

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

---



ISO 9001:2008

# **KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**

**NGÀNH: TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG**

**Sinh viên : Nguyễn Hoàng Nam**

**Giảng viên hướng dẫn : ThS. Phạm Thị Nga**

**HẢI PHÒNG - 2017**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

-----

**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ  
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN PHƯƠNG ĐÔNG  
CHI NHÁNH HẢI PHÒNG**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY**

**NGÀNH: TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG**

(Time New Roman, 14pt, Bold, chữ hoa)

**Sinh viên : Nguyễn Hoàng Nam**

**Giảng viên hướng dẫn : ThS. Phạm Thị Nga**

**HẢI PHÒNG - 2017**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

---

**NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP**

Sinh viên: Nguyễn Hoàng Nam

Mã SV: 1212404040

Lớp: QT1601T

Ngành: Tài chính ngân hàng

Tên đề tài: Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng

Thương Mại Cổ Phần Phương Đông chi nhánh Hải Phòng

# NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (về lý luận, thực tiễn, các số liệu cần tính toán và các bản vẽ).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Các số liệu cần thiết để thiết kế, tính toán.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

.....

.....

.....

## CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

### Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

### Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 18 tháng 4 năm 2016

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 09 tháng 7 năm 2016

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

*Sinh viên* Người hướng dẫn

*Hải Phòng, ngày ..... tháng.....năm 2017*

**Hiệu trưởng**

**GS.TS.NGUT *Trần Hữu Nghị***

## PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

**1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp:**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**2. Đánh giá chất lượng của khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T. T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...):**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**3. Cho điểm của cán bộ hướng dẫn (ghi bằng cả số và chữ):**

.....  
.....  
.....

*Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 2017*

**Cán bộ hướng dẫn**

*(Ký và ghi rõ họ tên)*

## MỤC LỤC

<b>LỜI MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
<b>Chương 1: TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ KHÁI QUÁT VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ.....</b>	<b>2</b>
1.1. Dịch vụ ngân hàng bán lẻ .....	2
1.1.1. Khái niệm dịch vụ Ngân hàng bán lẻ .....	2
1.1.2. Các dịch vụ ngân hàng bán lẻ .....	3
1.1.2.1. Dịch vụ huy động vốn .....	3
1.1.2.2. Dịch vụ tín dụng.....	4
1.1.2.3. Các dịch vụ khác .....	6
1.2. NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL.....	8
1.2.1. Những tiêu chí đánh giá sự phát triển của dịch vụ NHBL.....	8
1.2.1.1. Tiêu chí định tính .....	8
1.2.1.2. Tiêu chí định lượng .....	9
1.2.2. Các nhân tố tác động tới sự phát triển của dịch vụ NHBL .....	10
1.2.2.1. Nhân tố khách quan.....	10
1.2.2.2. Nhân tố chủ quan .....	12
1.2.3. Vai trò của việc phát triển dịch vụ NHBL .....	14
1.2.3.1. Đối với nền kinh tế.....	14
1.2.3.2. Đối với ngân hàng .....	15
1.2.3.3. Đối với khách hàng .....	16
1.3. KINH NGHIỆM VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL TỪ CÁC NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI VÀ NHỮNG BÀI HỌC ĐỐI VỚI VIỆT NAM .....	16
1.3.1. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ NHBL ở một số nước.....	16
1.3.1.1. Ở Trung Quốc.....	16
1.3.1.2. Ở Singapore.....	17
1.3.2. Bài học kinh nghiệm đối với các NHTM Việt Nam .....	17
<b>Chương 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN PHƯƠNG ĐÔNG CHI NHÁNH HẢI PHÒNG.....</b>	<b>20</b>
2.1 Một Số Nét Khái Quát Về Ngân Hàng TMCP Phương Đông - CN Hải Phòng..	20
2.1.1 Giới thiệu chung .....	20
2.1.2. Sự hình thành và phát triển của Ngân hàng Phương Đông chi nhánh Hải Phòng.....	21

2.1.3 Cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ của các bộ phận .....	22
2.1.4 Các sản phẩm dịch vụ hiện có.....	24
2.1.5 Thuận lợi và khó khăn.....	27
2.2. KHÁI QUÁT VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH GIAI ĐOẠN 2014-2016.....	28
2.2.1. Hoạt động huy động vốn .....	28
2.2.2. Hoạt động tín dụng.....	30
2.2.3. Các hoạt động khác .....	32
2.3 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL TẠI OCB HẢI PHÒNG	34
2.3.1. Môi trường kinh doanh.....	34
2.3.2. Thực trạng phát triển dịch vụ NHBL .....	36
2.3.2.1. Dịch vụ huy động vốn .....	36
2.3.2.2. Dịch vụ tín dụng bán lẻ .....	41
2.3.2.3. Dịch vụ thanh toán .....	45
2.3.2.4. Những dịch vụ NHBL khác .....	47
2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL CỦA OCB HẢI PHÒNG.....	50
2.3.1. Những kết quả đạt được .....	50
2.3.1.1. Tiêu chí định tính .....	50
2.3.1.2. Tiêu chí định lượng .....	52
2.3.2. Những tồn tại và nguyên nhân .....	53
2.3.2.1. Những tồn tại.....	53
2.3.2.2. Nguyên nhân .....	56
<b>CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG ĐÔNG - CHI NHÁNH HẢI PHÒNG .....</b>	<b>61</b>
3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL TẠI OCB HẢI PHÒNG ....	61
3.1.1. Định hướng chung của NHTMCP Phương Đông Việt Nam về dịch vụ NHBL.....	61
3.1.2. Định hướng cụ thể của Chi nhánh OCB Hải Phòng .....	62
3.2. CÁC GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL TẠI OCB HẢI PHÒNG.....	63
3.2.1. Nâng cao năng lực quản trị điều hành hoạt động NHBL.....	63
3.2.2. Tiếp tục hoàn thiện và phát triển các dịch vụ NHBL mới .....	64
3.2.3. Nâng cao năng lực tài chính, tạo điều kiện hiện đại hóa công nghệ .....	68
3.2.4. Đẩy mạnh và nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ NHBL .....	70



3.2.5. Tăng cường hoạt động marketing .....	71
3.2.6. Đào tạo đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp, chuyên môn hóa theo từng lĩnh vực....	72
3.2.7. Đa dạng hóa các kênh phân phối và thực hiện phân phối hiệu quả.....	74
3.3. KIẾN NGHỊ .....	75
3.3.1. Kiến nghị với Ngân hàng Thương mại Cổ phần Phương Đông Việt Nam...	75
3.3.2. Kiến nghị với các cấp lãnh đạo thành phố Hải Phòng.....	76
3.3.3. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước .....	77
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>78</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</b>	<b>79</b>

## DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1. Tình hình huy động vốn xét theo kỳ hạn giai đoạn 2014 - 2016.....	28
tại OCB Hải Phòng.....	28
Bảng 2.2. Hoạt động tín dụng trong giai đoạn 2014 - 2016.....	30
tại OCB Hải Phòng.....	30
Bảng 2.3. Các hoạt động khác trong giai đoạn 2014 - 2016.....	32
tại OCB Hải Phòng.....	32
Bảng 2.4. Kết quả kinh doanh giai đoạn 2014-2016 của OCB Hải Phòng.....	33
Bảng 2.5. Tình hình huy động vốn giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng.....	36

## DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1. Tình hình huy động vốn xét theo kỳ hạn giai đoạn 2014-2016.....	29
tại OCB Hải Phòng.....	29
Biểu đồ 2.2. Hoạt động tín dụng trong giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng ..	30
Biểu đồ 2.3. Kết quả huy động vốn theo khách hàng giai đoạn 2014-2016.....	37
tại OCB Hải Phòng.....	37
Biểu đồ 2.4. Kết quả huy động vốn theo kỳ hạn dân cư giai đoạn 2014-2016...	38
tại OCB Hải Phòng.....	38
Biểu đồ 2.5. Kết quả huy động vốn theo sản phẩm giai đoạn 2014-2016 .....	39
tại OCB Hải Phòng.....	39
Biểu đồ 2.6. Dư nợ tín dụng bán lẻ giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng ..	41
Biểu đồ 2.7. Cơ cấu dư nợ tín dụng bán lẻ giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng .....	42
Biểu đồ 2.8. Kết quả thu phí dịch vụ rông, phí bảo lãnh tại OCB Hải Phòng.....	49
giai đoạn 2014-2016.....	49

## DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

NHBL	Ngân hàng bán lẻ
OCB	Orient Commercial Joint Stock Bank
NHTMCPĐ	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Phương Đông
NHTM	Ngân hàng thương mại
UBND	Ủy ban nhân dân
DNVVN	Doanh nghiệp vừa và nhỏ
TCTD	Tổ chức tín dụng
CNTT	Công nghệ thông tin
ATM	Automatic Teller Machine
NHNNo	Ngân hàng Nông nghiệp
VHĐ	Vốn huy động
DPRR	Dự phòng rủi ro
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
TSBĐ	Tài sản bảo đảm
TCKT	Tổ chức kinh tế
CBCNV	Cán bộ công nhân viên
POS	Point of Sale
DNNN	Doanh nghiệp Nhà nước

## LỜI CẢM ƠN

Em xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành tới cô giáo - Thạc sĩ Phạm Thị Nga. Cô đã tận tình hướng dẫn em, luôn cổ vũ khuyến khích em học tập và dành cho em sự tâm huyết nhiệt tình để em có thể hoàn thành khóa luận tốt nghiệp của mình.

Đồng thời em cũng xin bày tỏ lòng biết ơn các thầy cô giáo khoa Tài chính Ngân hàng và tập thể các anh chị phòng Quan hệ khách hàng 1- Ngân hàng Thương mại Cổ phần Phương Đông chi nhánh Hải Phòng, những người thân và bạn bè đã tạo điều kiện giúp đỡ em hoàn thành tốt khóa luận này.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên

Nguyễn Hoàng Nam

**LỜI MỞ ĐẦU**

Hội nhập kinh tế quốc tế đã mở ra nhiều cơ hội, nhưng cũng đặt ra không ít thách thức đối với các ngành nghề trong nền kinh tế. Tài chính – Tiền tệ có thể coi là lĩnh vực cuối cùng trong lộ trình tự do hóa cạnh tranh, vì thế trong những năm gần đây sức ép thị trường ngày càng tăng. Các ngân hàng trong nước đứng trước nguy cơ bị áp đảo bởi sự mở rộng không ngừng của các ngân hàng nước ngoài với tiềm lực tài chính lớn mạnh và kinh nghiệm hàng chục, thậm chí lâu năm trong việc phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại.

Dân số của Việt Nam đã tăng lên hơn triệu 90 người năm 2017, mức thu nhập bình quân đầu người tăng, mục tiêu thanh toán không dùng tiền mặt được Nhà nước quan tâm chú trọng, thì đối tượng khách hàng cá nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ trở thành khách hàng tiềm năng của các ngân hàng thương mại. Theo đó, phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ trở thành xu thế tất yếu, tạo nên cuộc cạnh tranh khốc liệt trong hệ thống các ngân hàng thương mại, đặc biệt trong điều kiện kinh tế trong nước gặp phải nhiều thách thức, khó khăn như hiện nay.

Nhận thấy tiềm năng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam, được sự tư vấn và hỗ trợ của các đối tác chiến lược nước ngoài, trong những năm gần đây ngân hàng thương mại cổ phần Phương Đông đã chọn cho mình hướng đi tập trung vào khách hàng cá nhân, với các sản phẩm bán lẻ phong phú, chuyên nghiệp, phù hợp nhu cầu khả năng của từng phân khúc khách hàng. Ngân hàng cũng tự đặt ra cho mình mục tiêu xây dựng hệ thống dịch vụ ngân hàng bán lẻ có chất lượng, an toàn, đạt hiệu quả kinh tế cao, ứng dụng công nghệ ngân hàng tiên tiến, nâng cao chất lượng dịch vụ và phát triển mạng lưới hợp lý nhằm cung cấp kịp thời, đầy đủ, thuận tiện các sản phẩm dịch vụ và tiện ích ngân hàng bán lẻ đến với tất cả các khách hàng.

Xuất phát từ thực tế trên , nhận thấy việc đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ cũng như đưa ra các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại OCB Hải Phòng là vô cùng quan trọng. Với thời gian thực tập tại OCB Hải Phòng, được sự hướng dẫn của cô giáo Phạm Thị Nga và sự nhiệt tình chỉ bảo của các anh chị công tác trong phòng quan hệ khách hàng, em quyết định chọn đề tài: **“Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Phương Đông chi nhánh Hải Phòng”** làm đề tài nghiên cứu viết khóa luận tốt nghiệp.

**Chương 1**

**TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ  
KHÁI QUÁT VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ**

**1.1. Dịch vụ ngân hàng bán lẻ**

**1.1.1. Khái niệm dịch vụ Ngân hàng bán lẻ**

NHTM là tổ chức kinh doanh tiền tệ mà hoạt động chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền ký gửi từ khách hàng với trách nhiệm hoàn trả và sử dụng số tiền đó để cho vay, thực hiện nghiệp vụ chiết khấu và làm phương tiện thanh toán.

Ở Việt Nam, theo Luật Các tổ chức tín dụng 2016, định nghĩa: “Ngân hàng thương mại là loại hình ngân hàng được thực hiện tất cả các hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác theo quy định của Luật này nhằm mục tiêu lợi nhuận”.

Có nhiều cách thức để phân loại NHTM, nhưng dựa vào chiến lược kinh doanh thì có thể phân thành 2 loại cơ bản sau đây: Ngân hàng bán buôn và ngân hàng bán lẻ. Hiện nay có nhiều cách hiểu khác nhau về dịch vụ ngân hàng bán buôn và bán lẻ.

Theo cách hiểu truyền thống: Dịch vụ ngân hàng bán buôn cũng giống như bán buôn các loại hàng hóa thông thường khác, “hàng hóa” được cung cấp gián tiếp đến tay người tiêu dùng cuối cùng thông qua các trung gian tài chính (các tổ chức tín dụng, NHTM, quỹ...). Còn dịch vụ ngân hàng bán lẻ được hiểu là việc cung cấp các dịch vụ ngân hàng trực tiếp cho người sử dụng cuối cùng. Cách hiểu này là dựa vào phương thức luân chuyển của “hàng hóa” chứ không dựa vào quy mô lớn hay nhỏ. Khác với cách hiểu trên, ở nhiều nước hiện nay đang áp dụng cách hiểu thứ hai như sau: dịch vụ ngân hàng bán buôn là việc cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho các khách hàng là doanh nghiệp lớn (kể cả NHTM khác) và dịch vụ ngân hàng bán lẻ là việc cung ứng dịch vụ ngân hàng cho các khách hàng là cá nhân, DNVVN.

Theo các chuyên gia của học viện Công nghệ Châu Á - AIT: “Ngân hàng bán lẻ là ngân hàng cung ứng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng tới từng cá nhân riêng lẻ, các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua mạng lưới chi nhánh, hoặc là việc khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với sản phẩm dịch vụ ngân hàng thông qua các phương tiện công nghệ thông tin, điện tử viễn thông”.

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Theo Từ điển Tài chính-Đầu tư-Ngân hàng-Kế toán Anh Việt: “Dịch vụ ngân hàng bán lẻ là các dịch vụ ngân hàng được thực hiện với khách hàng là công chúng, thường có quy mô nhỏ và thông qua các chi nhánh cung cấp các sản phẩm dịch vụ đến tận tay người tiêu dùng.

Như vậy, qua các cách hiểu trên, có thể đi đến một khái niệm tương đối khái quát về dịch vụ NHBL: *dịch vụ NHBL có thể hiểu là dịch vụ ngân hàng được cung ứng tới từng cá nhân riêng lẻ, các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua mạng lưới chi nhánh, hoặc khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với sản phẩm dịch vụ ngân hàng thông qua các phương tiện công nghệ thông tin, điện tử viễn thông”.*

Qua khái niệm trên ta có thể thấy rằng dịch vụ NHBL là một bộ phận cấu thành nên sản phẩm dịch vụ của các NHTM. Dịch vụ này chủ yếu phục vụ cho các đối tượng là cá nhân, DNVVN với các hoạt động như: gửi tiền, vay vốn, mở tài khoản, thanh toán... tương đối đơn giản, nhưng lại đòi hỏi công nghệ, trang thiết bị hiện đại. Các dịch vụ này hứa hẹn sẽ mang lại nguồn thu lớn cho các ngân hàng có định hướng, chiến lược phát triển hợp lý trong giai đoạn hiện nay.

### **1.1.2. Các dịch vụ ngân hàng bán lẻ**

#### *1.1.2.1. Dịch vụ huy động vốn*

Trên bảng cân đối kế toán của NHTM, bên tài sản nợ có 3 mục chính gồm: vốn huy động, vốn vay và vốn tự có. Trong đó thì vốn huy động là nguồn vốn chủ yếu, chiếm tỷ trọng lớn nhất, có ý nghĩa quyết định tới sự tồn tại và phát triển của một ngân hàng. Nó cũng là một tiêu chí để đánh giá uy tín, độ tin nhiệm của ngân hàng đối với khách hàng. NHBL chủ yếu huy động vốn từ cá nhân, DNVVN dưới các hình thức sau:

#### ✓Tiền gửi thanh toán

Tiền gửi thanh toán, hay còn gọi là tiền gửi không kỳ hạn là tiền mà khách hàng gửi vào ngân hàng nhờ giữ và thanh toán hộ. Khi có tài khoản tiền gửi này, khách hàng có các tiện ích là: yêu cầu phát hành các phương tiện thanh toán như séc, thẻ; có thể rút tiền bất cứ lúc nào trong ngày thông qua hệ thống các máy ATM; kiểm tra số dư tài khoản; thanh toán nhanh gọn tại các điểm chấp nhận thẻ mà không cần mang theo tiền mặt, do đó đảm bảo độ an toàn cao. Tính ổn định của loại hình huy động này đối với ngân hàng không cao do khách hàng có thể rút tiền vào các thời điểm không xác định, ngân hàng luôn phải duy trì một lượng tiền mặt nhất định, do đó, lãi suất thường thấp và ngân hàng sẽ thu phí



## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

dịch vụ duy trì tài khoản. Tuy nhiên, trong điều kiện cạnh tranh như hiện nay, có nhiều ngân hàng đã nâng mức lãi suất đối với loại tiền gửi này lên cao hơn so với mặt bằng chung để thu hút khách hàng, đồng thời có kèm theo các ưu đãi nhất định.

### ✓ Tiền gửi tiết kiệm

Tiền gửi tiết kiệm từ lâu đã được coi là loại hình huy động vốn truyền thống của các NHTM từ các khách hàng cá nhân. Đóng vai trò tạo nguồn vốn trung dài hạn chủ yếu, góp phần tăng trưởng nguồn vốn, do đó, việc phát triển các dịch vụ tiền gửi tiết kiệm đa dạng đang là mối quan tâm hàng đầu của các ngân hàng. Cùng với sự phát triển kinh tế xã hội, đời sống nhân dân dần được cải thiện và nâng cao, tỷ lệ tiết kiệm, nguồn lực trong dân cư sẽ không ngừng tăng lên, ngân hàng nào có chính sách huy động tiền gửi tiết kiệm với lãi suất hợp lý sẽ thu hút được nguồn vốn dồi dào đó, tạo được một cơ cấu nguồn vốn ổn định, bền vững, nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường.

Tiền gửi tiết kiệm có rất nhiều loại với những kì hạn khác nhau, lãi suất khác nhau nhưng được phân biệt thành hai loại chủ yếu sau đây:

Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn: Khách hàng có thể gửi nhiều lần và rút ra bất cứ lúc nào. Với loại tiền gửi này, lãi suất thường thấp.

Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn: là loại tiền gửi được rút sau một thời gian nhất định, lãi suất thay đổi khác nhau tùy thuộc vào thời hạn mà khách hàng gửi tiền. Tuy nhiên, khách hàng có thể rút tiền trước hạn nhưng sẽ phải chịu mức lãi suất thấp hơn, thông thường là lãi suất tiền gửi không kỳ hạn.

### ✓ Giấy tờ có giá

Giấy tờ có giá bao gồm các loại như: chứng chỉ tiền gửi, kỳ phiếu, trái phiếu,... Thông thường, khi nguồn huy động từ các loại tiền gửi không đáp ứng được nhu cầu của ngân hàng, khi ngân hàng đã xác định được đầu ra của nguồn vốn là đáng tin cậy, hứa hẹn mang lại thu nhập lớn thì ngân hàng sẽ thực hiện nghiệp vụ phát hành giấy tờ có giá. Đặc điểm của giấy tờ có giá là có thể chuyển nhượng được, có thể dùng để thanh toán khi cần thiết mà không cần phải đợi đến khi đáo hạn thông qua nghiệp vụ cầm cố, chiết khấu.

#### *1.1.2.2. Dịch vụ tín dụng*

Dựa vào đối tượng khách hàng, có thể phân tín dụng bán lẻ thành hai loại cơ bản sau đây:

### ✓ Tín dụng bán lẻ dành cho khách hàng cá nhân

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Cho vay tiêu dùng: Các khoản cho vay cá nhân này thường phục vụ cho nhu cầu mua nhà, mua ô tô, mua sắm các đồ dùng gia đình đắt tiền hoặc bù đắp thiếu hụt trong chi tiêu hàng ngày. Do giá trị các khoản vay không lớn, khách hàng nhỏ lẻ nên chi phí ngân hàng phải bỏ ra cũng như rủi ro phải gánh chịu tương đối lớn. Nhưng trái lại, nếu cho vay được nhiều thì sẽ giúp ngân hàng mở rộng quan hệ với khách hàng, từ đó làm tăng khả năng huy động tiền gửi; tạo điều kiện đa dạng hóa hoạt động kinh doanh, nâng cao thu nhập.

Cho vay du học: Kinh tế ngày càng phát triển, xu hướng toàn cầu hóa tăng nhanh, nhu cầu mở rộng kiến thức ngày càng cao. Để tạo điều kiện tốt nhất cho con em mình tiếp cận được với nền văn minh hiện đại của thế giới, nhiều gia đình đã khuyến khích con đi du học, đây là một xu hướng đang dần trở nên phổ biến ở nước ta. Nhưng không phải gia đình nào cũng có đủ điều kiện trang trải các khoản chi phí lớn cho việc học tập ở nước ngoài như vậy, do đó, ngân hàng đã cung cấp sản phẩm cho vay du học để giúp đỡ một phần chi phí, đồng thời cung cấp những dịch vụ chuyển tiền trong và ngoài nước... để đáp ứng các nhu cầu của khách hàng. Cho vay du học sẽ là dịch vụ phát triển tiềm năng trong tương lai.

Cho sinh viên vay: Với tình hình lạm phát leo thang như trong thời gian vừa qua, nhiều sinh viên tuy có học lực khá nhưng vẫn không đủ điều kiện để tiếp tục theo học. Do đó, dịch vụ cho sinh viên vay đã ra đời với các ưu đãi về lãi suất, về thời hạn trả nợ. Ở nước ta hiện nay, loại hình này là do Ngân hàng chính sách xã hội cung cấp.

Cho vay thấu chi: Là nghiệp vụ cho phép cá nhân rút tiền từ tài khoản vãng lai vượt quá số dư có, tới một hạn mức đã được thỏa thuận. Để được hưởng dịch vụ này, chủ tài khoản phải ký hợp đồng cung ứng dịch vụ với ngân hàng. Hạn mức thấu chi được xác định trên cơ sở dòng tiền, uy tín và khả năng chi trả của khách hàng. Khách hàng được sử dụng tiền vay của ngân hàng không phải thế chấp hay ký quỹ, cũng không phải ra ngân hàng làm các thủ tục trả nợ gốc hay lãi mà ngân hàng sẽ chủ động thu nợ từ các khoản thu trên tài khoản của khách hàng. Loại hình dịch vụ này hiện nay vẫn chưa phổ biến ở Việt Nam nhưng đã rất phát triển ở nhiều nước trên thế giới.

✓ Tín dụng bán lẻ dành cho khách hàng DNVVN

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

**Chiết khấu:** Là việc TCTD mua lại giấy tờ có giá ngắn hạn chưa đến hạn thanh toán của khách hàng dưới mệnh giá của phiếu. Chiết khấu mang lại nhiều lợi ích cho ngân hàng:

+ Có mức độ bảo đảm cao, theo quy định của luật, tất cả những người có liên quan đều có trách nhiệm thanh toán, do đó ngân hàng có thể sử dụng khả năng truy đòi.

+ Ngân hàng có thể dễ dàng tìm thấy nguồn tài trợ, tức có thể xin tái chiết khấu, cầm cố, bán lại cho nên vốn của ngân hàng không bị đóng băng.

+ Thực hiện với thủ tục tương đối đơn giản, nội dung thẩm định đơn giản, chi phí thấp.

+ Lãi suất hiệu dụng của nghiệp vụ chiết khấu cao.

**Bao thanh toán:** Là một hình thức cấp tín dụng của TCTD cho bên bán hàng thông qua việc mua lại các khoản phải thu phát sinh từ việc mua, bán hàng hóa đã được bên bán hàng và bên mua hàng thỏa thuận trong hợp đồng mua bán hàng. Nhờ có dịch vụ này, ngân hàng có thể đa dạng hóa danh mục sản phẩm, mở rộng quan hệ với khách hàng, tăng khả năng sử dụng vốn và tăng lợi nhuận.

**Cho vay dựa trên các khoản phải thu:** là một hình thức cho vay dựa trên tài sản bảo đảm, trong đó các khoản nợ của người thứ ba (người mua) đối với khách hàng vay vốn (người bán) được coi là tài sản bảo đảm cho các khoản vay ngắn hạn.

**Cho vay thấu chi**

**Cho vay hạn mức tín dụng:** là phương thức cho vay mà việc cho vay và thu nợ căn cứ vào quá trình nhập xuất vật tư hàng hóa, ngân hàng cho vay khi doanh nghiệp có nhu cầu vốn phát sinh để nhập vật tư hàng hóa và ngân hàng thu nợ khi doanh nghiệp có thu nhập từ việc tiêu thụ sản phẩm hàng hóa.

**Cho vay từng lần:** là phương thức cho vay mà ngân hàng căn cứ vào kế hoạch trong phương án kinh doanh, từng khâu kinh doanh, hoặc từng loại vật tư cụ thể để cho vay.

### *1.1.2.3. Các dịch vụ khác*

**Dịch vụ thanh toán:** Trong một xã hội ngày càng phát triển, dựa trên tiến bộ của CNTT, phương thức thanh toán không dùng tiền mặt đã trở nên phổ biến với các tiện ích: nhanh gọn, chính xác, đảm bảo độ an toàn cao. Khi khách hàng mở tài khoản tiền gửi thanh toán hay tiền gửi tiết kiệm, tùy theo yêu cầu sẽ được ngân hàng phát sổ séc, ủy nhiệm chi... Khi có những công cụ này, khách hàng có thể đi mua sắm mà không cần mang theo tiền mặt, chỉ đơn giản là ký phát séc

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

đưa cho người bán hàng. Không chỉ thanh toán trong nước mà cả thanh toán quốc tế hiện nay cũng chủ yếu sử dụng các phương thức không dùng tiền mặt như: nhờ thu trơn, nhờ thu kèm chứng từ, tín dụng chứng từ... Với những tiện ích cho cả cá nhân và DN/VN, dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt đang được phát triển, không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ. Nhờ đó, ngân hàng cũng thu được một khoản phí dịch vụ lớn, ít rủi ro, đồng thời cũng thu hút khách hàng sử dụng các dịch vụ khác của ngân hàng.

Dịch vụ thẻ: Ở các nước phát triển, thẻ là một công cụ đã cực kỳ phổ biến từ lâu, hầu như ai cũng có, và đang dần trở thành xu thế toàn cầu. Riêng ở các nước đang phát triển như Việt Nam, số lượng người sử dụng thẻ còn ít, chưa tương xứng với tiềm năng, nên thị trường thẻ đang là mục tiêu của rất nhiều ngân hàng muốn phát triển dịch vụ NHBL. Thẻ có thể khắc phục các hạn chế của séc như chủ thẻ có thể tiếp cận với tài khoản của mình vào bất kỳ lúc nào trong ngày, việc đơn giản bạn cần làm là tìm được một máy ATM gần nơi bạn đang ở nhất, máy hoạt động 24/24h với các chức năng cơ bản như: rút tiền, chuyển khoản, vắn tin số dư, in sao kê tài khoản,...đặc biệt, hiện nay hệ thống ATM hiện đại của một số ngân hàng đã cho phép bạn có thể gửi tiền vào tài khoản ngay tại máy.

Dịch vụ chi trả lương: Loại hình dịch vụ này bước đầu đang được triển khai ở Việt Nam và đã mang lại những lợi ích rõ rệt cho mọi thành phần kinh tế. Ngân hàng sẽ đảm nhận việc trả lương, thưởng, thù lao bằng cách trích tài khoản của doanh nghiệp tại ngân hàng để trả tiền cho nhân viên của doanh nghiệp với các hình thức: trả trực tiếp, trả qua thẻ và trả qua tài khoản. Dịch vụ này sẽ giúp doanh nghiệp bảo mật về tiền lương cho mỗi cá nhân, tiết giảm chi phí về quản lý, nhân công, đồng thời tránh rủi ro trong quá trình vận chuyển tiền mặt. Với nhân viên, dịch vụ này giúp họ có tài khoản trong ngân hàng, đồng thời có thể sẽ sinh lãi (lãi suất thấp) nếu họ chưa cần dùng ngay số tiền đó. Với Nhà nước thì việc trả lương qua tài khoản sẽ giúp quản lý thu nhập cá nhân dễ dàng, thuận lợi cho việc tính thuế thu nhập.

Dịch vụ bảo lãnh: Là cam kết của ngân hàng bảo lãnh được lập trên một văn bản để cam kết với bên có quyền (gọi là bên thụ hưởng bảo lãnh). Nếu khi đến hạn bên có nghĩa vụ (bên được bảo lãnh) không thực hiện hoặc thực hiện không đúng các cam kết đã nêu trong hợp đồng thì ngân hàng bảo lãnh sẽ đứng ra thực hiện nghĩa vụ thay cho bên được bảo lãnh. Trước khi ký vào hợp đồng

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

bảo lãnh thì ngân hàng phải tiến hành thẩm định tín dụng đối với người được bảo lãnh để xác định số tiền mà người đó sẽ phải ký quỹ. Ngân hàng sẽ thu được phí bảo lãnh từ hoạt động này.

