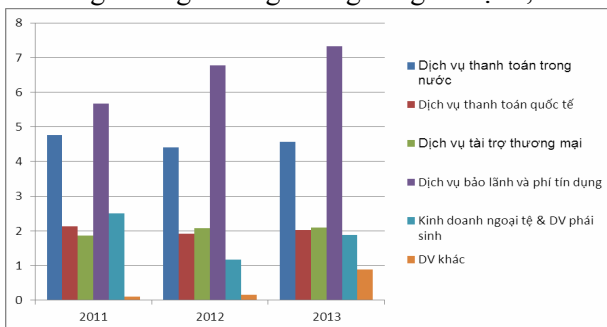
Về cơ cấu nguồn vốn huy động, huy động vốn khách hàng bán lẻ chiếm tỷ trọng thường xuyên trên 50% trong tổng huy động vốn của chi nhánh.

b. Hoạt động tín dụng

Do thực hiện các chính sách hạn chế tăng trưởng nóng, đảm bảo an toàn tín dụng, tổng dư nợ tín dụng năm 2013 giảm 5.76% so với năm 2012, giảm 1.71% so với năm 2011. Tỷ trọng cho vay cho đối tượng doanh nghiệp luôn chiếm tỷ trọng khá cao tại chi nhánh.

c. Hoạt động dịch vụ

Tổng mức thu dịch vụ năm 2013 đạt 20,6 tỷ đồng, trong đó dịch vụ thanh toán trong nước, dịch vụ bảo lãnh và phí tín dụng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng phí dịch vụ. So với các năm trước thu dịch vụ năm 2013 có tăng trưởng nhưng không đáng kể đạt 0,49%.



b. Kết quả hoạt động

Huy động vốn, dịch vụ trong 3 năm có sự tăng trưởng, tuy nhiên hoạt động tín dụng năm 2013 lại có sự sụt giảm nhẹ về quy mô, nhưng về mặt chất lượng vẫn được duy trì ở mức lý tưởng, nợ xấu duy trì dưới 1%. Điều này làm ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của Chi nhánh 2013, mức lợi nhuận năm 2013 (100,55 tỷ đồng) có sự giảm nhẹ so với năm 2012 (102,59 tỷ đồng). Kết quả này là do khó khăn chung của nền kinh tế cũng như sự cạnh tranh gay gắt trong ngành NH.

2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI BIDV ĐÀ NẴNG

2.2.1. Các biện pháp BIDV Đà Nẵng đã triển khai để phát triển dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp trong thời gian qua

a. Phát triển dịch vụ mới

Với đặc thù là chi nhánh hoạt động phụ thuộc hoàn toàn vào HSC từ công nghệ, quy trình...nên thời gian qua chi nhánh không nghiên cứu phát triển các sản phẩm mới, tất cả đều do HSC phát triển và chi nhánh thực hiện triển khai.

b. Thực hiện triển khai sản phẩm

- Phòng nguồn vốn: cài đặt tham số sản phẩm, mức phí.
- Bộ phận Điện toán: tiếp nhận công nghệ và cài đặt chương trình..
- Phòng khách hàng doanh nghiệp: đầu mối giới thiệu sản phẩm, quảng bá và bán sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng tổ chức.
- Phòng giao dịch khách hàng doanh nghiệp: thực hiện tác nghiệp sản phẩm trực tiếp với khách hàng.

c. Mở rộng quy mô dịch vụ

BIDV Đà Nẵng đã thực hiện một số biện pháp sau:

- Ban lãnh đạo giao kế hoạch về các chỉ số kinh doanh đến phòng ban có liên quan. Từng phòng sẽ phân giao cụ thể đến từng nhân viên và định kỳ hằng quý đánh giá kết quả thực hiện.

