

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

LÂM THỊ THÙY ANH

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ
TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN HÀ NỘI
– CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

THÁI NGUYÊN – 2019

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

LÂM THỊ THÙY ANH

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ
TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN HÀ NỘI
– CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN**

NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

Mã số: 8.34.01.01

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS TRẦN QUANG HUY

THÁI NGUYÊN – 2019

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu do chính tôi thực hiện, số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận án này là trung thực và rõ ràng.

Tôi xin chịu trách nhiệm về lời cam đoan của mình.

Thái Nguyên, tháng 10 năm 2019

Tác giả luận văn

Lâm Thị Thùy Anh

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới PGS.TS Trần Quang Huy, người thầy đã tận tình hướng dẫn, giúp đỡ tôi trong suốt quá trình nghiên cứu và hoàn thiện đề tài luận văn.

Tôi xin trân trọng cảm ơn các thầy giáo, cô giáo Khoa Quản trị kinh doanh, Phòng đào tạo - Bộ phận Sau đại học, Trường Đại học Kinh tế & Quản trị kinh doanh Thái Nguyên - Đại học Thái Nguyên đã đóng góp nhiều ý kiến quý báu giúp đỡ tôi trong quá trình nghiên cứu, hoàn thành luận văn.

Tôi xin chân thành cảm ơn các anh chị trong Ban lãnh đạo Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Hà Nội - Chi nhánh Thái Nguyên, các đồng nghiệp phòng kế toán, phòng dịch vụ khách hàng, phòng khách hàng cá nhân đã tạo điều kiện giúp đỡ tôi hoàn thành luận văn này.

Tôi xin bày tỏ sự cảm ơn sâu sắc đối với mọi sự giúp đỡ.

Thái Nguyên, tháng 10 năm 2019

Tác giả luận văn

Lâm Thị Thùy Anh

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	viii
DANH MỤC CÁC BẢNG SỐ LIỆU	x
DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ	xi
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
4. Ý nghĩa khoa học của đề tài	3
5. Kết cấu của luận văn.....	4
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	5
1.1. Cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của ngân hàng thương mại	5
1.1.1. Dịch vụ Ngân hàng bán lẻ	5
1.1.2. Các DV NHBL chủ yếu	8
1.1.3. Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của NHTM.....	11
1.1.4. Nhân tố ảnh hưởng tới việc phát triển dịch vụ bán lẻ của NHTM.....	15
1.2. Cơ sở thực tiễn phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại các ngân hàng trong nước và thế giới.....	17
1.2.1. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại các ngân hàng thương mại trong nước và các ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam.....	17
CHƯƠNG 2	22
PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	22

2.1. Câu hỏi nghiên cứu.....	22
2.2. Phương pháp nghiên cứu	22
2.2.3.1. Phương pháp thống kê và phân tích dữ liệu thống kê.....	24
2.2.3.2. Phương pháp so sánh.....	24
Phương pháp so sánh là so sánh và đánh giá các chỉ tiêu nghiên cứu theo đối tượng, nội dung, các loại hình nghiệp vụ và đơn vị thời gian.....	24
2.2.3.3. Phương pháp điều tra khảo sát	25
2.2.3.4. Phương pháp phân tích SWOT	26
CHƯƠNG 3 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI SHB THÁI NGUYÊN	30
3.1. Khái quát về Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn- Hà Nội, Chi nhánh Thái Nguyên.....	30
3.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn - Hà Nội (SHB), Chi nhánh Thái Nguyên.....	30
3.1.2. Cơ cấu tổ chức, nhân sự, mạng lưới.....	31
3.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của SHB Thái Nguyên.....	37
Qua bảng 3.1, cho ta thấy SHB Thái Nguyên trong 3 năm qua luôn làm ăn có lãi (lớn hơn 0). Đó là kết quả của quá trình phấn đấu làm việc của toàn chi nhánh, phát triển mạng lưới KH, mở rộng hoạt động tín dụng phù hợp theo chủ trương và bám sát các mục tiêu được đề ra từ trên xuống của Hội sở sao cho phù hợp với sự phát triển của nền kinh tế địa phương, sự nỗ lực của toàn thể CBNV.	38
Doanh thu từ phí DV chiếm tỷ trọng nhỏ (khoảng 2%), trong đó chủ yếu từ cung cấp các DVBL cho khách hàng. Tổng thu nhập từ việc cung cấp các DVBL có xu hướng tăng cả về số lượng và tỷ trọng. Năm 2016 doanh thu từ DVBL là 95.296 triệu đồng, chiếm 100% tổng doanh thu, doanh thu từ DVBL năm 2017 là 118.317 triệu đồng chiếm 98% tổng doanh thu. Năm 2018 doanh thu từ DVBL là 183.195 triệu đồng chiếm 95% tổng doanh thu. Điều này là do chính sách phát triển cung ứng	

