

UBND TỈNH HẢI DƯƠNG

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TRƯỜNG ĐẠI HỌC HẢI DƯƠNG

NHỮ HẢI YẾN

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM -
CHI NHÁNH HẢI DƯƠNG**

Ngành: Quản lý kinh tế

TÓM TẮT ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ KINH TẾ

Hải Dương - Năm 2025

UBND TỈNH HẢI DƯƠNG

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TRƯỜNG ĐẠI HỌC HẢI DƯƠNG

NHỮ HẢI YẾN

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM -
CHI NHÁNH HẢI DƯƠNG**

NGÀNH: QUẢN LÝ KINH TẾ

Mã số: 8310110

TÓM TẮT ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ KINH TẾ

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN 1: TS. NGUYỄN QUANG HIỆP

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN 2: TS. NGUYỄN THỊ ĐÀO

Hải Dương - Năm 2025

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngân hàng được coi là huyết mạch của nền kinh tế từng quốc gia và toàn cầu nó đóng vai trò rất quan trọng trong điều hành kinh tế vĩ mô của một quốc gia. Sự tăng trưởng của hệ thống Ngân hàng tác động trực tiếp và mạnh mẽ sự phát triển của nền kinh tế.

Trước sự hội nhập toàn cầu hóa với nền kinh tế Thế giới, các Ngân hàng Thương mại (NHTM) Việt Nam phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt không chỉ với các Ngân hàng trong nước mà còn các Tập đoàn tài chính, các Ngân hàng nước ngoài mạnh với tiềm lực và mạnh về tài chính, hiện đại về công nghệ, đa dạng về dịch vụ... Do vậy để tồn tại và phát triển, các NHTM trong nước đã và đang thực hiện quá trình hiện đại hóa công nghệ, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, cung cấp tìm kiếm và hướng tới một thị trường mang tính ổn định và lâu dài với nền khách hàng bền vững.

Việc cung cấp các dịch vụ tài chính cá nhân hay kinh doanh các dịch vụ ngân hàng bán lẻ (NHBL) là trong những hoạt động kinh doanh truyền thống của hệ thống NHTM thế giới. Từ khi hình thành cho đến nay, hoạt động NHBL đang đóng vai quan trọng tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững đối với các NHTM. Phát triển dịch vụ NHBL đang là một xu hướng tất yếu khách quan của các NHTM trên toàn thế giới vì nó mang lại nguồn thu ổn định, chắc chắn cho một nền khách hàng có tính bền vững lâu dài. Tại Việt Nam, dịch vụ NHBL đã được chú trọng đầu tư phát triển song vẫn còn ở giai đoạn đầu, với nhiều tồn tại hạn chế, đặc biệt tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) nói chung và Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương (BIDV Hải Dương) nói riêng.

Với truyền thống và bề dày lịch sử trên 60 năm trưởng thành và phát triển, BIDV khẳng định được vị thế và uy tín trên thị trường tài chính trên thế giới và khu vực, là địa chỉ tin cậy của các tập đoàn, định chế tài chính và các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài. BIDV lập kỷ lục 9 lần nhận giải thưởng Ngân hàng Bán lẻ tốt nhất Việt Nam. Với những kết quả kinh doanh ấn tượng và dịch vụ vượt trội dành cho khách hàng cá nhân, Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) đã được Tạp chí The Asian Banker bình chọn là “Ngân hàng bán lẻ tốt nhất năm 2024”. Phát triển hoạt động NHBL có hiệu quả và chất lượng, nắm giữ thị phần lớn thứ 2 trên thị trường về dư nợ tín dụng, huy động vốn, tăng 01 bậc về qui mô dịch vụ thẻ. Để thực hiện yêu cầu đó, Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam nói chung và BIDV Hải Dương nói riêng cần có chiến lược và những giải pháp hết sức thiết thực nhằm phát triển, hoàn thiện hoạt động ngân hàng, nhất là lĩnh vực bán lẻ hiện nay.

Nhận thức rõ được tầm quan trọng của dịch vụ ngân hàng bán lẻ, BIDV Hải Dương ngoài việc cung cấp các sản phẩm truyền thống như huy động vốn và tín dụng còn hoạch định rõ rằng việc phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ chính là chiến lược kinh doanh lâu dài của mình. Tuy nhiên, do hoạt động trong môi trường cạnh tranh mạnh mẽ và năng lực tài chính của chi nhánh chưa thật sự vững mạnh nên quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại đây vẫn còn một số hạn chế nhất định như tỷ lệ nợ xấu còn cao (tỷ lệ nợ xấu KHCN năm 2023 là 0,85% trong khi tỷ lệ nợ xấu bán buôn là 0,5%) hay sản phẩm dịch vụ bán lẻ chưa đa dạng, tiện ích chưa cao, chất lượng dịch vụ bán lẻ chưa đảm bảo. Xuất phát từ thực tế này, tác giả đã chọn đề tài: ***“Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương”*** làm đề án tốt nghiệp thạc sĩ của mình với mong muốn góp phần để dịch vụ

ngân hàng bán lẻ tại BIDV Hải Dương có thể phát triển mạnh mẽ hơn.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Một số công trình nghiên cứu tiêu biểu có liên quan đến đề tài này đã được công bố trong thời gian vừa qua có thể kể đến là:

- Đề tài “Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ ở Việt Nam - thực tiễn và vấn đề đặt ra” của Nguyễn Trọng Tài đăng trên tạp chí Nghiên cứu Kinh tế số 365 (2015).

- Nghiên cứu của tác giả Vũ Thị Thái Hà về “Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam” được đăng tải trên Tạp chí Nghiên cứu khoa học Kiểm toán (2017).

- Nghiên cứu “Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ trên nền tảng công nghệ thông tin” của tác giả Võ Thị Phương đăng trên Tạp chí Tài chính kỳ 1 (3/2017).

- Luận văn Thạc sĩ của tác giả Phạm Đức Dũng (2019) với đề tài: “Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Tiên Phong”, Trường Đại học Ngoại Thương.

- Luận văn Thạc sĩ của tác giả Lê Thị Hồng Nhung (2020) với đề tài: “Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại ngân hàng TMCP Đông Nam Á Chi nhánh Cầu Giấy”, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội.

