

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH**



ĐẶNG VĂN SANG

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC
CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG
CÔNG THƯƠNG CHI NHÁNH ĐỒNG THÁP
GIAI ĐOẠN 2007- 2015**

**CHUYÊN NGÀNH : TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG
MÃ SỐ : 60.31.12**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học : PGS. TS TRẦN HUY HOÀNG

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH - 2007

MỤC LỤC

Trang

PHẦN MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY	
1.1 KHÁI NIỆM VỀ CẠNH TRANH	3
1.2 CÁC KHUYNH HƯỚNG ẢNH HƯỞNG CẠNH TRANH TRONG LĨNH VỰC NGÂN HÀNG	4
1.2.1 Quá trình toàn cầu hóa kinh tế dẫn đến quá trình toàn cầu hóa hoạt động ngân hàng	4
1.2.2 Đòi hỏi của khách hàng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ	5
1.2.3 Những thay đổi mang tính cách mạng trong công nghệ ngân hàng	6
1.2.4. Sự gia tăng nhanh chóng danh mục dịch vụ ngân hàng	7
1.2.5. Sự gia tăng chi phí vốn trong hoạt động ngân hàng	8
1.3 ĐẶC ĐIỂM NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP TRONG NGÀNH NGÂN HÀNG	9
1.3.1 Thương hiệu nổi tiếng	10
1.3.2 Công nghệ ngân hàng	10
1.3.3 Sản phẩm, dịch vụ cung cấp trên thị trường	10
1.3.4 Giá cả	11
1.3.5 Khả năng tranh đua của các đối thủ cạnh tranh	11
1.3.6 Chất lượng nguồn nhân lực	12
1.3.7 Mạng lưới hoạt động	12
1.4 BÀI HỌC KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NGÂN HÀNG THÀNH CÔNG TRONG NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH	13
1.4.1 Về phát triển nguồn nhân lực	13
1.4.2 Phát triển sản phẩm mới tạo lợi thế cạnh tranh	13
1.4.3 Phát triển mạng lưới hoạt động	14
Kết luận chương 1	15
<u>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG ĐỒNG THÁP</u>	
2.1 TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG ĐỒNG THÁP	16
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của ngân hàng Công thương Đồng Tháp	16
2.1.1.1 Quá trình hình thành của Ngân hàng Công thương Đồng Tháp.	16
2.1.1.2 Chức năng hoạt động	17
2.1.1.3 Cơ cấu tổ chức	17

2.1.2 Tình hình hoạt động của Ngân hàng Công thương Đồng Tháp	19
2.1.2.1 Tình hình kinh doanh chung	19
2.1.2.2 Hoạt động huy động vốn	20
2.1.2.3 Hoạt động cho vay và đầu tư tín dụng:	21
2.1.2.4 Hoạt động kinh doanh ngoại tệ	22
2.1.2.5 Nghiệp vụ bảo lãnh.	23
2.2 PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG ĐỒNG THÁP	23
2.2.1 Môi trường hoạt động của ngành ngân hàng trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp.....	23
2.2.1.1 Hệ thống các tổ chức tín dụng trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp	23
2.2.1.2 Thực trạng cạnh tranh của ngành Ngân hàng trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp.....	24
2.2.2 Thực trạng năng lực cạnh tranh của Ngân hàng Công thương Đồng Tháp.....	29
2.2.2.1 Thương hiệu.	29
2.2.2.2 Công nghệ Ngân hàng.....	29
2.2.2.3 Sản phẩm, dịch vụ	30
2.2.2.4 Giá cả (hay mức lãi suất phí dịch vụ).	31
2.2.2.5. Khả năng của đối thủ cạnh tranh.....	31
2.2.2.6 Chất lượng nguồn nhân lực:	36
2.2.2.7 Mạng lưới hoạt động	36
2.2.3 Xác định vị thế của Ngân hàng Công thương Đồng Tháp trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp.....	37
2.3 ĐÁNH GIÁ CÁC ĐIỂM MẠNH VÀ ĐIỂM YẾU CỦA NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG ĐỒNG THÁP.....	38
2.3.1 Điểm mạnh:	38
2.3.1.1 Chiến lược tiếp thị, tạo dựng và phát triển ngân hàng.....	38
2.3.1.2 Nghiệp vụ tạo lợi thế cạnh tranh của ngân hàng Công thương Đồng Tháp.....	39
2.3.1.3 Nguồn nhân lực	42
2.3.2 Điểm yếu.....	42
2.3.2.1 Hạn chế về vốn.....	42
2.3.2.2 Hạn chế do tuân thủ quy trình của Ngân hàng Công thương Việt Nam	43
2.3.2.3 Hoạt động marketing ngân hàng chưa đi vào chiều sâu.	44
2.3.2.4 Không đi đầu trong việc áp dụng công nghệ ngân hàng hiện đại	44
2.3.2.5 Chưa có bộ phận nghiên cứu và phát triển.	45

2.3.2.6 Công tác thẩm định và kiểm soát tín dụng chưa triệt để.....	45
2.3.2.7 Chủng loại sản phẩm dịch vụ ngân hàng chưa đa dạng.....	46
2.3.2.8 Môi trường làm việc kém thăng tiến.....	46
2.3.2.9 Chưa xây dựng được thương hiệu.....	47
Kết luận chương 2	48
CHƯƠNG 3:	
MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG ĐỒNG THÁP GIAI ĐOẠN 2007 - 2015	
3.1 ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHỦ YẾU CỦA NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG ĐỒNG THÁP GIAI ĐOẠN 2007 - 2015.....	49
3.1.1 Định hướng phát triển của hệ thống Ngân hàng Công thương Việt Nam đến năm 2015	49
3.1.1.1 Mục tiêu tổng quát	49
3.1.1.2 Phương châm hành động.....	49
3.1.2 Mục tiêu phát triển của Ngân hàng Công thương Đồng Tháp đến năm 2015.....	49
3.2 QUAN ĐIỂM XÂY DỰNG GIẢI PHÁP	50
3.2.1 Phát huy thế mạnh	50
3.2.2. Hạn chế điểm yếu	50
3.2.3. Tận dụng cơ hội	51
3.3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG ĐỒNG THÁP GIAI ĐOẠN 2007 -2015.....	51
3.3.1 Nhóm các giải pháp phát huy điểm mạnh.	51
3.3.1.1 Giải pháp 1: Tăng cường quảng cáo khuyến mãi để xây dựng và quảng bá thương hiệu.....	51
3.3.1.2 Giải pháp 2: Xây dựng chiến lược khách hàng.....	52
3.3.1.3 Giải pháp 3: Phát triển nguồn nhân lực.	55
3.3.1.4 Giải pháp 4: Mở rộng và nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng. ..	56
3.3.2 Nhóm các giải pháp khắc phục điểm yếu.....	57
3.3.2.1 Giải pháp 1: Quản lý và kiểm soát rủi ro tín dụng.....	57
3.3.2.2 Giải pháp 2: Nâng cao chất lượng và mở rộng hoạt động các dịch vụ ngân hàng.	58
3.3.2.3 Giải pháp 3: Đưa nhiều phong trào thi đua – khen thưởng làm động lực thúc đẩy phát triển.....	60
3.3.2.4 Giải pháp 4: Thực hiện chính sách phân phối hiệu quả.....	62
3.3.2.5 Xây dựng, nâng cấp cơ sở vật chất, mạng lưới hoạt động kinh doanh.....	63
3.3.3 Nhóm các giải pháp tận dụng cơ hội	63
3.3.3.1 Giải pháp 1: Tranh thủ thời cơ hội nhập kinh doanh quốc tế	65

3.3.3.2 Giải pháp 2: Tận dụng cơ hội cổ phần hóa Ngân hàng công thương Việt Nam.	66
3.4 KIẾN NGHỊ:	67
3.4.1 Đối với Nhà nước và cơ quan quản lý nhà nước.....	67
3.4.1.1 Bảo đảm lộ trình và bước đi phù hợp với khả năng của Ngân Hàng Việt Nam.	67
3.4.1.2 Tham gia các điều ước, các diễn đàn quốc tế về lĩnh vực ngân hàng.....	67.
3.4.1.3 Đẩy nhanh tiến trình cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước kể cả hệ thống NHTMNN.	67
3.4.1.4 Xây dựng và hoàn thiện môi trường pháp lý ổn định và phù hợp với thông lệ quốc tế.	68
3.4.1.5 Phát triển hệ thống thông tin tập trung.....	68
3.4.1.6 Đầu tư hỗ trợ Ngân hàng và doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao.	69
3.4.2 Đối với Ngân hàng Công thương Việt Nam.....	69
3.4.2.1 Nâng cao khả năng chủ động hội nhập của toàn hệ thống.....	69
3.4.2.2 Hoàn thiện quy trình nghiệp vụ.	70
3.4.2.3 Xử lý dứt điểm nợ tồn đọng và làm sạch bảng cân đối càng sớm càng tốt.	70
3.4.2.4 Cổ phần hóa gắn liền với hiện đại hóa.....	70
3.4.2.5 Quyết định đầu tư thời cơ sở vật chất cho chi nhánh.....	70
3.4.2.5 Nâng cao thẩm quyền phán quyết và tự chủ do các chi nhánh.....	70
3.4.2.6 Nâng cao thẩm quyền phán quyết và tự chủ cho chi nhánh.....	71
Kết luận chương 3	72
KẾT LUẬN	73

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

ATM: máy rút tiền tự động.

ĐBSCL: Đồng Bằng Sông Cửu Long

NH: ngân hàng

NHCSXH ĐT: Ngân hàng chính sách xã hội chi nhánh Đồng Tháp.

NHCT ĐT: Ngân hàng công thương chi nhánh Đồng Tháp.

NHCTVN: Ngân hàng công thương Việt Nam.

NHĐT ĐT: Ngân hàng đầu tư và phát triển chi nhánh Đồng Tháp.

NHNN: Ngân hàng nhà nước.

NHNNo ĐT: Ngân hàng Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn chi nhánh Đồng Tháp.

NHNT ĐT: Ngân hàng ngoại thương chi nhánh Đồng Tháp.

NHPT NHÀ ĐT: Ngân hàng phát triển nhà Đồng Bằng Sông Cửu Long chi nhánh Đồng Tháp.

NHTM : Ngân hàng thương mại.

NHTMCP PN: Ngân hàng thương mại cổ phần Phương Nam

NHTMCP.ĐT: Ngân hàng thương mại cổ phần Đồng Tháp Mười.

NHTMCP: Ngân hàng thương mại cổ phần.

Quỹ TDND : Quỹ tín dụng nhân dân.

Sacombank ĐT: NHTMCP Sài Gòn Thương Tín nhánh Đồng Tháp.

TCTD: Tổ chức tín dụng.

USD: Đôla mỹ.

VND: Việt nam đồng.

WTO: Tổ chức thương mại thế giới.

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ

Bảng 2.1 : Kết quả hoạt động kinh doanh.

Bảng 2.2: Kết quả huy động vốn.

Bảng 2.3: Doanh số cho vay - thu nợ qua các năm.

Bảng 2.4: Hoạt động kinh doanh ngoại tệ.

Bảng 2.5: Hoạt động bảo lãnh.

Bảng 2.6: Hệ thống các tổ chức tín dụng trên địa bàn

Bảng 2.7: Cơ cấu thị phần tín dụng trên địa bàn.

Bảng 2.8 Hoạt động thanh toán quốc tế và kinh doanh ngoại tệ

*** SƠ ĐỒ:**

Hình 1.1: Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong ngành ngân hàng.

Hình 2.1 Tổ chức NHCT Đồng Tháp.

Hình: 2.2 Thị phần các NHTM tại Đồng Tháp.

PHẦN MỞ ĐẦU

Cạnh tranh đã là quy luật tồn tại tất yếu khách quan trong nền kinh tế thị trường. Cạnh tranh đã thúc đẩy các chủ thể luôn phải đổi mới, tự đổi mới, cải tiến, nâng cao năng lực bản thân để chiếm lấy những vị trí, những phần thưởng không thể dành cho tất cả. Và cũng chính những phần thưởng không phải dành cho tất cả nên nên để nắm lấy được phải vượt lên phía trước. Và thấy rằng trong mọi trường nào càng có số đông tham gia và giá trị phần thưởng càng cao thì sự cạnh tranh càng trở nên quyết liệt hơn.

Thực tế diễn ra cạnh tranh không riêng trên lĩnh vực kinh tế mà gần như trên tất cả các lĩnh vực trong đời sống. Trong kinh doanh ngành ngân hàng ở nước ta, số lượng các chủ thể tham gia ngày càng nhiều, đặc biệt có sự lớn mạnh của khối NHTMCP làm cho lát bánh thị phần luôn phải thay đổi và xu hướng hội nhập tài chính, ngân hàng thì môi trường cạnh tranh càng gay gắt hơn.

Đồng Tháp là tỉnh thuộc khu vực ĐBSCL, môi trường cạnh tranh lĩnh vực ngân hàng có thể nói khởi động từ khi tách hệ thống ngân hàng sang mô hình 2 cấp. Trên địa bàn chủ yếu là các NHTM nhà nước bắt đầu có sự tranh đua nhau và ngày càng mạnh mẽ hơn. Đến nay, bên cạnh khối các NHTM nhà nước còn có sự tham gia của nhiều NHTMCP như NHTMCP Sài Gòn thương tín, NHTMCP Sài Gòn,...cũng như sự lớn mạnh của các NHTMNN như Ngân hàng phát triển nhà ĐBSCL Chi nhánh Đồng Tháp, Ngân hàng Đầu Tư và Phát Triển chi nhánh Đồng Tháp, ..đưa đến sự cạnh tranh càng khốc liệt hơn.

Trước những tình thế đó, việc đưa ra “ Giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho Ngân hàng công thương Đồng Tháp đến năm 2015” là vô cùng cấp bách.

* **Cơ sở lý luận:** Cơ sở lý luận của vấn đề nghiên cứu là cạnh tranh – Quy luật vận động của kinh tế thị trường - đồng thời xuất phát từ thực tế hoạt động và năng lực cạnh tranh của Ngân hàng công thương Đồng Tháp, kết hợp so sánh, đánh giá, thực trạng năng lực cạnh tranh của các ngân hàng khác trên cùng địa bàn.

* **Mục đích nghiên cứu:** Đưa ra được những giải pháp về vĩ mô, vi mô nhằm nâng cao hơn nữa năng lực cạnh tranh của NHCT Đồng Tháp.

***Phương pháp nghiên cứu:** Sử dụng phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, vận dụng tổng hợp phương pháp của các môn khoa học kinh tế như Quản trị ngân hàng, quản trị học và các môn khoa học lý luận như triết học đồng thời luận án cũng sử dụng rộng rãi các phương pháp phân tích, tổng hợp, so sánh, mô tả, diễn giải.

Nguồn số liệu trong luận án được sử dụng trong các báo cáo hàng năm của NHCT Đồng Tháp, NHNN CN Đồng Tháp, khảo sát giá cả, lãi suất, biểu phí dịch vụ của các ngân hàng trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp.

* **Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:** NHCT Đồng Tháp trên cơ sở so sánh với các tổ chức tín dụng trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp như: NHNN Đồng Tháp, NHĐT Đồng Tháp, NHPT Nhà Đồng Tháp, Ngân hàng Sài Gòn Thương tín,...

* **Ý nghĩa thực tiễn của luận án:** Đưa ra giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của Ngân hàng Công thương Đồng Tháp giai đoạn 2007 – 2015 và là cơ sở các NHTM khác ứng dụng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

* **Nội dung:** luận văn gồm 3 chương.

Chương 1 luận văn nêu những lý luận về năng lực cạnh tranh của NHTM Việt Nam trong giai đoạn hiện nay, các khuynh hướng ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh cũng như đặc điểm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp ngành ngân hàng, đồng thời có những bài học kinh nghiệm của các ngân hàng thành công trong nâng cao năng lực cạnh tranh.

Chương 2 luận văn sẽ phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh của NHCT Đồng Tháp, nhận dạng ra những điểm mạnh, điểm yếu trong các yếu tố cạnh tranh qua đó xác định vị thế của mình trên cơ sở so sánh với các đối thủ cạnh tranh.

Chương 3 luận án sẽ đưa ra những giải pháp cụ thể để nâng cao năng lực cạnh tranh của NHCT Đồng Tháp giai đoạn 2007-2015 trên quan điểm phát huy điểm mạnh, hạn chế điểm yếu, tận dụng các cơ hội đồng thời có những kiến nghị thiết thực đối với Nhà nước và NHCTVN.

CHƯƠNG 1:

LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

1.1. KHÁI NIỆM VỀ CẠNH TRANH :

Trong quá trình phát triển và hội nhập kinh tế quốc tế nói chung, chúng ta đã nói rất nhiều, bàn nhiều về cạnh tranh, cạnh tranh trong nội tại nền kinh tế, cạnh tranh với các đối thủ đến từ bên ngoài, cạnh tranh để tồn tại phát triển, cạnh tranh để tự hoàn thiện, nâng cao hiệu quả hoạt động, cạnh tranh để củng cố và tăng cường các lợi ích kinh tế.

Lịch sử phát triển kinh tế đã chỉ ra rằng, nguồn gốc của cạnh tranh xuất phát từ hai điều kiện cơ bản nhất, đó là phân công lao động xã hội và tính đa nguyên chủ thể lợi ích kinh tế. Điều này đã làm xuất hiện các cuộc đấu tranh giành giật lợi ích kinh tế giữa những người sản xuất hàng hóa, cung cấp dịch vụ cũng như các tổ chức trung gian, thực hiện phân phối lại các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ. Cuộc đấu tranh đó dựa trên sức mạnh về tài chính, kỹ thuật công nghệ, chất lượng đội ngũ lao động, quy mô hoạt động của từng chủ thể.

Đối lập với cạnh tranh là độc quyền. Nền kinh tế Việt Nam nói chung và ngành ngân hàng nói riêng đã qua thời độc quyền. Kể từ khi mở cửa kinh tế, chuyển sang cơ chế kinh tế thị trường, đã bắt đầu xuất hiện cạnh tranh trong nội bộ nền kinh tế, nội bộ ngành, dần xuất hiện yếu tố cạnh tranh nước ngoài và mang tính quốc tế. Mặc dù vẫn còn những hạn chế nhất định đối với các tổ chức nước ngoài hoạt động tại Việt Nam, đặc biệt là trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng, song chúng ta đã ý thức rằng hội nhập quốc tế là một hiện thực và tất yếu, chúng ta đã, đang nỗ lực tham gia các tổ chức, hiệp hội kinh tế quốc tế, chuẩn bị các điều kiện để từng bước thực hiện các cam kết song phương và đa phương. Do đó, sự cạnh tranh ngày càng lớn, càng khốc liệt, cạnh tranh để duy trì và tăng cường lợi ích kinh tế, cạnh tranh để tự hoàn thiện mình, đảm bảo cho quá trình tồn tại và phát triển lâu dài, hướng tới

hoạt động với phạm vi và quy mô đa quốc gia, thực hiện tốt các nhiệm vụ kinh tế và sứ mệnh chính trị của đất nước.

Một doanh nghiệp, một tổ chức kinh tế muốn xác định được xu hướng cạnh tranh, loại hình cạnh tranh, phương thức cạnh tranh của ngành mình đang hoạt động thì việc đầu tiên là phải xác định các khuynh hướng ảnh hưởng đến cạnh tranh, xu hướng vận động của nền kinh tế, xu hướng vận động của ngành và được đặt trong mối tương quan chung của định hướng phát triển quốc gia, xu hướng phát triển của thế giới, từ đó có được những nhận thức đúng đắn để xác định đối thủ cạnh tranh của mình là ai, tiềm lực và lợi thế của họ là gì... Trên cơ sở đó, hoạch định cho mình định hướng và xây dựng phương thức cạnh tranh thích hợp, đảm bảo thực hiện tốt các mục tiêu đề ra.

1.2. CÁC KHUYNH HƯỚNG ẢNH HƯỞNG TỚI CẠNH TRANH TRONG LĨNH VỰC NGÂN HÀNG

1.2.1. Quá trình toàn cầu hóa kinh tế dẫn đến quá trình toàn cầu hóa hoạt động ngân hàng :

Thực tế cho thấy toàn cầu hóa kinh tế là một động lực mạnh mẽ thúc đẩy tiến trình hội nhập của các quốc gia, đặc biệt là việc hội nhập trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng. Trong quá trình đó, các NHTM đã không ngừng mở rộng quy mô hoạt động, mở rộng đối tượng khách hàng bằng cách vươn tới những thị trường xa hơn, vượt ra ngoài khuôn khổ quốc gia. Một trong những tiêu chuẩn để đánh giá mức độ hội nhập và khả năng phát triển của NHTM là tính đa quốc gia trong phạm vi hoạt động kinh doanh. Vì lẽ đó, nhiều chi nhánh của các NHTM đã được mở ra trên khắp các châu lục, nhiều vụ hợp nhất, sáp nhập đã diễn ra giữa các NHTM, quy mô trung bình của các NHTM bắt đầu tăng lên đáng kể. Xu hướng các NHTM lớn, giàu tiềm lực tài chính đang tìm mọi cách thâm nhập, thôn tính các NHTM nhỏ ở những quốc gia, nơi mà họ đến để tìm kiếm các cơ hội kinh doanh. Đây được xem là giải pháp chủ yếu trong việc thâm nhập thị trường cung cấp dịch vụ ngân hàng ở

các nước đang phát triển của các ngân hàng lớn, tạo ra tính đa quốc gia trong hình thức sở hữu của các NHTM.

Chính xu hướng phi quản lý hoá, sẽ giảm bớt các quy định, các hàng rào kiểm soát của các chính phủ đã đẩy nhanh quá trình toàn cầu hóa kinh tế. Những lợi ích mang lại từ quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đã giúp cho các NHTM năng động hơn, cạnh tranh mạnh mẽ hơn. Phạm vi cạnh tranh từ lâu đã không còn giới hạn trên phạm vi quốc gia mà diễn ra ở khắp các châu lục. Trong cuộc chơi này, các NHTM ở các nước tư bản phát triển, có quy mô lớn, mạnh về tiềm lực tài chính, giàu kinh nghiệm trong cạnh tranh quốc tế sẽ có nhiều lợi thế hơn so với các ngân hàng ở các nước đang phát triển, nguy cơ bị thôn tính của các ngân hàng ở những quốc gia này dễ xảy ra hơn, song nó cũng tạo ra những động lực nhất định để các ngân hàng có quy mô vừa và nhỏ ý thức hơn trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng quy mô và phạm vi hoạt động, nâng vị thế của ngân hàng mình lên tầm cao mới.

1.2.2. Đòi hỏi của khách hàng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ

Xu hướng quốc tế hoá hoạt động ngân hàng đã đặt các NHTM trước áp lực rất lớn của sự cạnh tranh, không những phải cạnh tranh với chính nó mà còn phải cạnh tranh với các tổ chức tài chính phi ngân hàng khác như các công ty tài chính, các quỹ đầu tư, các công ty bảo hiểm, bưu điện,... Xu hướng này ảnh hưởng rất lớn đến cơ sở khách hàng của các ngân hàng và tương lai của nó. Trong hoạt động kinh doanh, hầu hết các ngành kinh tế nói chung và lĩnh vực tài chính – ngân hàng nói riêng đều lấy khách hàng làm đối tượng và mục tiêu phục vụ, họ đã không ngừng nỗ lực trong việc đổi mới và xây dựng mô hình phục vụ hướng tới khách hàng, thỏa mãn tối đa các nhu cầu của khách hàng dựa trên các giới hạn chi phí cho phép. Do đó, những đòi hỏi của khách hàng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ đã ảnh hưởng trực tiếp tới hoạt động của các NHTM.

Đời sống kinh tế ngày càng phát triển, thu nhập của người dân ngày càng cao, nhu cầu và đòi hỏi của họ đối với các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng ngày

càng phải hoàn thiện, giá trị gia tăng mang lại từ các sản phẩm và dịch vụ đó ngày càng nhiều. Chúng ta có thể nhìn thấy vấn đề này từ một thực tế, ví dụ như tốc độ đô thị hóa nhanh, số lượng người lao động trẻ học tập và làm việc tại các đô thị lớn ngày càng nhiều, nhu cầu về nhà ở và phương tiện đi lại tăng, đòi hỏi các NHTM phải có những sản phẩm được thiết kế phù hợp để đáp ứng các yêu cầu này. Hay như tuổi thọ bình quân của người dân ngày càng tăng, tỷ lệ dân số già ngày càng nhiều, xuất hiện các nhu cầu lên kế hoạch tài chính và hưu trí cho người lớn tuổi. Rõ ràng với các nhu cầu như vậy, đòi hỏi các ngân hàng phải nhạy cảm, thấu hiểu và đáp ứng tốt nhất các nhu cầu của khách hàng.

Trong điều kiện thị trường tài chính phát triển như ngày nay đã làm xuất hiện nhiều kênh huy động vốn cho các doanh nghiệp. Họ có quyền lựa chọn phương thức và kênh huy động vốn sao cho chi phí sử dụng vốn là thấp nhất, hướng tới mục đích tối đa hóa các lợi ích kinh tế. Nhiều doanh nghiệp lớn, là những khách hàng hoạt động kinh doanh tốt và vay vốn lớn của các ngân hàng, trong những năm gần đây đã từ bỏ phương thức huy động vốn bằng cách vay trực tiếp để tự huy động vốn thông qua các thị trường phi ngân hàng như thị trường chứng khoán, thị trường mở. Sự thay đổi đó không những làm giảm doanh thu trong hoạt động cho vay mà còn làm thay đổi cơ cấu doanh mục của các ngân hàng. Các khoản cho vay lớn, chất lượng cao trên sổ sách giảm dần, các khoản cho vay nhỏ lẻ, chất lượng thấp, rủi ro cao tăng lên. Các NHTM cần phải có những giải pháp để hạn chế những rủi ro do xu hướng này mang lại như tăng cường chất lượng và hiệu quả thẩm định các khoản vay, phát triển thêm nhiều dịch vụ và sản phẩm mới để tăng thu và giảm thiểu rủi ro.

