

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

**VŨ THỊ THANH HIỀN**

**QUẢN LÝ DỊCH VỤ BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG  
TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM  
CHI NHÁNH VĨNH PHÚC**

**Chuyên ngành: Quản lý kinh tế  
Mã số: 60.34.04.10**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**Người hướng dẫn khoa học: GS.TS Lê Du Phong**

**THÁI NGUYÊN - 2014**

## **LỜI CAM ĐOAN**

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

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

*Thái Nguyên, tháng 6 năm 2014*

**Tác giả luận văn**

**Vũ Thị Thanh Hiền**

## LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành luận văn này, tôi xin chân thành cảm ơn Ban giám hiệu, Khoa sau đại học, cùng các thầy, cô giáo trong trường Đại học kinh tế và Quản trị Kinh doanh Thái Nguyên đã tận tình giúp đỡ, tạo mọi điều kiện cho tôi trong quá trình học tập và thực hiện đề tài.

Tôi xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới GS.TS Lê Du Phong - Giáo viên trực tiếp hướng dẫn đã tận tình và đóng góp nhiều ý kiến quý báu, giúp đỡ tác giả hoàn thành luận văn này.

Tôi xin gửi lời cảm ơn đến Ban Giám đốc, cán bộ nhân viên BIDV Vĩnh Phúc đã tạo điều kiện cung cấp số liệu, đóng góp ý kiến và động viên tác giả trong suốt thời gian học tập và hoàn thành luận văn tốt nghiệp.

Tôi xin gửi lời cảm ơn đến các khách hàng thân thiết đã đóng góp các ý kiến quý báu liên quan đến chất lượng sản phẩm dịch vụ bán lẻ tại BIDV Vĩnh Phúc, giúp đỡ tác giả hoàn thành luận văn này.

*Xin trân trọng cảm ơn!*

*Thái Nguyên, tháng 6 năm 2014*

**Tác giả luận văn**

**Vũ Thị Thanh Hiền**

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	i
LỜI CẢM ƠN .....	ii
MỤC LỤC .....	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT .....	vi
DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ.....	vii
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài .....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài .....	3
5. Kết cấu của luận văn .....	3
<b>Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN QUẢN LÝ DỊCH VỤ BÁN LẺ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI</b> .....	4
1.1. Khái quát về dịch vụ bán lẻ của NHTM .....	4
1.1.1. Khái niệm dịch vụ bán lẻ của ngân hàng thương mại.....	4
1.1.2. Đặc điểm của dịch vụ ngân hàng bán lẻ .....	5
1.1.3. Các sản phẩm dịch vụ bán lẻ chủ yếu của Ngân hàng thương mại .....	6
1.1.4. Vai trò của dịch vụ bán lẻ tại các NHTM .....	11
1.2. Quản lý dịch vụ bán lẻ của NHTM .....	15
1.2.1. Khái niệm .....	15
1.2.2. Nội dung quản lý dịch vụ bán lẻ của NHTM.....	16
1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng tới hiệu quả quản lý dịch vụ bán lẻ của NHTM.....	19
1.2.4. Kinh nghiệm về Quản lý dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại một số ngân hàng và bài học kinh nghiệm cho BIDV Vĩnh Phúc .....	27
<b>Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</b> .....	31
2.1. Câu hỏi nghiên cứu .....	31
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	31

2.2.1. Phương pháp thu thập thông tin .....	31
2.2.2. Phương pháp xử lý thông tin.....	32
2.2.3. Phương pháp phân tích thông tin .....	33
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu .....	37
2.3.1. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng ....	37
2.3.2. Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả quản lý hoạt động bán lẻ tài ngân hàng .....	37
<b>Chương 3: THỰC TRẠNG QUẢN LÝ DỊCH VỤ BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG TMCP BIDV CHI NHÁNH VĨNH PHÚC.....</b>	<b>39</b>
3.1. Giới thiệu chung về Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Vĩnh Phúc .....	39
3.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Vĩnh Phúc .....	39
3.1.2. Đặc điểm hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Vĩnh Phúc.....	41
3.2. Thực trạng Quản lý dịch vụ bán lẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Vĩnh Phúc.....	42
3.2.1. Kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng bán lẻ BIDV.....	42
3.2.2. Hoạt động quản lý dịch vụ bán lẻ của ngân hàng BIDV Vĩnh Phúc ....	49
3.3. Thị phần dịch vụ bán lẻ của BIDV Vĩnh Phúc so với các Ngân hàng khác trên địa bàn .....	58
3.4. Phân tích và đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng quản lý dịch vụ bán lẻ tại BIDV Vĩnh Phúc .....	58
3.4.1. Phân tích nhân khẩu học của nhóm khách hàng khảo sát.....	59
3.4.2. Kiểm định dữ liệu khảo sát .....	61
3.4.3. Phân tích thống kê mô tả.....	63
3.4.4. Phân tích nhân tố ảnh hưởng tới Chất lượng quản lý DVBL của ngân hàng ....	68
3.4.5. Phân tích hồi quy.....	71