Dịch vụ tư vấn tài chính: dựa trên mối quan hệ rộng với các thành phần kinh tế, độ hiểu biết sâu và đội ngũ cán bộ nhân viên được đào tạo lành nghề trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng cung cấp dịch vụ tư vấn tài chính cho các khách hàng muốn bỏ vốn đầu tư vào một lĩnh vực nào đó nhưng chưa có đủ thông tin, kiến thức và kinh nghiệm thực tế cần thiết. Các lĩnh vực tài chính mà ngân hàng tư vấn cho khách hàng có thể bao gồm: tư vấn tiền gửi, tư vấn đầu tư bất động sản, tư vấn đầu tư chứng khoán,...

Dịch vụ quản lý ủy thác đầu tư: Ngân hàng chỉ chấp nhận quản lý đầu tư từ một mức tối thiểu nào đó. Khi nhận ủy thác đầu tư tài sản của khách hàng, ngân hàng có thể thực hiện quản lý theo yêu cầu của khách hàng hoặc thay mặt khách hàng đưa ra các quyết định cụ thể.

Các dịch vụ ứng dụng tiên bộ CNTT hiện đại bao gồm: Dịch vụ ngân hàng tự động qua điện thoại (Phone Banking), dịch vụ ngân hàng qua Internet (Internet Banking), dịch vụ ngân hàng tại nhà (Home Banking). Những tiện ích mà các dịch vụ này mang lại cho khách hàng có thể kể đến như: tìm kiếm thông tin về sản phẩm và dịch vụ của ngân hàng tại nhà, tiếp cận với tài khoản của mình để kiểm tra số dư, chuyển tiền, nghe thông tin về tỷ giá, lãi suất... Dịch vụ ngân hàng qua điện thoại, qua mạng sẽ góp phần đáng kể vào việc mở rộng thị trường dịch vụ NHBL, phát huy hiệu quả kênh phân phối sản phẩm. Tuy nhiên, ở Việt Nam hiện nay, các hình thức này còn chưa được sử dụng phổ biến, người dân biết đến còn ít, nên đây vẫn còn là một thị trường đầy tiềm năng mà các ngân hàng cần đi sâu vào tìm hiểu, khai thác để tận dụng được những lợi thế mà các dịch vụ này mang lại cũng như tìm cách khắc phục khó khăn, không ngừng hoàn thiện dịch vụ NHBL.

## **1.2. NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL**

### **1.2.1. Những tiêu chí đánh giá sự phát triển của dịch vụ NHBL**

#### *1.2.1.1. Tiêu chí định tính*

✓ Tính đa dạng của dịch vụ

Đời sống ngày càng phát triển, công nghệ thay đổi từng ngày, thậm chí là từng giờ, cũng theo đó mà nhu cầu của người dân ngày càng nâng cao. Để đáp ứng được đầy đủ và thỏa mãn nhu cầu của mọi tầng lớp khách hàng, từ trẻ em

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

đến người già, từ phái mạnh đến phái đẹp, từ công nhân đến nông dân,... ngân hàng cần đa dạng hóa các dịch vụ của mình, không ngừng đổi mới, cải tiến dịch vụ sao cho phù hợp với khách hàng nhất. Làm được như vậy, dịch vụ NHBL của ngân hàng sẽ lớn mạnh không ngừng với số lượng khách hàng tìm đến ngày càng tăng nhanh, đóng góp lớn vào nguồn lợi nhuận theo kế hoạch đã đề ra, đồng thời cũng phân tán được rủi ro. Do đó, tiêu chí tính đa dạng của dịch vụ là một trong những tiêu chí cơ bản đầu tiên để đánh giá về sự phát triển dịch vụ NHBL.

### ✓ Tính tiện ích của dịch vụ

Khi khách hàng đã biết đến và bắt đầu sử dụng các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng thông qua mạng lưới kênh phân phối, thì yêu cầu của họ càng nâng cao lên, dịch vụ nào có tính tiện ích cao, đáp ứng được đầy đủ các nhu cầu cần thiết hàng ngày thì sẽ được sử dụng nhiều. Sự cạnh tranh do đó không chỉ diễn ra giữa các ngân hàng mà thậm chí là giữa các dịch vụ của cùng một ngân hàng. Nhờ ứng dụng công nghệ hiện đại, được đầu tư trang thiết bị đầy đủ, ngân hàng trực tuyến và thẻ thanh toán đang là các dịch vụ đa tiện ích nhất hiện nay mà ngân hàng cung cấp.

### ✓ Tính an toàn

An toàn ở đây được hiểu là an toàn cho cả 2 bên: ngân hàng và khách hàng. Hoạt động kinh doanh tiền tệ luôn là hoạt động tiềm ẩn rất nhiều rủi ro, với ngân hàng có thể là: rủi ro lãi suất, rủi ro tín dụng, rủi ro thanh khoản,...; với khách hàng thì là: rủi ro thông tin cá nhân bị lộ, rủi ro tính lãi nhầm... Đặc biệt, trong điều kiện ứng dụng CNTT như hiện nay, tính an toàn của dịch vụ càng được quan tâm nhiều hơn nữa. Sự bảo mật các thông tin cá nhân về tài khoản của khách hàng, các hệ thống dữ liệu mật của ngân hàng rất có thể bị phá vỡ bởi hoạt động xâm nhập trái phép của các hacker chuyên nghiệp. Do đó, ngân hàng cần tăng cường các biện pháp bảo mật, nâng cao độ an toàn để đảm bảo rằng hệ thống xử lý của ngân hàng không dễ bị lợi dụng. Ngân hàng nào có độ an toàn cao thì sẽ được đông đảo khách hàng lựa chọn.

### *1.2.1.2. Tiêu chí định lượng*

#### ✓ Số lượng khách hàng và thị phần

Đây là tiêu chí chung để đánh giá sự phát triển của bất kỳ loại hình kinh doanh nào. Số lượng khách hàng càng đông, thị phần càng lớn thì càng chứng tỏ ngân hàng đó đã phát triển tốt dịch vụ NHBL, và ngược lại. Trong điều kiện có nhiều

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

ngân hàng mới mở như hiện nay, “mảnh đất làm ăn” của mỗi ngân hàng bị thu hẹp dần, cuộc cạnh tranh chiếm lĩnh thị phần là rất khốc liệt, ngân hàng nào có chất lượng phục vụ tốt, đa dạng về sản phẩm, biết đánh vào tâm lý người tiêu dùng về lãi suất, tính tiện ích... sẽ giành được thắng lợi.

### ✓Hệ thống các kênh phân phối

Như trên đã phân tích, tuy khoa học kỹ thuật, CNTT phát triển ngày càng hiện đại, nhưng không có con người hướng dẫn, làm chủ thể sử dụng thì những công nghệ đó cũng chỉ là vô ích. Phát triển dịch vụ ở đâu, ngân hàng nên mở rộng mạng lưới các kênh phân phối của mình tới đó, tạo điều kiện hướng dẫn người dân tiếp cận với các dịch vụ tiên tiến của ngân hàng dễ dàng. Ngày nay, các ngân hàng đã quan tâm nhiều hơn tới việc mở rộng các kênh phân phối không những về số lượng mà còn về chất lượng phục vụ, nhờ đó mà thu hút được nhiều khách hàng hơn.

### ✓Nâng cao thu nhập cho ngân hàng

Mục tiêu cuối cùng mà bất kỳ một doanh nghiệp nào cũng muốn đạt tới là tối đa hóa lợi nhuận, tuy kinh doanh trong lĩnh vực đặc biệt nhưng ngân hàng cũng không phải là một ngoại lệ. Dịch vụ NHBL của ngân hàng chỉ được coi là phát triển toàn diện khi lợi nhuận mà ngân hàng thu được về cũng phải tương xứng với đồng vốn đã bỏ ra ban đầu.

## **1.2.2. Các nhân tố tác động tới sự phát triển của dịch vụ NHBL**

### *1.2.2.1. Nhân tố khách quan*

#### ✓Môi trường kinh tế

Trong điều kiện nước ta đã gia nhập vào WTO, hòa nhập vào xu hướng chung của nền kinh tế thế giới thì môi trường kinh tế cả ở trong và ngoài nước đều là những nhân tố có tác động tới sự phát triển của dịch vụ NHBL. Chủ yếu có hai xu hướng sau đây:

Nền kinh tế khỏe mạnh, phát triển từng bước vững chắc, tốc độ phát triển hàng năm cao, kéo theo đó là đời sống dân cư được cải thiện, thu nhập tăng, nhu cầu sử dụng các dịch vụ của ngân hàng như thanh toán, gửi tiền, vay vốn để sản xuất kinh doanh cũng gia tăng theo. Đây là môi trường thuận lợi, các ngân hàng cần biết tận dụng thời cơ phát triển dịch vụ NHBL, mở rộng đối tượng khách hàng là cá nhân, DN VN.

Ngược lại, khi nền kinh tế rơi vào tình trạng suy thoái, lạm phát kéo dài, khủng hoảng gia tăng, các nhu cầu chi tiêu, gửi tiền tiết kiệm của dân cư ít đi;

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

hoạt động sản xuất kinh doanh không hiệu quả, không tiêu thụ được hàng hóa, không có khả năng trả lãi ngân hàng nên nhu cầu vay vốn của các doanh nghiệp cũng giảm sút. Dịch vụ NHBL của ngân hàng lúc đó dù có đa dạng, tiện ích và an toàn đến mấy thì cũng không có mấy ai sử dụng.

### ✓Môi trường chính trị pháp luật

Ngành tài chính ngân hàng có ảnh hưởng rất lớn và nhạy cảm đến nền kinh tế, một sự đổ vỡ nhỏ có thể kéo theo một phản ứng dây chuyền lớn, gây ra những tác động nghiêm trọng. Do đó, ngành này luôn bị Nhà nước và pháp luật giám sát chặt chẽ thông qua các văn bản luật.

Đặc biệt, với dịch vụ NHBL đang dần phát triển lớn mạnh, ứng dụng nhiều thành tựu khoa học kỹ thuật hiện đại, hàm lượng chất xám cao, việc hoàn thiện khung luật pháp cụ thể là cần thiết để hạn chế các tranh chấp có thể xảy ra, xác định rõ nghĩa vụ và quyền lợi của các bên tham gia trong giao dịch. Dựa vào đó, ngân hàng sẽ tận dụng được các lợi thế, hạn chế những bất cập để phát triển lành mạnh các sản phẩm dịch vụ.

### ✓Môi trường văn hóa-xã hội

Môi trường văn hóa-xã hội có ảnh hưởng không nhỏ đến tập quán, thói quen chi tiêu, tiết kiệm của người dân. Với việc ứng dụng nhiều thành tựu khoa học kỹ thuật hiện đại vào dịch vụ ngân hàng như hiện nay, trình độ dân trí, hiểu biết của dân cư càng cao thì việc sử dụng các dịch vụ càng đơn giản, thuận tiện, cắt giảm được chi phí về nhân công, thời gian dành cho việc hướng dẫn sử dụng.

Xã hội ngày càng phát triển, những mong muốn của con người cũng từ đó mà cao thêm, đòi hỏi ngân hàng không ngừng nỗ lực cung cấp những dịch vụ đa dạng, hiện đại hơn. Thói quen tiêu dùng của dân cư đang dần thay đổi, nếu như trước kia, khi đi mua hàng, họ cầm theo tiền mặt, thì bây giờ, tại các thành phố lớn, dịch vụ thẻ phát triển mạnh, đã có nhiều điểm chấp nhận thẻ tại các siêu thị, nhà hàng, khách sạn lớn, họ không muốn cầm theo tiền mặt nữa mà chỉ cầm theo thẻ thanh toán để đảm bảo an toàn hơn.

### ✓Môi trường kỹ thuật công nghệ

Kỹ thuật công nghệ đóng vai trò nền tảng trong hoạt động ngân hàng hiện đại, có ảnh hưởng lớn đến kinh tế và xã hội. Nó tác động mạnh mẽ đến cách thức tiêu dùng, phương thức sản xuất và cả phương thức trao đổi của xã hội. Nếu như trước đây, muốn thực hiện một giao dịch nào đó, khách hàng phải đến các điểm giao dịch của ngân hàng, nhưng với sự phát triển của công nghệ, bây



## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

giờ, với các dịch vụ NHBL như: home banking, phone banking, internet banking,... mọi việc trở nên đơn giản hơn rất nhiều, khách hàng có thể tiếp cận với các thông tin, dịch vụ của ngân hàng từ nhà mà không mất công đi lại. Công nghệ chính là tiền đề quan trọng để lưu giữ và xử lý cơ sở dữ liệu tập trung cho phép các giao dịch trực tuyến như vậy được thực hiện.

Bằng trao đổi thông tin tức thời, công nghệ giúp công tác quản lý của ngân hàng tốt hơn, tạo điều kiện thực hiện mô hình xử lý tập trung các giao dịch có tính chất phân tán như: Trung tâm chuyển tiền - giao dịch chuyển tiền; Trung tâm xử lý thẻ - giao dịch thẻ. Việc tập trung và chuyên môn hóa hoạt động tác nghiệp không những làm tăng cường độ chính xác trong xử lý giao dịch, giảm chi phí tra soát đối chiếu mà còn giúp ngân hàng có điều kiện tập trung vào công tác chăm sóc khách hàng và giảm chi phí nhân công lao động.

### *1.2.2.2. Nhân tố chủ quan*

#### ✓ Định hướng và chiến lược phát triển của ngân hàng

Để từng bước xây dựng và phát triển vững mạnh dịch vụ NHBL, các ngân hàng trước hết cần có một định hướng và chiến lược phát triển đúng đắn, vạch ra những bước đi cần thiết trong từng giai đoạn cũng như đề ra mục tiêu cần đạt đến đối với mỗi loại hình dịch vụ. Cái gì mới cũng vậy, cần phải từ từ, bước từng bước vững chắc mới dần đi vào sâu được trong dân cư. Chiến lược của ngân hàng cũng phải bắt đầu từ việc nghiên cứu thị trường, nghiên cứu sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường, rồi sau đó mới là giai đoạn tung sản phẩm ra, mở rộng mạng lưới, kèm theo việc tuyển dụng, đào tạo nhân sự mới.

#### ✓ Khả năng tài chính và công nghệ

Trong bất kỳ một lĩnh vực kinh doanh nào cũng vậy, nguồn lực tài chính luôn đóng vai trò then chốt, trọng yếu. Với ngành ngân hàng thì điều này lại càng quan trọng hơn nữa, bởi muốn phát triển được dịch vụ NHBL một cách toàn diện, đi sâu vào từng ngõ ngách thị trường, đáp ứng được đầy đủ nhu cầu của khách hàng thì chi phí bỏ ra ban đầu là rất lớn, như chi phí lắp đặt máy ATM, chi phí ứng dụng công nghệ hiện đại, chi phí mở rộng mạng lưới phân phối,... Hơn nữa, tiềm lực tài chính của một ngân hàng cũng góp phần làm nên thương hiệu của ngân hàng đó, tạo nên được niềm tin vững chắc trong lòng công chúng. Khi nền kinh tế có khó khăn, khủng hoảng, thì người dân có xu hướng lựa chọn gửi tiền vào những ngân hàng lớn, tài chính tốt, thương hiệu lớn mạnh hơn là những ngân hàng nhỏ, tài chính yếu, thương hiệu chưa được khẳng định

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

trên thị trường. Vì vậy, việc nâng cao năng lực tài chính là vấn đề luôn được các ngân hàng quan tâm.

Song song với khả năng tài chính lớn mạnh, khoa học công nghệ cũng là một yếu tố quan trọng. Nhờ ứng dụng công nghệ hiện đại mà đã có nhiều sản phẩm bán lẻ mới, tiện ích hơn được cung cấp cho khách hàng như dịch vụ thanh toán điện tử, dịch vụ ngân hàng trực tuyến, dịch vụ chuyển tiền điện tử,... Để bắt kịp với xu hướng của nền kinh tế thế giới, thoát khỏi sự lạc hậu, yếu kém thì công nghệ là yếu tố cần thiết trước tiên. Xã hội hiện đại, cuộc sống tất bật với những lo toan hàng ngày, sức ép từ công việc khiến người ta không có thời gian để ngồi đợi ở ngân hàng thực hiện các giao dịch, công nghệ được phát minh là để phục vụ cho những nhu cầu phát sinh như vậy.

### **✓ Cơ cấu tổ chức của ngân hàng**

Dịch vụ NHBL nhằm phục vụ hai đối tượng chủ yếu là khách hàng cá nhân và khách hàng DN/VN. Vấn đề đặt ra đối với các ngân hàng hiện nay là tổ chức bộ máy hoạt động phân theo đối tượng khách hàng phục vụ chứ không nên phân theo loại hình nghiệp vụ, “khách hàng là thượng đế” nên ngân hàng phải tạo điều kiện sao cho khách hàng được thỏa mãn tối đa, đảm bảo chất lượng phục vụ tốt nhất, chứ không để khách hàng phải chạy theo từng phòng ban trong ngân hàng để thực hiện được giao dịch của mình.

Việc mở rộng mạng lưới các kênh phân phối cũng là một vấn đề thuộc cơ cấu tổ chức mà ban lãnh đạo ngân hàng cần quan tâm chú ý. Muốn mở rộng, thu hút được nhiều khách hàng thì cần có nhiều điểm giao dịch, tiếp cận với mọi đối tượng, đồng thời qua đó quảng bá cho các sản phẩm dịch vụ mới của ngân hàng.

### **✓ Nguồn nhân lực**

Con người luôn làm chủ trong mọi lĩnh vực, công nghệ dù có hiện đại đến mấy cũng phải có người sử dụng, nếu không cũng chỉ là vô nghĩa, không hề có giá trị trong cuộc sống. Trong lĩnh vực NHBL, yếu tố nguồn nhân lực lại càng đóng vai trò quan trọng hơn nữa. Mọi hoạt động kể từ khi nghiên cứu nhu cầu thị trường, phát triển dịch vụ mới cho đến khi ứng dụng dịch vụ, giới thiệu đến tay khách hàng đều do nhân viên ngân hàng đảm nhiệm. Đặc biệt trong ngành này, tiếp xúc với một loại hàng hóa khác biệt là tiền, thì chữ “tâm” là yêu cầu đầu tiên đối với một nhân viên ngân hàng.

Các nhân viên giao dịch ở quầy, ngoài trình độ nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ nhất định, cần có kỹ năng tiếp thị và giao tiếp tốt, các hiểu biết xã hội, tính

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

kiên nhẫn cao trong việc giới thiệu cho khách hàng hiểu và biết đến các sản phẩm của ngân hàng, có khả năng thuyết phục được khách hàng sử dụng dịch vụ. Họ chính là “bộ mặt” của ngân hàng, là cầu nối trực tiếp giữa ngân hàng và khách hàng nên cần được đào tạo bài bản, chuyên nghiệp.

Ngân hàng muốn có một đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp, chất lượng cao và trung thành thì cần phải có chính sách đúng đắn ngay từ khâu tuyển dụng, đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ để chọn được người tài và đặc biệt là chính sách tiền lương, khen thưởng, tuyên dương hợp lý.

### **1.2.3. Vai trò của việc phát triển dịch vụ NHBL**

#### *1.2.3.1. Đối với nền kinh tế*

Nhờ có dịch vụ NHBL, mọi nguồn lực về vốn đã được tận dụng để phát triển kinh tế. Dịch vụ NHBL rất đa dạng, phong phú và có nhiều tiện ích nổi trội, thu hút mọi tầng lớp nhân dân tham gia. Dân cư có các khoản tiền nhàn rỗi đều đem gửi vào ngân hàng để được hưởng các lợi ích như thanh toán qua thẻ, hưởng lãi, chuyển tiền,... Nguồn vốn huy động được càng nhiều thì số lượng cũng như giá trị các khoản tín dụng mà ngân hàng cung cấp cho nền kinh tế càng lớn, không đơn giản chỉ là giúp cho các doanh nghiệp mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh mà còn thúc đẩy nền kinh tế ngày một phát triển lớn mạnh. Đặc biệt với các nước đang phát triển, việc phát huy nội lực của nền kinh tế thông qua tập trung mọi nguồn vốn từ nhỏ lẻ tiềm tàng trong dân cư thành nguồn vốn lớn có một ý nghĩa vô cùng quan trọng.

Dịch vụ NHBL giúp đẩy nhanh quá trình luân chuyển tiền tệ, tiết kiệm chi phí xã hội. Do phát triển các dịch vụ, phương thức thanh toán không dùng tiền mặt như thẻ ATM, séc,... mà tiền tệ trong nền kinh tế được lưu thông nhanh hơn, đẩy nhanh vòng quay vốn, khả năng sinh lời nhờ thế mà tăng lên. Mặt khác, lưu thông không dùng tiền mặt mà chỉ qua hệ thống ngân hàng sẽ tiết kiệm được các chi phí lưu thông tiền tệ, giúp Nhà nước có thể kiểm soát dễ dàng tình hình nền kinh tế, hạn chế được các tệ nạn xã hội như tiền giả, trốn thuế, rửa tiền,... làm trong sạch xã hội, nền kinh tế vững mạnh. Ngân hàng Nhà nước cũng nhờ vậy mà biết được lượng tiền thực tế lưu thông trong dân cư để đưa ra chính sách tiền tệ phù hợp với tình hình.

Do ứng dụng công nghệ hiện đại nên muốn sử dụng được các dịch vụ NHBL đòi hỏi phải có sự hiểu biết nhất định, nhờ vậy, trình độ dân trí của người

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

dân sẽ được nâng cao hơn, tránh được sự lạc hậu so với các nước tiên tiến trên thế giới.

### *1.2.3.2. Đối với ngân hàng*

Trong xu hướng từng bước hội nhập vào nền kinh tế thế giới, dịch vụ NHBL có vai trò hết sức quan trọng đối với các NHTM Việt Nam ở những khía cạnh chính sau đây:

Mở rộng mạng lưới hoạt động, tăng thị phần khách hàng sử dụng dịch vụ, qua đó làm tăng thêm uy tín và tạo thương hiệu lớn mạnh cho ngân hàng. Nền kinh tế ngày càng phát triển, số lượng các ngân hàng được thành lập cũng như ngân hàng nước ngoài nhảy vào thị trường Việt Nam ngày càng nhiều, sự cạnh tranh do đó mà càng trở nên khốc liệt hơn. Trong điều kiện đó, ngân hàng nào thu hút được nhiều khách hàng, chiếm lĩnh được một thị phần rộng lớn, ổn định mới có thể đứng vững trên thị trường. Chỉ bằng việc đẩy mạnh cung ứng các dịch vụ NHBL mới có thể giúp cho các ngân hàng thực hiện được điều đó.

Thu nhập từ việc cung cấp các dịch vụ NHBL đang dần trở thành một nguồn thu chủ yếu trong hoạt động ngân hàng. Tuy các khoản thu phí từ mỗi khách hàng, mỗi dịch vụ là nhỏ, nhưng nếu có nhiều khách hàng đến với ngân hàng, mỗi khách hàng lại sử dụng nhiều dịch vụ khác nhau, thì tổng các khoản phí thu được lại là rất lớn. Hơn nữa, với các khoản tiền gửi thanh toán, lãi suất mà ngân hàng phải trả là rất thấp, thông thường chỉ ở mức 3%, chênh lệch rất lớn so với lãi suất cho vay bình quân, tuy loại tiền gửi này của mỗi khách hàng thường xuyên thay đổi, nhưng nếu có nhiều người cùng gửi tiền thì nguồn vốn này lại rất lớn và tương đối ổn định. Như vậy, nếu biết tận dụng thì khoản thu nhập mà ngân hàng có thể được hưởng từ mức chênh lệch lãi suất sẽ rất lớn.

Phát triển đa dạng các sản phẩm dịch vụ NHBL cũng là một hình thức giúp phân tán rủi ro trong một lĩnh vực kinh doanh nhạy cảm như ngân hàng. Với đặc trưng cơ bản là số lượng khách hàng đông, quy mô mỗi lần giao dịch nhỏ, hơn nữa lại ứng dụng nhiều công nghệ hiện đại nên rủi ro cho ngân hàng cũng giảm bớt được phần nào. Đồng thời hệ thống NHBL sẽ tạo ra những tiện ích mới trong quản lý và nâng cao hiệu quả hoạt động ngân hàng: tạo nền tảng, hạ tầng cơ sở cho phát triển và ứng dụng công nghệ ngân hàng; Quản lý tập trung và xử lý dữ liệu trực tuyến; Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng, rút ngắn thời gian giao dịch với khách hàng, tăng cường khả năng bảo mật...

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

### *1.2.3.3. Đối với khách hàng*

Không những có vai trò quan trọng đối với nền kinh tế, với ngân hàng, dịch vụ NHBL còn mang lại sự an toàn, tiết kiệm, thuận tiện và nhanh chóng cho bản thân khách hàng.

Dịch vụ ngân hàng ngay từ lúc mới xuất hiện đã nắm giữ vai trò truyền thống là nơi giữ tiền an toàn và tin cậy cho người dân, và cho đến ngày nay vai trò ấy vẫn không hề thay đổi. Với kinh nghiệm, trình độ hiểu biết về thị trường tài chính-tiền tệ, nguồn thông tin dồi dào, ngân hàng luôn là địa chỉ an toàn cho người dân gửi tiền cũng như ủy thác đầu tư.

Với việc đa dạng hóa các sản phẩm, các gói dịch vụ đi kèm, chi phí mà khách hàng phải bỏ ra để được hưởng các dịch vụ có ứng dụng công nghệ hiện đại là hợp lý, chưa kể đến lãi suất mà họ được hưởng từ các khoản tiền gửi. Hiện nay có rất nhiều kênh đầu tư mới mà khách hàng có thể lựa chọn thay vì gửi tiền vào ngân hàng như: chứng khoán, bất động sản, kinh doanh vàng,... Tuy mang lại nguồn lợi lớn nhưng rủi ro cũng tương ứng mà tăng lên, hơn nữa, đầu tư vào các lĩnh vực đó sẽ đòi hỏi phải tốn nhiều thời gian, công sức và cần có kinh nghiệm thực tế cũng như hiểu biết thông tin nhanh nhạy. Do đó, gửi tiền vào ngân hàng vẫn là kênh đầu tư an toàn, tiện lợi và tiết kiệm nhất. Đồng thời, các cá nhân, hộ gia đình thiếu vốn cũng có thể vay vốn từ ngân hàng để tiến hành sản xuất kinh doanh, cải thiện đời sống, phục vụ cho mục đích tiêu dùng với lãi suất hợp lý.

Do có nhiều ngân hàng cạnh tranh nhau trong lĩnh vực này nên khách hàng cũng có nhiều cơ hội hơn để lựa chọn dịch vụ, sao cho đảm bảo sự thuận tiện và nhanh chóng nhất cho mình.

## **1.3. KINH NGHIỆM VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL TỪ CÁC NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI VÀ NHỮNG BÀI HỌC ĐỐI VỚI VIỆT NAM**

### **1.3.1. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ NHBL ở một số nước**

#### *1.3.1.1. Ở Trung Quốc*

Trung Quốc hiện nay được xếp hạng thứ hai thế giới về độ giàu mạnh và phát triển, chỉ sau Hoa Kỳ. Tính đến năm 2015, Trung Quốc có hơn 46 triệu DNVVN. Trên thực tế, 99% các công ty Trung Quốc là DNVVN, các công ty này chiếm 70% GDP của Trung Quốc, đóng góp 50% thuế và 70% giá trị xuất khẩu, cung cấp 80% cơ hội việc làm cho thị trường. Số dân Trung Quốc hiện đã lên đến 1,4 tỉ người trên tổng số dân toàn thế giới là 7,4 tỉ. Năm 2016, thu nhập

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

bình quân đầu người ở Trung Quốc đạt 10.160 USD. Do đó, Trung Quốc có rất nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển dịch vụ NHBL.

Với số dân đông đảo, đối tượng khách hàng chủ yếu mà các dịch vụ NHBL Trung Quốc hướng tới là cá nhân, đặc biệt là ở độ tuổi 18-45 với thu nhập một năm là 10.000 USD. Trong những năm gần đây, việc cho vay cầm cố thế chấp đã trở thành hình thức phổ biến nhất trong cho vay tiêu dùng, chiếm 75% trong tổng doanh số cho vay tiêu dùng. Tỷ trọng sử dụng thẻ trong nền kinh tế tăng lên đáng kể, doanh số thanh toán bằng thẻ tăng nhanh qua các năm. Số lượng thẻ tín dụng được các ngân hàng Trung Quốc phát hành trong quý I năm 2014 lên tới 414 triệu chiếc, tăng 5,83% so với mức 391 triệu thẻ hồi cuối năm 2013.

### *1.3.1.2. Ở Singapore*

Các ngân hàng ở Singapore từng bước xây dựng chiến lược phát triển dịch vụ NHBL. Một trong những ngân hàng thành công về kinh doanh dịch vụ NHBL tại Singapore là ngân hàng Standard Chartered. Các ngân hàng ở Singapore đã khai thác sự phát triển của công nghệ trong việc triển khai dịch vụ bán lẻ, theo thống kê đến nay có hơn 60% giao dịch của ngân hàng được thực hiện qua các kênh tự động. Những bài học kinh nghiệm trong việc kinh doanh dịch vụ NHBL đó là:

Hệ thống chi nhánh rộng lớn tạo điều kiện cho việc quản lý vốn hiệu quả, giúp cho các ngân hàng thành lập nên những quỹ tiền tệ cung cấp cho khách hàng, điều này đã làm tăng thị phần của các ngân hàng ở Singapore.

Những sáng kiến quản lý tiền tệ đã cung cấp các dịch vụ giúp khách hàng quản lý tốt tài chính của họ.

Thành lập mạng lưới kênh phân phối dịch vụ tự động như: máy nhận tiền gửi, Internet banking, Phone banking, Home banking,... để phục vụ cho khách hàng. Việc sử dụng các kênh tự động đã mang lại hiệu quả và tiện ích cho khách hàng.