dịch vụ đang dần chuyển dịch về phát triển các DVBL hơn, từ đó có thể gia tăng thị phần KH, nâng cao năng lực cạnh tranh của chi nhánh.	39
3.2. Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng TMCP SHB Thái Nguyên.....	39
3.2.1. Sự gia tăng của doanh số cung ứng dịch vụ.....	39
Dư nợ hoạt động cho vay có sự tăng trưởng qua các năm. Năm 2016 dư nợ tín dụng là 396.283 triệu đồng. Năm 2017 dư nợ là 544.724 triệu đồng tăng 37,4 % so với năm 2016. Năm 2018 dư nợ là 815.738 triệu đồng tăng 50% so năm 2017. Tăng dư nợ bán lẻ như vậy là do qui mô phát triển của chi nhánh cùng với việc tăng trưởng nền kinh tế một cách khả quan, sản xuất kinh doanh tiếp tục được mở rộng môi trường đầu tư trong Tỉnh ngày càng được cải thiện. Điều này giúp cho dư nợ tín dụng của NH tăng phù hợp với sự vận động của nền kinh tế trên địa bàn. ...	43
Qua bảng số liệu trên ta thấy phân loại dư nợ cho vay các TCKT và cá nhân theo thành phần kinh tế thì nhóm đối tượng là DN ngoài quốc doanh sử dụng dịch vụ TDBL chiếm tỷ trọng lớn nhất và tăng đều qua các năm. Năm 2018 tăng 198.541 triệu đồng so với năm 2017 tương ứng tăng 91,4% chiếm 54% trong tổng giá trị dư nợ. Trong khi đó nhóm cho vay tư nhân cá thể chiếm tỷ trọng thấp nhất. Năm 2018 so với năm 2017 tăng 41.131 triệu đồng tương ứng tăng 19,4% và chiếm 46,2% trong tổng giá trị dư nợ. Nhóm DNNN năm 2018 tăng ít nhất 31.344 triệu đồng tương ứng tăng 96,4% và chiếm 0,34% tổng giá trị dư nợ so với năm 2017. Nguyên nhân nhóm đối tượng DN ngoài quốc doanh chiếm tỷ trọng dư nợ lớn do nền kinh tế trên đà phát triển kéo theo số lượng các DN mới thành lập ngày một nhiều hoặc các DN quay trở lại hoạt động tăng lên thì nhu cầu vay vốn để SXKD của các DN tăng trở lại.	44
3.2.2. Sự phát triển số lượng khách hàng bán lẻ của SHB Thái Nguyên.....	59
3.2.3. Sự phát triển về chất lượng các dịch vụ bán lẻ cung ứng của SHB Thái Nguyên	61

3.2.4. Mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ bán lẻ của SHB TN	67
3.3. Kết quả khảo sát ý kiến khách hàng về dịch vụ NHBL tại SHB Thái Nguyên	70
3.3.1. Mục đích khảo sát	70
3.3.2. Đối tượng khảo sát	70
3.3.3. Phương pháp khảo sát	70
3.3.4. Kết quả khảo sát:	71
3.3.5. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển DV NHBL tại SHB Thái Nguyên	75
3.4. Phân tích SWOT để đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ bán lẻ tại SHB Thái Nguyên	76
3.4.1. Điểm mạnh của SHB Thái Nguyên trong phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ	76
3.4.2. Điểm yếu của SHB Thái Nguyên trong phát triển DV NHBL	77
3.4.3. Cơ hội của SHB Thái Nguyên trong phát triển DV NHBL	77
3.4.4. Thách thức của SHB Thái Nguyên trong phát triển DV NHBL	78
3.5. Đánh giá thực trạng dịch vụ bán lẻ của SHB Thái Nguyên	79
3.5.1. Kết quả đạt được dịch vụ bán lẻ của SHB Thái Nguyên	79
3.5.2. Những hạn chế dịch vụ bán lẻ của SHB Thái Nguyên	79
3.5.3. Nguyên nhân của những hạn chế dịch vụ bán lẻ SHB Thái Nguyên	79
CHƯƠNG 4 GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI SHB THÁI NGUYÊN	81
4.1. Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại SHB Thái Nguyên	81
4.1.1. Định hướng chung trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng TMCP Sài Gòn- Hà Nội	81
4.1.2 Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại ngân hàng TMCP SHB Thái Nguyên	82
4.2. Một số giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của NH TMCP SHB Thái Nguyên theo mô hình SWOT	83

4.2.1. Giải pháp về nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong hoạt động dịch vụ NHBL	83
4.2.2. Hoàn thiện và phát triển dịch vụ bán lẻ mới.	84
4.2.3. Nâng cao năng lực tài chính và hiện đại hóa công nghệ.....	85
4.3. Kiến nghị với hội sở chính ngân hàng TMCP Sài Gòn- Hà Nội	85
KẾT LUẬN	87
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	90
PHỤ LỤC	91

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ATM	Automatic Teller Machine: Máy rút tiền tự động
POS	Point of sale: Máy chấp nhận thanh toán thẻ
SHB	Saigon - Ha Noi Commercial Joint Stock Bank
TCKT	Tổ chức kinh tế
CBCNV	Cán bộ công nhân viên
CNTT	Công nghệ thông tin
DNNN	Doanh nghiệp nhà nước
DNVVN	Doanh nghiệp vừa và nhỏ
DVBL	Dịch vụ bán lẻ
KH	Khách hàng
NH	Ngân hàng
TC	Tài chính
NHBL	Ngân hàng bán lẻ
NH TMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần
NHTMQD	Ngân hàng thương mại quốc doanh
NHĐT&PT	Ngân hàng Đầu tư và Phát triển
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
DVNH	Dịch vụ ngân hàng
NHTM	Ngân hàng thương mại
SXKD	Sản xuất kinh doanh
TCTD	Tổ chức tín dụng
TSBĐ	Tài sản bảo đảm
HĐV	Huy động vốn
TK	Tiết kiệm
LS	Lãi suất