1.2.3 Những thay đổi mang tính cách mạng trong công nghệ ngân hàng :

Đáp ứng sự hiểu biết và đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng, sự gia tăng nhanh chóng trong danh mục dịch vụ tài chính của các NHTM đã được sự hỗ trợ mạnh mẽ từ những thay đổi mang tính cách mạng trong công nghệ ngân hàng. Từ nhiều năm trở lại đây, các NHTM đã và đang xúc tiến quá trình ứng dụng các hệ thống tự động với độ tin cậy cao, để thay thế cho các hệ thống vận hành dựa trên lao

động thủ công, đặc biệt trong lĩnh vực nhận tiền gửi, thanh toán bù trừ, hệ thống máy rút tiền tự động, hệ thống xử lý, thống kê và tổng hợp các giao dịch hàng ngày.

Những thay đổi trong công nghệ ngân hàng không những mang lại sự nhanh chóng và tiện ích trong công tác thu hút và đáp ứng tốt các nhu cầu khách hàng mà còn giúp các NHTM hạn chế được sự tăng cao trong chi phí hoạt động. Các NHTM đang ngày càng sử dụng nhiều vốn và chi phí cố định vào các thiết bị và phương tiện hiện đại để dần thay thế con người trong những lĩnh vực có giao dịch lớn. Dù vậy, trong một số lĩnh vực hoạt động của các NHTM, biệt là sự tồn tại một tỷ lệ lớn khách hàng vẫn ưa chuộng hình thức cung cấp dịch vụ thông qua con người, yếu tố con người vẫn duy trì được vai trò rất lớn và mang tính quyết định trong hoạt động kinh doanh của các NHTM. Có thể nói rằng sự phát triển công nghệ đã giúp cho các NHTM có được những bước đi dài trong đột phá nâng cao chất lượng dịch vụ, đáp ứng ngày càng tốt hơn các nhu cầu của khách hàng, phục vụ tốt hơn cho công tác thống kê, phân tích hiệu quả các hoạt động kinh doanh. Song những tiến bộ của công nghệ chỉ có thể phát huy, tạo ra những lợi thế vượt trội khi có sự quản lý và kiểm soát hiệu quả của con người.

1.2.4. Sự gia tăng nhanh chóng danh mục dịch vụ ngân hàng :

Như chúng ta thấy, những đòi hỏi của khách hàng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ đã gây sức ép trong việc đa dạng hóa danh mục dịch vụ của các NHTM. Trong những năm gần đây các NHTM đã không ngừng mở rộng và làm phong phú danh mục dịch vụ tài chính để thỏa mãn các nhu cầu của khách hàng. Dưới áp lực cạnh tranh đang ngày càng gia tăng của các tổ chức tài chính khác (như các công ty tài chính, bảo hiểm, bưu điện,...), sự hiểu biết và đòi hỏi cao hơn của khách hàng, cũng như những tiến bộ và thay đổi nhanh chóng của công nghệ đã góp phần không nhỏ trong việc đa dạng hóa danh mục dịch vụ tài chính. Các sản phẩm, các sản phẩm, dịch vụ cung cấp được thiết kế chuyên biệt, mang nhiều tiện ích và phù hợp với từng nhóm khách hàng có những đặc điểm tương đồng nhau.

Đối với những nước đang phát triển, trình độ phát triển của lĩnh vực tài chính ngân hàng còn thấp như Việt Nam thì sự gia tăng nhanh chóng danh mục dịch vụ tài chính ngân hàng được thể hiện rõ nét như ứng dụng các công cụ tài chính phái sinh (quyền chọn vàng, quyền chọn ngoại tệ), phát triển các sản phẩm dịch vụ cá nhân

như cho vay mua nhà, mua xe, tiêu dung khác dưới hình thức trả góp, phát triển hệ thống máy rút tiền tự động (ATM), phát triển dịch vụ thu hộ tiền điện nước, điện thoại thông qua hệ thống thanh toán tự động. Sự phát triển này chịu áp lực rất lớn từ đòi hỏi nâng cao chất lượng dịch vụ của khách hàng và được hỗ trợ tích cực từ những cải tiến công nghệ hiện đại.

1.2.5. Sự gia tăng chi phí vốn trong hoạt động ngân hàng :

Một trong những nguồn vốn cơ bản, chiếm tỷ trọng lớn, ảnh hưởng trọng yếu đến kết quả hoạt động kinh doanh của các NHTM là nguồn huy động tiết kiệm và tài khoản tiền gửi khách hàng. Sự gia tăng cạnh tranh từ các lĩnh vực tài chính phi ngân hàng như các công ty bảo hiểm, quỹ hỗ tương, công ty chứng khoán,... đã làm cho khách hàng có nhiều sự lựa chọn hơn, các NHTM trở nên khó khăn hơn trong việc thu hút các nguồn tiền gửi này. Một trong những giải pháp để “lập lại trật tự” mà các NHTM thường áp dụng là tăng lãi suất tiền gửi để thu hút khách hàng. Phương thức này làm tăng chi phí bình quân thực tế từ các tài khoản tiền gửi, các nguồn huy động tiết kiệm. Có thể nói rằng khách hàng của các NHTM ngày càng được giáo dục tốt hơn, nhạy cảm với lãi suất hơn, các tài khoản tiền gửi từ các NHTM có thể dễ dàng bị lôi kéo bởi các đối thủ cạnh tranh, thu nhập của những khoản tiền gửi liên tục thay đổi theo điều kiện thị trường.

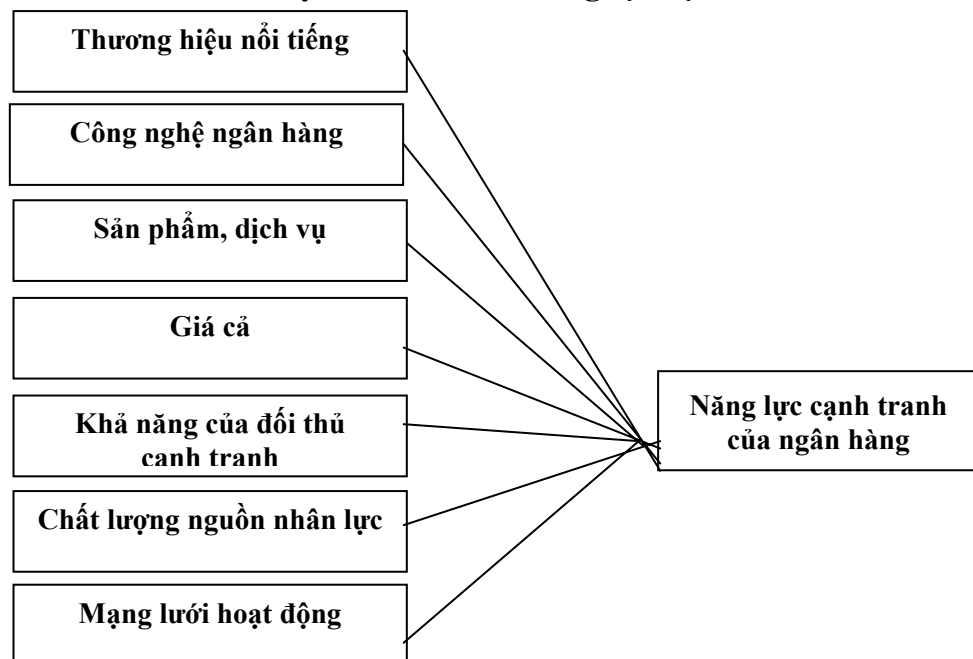
Thêm vào đó, để đảm bảo an toàn trong hoạt động ngân hàng, các chính phủ yêu cầu các ngân hàng cần có nhiều vốn chủ sở hữu hơn, đây là một trong những nguồn vốn đắt đỏ do yêu cầu tỷ suất lợi nhuận mang lại từ các cổ đông để tài trợ cho các tài sản của mình. Một trong những tiêu chí để đánh giá xếp hạng các NHTM là tỷ lệ vốn chủ sở hữu trên tổng tài sản, cũng áp lực cho các NHTM duy trì tỷ lệ này theo chuẩn mực tối thiểu của thông lệ quốc tế, điều này đã làm cho chi phí sử dụng vốn của các NHTM không ngừng tăng lên. Để duy trì được hiệu quả hoạt động, buộc các NHTM phải tìm cách cắt giảm chi phí như tinh giảm nhân công, thay thế các thiết bị lỗi thời bằng hệ thống xử lý hiện đại, nâng cao khả năng cạnh tranh bằng cách tăng thu nhập trả cho công chúng gửi tiền. Tuy vậy, việc gia tăng chi phí vốn nêu trên cũng bị giới hạn trong những chừng mực nhất định, phụ thuộc rất lớn vào diễn biến và tỷ suất sinh lợi bình quân của nền kinh tế.

1.3 ĐẶC ĐIỂM NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP TRONG NGÀNH NGÂN HÀNG:

Năng lực cạnh tranh của mỗi ngân hàng trong ngành về cơ bản cũng giống như năng lực cạnh tranh của các công ty sản xuất khác, cũng là một hàm số của các nhân tố như: các nguồn lực của chính công ty (như: vốn, con người, trình độ công nghệ...); sức mạnh thị trường của công ty; thái độ của công ty trước các đối thủ cạnh tranh; năng lực của công ty để thích ứng với các tình huống thay đổi, năng lực của công ty để tạo ra thị trường mới, và môi trường định chế được cung cấp rộng rãi bởi Chính phủ...

Tuy nhiên, do sản phẩm của ngân hàng là các sản phẩm dịch vụ, vì vậy các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của ngân hàng có sự khác biệt so với một doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh thông thường.

Hình 1.1: Mô hình các yếu tố ảnh hưởng năng lực cạnh tranh của NHTM.



1.3.1 Thương hiệu nổi tiếng:

Gần đây, thuật ngữ “thương hiệu” đang dần trở nên phổ biến. Thương hiệu có một vai trò vô cùng quan trọng đối với sự phát triển vượt bậc của một doanh nghiệp, nó được coi như một tài sản có giá trị rất lớn bởi nó có khả năng tác động

đến thái độ và hành vi của người tiêu dùng. Tạp chí Fortune năm 1996 đã tuyên bố rằng “Có một tên tuổi lớn được xem như vũ khí cơ bản trong cạnh tranh”.

Do tầm quan trọng nêu trên, thương hiệu có ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực cạnh tranh của các ngân hàng trên thị trường tài chính – tiền tệ. Có được một thương hiệu nổi tiếng sẽ hỗ trợ cho ngân hàng thu hút được nhiều khách hàng đến với mình. Đồng thời, ngân hàng có thể có được những khách hàng trung thành và lòng trung thành đối với thương hiệu của khách hàng cho phép ngân hàng có thể dự báo và kiểm soát thị trường. Hơn nữa, nó tạo nên một rào cản, gây khó khăn cho các ngân hàng khác muốn xâm nhập thị trường.

1.3.2 Công nghệ ngân hàng:

Sản phẩm ngân hàng, như đã trình bày, chính là những sản phẩm dịch vụ mang đến lợi nhuận và tiện ích cho khách hàng. Các loại sản phẩm này không có tính thay thế như dạng sản phẩm thông thường. Các ngân hàng luôn cố gắng tạo ra các sản phẩm tiện ích cho khách hàng như: đóng tiền điện qua hệ thống máy ATM (Automatic Teller Machine), kiểm soát số dư tài khoản tại nhà.

Những điều trên có thể thực hiện được chính là nhờ vào vai trò của công nghệ. Đặc biệt là với công nghệ ngân hàng hiện đại ngày nay, ngân hàng có thể cung cấp ngày càng nhiều tiện ích cho khách hàng, đáp ứng được nhu cầu ngày càng gia tăng của các khách hàng “thượng đế”. Ngân hàng nào ứng dụng được công nghệ hiện đại vào kinh doanh thì chắc chắn sẽ tạo được lợi thế cạnh tranh, gia tăng lực cạnh tranh

1.3.3 Sản phẩm, dịch vụ cung cấp trên thị trường

Như đã trình bày, sản phẩm ngân hàng là sản phẩm dịch vụ với mục đích mang đến nhiều tiện ích cho khách hàng.

Thời gian gần đây, sản phẩm ngân hàng ngày càng trở nên phong phú và đa dạng. Ví dụ như sự xuất hiện của loại sản phẩm là máy rút tiền tự động ATM với nhiều chức năng, các hình thức gửi tiết kiệm khác nhau (như: tiết kiệm hưởng lãi suất bậc thang, tiết kiệm online...), các hình thức cho vay đa dạng (như: cho vay mua nhà trả góp hưởng lãi suất ưu đãi, tài sản đảm bảo hình thành từ vốn vay...).

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của mình, các ngân hàng luôn cho ra đời nhiều loại hình ưu đãi, nhiều tiện ích để thu hút khách hàng. Tuy nhiên, ngoài chủng loại sản phẩm cho khách hàng (thời gian giải quyết thủ tục, hồ sơ) cũng là một yếu tố quan trọng không kém để có thể thu hút khách hàng.

1.3.4 Giá cả

Ngoài việc đáp ứng nhu cầu khách hàng bằng nhiều chủng loại sản phẩm mới với nhiều tiện ích, giá cả cũng sẽ là mối quan tâm hàng đầu của khách hàng.

Bởi lẽ, mỗi người khi đầu tư đều tính toán và chọn lựa hướng đầu tư sao cho có lợi nhất.

Giá cả là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nói chung, và các ngân hàng nói riêng. Giá cả đối với ngân hàng chính là mức lãi suất (bao gồm cả lãi suất cho vay và lãi suất huy động vốn) hoặc là mức phí dịch vụ.

Thực tế, hiện nay trên thị trường tiền tệ luôn có sự cạnh tranh giữa các ngân hàng thông qua việc tăng lãi suất huy động vốn, giảm lãi suất cho vay và dịch vụ phí. Các NHTM sẵn sàng cắt giảm lợi ích để chiếm lấy khách hàng tạo ra cạnh tranh mạnh về giá cả.

1.3.5 Khả năng tranh đua của các đối thủ cạnh tranh:

Sự có mặt của cùng lúc nhiều ngân hàng trên cùng một địa bàn, một quốc gia đã tạo nên sự cạnh tranh và bản chất cạnh tranh được phản ánh bởi sự tranh đua này.

Để có thể tham gia và thắng thế cạnh tranh, hay nói cách khác là để có thể có được năng lực cạnh tranh và thắng thế trong cạnh tranh đòi hỏi các ngân hàng phải nỗ lực tập trung vào mọi mặt hoạt động của mình từ quảng cáo; marketing; bán hàng (cung cấp sản phẩm dịch vụ thái độ, cung cách phục vụ khách hàng... vì đây là động lực trực tiếp cho sự tạo ra và nâng cao không ngừng năng lực cạnh tranh của đơn vị mình.

Trong số những ngân hàng tham gia trên thị trường, những đối thủ nào chiếm nhiều thị phần sẽ đóng vai trò chủ chốt và có khả năng chi phối hoạt động của các

ngân hàng khác. Từ đó, trong chiến lược của mình, các ngân hàng không thể nào không nghiên cứu, đánh giá khả năng của các đối thủ của mình trước khi đề ra chiến lược và giải pháp thực hiện.

1.3.6 Chất lượng nguồn nhân lực:

Con người luôn là nhân tố trung tâm của sự phát triển. Do đó, nếu như có được nguồn nhân lực có chất lượng cao, nghĩa là có trình độ và tay nghề cao, thì năng lực cạnh tranh của một ngân hàng sẽ được nâng cao so với các đối thủ của mình.

Với các cán bộ quản lý có đẳng cấp và một đội ngũ nhân viên có trình độ, có kinh nghiệm thì sẽ rút ngắn được tiến trình giải quyết công việc, đồng thời chất lượng công việc cũng sẽ được đảm bảo ngày càng tạo được niềm tin nơi khách hàng.

1.3.7 Mạng lưới hoạt động:

Mạng lưới hoạt động cũng ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của ngân hàng rất lớn. Tuy nhiên, không phải mạng lưới hoạt động càng nhiều, càng rộng khắp thì sẽ tạo được tiếng vang và chiếm được thị phần lớn trên thị trường. Bởi vì, có những chi nhánh, phòng giao dịch mới hoạt động thành công, nhưng cũng có một số chi nhánh mở ra lại thất bại, kinh doanh không hiệu quả, doanh số không đạt chỉ tiêu...

Việc mở rộng mạng lưới hoạt động phải qua khâu nghiên cứu, khảo sát và phân khúc thị trường, nắm bắt được nhu cầu và thị hiếu của khách hàng trong từng mảng thị trường để từ đó xác định sự cần thiết phải mở rộng mạng lưới kinh doanh tại từng phân khúc thị trường đó.

1.4 BÀI HỌC KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ NGÂN HÀNG THÀNH CÔNG TRONG NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH.

1.4.1 Về phát triển nguồn nhân lực:

Về phát triển nguồn nhân lực góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh phải nói đến NHTMCP Á Châu (ACB). Là một NHTMCP đạt nhiều thành tựu và có vị thế cạnh tranh mạnh trên thương trường. ACB có mục tiêu là tối ưu hoá nguồn nhân lực, và là ngân hàng được đánh giá cao trong việc đào tạo, thu hút nhân lực, coi

nhân viên là tài sản quý và quan trọng. Là ngân hàng duy nhất tại Việt Nam có trung tâm đào tạo riêng.

Chính sách tuyển dụng là ưu tiên chọn lựa sinh viên xuất sắc, người có kinh nghiệm, trình độ chuyên môn cao, ACB quan tâm tìm kiếm ứng viên giỏi, có tố chất lãnh đạo để đào tạo đội ngũ kế thừa, biết tạo môi trường thực tập quản lý, tạo thử thách làm việc từ quản lý nhóm và phát triển, phát huy năng lực lãnh đạo.

Chính sách nhân sự của ACB trên cơ sở kế hoạch phát triển nhân lực dài hạn, tạo môi trường làm việc thăng tiến và cơ hội phát triển năng lực, có chính sách đãi ngộ thỏa đáng gắn với kết quả công việc đạt được, không trả lương cao bằng. Trong huy hoạch, đề bạt ưu tiên nhân lực trẻ có năng lực, lòng nhiệt quyết và có thành tích tốt trong công việc

Với chính sách nhân lực này góp phần đáng kể cho sự thành công của ACB trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh và có thể xem là bài học kinh nghiệm cho các ngân hàng nghiên cứu, ứng dụng.

1.4.2 Phát triển sản phẩm mới tạo lợi thế cạnh tranh:

Sản phẩm dịch vụ thẻ là một lợi thế mạnh của hệ thống NHNT Việt Nam, là ngân hàng thương mại đầu tiên ở Việt Nam triển khai dịch vụ thẻ, nên hiện tại NHNT Việt Nam vẫn giữ vị trí hàng đầu về thị phần thanh toán và cũng là đơn vị duy nhất chấp nhận thanh toán cả 5 loại thẻ ngân hàng thông dụng trên thế giới: Visa, MasterCard, JCB, Amex, Diners club. Không chỉ là ngân hàng đại lý thanh toán lớn nhất cho các tổ chức thẻ quốc tế ở Việt Nam, NHNT Việt Nam còn trực tiếp phát hành thẻ tín dụng quốc tế: Vietcombank MasterCard, Vietcombank Visa, Vietcombank American Express. Trong đó, NHNT là ngân hàng độc quyền phát hành thẻ American Express - một trong sản phẩm thẻ có uy tín và dịch vụ tốt nhất trên thế giới tại thị trường Việt Nam.

Ngoài ra, NHNT còn có thẻ ghi nợ nội địa Connect 24 tạo ứng dụng hiệu quả, với thẻ Connect 24, khách hàng sẽ thực hiện các giao dịch tự động tại các máy ATM của NHNT trên toàn quốc, và có thể thanh toán hàng hoá, dịch vụ tại 5,000 đơn vị chấp nhận thẻ khắp cả nước.

Trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp cuối năm 2006, NHNT Đồng Tháp là đơn vị dẫn đầu về đầu tư dịch vụ thẻ, toàn tỉnh chỉ có 12 máy ATM thì 5 máy thuộc về NHNT Đồng Tháp, số thẻ phát hành 3,672 thẻ chiếm 34% thị phần và danh số thanh toán đạt 32 tỷ đồng, chiếm 27% thị phần thanh toán thẻ. Điều đáng nói là NHNT Đồng Tháp mới chỉ có 01 Hội sở tại Thành phố Cao Lãnh nhưng đã trang bị máy ATM ở nhiều trọng điểm thương mại, khu công nghiệp phục vụ tốt khách hàng sử dụng thẻ.

1.4.3 Phát triển mạng lưới hoạt động

NHPT Nhà Đồng Tháp thành lập năm 1997, sau 10 năm hoạt động Ngân hàng Phát triển Nhà đã phát triển mạnh mạng lưới gồm một Hội sở và 6 phòng giao dịch ở các huyện thị, đã phát triển thị phần đứng thứ 3 sau NHNN_o Đồng Tháp và sắp ngang bằng với NHCT Đồng Tháp. Đây là sự phát triển vượt bậc về mạng lưới hoạt động qua đó phát triển thị phần đáng kể, kể cả tính dụng và huy động vốn, đồng thời thu hút nguồn nhân lực trẻ góp phần thúc đẩy NHPT Nhà Đồng Tháp có vị thế khá cao trên địa bàn.

Kết luận chương 1:

Cạnh tranh là tất yếu trong kinh tế thị trường. Có cạnh tranh thì mới thúc đẩy phát triển.

Cạnh tranh trong ngành ngân hàng ngày càng trở nên gay gắt. Riêng trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp, cạnh tranh giữa các ngân hàng trong thời gian gần đây diễn ra từng giờ, từng phút với không khí vô cùng sôi động và mang tính sống còn.

Chính vì lý do này, việc phân tích cạnh tranh trong hoạt động ngân hàng, các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh, các chỉ tiêu đo lường năng lực cạnh tranh và kinh nghiệm từ các ngân hàng đang thành công trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh nhằm mang đến một cái nhìn tổng quát trong phân tích, đánh giá năng lực cạnh tranh doanh nghiệp ngân hàng để có thể đưa ra những giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp ngân hàng nói chung và NHCT Đồng Tháp nói riêng.

CHƯƠNG 2:**THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA
NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG ĐỒNG THÁP****2.1 TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG ĐỒNG THÁP****2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của NHCT Đồng Tháp.****2.1.1.1 Quá trình hình thành của NHCT Đồng Tháp.**

Thực hiện theo chủ trương chuyển đổi thành mô hình ngân hàng 2 cấp, NHCT Đồng Tháp hình thành từ 2 Ngân hàng Thị xã Cao Lãnh và Ngân hàng Thị xã Sađéc trực thuộc NHNN tỉnh Đồng Tháp. Ra đời năm 1988 thời điểm nước ta trong tình trạng lạm phát cao. Nguồn vốn ban đầu thấp, cơ sở vật chất thiếu thốn, Công nghệ còn lạc hậu. Tổng số CBCNV là 76 người trình độ đại học chỉ 6 người. Còn lại chủ yếu là trung cấp, sơ cấp, và chưa qua đào tạo. Nguồn vốn, năm huy động tại chỗ là 2,238 triệu đồng, dư nợ cho vay là 10,550 triệu đồng. Đến nay, 2006 - NHCT Đồng Tháp đã là một Chi nhánh NHTMNN thuộc NHCTVN.

Tổng lao động là 152 người trong đó trên 60 % đạt trình độ đại học, còn lại đa số ở trình độ trung cấp và số ít chưa qua đào tạo. tổng nguồn vốn huy động tại chỗ là 520,329 triệu đồng gấp 240 lần so 1988, dư nợ cho vay 1,427,326 triệu đồng, gấp 135 lần so mới thành lập.