### **1.3.2. Bài học kinh nghiệm đối với các NHTM Việt Nam**

Để bắt kịp với xu hướng hiện đại hóa của nền kinh tế toàn cầu, phát triển dịch vụ NHBL là xu hướng tất yếu của các NHTM Việt Nam hiện nay. Là một thị trường còn nhiều tiềm năng với số lượng dân cư đông đúc, theo thống kê của Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam, hiện nay tỉ lệ người dân có tài khoản ngân hàng ở mức khá cao. Tính đến cuối tháng 10/2016 đã đạt trên 67,4 triệu tài khoản cá

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

nhân (so với mức 16.8 triệu tài khoản vào cuối năm 2016), trong khi thu nhập của người dân tăng nhanh, nền kinh tế tăng trưởng tốt, đây là cơ hội rất lớn cho các NHTM phát triển dịch vụ NHBL, nếu các NHTM trong nước không tận dụng ngay cơ hội này để phát triển, mở rộng mạng lưới hoạt động và thị phần khách hàng của mình thì sẽ rất dễ bị các ngân hàng nước ngoài đánh bại ngay trên sân nhà. Hiện đã có 3 “đại gia” trong lĩnh vực ngân hàng tham gia vào thị trường này ở Việt Nam là Citibank, HSBC và Standard Chartered. Với kinh nghiệm dày dặn, tiềm lực tài chính lớn mạnh và trình độ công nghệ hiện đại, chắc chắn họ sẽ phát triển không ngừng trên mảnh đất Việt Nam còn màu mỡ. Cạnh tranh trong lĩnh vực NHBL vì thế sẽ trở nên khốc liệt hơn.

Từ các bài học kinh nghiệm trong phát triển dịch vụ NHBL của các nước như trên, tuy điều kiện kinh tế, môi trường kinh doanh, pháp lý và chính trị không giống nhau nhưng qua đó các NHTM Việt Nam cũng phần nào rút ra được các bài học cho mình:

Nên tập trung vào các đối tượng khách hàng có độ tuổi từ 18 đến 50, bởi đây là giai đoạn tiêu dùng nhiều nhất, cũng như gửi tiền tiết kiệm nhiều nhất, là lực lượng khách hàng tiềm năng. Trong độ tuổi đó lại cần phân chia thành các giai đoạn khác nhau để có chính sách khách hàng phù hợp. Các ngân hàng nước ngoài chủ yếu tập trung vào các khách hàng có tiềm lực tài chính mạnh, thu nhập hàng năm lớn, trái lại với họ, dựa trên sự hiểu biết do đóng vai trò là “chủ nhà”, các NHTM Việt Nam nên tập trung vào đối tượng khách hàng có mức thu nhập trung bình, tuy khoản thu phí từ mỗi khách hàng không nhiều nhưng nếu có nhiều khách hàng sử dụng dịch vụ thì tổng thu nhập lại là không nhỏ.

Từng bước mở rộng và đa dạng hóa mạng lưới phục vụ khách hàng. Nếu như trước đây chỉ giao dịch với khách hàng bằng phương pháp truyền thống tại các điểm giao dịch thì nay ứng dụng công nghệ hiện đại, lắp đặt mạng lưới ngân hàng trực tuyến, tạo điều kiện nhiều hơn cho khách hàng trong việc tiếp cận với thông tin, dịch vụ của ngân hàng mà không tốn thời gian, công sức đi lại, chờ đợi. Bên cạnh việc mở rộng hoạt động, cần nâng cao công tác kiểm tra, giám sát đối với các điểm giao dịch đã được thành lập, nên giao cho mỗi nơi một mục tiêu doanh thu nhất định để nhân viên có mục tiêu phấn đấu, nếu hoạt động không tốt, không đạt hiệu quả thì nên đóng cửa để tiết kiệm chi phí hoạt động.

Bên cạnh việc mở rộng mạng lưới phân phối, tiếp cận với khách hàng, cần đa dạng hóa dịch vụ, thành lập một phòng ban riêng chuyên về nghiên cứu sản

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

phẩm. Đây là cách làm đã có từ rất lâu và rất hiệu quả ở các nước phát triển mà các NHTM Việt Nam nên học tập. Hơn nữa, nên tập trung vào các sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao, có đặc điểm nổi trội trên thị trường nhằm tạo ra sự khác biệt trong cạnh tranh, tận dụng các kênh phân phối đã được xây dựng để mở rộng và phát triển tín dụng tiêu dùng.

Tăng cường các hoạt động tiếp thị và chăm sóc khách hàng. Do đối tượng khách hàng chủ yếu của dịch vụ NHBL là cá nhân và DNVVN, mà cá nhân thường có tâm lý đám đông, nếu một khách hàng đến với ngân hàng, được phục vụ tận tình, chu đáo thì sẽ có thêm được nhiều khách hàng mới, nhưng ngược lại, nếu không được phục vụ cẩn thận, tiếp đón niềm nở, thì “tiếng xấu” này của ngân hàng còn lan xa hơn, gây ảnh hưởng xấu đến uy tín và hoạt động của ngân hàng. Do đó, để có lợi cho cả hai bên, ngân hàng “bán” được “hàng”, khách hàng được sử dụng dịch vụ tốt, thì ngân hàng cần chú trọng đến khâu tiếp thị, giúp cho khách hàng hiểu và biết hết về các dịch vụ của ngân hàng để đưa ra được sự lựa chọn tối ưu nhất.



**Chương 2**

**THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI  
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN PHƯƠNG ĐÔNG  
CHI NHÁNH HẢI PHÒNG**

**2.1 Một Số Nét Khái Quát Về Ngân Hàng TMCP Phương Đông - CN Hải Phòng**

**2.1.1 Giới thiệu chung**

- Tên tiếng Việt: **NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG ĐÔNG**
- Tên viết tắt tiếng việt: **NGÂN HÀNG PHƯƠNG ĐÔNG**
- Tên tiếng Anh: **ORIENT COMMERCIAL JOINT STOCK BANK**
- Tên viết tắt tiếng anh: **OCB**
- Hội sở chính: Số 45 đường Lê Duẩn, Quận 1, Tp. Hồ Chí Minh, Việt Nam.
- Giấy phép hoạt động số 0061/NH-GP ngày 13/04/1996 do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cấp.
- Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 059700 do Sở Kế hoạch Đầu tư Tp. Hồ Chí Minh cấp.

**Vốn điều lệ:** Vốn điều lệ tính đến 20/07/2016 của Ngân hàng Phương Đông là **3.000.000.000.000** đồng

**Sứ mệnh:** Tạo ra những giải pháp tối ưu đem lại giá trị cao nhất cho khách hàng và nhà đầu tư, đóng góp tích cực cho sự phát triển chung của cộng đồng và xã hội thông qua việc xây dựng đội ngũ cán bộ, nhân viên tâm huyết, am hiểu nhu cầu của khách hàng.

**Tầm nhìn:** Trở thành ngân hàng đa năng dẫn đầu về dịch vụ ngân hàng bán lẻ và doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam.

**Giá trị cốt lõi:**

- Khách hàng là trọng tâm  
Thấu hiểu và thân thiện. Thỏa mãn khách hàng là động lực tăng trưởng.  
Cam kết mang lại giải pháp phù hợp nhu cầu.
- Chuyên nghiệp  
Thẻ chế minh bạch. Chuyên môn nghiệp vụ vững vàng. Văn hóa ứng xử chuẩn mực.
- Tốc độ  
Khát vọng tiên phong và dẫn đầu. Quy định đơn giản và nhanh chóng.  
Tác nghiệp chính xác và hiệu quả.

- Sáng tạo

Chủ động nắm bắt cơ hội và đối phó nguy cơ. Sản phẩm, dịch vụ khác biệt. Liên tục cải tiến.

**Đối tác chiến lược:** Ngân hàng BNP Paribas (Pháp). BNP Paribas là Tập đoàn hàng đầu Châu Âu trong lĩnh vực tài chính Ngân hàng và là một trong 6 Ngân hàng mạnh nhất thế giới theo đánh giá xếp hạng của Standard & Poor's.

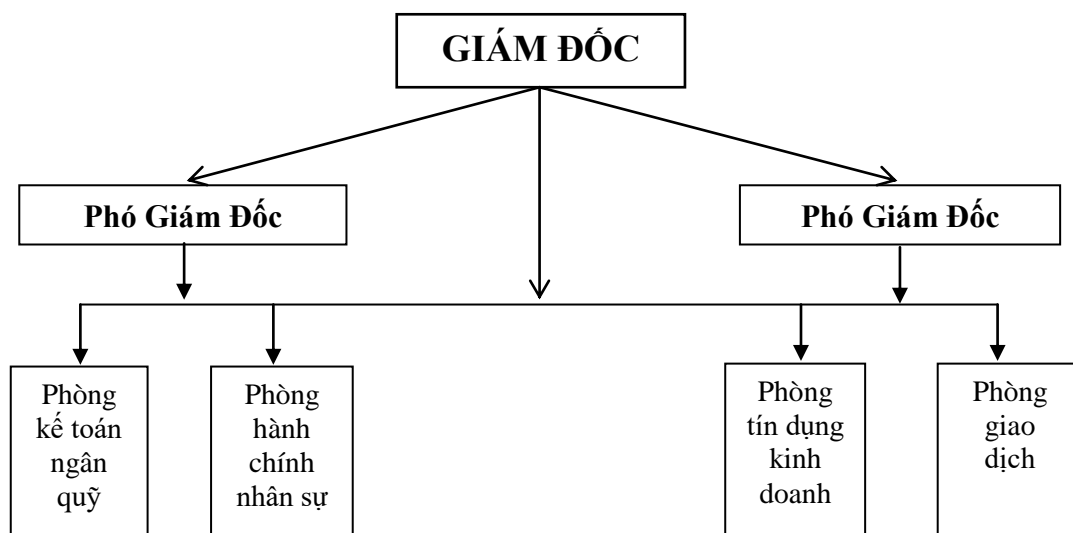
**Mạng lưới kênh phân phối:** Hiện nay, mạng lưới của OCB gồm 96 chi nhánh và phòng giao dịch tại hầu hết các địa bàn kinh tế trọng điểm trên toàn quốc.

### **2.1.2. Sự hình thành và phát triển của Ngân hàng Phương Đông chi nhánh Hải Phòng**

Sáng 26-10-2011, Ngân hàng TMCP Phương Đông đưa vào hoạt động chi nhánh Hải Phòng tại số 83 Trần Phú, quận Ngô Quyền. OCB Hải Phòng là điểm giao dịch thứ 88 của OCB, thực hiện đầy đủ các dịch vụ ngân hàng hiện đại, thực hiện các nghiệp vụ huy động vốn và cho vay, đóng góp vào sự phát triển kinh tế xã hội thành phố. Đây là chi nhánh cấp 1 thứ 51 và ngân hàng thương mại thứ 38 hoạt động trên địa bàn thành phố.

Sau 4 năm xây dựng và trưởng thành, hoạt động của Ngân hàng TMCP Phương Đông- chi nhánh Hải Phòng đã tập trung sức mạnh tổng hợp, phát huy nội lực, vươn lên từ khó khăn không ngừng đổi mới và phát triển, khẳng định vị trí là một trong những ngân hàng thương mại hàng đầu, thể hiện thế đi lên vững chắc và khả năng to lớn góp phần thực hiện có kết quả chính sách tiền tệ - tín dụng Quốc gia, từng bước hạn chế và đẩy lùi lạm phát, thúc đẩy sự hình thành và phát triển cơ cấu kinh tế nhiều thành phần, vận hành theo cơ chế thị trường, có sự quản lý của Nhà nước.

### 2.1.3 Cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ của các bộ phận



Chức năng và các nhiệm vụ chính của các phòng ban:

#### - **Giám đốc:**

- + Điều hành mọi hoạt động của đơn vị theo chức năng, nhiệm vụ, phạm vi hoạt động của đơn vị.
- + Phân công nhiệm vụ cụ thể cho từng bộ phận và nhận thông tin phản hồi từ các phòng ban.
- + Đề xuất, bổ nhiệm, miễn nhiệm, khen thưởng, kỷ luật hay nâng lương cho các cán bộ công nhân viên trong đơn vị, ngoại trừ kế toán trưởng và kiểm soát trưởng.
- + Thực hiện công việc khác theo ủy quyền của Chủ tịch HĐQT/ Tổng GD.

#### - **Phòng kế toán – ngân quỹ:**

- + Nhân viên kế toán tổng hợp số liệu cuối ngày, gửi file phát sinh về hội sở; cân đối nội bảng- ngoại bảng hàng ngày. Hạch toán bù trừ, báo Có tài khoản khách hàng, theo dõi thu chi nội bộ. Kiểm tra, đánh số hoàn tất các chứng từ phát sinh trong ngày. Cho và giải ký hiệu mật trong thanh toán điện tử liên NH. Lập và kiểm tra các bảng cân đối, các báo cáo hàng tháng, hàng năm gửi về hội sở và các cơ quan có liên quan (NHNN, Cục thuế, Cục thống kê, ...). Tổng hợp, báo cáo số liệu hàng ngày cho GD. Xây dựng các chỉ tiêu kế hoạch tài chính, quyết toán các kế hoạch thu chi tài chính, quỹ tiền lương.
- + Nhân viên ngân quỹ: Cập nhật đầy đủ, chính xác, kịp thời Thu – Chi – Tồn quỹ tiền mặt vào Sổ Quỹ - báo cáo khi cần cho BGD, KTT. Thực hiện đúng quy định về trách nhiệm về quản lý quỹ tiền mặt.

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

### **- Phòng hành chính nhân sự:**

+ Chức năng văn thư: Nhận và lưu trữ công văn, fax đến. Photocopy và phân phối các văn bản, tài liệu GD, các phòng nghiệp vụ. Soạn thảo văn bản theo yêu cầu của GD.

+ Chức năng hành chính: Trực tổng đài điện thoại. Theo dõi, quản lý hồ sơ của nhân viên, cộng tác viên, tài sản của chi nhánh. Thực hiện chế độ BHXH, BHYT của nhân viên, chế độ thôi việc, nghỉ việc, công tác tuyển nhân viên. Lập danh sách chế độ tiền thưởng. Theo dõi hình thức chi tiền hành chính, quản lý cấp phát văn phòng phẩm, ấn phẩm. Lập kế hoạch bảo trì, bảo dưỡng sửa chữa các thiết bị, máy móc, kiểm tra công tác bảo vệ trụ sở và vệ sinh cơ quan.

**- Phòng tín dụng- kinh doanh:** Có chức năng kinh doanh chính của ngân hàng trong lĩnh vực tín dụng, tiếp cận nắm bắt các nhu cầu vay vốn và thông qua hoạt động tín dụng để phát triển các sản phẩm dịch vụ khác cũng như mở rộng hơn nữa quy mô tín dụng. Gồm 2 phòng:

#### *-Phòng khách hàng doanh nghiệp*

+Thực hiện việc giải ngân vốn vay cho khách hàng vay là tổ chức trên cơ sở hồ sơ giải ngân được duyệt

+Mở tài khoản tiền gửi cho khách hàng, chịu trách nhiệm xử lý các yêu cầu của khách hàng về tài khoản hiện tại và tài khoản mới.

+Thực hiện tất cả các giao dịch nhận tiền gửi và rút tiền bằng nội, ngoại tệ của khách hàng

#### *-Phòng khách hàng cá nhân*

+Chịu trách nhiệm xử lý các giao dịch với khách hàng là cá nhân

+Thực hiện việc giải ngân vốn vay trên cơ sở hồ sơ giải ngân được duyệt.

+Mở tài khoản tiền gửi, chịu trách nhiệm xử lý các yêu cầu của khách hàng về tài khoản hiện tại và tài khoản mới.

+Thực hiện tất cả các giao dịch nhận tiền gửi và rút tiền bằng nội, ngoại tệ của khách hàng.

### **- Phòng giao dịch:**

+Có chức năng hạch toán báo sổ thực hiện một số giao dịch với khách hàng theo ủy quyền của chi nhánh.

+Bộ phận giao dịch thực hiện việc giao dịch trực tiếp giữa khách hàng với ngân hàng như những giao dịch gửi, rút tiền, lập và tất toán sổ tiết kiệm...

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

+Các nhân viên giao dịch đồng thời thực hiện hạch toán các giao dịch của khách hàng với ngân hàng, đảm bảo các giao dịch của khách hàng được thực hiện nhanh chóng.

### **2.1.4 Các sản phẩm dịch vụ hiện có**

-Đối với khách hàng cá nhân:

-Sản phẩm thẻ: sản phẩm thẻ của ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng bao gồm: Thẻ ATM lucky, Thẻ noname, Thẻ sinh viên, Thẻ tín dụng nội địa ECC, Thẻ quốc tế.

-Ngân hàng điện tử: OCB online, OCB mobile, OCB SMS.

-Dịch vụ chuyển tiền:

+Dịch vụ chuyển tiền trong nước: đảm bảo hiệu quả, nhanh chóng và an toàn

### **Tiện ích**

- Giao dịch chuyển tiền nhanh chóng, thuận tiện đến người thân, bạn bè,...
- Khách hàng có thể chuyển tiền trong hoặc ngoài hệ thống OCB.

### **Đặc điểm:**

•Chuyển bằng VND hoặc ngoại tệ (đối với người nước ngoài theo quy định quản lý ngoại hối Việt Nam).

•Không hạn chế mức chuyển tối thiểu hay tối đa.

•Không tính phí chuyển trong cùng hệ thống cùng địa bàn.

+Dịch vụ chuyển tiền nước ngoài: Quý khách có nhu cầu chuyển tiền ra nước ngoài để thanh toán phí dịch vụ, hội phí, học phí và các loại chi phí khác theo quy định về quản lý ngoại hối của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam có thể sử dụng dịch vụ chuyển tiền ra nước ngoài của OCB

**Tiện ích:** Chuyển tiền ra nước ngoài các mục đích mà pháp luật cho phép.

### **Đặc điểm:**

•Đối tượng Khách hàng: Tất cả Khách hàng Cá nhân có nhu cầu chuyển tiền ra nước ngoài.

•Tuỳ vào từng mục đích chuyển tiền khác nhau, Khách hàng chuẩn bị các hồ sơ phù hợp theo quy định.

+Dịch vụ chuyển tiền kiều hối Western Union: Với mạng lưới điểm giao dịch rộng khắp cả nước, OCB thực hiện Dịch vụ chuyển tiền ra nước ngoài thông qua công ty kiều hối Western Union giúp khách hàng có thể chuyển tiền đến các nước trên thế giới chỉ trong vòng vài phút, mục đích chuyển phù hợp theo quy định quản lý ngoại hối của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

### **Đặc điểm:**

•Người gửi tiền là khách hàng cá nhân có đủ hồ sơ về mục đích chuyển tiền/nguồn gốc số tiền hợp pháp.

•Số tiền tối đa được phép chuyển phụ thuộc vào từng mục đích chuyển tiền.

•Khách hàng nộp USD mặt để chuyển ra nước ngoài, người nhận sẽ nhận tiền bản xứ hoặc USD

**Tiện ích:** Khách hàng được tham gia các chương trình khuyến mãi hấp dẫn theo quy định của OCB trong từng thời điểm.

+Dịch vụ nhận tiền kiều hối Western Union: Dịch vụ nhận kiều hối Western Union nhận chuyển tiền từ hơn 200 quốc gia trên thế giới về Việt Nam. Với mạng lưới điểm giao dịch rộng khắp cả nước, OCB kết hợp cùng công ty Western Union thực hiện nhận và chi trả các khoản kiều hối từ nước ngoài gửi về cho khách hàng trong nước với chất lượng dịch vụ tốt nhất và hoàn toàn không thu phí người nhận tiền.

### **Đối tượng:**

- Cá nhân người Việt Nam.
- Cá nhân người nước ngoài (*cu trú, không cu trú*).

### **Đặc điểm:**

•Chỉ trong vài phút, Khách hàng sẽ nhận được tiền tại bất kỳ điểm chi trả kiều hối Western Union của OCB.

•Khách hàng không cần mở tài khoản tại OCB.

•Khách hàng không phải chịu thuế thu nhập đối với khoản tiền kiều hối được nhận.

•Khách hàng không phải khai báo nguồn gốc số tiền chuyển về

### **Tiện ích:**

•Khách hàng có thể nhận tiền VND hoặc USD.

•Khách hàng không phải chịu bất kỳ loại phí nào khi nhận tiền.

•Khách hàng được tham gia các chương trình khuyến mãi hấp dẫn theo quy định của OCB trong từng thời điểm.

-Dịch vụ thu hộ

+Dịch vụ thu hộ tiền điện

### **Tiện ích:**

•Thủ tục đơn giản.

•Thời gian giao dịch nhanh chóng giúp khách hàng tiết kiệm thời gian.

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

- Không hạn chế số tiền và số lần thanh toán dịch vụ.
- Với mạng lưới giao dịch rộng khắp và thực hiện trên các kênh OCB Mobile, OCB Online khách hàng có thể thanh toán mọi nơi.
- Khách hàng sẽ được gạch nợ và nhận hóa đơn GTGT ngay sau khi thanh toán (đối với giao dịch tại quầy).
- Khách hàng không phải mất phí khi sử dụng dịch vụ.

### **Đặc điểm:**

- Đối tượng Khách hàng: Tất cả Cá nhân có nhu cầu thanh toán tiền điện.
- Các kênh thanh toán:
  - Thanh toán trực tiếp bằng tiền mặt tại quầy giao dịch của OCB.
  - Thanh toán bằng chuyển khoản.
  - Thanh toán qua OCB Mobile, OCB Online.
- + Dịch vụ thu hộ học phí
- Dịch vụ khác
- + Dịch vụ giữ hộ vàng.

### ❖ *Kinh doanh ngoại tệ:*

- ✓ Mua/ Bán giao ngay (SPOT) ngoại tệ
- ✓ Mua bán kỳ hạn (FORWARD) ngoại tệ
- ✓ Hoán đổi (SWAP) ngoại tệ
- ✓ Quyền chọn (OPTION) ngoại tệ

### ❖ *Thanh toán xuất nhập khẩu:* Theo hình thức thư tín dụng (L/C), nhờ thu (D/A, D/P) và chuyển tiền (TTR).

### ❖ *Cho vay:* Cho vay chi phí du học; cho vay chứng minh tài chính; cho vay mua ô tô, cho vay mua nhà dự án; cho vay đối với người lao động Việt Nam đi làm việc ở nước ngoài; cho vay kinh doanh tại chợ; cho vay tiêu dùng đối với CBCNV; cho vay tiêu dùng có đảm bảo bằng số dư tk sổ thẻ tiết kiệm, GTCG; cho vay ứng trước tiền bán chứng khoán; cho vay tiêu dùng thông thường; cho vay mua nhà ở, nhận quyền sử dụng đất ở; cho vay xây dựng và sửa chữa nhà ở.

### ❖ *Tiết kiệm:*

- ✓ Tiết kiệm không kỳ hạn thông thường
- ✓ Tiết kiệm không kỳ hạn lãi suất bậc thang theo số dư
- ✓ Tiết kiệm có kỳ hạn thông thường
- ✓ Tiết kiệm có kỳ hạn lãi suất bậc thang theo số dư

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

- ✓ Tiết kiệm có kỳ hạn lãi suất bậc thang theo thời gian
- ✓ Tiết kiệm có kỳ hạn rút gốc linh hoạt
- ✓ Tiết kiệm có kỳ hạn lãi suất thả nổi
- ✓ Tiết kiệm dự thưởng
- ✓ Kỳ phiếu
- ✓ Chứng chỉ tiền gửi

### **2.1.5 Thuận lợi và khó khăn**

#### **✓ Thuận lợi**

Hải Phòng là một thành phố lớn trong cả nước với nhiều khu công nghiệp lớn nhỏ cùng cảng biển. Hàng năm, thu ngân sách cho hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu chiếm tỷ trọng lớn. Là chi nhánh chính ở Thành Phố nên thu hút được nhiều doanh nghiệp.

Qua các chương trình hoạt động kinh doanh và công tác xã hội đã triển khai, năm 2014, OCB được sự công nhận của các tổ chức uy tín trong nước và quốc tế, trong đó phải kể đến: Top 50 doanh nghiệp “Thực hiện tốt trách nhiệm an sinh xã hội và phát triển cộng đồng”; Thương hiệu được khách hàng tin nhiệm “Consumer Choice Brand 2014”; Chứng nhận “Hàng Việt tốt – Dịch vụ hoàn hảo năm 2014”.

OCB tại Hải Phòng đã xây dựng được uy tín trong nhiều năm qua, có đa dạng về sản phẩm và dịch vụ đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

Cơ sở vật chất, trang thiết bị hiện đại, đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn, nghiêm túc, thân thiện, hòa nhã đối với khách hàng.

Trong hai năm 2013-2015, OCB chi nhánh Hải Phòng đã vinh dự nhận cúp “chi nhánh xuất sắc” của Hội sở chính.

#### **✓ Khó khăn**

Sự cạnh tranh của các ngân hàng thương mại khác làm cho lượng khách hàng tiếp cận với doanh nghiệp giảm, dễ dẫn tới rủi ro.

Khủng hoảng kinh tế kéo dài, chậm khôi phục gây khó khăn về nguồn vốn cũng như gia tăng nợ xấu.



**2.2. KHÁI QUÁT VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH GIAI ĐOẠN 2014-2016****2.2.1. Hoạt động huy động vốn**

*Bảng 2.1. Tình hình huy động vốn xét theo kỳ hạn giai đoạn 2014 - 2016  
tại OCB Hải Phòng*

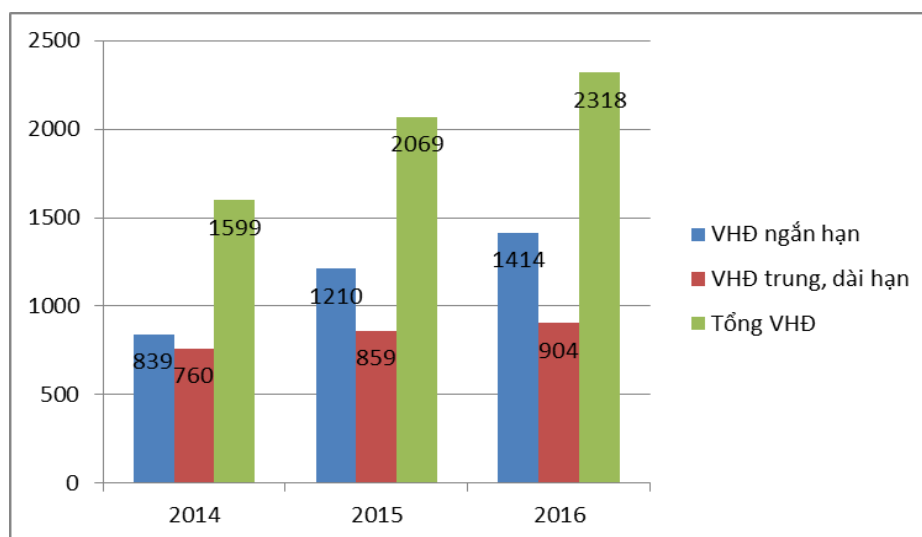
*Đơn vị: tỷ đồng*

Năm	2014		2015		2016	
	Số tiền	Tỷ lệ%	Số tiền	Tỷ lệ %	Số tiền	Tỷ lệ%
VHĐ ngắn hạn	839	52,5	1210	58,5	1414	61
VHĐ trung, dài hạn	760	47,5	859	41,5	904	39
Tổng VHĐ	1599	100	2069	100	2.318	100

*(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)*

Nhìn vào bảng 2.1 và thấy hoạt động huy động vốn trong các năm tăng ở mức rất cao, năm 2014 huy động vốn chỉ là 1599 tỷ đồng đến năm 2015 huy động vốn đạt 2069 tỷ đồng tăng về số tuyệt đối là 470 tỷ đồng so với năm 2014 và về số tương đối tăng 29,4%. Nguồn vốn huy động tiếp tục tăng trưởng trong năm 2016 nhưng với tốc độ nhỏ hơn đạt 2318 tỷ đồng tăng 249 tỷ đồng so với thời điểm cuối năm 2015 và về số tương đối là 12%. Nguồn vốn huy động trong các năm đều tăng mạnh là do Chi nhánh đã có chính sách huy động vốn phù hợp. Nhiều chính sách khuyến mại về lãi suất, dự thưởng đối với khách hàng gửi tiền tại Chi nhánh được quan tâm và đặt ra đúng thời điểm. Do ảnh hưởng của tình hình kinh tế năm 2016 nên lượng VHĐ tăng trưởng với tốc độ nhỏ hơn thời điểm năm 2015. Tuy có sự cạnh tranh quyết liệt giữa các ngân hàng trên địa bàn thành phố, nhưng nhờ có chính sách huy động hợp lý, hấp dẫn, thu hút được nhiều khách hàng nên thị phần huy động vốn của Chi nhánh có sự tăng trưởng nhẹ, nếu như năm 2014 là 12% thì bước sang năm 2015, 2016 đã tăng lên là 14%.

*Biểu đồ 2.1. Tình hình huy động vốn xét theo kỳ hạn giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng*



*(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)*

Trong biểu đồ 2.1 ta thấy VHD ngắn hạn tăng trưởng rất mạnh trong giai đoạn 2014 - 2016. Nếu như năm 2014 huy động vốn ngắn hạn chỉ đạt 839 tỷ đồng thì sang năm 2015 đã tăng thêm 371 tỷ đồng đạt 1210 tỷ đồng, trong năm 2016 nguồn vốn này đã tăng thêm 204 tỷ đồng đạt 1414 tỷ đồng. Xét về số tương đối thì tỷ trọng nguồn vốn này cũng tăng lên rất cao lần lượt chiếm 52,5%; 58,5%; 61% trong các năm 2014, 2015, 2016; trong đó năm 2015 tăng 44,2% so với năm 2014 và năm 2016 tăng 16,9% so với năm 2015.

VHD trung, dài hạn của Chi nhánh xét về tốc độ tăng trưởng tuyệt đối và tương đối vẫn thấp hơn nhiều so với nguồn vốn ngắn hạn nhưng cũng đạt được những kết quả nhất định. Năm 2014 nguồn vốn này là 760 tỷ đồng, năm 2015 tăng thêm 99 tỷ đồng đạt 859 tỷ đồng với tốc độ tăng tương đối là 13% và tiếp tục tăng thêm 45 tỷ đồng (tương ứng 5,2%) đạt 904 tỷ đồng trong năm 2016. Tuy nhiên, tỷ trọng của nguồn vốn này trong tổng nguồn vốn huy động có chiều hướng giảm từ 47,5% năm 2014 xuống còn 41,5% năm 2015 và còn 39% năm 2016. Có hai nguyên nhân chính ảnh hưởng tới tốc độ tăng trưởng nguồn vốn trung dài hạn trong ba năm từ 2014 đến 2016. Thứ nhất là sự ổn định của loại hình tiền gửi này cao hơn so với tiền gửi ngắn hạn. Trong điều kiện lãi suất có chiều hướng biến động lớn thì cơ hội để thay đổi thu nhập từ nguồn tiền gửi này sẽ ít hơn. Thứ hai là lãi suất đối với loại hình tiền gửi này trong thời điểm năm 2015 thường thấp hơn so với lãi suất của loại hình VHD ngắn hạn.

