

## PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TẠI CHI NHÁNH NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN (BIDV) HÀ GIANG

Nguyễn Thị Hồng Yến\*, Trần Phạm Văn Cường  
Trưởng DH Kinh tế & QTKD - DH Thái Nguyên

### TÓM TẮT

Hội nhập kinh tế quốc tế, vấn đề mở cửa của ngành ngân hàng và thực tế nhu cầu dịch vụ ngày càng phát triển đa dạng đòi hỏi các NHTM Việt Nam nói chung, BIDV Hà Giang nói riêng không chỉ hoàn thiện các dịch vụ hiện có mà còn từng bước tiếp tục phát triển các dịch vụ ngân hàng mới. Dựa vào những tìm hiểu và đánh giá thực trạng cung ứng sản phẩm dịch vụ của BIDV Hà Giang nhằm đề xuất một số giải pháp khả thi vừa mang tính hoàn thiện các dịch vụ ngân hàng hiện có đồng thời phát triển thêm một số dịch vụ đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách hàng, duy trì thị phần và nâng cao khả năng cạnh tranh của Chi nhánh trong giai đoạn nền kinh tế của Việt Nam sau khi gia nhập các tổ chức APEC, WTO,...

**Từ khoá:** ngân hàng thương mại, sản phẩm dịch vụ ngân hàng thương mại, phát triển sản phẩm, giải pháp phát triển sản phẩm, BIDV Hà Giang

### ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra mạnh mẽ, sự cạnh tranh trong lĩnh vực kinh doanh tiền tệ ngày càng quyết liệt, đòi hỏi các NHTM phải không ngừng phát triển và đổi mới theo hướng hoàn thiện các sản phẩm dịch vụ sẵn có, tiếp cận và ứng dụng các sản phẩm dịch vụ mới. BIDV Hà Giang là ngân hàng nằm trên địa bàn miền núi, với phạm vi hoạt động rộng do đó các sản phẩm dịch vụ còn chưa phát triển, đơn điệu tính tiện ích chưa cao, chưa thực sự lôi cuốn và hấp dẫn khách hàng. Bởi vậy, phát triển sản phẩm dịch vụ Ngân hàng là một tất yếu khách quan. Vấn đề đặt ra là phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ như thế nào để không đồng nhất nó với việc dàn trải nguồn lực.

Sản phẩm dịch vụ ngân hàng tại Chi nhánh là toàn bộ sản phẩm liên quan đến hoạt động tiền tệ, tín dụng, thanh toán, ngoại hối,... của hệ thống ngân hàng đối với doanh nghiệp và công chúng. Quan niệm theo nghĩa rộng này được sử dụng để xem xét lĩnh vực dịch vụ ngân hàng trong cơ cấu kinh tế của nền kinh tế quốc dân của một quốc gia. Quan niệm này phù hợp với cách phân ngành dịch vụ ngân hàng trong dịch vụ tài chính của WTO và hiệp định thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ cũng như hiệp định song phương khác của Việt Nam.

### SẢN PHẨM NGÂN HÀNG LÀ GÌ?

Sản phẩm ngân hàng là một khái niệm khá phức tạp bởi tính tổng hợp, đa dạng và nhạy cảm của hoạt động kinh doanh ngân hàng.

Sản phẩm ngân hàng được thể hiện dưới dạng dịch vụ. Theo Philip Kotler (Marketing Management): dịch vụ được định nghĩa là mọi hành động và kết quả mà một bên có thể cung cấp cho bên kia, chủ yếu là vô hình và không dẫn đến quyền sở hữu. Kết quả của dịch vụ có thể hay không gắn liền với một sản phẩm vật chất.<sup>(2)</sup>

Sản phẩm dịch vụ của ngân hàng là một tập hợp các đặc điểm, tính năng, công dụng do ngân hàng tạo ra và cung cấp cho khách hàng để thỏa mãn những nhu cầu, mong muốn nhất định nào đó của khách hàng trên thị trường tài chính.

Mỗi sản phẩm dịch vụ ngân hàng được cấu thành bởi 3 cấp độ: Phần sản phẩm cốt lõi, phần sản phẩm hữu hình và phần sản phẩm bổ sung.

Các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng thương mại: nhận tiền gửi, cho vay (chiết khấu, cho vay thương mại, cho vay tiêu dùng, cho vay tài trợ dự án, dịch vụ cho thuê tài chính); dịch vụ thanh toán (séc, thư tín dụng, UNC, UNT, thẻ thanh toán); dịch vụ bảo lãnh, dịch vụ uỷ thác, dịch vụ tư vấn, dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ môi giới đầu tư chứng khoán, dịch vụ đại lý, quản lý ngân quỹ, bảo quản vật có giá, trao đổi ngoại tệ.