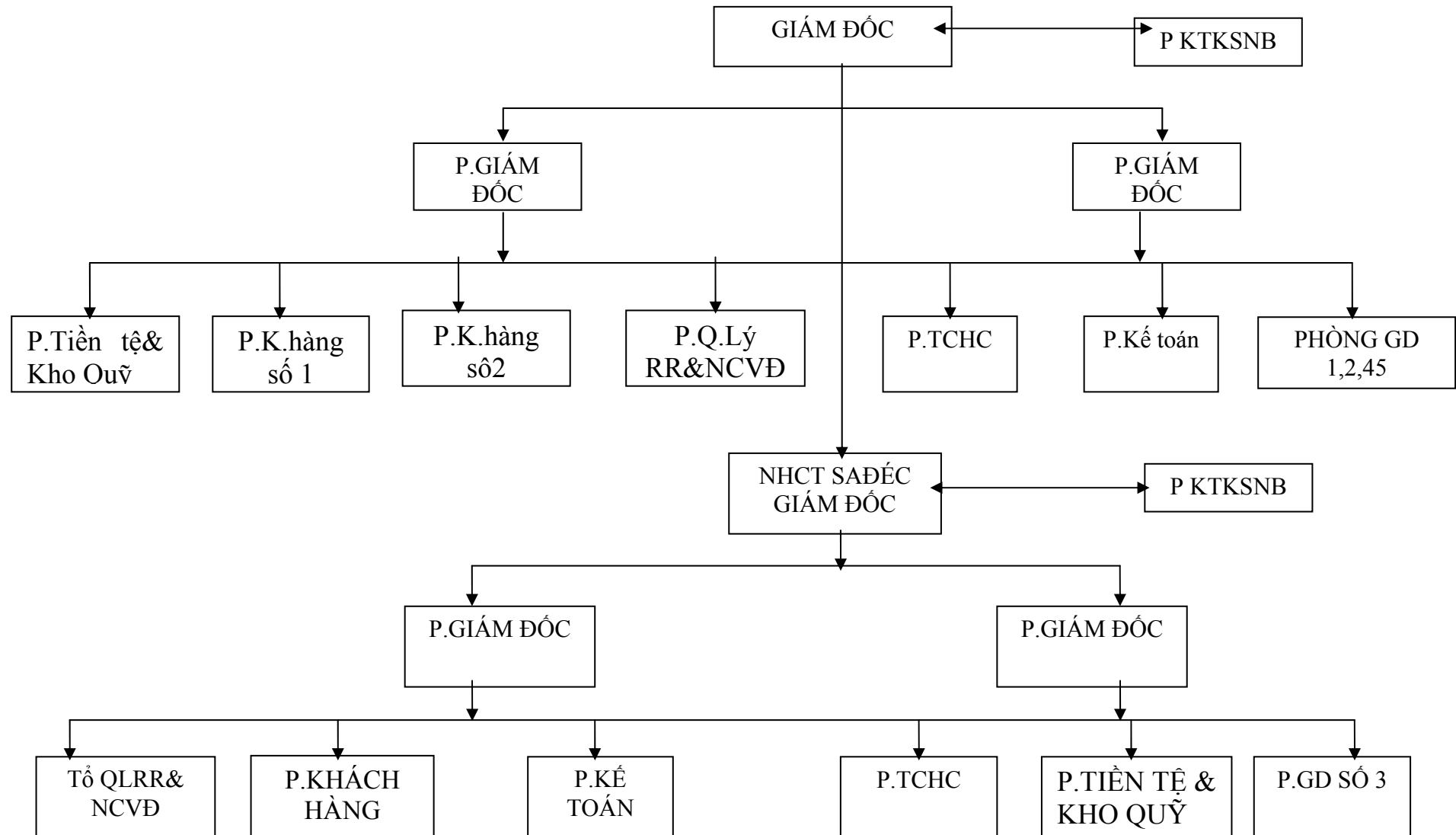
NHCT Đồng Tháp cũng đa dạng hóa các hình thức huy động vốn, phát triển cung cấp dịch vụ ngân hàng và cho vay các thành phần kinh tế, phát triển đầu tư cho vay mạnh kinh tế ngoài quốc doanh, đặc biệt có những thành công lớn trong đầu tư cho vay kinh tế hộ gia đình phù hợp với đặc thù phát triển kinh tế địa phương tỉnh Đồng Tháp.

2.1.1.2 Chức năng hoạt động:

- Huy động vốn bằng VNĐ và ngoại tệ từ các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước.

- Cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn bằng VNĐ và ngoại tệ cho tất cả các doanh nghiệp và cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế, đặc biệt cho vay hợp vốn.
- Kinh doanh ngoại hối và các dịch vụ liên quan đến ngoại hối, chi trả kiều hối.
- Thanh toán quốc tế qua mạng SWIFT chiết khấu chứng từ có giá
- Thanh toán trong nước và ngoài nước với nhiều phương thức khác nhau.
- Tham gia liên doanh, liên kết với các tổ chức kinh tế.
- Cung cấp dịch vụ tư vấn trong lĩnh vực đầu tư, các lĩnh vực khác về ngân hàng.
- Thực hiện các dịch vụ bảo lãnh, dịch vụ thư tiền mặt.
- Thực hiện chi lương trực tiếp hay qua máy rút tiền tự động

2.1.1.3 Cơ cấu tổ chức:

HÌNH 2.1: SƠ ĐỒ TỔ CHỨC NHCT ĐỒNG THÁP.

2.1.2 Tình hình hoạt động của Ngân hàng Công thương Đồng Tháp:

2.1.2.1 Tình hình kinh doanh chung

Bảng 2.1 : Kết quả hoạt động kinh doanh

Đơn vị : triệu đồng

CHỈ TIÊU	2002	2003	2004	2005	2006
Doanh thu	62,378	80,956	110,394	127,243	148,817
Trong đó					
- Thu lãi cho vay	59,712	77,292	106,535	122,843	143,524
- Thu bảo lãnh	95	185	127	208	236
- Thu DV Thanh toán	1,940	2,812	2,896	3,147	3,741
- Thu KD ngoại tệ	631	667	836	1,045	1,316
- Thu khác					
Chi phí	51,304	58,396	73,288	92,097	110,941
- Huy động vốn	37,299	49,124	61,543	76,630	88,433
+ Trả lãi vốn điều hòa	26,214	33,741	42,856	50,373	55,617
+ Trả lãi tiền gửi	11,085	15,383	18,687	26,257	32,816
- Chi CBCNV	3,252	4,064	5,248	5,762	6,354
- Chi DV Thanh toán	392	520	563	604	6,748
- Khấu hao tài sản	2,074	2,692	2,864	3,178	3,624
- Chi dự phòng rủi ro	7,509	1,170	1,984	4,649	4,218
Các Chi phí khác	778	826	1,086	1,274	1,564
Lợi nhuận	11,074	22,560	37,106	35,146	37,876

Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hàng năm NHCT Đồng Tháp.

Doanh Thu hàng năm liên tục tăng trưởng, từ 2002 đạt 62,378 triệu đồng đến năm 2006 là 148,817 triệu đồng, tăng 112% trong 4 năm, tốc độ tăng bình quân 28%/năm. Trong đó cơ cấu thu chủ yếu là thu lãi cho vay thường xuyên chiếm 97%(2002), 97,5% (2003), ...97%(2006). Hoạt động Ngân hàng địa bàn tỉnh Đồng Tháp thời gian qua chủ yếu là thu từ lãi cho vay. Thu nhập từ sản phẩm dịch vụ như

dịch vụ thanh toán, kinh doanh ngoại tệ, khác chiếm tỷ trọng nhỏ khoản 3% và cũng trên đà tăng trưởng tương ứng trên tổng thu hàng năm.

Với thu nhập tăng trưởng trên đã đem lại lợi nhuận hàng năm gia tăng. Năm 2002 mức lợi nhuận chỉ đạt 11,074 triệu đồng, do năm này mức trích dự phòng rủi ro khá lớn, 7.509 triệu đồng do năm 2002 nợ tồn đọng khá cao, đến 2003 lợi nhuận đạt được lên đến 22,256 triệu đồng, hơn gấp đôi so năm 2002. năm 2004- 2006 lợi nhuận đạt được đều rất cao nhưng không tăng tương ứng như tốc độ tăng thu nhập. Sở dĩ là do giai đoạn 2004-2006, lãi suất tăng liên tục nhưng lãi suất đầu vào nhạy cảm hơn trong khi lãi suất cho vay chủ yếu áp dụng theo lãi suất cố định, thời hạn cho vay dài nên mức lãi bình quân đầu ra thấp. Điều này còn được thể hiện rõ trong hoạt động huy động vốn.

2.1.2.2 Hoạt động huy động vốn

Bảng 2.2: Kết quả huy động vốn.

Đơn vị : triệu đồng

STT	CHỈ TIÊU	2002	2003	2004	2005	2006
1	* vốn huy động tại chỗ	282,620	319,488	332,095	461,884	520,329
2	Tỷ lệ % tăng(+)/giảm(-) so năm trước		13.0	3.9	39.1	12.7
3	- TG không kỳ hạn	96,527	121,543	118,565	213,524	224,648
4	- TG có kỳ hạn < 12 tháng	101,750	110,436	113,961	160,884	203,357
5	- TG có kỳ hạn > 12 tháng	84,343	87,509	99,569	87,476	92,324
6	* Nhận vốn điều hòa	447,917	609,191	882,951	876,578	926,287
7	Tỷ lệ % tăng(+)/giảm(-) so năm trước		36.0	44.9	(0.7)	5.7
8	Tổng nguồn vốn huy động	730,537	928,679	1,215,046	1,338,462	1,446,616
9	Tỷ lệ % tăng(+)/giảm(-) so năm trước		27.1	30.8	10.2	8.1

Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hàng năm NHCT Đồng Tháp

Tổng nguồn vốn huy động năm 2002: 730,537 triệu đồng, trong đó huy động tại chỗ 282,620 triệu đồng, chiếm 34%. Còn lại nhận vốn điều hòa NHCTVN. Nhìn chung Tổng nguồn vốn huy động hàng năm điều tăng từ năm 2002: 730,537 triệu đồng, đến 2006 là 1,446,616, tốc độ tăng bình quân: 20%. Tốc độ tăng nhanh nhất ở các năm 2003, 2004 khoảng 30 % mỗi năm, nhưng đến 2005, 2006, tốc độ tăng trưởng 9 - 10 %. Tuy nhiên, nguồn huy động tại chỗ có tăng nhưng không đạt theo tỷ lệ tăng tương ứng như tổng nguồn vốn và như vậy nguồn vốn tăng lớn từ nhận vốn điều hòa lãi suất cao hơn huy động tại chỗ, đây cũng là nguyên do lợi nhuận không tăng tương ứng như tăng thu nhập.

2.1.2.3 Hoạt động cho vay và đầu tư tín dụng:

Bảng 2.3: Doanh số cho vay - thu nợ qua các năm.

Đơn vị: triệu đồng.

CHỈ TIÊU	2002	2003	2004	2005	2006
Doanh số cho vay	1,522,097	1,902,630	2,846,406	4,278,330	4,894,179
Doanh số thu nợ	1,324,745	1,443,578	2,617,128	4,166,003	4,756,638
Tổng dư nợ	748,543	924,574	1,176,786	1,291,262	1,427,326
- Nợ lành mạnh	737,625	915,132	1,170,803	1,284,145	1,422,260
- Nợ xấu	10,918	9,442	5,983	7,117	4,066
+Nhóm 5	7,883	5,773	1,168	419	768
* Số khách hàng	27,134	31,017	25,563	22,609	18,568
- Doanh nghiệp, Cá nhân có ĐKKD	648	767	1,035	1,210	1,286
+ Tỷ trọng dư nợ	48%	46%	48%	52%	56%

Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh NHCT Đồng Tháp.

Tổng dư nợ hàng năm tăng trưởng không ngừng, từ 748,543 triệu đồng (2002) trong đó nợ xấu 10,918 triệu đồng đến 2006 tổng dư nợ là 1,427,326 triệu đồng nợ xấu hạn 5,066 triệu đồng, NHCT Đồng Tháp ngày càng mở rộng địa bàn hoạt động và mở rộng đa dạng đối tượng khách hàng vay, trong đó cho vay kinh tế

hộ chiếm tỷ trọng khá cao dẫn tới tổng lượng khách hàng vay cao nhất 2003, lên đến 31,017 khách hàng. Và thực hiện theo chiến lược cơ cấu lại khách hàng theo hướng giảm dần khách hàng hộ vay nhỏ đến 2006 còn 18,568 khách hàng, và kết quả khách hàng mỗi nhóm, trọng yếu là doanh nghiệp, cá nhân có đăng ký kinh doanh tăng lên hàng năm từ 648 khách hàng (2002) lên đến 1,286 khách hàng (2006) và tỷ trọng dự nợ của khách hàng doanh nghiệp, cá nhân có đăng ký kinh doanh thay đổi từ 48 % (2002) đạt tỷ trọng 56%(2006). Với quy mô dư nợ gia tăng đó, doanh số cho vay – thu nợ cũng gia tăng, tốc độ luân chuyển vốn xấp xỉ 2 vòng (2002) đến 2006 đạt (3.4 vòng).

Đánh giá chất lượng tín dụng qua chỉ tiêu nợ quá hạn như sau: Nợ xấu năm 2002 là 10,918 triệu đồng, chiếm tỷ lệ 1.4% , trong đó nợ nhóm 5 lên đến 7,883 triệu đồng (70%) và từ 2003- 2006 chất lượng tín dụng ngày càng cải thiện, Nợ xấu giảm cả về số tuyệt đối, đặc biệt tỷ lệ nợ xấu ngày càng giảm và nợ nhóm 5 là rất thấp trong khi tăng trưởng cao dư nợ.

2.1.2.4 Hoạt động kinh doanh ngoại tệ:

Bảng 2.4: Hoạt động kinh doanh ngoại tệ:

Đơn vị : 1.000USD

Chỉ tiêu	2002	2003	2004	2005	2006
Doanh thu	670 tr.đ	664.tr.đ	837tr.đ	1,084tr.đ	1,266 tr.đ
- Doanh số mua vào	29,336	35,803	61,968	124,704	145,614
- Doanh số bán ra	30,001	36,019	61,287	123,308	144,726
-Kiều hối	948	550	1,687	2,019	2,462

Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hàng năm NHCT của Đồng Tháp

Hoạt động kinh doanh ngoại tệ đơn điệu, chủ yếu là mua bán ngoại tệ giao ngay và chi trả kiều hối hàng năm đều có gia tăng và kết quả doanh thu hàng năm cũng tăng nhưng giá trị còn thấp chỉ hơn con số 1 tỷ đồng.

2.1.2.5 Nghiệp vụ bảo lãnh.

Bảng 2.5: Hoạt động bảo lãnh

Đơn vị: triệu đồng.

CHỈ TIÊU	2002	2003	2004	2005	2006
-Tổng số L/C mở	28	40	39	61	74
+ Số tiền(1,000 USD)	6,017	14,762	39,245	96,230	114,765
+Doanh thu	83	148	103	142	192
- Bảo lãnh trong nước					
+Số tiền (triệu đồng)	2,645	3,862	3.667	4,348	6,324
+Doanh thu	12	37	24	26	44
Tổng doanh thu bảo lãnh	95	185	127	168	236

Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh hàng năm NHCT Đồng Tháp.

Hoạt động dịch vụ bảo lãnh thực hiện không nhiều, có gia tăng cả về số món và giá trị. Mở L/C hàng năm đáp ứng nhu cầu nhập khẩu chủ yếu cho công ty TM XNK Đồng Tháp, đến 2006 số L/C được mở chỉ ở con số 74 với số tiền là 114,765 ngàn USD. Bảo lãnh trong nước thường là bảo lãnh dự thầu và thực hiện hợp đồng, giá trị không lớn, nhưng góp phần đa dạng hóa sản phẩm phục vụ khách hàng và tăng thu nhập cho NHCT Đồng Tháp, năm 2002 thu nhập lĩnh vực này chỉ vón vện 95 triệu đồng, đến 2006 cũng chỉ lên đến 236 triệu đồng, nhưng đây là tiền đề cho sự phát triển lâu dài.

2.2 PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG ĐỒNG THÁP.:

2.2.1 Môi trường hoạt động của ngành ngân hàng trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp

2.2.1.1 Hệ thống các tổ chức tín dụng trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp.

Bảng 2.6: Hệ thống các tổ chức tín dụng trên địa bàn

Tên ngân hàng	CN cấp 1	CN cấp 2	CN cấp 3 PGD, QTDND
NHCT Đồng Tháp	1	1	5
NHNNo Đồng Tháp	1	11	8
NHĐT Đồng Tháp	1	0	2
NHPT nhà Đồng Tháp	1	0	6
NHCSXH Đồng Tháp	1	11	0
NHTMCP Sài Gòn thương tín	1	0	1
NHTMCP Sài Gòn	0	0	1
NHTMCP ĐTM	1	0	0
NHTMCP PN Đồng Tháp	1	0	2
Quỹ tín dụng nhân dân cơ sở	17	0	0

(Nguồn: Báo cáo Ngân hàng nhà nước CN Đồng Tháp, 2006).

Trên địa bàn, xét về quy mô mạng lưới hoạt động thì NHNNo Đồng Tháp có mạng lưới rộng khắp các huyện, thị gồm các Chi nhánh cấp 2 và các Phòng giao dịch. Đối với NHCSXH có chi nhánh cấp 2 ở tất cả các huyện, thị trong tỉnh. Kế đến phải kể đến NHCT Đồng Tháp với hội sở, 01 Chi nhánh cấp 2 đang nâng cấp và 5 PGD. Tuy nhiên phạm vi hoạt động gần như bao trùm toàn bộ các khu vực trong tỉnh.

Hiện nay để duy trì và giữ vững nhịp độ tăng trưởng, mở rộng kinh doanh chiếm lĩnh thị phần, thời gian qua, các NHTM trên địa bàn đều tập trung phát triển, xây dựng thêm nhiều cơ sở giao dịch mới ở các vùng trọng điểm, vùng kinh tế tập trung như Thành phố Cao Lãnh, Thị xã Sađéc, các thị trấn, các huyện trong tỉnh. Bên cạnh đó còn có gia nhập thêm các chi nhánh mới thuộc các NHTMCP như

NHTMCP Sài Gòn Thương Tín, và mới nhất là PGD của NHTM CP Sài Gòn ở Sađéc cuối năm 2006.

Bên cạnh đó còn có sự tham gia một mạng liên quan cạnh tranh với các NH từ các tổ chức phi ngân hàng như: Bưu điện với chương trình tiết kiệm bưu điện với lãi suất huy động, hoạt động chuyển tiền,... có phân chia thị phần huy động vốn không nhỏ.

2.2.1.2 Thực trạng cạnh tranh của ngành NH trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp.

Quy mô của ngành NH Đồng Tháp đang tăng lên cả chiều rộng và chiều cao, không những các NHTMNN phát triển mạng lưới, tăng quy mô mà có sự gia nhập của nhiều NHTMCP xâm nhập địa bàn làm tình hình cạnh tranh ngành NH trên địa bàn trở nên sôi động. Tốc độ tăng trưởng bình quân nguồn vốn và sử dụng vốn trong những năm gần đây khoảng 30% và trong 3 năm gần nhất tăng tăng lên gấp đôi. Tính đến 31/12/2006 tổng nguồn vốn đạt 8,031,102 triệu đồng, tăng 36.11%, tổng dư nợ đạt 7,463 tỷ đồng, tăng 27.41 % so với đầu năm đã góp phần đáp ứng nhu cầu vốn nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương.

Hiện tại chủ yếu là các NHTMNN chiếm lĩnh thị phần, nhưng xu hướng nhiều NHTMCP đang và sẽ gia nhập địa bàn, đặc biệt là sự chuyển đổi của NHTMCP ĐTM thành NHTMCP Xăng Dầu Petrolimex, tăng vốn điều lệ, và cạnh tranh phân chia thị phần trở nên gay gắt hơn, còn ngân hàng nước ngoài ắc hẳn chưa gia nhập địa bàn tỉnh như Đồng Tháp ít nhất cũng trong 8 năm tới

Cùng với việc mở rộng và phát triển mạng lưới, cạnh tranh về giá cả, sản phẩm, dịch vụ tiện ích và ứng dụng công nghệ hiện đại mới của các NHTM nhằm chiếm lĩnh thị phần đang ngày một sôi động.

***Cạnh tranh về sản phẩm, dịch vụ cung cấp cho khách hàng:**

Tỉnh Đồng Tháp là tỉnh lẻ nên thời gian qua hoạt động ngân hàng chủ yếu dựa trên sản phẩm, dịch vụ truyền thống như các hình thức huy động tiền gửi không và có kỳ hạn, tiền gửi thanh toán,... còn sản phẩm cho vay có đa dạng hơn, và các dịch vụ như dịch vụ kiều hối, chuyển tiền,...

Trong những năm gần đây, cạnh tranh đã thúc đẩy các doanh nghiệp ngành NH không ngừng phát triển, đưa ra nhiều sản phẩm, dịch vụ đa dạng nhằm thỏa mãn nhu cầu, đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng. Không đưa ra sản phẩm mới mà không ngừng cải tiến, hoàn thiện nâng cao chất lượng sản phẩm hiện có và đề cao chất lượng, phong cách phục vụ.

Đồng thời các NH trở nên năng động hơn chủ động tìm kiếm khách hàng, nghiên cứu nhu cầu, xác định đối tượng và cho ra sản phẩm phục vụ thích hợp hơn. Chẳng hạn trong việc huy động vốn, danh mục sản phẩm của các Ngân hàng ngày càng đa dạng, các kỳ hạn linh hoạt để khách hàng có nhiều cơ hội chọn lựa, đồng thời mỗi Ngân hàng đều có sản phẩm độc đáo riêng, chẳng hạn, NHNN ở Đồng Tháp có sản phẩm tiết kiệm trúng vàng AAA, NHCT Đồng Tháp có sản phẩm tiết kiệm xổ số trúng thưởng lớn,... và nhiều chính sách khuyến mãi khác.

Các NHTM còn nhắm vào một số khách hàng tiềm năng lớn về tiền gửi như Kho bạc nhà nước, Công ty xổ số ... hay các doanh nghiệp lớn trong địa bàn hoạt động kinh doanh có hiệu quả cao và bằng nhiều biện pháp tranh thủ đưa sản phẩm đến khách hàng. Nhất là các NHTMNN, trên cơ sở có bề dày tồn tại đã có được nhiều mối quan hệ thân quen thuận lợi nắm giữ thị phần và tiếp cận khách hàng.

Các NHTMCP hiện đang quan tâm nhiều đến mảng khách hàng là các công ty vừa và nhỏ và khách hàng cá nhân nhằm khai thác nhóm khách hàng chưa bị các Ngân hàng khác chiếm lĩnh.

Các NHTM trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp, thu nhập chủ yếu từ sản phẩm cho vay và cạnh tranh trên lĩnh vực này cũng mạnh mẽ, đặc biệt là các lĩnh vực kinh tế mũi nhọn như sản xuất kinh doanh lương thực, hoạt động về thương mại, dịch vụ là doanh nghiệp, kinh tế ngoài quốc doanh.

Ngoài ra các NH còn cạnh tranh trong việc cung cấp các sản phẩm dịch vụ khác dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ kiều hối, và đã phát triển dịch vụ thẻ ATM,... đều được hầu hết các chi nhánh NH tại Đồng Tháp như: NHCT, NHĐT,... triển khai và ngày càng nâng cao chất lượng phục vụ cho mọi đối tượng khách hàng.

Và Xu hướng các NH sẽ lần lượt ra đời các sản phẩm, dịch vụ mới hướng vào loại dịch vụ phi tín dụng đáp ứng nhu cầu phát triển do việc mở rộng thương mại quốc tế, phát triển thị trường tài chính. Đây cũng là những sản phẩm để các NHTM khẳng định vị thế của mình trong chiến lược cạnh tranh.

***Cạnh tranh về giá cả của sản phẩm, dịch vụ:**

Các NH hiện nay đang cạnh tranh nhau khốc liệt về giá cả của sản phẩm, dịch vụ, bao gồm lãi suất cho vay, lãi suất tiền gửi và phí dịch vụ và các chính sách khuyến mãi khác.

So với các NH trên cùng địa bàn thì NHNNNo đã vững vàng trên thị trường trong công tác huy động vốn. Lượng khách hàng cũng như vốn huy động của NHNNNo ổn định và tăng trưởng. Tuy nhiên, NHNNNo cũng đã không ngừng tung ra nhiều đợt khuyến mãi, tăng lãi suất huy động vốn, gia tăng nhiều loại hình huy động vốn phù hợp với nhu cầu của khách hàng như: gửi tiết kiệm trúng vàng AAA, trúng xe ô tô...

Các Ngân hàng khác cũng vào cuộc đua tranh. Bên cạnh việc gia tăng lãi suất tiền gửi, hạ thấp phí dịch vụ, các Ngân hàng còn tung ra nhiều chương trình khuyến mãi tiết kiệm dự thưởng như của NHCT, với giải cao với nhiều giải thưởng có giá trị thiết thực. Không những thế vài NH còn có chính sách chăm sóc đặc biệt đối với khách hàng có nguồn vốn lớn như chăm sóc những người có khả năng quyết định nguồn vốn đó, có thể nói thị trường huy động vốn bằng trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp ngày càng trở nên sôi động.

Các NHTMCP tuy lãi suất huy động hấp dẫn nhất nhưng do bề dày hoạt động cũng như mức tín nhiệm trên địa bàn chưa cao nên vị thế huy động vốn không bằng các NHTMNN, mục tiêu họ dần xây dựng thanh thế góp phần cạnh tranh phân chia thị phần huy động vốn.

Trên lĩnh vực giá cả tín dụng hay lãi suất cho vay: NHCT Đồng Tháp có lợi thế hơn, lãi suất cho vay tương đối cạnh tranh và linh hoạt. Một thời gian dài trước đây NHCT được đánh giá là ngân hàng có lãi suất tương đối thấp hơn các NHTM khác trên địa bàn và chia theo thành phần kinh tế theo hướng giảm thấp cho doanh nghiệp nhà

nước, kể đến là doanh nghiệp ngoài quốc doanh và kinh doanh thương mại, dịch vụ. Đến nay nhóm NHTMNN gần như thực hiện chính sách lãi suất cho vay tương ứng nhau, riêng NHNN cho vay cá nhân và hộ gia đình lãi suất cao hơn.

Các NHTMCP huy động lãi suất cao và cho vay cũng lãi suất cao tương ứng, tuy nhiên tìm kiếm được khách hàng chủ yếu là khách hàng cá nhân nhờ những rang buộc nói lỏng hơn.

Bên cạnh đó, hiện nay biểu phí dịch vụ của các NHTM trên địa bàn tỉnh nhìn chung đã có những sự tương đồng nhất định do cạnh tranh giữa các NHTM với nhau ngày càng gay gắt để thu hút khách hàng, do đó, sự chênh lệch về các khoản thu dịch vụ phí đối với khách hàng đã bớt so với trước đây. Thực tế các NHTM tranh đua nhau lôi kéo khách hàng, nhất là khi có sự gia nhập mới của các NHTMCP như Sacombank, Saigonbank, thực hiện nhiều chiêu thức như quà tặng, miễn phí chuyển tiền, mở thẻ ATM,... trong tháng khai trương và tiếp tục hạ thấp mức phí rất nhiều, thậm chí còn 50% so với biểu phí công bố.

