

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

LÊ ĐỨC THẮNG

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG
CỦA HỆ THỐNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI
TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
THỜI KỲ HẬU WTO**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
TS. VŨ THỊ MINH HẰNG**

TP HỒ CHÍ MINH, NĂM 2007

MỤC LỤC

Danh mục các từ viết tắt

Danh mục các bảng

Phân mở đầu

Chương 1: Cơ sở lý luận về dịch vụ ngân hàng của Ngân hàng thương mại	1
1.1 Dịch vụ ngân hàng của Ngân hàng thương mại	1
1.1.1 Thế nào là dịch vụ ngân hàng	1
1.1.2 Các loại dịch vụ ngân hàng	2
1.1.2.1 Dịch vụ ngân hàng truyền thống	3
1.1.2.2 Dịch vụ ngân hàng hiện đại	4
1.2 Tác động của hội nhập ảnh hưởng đến quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng	9
1.2.1 Các yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng	9
1.2.1.1 Môi trường kinh tế vĩ mô	9
1.2.1.2 Các chủ thể tham gia trên thị trường dịch vụ ngân hàng	10
1.2.1.2.1 Các ngân hàng thương mại	10
1.2.1.2.2 Các chủ thể có nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng.....	12
1.2.1.2.3 Giá cả của các dịch vụ ngân hàng	12
1.2.2 Tác động của hội nhập ảnh hưởng đến quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng	14
1.2.3 Môi trường pháp lý	16
1.2.4 Hội nhập thị trường dịch vụ ngân hàng	17
1.3 Kinh nghiệm của thế giới về phát triển dịch vụ ngân hàng thời kỳ hậu WTO.....	17
1.3.1 Kinh nghiệm của thế giới về phát triển dịch vụ ngân hàng thời kỳ hậu WTO	17
1.3.1.1 Kinh nghiệm của Trung Quốc	17
1.3.1.2 Kinh nghiệm của Canada	20
1.3.2 Bài học rút ra cho VN trong việc mở cửa dịch vụ ngân hàng thời kỳ hậu WTO	21
Kết luận chương 1	24

Chương 2: Thực trạng hoạt động dịch vụ ngân hàng trên địa bàn TP Hồ Chí Minh	
giai đoạn 2001 – 2006	25
2.1 Sự hình thành và phát triển của Ngân hàng thương mại tại TPHCM	25
2.2 Khái quát hoạt động của Ngân hàng thương mại trên địa bàn TPHCM	27
2.3 Thực trạng hoạt động và phát triển của Ngân hàng thương mại trên địa bàn TPHCM những năm vừa qua	28
2.3.1 Hoạt động của các dịch vụ ngân hàng truyền thống	29
2.3.1.1 Hoạt động huy động vốn	29
2.3.1.2 Hoạt động tín dụng	32
2.3.1.3 Hoạt động thanh toán	36
2.3.1.4 Hoạt động dịch vụ ngoại hối	38
2.3.2 Hoạt động của các dịch vụ ngân hàng hiện đại	40
2.3.2.1 Tình hình chung	40
2.3.2.2 Hoạt động của các dịch vụ ngân hàng hiện đại	41
2.3.2.2.1 Dịch vụ thẻ ngân hàng	41
2.3.2.2.2 Dịch vụ khác	44
2.4 Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng của các ngân hàng thương mại trên địa bàn TPHCM	47
Kết luận chương 2	53
Chương 3: Một số giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng của ngân hàng thương mại	
trên địa bàn TPHCM thời kỳ hậu WTO	54
3.1 Định hướng và mục tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng trên địa bàn TPHCM thời kỳ hậu WTO	54
3.1.1 Cam kết của Việt Nam về dịch vụ tài chính ngân hàng	54
3.1.2 Các mục tiêu và định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng trên địa bàn TPHCM giai đoạn 2006 – 2010	56
3.1.3 Diễn biến của tiến trình hội nhập lĩnh vực ngân hàng	57
3.2 Một số giải pháp cơ bản phát triển dịch vụ ngân hàng của Ngân hàng thương mại trên địa bàn TPHCM thời kỳ hậu WTO	58
3.2.1 Giải pháp mang tính chiến lược lâu dài: Xây dựng các tập đoàn tài chính ngân hàng	58

3.2.2 Một số giải pháp cụ thể trước mắt	60
3.2.2.1 Tăng nhanh quy mô vốn	60
3.2.2.2 Nâng cao năng lực quản trị, điều hành và phát triển nguồn nhân lực	64
3.2.2.3 Nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ, hợp lý hoá lãi suất và các loại phí ..	66
3.2.2.4 Hiện đại hoá công nghệ ngân hàng và hệ thống thanh toán	71
3.2.2.5 Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ ngân hàng	72
3.2.2.6 Xây dựng chiến lược tiếp thị, quảng bá sản phẩm và phát triển mạng lưới giao dịch	73
3.2.2.7 Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử	79
3.3 Những kiến nghị với cơ quan quản lý vĩ mô	81
Kết luận chương 3	84
Kết luận	85

DANH MỤC CÁC BẢNG VÀ SƠ ĐỒ TRONG LUẬN VĂN

Thứ tự	Nội dung	Trang
BẢNG 2.3.1.1	Bảng thể hiện hoạt động huy động vốn của các NHTM trên địa bàn TPHCM	29
BIỂU ĐỒ 2.3.1.1	Biểu đồ thể hiện hoạt động huy động vốn của các NHTM trên địa bàn TPHCM	30
BẢNG 2.2.1.2	Bảng thể hiện kết quả hoạt động dịch vụ tín dụng trên địa bàn TPHCM	33
BIỂU ĐỒ 2.2.1.2	Biểu đồ thể hiện kết quả hoạt động dịch vụ tín dụng trên địa bàn TPHCM	33
SƠ ĐỒ 2.3.1.3	Sơ đồ thể hiện khối lượng thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng trên địa bàn TPHCM	36
BẢNG 2.2.1.3	Bảng thể hiện khối lượng thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng trên địa bàn TPHCM	37
BẢNG 2.3.1.4	Bảng tổng hợp số liệu hoạt động ngoại hối trên địa bàn TPHCM	38
SƠ ĐỒ 2.3.1.4	Sơ đồ tổng hợp số liệu hoạt động ngoại hối trên địa bàn TPHCM	39

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

ATM	Thẻ/máy rút tiền tự động
ACB	Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
DNNN	Doanh nghiệp Nhà nước
EXIMBANK	Ngân hàng Thương Mại cổ phần Xuất Nhập Khẩu
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
GATS	Hiệp định chung về thương mại dịch vụ
HTX	Hợp tác xã
KTTĐPN	Kinh tế trọng điểm phía Nam
NH	Ngân hàng
NHLD	Ngân hàng liên doanh
NHTMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần
NHNN	Ngân hàng nhà nước
NHTMNN	Ngân hàng thương mại nhà nước
NHNNg	Ngân hàng nước ngoài
NHTM	Ngân hàng thương mại
NHTMVN	Ngân hàng thương mại Việt Nam
PBOC	Ngân hàng nhân dân Trung Quốc
SACOMBANK	Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín
TMQD	Thương mại quốc doanh
TMCP	Thương mại cổ phần
TPHCM	Thành phố Hồ Chí Minh
TW	Trung ương
TCTD	Tổ chức tín dụng
USD	Đô la Mỹ
VN	Việt Nam
VNĐ	Đồng Việt Nam
XHCN	Xã hội chủ nghĩa
WTO	Tổ chức thương mại thế giới

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Dịch vụ ngân hàng là một ngành kinh tế đặc biệt quan trọng trong nền kinh tế thị trường. Phát triển dịch vụ ngân hàng là phát triển năng lực phản ảnh quy mô, tính quy mô và xu thế phát triển chung của nền sản xuất hàng hoá trong cơ chế thị trường của một quốc gia. Trong những năm qua, cùng với công cuộc đổi mới, phát triển kinh tế đất nước, ngành ngân hàng không ngừng trưởng thành, vững mạnh về quy mô, mạng lưới giao dịch, năng lực tài chính, năng lực quản trị điều hành, số lượng, chất lượng sản phẩm ngày càng đa dạng. Sự phát triển này góp phần tích cực trong việc huy động vốn để cho vay, đầu tư, đáp ứng nhu cầu phát triển ngày càng tăng của sản xuất kinh doanh và đời sống xã hội. Tuy nhiên bên cạnh những thành tựu đã đạt được, ngành ngân hàng còn bộc lộ những hạn chế, chưa thực sự đáp ứng được những yêu cầu của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Đối với thành phố Hồ Chí Minh là một trung tâm kinh tế - xã hội của cả nước, ngành ngân hàng đã góp phần quan trọng trong việc phát triển kinh tế thành phố. Tuy vậy việc phát triển các dịch vụ ngân hàng còn nhiều bất cập, từng dịch vụ của ngân hàng thương mại chưa tạo dựng được thương hiệu riêng, quy mô của từng dịch vụ còn nhỏ, chất lượng dịch vụ thấp, sức cạnh tranh yếu, đặt biệt tính tiện ích của một số dịch vụ đối với khách hàng còn chưa cao, hoạt động marketing ngân hàng chưa mạnh, chưa thường xuyên nên tỷ lệ khách hàng tiếp cận và sử dụng dịch vụ ngân hàng còn hạn chế. Trong điều kiện Việt Nam gia nhập WTO, dịch vụ ngân hàng sẽ được dự báo là lĩnh vực cạnh tranh rất khốc liệt khi “vòng” bảo hộ cho ngân hàng thương mại trong nước không còn. Vậy điều gì đang chờ đón các ngân hàng thương mại Việt Nam? Các ngân hàng này phải chuẩn bị gì để không bị đẩy ra ngoài cuộc chơi? Phát triển dịch vụ ngân hàng như thế nào để đáp ứng được nhu cầu tăng trưởng của nền kinh tế cả nước nói chung, của Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng, vừa phải đảm bảo hoạt động ngân hàng an toàn, hiệu quả? Phát triển dịch vụ ngân hàng như thế nào để đảm bảo nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng đồng thời đảm bảo yêu cầu chuẩn mực hội nhập kinh tế quốc tế? Đó là những câu hỏi cần phải đi tìm lời giải đáp.

Với mong muốn tìm một lời giải đáp, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ tài chính ngân hàng thương mại, đủ sức cạnh tranh với ngân hàng nước ngoài trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh thời kỳ hậu WTO, tác giả chọn đề tài: “Phát

triển dịch vụ ngân hàng của Ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh thời kỳ hậu WTO” là đề tài khoá luận tốt nghiệp cao học kinh tế. Hy vọng đề tài sẽ góp phần nhỏ giúp cơ quan hữu quan của thành phố định hướng và có cơ sở giải quyết các vấn đề về dịch vụ tài chính ngân hàng trong giai đoạn mới.

2. Mục tiêu, phạm vi nghiên cứu

Trên cơ sở lý thuyết về phát triển các dịch vụ ngân hàng thương mại, đề tài phân tích cơ hội, thực trạng, thách thức của hệ thống ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố, từ đó đưa ra được những giải pháp cơ bản nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng thời kỳ hậu WTO.

- Trình bày luận cứ khoa học và thực tiễn về sự phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế trong giai đoạn hiện nay.
- Điều tra, phân tích, đánh giá thực trạng hệ thống NHTM trên địa bàn thành phố, tìm ra những điểm mạnh, điểm yếu, nguyên nhân của những hạn chế yếu kém, những bài học kinh nghiệm trong phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng giai đoạn 2001-2006.
- Đề xuất những giải pháp chủ yếu để phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng đáp ứng yêu cầu cạnh tranh trong quá trình hội nhập.

Đề tài chủ yếu nghiên cứu các Ngân hàng thương mại trên địa bàn Thành Phố Hồ Chí Minh giai đoạn từ năm 2001 đến năm 2006. Từ đó đưa ra những giải pháp thiết thực đảm bảo hoạt động ngân hàng trên địa bàn tiếp tục tăng trưởng và phát triển ổn định trong thời kỳ hậu WTO.

3. Phương pháp nghiên cứu:

Dựa trên cơ sở của phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử để nghiên cứu

Đề tài sử dụng phương pháp khảo sát, thống kê, điều tra xã hội học, phỏng vấn, thu thập tài liệu trong phòng, phân tích, kế thừa, tổng hợp để đưa ra những kết luận theo mục tiêu, nhiệm vụ đề ra.

4. Nội dung đề tài: Nội dung đề tài được thể hiện qua kết cấu gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về dịch vụ ngân hàng của ngân hàng thương mại

Chương II: Thực trạng hoạt động dịch vụ tài chính ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2001-2006

Chương III: Một số giải pháp phát triển dịch vụ tài chính của ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh thời kỳ hậu WTO

5. Hạn chế của nghiên cứu:

Hạn chế lớn nhất của luận văn nằm ở quy mô và đối tượng khảo sát. Do những hạn chế về thời gian và nhân lực, luận văn chỉ khảo sát được những khách hàng và doanh nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh, đối tượng khảo sát không được chọn ngẫu nhiên. Do vậy tính bao quát của số liệu khảo sát bị hạn chế.

Quá trình phân tích và nhập số liệu chủ yếu bằng phương pháp thủ công, không có sự hỗ trợ của các phần mềm nhập số liệu. Vì vậy số liệu không được kiểm tra chéo nên có thể có những sai sót trong việc nhập và phân tích số liệu khảo sát.

6. Điểm mới của đề tài:

Đề tài đã phân tích tương đối toàn diện thực trạng dịch vụ ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh và đưa ra những giải pháp thiết thực có tính chiến lược lâu dài cũng như những giải pháp cần làm ngay sát với tình hình kinh tế xã hội của thành phố Hồ Chí Minh thời kỳ hậu WTO. Những đóng góp của đề tài là những tư liệu để khảo sát thiết thực giúp cho các cơ quan hữu quan nghiên cứu và vận dụng.

CHƯƠNG I

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1 Dịch vụ ngân hàng của ngân hàng thương mại

1.1.1 Thế nào là dịch vụ ngân hàng?

Hiện nay, ở nước ta chưa có một khái niệm cụ thể nào về dịch vụ ngân hàng. Đối với hoạt động huy động vốn và cho vay, các Ngân hàng thường né tránh sử dụng thuật ngữ “dịch vụ” mà thường dùng thuật ngữ “sản phẩm”.

Theo luật các tổ chức tín dụng do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ban hành, dịch vụ ngân hàng cũng không được định nghĩa và giải thích một cách cụ thể. Tại khoản 1 và khoản 7, điều 20 thì hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng bao gồm cả ba nội dung: nhận tiền gửi, cấp tín dụng và cung ứng dịch vụ thanh toán nhưng không phân biệt rõ lĩnh vực nào là kinh doanh tiền tệ, lĩnh vực nào là dịch vụ ngân hàng.

Theo quan niệm để xem xét lĩnh vực dịch vụ ngân hàng trong cơ cấu của nền kinh tế quốc dân của một quốc gia thì lĩnh vực dịch vụ ngân hàng là toàn bộ hoạt động tiền tệ, tín dụng, thanh toán, ngoại hối của hệ thống ngân hàng đối với khách hàng là doanh nghiệp và cá nhân.

Tóm lại, dịch vụ ngân hàng là một bộ phận của dịch vụ tài chính và bao gồm toàn bộ hoạt động tiền tệ, tín dụng, thanh toán, ngoại hối của hệ thống ngân hàng đối với khách hàng là doanh nghiệp và cá nhân.

Dịch vụ tài chính là một khái niệm mới, và cũng chưa có một định nghĩa thống nhất. Tuy nhiên do tính chất quan trọng của nó đối với phát triển kinh tế, nhất là trong bối cảnh mở cửa và hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay thì cần có cách hiểu chung và thống nhất, từ đó tạo điều kiện thuận lợi trong việc nghiên cứu, tìm giải pháp cho sự phát triển lĩnh vực này trong thời gian tới.

Thị trường dịch vụ tài chính là một khái niệm mới do tổ chức thương mại thế giới (WTO) đưa ra nhằm hình thành các quy tắc ứng xử giữa các nước thành viên WTO trong hoạt động thương mại dịch vụ.

Theo WTO: “Một dịch vụ tài chính là bất kỳ dịch vụ nào có tính chất tài chính, được một nhà cung cấp dịch vụ tài chính cung cấp. Dịch vụ tài chính bao gồm mọi

dịch vụ bảo hiểm và dịch vụ liên quan đến bảo hiểm, mọi dịch vụ ngân hàng và dịch vụ tài chính khác (ngoại trừ bảo hiểm)”¹.

Theo GATS: Các dịch vụ tài chính ngân hàng là: Nhận tiền gửi, cho vay, cho thuê tài chính, chuyển tiền và thanh toán, thẻ, séc, bảo lãnh và cam kết, mua bán các công cụ thị trường tài chính, phát hành chứng khoán, môi giới tiền tệ, quản lý tài sản, dịch vụ thanh toán và bù trừ, cung cấp và chuyển giao thông tin tài chính, dịch vụ tư vấn và trung gian, hỗ trợ tài chính.

Trong bảng danh mục phân loại các dịch vụ theo khu vực của WTO thì dịch vụ tài chính được xếp trong phân ngành thứ 7 trong 12 phân ngành dịch vụ. Trong dịch vụ tài chính có tất cả dịch vụ bảo hiểm và liên quan đến bảo hiểm, các dịch vụ ngân hàng và dịch vụ tài chính khác. Như vậy dịch vụ ngân hàng là một bộ phận cấu thành trong dịch vụ tài chính nói chung.

Nói đến dịch vụ ngân hàng, người ta thường gắn nó với hai đặc điểm:

Thứ nhất: đó là các dịch vụ mà chỉ có các ngân hàng với những ưu thế của nó mới có thể thực hiện được một cách trọn vẹn và đầy đủ.

Thứ hai: Đó là các dịch vụ gắn liền với hoạt động ngân hàng không những cho phép NHTM thực hiện tốt các yêu cầu của khách hàng, mà còn hỗ trợ tích cực để NHTM thực hiện tốt hơn chức năng trung gian tín dụng và trung gian thanh toán của NHTM.

Như vậy, chúng ta có thể cho rằng toàn bộ hoạt động tiền tệ, tín dụng, thanh toán, ngoại hối...của hệ thống ngân hàng đều là hoạt động cung ứng dịch vụ tài chính cho nền kinh tế. Quan niệm này phù hợp với cách phân ngành dịch vụ ngân hàng trong dịch vụ tài chính của WTO và hiệp định thương mại Việt - Mỹ cũng như nhiều nước phát triển khác.

1.1.2 Các loại dịch vụ ngân hàng

Nhìn một cách tổng thể thì các NHTM hoạt động kinh doanh trên ba mảng dịch vụ lớn: Nghiệp vụ nguồn vốn, nghiệp vụ tín dụng và đầu tư và nghiệp vụ kinh doanh dịch vụ ngân hàng.

Mỗi nghiệp vụ đều có một vị trí và tác dụng khác nhau nhưng đều hướng tới mục tiêu chung và tổng quát của bất kỳ NHTM nào đó là đáp ứng được nhu cầu của khách hàng với hiệu quả cao nhất thông qua các sản phẩm dịch vụ mà ngân hàng

mang lại cho khách hàng. Sản phẩm dịch vụ ngân hàng của NHTM gồm 2 loại: sản phẩm dịch vụ ngân hàng truyền thống và sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại.

¹ PGS-TS Thái Bá Cần – Phát triển thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập – NXB Tài Chính – 2004 – trang 21

1.1.2.1 Dịch vụ ngân hàng truyền thống

Khi nói đến dịch vụ ngân hàng truyền thống của ngân hàng, chúng ta thường ngụ ý nói đến hoạt động của các sản phẩm đã thực hiện trên nhiều năm trên nền công nghệ cũ, quen thuộc với khách hàng. Có thể kể đến một số sản phẩm dịch vụ truyền thống của Ngân hàng như sau:

➤ **Dịch vụ huy động vốn:** Các NHTM triển khai dịch vụ huy động vốn trong tất cả các thành phần kinh tế để nhận tiền gửi và bảo quản hộ người gửi tiền với cam kết hoàn trả đúng hạn. Vốn huy động theo tính chất được phân thành 2 nhóm:

- **Nhóm 1:** Vốn huy động hoạt kỳ, bao gồm tiền gửi không kỳ hạn của các tổ chức kinh tế cá nhân, tiền gửi không kỳ hạn của các tổ chức tín dụng khác. Với loại tiền gửi này khách hàng có thể linh hoạt sử dụng, được lập thư chuyển tiền, phát hành séc rút tiền từ tài khoản một cách tự do. Các chủ tài khoản gửi tiền vào tài khoản không nhằm mục đích hưởng lãi, mà nhằm nhu cầu giao dịch thanh toán cho chính mình. Do đó đối với loại sản phẩm dịch vụ này ngân hàng cần phải có những thủ tục nhanh chóng, thuận lợi, an toàn thì khả năng thu hút khách hàng càng cao.

- **Nhóm 2:** Vốn huy động định kỳ gồm tiền gửi định kỳ, tiền gửi tiết kiệm của cá nhân, tổ chức, tiền phát hành kỳ phiếu, trái phiếu... Đặc điểm của loại nguồn vốn này là khách hàng chỉ được rút tiền khi đáo hạn (tuy nhiên trong điều kiện bình thường các ngân hàng cho phép khách hàng rút tiền trước kỳ hạn. Đối với vốn huy động định kỳ, người gửi tiền có mục đích xác định là hưởng lãi, vì vậy họ sẽ chọn ngân hàng nào có lãi suất huy động cao hơn, chứ không đòi hỏi hệ thống dịch vụ hiện đại như đối với nguồn vốn hoạt kỳ. Với lý do đó các ngân hàng thường sử dụng công cụ lãi suất để thu hút nguồn vốn này, Cạnh tranh lãi suất trở thành một trong những loại cạnh tranh hợp lý và gay gắt trong giai đoạn hội nhập hiện nay, ngân hàng nào có lãi suất cao hơn, khuyến mãi nhiều hơn, tiếp thị tốt hơn thì sẽ có lợi thế trong việc thu hút tiền gửi của khách hàng.

➤ **Dịch vụ chiết khấu thương phiếu và chứng từ có giá:** Việc ngân hàng mua các thương phiếu và chứng từ có giá ngắn hạn chưa đến hạn thanh toán gọi là chiết khấu. Nghiệp vụ chiết khấu giúp các chủ sở hữu chứng từ khôi phục năng lực thanh toán. Đây là nghiệp vụ được ưa chuộng không những đối với khách hàng mà còn cả với ngân hàng vì đây là nghiệp vụ cho vay có đảm bảo bằng chứng từ có giá, rủi ro tín dụng ở mức độ thấp.

➤ **Dịch vụ cho vay:** Hoạt động cho vay bao gồm cho vay thương mại, cho vay tiêu dùng, cho vay chiết khấu chứng từ có giá... Tùy theo nhu cầu về thời gian vay vốn của khách hàng mà ngân hàng áp dụng các hình thức cho vay ngắn hạn, trung hạn và dài hạn. Lãi suất cho vay áp dụng theo cung cầu trên thị trường hoặc theo quan hệ tín nhiệm lẫn nhau để áp dụng mức lãi suất cho vay phù hợp với từng đối tượng cho vay.

➤ **Dịch vụ thanh toán:** Hầu hết các giao dịch thanh toán giữa các khách hàng trong nước và nước ngoài đều được thực hiện qua ngân hàng. Nhờ việc nắm giữ tài khoản của khách hàng, đồng thời thông qua việc kiểm soát chứng từ thanh toán mà các ngân hàng hoàn toàn có khả năng thực hiện các dịch vụ thanh toán theo yêu cầu của khách hàng. Hiện nay các NHTM ở Việt Nam sử dụng các dịch vụ thanh toán như: thanh toán séc, uỷ nhiệm thu, uỷ nhiệm chi, thư tín dụng, hối phiếu, lệnh phiếu, thẻ thanh toán...

➤ **Dịch vụ trao đổi ngoại tệ:** Dịch vụ này rất phát triển trong giai đoạn hiện nay nhằm đáp ứng nhu cầu trao đổi mua bán trong hoạt động ngoại thương, Ngân hàng đứng ra mua, bán một loại tiền này để lấy một loại tiền khác nhằm mục đích thu lợi nhuận.

➤ **Dịch vụ uỷ thác:** Ngân hàng nhận thực hiện các công việc mà khách hàng uỷ thác như: bảo quản tài sản cho các cá nhân, bảo quản chứng thư quan trọng, bảo quản và lưu giữ chứng khoán của khách hàng, phát hành cổ phiếu, trái phiếu hộ, trả lãi, trả gốc, trả cổ tức... cho các tổ chức phát hành chứng từ có giá.

➤ Ngoài ra còn có các sản phẩm dịch vụ truyền thống khác như dịch vụ ngân quỹ, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ cung cấp các tài khoản giao dịch... Các sản phẩm dịch vụ truyền thống của ngân hàng được cải tiến theo hướng hoàn chỉnh hơn, gọn về thủ tục, rút ngắn về thời gian giao dịch, các ngân hàng đã hướng tới việc xuất phát từ nhu cầu của khách hàng hơn là việc áp đặt sản phẩm mà mình có.

1.1.2.2 Dịch vụ ngân hàng hiện đại

Dịch vụ ngân hàng hiện đại là dịch vụ ngân hàng mới được đưa vào hoạt động của một số tổ chức tín dụng, được ra đời trên nền các công nghệ mới, đem lại các tiện ích mới cho khách hàng. Một số dịch vụ tài chính ngân hàng hiện đại như:

➤ **Dịch vụ thẻ ngân hàng:** Ngân hàng cấp thẻ cho khách hàng có tài khoản dùng để thanh toán tiền mua hàng, chi trả tiền mặt hay rút tiền mặt tự động thông qua các máy đọc thẻ, hay các máy rút tiền tự động ATM. Công nghệ thanh toán bằng thẻ có nhiều ưu điểm so với thanh toán bằng tiền mặt như: tập trung vốn tiền gửi vào ngân hàng, giảm thiểu rủi ro, chống tham nhũng và trốn thuế...

➤ **Dịch vụ quản lý tiền mặt (ngân quỹ):** là hình thức quản lý thu, chi hộ cho khách hàng, đầu tư các khoản tiền mặt thặng dư để sinh lợi cho khách hàng. Qua nhiều năm, các ngân hàng đã phát hiện ra rằng một số dịch vụ mà họ làm cho bản thân mình cũng có ích đối với các khách hàng. Một trong những ví dụ nổi bật nhất là dịch vụ quản lý tiền mặt, trong đó ngân hàng đồng ý quản lý việc thu và chi cho một công ty kinh doanh và tiến hành đầu tư phần thặng dư tiền mặt tạm thời vào các chứng khoán sinh lợi và tín dụng ngắn hạn cho đến khi khách hàng cần tiền mặt để thanh toán.

Trong khi các ngân hàng có khuynh hướng chuyên môn hóa vào dịch vụ quản lý tiền mặt cho các tổ chức, hiện nay có một xu hướng đang gia tăng về việc cung cấp các dịch vụ tương tự cho người tiêu dùng. Sở dĩ khuynh hướng này đang lan rộng là do các công ty môi giới chứng khoán, các tập đoàn tài chính khác cung cấp cho người tiêu dùng tài khoản môi giới với hàng loạt dịch vụ tài chính liên quan. Một ví dụ là tài khoản quản lý tiền mặt của Merrill Lynch, cho phép khách hàng của nó mua và bán chứng khoán, di chuyển vốn trong nhiều quỹ tương hỗ, viết séc, và sử dụng thẻ tín dụng cho khoản vay tức thời.

➤ **Dịch vụ thanh toán tiền điện tử:** Dịch vụ này cho phép một doanh nghiệp, một cá nhân hay bất kỳ tổ chức nào khác dù có hay không có tài khoản tại ngân hàng có thể trả tiền vào tài khoản của một người khác ở ngân hàng đó hay tại một ngân hàng khác. Khách hàng là doanh nghiệp thường sử dụng dịch vụ này để thực hiện thanh toán cho các nhà cung cấp, các chủ nợ... Khách hàng cá nhân thường sử dụng dịch vụ này để chuyển tiền cho người thân ở xa hay gửi tiền cho con đi học... Dịch vụ này rất hữu ích do chi phí thấp, chuyển tiền nhanh, an toàn, tiện lợi.

➤ **Dịch vụ ngân hàng tại nhà:** Như chúng ta đã biết dịch vụ ATM và dịch vụ chuyển tiền điện tử là 2 dịch vụ ngân hàng điện tử có những ưu thế tại điểm

giao dịch, thì dịch vụ ngân hàng tại nhà có những ưu thế khác, đó là bằng những công cụ hỗ trợ như điện thoại, máy vi tính chúng ta có thể hoạt động giao dịch, thanh toán, xem thông tin tại nhà mà không cần phải đến ngân hàng. Mỗi khách hàng có một mã số riêng và một mật khẩu riêng do ngân hàng cung cấp và được giữ bí mật nhằm đảm bảo an toàn nhất cho các hoạt động giao dịch của mình.

➤ **Dịch vụ bảo quản và ký gửi:** Ngân hàng nhận bảo quản các cổ phiếu, chứng chỉ quỹ đầu tư, các hợp đồng bảo hiểm, các chứng thư tài sản, di chúc và các tài sản có giá khác. Những thứ này có thể được bảo quản theo phương thức “mở” trong đó biên lai sẽ ghi chi tiết những gì được lưu giữ, hoặc theo phương thức “kín” được lưu giữ trong những hộp khoá kín hay những phong bì gián kín.

➤ **Dịch vụ cho thuê tài chính:** Đây là phương thức mà các doanh nghiệp nhờ đó mà có thể có được những cấu kiện máy, thiết bị, xe cộ... mà không cần đầu tư vốn. Các doanh nghiệp thiếu vốn cần mua sắm tài sản phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh, họ có thể đến các công ty thuê mua để thuê tài sản và trả một khoản phí theo thương lượng giữa hai bên, tài sản này vẫn thuộc quyền sở hữu của các công ty cho thuê, doanh nghiệp được sử dụng trong thời gian thuê.

➤ **Dịch vụ thư bảo đảm dự thầu:** Các khách hàng của ngân hàng hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp xây dựng, khi tham gia đấu thầu phải cung cấp một thư bảo lãnh dự thầu trước khi được phép đấu thầu một hợp đồng. Thư bảo lãnh dự thầu cho biết rằng công ty sẽ thực hiện những cam kết thi công khi trúng thầu. Một ngân hàng thường được yêu cầu cung cấp một thư đảm bảo như vậy và khi cấp thư thường có cam kết đền bù những thiệt hại trong trường hợp khách hàng trúng thầu không thực hiện hợp đồng và ngân hàng bị yêu cầu thanh toán theo các điều khoản của thư. Ngoài ra còn có các loại thư bảo đảm khác như thư bảo đảm thực hiện hợp đồng, thư bảo lãnh bảo hành, thư bảo đảm thanh toán...

➤ **Dịch vụ tư vấn tài chính:** Một số ngân hàng đã tập trung vào cung cấp dịch vụ tư vấn để đáp ứng các nhu cầu tư vấn tài chính và quản lý các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các doanh nghiệp này đang gặp khó khăn về tài chính và vấn đề quản lý. Ngân hàng hướng dẫn và tư vấn cho doanh nghiệp kiểm soát chi phí, định giá, đánh giá đầu tư cơ bản, dự báo nguồn thu nhập và quản lý tài sản, chiến lược sản xuất kinh doanh... Các ngân hàng từ lâu đã được khách hàng yêu cầu thực hiện hoạt động tư vấn tài chính, đặc biệt là về tiết kiệm và đầu tư. Ngân hàng ngày nay cung cấp nhiều dịch vụ tư vấn tài chính đa dạng, từ chuẩn bị về thuế và kế

hoạch tài chính cho các cá nhân đến tư nhân về các cơ hội thị trường trong nước và ngoài nước cho các khách hàng kinh doanh của họ.

➤ **Dịch vụ hợp đồng trao đổi tín dụng (Credit Swap):** là hình thức hai tổ chức tín dụng ký kết hợp đồng trao đổi cho nhau một khoản tín dụng, chủ yếu là để đa dạng hoá danh mục cho vay, để thực hiện các danh mục tín dụng theo chính sách tín dụng.

➤ **Hợp đồng quyền tín dụng (Credit Option):** Ngân hàng ký một hợp đồng với tổ chức kinh doanh quyền (Option Dealer) với nội dung bán quyền sẽ thanh toán toàn bộ khoản tín dụng nếu khách hàng không trả được nợ và lãi, hoặc không trả hết nợ và lãi. Nếu khách hàng trả hết nợ và lãi, ngân hàng mua quyền sẽ mất phí mua quyền.

➤ **Hợp đồng trao đổi các khoản tín dụng rủi ro:** Ngân hàng mua một hợp đồng bán khoản tín dụng rủi ro cho một ngân hàng khác và do đó khi khách hàng không trả được nợ, lãi thì ngân hàng bán quyền sẽ thanh toán phần chênh lệch giữa nợ và lãi mà khách hàng không thanh toán được sau khi trừ đi giá trị tài sản đảm bảo đã được thanh lý. Giá trị thanh toán = (giá trị khoản tín dụng + lãi) – (giá trị khách hàng thanh toán + giá trị tài sản đảm bảo được thanh lý).

➤ **Trái phiếu ràng buộc:** Ngân hàng mua trái phiếu của doanh nghiệp và có cam kết rằng nếu dự án bị lỗi thì ngân hàng sẽ không thu lãi hoặc thu lãi một phần. Sản phẩm này nhằm nâng cao trách nhiệm của ngân hàng trong việc chia sẻ rủi ro của dự án mà ngân hàng tài trợ.

➤ **Cho vay tiêu dùng:** Trong lịch sử, hầu hết các ngân hàng không tích cực cho vay đối với cá nhân và hộ gia đình bởi vì họ tin rằng các khoản cho vay tiêu dùng nói chung có quy mô rất nhỏ với rủi ro vỡ nợ tương đối cao và do đó làm cho chúng trở nên có mức sinh lời thấp. Đầu thế kỷ này, các ngân hàng bắt đầu dựa nhiều hơn vào tiền gửi của khách hàng để tài trợ cho những món vay thương mại lớn. Và rồi sự cạnh tranh khốc liệt trong việc giành giật tiền gửi và cho vay đã buộc các ngân hàng phải hướng tới người tiêu dùng như là một khách hàng trung thành tiềm năng. Cho tới những năm 1920 và 1930, nhiều ngân hàng lớn do Citicorp và Bank of America dẫn đầu đã thành lập những phòng tín dụng tiêu dùng lớn mạnh. Sau chiến tranh thế giới thứ hai, tín dụng tiêu dùng đã trở thành một trong những loại hình tín dụng có mức tăng trưởng nhanh nhất. Mặc dầu vậy, tốc độ tăng trưởng này gần đây đã chậm lại do cạnh tranh về tín dụng tiêu dùng ngày càng trở nên gay gắt trong khi nền kinh tế đã phát triển chậm lại. Tuy nhiên, người tiêu

dùng vẫn tiếp tục là nguồn vốn chủ yếu của ngân hàng và tạo ra một trong số những nguồn thu quan trọng nhất.

➤ **Dịch vụ thuê mua thiết bị:** Rất nhiều ngân hàng tích cực cho khách hàng kinh doanh quyền lựa chọn mua các thiết bị, máy móc cần thiết thông qua hợp đồng thuê mua, trong đó ngân hàng mua thiết bị và cho khách hàng thuê. Ban đầu các qui định yêu cầu khách hàng sử dụng dịch vụ thuê mua thiết bị phải trả tiền thuê (mà cuối cùng sẽ đủ để trang trải chi phí mua thiết bị) đồng thời phải chịu chi phí sửa chữa và thuế. Năm 1987, quốc hội Mỹ đã bỏ phiếu cho phép ngân hàng quốc gia sở hữu ít nhất một số tài sản cho thuê sau khi hợp đồng thuê mua đã hết hạn. Điều đó có lợi cho các ngân hàng cũng như khách hàng bởi vì với tư cách là một người chủ thực sự của tài sản cho thuê, ngân hàng có thể khấu hao chúng nhằm làm tăng lợi ích về thuế.

