

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

LÊ NGUYỄN ANH ĐÀO

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG TẠI
NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM
CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

Chuyên ngành: Tài chính và Ngân hàng
Mã số: 60.34.20

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng, Năm 2013

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: **PGS.TS. LÂM CHÍ DŨNG**

Phản biện 1: **TS. HỒ HỮU TIẾN**

Phản biện 2: **PGS.TS. LÊ VĂN HUY**

Luận văn được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại Học Đà Nẵng vào ngày 23 tháng 03 năm 2013.

** Có thể tìm hiểu luận văn tại:*

- Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại Học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học Kinh Tế, Đại học Đà Nẵng.

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Sự đổi mới hướng đầu tư nhằm phù hợp với tình hình kinh tế của từng thời kỳ là bước đi cần thiết và quan trọng đối với mỗi ngân hàng hiện nay. Mặc dù hoạt động tín dụng vẫn là nguồn thu nhập chính nhưng hiệu quả và tính hấp dẫn của nó không còn như trước đây bởi hiệu suất đầu tư rủi ro cao, nợ xấu gia tăng và tình trạng mất thanh khoản xuất hiện liên tục làm cho các ngân hàng luôn áp lực về vốn. Thêm vào đó, hoạt động tín dụng luôn bị chi phối và ràng buộc bởi hành lang pháp lý của Nhà nước nên hoạt động kinh doanh của các ngân hàng rất khó khăn.

Trước tình hình này, chiến lược kinh doanh các ngân hàng đã chủ động tập trung chuyển hướng đầu tư sang lĩnh vực phi tín dụng nhằm có được những nguồn vốn ổn định cũng như nguồn thu nhập ổn định và rủi ro thấp.

Nằm trong xu hướng trên, trong những năm gần đây, NH TMCP Ngoại Thương Việt Nam Chi Nhánh Đà Nẵng dần chú trọng đầu tư phát triển sang lĩnh vực phi tín dụng. Tuy nhiên, hoạt động này mang tính thụ động thực thi hoàn toàn phụ thuộc VCB TW, chưa khai thác được những sản phẩm mới, đội ngũ nhân viên làm việc chưa chuyên nghiệp, chất lượng dịch vụ chưa làm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng và nguồn thu từ hoạt động phi tín dụng chỉ chiếm tỷ lệ từ 20 đến 25% trong tổng thu nhập, điều này chưa thật sự tương xứng với tiềm lực và quy mô của Vietcombank Đà Nẵng.

Xuất phát từ những vấn đề trên, tác giả đã chọn đề tài ***“Phát triển dịch vụ phi tín dụng tại NHTMCP Ngoại Thương Việt Nam Chi nhánh Đà Nẵng”*** làm đề tài luận văn tốt nghiệp cao học kinh tế.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Đưa ra nhóm giải pháp phát triển dịch vụ PTĐ tại VCB ĐN.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng* : lý luận và thực tiễn các sản phẩm phi tín dụng.

- *Phạm vi nghiên cứu*:

+ Nội dung: dịch vụ PTĐ có tại VCB ĐN trừ huy động vốn.

+ Thực tiễn: thực trạng dịch vụ PTĐ từ 2009-2011 tại VCBĐN

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp duy vật biện chứng, duy vật lịch sử, phương pháp suy luận logic, phương pháp thống kê và tổng hợp phân tích .

5. Bố cục đề tài

Mở đầu, kết luận và 3 chương.

6. Tổng quan tài liệu

- Luận văn thạc sĩ “ *Giải pháp phát triển dịch vụ PTĐ tại NH Nông Nghiệp & PTNT Quảng Nam*” tác giả Nguyễn Thị Mai Thanh (Năm 2010 - ĐH Đà Nẵng). Tác giả tham khảo nội dung Chương 1.

- Luận văn thạc sĩ “*Phát triển dịch vụ PTĐ tại Chi nhánh NH Nông Nghiệp và PTNT Thăng Long*” tác giả Phạm Thị Thanh Hòa (Năm 2010 tại trường ĐH Kinh Tế Quốc Dân). Tác giả đã tham khảo các tiêu chí đánh giá.

- Luận văn “ *Giải pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng tại SGD1 BIDV*”- Tác giả Lê Thị Tuyết Nga.(Năm 2009 tại ĐH Quốc Gia Hà Nội). Luận văn có cơ sở lý luận và tiêu chí đánh giá tốt.

- “*Các công cụ Marketing online áp dụng trong NH*” và “ *Sản phẩm ngân hàng hiện có và xu hướng phát triển*”- Vietinbank.

- “ *Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên tại NH Đầu tư & Phát triển VN*”- tác giả Nguyễn Văn Hân – Bài viết đăng tải trên tạp chí khoa học và công nghệ ĐH Đà Nẵng số 6(29)-2008.

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN

VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG TẠI NHTM

1.1. TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG

1.1.1. Khái niệm

1.1.2. Đặc điểm sản phẩm dịch vụ ngân hàng

- Đặc tính vô hình
- Quá trình cung cấp và tiêu dùng sản phẩm xảy ra đồng thời.
- Tính không ổn định và khó xác định.
- Tính dễ bị sao chép
- Ngân hàng mới có thể thực hiện được trọn vẹn và đầy đủ.
- Các dịch vụ gắn liền với hoạt động ngân hàng.

1.3.3. Ý nghĩa của sự phát triển dịch vụ PTD ngân hàng

a. Ý nghĩa kinh tế xã hội

- Góp phần thúc đẩy kinh tế phát triển.
- Là cơ sở thúc đẩy nền kinh tế tri thức phát triển.

b. Ý nghĩa đối với NHTM

- Nâng cao hình ảnh và thương hiệu.
- Tăng sức cạnh tranh giữa các ngân hàng.

