



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



HUỲNH NGỌC LAN CHI

**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM
DỊCH VỤ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI
CỔ PHẦN NAM VIỆT**

CHUYÊN NGÀNH : KINH TẾ PHÁT TRIỂN
MÃ SỐ : 60.31.50

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: TIẾN SĨ THÁI TRÍ DŨNG



TP. HỒ CHÍ MINH - NĂM 2007



MỤC LỤC

Trang

Trang phụ bìa

Lời cam đoan

Mục lục

Danh mục các ký hiệu, chữ viết tắt

Danh mục các bảng, biểu

Danh mục các hình vẽ, đồ thị

PHẦN MỞ ĐẦU.....3

**CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI,
SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG..... 11**

- 1.1 Tổng quan về ngân hàng thương mại 11
 - 1.1.1 Khái niệm..... 11
 - 1.1.2 Chức năng của ngân hàng thương mại 12
 - 1.1.3 Các nghiệp vụ chủ yếu của ngân hàng thương mại 15
- 1.2 Tổng quan sản phẩm dịch vụ ngân hàng thương mại..... 21
 - 1.2.1 Khái niệm..... 21
 - 1.2.2 Bản chất của sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng 22
 - 1.2.3 Tác dụng của sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng 24
 - 1.2.4 Các loại sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng..... 25
- 1.3 Đặc tính sản phẩm dịch vụ tài chính 31
 - 1.3.1 Giá, tính đa dạng loại hình sản phẩm dịch vụ, độ an toàn tài chính..... 31
 - 1.3.2 Sự thuận tiện về địa điểm, điều kiện giao dịch, tính năng tiện ích của sản phẩm..... 32
 - 1.3.3 Yếu tố con người về sự thỏa mãn, hài lòng của khách hàng về sản phẩm, kỹ năng, trình độ, thái độ phục vụ của nhân viên..... 33

1.4	Phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng trong bối cảnh hội nhập quốc tế.....	34
1.4.1	Tính tất yếu của hội nhập trong lĩnh vực ngân hàng	34
1.4.2	Cơ hội, thách thức của phát triển thị trường sản phẩm dịch vụ ngân hàng trong bối cảnh hội nhập	34
1.4.3	Cung cầu của thị trường sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng	37
1.4.4	Các nhân tố tác động tới sự phát triển thị trường sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng	38
1.4.5	Những điều kiện cơ bản cho việc phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng trong bối cảnh hội nhập.....	39
1.5	Kinh nghiệm quốc tế trong việc phát triển thị trường sản phẩm dịch vụ tài chính trong bối cảnh hội nhập	43
1.5.1	Kinh nghiệm tại Trung Quốc	43
1.5.2	Một số bài học rút ra từ việc nghiên cứu kinh nghiệm của một số nước vận dụng vào Việt Nam	46

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH CỦA NGÂN HÀNG TMCP NAM VIỆT TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP..... 50

2.1	Sơ lược tình hình hoạt động của ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh.....	50
2.1.1	Tình hình chung nền kinh tế xã hội thành phố Hồ Chí Minh.....	50
2.1.2	Những chuyển hướng tích cực của hệ thống ngân hàng thương mại cổ phần.....	53
2.2	Ngân hàng thương mại cổ phần Nam Việt (NAVIBANK).....	55
2.2.1	Sơ lược về quá trình hình thành và phát triển.....	55
2.2.2	Một số chỉ tiêu cơ bản đạt được qua các năm gần đây	59
2.2.3	Tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng qua các thời kỳ	60
2.3	Những yêu cầu mở cửa của thị trường dịch vụ ngân hàng trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.....	62
2.3.1	Những yêu cầu của Hiệp định khung về hợp tác và thương mại dịch vụ (AFAS) của ASEAN.....	62

2.3.2	Những yêu cầu mở cửa của thị trường dịch vụ ngân hàng theo Hiệp định thương mại Việt Mỹ (BTA- Bilateral Trade Agreement).....	63
2.3.3	Những yêu cầu mở cửa của thị trường dịch vụ ngân hàng trong hội nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO – World Trade Organization)	66
2.4	Thực trạng thị trường sản phẩm dịch vụ ngân hàng TMCP NAM VIỆT trong thời gian qua (các yếu tố sản phẩm , thuận tiện và con người).....	68
2.4.1	Sản phẩm dịch vụ của NAVIBANK.....	68
2.4.2	Đánh giá vị trí của NAVIBANK trong thị trường sản phẩm dịch vụ ngân hàng ở Thành phố Hồ Chí Minh	74
2.4.3	Cung cầu thị trường sản phẩm dịch vụ ngân hàng	75
2.4	Đánh giá mức độ hội nhập quốc tế đối với thị trường dịch vụ tài chính ngân hàng của Ngân hàng thương mại cổ phần NAM VIỆT (NAVIBANK).....	76
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG CỦA NGÂN HÀNG TMCP NAM VIỆT TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP		78
3.1	Định hướng phát triển thị trường sản phẩm dịch vụ ngân hàng ở Việt Nam trong thời gian qua.....	78
3.1.1	Mục tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng	78
3.1.2	Định hướng phát triển một số dịch vụ chủ yếu.....	78
3.1.3	Những nội dung cần thực hiện để phát triển chất lượng sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng tại NAVIBANK.....	79
3.2	Một số giải pháp nhằm phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng của Ngân hàng TMCP NAM VIỆT trong quá trình hội nhập	81
3.2.1	Chiến lược phát triển của Ngân hàng TMCP Nam Việt.....	81
3.2.2	Giải pháp đối với chủ thể cung cấp dịch vụ	83
3.2.3	Giải pháp đối với chủ thể tiếp cận dịch vụ tài chính	87
PHẦN KẾT LUẬN.....		87
TÀI LIỆU THAM KHẢO		



DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

1/ AMCs	: Assets Management Companies
2/ ASEAN	: Association of South East Asian Nations
3/ BTA	: Bilateral Trade Agreement
4/ DN	: Doanh nghiệp
5/ DNNVV	: Doanh nghiệp nhỏ và vừa
6/ GATS	: General Agreement on Trade in Services
7/ NAVIBANK	: Nam Viet Commercial Joint Stock Bank
8/ NHBL	: Ngân hàng bảo lãnh
9/ NHNN	: Ngân hàng Nhà nước
10/ NHNNg	: Ngân hàng nước ngoài
11/ NHTM	: Ngân hàng thương mại
12/ NPL	: Non Performing Loan
13/ PBOC	: Public Bank of China
14/ PNTR	: Permanent Normal Trade Relations
15/ RMB	: Chinese/Yuan Renminbi
16/ TCTD	: Tổ chức tín dụng
17/ TIFAs	: Trade and Investment Framework Agreements
18/ TMCP	: Thương mại cổ phần
19/ TTCK	: Thị trường chứng khoán
20/ WTO	: World Trade Organization



DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

Bảng 1: Tỷ trọng tiền mặt trên tổng phương tiện thanh toán có xu hướng giảm dần qua các năm.....	29
Bảng 2: Tốc độ tăng trưởng GDP TP Hồ Chí Minh qua các năm 2001-2006.....	47
Bảng 3: Cơ cấu GDP phân theo thành phần kinh tế năm 2003 đến 2006	47
Bảng 4: Cơ cấu GDP phân theo các khu vực kinh tế năm 2003 đến 2006	48
Bảng 5: Tốc độ tăng trưởng của các ngành chủ yếu năm 2003 đến 2006.....	48
Bảng 6: Các chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế thành phố Hồ Chí Minh so với cả nước năm 2003 đến 2006	48
Bảng 7: Một số chỉ tiêu kết quả kinh doanh năm	56
Bảng 8: Kết quả hoạt động dịch vụ trong 06 tháng đầu năm 2007.....	56
Bảng 9: Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sang Hoa Kỳ giai đoạn 2001-2006.....	62
Sơ đồ 1: Chức năng trung gian tín dụng.....	09
Sơ đồ 2: Mối quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng.....	20
Sơ đồ 3: Các hình thức cho vay trực tiếp.....	24
Sơ đồ 4: Các hình thức cho vay gián tiếp.....	26

ĐỀ TÀI:

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NAM VIỆT

PHẦN MỞ ĐẦU

Trong nền kinh tế thị trường, hoạt động của bất kỳ một doanh nghiệp nào cũng đều nhắm đến mục tiêu cuối cùng là lợi nhuận. NHTM là một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực “đặc biệt” và nhạy cảm, đó là lĩnh vực kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng, là người “đi vay để cho vay” với chất liệu kinh doanh chính là tiền tệ.

Trong xu thế hội nhập quốc tế, đặc biệt là trong bối cảnh Việt Nam là thành viên chính thức của WTO thì việc minh bạch hoá chính sách là điều kiện cần thiết và bắt buộc. Cũng giống như các lĩnh vực khác, lĩnh vực tài chính ngân hàng chịu sự tác động mạnh mẽ của tiến trình hội nhập với những cam kết quốc tế và lộ trình thực hiện cụ thể, đòi hỏi mở cửa thị trường, đối xử bình đẳng, ban hành luật lệ công khai minh bạch, cạnh tranh công bằng, v.v....

Sự khác biệt quá ít về sản phẩm giữa các ngân hàng đã dẫn tới hệ lụy là các ngân hàng phải cạnh tranh về giá, dẫn đến sự phân tách thị trường, và đây chính là sự bất cập của thị trường tiền tệ hiện nay. Bên cạnh đó, các tập đoàn tài chính, ngân hàng lớn đều mong muốn được vào đầu tư tại Việt Nam. Điều này xảy ra là cơ hội, đồng thời là thách thức của các doanh nghiệp nước ta, nhất là các đơn vị tài chính ngân hàng. Do vậy, hệ thống các NHTM (Ngân hàng thương mại) phải nâng cao khả năng cạnh tranh, kiểm soát rủi ro, phát triển dịch vụ mới và niêm yết cổ phiếu trên thị trường chứng khoán nhằm tăng nguồn vốn.