Từ một số nghiên cứu tiêu biểu nêu trên cho thấy việc phát triển dịch vụ NHBL ngày càng trở nên quan trọng, đặc biệt trong bối cảnh sự phát triển công nghệ ngày càng mạnh mẽ nhằm giúp các NHTM tăng thu nhập và năng lực cạnh tranh của mình trên thị trường. Đồng thời, qua tìm hiểu các công trình nghiên cứu có liên quan, có thể nhận thấy rằng, hiện nay chưa có một nghiên cứu cụ thể nào về phát triển dịch vụ NHBL tại BIDV Hải Dương. Bên cạnh đó, cùng với sự phát triển công nghệ, môi trường kinh doanh trong lĩnh vực tài chính ngân hàng ngày càng thay đổi mạnh mẽ

trong những năm gần đây, cũng như có sự thay đổi về khung pháp lý ngân hàng đã có tác động trực tiếp đến lĩnh vực kinh doanh dịch vụ bán lẻ của các NHTM. Chính vì vậy, việc nghiên cứu đề án với đề tài về dịch vụ NHBL tại BIDV Hải Dương của tác giả có tính cấp thiết cả về mặt lý luận lẫn thực tiễn.

3. Mục tiêu của đề án

3.1. Mục tiêu chung

Trên cơ sở phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại BIDV Hải Dương, tác giả đề xuất các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại BIDV Hải Dương đến năm 2030.

3.2. Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại NHTM.
- Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại BIDV Hải Dương.
- Đề xuất giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại BIDV Hải Dương.

4. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu của đề án

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại ngân hàng thương mại.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

- Phạm vi không gian: BIDV Hải Dương.
- Phạm vi thời gian: Phân tích, đánh giá thực trạng dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại BIDV Hải Dương trong giai đoạn 2021 - 2023, điều tra số liệu sơ cấp trong năm 2024, đề xuất giải pháp trong thời gian tới.
- Phạm vi nội dung: Nghiên cứu tiến hành phân tích đánh giá thực

trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại BIDV Hải Dương.

5. Phương pháp thu thập, xử lý thông tin thực hiện đề án

5.1. Phương pháp thu thập thông tin

- + Phương pháp thu thập số liệu, tài liệu thứ cấp
- + Phương pháp thu thập số liệu, tài liệu sơ cấp

5.2. Phương pháp phân tích số liệu/thông tin

Tác giả sử dụng một số phương pháp chủ yếu như sau:

- + Thống kê mô tả
- + Phân tích dữ liệu, so sánh, tổng hợp

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề án

Về mặt lý luận: Đề tài nghiên cứu sẽ góp phần hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại NHTM.

Về mặt thực tiễn: Dựa vào việc phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ NHBL tại BIDV Hải Dương trong giai đoạn 2021 - 2023, đề án đã có những đánh giá thông qua việc đưa ra những kết quả và hạn chế của dịch vụ NHBL tại BIDV Hải Dương;

7. Cấu trúc đề án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và các phụ lục liên quan đề án được trình bày trong 03 chương chính:

Chương 1: Cơ sở lý luận và thực tiễn về dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại ngân hàng thương mại;

Chương 2: Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương;

Chương 3: Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM THỰC TIỄN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Cơ sở lý luận về dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái quát về phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại ngân hàng thương mại

1.1.1.1. Khái niệm dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Dịch vụ NHBL là việc cung ứng dịch vụ ngân hàng tới từng cá nhân riêng lẻ, các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua mạng lưới chi nhánh hoặc là việc khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với dịch vụ ngân hàng thông qua các phương tiện công nghệ thông tin, điện tử viễn thông.

1.1.1.2. Đặc điểm và vai trò dịch vụ ngân hàng bán lẻ

a) Đặc điểm dịch vụ ngân hàng bán lẻ

- Đối tượng khách hàng của dịch vụ NHBL đa dạng
- Sản phẩm, dịch vụ ngân hàng bán lẻ vô cùng đa dạng, phong phú
- Dịch vụ NHBL phát triển đòi hỏi kỹ thuật công nghệ hiện đại
- Dịch vụ NHBL bao gồm rất nhiều món giao dịch với giá trị của mỗi giao dịch không lớn nên chi phí bình quân trên mỗi giao dịch khá cao
- Dịch vụ NHBL luôn cải tiến cho phù hợp với nhu cầu đa dạng và gia tăng của khách hàng với tiến bộ của công nghệ
- Nhu cầu mang tính thời điểm
- Dịch vụ NHBL là ngành có lợi thế kinh tế theo quy mô và phạm vi
- Dịch vụ đơn giản, dễ thực hiện
- Độ rủi ro thấp

b) Vai trò của dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Dịch vụ NHBL ngày càng thể hiện vai trò quan trọng hơn không những đối với riêng bản thân ngân hàng cung cấp dịch vụ mà còn đối với

tổng thể nền kinh tế - xã hội, đối với người tiêu dùng dịch vụ.

1.1.1.3. Các dịch vụ ngân hàng bán lẻ

- Dịch vụ huy động vốn
- Dịch vụ tín dụng
- Dịch vụ thanh toán
- Dịch vụ thẻ
- Dịch vụ ngân hàng điện tử

1.1.1.4. Quan điểm về phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Phát triển theo chiều rộng: đồng nghĩa với việc đa dạng hóa các loại hình dịch vụ NHBL, hay nói cách khác là luôn đưa ra các loại hình dịch vụ mới. Không chỉ duy trì các dịch vụ truyền thống như nhận tiền gửi, cho vay... mà còn phải tiếp cận và áp dụng các dịch vụ hiện đại như tư vấn tài chính, quản lý tài sản...

Phát triển theo chiều sâu: đồng nghĩa với việc nâng cao chất lượng các dịch vụ hiện có.

1.1.2. Nội dung phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Thứ nhất: Xây dựng chiến lược phát triển dịch vụ NHBL, ban lãnh đạo NHTM phải xác định các mục tiêu phát triển cụ thể cho ngân hàng mình trên cơ sở mô thức hoạt động của từng NHTM.

Thứ hai: Đa dạng hóa dịch vụ NHBL, với cơ cấu hợp lý, nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh và vị thế của ngân hàng trong cạnh tranh.

Thứ ba: Nâng cao chất lượng dịch vụ NHBL. Việc hoàn thiện sản phẩm dịch vụ của các ngân hàng hiện nay thường tập trung theo hướng: Hiện đại hóa công nghệ, tăng cường thiết bị, phương tiện phục vụ.