1.2. NỘI DUNG CỦA DỊCH VỤ NGÂN HÀNG PHI TÍN DỤNG

1.2.1. Khái niệm

Dịch vụ ngân hàng phi tín dụng (Dịch vụ phi tín dụng) là dịch vụ được ngân hàng cung cấp tới khách hàng để đáp ứng nhu cầu về tài chính, tiền tệ của khách hàng nhằm trực tiếp hoặc gián tiếp đem lại cho ngân hàng khoản thu nhập thông qua việc thu phí, hoa hồng dịch vụ trong đó không bao gồm dịch vụ tín dụng.

1.2.2. Đặc điểm dịch vụ phi tín dụng ngân hàng

- Không liên quan đến việc cung cấp và thu hồi tín dụng.

- Thúc đẩy sự phát triển dịch vụ khác hoặc tăng cạnh tranh.
- Phụ thuộc vào môi trường kinh doanh và công nghệ.
- Liên quan hoạt động ngoại bảng NH: bảo lãnh, nhờ thu,

1.2.3. Các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng ngân hàng

a. Các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng truyền thống

➤ Dịch vụ thanh toán

Là việc cung ứng phương tiện thanh toán, thực hiện giao dịch thanh toán trong nước và quốc tế.

➤ Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ

Mua, bán một loại tiền này lấy một loại tiền khác và ngân hàng hưởng chênh lệch giá.

➤ Các dịch vụ phi tín dụng truyền thống khác

Các dịch vụ khác như uỷ thác, bảo quản vật có giá,

b. Các sản phẩm dịch vụ phi truyền thống

b1. Dịch vụ ngân hàng điện tử

➤ Dịch vụ thẻ

- Dịch vụ thẻ ghi nợ: ATM và ghi nợ quốc tế.

- Dịch vụ thẻ tín dụng: khả năng “chi tiêu trước, trả tiền sau” Có 6 loại Visa, Mastercard, Amex, JCB, Diners Club, CUP.

- Dịch vụ thanh toán điện tử tại các điểm bán hàng (POS).

➤ Dịch vụ ngân hàng qua mạng Internet

Truy cập vào tài khoản qua hệ thống kết nối internet.

➤ Dịch vụ ngân hàng qua điện thoại

Thực hiện giao dịch tài khoản thông qua mạng điện thoại.

➤ Dịch vụ ngân hàng tại nhà (Home banking)

Giao dịch qua mạng nội bộ được NH thiết lập tại đơn vị.

➤ Dịch vụ khác: ví điện tử (e Wallet), tiền điện tử.

- Dịch vụ quản lý tiền mặt

- Dịch vụ khác: bảo hiểm, môi giới chứng khoán, tư vấn...

1.3. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG NGÂN HÀNG

1.3.1. Nội dung về sự phát triển dịch vụ PTD ngân hàng

- Tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ PTD ngân hàng.
- Đa dạng hóa dịch vụ và điều chỉnh cơ cấu dịch vụ phù hợp.
- Gia tăng thu nhập từ các dịch vụ phi tín dụng.
- Nâng cao chất lượng cung ứng các dịch vụ.
- Kiểm soát rủi ro trong các hoạt động cung ứng dịch vụ.

Thông qua các phương thức:

- Sử dụng tổng hợp Marketing mix để tăng năng lực cạnh tranh, tăng thị phần, mở rộng thị trường, tăng số lượng khách hàng.
- Tăng sự hài lòng và thỏa mãn nhu cầu khách hàng .
- Hoàn thiện năng lực quản trị rủi ro.

1.3.2. Các tiêu chí đánh giá sự phát triển dịch vụ phi tín dụng tại NHTM

a. Đánh giá về tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ

- Mức tăng trưởng doanh số sản phẩm dịch vụ PTD.
- Mức tăng trưởng số lượng/số lượt khách

Mức tăng tuyệt đối = Số liệu của kỳ so sánh – Số liệu kỳ gốc

Tốc độ tăng trưởng = $(\text{Số liệu kỳ so sánh} / \text{Số liệu kỳ gốc} - 1) * 100\%$

100%

b. Tăng trưởng thu nhập của dịch vụ phi tín dụng

Phí phát hành, phí chuyển tiền, chênh lệch tỷ giá mua bán ngoại tệ ... nói chung là các loại phí và hoa hồng từ các sản phẩm.

c. Tăng trưởng tỷ trọng thu nhập dịch vụ phi tín dụng trên tổng thu nhập của ngân hàng

Chỉ tiêu được biểu diễn qua công thức sau:

$$\text{Tỷ trọng thu nhập dịch vụ PTD} = \frac{\text{Thu nhập từ dịch vụ PTD}}{\text{Tổng thu nhập}}$$

d. Mức tăng trưởng thị phần dịch vụ PTD trên địa bàn

Đánh giá doanh số, số lượng/số lượt khách hàng sử dụng

e. Cơ cấu sản phẩm dịch vụ phi tín dụng

Tỷ lệ phần trăm thu nhập của từng sản phẩm phi tín dụng chiếm trong tổng thu nhập dịch vụ PTD ngân hàng.

f. Chất lượng dịch vụ đáp ứng cho khách hàng

- Đánh giá nội bộ: đánh giá qua báo cáo theo dõi chất lượng dịch vụ của nội bộ NH đó.

- Đánh giá được thực hiện thông qua khách hàng trên cơ sở khảo sát ý kiến khách hàng.

h. Kiểm soát rủi ro các dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng

1.4. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PTD TẠI NHTM

1.4.1 Các nhân tố thuộc về môi trường vĩ mô

Môi trường pháp lý, môi trường văn hoá xã hội, dân số của một đất nước, vị trí địa lý.

1.4.2 Các nhân tố thuộc về nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng

Nguồn nhân lực, mạng lưới hoạt động của ngân hàng, cơ sở hạ tầng công nghệ, mục tiêu kinh doanh của ngân hàng, chiến lược Marketing, quảng cáo thương hiệu, giá cả dịch vụ cung ứng.