➤ **Bán các dịch vụ bảo hiểm:**

Từ nhiều năm nay, các ngân hàng đã bán bảo hiểm tín dụng cho khách hàng, điều đó bảo đảm việc hoàn trả trong trường hợp khách hàng vay vốn bị chết hay bị tàn phế. Trong khi các quy định ở Mỹ cấm ngân hàng thương mại trực tiếp bán các dịch vụ bảo hiểm, nhiều ngân hàng hi vọng có thể đưa ra các hợp đồng bảo hiểm cá nhân thông thường và hợp đồng bảo hiểm tổn thất tài sản như ô tô hay nhà cửa trong tương lai. Hiện nay, ngân hàng thường bảo hiểm cho khách hàng thông qua các liên doanh hoặc các thỏa thuận đại lý kinh doanh độc quyền theo đó một công ty bảo hiểm đồng ý đặt một văn phòng đại lý tại hành lang của ngân hàng và ngân hàng sẽ nhận một phần thu nhập từ các dịch vụ ở đó.

➤ **Cung cấp các kế hoạch hưu trí:**

Phòng ủy thác ngân hàng rất năng động trong việc quản lý kế hoạch hưu trí mà hầu hết các doanh nghiệp lập cho người lao động, đầu tư vốn và phát lương hưu cho những người đã nghỉ hưu hoặc tàn phế. Ngân hàng cũng bán các kế hoạch tiền gửi hưu trí cho các cá nhân và giữ nguồn tiền gửi cho đến khi người sở hữu các kế hoạch này cần đến.

➤ **Cung cấp dịch vụ ngân hàng đầu tư và ngân hàng bán buôn.**

Ngân hàng ngày nay đang theo chân các tổ chức tài chính hàng đầu trong việc cung cấp dịch vụ ngân hàng đầu tư và dịch vụ ngân hàng bán buôn cho các tập đoàn lớn. Những dịch vụ này bao gồm xác định mục tiêu hợp nhất, tài trợ mua lại Công ty, mua bán chứng khoán cho khách hàng (ví dụ: bảo lãnh phát hành chứng khoán), cung cấp công cụ Marketing chiến lược, các dịch vụ hạn chế rủi ro để bảo vệ khách hàng. Các ngân hàng cũng dần sâu vào thị trường bảo đảm, hỗ trợ các

khoản nợ do chính phủ và công ty phát hành để những khách hàng này có thể vay vốn với chi phí thấp nhất từ thị trường tự do hay từ các tổ chức cho vay khác.

Ngoài ra còn có một số dịch vụ ngân hàng mới ngày càng được áp dụng rộng rãi tại các NHTM như: cung cấp dịch vụ hưu trí, dịch vụ môi giới đầu tư chứng khoán, dịch vụ quỹ tương hỗ và trợ cấp, bán các dịch vụ bảo hiểm, home banking, phone banking, Electronic banking, internet banking...

Tóm lại, dịch vụ ngân hàng rất đa dạng và phong phú. Bất kỳ một lĩnh vực nào có liên quan đến lĩnh vực ngân hàng, các ngân hàng đều sẵn sàng cung cấp dịch vụ theo yêu cầu của khách hàng. Có loại dịch vụ ngân hàng sẽ thu phí, có loại dịch vụ ngân hàng được hưởng hoa hồng, nhưng cũng có loại dịch vụ miễn phí hoàn toàn, điều này chứng tỏ dịch vụ ngân hàng là một mảng hoạt động kinh doanh có hiệu quả và góp phần tạo điều kiện để mở rộng và phát triển các mảng hoạt động kinh doanh cơ bản khác.

1.2 Tác động của hội nhập ảnh hưởng đến quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng

1.2.1 Các yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến việc phát triển dịch vụ ngân hàng

1.2.1.1 Môi trường kinh tế vĩ mô

➤ Toàn cầu hoá tác động đến nền kinh tế đất nước, sự liên kết để phát triển đòi hỏi phải có những bước chuẩn bị kỹ càng. Những tác động của toàn cầu hoá làm cho chúng ta không thể đóng cửa mãi, mà phải mở cửa hội nhập, và thực tế chúng ta đã trở thành thành viên chính thức của WTO.

➤ Việt Nam nằm trong vùng phát triển kinh tế năng động (khối ASEAN), khu vực có vốn đầu tư của các công ty xuyên quốc gia, những tập đoàn kinh tế lớn. Sự hiện diện của những tập đoàn này đã góp phần không nhỏ thúc đẩy sự phát triển dịch vụ ngân hàng.

➤ Điều kiện chính trị xã hội ổn định, nguồn lực tài chính tiềm tàng trong nhân dân cũng tác động rất lớn đến sự phát triển vững chắc của dịch vụ ngân hàng.

➤ Chất lượng nguồn nhân lực có vai trò hết sức quan trọng trong việc phát triển dịch vụ ngân hàng. Nhân lực giỏi sẽ giúp triển khai dịch vụ được nhanh chóng, chính xác. Đội ngũ cán bộ có trình độ giúp nâng cao vị thế của ngân hàng trong việc cạnh tranh.

Những nhân tố chung trên đây có tác dụng tích cực đến sự phát triển của dịch vụ ngân hàng, nếu nhận thức và làm tốt sẽ tạo điều kiện cho quá trình phát triển.

1.2.1.2 Các chủ thể tham gia trên thị trường dịch vụ ngân hàng

1.2.1.2.1 Các ngân hàng thương mại

Trong quá trình phát triển kinh tế đất nước, các Ngân hàng thương mại đã có những đóng góp nhất định. Với sự tham gia kinh doanh của hệ thống NHTM theo chủ trương đa dạng hoá loại hình sở hữu kinh doanh ngân hàng nhằm thu hút các nguồn vốn của các thành phần kinh tế trong và ngoài nước để đáp ứng nhu cầu vốn cho sản xuất kinh doanh trong nền kinh tế, đáp ứng cho quá trình công nghiệp hoá – hiện đại hoá đất nước; đồng thời thực hiện việc tự do hoá, tăng tính cạnh tranh trong hoạt động cung cấp dịch vụ tài chính – ngân hàng cho nền kinh tế. Chúng ta sẽ tìm hiểu đến các yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển dịch vụ ngân hàng:

❖ Về Vốn:

Bất kể một ngân hàng nào trên thế giới, vốn đóng vai trò hết sức quan trọng trong quá trình hình thành và phát triển. Một ngân hàng có vốn lớn sẽ làm tăng khả năng huy động, có điều kiện để mở rộng phạm vi hoạt động, phát triển công nghệ ngân hàng và có điều kiện thu hút nguồn nhân lực. Từ đó, có thể phát triển các dịch vụ ngân hàng một cách tốt hơn.

❖ Mạng lưới phục vụ:

Trên cơ sở quy định về việc mở, thành lập và chấm dứt hoạt động của sở giao dịch, chi nhánh, văn phòng đại diện, đơn vị sự nghiệp của NHTM theo quyết định 888/2005/QĐ-NHNN, các NHTM trên địa bàn về cơ bản đã tổ chức, sắp xếp và điều chỉnh lại hệ thống mạng lưới theo đúng quy định và phù hợp với quy mô hoạt động.

Nhìn chung, hệ thống NHTM hiện đang có mạng lưới giao dịch phân bố tương đối đều khắp nhằm cung cấp tín dụng và dịch vụ ngân hàng cho các khách hàng tại các thị trường mục tiêu phù hợp với định hướng phát triển và điều kiện hoạt động (vốn tự có, năng lực điều hành, quản lý, kiểm soát...) của mình.

❖ Thời gian giao dịch và thái độ phục vụ:

Thời gian giao dịch của ngân hàng thường tùy thuộc vào thói quen sinh hoạt của cư dân... nhằm tạo sự thuận tiện cho khách hàng.

Đa số các NHTM đều hướng tới thực tuần làm việc 44 giờ với thời gian giao dịch 5,5 ngày/tuần (thứ bảy giao dịch buổi sáng): sáng 7:30' – 11:30'; chiều 13:00' – 17:00'.

Ngoài ra cũng cần hướng tới khả năng phục vụ khách hàng 24/24 thông qua các máy rút tiền tự động (ATM), Thẻ rút tiền điện tử (ETC) hoặc hệ thống dịch vụ “Ngân hàng điện thoại tại nhà” và “Ngân hàng điện tử toàn cầu”...

Thái độ phục vụ khách hàng là nhân tố quan trọng, là tác nhân chủ yếu giúp ngân hàng lôi kéo và giữ chân khách hàng. Việc đào tạo nhân viên ngân hàng có phong cách phục vụ khách hàng là một yếu tố trọng yếu mà các ngân hàng thương mại cần quan tâm ngay từ bây giờ.

❖ **Số lượng sản phẩm dịch vụ:**

Các Ngân hàng thương mại Việt Nam vẫn chủ yếu cung cấp các sản phẩm, dịch vụ truyền thống và đơn giản như nhận tiền gửi và cho vay với kênh phân phối qua các chi nhánh. Các dịch vụ có tính chất phức tạp như quản lý tài sản, quản lý danh mục đầu tư, các sản phẩm bán chéo hay các sản phẩm phái sinh, các sản phẩm phi tài chính như thanh toán, đầu tư, kinh doanh ngoại hối, tư vấn tài chính chưa phát triển. Các sản phẩm tiên tiến chưa trở nên phổ thông và tiện dụng, kênh phân phối điện tử như ATM, Internet Banking, Phone Banking chưa phát triển.

Theo thống kê của Itellegent Economic Unit thì trung bình một ngân hàng đa doanh hoạt động toàn cầu (các tập đoàn tài chính) có khả năng cung cấp cho khách hàng trên 2 triệu sản phẩm. Trong khi đó tại Việt Nam, thống kê cho thấy số sản phẩm mà hệ thống NHTM Việt Nam có thể cung cấp cho khách hàng không quá 3 con số. Có thể thấy rõ điều này qua Phụ lục 1 (Danh mục các dịch vụ mà NHTMCP Á Châu cung cấp cho khách hàng).

❖ **Chất lượng sản phẩm dịch vụ:**

Được biết, cho đến nay, Việt Nam chưa có cuộc khảo sát, nghiên cứu cụ thể nào để đưa ra số liệu chính thức về chất lượng sản phẩm, dịch vụ, phục vụ của các ngân hàng. Tuy nhiên, theo nhận xét chung thì chất lượng dịch vụ do các ngân hàng cung cấp đã được chú trọng và nâng lên khá nhiều kể từ khi hệ thống ngân hàng Việt Nam được đa dạng loại hình sở hữu hoạt động kinh doanh tiền tệ.

Chất lượng sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng được đánh giá qua các tiêu chí như: kỹ năng giao tiếp khách hàng; kỹ năng nghiệp vụ, tốc độ xử lý yêu cầu của khách hàng; độ chính xác trong tác nghiệp và độ tin cậy của khách hàng...

Các tiêu chí này đã và đang được các NHTMCP cải thiện rất nhiều, có khả năng cạnh tranh với các NHTMNN (như: ACB được tạp chí Global Finance bình chọn là ngân hàng tốt nhất VN) nhưng có phần giới hạn nhất định so với khối NHLD và NHNNg do hạn chế về kinh nghiệm hoạt động, quản lý, đào tạo nhân viên và cơ sở vật chất kỹ thuật...

1.2.1.2.2 Các chủ thể có nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng

➤ Chính phủ: Chính phủ tham gia vào thị trường dịch vụ ngân hàng với tư cách là người cần dịch vụ ngân hàng trong trường hợp chính phủ tiến hành huy động các nguồn tài chính phục vụ mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội. Với tư cách quản lý vĩ mô, chính phủ thông qua các cơ quan chuyên trách của mình giám sát, điều tiết thị trường trên cơ sở nền tảng pháp lý quốc gia và quốc tế nhằm duy trì sự phát triển bền vững của thị trường này.

➤ Các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế xã hội: Đây là những khách hàng quan trọng nhất của dịch vụ ngân hàng trên cả hai phương diện cung và cầu các nguồn tài chính. Trong điều kiện hội nhập, các doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng các dịch vụ ngân hàng ngày càng nhiều, đồng thời chính họ cũng trở thành lực lượng cung cấp động lực cho sự phát triển dịch vụ tài chính của các ngân hàng thương mại.

➤ Dân cư: tầng lớp dân cư tham gia vào thị trường tài chính thông qua việc sử dụng hiệu quả hơn lợi ích từ sự phát triển của dịch vụ ngân hàng như các hình thức gửi tiền, mua chứng chỉ tiền gửi, tín dụng tiêu dùng, tín dụng trả góp, vay vốn lập doanh nghiệp, du học, nhu cầu cá nhân, thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng... Sự ủng hộ của khách hàng giúp cho ngân hàng củng cố niềm tin vào chiến lược phát triển sản phẩm của mình.

1.2.1.3 Giá cả của các dịch vụ ngân hàng

Giá cả của dịch vụ ngân hàng là một vấn đề rất quan trọng, có tác động lớn đến sự phát triển của thị trường cũng như các chủ thể cung cấp dịch vụ ngân hàng. Giá cả các loại dịch vụ ngân hàng quá cao hay quá thấp đều có tác động tiêu cực đến sự phát triển của thị trường dịch vụ ngân hàng. Trong trường hợp giá cả các loại dịch vụ ngân hàng quá cao, khách hàng sẽ gặp khó khăn trong việc tiếp cận và sử dụng các loại dịch vụ ngân hàng; ngược lại trong trường hợp giá cả các loại sản phẩm dịch vụ ngân hàng quá thấp thì các chủ thể cung cấp dịch vụ ngân hàng sẽ gặp khó khăn trong vấn đề kinh doanh, nhiều khả năng dẫn đến thua lỗ và phá sản. Như vậy, trong cả hai trường hợp nêu trên đều đưa đến tác động tiêu cực là thu hẹp thị

trường dịch vụ ngân hàng, do đó giá cả của các loại dịch vụ ngân hàng cần phải được xác định ở mức thích hợp theo sự phát triển của nền kinh tế xã hội, sự phát triển của thị trường dịch vụ ngân hàng. Trước hết, chúng ta tìm hiểu về lãi suất của hoạt động huy động vốn

➤ *Lãi suất huy động vốn:*

Hiện nay với sự ổn định trong hoạt động của hệ thống ngân hàng, cùng với việc thực hiện bảo hiểm tiền gửi đã tạo sự an tâm cho hầu hết dân chúng gửi tiền tiết kiệm. Vì vậy, ngoài các yếu tố: uy tín, mạng lưới huy động và sự đa dạng hoá các loại hình sản phẩm huy động vốn thì lãi suất tiền gửi được xem là yếu tố cạnh tranh khá nhạy cảm trong huy động vốn.

Tham khảo biểu lãi suất trên địa bàn thời gian qua, có thể nhận xét: lãi suất huy động của các NHTMCP thường cao hơn các khối khác vì:

- ✓ Các NHTMCP có nhu cầu sử dụng vốn nhiều nhưng nguồn vốn bị hạn chế do uy tín chưa cao, vốn tự có thấp; vốn sử dụng chủ yếu từ nguồn vốn huy động.
- ✓ Các NHTMNN, nhất là Vietcombank, có điều kiện thực hiện nhiều dịch vụ thanh toán nên khả năng huy động nguồn vốn lãi suất thấp rất thuận lợi.
- ✓ Các NHNNg bị giới hạn về đối tượng và tỷ lệ huy động vốn nên không mặn mà trong việc nâng lãi suất huy động. Tuy nhiên lúc cần, họ có thể vay “qua đêm” theo *lãi suất thương lượng* với các đơn vị kinh tế khác.

➤ *Giá cả đối với nghiệp vụ tín dụng:*

Hiện nay với chủ trương kích cầu nhằm phát triển nền kinh tế, đồng thời, với sự linh hoạt trong chính sách điều hành tiền tệ nhằm cân đối quan hệ cung cầu tiền tệ trong lưu thông, trong đó việc áp dụng *lãi suất cơ bản* do NHNN quy định hàng tháng tạo cơ sở cho các NHTM ấn định lãi suất cho vay VNĐ trong phạm vi biên độ 0,3%/tháng (đối với cho vay ngắn hạn) và 0,5%/tháng (đối với cho vay trung, dài hạn) đã hình thành một thị trường cạnh tranh hết sức đa dạng về lãi suất cho vay.

Thực tế lãi suất cho vay của các NHTMCP được xác định cụ thể đối với từng nhóm đối tượng khách hàng tùy theo tình hình nguồn vốn, độ an toàn vốn sử dụng và chính sách khách hàng...

Nhìn chung, lãi suất cho vay của các NHTMCP thường cao hơn cá NHTM khác, nhất là các NHTMNN vì:

- ✓ Các NHTMCP có vốn tự có còn thấp, nguồn vốn huy động lãi suất cao chiếm tỷ trọng lớn làm cho giá thành đầu vào cao, buộc các NHTMCP phải cho vay với lãi suất cao để bảo đảm hiệu quả kinh doanh.

- ✓ Các NHTMNN có chi phí vốn thấp, được tiếp nhận vốn ủy thác, ưu đãi do Nhà nước chỉ định nên có giá thành vốn thấp. Vì vậy có thể cho vay với lãi suất thấp. Chưa kể việc cho vay theo chỉ định hoặc theo cơ chế chính sách...
- ✓ Các NHNNg chủ yếu cho vay bằng vốn tự có. Mặt khác, tín dụng không là nguồn thu chủ yếu mà chỉ nhằm hỗ trợ kinh doanh dịch vụ nên mức lãi suất cho vay thường không cao.

➤ Phí dịch vụ

Nhìn chung, mức dịch vụ của các NHTMCP thấp hơn và có khả năng cạnh tranh với các khối NHTM khác, nhất là NHNNg. Tuy nhiên, vấn đề còn chịu tác động của yếu tố khác như: chất lượng dịch vụ; năng lực và mạng lưới phục vụ...

1.2.2 Tác động của hội nhập ảnh hưởng đến quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng

Việt Nam gia nhập WTO đồng nghĩa với các cam kết về tự do hoá ngành tài chính nói chung và ngành ngân hàng nói riêng bắt đầu được thực hiện. Khi đó các NHTM VN phải đối diện với những áp lực cạnh tranh to lớn. Tự do hoá ngành ngân hàng là cơ hội hay thách thức đối với các NHTM Việt Nam, thật sự chúng ta khó tìm được câu trả lời thoả đáng cho vấn đề này. Tuy nhiên, chắc chắn rằng tự do hoá thị trường dịch vụ ngân hàng ở những quốc gia khác nhau sẽ có những mặt tích cực và tiêu cực chung nhất định

❖ Những mặt tích cực:

Nhìn từ góc độ kinh tế, hoạt động dịch vụ ngân hàng cũng giống như các hoạt động trao đổi mua bán các hàng hoá và dịch vụ khác, có thể có những tác động tích cực đến thu nhập và sự tăng trưởng của tất cả các chủ thể tham gia. Có thể nhận thấy một số việc tích cực từ quá trình hội nhập mang lại như sau:

➤ Tự do hoá dịch vụ ngân hàng sẽ tăng thêm áp lực cạnh tranh làm cho khu vực dịch vụ ngân hàng hoạt động có hiệu quả và ổn định hơn, đồng thời giúp các doanh nghiệp nội địa có điều kiện cải thiện năng lực quản lý.

➤ Tự do hoá dịch vụ ngân hàng sẽ làm tăng thêm chất lượng các dịch vụ ngân hàng được cung cấp (do sự độc quyền bị loại bỏ). Người tiêu dùng có thể được hưởng những sản phẩm dịch vụ mới, đa dạng, tiện ích với chi phí và thời gian thấp nhất.

➤ Tự do hoá dịch vụ ngân hàng đem đến nhiều cơ hội cho việc chuyển giao công nghệ và làm giảm thiểu những rủi ro có tính hệ thống.

➤ Tự do hoá dịch vụ ngân hàng tạo điều kiện cho việc thiết lập một chính sách kinh tế vĩ mô có hiệu quả hơn phù hợp với những điều kiện trong điều

kiện một nền kinh tế mở, trên cơ sở đó thực hiện phân phối nguồn lực một cách có hiệu quả trên cơ sở khai thác tối đa lợi thế trong nước và thế giới.

Tóm lại, lợi ích tối thượng của tự do hoá dịch vụ ngân hàng là tạo ra một sự cạnh tranh bình đẳng trong một thị trường trước đây vốn được đặc trưng bằng những yếu tố độc quyền. Cạnh tranh chính là động lực thúc đẩy việc giảm thiểu chi phí, nâng cao chất lượng dịch vụ, phân tán rủi ro và tạo cơ hội phát huy lợi thế kinh tế quy mô, tăng cường chuyển giao công nghệ và tạo môi trường quản lý vĩ mô nền kinh tế. Trên cơ sở đó, tăng cường năng lực cạnh tranh và sẵn sàng đối phó với những bất thường có thể xảy ra trên bình diện quốc tế.

❖ Những mặt tiêu cực:

Tiềm năng lợi ích của tự do hoá dịch vụ ngân hàng là rất lớn, tuy nhiên tự do hoá cũng có những mặt tiêu cực nhất thiết phải được nghiên cứu kỹ lưỡng, đặc biệt trong điều kiện ngành tài chính ngân hàng còn bộc lộ nhiều yếu kém như ở Việt Nam. Những mặt tiêu cực của quá trình tự do hoá dịch vụ ngân hàng thông thường được nhìn nhận trên hai góc độ:

Thứ nhất, Tự do hoá dịch vụ ngân hàng có thể làm tăng thêm khả năng gây ra khủng hoảng tài chính nếu tiến trình tự do hoá được thực hiện một cách nôn nóng, sai trình tự hoặc thiếu đồng bộ trong các biện pháp quản lý vĩ mô ở cả cấp độ quốc gia và quốc tế.

Mở cửa hội nhập và khủng hoảng tài chính ngân hàng đã từng là nỗi ám ảnh tưởng như có mối quan hệ nhân quả đối với các nước thi hành chính sách này trong khoảng thời gian trước đây. Một nghiên cứu phân tích về các cuộc khủng hoảng ngân hàng trên thế giới đã cho thấy 18 trong 25 trường hợp được nghiên cứu, khủng hoảng tài chính đã diễn ra theo sau việc tự do hoá tài chính khoảng 5 năm. Do vậy, nhiều người cho rằng khủng hoảng tài chính là sự kiện kéo theo của cải cách hệ thống tài chính theo hướng mở cửa. Thậm chí, nhiều chính phủ cho rằng đó là cái giá phải trả của tự do hoá tài chính. Trớ trêu thay, nhận định này dường như được minh chứng bởi các cuộc khủng hoảng tài chính diễn ra ở Argentina, Brazil, Chilê trong những năm 70, khủng hoảng tiền tệ ở Mêxico năm 1994-1995 và Thái Lan năm 1997. Những cuộc khủng hoảng như vậy đã làm cho chính phủ của các nước Đông Nam Á tỏ ra thận trọng khi cân nhắc vấn đề cải cách, mở cửa và tự do hoá tài khoản vốn.

Tuy nhiên, theo nhiều nhà nghiên cứu, việc mở cửa thị trường ngân hàng, bản thân nó thực chất không phải là nguyên nhân sâu xa dẫn đến khủng hoảng tài chính ngân hàng. Việc cải cách hệ thống tài chính và tự do hoá có chăng chỉ lật tẩy và làm trầm trọng thêm những yếu kém trong thể chế và các chính sách tài chính vĩ

mô vốn dĩ đã tìm ẩn, và do đó làm tăng thêm rủi ro của việc dẫn đến khủng hoảng tài chính. Những cải cách tài chính theo hướng mở cửa đã diễn ra ở những nước này thực chất không gây ra cản trở hoặc làm phương hại đến lợi ích thực thụ. Mà chỉ góp phần phơi bày những điểm yếu của hệ thống tài chính nội địa trước những điều kiện của hệ thống tài chính quốc tế mà thôi.

Năm 1995 hai nhà nghiên cứu Kamisky và Reinhart và một số nhà nghiên cứu khác đã xác định một loạt các nhân tố đằng sau những vụ đổ vỡ ngân hàng trên thế giới. Những nhân tố này gồm: sự không ổn định có tính vĩ mô như sự thất thường của hoạt động thương mại; tính áp đặt trong chính sách tỷ giá và lãi suất; sự bùng nổ của hoạt động cho vay; sự sụt giá tài sản; sự du nhập vốn một cách ồ ạt; sự chuẩn bị chưa kỹ lưỡng để tiến hành mở cửa và sự không tuân thủ tính lôgic và trình tự của cải cách tài chính.

Nói cách khác, nguyên nhân chính của các cuộc khủng hoảng tài chính lại chính là những yếu kém tiềm ẩn của hệ thống ngân hàng, sự thiếu lành mạnh của hệ thống chính sách quản lý vĩ mô, sự thiếu vắng của một chế độ giám sát, kiểm tra có hiệu quả và sự sai lệch trong đường lối cải cách, chứ không phải xuất phát từ bản thân quá trình tự do hoá tài chính.

Thứ hai, tài chính thường được coi là công cụ quản lý chiến lược và là lĩnh vực đặt biệt cần được nắm giữ bởi Nhà nước để tập trung thực hiện những mục đích quan trọng của một quốc gia. Việc mở cửa thị trường tài chính có thể có nguy cơ làm xao nhãng hoặc thiếu tập trung trong việc điều hành để thực hiện những mục tiêu đó vì các tổ chức, doanh nghiệp nước ngoài sẽ không quan tâm đến một mục đích nào khác hơn là mục đích lợi nhuận. Đặc biệt, trong điều kiện hệ thống tài chính nội địa có khả năng cạnh tranh kém, nền tài chính có nguy cơ bị thống trị bởi các tổ chức, doanh nghiệp tài chính nước ngoài thì quyền lực kiểm soát, khống chế và điều khiển thị trường tài chính của nhà nước sẽ dần bị thu hẹp lại, và do đó có thể làm phương hại đến mục tiêu chiến lược của quốc gia. Hơn nữa, việc mở cửa thị trường tài chính nếu không được chuẩn bị kỹ lưỡng có thể sẽ dẫn đến nhiều hiện tượng tiêu cực, thiếu lành mạnh như lừa đảo, phá sản, đổ vỡ...gây thiệt hại đến lợi ích người tiêu dùng.

1.2.3 Môi trường pháp lý

Hệ thống khung pháp luật do nhà nước thiết lập nhằm quy định các nguyên tắc hoạt động cơ bản của thị trường dịch vụ ngân hàng. Yêu cầu cơ bản đối với hệ thống khung pháp luật là phải thống nhất, ổn định, rõ ràng, minh bạch, phải kết hợp, vận dụng các tiêu chuẩn chung đã được thừa nhận trên phạm vi toàn thế giới.

Chủ trương chính sách của nhà nước ảnh hưởng rất lớn đến xu thế phát triển. Chủ trương có nhất quán mới làm cho những nhà đầu tư yên tâm đầu tư, chính sự nhất quán này cũng giúp cho các chủ thể tham gia định hình được chiến lược của mình.

1.2.4 Hội nhập thị trường dịch vụ ngân hàng

Vấn đề cơ bản trong quá trình hội nhập kinh tế thế giới về dịch vụ ngân hàng của các nước trên thế giới là mở cửa từng bước cho sự tham gia của nước ngoài. Điều này có nghĩa là nhà nước kiểm soát sự tham gia của các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính nước ngoài theo sự phát triển của thị trường nội địa. Mở cửa thị trường dịch vụ tài chính có thể làm tăng tính cạnh tranh và hiệu quả trong toàn bộ nền kinh tế. Cạnh tranh về dịch vụ ngân hàng sẽ đem lại lợi ích cho khách hàng thông qua việc tự do hơn khi lựa chọn các loại dịch vụ, lựa chọn được nhà cung cấp tốt nhất với giá cả cạnh tranh...

1.3 Kinh nghiệm thế giới về phát triển dịch vụ ngân hàng thời kỳ hậu WTO

1.3.1 Kinh nghiệm của thế giới về phát triển dịch vụ ngân hàng thời kỳ hậu WTO

Kinh nghiệm quốc tế cho thấy hệ thống tài chính – ngân hàng cạnh tranh và mở cửa là những hệ thống hỗ trợ hiệu quả cho phát triển và tăng trưởng kinh tế. Cạnh tranh sẽ làm cho hệ thống ngân hàng vững mạnh, hiệu quả và lành mạnh hơn. Do vậy, các nước đang phát triển nói chung mong muốn hội nhập kinh tế quốc tế, hội nhập WTO để phát triển và cải cách hệ thống ngân hàng nhằm nâng cao khả năng thu hút và phân bổ các nguồn lực, tạo thuận lợi cho các tổ chức kinh tế có thể tiếp cận các dịch vụ ngân hàng có chất lượng cao hơn nhưng với chi phí thấp hơn.

1.3.1.1 Kinh nghiệm của Trung Quốc

Trung Quốc bắt đầu chính sách mở cửa kinh tế vào năm 1979. Tuy nhiên trong 5 năm đầu tiên của thời kỳ mở cửa, công cuộc cải cách dường như chưa chạm đến hệ thống tài chính ngân hàng. Dấu hiệu cải cách trong hệ thống tài chính mới thực sự xuất hiện vào năm 1984 khi hệ thống ngân hàng tách thành hai cấp: Ngân hàng nhà nước (Ngân hàng nhân dân Trung Quốc) và ngân hàng thương mại. Kể từ đó mới xuất hiện dấu hiệu cạnh tranh giữa các ngân hàng và ở một mức độ thận trọng, các ngân hàng nước ngoài bắt đầu được phép thành lập và hoạt động ở Trung Quốc.

Trung Quốc là trường hợp điển hình thực hiện hội nhập quốc tế khu vực ngân hàng thông qua các cam kết trong quá trình đàm phán gia nhập WTO. Tiến trình hội nhập quốc tế của Trung Quốc được tiến hành từng bước và được hỗ trợ bằng các chương trình cải cách nhằm củng cố khu vực ngân hàng và các khu vực tài chính khác, đồng thời với quá trình cải cách khu vực doanh nghiệp nhà nước.

Trung Quốc chính thức gia nhập WTO vào ngày 11/12/2001, với điều kiện phải mở cửa lĩnh vực ngân hàng và chứng khoán. Đối với việc mở cửa dịch vụ ngân hàng, Trung Quốc cam kết bãi bỏ các hạn chế về địa lý đối với kinh doanh ngoại tệ, giảm dần các hạn chế về kinh doanh đồng bản tệ trong vòng 5 năm, sẽ không có hạn chế về số lượng giấy phép được cấp cho các ngân hàng nước ngoài. Các ngân hàng nước ngoài sẽ được đối xử như các ngân hàng trong nước. Tuy nhiên, trong quá trình thực hiện do nhận thức chưa đủ về năng lực tài chính, khả năng cạnh tranh, nợ xấu của các ngân hàng nhất là 4 ngân hàng thương mại quốc doanh, đồng thời thị trường tiền tệ, thị trường tài chính kém phát triển, năng lực quản lý - kiểm tra – giám sát của các ngân hàng kém nên chính phủ Trung Quốc đã thực hiện một số cải cách thận trọng trong khi gia nhập WTO và mở cửa dịch vụ ngân hàng. Cụ thể là:

- ❖ Quy định chặt chẽ điều kiện để thành lập ngân hàng nước ngoài, nhất là đưa ra yêu cầu về vốn rất cao: Thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài phải có tổng tài sản trên 10 tỷ USD, chi nhánh ngân hàng nước ngoài trên 20 tỷ USD, ngân hàng liên doanh đối tác với nước ngoài phải có vốn đăng ký tối thiểu 1 tỷ nhân dân tệ (khoảng 121 triệu USD).

- ❖ Chính phủ Trung Quốc chủ trương phát triển thị trường tài chính trong nước với lộ trình đến năm 2004 đã thành lập được thị trường chứng khoán thống nhất với quy mô khá lớn, cùng với sự phát triển của thị trường tiền tệ, thị trường liên ngân hàng, các sản phẩm tham gia thị trường này được đa dạng hơn. Chính phủ Trung Quốc cũng cho phép các NHTM nhà nước mở chi nhánh ở nước ngoài để tăng thêm sức cạnh tranh cho hệ thống ngân hàng.

- ❖ Về công tác giám sát: Công tác giám sát được tăng cường, với sự hình thành uỷ ban quản lý thị trường chứng khoán, uỷ ban quản lý ngân hàng, uỷ ban quản lý bảo hiểm. Các uỷ ban này phối hợp với nhau để giám sát các sản phẩm liên ngành. Cũng theo quy định của Uỷ ban quản lý ngân hàng thì các ngân hàng nước ngoài phải thực hiện chế độ báo cáo 2 lần trong một năm.

- ❖ Tích cực xử lý nợ quá hạn: sau khi 4 ngân hàng thương mại nhà nước được tăng vốn 2,6 tỷ USD vào năm 1998 và việc thành lập 4 công ty quản lý tài

sản để xử lý 1,4 tỷ USD nợ xấu của các ngân hàng này vào năm 1999, kết quả đã đem lại những tín hiệu sáng hơn trong việc xử lý nợ xấu của hệ thống ngân hàng.

❖ Các ngân hàng của Trung Quốc không ngừng nâng cao năng lực quản lý kinh doanh nhằm đáp ứng sự thay đổi trong quá trình hội nhập như: sàng lọc, tinh giản bộ máy quản lý, nâng cao trình độ của đội ngũ nhân viên, cho phép thành lập các uỷ ban để đánh giá tín dụng và quản lý, thuê kiểm toán độc lập nước ngoài kiểm toán kết quả hoạt động, mời chuyên gia nước ngoài tham gia ban lãnh đạo, cho phép bán 10% cổ phiếu cho một ngân hàng nước ngoài (khoảng 1-2 triệu USD).

❖ Mở cửa cho ngân hàng nước ngoài vào Trung Quốc: Tính đến tháng 01/2005 chính phủ Trung Quốc đã cho phép 116 ngân hàng nước ngoài, kinh doanh tại 18 tỉnh, thành phố. Theo bản cam kết của chính phủ Trung Quốc khi vào WTO thì tất cả các hạn chế về địa lý sẽ được xoá bỏ vào cuối năm 2006. Quan điểm của Trung Quốc là mở cửa từ từ, không quá thoải phòng lợi ích của việc cạnh tranh với ngân hàng nước ngoài. Do đó Trung Quốc chủ động đưa ra các rào cản đối với các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài để đảm bảo an toàn cho hệ thống ngân hàng và kinh tế phát triển bền vững. Một số rào cản được đưa ra đó là:

- Đưa ra yêu cầu về tỷ lệ an toàn về vốn
- Hạn chế cho vay bằng ngoại tệ
- Hạn chế lãi suất tiền gửi ngoại tệ
- Thực hiện chính sách tỷ giá thận trọng, chưa tự do hoá tài khoản vốn
- Tập trung phát triển thị trường các công cụ phái sinh trong nước nhằm hạn chế các biến động tỷ giá khi dỡ bỏ chế độ tỷ giá NEO.

Các quy định của chính phủ Trung Quốc nêu trên cho thấy cần thiết phải có một quy chế bảo đảm an toàn để hội nhập WTO và mở cửa dịch vụ ngân hàng. Việc đặt ra một rào cản đối với nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài được xem là phù hợp với hiệp định chung về thương mại và dịch vụ GATS vì các biện pháp được sử dụng cho các mục tiêu chính sách tiền tệ được xem là “ngoại trừ về đảm bảo an toàn”.