1.1.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ

1.1.3.1. Nhân tố chủ quan

- Năng lực tài chính
- Nguồn nhân lực
- Năng lực công nghệ
- Chính sách Marketing
- Kênh phân phối
- Chính sách khách hàng

1.1.3.2. Nhân tố khách quan

- Môi trường pháp lý
- Mức độ hội nhập kinh tế quốc tế và cạnh tranh trong nội bộ ngành
- Tăng trưởng phát triển kinh tế và môi trường xã hội
- Tình hình chính trị và trật tự an toàn xã hội
- Chính sách của chính phủ và các cơ quan quản lý Nhà nước
- Nhu cầu của khách hàng
- Đối thủ cạnh tranh

1.1.4. Các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ

1.1.4.1. Nhóm chỉ tiêu định lượng

- Thu nhập ròng của dịch vụ bán lẻ đem lại

Thu nhập ròng là khoản lợi nhuận thuần của ngân hàng thu được khi thực hiện các dịch vụ cho khách hàng sau khi giảm trừ thuế và các khoản chi phí. Với hoạt động tín dụng, thu nhập ròng được đem lại từ lãi suất ngân hàng áp dụng khi thực hiện giải ngân và một số phí dịch vụ cam kết. Các loại dịch vụ khác bao gồm huy động vốn, dịch vụ thanh toán, dịch vụ thẻ... phí giao dịch là khoản thu trực tiếp mang lại lợi nhuận cho ngân hàng.

- Số lượng của dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Số lượng dịch vụ ngân hàng là một tiêu chí để đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng theo chiều rộng. Dịch vụ ngân hàng càng đa dạng, càng có khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng đầy đủ hơn, từ đó tăng khả năng

thu hút khách hàng, tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường. Bên cạnh đó số lượng dịch vụ lớn, ngân hàng có khả năng sinh lời, phân tán rủi ro trong hoạt động kinh doanh.

- Thị phần bán lẻ của ngân hàng
- Số lượng khách hàng bán lẻ trong tổng số khách hàng của ngân hàng
- Hệ thống chi nhánh và kênh phân phối

1.1.3.2. Nhóm chỉ tiêu định tính

- Sự tiện ích của sản phẩm dịch vụ
- Mức độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng
- Tính chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên
- Uy tín thương hiệu của ngân hàng

1.2. Kinh nghiệm thực tiễn phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ

1.2.1. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại một số ngân hàng thương mại Việt Nam

1.2.1.1. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của Vietcombank

1.2.1.2. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của Sacombank

1.2.2. Bài học rút ra cho Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương

Thứ nhất, tạo chiến lược kinh doanh khác biệt bằng cách phải tìm cho mình hướng đi, phân khúc thị trường khác biệt hóa so với đối thủ cạnh tranh, tập trung vào sản phẩm tín dụng ngắn hạn.

Thứ hai, cần tập trung khai thác và hướng tới đối tượng khách hàng cá nhân, phát triển mạnh dịch vụ cho vay tiêu dùng cá nhân.

Thứ ba, tăng cường hoạt động tiếp thị và chăm sóc khách hàng.

Thứ tư, xây dựng thương hiệu của ngân hàng là vấn đề mấu chốt

trong việc thu hút khách hàng. Một thương hiệu tốt đồng nghĩa với uy tín của ngân hàng được nâng cao đối với khách hàng và đối tác. Tuy nhiên, việc xây dựng thương hiệu cần có một quá trình lâu dài và nó phụ thuộc nhiều vào qui mô của chính ngân hàng.

Tiểu kết chương 1

Chương 1 của đề án đã hệ thống hóa cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại NHTM. Theo đó đề án đã làm rõ dịch vụ ngân hàng bán lẻ, phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ, kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại một số ngân hàng thương mại Việt Nam và bài học kinh nghiệm cho BIDV Hải Dương. Những cơ sở lý luận khoa học trong chương này được coi là tạo nền tảng cơ bản để giải quyết các nội dung tiếp theo của đề án. Đó là cơ sở để phân tích thực trạng và đề ra hệ thống giải pháp, kiến nghị có liên quan ở các chương sau.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH HẢI DƯƠNG

2.1. Tổng quan về Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

2.1.2. Cơ cấu tổ chức

Mô hình tổ chức của BIDV Hải Dương tuân theo chuẩn chung của hệ thống Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam, được phân thành các phòng ban chuyên trách phát huy hiệu quả cao trong công tác chăm sóc và phục vụ khách hàng.

2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh giai đoạn 2021 - 2023

2.1.3.1 Hoạt động huy động vốn

Nguồn vốn huy động tại Chi nhánh liên tục tăng qua các năm và khá ổn định, đảm bảo bổ sung cho nhu cầu sử dụng vốn. Tổng nguồn vốn huy động đến 31/12/2022 đạt 9.791 tỷ đồng, tăng tuyệt đối 956 tỷ đồng, ứng với 110,8% so với năm 2021. Năm 2023 đạt 10.939 tỷ đồng tăng 1.148 tỷ đồng ứng với 111,7%. Tốc độ tăng trưởng tại Chi nhánh cao hơn tốc độ tăng trưởng bình quân chung trên địa bàn, thị phần được giữ vững ở mức 12,5% - 13,5% trong khi môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt.

2.1.3.2. Hoạt động cấp tín dụng

Về quy mô dư nợ giai đoạn năm 2021 - 2023 đều tăng cả về số tuyệt đối và số tương đối. Năm 2022 dư nợ tăng 838 tỷ đồng tương ứng tốc độ tăng 111,7% so với năm 2021. Năm 2023 dư nợ tăng 727 tỷ đồng tương ứng với tốc độ tăng 109,1% so với năm 2022.

2.1.3.3. Kết quả hoạt động kinh doanh

Lợi nhuận là chỉ tiêu tổng hợp chung nhất phản ánh và đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh của mọi doanh nghiệp nói chung và các NHTM nói riêng. Cụ thể là trong khi mức lợi nhuận trước thuế đạt được là 134,9 tỷ đồng vào năm 2021 thì đến năm 2022 lợi nhuận trước thuế đã lên đến 150,1 tỷ đồng với tốc độ tăng trưởng 112,7% so với năm 2021. Đến năm 2023, chi nhánh đạt tới mức lợi nhuận trước thuế là 168,4 tỷ đồng, tăng 18,3 tỷ đồng so với cùng kì năm 2022.

2.2. Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương

2.2.1. Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương theo các chỉ tiêu định lượng

2.2.1.1. Dịch vụ huy động vốn

Tình hình huy động vốn trong dân cư của BIDV Hải Dương luôn tăng qua các năm: từ 6.347 tỷ đồng năm 2021 lên 8.123 tỷ đồng năm 2023 và tốc độ tăng trưởng giữa các năm cũng khá cao. Trong năm 2023, huy động vốn dân cư đã đạt mức tăng trưởng cao nhất 14%. Tỷ trọng huy động vốn dân cư trong tổng vốn huy động từng bước được cải thiện qua các năm, góp phần quan trọng ổn định nền vốn của ngân hàng: từ 71,8% năm 2021 đến 72,8 năm 2022 lên 74,3% năm 2023.