***Cạnh tranh thu hút nguồn nhân lực:**

Không như ở các thành phố lớn, thời gian vừa qua tại Đồng Tháp gần như nhân viên ngân hàng không có sự chuyển dịch qua lại giữa các ngân hàng, mà là có hiện tượng di chuyển ra khỏi địa bàn, chủ yếu hướng về các thành phố lớn và thường là các cán bộ thâm niên, có năng lực vì nhiều mục tiêu khác nhau. Trong khi đó các ngân hàng trên đã phát triển quy mô, do vậy nhu cầu tuyển dụng thường xuyên để đáp ứng nhu cầu bổ sung lực lượng và phát triển mạng lưới.

Phải có một sự đánh giá khách quan rằng, trong cuộc cạnh tranh nguồn nhân lực, các NHTMNN có nhiều lợi thế nhờ quy mô lớn và bề dày hoạt động lâu năm thu hút lực lượng sinh viên mới ra trường nhìn vào quy mô.

Do địa bàn hoạt động tỉnh lẻ, cũng như cơ chế tuyển dụng kém linh hoạt đối với các chi nhánh chủ yếu phụ thuộc đơn vị mẹ nên các ngân hàng trên địa bàn ít quan tâm cạnh tranh thu hút nhân lực trên địa bàn và thường là tuyển dụng qua thi tuyển phổ thông sinh viên mới theo nhu cầu lao động. Ngoài ra còn dựa trên quan hệ thân quen, nể nang tuyển dụng giảm tính cạnh tranh.

Sự cạnh tranh về nhân sự có lẽ sẽ nhen nhóm khi có nhiều ngân hàng mới xâm nhập địa bàn và có sự khởi động từ nhân tố cạnh tranh thu hút nhân lực.

2.2.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của NHCT Đồng Tháp.

2.2.2.1 Thương hiệu.

Thương hiệu VIETINBANK là sự đổi tên từ thương hiệu INCOMBANK do INCOMBANK trùng với một ngân hàng ở Nga đã đăng ký thương hiệu trước. Đây cũng là bài học kinh nghiệm trong quản trị thương hiệu trên trường quốc tế.

Thương hiệu INCOMBANK của NHCTVN, Ngân hàng Hội sở đã được khách hàng biết đến tương đối nhiều ở trong nước và đang vươn ra tầm quốc tế. Nhưng do chậm trong đăng ký thương hiệu quốc tế nên đã phải đổi thành thương hiệu Vietinbank. Vấn đề muốn đề cập ở đây là thương hiệu riêng cho NHCT Đồng Tháp: “VIETINBANK Đồng Tháp”. NHCT Đồng Tháp cũng đã tạo dựng hình ảnh riêng cho mình bằng nhiều hoạt động, hình thức phong phú qua các phong trào, hoạt động đoàn thể, phong cách giao dịch khách hàng, quan hệ ngoại giao với các ban ngành chính quyền các cấp. Việc đổi tên thương hiệu trên chưa ảnh hưởng gì đáng kể trong phạm vi Đồng Tháp.

Biết rằng, thương hiệu được đánh giá là vô cùng quan trọng cho sự phát triển của một doanh nghiệp, đặc biệt là đối với một Ngân hàng. Do đó, nếu NHCT Đồng Tháp có được thương hiệu riêng cho mình thì mức độ quảng bá sẽ rộng hơn, được nhiều người biết đến hơn và làm cơ sở cảm nhận và tin cậy cho khách hàng.

2.2.2.2 Công nghệ Ngân hàng:

NHCT Đồng Tháp gần đây ứng dụng nhiều công nghệ Ngân hàng tiên tiến vào trong mọi hoạt động của mình, đã áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ hiện đại vào hoạt động ngân hàng. Ngân hàng đã có mạng thanh toán điện tử tiên tiến, bảo đảm thanh toán nhanh chóng, chính xác, an toàn và tiện lợi cho khách hàng. Nhiều năm qua, Ngân hàng đã áp dụng chương trình quản lý ứng dụng trên toàn hệ thống như Misac, hiện nay là Incas. Chương trình Incas này có chức năng quản lý, kiểm soát tập trung trên toàn hệ thống tình trạng của tất cả món nợ, đồng

thời tạo ra sự liên kết và hỗ trợ lẫn nhau giữa các bộ phận đồng thời mang tính chuyên môn hóa cao cho mỗi bộ phận.

Tuy nhiên, so với các Ngân hàng mạnh như NHNT Đồng Tháp thì trình độ công nghệ tại NHCT Đồng Tháp vẫn còn thua kém. Các công nghệ được ứng dụng tại ngân hàng thường là công nghệ đã được các ngân hàng khác ứng dụng trước, phần là chạy chương trình cung cấp từ NHCTVN. Thực trạng thời gian gần đây chương trình Incas bộc lộ nhiều nhược điểm, thậm chí nghẽn mạng thường xuyên ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ. Hơn nữa, khả năng ứng dụng công nghệ của không ít cán bộ chậm thích ứng. Điều này đã làm trì trệ mất nhiều thời gian để giải quyết hồ sơ, dịch vụ cho khách hàng.

2.2.2.3 Sản phẩm, dịch vụ:

Danh mục Sản phẩm, dịch vụ của NHCT Đồng Tháp hiện nay khá phong phú, đa dạng như các NHTM khác trên địa bàn. Về sản phẩm cho vay với nhiều thể loại phục vụ các thành phần kinh tế, trong đó kể cả sản phẩm cho khách hàng cá nhân và hộ gia đình NHCT Đồng Tháp có vị thế khá tốt cung cấp sản phẩm cho vay doanh nghiệp và phát triển kinh tế hộ gia đình.

Về sản phẩm huy động vốn còn hạn chế nhất định, chưa xây dựng tính đa dạng chủng loại, chẳng hạn loại sản phẩm tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn hơi đơn điệu kém linh hoạt như các NH khác chia nhỏ nhiều kỳ hạn, áp dụng lãi suất bậc thang,...

Trên mảng sản phẩm dịch vụ, bên cạnh những sản phẩm truyền thống như dịch vụ kiều hối, nhờ thu, chuyển khoản,...NHCT Đồng Tháp cũng đã đưa nhiều sản phẩm hiện đại như chuyển tiền tự động, internet banking, dịch vụ thẻ ATM,...tạo thế mạnh cạnh tranh trên địa bàn đồng thời góp phần tăng thu nhập hoạt động dịch vụ.

Cùng với sự khuyết trương và tung ra nhiều sản phẩm của các NHTMNN, để vươn lên chiếm thị phần và thu hút khách hàng. NHCT Đồng Tháp cũng đã đưa các sản phẩm tiện ích ngân hàng ứng dụng vào thực tiễn có hiệu quả. Các sản phẩm tiện ích này gồm: sản phẩm thẻ ATM đã được cải tiến mẫu mã và được phát hành thêm các hình thức mới ATM – Ccard, ATM-Gcard phù hợp với nhiều loại đối tượng.

Tập trung phát triển dịch vụ trả lương qua tài khoản. Hiện có 1 máy ATM phục vụ khách hàng (đặt tại hội sở NHCT Đồng Tháp).

2.2.2.4 Giá cả (hay mức lãi suất phí dịch vụ).

Lãi suất của NHCT Đồng Tháp hiện nay ở mức cạnh tranh được trên địa bàn và thể hiện ở từng phương diện lãi suất huy động và lãi suất cho vay.

Mức lãi suất huy động của NHCT Đồng Tháp tương ứng như các NHTMNN, và trội nhất là lãi suất huy động của NHNNo. Còn so với nhóm các NHTMCP thì thấp hơn nhiều. Mặt khác tính linh hoạt của chính sách lãi suất huy động chưa cao, chẵn hạn chưa thực hiện chính sách lãi suất bậc thang theo thời gian linh hoạt như các ngân hàng khác, và chậm được điều chỉnh thường xuyên. Tuy nhiên nhờ bề dày hoạt động tại địa phương, mức chênh lệch lãi suất không lớn và chiến lược tiếp thị huy động vốn biết duy trì được khách hàng truyền thống, ổn định khách hàng nên vẫn duy trì được tăng trưởng huy động vốn.

Lãi suất cho vay của NHCT khá cạnh tranh vì tương đối thấp hơn so với một số ngân hàng khác. Vào thời điểm hiện nay, tháng 12/2006 lãi suất cho vay thực hiện giảm theo quy mô dư nợ gia tăng và ưu đãi cho khách hàng chiến lược. Chẵn hạn cho vay ngắn hạn với khoản vay hơn 1 tỷ đồng của NHCT là 1%/ tháng. Trong khi đó, ngân hàng Nông nghiệp là 1,03%/ tháng. Ngân hàng phát triển nhà là 1,02%/ tháng.

Về chính sách phí dịch vụ của NHCT Đồng Tháp hơi cao do ràng buộc của NHCTVN, hiện nay các NHTMCP tham gia địa bàn thực hiện nhiều chính sách giảm phí đe dọa phân chia lại thị phần.

2.2.2.5. Khả năng của đối thủ cạnh tranh.

***Các đối thủ cạnh tranh là Ngân hàng thương mại nhà nước.**

+ *Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (NHNNo) Đồng Tháp.*

NHNNo Đồng Tháp là ngân hàng duy trì huy động được lượng tiền gửi nhiều nhất trong tất cả các TCTD của tỉnh. Năm 2006, ngân hàng đã huy động được lượng tiền gửi là 1,156 tỷ đồng (tăng 14 so với năm 2005, chiếm 30.06 % thị phần

toàn tỉnh). Bên cạnh đó dư nợ tín dụng của NHNNĐ Đồng Tháp cũng dẫn đầu các TCTD trong tỉnh, dư nợ cho vay đến cuối năm là 2,686 tỷ đồng, đã duy trì được ổn định thị phần cao, năm 2004 chiếm 39 % thị phần, đến năm 2006 là 37.45 %.

Nguyên nhân của sự thành công này là do NHNNĐ có mạng lưới hoạt động lớn nhất gồm các chi nhánh cấp 2 và các phòng giao dịch khắp các huyện, thị (11CN, 8 PGD) với số lượng lao động lớn nhất, là 362 (2006) cán bộ, xuống tận các làng, xã, ấp xa xôi để phục vụ cho dân cư trong toàn địa bàn tỉnh ĐồngTháp.

NHNNĐ Đồng Tháp nhờ mạng lưới rộng khắp và tỷ trọng lớn cho vay cá nhân, hộ gia đình với lãi suất khá cao nên lợi thế huy động tiền gửi cũng mạnh dạng áp dụng lãi suất nhỉnh hơn các NHTM nhà nước khác. Ngoài ra NHNNĐ Đồng Tháp duy trì mối quan hệ tốt với công ty xổ số, hệ thống kho bạc nhà nước ở các huyện thị trong tỉnh đã có được tiền gửi lớn, lãi suất thấp và duy trì thường xuyên.

Tuy nhiên do thiên tai, dịch họa trong nông nghiệp, chăn nuôi gia súc gia cầm thời gian qua dẫn đến nợ xấu ở mức khá cao là 51,719 triệu đồng, chiếm 1.92% dư nợ.

+ **NHNT chi nhánh ĐồngTháp**: NHNT Đồng Tháp là một chi nhánh của NHNT Việt Nam được nâng cấp lên từ chi nhánh cấp 2 được thành lập năm 2004 thuộc NHNT An Giang. Quy mô còn nhỏ chỉ duy nhất hội sở mới xây dựng khá khang trang, tổng nguồn vốn của NHNT Đồng Tháp đến cuối năm 2006 đạt khoảng 45 tỷ đồng, dư nợ tín dụng chỉ đạt 27 tỷ đồng và mới nên nợ xấu chưa xuất hiện đáng kể chỉ 100 triệu đồng, chiếm 0.03% dư nợ. Tổng lao động 38 cán bộ, nhìn chung đa số là các cán bộ trẻ, năng động và được đào tạo bài bản, có trình độ ngoại ngữ khá phù hợp với vị thế của NHNT Đồng Tháp.

NHNT Đồng Tháp là ngân hàng đi đầu trong việc ứng dụng công nghệ ngân hàng hiện đại. Ngân hàng đã triển khai mô hình ngân hàng bán lẻ và phát triển các sản phẩm ngân hàng hiện đại như: hệ thống giao dịch ngân hàng tự động (thẻ Connect 24), các ứng dụng quản lý vốn tự động (SWEEP), đặc biệt dù còn non trẻ nhưng đã lắp đặt được hệ thống 05 máy ATM trên địa bàn tạo nền tảng tốt phát triển dịch vụ thẻ trên địa bàn.

+Ngân hàng đầu tư và phát triển (NHĐT) chi nhánh Đồng Tháp.

Gần đây NHĐT Đồng Tháp phát triển thêm mạng lưới với 2 Chi nhánh cấp 2 sau chuyển xuống là Phòng giao dịch. NHĐT đã triển khai tốt hoạt động dịch vụ thẻ với 3 máy ATM, đặt tại Hội sở và 2 Phòng giao dịch khởi động cho phát triển dịch vụ thẻ một cách kịp thời.

Hoạt động huy động vốn năm 2004 đạt được 295 tỷ đồng, chiếm 17,4% thị phần và đứng thứ 3 sau NHNN ở Đồng Tháp và gần bằng NHCT Đồng Tháp. Nhưng có sự suy giảm đến 2006, vốn huy động tại chỗ còn 286 tỷ đồng, thị phần chỉ còn hơn 9%. Chính sách huy động vốn của NHĐT cũng tương xứng như các NHTM nhà nước khác nhưng vị thế có suy giảm và tất yếu chia bớt thị phần khi NHĐT suy giảm vị thế.

Hoạt động tín dụng của NHĐT cũng suy giảm cả về số dư, chất lượng và thị phần. Năm 2004, dư nợ tín dụng của NHĐT đã là 677 tỷ đồng, chiếm 13,19% thị phần thì đến 2006, dư nợ còn 595 tỷ đồng, thị phần còn 7,97%, mất 5 % thị phần. Trong khi đó tỷ lệ nợ xấu gia tăng lên từ 0,28% dư nợ năm 2004 lên 10,30% dư nợ với số nợ xấu hơn 61 tỷ đồng. Đây là hậu quả của chính sách tín dụng lỏng lẻo, giảm chất lượng thẩm định, và đã bị một số khách hàng vay lừa đảo, kinh doanh thua lỗ, khó khăn trả nợ.

Trước những khó khăn trên NHĐT cần thời gian để khắc phục tồn tại, duy trì thị phần và cải thiện lại vị thế của mình.

**** Ngân hàng phát triển nhà (NHPT NHÀ) ĐBSCL chi nhánh Đồng Tháp.***

NHPT NHÀ đang trên đà phát triển, tăng trưởng với mạng lưới đã phát triển khá gồm 1 Hội sở và 6 Phòng giao dịch các huyện, thị, nhân lực đã lên đến con số 153 người chủ yếu là cán bộ trẻ.

Vốn huy động hàng năm tăng gia tăng từ 196 tỷ đồng (2004) lên đến 304 tỷ đồng, chiếm 8.65 % thị phần. Nhờ vào chiến lược lãi suất huy động hấp dẫn trong nhóm NHTMNN, dù ra đời sau nhưng dần đã xây dựng vị thế của mình trên địa bàn.

Hoạt động tín dụng với quy mô gia tăng, dư nợ tín dụng 650 tỷ (2004) tăng lên gần gấp đôi là 1,108 tỷ, thị phần gia tăng từ 12.6% (2004) lên 15 % (2006). Đây là những bước tăng trưởng của NHPT NHÀ. Bên cạnh việc mũi nhọn cho vay phát triển nhà ở, NHPH NHÀ đã cho đa dạng các sản phẩm tín dụng đối với các thành phần kinh tế. Tuy nhiên trong phát triển tín dụng của NHPT NHÀ, nợ xấu có gia tăng từ 0.39% dư nợ (2004) lên 1.05% dư nợ (2006).

Về các sản phẩm dịch vụ của NHPT NHÀ chưa tạo được nổi bật, dấu ấn mạnh gì hơn trên địa bàn và NHPT NHÀ cũng chưa triển khai được máy ATM nào cho tương xứng với vị thế hiện nay của mình như trên các mạng tín dụng, huy động vốn.

**** Các đối thủ cạnh tranh là các NHTMCP.***

Trước đây, tại Đồng Tháp chỉ có duy nhất 01 NHTPCP Phương Nam, gồm 01 Hội sở với 02 PGD, hoạt động quy mô nhỏ.

Hai năm trở lại đây (từ năm 2004), tại Đồng Tháp xuất hiện thêm các chi nhánh NHTM cổ phần như: NHTMCP Sài Gòn, NHTMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank), và đặc biệt là sự hoạt động trở lại của NHTMCP Đồng Tháp Mười.

Các NHTM cổ phần đang từng bước xây dựng mạng lưới và trở nên cạnh tranh hơn so với các đàn anh NHTM Nhà nước trong từng lĩnh vực. Nhất là trên lĩnh vực huy động vốn và sản phẩm dịch vụ như lãi suất huy động hấp dẫn, linh hoạt bậc thang, đa dạng sản phẩm dịch vụ và phí dịch vụ cạnh tranh.

Tỷ trọng huy động vốn của khối các NHTM cổ phần trên địa bàn nhờ vậy đã tăng từ 6.65 % năm 2005 lên 21.81 % năm 2006. Thực tế cho thấy rằng các NHTM cổ phần và liên doanh đang lớn mạnh nhanh chóng và sẽ trở thành các đối thủ “nặng ký” trong tương lai không xa.

**** NHTMCP Đồng Tháp Mười (NHTMCP ĐTM).***

Thành lập năm 1999 thuộc tỉnh ủy Đồng Tháp, sau một thời gian không hoạt động, năm 2005 thực hiện dự án chuyển giao cho Tổng công ty Xăng Dầu, NHTMCP ĐTM đã hoạt động trở lại, với 01 Hội sở tại Đồng Tháp Mười, nhân lực 57 người (2006). hoạt động nhỏ hẹp trên phạm vi huyện Tháp Mười.

Vốn huy động năm 2005 chỉ ở mức 90 tỷ, và có sự tín nhiệm vào tiềm năng phát triển, vốn huy động tăng lên gấp hơn 3 lần, đạt 396 tỷ (2006) và nguồn vốn góp bổ sung rất lớn đạt 750 tỷ đồng, tiềm lực vốn là khá cao.

Về quy mô tín dụng cũng tăng vượt bậc từ 181 tỷ (2005) lên 801 tỷ (2006), chiếm hơn 10% thị phần, chủ yếu cho vay các doanh nghiệp lớn liên quan ngành nghề kinh doanh xăng dầu như Công ty xăng dầu Đồng Tháp,...

Có thể nói hiện tại NHTMCP ĐTM với mạng lưới, địa bàn hoạt động còn nhỏ hẹp, chưa cạnh tranh mạnh trên tất cả các mặt hoạt động nhưng tiềm năng phát triển của NHTMCP ĐTM là rất lớn nhờ vào vị thế của Tổng Công ty Xăng Dầu Việt Nam, khả năng mạnh về vốn, có hệ thống các đơn vị kinh tế kinh doanh xăng dầu rất lớn, giao dịch thường xuyên, giá trị giao dịch khá lớn như chuyển tiền, vay vốn.

*** *NHTMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank) Đồng Tháp:***

Thành lập năm 2004, hiện có 01 Hội sở và 01 PGD, nhân sự gồm 39 người.

Dù mới đi vào hoạt động không lâu, Sacombank có chiến lược hấp dẫn trong huy động vốn và sản phẩm dịch vụ. Lãi suất huy động cao hơn khối NHTM nhà nước, và Sacombank đã từng bước tạo tín nhiệm trên thị trường nên có mức huy động vốn giao tăng rất lớn từ 38 tỷ đồng (2005) lên đến 130 tỷ (2006) tăng gấp 3 lần trong năm 2006.

Sacombank cũng đã mạnh dạng triển khai sản phẩm, dịch vụ khá ấn tượng tại địa bàn như dịch vụ thu, chi tận nhà, bao thanh toán,... dù hiệu quả chưa cao nhưng cũng đã thể hiện tính đa dạng sản phẩm dịch vụ của mình. Bên cạnh đó, với quy mô nhỏ nhưng cũng đã triển khai 02 máy ATM tại 2 trụ sở của mình.

Hoạt động tín dụng Sacombank chưa mạnh, chỉ đạt dư nợ 71 tỷ đồng (2006) do mạng lưới hoạt động còn nhỏ, chủ yếu đầu tư kinh tế tư nhân cá thể.

Nhờ vào tính linh hoạt, hiệu quả của mô hình NHTMCP, và tên tuổi của thương hiệu Sacombank trên thị trường mà Sacombank Đồng Tháp có những thành công bước đầu tại Đồng Tháp tạo tiền đề phát triển lâu dài sau này, nhất là trên phương diện huy động vốn và sản phẩm dịch vụ. Đây cũng là đối thủ cạnh tranh khá mạnh tiềm ẩn trên địa bàn Đồng Tháp.

2.2.2.6 Chất lượng nguồn nhân lực:

Nhìn chung, nhân sự tại NHCT Đồng Tháp cũng còn nhiều cán bộ gần bó đã lâu với NH. Nguồn lực còn lại chủ yếu là các cán bộ trẻ, năng động, có trình độ nghiệp vụ, ngoại ngữ, tin học được đào tạo chính quy. Tuổi đời bình quân toàn Chi nhánh là 38, là khá cao so với các Ngân hàng khác. Vì nhiều lý do thời gian qua Chi nhánh đã phải chuyển đi một số cán bộ cốt cán về thành phố Hồ Chí Minh làm suy giảm một phần chất lượng nguồn nhân lực. NHCT Đồng Tháp đã có đầu tư phát triển lực lượng trẻ nhưng hiện tại chưa thể bổ sung kịp thời được, trong nhiều năm thường xảy ra tình trạng chậm bổ sung kịp thời khi có sự di chuyển đi nơi khác đối với một số vị trí như lãnh đạo các phòng ban, một mặt thiếu môi trường đào tạo, tập sự quản lý cho thế hệ trẻ.

Nhân sự NHCT Đồng Tháp đến 12 năm 2006 là 152 người, cơ bản qua đào tạo nghiệp vụ chuyên môn, 60% trình độ đại học, sau đại học 3 cán bộ, còn lại trình độ cao đẳng, trung học, và một lượng ít cán bộ chỉ qua đào tạo ngắn hạn.

Có thể nói nhân lực NHCT Đồng Tháp xét về lực lượng cũng khá mạnh về số lượng, thâm niên công tác tạo nên cứng cỏi trong tác nghiệp, nhưng một bộ phận cán bộ tuổi cao tạo nên sự thiếu năng động trong tác nghiệp và hiện thời nhân lực vẫn có khả năng cạnh tranh nhưng về lâu dài cần có những chuyển biến mạnh trong thế hệ trẻ và thường xuyên đánh bóng chong lại tình trạng sơ cứng cán bộ.

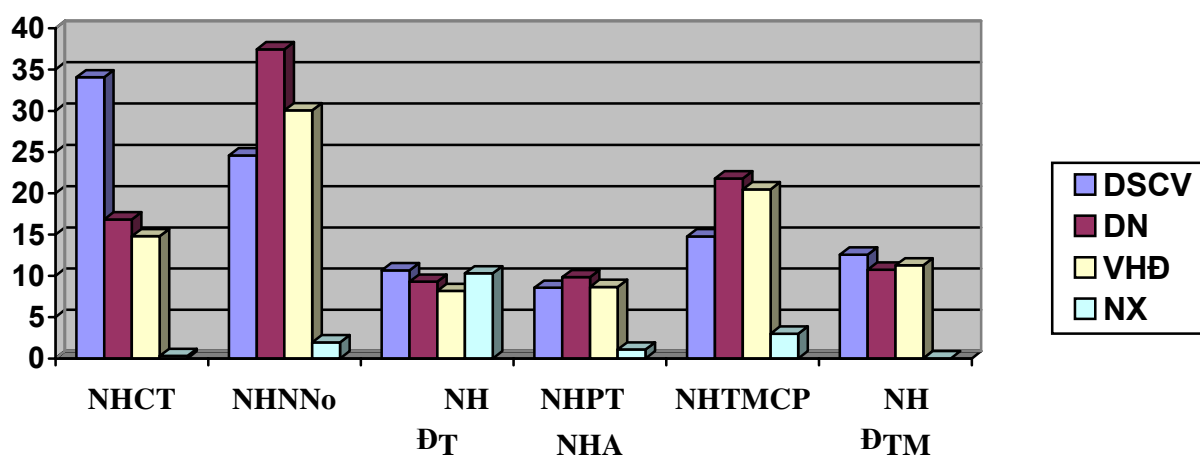
2.2.2.7 Mạng lưới hoạt động

NHCT Đồng Tháp gồm Hội sở tại Cao lãnh quy mô khá khang trang, đặt tại ngã tư trung tâm tỉnh lỵ thuận lợi kinh doanh; chi nhánh tại Sa Đéc, với quy mô hoạt động tương đối lớn so với một chi nhánh cấp 2 đang nâng cấp, lao động hơn 50 người, Dư nợ năm 2006 của chi nhánh Sa Đéc là 488 tỷ đồng. Các khách hàng của Chi nhánh đa dạng gồm đa số doanh nghiệp, hộ kinh doanh và một lượng lớn hộ gia đình.