1. LÝ DO NGHIÊN CỨU ĐỀ TÀI :

Vì sự tồn tại phát triển vững mạnh hay bị sát nhập của các NHTM cổ phần còn nhỏ bé trong nước như Ngân hàng TMCP Gia Định, Đệ Nhất, Thái Bình Dương, v.v... thì các NHTM cần tích cực phát triển các sản phẩm dịch vụ tài chính mang hàm lượng công nghệ hiện đại để chiếm lĩnh và phát triển thị trường theo lộ trình cam kết với cổ đông và khẳng định vị thế của mình trên thương trường, đây là lý do đề tài được nghiên cứu. Ngân hàng TMCP Nam Việt (NAVIBANK) cũng không là ngoại lệ so với các ngân hàng nêu trên.

Theo yêu cầu của lộ trình gia nhập WTO của ngành tài chính ngân hàng thì các ngân hàng thương mại buộc phải tăng vốn, tăng năng lực tài chính để có khả năng cạnh tranh về sản phẩm, dịch vụ và hệ thống kênh phân phối.

2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI :

➤ *Trọng tâm nghiên cứu đề tài ở các điểm như sau:*

- Nghiên cứu những lý luận cơ bản về NHTM và các sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng. Trong đó, nghiên cứu sâu các vấn đề liên quan đến việc quản lý và khả năng phát triển các sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng cùng các tác động của nó đến nền kinh tế.
- Đi sâu phân tích các thực trạng sản phẩm dịch vụ tài chính của NHTM cổ phần Nam Việt, phân tích nguyên nhân chủ yếu gây ra sự phát triển chậm chạp về sản phẩm dịch vụ tài chính.
- Đề nghị một số giải pháp phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng cho ngân hàng TMCP Nam Việt.
- Giúp cho cán bộ nhân viên ngân hàng nhận thức được những kinh nghiệm và dự kiến được những khả năng có thể xảy ra sự tụt hậu, sụt giảm khách hàng, thị phần mà họ đang quản lý. Dễ dàng nhận biết những dấu hiệu cảnh báo rủi ro trong quá trình công tác và góp phần cải tiến sản phẩm dịch vụ phục vụ và thỏa mãn nhu cầu của khách hàng ngày một tốt hơn.

3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU :

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là tập trung vào phân tích so sánh hiện trạng sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng TMCP Nam Việt và đề xuất các biện pháp quản lý, phát triển và mở rộng ứng dụng đối với các NHTM khác.

Phạm vi nghiên cứu của luận văn chính là nghiên cứu thực trạng kinh doanh sản phẩm dịch vụ tài chính của Ngân hàng TMCP Nam Việt trong những năm 2006 và 2007.

4. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU:

Tính chất của đề tài chủ yếu dựa vào dữ liệu đã có ở quá khứ của một NHTM, kết hợp với sự quan sát những yếu tố, nguyên nhân ảnh hưởng đến tình trạng phát triển sản phẩm dịch vụ một cách chậm chạp trong tình hình hiện nay. Đồng thời tiến hành phân tích và rút ra giải pháp cụ thể để phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính cho NHTM. Vì vậy, việc nghiên cứu đề tài sẽ sử dụng các phương pháp sau đây:

- Phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử;
- Phương pháp phân tích, giải thích, tổng hợp, so sánh nhằm làm nổi bật vấn đề nghiên cứu từ đó kiến nghị những giải pháp phù hợp;

Dữ liệu được thu thập từ các nguồn như sau:

- + Nội bộ ngân hàng;
- + Trang Web của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (<http://www.centralbank.vn>); Tổng cục thống kê (<http://www.gso.gov.vn>; <http://www.pso.hochiminhcity.gov.vn>).
- + Tổ chức bên ngoài, sách báo, tạp chí, phương tiện truyền thông, v.v....

5. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU :

- *Phần mở đầu*
- *Chương 1:* Những vấn đề chung về NHTM và các sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng: Chương này chủ yếu là trình bày những cơ sở lý luận chung, liên quan đến NHTM và các sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng trong thời gian qua, khả năng phát triển sản phẩm dịch vụ trong thời gian tới.
- *Chương 2:* Thực trạng thị trường sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng TMCP Nam Việt trong quá trình hội nhập: Phân tích tình hình hoạt động của Ngân hàng qua các thời kỳ, trong đó phân tích sâu hơn về hoạt động dịch vụ tài chính, từ đó đi sâu nghiên cứu và phân tích các yếu tố tác động đến khả năng phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng trong các năm kế tiếp, v.v...
- *Chương 3:* Từ những thực trạng trình bày ở chương 2, đề nghị những giải pháp phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng đối với Ngân hàng TMCP Nam Việt nói riêng và cho các NHTM nói chung trong hoạt động kinh doanh ngân hàng sau khi hội nhập WTO.
- *Phần kết luận.*

6. Ý NGHĨA CỦA ĐỀ TÀI :

Đề tài có các ý nghĩa thực tiễn như sau:

- ✓ Góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ tài chính cho NAVIBANK và các NHTM.
- ✓ Góp phần rút thêm những kinh nghiệm về việc phân tích, đánh giá chất lượng sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng cho nhân viên ngân hàng. Giúp họ có thể nhận biết những nhu cầu của khách hàng để phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính phục vụ khách hàng từ khâu tiếp xúc với khách hàng cho đến khâu cuối cùng nhằm thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng.
- ✓ Tránh những sai sót trong nghiệp vụ gây ra sự phiền lòng cho khách hàng.

