

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ

Hướng đi mới, lâu dài và bền vững

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ (NHBL) ĐÃ ĐƯỢC CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI (NHTM) LỰA CHỌN LÀ XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN LÂU DÀI VÀ BỀN VỮNG, THỰC TẾ CHO THẤY NHTM NÀO XÂY DỰNG ĐƯỢC CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NHBL ĐỀU MANG LẠI SỰ THÀNH CÔNG, CHIẾM LĨNH ĐƯỢC THỊ TRƯỜNG VÀ MANG LẠI NGUỒN THU CHO NGÂN HÀNG. NHIỀU NGÂN HÀNG ĐÃ NHẬN THẤY TẦM QUAN TRỌNG CỦA LĨNH VỰC NÀY, TRONG ĐÓ CÓ CHI NHÁNH NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN KIÊN GIANG (BIDV KIÊN GIANG).

- TS. ĐỖ THỊ THANH VINH - Trường Đại học Nha Trang
- TS. ĐẶNG THANH SƠN - Trường Cao đẳng Cộng đồng Kiên Giang
- ThS. NGÔ XUÂN HIỀN - Trường Đại học Nha Trang

Hoạt động NHBL tại Chi nhánh BIDV Kiên Giang

Hoạt động huy động vốn: Chi nhánh đã đẩy mạnh triển khai nhiều sản phẩm huy động vốn như tiết kiệm dự thưởng, phát hành giấy tờ có giá, triển khai sản phẩm tiết kiệm linh hoạt, sản phẩm tiết kiệm tích lũy bảo an, tiết kiệm dành cho trẻ em, tiền gửi kết hợp,... với nhiều kỳ hạn và nhiều mức lãi suất linh hoạt theo sát diễn biến thị trường.

Hoạt động tín dụng bán lẻ (TDBL): Trước những khó khăn do khủng hoảng của nền kinh tế, với chính sách thắt chặt tín dụng nhưng hoạt động TDBL của Chi nhánh BIDV Kiên Giang vẫn đạt được mức tăng trưởng cao, đạt mức 399 tỷ đồng (so với 301 tỷ đồng dư nợ TDBL năm 2010 và 334 tỷ đồng dư nợ TDBL năm 2011). Tỷ trọng dư nợ TDBL trên tổng dư nợ năm 2012 lên đến 19,2%.

Hoạt động dịch vụ thanh toán: Đây là sản phẩm cơ bản, truyền

thống, đã được BIDV mở rộng mạng lưới trên khắp cả nước (với 118 chi nhánh, hơn 500 phòng giao dịch, 150 quỹ tiết kiệm) và liên kết với nhiều ngân hàng khác, thực hiện các hình thức thanh toán điện tử như thanh toán liên ngân hàng, thanh toán song phương nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu chuyển tiền cho khách hàng.

Dịch vụ kiều hối và Western Union:

- Dịch vụ kiều hối: Nếu như năm 2010 số lượng chi trả kiều hối chỉ đạt 1.177 món, với số tiền 674.242 USD thì đến năm 2012 số lượng chi trả kiều hối đạt 9.136 món, tăng 6,7 lần, với số tiền chi trả là 4.373.938 USD, tăng 5,4 lần. Trong đó số lượng chi trả kiều hối tại các đại lý phụ chiếm trên 60%.

- Dịch vụ chuyển tiền nhanh Western Union (WU): Nếu như dịch vụ kiều hối phát triển mạnh thì ngược lại dịch vụ chuyển tiền nhanh WU tại Chi nhánh rất kém, hầu như không có giao dịch nào

phát sinh trong những năm qua. Đa số các ngân hàng thường tư vấn cho khách hàng sử dụng các kênh chuyển tiền riêng biệt của họ. Chính vì vậy mà dịch vụ này chưa thể phát triển được.

Dịch vụ chi trả lương: Tính đến 31/12/2012, Chi nhánh đã thực hiện chi trả lương qua tài khoản cho 119 đơn vị (tăng 11 đơn vị so với năm 2011), tương ứng với 6.125 CBCNV (tăng 611 CBCNV so với năm 2011), doanh số thanh toán đạt 280,4 tỷ đồng (tăng khoảng 27,9 tỷ đồng so với năm 2011).

Dịch vụ thẻ: Trong giai đoạn từ năm 2010-2012, dịch vụ thẻ của Chi nhánh BIDV Kiên Giang có bước đột phá. Số lượng thẻ được chấp nhận trên ATM và POS gia tăng như thẻ BanknetVN, thẻ tín dụng quốc tế VISA/Plus. Với doanh số thu phí dịch vụ thẻ năm 2013 đạt 703 triệu đồng, tăng 71,9% so với năm 2011 và tăng 154,7% so với năm 2010, chiếm

tỷ trọng 9% trong tổng thu dịch vụ và đóng góp một phần đáng kể vào thu nhập của Chi nhánh.

Nhóm các dịch vụ ngân hàng điện tử: Tính đến 31/12/2012, thu ròng từ dịch vụ này đạt 346 triệu đồng, tăng 60,9% so với năm 2011 và chiếm tỷ trọng 4,4% trong tổng thu dịch vụ ròng năm 2012.

Các dịch vụ ngân hàng điện tử khác: Trong năm 2013, Chi nhánh đã tiếp tục triển khai rộng rãi việc ứng dụng internet vào hoạt động ngân hàng như cho phép khách hàng có thể chuyển tiền trực tuyến trong hoặc ngoài hệ thống BIDV, gửi tiết kiệm trực tuyến,... thông qua gói sản phẩm mới là BIDV Online, BIDV Business Online được nhiều khách hàng sử dụng và bước đầu đã có sự hài lòng từ những tiện ích mà sản phẩm này mang lại.

