

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

NGUYỄN HUY QUANG

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ
HOẠT ĐỘNG MARKETING NỘI BỘ TẠI
VIETINBANK - CHI NHÁNH THỊ XÃ PHÚ THỌ**

**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 HUY QUANG

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ
HOẠT ĐỘNG MARKETING NỘI BỘ TẠI
VIETINBANK - CHI NHÁNH THỊ XÃ PHÚ THỌ**

Chuyên ngành: Quản lý kinh tế

Mã số: 60.34.04.10

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: TS. Vũ Hùng Cường

THÁI NGUYÊN - 2013

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận văn này là trung thực và chưa được sử dụng để bảo vệ một học vị nào.

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

Thái nguyên, ngày tháng năm 2013

Tác giả

Nguyễn Huy Quang

LỜI CẢM ƠN

Luận văn được hoàn thành là kết quả của quá trình làm việc, nghiên cứu lý luận và tích lũy kinh nghiệm từ bản thân. Để có được thành công này, tôi xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc của mình đối với thầy giáo, TS. Vũ Hùng Cường, người hướng dẫn khoa học. Thầy đã giúp đỡ tận tình tôi trong suốt quá trình nghiên cứu và hoàn thiện bản luận văn.

Tôi xin chân thành cảm ơn VietinBank Thị xã Phú Thọ, đã tạo mọi điều kiện thuận lợi giúp đỡ tôi hoàn thành công trình này.

Xin chân thành cảm ơn tất cả các bạn bè, đồng nghiệp đã đồng viên, giúp đỡ nhiệt tình và đóng góp nhiều ý kiến quý báu để tôi hoàn thành luận văn này.

Xin chân trọng cảm ơn./.

Thái nguyên, ngày tháng năm 2013

Tác giả

Nguyễn Huy Quang

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	ii
LỜI CẢM ƠN	iii
MỤC LỤC.....	iv
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	viii
DANH MỤC CÁC MÔ HÌNH, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ	ix
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của việc nghiên cứu đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Những đóng góp của luận văn	2
5. Bố cục của luận văn	4
Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ MARKETING NỘI BỘ.....	5
1.1 Cơ sở lý luận	5
1.1.1 Khái quát về Marketing nội bộ.....	5
1.1.2 Mô hình Marketing nội bộ.....	10
1.1.3 Quá trình Marketing nội bộ	16
1.1.4 Đối tượng và công cụ của marketing nội bộ	20
1.1.5 Các yếu tố tác động đến hoạt động marketing nội bộ của doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực ngân hàng.....	25
1.2 Cơ sở thực tiễn	30
1.2.1 Kinh nghiệm vận dụng marketing nội bộ.....	30
1.2.2 Gợi mở kinh nghiệm cho hoạt động marketing nội bộ của các doanh nghiệp ngân hàng Việt Nam nói chung và Vietinbank Thị xã Phú Thọ nói riêng	34
Tóm tắt chương 1	36
Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	37
2.1. Phương pháp nghiên cứu	37
2.1.1. Phương pháp định tính.....	37

2.1.2. Phương pháp định lượng	37
2.1.3 Phương pháp thống kê mô tả.....	37
2.1.4 Phương pháp điều tra mẫu.....	38
2.2 Hệ thống các chỉ tiêu nghiên cứu	38
Chương 3: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG MARKETING NỘI BỘ TẠI VIETINBANK - CHI NHÁNH THỊ XÃ PHÚ THỌ.....	40
3.1 Sơ lược về tình hình kinh tế - xã hội của tỉnh Phú Thọ	40
3.1.1 Tổng quan điều kiện kinh tế - xã hội của tỉnh Phú Thọ.....	40
3.1.2 Tình hình phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Phú Thọ	40
3.1.3 Tình hình hoạt động của các ngân hàng thương mại tại tỉnh Phú Thọ.....	42
3.2 Thực trạng hoạt động kinh doanh và marketing của Vietinbank - Chi nhánh Thị xã Phú Thọ	43
3.2.1 Tổng quan về Vietinbank - Chi nhánh Thị xã Phú Thọ	43
3.2.2 Thực trạng hoạt động kinh doanh	48
3.2.3 Thực trạng hoạt động marketing của Vietinbank - Chi nhánh Thị xã Phú Thọ...51	
3.3 Chi tiết về hoạt động marketing nội bộ của Vietinbank - Chi nhánh Thị xã Phú Thọ	54
3.3.1. Chương trình marketing nội bộ của Vietinbank - Chi nhánh Thị xã Phú Thọ ...54	
3.3.2. Hiệu quả và tác động của hoạt động marketing nội bộ Vietinbank Thị xã Phú Thọ	74
3.4. Đánh giá chung về hoạt động marketing nội bộ của Vietinbank - Chi nhánh Thị xã Phú Thọ	84
3.4.1. Những kết quả đạt được và nguyên nhân.....	85
3.4.2. Những hạn chế tồn tại và nguyên nhân	85
3.4.3. Các yếu tố tác động đến hiệu quả hoạt động marketing nội bộ của Vietinbank chi nhánh TX Phú Thọ.....	86
Tóm tắt chương 3	90
Chương 4: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG MARKETING NỘI BỘ TẠI VIETINBANK - CHI NHÁNH THỊ XÃ PHÚ THỌ ĐẾN NĂM 2015, TẦM NHÌN 2020	92