Ngoài ra, ngân hàng còn có 05 phòng giao dịch đặt tại các huyện trong tỉnh mạng lưới khá bao phủ địa bàn.

Như vậy, mạng lưới hoạt động của ngân hàng tương đối bao phủ, chỉ sau NHNNĐ Đồng Tháp, có tất cả 11 chi nhánh và 8 Phòng giao dịch ở khắp các huyện thị trong tỉnh.

2.2.3 Xác định vị thế của NHCT Đồng Tháp trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp.



Hình: 2.2 Thị phần các NHTM tại Đồng Tháp. ĐVT: %.

So với các tổ chức tín dụng trong tỉnh, hoạt động của ngân hàng Công thương Đồng Tháp. Năm 2006, doanh số cho vay đứng đầu chiếm 34.12% thị phần; dư nợ chiếm 16.84 % chiếm vị trí thứ 2; Vốn huy động tại chỗ chiếm 14.80 % đứng thứ 2.

Doanh số cho vay dẫn đầu do Ngân hàng công thương Đồng Tháp có hệ thống khách hàng là các đơn vị kinh tế kinh doanh lương thực, thương mại - dịch vụ,...luân chuyển vốn nhanh nên việc vay, trả thường xuyên dẫn đến doanh số cho vay rất cao. Và Dư nợ của Ngân hàng công thương Đồng Tháp chiếm vị trí thứ 2 trên địa bàn, vị trí khá tốt, chỉ sau NHNNĐ Đồng Tháp và tỷ lệ nợ quá hạn của ngân hàng lại thấp nhất trong nhóm NHTMNN cho vay lâu năm, chiếm 0.3 % dư nợ.

Về mạng lưới hoạt động gồm 01 Hội sở, 01 Chi nhánh và 05 Phòng giao dịch tương đối khá, đứng thứ 2 sau NHNNĐ. Cơ sở vật chất có quy mô nhưng gần đây chưa được mở rộng thêm nên nguy cơ các NHTM khác vượt lên như NHPT NHA Đồng Tháp đã có mạng lưới gần tương ứng cũng như trên nhiều phương diện khác. Có thể nói việc trang bị phương tiện kinh doanh như máy ATM của NHCT Đồng Tháp chỉ có 01 máy là chưa ngang tầm với vị thế của mình.

Nhìn chung vị thế của NHCT Đồng Tháp tương khá tốt, đạt được nhiều thắng lợi trong nhiều năm qua. Tuy nhiên, không thể chủ quan trước tình hình mới và xu hướng có cạnh tranh mạnh phân chia thị phần của các ngân hàng sở tại và khả năng thâm nhập địa bàn của NH mới, nhất là NHTM CP từ khu vực khác đến.

2.3 ĐÁNH GIÁ CÁC ĐIỂM MẠNH VÀ ĐIỂM YẾU CỦA NHCT ĐỒNG THÁP.

2.3.1 Điểm mạnh:

2.3.1.1 Chiến lược tiếp thị, tạo dựng và phát triển ngân hàng.

Mặc dù công tác tiếp thị chưa thật sự bài bản, được đầu tư đúng mức nhưng NHCT Đồng Tháp đã có những thành quả nhất định trong chiến lược tiếp thị. biết khai thác những cơ hội trong tiếp thị, quảng bá hình ảnh của mình đồng thời có những chuyển biến trong công tác tiếp thị, ngoài việc quảng cáo bằng các băng rôn giới thiệu sản phẩm, quảng bá hình ảnh, các bướm, tờ rơi kích thước gọn nhẹ thiết kế và trình bày đẹp, hiện đại, rõ ràng, hấp dẫn phát không cho khách hàng hay để tại các quầy giao dịch của ngân hàng để giới thiệu và hướng dẫn khách hàng lựa chọn các sản phẩm dịch vụ. Ngân hàng còn thực hiện các chương trình quảng cáo qua thông tin đại chúng khác như truyền hình, báo chí,...Ngân hàng cũng thực hiện các đợt tiếp thị trực tiếp đến các khách hàng tiềm năng, mũi nhọn để mời gọi hoặc thông qua quan hệ thân quen, khách hàng của mình giới thiệu, thực hiện công tác chăm sóc khách hàng qua tặng quà lưu niệm khi đến giao dịch với ngân hàng như: viết, nón, áo mưa, lịch... ngoài ra, ngân hàng còn in ấn các tờ rơi, tờ bướm kích thước gọn nhẹ, thiết kế và trình bày đẹp, hiện đại, rõ ràng, hấp dẫn... phát không cho khách hàng hay để tại các quầy giao dịch của ngân hàng để giới thiệu và hướng dẫn khách hàng lựa chọn các sản phẩm dịch vụ.

Xây dựng hình ảnh NHCT Đồng Tháp bằng những hoạt động phong trào đoàn thể tại địa phương, như phong trào thể thao ngành ngân hàng tại tỉnh, tham gia tài trợ các chương trình hội thao truyền thống tại địa phương hàng năm nhân các ngày lễ lớn, và các chương trình văn hóa văn nghệ khác, vừa góp phần hoạt động phong trào ở địa phương được sôi nổi, qua đó quảng bá hình ảnh Ngân hàng đồng thời còn được sự ủng hộ của các cấp chính quyền địa phương.

Ngoài ra NHCT Đồng Tháp cũng có chiến lược thu hút và giữ chân những khách hàng lớn bằng những chính sách chăm sóc đặc biệt đối với khách hàng hay những nhân vật có khả năng quyết định chọn ngân hàng giao dịch. Bằng những xã giao tình cảm hay gia tăng hậu mãi cho nhóm khách hàng này hay mạnh dạn hỗ trợ khách hàng vượt qua khó khăn đã tạo nên lòng trung thành của khách hàng.

Tất cả những đổi mới nói trên trong công tác tiếp thị giờ đây làm cho bộ mặt của NHCT Đồng Tháp khác cơ bản với hình ảnh ngân hàng trước đây. Đó là những xu hướng mới trong chiến lược tiếp thị khách hàng của ngân hàng công thương Đồng Tháp làm thay đổi hình ảnh, tăng uy tín ngân hàng phù hợp với yêu cầu hội nhập khu vực và quốc tế.

2.3.1.2 Nghiệp vụ tạo lợi thế cạnh tranh của NHCT Đồng Tháp.

**Nghiệp vụ cho vay:*

Tín dụng là một nghiệp vụ truyền thống của các ngân hàng, không những mang lại lợi nhuận chủ yếu mà còn quyết định sự tồn tại và phát triển của các NHTM tại Việt Nam. Các NHTM muốn duy trì sự tồn tại và phát triển trên thị trường cạnh tranh phải có những mặt mạnh nhất định được tạo ra nhờ sử dụng hiệu quả các vũ khí cạnh tranh được gọi là lợi thế cạnh tranh. NHNT có lợi thế cạnh tranh là nguồn vốn ngoại tệ và dịch vụ thanh toán quốc tế, NHĐT có lợi thế trong việc thẩm định và cho vay các dự án đầu tư. NHNN có lợi thế trong cho vay và phát triển lĩnh vực chuyên về nông nghiệp... còn lợi thế cạnh tranh của NHCT Đồng Tháp là hoạt động tín dụng. Dư nợ tín dụng của NHCT Đồng Tháp đứng hàng thứ 2 và tỉ lệ nợ xấu thấp so với các ngân hàng khác. Nghiệp vụ tín dụng tại ngân hàng đang duy trì tăng trưởng ổn định giữ vững thị phần khá cao trên địa bàn. Chính sách tín dụng có chiến lược và linh hoạt, năng động, có chuyên môn hóa cán bộ phụ trách. Đồng thời mạnh dạn thực hiện chính sách thông thoáng, và đảm bảo theo chế độ cho phép như định giá thị trường đối với khách hàng tín nhiệm cao, trình tự thủ tục giải quyết hồ sơ gọn nhẹ, mức lãi suất cho vay mang tính cạnh tranh theo hướng giảm theo quy mô dư nợ và khách hàng chiến lược.

Bảng 2.7: Cơ cấu thị phần tín dụng trên địa bàn (%)

STT	TCTD	Năm 2004		Năm 2005		Năm 2006	
		Dư nợ và tỷ lệ Nợ Xấu(NX)	Tỷ trọng	Dư nợ và tỷ lệ nợ xấu (NX)	Tỷ trọng	Dư nợ và tỷ lệ nợ xấu(NX)	Tỷ trọng
1	NHCT ĐT	1,176,786 NX: 0.5%	23.48	1,291,262 NX: 0.55%	21.36	1,427,326 NX: 0.28%	19.12
2	- NHĐT ĐT	677,329 NX: 0.28%	13.52	709,754 NX: 3.69%	11.74	595,057 NX:10.30%	7.97
3	- NHNNĐ ĐT	2,007,334 NX: 0.95%	40.06	2,349,223 NX: 3.32%	38.86	2,686,541 NX: 1.06%	36
4	NHNT ĐT	14,645 NX:0%	0.29	32,632 NX: 0	0.54	27,781 NX: 0.36%	0.37
5	- NHPT NHÀ ĐT	650,399 NX: 0.39%	12.98	894,632 NX: 0.71%	14.8	1,108,502 NX: 1.06 %	14.85
6	- NHCSXH ĐT	274,269 NX: 2.39%	5.47	336,869 NX: 3.78%	5.57	444,095 NX: 4.95	5.95
7	- NHTMCP Sacombank	3,656 NX: 0%	0.08	9,851 NX: 0%	0.16	71,144 NX: 0.03%	0.95
8	- Ngân hàng TMCP ĐTM		0	181,267 NX: 0%	3	801,781 NX: 0%	10.74
9	- NHTMCP Phương Nam	124,892 NX:1.37%	2.49	137,370 NX: 3.16%	2.27	176,759 NX: 2.95%	2.37
10	- QUỸ TDND	81,710 NX: 0.63%	1.63	101,987 NX: 0.81%	1.69	124,284 NX: 2.43%	1.67
	Tổng Cộng	5,011,020	100	6,044,847	100	7,463,270	100

(Nguồn: Trích báo cáo hàng năm của Ngân hàng Nhà nước tỉnh Đồng Tháp)

*** Hoạt động thanh toán quốc tế và kinh doanh ngoại tệ .**

Bảng 2.8 Hoạt động thanh toán quốc tế và kinh doanh ngoại tệ. đơn vị tính:1,000 USD.

CHỈ TIÊU	2002	2003	2004	2005	2006
L/C nhập mở	3,274	9,579	21,636	43,563	55,277
L/C thanh toán	2,743	5,183	17,609	50,667	59,488
Nhờ thu đi	2,817	4,136	4,286	5,800	20,182
Nhờ thu đến	124	168	218	434	675
TTR đi	4,826	5,467	6,284	11,779	17,382
TTR đến	7,342	9,164	14,571	28,769	16,468
* Kinh doanh ngoại tệ					
- Doanh thu(Triệu đồng).	631	667	836	1,045	1,316
- Doanh số mua vào	29,336	35,803	61,968	124,704	145,614
- Doanh số bán ra	30,001	36,019	61,287	123,308	144,726
- Kiều hối	948	550	1,687	2,019	2,462

Nguồn: báo cáo hoạt động thanh toán quốc tế và kinh doanh ngoại tệ hàng năm

NHCT Đồng Tháp.

Trong xu thế cạnh tranh giữa các ngân hàng trên địa bàn, đặc biệt trong hoạt động thanh toán đòi hỏi phải nhanh chóng, chính xác, phong cách giao dịch tận tâm, tận lực đồng thời phát huy lợi thế quy mô, mạng lưới và bề dày hoạt động của NHCT Đồng Tháp trên địa bàn đồng thời thực hiện chính sách phí phù hợp, linh hoạt dẫn đến kết quả hoạt động thanh toán tăng trưởng ổn định trong nhiều năm qua.

Do đặc thù địa bàn, hoạt động kinh doanh ngoại tệ còn đơn điệu, chủ yếu là mua bán ngoại tệ giao ngay và chi trả kiều hối. Kết quả hàng năm đều có gia tăng và doanh thu hàng năm cũng tăng dù giá trị còn thấp chỉ hơn con số 1 tỷ đồng. Bên cạnh đó tạo nguồn thu ngoại tệ đáp ứng nhu cầu mua ngoại tệ cho các đơn vị nhập khẩu tại địa phương, trường hợp thiếu hụt nhận sự hỗ trợ kịp thời từ NHCTVN. Qua đó tạo được sự tín nhiệm từ khách hàng.

2.3.1.3 Nguồn nhân lực :

Như đã nêu trong phần 2.2.2.6, nhân sự NHCT Đồng Tháp đến 12 năm 2006 là 152 người, cơ bản qua đào tạo nghiệp vụ chuyên môn, 60% trình độ đại học, sau đại học 3 cán bộ , còn lại trình độ cao đẳng, trung học, và một lượng ít cán bộ chỉ qua đào tạo ngắn hạn.

Có thể nói nhân lực NHCT Đồng Tháp xét về lực lượng cũng khá mạnh về số lượng, thâm niên công tác tạo nên cứng cỏi trong tác nghiệp, cùng một lực lượng cán bộ trẻ năng động, có trình độ qua đào tạo bài bản, đúng chuyên ngành, với lòng nhiệt huyết tạo nên thế mạnh nhân lực cho Chi nhánh. So với các NH trong địa bàn thì Chi nhánh đã có chính sách đầu tư nhân lực vượt trội, như đã cử 3 cán bộ theo học sau đại học, lượng lớn cán bộ học nâng cao trình độ hoàn chỉnh đại học nâng tỷ lệ đại học đến nay đạt 60%, còn lại trình độ cũng nâng lên đưa đi học, liên kết mở lớp học ngoại ngữ, tin học cho cán bộ học tập.

Hơn nữa nhờ bề dày công tác tại địa phương mà nhiều cán bộ cốt cán có mối quan hệ rộng trên địa bàn , nhờ đó nắm bắt thông tin, được sự ủng hộ khá tốt từ nhiều phía khách hàng và cả chính quyền đoàn thể.

Bên cạnh đó, thực hiện chủ trương của NHCT VN, NHCT ĐT mạnh dạng vận động về hưu trước tuổi, và tuyển dụng mới góp phần trẻ hóa cán bộ góp phần nâng cao chất lượng lao động.

2.3.2 Điểm yếu:

2.3.2.1 Hạn chế về vốn.

Là 1/136 CN thuộc NHCTVN, biết rằng NHCT VN có vốn điều lệ là 8,393 tỷ đồng, như vậy nếu tính riêng cho NHCT Đồng Tháp thì quả là thấp so với quy mô hoạt động.

Nhìn chung, nguồn vốn của các NHTMNN cũng như các NHTMCP trong nước đang còn rất thấp. Vốn điều lệ thấp là một điểm yếu mà các ngân hàng trong nước sẽ không đủ sức để tăng trưởng và nâng cao sức cạnh tranh trước các NHTM liên doanh và nước ngoài. Hơn nữa các NHTMNN chậm cổ phần hóa cơ hội gia tăng

vốn điều lệ ít hơn các NHTMCP, rõ ràng thời gian qua nhiều NHTMCP đã thuận lợi gia tăng vốn điều lệ nhất là các ngân hàng đã lên sàn giao dịch chứng khoán, dễ dàng huy động vốn trên thị trường như Sacombank và đặc biệt là sự gia tăng vốn góp của NHTMCP ĐTM lên đến 750 tỷ đồng.

Hơn thế nữa so với các NHTMNN trên cùng một địa bàn, nguồn vốn của NHCT Đồng Tháp vẫn còn khiêm tốn. Tính đến 31/12/2006 tổng nguồn vốn của NHCT Đồng Tháp là: 1,446 tỷ đồng, Chỉ tăng 8 % so với cùng kỳ năm 2005, trong đó huy động tại chỗ 520 tỷ đồng, chiếm 14.39% thị phần. Trong khi đó vốn của NHNN Đồng Tháp là 2,804 tỷ đồng (tăng 16 %) và NHTMCP Sacombank tăng gấp 3 lần trong năm 2006. Rõ ràng đây chính là hạn chế của NHCT Đồng Tháp trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

2.3.2.2 Hạn chế do tuân thủ quy trình của NHCTVN.

Do là một chi nhánh trực thuộc NHCTVN, tuy hoạt động và hạch toán độc lập nhưng NHCT Đồng Tháp vẫn phải tuân thủ theo đúng quy chế, quy trình của NHCTVN. Trong khi NHCT Đồng Tháp có đặc thù riêng biệt trên 60% dư nợ cho vay hộ gia đình chiếm đến 90 % số lượng khách hàng, nhưng phải thực hiện chương trình quản lý Incas chung hệ thống gặp không ít khó khăn, giảm chất lượng xử lý phục vụ khách hàng,...

Về mặt hồ sơ cũng còn khá phức tạp, chẳng hạn phải thực hiện cho vay có bảo đảm do tỷ lệ ràng buộc của NHCTVN về tỷ lệ cho vay không có bảo đảm cho phép rất thấp, năm 2006 dưới 5% tổng dư nợ. Do vậy dù khách hàng hộ gia đình vay sản xuất nông nghiệp với mức thuộc đối tượng không bảo đảm nhưng để đảm bảo theo quy định NHCTVN, Chi nhánh phải thực hiện khâu bảo đảm tài sản tạo thêm phức tạp, tốn chi phí cho khách hàng.

Mặt khác, NHCT Đồng Tháp sớm thực hiện Theo nghị định 181/NĐ-CP, định giá tài sản theo giá thị trường. Nhưng đến tháng 08/ 2006 thì NHCTVN quy định không áp dụng đối với đất nông nghiệp, quy định này tạo ra vướng mắc cho Chi nhánh bởi địa bàn Đồng Tháp giá thị trường đất nông nghiệp một số vùng đặc

thù rất cao như đất nuôi trồng thủy sản hay ở các khu mới đô thị hóa, thực tế điều này gây nên đánh mất khách hàng, giảm sức cạnh tranh của Chi nhánh.

Năm qua NHCTVN ra hàng loạt các quy trình thực hiện quản lý theo tiêu chuẩn ISO, nhưng chưa phù hợp tính đặc thù ở Chi nhánh có số lượng khách hàng nhỏ lẻ quá lớn (hơn 15,000 khách hàng) nên không thực hiện các tờ trình nhập, xuất tài sản khách hàng,...hay tờ trình của tín dụng khi thu nợ,...

2.3.2.3 Hoạt động marketing ngân hàng chưa đi vào chiều sâu..

Công tác tiếp thị có những thành công nhất định thu hút khách hàng và phần lớn mang tính chỉ đạo, triển khai của Ban giám đốc.

Ngân hàng có thành lập bộ phận marketing được kiêm nhiệm từ vài cán bộ nghiệp vụ kinh doanh và hoạt động không rõ nét, không có chương trình, chiến lược cụ thể.

Chưa có sự chủ động tìm kiếm khách hàng, chịu ảnh hưởng tư tưởng ngồi chờ khách hàng đến tiếp nhận và xử lý mang tính giải quyết sự vụ, không nhắm được khách hàng mục tiêu, khách hàng tiềm năng.

Chi phí cho hoạt động marketing không lớn, chủ yếu quà khuyến mãi, tặng phẩm nhân dịp lễ kỷ niệm nào đó, hoặc định kỳ cuối năm, không thường xuyên, mang tính đến hẹn lại lên.

2.3.2.4 Công nghệ ngân hàng tồn tại nhiều hạn chế, hiệu quả chưa cao.

Công nghệ ứng dụng tại NHCT Đồng Tháp như đã phân tích, đa phần sử dụng chung trong toàn hệ thống, như chương trình Incas tồn tại nhiều hạn chế, đặc biệt đối với đơn vị đặc thù như NHCT Đồng Tháp, chương trình quản lý tập trung cao nhưng chạy thường bị nghẽn mạng gọi là "Timeout", hay tập trung việc cho bộ phận tín dụng gây ra áp lực lớn dẫn đến vượt khả năng quản lý hiện tại cho bộ phận tín dụng gây nên giảm chất lượng quản lý tín dụng và cũng như phục vụ khách hàng.

Mức đầu tư máy móc thiết bị kinh doanh kém năng động, chờ duyệt, cấp của NHCTVN mất thời cơ vị thế kinh doanh. Chẳng hạn dịch vụ ATM, NHCT Đồng Tháp đứng sau nhiều NHTM khác, đến nay mới trang bị được 1 máy ATM, trong

khi các NHTM khác đầu tư nhiều máy, như NHNT mới thành lập sau cũng đã đầu tư nhiều máy ATM, ngay cả ở những nơi chưa có Chi nhánh như khu vực Sađéc, hay NH Sacombank mới khai Phòng giao Sađéc đã lắp đặt luôn máy ATM,... lưu ý rằng Chi nhánh NHCT SAĐÉC cũng chưa có máy ATM. Qua đó có thể nhận thấy đầu tư công nghệ NHCT Đồng Tháp yếu thế như thế nào. Đây là một trong những nhân tố kiềm hãm sự phát triển của ngân hàng, không tạo được cho ngân hàng một sức bật để thắng thế trong cạnh tranh.

2.3.2.5 Chưa có bộ phận nghiên cứu và phát triển.

NHCT Đồng Tháp chưa có riêng bộ phận nghiên cứu và phát triển (R&D) để tìm hiểu và đánh giá đúng tình hình thị trường cũng như khả năng của các đối thủ cạnh tranh. Nguyên nhân chủ yếu là do ngân hàng theo mô hình quy định của NHCTVN, và bản thân Chi nhánh chưa xem trọng việc có tìm hiểu phân tích, đánh giá đúng khách hàng, thị trường, khả năng của đối thủ cạnh tranh thì mới có thể đưa ra những chiến lược kinh doanh có hiệu quả, thắng thế trên thương trường. Hơn nữa cán bộ ngân hàng vẫn còn nặng tư tưởng ngồi chờ có khách hàng đến thì vào việc, thiếu chủ động tìm kiếm...

Hàng năm, định kỳ cũng có đưa ra phương hướng, đánh giá chung thường được đưa ra từ một vài cán bộ quản lý phòng ban nào đó tham mưu như phòng khách hàng, thiếu cơ sở khoa học, có khi mang tính cảm tính. Các vấn đề thường được đưa ra một cách phổ biến tại các cuộc họp nhưng ít đi sâu, phân tích thấu đáo.

2.3.2.6 Công tác thẩm định và kiểm soát tín dụng chưa triệt để

Do mỗi cán bộ phụ trách tín dụng quản lý quá nhiều khách hàng, bình quân trên 500 khách hàng, nên thường khi công tác tín dụng dễ bỏ qua một số khâu cũng như giảm chất lượng thực hiện ở một số khâu có lúc ngay ở khâu thẩm định cho vay nhiều lúc qua loa, thiếu thông tin, chất lượng xử lý thông tin kém,...

Khâu kiểm tra giám sát tín dụng thiếu thường xuyên, ít được quan tâm đúng mức và ngay cả có kiểm tra sử dụng vốn cũng thực hiện sơ sài, hình thức, đối phó. Chưa xem trọng việc kiểm tra sử dụng vốn góp phần giám sát khách hàng cũng như

góp phần xác định đúng thực trạng đồng vốn của ngân hàng đã cho vay góp phần bảo đảm an toàn vốn. Thậm chí nợ quá hạn cũng ít được đôn đốc thường xuyên.

Ngoài ra, do thực hiện theo mô hình quản lý Incas có nhiều hạn chế nhất là việc theo dõi nợ của bộ phận tín dụng quá phức tạp, khó tổng hợp kế hoạch đôn đốc nợ hợp lý, có hiệu quả.

2.3.2.7 Chủng loại sản phẩm dịch vụ ngân hàng chưa đa dạng.

Hoạt động của NHCT Đồng Tháp vẫn còn bao trùm tư tưởng của thời kỳ trước: chỉ đặt nặng vai trò của khâu cho vay, chưa đẩy mạnh tỷ trọng nguồn thu từ kinh doanh dịch vụ. Sản phẩm dịch vụ của ngân hàng còn đơn điệu và nghèo nàn, mang tính lặp lại và bất chước chứ không sáng tạo. Dễ thấy nhất là sản phẩm thẻ ATM, toàn bộ NHCT Đồng Tháp chỉ có 1 máy ATM đặt tại trụ hội sở, so với các ngân hàng khác thì sản phẩm thẻ của Ngân Hàng Công thương Đồng Tháp phục vụ rất kém, ngay cả khu vực như Sađéc cũng chưa đầu tư được máy ATM để phát triển thẻ phục vụ khách hàng trong khi nhiều ngân hàng khác như NHNT tuy chưa có chi nhánh tại Sađéc nhưng đã có 2 máy ATM phục vụ khách hàng.

Trên phương diện sản phẩm huy động vốn của NHCT Đồng Tháp của kém đa dạng và hấp dẫn bằng các NHTM khác cả về chủng loại và lãi suất như chưa có sản phẩm tiết kiệm bậc thang cả về số tiền và thời gian, tiết kiệm ưu đãi cho người cao tuổi,...hay tiết kiệm rút vốn dần.

Còn nhiều sản phẩm của NHCTVN chưa đưa vào hoạt động như sản phẩm bao thanh toán, tín dụng thấu chi, cho thuê kết sắt,...

2.3.2.8 Môi trường làm việc kém thăng tiến.

Trong nhiều năm qua, quy mô hoạt động của NHCT Đồng Tháp không có phát triển thêm cơ sở mới, cán bộ quản lý không có thay đổi lớn và có sự đổi chỗ cho nhau. Việc bổ nhiệm cán bộ quản lý thực sự chưa hoàn toàn dựa trên cơ sở năng lực, trình độ và thiếu vắng cán bộ trẻ. Phần lớn cán bộ quản lý chủ yếu nhờ có thâm niên cao, thậm chí chưa được chuẩn hoá trình độ và chiếm giữ vị trí suốt thời gian dài do không phát triển được nữa tạo ra sức ỳ rất lớn.