Lấy khách hàng làm trọng tâm

Có thể thấy, tháng 9/2008 được coi là dấu mốc đầu tiên cho hoạt động NHBL với việc chuyển đổi mô hình kinh doanh NHTM bán lẻ hiện đại, hướng tới mục tiêu lấy khách hàng làm trọng tâm. Năm 2010 là năm bản lề với việc kiện toàn mô hình tổ chức kinh doanh, xây dựng định hướng kế hoạch cho hoạt động kinh doanh NHBL. Hai năm 2011 và 2012 là giai đoạn vượt qua thử thách, vững bước đi lên. Với chiến lược phát triển hoạt động NHBL, cùng sự nỗ lực của tập thể cán bộ, hoạt động NHBL của Chi nhánh BIDV Kiên Giang đã đạt được những kết quả nổi bật với những bước tiến vững chắc trong thị trường bán lẻ.

Mặc dù có tới hơn 70 sản phẩm thuộc các dòng sản phẩm khác nhau nhưng hầu hết chưa tạo ra được sản phẩm khác biệt hơn so với các NHTM khác trên địa bàn. Số lượng khách hàng cá nhân gia

tăng nhưng chưa gắn kết với việc sử dụng các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng. Công tác chăm sóc khách hàng tại Chi nhánh chỉ mới dừng lại đối với những khách hàng VIP mà lãng quên đi khách hàng thân thiết. Công tác tuyên truyền quảng bá những sản phẩm dịch vụ mới chưa được đẩy mạnh và quan tâm đúng mức. Công tác phát triển TDBL chỉ tập trung chủ yếu phần lớn vào lĩnh vực sản xuất kinh doanh (chiếm tỷ trọng trên 78%), các sản phẩm cho vay khác chiếm tỷ trọng rất thấp, điều này cho thấy tính đa dạng hóa trong các sản phẩm cho vay tại Chi nhánh còn nhiều hạn chế.

Giải pháp phát triển dịch vụ NHBL

Đối với dịch vụ huy động vốn: Đẩy mạnh huy động vốn từ các khách hàng sử dụng dịch vụ tiền vay. Cần cung ứng các dịch vụ chất lượng cao và tiện ích đi kèm. Xây dựng chính sách khách hàng tiền gửi đa dạng theo đối tượng khách hàng.

Đối với dịch vụ tín dụng bán lẻ: Cải cách, giảm bớt và đơn giản hóa các thủ tục hành chính theo tiêu chí an toàn đối với các sản phẩm truyền thống. Đa dạng hóa các hình thức cấp tín dụng, phát triển hình thức tín dụng hạn mức cho khách hàng cá nhân. Tổ chức

các buổi hội thảo chuyên đề qua đó triển khai và tư vấn cho khách hàng.

Đối với dịch vụ thanh toán: Đa dạng hóa các kênh phân phối, dịch vụ thanh toán, lựa chọn và đưa ra những sản phẩm mới mang tính mũi nhọn, nâng cao năng lực cạnh tranh. Tạo sự gắn kết việc phát triển dịch vụ thanh toán với tín dụng tiêu dùng. Phát huy vai trò tư vấn trong việc phát triển dịch vụ thanh toán.

Đối với dịch vụ thẻ: Mở rộng đối tượng phục vụ, chú trọng vào các đối tượng mục tiêu; liên kết với Ngân hàng chính sách xã hội trên địa bàn, với các doanh nghiệp vay vốn.

Đối với dịch vụ kiều hối: Xây dựng nhiều chương trình khuyến mãi, các chính sách ưu đãi về phí dịch vụ cho các đối tượng khách hàng lớn, khách hàng truyền thống. Đa dạng hóa nhiều sản phẩm dịch vụ trọn gói đi kèm để phục vụ khách hàng.

Đối với dịch vụ ngân hàng điện tử: Thử nghiệm các dịch vụ ngân hàng điện tử như Internetbanking, Phonebanking, Homebanking,... dần dần chuyển sang phục vụ thanh toán qua ngân hàng điện tử. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đặc biệt ưu tiên phát triển nguồn nhân lực có trình độ kỹ thuật cao ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Đăng Dòn (2005), Tín dụng ngân hàng, Nhà Xuất bản Thống kê.
2. Nguyễn Đăng Dòn (2012), Quản trị ngân hàng thương mại hiện đại, Nhà Xuất bản Phương Đông.
3. Lê Thẩm Dương (2004), Nghiệp vụ ngân hàng, Nhà Xuất bản Thống kê.
4. Vũ Thị Ngọc Dung (2009), Phát triển hoạt động bán lẻ tại các ngân hàng thương mại Việt Nam, Luận án tiến sĩ kinh tế.
5. Nguyễn Thị Ngọc Hà (2008), Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Đầu tư và Phát triển tỉnh Ninh Thuận, Luận văn thạc sĩ.
6. Nguyễn Minh Kiều (2007), Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại, Nhà Xuất bản Thống kê.
7. Nguyễn Văn Lành (2009), "Phát triển dịch vụ thanh toán tại Vietcombank Quảng Ninh", Tạp chí Khoa học và Đào tạo ngân hàng số 88.2009, trang 33-39.
8. Nguyễn Đức Lệnh (09/2010), "Những giải pháp phát triển hiệu quả dịch vụ ATM", Tạp chí Thị trường tài chính tiền tệ số 18 (315).2010, trang 19-20.
9. BIDV (2011, 2012), Báo cáo thường niên, Hà Nội.