1.4.3 Các nhân tố thuộc về khách hàng sử dụng dịch vụ

Khách hàng cá nhân: Nhận thức, nhu cầu sử dụng sản phẩm, vai trò địa vị xã hội và thu nhập.

Khách hàng doanh nghiệp: Quy mô và loại hình.

Kết luận chương 1.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG TẠI VCB ĐÀ NẴNG GIAI ĐOẠN 2009-2011

2.1. KHÁI QUÁT VỀ VIETCOMBANK ĐÀ NẴNG

2.1.1. Uy tín thương hiệu

Trong 4 năm liền (2008-2011 là NH được tổ chức Trade Finance trao giải thưởng “ Ngân hàng cung cấp tài trợ thương mại tốt nhất Việt Nam”. Năm 2011 bình chọn là “Thương hiệu nổi tiếng nhất ngành ngân hàng”, là “ngân hàng tốt nhất Việt Nam”.

2.1.2. Nguồn vốn

Nguồn vốn đáp ứng tốt và tính thanh khoản đảm bảo cho nhu cầu rút, gửi, thanh toán của khách hàng. Thị phần huy động vốn tăng trưởng, năm 2011, chiếm 7,7% thị phần trên địa bàn Đà Nẵng.

2.1.3. Nguồn nhân lực

Tính đến 31/12/2011, Chi nhánh có 198 nhân viên, đa số có bằng cấp tốt với trình độ cao, có khả năng tiếp cận công nghệ hiện đại và có trình độ ngoại ngữ nhất định.

2.1.4. Mạng lưới hoạt động

Quan hệ với trên 1.400 ngân hàng trên 100 quốc gia và vùng lãnh thổ và mạng lưới VCB: 78 Chi nhánh và gần 400 phòng giao dịch. Tại Đà Nẵng, trụ sở chính và 7 phòng giao dịch.

2.1.5. Công nghệ ngân hàng

VCB ĐN có tổ tin học quản lý, cài đặt chương trình do TW chỉ đạo. Quản lý bằng hệ thống máy chủ, có hàng trăm máy vi tính và các thiết bị ngoại vi phụ trợ khác. Có nhiều phần mềm hỗ trợ.

2.1.6. Kết quả hoạt động kinh doanh từ năm 2009-2011

Từ năm 2009 đến 2011 lợi nhuận năm 2010 đạt 92,1 tỷ đồng

giảm 20,87%. Năm 2011, lợi nhuận đạt 139,2 tỷ đồng tăng 51,18%.

Thu nhập từ dịch vụ phi tín dụng: năm 2010 thu từ dịch vụ phi tín dụng tăng 40,70% và năm 2011 tăng 41,92%.

2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG TẠI VCB ĐÀ NẴNG

2.2.1 Các biện pháp VCB Đà Nẵng đã triển khai nhằm phát triển dịch vụ phi tín dụng trong thời gian qua

a. Phát triển dịch vụ mới

Không nghiên cứu phát triển sản phẩm mới.

b. Thực hiện triển khai sản phẩm

- Tổ vi tính tiếp nhận công nghệ và cài đặt chương trình.
- Phòng vốn cài đặt tham số mã sản phẩm và các mức phí.
- Phòng khách hàng và phòng khách hàng thể nhân: quảng bá giới thiệu sản phẩm và công tác truyền thông ra công chúng.
- Phòng tác nghiệp: bán sản phẩm trực tiếp với khách hàng.

c. Mở rộng quy mô dịch vụ

- Thực hiện kế hoạch tăng trưởng các chỉ số kinh doanh: Giao chỉ tiêu cho từng phòng ban có liên quan.

- Mở rộng kênh phân phối mở phòng giao dịch, lắp đặt hệ thống máy ATM và hệ thống máy POS.

- Thực hiện quảng cáo gửi thư ngỏ, tờ rơi, đặt băng-rôn....
- Phát triển sản phẩm dịch vụ liên kết với doanh nghiệp.

d. Biện pháp nâng cao chất lượng dịch vụ

- *Giải pháp đào tạo nhân sự*

Với phương pháp “Vết dầu loang” - đào tạo ra đội ngũ để đào tạo lại. Ưu điểm: dễ gần gũi, dễ tiếp cận công việc. Nhược điểm: không chuyên nghiệp, bài bản.

- *Giải pháp nâng cao chất lượng phục vụ của giao dịch viên*

Khảo sát lấy ý kiến khách hàng về chất lượng dịch vụ. Tuy nhiên, hình thức này còn sơ sài còn mang tính chủ quan.

Thành lập tổ đánh giá viên để chấm điểm giao dịch viên thực hiện theo “Bộ tiêu chuẩn” và “Sổ tay văn hóa VCB”.

Mời công ty Nielsen khảo sát đánh giá chất lượng phục vụ .

- *Chính sách chăm sóc khách hàng*: chăm sóc khách hàng VIP và tổ chức chương trình hội nghị khách hàng thường niên.

e. Biện pháp kiểm soát rủi ro

- Kiểm soát trước giao dịch, trong giao dịch và sau giao dịch.

- Mỗi nhân viên được cung cấp một ID truy cập.

- Thực hiện kiểm quỹ đột xuất nhưng tần suất còn thấp.

2.2.2. Phân tích kết quả phát triển dịch vụ PTD từ năm 2009-2011 tại VCB Đà Nẵng

a. Danh mục sản phẩm

Danh mục sản phẩm tương đối phong phú, đa dạng .