- ✓ Góp phần tạo dựng uy tín và lòng tin về sản phẩm dịch vụ của NAVIBANK đối với khách hàng.
- ✓ Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của NHTM.
- ✓ Góp phần ổn định và phát triển nền kinh tế.

Sự nghiên cứu của đề tài có ý nghĩa ứng dụng về mặt thực tiễn, góp phần tăng tỷ trọng thu nhập từ hoạt động dịch vụ trong kết quả kinh doanh hàng năm của Ngân hàng TMCP Nam Việt, từ đó có thể áp dụng nhân rộng mô hình cho các NHTM có quy mô nhỏ tại Việt Nam.

Toàn bộ luận văn bao gồm 79 trang, 09 bảng số liệu, 04 sơ đồ.

Kết cấu luận văn bao gồm 3 chương ngoài phần mở đầu và kết luận.

Chương 1: Những vấn đề chung về NHTM và các sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng.

Chương 2: Thực trạng thị trường sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng TMCP Nam Việt trong quá trình hội nhập.

Chương 3: Giải pháp phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng đối với Ngân hàng TMCP Nam Việt.

CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI, SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG

1.1 Tổng quan về ngân hàng thương mại:

1.1.1 Khái niệm:

Do tập quán luật pháp của mỗi quốc gia, mỗi vùng lãnh thổ khác nhau đã dẫn đến những quan niệm về Ngân hàng thương mại (NHTM) không đồng nhất giữa các khu vực trên thế giới. Vì vậy, trong quá trình hình thành và phát triển từ thế kỷ 15 đến nay, đã có rất nhiều khái niệm về NHTM như sau:

Theo Luật Ngân hàng của Pháp năm 1941: “NHTM là những xí nghiệp hay cơ sở thường xuyên nhận của công chúng dưới hình thức khác các số tiền mà họ dùng cho chính họ vào nghiệp vụ chiết khấu, tín dụng hay dịch vụ tài chính”.

Theo Pháp lệnh Ngân hàng Việt Nam năm 1990: “ NHTM là một tổ chức kinh doanh tiền tệ mà nghiệp vụ chủ yếu là thường xuyên nhận tiền gửi của khách hàng (dân cư và các doanh nghiệp), có trách nhiệm hoàn trả và sử dụng để cho vay, thanh toán, chiết khấu, v.v...”.

Theo Luật ngân hàng Nhà nước và Luật các tổ chức tín dụng năm 1997: “NHTM là một loại hình tổ chức tín dụng được thực hiện toàn bộ hoạt động ngân hàng là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng với nội dung thường xuyên nhận tiền gửi và sử dụng số tiền này để cấp tín dụng, cung ứng dịch vụ thanh toán. Theo tính chất và mục tiêu hoạt động, các loại hình ngân hàng gồm NHTM, ngân hàng đầu tư, ngân hàng phát triển, ngân hàng chính sách, ngân hàng hợp tác xã và các loại hình ngân hàng khác”.

Như vậy, NHTM là tổ chức tín dụng vay tiền của người gửi và cho các công ty và cá nhân vay lại và có cùng mục tiêu lợi nhuận như các doanh nghiệp khác trong nền kinh tế. Hoạt động kinh doanh của NHTM gắn liền với các hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp, các tổ chức và các chủ thể kinh tế. Trong quá trình đó,

NHTM thực hiện vai trò tham gia điều tiết vĩ mô đối với nền kinh tế thông qua các chức năng của mình, biểu hiện các mối quan hệ giữa NHTM với các tổ chức kinh tế, cá nhân về mặt tín dụng, tiền mặt, các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, v.v..., đảm bảo hoạt động của ngân hàng và nền kinh tế được bình thường.

1.1.2 Chức năng của ngân hàng thương mại:

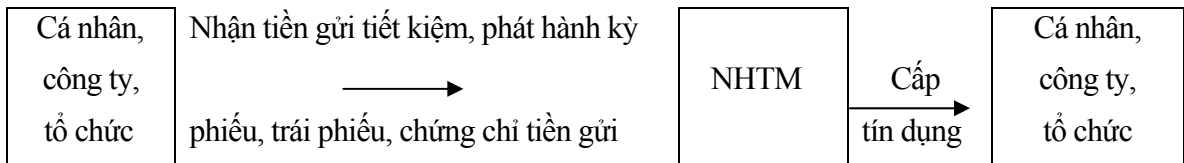
1.1.2.1 Chức năng làm trung gian tín dụng:

Trong nền kinh tế bao giờ tại một thời điểm luôn tồn tại tình trạng: có một số lượng vốn tạm thời nhàn rỗi của các chủ thể chưa cần dùng đến, mặt khác lại có một số lượng chủ thể khác tạm thời thiếu vốn để hoạt động, kinh doanh, đầu tư hoặc tiêu dùng, v.v.... Để giải quyết tình trạng này thì NHTM với vai trò là trung gian, là nhịp cầu nối liền chủ thể thừa và thiếu vốn trong nền kinh tế lại với nhau, là người “đi vay để cho vay”.