\* Email: Ngocantra@yahoo.com

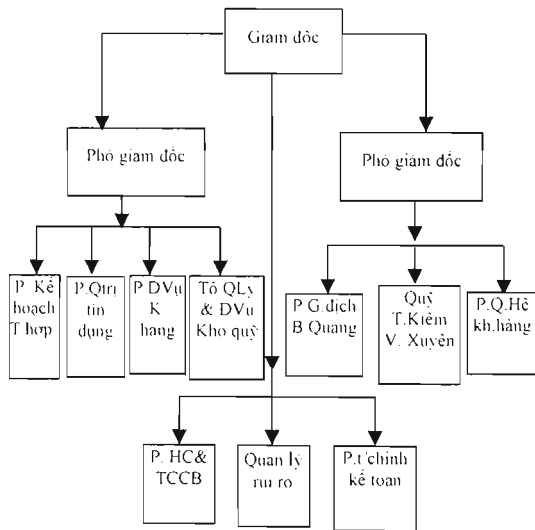
**PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

Phát triển dịch vụ được phân tích trên hai khía cạnh: phát triển về chiều rộng và phát triển về chiều sâu. Phát triển có nghĩa là phải luôn đưa ra được dịch vụ mới, đáp ứng được những yêu cầu của khách hàng. Phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng hướng tới mở rộng khả năng “cung” dịch vụ ngân hàng, đồng thời góp phần kích “cầu” về dịch vụ ngân hàng của nền kinh tế.<sup>(3)</sup>

**THỰC TRẠNG VIỆC CUNG ỨNG SẢN PHẨM DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CHI NHÁNH NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN HÀ GIANG**

Năm 1991 khi tỉnh Hà Tuyên được tách thành hai tỉnh Hà Giang và Tuyên Quang. Ngân hàng Đầu tư & Phát triển Hà Giang được thành lập theo quyết định số 135/QĐ/NHNN ngày 30/08/1991 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

**Sơ đồ 1.** Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng đầu tư & Phát triển Hà Giang



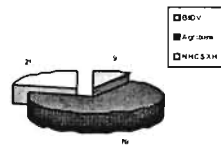
**Bảng 1.** Mạng lưới giao dịch tại Chi nhánh qua 5 năm 2005 – 2009

Loại hình	Năm 2005	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
Phòng GD	02	02	02	02	03
ĐGD và QTK	02	02	02	03	03
<b>Tổng</b>	<b>04</b>	<b>04</b>	<b>04</b>	<b>05</b>	<b>06</b>

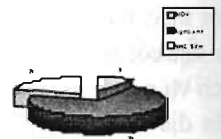
Chi nhánh có hai phòng Giao dịch tại hai huyện vùng thấp là phòng Giao dịch Bắc Quang tại trung tâm huyện Bắc Quang và phòng Giao dịch Vị Xuyên tại trung tâm huyện Vị Xuyên và 2 QTK ở trung tâm Thị xã. Để nâng cao hiệu quả hoạt động của mạng lưới hiện có, năm 2008 Chi nhánh đã nâng cấp Bàn tiết kiệm số 01 tại trung tâm thị xã lên thành Điểm giao dịch. Trong năm 2009, mở mới 01 Phòng giao dịch thuộc Chi nhánh trên địa bàn Thị xã Hà Giang - tỉnh Hà Giang.<sup>(1)</sup>

Thị phần hoạt động của Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Hà Giang chiếm tỷ trọng thấp, thị phần huy động vốn năm 2009 là 29% (biểu đồ 01) và thị phần tín dụng là 9% (biểu đồ 02), thị phần tín dụng thấp nguyên nhân một phần do Chi nhánh chuyển ngoại bảng các khoản nợ tồn đọng XDCB từ các năm trước.<sup>(4)</sup>

**Biểu đồ 1.** Thị phần HĐV của BIDV Hà giang

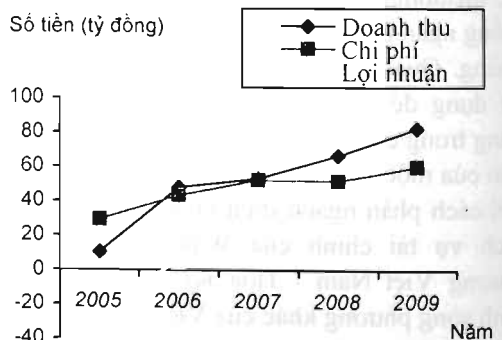


**Biểu đồ 2.** Thị phần tín dụng của BIDV Hà giang



Trong những năm qua kinh doanh của Chi nhánh bắt đầu có sự phát triển, lợi nhuận năm sau cao hơn năm trước. Cơ cấu một số khoản mục thu chi của Chi nhánh các năm gần đây như sau:

**Biểu đồ 3.** Kết quả kinh doanh của Chi nhánh qua 5 năm 2005 - 2009



(Nguồn: Báo cáo thường niên BIDB Hà Giang)