Bảng 2.4 Danh mục sản phẩm phi tín dụng của VCB Đà Nẵng

Danh mục sản phẩm			
Tiền gửi và TK	Dịch vụ thanh toán	NH Điện tử	Dịch vụ khác
- Tài khoản tiền gửi	- Thanh toán XNK	- Dịch vụ thẻ	- Kiềm hời
-Tàikhoản tiết kiệm	- TT trong nước	- I- b@nking,	-Kinh doanh Ntệ.
- Kỳ phiếu, trái phiếu		- SMS b@nking,	-DV ngân quỹ.
		- VCB money.	-S/phẩm liên kết

(*Nguồn: Phòng chính sách sản phẩm VCB*)

+ Dịch vụ thanh toán

- Dịch vụ thanh toán XNK: Các nghiệp vụ: L/C, nhờ thu, chuyển tiền TT và bảo lãnh.

- Dịch vụ thanh toán trong nước: thông qua 4 kênh.

Phương tiện: ủy nhiệm chi - chiếm 76,38%, phương tiện khác chiếm 33,8% và séc rút tiền mặt chiếm 18,64%.

+ Dịch vụ ngân hàng điện tử

- *Dịch vụ thanh toán thẻ:*

Phát hành và thanh toán: thẻ ATM, 6 loại thẻ tín dụng và có 4 loại thẻ mang thương hiệu VCB. Ngân hàng độc quyền thẻ Amex.

- *Dịch vụ Internet banking:*

Ra đời từ tháng 5/2006, thực hiện các giao dịch thông qua hệ thống máy tính được kết nối Internet.

- Dịch vụ SMS banking

Ra đời năm 2009, là dịch vụ KH sử dụng điện thoại di động của mình nhắn tin đến số 8170.

- *Dịch vụ VCB- PhoneB@king:*

Tháng 5/2009, thực hiện các giao dịch liên quan đến ngân hàng qua tổng đài điện thoại 1900545413 và phục vụ thời gian 24/7.

- *Dịch vụ ngân hàng điện tử VCBMoney :*

Ra đời năm 2007, VCB cài đặt một hệ thống phần mềm tại đơn vị thông qua một hệ thống bảo mật với KH để giao dịch.

- *Dịch vụ liên kết với doanh nghiệp:*

Quản lý tài khoản giao dịch chứng khoán, dịch vụ thanh toán trực tuyến phí/cước/hàng hóa/ hóa đơn.

+ Dịch vụ chi trả kiều hối

Nhận tiền qua mạng Swift, Moneygram, Uniteller và dịch vụ nhận tiền REM. Nhận tiền mặt hoặc chuyển vào tài khoản bằng USD hoặc VND và thực hiện online.

+ Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ

Giao dịch mua bán bằng tiền mặt gồm 10 loại ngoại tệ trong đó chủ yếu là USD với phương thức giao ngay và kỳ hạn .

+ Dịch vụ ngân quỹ

Nghiệp vụ chủ yếu là thu chi tại quầy còn thu chi tận nơi và dịch vụ thu túi niêm phong chưa phát triển.

b. Tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ và thu nhập

** Đối với doanh số, thu nhập dịch vụ phi tín dụng*

**Bảng 2.5 Bảng tổng hợp thu nhập dịch vụ phi tín dụng
tại VCB ĐN từ năm 2009-2011**

ĐVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Thu nhập			Tốc độ tăng (%)	
	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	2010/2009	2011/2010
TT xuất nhập khẩu	9.531	10.364	13.005	8,74	25,48
TT trong nước	3.864	4.461	5.526	15,45	23,87
Dịch vụ kiều hối	191	225	221	17,80	(1,78)
Thanh toán thẻ	6.891	9.687	14.141	40,57	45,98
Ngân quỹ	1.444	2.096	2.452	45,15	16,98
Kinh doanh ngoại tệ	2.572	7.527	12.695	192,65	68,66
Tổng	24.493	34.360	48.040	40,28	39,81

(Nguồn : Phòng Kế toán – VCB Đà Nẵng)

Phân tích thông qua chỉ tiêu một số sản phẩm cụ thể:

➤ *Dịch vụ thanh toán*

+ Dịch vụ thanh toán xuất nhập khẩu

- *Doanh số:* Năm 2010, tổng kim ngạch đạt 309,4 triệu USD, tăng 25,9%. Năm 2011 đạt 414,3 triệu USD tăng 33,9%.

- *Số lượt giao dịch*: Năm 2011, nhờ thu hàng xuất giảm 16,51%, hàng nhập tăng 83,76%, ngược lại L/C hàng xuất giảm

32,90% thực hiện 359 món.

- *Thu nhập*: tăng trưởng liên tục.

+ *Dịch vụ thanh toán trong nước*

- Từ năm 2009 đến năm 2011, tổng phương tiện thanh toán tăng trưởng bình quân 36%/năm, thanh toán không dùng tiền mặt chiếm 85,66 %, thanh toán bằng tiền mặt chiếm 14,34 %.

- Thu nhập: khoản thu này tăng đều qua các năm với tốc độ tăng trưởng bình quân là 19,66%. Năm 2010 đạt 4,4 tỷ đồng tăng 15,45%, năm 2011 đạt 5,5 tỷ đồng tăng 24%.

➤ *Dịch vụ ngân hàng điện tử*

+ Dịch vụ thanh toán thẻ

Năm 2010, doanh số chi tiêu đạt 377 tỷ đồng tăng 131,92% và năm 2011 doanh số đạt 723 tỷ đồng tăng 139,44%, chủ yếu là doanh số chi tiêu của 2 loại thẻ Visa và Master.

Năm 2010, thu nhập dịch vụ thẻ đạt 9.687 triệu đồng, tăng 40,57% và năm 2011 đạt 14.141 triệu đồng tăng 45,98%.

+ Dịch vụ I-b@nking, SMS-b@nking

Năm 2010 và 2011, số lượng khách hàng tăng mạnh. Số giao dịch và doanh số tăng lên tương ứng, năm 2011 doanh số chuyển tiền tăng 1.778,52%, chuyển tiền trong hệ thống chiếm 93,08%. Thu nhập: năm 2011 tăng 98,36% so với 2010 đạt 220,67 triệu đồng.