- Đa dạng các kênh phân phối, bao gồm: kênh phân phối “hữu hình” (là các chi nhánh, quầy giao dịch, quỹ tiết kiệm có mặt ở khắp 64 tỉnh thành) và các kênh phân phối “vô hình” (mạng lưới Ngân hàng điện tử)

- Đa dạng các hình thức quảng bá sản phẩm đến các khách hàng tiềm năng, chú trọng công tác truyền thông nội như: thi tìm hiểu sản phẩm, thi tìm hiểu trực tuyến qua mạng nội bộ... nhằm nâng cao trình độ cho nhân viên.

- Phát triển các sản phẩm liên kết với doanh nghiệp.

d. Nâng cao chất lượng dịch vụ

- Tăng cường công tác đào tạo nhân sự:

- Nâng cao chất lượng phục vụ của giao dịch viên

- Chính sách chăm sóc khách hàng:

2.2.2. Phân tích kết quả phát triển dịch vụ phi tín dụng đối với KHDN năm 2011-2013

a. Đánh giá về mặt định lượng

** Tính đa dạng của sản phẩm dịch vụ phi tín dụng đối với KHDN của NHTM*

BIDV Đà Nẵng bên cạnh việc tích cực đẩy mạnh các sản phẩm hiệu quả như bảo lãnh truyền thống, thanh toán lương tự động, đầu tư tiền gửi tự động, chi nhánh còn tăng cường triển khai các sản phẩm DVPTD mới chứa đựng hàm lượng công nghệ cao cho KHDN như dịch vụ Bussines Online, quản lý dòng tiền, thu thuế XNK điện tử, thu

NSNN qua tài khoản chuyên thu/chuyển đi liên hàng... Vì thế mà danh mục sản phẩm DVPTD cho KHDN tại BIDV Đà Nẵng tương đối phong phú, đa dạng nhiều sản phẩm phù hợp đáp ứng nhu cầu của đối tượng KHDN và có nhiều tiện ích.

Bảng 2.4: Danh mục sản phẩm DVPTD đối với KHDN tại BIDV Đà Nẵng

STT	Danh mục sản phẩm	STT	Danh mục sản phẩm
I	Tiền gửi	III	Dịch vụ NH điện tử
	Thanh toán trong nước + Tiền gửi đặc thù + Tiền gửi có kỳ hạn thông thường + Tiền gửi có kỳ hạn thông thường		+ BSMS + Directbanking + Bussines Online + Dịch vụ thẻ + Quản lý dòng tiền
II	Thanh toán	IV	Dịch vụ khác
	+ Thanh toán trong nước + Thanh toán quốc tế - Bảo lãnh - Nhờ thu - TT L/C - Chuyển tiền quốc tế		+ Kinh doanh ngoại tệ + Dịch vụ ngân quỹ + Dịch vụ ngân hàng bảo hiểm + Thu ngân sách nhà nước + Dịch vụ thu chi hộ

*** Doanh thu từ dịch vụ phi tín dụng của KHDN**

► **Dịch vụ thanh toán** : là dịch vụ mang lại nguồn thu phí lớn và chiếm tỷ trọng cao trong tổng doanh thu từ DVPTD của ngân hàng. Tuy nhiên, trong giai đoạn 2011-2013 tỷ trọng thu dịch vụ thanh toán có xu hướng giảm nhẹ.

Đối với dịch vụ thanh toán trong nước: tỷ trọng thu dịch vụ thanh toán trong nước trong tổng nguồn thu DVPTD của KHDN có xu

hướng giảm nhẹ từ 27,95% năm 2011, xuống còn 26,74% năm 2012 và đến năm 2013 còn 24,32%. Mặc dù doanh số chuyển tiền qua các kênh thanh toán tăng đều qua các năm.

Đối với dịch vụ thanh toán quốc tế: trong 2 năm 2011-2012 có sự giảm sút về doanh số. Năm 2011 đạt 1.346.405 triệu đồng, đến năm 2012 chỉ đạt 1.259.775 triệu đồng. Nhưng sang năm 2013, doanh số TTQT của chi nhánh lại tăng mạnh đạt 1.313.278 triệu đồng, tăng tương đương với 7,5%. Sự gia tăng này là do doanh số thanh toán xuất khẩu năm 2013 tăng mạnh, trong khi đó doanh số thanh toán nhập khẩu cũng tăng nhưng với lượng vừa phải.