4.1 Bối cảnh mới và yêu cầu đặt ra đối với hoạt động marketing nội bộ tại Vietinbank chi nhánh thị xã Phú Thọ.....	92
4.1.1. Mục tiêu, định hướng phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh đến năm 2020.....	92
4.1.2 Chiến lược phát triển Ngân hàng Vietinbank Việt Nam.....	93
4.1.3 Xu thế cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại và yêu cầu đặt ra đối với hoạt động marketing nội bộ tại Vietinbank chi nhánh thị xã Phú Thọ.....	94
4.1.4 Cơ hội và thách thức đối với hoạt động marketing nội bộ tại Vietinbank chi nhánh thị xã Phú Thọ.....	96
4.2 Quan điểm định hướng.....	97
4.2.1 Quan điểm hoạt động marketing nội bộ tại Vietinbank - chi nhánh Thị xã Phú Thọ.....	97
4.2.2 Phương hướng hoạt động marketing nội bộ tại Vietinbank - chi nhánh Thị xã Phú Thọ.....	97
4.3 Một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động marketing nội bộ tại Vietinbank - Chi nhánh Thị xã Phú Thọ.....	98
4.3.1 Những giải pháp ở tầm vĩ mô.....	98
4.3.2 Xây dựng kế hoạch marketing nội bộ.....	99
4.3.3 Hoàn thiện các công cụ marketing nội bộ.....	101
Tóm tắt chương 4	114
KẾT LUẬN	115
TÀI LIỆU THAM KHẢO	116
PHỤ LỤC	118

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

KH	: Khách hàng
NHTM	: Ngân hàng thương mại
NHNN	: Ngân hàng nhà nước
TCTD	: Tổ chức tín dụng
VietinBank	: Ngân hàng thương mại cổ phần Công thương Việt Nam
VietinBank Thị xã Phú Thọ	: VietinBank - Chi nhánh Thị xã Phú Thọ

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1. Một số chỉ tiêu và tình hình hoạt động của các ngân hàng thương mại tỉnh Phú Thọ.....	42
Bảng 3.2 Tình hình huy động vốn của Vietinbank - Chi nhánh Thị xã Phú Thọ	48
Bảng 3.3. Kết quả hoạt động tín dụng của Vietinbank Thị xã Phú Thọ	49
Bảng 3.4. Kết quả hoạt động kinh doanh của Vietinbank Thị xã Phú Thọ qua các năm.....	51
Bảng 3.5: Nội dung đào tạo theo cấp bậc của VietinBank Thị xã Phú Thọ	65
Bảng 3.6: Phiếu đánh giá thực hiện công việc	74
Bảng 3.7: Môi quan hệ giữa marketing nội bộ, marketing hướng ngoại và hiệu quả kinh doanh.....	76
Bảng 3.8: Những yếu tố giữ chân nhân viên.....	78
Bảng 3.9: Tình hình nhân sự của VietinBank Thị xã Phú Thọ qua các năm.....	80
Bảng 3.10: Tình hình nhân sự VietinBank Thị xã Phú Thọ các năm và chỉ cho hoạt động marketing nội bộ	81
Bảng 3.11: Môi quan hệ giữa marketing nội bộ và hiệu quả kinh doanh	84

DANH MỤC CÁC MÔ HÌNH, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

Mô hình 1.1: Sự liên kết giữa marketing nội bộ và marketing hướng ngoại.....	8
Mô hình 1.2: Môi quan hệ giữa marketing nội bộ, marketing hướng ngoại, marketing tương tác, marketing quan hệ.....	8
Mô hình 1.3: Mô hình marketing nội bộ của Berry	12
Mô hình 1.4: Mô hình marketing nội bộ của Gronroos	13
Mô hình 1.5: Mô hình marketing nội bộ liên kết.....	14
Mô hình 1.6: Quá trình marketing nội bộ	18
Sơ đồ 3.1. Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Vietinbank - chi nhánh thị xã phú thọ	47
Biểu đồ 3.1: Ngân sách hàng năm cho hoạt động marketing nội bộ của VietinBank Thị xã Phú Thọ	83