➤ *Dịch vụ chi trả kiều hối*

Năm 2010, dịch vụ này đạt 23,71 triệu USD tăng gần 27,13%. Năm 2011 doanh số đạt 21,30 triệu USD giảm 10,16%. Thu nhập từ dịch vụ này năm 2010 tăng 17,62%, đạt 224,35 triệu đồng so với năm 2009. Năm 2011, giảm chỉ đạt 221 triệu đồng giảm 1,78%.

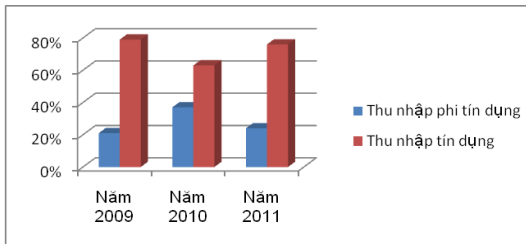
➤ *Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ*

Năm 2009 đến năm 2011 dịch vụ này tăng trưởng tốt. Năm 2010 tăng 38,7% so với doanh số năm 2009, năm 2011 tăng 31,8%.

Năm 2010, thu nhập đạt 7,5 tỷ đồng tăng 192,65% và năm 2011 thu nhập đạt 12,7 tỷ đồng, tăng 56,56% so với năm 2010.

c. Tỷ trọng thu nhập dịch vụ phi tín dụng

Biểu 2.2 Tỷ trọng dịch vụ phi tín dụng so với tổng thu nhập tại VCB ĐN năm 2009-2011



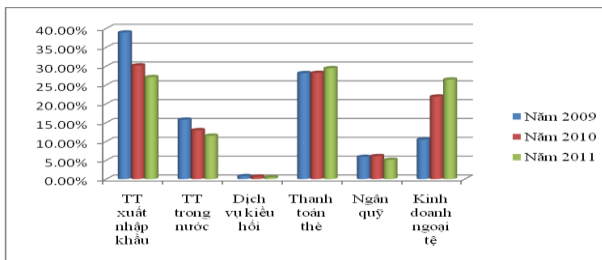
(Nguồn: Phòng Vốn – VCB Đà Nẵng)

Biểu 2.2 phản ánh dịch vụ phi tín dụng chiếm tỷ trọng bình quân 27,3% trong tổng thu nhập. Đặc biệt năm 2010, thu nhập dịch vụ phi tín dụng chiếm 37% trong tổng thu nhập.

d. Cơ cấu dịch vụ

+ Cơ cấu dịch vụ theo thu nhập từng dịch vụ PTĐ

Biểu 2.3 Tỷ trọng thu nhập của sản phẩm PTĐ năm 2009 -2011



(Nguồn: Phòng Kế Toán VCB Đà Nẵng)

Có sự chênh lệch tỷ trọng thu nhập của từng sản phẩm dịch vụ, chiếm tỷ trọng lớn nhất là dịch vụ thanh toán XNK và dịch vụ thẻ với trung bình khoản 30%. Dịch vụ kiều hối và dịch vụ ngân quỹ chiếm tỷ trọng thấp. Dịch vụ kiều hối chiếm chưa đến 1%.

- Cơ cấu dịch vụ theo kênh phân phối sản phẩm

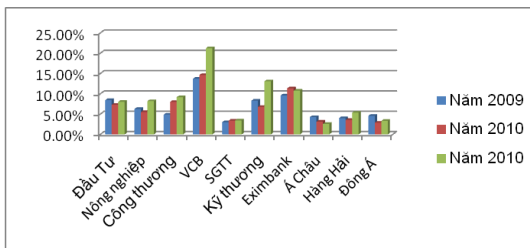
+ Phân phối trực tiếp tại quầy: thực hiện tại trụ sở chính ở địa chỉ 140 Lê Lợi Đà Nẵng và 7 phòng giao dịch.

+ Phân phối qua kênh tự động: Phát triển nhiều kênh: ATM, SMS, I-banking, VCB Money...Số lượng máy ATM và máy POS phát triển mạnh trong năm 2012 chiếm 20,92% thị phần.

e. Thị phần dịch vụ PTD của ngân hàng trên địa bàn

Hoạt động ngân hàng phi tín dụng của VCB ĐN tăng trưởng mạnh, ổn định, ngân hàng có sự đầu tư và giữ vững thị phần tăng trưởng và dẫn đầu trong 3 năm liền. Năm 2009, chiếm 20,46% thị phần, năm 2010 chiếm 22,02% và đến năm 2011 chiếm 24,95%.

Biểu 2.4 Tình hình thị phần thu nhập hoạt động phi tín dụng của một số ngân hàng trên địa bàn TP Đà Nẵng



(Nguồn: Phòng tổng hợp – NHNN ĐN)

g. Chất lượng phục vụ khách hàng của nhân viên cung ứng dịch vụ phi tín dụng

➤ **Đánh giá nội bộ ngân hàng**

Đánh giá thông qua việc thực hiện bộ tiêu chuẩn của VCB .

➤ *Đánh giá ngoài qua điều tra khảo sát thực tế:*

Kết quả khảo sát :

- Sản phẩm khách hàng sử dụng: 5 sản phẩm giao dịch, chọn nhiều nhất là sản phẩm thẻ chiếm 26,9%, dịch vụ tài khoản 23,4%....