Sau hơn 5 năm hội nhập WTO, kinh tế Trung Quốc không ngừng tăng trưởng, nền tài chính lành mạnh, các ngân hàng vững bước trong môi trường cạnh tranh chứng tỏ sự lựa chọn con đường đi của chính phủ Trung Quốc là đúng đắn. Đến nay, hầu hết các cam kết mở cửa đã có hiệu lực, một kết quả vượt kỳ vọng đối

với ngành ngân hàng Trung Quốc đã xảy ra. Nhìn vào các bản tin tài chính tiền tệ thế giới trong một năm trở lại đây sẽ thấy rằng, về góc độ vĩ mô, một trong những thông tin được nhắc đến nhiều nhất là chính sách điều hành tỷ giá đồng nhân dân tệ của ngân hàng trung ương Trung Quốc. Còn về góc độ kinh doanh, thông tin về việc phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng và niêm yết trên thị trường chứng khoán của ngân hàng Trung Quốc (BOC) và Ngân hàng xây dựng Trung Quốc (CCB) đã chiếm hầu hết các mặt báo về kinh tế, tài chính tiền tệ trong một thời gian dài. Nhờ việc niêm yết cổ phiếu mà hai ngân hàng này đã được định giá theo giá trị thị trường và nằm trong nhóm 10 ngân hàng có giá trị thị trường lớn nhất thế giới. Năm 2006, BOC thu lợi nhuận ròng lên tới 32,3 tỷ NDT (4 tỷ USD) so với mức 27,5 tỷ NDT năm 2005. Tuy vậy, kỷ lục này có thể bị phá vỡ bởi kế hoạch niêm yết sắp tới của Ngân hàng thương mại công nghiệp Trung Quốc (ICBC). Nếu tính theo giá trị thương mại, Ngân hàng này sẽ trở thành một trong mười ngân hàng hàng đầu thế giới với lợi nhuận kinh doanh năm 2006 vượt 100 tỷ NDT (12,5 tỷ USD). Thông tin trên phần nào phản ánh sức mạnh của ngân hàng trung ương, cũng như sự lớn mạnh của hệ thống ngân hàng Trung Quốc.

1.3.1.2 Kinh nghiệm của Canada

Canada là một trong những nước có trình độ phát triển kinh tế cao nhất thế giới (là thành viên của khối G7) với tư cách thành viên lâu đời của OECD, GATT và gần đây là NAFTA. Vì vậy, lĩnh vực tài chính không những phát triển và có vai trò hết sức quan trọng đối với nền kinh tế Canada, mà còn có tính chất cạnh tranh cao trên thị trường quốc tế. Năm 1997, khu vực tài chính ở Canada chiếm tới 5,2% GDP và thu nộp 4,5% lao động của toàn bộ nền kinh tế. Do việc mở cửa thị trường nên hoạt động dịch vụ tài chính ở Canada mang tính quốc tế hoá cao, nhiều tổ chức, công ty nước ngoài thực hiện hoạt động kinh doanh tại Canada và ngược lại. Hoa Kỳ là đối tác kinh doanh lớn nhất chiếm tới hơn 50% giá trị dịch vụ kể cả nhập khẩu và xuất khẩu. Tuy mức độ mở cửa thị trường ngày càng trở nên thông thoáng trong thời gian gần đây, song việc mở cửa thị trường dịch vụ tài chính ở Canada cũng không có nghĩa là tự do hoá hoàn toàn.

Trước khi tham gia ký kết hiệp định về thương mại dịch vụ tài chính giữa các nước thành viên WTO (năm 1997), cả một thời kỳ dài Canada áp dụng luật 10/25 trong lĩnh vực ngân hàng. Luật này quy định cá nhân (tổ chức) nước ngoài không được phép sở hữu quá 10% (25%) bất kỳ loại cổ phiếu nào của một ngân hàng nhất định được thành lập theo một điều khoản riêng (Schedule I). Bên cạnh đó, việc mở chi nhánh hoặc văn phòng đại diện trực tiếp từ ngân hàng nước ngoài là điều không

thể. Các ngân hàng nước ngoài muốn hoạt động tại Canada phải thành lập dưới hình thức công ty con hoạt động bằng vốn độc lập của chính công ty con đó theo một điều khoản riêng (Schedule II) và không được tham gia vào hoạt động dịch vụ bán lẻ. Những hạn chế này là những trở ngại đáng kể đối với sự thâm nhập của các ngân hàng nước ngoài, nhưng đồng thời được coi là những biện pháp an toàn cho sự hoạt động của các ngân hàng nội địa tránh được sự cạnh tranh và đảm bảo tính chủ quyền điều hành của chính phủ trong một chừng mực nhất định.

Các ngân hàng được thành lập theo Schedule I đều là những ngân hàng lớn có mạng lưới toàn quốc với hơn 8.000 chi nhánh, nắm giữ trên 90% tài sản của toàn bộ ngành ngân hàng và chủ yếu do người Canada sở hữu. Những công ty con của những ngân hàng nước ngoài được thành lập theo Schedule II chỉ chiếm một thị phần nhỏ và chuyên biệt trong một số lĩnh vực như dịch vụ đầu tư, dịch vụ vay trả, thanh toán đối với các doanh nghiệp kinh doanh.

Sau hiệp định FSA, một số hạn chế đối với hoạt động của các Ngân hàng nước ngoài đã được loại bỏ. Chẳng hạn luật sở hữu không quá 10% cổ phần nay được áp dụng chung cho cả cá nhân trong nước và nước ngoài, luật sở hữu không quá 25% cổ phần (đối với tổ chức hoặc nhóm cá nhân) được loại bỏ, các ngân hàng nước ngoài được phép mở chi nhánh trực tiếp tại Canada... Tuy nhiên một số hạn chế cần thiết vẫn được giữ nguyên, chẳng hạn: chi nhánh của ngân hàng nước ngoài (ngân hàng cho vay hoặc dịch vụ) không được phép thực hiện các hoạt động thuộc về chức năng chuyên biệt của các công ty tài chính được quy định trong luật ngân hàng. Chi nhánh của ngân hàng nước ngoài thực hiện chức năng dịch vụ chỉ được phép nhận những khoản tiền gửi dưới 150.000 đô la Canada... Một số bang còn đòi hỏi đa số thành viên của hội đồng quản trị phải là cư dân Canada hoặc quy định người nước ngoài có thể không được hưởng quyền bầu cử khi họ nắm giữ cổ phiếu của ngân hàng Canada trong một số trường hợp nhất định.

1.3.2 Bài học rút ra cho Việt Nam trong việc mở cửa thị trường dịch vụ Ngân hàng thời kỳ hậu WTO

Mức độ phát triển tài chính góp phần vào sự tăng trưởng của nền kinh tế. Các chính sách hạn chế tăng trưởng kinh tế sẽ làm giảm cơ hội cho các ngân hàng. Tương tự như vậy, các chính sách hạn chế khả năng của khu vực tài chính – ngân hàng để đáp ứng các yêu cầu của nền kinh tế sẽ làm giảm triển vọng phát triển kinh tế bền vững.

Các chính sách của chính phủ duy trì sự kiểm soát “trực tiếp” đối với hoạt động ngân hàng có xu hướng làm giảm khả năng và các động lực đổi mới và do vậy giảm lợi thế so sánh của các ngân hàng trong nước. Một khuôn khổ đảm bảo an toàn, quản trị kinh doanh, giám sát phù hợp và các chính sách khuyến khích thị trường là những yếu tố quan trọng để hoạt động ngân hàng đạt kết quả tốt trong dài hạn.

Để hội nhập quốc tế thành công cần phải xây dựng một môi trường pháp lý ngân hàng trong nước hấp dẫn với các cơ chế chính sách nhất quán, có quy định quyền sở hữu rõ ràng, công tác thanh tra giám sát an toàn với mức độ độc lập cao, chế độ báo cáo và kiểm toán minh bạch, tạo lập một sân chơi bình đẳng và hỗ trợ cho các hoạt động kinh doanh để tất cả các ngân hàng (trong nước và nước ngoài) phát triển.

Trình tự hội nhập quốc tế tối ưu tùy thuộc vào mức độ phát triển của hệ thống tài chính ngân hàng. Tự do hóa tài khoản vốn mang lại nhiều lợi ích về mặt tiếp cận các nguồn vốn, nhưng từ cuộc khủng hoảng tài chính Châu Á cho thấy việc tự do hóa như vậy cũng tạo ra các rủi ro ở các nước có hoạt động thanh tra hệ thống ngân hàng yếu kém và công tác quản trị doanh nghiệp thiếu hiệu quả. Hệ quả là phải điều chỉnh các vấn đề này trước khi tiến hành tự do hóa tài khoản vốn cho các luồng vốn ngắn hạn chảy vào. Kinh nghiệm của các nước phát triển và đang phát triển cho thấy sự tham gia thị trường của các NHNNg không gây tác động lớn đến sự luân chuyển vốn ngắn hạn.

Hội nhập quốc tế với nguyên tắc chung là tiến tới đối xử quốc gia, đối xử tối huệ quốc và thực hiện các chính sách khuyến khích cạnh tranh. Cho phép các ngân hàng con và các chi nhánh NHNNg tham gia với lộ trình phù hợp (đặc biệt là đối với dịch vụ ngân hàng bán lẻ), đồng thời cho phép thực hiện sáp nhập và mua lại các ngân hàng trong nước. Khuyến khích sử dụng các yêu cầu về vốn tối thiểu căn cứ theo mức độ rủi ro là bằng với các yêu cầu về vốn quy định trong thỏa thuận Basel I. Tăng cường năng lực thanh tra tại chỗ và giám sát từ xa, phối hợp giữa các cơ quan thanh tra. NHTW cần nghiên cứu tách biệt giữa trách nhiệm đối với chính sách tiền tệ và thanh tra, giám sát khu vực ngân hàng.

Tri hoãn để có thời gian cho các ngân hàng trong nước cải cách bằng cách hạn chế sự tham gia của NHNNg là một chiến lược không phù hợp từ khi các cam kết về cải cách là chắc chắn. Một khi đã cho phép NHNNg vào hoạt động thì việc hạn chế sự tham gia trên cơ sở nguồn gốc quốc gia sẽ giảm áp lực cạnh tranh. Những hạn chế làm tăng chi phí tương đối của các NHNNg trong quá trình tham gia thị

trường có thể tạo ra lợi thế cho các ngân hàng trong nước nhưng lại dẫn đến hoạt động kém hiệu quả và mức độ cạnh tranh thấp trên thị trường.

Một hệ thống ngân hàng hiệu quả cần có mức độ cạnh tranh cao. Do vậy, sở hữu Nhà nước chi phối trong các ngân hàng cần được nắm giữ ở mức phù hợp sao cho không ảnh hưởng đến mức độ cạnh tranh của hệ thống ngân hàng, nếu các ngân hàng có sở hữu Nhà nước chi phối thì các ngân hàng này cần phải có khả năng hoạt động như một pháp nhân độc lập.

KẾT LUẬN CHƯƠNG I

Ngày 07/11/2006, Việt Nam chính thức gia nhập tổ chức thương mại thế giới WTO. Sự gia nhập này sẽ mang lại nhiều cơ hội cho lĩnh vực tài chính ngân hàng cũng như những ngành kinh tế khác của đất nước. Nghiên cứu về sự phát triển của loại hình dịch vụ ngân hàng trong thời kỳ này là yêu cầu cấp thiết đối với những nhà quản lý kinh tế nói chung và những nhà quản trị ngân hàng nói riêng.

Dịch vụ ngân hàng là một trong những dịch vụ quan trọng trên thị trường dịch vụ tài chính. Thông qua các sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng chúng ta thấy rằng các sản phẩm này rất đa dạng và phong phú. Phát triển dịch vụ ngân hàng sẽ tạo điều kiện huy động các nguồn vốn nhàn rỗi trong xã hội, phân bổ và sử dụng một cách hiệu quả nhất cho sự phát triển kinh tế, xã hội. Cũng qua việc nghiên cứu này cũng cho thấy những sản phẩm tài chính ngân hàng hiện đại sẽ là một trong những tiềm lực to lớn mà các ngân hàng cần phải khai thác trong điều kiện hội nhập kinh tế thế giới.

Trên cơ sở kinh nghiệm về sự phát triển dịch vụ ngân hàng Trung Quốc và Canada cùng với sự phân tích các nhân tố tác động đến sự phát triển dịch vụ ngân hàng trong điều kiện hội nhập, ngành ngân hàng Việt Nam cần phải xây dựng cho mình lộ trình phát triển thích hợp nhằm phát huy thế mạnh và khắc phục những nhược điểm, từng bước tạo ra một hệ thống ngân hàng hiện đại, an toàn, hiệu quả, đạt được những chuẩn mực quốc tế và khu vực.

CHƯƠNG II

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRÊN ĐỊA BÀN TP HỒ CHÍ MINH GIAI ĐOẠN 2001 – 2006.

2.1 Sự hình thành và phát triển của ngân hàng thương mại tại TPHCM

Trong những năm cuối thập kỷ 80 đầu thập kỷ 90 là thời kỳ sôi động ở TP.HCM cũng như trong cả nước trong việc khiêu khai thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng lần VI (1986) và lần VII (1991) về đổi mới nền kinh tế đất nước. Chuyển đổi nền kinh tế từ cơ chế kế hoạch hoá tập trung sang xây dựng và phát triển nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần, vận hành theo cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa.

Vào thời điểm đó, hoạt động tiền tệ – ngân hàng được xác định có vai trò là mũi nhọn, động lực góp phần thúc đẩy tiến trình đổi mới. Nghị quyết TW 3 (khóa VI), Quyết định 218/HĐBT (1987) và Nghị định 53/HĐBT ngày 26/03/1988 của Hội đồng Bộ trưởng đã *chỉ đạo chủ trương chuyển hoạt động ngân hàng từ cơ chế bao cấp sang cơ chế hạch toán kinh doanh XHCN*. Thực hiện chủ trương đó, hệ thống NHNN được tách ra và thành lập các ngân hàng chuyên doanh, từng bước vừa nghiên cứu vừa làm, đi từ thí điểm, thực nghiệm để xây dựng mô hình tổ chức và xây dựng cơ chế hoạt động hạch toán kinh doanh đối với ngân hàng là nhiệm vụ mới mẻ và gặp không ít khó khăn.

Mở đầu từ TP.HCM cùng với việc xây dựng các ngân hàng chuyên doanh thì Nhà nước đã thí điểm xây dựng NHTMCP, đầu tiên là NHTMCP Sài Gòn Công Thương (1987) và kế tiếp là NHTMCP Xuất nhập khẩu (1988). Đó bước khởi đầu đổi mới tổ chức và hoạt động của hệ thống ngân hàng trên địa bàn TP.HCM. Hình thành mạng lưới ngân hàng thực hiện cơ chế hạch toán kinh doanh, tách khỏi hệ thống NHNN (một cấp) tiếp cận dần với nền kinh tế thị trường có nhiều thành phần.

Cũng trong thời kỳ này đã có sự bộc phát hình thành một hệ thống các hợp tác xã (HTX) tín dụng và các tổ chức doanh nghiệp huy động vốn kinh doanh khác, cùng hoạt động, kinh doanh tiền tệ rộng khắp trên địa bàn TP.HCM với gần 200 cơ sở. Trong lúc tiền Đồng VN đang ở thời kỳ lạm phát cao, trình độ quản lý kinh doanh yếu kém, chưa có hành lang pháp lý và sự hoạt động của các tổ chức này đã vượt quá tầm kiểm soát của Nhà nước. Chính vì vậy mà hệ thống này chỉ tồn tại trong một thời gian ngắn, đến cuối năm 1989 và đầu năm 1990 đã bị đổ vỡ, tan rã để lại hậu quả rất xấu về kinh tế xã hội, phải mất rất nhiều công sức, của cải vật chất để khắc phục hậu quả này.

Đến tháng 05/1990, Pháp lệnh Ngân hàng, HTX tín dụng và Công ty tài chính ra đời đã tạo hành lang pháp lý đầu tiên cho hoạt động kinh doanh ngân hàng, đánh dấu một bước ngoặt mới trong tiến trình đổi mới tổ chức và hoạt động của hệ thống ngân hàng VN. Từ đó từng bước hình thành hệ thống ngân hàng 2 cấp, phân định rõ chức năng quản lý của NHNN và chức năng kinh doanh tiền tệ của NHTM.

Trên cơ sở đó, ở địa bàn TP.HCM đã tích cực tổ chức triển khai thực hiện việc điều chỉnh hoạt động của các NHTMNN và các NHTMCP. Thành lập các NHTMCP trên cơ sở hợp nhất các HTX tín dụng và thành lập thêm một số NHTMCP mới. Trong một thời gian ngắn tổ chức và sắp xếp lại hệ thống ngân hàng, các NHTMCP hình thành và hoạt động cùng với các NHTMNN tạo điều kiện phát huy tính cạnh tranh giữa các ngân hàng trong nền kinh tế thị trường; qua đó góp phần thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế xã hội.

Tính đến 1/1/2007 hệ thống NHTM VN gồm 32 NHTMCP, 5 NHTMNN, 5 NHLD, 35 chi nhánh NHNNg.

Năm 2006 là năm đánh dấu bước tiến bộ vượt bậc của ngành ngân hàng trong việc kiểm soát lạm phát, ổn định tỷ giá hối đoái, tăng nhanh dự trữ ngoại tệ (thêm 2,5 tỷ USD), tích cực cải cách thể chế và hiện đại hoá công nghệ phù hợp hơn với chuẩn mực quốc tế. Đặc biệt, hệ thống các NHTM, nhất là NHTMCP đã có những bước tiến lớn về quy mô hoạt động, mạng lưới và năng lực cạnh tranh....

Tổng tài sản của các NHTM VN đã đạt xấp xỉ gần 1.200 nghìn tỷ đồng, tăng 33% so cuối năm 2005 và lần đầu tiên vượt mức GDP (gần bằng 120% GDP). Vốn tự có đạt 83.000 tỷ đồng, tăng 36% so cuối năm 2005 và về cơ bản đã chuyển toàn bộ các NHTMCP nông thôn thành NHTMCP đô thị, ngân hàng có vốn điều lệ thấp nhất cũng đạt đến 250 tỷ đồng. Nhờ đó đã nâng tỷ lệ an toàn vốn bình quân toàn ngành đạt xấp xỉ tiêu chuẩn quốc tế tối thiểu (8%).

Chất lượng tài sản đã được cải thiện đáng kể, tỷ lệ nợ tồn đọng tính trên cùng một chuẩn mực kế toán đã giảm từ khoảng 5% cuối năm 2005 xuống còn 3,5% cuối năm 2006. Hàng loạt sản phẩm ngân hàng mới dựa trên nền tảng công nghệ thông tin đã được áp dụng và hoạt động kinh doanh bán lẻ, dịch vụ ngân hàng điện tử, thanh toán và chuyển tiền... Năm 2006 là năm các NHTM đạt mức sinh lời rất cao: tỷ lệ lãi ròng trên vốn tự có bình quân 17%- 18%. Một số NHTMCP đạt trên mức 30%.

Tuy nhiên, hoạt động của mỗi NHTMCP cũng có những kết quả rất khác nhau, có ngân hàng đã và đang hoạt động rất tốt với hiệu quả kinh doanh và uy tín

cao nên có khả năng cạnh tranh cao với các loại hình sở hữu ngân hàng khác, tuy nhiên cũng có NHTMCP hoạt động rất yếu kém, không đủ sức cạnh tranh trong kinh doanh và đang trong tình trạng được “kiểm soát đặc biệt”, xử lý để vực dậy hoặc phải thu hồi giấy phép hoạt động để thanh lý giải thể hoặc phá sản theo đề án cũng cố, sắp xếp NHTMCP đã được chính phủ phê duyệt.

2.2 Khái quát hoạt động của Ngân hàng thương mại trên địa bàn Thành Phố Hồ Chí Minh

Thành phố Hồ Chí Minh là địa phương hoạt động kinh tế năng động nhất, là một trong những tỉnh, thành phố đi đầu trong cả nước về tốc độ tăng trưởng kinh tế. Nếu như năm 2001 tốc độ tăng GDP của thành phố là 7,4% thì đến năm 2005 tăng lên 12,2%. Phát triển kinh tế với tốc độ cao đã tạo ra mức đóng góp GDP lớn cho cả nước. Có thể nói thành phố là hạt nhân trong vùng kinh tế trọng điểm phía Nam (KTTĐPN) và trung tâm đối với vùng Nam Bộ. Với mức đóng góp GDP là 66,1% trong vùng KTTĐPN và đạt mức 30% trong tổng GDP của cả khu vực Nam Bộ.

Những năm vừa qua tình hình kinh tế thành phố có sự chuyển dịch mạnh mẽ. Năm 2005, năng suất lao động bình quân toàn nền kinh tế thành phố đạt 63,63 triệu đồng/người/năm, thành phố là nơi thu hút vốn đầu tư nước ngoài mạnh nhất cả nước, kể từ khi luật đầu tư được ban hành. Số dự án đầu tư vào thành phố chiếm khoảng 1/3 tổng số dự án đầu tư nước ngoài trên cả nước. Về thương mại, dịch vụ, thành phố là trung tâm xuất nhập khẩu lớn nhất cả nước. Cơ sở vật chất ngành thương mại được tăng cường với khoảng 400 chợ bán lẻ, 81 siêu thị, 18 trung tâm thương mại, 3 chợ đầu mối. Khu vực dịch vụ tăng trưởng đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu sản xuất kinh doanh và phục vụ đời sống dân cư. Hoạt động du lịch của thành phố phát triển mạnh, chưa bao giờ thành phố Hồ Chí Minh đón nhiều du khách như năm 2005. Lượt khách du lịch quốc tế đến thành phố trên 2 triệu lượt, tăng 27% so với năm 2004. Doanh thu ngành du lịch đạt 13.250 tỷ đồng, tăng 23%. Đến nay, có 142 khách sạn được xếp hạng, trong đó có 35 khách sạn từ 3 đến 5 sao với 5.740 phòng và 346 doanh nghiệp lữ hành đủ điều kiện kinh doanh.

Chính những điều kiện kinh tế xã hội của Thành phố Hồ Chí Minh đã tạo điều kiện cho thành phố trở thành trung tâm tài chính ngân hàng lớn nhất Việt Nam, thành phố dẫn đầu trong cả nước về số lượng ngân hàng và doanh số quan hệ tài chính – tín dụng. Doanh thu của hệ thống ngân hàng thành phố chiếm khoảng 1/3 tổng doanh thu toàn quốc.

Theo Nghị quyết đại hội Đảng bộ Thành phố Hồ Chí Minh lần thứ VII thì mục tiêu cơ bản của chương trình phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2005 và định hướng đến năm 2010 là: “Dịch vụ tài chính ngân hàng trở thành một ngành kinh tế chủ lực của thành phố, huy động vốn cho đầu tư và phát triển, góp phần thực hiện thành công kế hoạch phát triển kinh tế xã hội của thành phố trong thời gian tới, đưa thành phố Hồ Chí Minh trở thành một trung tâm tài chính của phía Nam và cả nước”. Trên cơ sở đó ngân hàng nhà nước chi nhánh Thành phố Hồ Chí Minh đã xây dựng chương trình mục tiêu lộ trình phát triển dịch vụ ngân hàng giai đoạn 2001-2005, một số nội dung về nguyên tắc phát triển dịch vụ ngân hàng được thể hiện đó là: phải đảm bảo hiệu quả cho ngân hàng và cho nền kinh tế, các dịch vụ ngân hàng phải đảm bảo nhanh chóng, tính tiện ích cao, an toàn và bảo mật thông tin, nâng cao tính cạnh tranh nghiệp vụ cho ngân hàng.

Trong chương trình này, một số yêu cầu để phát triển dịch vụ ngân hàng đó là: Phát triển dịch vụ ngân hàng phải vừa đáp ứng được nhu cầu tăng trưởng kinh tế của cả nước nói chung và của thành phố Hồ Chí Minh nói riêng, vừa phải đảm bảo hoạt động của ngân hàng được an toàn và hiệu quả, đáp ứng được những tiện ích tối cao cho khách hàng và cho nền kinh tế. Quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng phải đảm bảo nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngân hàng đồng thời bảo đảm yêu cầu chuẩn mực hội nhập kinh tế quốc tế.

Qua những phân tích tình hình kinh tế xã hội của Thành phố Hồ Chí Minh, cùng với những chủ trương của Đảng bộ, chính quyền thành phố trong phát triển ngành ngân hàng. Chúng ta thấy rằng ngân hàng thành phố Hồ Chí Minh có những cơ sở khá thuận lợi để phát triển các dịch vụ tài chính ngân hàng. Tuy nhiên, sự phát triển này có vững chắc hay không, còn có những thuận lợi hoặc khó khăn gì, chúng ta cần đi sâu vào phân tích thực trạng hoạt động của NHTM trên địa bàn thành phố trong những năm gần đây.

2.3 Thực trạng hoạt động và phát triển các dịch vụ ngân hàng của NHTM khu vực thành phố Hồ Chí Minh những năm vừa qua.

Năm 2005 là năm kết thúc chương trình mục tiêu lộ trình phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng giai đoạn 2001-2005. Sau 5 năm thực hiện, các hoạt động dịch vụ ngân hàng phát triển đáng kể cả về số lượng và chất lượng, góp phần phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn, thể hiện rõ nét trong hoạt động của các ngân hàng, của khách hàng cá nhân cũng như khách hàng doanh nghiệp được cung ứng dịch vụ.

2.3.1 Hoạt động của các dịch vụ ngân hàng truyền thống

2.3.1.1 Hoạt động dịch vụ huy động vốn:

Trong những năm qua với các hình thức huy động vốn khác nhau, các tổ chức tín dụng cạnh tranh nhau gay gắt trong việc thu hút vốn, thu hút khách hàng. Nhiều hình thức huy động vốn đa dạng, mới lạ, phong phú về kỳ hạn, về loại tiền gửi cũng như hình thức gửi tiền, lãi suất linh hoạt, hấp dẫn cùng các hình thức khuyến mãi có cơ cấu giải thưởng hấp dẫn đã thực sự thu hút khách hàng đến với ngân hàng cộng với thái độ phục vụ khách hàng ân cần, chuyên nghiệp hơn, thủ tục nhanh gọn hơn đã đem lại những tiện ích cho khách hàng đến giao dịch. Chính những nguyên nhân trên đã thúc đẩy tốc độ huy động vốn tăng trưởng cao trong những năm qua. Chúng ta có thể tham khảo một số kết quả hoạt động của dịch vụ huy động vốn của các NHTM trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.

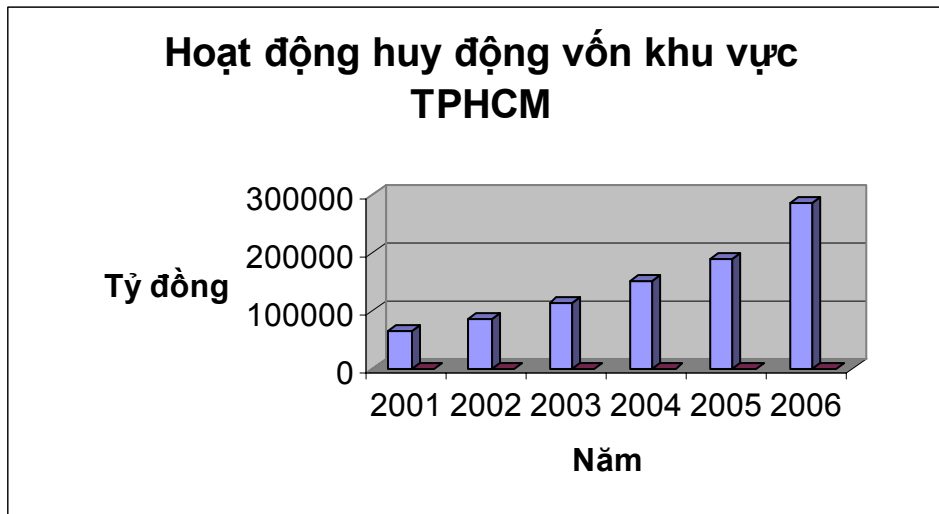
BẢNG 2.3.1.1 HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA CÁC NHTM TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM

DVT: tỷ đồng

Nội dung	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Tổng huy động vốn	65.716	85.996	114.572	150.337	188.876	285.503
Tốc độ tăng trưởng%	16,9%	30,9%	33,2%	31,2%	25,6%	51.2%

Nguồn: Ngân hàng Nhà nước – Chi nhánh TPHCM.

BIỂU ĐỒ 2.3.1.1 HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỦA CÁC NHTM TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM



Như chúng ta đã nói ở trên, dịch vụ huy động vốn của các NHTM ở TPHCM đã không ngừng phát triển qua các năm. Đến 31/12/2005 huy động vốn đạt 188.876 tỷ đồng, tăng 25.6% so với năm 2004. Trong năm 2006, hoạt động huy động vốn đạt 285.503 tỷ đồng, tăng 51.2% so với năm 2005. Để đạt được kết quả này phải kể đến sự chủ động, sáng tạo của các ngân hàng trong việc thu hút khách hàng. Ngoài những hình thức truyền thống thì những hình thức mới, lần đầu được áp dụng như hình thức huy động vốn với lãi suất bậc thang của Ngân hàng Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn hay chương trình Tiết Kiệm Ổ Trứng Vàng của Ngân hàng Đầu Tư và Phát Triển Việt Nam đã làm cho nhiều khách hàng chủ động trong việc gửi tiền và rút tiền. Theo kết quả điều tra của tác giả, trong 125 phiếu thăm dò các khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ của NHTM khu vực TPHCM thì có 67 khách hàng (chiếm 53,6%) sử dụng dịch vụ tiền gửi tiết kiệm. Tỷ lệ này có thể là chưa cao nhưng cũng nói lên sự quan tâm của khách hàng cá nhân đến loại hình dịch vụ này. Cũng trong cuộc điều tra này, khi tiếp xúc với khách hàng Hàn Nguyệt Thu Hương, là khách hàng sử dụng dịch vụ gửi tiết kiệm tại Ngân hàng Quốc Tế Việt Nam, chị Hương cho biết chị sử dụng tiền nhàn rỗi của gia đình để gửi tiết kiệm tại Ngân hàng Quốc Tế Việt Nam vì chị thấy hình thức huy động của Ngân hàng rất hấp dẫn, với nhiều giải thưởng khi tham dự rút thăm trúng thưởng và nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn khác, đội ngũ nhân viên chăm sóc khách hàng của Ngân hàng này là rất tốt...Nếu ngân hàng giải quyết được sự gắn kết giữa sản phẩm huy động vốn với sản phẩm thanh toán, các chứng từ có giá khác, làm tăng thêm tính thanh khoản của sản phẩm thì khách hàng tham gia loại hình huy động vốn sẽ cao hơn nữa. Tuy nhiên vẫn còn tồn tại hạn chế là bên cạnh những ngân hàng thực hiện khá tốt khâu tiếp xúc với khách hàng thì còn một số nhân viên của một vài ngân hàng (nhất là NHTM quốc

doanh) còn có những thái độ chưa làm cho khách hàng hài lòng như không nhiệt tình, hướng dẫn khách hàng không chu đáo, giao tiếp thiếu lịch sự...

Đi sâu vào phân tích các loại kỳ hạn của hình thức huy động vốn, chúng ta thấy rằng chủ yếu nguồn vốn huy động được là từ nguồn huy động ngắn hạn và không kỳ hạn, còn vốn huy động trung và dài hạn chiếm tỷ trọng ít. Theo kết quả điều tra của tác giả, với câu hỏi: "Đối với hoạt động gửi tiền ngân hàng, anh/chị thường gửi tiền với loại kỳ hạn nào?", kết quả thu được là: gửi không kỳ hạn: 52/125 phiếu chiếm tỷ lệ 41,6%, gửi ngắn hạn 48 phiếu chiếm tỷ lệ 38,4%, gửi trung hạn 21 phiếu chiếm tỷ lệ 16,8%, gửi dài hạn 4/125 phiếu chiếm tỷ lệ 3,2%. Tìm hiểu lý do vì sao nhiều khách hàng chọn kỳ hạn gửi tiền ngắn hạn và không kỳ hạn, tác giả thấy rằng khách hàng chọn loại kỳ hạn này vì mong muốn chủ động rút tiền trong quá trình gửi, khách hàng có thể điều chỉnh được các hình thức đầu tư có lợi cho mình nhất, có thể rút tiền ra để đầu tư vào những loại hình kinh doanh khác khi có điều kiện thuận lợi.

Một số thuận lợi ảnh hưởng đến nguồn vốn huy động ngày càng tăng của hệ thống NHTM

- Nền kinh tế phát triển tương đối ổn định với tốc độ tăng khá và tương đối rõ nét ở tất cả các ngành, các lĩnh vực.
- Hoạt động kinh doanh của NHTM ngày càng đi vào nề nếp và có hiệu quả... góp phần làm tăng uy tín với dân chúng trong giao dịch, ký thác.
- Quan hệ khách hàng được xây dựng ổn định, lâu dài với các chính sách riêng.
- NHNN từng bước thực hiện tự do hoá trong điều hành lãi suất thông qua lãi suất cơ bản và lãi suất tái cấp vốn. Lãi suất huy động của NHTM được điều chỉnh linh hoạt theo quan hệ cung cầu thị trường tiền tệ và yêu cầu khách hàng.
- Cơ sở vật chất, trang thiết bị, công nghệ ngân hàng ngày càng được nâng cấp. Đồng thời, trình độ đội ngũ nhân viên NHTM ngày càng nâng lên, có tính chuyên nghiệp hơn... giúp việc xử lý tác nghiệp được nhanh chóng, chính xác.
- Mạng lưới giao dịch được mở rộng, đều khắp tại các vùng kinh tế trọng điểm nhằm cung cấp dịch vụ ngân hàng và thu hút vốn nhàn rỗi.
- Các sản phẩm ngân hàng ngày càng được cải tiến. Các hình thức huy động và đối tượng huy động được đa dạng hoá... tăng tính tiện nghi cho khách hàng.
- Việc tham gia bảo hiểm tiền gửi cho khách hàng và khả năng quản lý, kiểm soát của NHNN ngày càng cao và chặt chẽ... giúp người gửi tiền an tâm.

Bên cạnh đó, hoạt động huy động vốn của NHTM cũng gặp một số khó khăn:

- Hoạt động của các NHTM chưa thực sự "đều tay" về nhiều mặt: vốn điều lệ; trình độ quản lý, trình độ nghiệp vụ chuyên môn của cán bộ, nhân viên;

quan điểm nhận thức khi tham gia điều hành kinh doanh ngân hàng; cơ sở vật chất kỹ thuật; mạng lưới giao dịch; sản phẩm, loại hình tiền gửi; dịch vụ hỗ trợ...

➤ Một vài NHTMCP có hiệu quả kinh doanh thấp, hoạt động đang trong tình trạng bị kiểm soát đặc biệt đã ít nhiều làm giảm uy tín của toàn hệ thống.

➤ Trong cơ cấu nguồn vốn, nguồn vốn có lãi suất thấp (Tiền gửi thanh toán, tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn, vốn ủy thác...) chiếm tỉ trọng thấp; trong khi nguồn vốn lãi suất cao (chủ yếu là tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn) có tỷ trọng lớn làm chi phí đầu vào cao, làm giảm khả năng cạnh tranh trong sử dụng vốn, giảm lợi nhuận kinh doanh.

➤ Môi trường kinh doanh càng ngày càng khó khăn. Ngoài việc cạnh tranh trong ngành; còn phải cạnh tranh với các hình thức huy động của các tổ chức phi ngân hàng khác như: bảo hiểm, tiền gửi tiết kiệm bưu điện, Công ty tài chính... ngày càng tăng. Các yêu cầu, đòi hỏi của khách hàng ngày càng cao, khắt khe hơn.

➤ Sản phẩm tiền gửi của một vài NHTM còn nghèo nàn, mạng lưới giao dịch chưa đủ rộng, chưa tạo được tính hấp dẫn khách hàng gửi tiền.

➤ Cơ sở vật chất, công nghệ trong thanh toán dù có được cải tiến nhưng hầu hết vẫn chưa đạt yêu cầu về tính tiện nghi, tốc độ xử lý, tính chính xác...

➤ Quan hệ giữa lãi suất huy động – lạm phát và sự điều tiết của Nhà nước (chủ yếu qua tỷ lệ dự trữ bắt buộc) làm phí tổn huy động vốn tăng, tăng rủi ro lãi suất...