Có thể nói ngân hàng là một xí nghiệp kinh doanh sản phẩm là đồng vốn. Ngân hàng vừa là người “cung cấp” đồng thời cũng là người “tiêu thụ” đồng vốn của khách hàng. Tất cả những hoạt động “mua, bán” này thường thông qua một số công cụ và nghiệp vụ ngân hàng từ truyền thống cho đến hiện đại. Chính nhờ các nghiệp vụ đa dạng do ngân hàng cung cấp mà nhiều nghiệp vụ kinh doanh ngân hàng hiện đại ra đời, phát triển và gắn với chức năng trung gian tín dụng.

Hoạt động tín dụng của NHTM đã góp phần khắc phục các hạn chế trong quan hệ tín dụng trực tiếp giữa chủ thể có tiền chưa sử dụng và chủ thể có nhu cầu tiền tệ bổ sung. Với chức năng này NHTM làm trung gian chuyển vốn tiền tệ từ nơi thừa đến nơi thiếu cho các chủ thể tham gia không có mối liên hệ trực tiếp với nhau và điều này có vai trò to lớn đối với nền kinh tế vì:

Một mặt, ngân hàng tập trung hầu hết những nguồn vốn nhàn rỗi trong nền kinh tế và biến nó từ chỗ là phương tiện tích lũy thành nguồn vốn lớn cho nền kinh tế. *Mặt khác*, sử dụng nguồn vốn này cung ứng cho nền kinh tế với tính luân chuyển của nó gấp nhiều lần. Như vậy, NHTM vừa là người đi vay vừa là người cho vay, hay nói cách khác, nghiệp vụ tín dụng của ngân hàng là ngân hàng tập hợp tài lực của khách hàng này đem cho khách hàng khác vay lại.



Sơ đồ 1: Chức năng trung gian tín dụng

Chức năng trung gian tín dụng được hình thành ngay từ lúc các NHTM hình thành. Ngày nay, thông qua chức năng trung gian tín dụng, NHTM đã và đang thực hiện chức năng xã hội của mình, làm cho sản phẩm xã hội được tăng lên, vốn đầu tư được mở rộng và từ đó góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế, cải thiện đời sống của nhân dân.

1.1.2.2 Chức năng trung gian thanh toán và quản lý phương tiện thanh toán:

Xuất phát từ chức năng là người thủ quỹ của các doanh nghiệp, ngân hàng có đủ điều kiện để thực hiện các dịch vụ thanh toán theo sự ủy nhiệm của khách hàng. Kế thừa và phát triển chức năng “thủ quỹ của các doanh nghiệp” nên hầu hết NHTM thực hiện nhập tiền vào tài khoản hay chi trả tiền hàng hoá và dịch vụ các cá nhân, doanh nghiệp, v.v... theo lệnh của chủ tài khoản. Khách hàng sẽ mở tài khoản tại các NHTM và ra lệnh cho ngân hàng thực hiện các khoản chi trả hoặc ủy nhiệm cho ngân hàng thu các khoản từ người mua, v.v... Như vậy, các doanh nghiệp không phải thực hiện các công việc mất nhiều thời gian và công sức mà vẫn không đảm bảo an toàn như đếm tiền, nhận tiền, v.v... trong quá trình thanh toán với các đối tác trong nền kinh tế.

Chức năng làm trung gian thanh toán của NHTM ngày nay không chỉ đơn thuần và mang tính truyền thống như trước, mà cùng với sự phát triển của tiến bộ khoa học kỹ thuật, công nghệ hiện đại, v.v... đã tạo điều kiện cho các NHTM thanh toán bù trừ, thanh toán điện tử trực tuyến, v.v... với nhau nhanh chóng và chính xác hơn, tiết kiệm chi phí lưu thông cho xã hội, thúc đẩy luân chuyển vốn và quá trình lưu thông hàng hoá ngày càng phát triển.

Đối với khách hàng thuộc các tầng lớp dân cư, việc mở tài khoản và ký gửi tiền tại ngân hàng, ngoài việc được ngân hàng cung cấp một số check để thuận tiện việc chi trả, còn được ngân hàng cung ứng một loạt dịch vụ đa dạng về tài chính có sinh lợi khác như các chương trình khuyến mại về phí dịch vụ, liên kết thanh toán, v.v...

1.1.2.3 Chức năng cung ứng các dịch vụ ngân hàng:

Ngân hàng với những ưu thế của mình như hệ thống mạng lưới chi nhánh rộng khắp trong và ngoài nước, mối quan hệ với các khách hàng, hệ thống trang thiết bị thông tin hiện đại về kho quỹ, v.v... nên có thể cung cấp các dịch vụ ngày càng đa dạng cho khách hàng như: tư vấn tài chính và đầu tư cho doanh nghiệp, làm đại lý phát hành cổ phiếu, trái phiếu đảm bảo hiệu quả cao và tiết kiệm chi phí, dịch vụ cho thuê kết sắt, bảo quản an toàn vật có giá, lưu trữ và quản lý chứng khoán cho khách hàng, làm dịch vụ thu lãi chứng khoán, chuyển lãi đó vào tài khoản cho khách hàng, v.v... từ đó hỗ trợ cho NHTM thực hiện tốt hơn hai chức năng nêu trên.