► **Dịch vụ ngân hàng điện tử**

Thời gian qua sản phẩm này đã phát triển mạnh tại BIDV Đà Nẵng. Năm 2012 và 2013 số lượng KHDN sử dụng dịch vụ tăng mạnh, kéo theo doanh số chuyển tiền và thu nhập từ phí sử dụng dịch vụ cũng tăng tương ứng đặc biệt là trong năm 2013 so với năm 2012 tăng 72,8% .

► **Kinh doanh ngoại tệ & DV phái sinh**

Trong những năm gần đây hoạt động này đã có những bước tiến vượt bậc. Lợi nhuận và tỷ trọng thu dịch vụ hoạt động kinh doanh ngoại tệ trên tổng thu dịch vụ lần lượt là năm 2011 1.170,80 triệu đồng và 7,7%, năm 2012 999,51 triệu VND và 4,2% và năm 2013 1.190,00 triệu VND và 7,3%.

► **Dịch vụ ngân quỹ**

Hoạt động ngân quỹ của Chi nhánh Đà Nẵng cũng có quy mô và vai trò tương đối lớn với doanh số thu chi năm 2013 đạt 17.243 tỷ đồng, 1.333,7 triệu USD và 76,1 triệu EUR và bình quân hàng ngày đạt 167 tỷ đồng quy đổi.

b. Đánh giá về mặt chất lượng

Để đánh giá về chất lượng dịch vụ phi tín dụng đối với KHDN tại BIDV Đà Nẵng, tác giả tiến hành khảo sát thực trạng thông qua phương pháp điều tra chọn mẫu và ứng dụng phần mềm SPSS để nghiên cứu thực trạng.

*** Mẫu nghiên cứu**

+ Phương pháp điều tra: điều tra ngẫu nhiên các KHDN có sử dụng DVPTD tại BIDV Đà Nẵng. Khách tự điền vào bảng câu hỏi.

+ Thang đo chất lượng dịch vụ phi tín dụng gồm: 27 biến quan sát.

+ Nghiên cứu này sử dụng 200 bảng câu hỏi. Mẫu thu về được 193 phiếu với tỷ lệ phản hồi là 95%, trong đó có 189 phiếu hợp lệ.

*** Kết quả nghiên cứu**

+ ***Thành phần Tin cậy:*** bao gồm 5 biến quan sát (TC1, TC2, TC3, TC4, TC5), điểm trung bình chung là 4.148

Kết quả cũng cho thấy ngân hàng cần quan tâm hơn đến việc đáp ứng dịch vụ phi tín dụng đúng thời gian đã hứa với khách hàng, giúp khách hàng chủ động về thời gian để tránh ảnh hưởng đến việc kinh doanh của họ.

+ ***Thành phần Đáp ứng:*** bao gồm 5 biến quan sát (DA1, DA2, DA3, DA4, DA5). Điểm trung bình chung là 4.437.

Kết quả cho thấy khách hàng đánh giá cao sự nhiệt tình và biết lắng nghe của giao dịch viên. Tuy nhiên thỉnh thoảng nhân viên vẫn còn viện lý do bận việc để né tránh việc hỗ trợ khách hàng khi họ yêu cầu. Việc này cần khắc phục cùng với các yếu tố trên để đáp ứng khách hàng tốt hơn.

+ ***Thành phần Năng lực phục vụ:*** Có 5 yếu tố là NL1, NL2, NL3, NL4 và NL5 có điểm trung bình chung là 4.160.

Các điểm trung bình của 5 yếu tố này cũng gần như tương đương nhau cho thấy khách hàng đánh giá năng lực phục vụ của nhân viên tại BIDV Đà Nẵng chỉ ở mức trung bình, vấn đề này cũng cần có biện pháp nâng cao năng lực chuyên môn và kỹ năng thuyết phục khách hàng.