Mặt khác, chưa mạnh dạn tạo ra môi trường thực tập quản lý để bổ sung kịp thời và hiệu quả kế thừa thế hệ, đặc biệt khi có sự di chuyển đi nơi khác của một số vị trí nào đó sẽ được bổ sung kịp thời. Trong nhiều nơi chưa bổ nhiệm đủ cấp phó theo chuẩn cho phép, đây cũng là điều kiện để tạo môi trường thực tập quản lý cần thiết nhất là đối với thế hệ trẻ.

Ngoài ra do không phát triển thêm cơ sở mới nên hàng năm tuyển dụng thêm không nhiều, dần làm mất bằng cán bộ bị lão hóa nhất nhì so với các NHTM khác tạo ra sức ỳ trong lao động, học tập.

2.3.2.9 Chưa xây dựng được thương hiệu

NHCT Đồng Tháp vẫn chưa tạo được cho mình một phong cách giao dịch riêng biệt, khác biệt và nổi trội so với các đối thủ trên cùng địa bàn. Trụ sở của ngân hàng đã cũ do xây dựng đã lâu, trang thiết bị văn phòng không đẹp và không hiện đại. Hiện trụ sở các phòng giao dịch chủ yếu là phải thuê, vừa nhỏ, không trang trọng, xuống cấp, và do cơ chế chờ kinh phí từ NHCTVN mất vị thế kinh doanh.

Điều quan trọng nhất là thái độ và phong cách giao tiếp của nhân viên tại ngân hàng vẫn còn mang nét của thời bao cấp... khách hàng cần ngân hàng, chứ không phải ngân hàng cần khách hàng. Ngoài ra còn ảnh hưởng nhiều nét văn hóa củ chưa thực sự coi trọng thế hệ trẻ trong doanh nghiệp, tư tưởng nể nang người lớn tuổi trong công việc.

Xử lý nghiệp vụ chưa thực sự chuẩn hóa, làm việc theo lối mòn người trước dắt người sau,...thời gian giải quyết giao dịch dao động lớn. chưa coi trọng xây dựng văn hóa doanh nghiệp.

Một điều phải đề cập nữa là việc đổi tên thương hiệu INCOMBANK thành VIETINBANK là bài học cho NHCTVN nói chung và cả NHCT Đồng Tháp ảnh hưởng ít nhiều đến uy tín, thương hiệu nhất là trên trường quốc tế.

Kết luận chương 2:

Trong chương 2 đã đi từ phân tích, đánh giá tình hình hoạt động kinh doanh của NHCT Đồng Tháp trong điều kiện cạnh tranh của các NHTM trên địa bàn, thể hiện rõ trên các yếu tố cụ thể liên quan đến đánh giá năng lực cạnh tranh, đồng thời nghiên cứu các đối thủ cạnh tranh. Qua đó nhận ra được NHCT Đồng Tháp có các điểm mạnh trong các mặt như là có chiến lược tiếp thị, tạo dựng và phát triển ngân hàng; có được nguồn nhân lực có bề dày kinh nghiệm - có quan hệ rộng - hiểu biết khách hàng; mạnh trong nghiệp vụ tín dụng; trong thanh toán quốc tế và kinh doanh ngoại tệ; có mạng lưới rộng. Bên cạnh đó nhận ra các điểm yếu như là hạn chế về vốn; tuân thủ quy trình chặt của NHCTVN; hoạt động marketing thì chưa đi vào chiều sâu; yếu trong ứng dụng công nghệ; chủng loại sản phẩm chưa đa dạng; môi trường làm việc kém thăng tiến;...và chưa thể hiện xây dựng thương hiệu riêng cho mình.

Từ việc xác định vị thế cạnh tranh của NHCT Đồng Tháp so với các đối thủ cạnh tranh, nhận ra điểm mạnh, điểm yếu của mình, từ đó làm cơ sở đưa ra giải pháp phù hợp nâng cao năng lực cạnh tranh cho NHCT Đồng Tháp.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NHCT ĐỒNG THÁP GIAI ĐOẠN 2007 - 2015

3.1 ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHỦ YẾU CỦA NHCT ĐỒNG THÁP GIAI ĐOẠN 2007 - 2015

3.1.1 Định hướng phát triển của hệ thống NHCT Việt Nam giai đoạn 2007 - 2015:

Theo đề án tái cơ cấu lại NHCTVN giai đoạn 2010 – 2020 đã được Chính phủ phê duyệt, mục tiêu phát triển đến năm 2010 của Ngân hàng Công thương Việt Nam là “Xây dựng NHCTVN thành một NHTM lớn chủ lực, hiện đại của Nhà nước, hoạt động kinh doanh có hiệu quả, lành mạnh về tài chính, có kỹ thuật công nghệ cao, đa dạng về sản phẩm dịch vụ, chiếm thị phần lớn ở Việt Nam, đủ sức cạnh tranh ở trong nước và trong môi trường hội nhập quốc tế”.

3.1.1.1 Mục tiêu tổng quát:

Xây dựng NHCTVN thành một NHTM chủ lực và hiện đại của Nhà nước, hoạt động kinh doanh có hiệu quả, tài chính lành mạnh, kỹ thuật công nghệ cao, kinh doanh đa chức năng, chiếm thị phần lớn ở Việt Nam.

3.1.1.2 Phương châm hành động:

Hiện đại hóa ngành ngân hàng để hội nhập, nâng cao lợi thế cạnh tranh của toàn hệ thống NHCT Cụ thể:

Giai đoạn 2000 – 2005: “Phát triển – An toàn và hiệu quả”, là ngân hàng đạt trình độ trung bình trong khu vực.

Giai đoạn sau năm 2005: “Tin cậy - hiệu quả - hiện đại”, trở thành ngân hàng trung bình tiên tiến trong khu vực.

3.1.2 Mục tiêu phát triển của NHCT Đồng Tháp đến năm 2015.

Trong giai đoạn năm 2005 – 2010, và tiếp đến 2015: NHCT Đồng Tháp đặt ra mục tiêu cho hoạt động kinh doanh của mình là: xây dựng NHCT Đồng Tháp trở thành một ngân hàng đa năng, hiện đại; nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ truyền thống song song triển khai, phát triển các sản phẩm dịch vụ mới, quản lý chặt

chế hoạt động tín dụng; nâng cao năng lực cạnh tranh, xây dựng phong cách văn hóa kinh doanh riêng của NHCTVN “Tin cậy - hiệu quả - Hiện đại - Mang đậm thương hiệu NHCT Đồng Tháp”.

Lượng hóa mục tiêu này qua các chỉ tiêu sau:

+Doanh thu đạt tăng trưởng ổn định 10 % mỗi năm. Trong đó, phần đầu gia tăng doanh thu từ kinh doanh dịch vụ lên 15 – 20%.

+Lợi nhuận mỗi năm đạt tăng trưởng 10%, cụ thể 2007 trên 38 tỷ đồng bằng cách tối thiểu hóa chi phí, khai thác triệt để các nguồn thu, chú ý thu nợ tồn đọng, lãi treo.

3.2 QUAN ĐIỂM XÂY DỰNG GIẢI PHÁP

Để có thể thực hiện được các mục tiêu trên đòi hỏi NHCT Đồng Tháp phải nỗ lực từ mọi mặt. Trong đó, quan trọng nhất vẫn là đưa ra được các giải pháp nâng cao được năng lực cạnh tranh của mình, giành lấy thị phần thì mới có thể gia tăng được doanh thu và lợi nhuận.

Quan điểm thực hiện các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của NHCT Đồng Tháp.

3.2.1. Phát huy thế mạnh:

Dựa vào những thế mạnh, lợi thế so sánh hoặc những mặt nổi trội, những nét khác biệt của NHCT Đồng Tháp so với đối thủ cạnh tranh, gồm cả các NHTM quốc doanh và NHTM cổ phần, để đề ra những giải pháp phát huy hơn nữa những thế mạnh đó nhằm vừa giữ được khách hàng truyền thống và thu hút được nhiều khách hàng mới.

3.2.2. Hạn chế điểm yếu

Xuất phát từ những điểm yếu, những hạn chế của mình để có những giải pháp thực hiện nhằm hạn chế và khắc phục những mặt yếu kém đó. Từ chỗ hạn chế được yếu kém sẽ hỗ trợ cho NHCT Đồng Tháp trong việc phát huy thế mạnh của mình để chiếm lĩnh thị phần.

3.2.3. Tận dụng cơ hội:

Ngoài những mặt mạnh, yếu, ngân hàng có thể tận dụng những cơ hội, những tác động khách quan từ tình hình kinh tế, chính trị có lợi cho ngân hàng, chẳng hạn như việc Việt Nam đã là thành viên WTO, sự phát triển như vũ bão của khoa học công nghệ, Cổ phần hóa hệ thống NHCT .. từ đó, NHCT Đồng Tháp đưa ra những giải pháp, biện pháp thích hợp nhằm tận dụng được những cơ hội đó.

3.3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NHCT ĐỒNG THÁP ĐẾN NĂM 2015

3.3.1 Nhóm các giải pháp phát huy điểm mạnh.

3.3.1.1 Giải pháp 1: Đẩy mạnh khuyến mãi để xây dựng và quảng bá thương hiệu.

Phát huy hơn nữa thay đổi quan điểm kinh doanh cũ cho rằng các ngân hàng được xem là các đại gia trong kinh doanh nhất là các ngân hàng thương mại nhà nước không cần quảng bá hình ảnh, thương hiệu, vẫn chiếm vị trí hàng đầu. Hiện nay và xu hướng phát triển kinh tế, cạnh tranh ngày càng gay gắt từ sự ra đời và phát triển mạnh của các NHTM CP mở rộng mạng lưới hoạt động.

Nhận thức được tầm quan trọng của quảng cáo, NHCT Đồng Tháp đã chủ động thực hiện và phân nào đạt được hiệu quả trong kinh doanh do hoạt động quảng cáo này mang lại. Tuy nhiên, không thể dừng lại tại điểm này, NHCT Đồng Tháp cần phát huy hơn nữa thế mạnh, tăng cường quảng bá hình ảnh, xây dựng thương hiệu của mình thông qua những biện pháp cụ thể như sau:

(1) Chủ động tổ chức nhiều chương trình khuyến mãi lớn, hình thức quảng cáo phải vừa ấn tượng, vừa mạnh mẽ cạnh tranh. Đa dạng hóa hình thức quảng cáo như: Tài trợ chương trình truyền hình, các chương trình văn hóa lớn nhân dịp các ngày lễ lớn, tổ chức hội nghị kêu gọi đầu tư,...

(2) Nội dung quảng cáo cần được nghiên cứu kỹ lưỡng, biết tranh thủ long ghép nhân dịp các sự kiện lịch sử trọng đại, vận dụng kinh nghiệm của các ngân hàng trong khu vực, nội dung phải cụ thể và bao quát được tiện ích sản phẩm. Giới thiệu sản phẩm và dịch vụ mới trên các phương tiện thông tin đại chúng, băng ron

cũng như trên các tờ rơi. Cần lựa chọn các sản phẩm ấn tượng, độc đáo riêng có như là quảng cáo dịch vụ thẻ, dịch vụ thanh toán, các hình thức huy động vốn, các tiện ích mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng, các nghiệp vụ mới về tín dụng...

(3) Thực hiện thiết kế các mẫu quảng cáo do các công ty quảng cáo chuyên nghiệp thiết kế, mang tính hiện đại, tạo ấn tượng và hiệu quả đối với khách hàng.

(4) Việc quảng cáo không nên mang tính chất tràn lan, dàn trải mà nên chọn kênh truyền hình, báo chí tính nhà đồng thời tập trung vào các thời điểm nhất định như: ngày lễ, ngày tết, dịp kỷ niệm; vào các dịp đó ngân hàng tung ra các sản phẩm và dịch vụ mới, hay một chiến dịch mới về huy động vốn, phát hành kỳ phiếu hay trái phiếu... một mặt còn góp phần làm cho chi phí cho hoạt động quảng cáo giảm đáng kể nhưng hiệu quả thì tăng rõ rệt.

(5) Thành lập phòng hay bộ phận marketing và quan tâm đúng mức đến công tác của bộ phận này, đưa công tác marketing ngày càng chuyên trách hơn.

3.3.1.2 Giải pháp 2: Xây dựng chiến lược khách hàng

Nước ta đã hội nhập WTO, đặc biệt là lĩnh vực tài chính, ngân hàng, đã có sự phát triển ngày càng nhiều ngân hàng trên địa bàn, khách hàng thực sự trở thành điều kiện sống còn cho sự tồn tại của mỗi ngân hàng, vì lẽ đó khách hàng được xem là vị trí trung tâm cho các hoạt động của các ngân hàng. Đứng trước sự cạnh tranh khốc liệt trong ngân hàng trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp, việc xây dựng chiến lược khách hàng tại NHCT Đồng Tháp là một đòi hỏi bức thiết. Việc xây dựng chiến lược khách hàng theo các nội dung chủ yếu sau đây:

Một là: Thực hiện mô hình tổ chức kinh doanh ngân hàng theo định hướng khách hàng, thiết lập và phát huy vai trò bộ phận chuyên trách chuyên nghiên cứu khách hàng. Từ đó, ngân hàng có điều kiện nắm bắt thông tin, nghiên cứu sâu sắc nhu cầu từng nhóm khách hàng để ngân hàng có thể xây dựng được các chính sách khách hàng phù hợp hơn đối với từng nhóm khách hàng. Các biện pháp cụ thể như:

a) Duy trì mối quan hệ tốt và lâu bền với khách hàng hiện có, chú ý đặc biệt với khách hàng truyền thống, tạo uy tín ngày càng cao đối với khách hàng, đồng thời mở rộng tốt mối quan hệ tốt đẹp với các doanh nghiệp chưa từng quan hệ trên

cơ sở đánh giá đúng doanh nghiệp tiềm năng, khách hàng hiệu quả và không phân biệt thành phần kinh tế.

Duy trì mối quan hệ thường xuyên với khách hàng nhằm giúp Ngân hàng đạt được:

- *Đánh giá đúng chất lượng khách hàng, tiết kiệm được chi phí thẩm định, kiểm tra, giám sát và rút ngắn thời gian phục vụ khách hàng.

- *Thu hút vốn để củng cố đầu vào nhằm mở rộng khả năng cung ứng vốn theo đúng yêu cầu của khách hàng.

- *Đề ra chiến lược chính sách, kế hoạch kinh doanh trong từng thời kỳ và xu hướng phát triển hoạt động của ngân hàng trong tương lai phù hợp, linh hoạt thích ứng với sức biến động của thị trường. Đồng thời tìm kiếm cơ hội, không ngừng nâng cao hiệu quả kinh doanh của ngân hàng.

b) Đề ra cơ chế chăm sóc khách hàng.

Khách hàng được xem là vị trí trung tâm trong hoạt động kinh doanh của các ngân hàng . Sự thành công hay thất bại trong kinh doanh của ngân hàng đều tùy thuộc vào khách hàng, vì vậy, NHCT Đồng Tháp cần duy trì khách hàng truyền thống, phát triển khách hàng mới cả về số lượng và chất lượng. Đề ra cơ chế chăm sóc khách hàng làm cơ sở để nhân viên ngân hàng thực hiện đạt những chuẩn mực nhất định và phù hợp với từng đối tượng nhóm khách hàng.

Chăm sóc khách hàng tốt nhằm giúp Ngân hàng đạt được:

- * Duy trì mối quan hệ thường xuyên với khách cần được chăm sóc, biết được thông tin từ khách hàng một cách kịp thời.

- * Xây dựng lòng trung thành của khách hàng với Ngân hàng chờ được chăm sóc.

Chăm sóc khách hàng bằng những hành động có thể là thông tin kịp thời đến khách hàng, nắm bắt nhu cầu, nguyện vọng khách hàng và các mối quan hệ với khách hàng. Chăm sóc khách hàng cũng nhắm đến các khách hàng tiềm năng, kinh doanh hiệu quả, có uy tín trên thương trường. Tất nhiên việc giữ được khách hàng

sẽ hiệu quả hơn nhiều so với việc cố gắng thu hút những khách hàng mới, giúp tiết kiệm chi phí và tăng cường khả năng thấu hiểu và thỏa mãn của khách hàng, song cũng luôn phát triển khách hàng mục tiêu để mở rộng và phát triển.

*Khách hàng có điều kiện sử dụng nhiều sản phẩm dịch vụ ngân hàng hơn.

Việc tìm hiểu và cập nhật kiến thức về sản phẩm và các kỹ thuật khách hàng cho các nhân viên, phổ hợp với việc duy trì và phát triển tốt mối quan hệ với khách hàng sẽ giúp đội ngũ nhân viên có thể xác định nhu cầu của khách hàng và tư vấn những sản phẩm dịch vụ phù hợp.

*Thực hiện chăm sóc khách hàng, ngân hàng còn thu nhận những lợi ích thể hiện ở việc nâng cao sự thỏa mãn trong nghề nghiệp, nâng cao đạo đức và lòng trung thành của nhân viên đối với Ngân hàng, tăng cường mối quan hệ giữa lãnh đạo và nhân viên, từ đó góp phần giảm chi phí do phải thay đổi nhân viên, các chi phí liên quan đến việc tuyển dụng, lựa chọn và đào tạo. Những nhân viên giỏi và tận trung sẽ phục vụ khách hàng tốt hơn, giúp thắt chặt và thúc đẩy hơn nữa mối quan hệ tốt đẹp giữa ngân hàng và khách hàng.

Hai là: Cần bồi dưỡng, đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn, nhận thức tốt công tác khách hàng, sử dụng bố trí sắp xếp cán bộ theo đúng năng lực sở trường phù hợp với yêu cầu phục vụ khách hàng.

Hoạt động ngân hàng là loại hoạt động kinh doanh với đông đảo khách hàng, thuộc nhiều thành phần kinh tế khác nhau và sự khác nhau trong mỗi thành phần kinh tế. Đối tượng khách hàng rất phức tạp, Khác nhau về năng lực sản xuất, tình hình tài chính, ngành nghề kinh doanh, trình độ, năng lực, đạo đức kinh doanh,.. Cán bộ ngân hàng cần có nghiệp vụ chuyên môn, có nhận thức đầy đủ, toàn diện về khách hàng, có năng lực, sở trường phục vụ khách hàng đáp ứng đúng nhu cầu và mong muốn được phục vụ của khách hàng. Vì vậy, NHCT Đồng Tháp cần chú trọng thực hiện các biện pháp sau:

* Xây dựng và thực hiện đánh giá khách hàng đúng chuẩn mực.

*Có chính sách huấn luyện đào tạo thường xuyên, định kỳ đối với nhân viên, đào tạo nhận thức về công tác khách hàng đối với toàn thể cán bộ ngân hàng.

* Trong tuyển dụng chú ý đến những cán bộ có ý thức cao vị trí khách hàng trong kinh doanh.

*Chính sách thu nhập hợp lý đúng người, đúng việc, quan tâm thỏa mãn nhu cầu chính đáng của nhân viên.

*Chính sách thưởng phạt hợp lý công bằng tạo tâm lý thoải mái, hăng hái phấn đấu, đóng góp và yên tâm trong công tác.

3.3.1.3 Giải pháp 3: Phát triển nguồn nhân lực.

NHCT Đồng Tháp có lợi thế về đội ngũ cán bộ có bề dày kinh nghiệm, nhiệt huyết, có các mối quan hệ rộng và hiệu quả. Cần phát triển lợi thế này bằng nhiều giải pháp cụ thể như:

- Tạo sự lan truyền kinh nghiệm lẫn nhau và bồi dưỡng cho thế hệ trẻ kế thừa.
- Khuyến khích cán bộ duy trì và phát triển các mối quan hệ mà qua đó góp phần ổn định và thu hút khách hàng.
- Tạo điều kiện hơn nữa để cán bộ thường xuyên được đào tạo và đào tạo lại nhằm nâng cao trình độ chuyên môn, ngoại ngữ, tin học, đồng thời không ngừng bồi dưỡng trình độ lý luận, ý thức tổ chức kỷ luật và đạo đức nghề nghiệp.
- Thường xuyên thực hiện tốt công tác quy hoạch, đánh giá cán bộ. Đối với các cán bộ quản lý hay cán bộ quy hoạch, Ngân hàng nên tạo điều kiện cho những người này tham gia thêm các lớp quản lý, nghiên cứu tiếp thị, đàm phán, để họ có được kiến thức bao quát và chuyên sâu nhằm hỗ trợ cho công tác quản lý của họ.
- Coi trọng công tác tuyển dụng, nguồn nhân lực ảnh hưởng lâu dài cho ngân hàng. Có chính sách tuyển dụng được những cán bộ có năng lực tận tâm công tác, có ý thức đối với khách hàng. Chính sách tuyển chọn phải công khai, rõ ràng nhất là đối với cán bộ nghiệp vụ.

Điều quan trọng không thể thiếu trong công tác phát triển nguồn nhân lực là trẻ hóa cán bộ. Phát triển lực lượng cán bộ trẻ bổ xung kịp thời những cán bộ lớn

tuổi dần kém năng động, giảm nhiệt quyết. Hơn nữa, trẻ hóa cán bộ mới có thể có được đội ngũ quản lý kế cận có năng lực khi lớp những người quản lý trước đến độ tuổi hưu trí.

3.3.1.4 Giải pháp 4: Mở rộng và nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng.

Nghiệp vụ tín dụng mang lại lợi nhuận chủ yếu cho hệ thống NHTMNN nói chung. Đối với NHCT Đồng Tháp có lợi thế nắm giữ thị phần đa dạng các thành phần kinh tế, đặc biệt là khu vực kinh tế sản xuất kinh doanh dịch vụ, thương mại, phần lớn các doanh nghiệp trên địa bàn.

Tuy vậy trong xu thế phát triển của các ngân hàng tham gia cạnh tranh giành thị phần và các sản phẩm của các ngân hàng ngày càng tương ứng với nhau đòi hỏi NHCT Đồng Tháp phải muốn ổn định và phát triển thị phần tín dụng thì phải tranh thủ vị thế mở rộng hơn nữa hoạt động tín dụng trên địa bàn hiện còn bỏ ngỏ ở một số khu vực và duy trì khách hàng hiện có. Không ngừng nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng, thực hiện đầu tư có hiệu quả, phục vụ khách hàng tốt hơn, ấn tượng hơn, phòng tránh rủi ro, duy trì được tỷ trọng tín dụng lành mạnh cao. Bên cạnh đó gắn kết mở rộng hoạt động tín dụng và phát triển các dịch vụ ngân hàng phục vụ trọn gói đạt hiệu quả thỏa mãn các nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Cụ thể, ngân hàng cần tiến hành thực hiện các biện pháp sau:

(1) Đổi mới công tác thẩm định:

+ Đổi mới phương pháp và nâng cao chất lượng thẩm định bảo đảm tính độc lập, khách quan và chuyên nghiệp.

+ Coi trọng việc thu thập thông tin và xử lý thông tin. Thông tin và chất lượng xử lý thông tin thẩm định càng cao thì quyết định cấp tín dụng càng chuẩn xác, an toàn và hiệu quả.

+ Tuân thủ nghiêm túc các quy chế, quy trình tín dụng.

(2) Tiếp tục chú trọng và đẩy mạnh công tác quản lý rủi ro tín dụng.

+ Tiếp tục chương trình quy chế hóa, quy trình hóa các hoạt động tín dụng.

+ Quan tâm thúc đẩy hoạt động bộ phận thẩm định và quản lý rủi ro.

+ Phân tích và dự báo chính xác xu hướng diễn biến thị trường các loại sản phẩm, hàng hóa quan trọng trên thị trường.

+ Phân công cán bộ thẩm định và quản lý rủi ro năng động, nhạy bén nắm bắt và xử lý tốt thông tin nhằm kịp thời ngăn ngừa rủi ro.

(3) Hoàn thiện hệ thống thông tin tín dụng:

Theo xu hướng phát triển hoạt động ngân hàng, thông tin tín dụng là yếu tố cơ bản hỗ trợ công tác quản lý tín dụng. Nhờ có thông tin tín dụng, người quản lý có thể đưa ra những quyết định cần thiết có liên quan đến cho vay, quản lý tài khoản cho vay, xử lý kịp thời tình huống cấp bách. Thông tin tín dụng có thể thu được từ các nguồn sẵn có ở ngân hàng, trung tâm thông tin tín dụng CIC, từ khách hàng hay từ các nguồn thông tin khác,...

(4) Bố trí cán bộ làm công tác tín dụng có trình độ năng lực, đặc biệt chú ý phẩm chất đạo đức bởi do hoạt động tín dụng rất nhạy cảm, nhiều khả năng cám dỗ.

3.3.2 Nhóm các giải pháp khắc phục điểm yếu.

3.3.2.1 Giải pháp 1: Quản lý và kiểm soát rủi ro tín dụng.

(1) Thường xuyên rà soát lại từng khoản cho vay:

+ Định kỳ thường xuyên hoặc đột xuất phải xem xét tình hình sản xuất kinh doanh của khách hàng.

+ Kiểm tra kiểm soát nội bộ và quản lý rủi ro tín dụng thường xuyên rà soát, kiểm tra toàn diện các khoản vay nhằm phát hiện sớm những sơ suất, thiếu sót trong việc thực hiện quy trình cho vay cũng như các yếu tố pháp lý liên và kiên quyết có biện pháp xử lý phù hợp, khắc phục kịp thời các tồn tại, thiếu sót.