1.1.2.4 Chức năng tạo tiền (bút tệ hay tiền ghi sổ):

Quá trình tạo tiền của NHTM được thực hiện thông qua hoạt động tín dụng và thanh toán trong hệ thống ngân hàng và trong mối quan hệ chặt chẽ với hệ thống ngân hàng trung ương của mỗi quốc gia. Với một hệ thống ngân hàng hoàn chỉnh, với một số lượng tiền gửi ban đầu là A và cùng tỷ lệ dự trữ bắt buộc nhất định thì các NHTM có thể tạo một số lượng tiền ghi sổ lớn hơn lượng tiền ban đầu gấp nhiều lần thông qua hệ số tạo tiền được tính như sau:

$$\text{Hệ số tạo tiền} = \frac{1}{\text{Tỷ lệ dự trữ bắt buộc}} \quad (1.1)$$

Khi đó,

$$\text{Khối lượng tiền tạo ra} = \text{Khối lượng tiền gửi ban đầu} * \text{Hệ số tạo tiền} \quad (1.2)$$

Đây là chức năng sáng tạo ra bút tệ, góp phần gia tăng khối lượng tiền tệ cho nền kinh tế.

Với hàng loạt các nhân tố tác động ảnh hưởng đến quá trình tạo tiền của ngân hàng, các nhà kinh tế đương thời đã đưa ra nhiều công thức hoàn chỉnh hơn cho hệ số tạo tiền, ví dụ như công thức sau của Giáo sư người Pháp P.F.LEHAMAN:

$$\text{Hệ số tạo tiền} = \frac{1}{(a + b + r)} \quad (1.3)$$

Trong đó:

- a: Tỷ lệ dự trữ bắt buộc (dự trữ pháp định);
- b: Tỷ lệ tiền mặt trên tiền gửi thanh toán;
- r: Tỷ lệ dự trữ dư thừa trên tiền gửi thanh toán không vay hết.

Như vậy, quá trình tạo tiền là hệ quả tổng hợp của hoạt động nhận tiền gửi, thanh toán hộ và cho vay của các NHTM luôn luôn có sự trợ giúp của Ngân hàng Trung ương. Tuy nhiên, việc tạo tiền có khả năng làm cho các NHTM mất khả năng chi trả tiền mặt và lúc đó Ngân hàng Trung ương phải cho các NHTM vay để bù đắp thiếu hụt thanh khoản. Bằng việc tạo tiền trong khi thực hiện hoạt động kinh doanh của mình, NHTM đã thể hiện vai trò của mình trong việc góp phần vào hoạt động điều tiết vĩ mô của Ngân hàng Trung ương thông qua chính sách tiền tệ.

1.1.3 Các nghiệp vụ chủ yếu của ngân hàng thương mại:

Hoạt động của NHTM có thể khác nhau về phạm vi và công nghệ, nhưng nói chung hoạt động của NHTM bao gồm 3 lĩnh vực nghiệp vụ: nghiệp vụ tài sản có, nghiệp vụ tài sản nợ và nghiệp vụ môi giới trung gian.

1.1.3.1 Nghiệp vụ tài sản nợ:

Nghiệp vụ tài sản nợ bao gồm các hoạt động liên quan với việc nhận vốn từ người gửi tiền và những người cho vay khác nhau tự quyết định mức góp vốn của mình, một cách thích hợp, vào một ngân hàng đặc biệt nào đó. Nghiệp vụ tài sản nợ còn liên quan đến việc cung cấp cho các nhu cầu về thanh khoản thông qua việc chủ động kiếm thêm vốn vay, khi cần thiết hoặc bán các chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu chính phủ, chứng khoán, v.v... ở thị trường thứ cấp.

NHTM thực hiện nghiệp vụ này chính là dùng các biện pháp nhằm huy động, thu hút các nguồn vốn từ khách hàng trong nền kinh tế. Đây là nghiệp vụ quan trọng, tạo nên nguồn tài nguyên cho ngân hàng. Trên cơ sở đó, ngân hàng sử dụng chúng để thực hiện các nghiệp vụ cho vay, đầu tư, v.v.... bao gồm:

Nguồn vốn chủ sở hữu: gồm vốn tự có của ngân hàng khi mới thành lập và vốn coi như tự có.

❖ **Vốn tự có:**

Theo Quyết định số 457/2005/QĐ-NHNN ngày 19 tháng 4 năm 2005 do Thống đốc Ngân hàng Nhà nước ban hành về tỷ lệ an toàn trong hoạt động của tổ chức tín dụng quy định vốn tự có của tổ chức tín dụng bao gồm:

🚩 **Vốn cấp 1:** (i) Vốn điều lệ (vốn đã được cấp, vốn đã góp); (ii) Quỹ dự trữ bổ sung vốn điều lệ; (iii) Quỹ dự phòng tài chính; (iv) Quỹ đầu tư phát triển nghiệp vụ; (v) Lợi nhuận không chia.

+ Vốn điều lệ (hay vốn pháp định): là vốn hình thành từ một nguồn hoặc từ nhiều nguồn khác nhau khi ngân hàng mới thành lập.

