

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

**PHẠM THỊ THU TRANG**

**QUẢN TRỊ MARKETING**  
**TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM -**  
**CHI NHÁNH HẢI DƯƠNG**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG**  
**Chuyên ngành: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**THÁI NGUYÊN - 2016**

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

**PHẠM THỊ THU TRANG**

**QUẢN TRỊ MARKETING**  
**TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM -**  
**CHI NHÁNH HẢI DƯƠNG**

**Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh**  
**Mã số: 60.34.01.02**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG**

**Người hướng dẫn khoa học: TS. TẠ THỊ THANH HUYỀN**

**THÁI NGUYÊN - 2016**

**LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan luận văn này là công trình nghiên cứu của cá nhân tôi. Các số liệu trong luận văn được trích dẫn từ nguồn gốc rõ ràng, trung thực với số liệu thực tế của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương.

**Tác giả luận văn**

***Phạm Thị Thu Trang***

## LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình nghiên cứu và thực hiện Đề tài “*Quản trị Marketing tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương*” tôi nhận được sự giúp đỡ, chỉ bảo nhiệt tình cũng như các ý kiến nhận xét, góp ý quý báu của nhiều đơn vị và cá nhân.

Lời đầu tiên, tôi xin được bày tỏ sự cảm ơn trân trọng tới Ban Giám hiệu, các thầy, cô giáo của Trường Đại học kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên, là những người đã tạo điều kiện, giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học tập và trau dồi kiến thức. Đặc biệt, tôi xin trân trọng cảm ơn **TS.Tạ Thị Thanh Huyền** - Người đã tận tình hướng dẫn, chỉ bảo tôi trong quá trình nghiên cứu và thực hiện luận văn này.

Tôi xin chân thành cảm ơn Ban lãnh đạo, các đồng nghiệp tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương đã giúp đỡ và tạo điều kiện cho tôi trong quá trình điều tra, thu thập số liệu để nghiên cứu luận văn.

Ngoài ra, với tấm lòng chân thành, tôi cảm ơn tới bạn bè và đồng nghiệp đã có sự động viên kịp thời và tạo điều kiện về thời gian và tinh thần để tôi có động lực hoàn thành luận văn của mình.

*Hải Dương, ngày 13 tháng 10 năm 2016*

**Tác giả luận văn**

***Phạm Thị Thu Trang***

## MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN .....	i
LỜI CẢM ƠN .....	ii
MỤC LỤC .....	ii
DANH MỤC VIẾT TẮT TRONG ĐỀ TÀI .....	vii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	viii
DANH MỤC CÁC HÌNH .....	ix
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài .....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận văn .....	3
5. Kết cấu của luận văn .....	3
<b>Chương 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ QUẢN TRỊ MARKETING TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI</b> .....	4
1.1. Cơ sở lý luận về quản trị marketing tại ngân hàng thương mại .....	4
1.1.1. Khái niệm marketing và quản trị marketing tại NHTM .....	4
1.1.2. Đặc điểm quản trị marketing tại ngân hàng thương mại.....	6
1.1.3. Vai trò và lợi ích của quản trị marketing tại ngân hàng thương mại..	8
1.1.4. Nội dung quản trị marketing tại Ngân hàng thương mại .....	11
1.1.5. Những yếu tố ảnh hưởng đến quản trị marketing tại Ngân hàng TM.....	24
1.2. Cơ sở thực tiễn về quản trị marketing tại ngân hàng .....	32
1.2.1. Kinh nghiệm của Ngân hàng TMCP Á Châu .....	32
1.2.2. Kinh nghiệm của Ngân hàng Kỹ thương Việt Nam.....	33
1.2.3. Bài học kinh nghiệm đối với cho ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương .....	35
<b>Chương 2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU</b> .....	37
2.1. Câu hỏi nghiên cứu .....	37
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	37
2.2.1. Phương pháp điều tra, thu thập số liệu thông tin .....	37

2.2.2. Phương pháp tổng hợp thông tin.....	39
2.2.3. Phương pháp phân tích thông tin .....	39
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu .....	43
<b>Chương 3. THỰC TRẠNG QUẢN TRỊ MARKETING TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH HẢI DƯƠNG.....</b>	<b>46</b>
3.1. Khái quát về ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương.....	46
3.1.1. Quá trình ra đời và phát triển của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương .....	46
3.1.2. Cơ cấu tổ chức và chức năng của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương .....	48
3.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương .....	50
3.2. Thực trạng quản trị Marketing tại NHTMCP Ngoại thương Việt Nam CN Hải Dương .....	51
3.2.1. Thực trạng hoạt động nghiên cứu thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu của NH TMCP Ngoại thương Việt Nam chi nhánh Hải Dương..	51
3.2.2. Thực trạng xác định chiến lược và kế hoạch marketing tại ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương.....	57
3.2.3. Thực trạng quản trị các biến số marketing mix tại ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương.....	58
3.2.4. Tổ chức thực hiện và kiểm tra marketing của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương.....	79
3.3. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến quản trị Marketing tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương.....	81
3.3.1. Các yếu tố bên trong .....	81
3.3.2. Các yếu tố bên ngoài .....	89
3.4. Đánh giá kết quả quản trị Marketing tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương.....	100