+ ***Thành phần Phương tiện hữu hình và sự cảm thông:*** được đánh giá bởi 8 biến là PT1, PT2, PT3, PT4, CT1, CT2, CT3, CT4 với điểm trung bình là 4.287.

Kết quả: khách hàng đánh giá khá cao sự đồng cảm và cơ sở vật chất tại ngân hàng. Về cơ sở vật chất ngân hàng đáp ứng khá tốt tuy nhiên cần chú ý hơn về cách trang trí và bố trí tại khu vực giao dịch cho chuyên nghiệp hơn.

2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG KẾT QUẢ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG ĐỐI VỚI KHDN CỦA BIDV ĐÀ NẴNG GIAI ĐOẠN 2011-2013

2.3.1. Những kết quả đạt được

- Một số sản phẩm có nhiều tiện ích ưu việt hơn. Các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng cho KHDN ngày càng được tăng cường thêm tiện ích và công nghệ nhằm nâng cao chất lượng, đồng thời các dịch vụ phi tín dụng mới đã và đang được nghiên cứu triển khai nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

- Các dịch vụ phi tín dụng dành cho KHDN đã được triển khai tại chi nhánh, nhìn chung đều tăng trưởng cả về doanh số, số lượng khách hàng và doanh thu.

- Lợi nhuận từ dịch vụ phi tín dụng so với tổng thu nhập tăng trưởng ổn định hằng năm đã góp phần không nhỏ vào tổng thu nhập hoạt động của BIDV Đà Nẵng.

- BIDV Đà Nẵng đã mở rộng phát triển được các kênh phân phối điện tử cho sản phẩm PTD như: BSMS, Bussines online.

- Quy trình cung ứng sản phẩm DVPTD đến KHDN nhanh chóng và chính xác.

2.3.2. Hạn chế

a. Về công tác quản trị điều hành

- Các cơ chế, chính sách còn thiếu đồng bộ.

- Hệ thống báo cáo phục vụ cho công tác quản trị điều hành còn thiếu.

- Chính sách phát triển tại chi nhánh còn phụ thuộc nhiều vào chủ trương, chính sách của HSC.

b. Về danh mục sản phẩm DVPTD đối với KHDN và công tác phát triển sản phẩm mới

- Các dịch vụ truyền thống vẫn chiếm chủ yếu

- Việc triển khai các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng mới chỉ đảm bảo không thiếu hụt sản phẩm so với các NHTM khác; chưa mạnh dạn nghiên cứu và đưa vào thử nghiệm các sản phẩm mới.

- Các dịch vụ phi tín dụng của BIDV Đà Nẵng vẫn chưa phát triển mạnh bằng các dịch vụ truyền thống như huy động vốn, cho vay.

- Các dịch vụ như thông tin, tư vấn, quản lý và đầu tư vốn cho khách hàng, dịch vụ ủy thác... chưa được triển khai.

- Phương thức giao dịch và cung cấp các dịch vụ đến khách hàng chủ yếu vẫn là giao dịch trực tiếp tại quầy.

- Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ đơn điệu, chủ yếu vẫn là phương thức giao ngay.

c. Về chất lượng dịch vụ và công tác chăm sóc KH

- Đối với đội ngũ nhân viên cung ứng dịch vụ: đôi khi còn chưa linh hoạt; quy trình nghiệp vụ còn nặng về đảm bảo an toàn cho ngân

hàng chưa thực sự thuận lợi cho khách hàng; năng lực, khả năng tư vấn của nhân viên hiện tại vẫn còn thấp.

- *Đối với công tác chăm sóc khách hàng:* còn thiếu bộ phận thiết kế sản phẩm, nghiên cứu và phát triển sản phẩm dịch vụ; thiếu bộ phận chăm sóc và giải đáp thắc mắc của khách hàng; chưa xây dựng được một chiến lược khách hàng hiệu quả.

e. Về công tác quảng cáo truyền thông hỗ trợ hoạt động phát triển DVPTD: Chưa có chiến lược Marketing rõ ràng cụ thể, Các kênh quảng cáo truyền thông không lan tỏa và hiệu quả.