## Khóa luận tốt nghiệp

### 2.2.2. Hoạt động tín dụng

Chi nhánh đã chấp hành nghiêm túc chỉ đạo của NHNN, NHTMCPĐ VN về định hướng hoạt động tín dụng trong các năm 2014, 2015 và 2016: Kiểm soát chặt chẽ tăng trưởng tín dụng trong giới hạn được giao; Thường xuyên thực hiện kiểm tra, đánh giá giá trị tài sản đảm bảo; Rà soát phân loại nợ và trích lập DPRR theo Điều 7 Quyết định 493 của NHNN; Đánh giá xếp loại định hạng tín dụng các doanh nghiệp theo đúng quy định.

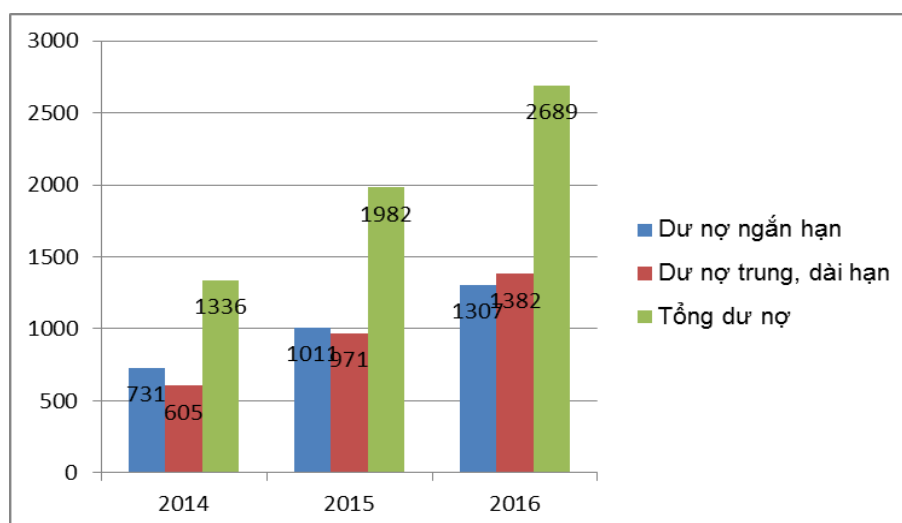
Bảng 2.2. Hoạt động tín dụng trong giai đoạn 2014 - 2016  
tại OCB Hải Phòng

Đơn vị: Tỷ đồng

Năm	2014		2015		2016	
	Dư nợ	Tỷ lệ %	Dư nợ	Tỷ lệ %	Dư nợ	Tỷ lệ %
CV ngắn hạn	731	54,7	1011	51	1.307	48,6
CV trung, dài hạn	605	45,3	971	49	1.382	51,4
Tổng dư nợ	1336	100	1982	100	2.689	100
Dư nợ có TSBĐ/Tổng dư nợ (%)	64,0		78		70	
Tỷ lệ nợ xấu (%)	4		1,02		1,65	

(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)

Biểu 2.2. Hoạt động tín dụng trong giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng



(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Với mục tiêu mở rộng thị phần trên địa bàn ở mọi hoạt động, đáp ứng cao nhất trong khả năng có thể nhu cầu về vốn cho các đối tượng, dư nợ cho vay của Chi nhánh liên tục tăng ở mức cao cả về số tuyệt đối và tương đối. Bảng 2.2 và biểu đồ 2.2 cho thấy: năm 2014 dư nợ cho vay là 1.336 tỷ đồng, năm 2015 tăng thêm 646 tỷ đồng (tương ứng 48,4%) đạt 1.982 tỷ đồng, năm 2016 dư nợ tiếp tục tăng thêm 707 tỷ đồng (tương ứng 35,7%) đạt 2.689 tỷ đồng.

Cho vay ngắn hạn trong giai đoạn 2014 - 2016 đều tăng qua các năm về số tuyệt đối. Nếu như năm 2014 dư nợ cho vay ngắn hạn là 731 tỷ đồng thì tới năm 2015 đã lên tới 1011 tỷ đồng tương ứng tăng 38,3%, năm 2016 dư nợ cho vay ngắn hạn là 1.307 tỷ đồng tăng về số tuyệt đối là 296 tỷ đồng (tương ứng 29,3%). Tuy dư nợ cho vay ngắn hạn tăng về số tuyệt đối nhưng tỷ trọng của nó trên tổng dư nợ lại có chiều hướng giảm. Nếu như năm 2014 tỷ trọng loại hình cho vay này trên tổng dư nợ cho vay là 54,7% thì đến năm 2015 tỷ trọng này giảm xuống còn 51% và năm 2016 chỉ còn là 48,6%. Do lãi suất có nhiều biến động đặc biệt là lãi suất ngắn hạn bắt đầu từ thời điểm cuối năm 2014 đã làm ảnh hưởng đến tốc độ gia tăng nhu cầu vốn ngắn hạn. Kết quả là tỷ trọng dư nợ ngắn hạn trên tổng dư nợ giảm.

Dư nợ cho vay trung, dài hạn có tốc độ tăng trưởng rất lớn cả về số tương đối và số tuyệt đối trong giai đoạn 2014 - 2016. Dư nợ cho vay từ 605 tỷ đồng chiếm 45,3% trên tổng dư nợ cho vay năm 2014 tăng lên 971 tỷ năm 2015 (tăng 366 tỷ đồng tương ứng 60,5%) chiếm 49% tổng dư nợ cho vay và tiếp tục tăng 411 tỷ đồng (tương ứng với 42,3%). Nguyên nhân chính của những biến động này là do nhu cầu sản xuất kinh doanh và các dự án trung, dài hạn trên địa bàn thành phố ngày càng tăng. Tuy nhiên, việc nâng cao tỷ trọng cho vay trung, dài hạn trên tổng dư nợ cũng làm cho Chi nhánh phải đối mặt với mức rủi ro cao hơn so với việc đáp ứng các nhu cầu vay ngắn hạn.

## Khóa luận tốt nghiệp

### 2.2.3. Các hoạt động khác

Bảng 2.3. Các hoạt động khác trong giai đoạn 2014 - 2016  
tại OCB Hải Phòng

Đơn vị: nghìn USD

Năm Chỉ tiêu	2014	2015		2016	
	TH	TH	So với 2014	TH	So với 2015
Số thẻ ATM lũy kế phát hành (chiếc)	10717	20743	+10026	24.190	+3447
Số dư bảo lãnh (tỷVNĐ)	200	125,7	-74,3	361	+235,3
Doanh số mua ngoại tệ	52,3	52,2	-0,1	60,8	+8,6
Doanh số bán ngoại tệ	52,4	52,1	-0,3	60,7	+8,6
Doanh số thanh toán xuất nhập khẩu	66,7	65,9	-0,8	96,7	+30,8
Chi trả kiều hối	3,5	6,4	+2,9	9	+2,6

(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh  
Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)

#### Hoạt động phát hành thẻ

Số thẻ phát hành trong giai đoạn này tăng rất lớn. Năm 2014 số thẻ lũy kế phát hành chỉ dừng lại ở 10717 chiếc, năm 2015 phát hành thêm 10026 chiếc nâng số thẻ lũy kế phát hành lên 20743 chiếc. Số thẻ phát hành năm 2016 còn tăng thêm 3447 chiếc làm cho số thẻ lũy kế phát hành đến thời điểm này là 24.190 chiếc. Nguyên nhân chính làm số lượng thẻ phát hành trong giai đoạn này tăng mạnh là do hệ thống thanh toán thẻ trên địa bàn thành phố đã được Thương mại Cổ phần Phương Đông rất lớn. Năm 2014 đưa vào vận hành thêm 3 máy ATM. Năm 2015 triển khai 30 đại lý chấp nhận thẻ thanh toán, đưa vào lắp đặt và vận hành thêm 8 máy ATM. Tính đến cuối năm 2016, trên địa bàn thành phố đã có tất cả 36 đơn vị chấp nhận thẻ thanh toán và 14 máy ATM đang hoạt động.

#### Hoạt động mua bán ngoại tệ

Doanh số mua bán ngoại tệ của Chi nhánh giảm nhẹ trong năm 2015 nhưng lại tăng khá mạnh trong năm 2016. Năm 2014 doanh số mua ngoại tệ là 52,3 nghìn USD và doanh số bán ngoại tệ là 52,4 nghìn USD. Đến năm 2015 doanh số mua ngoại tệ đã giảm xuống 52,2 nghìn USD và doanh số bán ngoại tệ xuống 52,1 nghìn USD. Nhưng năm 2016 doanh số mua ngoại tệ tăng lên mức 60,8

## Khóa luận tốt nghiệp

nghìn USD và doanh số bán ngoại tệ lên 60,7 nghìn USD. Nguyên nhân của những biến động này là do hoạt động xuất nhập khẩu của một số doanh nghiệp trên địa bàn thành phố bị ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế trên thế giới năm 2015. Bước sang năm 2016, nhờ sự lãnh đạo đúng đắn của Đảng và Nhà nước, nền kinh tế bắt đầu có những dấu hiệu phục hồi và khởi sắc trở lại, các doanh nghiệp làm ăn dần bình ổn và phát triển, hoạt động xuất nhập khẩu lại diễn ra nhộn nhịp và sôi động hơn trước. Doanh số thanh toán xuất nhập khẩu của chi nhánh giảm trong các năm từ 66,7 nghìn USD năm 2014 xuống còn 65,9 nghìn USD năm 2015 (giảm 1,2%) và tăng mạnh 46,7% lên 96,7 nghìn USD trong năm 2016.

### *Hoạt động chi trả kiều hối*

Năm 2014 doanh số đạt 3,5 nghìn USD, năm 2015 đạt 6,4 nghìn USD tăng 82,8% so với năm 2014, theo đà tăng trưởng đó, năm 2016 doanh số tăng 40,6% so với năm 2015 và lên mức 9 nghìn USD. Đây là kết quả của việc phối hợp với quỹ tín dụng nhân dân mở đại lý chi trả kiều hối cho doanh nghiệp, cá nhân.

### **2.2.4. Kết quả kinh doanh của Chi nhánh**

Bảng 2.4. Kết quả kinh doanh giai đoạn 2014-2016 của OCB Hải Phòng

*Đơn vị: tỷ đồng*

Năm Chỉ tiêu	2014	2015		2016	
	TH	TH	So với 2014	TH	So với 2015
Chênh lệch thu chi	70,6	64,8	-5,9	58,56	-6,24
Trích DPRR	24	14,8	-9,2	8,133	-6,667
Lợi nhuận trước thuế	46,6	50	3,4	50,4	0,4

*(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)*

Bảng 2.4 cho thấy: kết quả kinh doanh của Chi nhánh liên tục tăng qua các năm, lợi nhuận trước thuế từ 46,6 tỷ đồng năm 2014 tăng lên 50 tỷ đồng năm 2015 và đạt 50,4 tỷ đồng trong năm 2016.

Năm 2014 chênh lệch thu chi tăng ở mức rất cao làm cho lợi nhuận trong năm tăng đột biến là do công tác thu nợ, lãi đạt kết quả cao. Theo báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2014, Chi nhánh đã tiến hành thu hồi được 42,976 tỷ đồng dư nợ hạch toán ngoại bảng bao gồm cả gốc và lãi.

### 2.3 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL TẠI OCB HẢI PHÒNG

#### 2.3.1. Môi trường kinh doanh

Năm 2016, nền kinh tế và ngành tài chính thế giới nói chung cũng như Việt Nam nói riêng vật lộn trong quá trình tái cơ cấu và đã đạt được những chuyển biến đáng khích lệ.

✓ Tình hình trên địa bàn (Năm 2016)

Tổng sản phẩm trên địa bàn thành phố (GRDP) năm 2016 (giá so sánh 2016) ước đạt 105.610 tỷ đồng, tăng 11,0% so cùng kỳ năm 2015 (năm 2015 tăng 10,24%), bằng 108,1% so với kế hoạch, trong đó: khu vực công nghiệp - xây dựng 43.239,3 tỷ đồng, đạt mức tăng cao nhất, tăng 14,32%; khu vực dịch vụ 55.870,6 tỷ đồng, tăng 9,79%; khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản 6.500,9 tỷ đồng, tăng 1,03% so với năm 2015. Cơ cấu các ngành dịch vụ - công nghiệp, xây dựng - nông, lâm, thủy sản tương ứng 50,50% - 42,65% - 6,85%.

Trong khu vực công nghiệp - xây dựng thì ngành công nghiệp đóng góp vào mức tăng trưởng cao nhất, tăng 15,09% so với cùng kỳ, đóng góp 5,01 điểm phần trăm vào tốc độ tăng chung; cao hơn mức tăng 14,84% của năm 2015, trong đó: đóng góp chủ yếu là ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tăng 16,57%; đóng góp 4,86 điểm phần trăm vào tốc độ tăng chung. Nhờ tiếp tục thực hiện chủ trương thu hút các dự án đầu tư nước ngoài nên vẫn duy trì được mức tăng của các ngành công nghiệp chủ lực, đặc biệt là các dự án lớn thuộc doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài: Cty TNHH LG Electronics Việt Nam góp phần chính trong tốc độ tăng cao của ngành công nghiệp thành phố, với các sản phẩm tivi, điện thoại di động, màn hình LCD sử dụng trên ô tô; các sản phẩm khác của công ty như: máy giặt, máy hút bụi, máy điều hòa sản xuất tăng; Cty TNHH may Regina Miracle với sản phẩm may mặc, đang sử dụng gần 13,5 nghìn lao động, chiếm tỷ lệ gần 40% trên tổng số lao động ngành may trang phục toàn thành phố. Tuy nhiên, trong một số ngành, sản phẩm tiêu thụ gặp phải khó khăn trong cạnh tranh như: phân bón, thức ăn gia súc, sản xuất thép, sản xuất bia...nên dự ước cả năm tăng trưởng thấp hoặc giảm so với cùng kỳ.

Tiếp đến là khu vực dịch vụ tăng 9,79% so với cùng kỳ, đóng góp 5,24 điểm phần trăm tốc độ tăng chung. Trong khu vực dịch vụ, tốc độ tăng của một số ngành có tỷ trọng lớn như sau: ngành vận tải, dịch vụ kho bãi tăng 13,55%, đóng góp cao nhất vào tăng trưởng chung 2,44 điểm phần trăm. Ngành bán buôn, bán lẻ và sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác có tốc độ

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

tăng 13,39%, đây là ngành có tốc độ tăng cao nhất trong khu vực dịch vụ, đóng góp 1,34 điểm phần trăm vào tăng trưởng chung. Dịch vụ lưu trú và ăn uống tăng 6,31%, đóng góp 0,2 điểm phần trăm; hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm tăng 6,42%, đóng góp 0,27 điểm phần trăm; hoạt động kinh doanh bất động sản tiếp tục được cải thiện, đạt mức tăng 3,74%, đóng góp 0,19 điểm phần trăm...

Khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản năm 2016 tăng 1,03% so với cùng kỳ, khu vực này chỉ đóng góp 0,07 điểm phần trăm vào tốc độ tăng chung, trong đó: ngành thủy sản tăng 4,34% đóng góp 0,07 điểm phần trăm trong mức tăng chung.

### ✓ Môi trường tài chính - tiền tệ

Đứng trước bối cảnh khó khăn của nền kinh tế, NHNN đã có những quyết định quan trọng trong việc điều hành chính sách tiền tệ nhằm thực hiện chỉ đạo của Chính phủ về chủ động khắc phục những tác động tiêu cực của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, bảo đảm ổn định kinh tế vĩ mô, duy trì tăng trưởng hợp lý, bền vững. Lãi suất cơ bản điều chỉnh tăng lên 8%/năm. Lãi suất cho vay cũng tăng cao, gây áp lực lớn với doanh nghiệp khi tiếp cận vốn ngân hàng, đặc biệt là thời điểm những tháng cuối năm khi nhu cầu vốn cho sản xuất kinh doanh tăng cao, nguồn vốn ngân hàng không đáp ứng đủ nhu cầu cho các doanh nghiệp.

Trên địa bàn Hải Phòng hiện có hơn 40 TCTD đang hoạt động, các TCTD bám sát định hướng hoạt động của ngành, triển khai và thực hiện có hiệu quả chủ trương điều hành chính sách tiền tệ của Chính phủ và NHNN, sử dụng công cụ lãi suất đúng hướng và linh hoạt, phù hợp với diễn biến thị trường, góp phần bình ổn giá cả và kiểm soát lạm phát đã thúc đẩy nền kinh tế địa phương phát triển vững chắc. Tuy nhiên, hoạt động tiền tệ tín dụng trên địa bàn tăng trưởng với tốc độ chậm, nhiều TCTD hoạt động trên địa bàn nên cạnh tranh ngày càng gay gắt.



**2.3.2. Thực trạng phát triển dịch vụ NHBL****2.3.2.1. Dịch vụ huy động vốn**

Bảng 2.5. Tình hình huy động vốn giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng

Đơn vị: tỷ đồng

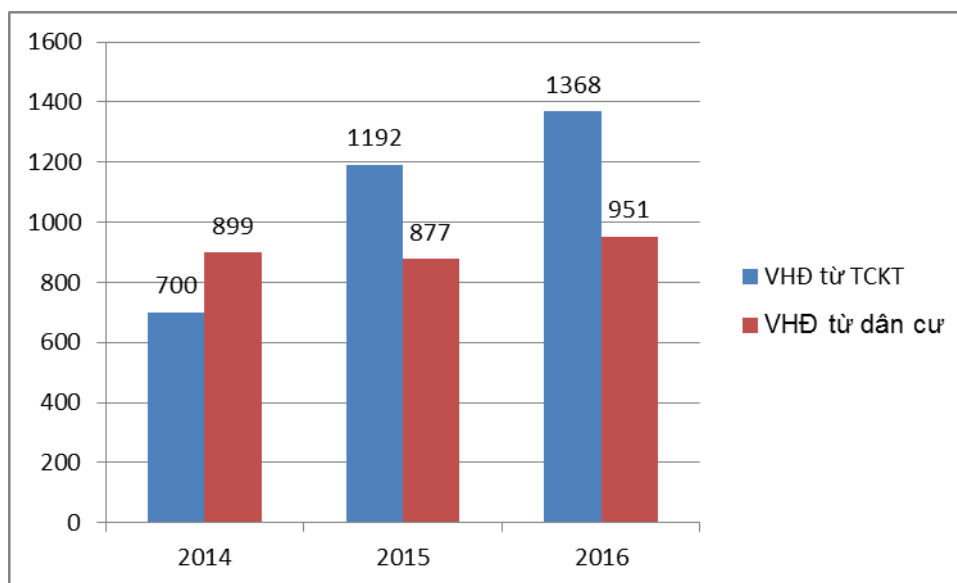
Chi tiêu	Năm	2014		2015		2016	
	TH	TH	So với 2014	TH	So với 2015	TH	So với 2015
Tổng VHĐ	1599	2069	470	2318	249		
<i>Phân theo khách hàng</i>							
- TCKT	700	1192	492	1368	176		
- Dân cư	899	877	-22	951	74		
<i>Phân theo kỳ hạn dân cư</i>							
- Không kỳ hạn	12	3	-9	15	12		
- Kỳ hạn < 12 tháng	341	654	313	565	-89		
- Kỳ hạn ≥ 12 tháng	546	220	-326	371	151		
<i>Phân theo sản phẩm</i>							
- Tiết kiệm	831	651	-180	665,7	14,7		
- Giấy tờ có giá	68	226	158	285,3	59,3		

(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)

Công tác nguồn vốn được coi là nhiệm vụ trọng tâm, được ưu tiên hàng đầu để đẩy mạnh, tăng trưởng nguồn vốn huy động góp phần thực hiện tốt chính sách tiền tệ được giao, đáp ứng nguồn vốn cho các dự án, công trình trọng điểm của thành phố và vốn cho sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Chi nhánh đã đẩy mạnh triển khai các chương trình huy động vốn như tiết kiệm dự thưởng, tiết kiệm tặng quà, chứng chỉ tiền gửi đa dạng về kỳ hạn với các mức lãi suất linh hoạt theo sát diễn biến thị trường, tuân thủ đúng quy định của NHNN và OCB Trung ương đồng thời đảm bảo được lợi ích hài hoà giữa ngân hàng và khách hàng, làm tốt chính sách khách hàng.

### ✓ Phân theo khách hàng

Biểu đồ 2.3. Kết quả huy động vốn theo khách hàng giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng



(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)

Nhìn vào bảng 2.5 và biểu đồ 2.3 dễ nhận thấy tỷ trọng nguồn vốn phân theo khách hàng của OCB Hải Phòng có sự thay đổi trong những năm qua. Nếu như năm 2014, ngân hàng chủ yếu huy động vốn từ khu vực dân cư, chiếm 56,2% trong tổng VHD, thì bước sang năm 2015 tỷ trọng này giảm đáng kể, chỉ còn chiếm 42,4% và năm 2016 tiếp tục giảm xuống còn 41%. VHD từ TCKT đang dần vươn lên giữ vai trò chủ đạo, năm 2014 chỉ chiếm 43,8%, năm 2015 tăng lên 57,6% và năm 2016 đạt mức 59%. Xét về số tuyệt đối thì VHD từ dân cư cũng có những diễn biến phức tạp trong giai đoạn này. Năm 2014 ngân hàng huy động được 899 tỷ đồng từ dân cư, sang năm 2015 sụt giảm 22 tỷ đồng (tương đương 2,4%) xuống còn 877 tỷ đồng, nhưng bước sang năm 2016 lại tăng 74 tỷ đồng (tương ứng 8,4%) lên mức 951 tỷ đồng.

### ✓ Phân theo kỳ hạn dân cư

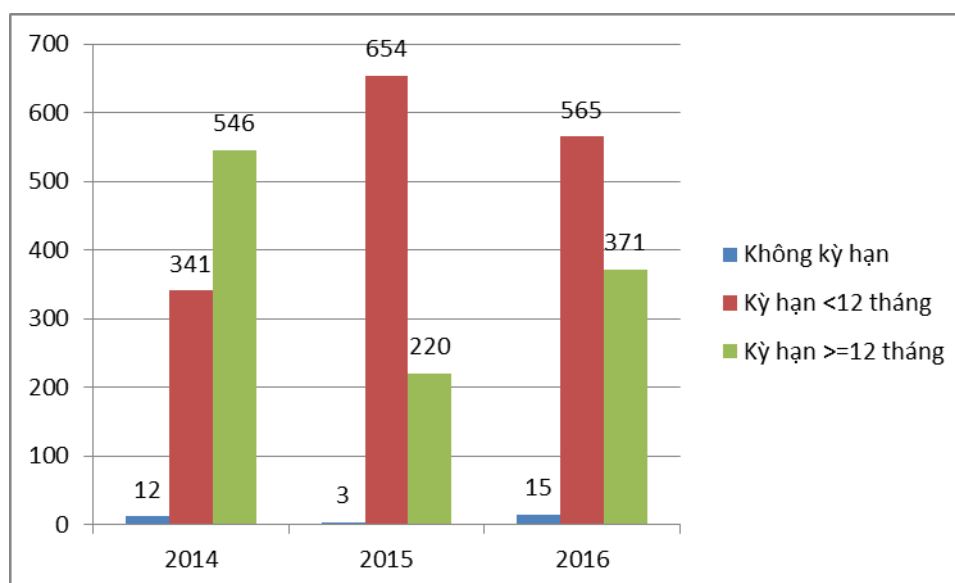
Bản thân VHD từ dân cư trong giai đoạn 2014-2016 ở OCB Hải Phòng đã có những biến động phức tạp, qua bảng 2.5 và biểu 2.4 ta thấy tỷ trọng nguồn vốn từ dân cư xét theo kỳ hạn cũng có những thay đổi đáng kể nhưng đang theo chiều hướng tích cực hơn.

Tiền gửi không kỳ hạn hay còn gọi là tiền gửi thanh toán năm 2014 chiếm 1,3% tổng VHD từ dân cư, năm 2015 giảm 9 tỷ đồng (tương đương 75%) xuống còn 3

## Khóa luận tốt nghiệp

tỷ đồng chiếm 0,34% và bước sang năm 2016 đã được cải thiện đáng kể, tăng 12 tỷ đồng (tương đương 400%) lên 15 tỷ đồng chiếm 1,6%. Tiền gửi thanh toán là loại hình tiền gửi ứng dụng nhiều công nghệ hiện đại, mang lại rất nhiều tiện ích cho khách hàng. Khi mở tài khoản tiền gửi loại này, khách hàng có thể yêu cầu ngân hàng cung cấp thẻ ATM và được sử dụng các dịch vụ hiện đại kèm theo như: rút tiền bất cứ lúc nào, kiểm tra số dư tài khoản, chuyển khoản, thanh toán,... và có cả các dịch vụ điện tử như OCB Mobile, OCB online, SMS Banking. OCB Hải Phòng hiện nay cũng đã cung cấp cho khách hàng loại hình sản phẩm này nhưng mức phí thu để duy trì tài khoản hàng năm còn cao so với các ngân hàng khác, hơn nữa lãi suất lại thấp nên nguồn huy động từ loại tiền gửi này năm 2015 đã sụt giảm đáng kể. Ngân hàng cũng thực hiện theo đúng chỉ thị 20/2014/CT-TTg của Thủ Tướng Chính phủ về việc trả lương qua tài khoản ngân hàng cho CBCNV hưởng lương từ ngân sách nhà nước, qua đó cũng góp một phần đáng kể vào nguồn vốn huy động của ngân hàng khi một bộ phận CBCNV này chưa rút tiền từ tài khoản.

Biểu đồ 2.4. Kết quả huy động vốn theo kỳ hạn dân cư giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng



(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)

Tiền gửi kỳ hạn  $\geq 12$  tháng có cùng xu hướng với tiền gửi không kỳ hạn. Năm 2014 loại tiền gửi này chiếm 60,7% tổng VNĐ từ dân cư, đạt giá trị tuyệt đối là 546 tỷ đồng, năm 2015 giảm 326 tỷ đồng (tương đương 59,7%) xuống còn 220

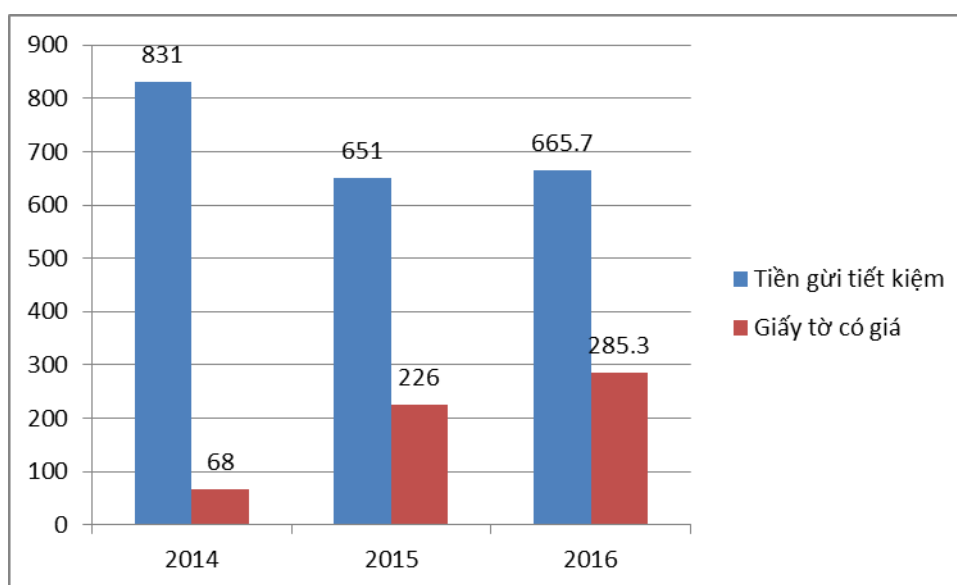
## Khóa luận tốt nghiệp

tỷ đồng chiếm 25,1%, sang năm 2016 nguồn tiền gửi này lại tăng 151 tỷ đồng (tương đương 68,6%) lên mức 371 tỷ đồng chiếm 39%.

Tiền gửi kỳ hạn < 12 tháng có diễn biến trái chiều với hai loại tiền gửi trên. Năm 2014 chiếm 37,9% tổng VHD từ dân cư, đứng thứ hai sau tiền gửi kỳ hạn  $\geq$  12 tháng với giá trị tuyệt đối là 341 tỷ đồng, nhưng năm 2015 đã vượt lên dẫn đầu với tỷ trọng 74,6%, tăng 313 tỷ đồng (tương ứng 91,8%) lên 654 tỷ đồng, đến năm 2016 lại giảm 89 tỷ đồng (tương ứng 13,6%) xuống 565 tỷ đồng nhưng vẫn đứng vị trí thứ nhất về cơ cấu với tỷ trọng 59,4%.