3.4.1. Kết quả đạt được .....	100
3.4.2. Tồn tại hạn chế .....	102
3.4.3. Nguyên nhân của tồn tại hạn chế .....	103
3.5. Phân tích SWOT hoạt động quản trị Marketing tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương .....	104
<b>Chương 4. GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG QUẢN TRỊ MARKETING TẠI NH TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM-CHI NHÁNH HẢI DƯƠNG .....</b>	<b>107</b>
4.1. Mục tiêu và phương hướng Quản trị maketing tại ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương.....	107
4.1.1. Quan điểm quản trị Marketing tại ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương .....	107
4.1.2. Định hướng Marketing tại ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương trong thời gian tới.....	108
4.2. Giải pháp tăng cường quản trị Maketing tại ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương.....	109
4.2.1. Tăng cường phát triển sản phẩm dịch vụ .....	109
4.2.2. Xây dựng chính sách giá cả hợp lý, cạnh tranh .....	111
4.2.3. Phát triển mạng lưới kênh phân phối .....	112
4.2.4. Đẩy mạnh xúc tiến hỗn hợp .....	113
4.2.5. Cải tiến quy trình, thủ tục.....	114
4.2.6. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực .....	115
4.2.7. Phát triển, đầu tư cơ sở vật chất .....	117
4.2.8. Tăng cường hoạt động nghiên cứu và phát triển.....	119
4.3. Kiến nghị.....	120
4.3.1. Kiến nghị với cơ quan Nhà nước .....	120
4.3.2. Kiến nghị với Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam .....	120
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>122</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>123</b>
<b>PHỤ LỤC .....</b>	<b>125</b>





**DANH MỤC VIẾT TẮT TRONG ĐỀ TÀI**

<b>TT</b>	<b>VIẾT TẮT</b>	<b>NỘI DUNG</b>
1	ATM	Máy rút tiền tự động
2	NHNN	Ngân hàng Nhà nước
3	TMCP	Thương mại cổ phần
4	VCB	Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam
5	VCBHD	Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Hải Dương
6	Vietcombank	Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam

## DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1.	Kết quả hoạt động kinh doanh trước thuế năm 2013-2015.....	50
Bảng 3.2.	Kết quả đánh giá của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ tại ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương.....	53
Bảng 3.3.	Số lượng khách hàng tại ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương giai đoạn 2013-2015.....	55
Bảng 3.4.	So sánh giá cả một số dịch vụ của các NHTM.....	57
Bảng 3.5.	Hoạt động tín dụng của ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương giai đoạn 2013-2015.....	61
Bảng 3.6.	Hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - CN Hải Dương giai đoạn 2013-2015.....	63
Bảng 3.7.	Tình hình kinh doanh thẻ của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - CN Hải Dương năm 2013-2015.....	64
Bảng 3.8.	Kết quả dịch vụ IB, SMS của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - CN Hải Dương năm 2013-2015.....	65
Bảng 3.9.	Tình hình chi trả khiếu nại tại ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương giai đoạn 2013-2015.....	66
Bảng 3.10.	Lãi suất huy động vốn của một số NHTM.....	67
Bảng 3.11.	Lãi suất cho vay của một số NHTM.....	68
Bảng 3.12.	Hệ thống mạng lưới của ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương và các ngân hàng thương mại khác trên địa bàn năm 2015.....	69
Bảng 3.13.	Kết quả tham gia đào tạo của ngân hàng ngoại thương VN chi nhánh Hải Dương giai đoạn 2013-2015.....	74
Bảng 3.14.	Mức độ hài lòng của khách hàng đối với ngân hàng TMCP Ngoại thương - chi nhánh Hải Dương.....	77
Bảng 3.15.	Mục tiêu chất lượng thời gian của một số loại sản phẩm tại ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương giai đoạn 2013-2015.....	79
Bảng 3.16.	Ma trận các yếu tố bên trong (IFE).....	83
Bảng 3.17.	Số liệu nguồn vốn huy động của ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương so với đối thủ cạnh tranh.....	95
Bảng 3.18.	Ma trận hình ảnh cạnh tranh.....	96
Bảng 3.19.	Ma trận các yếu tố bên ngoài (EFE).....	99
Bảng 3.20.	Ma trận SWOT của ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam - CN Hải Dương.....	105