**Nhóm sản phẩm huy động vốn**

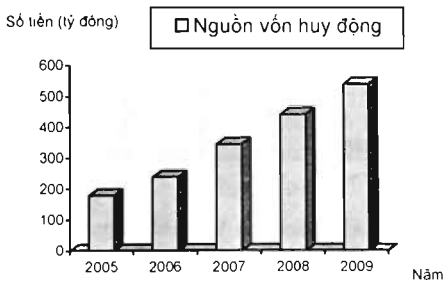
Hiện nay Chi nhánh đã và đang thực hiện nhiều biện pháp hữu hiệu trong công tác huy động vốn như:

**Các sản phẩm phát hành thường xuyên:** Tiền gửi thanh toán VND, tiền gửi thanh toán bằng ngoại tệ, tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn, tiết kiệm “ô trứng vàng”, tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn, tiết kiệm rút trước hạn hưởng lãi bậc thang theo thời gian thực gửi, tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm rút dần, tài khoản thanh toán lãi suất phân tầng (đối với khách hàng là tổ chức).

**Các sản phẩm phát hành theo đợt:** Tiết kiệm dự thưởng, trái phiếu (thông thường), trái phiếu tăng vốn, chứng chỉ tiền gửi ngắn hạn, kỳ phiếu, chứng chỉ tiền gửi dài hạn.

Trong giai đoạn 2005 - 2009, Chi nhánh Ngân hàng đầu tư & Phát triển Hà Giang đã huy động được vốn lớn đáp ứng tốt nhu cầu cho vay, tốc độ tăng trưởng vốn huy động tăng nhanh qua các năm, vốn huy động năm sau tăng hơn năm trước. Tốc độ tăng trưởng huy động vốn của Chi nhánh trên địa bàn là 20%. Trong đó cơ cấu tiền gửi được phân loại cụ thể như sau:

**Biểu đồ 4.** Hoạt động HDV của BIDV Hà Giang qua 5 năm 2005 - 2009



(Nguồn: Báo thường niên BIDB Hà Giang)  
**Từ những phân tích trên có thể thấy đặc điểm đầu tư tiền gửi của khách hàng tại BIDV Hà Giang như sau:**

Về loại tiền: khách hàng vẫn ưa chuộng tiền gửi VNĐ.

Về sản phẩm: các sản phẩm tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn thông thường vẫn được khách hàng ưu tiên lựa chọn.

Về kỳ hạn: Kỳ hạn 12 tháng được khách hàng ưa chuộng vì đây là kỳ hạn có mức lãi suất hấp dẫn và phù hợp với khả năng kế hoạch hoá dòng tiền của khách hàng.

**Sản phẩm tín dụng**

Hoạt động tín dụng vẫn là hoạt động chính, đóng góp phần lớn vào lợi nhuận của Chi nhánh trong những năm vừa qua. Các sản phẩm tín dụng hiện có tại Chi nhánh là: Cho vay hỗ trợ nhu cầu nhà ở, cho vay mua ô tô, cho vay cán bộ công nhân viên, thấu chi tài khoản, cho vay CBCNV mua cổ phiếu phát hành lần đầu trong các DNNCPH, cho vay có bảo đảm bằng cầm cố GTCG, thẻ tiết kiệm.

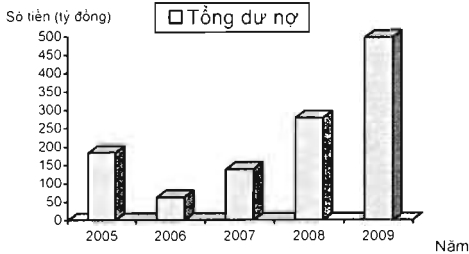
Chi nhánh đã xây dựng tiêu chuẩn và kế hoạch chất lượng cho các quy trình tín dụng ngắn hạn, trung và dài hạn trên nguyên tắc: tìm hiểu nhu cầu đề đảm bảo việc cho vay của ngân hàng đáp ứng được yêu cầu của khách hàng.

**Bảng 2.** Tiêu chuẩn chất lượng của quy trình tín dụng ngắn hạn tại Chi nhánh

TIÊU CHUẨN	CHỈ TIÊU
<b>I. KHÁCH HÀNG MONG ĐỢI:</b>	
1. Phục vụ nhanh nhất, thủ tục đơn giản, rõ ràng, tiện lợi.	Cam kết thực hiện đúng thời gian xét duyệt đã công bố cho từng sản phẩm kể từ khi Ngân hàng nhận được đầy đủ hồ sơ hợp lệ và thông tin cần thiết từ khách hàng theo quy định đến khi Quyết định cấp tín dụng được cấp có thẩm quyền của Ngân hàng ký duyệt.
2. Có thái độ đón tiếp, hướng dẫn và phục vụ khách hàng chu đáo.	2. Thái độ phục vụ văn minh lịch sự, tận tình chu đáo.
3. Đảm bảo cung ứng đúng, đủ lượng tiền và thời gian theo hợp đồng tín dụng đã ký.	3. Giải ngân theo đúng hợp đồng tín dụng đã ký với khách hàng
4. Lãi suất, phí thấp	4. Lãi suất, phí phù hợp với thị trường, đảm bảo hoạt động kinh doanh của ngân hàng có hiệu quả.
<b>II. PHÁP LUẬT YÊU CẦU:</b>	
Thực hiện đúng và đầy đủ các quy định của pháp luật.	Tuân thủ đầy đủ các quy định của pháp luật đảm bảo an toàn, hiệu quả trong hoạt động của Ngân hàng