(2) Thực hiện việc phòng ngừa rủi ro:

Thừa nhận tính tất yếu của rủi ro trong nền kinh tế thị trường đặc biệt trong lĩnh vực hoạt động tín dụng ngân hàng. Do đó, NHCT Đồng Tháp cần chú trọng các vấn đề sau như việc phòng ngừa rủi ro tín dụng:

+ Thường xuyên cập nhật thông tin thị trường, tận dụng vai trò của Trung tâm thông tin tín dụng.

+ Thực hiện cấp tín dụng theo hướng tăng đầu tư có bảo đảm tài sản. Lựa chọn những tài sản có tính thanh khoản cao, bảo đảm giá trị và thực hiện tốt khâu định giá trị tài sản bảo đảm.

+ Thực hiện bảo đảm tính pháp lý cao các hợp đồng tín dụng, hợp đồng thế chấp, cầm cố và cơ chế bảo hiểm tài sản đúng pháp luật.

(3) Phân tán rủi ro:

Đầu tư tín dụng có tập trung lĩnh vực kinh tế trọng điểm nhưng phải biết phân tán rủi ro tránh tập trung ở một số khách hàng hoặc nhóm khách hàng liên quan. Cụ thể điều tiết giảm đầu tư cho vay công ty Thương nghiệp tỉnh Đồng Tháp theo hướng kêu gọi đồng tài trợ, hiện dư nợ công ty này lên đến 210 tỷ, chiếm 15% dư nợ cho vay. Hơn nữa bài học kinh nghiệm từ nhiều Chi nhánh tỉnh lân cận từng lau đầu vì công ty Thương nghiệp của tỉnh.

3.3.2.2 Giải pháp 2: Nâng cao chất lượng và mở rộng hoạt động các dịch vụ ngân hàng.

Mở rộng kinh doanh dịch vụ là xu hướng phổ biến của các ngân hàng ở các quốc gia, không những nhằm tăng lợi nhuận, phân tán rủi ro, mà còn vươn lên trở thành ngân hàng kinh doanh đa năng, tổng hợp, giữ được khách hàng và mở rộng được khách hàng mới, mở rộng thị phần và ảnh hưởng của chính Ngân hàng.

Xác định đúng xu hướng phát triển kinh doanh của NHTM hiện đại nhằm mục tiêu tăng thu nhập dịch vụ góp phần gia tăng lợi nhuận, thỏa mãn nhu cầu càng cao theo xu hướng phát triển. NHCT Đồng Tháp nâng cao chất lượng và mở rộng hoạt động dịch vụ trên cơ sở từng bước thực hiện:

+ Rà soát, Phân tích, đánh giá đúng vị thế sản phẩm dịch vụ của mình trên thị trường.

+ Kiểm tra lại các sản phẩm của NHCTVN mà Chi nhánh chưa triển khai được, xác định rõ nguyên nhân chưa triển khai được những sản phẩm đó. Có thể kể đến như phát triển dịch vụ thẻ địa bàn Sa Đéc và dần phát triển tại các trung tâm huyện thị còn lại, đồng thời khai thác triệt để tiện ích của dịch vụ thẻ theo định

hướng của NHCTVN như thực hiện chế độ thẻ VIP, thẻ thấu chi, giao dịch khác trên tài khoản qua thẻ,...

+ Phát triển dịch vụ theo lộ trình cụ thể, gắn chặt nhu cầu thị trường, triển khai có trọng tâm, trọng điểm phù hợp không gian, thời gian.

+ Hướng phát triển kinh doanh dịch vụ đúng đắn và đa năng, đa dạng hóa hoạt động dịch vụ ngân hàng, mở rộng và nâng cao hiệu quả đối với các loại hình dịch vụ truyền thống, đặc biệt là các dịch vụ thanh toán, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ về tiền gửi.. đồng thời gắn kết phát triển các loại hình dịch vụ mới, hiện đại như: tài trợ dự án; thanh toán tiền điện thoại, tiền điện, nước qua hệ thống ATM, các dịch vụ phái sinh, cho thuê tài chính, bảo hiểm, dịch vụ ngân hàng quốc tế, ngân hàng qua mạng...Nâng cao chất lượng của những sản phẩm dịch vụ này theo hướng tăng tính năng, tiện ích của sản phẩm, cụ thể yêu cầu sản phẩm là :

- Có khả năng xử lý trực tuyến.
- Thông tin, dữ liệu được chuẩn hóa.
- Khả năng xử lý tự động và trực tiếp cao.

+ Nâng cao chất lượng các sản phẩm truyền thống hiện có bằng cách thuê các chuyên gia tư vấn để nghiên cứu đánh giá một cách độc lập, khách quan về chất lượng của những sản phẩm này để thấy được những mặt đã thành công, những lợi thế của ngân hàng và những mặt nào còn tồn tại, hạn chế để đề xuất những biện pháp phù hợp, hiệu quả.

+ Chú ý đặc biệt dịch vụ kiều hối, đưa dịch vụ kiều hối không chỉ tạo nguồn thu phí mà còn là nguồn thu ngoại tệ phục vụ hoạt động thanh toán quốc tế. Khai thác nguồn ngoại tệ từ lực lượng xuất khẩu lao động qua hợp tác công ty xuất khẩu lao động, trung tâm giới thiệu xuất khẩu lao động, đồng thời cũng đẩy mạnh tiếp cận hội kiều bào quảng bá dịch vụ kiều hối đến người Việt Nam ở nước ngoài.

+ Nghiên cứu những sản phẩm dịch vụ mới của các đối thủ cạnh tranh để đưa ra những sản phẩm tương tự hoặc có cải tiến. Ví dụ như loại hình gửi tiết kiệm

có bậc thang cả theo số tiền và theo thời gian, các hình thức tiết kiệm dự thưởng, dịch vụ kiều hối qua tài khoản ATM,...

- + Thực hiện tốt công tác truyền thông, quảng bá sản phẩm, nhất là sản phẩm để khách hàng nhận biết.

- + Thực hiện chính sách phí linh hoạt theo công văn 1998/NHCT32 nhằm áp dụng chính sách giảm, miễn phù hợp đối tượng khách hàng đảm bảo nguồn thu ổn định, hiệu quả.

- + Từng bước củng cố và phát triển mạng lưới, phát triển theo mô hình ngân hàng bán lẻ, đưa sản phẩm dịch vụ đến đông đảo nhân dân, đồng thời mở rộng được năng lực huy động vốn hiệu quả.

- + Một điều không kém phần quan trọng là trang bị kiến thức cho một bộ phận cán bộ sẵn sàng đáp ứng lộ trình phát triển dịch vụ, nhất là các dịch vụ ngân hàng hiện đại như các dịch vụ phái sinh,...

- + Đưa ra giải thưởng khuyến khích cán bộ công nhân viên trong cơ quan sáng tạo ra những sản phẩm mới.

- + Mạnh dạn đề ra kế hoạch phấn đấu nâng cao thị phần và tăng doanh số hoạt động của các loại hình dịch vụ đạt 10 – 15% hàng năm.

3.3.2.3 Giải pháp 3: Đưa nhiều phong trào thi đua – khen thưởng làm động lực thúc đẩy phát triển.

Thực tế khẳng định những thắng lợi vẻ vang luôn có phần đóng góp tích cực của công tác thi đua - khen thưởng. Nhất là trong các hoạt động có số đông tham gia. Sự đua tranh tích cực thúc đẩy thành tích càng cao. Muốn biến phong trào thi đua - khen thưởng thành đòn bẩy hữu hiệu, thì công tác thi đua – khen thưởng tại NHCT Đồng Tháp cần thực hiện theo hướng:

- + Triển khai đầy đủ các phong trào thi đua do ngành Ngân hàng, NHCTVN phát động.

- + Chi nhánh cũng tạo ra nhiều phong trào thi đua gắn với tình hình thực tế trong từng thời kỳ gắn chặt với công tác chuyên môn.

+ Phát huy hiệu quả các phong trào truyền thống có sáng tạo, đổi mới. Cụ thể các phong trào: Thi đua hoàn thành và hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu kế hoạch – Phong trào lao động giỏi – Phong trào phụ nữ hai giải: giỏi việc nhà hàng, đảm việc nhà – Phong trào xây dựng tổ chức Đảng trong sạch, vững mạnh, đẩy mạnh phong trào văn hóa, văn nghệ, thể dục thể thao.

+ Chú ý đến các phong trào lớn, duy trì lâu dài như phong trào lao động sáng tạo, phát huy sáng kiến cải tiến nghiệp vụ, đẩy mạnh nghiên cứu khoa học, áp dụng công nghệ. Phải tạo ra một môi trường thi đua nghiên cứu, học tập, môi trường lao động sáng tạo, biết trân trọng, nuôi dưỡng từ những sáng kiến nhỏ và cũng phải biết khuyến khích, khích lệ người chưa đạt thành tích cố gắng phấn đấu vươn tới.

+ Xây dựng và đưa ra các chỉ tiêu thi đua phù hợp trong từng thời kỳ, căn cứ thể hóa chỉ tiêu cũng như lượng hóa và xác định đúng mức thang đo để đánh giá. Giao chỉ tiêu phấn đấu cụ thể, biết gắn kết các phong trào thi đua diễn ra trong các mốc lịch sử trọng đại để khơi dậy lòng tự hào trong mỗi con người được đóng góp, cống hiến.

+ Qua các phong trào thi đua làm cơ sở đánh giá sự phấn đấu của mỗi cá nhân góp phần làm thước đo trong quy hoạch, bổ nhiệm cán bộ tạo môi trường thăng tiến cho mọi người.

+ Tăng cường vai trò của Đảng, Công đoàn, Đoàn thanh niên, trong việc phát động phong trào thi đua làm việc hăng hái, hiệu quả hơn, khai thác tính năng động sáng tạo và hạn chế tâm lý thỏa mãn thực tại.

+ Trong thi đua- khen thưởng đòi hỏi chính sách thưởng phạt phân minh, kịp thời. Đưa phong trào thi đua –khen thưởng làm đòn bẩy quan trọng kích thích, động viên tập thể, cá nhân phấn khởi vươn lên hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ, góp phần đưa hoạt động kinh doanh ngân hàng ngày càng phát triển tốt đẹp.

Phong trào thi đua sẽ phát huy quyền làm chủ và tự do sáng tạo của từng người lao động. Mọi người bình đẳng trong cống hiến và hưởng thụ, được đóng góp sức mình vào việc thực hiện các mục tiêu, các chỉ tiêu thi đua và được tập thể tôn trọng. Thi đua

là động lực phát triển đơn vị về mọi mặt. Đời sống mỗi người lao động cũng sẽ được cải thiện làm nền tảng cho sự phát triển bền vững của Ngân hàng.

3.3.2.4 Giải pháp 4: Thực hiện chính sách phân phối hiệu quả:

Đổi mới chính sách phân phối gắn chặt với thành quả lao động của mọi người đóng góp vào kết quả chung. Thực hiện trả lương theo vị trí công việc, hãy để cho hiệu quả công việc quyết định tiền lương của người lao động. Xóa bỏ ngay cơ chế cào bằng trả lương theo thâm niên, theo bằng cấp. Giải quyết được tâm lý sống lâu lên lão làng tạo sức ỳ chính họ và giới trẻ. Để thực hiện được tốt giải pháp này thì tiến trình cổ phần hóa doanh nghiệp sớm diễn ra.

Thực hiện chế độ khen thưởng thực sự làm đòn bẩy tích cực kích thích hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ trên cơ sở giải pháp vừa nêu.

Xây dựng cơ chế tiền lương theo vị trí công việc, có chính sách khuyến khích và đãi ngộ người có năng lực. Ngày nay, thâm niên công tác không còn là điều kiện tiên quyết bố trí công việc và trả công. Hãy dựa trên yêu cầu công việc để trả công tương cho người hoàn thành nó, điều này phù hợp với quy luật giá trị trong kinh tế học.

Bên cạnh những phân phối vật chất như lương, thưởng và phúc lợi khác thì còn những hình thức phân phối phi vật chất đáng chú ý như cơ hội học tập, thăng tiến nghề nghiệp, môi trường làm việc văn minh, lịch sự,...khả năng được đóng góp, thể hiện mình,...các cơ hội phải được chia đều cho tất cả mọi người được xây dựng trên cơ sở tính cạnh tranh công bằng. Việc tuyển chọn đào tạo, quy hoạch, đề bạt, bổ nhiệm phải dựa trên năng lực, phẩm chất đạo đức, khả năng phát triển trong tương lai.

Qua chính sách phân phối góp phần thu hút nhân lực và giữ chân người tài. Lâu nay vấn đề chảy máu chất xám có diễn ra nhưng chủ yếu di chuyển về thành phố lớn vì nhiều lý do, nhưng xu hướng khả năng phát triển mạnh của các NHTM cổ phần có chế độ phân phối năng động và rất đãi ngộ người tài thì nguy cơ chảy máu chất xám trong các NHTMNN ắt hẳn đáng quan tâm hơn.

Để thực hiện thu hút nhân lực và giữ chân người tài đòi hỏi ngân hàng phải áp dụng chế độ đãi ngộ, khuyến khích về tin thần và vật chất cho người lao động,

đặc biệt là lao động có năng lực. Cơ chế hiện nay không những không khuyến khích nhân tài làm việc mà còn làm cho những người giỏi, có năng lực, có kiến thức và nhiệt tình cứ thui chột dần.

Đầu tư cho cán bộ quy hoạch tham gia các lớp đào tạo nghiệp vụ do NHCTVN tổ chức hoặc các lớp học chuyên ngành của các trường Đại học, dự các buổi hội thảo chuyên đề mở rộng kiến thức, phát triển tầm nhìn.

Tạo điều kiện cho các cán bộ, nhân viên có trình độ ngoại ngữ tương đối khá và trong mục tiêu cán bộ chiến lược làm việc cần thiết ngoại ngữ được học tập, nâng cao và chuyên sâu hơn. Rút kinh nghiệm thời gian qua đầu tư mở lớp dạy ngoại ngữ rộng rãi tại chi nhánh, không đạt chiều sâu, hiệu quả kém.

Phát hiện và bồi dưỡng những nhân viên ưu tú; có chính sách thăng tiến, đãi ngộ thích đáng đối với những cán bộ, nhân viên có năng lực giỏi nhằm khơi dậy tinh thần hăng say lao động, lòng trung thành của họ đối với NH. Từ đó họ có thể làm việc năng nổ, nhiệt tình và phát huy hết năng lực của họ để cống hiến cho sự phát triển của ngân hàng.

Khuyến khích, động viên và có khen thưởng, tuyên dương xứng đáng đối với cán bộ có sáng kiến thiết thực trong việc ứng dụng công nghệ ngân hàng hiện đại, góp phần vào sự phát triển ngân hàng.

NHCT Đồng Tháp cần xem đầu tư cho nhân lực là mục tiêu quan trọng và chiến lược ưu tiên hàng đầu, là mục tiêu dài hạn. Với mục tiêu xây dựng một thương hiệu NHCT Đồng Tháp trong quá trình hội nhập kinh tế thì NHCT Đồng Tháp phải thực hiện có hiệu quả các giải pháp đã đề ra, có như thế, NHCT Đồng Tháp chắc chắn sẽ phát triển với tốc độ cao và bền vững, nâng cao sức mạnh cạnh tranh, chủ động vững bước trên con đường hội nhập.

3.3.2.5 Xây dựng, nâng cấp cơ sở vật chất, mạng lưới hoạt động kinh doanh.

Cơ sở vật chất của NHCT Đồng Tháp được NHCTVN đầu tư khá nhưng thực hiện cơ chế phân quyền đầu tư tài sản, quản lý chi phí hiện tại tập trung quyền ở NHCTVN nên kém năng động, kịp thời. Thực tế cơ sở vật chất một số nơi xuống cấp, thiếu phương tiện kinh doanh trước tình hình mới, như Chi nhánh chỉ mới được

trang bị 01 máy ATM, còn 1 phòng Giao dịch số 3 ở Sađéc đang ở bên cạnh chi nhánh, các phòng giao dịch còn lại có 02 phòng là thuê cũng đã xuống cấp,..và ngay cả 01 số xe rút đời chưa được trang bị lại,...

Cơ sở vật chất, phương tiện kinh doanh đòi hỏi đáp ứng kịp thời bởi cơ hội kinh doanh không lặp lại. Do vậy cần phải trang bị cơ sở vật chất đầy đủ và phải kịp thời, và cần chú ý đầu tư theo hướng sau:

+ Đầu tư xây dựng Phòng giao dịch số 3 theo chủ trương đã thống nhất để Phòng giao dịch cạnh Chi nhánh Sađéc đến đúng nơi mục tiêu của nó tại huyện Lai Vung.

+ Phát triển hệ thống máy ATM phục vụ phát triển dịch vụ thẻ, trước tiên địa bàn Thị Xã Sađéc và dần phát triển ở các huyện thị hiện đã có Phòng giao dịch và lâu dài phát triển ở các huyện còn lại, đồng thời trang bị trình độ nghiệp vụ thẻ cho cán bộ tương ứng.

+ Nâng cấp cơ sở vật chất các Phòng giao dịch, giải quyết tình trạng thuê không dám đầu tư nâng cấp theo yêu cầu. Giải quyết trước các trang thiết bị làm việc, tu sửa vừa phải, và lập đề án và lộ trình đầu tư xây dựng các phòng giao dịch, ưu tiên phòng giao dịch số 1, 5 xuống cấp, đồng thời quan tâm phát triển mới điểm giao dịch theo hướng đến năm 2015 có mạng lưới hoạt động ở khắp các huyện thị trong tỉnh, nâng cấp chi nhánh Sađéc thành chi nhánh cấp 1.

+ Thay thế và phát triển phương tiện kinh doanh, cụ thể là các xe rút đời và đáp ứng theo nhu cầu mới. Thực hiện thanh lý xe cũ, tài sản không sử dụng tận thu tiền vốn từ tài sản.

Chú ý đến cơ sở vật chất hướng đến khách hàng, nhằm phục vụ khách hàng tốt hơn như công nghệ hiện đại rút ngắn thời gian giao dịch, tiện nghi, tiện ích dịch vụ nâng cao,..và không quên những việc nhỏ nhưng góp phần làm hài lòng khách hàng, nhất là trong trạng thái chờ đợi như ghế ngồi giao dịch, ngồi chờ, phục vụ báo chí, truyền hình,..các bản tin liên quan khác và phải chú ý hình thức tạo tâm lý được tôn trọng đi đến sự hài lòng hơn.

Để đáp ứng được nhu cầu trên, trước hết làm việc với NHCTVN tranh thủ sự quan tâm đối với chi nhánh, đồng thời bản thân chi nhánh cũng khai thác triệt để cơ

sở vật chất hiện có, thực hiện tốt tiết kiệm, chống lãng phí, nâng hiệu quả kinh doanh, sự tín nhiệm ngày càng cao của NHCTVN. Đối với những khoản chi tiêu thuộc thẩm quyền chi nhánh phải luôn năng động, linh hoạt, kịp thời.

3.3.3 Nhóm các giải pháp tận dụng cơ hội

3.3.3.1 Giải pháp 1: Tranh thủ thời cơ hội nhập kinh doanh quốc tế:

Đường lối, chủ trương của Đảng, Nhà nước ta thống nhất cao, quan tâm hội nhập quốc tế, đặc biệt liên quan lĩnh vực ngân hàng. Thể hiện Nghị quyết 07-NQ/TW của Bộ chính trị về hội nhập quốc tế và thực hiện các cam kết liên quan tới lĩnh vực ngân hàng. Trên tinh thần chủ động hội nhập theo lộ trình và bước đi phù hợp với khả năng của hệ thống NHTMVN nhằm thúc đẩy quá trình cải và hiện đại hóa hệ thống ngân hàng, đồng thời gắn hội nhập kinh tế với cải cách hệ thống ngân hàng để giảm thiểu rủi ro.

NHCT Đồng Tháp bên cạnh thực hiện theo định hướng NHCTVN, cần chuẩn bị cho ngân hàng mình luôn trong tư thế sẵn sàng cho tiến trình hội nhập, đủ lực để hội nhập ngay khi đến thời điểm. Để có thể tăng cường cạnh tranh và tồn tại được trong hội nhập, NHCT Đồng Tháp cần:

- + Thực hiện đúng định hướng, lộ trình phát triển, hội nhập theo định hướng của Ngân hàng công thương Việt Nam. Trước nhất là chương trình hiện đại hóa ngân hàng giai đoạn 2, các chương trình hợp tác, liên doanh, liên kết và mở rộng thị trường vươn tầm quốc tế.

- + Phát triển mạnh các dịch vụ ngân hàng, đáp ứng nhu cầu mới và gia tăng như: sản phẩm dịch vụ thẻ, giao dịch chuyển tiền chuyển khoản sẽ sôi động hơn, dịch vụ bao thanh toán, các dịch vụ ngân hàng hiện đại gồm các dịch vụ kỳ hạn,...

- + Tăng cường nghiên cứu pháp luật không ngừng hoàn thiện theo chuẩn mực, thông lệ quốc tế.

- + Tận dụng cơ hội phát triển công nghệ thông tin ngành ngân hàng theo chủ trương phát triển ngành ngân hàng. Phát triển hoạt động ngân hàng từng bước tự động hóa, hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng do NHNN chủ trì.

+ Triển khai mô hình quản lý theo chuẩn mực quốc tế, nhất là chương trình quản lý tín dụng như thiết lập mô hình quản lý, thẩm định độc lập, quản lý rủi ro,...

+ Chuẩn bị cơ hội và tiếp nhận chuyển giao công nghệ từ chương trình phát triển công nghệ của NHCTVN tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình phát triển và cải tiến chất lượng sản phẩm, dịch vụ, nâng cao hiệu quả quản lý của Ngân hàng một cách đồng bộ và ổn định.

+ Các quy chế, quy trình từng bước được chuẩn hóa theo chuẩn mực quốc tế bảo đảm thực hiện ổn định, lâu dài.

+ Tăng cường công tác giám sát, kiểm tra ngay trong nội bộ Ngân hàng nhằm giảm thiểu những rủi ro không đáng có do khâu quản lý đem lại. Nhanh chóng tiến tới áp dụng các chuẩn mực giám sát ngân hàng theo thông lệ quốc tế.

3.3.3.2 Giải pháp 2: Tận dụng cơ hội cổ phần hóa NHCTVN.

Thực hiện chủ trương của Nhà nước về đẩy nhanh cổ phần hóa NHTMNN đến năm 2010, đề án cổ phần hóa NHCTVN đã được chính phủ phê duyệt và lộ trình đã đến gần, mục tiêu đến cuối năm 2007. Thực tế diễn ra có thể chậm hơn nhưng tất yếu cổ phần hóa NHCTVN cũng phải sớm được thực hiện. Cổ phần hóa mở ra cho NHCTVN nói chung và NHCT Đồng Tháp cơ hội tăng năng lực về vốn, lành mạnh hóa tài chính, đổi mới cơ chế quản lý,...phát triển vị thế trong nước và mở rộng trên trường quốc tế.

+ Góp phần cùng NHCTVN lành mạnh hóa tài chính, xử lý nợ tồn đọng,...góp phần thực hiện tốt mục tiêu cổ phần hóa NHCT Đồng Tháp.

+ Tạo điều kiện thuận lợi để CBCNV mua cổ phiếu theo chế độ và khuyến khích người lao động góp thêm vốn để gắn lợi ích của họ với hiệu quả chung của đơn vị. Cụ thể như tư vấn, kêu gọi, và ngay cả có thể cho vay vốn mua cổ phiếu.

+ Triển khai mô hình quản lý mới sau cổ phần hóa, khơi dậy tinh thần hăng say lao động sáng tạo,..tăng tính năng động, tự chủ trong kinh doanh và môi trường làm việc văn minh, thẳng thắn.

+ Thực hiện chính sách phân phối linh hoạt, thỏa đáng theo hướng lấy hiệu quả, chất lượng lao động làm thước đo, đồng thời mạnh dạng thực hiện cơ chế đãi ngộ và thu hút người tài.

3.4 KIẾN NGHỊ:

3.4.1 Đối với Nhà nước và cơ quan quản lý Nhà nước:

3.4.1.1 Bảo đảm lộ trình và bước đi phù hợp với khả năng của Ngân Hàng Việt Nam.

Thực hiện cam kết WTO, Việt nam có được những ưu đãi nhất định theo lộ trình hội nhập từng phần đến hoàn toàn. Đặc biệt thực lộ trình hội nhập trong lĩnh vực tài chính – tiền tệ trên cơ sở bảo đảm điều kiện để Ngân hàng Việt Nam Trong đó gồm NHCTVN đủ điều kiện, khả năng phát triển, có thể đứng vững và cạnh tranh trên thị trường trong nước, vươn ra khu vực và quốc tế. Một mặt tranh thủ điều kiện hơn nữa để các Ngân hàng trong nước nâng cao năng lực cạnh tranh của mình qua thực hiện triệt để hàng loạt những giải pháp về vốn điều lệ, điều kiện ứng dụng và phát triển công nghệ, phát triển nhân lực,...

3.4.1.2 Tham gia các điều ước, các diễn đàn quốc tế về lĩnh vực ngân hàng.

Tham gia các điều ước, các diễn đàn quốc tế về lĩnh vực tiền tệ, ngân hàng Đồng thời tăng cường vai trò của hệ thống Ngân hàng Việt Nam đối với thị trường đối với thị trường tài chính khu vực và quốc tế.

Phát huy vai trò Hiệp hội ngân hàng tạo ra sự phối hợp, hợp tác giữa các NHTM tăng năng lực cạnh tranh thông qua liên doanh, liên kết tạo ra và nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ và khả năng cung cấp.