2.3.3. Nguyên nhân của những hạn chế trên

a. Nguyên nhân khách quan: môi trường pháp lý còn nhiều điểm bất cập; năng lực điều hành chính sách tiền tệ và lãi suất của NHNN còn hạn chế; nền kinh tế sử dụng tiền mặt là chủ yếu; cạnh tranh gay gắt trong cung cấp dịch vụ ngân hàng.

b. Nguyên nhân chủ quan: phụ thuộc hoàn toàn vào TW, sự phân quyền cho chi nhánh hạn chế; chi nhánh chưa xây dựng được một kế hoạch phát triển riêng cho phát triển DVPTD; công tác đào tạo cán bộ còn nhiều bất cập; hoạt động marketing chưa chuyên nghiệp; phân loại, đánh giá, thu thập các thông tin về khách hàng doanh nghiệp chưa tốt; chính sách khách hàng chưa nhất quán.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÁC DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG ĐỐI VỚI KHDN TẠI BIDV CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

3.1. CƠ SỞ ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI BIDV ĐÀ NẴNG

3.1.1. Mục tiêu và định hướng phát triển của BIDV

3.1.2. Định hướng phát triển dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp tại BIDV CN Đà Nẵng

Là một thành viên của BIDV, BIDV Đà Nẵng luôn tuân thủ đường lối phát triển chung của BIDV, đồng thời phát huy thế mạnh và tính sáng tạo, đẩy mạnh phát triển dịch vụ cung cấp tới khách hàng. BIDV Đà Nẵng xác định phát triển dịch vụ đặc biệt các dịch vụ phi tín dụng là trọng tâm chiến lược, trở thành lợi thế cạnh tranh giúp BIDV Đà Nẵng phát triển bền vững trong tương lai.

3.2. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP TẠI BIDV ĐÀ NẴNG

3.2.1. Giải pháp phát triển về danh mục

a. Đa dạng hóa và hoàn thiện sản phẩm dịch vụ hiện có

- Đơn giản hóa các quy trình cung cấp dịch vụ.
- Phát triển dịch vụ ngân hàng tận nơi.
- Phát triển dịch vụ ngân hàng trực tuyến.

b. Phát triển dịch vụ mới

- Một số sản phẩm trọn gói đang được BIDV Đà Nẵng quan tâm phát triển.
- Các sản phẩm như dịch vụ quản lý đầu tư, dịch vụ tư vấn thuế cho đối tượng KHDN, dịch vụ ủy thác, dịch vụ cung cấp thông

tin tài chính ngân hàng... cũng cần được triển khai trong thời gian tới.

c. Thâm nhập vào thị trường và thu hút khách hàng

- Thực hiện các chương trình quảng cáo các sản phẩm của ngân hàng dành cho KHDN.

- Tổ chức các chương trình khuyến mãi trực tiếp cho khách hàng sử dụng dịch vụ.

d. Nâng tỷ trọng lợi nhuận từ dịch vụ phi tín dụng trong tổng lợi nhuận kế hoạch của ngân hàng

- Xây dựng một tỷ trọng lợi nhuận hợp lý trong tổng lợi nhuận của ngân hàng và thường xuyên kiểm soát tỷ trọng hợp lý này.

- Sử dụng phần mềm theo dõi doanh số và lợi nhuận theo loại hình dịch vụ tín dụng và phi tín dụng theo nhóm đối tượng KHDN cụ thể.

- Xây dựng tiêu chí phân bổ các chi phí hoạt động cho các dịch vụ phi tín dụng để tính toán chính xác mức độ đóng góp của các dịch vụ phi tín dụng.

e. Mở rộng thị trường và chăm sóc khách hàng

- Phát triển mạng lưới ngân hàng.

- Xây dựng các tiêu chí đánh giá khách hàng.

- Cung cấp các dịch vụ trọn gói, thực hiện các chính sách ưu đãi về phí dịch vụ, cung cách phục vụ... đối với khách hàng cũ.