Tốc độ tăng trưởng tín dụng của Chi nhánh trên địa bàn là 15%. Trong đó, cơ cấu tiền vay được phân loại cụ thể như sau:

**Biểu đồ 5.** Hoạt động tín dụng của Chi nhánh Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Hà Giang qua 5 năm 2005 - 2009



(Nguồn: Bảng cân đối kế toán của Chi nhánh năm 2005, 2006, 2007, 2008, 2009)

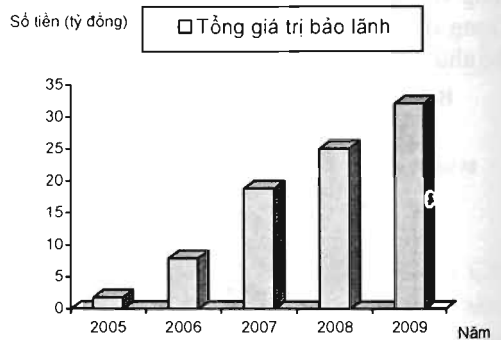
Dư nợ tín dụng của Chi nhánh trên địa bàn chiếm thị phần nhỏ (chủ yếu là cho vay hợp vốn) nguyên nhân do ảnh hưởng từ cho vay xây lắp từ các năm trước nợ xấu chiếm tỷ trọng lớn nên Chi nhánh đặt trong tình trạng kiểm soát đặc biệt của NHTW vì vậy tất cả các khách hàng là doanh nghiệp và các khoản vay cá nhân từ 50 triệu đồng trở lên phải thông qua Hội đồng tín dụng. Mặt khác, do mạng lưới hoạt động của Chi nhánh còn mỏng chưa được bố trí rộng khắp tại các huyện thị, hiện tại Ngân hàng Nông nghiệp, NHCSXH có mạng lưới rộng khắp ở các huyện thị, đối tượng khách hàng cho vay đa dạng ở cả các vùng nông thôn, cho vay hộ nghèo... thủ tục cho vay, kiểm soát vay vốn của các Ngân hàng này đơn giản hơn so với Ngân hàng Đầu tư, việc cho vay chủ yếu căn cứ vào tài sản thế chấp để quyết định cho vay. Ngoài ra Hà Giang là một tỉnh nghèo nên các đối tượng thuộc diện được vay vốn tại NHCSXH lớn, lãi suất cho vay thấp nên trong thời gian vừa qua dư nợ của NHCSXH tăng trưởng rất nhanh; trình độ dân trí của dân cư trên địa bàn còn hạn chế nên việc hoàn thiện hồ sơ vay theo yêu cầu của Chi nhánh mất nhiều thời gian; đội ngũ cán bộ của Chi nhánh còn thiếu nên chưa đáp ứng kịp thời nhu cầu vay vốn của khách hàng. Chi nhánh chưa khai thác hết tiềm năng để tăng trưởng tín dụng đặc biệt là mảng tín dụng bán lẻ với các

khách hàng kinh doanh có doanh số chuyên tiền lớn và sử dụng nhiều các dịch vụ tại Ngân hàng.

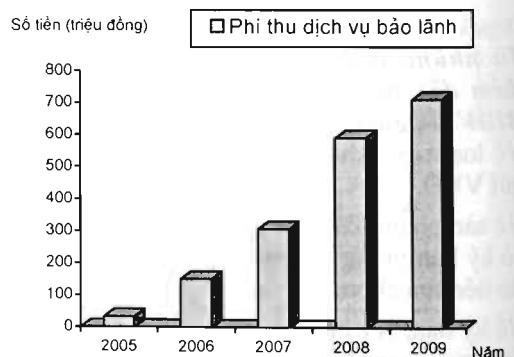
**Sản phẩm dịch vụ bảo lãnh**

Đây là loại hình dịch vụ truyền thống nhưng vẫn rất phát triển vì đem lại thu nhập cao. Hầu hết dịch vụ bảo lãnh được cung cấp cho những khách hàng truyền thống, uy tín. Chi nhánh rất nỗ lực trong việc đa dạng hoá về thời hạn cũng như các loại hình bảo lãnh. Thực hiện bảo lãnh theo thời hạn ngắn hạn, trung - dài hạn cho các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, hợp tác xã và các thành phần kinh tế khác với các loại hình dịch vụ bảo lãnh: Bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh tiền ứng trước, bảo lãnh thanh toán, bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh đảm bảo chất lượng hợp đồng. Giá trị các khoản bảo lãnh tại Chi nhánh chưa cao nhưng đã có sự tăng trưởng lớn.