### ✓ Phân theo sản phẩm

Biểu đồ 2.5. Kết quả huy động vốn theo sản phẩm giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng



(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)

Hình thức huy động bằng sản phẩm tiền gửi tiết kiệm là cách thức huy động truyền thống và đóng vai trò chủ chốt của bất kỳ một ngân hàng nào và đối với OCB Hải Phòng cũng như vậy. Trong giai đoạn 2014-2016 thì tiền gửi tiết kiệm luôn chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng VHD từ dân cư. Năm 2014 nguồn vốn này chiếm 92,4% với giá trị là 831 tỷ đồng, năm 2015 giảm 180 tỷ đồng (tương ứng 21,7%) xuống 651 tỷ đồng, chiếm 74,2% và năm 2016 tăng 14,7 tỷ đồng (tương ứng 2,3%) lên 665,7 tỷ đồng, chiếm 70%. Do là sản phẩm huy động quan trọng nên OCB Hải Phòng rất quan tâm và đầu tư nhiều cho loại hình tiền gửi này phát triển để thu hút được đông đảo quần chúng nhân dân. OCB Hải Phòng nhận tiền gửi dân cư bằng các loại tiền VND, USD, EUR, GBP. Các

## **Khóa luận tốt nghiệp**

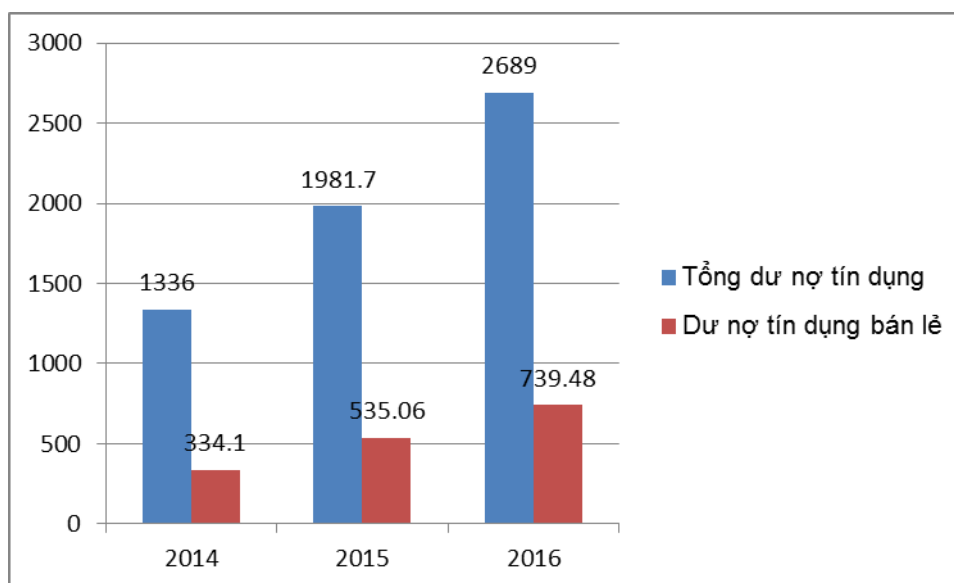
---

khoản tiền mà khách hàng gửi tại OCB Hải Phòng luôn được đảm bảo về độ an toàn, bí mật, được mua bảo hiểm, khách hàng không mất phí khi đến thực hiện giao dịch gửi tiền hay rút tiền. Với thủ tục nhanh chóng, đơn giản, thuận tiện, thái độ phục vụ chu đáo, tận tình, có nhiều kỳ hạn để lựa chọn với các mức lãi suất hợp lý và đặc biệt có các sản phẩm với tên gọi hấp dẫn như: tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm ỏ trứng vàng, tiết kiệm rút gốc linh hoạt,... OCB Hải Phòng đã dần thu hút được một lượng khách hàng trung thành, luôn sẵn sàng gửi tiền khi có nguồn thu đáng kể.

Bên cạnh sản phẩm tiền gửi tiết kiệm là hình thức huy động thường xuyên, liên tục thì OCB Hải Phòng cũng tiến hành huy động vốn qua việc phát hành giấy tờ có giá theo từng giai đoạn cụ thể nhằm bổ sung cho nguồn vốn còn thiếu hụt trong công tác tín dụng. Do không phải là hoạt động thường xuyên nên tỷ trọng nguồn vốn này thấp hơn so với tiền gửi tiết kiệm. Qua biểu đồ 2.5 ta thấy tỷ trọng này qua các năm 2014, 2015, 2016 tương ứng lần lượt là 7,6%, 25,8% và 30%. Trong năm 2015, với việc OCB thực hiện thành công 5 đợt phát hành giấy tờ có giá ngắn hạn, lãi suất hấp dẫn và chính sách thanh toán trước hạn linh hoạt, OCB Hải Phòng đã thu hút được nhiều khách hàng tham gia đạt tổng doanh số phát hành khoảng 226 tỷ đồng, tăng 158 tỷ đồng (tương ứng 232,4%) so với năm 2014. Sang năm 2016, ngay từ đầu năm thì Thống đốc NHNN đã có Quyết định số 440/QĐ-NHNN cho phép OCB được phát hành trái phiếu, chứng chỉ tiền gửi dài hạn năm 2016, theo đó tổng mệnh giá của giấy tờ có giá mà OCB được phép phát hành là 9.000 tỷ đồng, lãi suất bằng VND do OCB tự quyết định sao cho phù hợp với quy định của Thống đốc NHNN và cơ chế điều hành lãi suất cơ bản. Nhờ vậy, nguồn thu từ phát hành giấy tờ có giá của OCB Hải Phòng năm 2016 cũng tăng lên đáng kể, đạt 285,3 tỷ đồng, tăng 59,3 tỷ đồng (tương ứng 26,2%) so với năm 2015.

**2.3.2.2. Dịch vụ tín dụng bán lẻ**

Biểu đồ 2.6. Dư nợ tín dụng bán lẻ giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng



(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)

Bảng 2.6. Kết quả hoạt động tín dụng bán lẻ giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng

Đơn vị: tỷ đồng

Năm \ Chỉ tiêu	2014	2015		2016	
	Dư nợ	Dư nợ	So với 2014	Dư nợ	So với 2015
1. Tổng dư nợ tín dụng	1.336	1.981,7	645,7	2.689	707,3
2. Dư nợ tín dụng bán lẻ	334.1	535.06	200.96	739.48	204.41
2.1. Cho vay DNVVN	219.3	356.34	137.04	565.48	209.14
2.2. Cho vay CBCNV	16.95	18.51	1,56	21.64	3,13
2.3. Cho vay mua ô tô	22.95	23.29	0,33	21.45	-1,84
2.4. Cho vay thấu chi	17.35	20.93	3,58	23.56	2,63
2.5. Cho vay hỗ trợ nhu cầu về nhà ở	32.31	43.37	11,06	45.65	2,28
2.6. Cho vay bán lẻ khác	25.23	72.62	47,39	61.7	-18,92
3. Nợ xấu tín dụng bán lẻ	3,49	4,27	0,78	9,37	5,1

(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)

## Khóa luận tốt nghiệp

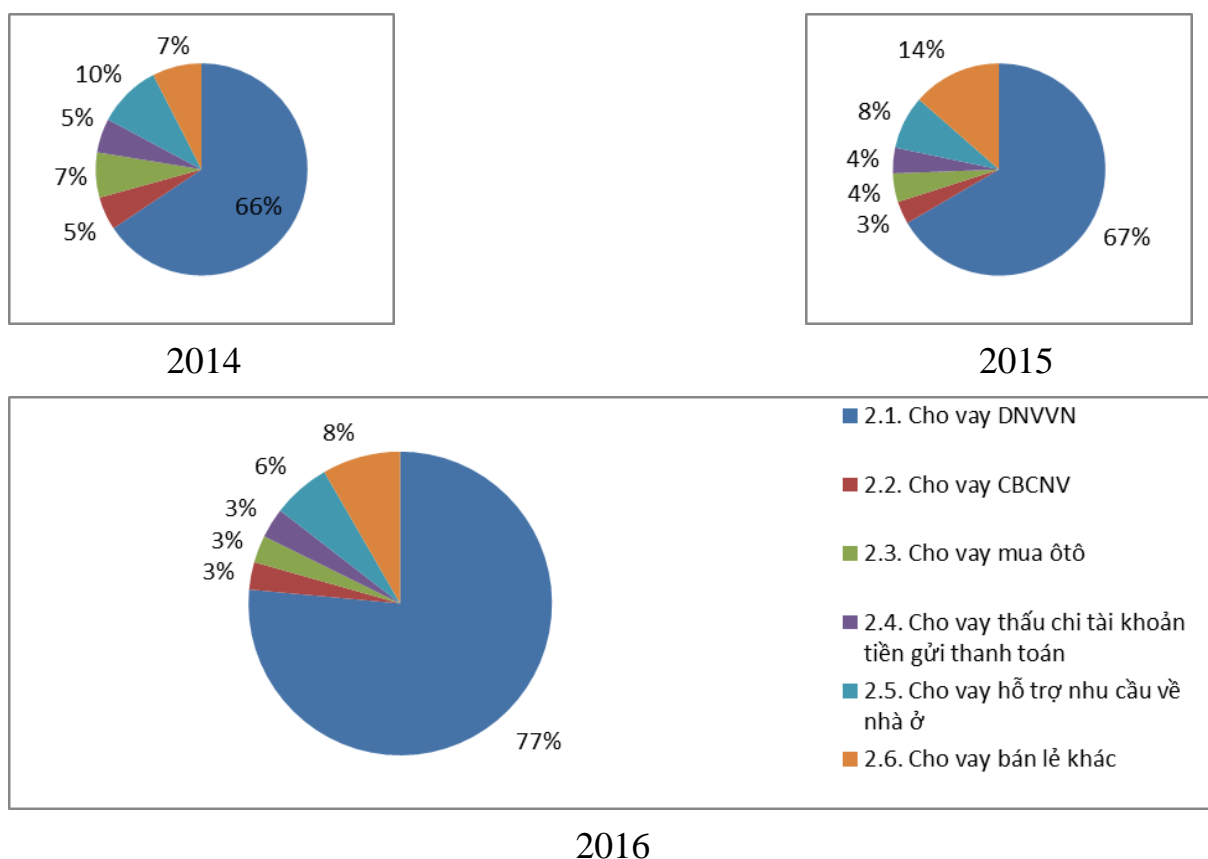
Nhìn vào bảng 2.6 và biểu đồ 2.6 ta thấy hoạt động tín dụng bán lẻ của ngân hàng đang theo xu hướng phát triển dần qua các năm. Năm 2014, dư nợ bán lẻ là 334.1 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 25% tổng dư nợ, năm 2015 tăng 200.96 tỷ đồng (tương ứng 60.15%) đạt giá trị tuyệt đối là 535.06 tỷ đồng và chiếm 27% tổng dư nợ, sang năm 2016 tăng 204.41 tỷ đồng (tương ứng 38%) lên 739.48 tỷ đồng và chiếm 27,5% tổng dư nợ.

Về chất lượng tín dụng bán lẻ: nợ xấu đang có xu hướng tăng lên cùng với chiều hướng phát triển của tín dụng bán lẻ. Do đó, OCB Hải Phòng cần chú trọng hơn nữa vào công tác thẩm định khách hàng ngay từ giai đoạn đầu khi lập hồ sơ vay vốn, bởi với số lượng khách hàng nhỏ lẻ đông đảo thì công tác kiểm tra, giám sát sau cho vay là rất khó khăn, mất nhiều chi phí, thời gian và công sức của cán bộ tín dụng.

Tình hình thực hiện theo từng sản phẩm cụ thể như sau:

Biểu đồ 2.7. Cơ cấu dư nợ tín dụng bán lẻ giai đoạn 2014-2016 tại OCB

Hải Phòng



### Cho vay DNVVN

Tuy có biến động năm 2015 làm tỷ trọng cho vay DNVVN giảm nhưng xét về số tuyệt đối thì dư nợ của sản phẩm tín dụng này vẫn tăng qua các năm và luôn giữ vị trí quan trọng nhất trong lĩnh vực tín dụng bán lẻ tại OCB Hải

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Phòng. Năm 2015 tăng 137.04 tỷ đồng (tương đương 60,5%) so với năm 2014, năm 2016 tăng 209.14 tỷ đồng (tương đương 58,1%) so với năm 2015. Số lượng các DNVVN trên địa bàn thành phố cũng tăng trưởng dần qua các năm, tính đến năm 2016 đã có khoảng 405 doanh nghiệp đang hoạt động và là thị trường đầy tiềm năng không chỉ cho OCB Hải Phòng mà còn cho các ngân hàng khác. Tuy gia tăng được công tác cho vay đối với DNVVN nhưng OCB Hải Phòng cũng cần chú trọng đến công tác quản lý chất lượng tín dụng sau cho vay, tránh để xảy ra tình trạng cho vay ồ ạt nhưng nợ xấu lại tăng nhanh, như vậy cũng sẽ ảnh hưởng đến lợi nhuận và uy tín của ngân hàng.

### *Cho vay CBCNV*

Sản phẩm tín dụng bán lẻ này chiếm tỷ trọng tương đối ổn định trong cơ cấu dư nợ tín dụng bán lẻ của OCB Hải Phòng, nhưng xét về số tuyệt đối thì đều tăng trưởng qua các năm, năm 2015 tăng 1,56 tỷ đồng (tương đương 17,4%) so với năm 2014, năm 2016 tăng 3,13 tỷ đồng (tương đương 29,8%) so với năm 2015. Đặc điểm của sản phẩm này là đáp ứng nhu cầu phục vụ đời sống của CBCNV và/hoặc nhằm phát triển kinh tế phụ gia đình mà nguồn thu nợ là thu nhập thường xuyên của CBCNV. Thủ tục cho vay đơn giản, nhanh gọn nên đang dần được phát triển. Hơn nữa, đây là đối tượng có mức thu nhập ổn định và chịu tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế ít hơn các đối tượng khách hàng khác như: công nhân, người lao động... nhân tố này làm cho rủi ro đối với việc cho vay về phía ngân hàng giảm. Trong điều kiện khó khăn về nguồn VHĐ và lãi suất tăng cao thì việc Chi nhánh phát triển loại hình cho vay này có thể đáp ứng tốt cả hai yếu tố là an toàn và lợi nhuận.

Đối với sản phẩm này, OCB Hải Phòng mới chỉ áp dụng cho phần lớn các khách hàng là CBCNV của ngân hàng, chưa áp dụng cho lượng khách hàng còn tiềm năng bên ngoài, đây là nhược điểm mà OCB Hải Phòng cần từng bước khắc phục để tăng doanh số cho vay cũng như nguồn thu lợi nhuận từ sản phẩm này.

### *Cho vay mua ô tô*

Qua bảng 2.6 và biểu đồ 2.7 ta thấy tỷ trọng sản phẩm tín dụng này đang có xu hướng giảm trong tổng dư nợ tín dụng bán lẻ, còn xét về số tuyệt đối thì chỉ có năm 2016 giảm, còn năm 2015 vẫn tăng nhẹ. Nguyên nhân giảm của năm 2016 chủ yếu là do nguồn vốn ngân hàng không đáp ứng đủ nhu cầu của khách hàng. Là một thành phố gần với thủ đô, giáp với đường quốc lộ, giao thông đi lại thuận tiện, có nhiều khu công nghiệp lớn, đời sống của người dân Hải Phòng



## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

cũng nhờ thế mà đang được cải thiện trong một vài năm trở lại đây. Nhu cầu mua xe của dân cư cũng theo đó mà gia tăng. Lượng cầu thì nhiều, nhưng nguồn vốn của ngân hàng còn hạn hẹp, phần lớn đã được đầu tư vào các dự án lớn, các khu công nghiệp trọng điểm nên việc cho vay mua ô tô còn chưa được chú trọng nhiều. Trong thời gian tới, để phát triển và mở rộng lượng khách hàng thông qua dịch vụ NHBL thì OCB Hải Phòng cần có kế hoạch về công tác huy động vốn và phân chia cơ cấu VHD cho các khoản vay phù hợp để phát triển được thị trường còn đầy tiềm năng này.

### *Cho vay thấu chi tài khoản tiền gửi thanh toán*

Tăng dần qua các năm về số tuyệt đối cũng là xu hướng phát triển của loại hình sản phẩm này ở OCB Hải Phòng. Năm 2015 tăng 3,58 tỷ đồng (ứng với 38,3%) so với năm 2014, năm 2016 tăng 2,63 tỷ đồng (ứng với 20,3%) so với năm 2015. Nhưng xét về số tương đối thì tỷ trọng của sản phẩm này trong tổng dư nợ tín dụng bán lẻ không hề thay đổi, giữ ở mức 5%. Cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật nhất là hệ thống thanh toán và các điểm rút tiền tự động được chú trọng đầu tư, nâng cấp khiến hình thức cho vay thấu chi qua tài khoản thanh toán của khách hàng cá nhân có điều kiện triển khai tốt hơn.

Hình thức cho vay này mang lại lợi ích cho cả ngân hàng và khách hàng. Khi có nhu cầu về tiền mặt mà chưa có được nguồn đáp ứng thì khách hàng cá nhân sau khi đã ký hợp đồng với OCB Hải Phòng có thể rút tiền quá số dư từ tài khoản tiền gửi thanh toán của mình, đến kỳ lĩnh lương, hệ thống xử lý của ngân hàng sẽ tự động trích một phần lương của khách hàng từ tài khoản để thanh toán nợ gốc và lãi cho ngân hàng. Như vậy, người dân vừa có tiền sử dụng lúc cần thiết mà ngân hàng cũng đảm bảo được nguồn thu nợ của mình. Do đó, hình thức cho vay thấu chi đang được đẩy mạnh phát triển tại OCB Hải Phòng.

### *Cho vay hỗ trợ nhu cầu về nhà ở*

Để phục vụ cho các đối tượng khách hàng muốn mua nhà, xây dựng nhà ở mới, sửa chữa nhà ở và mua sắm trang trí nội thất nhà ở phục vụ cho nhu cầu đời sống nhưng lại chưa có đủ nguồn lực tài chính trong tình hình lạm phát tăng cao như thời gian vừa qua, ngân hàng đã cung cấp sản phẩm tín dụng này cho người đã đáp ứng được tối thiểu là 30% nhu cầu. Trong điều kiện nền kinh tế gặp nhiều khó khăn, các nhu cầu về vốn như nhu cầu về nhà ở tìm đến ngân hàng là rất lớn. Điều này làm cho dư nợ cho vay đối với sản phẩm này tăng, năm 2015 tăng 11,06 tỷ đồng (ứng với 45,5%) so với năm 2014, năm 2016 tăng 2,28

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

tỷ đồng (ứng với 6,4%) so với năm 2015. Nhưng do chính sách hạn chế cho vay đối với lĩnh vực bất động sản nên loại hình cho vay này tăng trưởng không cao và cũng không được phát triển mạnh trong năm 2016. Tỷ trọng dư nợ đối với loại sản phẩm này đang có xu hướng giảm trong tổng dư nợ tín dụng bán lẻ.

### *Cho vay bán lẻ khác*

Các sản phẩm tín dụng bán lẻ khác mà OCB Hải Phòng cung cấp có thể kể đến như: cho vay kinh doanh cá nhân, hộ gia đình; cho vay cầm cố giấy tờ có giá, thẻ tiết kiệm; chiết khấu giấy tờ có giá,... Những loại hình này chiếm tỷ trọng khá lớn trong tổng dư nợ tín dụng bán lẻ của OCB Hải Phòng, cụ thể là qua các năm 2014, 2015, 2016 lần lượt chiếm 10%, 24%, 15%. Xét về số tuyệt đối thì năm 2016 có sự sụt giảm lớn, giảm 18,92 tỷ đồng (tương ứng 29,3%) so với năm 2015. Nguyên nhân chủ yếu vẫn là do ngân hàng không có đủ nguồn vốn để đáp ứng các nhu cầu vay của khách hàng. Sau năm khủng hoảng 2015, lãi suất vay vốn sau một thời gian vượt cao lên mức kỷ lục, có lúc lên 20% ở một số ngân hàng nhỏ, bước sang năm 2016 khi nền kinh tế bắt đầu có những dấu hiệu phục hồi và khởi sắc trở lại, lãi suất cho vay bắt đầu ổn định và ở mức có thể chấp nhận được, số lượng các doanh nghiệp vay vốn ngân hàng bắt đầu tăng trưởng mạnh trở lại. Trước tình hình đó, OCB Hải Phòng đã đầu tư vốn phần lớn vào cho vay các doanh nghiệp nhằm thu lãi lớn hơn từ đối tượng khách hàng này. Sang năm 2016, OCB Hải Phòng cần có những chiến lược cho vay phù hợp với tình hình hơn nữa và định ra các chiến lược tăng trưởng tín dụng sao cho hài hòa lợi ích giữa các bên.

Loại hình vay ứng trước tiền bán chứng khoán niêm yết chưa được OCB Hải Phòng áp dụng do việc kinh doanh chứng khoán ở thành phố nhà còn chưa mấy phát triển như thủ đô Hà Nội hay Thành phố Hồ Chí Minh. Số lượng khách hàng mở tài khoản là 680, doanh số năm 2016 đạt 520 tỷ đồng. Trong thời gian tới, OCB Hải Phòng cần nghiên cứu hướng phát triển phù hợp cho sản phẩm tín dụng này.

### *2.2.2.3. Dịch vụ thanh toán*

Về dịch vụ thanh toán thì OCB Hải Phòng cung cấp các dịch vụ thanh toán trong nước và thanh toán quốc tế. Tình hình cụ thể như sau:

#### *Thanh toán trong nước*

Đây là sản phẩm phổ biến và truyền thống không chỉ của riêng hệ thống OCB mà còn của nhiều ngân hàng khác. Sản phẩm đáp ứng nhu cầu chuyển tiền

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

của khách hàng từ nơi này đến nơi khác, từ tài khoản này sang tài khoản khác nhằm phục vụ cho mục đích kinh doanh, mục đích tiêu dùng của cá nhân,... Do mang tính chất truyền thống nên OCB Hải Phòng đã đầu tư phát triển mạnh cho sản phẩm này, mở rộng mạng lưới thanh toán không chỉ với các chi nhánh trong hệ thống OCB rộng khắp trên cả nước mà còn với cả các ngân hàng khác, thực hiện các hình thức thanh toán điện tử như: thanh toán liên ngân hàng, thanh toán song phương,... Với việc triển khai thành công dự án hiện đại hóa từ cuối năm 2005, ứng dụng công nghệ hiện đại, chất lượng dịch vụ thanh toán của OCB Hải Phòng đã được cải thiện rõ rệt, bảo đảm nhanh chóng, chính xác, độ an toàn cao, nguồn thu phí từ dịch vụ này cũng vì vậy mà tăng lên rõ rệt, đóng góp một phần không nhỏ vào thu nhập của toàn ngân hàng và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng thu phí dịch vụ ròng. Năm 2014 thu phí dịch vụ thanh toán trong nước đạt 2.500 trđ, chiếm 41,9% tổng thu dịch vụ ròng. Năm 2015 doanh số chi tiền mặt trong lưu thông đạt 6.215 tỷ đồng, thu phí 5.334 trđ, đạt tốc độ tăng trưởng 113,4% so với năm 2014. Năm 2016 doanh số chi tiền mặt trong lưu thông: 9.784 tỷ đồng, thu phí 7.267 trđ, tăng trưởng 36,2% so với năm 2015, chiếm 43% tổng thu phí dịch vụ ròng.

Tuy nhiên, giá thu phí dịch vụ chuyển tiền trong cùng hệ thống nhưng khác thành phố, thành phố của OCB vẫn còn cao so với các ngân hàng khác, đây là một trở ngại trong việc thu hút khách hàng của OCB Hải Phòng nói riêng cũng như toàn hệ thống nói chung, đòi hỏi OCB trung ương cần có sự điều chỉnh phù hợp.

### *Thanh toán quốc tế*

Để phát triển dịch vụ này, trong toàn hệ thống OCB nói chung đều có một phòng “Thanh toán quốc tế” riêng thuộc khối tác nghiệp, điều đó cho thấy tầm quan trọng của hoạt động này trong ngân hàng. Là một nước đang phát triển, có nguồn tài nguyên thiên nhiên dồi dào, sản xuất đa dạng các mặt hàng xuất khẩu cả về nông nghiệp, thủ công lẫn hàng công nghiệp, bên cạnh đó do còn có nhiều mặt hàng chưa sản xuất được nên lượng hàng nhập khẩu vào Việt Nam cũng lớn, nước ta chủ yếu ở trong tình trạng nhập siêu. Do vậy, nguồn ngoại tệ cần cho hoạt động xuất nhập khẩu rất lớn, cần được đáp ứng thường xuyên bởi các ngân hàng. Để cân đối giữa nguồn ngoại tệ thu vào, chi ra cũng như cân đối trong cơ cấu ngoại tệ để đảm bảo đáp ứng đủ nhu cầu của doanh nghiệp đòi hỏi ngân hàng phải có một chính sách hoạch định đúng đắn.

## Khóa luận tốt nghiệp

Trong giai đoạn 2014-2016 hoạt động thanh toán quốc tế của OCB Hải Phòng đã đạt được những thành tựu nhất định. Trong thanh toán xuất nhập khẩu chủ yếu là hình thức mở L/C, với sản phẩm này thì mức phí mà ngân hàng thu từ khách hàng là 0,02%/1 tháng tính trên giá trị L/C, mức phí này là khá hợp lý. Năm 2014, doanh số thanh toán xuất nhập khẩu đạt 66,7 nghìn USD, thu phí thanh toán quốc tế là 1.305 trđ, chiếm 21,9% tổng thu dịch vụ rỗng. Năm 2015 do là năm tổng thể nền kinh tế thế giới tăng trưởng chậm nên hoạt động xuất nhập khẩu cũng có sự sụt giảm nhẹ, doanh số xuất nhập khẩu đạt 65,91 nghìn USD, thu phí 2.540 trđ. Năm 2016, kinh tế dần phục hồi trở lại nên doanh số thanh toán xuất nhập khẩu cũng tăng trưởng, đạt 96,7 nghìn USD, thu phí 4.056 trđ, chiếm 24% tổng thu dịch vụ rỗng của ngân hàng.

### 2.2.2.4. Những dịch vụ NHBL khác

Dịch vụ thẻ

Bảng 2.7. Kết quả hoạt động dịch vụ thẻ ATM giai đoạn 2014-2016 tại OCB Hải Phòng

Chỉ tiêu	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016
Số lượng thẻ đã phát hành	10.717	20.743	24.190
Số lượng POS	11	30	36
Số lượng ATM	6	14	16
Thu phí thẻ (nghìn đồng)	426	478	536

(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)

Nhận thức được tầm quan trọng của việc phát triển các dịch vụ NHBL phục vụ nhóm đối tượng là khách hàng cá nhân và DNVVN, OCB Hải Phòng chính thức phát động triển khai các dịch vụ này từ năm 2005, trong đó có việc phát hành các loại thẻ.

Về thẻ ghi nợ, hiện tại OCB Hải Phòng cũng như OCB Trung ương cung cấp cho khách hàng loại thẻ ATM là: OCB MASTER CARD. Loại thẻ Power cho phép chủ thẻ được quyền thấu chi tài khoản đến một hạn mức tối đa thỏa thuận. Cùng với việc thực hiện theo chỉ thị 20/2014/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc trả lương cho CBCNV hưởng lương theo ngân sách nhà nước qua tài khoản thì số lượng thẻ ATM phát hành của Chi nhánh cũng tăng lên nhanh chóng qua các năm, và đến nay số thẻ lũy kế phát hành đã đạt 24.190 thẻ.

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Tuy số lượng thẻ đã tăng nhanh qua các năm nhưng nếu so với tổng số dân hiện đang sinh sống trên địa bàn thành phố Hải Phòng là 1.704.853 người (theo kết quả tổng điều tra dân số 01/04/2016 - Cục Thống kê thành phố Hải Phòng) thì tiềm năng phát hành thẻ trong tương lai cho người dân vẫn còn rất lớn.

Để tăng các tiện ích sử dụng cho chủ thẻ, qua đó thu hút thêm số lượng người sử dụng, OCB Hải Phòng đã tích cực đầu tư phát triển mở rộng hệ thống máy ATM, POS, đến nay trên địa bàn thành phố đã có tổng số 36 POS và 16 máy ATM đặt tại các vị trí đông dân cư, có nhiều người qua lại, tiện cho việc sử dụng dịch vụ. Trong năm 2015, OCB tiếp tục nghiên cứu phát triển các dịch vụ giá trị gia tăng cho chủ thẻ ghi nợ nội địa với việc chính thức triển khai thanh toán thẻ nạp tiền điện thoại cho thuê bao trả trước (OCB-VnTopup), áp dụng cho một số mạng điện thoại, OCB Hải Phòng cũng đã tích cực trong việc tham gia triển khai dịch vụ này.

Về thẻ tín dụng thì hiện nay Chi nhánh mới chỉ phát hành được 20 thẻ tín dụng quốc tế, số lượng còn rất hạn hẹp. OCB đã kết nối thành công với tổ chức thẻ Visa cho phép chấp nhận thẻ Visa tại hệ thống ATM của OCB, kết nối các giao dịch trên ATM qua hệ thống chuyển mạch thẻ banknetvn giữa các ngân hàng, tăng khả năng sử dụng thẻ cho khách hàng tại hệ thống ATM của các ngân hàng khác.

Do số lượng thẻ còn nhỏ nên phí thu được từ dịch vụ thẻ tuy có tăng qua các năm nhưng vẫn còn khiêm tốn so với các khoản thu khác, năm 2015 tăng 52 trđ so với năm 2014, đạt tốc độ tăng trưởng 12,2%; năm 2016 tăng 58 trđ so với năm 2015, đạt tốc độ tăng trưởng 12,1%.

Như vậy, chất lượng phục vụ dịch vụ thẻ đã được Chi nhánh quan tâm đầu tư và được cải thiện đáng kể. Các hoạt động thực hiện thông qua hệ thống máy ATM khá đa dạng. Giới hạn rút tiền trong một ngày đáp ứng so với nhu cầu chi tiêu ngày càng tăng của người dân, các thẻ ATM hạng VIP cũng rút được tối đa 40.000.000 VNĐ/ngày và số tiền rút tối đa 1 lần là 10.000.000 VNĐ. Để phát triển được đầy đủ và toàn diện, thu hút được lượng lớn khách hàng còn nhiều tiềm năng trên địa bàn thành phố thì OCB Hải Phòng cần cải thiện hơn nữa hệ thống công nghệ cũng như có biểu thu phí dịch vụ thích hợp.

Dịch vụ chi trả lương

Để phục vụ cho các doanh nghiệp, đơn vị, tổ chức muốn chi trả lương cho CBCNV thông qua tài khoản tại ngân hàng, đồng thời cũng mở rộng hình thức

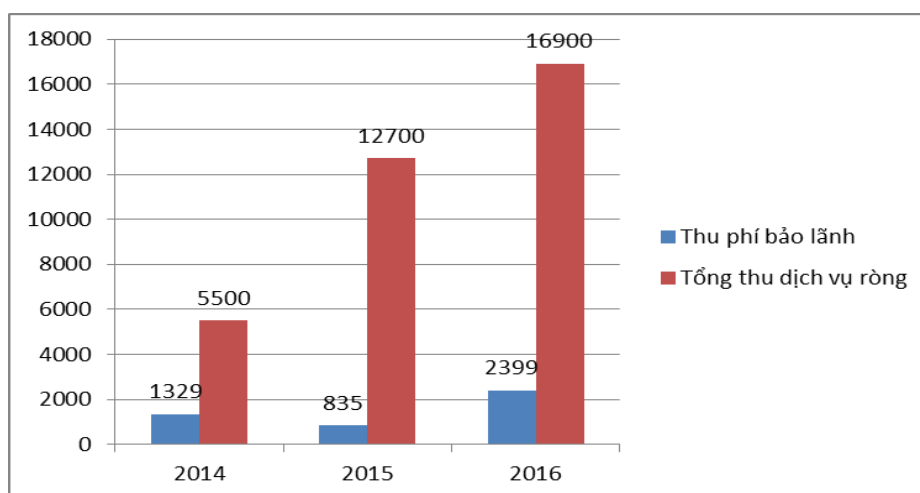
## Khóa luận tốt nghiệp

thanh toán không dùng tiền mặt, thuận tiện, nhanh chóng trong lưu thông hàng hóa, các cơ quan Nhà nước dễ dàng quản lý thì Chi nhánh đã cung cấp dịch vụ chi trả lương. Mặt khác, Chi nhánh cũng thực hiện và phát triển dịch vụ này theo chỉ thị 20/2014/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ. Hoạt động này cũng góp phần giúp cho OCB Hải Phòng mở rộng được đối tượng khách hàng, qua đó cung cấp thêm các sản phẩm dịch vụ mới để tăng các khoản thu nhập từ phí.