+ Các quỹ: được trích từ lợi nhuận ròng hàng năm bổ sung vào vốn tự có thể hiện dưới dạng: các quỹ dự trữ bổ sung vốn điều lệ để dự phòng.

Vốn cấp 1 được dùng làm căn cứ để xác định giới hạn mua, đầu tư vào tài sản cố định của tổ chức tín dụng.

🚩 **Vốn cấp 2:**

1. 50% phần giá trị tăng thêm của tài sản cố định được định giá lại theo quy định của pháp luật.
2. 40% phần giá trị tăng thêm của các loại chứng khoán đầu tư (kể cả cổ phiếu đầu tư, vốn góp) được định giá lại theo quy định của pháp luật.
3. Trái phiếu chuyển đổi hoặc cổ phiếu ưu đãi do tổ chức tín dụng phát hành thỏa mãn những điều kiện sau: (i). Có kỳ hạn ban đầu, thời hạn còn lại trước khi chuyển đổi thành cổ phiếu phổ thông tối thiểu là 5 năm; (ii) Không được đảm bảo bằng tài sản của chính tổ chức tín dụng; (iii) Tổ chức tín dụng không được mua lại theo đề nghị của người sở hữu hoặc mua lại trên thị trường thứ cấp, hoặc tổ chức tín dụng chỉ được mua lại sau khi được Ngân hàng Nhà nước chấp thuận

- bằng văn bản; (iv) Tổ chức tín dụng được ngừng trả lãi và chuyển lãi lũy kế sang năm tiếp theo nếu việc trả lãi dẫn đến kết quả kinh doanh trong năm bị lỗ; (v) Trong trường hợp thanh lý tổ chức tín dụng, người sở hữu trái phiếu chuyển đổi chỉ được thanh toán sau khi tổ chức tín dụng đã thanh toán cho tất cả các chủ nợ có bảo đảm và không có bảo đảm khác; (vi) Việc điều chỉnh tăng lãi suất chỉ được thực hiện sau 5 năm kể từ ngày phát hành và được điều chỉnh một (1) lần trong suốt thời hạn trước khi chuyển đổi thành cổ phiếu phổ thông.
4. Các công cụ nợ khác thỏa mãn những điều kiện sau: (i) Là khoản nợ mà chủ nợ là thứ cấp so với các chủ nợ khác: trong mọi trường hợp, chủ nợ chỉ được thanh toán sau khi tổ chức tín dụng đã thanh toán cho tất cả các chủ nợ có bảo đảm và không bảo đảm khác; (ii) Có kỳ hạn ban đầu tối thiểu trên 10 năm; (iii) Không được đảm bảo bằng tài sản của chính tổ chức tín dụng; (iv) Tổ chức tín dụng được ngừng trả lãi và chuyển lãi lũy kế sang năm tiếp theo nếu việc trả lãi dẫn đến kết quả kinh doanh trong năm bị lỗ; (v) Chủ nợ chỉ được tổ chức tín dụng trả nợ trước hạn sau khi được Ngân hàng Nhà nước chấp thuận bằng văn bản; (vi) Việc điều chỉnh tăng lãi suất chỉ được thực hiện sau 5 năm kể từ ngày ký kết hợp đồng và được điều chỉnh một (1) lần trong suốt thời hạn của khoản vay.
5. Dự phòng chung, tối đa bằng 1,25% tổng tài sản "Có" rủi ro.

Nguồn vốn tự có chiếm tỷ trọng nhỏ, từ 1/10 đến 1/100, trong tổng số nguồn vốn hoạt động kinh doanh của một ngân hàng, nhưng lại là nguồn vốn rất quan trọng, vì nó thấy được thực lực, quy mô của ngân hàng và vì nó là cơ sở để thu hút các nguồn vốn khác, là vốn khởi đầu tạo uy tín của ngân hàng đối với khách hàng. Chính vì vậy, quy mô vốn là yếu tố quyết định quy mô huy động vốn và tài sản có.

Hiện nay ở Việt Nam, các NHTM đều có quy mô nhỏ, vốn tự có và vốn điều lệ ở mức thấp, tỷ lệ vốn tự có/tài sản có của phần lớn các ngân hàng đều dưới 5%, so với mức tối thiểu của quốc tế là 8% .

Ngày nay, các nghiệp vụ kinh doanh ngân hàng dựa trên cơ sở vốn vay mượn gồm nghiệp vụ ký thác và tiết kiệm, vay các ngân hàng và các tổ chức tài chính khác, phát hành các giấy tờ có giá, v.v....

❖ **Vốn huy động:**

Ngân hàng thực hiện huy động vốn dưới các hình thức như sau:

a/ Tiền gửi giao dịch không hưởng lãi: cho phép khách hàng phát hành check không hạn chế và không được ngân hàng thanh toán lãi suất.

b/ Tiền gửi tiết kiệm: ngân hàng cung cấp lãi suất thấp nhất, không giới hạn về quy mô tiền gửi và cho phép khách hàng rút ra theo ý muốn dưới nhiều hình thức khác nhau như tiết kiệm không kỳ hạn, có kỳ hạn, dự thưởng, lãi suất bậc thang, v.v.

c/ Tiền gửi có kỳ hạn: Là khoản tiền được gửi sẽ có thời gian gửi tối thiểu theo thỏa thuận giữa ngân hàng và thân chủ, và không được rút ra trước hạn kỳ đã định nói trên.