2.3.1.2 Hoạt động tín dụng

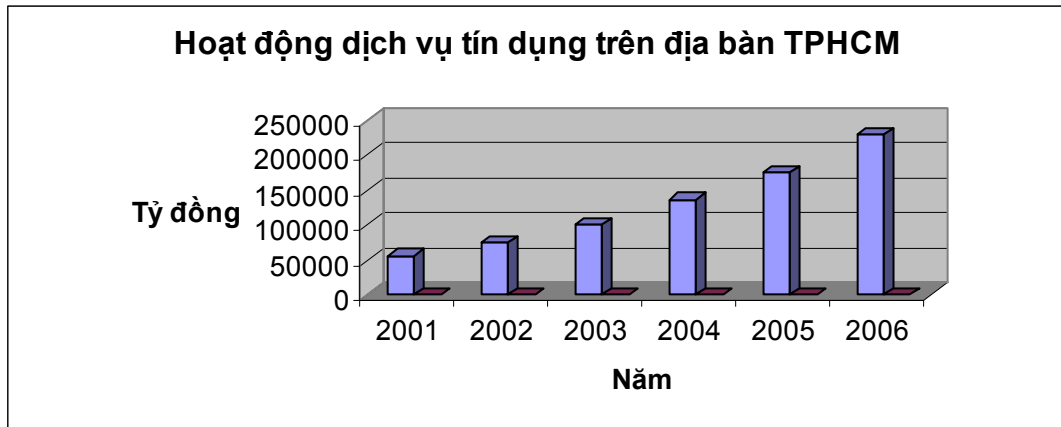
Hoạt động tín dụng nhằm cung ứng vốn cho nền kinh tế. Thành phố Hồ Chí Minh là địa phương có vốn đầu tư nước ngoài rất lớn. Các khu công nghiệp, khu chế xuất là khu vực có nhiều doanh nghiệp hoạt động, là nơi giải quyết được nhiều việc làm cho công dân thành phố và những tỉnh thành khu vực miền Nam. Đây là khu vực có nhu cầu cao về vốn để phát triển sản xuất kinh doanh, do đó đây cũng là địa bàn hoạt động của các ngân hàng. Để tiếp cận và phát triển sản phẩm tín dụng, các ngân hàng không ngừng đưa ra các hình thức đầu tư đa dạng và phong phú, những đổi mới và hoàn thiện trong hoạt động nghiệp vụ như quản lý và hoạt động theo sổ tín dụng, theo quy trình tín dụng chuẩn mực gắn liền với quá trình nâng cao chất lượng tín dụng, đa dạng hóa lĩnh vực đầu tư như: cho vay trực tiếp, tài trợ dự án, góp vốn, đầu tư giấy tờ có giá... Hoạt động tín dụng của các tổ chức tín dụng ngày càng phát triển với nhiều hình thức tín dụng: Tín dụng kích cầu, tín dụng tiêu dùng, tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp và nông thôn... đã tạo điều kiện cho mọi thành phần kinh tế tiếp cận vốn tín dụng ngân hàng tốt hơn. Theo báo cáo của Ngân hàng nhà nước chi nhánh thành phố Hồ Chí Minh đến hết năm 2006 kết quả hoạt động tín dụng của các ngân hàng trên địa bàn có nhiều khả quan, cụ thể:

BẢNG 2.2.1.2 KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ TÍN DỤNG TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM

ĐVT: Tỷ đồng

Nội dung	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Dư nợ cho vay	56.189	74.243	101.006	136.624	175.759	229.747
Tốc độ tăng trưởng%	7,7%	32,1%	36%	35,3%	28,6%	30.7%

Nguồn: Ngân hàng Nhà Nước - Chi nhánh TPHCM.

BIỂU ĐỒ 2.2.1.2 KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ TÍN DỤNG TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM

Theo kết quả trên, chúng ta thấy rằng bình quân tín dụng tăng trưởng 24% - 27%/năm. Trong đó, năm 2005 dư nợ tín dụng đạt 175.759 tỷ đồng, tăng 28,6% so với năm 2004. Năm 2006, dư nợ cho vay của các NHTM trên địa bàn thành phố đạt 229.747 tỷ đồng tăng 30.7% so với năm 2005.

Phân tích sâu hơn những kết quả đạt được trong dịch vụ tín dụng của ngân hàng, chúng ta thấy rằng tốc độ tăng trưởng của loại dịch vụ này không ngừng tăng, nhất là trong giai đoạn hội nhập. Khi mà nền kinh tế mở cửa, các doanh nghiệp đầu tư phát triển sản xuất, ngoài nguồn vốn tự có của doanh nghiệp thì vốn vay ngân hàng là một trong những nguồn vốn mà doanh nghiệp hướng tới. Trong kết quả cuộc điều tra của tác giả, với câu hỏi: “Cơ quan anh/chị sử dụng dịch vụ ngân hàng nhằm mục đích gì?” thì có đến 49/65 đơn vị tham gia (chiếm tỷ lệ 75,38%) trả lời là cơ quan của họ vay vốn để phát triển sản xuất kinh doanh. Điều này càng khẳng định là dịch vụ tín dụng sẽ ngày càng phát triển. Tuy nhiên, một vấn đề làm hạn chế sự tiếp cận

nguồn vốn vay này của các doanh nghiệp đó là vấn đề lãi suất cho vay và yêu cầu phải có tài sản đảm bảo. Thực sự với lãi suất cho vay cho doanh nghiệp vay hiện nay (gần 12%/năm đối với vay ngắn hạn) là một vấn đề đòi hỏi các doanh nghiệp phải có những chính sách thích hợp trong phát triển sản xuất. Nếu kinh doanh hiệu quả không cao thì lợi nhuận làm ra sẽ chạy hết vào túi của các ngân hàng. Nếu tình trạng này kéo dài sẽ làm tăng rủi ro tín dụng của các ngân hàng, do đó các ngân hàng cần phải có hướng tiếp cận, tạo điều kiện để cho các doanh nghiệp phát triển ngày càng tốt hơn. Cũng tho kết quả điều tra của tác giả, thì có đến 40% doanh nghiệp được hỏi cho rằng lãi suất hiện nay là quá cao, 32,3% trả lời là cao, chỉ có 24,62% cho rằng lãi suất như vậy là trung bình. Điều này càng khẳng định vấn đề lãi suất là vấn đề các doanh nghiệp rất quan tâm. Khi hội nhập, các ngân hàng nước ngoài hoạt động ở Việt Nam sẽ tiên phong đi vào vấn đề lãi suất cho vay để tiếp cận các doanh nghiệp. Với tiềm lực về vốn lớn, các ngân hàng sẽ nâng cao năng lực cạnh tranh, chiếm thị phần thông qua bài toán lãi suất, do đó các NHTM trong nước cần có những phương án khả thi hơn để giữ vững thị phần của mình.

Khi được hỏi doanh nghiệp đánh giá như thế nào về chất lượng hoạt động dịch vụ tín dụng của các ngân hàng, có nhiều quan điểm khác nhau nhưng tựu trung lại thì có những mặt ngân hàng đã làm cho doanh nghiệp hài lòng, nhưng cũng có những khâu, bộ phận đã làm giảm niềm tin yêu của khách hàng dành cho ngân hàng. Cụ thể khi hỏi về sự hài lòng về thủ tục hành chính khi giải quyết các vấn đề tín dụng, chỉ có 23,16% khách hàng hài lòng với thủ tục hành chính, còn lại 67.9% cho rằng thủ tục hành chính của các ngân hàng là tạm được, 8.95% cho rằng thủ tục hành chính còn quá chậm. Sự hài lòng về giải quyết thủ tục hành chính ở các NHTM cổ phần được đánh giá cao hơn các NHTM quốc doanh vì trong 67.9% doanh nghiệp hài lòng về thủ tục hành chính thì có đến 68,97% các doanh nghiệp này quan hệ với các NHTM cổ phần. Khi điều tra số liệu thực tế tại Công ty Cổ Phần Dịch Vụ Công Nghệ Tin Học HPT, là một trong những công ty hàng đầu ở lĩnh vực công nghệ thông tin, Công ty có quan hệ tín dụng với Ngân hàng Đầu Tư và Phát Triển Việt Nam – Chi nhánh Thành Phố Hồ Chí Minh và Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Quốc Tế Việt Nam – Chi nhánh Sài Gòn. Theo Bà Đinh Hà Duy Trinh, Phó Tổng Giám Đốc kiêm Giám đốc tài chính công ty thì thủ tục giải ngân của Ngân hàng Đầu Tư và Phát Triển Việt Nam là rất chậm, thông thường phải mất 2-3 ngày mới hoàn thiện thủ tục kiểm duyệt tín dụng, sự thay đổi nhân viên tín dụng làm chậm trễ việc vay vốn của công ty. Trong quá trình cho vay để thực hiện các dự án, Ngân hàng đòi hỏi quá nhiều giấy tờ...chính những yếu tố này đôi khi làm căng thẳng mối quan hệ giữa doanh nghiệp và ngân hàng. Cũng theo bà Trinh, nếu ngân hàng cởi mở hơn trong thủ tục xét

duyet thi công ty bà sẽ thuận lợi hơn trong quá trình vận hành, điều này không chỉ đem lại hiệu quả cho công ty bà mà còn có lợi cho ngân hàng, ngân hàng sẽ thu nhanh, thu đủ và tài trợ cho nhiều dự án hơn.

Khi xem xét đến vấn đề tín dụng nông thôn, qua khảo sát dân cư trên địa bàn Quận Tân Bình, khu tiểu thương chợ Tân Bình, tác giả được biết việc vay tiền để hoạt động kinh doanh của người dân không phải là chuyện đơn giản. Muốn vay tiền, người vay phải nhờ đến cò tín dụng (đôi khi là nhân viên tín dụng) và phải trả tiền hoa hồng ngay sau khi nhận tiền. Khoản hoa hồng đó khoảng 50.000 đồng đến 100.000 đồng cho món vay nhỏ và hàng trăm ngàn đồng cho giá trị vay lớn. Dĩ nhiên là ngân hàng cho vay không biết điều này, chỉ có người giao tiền và người vay biết với nhau.

Cũng là vấn đề tín dụng dân cư, một số ngân hàng trên địa bàn thành phố đang chuyển từ bán buôn sang bán lẻ hiệu quả. Sau khi quan hệ với doanh nghiệp, ngân hàng nước ngoài bắt đầu đặt vấn đề phục vụ nhân viên các doanh nghiệp này. Họ có thể cho nhân viên của doanh nghiệp vay tín chấp đến 200 triệu đồng. Từ hàng trăm khách hàng doanh nghiệp họ có hàng chục ngàn khách hàng cá nhân. Phương thức phát triển khách hàng theo kiểu “vét dầu loang” đã thành công và vẫn đang phát triển.

Như vậy trong quá trình phát triển dịch vụ tín dụng, các ngân hàng trong nước cần phải tìm hiểu những cách tiếp cận của các ngân hàng nước ngoài trong thâm nhập thị trường. Một vấn đề tiếp cận của các ngân hàng nước ngoài khác ngân hàng trong nước có thể kể đến là:

➤ Thứ nhất, ngân hàng nước ngoài cho vay tín chấp, các ngân hàng trong nước cho vay thế chấp. Cụ thể, các ngân hàng nước ngoài cho doanh nghiệp vay tiền thuê đất lập xưởng sản xuất, buôn bán. Khi doanh nghiệp mua bán hàng hoá, ngân hàng sẽ thu hoặc trả tiền hộ. Nghĩa là ngân hàng góp phần tạo ra thành công từ đầu và cũng từ đó tạo ra sự gắn bó với khách hàng. Còn các doanh nghiệp muốn vay tiền của ngân hàng trong nước phải có quyền sử dụng đất hay nhà xưởng, bất động sản để thế chấp. Chính điều này đã làm cho ngân hàng trong nước mất đi một phần thị phần của mình.

➤ Thứ hai, ngân hàng nước ngoài tuân thủ triệt để phương châm: “Khách hàng luôn luôn đúng” trong việc xử lý tranh chấp. Phương thức kinh doanh của ngân hàng nước ngoài đặt khách hàng lên hàng đầu, họ xem khách hàng là cầu nối dẫn đến lợi nhuận, là vốn kinh doanh lớn nhất. Nếu kinh doanh 5 lời

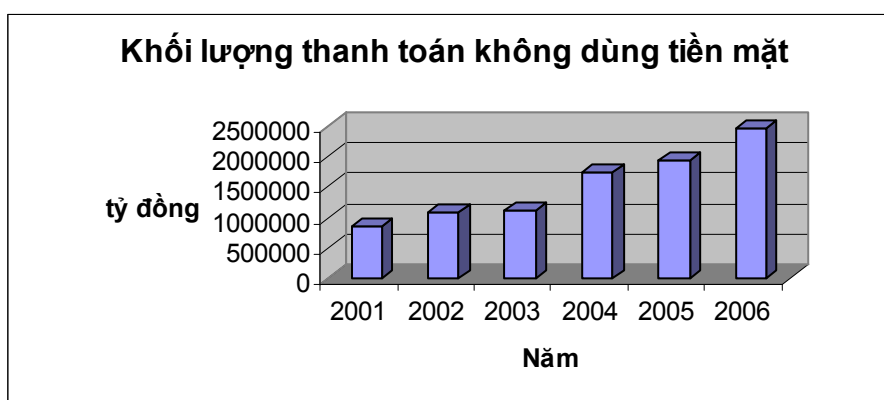
5 lỗ thì ngân hàng nước ngoài vẫn tính là lời vì họ được khách hàng. Năm nay khách hàng chưa mang lợi nhuận cho ngân hàng, nhưng năm sau, năm sau nữa sẽ đến. Cứ như thế khi họ có quyền huy động tiền gửi và cung ứng tất cả các dịch vụ cho các cá nhân như ngân hàng trong nước, họ chỉ cần dùng thương hiệu vốn có từ lâu để chinh phục khách hàng.

Qua những phân tích trên, chúng ta thấy rằng ngành ngân hàng cần phải có những thay đổi trong quá trình phục vụ khách hàng, một mặt là giữ thị trường, mặt khác là tăng tính cạnh tranh để phát triển thêm thị phần mới, nhất là khi quá trình thâm nhập của các ngân hàng nước ngoài trong điều kiện hội nhập ngày càng đến gần.

2.3.1.3 Hoạt động dịch vụ thanh toán:

Đây là hoạt động dịch vụ có bước phát triển nhanh và đạt được những kết quả rất tích cực. Chính quá trình phát triển và ứng dụng những công nghệ hiện đại trong hoạt động thanh toán đã tạo ra khả năng thanh toán nhanh, chính xác, an toàn và bảo mật. Với những ưu điểm đó hoạt động dịch vụ thanh toán đã mang lại lợi ích kinh tế thực sự cho khách hàng và cho nền kinh tế, thu hút và hấp dẫn nhiều khách hàng quan hệ giao dịch và thanh toán với ngân hàng, nổi bật nhất là hoạt động dịch vụ chuyển tiền điện tử, dịch vụ thẻ, thanh toán trực tuyến. Bên cạnh đó mô hình giao dịch một cửa cũng đem lại sự thuận tiện cho khách hàng trong quá trình giao dịch, tạo cho hoạt động thanh toán của các tổ chức tín dụng trên địa bàn có ưu thế trong cạnh tranh và phát triển.

BIỂU SƠ ĐỒ 2.3.1.3 BIỂU ĐỒ THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT QUA NGÂN HÀNG TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM.



BẢNG 2.2.1.3 BẢNG THỂ HIỆN KHỐI LƯỢNG THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT QUA HỆ THỐNG NGÂN HÀNG TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM¹

ĐVT: Tỷ đồng

Nội dung	2001	2002	2003	2004	2005	T10/2006
KLTT không dùng tiền mặt	840.744	1.099.613	1.118.012	1.750.600	1.953.238	2.473.500
+ Thanh toán thẻ, ngoại tệ quy đổi	204	7.900	9.039	11.430	18.590	26.469
+ Thanh toán séc	2.948	4.480	5.921	9.450	-	-
+ UNT	33.269	43.035	35.641	44.064	47.154	-
+ UNC	648.244	846.509	807.072	1.170.871	1.215.649	-
+ Khác	156.079	197.689	260.339	514.785	-	-

Nguồn: Ngân hàng Nhà Nước - Chi nhánh TPHCM.

Theo số liệu ở trên, chúng ta thấy rằng khối lượng thanh toán không dùng tiền mặt tăng lên theo thời gian. Điều này chứng minh rằng dịch vụ thanh toán của các NHTM ngày càng phát triển theo sự phát triển của công nghệ ngân hàng. Sự phát triển này đã góp phần lưu chuyển nhanh nguồn vốn trong nền kinh tế, thúc đẩy sản xuất, lưu thông, giảm tỷ lệ thanh toán bằng tiền mặt. Đặc biệt sau thành công việc nối mạng thanh toán liên ngân hàng của 6 ngân hàng (Ngoại thương, Đầu Tư, Công Thương, Nông nghiệp, Á Châu, Eximbank) bắt đầu từ ngày 02/05/2002, thực hiện một khoản thanh toán không quá 10 giây. Đến năm 2006, đã có 72 đơn vị thành viên (trong đó có 6 đơn vị NHNN và 45 TCTD) với gần 200 đơn vị thành viên đã tham gia thanh toán liên ngân hàng.

¹Số liệu báo cáo thể hiện (-): Do thực hiện theo chế độ báo cáo thống kê 477/QĐ-NHNN, Ngân hàng nhà nước chi nhánh TPHCM chưa khai thác được số liệu các chỉ tiêu này.

Theo số liệu thống kê, lượng giao dịch thanh toán liên ngân hàng trung bình là 9.000-10.000 món/ngày, có ngày lên đến 17.000 món với gần 11.000 tỷ đồng. Nhiều phương tiện thanh toán khác đã đáp ứng được yêu cầu chi trả của nền kinh tế như: Ủy nhiệm thu, Ủy nhiệm chi, séc...có nhiều nội dung mới, thuận tiện cho người sử dụng. Cũng chính sự thuận tiện của các phương tiện thanh toán đã làm cho số lượng tài khoản cá nhân tăng nhanh qua các năm. Đến nay số lượng tài khoản cá nhân đạt 938.000 tài khoản (số liệu đến tháng 12/2005), tăng 8 lần so với năm 2001, tốc độ mở rộng và phát triển tài khoản cá nhân trên địa bàn TPHCM ngày càng tăng, góp phần thúc đẩy hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng phát triển.

2.2.1.4 Hoạt động dịch vụ ngoại hối

Trên lĩnh vực hoạt động ngoại hối với cơ chế chính sách ngày càng thông thoáng, phù hợp với thông lệ quốc tế. Với những điều chỉnh, thay đổi linh hoạt, phù hợp với tình hình thực tế như: thay đổi trong hoạt động xác nhận vay trả nợ, chuyển tiền cá nhân, kinh doanh mua bán ngoại tệ, vàng...đã tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng. Sự phát triển của loại hình dịch vụ này đã tạo điều kiện cho hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu trên địa bàn thành phố phát triển, góp phần nâng cao đời sống xã hội của toàn thành phố.

Đi sâu vào tìm hiểu các số liệu về dịch vụ ngoại hối, chúng ta thấy rằng doanh số kinh doanh ngoại tệ tăng theo thời gian. Chúng ta có thể tham khảo thông qua bảng tổng hợp sau đây:

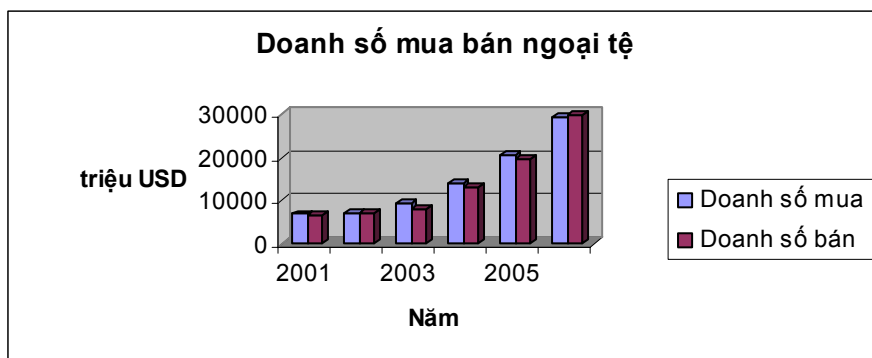
BẢNG 2.3.1.4 BẢNG TỔNG HỢP SỐ LIỆU HOẠT ĐỘNG NGOẠI HỐI TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM

ĐVT : Triệu USD

Nội dung	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Doanh số mua ngoại t tệ	6.834	7.175	9.214	13.924	20.407	29.392
Doanh số bán ngoại t tệ	6.607	7.008	8.198	13.048	19.628	29.760
Kiều hối	829	1.057	1.690	1.891	2.200	2.400
Thu đổi ngoại t tệ	906	1.283	1.324	1.537	2.108	2.312

Nguồn: Ngân hàng Nhà nước - Chi nhánh TPHCM.

SƠ ĐỒ 2.3.1.4 TỔNG HỢP SỐ LIỆU HOẠT ĐỘNG NGOẠI HỐI TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM



Theo số liệu thống kê ở trên, chúng ta thấy rằng tổng số mua ngoại tệ năm 2005 đạt 20.407 triệu USD, gần bằng 2 lần so với năm 2004. Tổng doanh số bán ngoại tệ năm 2005 đạt 19.628 triệu USD, bằng 3 lần so với năm 2001. Đến năm 2006, tổng doanh số mua đạt 29.392 triệu USD, tổng doanh số bán đạt 29.760 triệu USD. Để đạt được kết quả trên phải kể đến quá trình đầu tư vốn của nước ngoài vào nền kinh tế của nước ta ngày càng tăng, bên cạnh đó vấn đề đầu tư của hệ thống của ngân hàng ra nước ngoài có xu hướng tăng.

Dịch vụ kiều hối đã có bước phát triển rất lớn. Sau khi chính phủ ra quyết định số 170/1999/QĐ-TTg về vận hành cơ chế huy động và chi trả kiều hối theo hướng tạo điều kiện thuận lợi tối đa cho người nước ngoài chuyển tiền về đầu tư trong nước và khuyến khích việc chi trả kiều hối qua hệ thống ngân hàng. Tiếp theo đó, thống đốc NHN đã ban hành thông tư số 02/2000/TT-NHNN và quyết định số 878/2002/QĐ-NHNN hướng dẫn thực hiện quyết định số 170/1999/QĐ-TTg của thủ tướng chính phủ. Chính những thông tư hướng dẫn trên đã tạo điều kiện kích thích và thu hút nguồn kiều hối từ nước ngoài chuyển về. Theo đó lượng kiều hối chuyển về tăng cao qua các năm. Các ngân hàng tiến hành chi trả đến tận nhà, chi trả theo yêu cầu của khách hàng.

Một yếu tố quan trọng trong quá trình phát triển dịch vụ ngoại hối đó là những năm vừa qua ngành du lịch, ngành dịch vụ, thương mại phát triển khá mạnh. Nhiều du khách đến tham quan, du lịch, các ngành thương mại dịch vụ có quan hệ quốc tế ngày càng tăng. Du khách có nhu cầu chi tiêu cao, do đó nhu cầu thu đổi ngoại tệ được xây dựng rộng khắp trên địa bàn thành phố, hiện nay có khoảng 524 bàn thu đổi ngoại tệ đáp ứng được nhu cầu của du khách.

Về dịch vụ chuyển tiền cá nhân: trong những năm gần đây nhu cầu học tập, khám chữa bệnh và du lịch của người dân tăng cao. Chính những yếu tố này giúp cho dịch vụ chuyển tiền cá nhân phát triển nhanh. Số tiền chuyển đi chủ yếu đáp ứng

nhu cầu học phí, sinh hoạt phí cho du học sinh, lượng tiền chiếm hơn 70% trong tổng số chuyển tiền cá nhân. Tính đến thời điểm 31/12/2005 tổng số chuyển tiền cá nhân đạt 69,35 triệu USD, bằng 3,2 lần so với năm 2002, trong đó chuyển tiền qua tài khoản chiếm 89% tổng số chuyển tiền đi trong năm.

2.3.2 Hoạt động của các dịch vụ ngân hàng hiện đại

2.3.2.1 Tình hình chung

Trong những năm qua, việc ứng dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật vào lĩnh vực ngân hàng đã đem lại những kết quả hết sức to lớn. Lĩnh vực công nghệ thông tin và điện tử, tin học đã tạo điều kiện cho các tổ chức tín dụng trên địa bàn thành phố ứng dụng và phát triển các phần mềm quản lý, quản trị và kinh doanh trong các lĩnh vực hoạt động của ngân hàng. Đến nay tất cả các tổ chức tín dụng trên địa bàn thành phố đã phát triển và trang bị máy tính cùng hệ thống mạng được kết nối. Với nền tảng công nghệ đó nhiều loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử ra đời như: home banking, internet banking, e banking...trong đó hoạt động ngân hàng qua mạng điện thoại di động (Mobilbanking) được các ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố phát triển với nhiều tiện ích như: cung cấp thông tin về tài khoản qua nhắn tin, thông tin thị trường, tỷ giá, lãi suất, giá cả, giao dịch chứng khoán, nhà đất...Có thể kể đến ngân hàng tự động của ngân hàng TMCP Đông Á, VCBmoney của ngân hàng Ngoại Thương, trên nền tảng công nghệ hiện đại với đối tượng khách hàng là doanh nghiệp và các tổ chức tín dụng, đáp ứng được nhu cầu thanh toán cho các tổ chức này thông qua các lệnh về UNC, UNT, lệnh chuyển tiền, thanh toán mua bán ngoại tệ hoặc thanh toán lương tự động. Cụ thể ngân hàng Á Châu đã đưa vào khai thác Homebanking để thực hiện một số giao dịch như chuyển khoản, chuyển tiền cho người không có tài khoản ở ngân hàng, thanh toán hoá đơn tiền điện, tiền nước, tiền điện thoại cho khách hàng. Đến nay có khoảng 140 doanh nghiệp tham gia giao dịch qua homebanking của Ngân hàng Á Châu, trong đó có 50 doanh nghiệp là khách hàng thường xuyên với doanh số giao dịch khoảng 2-3 tỷ đồng mỗi tuần. Một số công ty điện lực, bưu điện đã phối hợp với một số ngân hàng để thực hiện thu tiền điện, điện thoại qua dịch vụ nhờ thu của ngân hàng. Giai đoạn đầu doanh số thanh toán chưa nhiều nhưng đã thể hiện được bước tiến mới và đạt được yêu cầu đặt ra trong chương trình phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng.

Một vấn đề đặt ra là việc xã hội hoá các dịch vụ ngân hàng hiện đại. Đây là những dịch vụ tương đối mới nên số khách hàng sử dụng còn chưa nhiều, do đó ngân hàng cần phải có những chính sách tiếp thị thật tốt để khách hàng biết đến sản phẩm của mình. Theo kết quả điều tra của tác giả, khách hàng chủ yếu biết đến các

dịch vụ truyền thống nhiều hơn. Đối với dịch vụ ngân hàng hiện đại thì có đến 46,39% số khách hàng được hỏi biết đến dịch vụ ATM của ngân hàng; 25,77% biết dịch vụ thẻ, 12,37% biết dịch vụ mobilbanking; 20,62% biết đến dịch vụ internetbanking...vấn đề ở đây là tại sao khách hàng còn ít quan tâm đến dịch vụ ngân hàng hiện đại? Câu trả lời là sự đa dạng của các sản phẩm chưa cao, sự hấp dẫn còn hạn chế. Chỉ có 21.60% khách hàng được hỏi cho rằng sản phẩm dịch vụ chưa lôi cuốn. Bên cạnh đó mức độ an toàn của sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại đang còn là một vấn đề mà các khách hàng còn rất e dè khi sử dụng. Có đến 45,60% khách hàng cho rằng mức độ an toàn của hệ thống ngân hàng điện tử của chúng ta là chưa cao, họ chưa tin tưởng để sử dụng dịch vụ này.

2.3.2.2 Hoạt động của các dịch vụ ngân hàng hiện đại

2.3.2.2.1 Dịch vụ thẻ ngân hàng

Dịch vụ thẻ ngân hàng được các tổ chức tín dụng trên địa bàn thành phố quan tâm phát triển nhanh, với những tiện ích của dịch vụ đem lại cho hoạt động ngân hàng. Thị trường thẻ là một thị trường tiềm năng bởi tính tiện ích, tiện lợi của thẻ và bởi xu hướng phát triển của nền kinh tế mang lại. Chức năng của thẻ ngày càng đa dạng, tiện ích ngày càng cao hơn như: rút tiền mặt, gửi tiền, chuyển khoản, thanh toán tiền điện, nước, điện thoại...và các chức năng khác. Một số ngân hàng trong nước như Ngân hàng Á Châu, Ngân hàng ngoại thương...liên kết với ngân hàng nước ngoài phát hành và thực hiện thanh toán thẻ quốc tế như Mastercard, Visacard...

Bên cạnh đó các ngân hàng đã từng bước khắc phục những tồn tại của dịch vụ thẻ như sự không tiện lợi trong thanh toán, các máy ATM của các ngân hàng hoạt động độc lập nhau...đến nay tình trạng này đã được các ngân hàng khắc phục một bước nhờ có hệ thống liên kết phát hành và thanh toán thẻ ra đời. Sự hình thành hệ thống liên kết, kết nối để thanh toán thẻ đã tạo điều kiện nâng cao hiệu quả vốn đầu tư, cho phép các ngân hàng có khả năng tài chính thấp vẫn có thể phát triển dịch vụ thẻ, đồng thời thúc đẩy hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng ngày càng phát triển. Hiện nay số doanh nghiệp trên địa bàn thành phố tiến hành trả lương qua tài khoản ngày càng tăng, chính yếu tố này làm cho dịch vụ thẻ ATM ngày càng phát triển với hệ thống mạng lưới ATM và điểm chấp nhận thanh toán ngày càng tăng, đã mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng. Trong năm 2006, dịch vụ thẻ đặt biệt là thẻ ATM tiếp tục sự phát triển với tốc độ cao. Đến nay tổng số thẻ ATM đã phát hành đạt 1.876.367 thẻ. Trong đó riêng năm 2006 các TCTD trên địa bàn đã

phát hành 1.022.171 thẻ, tăng 70.8% so với năm 2005 (tổng số thẻ phát hành trong năm 2005 là: 598.372 thẻ).

Để tạo thuận lợi và thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử, các ngân hàng đã trang bị nhiều máy ATM và cổng POS để phân phối khắp các trung tâm giao dịch, mua bán, cửa hàng, nhà hàng, khách sạn, các giao lộ quan trọng, các khu dân cư...tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách hàng có nhu cầu rút tiền mặt bằng thẻ ATM và đưa ra thị trường nhiều thẻ tiện ích như thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng nội địa và quốc tế, thẻ ATM có thể thấu chi...Ngoài ra các ngân hàng còn đưa ra các nhiều chương trình quảng cáo các tiện ích của việc sử dụng thẻ ATM và tung ra nhiều chương trình khuyến mãi để thu hút khách hàng làm thẻ ATM tại ngân hàng mình.

Thị trường thẻ ngân hàng phát triển tạo điều kiện cho NHTM mở rộng hoạt động thanh toán và mở rộng huy động vốn, tăng cường các hoạt động tín dụng. Một lợi ích không nhỏ đối với các NHTM là mỗi thẻ ngân hàng khi phát hành đều phải có số dư nhất định và duy trì thường xuyên, số dư này có lãi suất thấp (lãi suất không kỳ hạn) sẽ góp phần giảm chi phí huy động vốn, bên cạnh đó ngân hàng còn thu được phí khi khách hàng thanh toán. Ngoài ra, đối với thẻ tín dụng khách hàng còn phải trả lãi vay khi thấu chi.

Sự kiện đáng chú ý nhất là mới đây Ngân hàng Thương mại Cổ phần Các doanh nghiệp ngoài quốc doanh - VP Bank vừa tung ra thị trường hai sản phẩm thẻ là VPBank Platinum và EMV MasterCard với hai hình thức: thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng.

Với sản phẩm thẻ này, VPBank là ngân hàng thương mại đầu tiên tại Việt Nam phát hành thẻ chip theo chuẩn EMV quốc tế. Đây là ngân hàng thương mại đầu tiên tung ra thị trường Việt Nam sản phẩm thẻ Platinum, hạng cao cấp nhất trên thế giới.

Hai sản phẩm thẻ nói trên đều được chấp nhận thanh toán rộng rãi tại 24 triệu đơn vị chấp nhận thẻ, cũng như có thể sử dụng để rút tiền mặt tại hơn 1 triệu máy ATM có trưng biểu tượng MasterCard trên toàn cầu; trong đó có 1.000 máy ATM của VPBank đang được triển khai lắp đặt tại Việt Nam.

Số lượng 1.000 máy ATM này được nhập khẩu từ hãng Dielod nổi tiếng của Mỹ đảm bảo an toàn cho khách hàng khi tiến hành các giao dịch. Hợp đồng có giá trị 2,0 triệu USD, trong đó lô đầu tiên 250 máy ATM đã được nhập về Việt Nam và đang

triển khai lắp đặt từ nay đến hết năm 2007, số còn lại sẽ được lắp đặt trong giai đoạn đến năm 2010.

VP Bank cũng tham gia liên minh thẻ ATM do Vietcombank chủ trì. Liên minh này hiện đã có tới 19 ngân hàng thương mại thành viên, hoạt động có hiệu quả nhất tại Việt Nam, đang chiếm trên 70% thị phần thẻ. Theo đó các loại thẻ do VP Bank phát hành được sử dụng trong hơn 3.000 máy ATM của Vietcombank và 500 máy ATM của các ngân hàng thương mại khác hiện nay trong liên minh.

Tuy nhiên, dẫn đầu về dịch vụ thẻ hiện nay trong khối ngân hàng thương mại cổ phần vẫn thuộc về Ngân hàng Đông Á. Ngân hàng này đến nay đã có 700 máy ATM đang được đưa vào sử dụng, dự kiến đến hết năm 2007 sẽ tăng lên 1.000 máy ATM với 2,0 triệu thẻ ATM được phát hành cho đông đảo các khách hàng khác nhau trong cả nước.

Ngân hàng Đông Á đang hợp tác với các đơn vị cung ứng dịch vụ, thực hiện dịch vụ thu tiền điện, nước sạch qua hệ thống ATM hoặc chuyển khoản qua ngân hàng trên địa bàn Tp.HCM và tỉnh Bình Dương.

Hiện nay hệ thống máy ATM của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đông Á đã kết nối thanh toán được với một số ngân hàng thương mại khác như: Ngân hàng Thương mại Cổ phần Nhà Hà Nội, Ngân hàng Phát triển nhà ĐBSCL. Mạng này đã kết nối với mạng liên kết thẻ lớn nhất VNBC của Trung Quốc. Dự kiến tới đây sẽ có thêm một số ngân hàng thương mại cổ phần khác.

Tuy nhiên, trong tổng số thẻ đã phát hành thì không phải tất cả các thẻ đều hoạt động. Thực tế hiện nay có từ 20-30% số thẻ đăng ký rồi sau đó không thực hiện giao dịch¹. Thực trạng này rất đáng lo ngại vì người dân thực sự chưa quen thanh toán qua thẻ cho các dịch vụ hàng ngày, thanh toán thẻ ở Việt Nam hiện nay chỉ chiếm 1% chi tiêu cá nhân, trong khi đó tỷ lệ này ở các nước phát triển là 80 – 90% và ở các nước đang phát triển là 10 – 25%. Cũng theo kết quả điều tra của tác giả, có đến 28% khách hàng được hỏi chưa sử dụng dịch vụ thẻ bao giờ, chính tỷ lệ thanh toán bằng thẻ thấp gây ra những lãng phí và làm giảm hiệu quả hoạt động của thị trường thẻ liên ngân hàng.

¹Phát triển thị trường thẻ bền vững bằng cách nào - Khải Minh - Báo Kinh tế Việt Nam số 31 năm 2006

Bên cạnh thói quen tiêu dùng tiền mặt đã trở thành tập quán của người dân thì chất lượng của hệ thống máy ATM còn nhiều vấn đề đáng bàn như việc nạp tiền chưa liên tục, máy móc trục trặc kỹ thuật...Việc kết nối các máy thanh toán thẻ giữa các ngân hàng chưa rộng dẫn đến hiệu quả sử dụng thiết bị chưa cao, chưa đem lại thuận tiện cho khách hàng. Sự liên kết trong hệ thống thanh toán chỉ dừng lại ở quy mô nhỏ, chỉ liên kết được một số ngân hàng với nhau.