Hiện nay, Chi nhánh đã thực hiện việc chi trả lương cho khoảng 20.000 CBCNV, doanh số thanh toán đạt 103 tỷ đồng, phí thu đạt 88 trđ. Vào thời điểm cuối năm 2016, khi lượng tiền mặt khan hiếm do dân cư rút tiền nhiều để sắm sửa tết Nguyên đán, OCB Hải Phòng đã tích cực vận động các khách hàng doanh nghiệp muốn vay vốn với mục đích chi trả lương cho công nhân thì mở tài khoản tại ngân hàng để tránh việc cho vay ra bằng tiền mặt. Hoạt động này đã giúp tháo gỡ được khó khăn của cả doanh nghiệp cũng như Chi nhánh, đồng thời góp phần làm tăng số lượng tài khoản cá nhân mở tại Ngân hàng, tăng thị phần hoạt động trên địa bàn.

### Dịch vụ bảo lãnh

Biểu 2.8. Kết quả thu phí dịch vụ ròng, phí bảo lãnh tại OCB Hải Phòng giai đoạn 2014-2016



(Nguồn: Báo cáo tổng kết cuối năm của Ngân hàng Phương Đông – chi nhánh Hải Phòng từ năm 2014 đến năm 2016)

Bảo lãnh là một sản phẩm truyền thống của toàn hệ thống OCB nói chung cũng như OCB Hải Phòng nói riêng. Các hình thức bảo lãnh thông thường mà Chi nhánh cung cấp cho khách hàng là: bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh thanh toán, bảo lãnh vay vốn,...

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Năm 2014 số dư bảo lãnh là 200 tỷ đồng, thu phí đạt 1.329 trđ, chiếm 22,3% tổng thu dịch vụ ròng. Năm 2015 số dư bảo lãnh chỉ còn 125,7 tỷ đồng, như vậy là giảm 74,3 tỷ đồng, về số tương đối là 37,15% so với năm 2014, thu phí đạt 835 trđ, chiếm 6,6% tổng thu dịch vụ ròng. Nguyên nhân của sự sụt giảm này là do cuộc khủng hoảng kinh tế, đây là tình hình chung không chỉ của riêng OCB Hải Phòng mà còn của các NHTM khác. Năm 2016, khi nền kinh tế đã có dấu hiệu phục hồi, giai đoạn khó khăn nhất đã qua thì số dư bảo lãnh của Chi nhánh lại tăng lên nhanh chóng, đạt 361 tỷ đồng, tăng 235,3 tỷ đồng (tương ứng 187,2%) so với năm 2015, khoản thu phí bảo lãnh do đó cũng tăng lên và đạt 2.399 trđ.

Nhóm dịch vụ ngân hàng điện tử

Với việc lựa chọn năm 2006 là năm đầu tiên tung ra một loạt các sản phẩm thuộc dịch vụ NHBL thì OCB Hải Phòng đã triển khai nhiều dịch vụ ứng dụng công nghệ hiện đại và được xếp vào nhóm dịch vụ ngân hàng điện tử như: OCB MOBILE, OCB ONLINE, SMS BANKING là dịch vụ nhắn tin số dư tài khoản đến điện thoại di động, tính đến năm 2016 thì thu ròng từ dịch vụ này đã đạt 235 trđ, chiếm 1,4% trong tổng thu dịch vụ ròng của Chi nhánh.

### **2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL CỦA OCB HẢI PHÒNG**

#### **2.3.1. Những kết quả đạt được**

Để có thể xét được một cách tổng quát những kết quả đạt được trong việc phát triển dịch vụ NHBL của Chi nhánh OCB Hải Phòng, ta sẽ đi vào phân tích theo từng tiêu chí đánh giá như sau:

##### *2.3.1.1. Tiêu chí định tính*

Tính đa dạng của dịch vụ

Ngay từ những ngày đầu triển khai dịch vụ NHBL, OCB Hải Phòng đã vận dụng linh hoạt các sản phẩm của OCB Trung ương áp dụng vào điều kiện thực tế trên địa bàn thành phố để cung cấp các dịch vụ thiết thực nhất với người dân. Với một sản phẩm được tung ra thì Chi nhánh lại phát triển thêm các tiện ích kèm theo, tạo điều kiện sử dụng nhiều hơn cho khách hàng, như cùng với việc phát hành thẻ ATM thì có thêm các POS, dịch vụ nạp tiền điện thoại cho thuê bao trả trước, ... Đặc biệt, các sản phẩm của ngân hàng ngày càng được ứng dụng nhiều công nghệ hiện đại hơn, tăng tính cạnh tranh so với các ngân hàng khác trên địa bàn.

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Về các sản phẩm huy động vốn bán lẻ: trong điều kiện có ngày càng nhiều các kênh đầu tư mới hấp dẫn hơn gửi tiền vào ngân hàng, lãi suất ngân hàng lại biến động mạnh, đặc biệt là trong năm 2015, để luôn giữ vững được một nền vốn ổn định phục vụ cho công tác tín dụng cũng như đầu tư đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm mới, CBCNV của OCB Hải Phòng đã có nhiều phấn đấu nỗ lực không ngừng. Ngân hàng không chỉ phát triển các sản phẩm mới với tên gọi hấp dẫn như: tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm ỏ trứng vàng,... mà còn có nhiều hình thức tặng quà khuyến mại kèm theo để thu hút được khách hàng. Nhờ vậy, nguồn huy động vốn từ dân cư, hộ gia đình của Chi nhánh năm 2016 vẫn đạt mức cao (951 tỷ đồng), chiếm 41% trong tổng nguồn VHD.

Về các dịch vụ tín dụng bán lẻ: các sản phẩm thuộc lĩnh vực này của Chi nhánh cũng khá đa dạng, song chưa tạo ra được sự khác biệt nổi trội so với các ngân hàng khác. Dư nợ tín dụng bán lẻ năm 2016 đã đạt ở mức 304,01 tỷ đồng, chiếm 11,3% trong tổng dư nợ, chưa tương xứng với các khoản huy động vốn từ dân cư do Chi nhánh chủ yếu tiến hành cho vay các dự án lớn, các khu công nghiệp trọng điểm. Hơn nữa, hoạt động này cũng đòi hỏi ngân hàng sẽ phải bỏ ra nhiều chi phí hơn cho công tác giám sát, kiểm tra việc sử dụng tiền vay của từng khách hàng so với cho vay các khoản lớn.

Các sản phẩm bán lẻ khác, cả sản phẩm truyền thống lẫn sản phẩm hiện đại như bảo lãnh, thanh toán, dịch vụ thẻ, chi trả lương,... đều được OCB Hải Phòng chú trọng phát triển mở rộng, đáp ứng mọi đối tượng khách hàng và đạt được mức tăng trưởng khá cả về doanh số và số phí thu được.

### Tính tiện ích của dịch vụ

Các sản phẩm dịch vụ của Chi nhánh không chỉ đa dạng mà còn có tính tiện ích cao, đáp ứng được nhiều nhu cầu khác nhau của khách hàng.

Với việc mở tài khoản tiền gửi thanh toán tại ngân hàng, được cấp loại thẻ ATM theo yêu cầu, khách hàng không đơn giản chỉ là rút được tiền mặt vào mọi thời điểm trong ngày tại các bốt ATM của hệ thống OCB hoặc của các ngân hàng khác có kết nối với mạng banknet, mà còn có thể sử dụng thẻ thay cho tiền mặt, mua bán tại các siêu thị, nhà hàng,... có đặt máy POS của Chi nhánh; ngoài ra còn có thể nạp tiền điện thoại cho thuê bao trả trước, chuyển khoản, vắn tin số dư.

Với dịch vụ SMS BANKING, khách hàng nào đăng ký thì có thể vắn tin tài khoản tiền gửi thanh toán, tiết kiệm không kỳ hạn và có kỳ hạn; nhận được thông báo phát sinh tài khoản ngay lập tức, ... dù ở bất cứ đâu.



## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Chi nhánh đang nghiên cứu thực hiện phân loại khách hàng theo cơ cấu tiền gửi, tiền vay. Đối với mỗi nhóm khách hàng sẽ có cơ chế để đáp ứng các tiện ích dịch vụ riêng phù hợp.

Như vậy, OCB Hải Phòng đang từng bước nỗ lực nâng cao các tiện ích của dịch vụ đến mức tối đa để thỏa mãn được các khách hàng khó tính nhất.

### **Tính an toàn**

Năm 2016 tiếp tục là năm kiểm soát an toàn, chất lượng hoạt động của toàn hệ thống. Chi nhánh tổ chức nhiều đợt tự kiểm tra cùng với các đoàn kiểm tra của trung ương rà soát toàn diện các mảng nghiệp vụ tại Chi nhánh nhằm hạn chế tối đa những rủi ro có thể xảy ra, đồng thời đảm bảo an toàn, bảo mật tuyệt đối về thông tin cá nhân, về tài khoản tiền gửi của khách hàng, nâng cao uy tín, khẳng định đẳng cấp của một thương hiệu lớn.

#### *2.3.1.2. Tiêu chí định lượng*

##### **Số lượng khách hàng và thị phần**

Tính đến hết ngày 31/12/2016 thì số lượng khách hàng của OCB Hải Phòng là 49.400. Trong điều kiện trên địa bàn có trên 40 NH đang hoạt động, ngoài ra còn có Bưu điện và 26 quỹ tín dụng nhân dân cũng tham gia cung cấp dịch vụ ngân hàng, môi trường cạnh tranh khá khốc liệt trên một thành phố với dân số là 2.103.500 người, thu nhập bình quân đầu người đạt trên 2800 USD (tính đến năm 2015) .

##### **Hệ thống các kênh phân phối**

Để phục vụ cho việc triển khai mạng lưới bán lẻ đến từng địa bàn, nhằm tiếp cận với đông đảo quần chúng nhân dân, OCB Hải Phòng đã tổ chức mạng lưới kênh phân phối một cách quy củ, bài bản và khoa học. Đặc biệt, trong năm 2015, Chi nhánh thay đổi mô hình tổ chức, mô hình hoạt động theo dự án TA2 phù hợp với đặc điểm môi trường, tập quán kinh doanh của người Việt Nam; đồng thời đáp ứng yêu cầu quản lý NHTM hướng theo thông lệ và chuẩn mực hiện đại tạo bước đột phá nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, chất lượng phục vụ khách hàng, đáp ứng yêu cầu quản lý tập trung và quản trị rủi ro. Sau hơn 1 năm triển khai, công việc về cơ bản đã đảm bảo vận hành hoạt động, cho dù vẫn còn nhiều khâu, nhiều bước và quy trình phối hợp cần rà soát lại để đảm bảo hiệu quả cao hơn trong quản lý, giám sát quản trị rủi ro toàn hệ thống và tạo thuận lợi cho khách hàng.

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Trong năm 2016, Chi nhánh nâng cấp 04 điểm giao dịch lên thành phòng giao dịch theo chỉ đạo của NHNN, nâng cao khả năng cạnh tranh của Chi nhánh tại các khu vực trọng điểm tập trung nhiều doanh nghiệp liên doanh, doanh nghiệp trong nước có nhiều tiềm năng hứa hẹn sẽ mang lại cho Chi nhánh nguồn thu về tín dụng và dịch vụ. Đến 31/12/2016, Chi nhánh có được 16 máy ATM, 36 điểm POS. Với mạng lưới Hội sở chính, 5 phòng giao dịch cùng với hệ thống máy ATM và các điểm POS chấp nhận thẻ thanh toán, như vậy mạng lưới của Chi nhánh trên địa bàn Hải Phòng hiện nay có trên 50 điểm giao dịch trực tiếp với khách hàng cùng với trên 30 Quỹ tín dụng nhân dân là đại lý dịch vụ của Chi nhánh. Nhờ vậy đã tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong việc giao dịch thanh toán, chuyển tiền và sử dụng các dịch vụ ngân hàng, góp phần nâng cao hình ảnh và vị thế của OCB trên địa bàn.

### **Nâng cao thu nhập cho ngân hàng**

Việc phát triển các dịch vụ NHBL đã mang lại cho Chi nhánh một nguồn thu nhập ổn định và tăng trưởng dần qua các năm. Hiện tại trên toàn hệ thống OCB vẫn chưa có chương trình quản lý thu nhập, chi phí theo từng dòng sản phẩm nên vẫn chưa thể tách biệt được nguồn thu từ riêng dịch vụ bán lẻ so với nguồn thu từ các sản phẩm khác. Tuy nhiên, ước tính cho thấy tỷ trọng nguồn thu này có thể đạt khoảng 9%, và trong tương lai, lượng khách hàng của các dịch vụ này tăng lên sẽ là nguồn lợi lớn hơn nữa cho Chi nhánh.

### **2.3.2. Những tồn tại và nguyên nhân**

#### *2.3.2.1. Những tồn tại*

Tuy đã đạt được những thành tựu nhất định trong việc phát triển dịch vụ NHBL nhưng trong hoạt động của Chi nhánh vẫn còn bộc lộ một số hạn chế nhất định sau đây, cần sớm được khắc phục để hoàn thiện hơn nữa, xứng đáng là lá cờ đầu trong ngành ngân hàng của thành phố nhà.

#### **Nhận xét chung về các sản phẩm dịch vụ**

Các sản phẩm dịch vụ còn đơn điệu, nghèo nàn, chưa phong phú, đa dạng, chưa tạo ra được sự khác biệt hoàn toàn, nổi trội hơn so với các ngân hàng khác. Các dịch vụ mà ngân hàng cung cấp thì các ngân hàng khác trên địa bàn đều đã có, chưa có được một sản phẩm chủ đạo, mang tính đặc thù riêng như NHNN với mạng lưới rộng khắp các huyện, Ngân hàng Công thương với thế mạnh trong chi trả kiều hối từ trước, Ngân hàng Ngoại thương đi đầu trong việc phát hành thẻ ATM và các loại thẻ khác. Hệ thống máy ATM của ngân hàng Ngoại

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

thương phát triển rất nhanh ngay từ năm 2006, được đặt tại hầu hết những khu dân cư đông đúc như trung tâm thương mại, siêu thị, khu công nghiệp. Các ngân hàng Thương mại Cổ phần mới thành lập nên tích cực trong việc tiếp cận khách hàng với các hình thức quảng cáo, tiếp thị và khuyến mại,...

Hệ thống dịch vụ ngân hàng còn nặng về các sản phẩm truyền thống, chủ yếu gồm các chủng loại như: huy động vốn, tín dụng, chuyển tiền, dịch vụ thẻ,... Mặt khác, số lượng sản phẩm của mỗi chủng loại còn ít.

Phí dịch vụ cao so với các ngân hàng khác, như phí phát hành thẻ ATM, phí duy trì tài khoản hàng năm, phí chuyển tiền, phí nộp tiền mặt vào tài khoản trong cùng hệ thống nhưng khác địa bàn,...

Việc triển khai phát triển sản phẩm mới còn chậm trễ, chưa theo nhu cầu của khách hàng mà chỉ theo khả năng cung cấp, như vậy sẽ tạo ra sự bị động, thiếu linh hoạt cho Chi nhánh so với các ngân hàng khác.

Về các sản phẩm tín dụng bán lẻ thì khách hàng là các hộ kinh doanh cá thể chiếm một tỷ trọng tương đối lớn nhưng OCB vẫn chưa có các sản phẩm cũng như quy trình cho vay cụ thể áp dụng cho đối tượng khách hàng này. Hơn nữa, bản thân Chi nhánh cũng chưa thực sự chú trọng đến việc phát triển tín dụng bán lẻ do OCB là ngân hàng có truyền thống trong lĩnh vực cho vay các dự án, công trình có vốn đầu tư lớn. Do vậy, việc thay đổi quan điểm, tâm lý là một thách thức không nhỏ đối với bản thân ngân hàng.

Hiện nay, các sản phẩm huy động vốn trên thị trường là rất phong phú, đa dạng, nhưng OCB Hải Phòng vẫn chủ yếu triển khai các sản phẩm truyền thống như tiết kiệm dự thưởng, giấy tờ có giá,... Trong khi các ngân hàng thương mại cổ phần, đi đầu là các ngân hàng: Techcombank, ACB, Sacombank với ưu thế kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực NHTL còn đẩy mạnh phát triển nhiều hình thức tiền gửi mới: các sản phẩm bán chéo, bảo hiểm rủi ro tỷ giá, lãi suất tiền gửi tiết kiệm đa năng kết hợp với các dịch vụ thẻ cung cấp nhiều tiện ích phục vụ khách hàng cá nhân,... Có nhiều ngân hàng còn phát triển các dịch vụ cho đối tượng khách hàng gửi tiền nhiều, gửi thời hạn dài, khách hàng truyền thống như ngân hàng quốc tế VIB thực hiện chương trình tặng quà sinh nhật đến tận nhà cho khách hàng gửi tiền từ 1 tỷ đồng trở lên.

Các sản phẩm thẻ của Chi nhánh còn hạn hẹp, chưa có nhiều chủng loại với các tiện ích nổi trội hoàn toàn so với các ngân hàng khác, các tiện ích thẻ mà OCB có thì các ngân hàng khác đều có nhưng không phải các tiện ích thẻ mà các

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

ngân hàng khác có thì OCB đã có như các chương trình tích điểm thưởng, liên kết giảm giá,... Nền tảng khách hàng chủ yếu của OCB trong dịch vụ thẻ chủ yếu là do việc mở tài khoản chi trả lương cho các doanh nghiệp, các đơn vị hành chính Nhà nước chứ chưa phải các đối tượng khách hàng muốn sử dụng thẻ vì mục đích cá nhân, vì tiện ích thanh toán không dùng tiền mặt.

### Về mô hình tổ chức

OCB vốn được biết đến là một ngân hàng có thế mạnh trong việc phục vụ cho các doanh nghiệp, tổng công ty lớn, còn với tên tuổi, vị thế của một ngân hàng chuyên kinh doanh trong lĩnh vực bán lẻ thì chưa có chỗ đứng vững chắc, còn rất mờ nhạt. Dù đã bước đầu có những thay đổi về cơ cấu tổ chức cho phù hợp với mô hình một NHBL hiện đại song vẫn cần có thời gian để thay đổi về thói quen và nhận thức.

Chỉ đạo của Lãnh đạo Ngân hàng về việc định hướng phát triển thành một NHBL hiện đại cũng như phát triển các dịch vụ đa dạng, tiện ích mới chỉ là bước đầu. Các chỉ đạo cụ thể về hoạt động bán lẻ chưa đồng bộ, mang tính lẻ tẻ. Tổ chức về con người, mô hình, cơ chế, chính sách, sản phẩm chưa chuyên nghiệp, chưa đáp ứng được đòi hỏi của Ban lãnh đạo cũng như yêu cầu của một NHBL hiện đại.

### Về công tác marketing và cung cấp dịch vụ

Các hoạt động marketing của Chi nhánh vẫn chưa có được sự chuyên nghiệp, bài bản kể từ khâu nghiên cứu thị trường, tiếp thị sản phẩm cho đến khâu “bán hàng” trực tiếp. Chi nhánh vẫn chưa có một chu trình chuẩn nào hướng dẫn cụ thể thực hiện các hoạt động marketing nên trong quá trình thực hiện một số chức năng của các phòng ban còn chồng chéo nhau. Ngay từ khâu đầu tiên của hoạt động marketing là nghiên cứu thị trường để phát hiện ra các nhu cầu mới của khách hàng thì Ngân hàng cũng chưa thực hiện được hoàn hảo, chưa đi sâu vào phân tích cụ thể nên sản phẩm chưa có tính cạnh tranh cao. Trong các khâu về quảng cáo, tiếp thị sản phẩm thì Chi nhánh cũng chưa thực sự chú trọng, mới chỉ là hình thức treo băng rôn quảng cáo tại các điểm, phòng giao dịch hay mẫu tin trên báo địa phương, chưa có được một đoạn quảng cáo hay như các ngân hàng khác. Các cán bộ phụ trách công tác bán và giới thiệu sản phẩm chưa được đào tạo bài bản về kỹ năng marketing, thuyết phục khách hàng, chưa chủ động trong việc giới thiệu và bán chéo sản phẩm.

### *2.3.2.2. Nguyên nhân*

Nguyên nhân khách quan

Môi trường kinh tế

Thương mại thế giới tăng trưởng chậm do kinh tế thế giới phục hồi chưa bền vững, nhu cầu tiêu dùng giảm, nhất là tại Trung Quốc, Brazil, Nhật Bản... Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) ngày 27-9-2016 đã hạ mạnh mức dự báo tăng trưởng thương mại thế giới trong năm nay, cụ thể giảm 1,1% từ mức 2,8% đưa ra trong dự báo hồi tháng 4 vừa qua xuống 1,7%, là năm thứ 5 liên tiếp ở mức dưới 3%.

Giá cả hàng hoá thế giới tiếp tục diễn biến phức tạp, trong báo cáo định kỳ về triển vọng hàng hóa được công bố ngày 12-10-2016, Ngân hàng Thế giới nâng dự báo giá dầu trung bình cả năm 2016 lên 43 USD/thùng, tăng so với con số dự báo 41 USD/thùng trước đó do thoả thuận đóng băng sản lượng của OPEC vào cuối tháng 9.

Tình hình tài chính tiền tệ trong 10 tháng đầu năm có nhiều biến động. Ngân hàng Trung ương Mỹ (Fed) tiếp tục trì hoãn việc tăng lãi suất (hiện mức lãi suất của Mỹ vẫn dừng lại ở biên độ 0,25-0,5%) và phát đi tín hiệu sẽ tăng lãi suất vào cuối năm 2016.

Trong thời gian tới, tình hình thế giới dự báo tiếp tục diễn biến phức tạp, khó lường, ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế thế giới. Nhiều tổ chức quốc tế đều có chung nhận định kinh tế thế giới trong thời gian tới tiếp tục phục hồi nhưng chậm.

Phục hồi tăng trưởng kinh tế thế giới sẽ tiếp tục đối mặt với những rủi ro bởi diễn biến khó lường của thị trường tài chính, tiền tệ, thị trường dầu thô, thị trường chứng khoán và giá cả các mặt hàng chiến lược diễn biến phức tạp; tình hình bất ổn chính trị, khủng bố, khủng hoảng người nhập cư, thiên tai, dịch bệnh, biến đổi khí hậu gia tăng tại một số khu vực...

Trong điều hành, NHNN sử dụng linh hoạt các công cụ để điều tiết thanh khoản hệ thống dư thừa hợp lý, lãi suất liên ngân hàng ở mức thấp, qua đó tạo điều kiện ổn định lãi suất thị trường. Đồng thời NHNN chỉ đạo các TCTD thực hiện các biện pháp cân đối vốn duy trì ổn định lãi suất huy động, tiết giảm chi phí, nâng cao hiệu quả kinh doanh để có điều kiện giảm lãi suất cho vay, điều chỉnh tỷ lệ nguồn vốn ngắn hạn để cho vay trung dài hạn giảm dần theo lộ trình góp phần giảm áp lực lãi suất cho các TCTD. Mặt bằng lãi suất huy động sau

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

khi tăng 0,2-0,3%/năm trong 3 tháng đầu năm thì từ tháng 4 đã ổn định, đặc biệt giữa tháng 4 và từ cuối tháng 9/2016, một số TCTD đã giảm 0,3-0,5%/năm lãi suất huy động, giảm khoảng 0,5-1%/năm lãi suất cho vay đối với sản xuất kinh doanh, lĩnh vực ưu tiên. Lãi suất cho vay hiện phổ biến khoảng 6-9%/năm đối với kỳ hạn ngắn và 9-11%/năm đối với trung và dài hạn; khách hàng tốt, lãi suất cho vay ngắn hạn từ 4-5%/năm.

Ảnh hưởng của nền kinh tế cũng tác động rất mạnh đến thu nhập của người dân, từ đó mà ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng, đến khả năng tiếp cận với các dịch vụ ngân hàng hiện đại.

Chính phủ và NHNN đã ban hành rất nhiều các văn bản luật, quy chế liên quan đến hoạt động ngân hàng và không ngừng sửa đổi, hoàn thiện sao cho phù hợp với những đổi mới của nền kinh tế, nhưng thực sự là hệ thống pháp luật về ngân hàng hiện nay vẫn chưa hoàn chỉnh, chưa đồng bộ, chưa đủ khả năng bao quát hết các vấn đề, các trường hợp có thể xảy ra. Do đã gia nhập vào WTO, tức là hội nhập với nền kinh tế thế giới, chịu ảnh hưởng một phần của luật pháp quốc tế nên đòi hỏi luật pháp Việt Nam cũng phải phù hợp, không gây ra sự chòng chẹo hay trái ngược, gây khó khăn cho các ngân hàng trong nước cũng như ngân hàng nước ngoài vào kinh doanh tại Việt Nam, đòi hỏi NHNN phải sớm đưa ra một văn bản luật hoàn chỉnh, toàn diện nhất về hoạt động ngân hàng, đặc biệt là hoạt động mới như các dịch vụ NHBL.

Trong điều kiện công nghệ hiện đại ngày càng được ứng dụng nhiều trong hoạt động ngân hàng như hiện nay, các văn bản pháp quy lại chủ yếu được xây dựng trên cơ sở các giao dịch thủ công với nhiều loại giấy tờ và quy trình xử lý nghiệp vụ phức tạp, do vậy đã không còn phù hợp nữa, gây khó khăn cho các NHTM khi muốn triển khai dịch vụ mới. Để phát triển dịch vụ NHBL cần có một cơ chế đơn giản, gọn nhẹ hơn, thống nhất đồng bộ và dễ hiểu, đảm bảo lợi ích cho cả ngân hàng và khách hàng. Hệ thống các văn bản pháp luật liên quan đến việc cung cấp, sử dụng các dịch vụ ứng dụng Internet cũng như cơ chế về thanh toán điện tử không dùng tiền mặt trong nền kinh tế còn thiếu. Vì vậy, Chi nhánh gặp khó khăn trong việc triển khai dịch vụ, không biết làm như thế nào mới đúng pháp luật, kể cả người dân cũng còn ngần ngại khi sử dụng.

Bên cạnh những bất cập đó, ở Việt Nam hiện nay vẫn chưa có trung tâm thông tin cho khách hàng cá nhân và thiếu sự chia sẻ thông tin giữa các ngân hàng. Việt Nam chỉ có một trung tâm thông tin tín dụng (CIC) của NHNN mà

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

các thông tin được lưu trữ chủ yếu là về khách hàng doanh nghiệp, các hoạt động tiền tệ cho các bên liên quan, thông tin tín dụng cá nhân còn rất hạn chế.

### Môi trường dân cư, văn hóa-xã hội

Văn hóa tiêu dùng có ảnh hưởng lớn đến hoạt động của các ngân hàng kinh doanh trong lĩnh vực bán lẻ. Mặc dù đã có các siêu thị, cửa hàng, trung tâm thương mại lớn với những máy ATM, POS hiện đại nhưng người dân Việt Nam nói chung cũng như người dân trên địa bàn thành phố Hải Phòng nói riêng vẫn có thói quen mua bán tại các chợ, ngoài đường phố, các hàng rong rao đến tận nhà,... Đến 80% chi tiêu bán lẻ được thanh toán bằng tiền mặt. Trình độ dân trí còn thấp, thói quen cất giữ và sử dụng tiền mặt đã bám sâu vào các tầng lớp dân cư khiến cho dịch vụ ngân hàng hiện đại khó lòng thâm nhập vào đời sống người dân. Họ ngại thay đổi cái mới và nhu cầu sử dụng các dịch vụ hiện đại của họ thực sự chưa cần thiết phải có. Do đó, khách hàng cá nhân của Chi nhánh hiện nay chủ yếu là những người có thu nhập cao, các CBCNV Nhà nước, những người có trình độ hiểu biết về công nghệ hiện đại, cuộc sống bận rộn nên muốn dùng những sản phẩm có nhiều tiện ích. Để thay đổi được tâm lý, thói quen của dân cư cần phải có thời gian, sự nỗ lực, cố gắng không chỉ của OCB Hải Phòng mà còn của các cấp lãnh đạo, các nhà quản lý.

### Môi trường kỹ thuật công nghệ

Công nghệ cũng là yếu tố tiên quyết để phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại như Home banking, internet banking,... Hiện nay, trên địa bàn thành phố Hải Phòng đang có sự cạnh tranh của hai công ty viễn thông lớn là VNPT và FPT, nhiều chương trình khuyến mại lớn được đưa ra, số lượng các gia đình có máy tính nối mạng tăng lên, các dịch vụ ngân hàng điện tử cũng gần gũi hơn với khách hàng. Tuy nhiên, chất lượng phục vụ viễn thông còn thấp, an ninh mạng kém, thỉnh thoảng bị ngưng hoạt động gây nhiều phiền toái cho khách hàng sử dụng. Mặc dù đã có những cải tiến đáng kể song tốc độ phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin trong ngân hàng còn chậm, cơ sở hạ tầng kỹ thuật thông tin truyền thông còn yếu, tiến hành đầu tư thiếu đồng bộ, thiếu hiệu quả, nhanh chóng bị lạc hậu sau khi đưa vào hoạt động. Điều bất cập nữa là chính các cán bộ làm việc tại OCB Hải Phòng lại không được tiếp cận với mạng internet, máy tính trong toàn chi nhánh ngoại trừ các máy dành cho khách hàng thì đều không được nối mạng mà chỉ có mạng truy cập nội bộ.