- Tiếp cận, tư vấn cho khách hàng mới các loại dịch vụ thanh toán phù hợp nhất và ưu đãi về chính sách phí trong giai đoạn đầu.

- Thường xuyên trao đổi thông tin với khách hàng.

3.2.2. Giải pháp về cơ cấu

a. Biện pháp đối với dịch vụ thanh toán và ngân quỹ

- *Đối với dịch vụ thanh toán:*

+ Thanh toán trong nước: Phát triển đa dạng các sản phẩm, tập trung đẩy mạnh các sản phẩm mang lại hiệu quả cao; nâng cao chất

lượng dịch vụ thông qua cải tiến quy trình nghiệp vụ theo hướng tăng khả năng tự động hóa.

+ Thanh toán quốc tế: Đẩy mạnh phát triển các dịch vụ mới, các dịch vụ trọn gói trong thanh toán quốc tế cho các khách hàng bán buôn, chẳng hạn: Sản phẩm kết hợp tín dụng – thanh toán quốc tế - kinh doanh ngoại tệ.

- *Đối với dịch vụ ngân quỹ*: thiết lập mối quan hệ với các doanh nghiệp lớn, có nguồn thu lớn và ổn định để thực hiện các nghiệp vụ thu/chi hộ.

b. Biện pháp đối với dịch vụ ngân hàng điện tử: tiếp tục đầu tư và nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin để đưa các tiện ích của các dịch vụ ngân hàng điện tử cho khách hàng; quản trị và phòng ngừa rủi ro cũng cần được chú trọng.

c. Biện pháp đối với dịch vụ bảo lãnh: Đa dạng hóa hoạt động; xây dựng mức phí hợp lý; Xem xét hạn mức bảo lãnh linh hoạt; đơn giản hóa thủ tục; kết hợp bảo lãnh với các nghiệp vụ khác; tăng trưởng các hình thức bảo lãnh có mức độ rủi ro thấp.

d. Biện pháp đối với dịch vụ kinh doanh ngoại tệ: lập ra nhóm chuyên phụ trách tư vấn các nghiệp vụ phái sinh; thường xuyên cập nhật tỷ giá của các ngân hàng khác để tăng khả năng cạnh tranh về tỷ giá; mở rộng mua bán nhiều loại ngoại tệ chứ không chỉ chú trọng vào USD như hiện nay.

3.2.3. Giải pháp về chất lượng

a. Giải pháp gia tăng “Khả năng đáp ứng”: tăng khả năng giải quyết vấn đề nhanh chóng, xử lý hiệu quả các khiếu nại, sẵn sàng giúp đỡ doanh nghiệp và đáp ứng các yêu cầu của khách hàng

b. Giải pháp gia tăng “Phương tiện hữu hình và sự cảm thông”: cần tạo ấn tượng trong mắt khách hàng giao dịch về trụ sở,

đồng phục...; thường xuyên trao đổi thông tin với khách hàng; chủ động thông báo và hỏi ý kiến khách hàng trước khi cung cấp dịch vụ khi ngân hàng có thay đổi mức giá và phí...

c. Giải pháp gia tăng “Năng lực phục vụ”: nâng cao năng lực phục vụ nhận thông qua sự phục vụ chuyên nghiệp, kiến thức chuyên môn giỏi, phong thái lịch thiệp và khả năng giao tiếp tốt.

d. Giải pháp gia tăng “Sự tin cậy”: thực hiện dịch vụ phi tín dụng chính xác, không có sai sót ngay từ lần đầu và cung cấp đúng thời điểm mà ngân hàng đã cam kết.