Nguyên nhân việc kết nối thanh toán còn chậm trễ đó là có tới 4 hệ thống chuyển mạch đơn lẻ, chưa có sự hợp tác chuyển mạch kết nối trong toàn quốc, hệ thống liên kết thanh toán thẻ của Ngân hàng Ngoại Thương có số lượng hơn 10 ngân hàng tham gia; hệ thống liên kết của Việt Nam Bank Card gọi tắt là VNBC có 5 ngân hàng tham gia là Ngân hàng TMCP Đông Á, Ngân hàng Phát triển nhà Hà Nội, Ngân hàng TMCP Sài Gòn Công Thương, Ngân hàng Phát Triển Nhà Đồng Bằng Sông Cửu Long và UOB. Chính vì thế đã hạn chế tính năng của thẻ trong việc thanh toán khi thẻ của một ngân hàng không thể sử dụng cho tất cả hệ thống các ngân hàng trên địa bàn. Giải thích việc hệ thống chuyển mạch tài chính trong nước chưa sẵn sàng liên kết, Ông Nguyễn Phương Bình - Tổng Giám Đốc Ngân hàng TMCP Đông Á đưa ra ý kiến: “Hiện nay ở Việt Nam phân ra hai hệ thống ngân hàng, đó là ngân hàng thương mại lớn và các ngân hàng TMCP nhỏ. Anh lớn không muốn chơi với anh nhỏ. Chính vì vậy anh nhỏ lại càng khó chơi với anh lớn. Hơn thế nữa anh nhỏ lại tự ti, không dám vượt lên khẳng định mình, vì vậy lại càng yếu”.

Đây là những yếu tố làm cho hệ thống thẻ của ngân hàng hoạt động chưa hết công suất, vấn đề khó nhất để thiết lập một hệ thống ATM duy nhất là việc chia sẻ quyền lợi khi dùng chung hệ thống. Nhiều ngân hàng lo ngại khi dùng chung hệ thống sẽ phải làm lại toàn bộ thẻ cũng như làm giảm lợi nhuận do đó thời gian tới NHNN cần phải có chỉ đạo về công nghệ thông tin và công nghệ thẻ làm cơ sở để các ngân hàng có thể kết nối mạng ATM chung.

2.3.2.2.2 Dịch vụ khác

Các dịch vụ như dịch vụ tư vấn, dịch vụ đầu tư tài chính, dịch vụ cho thuê tài chính, dịch vụ bao thanh toán...đã được các ngân hàng quan tâm, chủ động tìm khách hàng để cung ứng dịch vụ. Mới đây, Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank) ra mắt công ty cho thuê tài chính Sacombank Leasing, thành viên đầu tiên của khối ngân hàng thương mại cổ phần, chỉ sau 2 tháng hoạt động đã ký hợp đồng tài trợ tới 36 tỷ đồng cho các doanh nghiệp đầu tư mua sắm thiết bị. Tuỳ theo từng điều kiện các ngân hàng đã phát triển dịch vụ theo hướng chuyên cung cấp dịch vụ bán lẻ, dịch vụ bán buôn, dịch vụ trọn gói hoặc dịch vụ bán chéo các sản phẩm

dịch vụ. Bên cạnh đó các dịch vụ phái sinh bên cạnh các dịch vụ chính như dịch vụ Option tiền tệ, mua bán kỳ hạn, hoán đổi lãi suất... đã được các ngân hàng quan tâm, bước đầu mang lại những kết quả đáng ghi nhận. Chúng ta có thể đi sâu tìm hiểu các dịch vụ ngân hàng được phát triển trong thời gian gần đây:

Qua quá trình phân tích số liệu ở trên, chúng ta thấy rằng dịch vụ ngân hàng trên địa bàn Thành Phố Hồ Chí Minh đã có những bước phát triển nhanh, tuy nhiên để sự phát triển đó mang tính bền vững, khắc phục được những hạn chế, đáp ứng được những yêu cầu trong quá trình cạnh tranh với các ngân hàng nước ngoài hay không, đòi hỏi những cơ quan chức năng cũng như ngành ngân hàng thành phố phải tìm ra những nguyên nhân làm hạn chế sự phát triển đó, đồng thời phải có giải pháp cụ thể và tích cực hơn để nâng cao khả năng cạnh tranh của các Ngân hàng thương mại trên địa bàn trong thời kỳ mới.

Các ngân hàng trong nước đang đua nhau giới thiệu về dịch vụ *Internet Banking*. Bên cạnh những hứa hẹn về sự tiện lợi, vấn đề an toàn, bảo mật đang là điều thu hút khá lớn sự quan tâm của khách hàng thường xuyên online.

Hiện tại, hầu hết ngân hàng đều có website và một số cung cấp dịch vụ online để khách hàng gửi thắc mắc, góp ý cũng như xem tỷ giá, lãi suất tiền gửi tiết kiệm, số dư tài khoản, liệt kê giao dịch phát sinh và hướng tới thực hiện chuyển khoản, thanh toán hoá đơn... chỉ với động tác click chuột hoặc enter.

Anh Phạm Xuân Tánh, một kế toán viên, nói: "Truy cập Internet để xem thông tin đầy đủ về tài khoản, chi tiết tiền gửi vào, rút ra, lãi phát sinh cũng như thời gian, địa điểm... giúp chủ thẻ không phải lưu hoá đơn đối chiếu với số dư tài khoản hoặc nhờ đến nghiệp vụ ngân hàng. Đặc biệt là những cư dân mạng được phục vụ 24/24 giờ và tiết kiệm khá nhiều thời gian".

Ngoài *Internet Banking*, một số dịch vụ khác như *Phone Banking*, *SMS Banking*, *Mobile Banking* và *Home Banking* cũng được các ngân hàng giới thiệu khá rầm rộ.

Tuy nhiên, đây chỉ là bề nổi, truy cập vào dịch vụ ngân hàng trực tuyến của một số website ngân hàng như Sài Gòn Thương Tín (Sacombank), TMCP Phương Nam, Phát triển nhà đồng bằng sông Cửu Long, Công thương Việt Nam, Sài Gòn Công thương... khách hàng chỉ nhận được thông báo website đang được xây dựng hoặc khi click chuột kích hoạt thì chẳng thấy tác dụng gì.

Theo phản ánh của nhiều chủ thẻ, các tiện ích từ dịch vụ này còn nhiều hạn chế. "Mở tài khoản trong Internet Banking chỉ xem được số tiền hiện có, riêng thanh toán chi phí điện, nước, điện thoại... thì không thực hiện được mặc dù ngân hàng giới thiệu rất đầy đủ về các tiện ích này", ông Cao Thanh Sang, khách hàng của Vietcombank, phàn nàn. "Gần đây, ngân hàng trực tuyến này lại báo nâng cấp, không thể truy cập".

"Nhu cầu sử dụng Internet Banking là có thật và cần thiết. Trong khi 90% sinh viên bỏ qua dịch vụ này cũng như các thông báo giao dịch qua e-mail thì giới nhân viên văn phòng thường xuyên online rất quan tâm đến tính năng tiện lợi, mọi lúc mọi nơi", ông Nguyễn Gia Thuyết, nhân viên của Ngân hàng Đông Á (EAB), nhận xét. Riêng tại một ngân hàng khác là ACB, mỗi ngày có hơn nghìn lượt khách hàng truy cập xem số dư tài khoản và chi tiết giao dịch.

Ngân hàng trực tuyến đòi hỏi tính an toàn và bảo mật rất cao. Tại Việt Nam, Luật thương mại điện tử vẫn chưa chính thức được ban hành, vì thế những tiện ích của dịch vụ này còn nhiều hạn chế, chỉ cho phép xem số dư tài khoản và thông tin giao dịch, chưa thể thanh toán hoá đơn trên web. Nhiều chủ thẻ có giá trị tài khoản lớn đã tỏ ra lo ngại. Ông Nguyễn Thế Nhân, chuyên viên lập trình, nói: "Vẫn biết khi cung cấp dịch vụ, các ngân hàng đã triển khai bảo mật nghiêm ngặt, nhưng chẳng có dịch vụ nào là an toàn tuyệt đối, đặc biệt là giao dịch qua mạng. Lỡ khi có rủi ro xảy ra ai sẽ là người chịu trách nhiệm?".

Gần đây, ngân hàng Sài Gòn Thương Tín phải khuyến cáo trên website về thông tin khuyến mãi "giả mạo" mời đăng ký tài khoản tại www.swissbank-accounts.net. Nhằm bảo vệ chủ thẻ tránh những thiệt hại không lường trước, Sacombank đã đề nghị khách hàng không truy cập cũng như không điền bất kỳ thông tin cá nhân, tài khoản nào vào website này.

Trên thế giới, Internet Banking và tiện ích thanh toán hoá đơn ngay trên web rất thu hút khách hàng, quan trọng hơn cả số lượng máy ATM và địa điểm giao dịch. Tuy nhiên, dịch vụ này phải luôn đối diện với "phishing", "pharming" cũng như các hình thức lừa đảo trực tuyến khác nhằm đánh cắp thông tin cá nhân truy cập tài khoản và "rút ruột" chủ thẻ. Vì thế, khách hàng luôn được nhà cung cấp dịch vụ cảnh báo. Trong khi đó, tại các ngân hàng Việt Nam chưa hề có dòng khuyến cáo nào về vấn đề này khi truy cập dịch vụ online banking.

"Chúng tôi cũng đã nghĩ đến vấn đề an toàn tài khoản và khách hàng có thể an tâm khi thanh toán qua mạng vì mức độ rủi ro trong trường hợp này là có thể

quản lý được", ông Lê Vũ Kỳ, Phó tổng giám đốc ngân hàng ACB, cho biết. "Các tiện ích của Internet Banking còn hạn chế là do Luật giao dịch điện tử chưa rõ ràng, chữ ký điện tử chưa được công nhận. Sắp tới, ACB sẽ triển khai thanh toán hoá đơn trên Internet nhưng chỉ với giao dịch có giá trị nhỏ".

Hiện tại, để thực hiện tiện ích này, chủ thẻ có thể sử dụng dịch vụ Mobile Banking và Home Banking của các ngân hàng như ACB, VIBank, EAB... Tuy nhiên đối tượng sử dụng vẫn còn nhiều hạn chế. "Mức độ an toàn của Home Banking rất cao, dịch vụ này cho phép chuyển khoản và thanh toán hoá đơn trực tiếp với ngân hàng thông qua hệ thống Intranet", ông Kỳ cho biết thêm.

Thực tế, để dùng dịch vụ ngân hàng trực tuyến, khách hàng cần phải điền vào phiếu đăng ký và trình chứng minh thư hoặc hộ chiếu trực tiếp tại ngân hàng để được cấp mã số truy cập và mật khẩu. Thông thường, ngân hàng thực hiện bảo mật bằng cách cấp chứng chỉ CA (Certificate Authentication) khi khách hàng đăng ký dịch vụ và chỉ thanh toán khi chữ ký điện tử của người tạo ra tập lệnh trên mạng và người xác nhận lệnh chuyển tiền được chứng thực. (Theo Vnexpress ngày 20/10/2005)

2.4 Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng của các ngân hàng thương mại trên địa bàn TPHCM

Xuất phát từ tình hình thực tiễn phát triển dịch vụ ngân hàng của các ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố. Qua các số liệu phân tích, chúng ta thấy rằng ngành ngân hàng đã có những bước phát triển lớn. Để đạt được những kết quả đó, phải kể đến những yếu tố khách quan mà ngành ngân hàng trên địa bàn đã tận dụng và phát huy được.

Thứ nhất, phải khẳng định rằng sự ổn định chế độ chính trị của đất nước là điều kiện thuận lợi để phát triển ngành ngân hàng trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Trong điều kiện thế giới hiện nay vấn đề mâu thuẫn sắc tộc, xung đột tôn giáo, khủng bố... thì sự ổn định của hệ thống chính trị là thế mạnh trong việc đẩy mạnh phát triển kinh tế. Việt Nam được coi là điểm đến an toàn của các nhà đầu tư. Khi đầu tư nhiều thì cơ hội tiếp cận và triển khai các dịch vụ mới sẽ thuận lợi hơn.

Thứ hai, Đảng bộ và chính quyền thành phố luôn quan tâm đến việc lành mạnh hoá hệ thống tài chính và hiện đại hoá hệ thống ngân hàng. Chính yếu tố này giúp các ngân hàng xây dựng chiến lược phát triển sát với tình hình phát triển kinh tế xã hội của thành phố. Thực tế cho thấy, chính quyền thành phố đã có hướng chỉ đạo các ngành liên quan trực tiếp đến đời sống người dân như ngành điện, bưu điện, cấp nước... có hướng mở rộng các hình thức thanh toán của người dân, trong đó có hình

thức thanh toán qua tài khoản ngân hàng. Điều này đã có tác dụng tốt làm hạn chế việc sử dụng tiền mặt đang là thói quen của người dân. Tuy nhiên các ngân hàng và các doanh nghiệp trên cần phải tiếp cận và phối hợp với nhau tốt hơn, điều này sẽ giảm được nhiều phiền phức cho người dân, người dân sẽ an tâm sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

Thứ ba, các NHTM trên địa bàn thành phố có số lượng khách hàng truyền thống đa dạng, có số lượng nhiều và được phục vụ bởi hệ thống trải khắp các quận, huyện. Đây chính là lợi thế rất lớn đối với hệ thống NHTM trên địa bàn thành phố khi cung ứng các sản phẩm dịch vụ của mình cho khách hàng. Thực tế cho thấy những dịch vụ huy động vốn, dịch vụ tín dụng đã đi đến những vùng sâu vùng xa, vùng duyên hải của thành phố, đem lại cơ hội cho người dân sản xuất kinh doanh nâng cao đời sống. Nhờ nguồn vốn của ngân hàng mà người dân thoát khỏi đói nghèo, vươn lên làm giàu. Ngân hàng thực sự đồng hành với họ trong cuộc sống. Do đó các NHTM cần phát huy hơn nữa những thành quả đã đạt được, củng cố và xây dựng vững chắc thị trường của mình.

Thứ tư, người Việt Nam có truyền thống hiếu học, cần cù, chịu khó, thông minh. Đây là yếu tố thuận lợi trong việc tiếp thu công nghệ mới của khu vực và thế giới. Thực tế cho thấy việc triển khai áp dụng các công nghệ mới đã được người dân thành phố hưởng ứng. Nhiều người dân thành phố biết sử dụng máy vi tính, họ có thể truy cập thông tin về các dịch vụ ngân hàng. Đây là một lợi thế mà nhiều địa phương khác không có được. Tuy nhiên sự đồng đều về nhận thức của người dân thành phố chưa cao, do đó khi triển khai các dịch vụ hiện đại, các ngân hàng cần quan tâm đến mức độ áp dụng công nghệ phải phù hợp với trình độ của người sử dụng, trình độ khách hàng.

Thứ năm, đội ngũ nhân viên ngân hàng là cầu nối quan trọng để người dân có thể tiếp cận được các dịch vụ của ngân hàng. thực tế cho thấy ngân hàng nào có đội ngũ nhân viên giỏi chuyên môn, giỏi ứng xử, giao tiếp thì lượng khách hàng giao dịch nhiều hơn, do đó bên cạnh việc trang bị kiến thức chuyên môn, các ngân hàng nên chú trọng đào tạo nhân viên kiến thức xã hội, kỹ năng giao tiếp cũng như kỹ năng phân tích tâm lý khách hàng...

Trong quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng, một số vấn đề hạn chế cần phải giải quyết như sau:

➤ *Vốn thấp, khả năng cạnh tranh của một số NHTM còn yếu:*

Nền kinh tế thị trường đòi hỏi bất kỳ một lĩnh vực kinh doanh nào cũng phải có vốn đủ để cạnh tranh, thế nhưng vẫn còn một số NHTM vốn còn thấp, chưa đủ

mức quy định. Mặc dù NHNN đã có chủ trương cho các NHTM tự tăng vốn theo quy định bằng cách kêu gọi góp vốn hoặc sáp nhập nhưng thực tế vẫn còn một ngân hàng chưa thực hiện được.

Một thực tế nghịch lý đối với một số NHTM: vốn tự có thấp, tỷ trọng nguồn vốn lãi suất thấp/ tổng nguồn vốn nhỏ, trong khi sức cạnh tranh chưa cao, nhưng để đảm bảo được hoạt động nên đã huy động đầu vào với lãi suất tương đối cao so với ngân hàng khác làm cho chi phí huy động đầu vào cao, do đó lãi suất cho vay ra khá cao, khả năng cạnh tranh càng kém hơn, lợi nhuận càng thấp.

Bài toán về vốn cần phải tìm lời giải tối ưu nhất. Muốn thực hiện tốt các chương trình phát triển dịch vụ, các ngân hàng phải mạnh dạn về vốn. Đến 31/12/2006 tổng vốn điều lệ của các NHTM cổ phần trên địa bàn đạt 13.033 tỷ, tăng 2 lần so với năm 2005. Trong đó có 01 NHTMCP đạt mức vốn điều lệ trên 2.000 tỷ đồng; có 04 ngân hàng vốn điều lệ trên 1.000 tỷ; 08 ngân hàng có vốn điều lệ từ 500 tỷ trở lên và 05 ngân hàng có vốn điều lệ dưới 500 tỷ đồng. Với mức vốn như vậy, thì khó có thể trang bị và ứng dụng các công nghệ hiện đại. Thông thường một NHTM cổ phần hiện nay khi ứng dụng công nghệ trung bình cũng tốn 2 triệu USD, công nghệ hiện đại cũng phải mất 5 triệu USD thì đáp ứng được cơ bản những yêu cầu quản lý, quản trị hoạt động ngân hàng, những giao dịch thanh toán... Mặt khác, theo qui định của luật các TCTD thì các ngân hàng được phép trang bị mua sắm tài sản cố định không quá 50% vốn tự có. Như vậy với việc ứng dụng công nghệ 5 triệu USD (khoảng 80 tỷ đồng) thì tối thiểu vốn tự có của ngân hàng phải là 160 tỷ đồng. Do đó vấn đề vốn đã làm hạn chế sự phát triển các dịch vụ ngân hàng trên địa bàn.

Trừ một số NHTMCP được thành lập mới, nhìn chung, sự hình thành của các NHTMCP chỉ mang tính tình thế nhằm giải quyết hậu quả của sự khủng hoảng tín dụng vào những năm đầu thập kỷ 1990. Do được thành lập từ việc sáp nhập các HXT TD sáp phá sản nên nhiều NHTMCP hoạt động ẻo lợt, uy tín thấp, thiếu kinh nghiệm lại phải gánh chịu hệ lụy của các HTX TD để lại làm cho các NHTMCP này gặp rất nhiều khó khăn;

➤ *Một số NHTM vẫn chưa thực sự cải thiện phương thức giao dịch, chưa đa dạng hoá các hình thức dịch vụ thanh toán qua ngân hàng:*

Một yếu tố quan trọng góp phần nâng cao sức cạnh tranh đó là cải tiến phương thức giao dịch, đa dạng hoá các sản phẩm huy động vốn, sử dụng vốn và các hình thức dịch vụ thanh toán qua ngân hàng; trong khi đó còn khá nhiều NHTM chưa chú trọng thực hiện việc này.

Quy trình nghiệp vụ, thủ tục cho vay còn rườm rà, nhiều khâu.

Chưa chủ động tìm khách hàng, mà vẫn còn chờ khách hàng đến ngân hàng.

Giao dịch với khách hàng vẫn trên cơ sở lãi suất là chính mà chưa chú trọng đến việc tạo tiện ích, cung cấp thông tin hoặc tư vấn miễn phí cho khách hàng.

➤ *Chưa tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát nội bộ:*

Đây là yếu tố quan trọng trong quản lý điều hành hoạt động kinh doanh của NHTM, nếu làm tốt sẽ thực sự trở thành “lá chắn thứ nhất” đảm bảo an toàn trong hoạt động của NHTM. Nhưng thực tế, Hội đồng quản trị và ban điều hành của một số NHTM chưa thực sự quan trọng đến khâu này. Nhiều NHTM chưa bổ nhiệm người đúng tiêu chuẩn; chưa đào tạo cán bộ kiểm soát có trình độ tương xứng với nhiệm vụ. Ngoài ra, cán bộ kiểm soát chưa làm đúng với chức trách của mình, chưa mạnh dạn đấu tranh với những sai của Hội đồng quản trị và ban điều hành.

Đội ngũ lãnh đạo tại một số NHTM còn hạn chế về trình độ tổ chức, công tác chuyên môn, thậm chí còn lợi dụng chức vụ, quyền hạn để lũng đoạn, tư lợi cho cá nhân, gia đình, bạn bè mình. Trong khi đó, NHNN cấp quản lý vẫn còn nhiều khó khăn và thiếu điều kiện để quản lý như: văn bản pháp quy không đầy đủ và chồng chéo. Đội ngũ cán bộ quản lý bất cập và xáo trộn, số lượng các TCTD tại TP.HCM quá lớn và không đi đôi với yêu cầu của chất lượng.

➤ *Khó khăn liên quan đến việc công chứng, giao dịch đảm bảo tài sản:*

Việc công chứng hợp đồng thế chấp tài sản, đăng ký giao dịch đảm bảo được thực hiện rất khác nhau tại các địa phương. Mỗi tỉnh/thành phố có quy định riêng về thủ tục công chứng, đăng ký. Mỗi quận/huyện khác nhau của một tỉnh/thành phố cũng có những thủ tục, phương thức thực hiện công chứng, đăng ký rất khác nhau, gây nhiều khó khăn cho các TCTD.

Một số phòng công chứng vẫn chưa thực hiện theo hướng dẫn tại thông tư liên tịch 04: vẫn yêu cầu có giấy xác nhận tình trạng nhà. Trường hợp, phường xã lại không thực hiện việc xác nhận tình trạng nhà thì phòng công chứng yêu cầu ngân hàng phải xác nhận là đã kiểm tra tính pháp lý của tài sản: không tranh chấp, không kê biên...điều này gây nhiều khó khăn cho ngân hàng trong việc giải quyết hồ sơ vay của khách hàng.

Thời gian đăng ký và xóa giao dịch đảm bảo còn kéo dài gây khó khăn cho ngân hàng trong hoạt động cho vay, giải ngân đối với khách hàng vay vốn. Mặt khác thời hạn của giao dịch đảm bảo là 5 năm chưa phù hợp với thực tế vì đối với khoản vay dài hạn (10-15 năm) thì phải thực hiện gia hạn nhiều lần gây tốn kém thời gian và chi phí. Theo đó, nếu thời gian giao dịch đảm bảo có hiệu lực phù hợp với thời hạn vay theo hợp đồng thế chấp, cầm cố thì hợp lý hơn.

➤ *Khó khăn vướng mắc liên quan đến việc thế chấp tài sản và xử lý tài sản đảm bảo để thu hồi nợ.*

Theo quy định của pháp luật, khi khách hàng vi phạm nghĩa vụ trả nợ, TCTD được quyền xử lý tài sản theo thỏa thuận trong hợp đồng thế chấp để thu hồi nợ. Tuy nhiên, trong thực tế khi khách hàng không trả được nợ cho ngân hàng đúng hạn thì

việc ngân hàng tự xử lý tài sản đảm bảo như thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng, hợp đồng thế chấp đã ký giữa các bên để thu hồi nợ vẫn không thể thực hiện được.

Khi TCTD phải khởi kiện để thu hồi nợ, thủ tục khởi kiện, thi hành án rất phức tạp, rườm rà và thời gian kéo dài. Đồng thời, khi ngân hàng (bên được thi hành án) yêu cầu thi hành án để bảo vệ quyền lợi của mình thì còn phải nộp phí thi hành án. Quá trình này không chỉ gây tổn kém cho TCTD về thời gian, chi phí liên quan mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng tín dụng, đến hiệu quả kinh doanh của mỗi TCTD.

➤ NHTMCP là mô hình mới trong hệ thống NHTM VN. Cho đến nay, hệ thống này vừa vận hành vừa rút kinh nghiệm để định hình. Do đó, có nhiều sai phạm là tất nhiên, nhưng việc phát hiện những sai lệch còn chậm, đồng thời ban hành các quy định nhằm kịp thời chỉnh sửa những sai lệch đó còn rất chậm;

➤ Nhiều NHTM chưa hoạch định cho mình chiến lược hoạt động, phát triển, hoặc nếu có thì định hướng lược chưa rõ ràng (nhất là về thị phần, về khách hàng...); từ đó chưa có kế hoạch kinh tế dài hơi mà còn trong tình trạng “tới đâu hay tới đó”. Chưa tạo được nhiều nguồn vốn trung dài hạn để mở rộng đầu tư chiều sâu cho các thành phần kinh tế;

➤ Công nghệ ngân hàng và việc ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động NHTM còn nhiều hạn chế, chậm đổi mới, chưa đáp ứng được yêu cầu hiện đại hoá hoạt động ngân hàng.

➤ Trình độ chuyên môn nghiệp vụ và am hiểu pháp luật của không ít cán bộ nhân viên NHTM còn nhiều bất cập, chưa theo kịp yêu cầu phát triển trong tình hình mới.

➤ Hoạt động kiểm tra kiểm soát nội bộ tại NHTM chưa được chú trọng, tổ chức thực hiện nghiêm túc.

➤ Hầu hết các NHTM đều thiếu kinh nghiệm trong quản lý rủi ro. Cơ chế và điều kiện để xử lý chưa hoàn chỉnh, đầy đủ;

➤ Hệ thống ngân hàng hiện nay còn đang hoạt động trong điều kiện thiếu thông tin về khách hàng thậm chí một vài NHTM còn không biết cách hoặc không quan tâm khai thác các nguồn thông tin hiện có một cách có hiệu quả.

➤ Ý thức tuân thủ pháp luật chưa đồng bộ và nhất quán giữa các NHTM. Một số quy định của Nhà nước chưa phù hợp với thực tiễn. Mặt khác, nhiều

NHTM chưa có hệ thống chi tiết hoá, cụ thể hoá văn bản pháp luật để áp dụng triển khai thực hiện một cách triệt để, kịp thời, phù hợp với đơn vị mình.

➤ Sự ổn định và phát triển của nền kinh tế đất nước chưa cao và xu hướng phát triển chậm lại làm ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động của các NHTM.

➤ Sự kiểm tra, giám sát và quản lý về mặt Nhà nước của NHNN còn lỏng lẻo. Hàng loạt các sai phạm xảy ra tại nhiều NHTM. Tại một vài NHTM, Ban lãnh đạo ngân hàng tham ô, lừa đảo và thiếu tinh thần trách nhiệm dẫn đến nhiều hậu quả nghiêm trọng hoặc mất vốn, mất khả năng chi trả... phải đặt vào tình trạng kiểm soát đặc biệt hoặc rút giấy phép hoạt động.

➤ Tiến trình xử lý củng cố, sắp xếp lại các NHTM còn khá chậm do phải thận trọng nên việc lành mạnh hoá hoạt động nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của NHTM còn nhiều hạn chế;

➤ Thiếu cơ chế xác lập một môi trường công nghiệp lành mạnh trong hoạt động kinh doanh tiền tệ ngân hàng; trong đó việc ban hành luật cạnh tranh và xác lập các chuẩn mực đạo đức trong cạnh tranh là cần thiết;

➤ Hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng (CI-TAD) thường xuyên bị sự cố do lỗi đường truyền hoặc do lỗi chương trình. Bên cạnh đó chưa được triển khai rộng khắp tại các tỉnh/thành phố khác trên toàn quốc, làm ảnh hưởng đến tốc độ thanh toán. Vì vậy, chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu thanh toán của khách hàng và nền kinh tế.

➤ Về thông tin tín dụng: nguồn thông tin CIC của NHTW là nguồn cung cấp thông tin quan trọng hỗ trợ trong việc giải quyết cho vay của các TCTD. Tuy nhiên một số nội dung thông tin như tình hình tài chính, xếp hạng khách hàng, thông tin ngành...chưa được cập nhật và chi tiết. Thông tin về việc phát sinh nợ quá hạn, nợ xấu của quá khứ thì chưa rõ về số tiền và thời điểm phát sinh...cũng làm hạn chế quá trình khai thác, xử lý, phân tích thông tin về khách hàng của TCTD mỗi khi phát sinh quan hệ vay vốn.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Qua phân tích, đánh giá những cơ hội và thách thức của hệ thống ngân hàng Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, đồng thời cũng nêu ra những điểm mạnh, điểm yếu của NHTM Việt Nam. Tác giả đi sâu vào phân tích thực trạng hoạt động của các NHTM trên địa bàn TPHCM. Nhìn chung trong những năm vừa qua và đặc biệt 10 tháng đầu năm 2006, các NHTM trên địa bàn thành phố đã có những bước phát triển. Các dịch vụ ngân hàng truyền thống vẫn là những nhân tố chủ đạo trong hoạt động kinh doanh của các ngân hàng trên địa bàn. Bên cạnh đó các dịch vụ ngân hàng hiện đại cũng đã được các ngân hàng quan tâm, khách hàng đã từng bước thích ứng với những tiện ích mà các dịch vụ này đem lại. Từ thực trạng yêu cầu, nhiều vấn đề về chiến lược phát triển, vấn đề về vốn, ứng dụng và khai thác công nghệ, liên kết ngân hàng, phong cách phục vụ, trình độ của đội ngũ cán bộ đang đặt ra cần được giải quyết để phát triển dịch vụ ngân hàng đáp ứng được yêu cầu của quá trình hội nhập kinh tế thế giới. Trên đây là thực tiễn, thực trạng hoạt động kinh doanh và phát triển các dịch vụ ngân hàng của các NHTM trong điều kiện hiện nay; cùng với cơ sở lý luận được trình bày ở Chương 1, người viết mạnh dạn trình bày một số giải pháp mang tính gợi mở với mong muốn ít nhiều giúp cho NHTM có thể nâng cao năng lực cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh của mình.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CỦA NGÂN HÀNG

THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH THỜI KỶ HẬU WTO

3.1 Định hướng và mục tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh thời kỳ hậu WTO

3.1.1 Cam kết WTO của Việt Nam về dịch vụ tài chính ngân hàng

Ngày 07/11/2006 đánh dấu mốc son khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Chính phủ Việt Nam đã công bố thực hiện những cam kết về dịch vụ ngân hàng và các dịch vụ tài chính khác. Có thể tóm tắt một số nội dung chính như sau:

❖ **Về chính sách tiền tệ và ngân sách**

➤ Việt Nam đã thông báo mục tiêu chính trong chính sách tiền tệ là ổn định giá trị đồng tiền, kiểm soát lạm phát và thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội. Cơ chế tín dụng đã được sửa đổi theo hướng thông thoáng hơn, nhằm tạo ra một sân chơi bình đẳng giữa các thành phần kinh tế khác nhau, nâng cao tính tự chủ và trách nhiệm giải trình của các tổ chức tín dụng, nâng cao chất lượng tín dụng.

➤ Để nâng cao hơn nữa hiệu quả hoạt động của các ngân hàng thương mại quốc doanh, Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước đã và đang chỉ đạo cổ phần hoá các ngân hàng thương mại quốc doanh và dự kiến sẽ cổ phần hoá hết các ngân hàng này cho đến năm 2010.

❖ **Về ngoại hối và thanh toán**

Việt Nam đã thay thế hệ thống tỷ giá cố định bằng cơ chế tỷ giá linh hoạt thả nổi có quản lý. Việt Nam đã quy định nghĩa vụ tạm thời phải kết hối ngoại tệ với mục đích tập trung ngoại tệ vào hệ thống ngân hàng để đáp ứng các nhu cầu thiết yếu về ngoại tệ cho nền kinh tế và đã nới lỏng dần yêu cầu kết hối này khi tình hình kinh tế được cải thiện. Hạn chế đối với giao dịch vãng lai đã được bãi bỏ và không duy trì bất kỳ biện pháp nào trái với các cam kết của mình về các dịch vụ ngân hàng và các dịch vụ tài chính khác cũng như về thanh toán giao dịch vãng lai và chuyển tiền quốc tế.

❖ **Về các chính sách thương mại dịch vụ liên quan lĩnh vực ngân hàng**

➤ Các cam kết của Việt Nam trong tiến trình hội nhập WTO về các hình thức pháp lý của các tổ chức tín dụng nước ngoài hoạt động tại Việt Nam là đầy đủ và không bị hạn chế, ở cả loại hình NHTM và tổ chức tín dụng phi ngân hàng. Theo cam kết đóng góp của bên nước ngoài vào một ngân hàng liên doanh hoạt động với tư cách của một ngân hàng thương mại không được vượt quá 50% vốn điều lệ của ngân hàng, trong khi đó phần góp vốn của bên nước ngoài vào một tổ chức tín dụng phi ngân hàng liên doanh cần phải đạt ít nhất là 30% vốn điều lệ. Tổng mức cổ phần của các tổ chức và cá nhân nước ngoài có thể được giới hạn ở mức 30% vốn điều lệ của một ngân hàng thương mại cổ phần của Việt Nam, trừ khi được pháp luật Việt Nam hoặc cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam cho phép. Kể từ ngày 01-04-2007, các tổ chức tín dụng nước ngoài sẽ được phép thành lập các ngân hàng 100% vốn nước ngoài tại Việt Nam. Để mở một chi nhánh của một ngân hàng thương mại nước ngoài tại Việt Nam thì ngân hàng mẹ phải có tổng tài sản có hơn 20 tỷ USD vào cuối năm trước thời điểm nộp đơn xin mở chi nhánh. Điều kiện thăng chót để thành lập một ngân hàng liên doanh hoặc một ngân hàng 100% vốn nước ngoài là ngân hàng mẹ phải có tổng tài sản có hơn 10 tỷ USD vào cuối năm trước thời điểm nộp đơn xin mở ngân hàng. Việt Nam khẳng định rằng Ngân hàng Nhà Nước Việt Nam sẽ tuân thủ các quy định trong các Điều XVI và XVII của GATS khi xem xét đơn xin cấp giấy phép mới, phù hợp những hạn chế đã nêu trong biểu cam kết về dịch vụ của Việt Nam...

➤ Về vốn tối thiểu đối với một chi nhánh ngân hàng nước ngoài bằng hoặc thấp hơn mức quy định đối với ngân hàng thuộc sở hữu trong nước được thành lập tại Việt Nam, Việt Nam đã cho phép các chi nhánh ngân hàng nước ngoài hoạt động dựa trên vốn của ngân hàng mẹ cho mục đích cho vay.

➤ Một chi nhánh ngân hàng nước ngoài không được phép mở các điểm giao dịch, các điểm giao dịch hoạt động phụ thuộc vào vốn của chi nhánh, nhưng không có hạn chế về số lượng các chi nhánh.

➤ Các cam kết của Việt Nam về loại hình dịch vụ ngân hàng và tài chính mà các tổ chức tín dụng nước ngoài cung cấp tại Việt Nam là rất phong phú và đa dạng, bao gồm hầu hết các dịch vụ của một ngân hàng hiện đại, trong đó có một số dịch vụ chỉ mới được thực hiện ở Việt Nam như nghiệp vụ Swaps, Forward, hoặc nghiệp vụ chưa được thực hiện ở Việt Nam như nghiệp vụ quản lý đầu tư tập thể, quản lý quỹ hưu trí, uỷ thác, cung cấp và xử lý dữ liệu tài chính và các phần mềm của các nhà cung cấp các dịch vụ tài chính khác...Cam kết này tạo ưu thế cạnh tranh cho các ngân hàng nước ngoài.

➤ Các cam kết của Việt Nam về lộ trình thực hiện trong lĩnh vực dịch vụ ngân hàng, tài chính không phải là dài (5 năm) và không phải giống nhau ở các lĩnh vực hoạt động. Trong vòng 5 năm kể từ ngày gia nhập WTO, Việt Nam có thể hạn chế quyền của một chi nhánh ngân hàng nước ngoài được nhận tiền gửi bằng đồng Việt Nam từ các thể nhân Việt Nam mà ngân hàng không có quan hệ tín dụng theo mức vốn mà ngân hàng mẹ cấp cho chi nhánh phù hợp với lộ trình sau:

- Ngày 1/1/2007: 650% vốn pháp định được cấp
- Ngày 1/1/2008: 800% vốn pháp định được cấp
- Ngày 1/1/2009: 900% vốn pháp định được cấp
- Ngày 1/1/2010: 1000% vốn pháp định được cấp
- Ngày 1/1/2011: Đối xử quốc gia đầy đủ

Các cam kết đã đặt ra áp lực cạnh tranh khá quyết liệt đối với các tổ chức tín dụng của Việt Nam trong thời gian tới.