Bảng 2.21 Tổng hợp kết quả khảo sát chất lượng dịch vụ

STT	CHỈ TIÊU	Đồng ý (%)
1	VCB là ngân hàng được khách hàng tin nhiệm	90.2
2	VCB có hệ thống bảo mật thông tin tốt	90.5
3	Hệ thống máy ATM phục vụ tốt	57
4	Thủ tục đơn giản thuận tiện	80
5	Thời gian xử lý giao dịch nhanh	77.5
6	Khả năng giải quyết khiếu nại chưa nhanh chóng và hợp lý	48.9
7	Khả năng tư vấn, trả lời thắc mắc KH chưa thỏa đáng	59.6
8	Nhân viên có thái độ lịch thiệp với khách hàng	42.1
9	Mạng lưới hoạt động của PGD rộng khắp	46.8
10	Nơi để xe của khách hàng chưa thuận tiện, rộng rãi	49.4
11	Cơ sở hạ tầng thấp kém, không đầy đủ tiện nghi	61.7
12	Sản phẩm dịch vụ chưa đa dạng như mong đợi của KH	74.4

➤ *Đánh giá ngoài ngân hàng thông tổ chức Neilsen.*

- Kết quả nghiên cứu:

* Tác phong/ thái độ phục vụ :VCB đánh giá thấp hơn về ngôn ngữ giao tiếp thiếu câu chào hỏi và cảm ơn

* Nghiệp vụ chuyên môn: VCB sau ANZ, S. Chartered.

h. Kiểm soát rủi ro dịch vụ phi tín dụng

Tương đối chặt chẽ phát hiện kịp thời những sai sót và hạn chế được nhiều nguy cơ xấu thâm nhập.

2.3. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PTD CỦA VIETCOMBANK ĐÀ NẴNG GIAI ĐOẠN NĂM 2009-2011

2.3.1. Những kết quả đạt được

a. Vietcombank Đà Nẵng khẳng định được một thương hiệu và tạo dựng hình ảnh đẹp trên địa bàn

- Thương hiệu “VCB” dần quen với mọi đối tượng khách hàng. Khách giao dịch ngày một đông hơn, sử dụng nhiều sản phẩm

- Nhiều sản phẩm chiếm lĩnh được thị phần.

b. Một số sản phẩm PTD có nhiều tiện ích ưu việt hơn

➤ *Đối với dịch vụ thanh toán*

- Thanh toán trong nước: Thanh toán online và chuyển tiền trong nước tập trung đầu tiên. Phát triển dịch vụ trả lương tự động.

➤ *Dịch vụ thẻ*

- Ngân hàng đầu tiên thực hiện kết nối online

- Thẻ ATM nhiều ưu việt: một tài khoản giao dịch, kết nối hai tài khoản USD và VND, được kết nối tiện ích thương mại điện tử và sử dụng thẻ ATM khách hàng không trả phí.

- Chấp nhận thanh toán thẻ tín dụng nhiều chủng loại nhất.

c. Tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ làm tăng nguồn thu nhập ngân hàng

- Doanh số tất cả các sản phẩm cung ứng tăng.

- Số lượng/số lượt khách hàng sử dụng các sản phẩm tăng.

- Tỷ trọng thu nhập dịch vụ PTD so với tổng thu nhập tăng trưởng ổn định và bình quân 27,33%.

- Phát triển các kênh phân phối điện tử.

- Thị phần thu nhập dịch vụ PTD trên địa bàn tỷ trọng lớn.

d. Quy trình cung ứng sản phẩm dịch vụ phi tín dụng đến khách hàng nhanh chóng và chính xác

- Quy trình giao dịch một cửa đã rút ngắn được thời gian.
- Độ chính xác và an toàn của dịch vụ PTD tương đối cao.

2.3.2. Những hạn chế

a. Danh mục một số sản phẩm dịch vụ PTD chưa đa dạng

- Chưa mạnh dạn nghiên cứu sản phẩm mới.
- Hợp đồng Ủy nhiệm thu đến nay vẫn chưa phát triển.
- Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ đơn điệu .
- Chưa được khai thác hết công suất dịch vụ điện tử, lãng phí
- Sản phẩm VCB Money không phát triển.

b. Mạng lưới phân phối sản phẩm chưa rộng

- Ngoài trụ sở chính mới phát triển được 7 phòng giao dịch.
- Phòng giao dịch xuống cấp, chật hẹp không có chỗ đậu xe.
- Chưa quảng bá mạnh các kênh ngân hàng hiện đại .

c. Chất lượng một số sản phẩm chưa đáp ứng mong đợi KH

**** Dịch vụ chuyển tiền trong nước***

- Lệnh chuyển tiền IBPS bị hạn chế thời gian khó đảm bảo việc xử lý điện được nhanh chóng.

- Quay giao dịch bộ phận doanh nghiệp không đáp ứng đủ yêu cầu, luôn tình trạng quá tải, việc xử lý lệnh chưa nhanh chóng.

- Các phương thức thanh toán như séc, chuyển khoản, thanh toán điện tử... đối với khách hàng cá nhân còn hạn chế .

**** Dịch vụ thẻ***

- Số lượng máy ATM không đáp ứng đủ nhu cầu, lỗi đường truyền, sự cố máy báo hỏng xảy ra liên tục .

- Trang thiết bị phụ trợ cho máy ATM chưa đạt tiêu chuẩn, không gian và vị trí bố trí chật hẹp và không có hệ thống điều hòa .

- Việc tra soát cho khách giải quyết chậm.

- Việc quản lý các ĐVCNT còn hạn chế.

- * *Dịch vụ chi trả kiều hối*

- Chưa quan tâm đến chính sách quảng cáo tiếp thị không thấy được những ưu thế vượt trội của VCB.

- Chưa phát triển được kênh chi trả kiều hối tại nhà.

d. Chất lượng dịch vụ và công tác chăm sóc KH chưa cao

- *Đối với đội ngũ nhân viên cung ứng dịch vụ*

- Thái độ, tác phong làm việc của nhân viên không chuyên nghiệp, không nhiệt tình với khách hàng.

- Về năng lực, khả năng tư vấn của nhân viên còn thấp.

- *Đối với công tác chăm sóc khách hàng*

- Chưa xây dựng được chiến lược đồng bộ và hiệu quả.

