

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

TÔ KHÁNH TOÀN

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ  
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN  
CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

HÀ NỘI - 2014

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

TÔ KHÁNH TOÀN

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ  
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN  
CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM**

*Chuyên ngành* : Kinh tế phát triển

*Mã số* : 62 31 05 01

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ**

*Người hướng dẫn khoa học*: PGS, TS PHẠM THỊ KHANH

HÀ NỘI - 2014

## **LỜI CAM ĐOAN**

*Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, kết quả nêu trong luận án là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng.*

**Tác giả luận án**

***Tô Khánh Toàn***

## MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
<b>MỞ ĐẦU</b>	1
<b>Chương 1: TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU ĐỀ TÀI</b>	6
1.1. Tình hình nghiên cứu ngoài nước	6
1.2. Tình hình nghiên cứu trong nước	9
1.3. Nhận xét chung về tình hình nghiên cứu đề tài	13
<b>Chương 2: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ</b>	15
2.1. Khái niệm, đặc điểm, vai trò và yêu cầu khách quan phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ	15
2.2. Khái niệm, đặc điểm, vai trò và yêu cầu khách quan phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ	35
2.3. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của Ngân hàng Thương mại một số nước trên thế giới và bài học rút ra đối với các Ngân hàng Thương mại Việt Nam	54
<b>Chương 3: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM</b>	63
3.1. Khái quát tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Thương mại cổ phần Công thương Việt Nam	63
3.2. Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của Ngân hàng Thương mại cổ phần Công thương Việt Nam giai đoạn 2008-2013	70
3.3. Đánh giá chung về sự phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Công thương Việt Nam	95
<b>Chương 4: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU NHẪM ĐẨY MẠNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM</b>	106
4.1. Phương hướng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Công thương Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030	106
4.2. Những giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của Ngân hàng Thương mại cổ phần Công thương Việt Nam trong thời gian tới	120
4.3. Một số kiến nghị	150
<b>KẾT LUẬN</b>	155
<b>DANH MỤC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN</b>	158
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	159
<b>PHỤ LỤC</b>	167

## DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ATM	Máy giao dịch tự động (Automatic Teller Machine)
CNTT	Công nghệ thông tin
CTTC	Cho thuê tài chính
CNH, HĐH	Công nghiệp hóa, hiện đại hóa
DN	Doanh nghiệp
DNNN	Doanh nghiệp nhà nước
DVNH	Dịch vụ ngân hàng
ĐCTC	Định chế tài chính
ĐVCNT	Đơn vị chấp nhận thẻ
HĐQT	Hội đồng quản trị
HNKTQT	Hội nhập kinh tế quốc tế
HTX	Hợp tác xã
KTTT	Kinh tế thị trường
NHBL	Ngân hàng bán lẻ
NHCT	Ngân hàng công thương
NHĐT	Ngân hàng điện tử
NHTM	Ngân hàng thương mại
POS	Máy thanh toán thẻ (Point of Sale)
SME	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
SXKD	Sản xuất kinh doanh
TCKT	Tổ chức kinh tế
TCTD	Tổ chức tín dụng
TDQT	Tín dụng quốc tế
TMCP	Thương mại cổ phần
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
Vietinbank	Ngân hàng Thương mại cổ phần Công thương Việt Nam
VVN	Vừa và nhỏ
WTO	Tổ chức Thương mại thế giới

## DANH MỤC CÁC BẢNG TRONG LUẬN ÁN

<b><u>Số hiệu</u></b>	<b><u>Nội dung</u></b>	<b><u>Trang</u></b>
Bảng 3.1:	Một số chỉ tiêu chủ yếu phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	66
Bảng 3.2:	Tốc độ tăng trưởng và cơ cấu nguồn vốn huy động của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	76
Bảng 3.3:	Thị phần huy động vốn của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	78
Bảng 3.4:	Tốc độ tăng trưởng và cơ cấu dư nợ của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	80
Bảng 3.5:	Nợ quá hạn và các chỉ tiêu phản ánh chất lượng tín dụng của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	83
Bảng 3.6:	Thị phần cho vay vốn của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	84
Bảng 3.7:	Hoạt động dịch vụ thanh toán giai đoạn 2008-2013	85
Bảng 3.8:	Thị phần thẻ của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	88
Bảng 3.9:	Thị phần POS của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	89
Bảng 3.10:	Doanh số bảo lãnh của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	90

## DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ TRONG LUẬN ÁN

<u>Số hiệu</u>	<u>Nội dung</u>	<u>Trang</u>
Biểu đồ 3.1:	Quy mô tăng trưởng nguồn vốn huy động của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	77
Biểu đồ 3.2:	Quy mô tăng trưởng dư nợ cho vay của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	81
Biểu đồ 3.3:	Diễn biến chất lượng dư nợ của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	83
Biểu đồ 3.4:	Doanh số bảo lãnh của Vietinbank giai đoạn 2008-2013	90

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

Để nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh toàn cầu hóa và HNKTQT, các NHTM phải đảm bảo phát triển mạnh mẽ năm yếu tố: Vốn tự có, công nghệ tiên tiến, phát triển dịch vụ, quản trị hệ thống và chiến lược phát triển. Trong đó, yếu tố phát triển dịch vụ và công nghệ tiên tiến là hai yếu tố quan trọng nhất góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của NHTM.

Để thực hiện nâng cao năng lực cạnh tranh của NHTM, đảm bảo chủ động HNKTQT, hiện nay các NHTM đang chú trọng tới phát triển dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ NHBL nói riêng trên nền tảng công nghệ tiên tiến hướng tới khách hàng mục tiêu với sản phẩm đa dạng, hoạt động phân phối rộng khắp.

Hoạt động của dịch vụ NHBL là cung ứng sản phẩm, DVNH tới từng cá nhân riêng lẻ, các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua mạng lưới chi nhánh, khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với sản phẩm dịch vụ truyền thống hoặc thông qua các phương tiện điện tử viễn thông và CNTT để sử dụng các sản phẩm dịch vụ hiện đại. Dịch vụ NHBL có tác dụng đẩy nhanh quá trình luân chuyển tiền tệ, tận dụng tiềm năng to lớn về vốn của các thành phần kinh tế để cho vay cải thiện đời sống dân cư, hạn chế thanh toán tiền mặt, góp phần tiết kiệm chi phí và thời gian cho cả ngân hàng và khách hàng. Dịch vụ NHBL giữ vai trò quan trọng trong việc mở rộng thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh, tạo nguồn vốn trung và dài hạn chủ đạo cho ngân hàng, góp phần đa dạng hóa hoạt động ngân hàng, đem lại doanh thu chắc chắn, ít rủi ro, đa dạng hóa các sản phẩm và dịch vụ phi ngân hàng, từ đó gia tăng và phát triển mạng lưới khách hàng hiện tại và tiềm năng của NHTM.

Với một đất nước có gần 90 triệu dân và mức thu nhập ngày càng tăng, song tỉ lệ người dân sử dụng sản phẩm ngân hàng vẫn còn hạn chế, sự tăng trưởng thu nhập bình quân đầu người và của các loại hình doanh nghiệp đã tạo ra thị trường đầy tiềm năng của các NHTM, đặc biệt là thị trường dịch vụ NHBL. Vì vậy, phát triển dịch vụ NHBL đang là một xu thế và là yêu cầu tất yếu đối với các



NHTM nói chung và Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam nói riêng nhằm tăng cường sự hiện diện, gia tăng thị phần và đa dạng hóa các loại hình sản phẩm dịch vụ của ngân hàng, góp phần vào việc tăng sức cạnh tranh của ngân hàng.

