

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

NGUYỄN MINH HIỀN

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐÔNG NAM Á
CHI NHÁNH HÀ NỘI**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Chuyên ngành: Quản lý kinh tế

THÁI NGUYÊN – 2013

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

NGUYỄN MINH HIỀN

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐÔNG NAM Á
CHI NHÁNH HÀ NỘI**

**Chuyên ngành: QUẢN LÝ KINH TẾ
Mã số: 60.34.04.10**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: GS.TSKH: Lê Du Phong

THÁI NGUYÊN – 2013

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu và hình ảnh trong luận văn hoàn toàn trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình khoa học nào khác.

Tôi xin cam đoan rằng mọi sự giúp đỡ cho việc thực hiện luận văn này đã được cảm ơn và các thông tin trích dẫn trong luận văn đã được chỉ rõ nguồn gốc.

Tác giả

Nguyễn Minh Hiền

LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình thực hiện đề tài “**Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại NHTMCP Đông Nam Á chi nhánh Hà Nội**”, tôi đã nhận được hướng dẫn giúp đỡ, động viên của nhiều cá nhân và tập thể; tôi xin trân trọng bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đối với Ban giám hiệu nhà trường, phòng quản lý sau đại học và Thầy Lê Du Phong người đã định hướng, chỉ bảo, dìu dắt tôi trong quá trình học tập và nghiên cứu đề tài.

Tôi xin trân trọng cảm ơn đối với tất cả các thầy cô giáo Khoa Sau đại học cùng tất cả các thầy cô giáo trường Đại học kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên đã giúp đỡ tôi trong quá trình học tập cũng như hoàn thành luận văn này.

Tôi xin trân trọng cảm ơn ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á (SeaBank) đã cung cấp số liệu khách quan, tạo mọi điều kiện thuận lợi giúp đỡ tôi trong quá trình nghiên cứu và thực hiện đề tài.

Cuối cùng với lòng biết ơn sâu sắc nhất xin dành cho gia đình, bạn bè đã giúp đỡ rất nhiều về vật chất và tinh thần để bản thân hoàn thành chương trình học tập cũng như đề tài nghiên cứu.

Tác giả

Nguyễn Minh Hiền

MỤC LỤC

Lời cam đoan.....	i
Lời cảm ơn	ii
Mục lục.....	iv
Danh mục các chữ viết tắt.....	ivv
Danh mục các bảng	xi
Danh mục các biểu đồ.....	xii
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
2.1. Mục tiêu chung.....	2
2.2. Mục tiêu cụ thể.....	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
3.1. Đối tượng nghiên cứu.....	3
3.2. Phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Đóng góp mới về lý luận và thực tiễn.....	3
5. Bố cục của luận văn.	4
Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	5
1.1. Cơ sở lý luận về dịch vụ ngân hàng bán lẻ	5
1.1.1. Khái niệm, đặc trưng, vai trò của dịch vụ ngân hàng bán lẻ.	5
1.1.1.1. Khái niệm dịch vụ ngân hàng bán lẻ.....	5
1.1.1.2 Đặc trưng của dịch vụ ngân hàng bán lẻ.....	6
1.1.1.3. Vai trò của dịch vụ ngân hàng bán lẻ.....	10
1.1.2. Các hoạt động phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ.....	12

1.1.2.1. Huy động vốn.....	12
1.1.2.2. Các dịch vụ tín dụng bán lẻ.....	13
1.1.2.3. Sản phẩm dịch vụ ngân hàng tại nhà.	16
1.1.2.4. Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ.	17
1.1.2.5. Các loại dịch vụ khác.	18
1.1.3. Những nhân tố ảnh hưởng đến dịch vụ Ngân hàng bán lẻ.....	19
1.1.3.1. Nhân tố bên ngoài	20
1.1.3.2. Nhân tố bên trong.....	22
1.2. Cơ sở thực tiễn về phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ.....	24
1.2.1. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ trong NHTM tại một số nước trên thế giới.....	25
1.2.1.1. Kinh nghiệm của Ngân hàng Bangkok – Thái Lan.	25
1.2.1.2. Kinh nghiệm Standard Chartered - Singapore	26
1.2.1.3. Kinh nghiệm của Citibank - Nhật Bản:.....	27
1.2.1.4. Bài học kinh nghiệm rút ra cho Việt Nam	27
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1	30
Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	31
2.1. Các câu hỏi đặt ra mà đề tài cần giải quyết.....	31
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	32
2.2.1. Phương pháp thu thập, tổng hợp thông tin.....	32
2.2.2. Phương pháp thống kê kinh tế	32
2.2.3. Phương pháp nghiên cứu so sánh.....	33
2.3. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá	33
2.3.1. Một số chỉ tiêu tổng hợp	33
2.3.2. Hệ thống chỉ tiêu về phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ.....	34