2.2.1.2. Dịch vụ tín dụng

Trong giai đoạn 2021 - 2023, dư nợ tín dụng bán lẻ tại BIDV Hải Dương đã có những bước tăng trưởng đáng kể. Dư nợ tín dụng bán lẻ năm 2023 là 1.738 tỷ đồng, cao hơn gấp 1,32 lần so với thời điểm 2021 (1.312 tỷ đồng), chiếm tỷ trọng khoảng 19,9% tổng dư nợ tín dụng toàn BIDV Hải Dương. Hoạt động tín dụng bán lẻ của BIDV Hải Dương trong giai đoạn 2021 - 2023 đã từng bước đạt được mục tiêu cải thiện cơ cấu tín dụng theo

hướng nâng dần tỷ trọng tín dụng bán lẻ trong tổng dư nợ.

2.2.1.3. Dịch vụ thanh toán

Doanh thu của thanh toán không dùng tiền mặt tại BIDV Hải Dương gia tăng qua các năm. Sở dĩ tình hình thanh toán không dùng tiền mặt phát triển là do BIDV Hải Dương đã đáp ứng được nhu cầu rút tiền mặt của khách hàng, việc chuyển hóa từ tiền mặt sang chuyển khoản và ngược lại rất dễ dàng. Vì vậy, khách hàng không cần tích trữ tiền mặt nữa mà gửi vào tài khoản và nhờ ngân hàng đứng ra thanh toán, chỉ khi nào cần thiết mới phải rút tiền mặt từ tài khoản. Khách hàng đều hướng tới thanh toán bằng chuyển khoản mà không tìm cách gây áp lực bằng về tiền mặt.

2.2.1.4. Dịch vụ thẻ

Số liệu thống kê về số lượng thẻ ATM lũy kế cho thấy sự tăng trưởng mạnh mẽ thời gian qua, tính đến năm 2023 BIDV Hải Dương đã phát hành được 20.185 thẻ ghi nợ nội địa, tương ứng tăng so với năm 2022 là 6.438 thẻ. Thẻ ghi nợ quốc tế cũng tăng từ 272 thẻ lên 743 thẻ, chủ yếu là phát hành cho đối tượng thuộc phân khúc khách hàng ưu tiên, khách hàng nội bộ và khách hàng trả lương qua tài khoản của BIDV.

2.2.1.5. Dịch vụ ngân hàng điện tử

Hiện tại, nhóm sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử mà BIDV Hải Dương đang cung cấp cho khách hàng cá nhân bao gồm: IBMB, BSMS, VNTOPI....

Số lượng máy ATM lắp đặt tính đến năm 2023 tại địa bàn Hải Dương là 11 máy, tăng 2 máy so với 2021. Địa điểm lắp máy đặt ở khu trung tâm, đông dân cư để phục vụ tối đa nhu cầu của khách hàng như: bệnh viện đa khoa tỉnh, khu công nghiệp, các trung tâm chợ, siêu thị..

Số lượng máy POS không ngừng tăng trưởng, từ 2021 là 80 máy, đến 2023 là 103 máy POS cho 101 đơn vị chấp nhận thẻ trên toàn tỉnh. Việc

quản lý lắp đặt máy POS cũng được phòng khách hàng tại Chi nhánh theo dõi quản lý với định hướng là không chạy theo số lượng mà luôn gắn với doanh số hoạt động của các đơn vị chấp nhận thẻ, trong vòng 03 tháng nếu máy POS nào không phát sinh doanh số thì sẽ bị thu hồi máy để sử dụng cho đơn vị khác.

2.2.1.6. Dịch vụ ngân hàng bán lẻ khác

Số lượng đơn vị trả lương qua thẻ tại BIDV Hải Dương cũng tăng qua các năm, cụ thể năm 2021 là 64 đơn vị chi lương đến năm 2023 đạt 99 đơn vị. Tuy nhiên, so với NHTM khác trên địa bàn như Agribank, BIDV hay Vietcombank thì BIDV không có nhiều thế mạnh về đơn vị chi lương. Agribank ra đời trước và có mạng lưới rộng khắp, lại là ngân hàng có nhiều mối quan hệ với các cơ quan tổ chức hành chính trên địa bàn nên có nhiều lợi thế để phát triển đơn vị chi lương. Đối thủ cạnh tranh hiện nay về các đơn vị chi trả lương của BIDV là Vietcombank và BIDV.

2.2.1.7. Doanh thu từ hoạt động dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Doanh thu từ hoạt động ngân hàng bán lẻ có xu hướng tăng qua các năm và chiếm tỷ trọng cao trong tổng doanh thu của BIDV Hải Dương. Năm 2022, doanh thu từ dịch vụ ngân hàng bán lẻ là 196,4 tỷ đồng, chiếm 73,3% tổng doanh thu, tăng 60,6 tỷ đồng so với năm 2021, đạt được con số ấn tượng này là do năm 2022 BIDV Hải Dương đã thay đổi chính sách và có nhiều chương trình ưu đãi cho khách hàng. Đến năm 2023, doanh thu từ hoạt động ngân hàng bán lẻ đã đạt 289,5 tỷ đồng và chiếm 80,6% tổng doanh thu, tăng 93,1 tỷ đồng so với năm 2022 tương ứng với tốc độ tăng là 47,4%. Doanh thu từ hoạt động ngân hàng bán lẻ tăng như vậy cho thấy chi nhánh đã kinh doanh có hiệu quả nhờ vào những chiến lược đúng đắn, doanh thu từ ngân hàng bán lẻ đã chiếm tỷ trọng cao trong tổng doanh thu của BIDV Hải Dương.

2.2.2. Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương theo các chỉ tiêu định tính

a. Khảo sát về chất lượng dịch vụ tiền gửi

Theo số liệu trong bảng trên cho thấy, đối với dịch vụ tiền gửi, mức độ rất không hài lòng về hồ sơ, thủ tục, thời gian xử lý giao dịch đều chiếm trên 2,8% ý kiến, về lãi suất áp dụng chiếm 2,1%. Tỷ lệ không hài lòng về lãi suất áp dụng chiếm ở mức cao (gần 268%), về thời gian xử lý giao dịch là 7,0%. Tỷ lệ rất hài lòng về ba tiêu chí này đều ở mức độ còn thấp. Về thái độ phục vụ của nhân viên, tỷ lệ không hài lòng vẫn chiếm 3,5%, tỷ lệ rất hài lòng mới đạt 22,8%. Như vậy trong dịch vụ tiền gửi, khách hàng không đồng tình nhất là về lãi suất, (tức là lãi suất thấp) sau đó đến thời gian xử lý giao dịch và hồ sơ, thủ tục (tức là hồ sơ, thủ tục còn phức tạp).