3.5. Kết quả và hạn chế trong công tác Quản lý DVBL của ngân hàng .....	74
3.5.1. Kết quả .....	74
3.5.2. Hạn chế.....	75
3.5.3. Nguyên nhân các hạn chế.....	75
<b>Chương 4: GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ.....</b>	<b>77</b>
4.1. Mục tiêu và định hướng Quản lý dịch vụ bán lẻ của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Vĩnh Phúc .....	77
4.1.1. Mục tiêu Quản lý dịch vụ bán lẻ của BIDV Vĩnh Phúc .....	77
4.1.2. Định hướng Quản lý dịch vụ bán lẻ của BIDV Vĩnh Phúc .....	79
4.1.3. Yêu cầu đối với công tác quản lý dịch vụ bán lẻ tại BIDV Vĩnh Phúc ....	80
4.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý dịch vụ bán lẻ tại BIDV Vĩnh Phúc....	81
4.2.1. Giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý công tác xây dựng Cơ sở vật chất....	81
4.2.2 Giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý công tác phát triển Nguồn nhân lực ....	82
4.2.3. Giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý xây dựng, triển khai Chính sách khách hàng .....	82
4.2.4. Giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý xây dựng phát triển các Sản phẩm dịch vụ bán lẻ .....	83
4.2.5. Giải pháp nâng cao hiệu quả quản lý công tác Quảng cáo, tiếp thị.....	84
4.3. Kiến nghị.....	85
4.3.1. Kiến nghị với các cơ quan quản lý nhà nước tỉnh Vĩnh Phúc .....	85
4.3.2. Kiến nghị với Ngân hàng nhà nước .....	86
4.3.3. Kiến nghị với BIDV Việt Nam.....	87
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>89</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>91</b>
<b>PHỤ LỤC .....</b>	<b>93</b>

## DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

STT	CHỮ VIẾT TẮT	NGUYÊN NGHĨA
1	ACB	Ngân hàng TMCP Á Châu Việt Nam
2	Agribank	Ngân hàng Nông nghiệp và PTNT VN
3	ATM	Automatic Teller Machine (Máy rút tiền tự động)
4	BIDV Vĩnh Phúc	Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Vĩnh Phúc
5	CNTT	Công nghệ thông tin
6	DNNVV	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
7	DVBL	Dịch vụ bán lẻ
8	DVNH	Dịch vụ ngân hàng
9	HSBC Việt Nam	Ngân hàng TNHH (MTV) Hồng Kông-Thượng Hải (Việt Nam)
10	NHBB	Ngân hàng bán buôn
11	NHBL	Ngân hàng bán lẻ
12	NHNN	Ngân hàng nhà nước
13	NHTM	Ngân hàng thương mại
14	POS	Máy chấp nhận thanh toán thẻ
15	PGD	Phòng giao dịch
16	TMCP	Thương mại cổ phần
17	Techcombank	Ngân hàng TMCP Kỹ Thương VN
18	Vietinbank	Ngân hàng TMCP Công thương VN
19	VCB, Vietcombank	Ngân hàng TMCP Ngoại thương VN

**DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ**

Bảng 3.1: Tổng nguồn vốn huy động của dịch vụ bán lẻ tại BIDV Vĩnh Phúc.....	42
Bảng 3.2: Bảng đánh giá tình hình dư nợ tín dụng và doanh số cho vay tại BIDV Vĩnh Phúc.....	46
Bảng 3.3: Doanh thu từ hoạt động dịch vụ thẻ, ngoại tệ và các hoạt động khác.....	47
Bảng 3.4: Phân tích nhân khẩu học.....	59
Bảng 3.5: Kiểm định độ tin cậy dữ liệu khảo sát.....	61
Bảng 3.6: Đánh giá Cơ sở vật chất.....	63
Bảng 3.7: Đánh giá về Chất lượng nhân sự .....	64
Bảng 3.8: Đánh giá về Chính sách khách hàng .....	65
Bảng 3.9: Đánh giá về Sản phẩm dịch vụ .....	66
Bảng 3.10: Đánh giá công tác Quảng cáo- Marketing.....	67
Bảng 3.11: Phân tích nhân tố .....	69
Bảng 3.12: Phân tích hồi quy .....	72
Sơ đồ 3.1: Mô hình tổ chức BIDV Vĩnh Phúc.....	41



## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Dịch vụ ngân hàng bán lẻ đang là lĩnh vực mà nhiều ngân hàng thương mại (NHTM) hướng tới và có sự cạnh tranh khá quyết liệt. Tại Việt Nam, cùng với sự tham gia của một số ngân hàng nước ngoài có truyền thống và thế mạnh về kinh doanh dịch vụ bán lẻ còn có rất nhiều NHTM trong nước đã tích cực đầu tư phát triển vào lĩnh vực này.