3.2.4. Các biện pháp tổng thể phát triển dịch vụ phi tín dụng

a. Nâng cao năng chất lượng nguồn nhân lực

- Tuyển dụng nguồn nhân lực
- Đào tạo và đào tạo lại nhân viên
- Xây dựng văn hóa doanh nghiệp
- Quản lý và đãi ngộ nguồn nhân lực

b. Hiện đại hóa công nghệ ngân hàng

c. Thực hiện tốt chính sách khách hàng

- Triển khai dịch vụ tư vấn khách hàng, hỗ trợ chăm sóc KH
- Đặt bàn hướng dẫn, quầy chờ hoặc phòng tư vấn
- Ứng dụng nhiều hình thức khác nhau để tăng cường mối quan hệ gắn bó với khách hàng

d. Đa dạng hóa hình thức giao dịch và các kênh phân phối dịch vụ phi tín dụng

- *Kênh phân phối truyền thống:* thành lập thêm Phòng giao dịch; từng bước chuẩn hóa các phòng giao dịch.
- *Kênh phân phối hiện đại*

e. Xây dựng chiến lược Marketing

Nâng cao khả năng và kiến thức marketing cho đội ngũ nhân

viên, tham gia các hoạt động quảng cáo, xã hội.

3.3. KIẾN NGHỊ

3.3.1. Đối với Nhà nước: cần có chính sách khuyến khích và hỗ trợ các NHTM đổi mới công nghệ; hoàn thiện, bổ sung các chính sách thúc đẩy phát triển dịch vụ ngoài tín dụng của các NHTM.

3.3.2. Đối với Chính phủ

- Tiếp tục hoàn thiện các chính sách kinh tế xã hội nhằm tạo ra một môi trường kinh tế vĩ mô ổn định.

- Tiếp tục hoàn thiện môi trường pháp lý.

3.3.3. Đối với Hội sở chính

- Tiến hành nâng cấp hệ thống công nghệ thông tin tại các chi nhánh.

- Tiếp tục nghiên cứu và triển khai cải tiến, nâng cao chất lượng của các sản phẩm dịch vụ hiện có.

- Tăng cường công tác khuyến khích trương, quảng bá các sản phẩm dịch vụ mới qua các phương tiện thông tin và truyền thông, đẩy mạnh công tác chăm sóc khách hàng và chế độ chăm sóc khách hàng sau bán hàng.

KẾT LUẬN

Trong môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn, khó khăn và thử thách càng nhiều hơn, nhưng công tác phát triển dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp của BIDV Đà Nẵng có nhiều chuyển biến tích cực, góp phần đưa Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam trở thành một tập đoàn tài chính ngân hàng hàng đầu của Việt Nam trong tương lai. Tuy nhiên sự phát triển dịch vụ phi tín dụng tại BIDV Đà Nẵng mới chỉ là bước đầu, còn nhiều hạn chế, chưa tương xứng với tiềm năng, chưa có giải pháp phát triển phù hợp.

Với mong muốn BIDV Đà Nẵng sẽ đa dạng hoá được nhiều loại hình dịch vụ trên cơ sở phát triển dịch vụ phi tín dụng, thông qua luận văn “ Phát triển dịch vụ phi tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp tại Ngân hàng Đầu tư và phát triển Chi nhánh Đà Nẵng”, học viên đã nghiên cứu một cách khoa học, có hệ thống và trình bày được một số nội dung cụ thể sau:

Thứ nhất, hệ thống hoá các vấn đề lý luận cơ bản về dịch vụ phi tín dụng và phát triển dịch vụ phi tín dụng của NHTM.

Thứ hai, phân tích thực trạng cung ứng dịch vụ phi tín dụng của BIDV Đà Nẵng giai đoạn 2011-2013 một cách khách quan, trung thực từ đó rút ra những kết quả đạt được và những hạn chế còn tồn tại cũng như nguyên nhân của những hạn chế đó.

Thứ ba, trên cơ sở định hướng phát triển của Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam, định hướng phát triển của BIDV Đà Nẵng, luận văn đã đề xuất một số giải pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng tại BIDV Đà Nẵng.

Tuy nhiên trong quá trình nghiên cứu luận văn học viên cũng không tránh khỏi những thiếu sót. Kính mong hội đồng khoa học và bạn đọc quan tâm đến vấn đề này đóng góp ý kiến để luận văn có điều kiện hoàn thiện cả về mặt lý luận và thực tiễn.