**Biểu đồ 6.** Tổng giá trị bảo lãnh tại Chi nhánh qua 5 năm 2005 - 2009



**Biểu đồ 7.** Phí thu từ hoạt động bảo lãnh tại Chi nhánh qua 5 năm 2005 - 2009

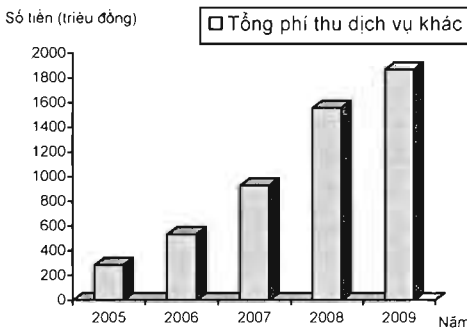


(Nguồn: Báo cáo thường niên BIDV Hà Giang)

**Các sản phẩm dịch vụ khác**

Kết quả thu từ hoạt động dịch vụ khác tại Chi nhánh qua 5 năm 2005 - 2009 tăng trưởng khá cao qua các năm: 2005; 2006; 2007; 2008 và năm 2009 lần lượt là: 286; 534; 930; 1578 và 1869 triệu đồng. Dịch vụ thanh toán vẫn là dịch vụ chủ đạo trong hoạt động dịch vụ tại Chi nhánh, các hoạt động dịch vụ khác có phát sinh song chiếm tỷ trọng thấp. Các hoạt động như kinh doanh ngoại tệ, chuyển tiền kiều hối, Chuyển tiền nhanh Westerunion..., có phát sinh nhưng doanh số hoạt động thấp.

**Biểu đồ 8.** Kết quả thu phí dịch vụ khác tại Chi nhánh qua 5 năm 2005 - 2009



(Nguồn: Bảng cân đối kế toán của Chi nhánh năm 2005 - 2009)

**\* Dịch vụ thanh toán**

Nguồn thu dịch vụ của Chi nhánh chủ yếu thu từ chuyển tiền hàng của các hộ kinh doanh buôn bán. Hoạt động dịch vụ thu được chủ yếu từ nguồn dịch vụ thanh toán trong nước.

**- Dịch vụ thu tiền tại các điểm khách hàng yêu cầu**

Chi nhánh thực hiện dịch vụ này thông qua hoạt động của tổ thu tiền lưu động bằng việc sẵn sàng đến địa điểm theo yêu cầu của khách hàng để nhận tiền gửi của khách hàng. Dịch vụ này được thực hiện nhằm tăng nguồn vốn huy động của Chi nhánh.

**- Dịch vụ thanh toán quốc tế và chi trả kiều hối**

Cùng với sự phát triển của hệ thống Ngân hàng Việt Nam nói chung và sự phát triển của hệ thống thanh toán quốc tế nói riêng, từ tháng 9/2000, Chi nhánh đã đưa nghiệp vụ thanh toán quốc tế vào hoạt động.

Năm 2007 chuyển tiền kiều hối được 65 món. doanh số thanh toán xuất nhập khẩu đạt 1.779 nghìn USD đã phản ánh sự cố gắng không nhỏ của Chi nhánh. Trong năm 2008 thực hiện thanh toán biên mậu qua Chi nhánh Lào Cai, Lạng Sơn. Chi trả kiều hối với WU và các dịch vụ thanh toán quốc tế khác, thu từ dịch vụ chuyển tiền quốc tế đạt 40 triệu đồng. Năm 2009 Lợi nhuận từ chuyển tiền kiều hối: 50 triệu đồng.

*Hình thức thanh toán thư tín dụng L/C:* hình thức này được Chi nhánh quan tâm trong mấy năm gần đây với tỷ trọng số món cũng như tỷ trọng doanh số thanh toán qua ngân hàng tăng qua các năm.

**+ Thanh toán qua ngân hàng**

Phạm vi thanh toán không chỉ bó hẹp trong một lượng khách hàng ít ỏi là các TCTD và doanh nghiệp mà đã mở rộng tới mọi tầng lớp dân cư. Do đó doanh số thanh toán qua ngân hàng đã tăng lên đáng kể với tỷ trọng thanh toán bằng tiền mặt giảm, tỷ trọng thanh toán không dùng tiền mặt tăng nhanh. Thu từ dịch vụ thanh toán qua các năm: 2005; 2006; 2007; 2008 và 2009 lần lượt là 213; 333; 473; 784 và 1349 triệu đồng. Những con số trên chứng tỏ Chi nhánh đã làm tốt vai trò là trung gian thanh toán đã thực hiện thanh toán một cách nhanh chóng, thuận tiện, an toàn theo nhu cầu của khách hàng.