3.4.1.3 Đẩy nhanh tiến trình cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước kể cả hệ thống NHTMNN, lành mạnh hóa tài chính doanh nghiệp nhà nước, giải quyết dứt điểm phương án trả nợ ngân hàng trước khi cổ phần hóa doanh nghiệp góp phần lành mạnh hóa tài chính doanh nghiệp tăng tính công khai minh bạch và môi trường phát triển bình đẳng giữa các doanh nghiệp để doanh nghiệp vươn lên chủ yếu phải từ năng lực của chính mình.

3.4.1.4 Xây dựng và hoàn thiện môi trường pháp lý ổn định và phù hợp với thông lệ quốc tế.

Trước tình hình mới, Luật các tổ chức tín dụng và luật NHNN đã bộc lộ những hạn chế nhất định, cần sớm được sửa đổi theo kịp yêu cầu mới. Nghiên cứu sửa đổi luật theo những thông lệ, chuẩn mực quốc tế, bảo đảm tuổi thọ lâu dài, phù hợp với lộ trình phát triển tích cực của nền kinh tế thị trường và hội nhập hoàn toàn.

Để tạo điều kiện thuận lợi cho việc thực thi Luật, Chính phủ và các Bộ, Ngành có liên quan, nhất là NHNN sớm ban hành các văn bản mới hướng dẫn cho phù hợp với Luật sau khi sửa đổi.

NHNN cần có kế hoạch phối hợp với các Bộ, Ngành có liên quan để hướng dẫn và giám sát hoạt động các chi nhánh ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam, vừa đảm bảo quyền tự do kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh, vừa bảo đảm có sự quản lý, kiểm tra, giám sát của cơ quan nhà nước có thẩm quyền, tránh tình trạng gây lũng đoạn thị trường tiền tệ Việt Nam.

Bên cạnh đó, Nhà nước nên rà soát lại toàn bộ hệ thống Luật Việt Nam trên cơ sở tham chiếu thông lệ quốc tế để điều chỉnh luật cho phù hợp những thông lệ, chuẩn mực quốc tế, như Luật cạnh tranh, Luật thuế thu nhập cá nhân, Luật phá sản,... Đồng thời nhà nước có chương trình tư vấn, hỗ trợ pháp lý cho doanh nghiệp vượt qua những hạn chế pháp luật trong môi trường kinh doanh rộng lớn, sân chơi chung.

3.4.1.5 Phát triển hệ thống thông tin tập trung.

Củng cố hoạt động hệ thống thông tin tập trung, tạo nguồn thông tin tin cậy đáp ứng thông tin chất lượng phục vụ tốt hoạt động ngân hàng. Từng bước thay đổi nhận thức và hành động bùng bít thông tin, phải coi việc công khai minh bạch là thước đo xây dựng lòng tin trong hoạt động kinh doanh.

3.4.1.6 Đầu tư hỗ trợ Ngân hàng và doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực.

Qua phát triển các trung tâm đào tạo khoa học & công nghệ ngân hàng tạo điều kiện ngân hàng tham gia được đào tạo, rèn luyện để phát triển nhân lực chuyên nghiệp cao.

Đồng thời cũng quan tâm hỗ trợ doanh nghiệp phát triển trong môi trường mới, nhất là nâng cao chất lượng nhân lực, sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp là điều kiện thiết yếu cho ngân hàng phát triển.

3.4.2 Đối với Ngân hàng Công thương Việt Nam

3.4.2.1 Nâng cao khả năng chủ động hội nhập của toàn hệ thống.

Có thể nói NHCTVN là một trong những ngân hàng có tiềm lực khá mạnh trên lãnh thổ Việt Nam. Tuy nhiên so với trình độ chung của khu vực và thế giới, NHCTVN còn khoảng cách khá xa và phải khắc phục nhiều mặt yếu kém. Do vậy, để đẩy nhanh tốc độ phát triển, đổi mới và rút ngắn khoảng cách, chủ động tham gia cạnh tranh và hội nhập một cách có hiệu quả, chúng ta phải thực hiện các giải pháp sau đây:

- + Tận dụng và phát huy những lợi thế sẵn có của mình nhờ mạng lưới rộng, hiểu rõ khách hàng truyền thống,...nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ hiện có. Đồng thời không ngừng phát triển sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu khách hàng ngày càng cao và đa dạng của khách hàng.

- +Tiếp tục điều chỉnh, hoàn thiện mô hình tổ chức của NHCTVN theo hướng chuẩn mực quốc tế tách bạch các nhóm nghiệp vụ như quản lý tín dụng, quản lý rủi ro, quản lý tài chính – kế toán, quản trị nguồn nhân lực, quản lý thanh toán, quản lý công nghệ,...trong đó nâng cao vai trò của kiểm tra, kiểm soát nội bộ.

- +Tranh thủ mọi giải pháp phát triển tăng vốn điều lệ một mặt giúp tăng tỷ lệ an toàn vốn nhằm hạn chế rủi ro, nâng cao uy tín trong hoạt động đối ngoại, mặt khác tăng cường khả năng cạnh tranh, tạo cơ hội mở rộng cho vay, huy động vốn và tăng lợi nhuận.

+ Đầu tư nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đủ khả năng tiếp nhận công nghệ mới, hiện đại và thực hiện các nghiệp vụ ngân hàng hiện đại đòi hỏi trình độ, kỹ thuật cao.

3.4.2.2 Hoàn thiện quy trình nghiệp vụ.

NHCTVN đã ban hành quy trình quy chế có những vướng mắc nhất định làm cho NHCT Đồng Tháp khó khăn trong thực thi nghiệp vụ như không cho định giá thị trường đối với giá trị quyền sử dụng đất nông nghiệp, xử lý chứng từ xuất nhập và lưu giữ tài sản không thể niêm phong toàn bộ,...do đặc thù khác nhau ở từng Chi nhánh mà xây dựng quy trình nghiệp vụ linh hoạt hơn. Tiếp tục xây dựng quy chế, quy trình đạt chuẩn hóa theo hướng đồng bộ, hiện đại, tự động hóa và phù hợp thông lệ quốc tế.

3.4.2.3 Xử lý dứt điểm nợ tồn đọng và làm sạch bảng cân đối .

Đề ra phương án cụ thể giải quyết dứt điểm nợ tồn đọng. Xây dựng cơ chế ngăn ngừa phát sinh nợ xấu. Giao trách nhiệm cụ thể từng Chi nhánh thực hiện xử lý nợ tồn đọng và có cơ chế quy trách nhiệm thủ trưởng Chi nhánh trên cơ sở thưởng phạt phân minh.

3.4.2.4 Cổ phần hóa gắn liền với hiện đại hóa.

Trước hết triển khai thực hiện giai đoạn 2 chương trình hiện đại hóa ngân hàng để có thể ứng dụng nhiều sản phẩm, dịch vụ hơn, nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ và hệ thống thông tin quản lý, tăng cường tính tự động, thêm chức năng, tăng tốc độ xử lý và bảo đảm an toàn cao.

Nâng cao trình độ quản lý, cần thiết cho phép các nhà đầu tư nước ngoài, đặc biệt là các tổ chức tín dụng có tiềm lực tài chính mạnh, công nghệ quản lý hiện đại và uy tín tâm cỡ quốc tế tham gia mua cổ phiếu, thậm chí tham gia quản lý, điều hành,....

3.4.2.5 Quyết định đầu tư kịp thời cơ sở vật chất cho chi nhánh.

Quyết định cấp kinh phí đầu tư ngay PGD số 3 theo đề nghị của chi nhánh do đã thống nhất chủ trương, để nắm bắt kịp thời cơ hội phát triển, kinh doanh.

Trang bị thêm trước mắt 2 ATM tại khu vực Sađéc theo đề án phát triển dịch vụ thẻ tại Sađéc nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng và góp phần gia tăng thu nhập dịch vụ, tăng thêm nguồn vốn huy động tại chỗ. Đồng thời triển khai đề án phát triển lâu dài dịch vụ thẻ.

Tạo điều kiện kinh phí sửa sang các phòng giao dịch xuống cấp, lâu dài đầu tư mua đất xây trụ sở, tránh tình trạng thuê trụ sở, hạn chế việc sửa sang, nâng cấp.

3.4.2.6 Nâng cao thẩm quyền phán quyết và tự chủ cho chi nhánh.

NHCTVN còn ràng buộc nhiều đối với các chi nhánh trực thuộc của mình nên đã làm hạn chế nhiều khả năng phát triển của các chi nhánh.

Hiện NHCTVN ủy quyền mức phán quyết cho vay và bảo lãnh cho NHCT Đồng Tháp cao nhất là 40 tỷ đồng, vượt mức này thì các chi nhánh phải làm tờ trình trình ra Hội sở và do điều kiện chi nhánh quá xa Hội sở, trong nhiều trường hợp giải quyết của NHCTVN chưa kịp thời gây ra những hạn chế nhất định trong cho vay và bảo lãnh đối với khách hàng, giảm vị thế cạnh tranh của Chi nhánh trên địa bàn. Do đó, NHCTVN nên thông thoáng và điều chỉnh kịp thời hơn đối với chi nhánh trong việc quy định mức phán quyết của chi nhánh, thực tế NHCT Đồng Tháp đã đạt được nhiều thành quả kinh doanh trong nhiều năm đáng tin cậy hơn.

Ngoài ra, NHCTVN nên đổi mới cơ chế quản trị điều hành, theo hướng tăng quyền tự chủ trong đầu tư phát triển kinh doanh như mua sắm tài sản, phương tiện kinh doanh, phát triển mạng lưới và ngay cả trong tuyển dụng, sắp xếp lao động. Trường hợp vượt mức phán quyết của Chi nhánh cần được giải quyết kịp thời nếu chậm sẽ mất cơ hội kinh doanh, thậm chí mất khách hàng.

Kết luận chương 3:

Chương ba của luận án đã đưa ra một số giải pháp nhằm góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của Ngân hàng Công thương Đồng Tháp đến năm 2015 theo ba nhóm: Nhóm giải pháp phát huy điểm mạnh; nhóm giải pháp hạn chế điểm yếu và nhóm giải pháp tận dụng cơ hội. Đồng thời Luận án cũng đưa ra một số kiến nghị đối với Nhà nước, cũng như đối với NHCTVN. Mục tiêu của những đề xuất, giải pháp giúp NHCT Đồng Tháp có cơ sở xây dựng chiến lược cạnh tranh của mình và thực hiện những giải pháp cần thiết nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua việc phát triển nguồn nhân lực, đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm mới, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ,...

KẾT LUẬN

Trên cơ sở lý luận chung về cạnh tranh và kinh doanh ngân hàng trong nền kinh tế thị trường kết hợp nghiên cứu thực tiễn hoạt động kinh doanh các NHTM tại Đồng Tháp. Trong đó phân tích, đánh giá sâu thực trạng hoạt động kinh doanh NHCT Đồng Tháp, luận án đã đưa ra được các “Giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của NHCT Đồng Tháp giai đoạn 2007- 2015”.

Với kết cấu luận án gồm 3 chương. Trong chương 1, luận án đã trình bày khái quát về cơ sở lý luận của khái niệm “Năng lực cạnh tranh của Ngân hàng thương mại”, đồng thời cũng đã phân tích được các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp ngân hàng và bài học kinh nghiệm của các ngân hàng thương mại thành công trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh.

Trên cơ sở lý luận, trong chương hai luận án đã tiến hành phân tích tình hình hoạt động chung của NHCT Đồng Tháp trong ba năm gần nhất: 2004, 2005 và 2006; phân tích được thực trạng năng lực cạnh tranh của Ngân hàng Công thương Đồng Tháp cũng như tình hình cạnh tranh giữa các ngân hàng trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp. Qua đó, nhận dạng các điểm mạnh và điểm yếu của Ngân hàng làm cơ sở cho việc đề xuất những giải pháp cả vĩ mô và vi mô, đề xuất những kiến nghị nhằm nâng cao hơn nữa năng lực cạnh tranh của NHCT Đồng Tháp.

Chương 3, luận án đã đưa ra một số giải pháp nhằm góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của Ngân hàng Công thương Đồng Tháp giai đoạn 2007- 2015 theo ba nhóm: Nhóm giải pháp phát huy điểm mạnh; nhóm giải pháp hạn chế điểm yếu và nhóm giải pháp tận dụng cơ hội. Đồng thời Luận án cũng đưa ra một số kiến nghị đối với Nhà nước, cũng như đối với NHCTVN. Mục tiêu của những đề xuất, giải pháp giúp NHCT Đồng Tháp có cơ sở xây dựng chiến lược cạnh tranh của mình và thực hiện những giải pháp cần thiết nâng cao năng lực cạnh tranh thông qua việc phát triển nguồn nhân lực, đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm mới,

nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ... và đây cũng là nền tảng có thể ứng dụng cho các NHTM khác trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

Tuy nhiên, hoạt động kinh doanh ngân hàng là một lĩnh vực rộng lớn, phức tạp và vô cùng nhạy cảm thay đổi thường xuyên nên những giải pháp đưa ra cần được nghiên cứu sâu rộng hơn và cập nhật kịp thời thì mới có thể tạo được thực thi hiệu quả. Do vậy, vấn đề cần được tiếp tục nghiên cứu, phát triển thích ứng theo từng thời kỳ.

Trong phạm vi nghiên cứu ngắn gọn của luận án, có sự hạn chế về khả năng và thời gian, luận án khó tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Học viên rất mong nhận được các ý kiến đóng góp quý báu của các quý Thầy, Cô để luận án được hoàn thiện hơn. Xin chân thành cảm ơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Bá Chiến , Hoàng Ngọc Giao (chủ biên) (2002) , *Việc thực thi Hiệp định thương mại Việt Nam- Hoa Kỳ*, Nxb Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
2. PGS – TS. Nguyễn Đăng Dờn (2004), *Tiền tệ ngân hàng*, Nxb Thống kê, TP HCM.
3. PGS – TS. Trần Huy Hoàng (2003), *Quản trị ngân hàng thương mại*, nxb Thống kê, TP HCM.
4. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam, *Toàn văn Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ*, địa chỉ website : www.na.gov.vn.
5. Viện Nghiên cứu Khoa học Ngân hàng(2003), *Cơ chế điều hành lãi suất thị trường tiền tệ của ngân hàng trung ương*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
6. Viện nghiên cứu Khoa học ngân hàng (2003), *Hoàn thiện cơ chế chính sách nhằm đổi mới hoạt động ngân hàng trong điều kiện hội nhập quốc tế*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
7. Viện nghiên cứu Khoa học ngân hàng (2003) , *Những thách thức của ngân hàng thương mại Việt Nam trong cạnh tranh và hội nhập quốc tế*, Nxb Thống kê , Hà Nội.
8. GS – TS Lê Văn Tư , nghiệp vụ Ngân hàng thương mại, NXB Thống kê.
9. Báo cáo thường niên của Ngân hàng nhà nước Việt Nam chi nhánh tỉnh Đồng Tháp các năm 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
10. Luật Ngân hàng nhà nước Việt Nam, luật các tổ chức tín dụng đã được sửa đổi bổ sung năm 2004.
11. Văn bản, quy định hiện hành về cơ chế, chính sách của chính phủ, ngành ngân hàng đang còn hiệu lực thi hành.
12. Ngoài ra còn có các bài viết của các chuyên gia làm việc tài chính, ngân hàng trên các tạp chí, báo điện tử.

Phụ lục 1: TỔNG HỢP SO SÁNH PHÍ DỊCH VỤ

LOẠI DỊCH VỤ	NHCTĐT	NHNTĐT	NHNTĐT	NHĐT ĐT
* NGOẠI TỆ				
I. Tín dụng chứng từ				
1. Hàng xuất khẩu				
Thông báo thư tín dụng	10USD	20USD	20USD	10USD
Thông báo L/C từ NH khác phát hành	10USD+phí phải trả theo yêu cầu NH khác	10USD	20USD	20USD
Thanh toán 1 bộ chứng từ	0.15%/GT (10USD-150USD)	0.065% (10-150USD)	0.2% (20-150USD)	0.2% (5-200USD)
2. Hàng nhập khẩu				
- Phát hành thư tín dụng	0.11%	0.1%/năm/GT (20-300USD)	0.1%/năm/GT (20-300USD)	0.14%/năm/GT (10-300USD)
Sửa đổi thư	1%			
Sửa đổi khác	16.5 USD	10USD	10USD	10USD
Thanh toán	0.2%/GT (30-500USD)	0.2% (20-400USD)	0.2% (200-400USD)	0.1% (5-200USD)
Bảo lãnh nhận hàng	500USD	500USD	500USD	30-50USD
Thông báo thư bảo lãnh của NH nước ngoài	30USD	15USD	30USD	20USD
3. Chuyển nhượng L/C				
Trong nước	30USD	30USD	30USD	50USD
Ngoài nước	40USD	40USD	40USD	50USD
II. Chuyển tiền				
1. Chuyển tiền đến nước ngoài	0.05% (200-100USD)	0.05 (2-150USD)	0.02 (2-100USD)	0.02%(2-150USD)
Kiểm hối	0.03% (2-20USD)	0.05% (2-150USD)	0.02% (2-100USD)	0.05 % (2-150USD)
2. Chuyển tiền đi				
Cùng hệ thống	Miễn phí	Miễn phí	Miễn phí	Miễn phí
Khác hệ thống	0.03% (2-20USD)	0.02% (70USD)	0.02% (2-150USD)	0.02% (2-200USD)
III. Nhờ thu				
A. Nhờ thu đi				
1. Gửi đi nước ngoài nhờ thu				
1 tờ séc thương mại	2.2 USD/tờ	2 USD/tờ	2 USD/tờ	USD/tờ
1 bộ chứng từ	5.5 USD/bộ	5 USD/bộ	5 USD/bộ	5 USD/bộ
2. Thanh toán nhờ thu				
1 tờ séc	0.175%/GT	0.25%/GT	0.1%/GT Bảo	0.02% /GT (5-

	bảo có (5.5 - 110USD)	bảo c (5- 150USD)	có (5- 150USD)	200USD)
B. Nhờ thu đến				
1. Thông báo nhờ thu đến	11 USD/lần	10 USD	5USD	5USD
Thanh toán	0.22% (5,5- 220USD)	0.2% (5- 200USD)	0.2% (5- 150USD)	0.2% (5- 200USD)
* NỘI TỆ				
I. Chuyển tiền				
1. Chuyển tiền đi				
Cùng hệ thống	0.05(22.000- 605,000)	0.05%	0.03%	0.05%
Khác hệ thống	0.055 (22.000- 605,000)	0.06% (30.000- 100,000)	0.05 (20.000- 700,000)	0.05% (20.000- 700,000)
2. Chuyển tiền đến				
Khác hệ thống rút tiền mặt				
Có tài khoản	0.05%	0.05%	0.02%	0.05%
II. Bảo lãnh trong nước				
1. Phát hành bảo lãnh				
Kỹ quỹ 100%	1.1%/năm (≥110,000đ)	1.5%/ năm (≥300,000đ)	1- 2%/ năm (≥50,000đ)	1 - 2%/ năm (≥100,000đ)
Kỹ quỹ <100%	2.2 %/năm (≥110,000đ)	2%/ năm (≥300,000đ)	1- 2%/ năm (≥50,000đ)	1 - 2%/ năm (≥100,000đ)
2. Huỷ bảo lãnh	110,000đ/lần	100,000đ/lần	50,000đ/lần	100,000đ/lần

Phụ lục 2:

DANH SỐ CHO VAY CỦA CÁC TCTD TẠI ĐỒNG THÁP NĂM 2004

STT	TÊN ĐƠN VỊ	ds CV ngắn hạn	% +, - So với cùng kỳ.89	ds CV T.dài hạn	% +,- so với cùng kỳ	Tổng cộng	%+,- so với cùng kỳ
1	NHCT Đồng Tháp	2,740,996	52.88	105,410	(3.97)	2,846,406	49.60
2	NHNNo Đồng Tháp	1,975,054	15.27	309,984	5.81	2,285,038	13.89
3	NHĐT Đồng Tháp	1,227,138	-19.32	111,185	(26.49)	1,338,323	(19.79)
4	NHPT NHÀ Đồng Tháp	485,716	138.79	84,799	(14.88)	570,515	88.27
5	NHNT Đồng Tháp	-	-	0		-	
6	NHTMCP PN Đồng Tháp	217,227	35.84	10,124	(25.10)	227,351	31.09
7	NHTMCP Sacombank	-	-	0		-	
8	NHTMCP ĐTM	-	-	0		-	
9	NHCSXH Đồng Tháp.	64,175	181.89	38,421	11.13	105,596	78.93
10	QUỸ TDND	128,181	27.83	0	100.00	128,101	27.03
	TỔNG CỘNG	6,838,487	24.01	659,923	(5.95)	7,498,410	20.63

Phụ lục 3:

DANH SỔ CHO VAY CỦA CÁC TCTD TẠI ĐỒNG THÁP NĂM 2005.

STT	TÊN ĐƠN VỊ	ds CV ngắn hạn	% +, - So với cùng kỳ	ds CV T.dài hạn	% +,- so với cùng kỳ	Tổng cộng	%+,- so với cùng kỳ
1	NHCT Đồng Tháp	4,017,130	46.56	261,200	147.79	4,278,330	50.31
2	NHNNo Đồng Tháp	2,620,977	32.70	248,620	-19.80	2,869,597	25.58
3	NHĐT Đồng Tháp	1,392,368	13.46	133,886	20.42	1,526,254	14.04
4	NHPT NHÀ Đồng Tháp	712,574	46.71	206,083	143.03	918,657	61.02
5	NHNT Đồng Tháp	246,050	100	540	100.00	246,590	100.00
6	NHTMCP PN Đồng Tháp	192,369	-11.44	7,001	-30.85	199,370	-12.31
7	NHTMCP Sacombank	13,954	100	1,375	100.00	15,329	100.00
8	NHTMCP ĐTM	228538	100	13,500	100.00	242,038	100.00
9	NHCSXH Đồng Tháp.	77623	20.96	39,386	2.51	117,009	14.05
10	QUỸ TDND	168273	31.28	-	0.00	168,273	31.28
	TỔNG CỘNG	9,669,856	41.40	911,591	38.14	10,581,447	41.12

Phụ lục 4:

DANH SỔ CHO VAY CÁC TCTD TẠI ĐỒNG THÁP NĂM 2006.

STT	TÊN ĐƠN VỊ	ds CV ngắn hạn	% +, - So với cùng kỳ	ds CV T.dài hạn	% +,- so với cùng kỳ	Tổng cộng	%+,- so với cùng kỳ
1	NHCT Đồng Tháp	4,752,647	18.31	168,426	-35.52	4,921,073	15.02
2	NHNNo Đồng Tháp	3,321,387	26.72	213,764	-14.02	3,535,151	23.19
3	NHĐT Đồng Tháp	1,489,781	7.00	42,582	-68.20	1,532,363	0.40
4	NHPT NHÀ Đồng Tháp	900,055	26.31	327,647	58.99	1,227,702	33.64
5	NHNT Đồng Tháp	329,528	33.93	9,710	1698.15	339,238	37.57
6	NHTMCP PN Đồng Tháp	224,386	16.64	12,483	78.30	236,869	18.81
7	NHTMCP Sacombank	64,133	359.60	17,221	1152.44	81,354	430.72
8	NHTMCP ĐTM	1,674,753	632.81	131,265	872.33	1,806,018	646.17
9	NHCSXH Đồng Tháp.	339,749	337.69	168,322	327.37	508,071	334.22
10	QUỸ TDND	212,394	26.22	-	0.00	212,394	26.22
	TỔNG CỘNG	13,308,813	37.63	1,091,420	19.73	14,400,233	36.09

Phụ lục 5:

NGUỒN VỐN HUY ĐỘNG CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI QUA CÁC NĂM

STT	TÊN ĐƠN VỊ	NGUỒN VỐN HUY ĐỘNG QUA CÁC NĂM								
		2004			2005			2006		
		Tổng cộng	Huy động tại chỗ		Tổng cộng	Huy động tại chỗ		Tổng cộng	Huy động tại chỗ	
		Số tiền	Số tiền	Tỷ trọng%	Số tiền	Số tiền	Tỷ trọng %	Số tiền	Số tiền	tỷ trọng %
1	NH CÔNG THƯƠNG ĐT	1.215.046	332.095	20,12	1.338.462	461.884	21,03	1.500.829	520.329	14,80
2	NHNN&PTNN	2.123.064	722.682	43,78	2.416.526	930.425	42,35	2.754.829	1.056.962	30,06
3	NHĐT &PHÁT TRIỂN ĐT	304.924	295.549	17,91	716.492	293.164	13,35	579.470	286.821	8,16
4	NH PT NHÀ ĐBSCL TẠI ĐT	202.138	196.628	11,91	884.020	247.465	11,27	1.097.422	304.059	8,65
5	NH NGOẠI THƯƠNG ĐT	-	-		26.344	22.218	1,01	45.485	45.485	1,29
6	NH CS XH ĐỒNG THÁP	35.342	31.775	1,93	25.535	22.174	1,01	450.570	450.570	12,81
7	NH CP PHƯƠNG NAM	133.846	71.829	4,35	150.437	90.834	4,13	194.707	194.707	5,73
8	NH SAI GÒN THƯƠNG TÍN	-	-		38.729	38.027	1,73	129.749	129.749	3,81
9	NHTM CP ĐT.MƯỜI				196.168	90.567	4,12	1.146.315	396.081	11,26
10	QUY TDND	57.647	51.896	3,14	107.805	66000	3,00	131.726	131.726	3,89
11	CỘNG	4.014.360	1.650.558	100	5.792.713	2.196.758	100	7.899.376	3.516.489	100