3.1.2 Các mục tiêu và định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng trên địa bàn Thành Phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2006-2010

Theo Nghị quyết Đại hội Đảng bộ Thành Phố Hồ Chí Minh lần thứ VII và theo chương trình mục tiêu lộ trình phát triển dịch vụ ngân hàng trên địa bàn Thành Phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2006-2010 của Ngân hàng Nhà Nước Việt Nam – Chi nhánh Thành Phố Hồ Chí Minh, chúng ta có thể khái quát một số mục tiêu và định hướng phát triển về dịch vụ ngân hàng trên địa bàn như sau:

❖ Mục tiêu tổng quát:

➤ Tiếp tục hoàn thiện và nâng cao hiệu quả của các dịch vụ truyền thống hiện có nhằm cung cấp các dịch vụ ngân hàng tốt nhất, tiện ích nhất, nâng cao khả năng phục vụ khách hàng, nâng cao khả năng cạnh tranh của các tổ chức tín dụng trên địa bàn.

➤ Xây dựng một hệ thống ngân hàng đủ mạnh về vốn, về công nghệ hạ tầng kỹ thuật, về năng lực tài chính, năng lực quản lý...có thể cạnh tranh được với các ngân hàng trong khu vực và trên thế giới.

➤ Cải cách căn bản và triệt để, phát triển toàn diện hệ thống các tổ chức tín dụng theo hướng hiện đại. Thực hiện ngân hàng điện tử với các giao dịch

hiện đại, nhanh chóng, an toàn, đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế, nhu cầu của khách hàng.

❖ **Định hướng phát triển:**

➤ Hoàn thiện và nâng cao chất lượng các dịch vụ đã có từ trước, phát triển mạnh các dịch vụ ngân hàng có lợi thế cạnh tranh so với các chi nhánh ngân hàng nước ngoài trên địa bàn thành phố.

➤ Đẩy nhanh cổ phần hoá các ngân hàng thương mại nhà nước nhằm tạo nguồn cho việc hình thành các tập đoàn ngân hàng đa năng Việt Nam có quy mô vừa và lớn, tăng cường ảnh hưởng với thị trường tài chính trong nước và quốc tế.

➤ Phát triển công nghệ ngân hàng theo hướng ứng dụng công nghệ thông tin, xây dựng và tổ chức hệ thống mạng máy tính hiện đại trong toàn hệ thống. Phát triển nâng cao chất lượng một số hoạt động dịch vụ ngân hàng điện tử phù hợp với trình độ và khả năng tài chính của ngân hàng, bảo đảm an toàn, hiệu quả và bí mật.

➤ Tổ chức, xây dựng mạng lưới kinh doanh rộng khắp, tiếp cận, cung ứng tốt nhất nhu cầu cho khách hàng.

3.1.3 Diễn biến của tiến trình hội nhập lĩnh vực ngân hàng

❖ **Giai đoạn từ nay đến 2010**

Trọng tâm của giai đoạn này là thực hiện các cam kết trong hiệp định thương mại Việt - Mỹ và các cam kết khi gia nhập WTO, cụ thể là từng bước cho phép các nhà cung cấp dịch vụ tài chính Hoa Kỳ cung cấp 12 phân ngành dịch vụ tài Việt Nam theo lộ trình 7 mốc. Trước mắt nới lỏng các hạn chế đối với ngân hàng nước ngoài về nhận tiền gửi, cho phép phát triển một số loại hình tín dụng và thanh toán, tiếp cận nghiệp vụ tái cấp vốn của NHTW, tham gia hoạt động tư vấn và môi giới kinh doanh tiền tệ.

Trong 02 năm đầu của giai đoạn này ngành ngân hàng Việt Nam cần tập trung vào những nhiệm vụ sau:

➤ Cùng cố tăng cường sức cạnh tranh của hệ thống NHTM Việt Nam theo hướng ngân hàng trước hết phải tự hoàn thiện mình, phải xuất phát từ lợi ích căn bản của chính hệ thống ngân hàng mình trên cơ sở đó cần tuân thủ các nguyên tắc thị trường và an toàn trong kinh doanh.

- Cơ cấu lại NHNN và các tổ chức tín dụng theo hướng tăng cường năng lực quản lý, kiểm soát trong ngân hàng.
- Hoàn thiện các công cụ chính sách tiền tệ, nhất là dự trữ bắt buộc, tín dụng, tái cấp vốn, tái chiết khấu và nghiệp vụ thị trường mở trong việc điều hành chính sách tiền tệ.
- Tập trung xây dựng và hoàn thiện quy chế hoạt động của thị trường tiền tệ theo hướng mở rộng khả năng phát hành các công cụ có tính thanh khoản cao và các công cụ mới của NHTM.
- Tiến hành thí điểm cổ phần hoá NHTM quốc doanh với sự tham gia của các ngân hàng nước ngoài.
- Các NHTM trong nước phải nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, đa dạng hoá phương thức và loại hình tín dụng, mở rộng đối tượng cho vay và dịch vụ thanh toán qua ngân hàng.
- Các NHTM Việt Nam phải xây dựng được chiến lược cạnh tranh và giải pháp khả thi để thực hiện chiến lược đó.

Thời gian còn lại của giai đoạn này là tiếp tục mở cửa dịch vụ ngân hàng và hình thức pháp lý trong hoạt động ngân hàng đối với các trung gian tài chính nước ngoài, đảm bảo đến 2010 các ngân hàng nước ngoài được đối xử bình đẳng với các trung gian tài chính trong nước.

❖ **Giai đoạn 2011 – 2020**

Thực hiện các cam kết còn lại của tiến trình hội nhập. Đến thời điểm này hệ thống ngân hàng Việt Nam phải đóng một vai trò nhất định trong khu vực và trên thị trường quốc tế. Các cổ phiếu và trái phiếu phát hành từ Ngân hàng Việt Nam có mặt ở nhiều trung gian tài chính quốc tế. Đồng tiền Việt Nam được tự do chuyển đổi.

3.2 Một số giải pháp cơ bản phát triển dịch vụ ngân hàng của Ngân hàng thương mại trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh thời kỳ hậu WTO

3.2.1 Giải pháp mang tính chiến lược lâu dài: Xây dựng các tập đoàn tài chính ngân hàng

Nâng cao năng lực tài chính của các ngân hàng thương mại, tiến tới hình thành những tập đoàn tài chính ngân hàng. Hiện nay hầu hết các ngân hàng nước ngoài không chỉ hoạt động trong lĩnh vực ngân hàng truyền thống như các NHTM Việt Nam. Các ngân hàng nước ngoài đã phát triển ở một tầm cao hơn dưới dạng

tập đoàn tài chính ngân hàng. Do đó, việc xây dựng các NHTM Việt Nam thành các tập đoàn tài chính ngân hàng là điều tất yếu để các NHTM Việt Nam phát triển cả về chiều rộng và chiều sâu. Vậy làm thế nào để xây dựng thành công tập đoàn tài chính ngân hàng ở Việt Nam?

Tập đoàn kinh tế là một tổ chức tiên tiến, là thực thể kinh tế thể hiện sự liên kết giữa các thành viên là các doanh nghiệp có quan hệ với nhau về công nghệ và lợi ích kinh tế. Trên thực tế Việt Nam đã xuất hiện các tập đoàn kinh tế do sự chuyển đổi tên gọi các tổng công ty thành tập đoàn. Việc xây dựng các tập đoàn kinh tế vừa đúng về lượng và chất cần phải có một cơ chế, lộ trình và không thể đốt cháy giai đoạn. Mô hình tập đoàn trong ngân hàng cũng không tách rời lộ trình đó. Bởi tập đoàn tài chính ngân hàng bản chất là một tập đoàn kinh tế gồm các doanh nghiệp có liên kết chặt chẽ với nhau trong lĩnh vực tài chính ngân hàng. Phương thức thành lập tập đoàn tài chính ngân hàng tùy thuộc vào nhiều yếu tố như môi trường pháp lý, yếu tố lịch sử, mục tiêu, quan điểm...có thể kể đến các phương thức: Công ty mẹ mua công ty khác để biến thành công ty con của mình; thành lập mới một số công ty con; Sáp nhập công ty khác vào công ty mẹ hoặc công ty con...Xét về phương diện hoạt động đa năng, các ngân hàng TMCP sẽ thâm nhập sang lĩnh vực bảo hiểm, thuê mua tài chính, quản lý quỹ, đầu tư chứng khoán, bảo lãnh phát hành chứng khoán, quản lý khai thác tài sản nợ, mua bán nợ...khi quy mô hoạt động, năng lực cạnh tranh của các NHTM cổ phần đã tương đối lớn mạnh và hoạt động có hiệu quả thì từng bước có thể hình thành tập đoàn tài chính ngân hàng với hoạt động đa năng nhằm tạo ra một thể và lực mới đáp ứng quá trình hội nhập. Các NHTM Việt Nam, đặc biệt là các NHTM cổ phần đang xây dựng chiến lược cạnh tranh với Ngân hàng nước ngoài theo cách riêng của mình (phần lớn là hướng tới xây dựng theo mô hình tập đoàn tài chính ngân hàng đa năng) nhưng còn mang tính tự phát. Vì vậy, ngoài sự tự nỗ lực của các NHTM cổ phần hiện nay, các NHTM cổ phần đang cần một nhạc trưởng đó chính là lãnh đạo ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Nếu việc xây dựng thành công các tập đoàn tài chính ngân hàng sẽ có ý nghĩa đặc biệt quan trọng đối với nền kinh tế, bởi vai trò của các tập đoàn tài chính ngân hàng được thể hiện rõ nét dưới đây:

➤ Làm tăng tiềm lực kinh tế và khả năng cạnh tranh của cả tập đoàn cũng như từng công ty thành viên trên cơ sở quản lý, điều hoà sử dụng tối ưu các nguồn lực. Nó cho phép huy động được nguồn lực vật chất và con người rất lớn trong xã hội vào quá trình kinh doanh của tập đoàn, cho phép tăng cường sự hỗ trợ, tương tác lẫn nhau đồng thời hạn chế tối đa giữa các đơn vị thành viên. Thông qua mối liên

kết hiện có, tập đoàn sẽ có điều kiện thuận lợi để chỉ đạo chiến lược kinh doanh chống lại sự cạnh tranh của các tập đoàn khác, đặc biệt là các tập đoàn nước ngoài.

➤ Việc kinh doanh đa năng cho phép phát huy tối đa và toàn diện năng lực của cả tập đoàn. Việc điều hoà vốn tập trung sẽ khắc phục được sự hạn chế về vốn của từng thành viên, tạo động lực phát triển bền vững trong tập đoàn.

➤ Việc trao đổi, cung cấp thông tin để bán chéo sản phẩm giữa các đơn vị thành viên trong tập đoàn sẽ góp phần nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, tạo cơ sở cho việc đầu tư vào các dự án có hiệu quả kinh tế cao. Tập trung thúc đẩy việc nghiên cứu và ứng dụng khoa học công nghệ mới mang tính đột phá vào kinh doanh của các công ty trong tập đoàn. Sự hợp tác về vốn và nhân lực cũng như việc cung cấp trao đổi thông tin, kinh nghiệm trong nội bộ tập đoàn sẽ giúp cho các đơn vị thành viên triển khai nhanh chóng các sản phẩm mới cung cấp cho khách hàng. Bên cạnh đó với nguồn lực tài chính vững mạnh, tập đoàn có điều kiện tập trung đào tạo nâng cao nguồn nhân lực có chất lượng cao không bị các ngân hàng nước ngoài thu hút.

Với tư cách là “hệ tuần hoàn” của nền kinh tế Việt Nam, tập đoàn tài chính ngân hàng thúc đẩy tăng tốc nhanh sự nghiệp công nghiệp hoá đất nước, cạnh tranh thành công với các ngân hàng nước ngoài khi họ tham gia vào Việt Nam theo lộ trình WTO.

Lộ trình thực hiện việc thành lập các tập đoàn tài chính ngân hàng:

- Năm thứ 1-3: củng cố năng lực cạnh tranh của các ngân hàng
- Năm thứ 4-5: Từng bước đẩy mạnh hoạt động đa năng các ngân hàng
- Từ năm thứ 6 trở đi: Hình thành tập đoàn tài chính ngân hàng với hoạt động đa năng.

3.2.2 Một số giải pháp cụ thể trước mắt

3.2.2.1 Tăng nhanh quy mô vốn:

Để nâng cao năng lực tài chính của các NHTM và tạo điều kiện cho các NHTM mở rộng quy mô hoạt động và nâng cao khả năng cung ứng dịch vụ, cần giải quyết 3 vấn đề: Tăng vốn tự có, tăng khả năng sinh lời, xử lý nợ tồn đọng.

❖ Tăng vốn tự có:

Trong điều kiện ngân sách hạn chế, để tăng vốn điều lệ cho các NHTM, ngoài việc chính phủ xem xét cấp vốn bổ sung cho các NHTM, giải pháp trước mắt cho phép phát hành thêm trái phiếu huy động vốn từ nội bộ nhân viên. Phương án này có ưu điểm là tạo ra nguồn vốn kinh doanh mới khá nhanh chóng và giúp cho nhân viên ngân hàng gắn bó với ngân hàng hơn.

Cho phép các NHTM đánh giá lại tài sản theo đúng giá trị thực bởi vì khối lượng tài sản của các NHTM rất lớn nhất là các NHTM toạ lạc những vị trí thuận lợi, với cách này sẽ làm tăng đáng kể vốn điều lệ của NHTM. Bên cạnh đó việc trích lập các quỹ bổ sung (quỹ bổ sung vốn điều lệ, quỹ dự phòng tài chính...) nên được trích lập trước khi nộp thuế thu nhập doanh nghiệp để các NHTM có điều kiện nâng vốn tự có nhanh hơn. Khi các điều kiện kinh tế, xã hội thuận lợi, Chính phủ nên cho phép cổ phần hoá một số NHTM quốc doanh nhằm tăng vốn điều lệ, đồng thời góp phần cung cấp và đa dạng hàng hoá trên thị trường tài chính. Trong thời gian trước mắt để nắm vai trò chủ đạo ổn định tình hình tiền tệ Nhà nước nên giữ cổ phần khá cao ở mức trên 40% và càng về sau khi hệ thống NHTM vững mạnh và thị trường tài chính ổn định thì Nhà nước chỉ cần nắm giữ khoảng trên 20% cổ phiếu, đảm bảo nhà nước vẫn có thể giữ vững được ổn định tiền tệ và điều tiết vốn trên thị trường. Nếu chúng ta thực hiện tốt chương trình cổ phần hoá thì năng lực tài chính của ngân hàng sẽ tăng lên. Hiện nay cổ phiếu ngân hàng rất đắt hàng và có giá cao, điều này cho thấy người ta sẵn sàng bỏ tiền vào đầu tư các ngân hàng, như thế việc nâng cao năng lực tài chính của các ngân hàng thương mại nhà nước đã có giải pháp, có hướng đi. Cái quan trọng là tổ chức thực hiện phương án cổ phần hoá như thế nào để đem lại hiệu quả là một câu hỏi cần phải tìm lời giải đáp. Trên cơ sở kinh nghiệm của Trung Quốc trong việc cổ phần hoá các NHTM nhà nước, chúng ta có thể vận dụng giải quyết theo hướng:

➤ Xử lý quyết liệt, dứt điểm nợ xấu, tăng cường năng lực tài chính. Trước khi định giá doanh nghiệp và mời chào cổ đông chiến lược, các ngân hàng phải cải cách triệt để để hoạt động, lành mạnh hoá bảng tổng kết tài sản và bảo đảm các chỉ số hoạt động theo thông lệ quốc tế. Để làm được điều này, Chính phủ, Bộ Tài Chính, NHNN phải hỗ trợ mạnh mẽ các ngân hàng trong việc cổ phần hoá.

➤ Việc lựa chọn tư vấn quốc tế cần phải thực hiện theo phương thức chọn thầu cạnh tranh. Xác định thực chất năng lực tài chính, chất lượng tài sản của các NHTM nhà nước là một việc làm hết sức quan trọng, đòi hỏi phải được thực hiện theo thông lệ và do công ty kiểm toán nước ngoài có nhiều kinh nghiệm thực hiện. Do đó các ngân hàng cần phải xác định và thuê cho được công ty kiểm toán quốc tế có

năng lực và uy tín để hỗ trợ làm rõ chất lượng bảng tổng kết tài sản. Bên cạnh đó, cần lựa chọn đối tác chiến lược phát hành cổ phiếu lần đầu là một việc làm quan trọng, các ngân hàng nên lựa chọn những nhà tư vấn có kinh nghiệm, uy tín, giúp đảm bảo thành công cho việc phát hành cổ phiếu lần đầu.

➤ Chú trọng đến việc lựa chọn nhà đầu tư chiến lược. Các ngân hàng sẽ tận dụng được kỹ năng quản lý, điều hành hiện đại cũng như nguồn lực tài chính dồi dào của các nhà đầu tư chiến lược. Việc bán cổ phần cho nhà đầu tư chiến lược cần được thực hiện thông qua đàm phán thương lượng. Các cổ đông chiến lược sẽ giúp ngân hàng tuyên truyền, giới thiệu hình ảnh của ngân hàng trên thị trường quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi khi niêm yết ra thị trường nước ngoài.

Bước đầu việc cổ phần hoá tại Ngân hàng Ngoại Thương Việt Nam tốc độ chậm, một phần là do đây là bước đi đầu tiên còn nhiều bỡ ngỡ, khó khăn nhưng chắc chắn trong thời gian tới nhà nước sẽ có những biện pháp khẩn trương để cổ phần hoá các ngân hàng. Cổ phần hoá sẽ tạo điều kiện cho ngân hàng tiếp cận được nhiều nguồn vốn thông qua thị trường chứng khoán.

Còn đối với các NHTM cổ phần thì cho phép các nhà đầu tư nước ngoài mua với tỷ lệ tối đa không quá 30% vốn điều lệ của ngân hàng đó (theo đúng cam kết WTO của Việt Nam về dịch vụ ngân hàng).

Nghiên cứu nâng dần quy định về vốn pháp định đối với ngân hàng TMCP và cho phép các NHTM có hoạt động kinh doanh tốt được phát hành thêm cổ phiếu mới và đưa cổ phiếu ngân hàng lên sàn giao dịch thị trường chứng khoán.

Một giải pháp nữa để tăng nguồn vốn của các ngân hàng đó là gọi vốn từ các cổ đông chiến lược là các tổ chức tài chính, ngân hàng nước ngoài. Hiện tại thị trường dịch vụ ngân hàng của Việt Nam có sức hút rất lớn đối với các tổ chức tài chính nước ngoài. Họ quan tâm đến thị trường Việt Nam vì nó có nhiều cơ hội, tiềm năng để đầu tư, phát triển thị phần thu lợi nhuận. Thực tế các NHTM Việt nam tham gia ngân hàng liên doanh đều có quan điểm nắm giữ cổ phần đủ lớn để bình đẳng với các đối tác nước ngoài trong liên doanh. Do đó để tranh thủ nguồn vốn dài hạn, các ngân hàng chủ động đàm phán tăng vốn theo hình thức bổ sung thêm của các bên tham gia liên doanh.

Kể từ đầu năm 2006, nhận được sự hỗ trợ của nhà nước, đồng loạt các NHTM cổ phần của Việt Nam đều có sự điều chỉnh vốn điều lệ với việc tăng vốn tự có bằng hai cách: huy động vốn từ cổ đông hiện hữu và mở rộng cổ đông ra công

chúng (qua việc đưa ngân hàng ra thị trường chứng khoán); sáp nhập các ngân hàng nhỏ vào các ngân hàng lớn.

❖ **Tăng khả năng sinh lời:**

Các ngân hàng có thể tăng vốn từ các khoản lợi nhuận để lại. Để thực hiện được giải pháp này cần có sự thống nhất từ các cơ quan thuế và ngân hàng, trên cơ sở cho phép các ngân hàng hoàn thành vượt mức chỉ tiêu lợi nhuận đề ra thì phần vượt mức được phép để lại để tăng vốn điều lệ. Tuy nhiên cần phải quy định thực hiện trong một thời gian nhất định, chẳng hạn không quá 5 năm. Nếu như giải pháp này được quan tâm thực hiện đến nơi thì sẽ khuyến khích các ngân hàng nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh để tăng vốn.

Tăng khả năng sinh lời liên quan trực tiếp đến hoạt động nâng cao chất lượng tín dụng và hiệu quả kinh doanh. Trên cơ sở những kinh nghiệm rút ra từ thực tế những năm qua, các ngân hàng cần chủ động trong việc ra quyết định kinh doanh. Điều chỉnh lãi suất đầu vào, đầu ra phù hợp trên nguyên tắc huy động vốn và phân bổ tín dụng có hiệu quả, an toàn. Cần chú trọng thị trường bán lẻ nhiều hơn. Nên áp dụng chiến lược “vét dầu loang” mà các ngân hàng nước ngoài đang áp dụng để thu hút khách hàng. Cần nhắc đánh đổi lợi ích trước mắt để có hiệu quả lâu dài. Để nâng cao chất lượng tín dụng, cần phải chú ý nâng cao trình độ và chất lượng thẩm định dự án. Việc thẩm định dự án cần phải tính đến các yếu tố rủi ro tiềm ẩn, đặc biệt là những rủi ro liên quan đến bất động sản thế chấp, sự biến động của giá cả thị trường bất động sản phòng hờ rủi ro có thể xảy ra. Tính toán, thẩm định nguồn thu từ dự án là cơ sở để trả nợ ngân hàng, tính toán kỳ hạn nợ chính xác để hạn chế tối đa việc phát sinh nợ quá hạn. Một vấn đề liên quan đến hoạt động tín dụng đó là các ngân hàng nên chủ động đề nghị doanh nghiệp các phương án tài trợ tín dụng sát với doanh nghiệp hơn, tạo điều kiện để doanh nghiệp phát huy được thế mạnh của mình. Ví dụ như đối với các doanh nghiệp xây lắp công nghiệp nên có kế hoạch tín dụng cho từng dự án cụ thể chứ không xây dựng kế hoạch chung cho toàn doanh nghiệp. Có như vậy mới đi sâu vào công việc cụ thể của doanh nghiệp, ngân hàng vừa giám sát được dòng vốn bỏ ra, vừa đáp ứng kịp thời nhu cầu của doanh nghiệp, hiệu quả đầu tư sẽ cao hơn.

❖ **Tăng vốn từ nguồn thu nợ đã được xử lý:** Theo đó cho phép các ngân hàng thu những khoản nợ được xoá bằng quỹ dự phòng để bổ sung tăng vốn tự có. Do đó giải pháp cụ thể để xử lý những khoản nợ tồn đọng đó là:

➤ Đối với nợ tồn đọng nhóm 1 (nợ có tài sản đảm bảo): Do đây là nhóm nợ có tài sản đảm bảo nên việc xử lý thanh lý tài sản, khai thác tài sản, bù đắp bằng nguồn dự phòng rủi ro...các ngân hàng có thể thanh lý tài sản công khai qua thị trường, qua trung tâm giao dịch bán đấu giá tài sản, bán cho công ty mua bán nợ nhà nước.

➤ Đối với nợ tồn đọng nhóm 2 (nợ không có tài sản đảm bảo và con nợ không còn tồn tại): kiến nghị với nhà nước để xoá nợ bằng nguồn ngân sách nhà nước.

➤ Đối với nợ tồn đọng nhóm 3 (nợ không có tài sản đảm bảo nhưng con nợ còn tồn tại và đang hoạt động): nên xử lý bằng cách bán lại nợ cho công ty mua bán nợ hoặc tổ chức khác để thu hồi nợ, chuyển nợ thành vốn góp vào doanh nghiệp để kinh doanh, cơ cấu lại nợ bằng cách giãn nợ, miễn giảm lãi suất hoặc đầu tư thêm vốn để doanh nghiệp tăng doanh số hoạt động.

3.2.2.2 Nâng cao năng lực quản trị, điều hành và phát triển nguồn nhân lực

Sự phát triển hoạt động dịch vụ ngân hàng phải gắn liền với năng lực quản trị, điều hành và chất lượng nguồn nhân lực của ngân hàng. Do đó muốn phát triển dịch vụ ngân hàng mang tính bền vững, các ngân hàng cần phải có những giải pháp cụ thể để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của mình.

Con người là yếu tố trung tâm của mọi hoạt động. Vì vậy, NHTM phải có sự quan tâm đúng mức việc tổ chức, đào tạo, phát triển và quản lý nguồn nhân lực một cách hiệu quả. Hoạt động đào tạo và quản lý nguồn nhân lực tại NHTM với những biện pháp khác nhau nhằm đạt các mục tiêu: (1) tổ chức nhân lực làm việc một cách có hiệu quả; (2) đánh giá trình độ và kỹ năng của nhân viên; (3) xây dựng kỹ năng và văn hoá làm việc tốt; và (4) quản lý kết quả hoạt động của cá nhân và phòng ban.

➤ Tổ chức nhân viên làm việc có hiệu quả : cần thực hiện các công việc sau:

Cơ cấu tổ chức bộ máy: Dựa vào định hướng phát triển và các mục tiêu, kế hoạch, chiến thuật áp dụng trong từng giai đoạn, NHTM xác lập cơ cấu tổ chức phù hợp để triển khai các yêu cầu hoạch định trên. Cấu trúc này sẽ xác định nhu cầu nhân sự theo các tiêu chí như: số lượng, trình độ, kỹ năng... của nhân viên và có thể làm thay đổi việc bố trí và đào tạo nguồn nhân lực.

Xác định trách nhiệm: Xác định cụ thể vai trò, nhiệm vụ của từng thành viên trong tổ chức chịu trách nhiệm triển khai và kết quả thực hiện từng công việc cụ thể trong quá trình thực hiện chiến lược .

Cấu trúc công việc: nhằm cụ thể hoá việc triển khai các nhiệm vụ của từng phòng ban đến từng nhân viên trực thuộc thông qua bản mô tả công việc. Thiết kế công việc phải đảm bảo hiệu năng, hiệu quả cũng như tính linh hoạt, động viên các nhân viên thực hiện nhiệm vụ của mình.

Bố trí nhân viên: Với cấu trúc các vị trí công việc đã được xác định, tiến hành các bước bố trí nhân viên đảm bảo năng lực phù hợp với yêu cầu công việc. Tuy nhiên, điều khó nhất là việc quyết định tái bố trí nhân viên cũ hay chọn nhân viên mới vào vị trí trong phòng ban mới.

➤ Đánh giá trình độ và kỹ năng của nhân viên:

Có nhiều phương pháp khác nhau để phân tích, đánh giá trình độ và kỹ năng nhân viên ở các cấp độ trong cơ cấu tổ chức. Tuy nhiên, hầu hết các công việc của nhân viên ngân hàng đều được tiêu chuẩn hoá và lặp đi lặp lại theo qui trình dựa trên một cơ sở dữ liệu đã được định chuẩn về khách hàng, số tài khoản, số lượng giao dịch được thực hiện và các loại báo cáo... Vì vậy, NHTM có thể sử dụng kỹ thuật phân tích định lượng nguồn nhân lực như: (1) phân tích khối lượng công việc; (2) phân tích quan hệ và (3) mô hình hoá trên cơ sở số liệu lịch sử và các dự đoán hợp lý để đánh giá và bố trí nhân viên vào vị trí phù hợp.

➤ Xây dựng kỹ năng và văn hoá làm việc:

Một NHTM chỉ có thể hoạt động hiệu quả khi các nhân viên có các kỹ năng và thái độ phù hợp để chuyển kỹ năng và năng lực của họ vào kết quả kinh doanh của ngân hàng. Vấn đề là phải xác định sự phù hợp của kỹ năng và thái độ hiện tại của nhân viên với những nhu cầu của kinh doanh của ngân hàng.

Văn hoá tổ chức (ngân hàng) là tập hợp những sự thừa nhận, giá trị, tiêu chuẩn chung các thành viên trong ngân hàng và chúng sẽ ảnh hưởng mạnh đến cách cư xử của họ ở nơi làm việc.

Tác động của văn hoá làm việc lên kết quả hoạt động của ngân hàng rất rõ ràng và dễ thấy vì văn hoá làm việc sẽ có tác động tích cực hoặc tiêu cực đến cách hành xử trong khi làm việc. Nếu không có văn hoá làm việc tốt thì rất dễ dẫn đến tình trạng né tránh, "đá banh" công việc để lo thủ.

Mỗi ngân hàng sẽ có đặc điểm riêng và tầm nhìn riêng về văn hoá làm việc mục tiêu để hỗ trợ cho sứ mạng và chiến lược của mình. Khi văn hoá mục tiêu được xác định thì cần phải xây dựng nó và có thể sử dụng các kỹ thuật đòn bẩy khác nhau để thay đổi văn hoá làm việc.

➤ Quản lý quá trình hoạt động:

Trong điều kiện cạnh tranh ngày càng tăng với yêu cầu qui mô hoạt động của NHTM phát triển ngày càng lớn, đòi hỏi phải có sự lãnh đạo và quản lý sâu sắc, sáng suốt, khôn khéo, tập trung và tích cực trong sử dụng hiệu quả các nguồn lực hạn chế. Muốn vậy, cần thực hiện một số việc sau: Phát triển và duy trì khả năng lãnh đạo chất lượng cao; Xây dựng chiến lược và kế hoạch kinh doanh thích hợp; phát triển các mục tiêu và kế hoạch hành động có tính đổi mới và thực tiễn; Tăng cường quản lý, đánh giá và theo dõi hoạt động ; Khen thưởng, kỷ luật, đề bạt và chuyển chuyển dựa trên kết quả công việc; khuyến khích nhân viên có năng lực, giúp đỡ những người có khả năng nhưng chưa bộc lộ hoặc cho thôi việc những người không có khả năng.

3.2.2.3 Nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ, hợp lý hoá lãi suất và các loại phí

Duy trì và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ truyền thống theo hướng: Hoàn thiện quá trình cung cấp dịch vụ, đảm bảo tính công khai, minh bạch, đơn giản thủ tục hành chính, giảm thiểu thời gian chờ đợi, cải thiện thái độ phục vụ...đây là những yếu tố nền tảng không chỉ có ý nghĩa duy trì lượng khách hàng cũ, thu hút khách hàng mới mà còn tạo ra thu nhập lớn cho ngân hàng. Nâng cao chất lượng tín dụng gắn liền với tăng trưởng tín dụng, xoá bỏ những ưu đãi trong cơ chế tín dụng nhằm tạo môi trường kinh doanh bình đẳng. Hướng tiếp cận khách hàng mới phải phù hợp với tình hình hoạt động của doanh nghiệp, có kế hoạch tham gia khảo sát, triển khai các dự án cùng với khách hàng. Hoàn thiện cơ chế huy động tiết kiệm bằng VNĐ và ngoại tệ với lãi suất phù hợp để huy động tối đa nguồn vốn nhân rỗi trong xã hội. Kết hợp nhiều hình thức huy động tạo sự chủ động cho người gửi tiền, lồng ghép nhiều chương trình dự thưởng để tăng tính hấp dẫn cho người tham gia. Bên cạnh đó cần phải đặt ra mức chất lượng của từng loại sản phẩm để có hướng phấn đấu, thiết kế lại sản phẩm dịch vụ theo yêu cầu mới, nâng cấp trình độ các chuyên viên nghiệp vụ...

Hoạt động kinh doanh của NHTM gồm nhiều đối tượng khác nhau thuộc 2 nhóm tài sản Nợ và tài sản Có. Tuy nhiên ở đây chỉ đề cập đến những hoạt động cơ bản sau:

❖ **Nghiệp vụ huy động vốn:**

Định hướng đạt được trong giai đoạn 2006 – 2010 về vốn huy động tăng bình quân hằng năm là 27-30%/năm.

Chiến lược thu hút tiền gửi, cần xây dựng một hệ thống thanh toán điện tử rộng khắp nhằm tạo cho dân chúng thói quen sử dụng tài khoản ngân hàng. Đồng thời, những thủ tục rắc rối cần được cắt giảm để tạo thuận lợi tối đa cho khách hàng. Huy động vốn là nghiệp vụ tạo ra nguồn vốn chủ yếu (# 70%) cho hoạt động của NHTM. Vì vậy, để tạo điều kiện phát triển các nghiệp vụ khác cần chú trọng nâng cao hiệu quả huy động vốn bằng các biện pháp sau:

➤ *Đa dạng hoá các loại hình tiền gửi:* ngoài các loại hình hiện hữu nên chăng nghiên cứu triển khai loại hình *tiền gửi góp* theo định kỳ hàng tháng, quý với số tiền cố định hoặc không cố định; mặt khác, nghiên cứu triển khai loại hình tiền gửi vô ký danh nhằm tăng tính thanh khoản cho người gửi.

➤ *Nâng tỷ trọng nguồn vốn lãi suất thấp, giảm chi phí huy động vốn:* nguồn vốn lãi suất thấp (tiền gửi không kỳ hạn, ký quỹ...) của NHTM hiện nay khá thấp (# 25% /nguồn vốn huy động) là một yếu tố rất lớn cần phải được cải thiện ngay.

➤ *Nâng tỷ trọng vốn huy động trung và dài hạn: hiện nay vốn huy động trung, dài hạn của NHTM chiếm tỷ trọng rất thấp (# 3,4%) gây nhiều hạn chế trong việc tài trợ trung, dài hạn, ổn định khách hàng.*

➤ *Cung cấp tối đa các tiện ích, thuận lợi cho khách hàng: cải tiến qui trình nghiệp vụ, rút ngắn thời gian chờ theo hướng nhiều kênh phục vụ với quy trình "một cửa". Cần ứng dụng công nghệ thông tin để phục vụ khách hàng theo phương thức "tự phục vụ" của hệ thống ngân hàng internet, ngân hàng điện thoại...*

➤ *Mở rộng mạng lưới phục vụ khách hàng gửi, rút và thanh toán tiền: mở phòng giao dịch tại các khu dân cư tập trung ở các tỉnh, thành phố lớn để khai thác nguồn vốn nhàn rỗi, phục vụ gửi/rút, thanh toán tiền tại nhiều nơi...*

➤ *Nâng cao chất lượng: dịch vụ cung cấp phải chính xác, tin cậy và nhanh chóng.*

➤ *Thực hiện các hoạt động marketing: để thông tin, thu hút khách hàng.*

➤ *Nâng cao kỹ năng giao tiếp, phục vụ khách hàng: ngoài kiến thức chuyên môn, cần tập huấn cho nhân viên kỹ năng, tâm lý trong giao tiếp làm hài lòng khách hàng nhằm tạo ấn tượng, tình cảm... giữ khách hàng gắn bó với ngân hàng .*

➤ *Xây dựng hình ảnh và nâng cao uy tín đối với công chúng: bằng các cách thức phục vụ có tính chuyên nghiệp, cơ sở vật chất nơi giao dịch khang trang, sạch sẽ... được những người có uy tín đến thăm và làm việc...*

➤ *Có chính sách khách hàng phù hợp: khách hàng quan hệ lâu năm, có doanh số giao dịch lớn, đem lại sự hỗ trợ hay uy tín cho ngân hàng ... cần được đối xử đặc biệt theo hướng được ưu đãi, tặng thêm về lợi ích, tiện nghi và tôn trọng.*

❖ **Nghiệp vụ tín dụng:**

Định hướng đạt được trong giai đoạn 2006 – 2010 về dư nợ tín dụng là tăng bình quân hàng năm 25-30%/năm. Trong đó, tỷ trọng cho vay trung, dài hạn duy trì ở mức hợp lý là 40-45% trong tổng dư nợ cho vay.

Để đẩy mạnh mảng tín dụng cần tạo được quy trình cung cấp linh hoạt sản phẩm của ngân hàng, đặc biệt đối với khách hàng tiềm năng có thể đưa ra điều kiện cho vay và lãi suất ưu đãi hơn theo thoả thuận giữa hai bên.