Trong nghiệp vụ thanh toán vốn với các Ngân hàng khác để hoàn thành tiếp quá trình thanh toán cho khách hàng Chi nhánh đã áp dụng 4 phương thức thanh toán là: thanh toán nội bộ hệ thống Ngân hàng đầu tư và Phát triển, thanh toán bù trừ, thanh toán qua tài khoản tại NHNN, thanh toán qua tài khoản của các TCTD.

Hiện nay, Chi nhánh đang sử dụng 4 hình thức thanh toán qua Ngân hàng đó là: Séc, UNC chuyển tiền, UNT, thư tín dụng.

**\* Kinh doanh ngoại tệ**

Kết quả kinh doanh ngoại tệ tại Chi nhánh qua 5 năm 2005 - 2009 có sự tăng trưởng. Năm 2005 phí thu từ kinh doanh ngoại tệ đạt 16 triệu đồng. Năm 2006 là 21 triệu đồng. Năm 2007 (doanh số mua ngoại tệ đạt 539.423 USD, doanh số bán ngoại tệ đạt 438.423 USD) đạt 26 triệu đồng. Năm 2008 là 40 triệu đồng và năm 2009 là 57 triệu đồng.

Năm 2007 Doanh số mua ngoại tệ đạt 539.423 USD, doanh số bán ngoại tệ đạt 438.423 USD, chủ yếu là từ thu đổi ngoại tệ từ khách hàng và bán lại cho Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam. Chi nhánh chấp hành nghiêm túc việc niêm yết tỷ giá và giới hạn trạng thái ngoại hối, thực hiện mua bán giao ngay theo đúng quy định về kinh doanh ngoại tệ, phí thu từ kinh doanh ngoại tệ đạt 21 triệu đồng, chiếm tỷ trọng 3,9%/tổng thu dịch vụ.

**\* Dịch vụ ngân quỹ**

Ngân hàng thực hiện các dịch vụ như: thu/chi tiền mặt lưu động tại địa chỉ của cá nhân; thu đổi tiền không đủ tiêu chuẩn lưu thông (thu đổi tiền VNĐ không đủ tiêu chuẩn lưu thông, nhờ thu đổi ngoại tệ tiền mặt không đủ tiêu chuẩn lưu thông), dịch vụ kiểm đếm tiền mặt cho Chi nhánh. Tuy nhiên, kết quả đạt được từ hoạt động này còn rất thấp.

**\* Dịch vụ thẻ**

**Bảng 3.** Kết quả thực hiện dịch vụ thẻ tại Chi nhánh

Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Số lượng thẻ phát hành lũy kế
Số thẻ phát hành (thẻ)	2040	3240	2300	7580
Thu phí dịch vụ thẻ (triệu đồng)	53	101	161	

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Chi nhánh qua các năm 2007, 2008, 2009)

Chi nhánh đã triển khai dịch vụ thẻ từ tháng 06/2007, tổng số lượng thẻ phát hành lũy kế tại Chi nhánh đến nay đạt 7580 thẻ, thu phí dịch vụ thẻ đạt 161 triệu đồng.

Về số lượng, phân bố: lắp đặt 3 máy, trong đó tại địa bàn thị xã Hà Giang là 2 máy và địa bàn huyện Bắc Quang (thị trấn Việt Quang) là 1 máy.

BIDV phát hành 3 loại thẻ ghi Nợ nội địa: thẻ Power (tiếp nối thành công); thẻ E - trans 365+ (cho quý khách 365 ngày trong năm và hơn thế nữa) và thẻ Vạn dặm (một bước vạn dặm).

**\* Dịch vụ Internetbanking**

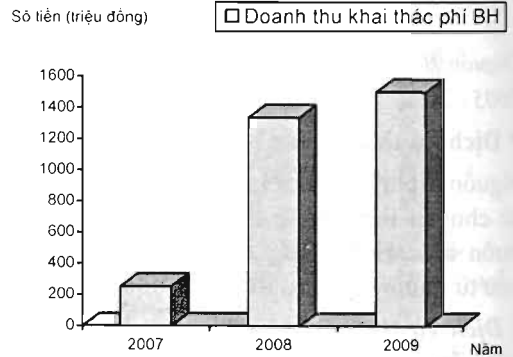
Từ năm 2007 Chi nhánh đã bắt đầu triển khai các sản phẩm mới như: Dịch vụ gửi - Nhận tin nhắn ngân hàng qua ĐTDĐ (BSMS).