b. Khảo sát về chất lượng dịch vụ tiền vay

Theo kết quả tại bảng trên, hồ sơ, thủ tục của dịch vụ cho vay cá nhân theo đánh giá của khách hàng còn tương đối phức tạp (tỷ lệ rất không hài lòng chiếm 4% ý kiến, không hài lòng 13,1%, rất hài lòng chỉ chiếm 13%. Thời gian xử lý hồ sơ chưa hoàn toàn đáp ứng được yêu cầu của khách hàng (tỷ lệ hài long chiếm 39,3%, rất hài lòng chiếm 17%), còn lại đa số là ở mức độ bình thường. Đây có thể là các nguyên nhân gây khó khăn cho khách hàng trong quá trình tiếp cận vay vốn mà BIDV Hải Dương cần xem xét để cải tiến quy trình, giảm bớt hồ sơ thủ tục, rút ngắn thời gian cung cấp khoản vay, đáp ứng nhanh nhất nhu cầu vốn tín dụng cho khách hàng.

Tiêu chí lãi suất cho vay được khách hàng đánh giá khá cao (tức là lãi suất thấp) BIDV Hải Dương cần phát huy ưu điểm này hơn nữa để hỗ trợ được khách hàng trong giai đoạn khó khăn chung của nền kinh tế hiện nay.

c. Khảo sát về chất lượng dịch vụ thanh toán

Theo kết quả điều tra được tổng hợp tại bảng trên, về mức phí áp dụng vẫn có tới 10,3% ý kiến khách hàng không hài lòng vì mức phí khá cao, đây là điểm cần linh hoạt điều chỉnh cho phù hợp với tình hình thị trường trên địa bàn, đảm bảo tính cạnh tranh trên cơ sở quy định chung. Tuy vậy, nhìn chung dịch vụ thanh toán của BIDV Hải Dương được khách hàng đánh giá là tương đối tốt về tất cả các mặt, điểm trung bình đánh giá của khách hàng thấp nhất là 3,7, tiến về mức 4 tức là tương đối hài lòng. Để giữ vững và phát huy được thế mạnh này, BIDV Hải Dương cần chú trọng hơn nữa trong việc phát triển các dịch vụ thanh toán như: thanh toán hóa đơn, dịch vụ thu chi hộ... Định hướng thời gian tới, việc bán chéo các sản phẩm ngân hàng điện tử, thanh toán trực tuyến sẽ được khách hàng biết đến nhiều hơn, cán bộ cần nắm về nghiệp vụ này để tư vấn hướng dẫn những tiện ích cho khách hàng.

d. Khảo sát về chất lượng dịch vụ thẻ

Mức phí thẻ được khách hàng đánh giá hài lòng chiếm 42,1%, không hài lòng chiếm 10%, điều này cho thấy hiện tại phí thẻ áp dụng không đáng quan tâm đối với khách hàng mà điều mong đợi là chất lượng dịch vụ thẻ và các tiện ích kèm theo.

e. Khảo sát về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử

Dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV Hải Dương được khách hàng đánh giá là tốt. Tuy nhiên chất lượng dịch vụ và thái độ phục vụ của cán bộ chưa được đánh giá cao. Nói chung, các tiêu chí được khách hàng đánh giá khá cao, điểm trung bình cao nhất về mặt hồ sơ thủ tục (4,06). Điều này cho thấy sự thuận tiện của dịch vụ đã làm cho khách hàng hài lòng. Với sự phát triển của công nghệ thông tin hiện nay, phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là bước đi đúng đắn, vì vậy BIDV Hải Dương cần có những giải pháp cụ

thẻ, phát huy hơn nữa lợi thế của sản phẩm dịch vụ để nâng cao chất lượng dịch vụ hơn nữa để tối ưu hóa sự hài lòng của khách hàng.

2.3. Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương

2.3.1. Kết quả đạt được

Thứ nhất, dịch vụ NHBL lẻ góp phần tăng thu nhập cho BIDV Hải Dương.

Thứ hai, sự phát triển dịch vụ NHBL của chi nhánh đã góp phần giảm dần được thói quen dùng tiền mặt của người dân trên địa bàn trong hoạt động thanh toán, phát triển mạnh mẽ nền khách hàng bán lẻ...

Thứ ba, BIDV đã triển khai một danh mục bao gồm các sản phẩm NHBL cơ bản trên thị trường, đáp ứng tương đối đầy đủ nhu cầu của khách hàng cá nhân.

Thứ tư, với sự hỗ trợ tích cực từ Hội sở BIDV, chi nhánh ngày càng quan tâm mở rộng mạng lưới bán lẻ, hệ thống máy ATM và POS được kết nối Banknet với hầu hết các ngân hàng thương mại, Smartlink và kết nối thanh toán thẻ VISA.

Thứ năm, công tác điều hành hoạt động của chi nhánh có nhiều chuyển biến tích cực theo hướng quản trị ngân hàng hiện đại.

Thứ sáu, trên cơ sở chính sách chung của Hội sở BIDV, chi nhánh đã xây dựng và ban hành cơ chế phù hợp, linh hoạt khuyến khích phát triển dịch vụ NHBL, tạo động lực cho các phòng ban và từng cá nhân phấn đấu hoàn thành và vượt chỉ tiêu được giao.

2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân

2.3.2.1. Hạn chế

Thứ nhất, kết quả về hoạt động dịch vụ bán lẻ chưa tương xứng với tiềm năng. Thu dịch vụ bán lẻ đóng góp vào kết quả hoạt động kinh doanh của Chi nhánh ở mức khá, tuy nhiên vẫn chưa đạt được kỳ vọng đề ra của chi nhánh.

Thứ hai, sản phẩm dịch vụ bán lẻ chưa đa dạng, tiện ích chưa cao, chất lượng dịch vụ bán lẻ chưa đảm bảo.

Thứ ba, hiệu ứng của một số sản phẩm, dịch vụ mới chưa được tốt, ví dụ như sản phẩm IBMB còn một số nhân viên không nắm vững các tính năng, đặc điểm của sản phẩm, chưa thực sự quan tâm đến phát triển các sản phẩm mới và một số sản phẩm huy động vốn có tính chất phức tạp.

Thứ tư, cơ cấu phát triển giữa các loại dịch vụ chưa hợp lý.

Thứ năm, theo kết quả khảo sát khách hàng, khách hàng chưa thật sự hài lòng về dịch vụ cho vay ngân hàng bán lẻ, dịch vụ thanh toán với mức phí còn cao hơn so với một số NHTM khác, cơ sở vật chất và không gian giao dịch chưa được khách hàng đánh giá cao.