- Chưa thiết kế được sản phẩm quà tặng cho khách hàng.

e. Công tác quảng cáo truyền thông chưa hiệu quả

- Chưa có chiến lược Marketing rõ ràng cụ thể, chưa đa dạng phong phú về hình thức cũng như nội dung quảng cáo.

- Các kênh quảng cáo truyền thông không lan tỏa và hiệu quả

2.3.3. Nguyên nhân của những hạn chế trên

a. Nguyên nhân khách quan

- Môi trường kinh tế xã hội

- Môi trường pháp lý chưa đồng bộ, chông chéo.

b. Nguyên nhân chủ quan

- Sự phụ thuộc hoàn toàn TW, sự phân quyền hạn chế.

- VCB ĐN chưa chú trọng công tác đào tạo.

- Chưa xây dựng một chế tài mạnh làm công cụ điều hành.

- Chưa chủ động công tác xúc tiến Marketing.

Kết luận Chương 2.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG TẠI VIECOMBANK ĐÀ NẴNG

3.1. CĂN CỨ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

3.1.1. Mục tiêu và định hướng của VCB đến năm 2015

- Xây dựng một tập đoàn tài chính đa năng.
- “Đứng Top 5 các *ngân hàng bán lẻ tốt nhất* VN - 2015”.
- “Năm 2015 trở thành *ngân hàng thân thiện*”.

3.1.2. Định hướng phát triển dịch vụ PTD tại Vietcombank

- Giữ vững vị thế chủ lực một số mãng, độc quyền thẻ Amex.
- Mở rộng kênh phân phối điện tử, tăng tiếp cận KH.
- Thay đổi cơ cấu thu nhập tăng thu nhập dịch vụ.
- Nâng cao chất lượng chăm sóc khách hàng .

3.1.3. Định hướng phát triển dịch vụ PTD của VCB Đà Nẵng

- Tập trung phát triển kinh doanh bán lẻ .
- Đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ.

3.2. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PTD TẠI VCB ĐN

3.2.1. Hoàn thiện các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng hiện có và chủ động phát triển dịch vụ mới

a. Hoàn thiện các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng hiện có

➤ *Dịch vụ thanh toán*

- Quảng bá các sản phẩm có tính năng vượt trội : thanh toán online VAT, thuế thu nhập cá nhân, thuế hải quan điện tử.
- Giới thiệu các công cụ thanh toán qua ngân hàng.
- Giới thiệu hướng dẫn mang tính phổ thông dễ tiếp cận.

➤ *Dịch vụ ngân quỹ*

- Cơ cấu loại tiền quỹATM, cân đối nguồn ngoại tệ khác.
- Phát triển dịch vụ nhận tiền theo túi niêm phong, giữ hộ,

tăng cường phát triển mở rộng dịch vụ thu chi tận nơi.

➤ *Dịch vụ chi trả kiều hối*

- Tích cực quảng bá ưu điểm lợi thế vượt trội của VCB.
- Có chính sách tiếp cận với đối tượng khách hàng tiềm năng.
- Cần có nhiều chương trình khuyến mãi và chi trả tại nhà.

➤ *Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ*

- Triển khai các dịch vụ phái sinh ngoại tệ.
- Có chính sách tỷ giá phù hợp.

➤ *Dịch vụ ngân hàng điện tử*

+ Đối với dịch vụ thẻ

- Cần kiểm tra, tu dưỡng bảo trì thường xuyên hệ thống ATM, khuyến cáo trong việc bảo quản số PIN của khách hàng.

- Giảm thiểu thời gian tra soát cho khách hàng.
- Triển khai các chương trình khuyến mãi dành cho chủ thẻ.
- Tăng cường phát triển mở rộng thị trường thẻ CUP.

+ Đối với dịch vụ ngân hàng điện tử khác

- Đẩy mạnh công tác quảng bá tiếp thị những lợi ích.
- Đảm bảo tính an toàn bảo mật tuyệt đối.
- Phát triển VCB Money và I-Banking cho tổ chức.

b. Chủ động phát triển sản phẩm mới

- Nghiên cứu đặc điểm và nhu cầu khách hàng mục tiêu.
- Phân tích nghiên cứu chu kỳ sống của sản phẩm.
- Xây dựng giá cả hợp lý.

3.2.2. Giải pháp gia tăng độ tin cậy của KH đối với VCB

a. Xây dựng hình ảnh, thương hiệu của VCB

- Hệ thống cơ sở vật chất, trang phục : yêu cầu sự đồng bộ.

b. Rút ngắn thời gian giao dịch

- Ban hành “ Cam kết thời gian phục vụ khách hàng”

- Cần bố trí nhân viên chuyên trách để tư vấn, hỗ trợ KH .
- Đơn giản hoá thủ tục và quy trình.
- Hệ thống máy móc phải luôn sẵn sàng. hạn chế lỗi hệ thống.

3.2.3. Giải pháp gia tăng khả năng tiếp cận KH thông qua các kênh phân phối dịch vụ

a. Kênh phân phối trực tiếp

- Mở rộng mạng lưới phòng giao dịch.

Bảng 3.1 Địa điểm cần mở thêm phòng giao dịch VCB Đà Nẵng

Địa bàn	Tình trạng PGD	Cần mở thêm	Ghi chú
Quận Hải Châu	Đã có	1	Ở đường Hoàng Diệu
Quận Thanh Khê	Đã có	1	Đường Nguyễn Văn Linh
Quận Sơn Trà	Đã có	1	Khu công nghiệp ĐN
Quận Ngũ Hành Sơn	Đã có		
Quận Cẩm Lệ	Chưa	1	Khu công nghiệp Hoà Cẩm
Quận Liên Chiểu	Đã có		

- Tại trụ sở chính cần mở rộng, sắp xếp và bố trí thêm quầy giao dịch khách hàng.

b. Kênh phân phối tự động

- Chú trọng phát triển các kênh phân phối điện tử
- + Đơn giản hóa các thao tác tại các kênh dịch vụ.
- + Gia tăng độ tin cậy khi sử dụng kênh điện tử bằng các cam kết cụ thể.