Đây là nghiệp vụ đem lại thu nhập chủ yếu cho NHTM. Vì vậy, cần chú trọng nâng cao hiệu quả hoạt động tín dụng bằng một số biện pháp cơ bản sau:

➤ *Hoàn chỉnh quy trình nghiệp vụ, tăng cường năng lực thẩm định, quản lý hoạt động kinh doanh tín dụng bằng cách:*

- Rà soát lại quy trình nghiệp vụ tín dụng từ khâu tiếp nhận hồ sơ đề nghị vay vốn của khách hàng cho đến khi tắt toán hồ sơ đưa vào lưu trữ. Trong đó lưu ý các khâu: thẩm định khách hàng (về tính pháp lý, năng lực, phương án kinh doanh...); theo dõi, kiểm tra sử dụng vốn trước, trong và sau khi giải ngân...
- Xây dựng một đội ngũ cán bộ ngân hàng tinh thông về nghiệp vụ, hiểu biết pháp luật và đạo đức nghề nghiệp. Từng bước chuẩn hoá cán bộ ngân hàng, chú trọng đào tạo và đào tạo lại cán bộ, nhất là cán bộ tín dụng.

➤ *Đa dạng hoá hoạt động cho vay đối với các thành phần kinh tế:* Nhằm phân tán rủi ro, tăng cường an toàn tín dụng... với việc điều chỉnh cho phù hợp thực tế các tiêu chí sau:

- *Mở rộng đối tượng cho vay:* ngoài các đối tượng truyền thống, lưu ý cho vay các đối tượng mới: cho vay mua, xây dựng, sửa chữa nhà, chuyển nhượng QSD đất; cho vay sinh hoạt tiêu dùng, SXKD nhỏ; cho vay CBCNV...
- *Áp dụng điều kiện vay vốn thông thoáng* theo Quyết định 284/2000/QĐ-NHNN1 về Quy chế cho vay; Thông tư 06/2000/TT-NHNN1 qui định về bảo đảm tiền vay: thế chấp QSD đất, giá trị nhà xưởng trên đất thuê; cầm cố phương tiện vận tải, giấy tờ có giá...; cho vay tín chấp theo qui định.
- *Đa dạng hoá phương thức, đối tượng cho vay:* ngoài phương thức truyền thống, nên triển khai các phương thức cho vay khác như: hợp vốn, trả góp; cho vay qua nghiệp vụ phát hành & sử dụng thẻ tín dụng; cho vay vàng, VNĐ đảm bảo bằng vàng...
- *Thời hạn cho vay phù hợp, lãi suất cho vay hợp lý:* tùy theo khách hàng.
- *Hạn mức cho vay hợp lý:* tùy theo tính khả thi của phương án sử dụng vốn.
- *Mở rộng phạm vi địa bàn cho vay:* theo Chỉ thị 05 của Thống đốc NHNNVN.

➤ *Gấp rút xử lý nợ xấu để cải thiện tình hình tài chính, nâng cao tính an toàn, hiệu quả hoạt động tín dụng... bằng việc bán, thanh lý tài sản nhận cầm giữ nợ; dùng quỹ dự phòng rủi ro để bù đắp tổn thất...*

Áp dụng các biện pháp hữu hiệu nhằm nâng cao chất lượng các khoản cấp tín dụng: xây dựng hệ thống quản lý rủi ro tín dụng.

❖ **Phát triển dịch vụ thanh toán**

Phát triển mạnh các dịch vụ thanh toán qua ngân hàng, thanh toán không dùng tiền mặt trên cơ sở hệ thống công nghệ kỹ thuật và hệ thống thanh toán ngân hàng hiện đại, an toàn, tin cậy, hiệu quả, phù hợp với thông lệ và chuẩn mực quốc tế. Nâng cao các tiện ích thanh toán qua ngân hàng để khuyến khích các thành phần kinh tế, đặc biệt là các tầng lớp dân cư sử dụng dịch vụ thanh toán qua ngân hàng nhằm giảm thiểu lưu thông tiền mặt. Ngành Ngân hàng phải sớm hình thành Trung tâm thanh toán quốc gia để nhất thể hoá phương tiện thanh toán điện tử qua Ngân hàng - Tăng cường sự liên kết và hợp tác của các tổ chức cung cấp dịch vụ thanh toán, đặc biệt sớm hình thành hệ thống chuyển mạch thanh toán thẻ thống nhất để trung tâm này sớm thực sự trở thành trung tâm kết nối thanh toán giữa Doanh nghiệp với doanh nghiệp, giữa Doanh nghiệp với cá nhân, giữa cá nhân với nhau và giữa ngân hàng với ngân hàng. Đồng thời, số lượng các đơn vị chấp nhận thẻ cần phải được tăng nhiều hơn nữa để đảm bảo cho các chủ thẻ có thể dùng thẻ của mình thanh toán ở tất cả các trung tâm thương mại, nhà hàng, siêu thị...bằng cách có sự kết hợp chặt chẽ giữa các tổ chức cung ứng dịch vụ ngân hàng với các cơ quan, doanh nghiệp, tổ chức cung ứng dịch vụ, hàng hoá tiêu dùng trong xã hội.

Các ngân hàng cần thường xuyên xem xét và điều chỉnh các quy định liên quan đến các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt để luôn phù hợp với điều kiện thực tế, làm cho khách hàng cảm thấy thực sự tiện lợi và an toàn khi sử dụng các phương tiện đó. Các ngân hàng cũng phải có những phương án cụ thể để ứng phó với những trường hợp khẩn cấp, tạo niềm tin cho khách hàng sử dụng dịch vụ. Phải có các biện pháp an toàn mạng, đảm bảo bí mật cá nhân trong giao dịch điện tử. Có chế độ an ninh hữu hiệu chống sự xâm nhập của các hacker để đảm bảo việc sử dụng các phương tiện thanh toán qua các giao dịch điện tử.

Tuyên truyền về các tiện ích trong thanh toán không dùng tiền mặt cho các tầng lớp dân cư. Cần lập kế hoạch cùng với các tổ chức khác trong việc hỗ trợ, nâng cao trình độ dân trí nhằm tạo nhu cầu về dịch vụ ngân hàng trên thị trường. Mặc dù để thay đổi thói quen cũ của người dân, giúp họ tự giác tiếp cận với dịch vụ hiện đại không phải dễ dàng nhưng khách hàng dù là cá nhân hay doanh nghiệp sẽ đón nhận các dịch vụ thanh toán không bằng tiền mặt như chuyển tiền, chi trả, hỗ trợ tư vấn...khi họ thực sự thấy được lợi ích của những hoạt động này mang lại tiêu chí như rõ, nhanh chóng, chính xác, an toàn và tiện lợi.

❖ **Phát triển dịch vụ ngoại hối**

Tập trung tối đa các nguồn ngoại tệ vào hệ thống ngân hàng để đáp ứng tốt nhất các nhu cầu chi tiêu ngoại tệ hợp lý của các doanh nghiệp và cá nhân, đồng thời kiểm soát một cách có hiệu quả chu chuyển ngoại tệ trong nền kinh tế để góp phần giảm bớt tình trạng đô la hoá. Bảo đảm quyền sở hữu, mua, bán và sử dụng ngoại tệ của các doanh nghiệp và cá nhân theo quy định của pháp luật.

Tiếp tục tạo điều kiện khuyến khích tối đa luồng tiền kiều hối chuyển về nước. Đa dạng hoá các hình thức huy động kiều hối chuyển về như qua ngân hàng, qua tài khoản của các tổ chức, cá nhân...; đẩy mạnh quan hệ hợp tác với nước ngoài, nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng như chuyển nhanh, chuyển trả trực tiếp, giảm phí chuyển tiền, đơn giản hoá các thủ tục nhận tiền, mạng lưới chi trả phát triển rộng khắp; Song song với quá trình tăng cường các tiện ích trong quản lý ngoại hối, cần hạn chế, tiến tới xoá bỏ tín dụng ngoại tệ, trước mắt là tín dụng ngoại tệ ngắn hạn.

Về mặt dài hạn để chống tình trạng đô la hoá, cần thực hiện chính sách kiều hối cho phép người thụ hưởng nhận bằng ngoại tệ nhưng chỉ được rút ra bằng tiền đồng đi kèm chính sách tỷ giá hợp lý khuyến khích người thụ hưởng bán cho hệ thống ngân hàng thông qua chế độ tỷ giá linh hoạt. Bên cạnh đó chính sách tiết kiệm ngoại tệ cũng phải thống nhất chỉ cho phép người gửi tiết kiệm ngoại tệ tại ngân hàng, số ngoại tệ trên tài khoản được phép chi tiêu ở nước ngoài hoặc thực hiện các nghiệp vụ của ngân hàng để bảo toàn vốn nhưng khi rút ra để chi tiêu trong nước chỉ thực hiện bằng tiền đồng với tỷ giá hợp lý, khuyến khích khách hàng bán cho ngân hàng.

❖ **Các loại hình dịch vụ ngân hàng khác**

Phát triển các dịch vụ tài chính phi ngân hàng (kinh doanh bảo hiểm; kinh doanh chứng khoán- môi giới; tự doanh; bảo lãnh phát hành; cho vay; quản lý tiền mặt; quản lý danh mục đầu tư; tư vấn tài chính và đầu tư, lưu ký; bảo quản tài sản; dịch vụ quản lý tài sản theo uỷ quyền của khách hàng; kinh doanh vàng...) và coi đây là các dịch vụ bổ trợ quan trọng trong chiến lược kinh doanh của các ngân hàng Việt Nam nhằm đa dạng hoá cơ cấu nguồn thu, đa dạng hoá hoạt động kinh doanh, mở rộng cơ sở khách hàng góp phần nâng cao khả năng chuyển đổi, phòng ngừa rủi ro, tăng thu nhập cho ngân hàng. Phát triển hệ thống dịch vụ ngân hàng đa dạng gắn kết với các dịch vụ tài chính phi ngân hàng; hình thành nên hệ thống dịch vụ ngân hàng trọn gói, đa dạng đáp ứng nhu cầu của xã hội về dịch vụ tài chính để khuyến khích các tổ chức, cá nhân tiết kiệm và đầu tư có hiệu quả các tài sản tiết kiệm trên cơ sở

mở rộng quyền tiếp cận dịch vụ tài chính, ngân hàng và cơ hội kinh doanh. Thậm chí phát triển dịch vụ kinh doanh hộ khách hàng trên cơ sở thoả thuận với chủ tài khoản ngoại tệ của khách hàng tại Ngân hàng.

Vấn đề lãi suất cần phải được điều chỉnh linh hoạt cho phù hợp với cung cầu nguồn vốn cũng như phù hợp với sự phát triển kinh tế xã hội trong từng thời kỳ. Để hạn chế cạnh tranh không lành mạnh về lãi suất, cần tăng cường vai trò hiệp hội ngân hàng cũng như nâng cao vai trò của ngân hàng nhà nước trong việc kiểm soát, điều tiết thị trường thông qua lãi suất định hướng của mình.

Về phí dịch vụ ngân hàng hiện đại, phần đông khách hàng Việt Nam chưa am hiểu sâu sắc các dịch vụ ngân hàng, vì thế các dịch vụ thu phí như: bảo lãnh, thẻ thanh toán, bao thanh toán...các ngân hàng cần phải tính toán thu phí sao cho phù hợp để khuyến khích khách hàng sử dụng dịch vụ. Bước đầu có thể giảm lợi nhuận nhưng tương lai sẽ có một lượng khách hàng than thiết góp phần làm phát triển loại hình dịch vụ.

3.2.2.4 Hiện đại hoá công nghệ ngân hàng và hệ thống thanh toán

Như đã phân tích ở chương 2, chúng ta thấy rằng công nghệ ngân hàng có ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển các loại hình dịch vụ ngân hàng. Do đó đầu tư phát triển công nghệ, hạ tầng kỹ thuật là một việc làm quan trọng.

Trước hết cần phải tập trung xây dựng cơ sở dữ liệu tập trung trong toàn hệ thống, khi việc này hoàn thành có nghĩa là toàn bộ dữ liệu hoạt động của ngân hàng sẽ được tập trung tại cơ sở dữ liệu trung tâm, mọi thay đổi sẽ được cập nhật trực tuyến và tức thời. Điều này cho phép nắm chính xác số dư của mọi tài khoản cũng như cho phép giao dịch tài khoản được thực hiện tại bất cứ chi nhánh nào trong toàn hệ thống. Bên cạnh đó việc dùng chung một hệ thống thông tin khách hàng đảm bảo việc xác nhận khách hàng được chính xác và thuận tiện đáp ứng các yêu cầu của giao dịch phân tán và tự động như các dịch vụ ngân hàng điện tử, triển khai giao dịch trực tuyến trong toàn hệ thống, dễ dàng giao tiếp dữ liệu với các hệ thống bên ngoài như mạng thanh toán liên ngân hàng, mạng ATM, thanh toán VISA...

Thứ hai, xây dựng hệ thống viễn thông nối các chi nhánh: Phối hợp với cơ quan bưu chính viễn thông nâng cao chất lượng đường truyền dữ liệu, trên cơ sở đó xây dựng mạng máy tính băng thông rộng kết nối giữa các chi nhánh, phòng giao dịch với hội sở chính. Cần lựa chọn hệ thống kỹ thuật cho phép giao tiếp với nhiều phương thức truyền thông khác nhau đảm bảo xử lý giao dịch nhanh, tránh khỏi những sự cố trong giờ cao điểm. Bên cạnh hệ thống chính thức phải có hệ thống dự

phòng luôn ở trạng thái sẵn sàng để sử dụng, trong trường hợp tắc nghẽn hoàn toàn về viễn thông thì chỉ làm ngừng trệ các giao dịch liên chi nhánh, còn các giao dịch nội bộ chi nhánh vẫn hoạt động bình thường.

3.2.2.5 Đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ ngân hàng

Như đã phân tích ở chương 2, chúng ta thấy rằng số lượng sản phẩm dịch vụ của các ngân hàng trên địa bàn thành phố còn hạn chế, chưa đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng. Do đó đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ ngân hàng là một trong những việc mà các ngân hàng cần phải quan tâm. Cần có kế hoạch phát triển rõ ràng để nâng cao chất lượng dịch vụ truyền thống và phát triển các loại hình dịch vụ mới. Đối với loại hình dịch vụ truyền thống bên cạnh việc nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ, các ngân hàng cần phải làm tốt hơn nữa công tác phát triển khách hàng, chú trọng đến những sản phẩm đã tạo được niềm tin yêu của khách hàng.

Đối với sản phẩm dịch vụ mới như: chiết khấu, cho thuê tài chính, bao thanh toán, thẻ tín dụng, bảo lãnh ngân hàng, thấu chi, các sản phẩm phái sinh... cần có kế hoạch thật khoa học giúp các doanh nghiệp cũng như khách hàng cá nhân hiểu, tiếp cận và sử dụng hiệu quả các sản phẩm đó. Thực tế cho thấy những sản phẩm ngân hàng hiện đại đã được các ngân hàng nước ngoài triển khai có hiệu quả, họ có kinh nghiệm hơn chúng ta trong việc phát triển các loại hình này. Khi mở cửa hoạt động ngân hàng chắc chắn chúng ta sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc cạnh tranh phát triển các sản phẩm ngân hàng hiện đại. Vì thế các ngân hàng thương mại cần có kế hoạch cụ thể, trong đó chú ý đến thời điểm triển khai các dịch vụ này để bố trí nguồn nhân lực phù hợp cũng như bố trí nguồn lực tài chính để xây dựng cơ sở vật chất, máy móc thiết bị, khảo sát điều tra thị trường và triển khai áp dụng. Cần đi sâu vào từng loại sản phẩm, ví dụ như đối với sản phẩm chiết khấu thương phiếu, các NHTM cần phải đào tạo các chuyên viên để có thể thẩm định, xếp hạng các loại thương phiếu, định ra những loại thương phiếu nào có thể ưu tiên sẵn sàng chiết khấu, những loại nào thì không... xây dựng công thức tính lãi chiết khấu, xây dựng phần mềm máy tính để áp dụng nghiệp vụ này một cách tốt nhất. Hoặc đối với các nghiệp vụ option ngoại tệ, các ngân hàng cần phải có nguồn nhân lực am hiểu thị trường ngoại tệ, biết khai thác các thông tin ngoại tệ, phân tích đánh giá được diễn biến thị trường để có những quyết sách đúng đắn...

Bên cạnh việc cung cấp nhiều sản phẩm tiện ích, các ngân hàng cần phải xây dựng những sản phẩm dịch vụ mũi nhọn để nâng cao năng lực cạnh tranh và khẳng định thương hiệu của mình.

3.2.2.6 Xây dựng chiến lược tiếp thị, quảng bá sản phẩm, phát triển mạng lưới giao dịch

Các tổ chức tín dụng cần tiến hành phân khúc thị trường và khách hàng để xác định hợp lý thị trường và khách hàng mục tiêu, qua đó có chiến lược kinh doanh phù hợp. Hàng quý hoặc 6 tháng bộ phận kinh doanh các ngân hàng nên có kế hoạch tiếp cận, mở rộng các dịch vụ đến tất cả các đối tượng khách hàng thuộc mọi tầng lớp kinh tế. Cần có sơ kết, tổng kết kết quả đạt được để bổ sung những kinh nghiệm hay trong phát triển các loại hình dịch vụ.

Các ngân hàng cần đẩy mạnh công tác Marketing phù hợp với từng địa bàn quận huyện của thành phố, thông qua các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo rộng rãi về các tiện ích mà các sản phẩm dịch vụ ngân hàng mang lại. Xây dựng kế hoạch tài trợ các chương trình văn hoá, thể thao của các địa phương trong toàn thành phố, thông qua đó giới thiệu các sản phẩm dịch vụ ngân hàng đến người dân ở địa phương. Tổ chức các chương trình rút thăm trúng thưởng, tặng quà thường xuyên để thu hút sự quan tâm của các tổ chức và cá nhân.

Phát triển mạng lưới giao dịch nên tập trung khai thác ở các khu công nghiệp, khu chế xuất, khu dân cư... Kết hợp với chính quyền các địa phương để đăng ký khai thác tại các điểm tập trung nhiều đầu mối kinh tế. Nên kết hợp với các trường đại học, cơ sở giáo dục để đặt phòng giao dịch, khai thác được lượng khách hàng là sinh viên và người nhà của những sinh viên đó. Đây là một thị trường đầy tiềm năng mà một số ngân hàng tiên phong đã thâm nhập như Ngân hàng Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn Việt Nam đã thâm nhập vào hệ thống các trường đại học ở thành phố. Chủ động phối hợp với các ban quản lý các khu công nghiệp để từng bước khai thác khách hàng là những doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Thâm nhập và khai thác những khách hàng là cán bộ công nhân viên của những công ty này. Nên gắn doanh nghiệp, người lao động và ngân hàng bằng bài toán lợi ích. Tuy nhiên, phát triển mạng lưới giao dịch phải bảo đảm được yếu tố công nghệ, tức là chi nhánh hoặc phòng giao dịch phải kết nối được với hội sở chính hoặc chi nhánh cấp 1 để quản trị rủi ro, quản trị thanh khoản, theo dõi tình hình hoạt động hàng ngày. Bên cạnh đó khi mở thêm mạng lưới giao dịch cần phải có bước chuẩn bị kỹ càng về vốn và đội ngũ nhân lực.

Marketing là hoạt động tất yếu cần có, là giải pháp tích cực giúp nâng cao khả năng cạnh tranh và hiệu quả kinh doanh của các NHTM (theo khuyến cáo của các ngân hàng trên thế giới, hoạt động marketing đóng góp tới 20% vào tổng lợi

nhuận ngân hàng). Để thực hiện tốt giải pháp này, các NHTM cần thực hiện các công việc sau:

❖ *Thành lập phòng ban chuyên trách công tác marketing cho ngân hàng.*

Nhằm thu thập thông tin về khách hàng, về đối thủ cạnh tranh trên thị trường; qua đó, tham mưu xác lập định hướng kinh doanh đúng đắn, triển khai các chiến lược phù hợp để duy trì và phát triển quan hệ với khách hàng mục tiêu, mở rộng thị phần... nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

- Chức năng chủ yếu của phòng marketing:

Nghiên cứu marketing; hoạch định, theo dõi kế hoạch và ngân sách marketing; nghiên cứu và phát triển sản phẩm; lập và thực hiện chiến lược marketing; phối hợp các chức năng khác của ngân hàng.

- Cơ cấu tổ chức Phòng marketing:

Tuỳ điều kiện và định hướng phát triển mà mỗi NHTM thiết kế cấu trúc tổ chức phòng marketing cho phù hợp; cơ bản có các bộ phận sau: (1) BP quan hệ đối ngoại; (2) BP lập kế hoạch; (3) BP nghiên cứu khách hàng; (4) BP phát triển sản phẩm, dịch vụ mới; (5) BP quảng cáo...

❖ *Xây dựng và quản lý khách hàng:*

Nhằm nắm bắt và thoả mãn kịp thời, tối đa nhu cầu khách hàng. Các tiêu chí phân loại quản lý khách hàng: theo loại hình sản phẩm giao dịch (tiền gửi, tiền vay...); theo doanh số, tần suất giao dịch; theo ngành nghề sản xuất kinh doanh; theo địa bàn; theo loại hình sở hữu doanh nghiệp...

Việc phân loại khách hàng theo các tiêu chí trên nhằm xác lập thị trường mục tiêu và tổ chức quản lý khách hàng; qua đó đáp ứng phù hợp từng nhóm khách hàng.

- Xác lập thị trường mục tiêu:

Thị trường mục tiêu là thị trường gồm những phân khúc nhất định nào đó được NHTM chọn lựa trong toàn bộ thị trường và tập trung chăm sóc, chú trọng để gia tăng, chiếm lĩnh thị phần dựa trên các lợi thế cạnh tranh theo định hướng chiến lược phát triển của mình. Nói đến thị trường mục tiêu là xác định chính xác phân khúc thị trường nào ta nhắm tới. Muốn xác định thị trường mục tiêu cần:

Xem xét và đo lường thị trường nào hấp dẫn và có lợi nhất, căn cứ vào: (1) Thị trường có mức cầu đang gia tăng; (2) Sức cạnh tranh của đối thủ không quá mạnh hoặc đây là mảnh đất bị đối thủ lãng quên; (3) Thực lực của NHTM mạnh (có sản phẩm hơn hẳn, có mạng lưới thuận lợi, có tài lực yểm trợ...)

Chọn lựa phân khúc thị trường thuận lợi nhất để tấn công trước(Theo hình vẽ sau)

	Thị trường hiện tại	Thị trường mới
Sản phẩm hiện tại	THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG	PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG
Sản phẩm mới	PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM	ĐA DẠNG HOÁ

- Định vị thị trường của NHTM: là xác định thế đứng của một NHTMCP, một nhãn hiệu hoặc một sản phẩm cụ thể.

Việc định vị thị trường có vai trò quan trọng trong chiến lược marketing vì nó liên kết giữa phân tích thị trường, phân tích cạnh tranh với phân tích nội bộ. Những phân tích này giúp NHTM nhận biết: sản phẩm chính của mình là gì? Ngân hàng muốn đạt được những gì và phải có những hành động gì để đạt được những mục tiêu đó.

Thiết lập chiến lược định vị thị trường : Nghiên cứu phát triển chiến lược định vị thị trường gồm những bước cơ bản sau: (1) Phân tích thị trường: nhằm có được những yếu tố về mức độ, khuynh hướng và khu vực địa lý của nhu cầu cũng như các sản phẩm thay thế và thái độ của người sử dụng trong các phân khúc thị trường khác nhau; (2) Phân tích nội bộ: phân tích những nguồn lực (tài chính, nhân lực, cơ sở vật chất...) cũng như những hạn chế, giá trị và mục tiêu (lợi nhuận, tăng trưởng...). Với những thông tin này NHTM có thể chọn được một số phân khúc thị trường có thể và mong muốn hoạt động với sản phẩm mới hoặc hiện có; (3) phân tích cạnh tranh: nhận dạng, phân tích đối thủ cạnh tranh giúp NHTM biết được những điểm mạnh, yếu của mình cũng như cơ hội để khác biệt hoá.

Từ những phân tích này sẽ cho ra báo cáo định vị thị trường trong đó có thể có những kế hoạch hành động cho từng phân khúc thị trường.

- Quản lý khách hàng : bao gồm các quá trình: (1) Lựa chọn khách hàng mục tiêu; (2) xác định khách hàng tiềm năng; và (3) hình thành các cách tiếp cận đối với từng loại khách hàng.

Lựa chọn khách hàng đúng cũng chính là việc quyết định mức độ quản lý khách hàng của ngân hàng. Một ngân hàng có thể cho rằng một khách hàng trong thị trường đều là khách hàng của mình hoặc chỉ chọn một nhóm khách hàng hoặc một số khách hàng riêng lẻ tùy thuộc những điều kiện nhất định.

✓ Quản lý khách hàng theo qui mô thị trường:

Trong vài trường hợp, một NHTM có thể quyết định quản lý khách hàng theo mức độ thị trường khi cho rằng mọi khách hàng đều tạo ra những giá trị như nhau vì việc xác định sự khác biệt giữa các khách hàng có thể quá tốn kém.

NHMT chỉ có thể áp dụng chiến lược này khi họ có lợi thế ưu quyền về cung cấp dịch vụ do chi phí thấp hoặc đạt lợi thế do qui mô thị trường nên họ chỉ quan tâm đến số khách hàng và thị phần. Nếu khách hàng tương đối đồng nhất thì ngân hàng khó xác định được nên thu hút và duy trì mối quan hệ với khách hàng nào; nhưng nếu khách hàng có sự khác biệt trong giá trị do sự quan hệ mang lại thì ngân hàng quản lý khách hàng theo hướng đồng đều sẽ bị thất bại trước các đối thủ cạnh tranh có chiến lược hướng vào những khách hàng có giá trị nhất.

✓ Quản lý khách hàng theo qui mô nhóm:

Ngân hàng chỉ có thể quan tâm đến những nhóm khách hàng có tiềm năng sinh lợi nhiều hơn khi hiểu biết nhiều hơn về khách hàng, đồng thời hy sinh những lợi ích nếu có từ việc đa dạng hoá khách hàng. Quản lý cách này, ngân hàng phải thường xuyên tìm cách thoả mãn nhu cầu của nhóm khách hàng đã chọn. Do khách hàng ngày càng được nhiều đối thủ biết đến và tính trung thành của họ có thể giảm nên NHTM phải liên tục tìm những lợi thế khác biệt hoặc tạo những rào cản xung quanh những khách hàng này nhằm chống lại sự tiếp cận của các đối thủ khác.

Tuỳ khả năng của mình mà NHTM có thể chọn nhiều nhóm khác nhau để phục vụ nhưng vẫn cần phải xác định nhóm khách hàng chính.

✓ Quản lý khách hàng theo qui mô cá thể:

Cách quản lý này đạt mức độ tốt nhất, đòi hỏi phải hiểu biết khách hàng sâu sắc hơn và phụ thuộc vào số lượng khách hàng, lợi ích do khách hàng mang lại và đặc biệt là công nghệ liên lạc phải hoàn hảo. Đầu tư vào từng khách hàng cụ thể chỉ

có lợi khi chi phí bỏ ra để có và duy trì những thông tin, hiểu biết về khách hàng ít hơn giá trị khách hàng mang lại cho ngân hàng.

✓ Lựa chọn phương pháp quản lý khách hàng:

Trong kinh doanh ngân hàng, do tính chất đa dạng và khá tương đồng của các sản phẩm dịch vụ ngân hàng và tính không đồng nhất của nhiều khi sử dụng sản phẩm ngân hàng làm cho việc xác định nhiều thị trường mục tiêu khác nhau có thể được áp dụng đối với một NHTM lớn, đa năng, có tiềm năng tài chính mạnh và công nghệ thông tin hoàn chỉnh thì có thể thực hiện quản lý khách hàng theo thị trường và đồng thời cũng sẽ tiến hành quản lý khách hàng theo đơn vị cá thể. Còn đối với NHTM nhỏ hơn chỉ nên tập trung vào quản lý khách hàng theo nhóm.

❖ Các hoạt động marketing:

Hoạt động marketing rất đa dạng nhưng tựu trung nằm trong 3 chữ C và 4 chữ P.

a/ Ba chữ C (3Cs): gồm (1) Customers - khách hàng; (2) Competitors - đối thủ cạnh tranh ; và (3) Company itself - bản thân ngân hàng.

Khách hàng: là yếu tố quan trọng hàng đầu vì NHTM chỉ có thể thành công nếu thoả mãn nhu cầu cho khách hàng. Một số vấn đề cần lưu ý:

Nghiên cứu về khách hàng: đặt và giải đáp các câu hỏi: Khách hàng là ai (Who): phân khúc và chọn khách hàng mục tiêu; Nhu cầu của họ là gì (What): tìm lợi ích cốt lõi để đáp ứng vượt quá kỳ vọng của khách hàng; Tại sao dùng sản phẩm của ta (Why): hiểu được điểm mạnh, điểm yếu để cải tiến; Khách hàng như thế nào (How): mức sử dụng (nhiều, ít), yếu tố tác động đến quyết định mua; Khách hàng mua ở đâu (Where): để lập mạng lưới giao dịch tiện lợi nhất và quảng cáo ở nơi có hiệu quả nhất.

Lập chiến lược thu hút khách hàng: Chú trọng khách hàng tiềm năng; Chinh phục người mua hàng lần đầu; Làm cho khách hàng trung thành hơn; Làm cho khách hàng mua nhiều hơn; và Lôi kéo khách hàng của đối thủ khác.

Đối thủ cạnh tranh: có thể được hiểu theo nghĩa khá rộng trong trường hợp khách hàng có thể chuyển đổi việc mua từ loại này sang loại khác. Tuy nhiên, nghiên cứu kỹ hơn về đối thủ trong môi trường cạnh tranh hẹp: Mặt đối mặt về cùng chủng loại, cùng cấp chất lượng sản phẩm; Cạnh tranh qua những sản phẩm đa dạng cùng thoả mãn một nhu cầu.

Bản thân NHTMCP: với năng lực giới hạn, làm thế nào để tận dụng hiệu quả các tài nguyên của mình ở mọi lúc, mọi nơi. Việc tận dụng thời cơ ở những thời điểm khác nhau cần đến sự nhạy bén của các nhà làm tiếp thị.

b/ Bốn chữ P (4Ps):

Product (sản phẩm, dịch vụ): Sản phẩm nhiều có tính xã hội hoá và tính trừu tượng cao; mặt khác, là một loại hình dịch vụ nên không thể tồn kho, quá trình sản xuất gắn liền với tiêu thụ và chất lượng dịch vụ chỉ có thể cảm nhận khi đã thụ hưởng. Công việc của người tiếp thị là cần nghiên cứu sâu về các thuộc tính của sản phẩm, dịch vụ như: yêu cầu pháp lý, chất lượng, tiện ích... làm thế nào để khách hàng cảm nhận được GIÁ TRỊ của sản phẩm, dịch vụ.

Các công việc liên quan: nghiên cứu sản phẩm mới theo nhu cầu của khách hàng; Theo dõi chu kỳ sống của sản phẩm để có đối sách phù hợp ; Thử nghiệm sản phẩm mới trên thị trường thí điểm trước khi triển khai đại trà.

Price (lãi suất, phí): là một sự thể hiện giá trị của hàng hoá. Người mua muốn mua hàng giá trị cao nhưng giá rẻ. NHTM có những giới hạn:

Giới hạn dưới: Giá vốn. Nếu bán thấp hơn phải chịu lỗ nên chỉ chấp nhận tạm thời. Nỗ lực làm giảm giá vốn nhưng vẫn phải giữ nguyên chất lượng.

Giới hạn trên: Giá được thị trường chấp nhận (tùy từng nơi, từng lúc). Nếu trên giá này, không bán được đủ lượng hàng để có lợi nhuận cao nhất.

Khu vực giữa là giá của các đối thủ: NHTMCP phải vượt qua các đối thủ khi kết hợp yếu tố sản phẩm và giá cả làm cho khách hàng cảm nhận GIÁ TRỊ hàng hoá của ta xứng đáng với số tiền họ bỏ ra để thoả mãn nhu cầu.

Place (phân phối): Chính sách phân phối gồm những biện pháp, phương tiện kết nối giữa ngân hàng với khách hàng nhằm mục tiêu: (1) tối thiểu hoá chi phí; (2) đảm bảo tính liên tục và kiểm soát quá trình cung cấp dịch vụ; và (3) tối đa hoá lợi ích khách hàng.

Trong hoạt động phân phối, các nhà thường thực hiện việc thiết lập hệ thống chi nhánh, phòng giao dịch, điểm thu/chi, nhiều đại lý... với số lượng sản phẩm quyền kinh doanh phù hợp nhằm cung cấp sản phẩm, dịch vụ ngân hàng thuận tiện, nhanh chóng cũng như thu nhận các thông tin phản hồi từ bên ngoài.

Promotion (chiêu thị): gồm 4 mảng:

Quảng cáo: làm khách hàng chú ý, thích thú và mua sản phẩm, dịch vụ

Tuyên truyền: vận động dư luận quần chúng ủng hộ nhiều, làm nổi bật hình ảnh của NHTMCP qua các hoạt động tài trợ giáo dục, xoá đói giảm nghèo, lập các mối quan hệ tốt với các cơ quan truyền thông, hội nghề nghiệp, hội người tiêu dùng.

Bán hàng cá nhân: phụ thuộc vào kỹ năng của giao dịch viên. Để nâng cao hiệu quả bán hàng, NHTMCP cần có: Chính sách bán hàng tốt; Tuyển mộ, đào tạo lực lượng giao dịch viên giỏi; Quản lý bán hàng hiệu quả; Theo dõi sự hoàn thành chỉ tiêu; và khen thưởng, động viên kịp thời, xứng đáng.

Khuyến thị: gồm khuyến mãi và khuyến mại. (i) Khuyến mãi: là chiến lược LÔI KÉO người tiêu dùng cuối cùng mua hàng nên thường phải có phần thưởng cho 1 lượng mua hàng nhỏ nhất. (ii) Khuyến mại: dành cho các đơn vị liên kết bán hàng theo chiến lược ĐẨY để khuyến khích họ tăng cường hợp tác bán hàng cho NHTMCP.

c/ Marketing Mix: Trong cuộc chiến cạnh tranh, NHTMCP phải mạnh cả hàng tấn công lẫn phòng thủ bằng cách kết hợp nhuần nhuyễn các yếu tố 4P nhằm: (1) vận dụng được sức mạnh tổng hợp; (2) phải hiểu rằng bán hàng và marketing là một; (3) mỗi người trong NHTMCP đều là người bán hàng; và (4) tất cả tuân theo một mệnh lệnh duy nhất là: "Đạt được những mục tiêu trong kế hoạch"

3.2.2.7 Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

Ngân hàng điện tử, hiểu theo nghĩa đơn giản và trực quan nhất đó là sự kết hợp hoạt động ngân hàng với Internet - Là kết quả tất yếu của quá trình phát triển công nghệ thông tin, điện tử và tin học, được ứng dụng trong hoạt động kinh doanh ngân hàng. Các ngân hàng trên thế giới đã và đang phát triển mạnh các hoạt động dịch vụ của ngân hàng điện tử. Đối với nước ta, đây là lĩnh vực hoạt động mới, hầu hết các tổ chức tín dụng (TCTD) và các văn bản pháp quy của Ngân hàng Nhà nước và một số Bộ, ngành chưa đáp ứng để ứng dụng hoạt động của ngân hàng điện tử, ngoại trừ một số phần trong nghiệp vụ tín dụng ngân hàng phát triển riêng biệt và một số dịch vụ nhất định như: xây dựng và phát triển trang Web cho ngân hàng mình; homebanking; ngân hàng qua mạng điện thoại di động (Mobile banking). Trong đó hoạt động ngân hàng qua mạng điện thoại di động được phát triển với nhiều tiện ích như: cung cấp thông tin về tài khoản qua tin nhắn; thông tin về thị trường: tỷ giá, lãi suất, giá cả; giao dịch chứng khoán, nhà đất...; giao dịch thanh toán tiền điện thoại, tiền taxi, tiền điện, nước...