2.3.2.2. Nguyên nhân hạn chế

a. Nguyên nhân khách quan

Thứ nhất, về môi trường kinh doanh của hoạt động NHBL có nhiều thay đổi

Thứ hai, về môi trường công nghệ

Để phát triển dịch vụ NHBL thì nền tảng công nghệ rất quan trọng, đặc biệt là những sản phẩm ngân hàng điện tử. Tuy nhiên, ở Việt Nam nói chung và các NHTM nói riêng việc ứng dụng công nghệ vào hoạt động kinh doanh và quản lý vẫn chưa được như mong đợi, cước sử dụng các dịch vụ viễn thông vẫn còn khá cao và thiếu sự ổn định. Những yếu tố này có ảnh hưởng không nhỏ đến phát triển hoạt động NHBL.

Thứ ba, về môi trường pháp lý

Hệ thống các văn bản pháp luật nhà nước liên quan đến hoạt động của NHTM vẫn đang tiếp tục được hoàn thiện, nên nền tảng cơ sở pháp lý cho việc cung cấp các dịch vụ mới, nhất là dịch vụ NHBL còn hạn chế như trong lĩnh vực ngân hàng điện tử, nghiệp vụ thẻ.

Thứ tư, tâm lý “chuộng” thanh toán dùng tiền mặt của người dân

Do đặc điểm của tiền mặt là phương tiện thanh toán tức thời và vô danh, thủ tục đơn giản, không hạn chế về đối tượng và phạm vi sử dụng. Vì vậy, tiền mặt đã trở thành công cụ rất được ưa chuộng trong thanh toán, trở thành thói quen khó thay đổi của người tiêu dùng và nhiều doanh nghiệp. Đây là một trong những lực cản lớn trong việc phát triển thanh toán không dùng tiền mặt hiện nay.

Thứ năm, mức độ am hiểu dịch vụ NHBL của dân cư trên địa bàn còn hạn chế

Trình độ dân trí của người dân tỉnh Hải Dương chưa cao, còn nghèo và lạc hậu, số người dân tộc thiểu số vùng sâu vùng xa chiếm khá nhiều nên người dân ít có điều kiện làm quen với các dịch vụ công nghệ của ngân hàng. Do đó ít am hiểu dịch vụ ngân hàng hiện đại nên gây ra tâm lý ngại tiếp xúc công nghệ vì sợ rủi ro nên đại bộ phận dân cư trên địa bàn sử dụng tiền mặt để thanh toán là chủ yếu.

b. Nguyên nhân chủ quan

Thứ nhất, hoạt động marketing và chăm sóc khách hàng sau bán hàng chưa chuyên nghiệp.

Thứ hai, do hạn chế trong nền tảng về công nghệ thông tin

Thứ ba, về quản trị điều hành và huấn luyện nguồn nhân lực của chi nhánh vẫn còn một số tồn tại cần giải quyết

Tiểu kết chương 2

Trong chương 2, đề án đã khái quát về BIDV Hải Dương. Đề án tập

trung phân tích thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại BIDV Hải Dương. Trong đó, phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ được phân tích theo chỉ tiêu. Từ đó, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại BIDV Hải Dương về những kết quả đạt được cũng như những hạn chế, nguyên nhân của những hạn chế. Đây là cơ sở để đưa ra những giải pháp, đề xuất kiến nghị trong chương 3.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH HẢI DƯƠNG

3.1. Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương

3.1.1. Định hướng phát triển chung của Chi nhánh

Tăng trưởng tín dụng bền vững, có chọn lọc gắn liền với hiệu quả thực chất, áp dụng mức lãi suất/ phí phù hợp với mức rủi ro của khoản tín dụng để cân đối giữa lợi ích thu được với tài sản tính theo rủi ro tín dụng.

Ưu tiên lựa chọn các dự án có mô hình kiến trúc, vật liệu xây dựng xanh, tiết kiệm tài nguyên khoáng sản, tiết kiệm năng lượng, thân thiện môi trường, nhà ở thích ứng với biến đổi khí hậu. Thận trọng cấp tín dụng với các phương án, dự án gây tác động lớn đến môi trường, xã hội và phải bảo đảm khách hàng có các biện pháp giảm thiểu tác động của phương án, dự án đến môi trường xã hội.

Tăng cường kiểm soát, rút giảm dư nợ đối với các khách hàng yếu kém đang trong quá trình tái cơ cấu, trước sáp nhập, có nguy cơ bị thôn tính.

Kiểm soát chặt chẽ mức độ tập trung tín dụng vào các lĩnh vực không khuyến khích phát triển, lĩnh vực phi sản xuất, lĩnh vực tiềm ẩn rủi ro như đầu tư, kinh doanh bất động sản; đầu tư, kinh doanh chứng khoán

3.1.2. Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của Chi nhánh

- Phát triển dịch vụ NHBL nhằm tăng mạnh tỷ trọng nguồn thu từ hoạt động NHBL trong tổng thu nhập của chi nhánh. Đây là điều kiện tiên quyết để đưa BIDV Hải Dương trở thành một chi nhánh ngân hàng hiện đại

và phát triển hiệu quả, bền vững trong hệ thống BIDV cũng như trên địa bàn tỉnh Hải Dương.

- Phát triển dịch vụ NHBL phải dựa trên cơ sở, nền tảng hệ thống công nghệ thông tin tiên tiến, hiện đại. Quy mô, tốc độ phát triển và chiến lược các sản phẩm phải phù hợp với trình độ công nghệ thông tin và hệ thống cơ sở dữ liệu tích hợp, tập trung.

- Xác định rõ quan điểm: phát triển dịch vụ NHBL phải xuất phát từ thực tế nhu cầu của thị trường và thị hiếu của khách hàng.

- Củng cố, hoàn thiện, nâng cao chất lượng của các sản phẩm dịch vụ ngân hàng truyền thống hiện có kết hợp với phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại mang tính ưu việt cao theo hướng ngân hàng tự động phục vụ 24/24h trong ngày.

- Tổ chức quản lý quy trình nghiệp vụ và dịch vụ, đảm bảo tính chuyên nghiệp và tính thương mại theo các phương pháp, cách thức của cơ chế thị trường để thỏa mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

- Chiến lược khách hàng và thị trường của từng sản phẩm dịch vụ cụ thể phải được xây dựng riêng biệt mang tính chuyên nghiệp cao.

- Chiến lược cạnh tranh của các dịch vụ: chất lượng dịch vụ tốt, chi phí hợp lý.