Hầu hết các Ngân hàng đều nhận ra rằng thị trường bán lẻ tại Việt Nam rất tiềm năng và mang lại nguồn doanh thu cao, chắc chắn và ít rủi ro. Đây cũng lý do khiến các NHTM Việt Nam đã và đang đầu tư nguồn lực đáng kể của mình vào thị trường bán lẻ như: nâng cao chất lượng quản lý dịch vụ bán lẻ, thay đổi mô hình hoạt động, cơ cấu tổ chức nhân sự, hệ thống sản phẩm dịch vụ... làm nền tảng cho hoạt động bán lẻ phát triển.

Không nằm ngoài xu hướng trên, với mục tiêu phấn đấu trở thành Ngân hàng bán lẻ hàng đầu và có thị phần lớn nhất Việt Nam từ nay tới năm 2015 và trở thành 1 trong 20 ngân hàng hiện đại có chất lượng, hiệu quả và uy tín hàng đầu trong khu vực Đông Nam Á vào năm 2020. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) đã và đang khẳng định vị trí của mình trong cuộc cạnh tranh nhằm chiếm lĩnh thị trường bán lẻ. Mặc dù BIDV đã có nhiều nỗ lực trong nghiên cứu phát triển sản phẩm dịch vụ, tuy nhiên vẫn còn bộc lộ một số hạn chế đó là sự đơn điệu trong hoạt động kinh doanh, số lượng sản phẩm dịch vụ đạt chất lượng cao không nhiều và chưa thực sự hướng đến khách hàng. Để giữ vững được thị phần và hoàn thành được các mục tiêu chiến lược, BIDV cần thực hiện đồng bộ các giải pháp để quản lý hoạt động dịch vụ của ngân hàng trong đó có dịch vụ bán lẻ.

Là một chi nhánh của hệ thống BIDV, BIDV Vĩnh Phúc luôn ý thức được vai trò và trách nhiệm của mình trong việc thực hiện mục tiêu chung của

toàn hệ thống trong lĩnh vực bán lẻ, tuy nhiên thị phần bán lẻ mà BIDV Vĩnh Phúc có được chưa thực sự tương xứng với tiềm năng phát triển dịch vụ bán lẻ tại địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc và sản phẩm dịch vụ bán lẻ của BIDV Vĩnh Phúc chưa thực sự gây được sự chú ý từ phía khách hàng. Đây chính là lý do mà tôi lựa chọn đề tài ***“Quản lý dịch vụ bán lẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Vĩnh Phúc”*** làm đề tài nghiên cứu luận văn thạc sỹ với mong muốn nâng cao hiệu quả quản lý dịch vụ bán lẻ tại BIDV Vĩnh Phúc.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

### **2.1. Mục tiêu chung**

- Đánh giá thực trạng và những nhân tố ảnh hưởng đến công tác Quản lý dịch vụ bán lẻ tại ngân hàng từ đó đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý dịch vụ bán lẻ của BIDV Vĩnh Phúc.

### **2.2. Mục tiêu cụ thể**

- Góp phần hệ thống hoá những vấn đề lý luận và thực tiễn về Quản lý dịch vụ bán lẻ tại Ngân hàng thương mại.

- Phân tích thực trạng quản lý dịch vụ bán lẻ tại BIDV Vĩnh Phúc và đánh giá các nhân tố ảnh hưởng tới chất lượng quản lý dịch vụ bán lẻ tại ngân hàng.

- Đề xuất và đưa ra các giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả quản lý dịch vụ bán lẻ tại BIDV Vĩnh Phúc.

## **3. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu**

### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

Nghiên cứu về quản lý dịch vụ bán lẻ và giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý dịch vụ bán lẻ tại BIDV Vĩnh Phúc.

### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

#### **3.2.1. Phạm vi về nội dung**

Đề tài tập trung nghiên cứu thực trạng Quản lý dịch vụ bán lẻ tại ngân hàng. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng quản lý và đưa ra giải