2.3.3. Các chỉ tiêu định lượng	36
2.3.3.1. Nhóm chỉ tiêu về vốn chủ sở hữu:	36
2.3.3.2. Nhóm chỉ tiêu phản ánh sự gia tăng ổn định các nguồn vốn về số lượng và thời gian	37
2.3.3.3. Nhóm chỉ tiêu phản ánh số lượng và cơ cấu nguồn vốn.....	37
2.3.3.4. Chỉ tiêu phản ánh xu hướng biến đổi cơ cấu các nguồn vốn hợp lý và theo hướng tích cực	39
2.3.3.5. Chỉ tiêu phản ánh khả năng điều hành lãi suất và tiết kiệm chi phí huy động vốn.....	39
2.3.3.6. Chỉ tiêu phản ánh khả năng thanh toán	39
2.3.3.7. Chỉ tiêu đo lường chi phí vốn	40
2.3.4. Chỉ tiêu định tính.....	42
2.3.4.1. Lựa chọn giữa chi phí và rủi ro	42
2.3.4.2. Sự phù hợp giữa huy động vốn và sử dụng vốn	44
2.3.4.3. Mức độ thuận tiện cho khách hàng giao dịch	44
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....	45
Chương 3: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐÔNG NAM Á CHI NHÁNH HÀ NỘI.....	46
3.1. Đặc điểm của Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á trong việc phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ	46
3.1.1. Sự ra đời và phát triển của NHTMCP Đông Nam Á	46
3.1.2. Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á chi nhánh Hà Nội	47

3.1.3. Hoạt động kinh doanh chủ yếu của NHTMCP Đông Nam Á chi nhánh Hà Nội	49
3.1.3.1. Hoạt động huy động vốn.....	49
3.1.3.2. Hoạt động cho vay	50
3.1.3.3. Về hoạt động thanh toán	51
3.1.3.4. Các hoạt động khác	52
3.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của NHTMCP Đông Nam Á.	52
3.2. Thực trạng hoạt động một số dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại NHTMCP Đông Nam Á chi nhánh Hà Nội thời gian qua.....	56
3.2.1. Sự phát triển thị trường dịch vụ ngân hàng bán lẻ	56
3.2.2. Dịch vụ huy động vốn.....	56
3.2.3. Dịch vụ tín dụng bán lẻ:	62
3.2.3.1. Dịch vụ tín dụng bán lẻ dành cho khách hàng cá nhân.....	65
3.2.3.2. Dịch vụ tín dụng dành cho khách hàng SMEs.....	66
3.2.4. Dịch vụ ngân hàng tại nhà.....	69
3.2.5. Dịch vụ thanh toán.	71
3.2.5.1. Thanh toán trong nước	71
3.2.5.2. Hoạt động thanh toán quốc tế	73
3.2.6. Phát triển mạng lưới.....	75
3.2.7. Công nghệ thông tin.....	76
3.2.8. Phát triển nhân lực.	77
3.2.9. Phát triển thương hiệu.....	79
3.3. Đánh giá về sự phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á.....	82

3.3.1. Đánh giá về sự phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ theo các chỉ tiêu.	82
3.3.2. Những kết quả đạt được và nguyên nhân đạt được kết quả.....	85
3.3.2.1. Những kết quả đạt được.....	85
3.3.2.2. Nguyên nhân đạt được kết quả.....	86
3.3.3.1. Những hạn chế.....	87
3.3.3.2. Nguyên nhân hạn chế.....	89
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.....	94
Chương 4: GIẢI PHÁP ĐỂ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐÔNG NAM Á CHI NHÁNH HÀ NỘI.....	95
4.1. Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á đến 2015.....	95
4.1.1. Các quan điểm phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại NHTMCP Đông Nam Á.....	95
4.1.2. Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại NHTMCP Đông Nam Á.....	96
4.1.3. Mục tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại NHTMCP Đông Nam Á....	97
4.2. Một số giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á.....	99
4.2.1. Về nhân sự.....	99
4.2.2. Về công nghệ thông tin.....	100
4.2.3. Về quản lý rủi ro.....	101
4.2.4. Về phát triển các sản phẩm bán lẻ.....	102
4.2.5. Về kênh phân phối.....	107
4.2.6. Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng bán lẻ.....	109