### Nguyên nhân chủ quan

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

-Việc xác định rõ các khối kinh doanh (bán buôn, bán lẻ, vốn và kinh doanh vốn), khối tác nghiệp mới chỉ là bước khởi đầu. Chi nhánh vẫn chưa có một chiến lược dẫn đường cho phát triển kinh doanh bán lẻ. Công tác đào tạo cán bộ của Chi nhánh về các kỹ năng phục vụ cho việc phát triển dịch vụ NHBL tuy bước đầu đã được triển khai nhưng chưa thực sự có hệ thống, đúng đối tượng và chưa cụ thể đến từng sản phẩm dịch vụ.

-Ngân hàng vẫn chưa thực sự quyết tâm trong việc chuyển hướng từ một ngân hàng luôn cung cấp các sản phẩm truyền thống sang một ngân hàng cung cấp toàn diện các dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ NHBL và dịch vụ ngân hàng hiện đại. Chi nhánh vẫn đặt nặng vào nhiệm vụ tăng trưởng, đạt được kế hoạch hàng năm mà OCB trung ương giao phó chứ chưa thực sự quan tâm đến vấn đề tiếp thị, khai thác thị trường để phát triển sản phẩm mới cho phù hợp với tình hình cụ thể trên địa bàn. Do đó, đối tượng khách hàng chủ yếu của Chi nhánh vẫn là các doanh nghiệp lớn, các dự án đòi hỏi nhiều vốn chứ chưa mở rộng sang các khách hàng cá nhân, các DN VVN. Vấn đề phát triển dịch vụ mới chưa được đầu tư đúng mức, các sản phẩm bán lẻ chủ yếu vẫn là huy động vốn và cho vay, chưa tạo ra được sự khác biệt hoàn toàn về tiện ích dịch vụ so với các ngân hàng khác, phần lớn các sản phẩm đều được triển khai sau khi các NHTM khác đã triển khai thành công. Ngoài ra, Chi nhánh vẫn chưa có được một Trung tâm dịch vụ hỗ trợ khách hàng (Call Center) để giải đáp thắc mắc của khách hàng nhằm nâng cao chất lượng phục vụ.

- OCB Hải Phòng là chi nhánh cấp 1 trực thuộc NHTMCPĐ Việt Nam, có tiềm lực tài chính mạnh, nhưng những đầu tư về mặt công nghệ cho các dịch vụ ngân hàng hiện đại vẫn chưa được triển khai tốt, còn nhiều thiếu sót, trong tương lai cần được khắc phục, chăm lo chu đáo hơn nữa, bởi công nghệ là nền tảng phát triển của một ngân hàng hiện đại trong thời đại mới.

- Các hoạt động marketing của Chi nhánh còn nghèo nàn là do chưa được triển khai cụ thể và chu đáo, mới chỉ là những đường lối chung chung, chưa có được một chiến lược chuyên nghiệp và bài bản để đạt được thành công khi đưa vào thực hiện.

- Mạng lưới các kênh phân phối của Chi nhánh trong thời gian qua dù đã được phát triển và nâng cấp nhiều nhưng vẫn còn ít so với địa bàn thành phố, không thể sánh bằng mạng lưới của NHNN nên chưa tiếp cận được với nhiều đối tượng khách hàng cá nhân để quảng cáo, tiếp thị họ sử dụng dịch vụ của



## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

OCB. Hơn nữa, mạng lưới hoạt động của Chi nhánh chỉ trên địa bàn TP Hải Phòng, khu vực Kinh Môn, Cẩm Giàng và Nam Sách tập trung nhiều tổ chức tín dụng, vì vậy việc huy động vốn từ dân cư, các tổ chức kinh tế, phát triển dịch vụ còn khó khăn.

- Một nguyên nhân nữa là hiện nay phần lớn các ngân hàng đều đã có dịch vụ NHBL nhưng lại chưa có sự liên kết với nhau trong hoạt động, mới chỉ là liên kết trong việc sử dụng thẻ ATM, do đó khi thực hiện các dịch vụ cho từng khách hàng cá nhân còn mất rất nhiều thời gian. Nguyên nhân dẫn đến tình trạng này là do năng lực về công nghệ còn hạn chế và vai trò của NHNN còn mờ nhạt. Lợi ích khi các ngân hàng liên kết với nhau không những mang lại thuận tiện cho khách hàng mà còn có lợi thế về quy mô hoạt động, lợi thế kinh tế theo quy mô càng lớn, số người tham gia càng nhiều, chi phí càng thấp và càng thuận tiện cho người sử dụng. Với việc đầu tư để mở rộng kênh phân phối rộng khắp phục vụ khách hàng, không phải bất cứ ngân hàng nào cũng làm được mà phải có sự liên kết giữa các ngân hàng với nhau.

**CHƯƠNG 3**

**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG ĐÔNG - CHI NHÁNH HẢI PHÒNG**

**3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL TẠI OCB HẢI PHÒNG**

**3.1.1. Định hướng chung của NHTMCPĐ Việt Nam về dịch vụ NHBL**

Nhận thức được tầm quan trọng của việc phát triển dịch vụ NHBL trong điều kiện nền kinh tế nước ta đã hội nhập với thế giới, có nhiều ngân hàng nước ngoài nhảy vào cạnh tranh nhằm chiếm lĩnh thị trường đầy tiềm năng như Việt Nam, OCB đã thúc đẩy quá trình tiếp cận với các khách hàng cá nhân, DNVVN bên cạnh việc cố gắng duy trì các khách hàng truyền thống là các doanh nghiệp lớn. Thu nhập của người dân ngày càng gia tăng, Việt Nam mới đây đã được xếp vào một trong các quốc gia có mức thu nhập trung bình, tức là không còn bị xếp vào các nước nghèo như những năm trước, nhu cầu sử dụng các dịch vụ ngân hàng hiện đại của người dân theo đó cũng gia tăng. Điều này đặt ra cho OCB phải cung cấp các sản phẩm, dịch vụ hiện đại, trọn gói, có chất lượng cao và giá trị gia tăng cho phân đoạn thị trường bán lẻ.

Theo mô hình của các ngân hàng lớn trên thế giới, OCB đang có định hướng xây dựng thành một tập đoàn tài chính-ngân hàng vững mạnh, hoạt động trên nhiều lĩnh vực khác nhau, với mục tiêu cuối cùng vẫn là tối đa hóa lợi nhuận, đồng thời giảm thiểu các rủi ro xuống mức thấp nhất. Một bước ngoặt trong chiến lược kinh doanh của OCB mới đây là chuyển hướng hoạt động sang lĩnh vực thị trường bán lẻ, đa dạng hóa sản phẩm và mở rộng đối tượng khách hàng mà ngân hàng phục vụ. Tuy đi sau các NHTM khác một bước, nhưng OCB vẫn có lợi thế lớn là một ngân hàng nhà nước vững mạnh, thương hiệu và uy tín đã được khẳng định lâu năm trên thị trường tài chính tiền tệ Việt Nam. OCB có thể dựa vào các mối quan hệ lâu dài đã có với các đối tác doanh nghiệp, các kinh nghiệm hoạt động lâu năm trên thị trường để đẩy mạnh hoạt động bán lẻ của mình dù có là “lính mới” đi chăng nữa.

Mục tiêu của OCB trong dài hạn là trở thành một NHTM hàng đầu Việt Nam, cung cấp các sản phẩm có chất lượng cao cho các khách hàng mục tiêu, cả về sản phẩm bán buôn lẫn sản phẩm bán lẻ. Để đạt được mục tiêu dài hạn đó, OCB xác định các mục tiêu cụ thể cho giai đoạn 2015-2016 và tập trung để thực

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

hiện được mục tiêu này với 3 nội dung chính sau (theo dự thảo đề án NHBL của OCB):

- Tối đa hóa giá trị của khách hàng
- Tối đa hóa giá trị của cán bộ ngân hàng
- Đảm bảo ổn định tài chính

Mục tiêu cụ thể:

- Về khách hàng: Xây dựng nền tảng khách hàng ổn định, vững mạnh; nhanh chóng mở rộng nền tảng khách hàng bán lẻ thông qua việc cung cấp các dịch vụ bán lẻ có nhiều tiện ích và chất lượng cao, các dịch vụ trọn gói. OCB đưa ra mục tiêu đến năm 2016 có số lượng khách hàng bán lẻ chiếm khoảng 8% dân số Việt Nam; thị phần dư nợ bán lẻ và huy động vốn từ khách hàng cá nhân chiếm khoảng 10%.
- Đa dạng hóa và mở rộng các kênh phân phối bao gồm: tăng số lượng các chi nhánh từ 108 lên 125 vào năm 2016; nâng cao tính năng tiện ích của sản phẩm thông qua việc cung cấp cho khách hàng các dịch vụ bán lẻ chủ chốt; tăng số lượng ATM từ 1000 năm 2015 lên 1300 vào năm 2016.
- Phát triển dịch vụ: cung cấp cho khách hàng một danh mục đầy đủ các dịch vụ ngân hàng vào năm 2016, theo đó tiếp tục cập nhật các dịch vụ để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
- Nâng cao chất lượng dịch vụ bằng cách:
  - + Thực hiện triển khai các qui trình thủ tục của ngân hàng theo hướng thân thiện hơn với khách hàng.
  - + Triển khai hệ thống quản trị quan hệ khách hàng (CRM) để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của mọi đối tượng khách hàng.
  - + Cung cấp dịch vụ tư vấn tài chính thông qua đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp, có trình độ chuyên môn cao.

### **3.1.2. Định hướng cụ thể của Chi nhánh OCB Hải Phòng**

Là chi nhánh cấp 1 của hệ thống NHTMCPĐ Việt Nam, đã qua một thời gian dài xây dựng, phấn đấu và trưởng thành, OCB Hải Phòng luôn là một trong những chi nhánh hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ do Trung ương giao phó, là lá cờ đầu trong ngành ngân hàng của thành phố nhà suốt 3 năm liền. Do vậy, không đi lệch khỏi xu hướng phát triển chung của toàn hệ thống, Chi nhánh cũng đang từng bước nỗ lực xây dựng các dịch vụ NHBL bên cạnh các sản phẩm truyền thống, vận dụng linh hoạt các định hướng của trung ương vào điều kiện cụ thể

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

trên địa bàn. Theo đó, Chi nhánh đã đề ra các nhiệm vụ trọng tâm cho năm 2016 như sau:

- Tăng cường tính kỷ cương, kỷ luật, triệt để tuân thủ các chỉ đạo điều hành của các cấp; Thực hiện nghiêm túc các quy trình nghiệp vụ và quy trình ISO. Tăng cường công tác tự kiểm tra, giám sát các hoạt động kinh doanh không để xảy ra các sai phạm, vi phạm nghiêm trọng và nghiêm túc chỉnh sửa kịp thời các sai sót.
- Đảm bảo huy động được một nền vốn ổn định, chi phí hợp lý, tăng tỷ trọng nguồn vốn trung và dài hạn. Cho vay tuân thủ chặt chẽ quy trình. Tích cực xử lý nợ xấu, giảm nợ nhóm 2, giảm dư lãi treo. Tăng tỷ trọng dư nợ bán lẻ. Mở rộng các hoạt động dịch vụ nhằm nâng cao nguồn thu từ dịch vụ, đồng thời mở rộng đối tượng khách hàng là các cá nhân, DN/VN, tăng thị phần hoạt động trên địa bàn.
- Từng bước cơ cấu lại hoạt động, cơ cấu tài sản nợ - tài sản có, triệt để tiết kiệm trong kinh doanh.
- Hỗ trợ tích cực các doanh nghiệp vượt qua khó khăn thách thức của năm 2016.
- Tăng cường tuyên truyền, tiếp thị, thực hiện tốt chính sách khách hàng, nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.
- Làm tốt công tác chuẩn bị cho cổ phần hoá OCB.
- Hoàn thành toàn diện các chỉ tiêu kinh doanh, các nhiệm vụ NHTMCPĐ Việt Nam giao.

### **3.2. CÁC GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL TẠI OCB HẢI PHÒNG**

#### **3.2.1. Nâng cao năng lực quản trị điều hành hoạt động NHBL**

Con người luôn giữ vai trò quan trọng trong mọi hoạt động, dù cho hoạt động đó có được ứng dụng công nghệ hiện đại đến đâu, và trong lĩnh vực NHBL cũng vậy. Đặc biệt là đối với những người lãnh đạo, đứng đầu trong Chi nhánh, những người có trách nhiệm dẫn dắt, chỉ đạo hoạt động của Chi nhánh đi theo một đường lối đúng đắn thì vai trò lại càng quan trọng hơn nữa. Do vẫn nặng tâm lý hoạt động theo mô hình ngân hàng cũ, chủ yếu phục vụ cho các khách hàng lớn nên OCB Hải Phòng chưa thực sự chú trọng phát triển toàn diện được lĩnh vực NHBL, đòi hỏi phải thay đổi cung cách làm việc từ cấp cao để cho mọi tầng lớp nhân viên trong ngân hàng làm theo, đồng thời nên có một lãnh đạo Chi nhánh phụ trách riêng về mảng dịch vụ NHBL. Như vậy các hoạt động bán lẻ sẽ

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

được phân tách rõ ràng hơn, tăng hiệu quả hoạt động, tăng tính chịu trách nhiệm cho mỗi cá nhân hoạt động trong mảng này.

Ban lãnh đạo ngân hàng nên đưa ra một đề án, chiến lược cụ thể, từng bước cho lộ trình thực hiện phát triển dịch vụ NHBL, không nên chỉ ngồi đợi chỉ đạo của Ngân hàng cấp trên bởi điều kiện kinh doanh, địa bàn hoạt động của Hà Nội là rất khác so với Hải Phòng. Theo đó, nên nhanh chóng triển khai một trung tâm hỗ trợ, tư vấn cho khách hàng qua điện thoại (call center) để nâng cấp chất lượng phục vụ, tạo tâm lý, ấn tượng tốt với khách hàng.

Kinh doanh bán buôn khác so với kinh doanh bán lẻ, với hoạt động ngân hàng cũng vậy, trong hoạt động NHBL, nhiệm vụ của từng cá nhân, phòng, ban sẽ khác, đối tượng khách hàng nhiều hơn nên sẽ phải làm việc nặng hơn trước, do vậy, ban lãnh đạo cần đưa ra một chính sách khen thưởng, tuyên dương cụ thể, chính xác, đúng người để khuyến khích CBCNV làm việc, nâng cao tinh thần trách nhiệm hơn. Qua quan sát, theo dõi, nếu thấy cán bộ nào chưa hoàn thành tốt nhiệm vụ, chưa đủ khả năng công tác trong lĩnh vực bán lẻ thì nên hướng dẫn, đào tạo kỹ năng nghiệp vụ cho họ.

### **3.2.2. Tiếp tục hoàn thiện và phát triển các dịch vụ NHBL mới**

Như đã phân tích trong chương 2, một trong những mặt còn tồn tại trong việc phát triển dịch vụ NHBL của OCB Hải Phòng là các dịch vụ còn sơ sài, nghèo nàn, chưa tạo ra được sự khác biệt hoàn toàn, có khả năng cạnh tranh cao so với các NHTM khác trên địa bàn. Do vậy, một giải pháp cần thiết cho Chi nhánh lúc này là nghiên cứu phát triển các dịch vụ NHBL mới nhằm đa dạng hóa sản phẩm, phục vụ được nhiều đối tượng khách hàng.

#### ***Phát triển huy động vốn cá nhân, DN/VN***

Nguồn vốn huy động chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn phục vụ cho hoạt động kinh doanh của một ngân hàng, do đó, công tác huy động vốn luôn cần được chú trọng phát triển không ngừng. Tính từ đầu năm đến tháng 3/2016 nhất là sau đợt Tết nguyên đán vừa qua, theo thống kê của toàn ngành ngân hàng thì tổng lượng vốn nhàn rỗi huy động được từ khu vực dân cư đã tăng lên rõ rệt, nhưng việc người dân lựa chọn ngân hàng nào để gửi tiền và khả năng giữ được khách hàng trung thành gửi tiền ở ngân hàng mình là vấn đề đáng để bàn đến. Thông thường, một khách hàng cá nhân khi chọn ngân hàng để gửi tiền sẽ căn cứ vào một số tiêu chí sau: tính an toàn, lãi suất cao, gần nhà, thuận tiện cho việc đi lại và tiến hành các giao dịch, thủ tục đơn giản, nhanh chóng, thái độ phục vụ

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

của giao dịch viên,... OCB Hải Phòng cần dựa trên các tiêu chí xuất phát từ nhu cầu của khách hàng như vậy mà có chiến lược cụ thể tiếp tục hoàn thiện hơn nữa các sản phẩm huy động của mình:

- Cung cấp thêm một số sản phẩm huy động mới mà Chi nhánh chưa có như: tiết kiệm 12 tháng, lãi suất thả nổi theo kỳ; tiết kiệm bằng vàng; tiết kiệm có kỳ hạn bằng VND đảm bảo bằng USD,..., đồng thời thực hiện kèm theo một số chính sách ưu đãi về lãi suất cho các đối tượng khách hàng đặc biệt như: khách hàng gửi tiền kỳ hạn dài, khách hàng gửi tiền với số lượng lớn, khách hàng lâu năm,...

- Phát triển các tiện ích kèm theo mỗi loại hình sản phẩm như: chi trả lương hàng tháng qua tài khoản, thực hiện hình thức thanh toán các loại hóa đơn, nạp tiền điện thoại cho thuê bao trả trước qua máy ATM, dịch vụ gửi tin nhắn thông báo biến động về tài khoản, phát hành thẻ thấu chi,...

### ***Phát triển tín dụng bán lẻ***

Đa dạng hoá các sản phẩm là điểm mạnh và mũi nhọn để phát triển dịch vụ ngân hàng phục vụ cho cá nhân, DN/VN. Trong đó việc tập trung vào những sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao, có đặc điểm nổi trội trên thị trường sẽ tạo ra sự khác biệt trong cạnh tranh. Ngoài ra, việc phát triển, đa dạng hoá các sản phẩm tín dụng bán lẻ sẽ giúp cho việc phân tán rủi ro trong danh mục cho vay, góp phần nâng cao chất lượng tín dụng của Chi nhánh.

Qua phân tích, đánh giá chất lượng tín dụng bán lẻ của Chi nhánh, ta thấy mức độ thu nhập mà loại hình cho vay này mang lại cao hơn nhiều so với tỷ trọng của nó, chất lượng ngày càng được kiểm soát chặt chẽ hơn. Tuy nhiên, hiện nay các sản phẩm tín dụng bán lẻ của Chi nhánh còn rất hạn chế, chưa khai thác được nhiều thị phần, chưa tương xứng với tiềm năng phát triển trên địa bàn. Số sản phẩm triển khai mới dừng lại ở các sản phẩm chính là: cho vay DN/VN, cho vay CBCNV, cho vay hỗ trợ nhu cầu về nhà ở, cho vay mua ô tô và cho vay thấu chi thông qua tài khoản thanh toán, mức độ phân bổ cũng chưa đồng đều, chủ yếu tập trung vào cho vay DN/VN và cho vay hỗ trợ nhu cầu về nhà ở.

Nhu cầu đi du học đang dần phát triển trên địa bàn thành phố và được các bậc phụ huynh quan tâm khi định hướng nghề nghiệp cho con cái, nhất là đối với một bộ phận dân cư có thu nhập cao. Đồng thời việc xuất khẩu lao động cũng là một hướng được rất nhiều người quan tâm. Trong thời gian tới Chi nhánh có thể tiến hành khảo sát cụ thể và chính xác nhu cầu này trên địa bàn để phát triển sản

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

phẩm cho vay đi du học, cho vay xuất khẩu lao động nhằm bổ sung vào danh mục tín dụng bán lẻ. Hơn nữa, số lượng học sinh sinh viên trên địa bàn thành phố rất lớn, chịu sự quản lý của các trường đào tạo, vì vậy việc mở rộng sản phẩm tín dụng bán lẻ đến với đối tượng này cũng có thể tiến hành tương đối thuận lợi. Quá trình cổ phần hoá ngày càng diễn ra mạnh mẽ, đó cũng là nhiệm vụ trọng tâm của NHTMCPĐ Việt Nam trong năm 2016. Đây là những điều kiện rất tốt để chi nhánh triển khai “sản phẩm cho vay CBCNV mua cổ phiếu phát hành lần đầu trong các DNNN cổ phần hoá”. Để triển khai thành công các sản phẩm mới này trong danh mục tín dụng bán lẻ thì thời gian tới Chi nhánh cần chú trọng những công tác sau:

Nghiên cứu kỹ nhu cầu của người tiêu dùng trên địa bàn, đánh giá các sản phẩm mà các chi nhánh của các ngân hàng khác cung cấp, mức độ cạnh tranh của họ trên địa bàn thành phố. Trên cơ sở đó thành lập một bộ phận chuyên biệt có chức năng nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới theo định kỳ.

Phát triển sản phẩm dựa trên nhu cầu của thị trường, tiềm lực của Chi nhánh, xu thế biến động của môi trường kinh doanh và chu kỳ sống của sản phẩm. Đánh giá thời điểm hợp lý nhất để đưa sản phẩm ra thị trường.

Trong quá trình tìm kiếm, phát triển sản phẩm mới cần chú ý xác định rõ các thuộc tính và đặc điểm gắn với mỗi sản phẩm như: tên, nhãn hiệu, biểu tượng, điều kiện sử dụng, các điều kiện sau bán để tạo ra sự khác biệt trong sản phẩm so với các ngân hàng khác, nhấn mạnh thương hiệu của ngân hàng mình. Đồng thời phân biệt cụ thể từng loại sản phẩm, từng phương thức cho vay tương ứng giúp cho việc quản lý tín dụng sau cho vay được dễ dàng hơn.

Ban hành chính sách khách hàng hợp lý để giữ chân khách hàng truyền thống. Đồng thời thường xuyên quan tâm, tìm kiếm mở rộng khách hàng mới là những lao động có mức thu nhập ổn định, uy tín cao của những doanh nghiệp hoạt động trên địa bàn.

### ***Phát triển dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt***

Bên cạnh các hoạt động huy động vốn, tín dụng thì thanh toán không dùng tiền mặt chiếm tỷ trọng đáng kể trong các dịch vụ NHBL. Dịch vụ này không chỉ mang lại thu nhập cho ngân hàng mà còn mang lại lợi ích cho toàn xã hội, tiết giảm được các chi phí lưu thông tiền tệ, các giao dịch tiền mặt bất hợp pháp. Cùng với sự phát triển không ngừng của xã hội thì xu hướng phát triển loại hình

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

thanh toán này sẽ càng gia tăng, đây là bước tiến chung của các nước phát triển trên thế giới mà nước ta cần học tập và làm theo.

Hiện nay OCB Hải Phòng cũng như các ngân hàng khác đã thực hiện việc phát hành các loại thẻ ATM, thẻ tín dụng quốc tế, đồng thời lắp đặt các máy ATM, POS tại các khu đông dân cư, nhiều người qua lại. Để phát triển loại dịch vụ này hơn nữa, Chi nhánh cần tiến hành phân loại đối tượng khách hàng cụ thể cho từng loại thẻ nhất định, như thẻ ghi nợ nội địa chủ yếu sẽ được sử dụng bởi các cá nhân có mức thu nhập trung bình, các CBCNV được trả lương qua tài khoản, các sinh viên sống xa gia đình cần có một tài khoản riêng để nhận tiền từ nhà,...; thẻ tín dụng quốc tế thì ngược lại, chủ yếu sẽ dành cho người có thu nhập cao, thường xuyên phải đi công tác nước ngoài.

Đồng thời, Chi nhánh cũng cần mở rộng, đa dạng hơn nữa các tiện ích đi kèm với việc sử dụng thẻ cho khách hàng như: cung cấp hạn mức thấu chi, chuyển khoản, thanh toán hóa đơn các loại thông qua việc liên kết với các nhà cung ứng dịch vụ, gửi tiền tiết kiệm,...Phí dịch vụ cũng cần giảm xuống để nâng cao năng lực cạnh tranh so với các ngân hàng khác.

Mở rộng địa bàn hoạt động bằng việc lắp đặt thêm các máy ATM, POS hoặc có thể thực hiện mạng lưới liên kết giữa các ngân hàng để hạn chế kinh phí lắp đặt, sửa chữa hàng năm. Bên cạnh việc mở rộng cũng cần nâng cấp chất lượng hoạt động của các máy ATM đã có, đẩy nhanh tốc độ đường truyền thông tin trong mạng nội bộ của Chi nhánh.

Xây dựng chính sách marketing quảng bá dịch vụ thẻ sao cho ấn tượng, đi vào công chúng, chương trình quảng cáo thực hiện trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo, đài truyền hình địa phương và các điểm công cộng bằng việc treo băng rôn, khẩu hiệu,... nhằm khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ trong hoạt động hàng ngày, cố gắng thay đổi thói quen, tập quán tiêu dùng của người dân.

### ***Phát triển các dịch vụ NHBL khác***

- Đối với dịch vụ chuyển tiền kiều hối: trong một vài năm trở lại đây, xu hướng công nhân đi xuất khẩu nước ngoài, mong cải thiện cuộc sống ngày càng gia tăng, lượng kiều hối chuyển về do đó cũng tăng lên nhanh chóng, đóng góp khá lớn vào việc cải thiện đời sống cho người dân, nhất là ở các vùng nông thôn, có thể kể đến một vùng có khá nhiều thanh niên đã chọn con đường này như là huyện Thanh Hà. Hoạt động chuyển tiền kiều hối do đó trở nên sôi động và lại tạo ra sự cạnh tranh giữa các ngân hàng. Nhận thấy tiềm năng này, OCB Hải



## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Phòng là ngân hàng đầu tiên trên địa bàn phối hợp với các quỹ tín dụng nhân dân mở đại lý chi trả kiều hối, thu hút thêm khách hàng mở tài khoản. Nhưng song song với đó, Chi nhánh cũng nên thực hiện thêm một số giải pháp như:

+ Tổ chức các chương trình tuyên truyền, quảng cáo về dịch vụ kiều hối và chuyển tiền quốc tế; thiết lập kênh chuyển tiền kiều hối trực tiếp với các ngân hàng đại lý ở các quốc gia có nhiều người Việt sinh sống; liên kết với các công ty chuyển tiền trên thế giới.

+ Áp dụng chế độ tỷ giá linh hoạt và phí chuyển tiền phù hợp, thực hiện các hình thức ưu đãi cho một số đối tượng khách hàng đặc biệt như khách hàng lâu năm, khách hàng giao dịch với số tiền lớn,... Tặng thêm thời gian làm việc vào các mùa cao điểm như Noel, Tết nguyên đán,...

+ Nghiên cứu áp dụng phần mềm hiện đại phục vụ cho việc chuyển tiền kiều hối nhanh nhất.

- Dịch vụ ngân hàng điện tử: dịch vụ này muốn phát triển được mạnh trước hết đòi hỏi nhân dân phải có được một trình độ hiểu biết nhất định về công nghệ, do đó, bản thân Chi nhánh phải tăng cường các hoạt động quảng cáo, phổ biến cách thức sử dụng đến người dân. Các nhân viên giao dịch bên cạnh việc thực hiện các yêu cầu của khách hàng cũng nên chủ động tiếp thị cho sản phẩm này.

- Chi nhánh cũng cần tăng cường nghiên cứu thị trường để mở rộng thêm một số dịch vụ khác nhằm cung cấp trọn gói cho khách hàng như: quản lý tài sản, ủy thác đầu tư, tư vấn tài chính cá nhân,... Đây là các dịch vụ không cần chi phí bỏ ra ban đầu tốn kém mà Chi nhánh đã có sẵn nền tảng để cung cấp tốt các dịch vụ này như có lượng thông tin lớn về khách hàng, về biến động thị trường, kinh nghiệm làm việc lâu năm, tầm hiểu biết sâu rộng về lĩnh vực tài chính, nên tiềm năng lợi nhuận mà các dịch vụ này có thể mang về cho Chi nhánh là khá lớn.

### **3.2.3. Nâng cao năng lực tài chính, tạo điều kiện hiện đại hóa công nghệ**

Năng lực tài chính là một yếu tố quan trọng quyết định đến hình ảnh, uy tín của một ngân hàng trong con mắt của người dân. OCB Hải Phòng luôn được biết đến là một ngân hàng lớn, có uy tín, đã hoạt động lâu năm trên địa bàn, đây là một thế mạnh so với các NHTM mới mở khác. Để luôn giữ vững được hình ảnh tốt đẹp đó trong lòng nhân dân, Chi nhánh cần không ngừng nỗ lực nâng cao năng lực tài chính của mình, khẳng định vị thế trên địa bàn thông qua một số giải pháp cụ thể sau đây:

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

- Đẩy nhanh công tác chuẩn bị và sớm hoàn thiện quá trình cổ phần hóa mà ban Tổng giám đốc OCB đã đề ra từ lâu để tăng nguồn thu hút vốn từ dân cư, nâng cao tỷ lệ an toàn vốn và mức sinh lời của ngân hàng, tiếp theo bước chân của một số ngân hàng đã thành công khi chính thức đưa cổ phiếu niêm yết trên sàn chứng khoán như Á Châu, Sacombank, ...

### **- Công tác xử lý các khoản nợ khó đòi:**

+ Tiếp tục dùng quỹ dự phòng rủi ro để xử lý dứt điểm các khoản nợ không có khả năng thu hồi theo đúng lộ trình của OCB trung ương đề ra, coi đây là công tác trọng tâm, lâu dài.

+ Đối với các khoản nợ của các doanh nghiệp thuộc diện khó đòi nhưng xét ra vẫn có khả năng trả nợ trong tương lai, Chi nhánh tiến hành thương thảo với các doanh nghiệp để có biện pháp trả nợ gốc với lãi suất ưu đãi, đối với nợ lãi cũ áp dụng khoan nợ lãi.

+ Đối với các khoản nợ của các doanh nghiệp chây ì, dầy dụa hoặc nợ có tranh chấp, Chi nhánh nên đưa ra cơ quan chức năng tiến hành khởi kiện để thu hồi nợ đọng.

+ Đối với các khoản nợ thật sự khó có khả năng thu hồi, đề nghị với OCB trung ương bán hẳn các khoản nợ này cho các công ty mua bán nợ và khai thác tài sản để giảm thời gian quản lý nợ xấu và tài sản thế chấp đồng thời tập trung thời gian cho hoạt động kinh doanh.

### **- Công tác quản lý nợ:**

+ Để giảm bớt nợ xấu, ngân hàng cần kiểm soát và quản lý tốc độ tăng trưởng tín dụng bằng cách rà soát, đánh giá tình hình nợ thường xuyên, định kỳ phân loại nợ để nắm được thực trạng chất lượng dư nợ tín dụng.