Trong năm 2008, số lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng được gia tăng, một số sản phẩm dịch vụ mới đã được triển khai như: Dịch vụ vắn tin tài khoản trên Internet - BIVD (Direct Banking); BIDV - VnTopup doanh thu về sản phẩm dịch vụ gia tăng. Năm 2008 thu phí dịch vụ BSMS đạt 30 triệu đồng, tăng gấp 10 lần so với năm 2007. Đến năm 2009 thì phí thu dịch vụ tăng mạnh với con số tuyệt đối là 110 triệu đồng.

**\* Dịch vụ ngân hàng bảo hiểm**

Dịch vụ ngân hàng bảo hiểm là sản phẩm liên kết giữa BIC (Công ty 100% vốn BIDV) và BIDV. Mục tiêu hoạt động của công ty là: nguồn thu phí bảo hiểm chủ yếu là từ thu phí Bảo hiểm gốc và chú trọng khai thác triệt để nguồn khách hàng có quan hệ với BIDV. Các dòng sản phẩm bảo hiểm bao gồm: Sản phẩm bảo hiểm kết hợp xe cơ giới (bảo hiểm ô tô), bảo hiểm Mô tô - xe máy, bảo hiểm tai nạn con người, bảo hiểm người vay vốn, bảo hiểm kết hợp con người, sản phẩm bảo hiểm Nhà tư nhân.

**Biểu đồ 9.** Doanh thu khai thác phí bảo hiểm tại Chi nhánh



**ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ CỦA CHI NHÁNH NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN HÀ GIANG**

**Những kết quả đạt được**

Dịch vụ ngân hàng tại Chi nhánh hiện nay có nhiều tiến bộ, song xét về số lượng, chất lượng và chủng loại thì đây cũng là giai đoạn phát triển ban đầu. Nhiều dịch vụ đang ở giai đoạn thử nghiệm, một khoảng cách rất xa so với các ngân hàng trong khu vực thậm chí đối với các ngân hàng trên địa bàn.

**Những tồn tại, hạn chế và nguyên nhân của hạn chế trong phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng Chi nhánh ngân hàng đầu tư và phát triển Hà Giang**

**Những tồn tại, hạn chế**

*Danh mục dịch vụ cung ứng còn nghèo nàn quy mô cung cấp dịch vụ còn nhỏ bé*

*Chất lượng một số dịch vụ còn hạn chế, thủ tục rườm rà phức tạp*

*Việc cung cấp các sản phẩm dịch vụ vẫn mang nặng tính truyền thống*

**Nguyên nhân của hạn chế**

*Nhân tố khách quan:* Tình hình kinh tế xã hội, nền kinh tế vẫn nặng về thanh toán tiền mặt, tình hình cạnh tranh giữa các ngân hàng.

*Nguyên nhân chủ quan:* Chưa có một chiến lược phát triển dịch vụ dài hạn và kế hoạch phát triển cụ thể, năng lực tài chính của ngân hàng còn ở mức thấp, ứng dụng dịch vụ thông tin để phát triển các dịch vụ ngân hàng còn ở mức rất hạn chế, chưa có sự đầu tư thoả đáng cho hoạt động phát triển dịch vụ ngân hàng chiến lược Marketing chưa phù hợp để có thể thu hút khách hàng, đưa các dịch vụ mới đến với khách hàng, nhân tố con người.

**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TẠI CHI NHÁNH**

Để có thể phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng tại Chi nhánh BIDV Hà giang trong thời gian tới cần thực hiện các giải pháp cơ bản sau:

**(1) Xây dựng chiến lược sản phẩm toàn diện, đủ sức cạnh tranh và xác định đúng vị trí của nó trong hệ thống chiến lược kinh doanh<sup>(5)</sup>**

Mở rộng danh mục sản phẩm một cách hợp lý, hiệu quả.

Chi nhánh cần chú trọng tới việc hoàn thiện sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng tiện ích, tính năng của sản phẩm hiện có.

Đổi mới, cải tiến quy trình, thủ tục cung cấp các sản phẩm dịch vụ đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu khách hàng.

**Bảng 4.** Tiêu chí đánh giá chất lượng sản phẩm dịch vụ tại Chi nhánh

Tiêu chí xác định chất lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng (xếp theo tầm quan trọng)	Điểm (tổng = 100)
Mức độ tin cậy (khả năng đảm bảo sản phẩm đã hứa hẹn một cách chắc chắn và chính xác)	32
Thái độ nhiệt tình của nhân viên ngân hàng đối với khách hàng	22
Sự bảo đảm (trình độ chuyên môn và khả năng của nhân viên ngân hàng trong việc gây được tin nhiệm với khách hàng)	19
Sự thông cảm thái độ tỏ ra lo lắng quan tâm đến khách hàng	16
Yếu tố hữu hình: cơ sở vật chất, thiết bị,....	11