3.2. Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương

3.2.1. Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng bán lẻ

- Xây dựng những tiêu chuẩn về dịch vụ khách hàng: Chi nhánh cần đặt ra những chuẩn mực đối với nhân viên trực tiếp giao dịch, tư vấn, cung cấp dịch vụ tới khách hàng, thống nhất phong cách phục vụ của tất cả nhân viên để tạo tính chuyên nghiệp, đặc trưng về hình ảnh của ngân hàng trên

địa bàn và đưa ra các kiểm tra, nhận xét, đánh giá theo định kì về việc thực hiện quy chuẩn đó.

- Xây dựng chính sách khách hàng: Ngoài việc thực hiện tốt các chỉ đạo của BIDV về cơ chế chăm sóc khách hàng, chi nhánh cần chủ động thành lập tổ/phòng chăm sóc khách hàng nhằm quản lý danh sách khách hàng quan trọng để phục vụ khách hàng được chu đáo nhanh chóng, quan tâm, theo dõi để sớm nhận biết những khách hàng có thể chuyển sang sử dụng dịch vụ của ngân hàng khác để tìm hiểu nguyên nhân và tư vấn, khuyến khích khách hàng giữ mối quan hệ với ngân hàng.

- Xây dựng các kênh giải quyết khiếu nại, thắc mắc của khách hàng: chi nhánh có thể thiết lập thêm đường dây nóng dành cho riêng chi nhánh, email để nhanh chóng giải đáp các thắc mắc, khiếu nại. Từ đó, chi nhánh có thể quản lý được các vấn đề phát sinh, biết được những ý kiến đóng góp và mong muốn của khách hàng để có những điều chỉnh cho phù hợp, kịp thời.

3.2.2. Đa dạng hóa các kênh phân phối và thực hiện phân phối có hiệu quả

Thứ nhất: Mở rộng kênh phân phối truyền thống bằng cách thành lập thêm các phòng giao dịch ra các địa điểm có mức sống cao, dân cư đông đúc...

Thứ hai: Thực hiện khảo sát, đánh giá các địa điểm đặt máy ATM/POS một cách toàn diện để nâng cao hiệu quả khai thác và đáp ứng đầy đủ nhu cầu của số đông khách hàng.

Thứ ba: Phát triển kênh phân phối ngân hàng điện tử - vốn dĩ có nhiều lợi thế như nhanh chóng, an toàn, tiết kiệm thời gian và chi phí cho cả ngân hàng và khách hàng.

Thứ tư: Mở rộng kênh phân phối qua các đại lý. Cụ thể: chi nhánh thực hiện liên kết với các hãng bảo hiểm (Bảo Việt, Bảo Minh, Prudential...), các siêu thị - trung tâm mua sắm lớn (Metro, Big C,

Coopmart,...), các khu vui chơi- giải trí (cung văn hóa thiếu nhi, nhà văn hóa thanh niên...), các điểm du lịch – nhà hàng – khách sạn, các trường đại học để chính các đơn vị này trở thành là nhà các nhà phân phối dịch vụ cho chi nhánh.

3.2.3. Tăng cường hoạt động Marketing và chăm sóc khách hàng

* Tăng cường hoạt động Marketing:

- Phải có chương trình phân tích khách hàng và đối thủ cạnh tranh với mục đích nắm được những thông tin của khách hàng cũng như các đối thủ cạnh tranh nhằm đưa ra những quyết sách kịp thời, các chính sách tăng cường hoạt động marketing nhằm thu hút khách hàng, phát triển sản phẩm.

- Đẩy mạnh tuyên truyền, quảng cáo rộng rãi về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng để nâng cao nhận thức của khách hàng về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

- Tham gia các chương trình văn hoá, thể thao, ủng hộ các quỹ từ thiện và các hoạt động nhân đạo tại địa phương để từ đó quảng bá được hình ảnh của BIDV nói chung và hình ảnh chi nhánh nói riêng trong lòng công chúng.

* Tăng cường hoạt động chăm sóc khách hàng

- Áp dụng chính sách phân đoạn thị trường, phân đoạn khách hàng

- Tổ chức thêm bộ phận lễ tân hướng dẫn khách hàng

- Thành lập thêm phòng khách hàng VIP, là phòng chuyên dành cho khách hàng VIP với các ưu đãi ưu tiên về không gian, chất lượng phục vụ và các ưu đãi khác về phí, lãi suất...

- Cần thường xuyên tổ chức thăm dò ý kiến khách hàng qua các hình thức trả lời bảng hỏi, tiếp xúc trực tiếp... để tìm hiểu nhu cầu, ý kiến của khách hàng từ đó có phương pháp phục vụ hiệu quả, chỉnh sửa những điểm thiếu sót, phát triển các sản phẩm mới phù hợp với nhu cầu khách hàng,

tránh lãng phí.

- Thực hiện các chương trình chăm sóc khách hàng đều đặn theo các hình thức như: gửi thiệp chúc mừng, quà tặng, hoa, phiếu mua hàng, phiếu siêu thị... vào các dịp lễ Tết dương lịch và âm lịch, Noel, ngày kỷ niệm dành cho khách hàng nữ (8/3, 20/10), ngày sinh nhật khách hàng...

3.2.4. Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin

Chủ động xây dựng hệ thống quản lý quan hệ khách hàng: là một phương pháp giúp ngân hàng tiếp cận và giao tiếp với khách hàng một cách có hệ thống và hiệu quả, quản lý các thông tin của khách hàng như thông tin về tài khoản, nhu cầu, liên lạc,... hình thành danh sách khách hàng truyền thống và tiềm năng để đề ra những chiến lược marketing, chăm sóc khách hàng hợp lý.

Xây dựng phần mềm định danh khách hàng cá nhân bằng dấu vân tay: Hiện nay, hệ thống BIDV đang sử dụng chương trình định danh khách hàng cá nhân bằng hệ thống quét chữ ký và thông tin khách hàng trên mạng nội bộ BIDV.

Đề ra các chương trình khen thưởng cho các sáng kiến, các phần mềm tin học sáng tạo góp phần vào việc phát triển công nghệ để khuyến khích cán bộ IT viết các chương trình phục vụ cho quản trị điều hành, các tiện ích phục vụ tác nghiệp cho các phòng ban, nâng cao hiệu quả công tác cũng như phục vụ khách hàng, tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng trong toàn chi nhánh.

3.2.5. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Thứ nhất, chính sách tuyển dụng.

- Một mặt ngân hàng cần chú trọng công tác tuyển dụng cán bộ đúng chuyên ngành tài chính ngân hàng để giảm bớt áp lực chi phí đầu tư cho việc đào tạo lại, mặt khác ngân hàng thực hiện phát triển đội ngũ cộng tác

viên (không thuộc biên chế của ngân hàng) phục vụ cho hoạt động bán lẻ một cách phù hợp.