Riêng đối với dịch vụ E-Banking, là dịch vụ ngân hàng điện tử "hoàn hảo" nhất, nhưng đòi hỏi tính an toàn, bảo mật trong thanh toán cao nhất, bởi lẽ rủi ro

trong hoạt động dịch vụ này là không nhỏ. Tuy nhiên, các ngân hàng thương mại ở Việt Nam mới chỉ phát triển ở mức độ nhất định, khách hàng chủ yếu là các TCTD, doanh nghiệp, tổ chức kinh tế còn ít và chỉ tham gia quan hệ mang tính chất tư vấn, tham khảo và tìm kiếm thông tin là chủ yếu. Việc khai thác được điểm mạnh và lợi thế tuyệt đối của một Ngân hàng điện tử là cung cấp sản phẩm dịch vụ mới, đa dạng và có tính tiện lợi, tiện ích cao, nhanh chóng, chính xác, mang tính ngân hàng điện tử hiện chưa làm được

Xét trên quan điểm kinh tế thì ngân hàng điện tử tiết kiệm chi phí. Theo đó tất cả các chi phí liên quan đến các hoạt động giao dịch, thanh toán, chi phí kiểm đếm, các chi phí đi lại... Xét về mặt kinh doanh của ngân hàng sẽ Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn. Thông qua các dịch vụ của ngân hàng điện tử, các lệnh về chi trả, nhờ thu của khách hàng được thực hiện nhanh chóng, tạo điều kiện cho vốn tiền tệ chu chuyển nhanh, thuận lợi, thực hiện tốt quan hệ giao dịch, trao đổi tiền - hàng. Qua đó đẩy nhanh tốc độ lưu thông hàng hoá, tiền tệ, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn. Đây là lợi ích mà các giao dịch kiểu ngân hàng truyền thống khó có thể đạt được với tốc độ nhanh, chính xác so với ngân hàng điện tử. Với mô hình ngân hàng hiện đại là kinh doanh đa năng thì khả năng phát triển, cung ứng các dịch vụ cho nhiều đối tượng khách hàng, nhiều lĩnh vực kinh doanh là rất cao. Đặc biệt ngân hàng điện tử có thể cung cấp dịch vụ chéo. Theo đó các ngân hàng có thể liên kết với các công ty bảo hiểm, công ty chứng khoán, công ty tài chính khác để đưa ra các sản phẩm tiện ích nhằm đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng về các dịch vụ liên quan: ngân hàng, bảo hiểm, đầu tư, chứng khoán... Khả năng giữ và thu hút khách hàng của ngân hàng điện tử. Chính sự tiện ích có được từ công nghệ ứng dụng, từ phần mềm, từ nhà cung cấp dịch vụ mạng, dịch vụ Internet đã thu hút và giữ khách hàng sử dụng, quan hệ giao dịch với ngân hàng, trở thành khách hàng truyền thống của ngân hàng.

Tuy nhiên quá trình phát triển ngân hàng điện tử cũng nảy sinh nhiều vấn đề liên quan. Nổi bật là 3 vấn đề chính: vốn và công nghệ; an toàn và bảo mật; quản trị, phòng ngừa rủi ro.

Trong điều kiện hiện nay, để phát triển ngân hàng điện tử ở nước ta, trước hết các TCTD trên địa bàn cần thực hiện một số “bước đi” thích hợp, theo các giải pháp cụ thể:

Thứ nhất, tiếp tục hoàn thiện và phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng truyền thống: dịch vụ tín dụng; dịch vụ thanh toán; dịch vụ ngoại hối; kho quỹ; tư vấn... Đây là cơ sở đảm bảo cho TCTD phát triển đạt trình độ nhất định, tạo tiền đề để phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng điện tử.

Thứ hai, phát triển và nâng cao chất lượng các hoạt động dịch vụ của Ngân hàng điện tử mà một số TCTD trên địa bàn đã và đang phát triển: dịch vụ homebanking; mobile banking, theo hướng ngày càng tiện ích. Phối hợp với các doanh nghiệp, với các ngành, lĩnh vực kinh doanh để tiếp tục mở rộng hoạt động thanh toán qua mạng điện thoại di động.

Thứ ba, là sự phát triển ngân hàng điện tử mang tính chiến lược, tuy nhiên để phát triển vững chắc, các TCTD cần lựa chọn phương án tối ưu nhất để triển khai thực hiện. Trong điều kiện hiện nay, trước mắt các TCTD trên địa bàn nên phát triển các hoạt động dịch vụ của ngân hàng điện tử ở mức độ nhất định, phù hợp với tình hình thực tế, trình độ phát triển của nền kinh tế; nhu cầu của khách hàng như: xây dựng và phát triển trang web của ngân hàng; phát triển hoạt động ngân hàng qua mạng điện thoại di động (mobile banking); phát triển dịch vụ homebanking. Các sản phẩm dịch vụ này sẽ phục vụ cho chính các đối tượng khách hàng của ngân hàng (khách hàng truyền thống), đồng thời thu hút khách hàng mới sử dụng bằng chính tiện ích và hiệu ứng thông tin về dịch vụ từ các khách truyền thống.

Thực hiện khai thác hiệu quả trang Web của ngân hàng mình để tổ chức hoạt động tiếp thị, quảng cáo, tư vấn... nhằm thu hút khách hàng quan tâm và chú ý đến các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng, tạo điều kiện thuận lợi để thu hút và phát triển khách hàng tiềm năng, khách hàng mới. Bên cạnh đó không ngừng nâng cao chất lượng Web, tạo trang web có nội dung đa dạng, phong phú với lượng thông tin cung cấp có chất lượng và thường xuyên được cập nhật, đổi mới.

3.3 Những kiến nghị với cơ quan quản lý vĩ mô

Thứ nhất, việc tăng vốn điều lệ của các NHTM cổ phần để nâng cao khả năng cạnh tranh là rất cần thiết. Tuy nhiên, NHNN cần sớm ban hành quy chế kiểm soát để tránh hiện tượng “vốn ảo” trong trào lưu tăng vốn điều lệ đang diễn ra quá nóng ở các NHTM cổ phần hiện nay, đặc biệt là từ các ngân hàng nhỏ lên các ngân hàng có quy mô vốn điều lệ trung bình và lớn.

Thứ hai, sớm ban hành quy chế sáp nhập các NHTM, quy chế mua lại các NHTM và lộ trình cho việc sáp nhập, mua lại các NHTM từ nay đến 2015 để làm cơ sở pháp lý cho các NHTM Việt Nam nghiên cứu thực hiện nhanh chóng và thuận lợi khi cần thiết. Nên có những chính sách ưu đãi, ví dụ: ưu đãi về thuế thu nhập, hỗ trợ của nhà nước về công nghệ, nguồn vốn, đào tạo... cho các ngân hàng thực hiện việc sáp nhập này.

Thứ ba, cần bảo hộ tối đa trong lộ trình WTO đối với các NHTM vốn còn rất còn rất non trẻ và yếu kém như hiện nay. Cần thận trọng trong việc mở rộng tỷ lệ phần trăm mà các nhà đầu tư nước ngoài được phép mua tại các NHTM cổ phần Việt Nam. Việc mở rộng quá nhanh sẽ dẫn đến các NHTM cổ phần Việt Nam mất vào tay các nhà đầu tư nước ngoài, làm cho hệ thống ngân hàng Việt Nam nhanh chóng suy yếu. Chú ý đến ngân hàng nước ngoài 100% vốn vào Việt Nam với chính sách chấp nhận lỗ giai đoạn đầu để thu khách hàng thông qua biện pháp cạnh tranh lãi suất tiền gửi, tiền vay không lành mạnh.

Thứ tư, xem xét việc thành lập các NHTM cổ phần mới trong nước: liệu các ngân hàng mới có thực sự lành mạnh thêm hệ thống NHTM hiện nay không? Trong khi các NHTM hiện có đang còn yếu, cần tập trung củng cố để cạnh tranh với ngân hàng nước ngoài trong tương lai gần thì các ngân hàng mới thành lập có sức cạnh tranh với ngân hàng nước ngoài không hay chỉ tìm cách ăn vào miếng bánh thị phần của các ngân hàng trong nước với những biện pháp cạnh tranh hỗn loạn về lãi suất, nguồn nhân lực làm cho hệ thống ngân hàng hiện tại đang yếu lại yếu thêm? Điều gì sẽ xảy ra với hệ thống ngân hàng Việt Nam nếu các ngân hàng mới thành lập bị khủng hoảng như thời kỳ 1997-2000?

Thứ năm, cần xây dựng và ban hành sớm những quy định cụ thể về mô hình tập đoàn tài chính ngân hàng, quy mô tập đoàn về vốn điều lệ, tổng tài sản, số lượng chi nhánh, số lượng tối thiểu của các công ty con trong tập đoàn. Đặc biệt cần có những thông tư liên bộ ngành cho phép các công ty con được thành lập và hoạt động một cách thống nhất và thống thoán, có hiệu quả.

Thứ sáu, đối với bốn ngân hàng thương mại nhà nước, đây là các ngân hàng trụ cột của hệ thống NHTM Việt Nam đang lần lượt đẩy nhanh tốc độ cổ phần hoá và trở thành các tập đoàn tài chính ngân hàng lớn. Ngân hàng nhà nước cần định hướng chuyên doanh cho 4 tập đoàn này như tên gọi từng có của chúng để tránh hiện tượng tập đoàn nào cũng kinh doanh đa năng, giẫm chân lên nhau để cạnh tranh lôi kéo khách hàng, gây hỗn loạn thị trường làm suy yếu sức mạnh của từng tập đoàn và cả hệ thống NHTM Việt Nam.

Cổ phần hoá các NHTMNN nhằm tăng cường tính năng động và vốn của ngân hàng; tăng tính đối trọng với NHNNg, đảm bảo năng lực cạnh tranh của ngân hàng trong nước nói chung và NHTMCP nói riêng trong tiến trình hội nhập quốc tế.

Ngoài ra việc cổ phần hoá sẽ góp phần làm cho các ngân hàng tự chủ hơn trong quá trình kinh doanh. Nhà nước chỉ cần giữ cổ phần đa số hoặc khống chế trong các ngân hàng này là đã đủ quyền kiểm soát toàn bộ hoạt động của ngân hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Xuất phát từ cam kết WTO của Việt Nam về lĩnh vực tài chính ngân hàng, cũng như những mục tiêu và định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng đã được Đại hội Đảng bộ thành phố lần thứ VII đề ra. Từ những cơ hội, thách thức cơ bản mà hệ thống ngân hàng thương mại trên thành phố sẽ gặp phải trong quá trình hội nhập. Trên cơ sở đó tác giả mạnh dạn đề xuất một số giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng đảm bảo hoạt động có hiệu quả trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Theo đó có hai nhóm giải pháp:

- Nhóm giải pháp chiến lược lâu dài: đề cập đến việc nâng cao năng lực tài chính của các ngân hàng thương mại, tiến tới hình thành những tập đoàn tài chính ngân hàng. Theo đó, việc xây dựng các ngân hàng thương mại Việt Nam thành các tập đoàn tài chính ngân hàng là điều tất yếu để các NHTM Việt Nam phát triển cả về chiều rộng và chiều sâu.
- Nhóm giải pháp cụ thể trước mắt: Đó là tăng nhanh quy mô vốn thông qua tăng vốn tự có, tăng khả năng sinh lời, tăng vốn từ nguồn thu nợ đã được xử lý. Bên cạnh đó nâng cao năng lực quản trị, điều hành và phát triển nguồn nhân lực cần được quan tâm đúng mức. Các ngân hàng phải nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ, hợp lý hoá lãi suất và biểu phí. Muốn vậy phải thực hiện công tác hiện đại hoá ngân hàng và hệ thống thanh toán, xây dựng chiến lược tiếp thị, quảng bá sản phẩm, phát triển mạng lưới giao dịch.
- Tác giả cũng mạnh dạn đưa ra những kiến nghị với cơ quan quản lý vĩ mô nhằm tạo điều kiện để các ngân hàng phát triển đó là ngân hàng Nhà nước cần sớm ban hành quy chế giám sát để tránh hiện tượng “vốn ảo”, sớm ban hành quy chế sáp nhập các NHTM, quy chế mua lại các NHTM..., cần bảo hộ tối đa trong lộ trình WTO đối với các NHTM, xem xét việc thành lập mới các NHTM trong nước, xây dựng và ban hành sớm những quy định cụ thể về mô hình tập đoàn tài chính ngân hàng. Có như vậy thì việc phát triển các loại hình dịch vụ ngân hàng mới đảm bảo tính bền vững và cạnh tranh được với các ngân hàng nước ngoài trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

KẾT LUẬN

Ngày 07/11/2006, Việt Nam chính thức gia nhập gia nhập Tổ chức thương mại thế giới WTO. Sự gia nhập này sẽ mang lại nhiều cơ hội cho lĩnh vực tài chính ngân hàng cũng như những ngành kinh tế khác của đất nước. Nghiên cứu về sự phát triển của loại hình dịch vụ tài chính ngân hàng trong thời kỳ này là yêu cầu cấp thiết đối với những nhà quản lý kinh tế nói chung và những nhà quản trị ngân hàng nói riêng.

Dịch vụ ngân hàng là một trong những dịch vụ quan trọng trên thị trường dịch vụ tài chính. Thông qua các sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng chúng ta thấy rằng các sản phẩm này rất đa dạng và phong phú. Phát triển dịch vụ ngân hàng sẽ tạo điều kiện huy động các nguồn vốn nhàn rỗi trong xã hội, phân bổ và sử dụng một cách hiệu quả nhất cho sự phát triển kinh tế xã hội. Cũng qua việc nghiên cứu này cho thấy những dịch vụ ngân hàng hiện đại sẽ là một trong những tiềm lực to lớn mà các ngân hàng cần phải khai thác trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

Để đứng vững và đi lên trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, các ngân hàng cần nâng cao năng lực một cách toàn diện: nâng cao năng lực tài chính, phát triển nguồn nhân lực, hiện đại hóa công nghệ, nâng cao năng lực quản lý và quản trị, mở rộng đa dạng hóa dịch vụ ngân hàng....

Trên cơ sở kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng của một số nước trên thế giới, cùng với sự phân tích các nhân tố tác động đến sự phát triển dịch vụ ngân hàng trong điều kiện hội nhập. Đề tài phân tích, đánh giá những cơ hội và thách thức của hệ thống ngân hàng Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, nêu ra những điểm mạnh, điểm yếu của NHTM Việt Nam, phân tích thực trạng hoạt động của các NHTM trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Nhìn chung trong những năm vừa qua, các NHTM đã có những bước phát triển. Các dịch vụ ngân hàng truyền thống vẫn là những nhân tố chủ đạo trong hoạt động kinh doanh của các ngân hàng trên địa bàn. Bên cạnh đó các dịch vụ ngân hàng hiện đại của đã được các ngân hàng quan tâm, khách hàng đã từng bước thích ứng với những tiện ích mà các dịch vụ này mang lại.

Những đề xuất nêu trong luận văn là những giải pháp mang tính gợi mở, định hướng chung với mục đích phần nào giúp các NHTM xem xét, chọn lọc để có sự cụ thể hoá trong áp dụng triển khai nhằm nâng cao vị thế và năng lực cạnh tranh của mình. Từ đó có thể chủ động hơn trong hội nhập cũng như biến thách thức trong quá trình hội nhập thành những cơ hội giúp ngân hàng phát triển ổn định trong tương lai.

Dù đã có cố gắng hết sức nhưng do những hạn chế nhất định về thời gian và năng lực nên cần phải trao đổi thêm với các nhà khoa học và những người quan tâm đến đề tài này. Tuy nhiên tôi vẫn mong rằng Luận văn "Phát triển dịch vụ ngân hàng của các NHTM tại TP.HCM trong thời kỳ hậu WTO" sẽ là tài liệu có ích cho các NHTM vì mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh của mình trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế.

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH
KHOA ĐÀO TẠO SAU ĐẠI HỌC
-----o0o-----

PHIẾU KHẢO SÁT

ĐỀ TÀI:

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG
CỦA HỆ THỐNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI
TRÊN ĐỊA BÀN TP. HỒ CHÍ MINH THỜI KỲ HẬU WTO**

I. GIỚI THIỆU ĐỀ TÀI:

Dịch vụ ngân hàng của ngân hàng thương mại trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh thời gian qua đã đạt được những kết quả khả quan, tuy nhiên để nâng cao năng lực cạnh tranh của các sản phẩm, chủ động hội nhập kinh tế quốc tế, nhất là thời kỳ hậu WTO đòi hỏi các ngân hàng phải có các chuẩn bị thật kỹ. Các bước chuẩn bị được thực hiện trên các lĩnh vực như: nâng cao trình độ nghiệp vụ, kỹ năng khai thác dịch vụ, thái độ phục vụ...Đề tài: “PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CỦA HỆ THỐNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN TP.HCM THỜI KỲ HẬU WTO” là tâm huyết của tác giả, nhằm đưa ra những giải pháp cụ thể góp phần xây dựng hệ thống ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố ngày càng phát triển, đủ sức cạnh tranh và hoạt động hiệu quả trong thời kỳ hậu WTO.

II. THÔNG TIN CHUNG

Khách hàng cá nhân

Tên đầy đủ:

Cơ quan công tác:

Vị trí:

Điện thoại:

Khách hàng doanh nghiệp

Tên công ty:.....

Địa chỉ:

Điện thoại:

Lĩnh vực hoạt động:

III. CAM KẾT:

Tôi xin cam kết sẽ bảo đảm an toàn tuyệt đối bí mật thông tin cá nhân của anh/chị. Mọi thông tin chỉ được sử dụng cho mục đích nghiên cứu và tham khảo trong phạm vi đề tài.

Chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của anh chị

IV. CẤU TRÚC, MỤC TIÊU PHIẾU KHẢO SÁT

Phiếu khảo sát được xây dựng với mục đích khảo sát tình hình thực tế về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng đang áp dụng tại các ngân hàng thương mại. Bảng câu hỏi được xây dựng thành 2 phần.

Phần 1 bao gồm 11 câu hỏi, các câu hỏi này chủ yếu dùng để đánh giá năng lực của các Ngân hàng thương mại. Và được đánh giá theo thang điểm có sẵn. Tùy thuộc vào tính chất từng câu hỏi mà thang điểm có ý nghĩa khác nhau, nhưng tổng quát sẽ được tính như sau: 5 điểm: Được đánh giá là dưới mức trung bình; từ 6 đến 7 điểm: Mức trung bình; Từ 8 đến 9 điểm: mức khá; 10 điểm: mức tốt.

Phần 2 bao gồm 10 câu hỏi, các câu hỏi sẽ được trả lời theo phương án có sẵn

BẢNG CÂU HỎI

Phần 1

Anh/chị nhận xét gì về năng lực của các ngân hàng thương mại Việt Nam:

1. Thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng:

5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	----

2. Cơ sở vật chất của ngân hàng: (Trụ sở giao dịch, bàn, ghế, quầy giao dịch...)

5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	----

3. Thời gian và địa điểm giao dịch: (giờ làm việc và địa điểm đặt trụ sở của ngân hàng có thuận tiện cho việc giao dịch của bạn...)

5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	----

4. Công nghệ ngân hàng (Mạng máy tính, ATM, hệ thống thanh toán điện tử, các thiết bị khác...)

5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	----

5. Tiện ích ngân hàng: (các giá trị gia tăng kèm theo, ví dụ: Thanh toán cước điện thoại, điện, nước, tiền mua hàng,...qua ngân hàng, các dịch vụ ngân hàng tại gia)

5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	----

6. Năng lực tài chính của ngân hàng

5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	----

7. Các dịch vụ của ngân hàng đã đáp ứng nhu cầu của bạn ở mức độ nào: (có dịch vụ nào bạn cần mà ngân hàng không cung cấp)

5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	----

8. Thủ tục hành chính của ngân hàng

5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	----

9. Đánh giá của anh/chị về sản phẩm truyền thống của ngân hàng

5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	----

10. Đánh giá của anh/chị về sản phẩm ngân hàng hiện đại

5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	----

Phần 2

Nhằm mục đích đánh giá chính xác hơn về các dịch vụ mà ngân hàng thương mại đang cung cấp

Nếu anh/chị là cá nhân, xin vui lòng trả lời từ câu 1 đến câu 7, nếu anh/chị đại diện cho tổ chức, trả lời câu 8 đến câu 12

1. Anh/chị sử dụng dịch vụ nào của ngân hàng thương mại:

- a. Gửi tiền tiết kiệm
- b. dịch vụ chuyển tiền
- c. Vay làm nhà, đầu tư kinh doanh
- d. Vay cho con du học
- e. Các dịch vụ khác

2. Anh/chị thường quan hệ với loại ngân hàng nào:
 - a. Ngân hàng TMNN
 - b. Ngân hàng TMCP
 - c. Ngân hàng liên doanh, nước ngoài
 - d. Các tổ chức tín dụng khác
3. Đối với hoạt động gửi tiền vào ngân hàng, anh chị thường gửi với loại kỳ hạn nào:
 - a. Không kỳ hạn
 - b. Ngắn hạn
 - c. Trung hạn
 - d. Dài hạn
4. Anh/chị quan tâm thực hiện giao dịch ngân hàng dưới hình thức nào nhất
 - a. Tại quầy giao dịch của ngân hàng
 - b. Internet banking
 - c. Telephone banking
 - d. Mobile banking
 - e. Máy rút tiền tự động
 - f. Dịch vụ thẻ
5. Anh/chị đang sử dụng dịch vụ thẻ nào:
 - a. Thẻ tín dụng nội địa
 - b. Thẻ tín dụng quốc tế
 - c. Thẻ thanh toán và rút tiền nội địa
 - d. Thẻ thanh toán và rút tiền quốc tế
 - e. Chưa sử dụng
6. Điều gì cản trở anh/chị sử dụng dịch vụ ngân hàng hiện đại:
 - a. Nó quá mới, tôi chưa hiểu rõ dịch vụ này
 - b. Độ tin cậy chưa cao
 - c. Phí dịch vụ cao
 - d. Sản phẩm dịch vụ chưa lôi cuốn
7. Khi Việt Nam gia nhập WTO, anh/chị sẽ giao dịch với ngân hàng nào

- a. Ngân hàng trong nước
 - b. Ngân hàng nước ngoài
8. Cơ quan của anh/chị thường quan hệ với loại ngân hàng nào:
- a. Ngân hàng TMNN
 - b. Ngân hàng TMCP
 - c. Ngân hàng liên doanh, nước ngoài
 - d. Các tổ chức tín dụng khác
9. Cơ quan anh/chị sử dụng dịch vụ ngân hàng như thế nào:
- a. Vay vốn để sản xuất kinh doanh
 - b. Thanh toán công nợ với khách hàng
 - c. Quản lý thu xuất nhập khẩu
 - d. Thư tín dụng L/C
 - e. Thực hiện các loại bảo lãnh
 - f. Dịch vụ khác
10. Đối với lãi suất tiền vay, doanh nghiệp đánh giá lãi suất hiện nay như thế nào:
- a. Thấp
 - b. Trung bình
 - c. Cao
 - d. Quá cao
11. Để nâng cao chất lượng phục vụ, các ngân hàng cần phải: (ưu tiên 1,2,3,4)
- a. Hiện đại hoá công nghệ ngân hàng
 - b. Nâng cao trình độ của đội ngũ cán bộ ngân hàng
 - c. Cải tiến thủ tục hành chính
 - d. Có chính sách marketing, phát triển sản phẩm thật tốt
 - e. Bảo mật tốt, tạo lòng tin cho khách hàng
12. Khi gia nhập WTO, cơ quan anh chị sẽ giao dịch với Ngân hàng nào:
- a. Ngân hàng trong nước
 - b. Ngân hàng nước ngoài

PHỤ LỤC 1: DANH MỤC SẢN PHẨM CỦA NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU

<p>→ TIỀN GỬI THANH TOÁN</p>	<p>→ SẢN PHẨM THẺ</p>	<p>→ SẢN PHẨM CHO VAY</p>
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Tiền gửi thanh toán bằng VND ▸ Tiền gửi thanh toán bằng ngoại tệ ▸ Tiền gửi có kỳ hạn bằng VND ▸ Tiền gửi có kỳ hạn bằng ngoại tệ ▸ Tiền gửi kỳ quỹ bảo đảm thanh toán thẻ 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Thẻ tín dụng nội địa ▸ Thẻ tín dụng quốc tế ▸ Thẻ thanh toán và rút tiền nội địa <p>Thẻ thanh toán và rút tiền toàn cầu</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ ACB Visa Debit/MasterCard Dynamic ▸ ACB Visa Electron/MasterCard Electronic 	<p>CHO VAY CÓ TÀI SẢN ĐẢM BẢO</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ Vay siêu tốc 24 giờ ▸ Cho vay trả góp mua nhà ở, nền nhà ▸ Cho vay trả góp XD, sửa chữa nhà ▸ Cho vay mua căn hộ Phú Mỹ Hưng thể chấp bằng căn hộ mua ▸ Cho vay trả góp sinh hoạt tiêu dùng ▸ Cho vay trả góp sản xuất kinh doanh ▸ Cho vay sản xuất kinh doanh dịch vụ ▸ Dịch vụ hỗ trợ du học ▸ Cho vay mua xe Ô tô thể chấp bằng chính xe mua ▸ Cho vay cầm cố chứng từ có giá ▸ Cho vay thế chấp cổ phiếu chưa niêm yết ▸ Cho vay thế chấp chứng khoán niêm yết ▸ Cho vay chứng khoán ngày T ▸ Cho vay thẻ tín dụng. ▸ Cho vay phát triển kinh tế nông nghiệp ▸ Phát hành thư bảo lãnh trong nước ▸ Cho vay mua biệt thự Riviera thể chấp bằng chính biệt thự mua
<p>→ TIỀN GỬI TIẾT KIỆM</p>	<p>→ DỊCH VỤ CHUYỂN TIỀN</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Tiết kiệm không kỳ hạn bằng VND ▸ Tiết kiệm không kỳ hạn bằng ngoại tệ ▸ Tiết kiệm có kỳ hạn bằng VND ▸ Tiết kiệm có kỳ hạn bằng ngoại tệ ▸ Tiết kiệm bằng Vàng ▸ Tiết kiệm dự thưởng "Trở thành Tỷ phú - Cơ hội trong tầm tay"  	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Chuyển tiền trong nước ▸ Chuyển tiền ra nước ngoài ▸ Nhận tiền chuyển từ trong nước ▸ Nhận tiền chuyển từ nước ngoài ▸ Chuyển tiền nhanh Western Union ▸ Chuyển tiền ra nước ngoài qua Western Union 	
<p>→ QUYỀN CHỌN (OPTIONS)</p>	<p>→ DỊCH VỤ KHÁC</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ▸ Quyền chọn mua bán ngoại tệ (currency options) ▸ Quyền chọn mua bán vàng (gold options) 	<ul style="list-style-type: none"> ▸ Giữ hộ vàng ▸ Thu đổi ngoại tệ ▸ Dịch vụ trung gian thanh toán mua bán bất động sản ▸ Dịch vụ du học ▸ Bankdraft đa ngoại tệ 	<p>CHO VAY TÍN CHẤP (Không cần tài sản đảm bảo)</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ Hỗ trợ tiêu dùng dành cho nhân viên công ty ▸ Hỗ trợ tiêu dùng dành cho chủ doanh nghiệp ▸ Vay tập thể Cán bộ công nhân viên ▸ Thấu chi tài khoản (ACB Plus 50)

PHỤ LỤC 2: SẢN PHẨM Á CHÂU 2

→ DỊCH VỤ TÀI KHOẢN

- [Tiền gửi thanh toán](#)
- [Tiền gửi thanh toán lãi suất có thưởng](#)
- [Tiền gửi có kỳ hạn](#)
- [Tiền gửi kỳ hạn lãi suất linh hoạt](#)
- [Chuyển tiền trong nước](#)
- [Chuyển tiền ra nước ngoài](#)

→ SẢN PHẨM BAO THANH TOÁN

- [Bao thanh toán trong nước](#)
- [Bao thanh toán ngoài nước](#)

→ QUYỀN CHỌN (OPTIONS)

- [Quyền chọn mua bán ngoại tệ \(currency options\)](#)
- [Quyền chọn mua bán vàng \(gold options\)](#)

→ THANH TOÁN QUỐC TẾ

- [Chuyển tiền ra nước ngoài](#)
- [Nhân tiền chuyển đến](#)
- [Nhờ thu nhập khẩu](#)
- [Nhờ thu xuất khẩu](#)
- [Thư tín dụng nhập khẩu](#)
- [Thư tín dụng xuất khẩu](#)

→ DỊCH VỤ BẢO LÃNH

- [Bảo lãnh trong nước](#)
- [Bảo lãnh ngoài nước](#)

→ DỊCH VỤ KHÁC

- [Chi hộ lương/hoa hồng](#)
- [Thu hộ tiền mặt](#)
- [Chi hộ tiền mặt](#)
- [Thu tiền hóa đơn](#)
- [Thanh toán hóa đơn](#)
- [Quản lý tài khoản tập trung](#)
- [Thư tín dụng nội địa](#)
- [Thẻ tín dụng công ty](#)
- [Các dịch vụ theo yêu cầu](#)

→ SẢN PHẨM CHO VAY

- [Tài trợ thương mại trong nước](#)

Tài trợ xuất nhập khẩu

- [Tài trợ xuất khẩu trước khi giao hàng](#)
- [Tài trợ xuất khẩu sau khi giao hàng](#)
- [Tài trợ nhập khẩu](#)

- [Cho vay thấu chi](#)
- [Cho vay cầm cố hạt nhựa](#)
- [Cho vay đầu tư tài sản cố định](#)
- [Cho vay dự án](#)
- [Cho vay với các mục đích khác](#)

BẢNG TỔNG HỢP XỬ LÝ CÂU HỎI ĐIỀU TRA

Tổng số phiếu phát ra:

200 phiếu

Tổng số phiếu thu về:

190 phiếu

Số phiếu hợp lệ:

190 phiếu

Phần 1:

Chỉ tiêu	5	6	7	8	9	10
<i>Thái độ phục vụ</i>	14.74	18.95	23.68	28.42	11.05	3.15
<i>Cơ sở vật chất</i>	12.63	21.05	25.26	23.68	13.68	3.68
<i>Thời gian và địa điểm giao dịch</i>	4.73	6.32	14.21	25.26	28.95	20.53
<i>Công nghệ ngân hàng</i>	5.26	9.47	14.74	27.37	24.74	18.42
<i>Tiện ích ngân hàng</i>	8.95	14.74	19.47	28.95	20.53	7.37
<i>Năng lực tài chính của ngân hàng</i>	15.79	30.53	22.63	20.52	6.32	4.21
<i>Mức độ đang dạng hoá dịch vụ</i>	11.58	15.26	22.10	23.16	16.36	11.58
<i>Thủ tục hành chính</i>	8.95	20.53	22.63	24.74	10	13.16
<i>Dịch vụ ngân hàng truyền thống</i>	2.63	7.89	22.10	30.53	24.74	12.10
<i>Dịch vụ ngân hàng hiện đại</i>	19.47	20.53	24.74	18.95	14.74	1.55

Phần 2:

Dành cho cá nhân

Câu 1 Anh/chị sử dụng dịch vụ nào của ngân hàng thương mại

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Gửi tiền tiết kiệm	67	53.60%	
2	Dịch vụ chuyển tiền	6	4.80%	
3	Vay làm nhà, đầu tư kinh doanh	29	23.20%	
4	Vay cho con, em du học	13	10.40%	
5	Các dịch vụ khác	10	8%	

Câu 2 Anh/chị thường quan hệ với loại ngân hàng nào

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Ngân hàng thương mại nhà nước	61	48.80%	
2	Ngân hàng thương mại cổ phần	42	33.60%	
3	Ngân hàng liên doanh, nước ngoài	13	10.40%	
4	Các tổ chức tín dụng khác	9	7.20%	

Câu 3 Đối với hoạt động gửi tiền vào ngân hàng, anh/chị thường gửi với loại kỳ hạn

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Không kỳ hạn	52	41.60%	
2	Ngắn hạn	48	38.40%	
3	Trung hạn	21	16.80%	
4	Dài hạn	4	3.20%	

Câu 4 Anh/chị quan tâm thực hiện giao dịch ngân hàng dưới hình thức nào

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Tại quầy giao dịch của ngân hàng	52	41.60%	
2	Internet Banking	26	20.62%	
3	Telephone Banking	8	6.40%	
4	Mobile banking	15	12.37%	
5	Máy rút tiền tự động	58	46.39%	
6	Dịch vụ thẻ	32	25.77%	

Câu 5 Anh/chị sử dụng dịch vụ thẻ nào

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Thẻ tín dụng nội địa	28	22.40%	
2	Thẻ tín dụng quốc tế	7	5.60%	
3	Thẻ thanh toán và rút tiền nội địa	60	48%	
4	Thẻ thanh toán và rút tiền quốc tế	22	17.60%	
5	Chưa sử dụng	35	28%	

Câu 6 Điều gì cản trở anh/chị sử dụng dịch vụ ngân hàng hiện đại

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Nó quá mới, tôi chưa hiểu rõ	28	22.40%	
2	Độ tin cậy chưa cao	57	45.60%	
3	Phí dịch vụ cao	40	32%	
4	Sản phẩm dịch vụ chưa lời cuốn	27	21.60%	

Câu 7 Khi gia nhập WTO, anh/chị sẽ giao dịch với loại ngân hàng nào

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Ngân hàng trong nước	77	61.60%	
2	Ngân hàng nước ngoài	48	38.40%	

Phần dành cho doanh nghiệp

Câu 8 Cơ quan của anh/chị thường quan hệ với loại ngân hàng nào

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Ngân hàng thương mại nhà nước	31	47.69%	
2	Ngân hàng thương mại cổ phần	21	32.30%	
3	Ngân hàng liên doanh, nước ngoài	9	13.85%	
4	Các tổ chức tín dụng khác	4	6.15%	

Câu 9 Cơ quan anh/chị sử dụng dịch vụ ngân hàng như thế nào

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Vay vốn để sản xuất kinh doanh	49	75.38%	
2	Thanh toán công nợ với khách hàng	37	56.92%	
3	Quản lý thu xuất nhập khẩu	14	21.54%	
4	Thư tín dụng L/C	18	27.69%	
5	Thực hiện các loại bảo lãnh	27	41.54%	
6	Dịch vụ khác	24	36.92%	

Câu 10 Đối với lãi suất tiền vay, doanh nghiệp đánh giá lãi suất hiện nay như thế nào

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Thấp	2	3.08%	
2	Trung bình	16	24.62%	
3	Cao	21	32.30%	
4	Quá cao	26	40%	

Câu 11

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Hiện đại hoá công nghệ ngân hàng			
	Ưu tiên 1	21	32.30%	
	Ưu tiên 2	16	24.62%	
	Ưu tiên 3	11	16.92%	
	Ưu tiên 4	10	15.38%	
	Ưu tiên 5	7	10.77%	
2	Nâng cao trình độ của đội ngũ cán bộ ngân hàng			
	Ưu tiên 1	16	24.62%	
	Ưu tiên 2	15	23.08%	
	Ưu tiên 3	12	18.46%	
	Ưu tiên 4	14	21.54%	
	Ưu tiên 5	8	12.30%	
3	Cải tiến thủ tục hành chính			
	Ưu tiên 1	16	24.62%	
	Ưu tiên 2	13	20%	
	Ưu tiên 3	19	29.23%	
	Ưu tiên 4	15	23.08%	
	Ưu tiên 5	2	3.08%	
4	Có chính sách marketing, phát triển sản phẩm thật tốt			
	Ưu tiên 1	9	13.85%	
	Ưu tiên 2	16	24.62%	
	Ưu tiên 3	14	21.54%	
	Ưu tiên 4	14	21.54%	
	Ưu tiên 5	12	18.46%	
5	Bảo mật tốt, tạo lòng tin cho khách hàng			
	Ưu tiên 1	3	4.61%	
	Ưu tiên 2	5	7.69%	
	Ưu tiên 3	9	13.85%	
	Ưu tiên 4	12	18.46%	
	Ưu tiên 5	36	55.38%	

Câu 12 Khi gia nhập WTO, anh/chị sẽ giao dịch với loại ngân hàng nào

TT	Câu trả lời	đồng ý	Tỷ lệ	Ghi chú
1	Ngân hàng trong nước	34	52.30%	
2	Ngân hàng nước ngoài	31	47.70%	