Tạp chí Stephen Timewell đã đưa ra nhận định “Xu hướng ngày nay cho thấy, ngân hàng nào nắm bắt được cơ hội mở rộng việc cung cấp dịch vụ NHBL cho một số lượng khổng lồ dân cư đang “đói” các dịch vụ tài chính tại các nước có nền kinh tế mới nổi, sẽ trở thành những gã khổng lồ toàn cầu trong tương lai”.

Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam là một trong những NHTM cổ phần lớn do Nhà nước nắm cổ phần chi phối đang trong quá trình chuyển đổi mạnh mẽ để trở thành một tập đoàn tài chính hàng đầu Việt Nam, hoạt động đa năng cung cấp các dịch vụ tài chính ngân hàng với chất lượng cao. Trong những năm qua, Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam đã đạt được những kết quả nhất định trong hoạt động kinh doanh, đáp ứng tốt nhu cầu đa dạng về các sản phẩm dịch vụ tiện ích ngân hàng cho các doanh nghiệp và các tầng lớp dân cư, góp phần thúc đẩy quá trình phát triển kinh tế xã hội của đất nước.

Tuy nhiên, hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP công thương Việt Nam vẫn còn tập trung chủ yếu vào tín dụng và các sản phẩm dịch vụ truyền thống. Dịch vụ NHBL còn yếu, sản phẩm dịch vụ nghèo nàn, chất lượng chưa cao, sức cạnh tranh thấp.

Trong khi đó, Việt Nam đã và đang từng bước thực hiện mở cửa thị trường dịch vụ, tài chính theo cam kết WTO, dịch vụ ngân hàng được dự báo sẽ là lĩnh vực cạnh tranh rất khốc liệt khi "vòng" bảo hộ cho NHTM trong nước không còn. Sự tham gia của các tổ chức phi tài chính vào lĩnh vực ngân hàng càng ngày càng mạnh mẽ, các NHTM nước ngoài tham gia vào thị trường Việt Nam chú trọng phát triển dịch vụ NHBL - một thị trường còn bỏ ngỏ ở nước ta. DVNH bán buôn, hướng tới các doanh nghiệp lớn ngày càng bị thu hẹp, ảnh hưởng không nhỏ đến sức cạnh tranh của các NHTM trong nước.

Do đó, không còn sự lựa chọn nào khác, việc phát triển các sản phẩm dịch vụ NHBL nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, đa dạng hóa các hoạt động kinh doanh, phân tán rủi ro, chống đỡ với sự cạnh tranh khốc liệt của các NHTM

trong và ngoài nước của Ngân hàng TMCP công thương Việt Nam là đòi hỏi cấp thiết có ý nghĩa quan trọng cả về lý luận và thực tiễn.

Xuất phát từ những lý do đó, tôi chọn đề tài: ***“Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Công thương Việt Nam”*** để làm luận án tiến sĩ.

## **2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án**

### **2.1. Mục đích nghiên cứu**

Đề xuất phương hướng và giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh phát triển dịch vụ NHBL tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam.

### **2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu**

- Hệ thống hoá và làm rõ hơn cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ NHBL, bao gồm: khái niệm, đặc điểm, nội dung, vai trò và nhân tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ NHBL.

- Tìm hiểu kinh nghiệm về phát triển các dịch vụ NHBL ở một số NHTM trên thế giới; rút ra những bài học kinh nghiệm trong phát triển dịch vụ NHBL ở Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam.

- Phân tích, đánh giá đúng thực trạng phát triển dịch vụ NHBL tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam, kể cả những thành tựu, hạn chế và nguyên nhân.

- Đề xuất những phương hướng và giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh phát triển dịch vụ NHBL tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

Luận án nghiên cứu vấn đề phát triển dịch vụ NHBL tại Ngân hàng TMCP công thương Việt Nam.

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

- *Về nội dung*: Luận án nghiên cứu phát triển dịch vụ NHBL tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam, hướng trọng tâm vào nghiên cứu các dịch vụ bán lẻ truyền thống và hiện đại, trong đó đối tượng được cung cấp dịch vụ là người dân và các doanh nghiệp nhỏ và vừa.