- Bố trí nhân lực trong các phòng ban phù hợp với nhu cầu sử dụng nhằm đảm bảo hoàn thành được công tác, không lãng phí lao động và quỹ tiền lương.

- Công tác tuyển dụng cần được thực hiện thống nhất và tập trung trên cả hệ thống BIDV. Cụ thể: từ tiêu chí tuyển dụng cho các vị trí, khâu tổ chức thi, đề thi và kết quả trúng tuyển cuối cùng đều phải do Trung tâm đào tạo cán bộ của BIDV Trung ương thực hiện công khai, minh bạch để tạo uy tín cho chính ngân hàng và tạo nguồn nhân lực chất lượng cao.

- Ngân hàng nên có quỹ đầu tư tài năng trẻ để đầu tư cho các sinh viên giỏi đang học trong các trường đại học, có cam kết sau này về công tác tại chi nhánh.

Thứ hai, chính sách đào tạo nhân viên.

- + Đào tạo nội bộ
- + Đào tạo bằng việc luân chuyển công việc
- + Đào tạo lớp

3.3. Kiến nghị

3.3.1. Kiến nghị với Chính phủ

- Tạo hành lang pháp lý đầy đủ cho hoạt động ngân hàng.
- Mở rộng thanh toán không dùng tiền mặt.

3.3.2. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

- Hoàn thiện khung pháp lý
- Xây dựng danh mục sản phẩm dịch vụ NHBL
- Tăng cường chức năng, vai trò định hướng, quản lý
- Hiện đại hóa công nghệ ngân hàng

3.3.2. Kiến nghị với BIDV

- Hoàn thiện hệ thống các công cụ quản lý, điều hành dịch vụ NHBL: hệ thống chỉ tiêu kế hoạch, phân giao kế hoạch và đánh giá thực hiện kế hoạch.

- Xây dựng một danh mục sản phẩm, dịch vụ chuẩn, đa dạng, phong phú về tiện ích, chất lượng cao dựa trên nền công nghệ hiện đại, trong đó lựa chọn một số sản phẩm có tính cạnh tranh cao để đầu tư, phát triển thành sản phẩm “lõi” của BIDV, tạo sự khác biệt với các ngân hàng khác.

- Rà soát, chuẩn hoá quy trình, thủ tục theo hướng đơn giản, thân thiện, dễ tiếp cận để nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

- Trung tâm tâm hỗ trợ khách hàng qua điện thoại (Contact Center) cần hỗ trợ Chi nhánh tốt hơn nữa trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ và công tác chăm sóc khách hàng, đồng thời tăng cường kênh phân phối sản phẩm.

Tiểu kết chương 3

Trong chương 3, dựa trên nền tảng cơ sở lý luận ở chương 1, những phân tích và đánh giá thực trạng ở chương 2, đề án đã đưa ra định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại BIDV Hải Dương phù hợp với môi trường cạnh tranh trong tình hình mới và phù hợp với xu hướng mở cửa hội nhập của hệ thống tài chính ở Việt Nam. Đề án cũng đã đề 5 giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại BIDV Hải Dương. Đề án cũng đã đề xuất một số kiến nghị có liên quan đối với Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước, BIDV nhằm góp phần phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ an toàn và hiệu quả.

KẾT LUẬN

Dịch vụ NHBL ngày càng được quan tâm chú trọng để theo kịp với xu hướng hội nhập và kiến tạo sự phát triển bền vững của các ngân hàng. Với sự cạnh tranh trong hệ thống ngân hàng thương mại ngày càng mạnh mẽ, việc nghiên cứu các giải pháp phát triển dịch vụ NHBL là quan trọng và cấp thiết hơn bao giờ hết để mỗi ngân hàng có thể tự tin bước vào quá trình hội nhập và đứng vững trong cạnh tranh. Theo xu hướng đó, BIDV Hải Dương đang tích đưa ra nhiều chỉ đạo mang tính định hướng cho hoạt động NHBL để tăng quy mô và hiệu quả hoạt động, đồng thời cần phải tìm ra những giải pháp thích hợp để phát triển dịch vụ NHBL một cách bền vững và hiệu quả

Đề tài “*Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương*” đã đi vào nghiên cứu và giải quyết được một số vấn đề sau:

Thứ nhất, đã hệ thống hóa và làm rõ được các vấn đề lý luận cơ bản về dịch vụ NHBL, phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình phát triển dịch vụ NHBL và các tiêu chí đánh giá sự phát triển của dịch vụ NHBL. Ngoài ra, đề án cũng đã nêu được kinh nghiệm phát triển dịch vụ NHBL của một số NHTM từ đó rút ra được một số bài học kinh nghiệm về phát triển dịch vụ NHBL.

Thứ hai, phân tích và đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ NHBL tại BIDV Hải Dương về một số dịch vụ ngân hàng bán lẻ chủ yếu đang được triển khai áp dụng trên địa bàn như: Huy động vốn dân cư, tín dụng bán lẻ, thu dịch vụ, thanh toán quốc tế và thương mại, thanh toán chuyển tiền, dịch vụ ngân hàng điện tử và một số dịch vụ NHBL khác. Kết quả nghiên cứu cho thấy, trong phát triển dịch vụ NHBL, BIDV Hải Dương đã đạt được những kết quả nhất định như: Danh mục sản phẩm ngày càng đa

dạng với nhiều tiện ích dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại, mạng lưới của Chi nhánh và kênh phân phối liên tục được mở rộng, công tác quản trị điều hành hoạt động bán lẻ được chú trọng và nâng cao. Bên cạnh đó là một số hạn chế như: Chưa có sản phẩm đặc thù mang tính cạnh tranh cao, việc phát triển sản phẩm còn chậm nhất là đối với các sản phẩm mang tính công nghệ cao, trong phát triển mạng lưới và kênh phân phối còn dè dặt, công tác marketing và chăm sóc khách hàng còn chưa chuyên nghiệp, bài bản. Những hạn chế này một phần là do thiếu kinh nghiệm trong hoạt động bán lẻ, chưa thực sự quyết tâm trong việc chuyển đổi mô hình từ hoạt động NHBB sang hoạt động NHBL, việc xây dựng chiến lược phát triển hoạt động bán lẻ chưa được tách bạch, còn lồng ghép với chiến lược chung của Chi nhánh. Mặt khác những hạn chế này còn xuất phát từ một số nguyên nhân khách quan như: Sự khó khăn của nền kinh tế, sự chưa hoàn chỉnh của môi trường pháp lý, môi trường công nghệ thông tin...

Thứ ba, đề án đã đưa ra một số giải pháp cho từng sản phẩm dịch vụ cụ thể để góp phần phát triển hơn nữa dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Chi nhánh.