+ Tổ chức xem xét, thẩm định kỹ, chặt chẽ trước khi cấp các khoản tín dụng mới, trong đó quan trọng là việc đánh giá và dự phòng rủi ro.

+ Đội ngũ cán bộ làm công tác tín dụng phải thật sự tận tâm với ngành nghề để mang lại sản phẩm tín dụng an toàn, hạn chế bớt rủi ro.

+ Tăng cường xử lý các khoản vay ngắn hạn thiếu tài sản đảm bảo, tăng cường kiểm tra mục đích sử dụng vốn vay nhằm hạn chế rủi ro tín dụng. Nên chấm dứt cho vay đối với những doanh nghiệp có năng lực tài chính quá yếu.

Sau khi đã có được một năng lực tài chính lớn mạnh nhờ các giải pháp trên, Chi nhánh sẽ có điều kiện để cải tạo cơ sở hạ tầng, hiện đại hóa công nghệ ngân hàng sao cho phù hợp với mô hình một ngân hàng năng động, phục vụ trên

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

nhieu lĩnh vực. Muốn các dịch vụ NHBL phát triển đòi hỏi Chi nhánh phải có một nền tảng công nghệ hiện đại, tốc độ nhanh, đảm bảo chất lượng cao ; hỗ trợ kịp thời, liên tục các thông tin quản lý kinh doanh cho lãnh đạo ; đảm bảo an toàn cho hệ thống khi vận hành để kịp thời đáp ứng tất cả các yêu cầu của khách hàng vào mọi lúc, mọi nơi. Các giải pháp cụ thể cần được tiến hành như sau :

- Xây dựng, mở thêm các phòng, điểm giao dịch mới kèm theo việc lắp đặt các máy ATM, POS tại các huyện mà Chi nhánh hiện vẫn chưa tiếp cận được để tận dụng triệt để mọi tiềm lực khách hàng, nâng cao năng lực cạnh tranh so với NHNN, vươn lên dẫn đầu về thị phần huy động vốn và tín dụng.

- Tiếp tục chỉnh sửa, hoàn thiện thêm hệ thống trang thiết bị hiện có, đảm bảo máy móc vận hành tốt, không bị hỏng hóc, mất dữ liệu, hay trục trặc về đường truyền trong quá trình hoạt động, đáp ứng được nhu cầu của khách hàng cũng như bản thân các cán bộ làm việc trong Chi nhánh.

- Ứng dụng các phần mềm quản lý mới phù hợp với hoạt động của NHBL. Trước đây, do chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực bán buôn, phục vụ các khách hàng lớn, dễ quản lý nên phần mềm của Chi nhánh còn tương đối đơn giản, nếu chuyển sang hoạt động trong cả lĩnh vực NHBL thì sẽ không còn phù hợp, không thể bóc tách riêng để dễ quản lý theo từng dòng sản phẩm riêng biệt.

- Đẩy nhanh việc xây dựng hệ thống Call Center để kịp thời giải đáp mọi thắc mắc, thu nhận các ý kiến đóng góp của khách hàng về các dịch vụ mà Chi nhánh cung cấp.

### **3.2.4. Đẩy mạnh và nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ NHBL**

Đa dạng hóa loại hình dịch vụ, phát triển về chiều rộng là điều cần thiết, song bên cạnh đó Chi nhánh cũng phải quan tâm đến chiều sâu, chất lượng của từng loại dịch vụ cung ứng để tạo sự tin tưởng tuyệt đối trong lòng khách hàng. Chất lượng của một dịch vụ phụ thuộc vào 2 yếu tố cơ bản là máy móc, trang thiết bị và công tác chăm sóc khách hàng. Do đối tượng khách hàng của dịch vụ NHBL là rất đa dạng, thuộc mọi tầng lớp dân cư trong xã hội, nên để tạo sự chủ động, linh hoạt cho các nhân viên trong quá trình thực hiện giao dịch thì Chi nhánh cần tiến hành phân loại khách hàng theo từng đối tượng cụ thể gồm :

- Khách hàng VIP : là những khách hàng có mức tín nhiệm cực kỳ tốt, khả năng tài chính lớn mạnh, có tiềm năng sử dụng nhiều loại hình dịch vụ và đem lại nguồn thu lớn cho Chi nhánh. Do đó cần có một chính sách chăm sóc khách hàng đặc biệt như thiết kế những sản phẩm dành riêng theo yêu cầu của họ, luôn

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

được ưu tiên thực hiện các thủ tục trước trong mọi giao dịch với ngân hàng,... Đồng thời, Chi nhánh nên thực hiện các chương trình tặng quà vào các dịp đặc biệt như sinh nhật, ngày lễ, tết,... để họ cảm thấy sự tận tình trong cung cách phục vụ của Chi nhánh, giữ chân được khách hàng lâu dài.

- Khách hàng trung lưu : là những khách hàng có thu nhập cao, ổn định, mức tín nhiệm tốt. Số lượng khách hàng thuộc nhóm này thông thường là nhiều nhất, có thể là CBCNV làm việc trong các cơ quan nhà nước, công nhân trong các doanh nghiệp được trả lương cao,... thường xuyên sử dụng các dịch vụ hiện đại của ngân hàng và hiểu biết khá rõ về các loại sản phẩm mà ngân hàng cung ứng. Khác với nhóm khách hàng VIP, tuy ít nhưng giá trị các lần giao dịch lớn, nhóm khách hàng này tuy nhiều nhưng giá trị giao dịch trung bình. Do đó, việc giữ chân được khách hàng cũ, mở rộng thêm đối tượng khách hàng mới là điều cực kỳ quan trọng, đòi hỏi nhân viên của Chi nhánh phải nhã nhặn, lịch sự, phục vụ chu đáo, nhanh chóng, đồng thời tích cực quảng bá cho các sản phẩm khác của Chi nhánh để nâng cao doanh thu từ việc bán chéo sản phẩm.

- Khách hàng bình thường : là những khách hàng có thu nhập thấp, ít sử dụng dịch vụ của Chi nhánh, thông thường là các học sinh, sinh viên chỉ sử dụng các máy ATM để thực hiện các giao dịch rút tiền, chuyển khoản phục vụ cho chi tiêu hàng ngày hoặc là tầng lớp bình dân, không có yêu cầu cao về chất lượng dịch vụ, chỉ quan tâm đến độ an toàn và lãi suất gửi tiền.

Như vậy, Chi nhánh cần phân chia khách hàng theo từng loại để có chính sách phù hợp, áp dụng hệ thống tính điểm khách hàng cá nhân nhằm giảm bớt rủi ro, giúp việc ra quyết định cho vay được nhanh chóng, chính xác.

### **3.2.5. Tăng cường hoạt động marketing**

Như đã phân tích, công tác marketing của Chi nhánh còn kém, chưa thực sự tạo được một ấn tượng đặc biệt, chưa có một phòng ban riêng chịu trách nhiệm về mảng này. Marketing không chỉ đơn thuần là thực hiện các công việc quảng cáo, giới thiệu sản phẩm mà còn bao hàm một loạt các bước tiến hành khác như: nghiên cứu, phân đoạn thị trường, phát hiện kịp thời nhu cầu thị trường, tìm ra sản phẩm mới để đáp ứng nhu cầu. Đây là các hoạt động không thể thiếu của một ngân hàng hiện đại. Tuy đã có mặt trên địa bàn từ lâu, nhưng xã hội, con người luôn thay đổi từng ngày, việc nghiên cứu thị trường do vậy cũng là việc luôn cần làm trong hoạt động của Chi nhánh. Cái đích của marketing là cung cấp những sản phẩm mà thị trường cần chứ không phải khuyến khích thị trường

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

dùng những sản phẩm mà ngân hàng có. Để đẩy mạnh hoạt động này, Chi nhánh có thể thực hiện những giải pháp cụ thể sau :

- Thành lập một phòng marketing chuyên nghiệp, phân công nhiệm vụ rõ ràng cho từng cá nhân, phát triển các chiến lược sản phẩm, chiến lược “giá”, chiến lược xúc tiến hỗn hợp.
- Đẩy mạnh hơn nữa công tác quảng cáo, giới thiệu các dịch vụ NHBL trên các phương tiện thông tin đại chúng, treo các băng rôn, khẩu hiệu tại những nơi được phép. Có biện pháp kết hợp quảng cáo với việc tài trợ cho các trò chơi trên truyền hình được nhiều khán giả xem để qua đó tuyên truyền về dịch vụ của mình.
- Cần thay đổi phương thức bán hàng, nếu như trước đây nhân viên ngân hàng chỉ ngồi tại Chi nhánh đợi khách đến giao dịch thì nay cần chủ động tìm kiếm khách hàng đến với mình bằng cách đến các công ty, doanh nghiệp tuyên truyền.
- Thực hiện nhiều hơn nữa các hoạt động, công tác xã hội chứ không đơn thuần là các hoạt động từ thiện, vì sự nghiệp xóa đói giảm nghèo của Chính phủ như tổ chức hội chợ, triển lãm, các cuộc thi chào mừng các ngày lễ tết dành cho từng đối tượng cụ thể,....
- Tổ chức các đợt khuyến mại, giảm giá phí dịch vụ như các đợt phát hành thẻ ATM miễn phí, chương trình bốc thăm trúng thưởng, tham gia con số may mắn,...

### **3.2.6. Đào tạo đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp, chuyên môn hóa theo từng lĩnh vực**

Như đã nói, con người luôn là trọng tâm, đóng vai trò then chốt trong mọi vấn đề, trong quá trình phát triển dịch vụ NHBL cũng vậy. Các nhân viên của Chi nhánh OCB Hải Phòng trước đây đã quen với cung cách làm việc bán buôn, chuyên phục vụ cho các khách hàng lớn, do vậy, việc chuyển đổi sang mô hình bán lẻ cũng cần có thời gian để cho nhân viên làm quen dần với cách làm việc mới, thay đổi bắt đầu từ trong tâm lý đến thái độ phục vụ khách hàng. Chiến lược phát triển NHBL cần nguồn nhân lực được đào tạo bài bản để tiếp cận được công nghệ thông tin áp dụng vào các sản phẩm dịch vụ. Đầu tư vào việc đào tạo nguồn nhân lực ngày hôm nay chính là mang lại thành quả cho tương lai.

Trước hết, để đào tạo đội ngũ cán bộ cũ quen với công tác phục vụ các sản phẩm NHBL, Chi nhánh cần mở lớp đào tạo, trang bị các kiến thức cơ bản nhất về công nghệ ngân hàng hiện đại, kinh tế thị trường tổng hợp, hoạt động

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

marketing trong ngân hàng, nhất là với các nhân viên thuộc phòng quan hệ khách hàng và phòng dịch vụ khách hàng. Do là những người trực tiếp gặp gỡ với khách hàng, nên các nhân viên ở quầy giao dịch đóng vai trò rất quan trọng trong việc thu hút khách hàng, quyết định khả năng cạnh tranh của ngân hàng, đòi hỏi họ phải nắm chắc các nghiệp vụ phát sinh, các quy trình xử lý để tiến hành các thủ tục nhanh gọn, tiết kiệm thời gian. Họ cần phải được đào tạo kỹ, bài bản về khả năng giao tiếp, kỹ năng bán hàng, có khả năng tuyên truyền, quảng cáo, thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ của Chi nhánh. Ngoài ra cần tập trung đào tạo, nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ thuộc phòng điện toán để họ có thể vận hành thành thạo các thiết bị điện tử, nghiên cứu khai thác, sử dụng tối đa các tính năng của phương tiện, công nghệ hiện đại để nâng cao chất lượng và hiệu quả của các mặt hoạt động, từ đó sáng tạo các sản phẩm phần mềm mới có tính ứng dụng cao trong hoạt động NHBL.

Để có được một đội ngũ cán bộ tốt, chất lượng cao thì Chi nhánh phải thực hiện sát sao ngay từ khâu tuyển dụng, lựa chọn đúng chuyên ngành, lĩnh vực làm việc để giảm bớt áp lực về chi phí, thời gian, công sức cho việc đào tạo lại. Hiện nay, việc tuyển dụng nhân viên mới trong toàn hệ thống OCB đã được chuyển về một mối, đều do OCB trung ương phụ trách khâu thi đầu vào, tại các Chi nhánh chỉ thực hiện vòng phỏng vấn cuối cùng. Do đó, OCB Hải Phòng cần cân đối nhân lực trong các phòng ban để đưa số lượng chỉ tiêu chuẩn xác lên cấp trên, đảm bảo hoàn thành được công tác, tránh lãng phí lao động và quỹ tiền lương đơn vị.

Chi nhánh nên có quỹ đầu tư cho các tài năng trẻ, cấp học bổng cho các sinh viên giỏi hiện đang được đào tạo trong các trường đại học lớn chuyên ngành về tài chính-ngân hàng có cam kết sau khi tốt nghiệp ra trường sẽ về Chi nhánh làm việc. Hiện nay, trên địa bàn thành phố đã có Sacombank thực hiện chương trình này với tên gọi “ươm mầm cho những ước mơ”, Chi nhánh cũng nên học tập và thực hiện theo.

Gắn kết giữa công tác đào tạo và sử dụng nguồn nhân lực, lấy việc đáp ứng mục đích sử dụng làm mục đích cuối cùng và thước đo đánh giá hiệu quả công tác đào tạo. Bên cạnh đó, Chi nhánh cũng nên chú trọng đến công tác khen thưởng hấp dẫn, phù hợp, chính xác, đúng người để tạo động lực hăng hái làm việc cho CBCNV, giữ vững được đội ngũ nhân viên trung thành, tận tụy và đặc biệt là có chất lượng cao. Hiện nay, chính sách lương thưởng của OCB Hải

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Phòng nếu so với một số NHTM khác trên địa bàn thì vẫn chưa sánh bằng. Tuy mức độ làm việc là như nhau nhưng CBCNV ở những ngân hàng đó vẫn được hưởng nhiều ưu đãi hơn so với nhân viên của Chi nhánh, do đó, Chi nhánh cần có những cải tiến cho phù hợp hơn.

### **3.2.7. Đa dạng hóa các kênh phân phối và thực hiện phân phối hiệu quả**

Trong xu thế hội nhập, cạnh tranh trên thị trường NHBL ngày càng gay gắt, phát triển dịch vụ NHBL được xác định là một định hướng chiến lược quan trọng của các NHTM Việt Nam. Trong đó, việc phát triển các kênh phân phối là một trong những giải pháp tiên quyết, đòi hỏi OCB Hải Phòng phải tích cực phát triển mạng lưới các phòng giao dịch vệ tinh với mô hình gọn nhẹ. Bên cạnh việc duy trì và mở rộng các kênh phân phối truyền thống, Chi nhánh cũng cần nghiên cứu và ứng dụng các kênh phân phối hiện đại, đồng thời tăng cường quản lý phân phối nhằm tối đa hóa vai trò của từng kênh phân phối một cách hiệu quả, đáp ứng yêu cầu giao dịch ở mọi lúc, mọi nơi như:

- Tăng cường hiệu quả và khả năng tự phục vụ của hệ thống ATM nhằm cung cấp nhiều loại dịch vụ khác nhau với chi phí rẻ hơn, nâng cấp hệ thống ATM thành những “ngân hàng thu nhỏ” trải đều khắp trên địa bàn thành phố. Đồng thời, phát triển mạng lưới các POS và tăng cường liên kết giữa các NHTM hoạt động trên thành phố Hải Phòng để nâng cao hiệu quả và mở rộng khả năng sử dụng thẻ ATM và POS;

- Phát triển loại hình ngân hàng qua máy tính và ngân hàng tại nhà nhằm tận dụng sự phát triển của máy tính cá nhân và khả năng kết nối internet. Trong đó, Chi nhánh cần sớm đưa ra các loại dịch vụ mới để khách hàng có thể đặt lệnh, thực hiện thanh toán, truy vấn số dư và thông tin về cam kết giữa ngân hàng và khách hàng, v.v;

- Phát triển loại hình ngân hàng qua điện thoại, đây là mô hình phổ biến với chi phí rất thấp, tiện lợi cho cả khách hàng và ngân hàng. Khách hàng có thể thực hiện giao dịch tại bất cứ thời gian, địa điểm nào;

- Mở rộng các kênh phân phối qua các đại lý như đại lý chi trả kiều hối, đại lý phát hành thẻ ATM, đại lý thanh toán.

Quá trình phát triển và hoàn thiện dịch vụ NHBL phải được thực hiện từng bước, vững chắc, đồng thời có bước đột phá để tạo đà phát triển nhanh chóng trên cơ sở giữ vững thị phần đã có và mở rộng thị trường, tạo nhiều tiện ích cho người sử dụng dịch vụ, kết hợp hài hòa lợi ích khách hàng với lợi ích của ngân hàng và có lợi cho nền kinh tế.

## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

Chìa khóa của chiến lược NHBL là phát triển CNTT, làm nền tảng phát triển kinh doanh và mở rộng các loại hình dịch vụ mới theo hướng tăng cường ứng dụng khoa học kỹ thuật và công nghệ tiên tiến, phát triển hệ thống giao dịch trực tuyến và từng bước triển khai mô hình giao dịch một cửa, hiện đại hóa tất cả các nghiệp vụ ngân hàng. Tăng cường xử lý tự động trong tất cả qui trình tiếp nhận yêu cầu khách hàng, thẩm định và xử lý thông tin, nâng cao chất lượng dịch vụ, đảm bảo tính bảo mật và an toàn trong kinh doanh.

### **3.3. KIẾN NGHỊ**

#### **3.3.1. Kiến nghị với Ngân hàng Thương mại Cổ phần Phương Đông Việt Nam**

Do là chi nhánh cấp 1 trực thuộc NHTMCPĐ Việt Nam nên mọi hoạt động của OCB Hải Phòng đều phải tuân thủ nghiêm chỉnh các nguyên tắc, điều lệ chung của toàn hệ thống, các mục tiêu, kế hoạch cụ thể mà OCB trung ương đặt ra. Bởi vậy, muốn thực hiện được tốt nhất các giải pháp đã đề ra, góp phần đưa Chi nhánh phát triển mạnh mẽ trong lĩnh vực dịch vụ NHBL, vươn lên dẫn đầu trong địa bàn thành phố cần có sự phối hợp, hỗ trợ từ Hội sở chính thông qua một số giải pháp cụ thể sau đây:

- Do đã hoạt động lâu năm trong lĩnh vực ngân hàng bán buôn, chủ yếu phục vụ cho các doanh nghiệp lớn, các dự án trọng điểm nên cung cách làm việc còn chưa thay đổi được hoàn toàn để phù hợp với tình hình mới, với phong cách của một NHBL hiện đại. OCB cần nâng cao năng lực quản trị điều hành, tạo sự thay đổi trong tâm lý ngay từ những người lãnh đạo để các nhân viên tiến hành thay đổi theo.

- OCB cần có chiến lược nghiên cứu thị trường trên quy mô lớn, không chỉ trên địa bàn các thành phố lớn như Hà Nội hay Thành phố Hồ Chí Minh mà còn ở các thành phố nhỏ, các vùng nông thôn để nhận ra những nhu cầu mới. Trên cơ sở đó triển khai, tung các sản phẩm mới ra thị trường với mục tiêu đa dạng hóa sản phẩm, đáp ứng được mọi nhu cầu của khách hàng mà vẫn mang bản sắc riêng của ngân hàng, tạo sự khác biệt hoàn toàn với các đối thủ cạnh tranh.

- OCB cần hỗ trợ về nguồn tài chính để Chi nhánh có điều kiện mở rộng địa bàn hoạt động sang một số huyện có nhiều tiềm năng phát triển mà vẫn chưa có phòng giao dịch của Chi nhánh, mở rộng mạng lưới các kênh phân phối dịch vụ bán lẻ.

- OCB cần có kế hoạch hoàn thiện hơn nữa mạng lưới CNTT của toàn hệ thống, có các chương trình riêng biệt phân tách theo từng dòng sản phẩm để tạo điều kiện dễ dàng hơn trong việc quản lý thu nhập, chi phí, từ đó xác định rõ



## **Khóa luận tốt nghiệp**

---

tình hình phát triển của sản phẩm để có hướng đi mới thích hợp. CNTT là nền tảng của dịch vụ ngân hàng trực tuyến nên tốc độ đường truyền phải được đảm bảo, dữ liệu về từng khách hàng phải được cập nhật ngay sau khi có giao dịch phát sinh, việc này không thể do từng Chi nhánh có thể quản lý mà OCB trung ương phải có chiến lược phát triển cụ thể.

- OCB cần đưa ra biểu phí dịch vụ mới hợp lý hơn để áp dụng trên toàn hệ thống do hiện tại phí của OCB còn cao hơn so với một số NHTM, làm giảm sức cạnh tranh trong việc cung ứng dịch vụ.

- OCB nên thành lập một phòng ban riêng chuyên chịu trách nhiệm về lĩnh vực marketing, đây là yêu cầu cấp thiết đặt ra đối với một ngân hàng hiện đại. Phòng marketing sẽ là nơi chịu trách nhiệm trong các khâu nghiên cứu thị trường, phát triển sản phẩm mới, thực hiện các chiến lược quảng bá, xúc tiến hỗn hợp để sản phẩm được tiếp cận gần gũi hơn với người tiêu dùng.

- OCB cần có chính sách mới về đào tạo nguồn nhân lực, mở các lớp tập huấn chuyên sâu về kỹ năng giao tiếp, bán hàng, tiếp thị sản phẩm,... cho các nhân viên giao dịch trực tiếp với khách hàng để nâng cao chất lượng phục vụ tại các chi nhánh. Khâu tuyển dụng cán bộ cần được thực hiện sát sao hơn, không để lỡ mất người tài, chọn đúng người vào đúng vị trí làm việc. Ngoài ra, chính sách lương thưởng cũng phải thay đổi cho phù hợp hơn nữa, tạo nên sự cạnh tranh bình đẳng giữa các nhân viên.

### **3.3.2. Kiến nghị với các cấp lãnh đạo thành phố Hải Phòng**

Do hoạt động trên địa bàn thành phố nên Chi nhánh OCB Hải Phòng cũng phải chịu sự quản lý của ban lãnh đạo thành phố như các NHTM khác. Trong những năm qua, Chi nhánh luôn nhận được sự quan tâm, chỉ đạo sát sao của thành phố, là một trong những ngân hàng đóng vai trò quan trọng trong quá trình đưa thành phố nhà đi lên phát triển sánh ngang cùng các địa phương khác, 3 năm liền được công nhận là lá cờ đầu trong ngành ngân hàng của thành phố. Bắt đầu chuyển đổi mô hình hoạt động sang TA2 nhằm phục vụ cho hoạt động kinh doanh bán lẻ đạt hiệu quả hơn từ năm 2015, Chi nhánh cần nhận được sự ủng hộ của lãnh đạo thành phố trong việc triển khai mở rộng mạng lưới các kênh phân phối đến các huyện cũng như trong các hoạt động tuyên truyền quảng cáo. Các cấp lãnh đạo cần có chính sách thông thoáng hơn nữa để tạo điều kiện cho các dịch vụ ngân hàng được phát triển mạnh mẽ, tạo tiềm năng thu hút vốn dân cư, phát triển các ngành nghề truyền thống của thành phố.

### **3.3.3. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước**

Hiện nay NHNN vẫn đóng vai trò lãnh đạo trong các hoạt động ngân hàng, để dịch vụ NHBL ở OCB cũng như các NHTM khác phát triển cho phù hợp với xu hướng chung của thế giới thì NHNN cần thực hiện một số giải pháp sau đây:

- Do là lĩnh vực mới, còn đang trong quá trình phát triển nên hoạt động NHBL vẫn chưa có một văn bản pháp luật cụ thể điều chỉnh. NHNN cần xúc tiến ngay việc đưa ra các chính sách, cơ chế hoạt động cụ thể để các NHTM biết hướng tiến hành và thực hiện, không để xảy ra tình trạng khi đã triển khai xong một dịch vụ mà NHNN lại đưa ra luật cấm cung cấp dịch vụ đó, gây khó khăn, lãng phí cho các ngân hàng. Các pháp lệnh đưa ra về dịch vụ NHBL cũng phải đảm bảo được sự chặt chẽ, thống nhất với những văn bản luật đã có trước đây cũng như phải phù hợp với các chuẩn mực quốc tế để tránh tình trạng lách luật của các ngân hàng nhỏ, đảm bảo môi trường hoạt động lành mạnh, an toàn, hiệu quả cao cho một lĩnh vực mới nổi như NHBL.

- Đưa ra quy định bắt buộc các NHTM phải chia sẻ các thông tin tín dụng. Điều này là phù hợp với tình hình kinh tế - xã hội biến chuyển phức tạp như hiện nay, đảm bảo an toàn trong hoạt động tín dụng cho bản thân các ngân hàng, tránh để xảy ra tình trạng một người dùng một tài sản thế chấp để đi vay tiền ở nhiều ngân hàng khác nhau, chiếm dụng vốn hàng trăm tỷ đồng như vụ việc vừa xảy ra trong thời gian qua ở Thành phố Hồ Chí Minh.

- Cần nâng cao vai trò của mình trong hoạt động ngân hàng, bởi vai trò của NHNN hiện nay còn rất mờ nhạt, không rõ ràng, chưa thực sự có tầm ảnh hưởng sâu rộng. NHNN cần đi tiên phong trong hoạt động đổi mới công nghệ, đặc biệt là trong các hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt phải tiến hành thông qua trung gian là NHNN để đẩy nhanh tốc độ, nâng cao chất lượng thanh toán, khuyến khích mọi thành phần kinh tế đều tham gia vào hoạt động này, hạn chế thanh toán bằng tiền mặt. Như vậy cũng là góp phần giúp cho các NHTM mở rộng việc phát hành các loại thẻ thanh toán hiện đại, nâng các khoản thu phí từ dịch vụ.

- NHNN cần có sự linh hoạt hơn trong việc điều hành chính sách tiền tệ quốc gia, đưa ra các mức lãi suất cơ bản, lãi suất trần huy động hợp lý với tình hình kinh tế hiện tại để tránh gây khó khăn cho các NHTM trong hoạt động huy động vốn cũng như hoạt động tín dụng.

**KẾT LUẬN**

Phát triển dịch vụ NHBL là một xu hướng tất yếu của các ngân hàng hiện đại trên thế giới, đặc biệt là trong giai đoạn mà nền kinh tế khắp nơi đang phải trải qua thời kỳ khó khăn, biến động khôn lường như hiện nay, cho vay các doanh nghiệp lớn sẽ chứa đựng rất nhiều rủi ro. Nhận thức được điều đó NHTMCP Phương Đông đã bắt đầu có những bước tiến mới sang lĩnh vực NHBL để theo kịp với thời đại, đồng thời góp phần gây dựng tên tuổi ngày càng lớn mạnh hơn trong lòng người dân.

Lĩnh vực NHBL vẫn còn khá mới mẻ đối với dân cư trên địa bàn thành phố Hải Phòng, do vậy, việc triển khai sẽ gặp nhiều khó khăn hơn các vùng khác, đòi hỏi sự nỗ lực cố gắng của toàn thể ban lãnh đạo cũng như CBCNV của Chi nhánh OCB Hải phòng. Tuy là mới, nhưng như vậy càng khiến cho thành phố trở thành nơi có nhiều tiềm năng phát triển hoạt động này đối với những ngân hàng biết tận dụng thời cơ. Với mong muốn những sản phẩm hiện đại, công nghệ cao của ngân hàng được tiếp cận với người dân thành phố nhà, giúp họ hiểu biết hơn lĩnh vực mới mẻ này để có thể lựa chọn sản phẩm dịch vụ có ích nhất, phù hợp nhất với mình, khóa luận đã nêu ra được những nội dung cơ bản sau đây:

- Lý luận cơ bản về dịch vụ NHBL và phát triển dịch vụ NHBL, kinh nghiệm của một số nước và bài học cho các NHTM Việt Nam.
- Thực trạng phát triển hoạt động NHBL của Chi nhánh OCB Hải Phòng, đánh giá chung về những kết quả đạt được, các mặt còn tồn tại và nguyên nhân.
- Đề ra một số giải pháp cơ bản cũng như các kiến nghị cần thiết để Chi nhánh có thể từng bước phát triển toàn diện các dịch vụ NHBL bên cạnh các sản phẩm truyền thống đã có.

Khóa luận được viết ra xuất phát từ những ý kiến mang tính chất chủ quan của em nên không tránh khỏi có những thiếu sót trong quá trình phân tích, đánh giá và đưa ra các giải pháp. Do vậy, em rất mong nhận được sự quan tâm, đóng góp ý kiến của thầy cô và các bạn sinh viên để khóa luận hoàn chỉnh hơn.

Cuối cùng, em xin chân thành cảm ơn sự chỉ dạy tận tình của cô giáo thạc sĩ Phạm Thị Nga và các anh chị công tác tại OCB chi nhánh Hải Phòng đã giúp em hoàn thành tốt khóa luận này.

**DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Luật các tổ chức tín dụng 2016
  2. Nghiệp vụ ngân hàng thương mại (2014). PGS.TS.Nguyễn Đăng Dòn
  3. Giáo trình tín dụng ngân hàng, Học Viện Ngân Hàng (2012)
  4. Giáo trình marketing ngân hàng, Học Viện Ngân Hàng (2012) TS.Trương Quang Thông
  5. Quản trị ngân hàng thương mại (2015), GS. TS. Nguyễn Văn Tiến
  6. Nghiệp vụ ngân hàng quốc tế (PGS.TS Lê Văn Tư - 2009)
  7. Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh các năm 2014, 2015, 2016, các số liệu do phòng Kế hoạch-Nguồn vốn của Chi nhánh Ngân hàng Thương mại Cổ phần Phương Đông Hải Phòng cung cấp.
  9. Một số thông tin do Phòng Công Nghiệp, Cục Thống kê thành phố Hải Phòng cung cấp.
  10. Tạp chí ngân hàng (2014, 2015, 2016)
  11. Thời báo ngân hàng (2014, 2015, 2016)
  12. Tạp chí Tài chính tiền tệ (2014, 2015, 2016)
- Các website: [www.sbv.gov.vn](http://www.sbv.gov.vn): Ngân hàng Nhà nước Việt Nam  
[www.OCB.com.vn](http://www.OCB.com.vn): NHTMCPĐ Việt Nam  
[www.economy.com.vn](http://www.economy.com.vn): Thời báo kinh tế Việt Nam  
[www.mof.gov.vn](http://www.mof.gov.vn): Bộ Tài Chính