- (2) Nghiên cứu, áp dụng biểu phí cạnh tranh**
- (3) Củng cố và nâng cao tiềm lực tài chính**
- (4) Hoàn thiện hệ thống thông tin, nắm bắt nhu cầu của các đối tượng khách hàng sử dụng sản phẩm ngân hàng đặc biệt là các khách hàng mục tiêu**  
Tăng cường khả năng nắm bắt nhu cầu thị trường
- Coi trọng và tổ chức tốt công tác nghiên cứu khách hàng
- Xây dựng, hoàn thiện và phát triển chiến lược khách hàng
- (5) Đầu tư thoả đáng vào phát triển công nghệ ngân hàng hiện đại, hệ thống hạ tầng kỹ thuật công nghệ tiên tiến**
- (6) Củng cố, đầu tư đúng mức đa dạng hoá kênh phân phối và thực hiện phân phối có hiệu quả**
- (7) Xây dựng và khuyến khích hình ảnh của Chi nhánh**
- (8) Xây dựng chính sách Marketing và ứng dụng có hiệu quả kỹ thuật Marketing trong quá trình cung cấp dịch vụ**
- (9) Đổi mới cơ chế tổ chức và hoạt động, xây dựng các cơ chế khuyến khích, tạo động lực đối với các bộ phận kinh doanh**
- (10) Đào tạo phát triển đội ngũ nhân lực chuyên nghiệp đặc biệt là nhân viên thiết kế sản phẩm và giao dịch trực tiếp quan hệ với khách hàng**

## KẾT LUẬN

Trên cơ sở vận dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu, bám sát mục tiêu và phạm vi nghiên cứu đề tài đã làm sáng tỏ và có một số đóng góp cơ bản sau đây:

Một là: Hệ thống hoá những vấn đề cơ bản về NHTM và dịch vụ của ngân hàng, từ đó nêu lên vai trò của ngân hàng trong nền kinh tế, đặc trưng của dịch vụ NHTM, phát triển dịch vụ ngân hàng, các tiêu thức phản ánh mức độ phát triển cũng như những nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

Hai là: Làm rõ thực trạng hoạt động dịch vụ ngân hàng của Chi nhánh BIDV Hà Giang trong những năm gần đây thông qua việc đánh giá các nhân tố thúc đẩy phát triển, các nhân tố kìm hãm phát triển dịch vụ của Chi nhánh BIDV Hà Giang.

Ba là: Đề xuất một số giải pháp khả thi vừa mang tính hoàn thiện các dịch vụ ngân hàng hiện có của Chi nhánh BIDV Hà Giang, đồng thời vừa phát triển một số dịch vụ mới đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách hàng, duy trì thị phần và nâng cao khả năng cạnh tranh của Chi nhánh BIDV Hà Giang trong giai đoạn hội nhập kinh tế quốc tế, mở cửa

các hoạt động dịch vụ tài chính ngân hàng của Việt Nam sau khi Việt Nam gia nhập các tổ chức APEC, WTO,....

Bốn là: Đưa ra một số kiến nghị với Chính phủ, với NHNN Việt Nam, với BIDV Việt Nam và các ban ngành có liên quan trong việc hoạch định những chính sách, ban hành những chính sách, phối kết hợp giữa các ban ngành nhằm đưa ra những chính sách hiệu quả thúc đẩy phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng của BIDV Việt Nam nói chung và BIDV Hà Giang nói riêng.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Báo cáo tổng kết, báo cáo hoạt động kinh doanh các năm 2005, 2006, 2007, 2008, 2009 của Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Hà Giang.
- [2]. Đại học Kinh tế quốc dân (2002), *Marketing*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
- [3]. Lê Tiến Phúc (2001), *Phát triển dịch vụ tài chính - kế toán ở Việt Nam*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội.
- [4]. Luận văn Thạc sỹ kinh tế.
- [5]. Nguyễn Bá Minh (2001), “Xu hướng đa dạng hoá dịch vụ ngân hàng trong chiến lược kinh doanh của NHTM ở nước ta”, *Tạp chí Ngân hàng*, số 3, trang 7 - 9.

## SUMMARY

### DEVELOPMENT OF BANK PRODUCTS AND SERVICES AT BANK FOR INVESTMENT AND DEVELOPMENT OF VIET NAM - HA GIANG BRANCH

Nguyen Thi Hong Yen\*, Tran Pham Van Cuong

Thai Nguyen University of Economics and Business Administration - TNU

International economic integration, the issue of opening the banking sector and the actual service needs growing diversity requires commercial banks in Vietnam in general, BIDV Ha Giang in particular not only improve existing services but also is continuing to develop new banking services. Based on the study and assess the actual supply of products and services of Ha Giang BIDV to propose a workable solution has improved the nature of banking services is also developing additional services meet the increasing requirements of customers, maintain market share and improve the competitiveness of the branch during the period of Vietnam's economy after joining organizations APEC, WTO, ...

**Keywords:** commercial banking products, commercial banking services, product development, product development solutions, BIDV Ha Giang

\* Email: Ngocantra@yahoo.com