- Lắp đặt thêm máy ATM, POS.

3.2.4. Tăng cường hoạt động xúc tiến Marketing

- Thành lập tổ chuyên nghiên cứu chính sách chăm sóc KH.
- Hoàn thiện kênh marketing tại quầy.
- Thành lập bộ phận PR, tuyển dụng các cộng tác viên.

- Tăng cường cá buổi hội thảo giới thiệu sản phẩm mới.
- Tăng cường công tác truyền thông, quảng cáo linh hoạt và hiệu quả. Cần chú ý hình thức “*tiếp thị truyền miệng*”.

3.2.5 Giải pháp nâng cao chất lượng nhân viên cung ứng dịch vụ phi tín dụng

a. Chuẩn hóa chất lượng đội ngũ giao dịch viên

- Nâng cao nhận thức của đội ngũ nhân viên.
- Nâng cao chất lượng đào tạo và đào tạo lại.
- Thành lập ban đào tạo tại Chi nhánh.
- Thực hiện luân chuyển cán bộ.

b. Xây dựng lại phương pháp đánh giá bộ tiêu chuẩn chất lượng phục vụ khách hàng

*** Phương pháp 1:**

- Chi tiết hoá bộ tiêu chuẩn từng nội dung, từng thang điểm.
- Xây dựng lại phương pháp đánh giá.

*** Phương pháp 2:**

Mời các tổ chức tư vấn đánh giá độc lập dựa trên kinh nghiệm, khách quan và có chuyên môn.

c. Hoàn thiện hình thức khen thưởng và biện pháp chế tài

- Xây dựng chính sách trả lương và thưởng dựa vào mức chỉ tiêu hoàn thành kế hoạch.
- Cần thực hiện nghiêm túc các hình thức kỷ luật với một chế tài nghiêm khắc trường hợp vi phạm hoặc không hoàn thành chỉ tiêu.

- Có chính sách động viên khen thưởng kịp thời

3.2.6. Tăng cường và nâng cao chất lượng công tác kiểm tra, kiểm soát nhằm hạn chế rủi ro tác nghiệp

- Hoàn thiện các quy định, quy trình nghiệp vụ.
- Tăng cường nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ GDV

- Có chương trình đào tạo giao dịch viên về giám định chữ ký, mẫu dấu và giấy tờ tùy thân.

- Yêu cầu chuẩn hóa thông tin KH để dễ dàng tra soát
- Nâng cao trình độ bộ phận kiểm tra, kiểm soát .
- Giám sát chặt chẽ bảo mật ID, tăng cường tần suất kiểm quỹ.
- Đối với các sản phẩm e – banking kiểm soát chặt an ninh.
- Tăng cường giám sát hoạt động của các ĐVCNT.

3.2.7 Giải pháp công nghệ ngân hàng

- Nâng cấp đường truyền giữa TW và Chi nhánh thông qua việc nâng cấp máy chủ, hạn chế lỗi hệ thống “ time out”.

- Nghiên cứu các giải pháp hỗ trợ quá trình đánh giá phân tích các chỉ tiêu.

- Bộ phận vi tính Chi nhánh cần thiết lập mạng nội bộ online.

3.3. KIẾN NGHỊ

3.3.1. Đối với Nhà Nước

- Ban hành hệ thống pháp luật đầy đủ, rõ ràng, đồng bộ .
- Đẩy mạnh hình thức thanh toán không dùng tiền mặt.

3.3.2. Đối với Ngân hàng Nhà Nước

- Hoàn thiện hệ thống pháp lý, các văn bản dưới luật.
- Cần có khung pháp lý bảo vệ quyền lợi ngân hàng. Tăng cường vai trò giám sát hoạt động đối với các NHTM .

3.3.3. Đối với Vietcombank TW

- Cần hỗ trợ chính sách đào tạo cho Chi nhánh về mặt nguồn kinh phí, chương trình .

- VCB TW cần có sự chuẩn bị tốt khi ra đời sản phẩm mới.

Kết luận Chương 3.

KẾT LUẬN

Phát triển dịch vụ phi tín dụng đang là một xu hướng mới cần thiết đối với hệ thống ngân hàng. Do đó, trong những năm qua VCBĐN đã có nhiều nỗ lực trong việc tăng cường mở rộng, phát triển dịch vụ PTD với kết quả thu nhập luôn tăng trưởng. Tuy nhiên, với tiềm lực và những nền tảng sẵn có của VCB thì các dịch vụ phi tín dụng cần được hoàn thiện, đổi mới và phát triển.

Với mong muốn góp phần phát triển dịch vụ phi tín dụng tại VCB Đà Nẵng tác giả đã nghiên cứu một cách nghiêm túc để hoàn thành luận văn với nội dung sau :

Thứ nhất, hệ thống lại cơ sở lý luận phát triển dịch vụ PTD thông qua các sản phẩm dịch vụ PTD về khái niệm, đặc điểm và các nội dung về phát triển dịch vụ PTD và xây dựng các tiêu chí đánh giá

Thứ hai, phân tích thực trạng phát triển dịch vụ PTD tại VCB ĐN từ năm 2009-2011 theo những tiêu chí đánh giá. Ngoài ra, tác giả đã tiến hành khảo sát thực tế về chất lượng phục vụ tại VCB ĐN. Từ đó đưa ra những đánh giá về phát triển chất lượng cung ứng dịch vụ phi tín dụng trong thời gian qua.

Cuối cùng, dựa vào những mục tiêu phát triển của VCB và trên cơ sở thực trạng tác giả đã đề xuất 7 giải pháp và một số kiến nghị nhằm phát triển dịch vụ phi tín dụng trong thời gian đến.