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam quy định: (i) *Tiền gửi không kỳ hạn*: bao gồm (a) Tiền gửi thanh toán áp dụng cho khách hàng là cá nhân và tổ chức có thể gửi thêm vào hoặc rút ra bất cứ thời điểm nào, sử dụng phát hành check và thực hiện các giao dịch thanh toán mua bán hàng hóa dịch vụ; (b) Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn áp dụng cho khách hàng là cá nhân. (ii) *Tiền gửi có kỳ hạn*: (a) Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn áp dụng cho khách hàng là cá nhân, giao dịch được thực hiện trực tiếp trên tài khoản tiền gửi của khách hàng qua đó Ngân hàng cấp cho khách hàng Chứng nhận tiền gửi có kỳ hạn (CDs) xác nhận số dư, liệt kê các giao dịch liên quan đến khoản tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn; (b) tiền gửi có kỳ hạn áp dụng cho khách hàng là tổ chức, giao dịch được thực hiện trực tiếp trên tài khoản của khách hàng trên cơ sở các thỏa thuận, hợp đồng tiền gửi có kỳ hạn hoặc các hình thức khác giữa Ngân hàng và khách hàng phù hợp quy định của pháp luật.

❖ **Vốn đi vay:**

Vốn đi vay chỉ chiếm một tỷ trọng nhỏ có thể chấp nhận trong kết cấu nguồn vốn, nhưng nó rất cần thiết và quan trọng để đảm bảo cho ngân hàng hoạt động kinh doanh một cách bình thường. Các ngân hàng có thể đi vay Ngân hàng Nhà nước (Ngân hàng Trung ương); NHTM khác, vay thị trường tiền tệ, vay các tổ chức nước ngoài, v.v....

a/ Vay Ngân hàng Nhà nước: dưới hai hình thức

- Tái chiết khấu (hoặc chiết khấu) hay còn gọi là tái cấp vốn: trái phiếu kho bạc, thương phiếu, khế ước mà các ngân hàng cho khách hàng vay chưa đáo hạn.
- Thẻ chấp hay ứng trước có đảm bảo hay không có đảm bảo.
- Bổ sung thanh toán bù trừ của các tổ chức tín dụng.

b/ Vay ngắn hạn dự trữ tại NHNN:

Đây là hình thức vay qua đêm nhằm đảm bảo dự trữ trong ngày theo quy định của Ngân hàng Nhà nước giữa các NHTM thừa hoặc thiếu dự trữ.

c/ Vay trên thị trường tiền tệ (TTTT):

Theo mô hình của các nước phát triển, TTTT bao gồm thị trường mua bán các chứng từ có giá ngắn hạn (tín phiếu kho bạc ngắn hạn, kỳ phiếu thương mại, tín phiếu công ty tài chính, kỳ phiếu ngân hàng, chứng chỉ tiền gửi tiết kiệm, khế ước giao hàng, v.v...), thị trường liên ngân hàng, thị trường hối đoái góp phần sử dụng hiệu quả các nguồn vốn hiện có tại các ngân hàng.

d/ Vay từ công ty mẹ:

Các công ty mẹ của ngân hàng phát hành trái phiếu, cổ phiếu công ty hoặc các loại thương phiếu, rồi chuyển vốn đã huy động được về cho các ngân hàng hoạt động. Hình thức này được các ngân hàng vận dụng khi bị NHTM quản lý và ràng buộc về lãi suất, dự trữ và thủ tục. Ở các nước phát triển, NHTM luôn luôn là con đẻ của mọi công ty kinh doanh, công ty tài chính hoặc ít nhất là có mối quan hệ mật thiết với các đối tượng trên.

e/ Vay nước ngoài: Các NHTM có thể phát hành phiếu nợ để tìm kiếm nguồn vốn từ nước ngoài, đây chính là hình thức vay nợ nước ngoài.

1.1.3.2 Nghiệp vụ tài sản có:

Từ tài nguyên là các nguồn vốn có được từ nghiệp vụ tài sản nợ, NHTM sử dụng chúng để đầu tư, cho vay, v.v... Do đó, nghiệp vụ này phản ánh việc sử dụng vốn của ngân hàng theo định hướng đảm bảo an toàn và sinh lời, cụ thể như sau:

❖ Nghiệp vụ ngân quỹ (dự trữ tiền mặt):

Nhằm duy trì khả năng thanh khoản của ngân hàng để đáp ứng nhu cầu rút tiền mặt và thanh toán thường xuyên của khách hàng. Mức dự trữ cao hay thấp tùy

thuộc vào quy mô hoạt động của ngân hàng, mối quan hệ thanh toán bằng tiền mặt và chuyển khoản, thời vụ của các khoản chi tiền mặt. Có 3 loại dự trữ:

a/ Tiền mặt tại kho của ngân hàng: Ở các nước phát triển, các ngân hàng duy trì xấp xỉ 1 đến 2% tổng tài sản có.

b/ Tiền mặt ký gửi tại NHNN: bao gồm một bộ phận của dự trữ bắt buộc và ký gửi không lãi nhằm phục vụ cho việc thanh toán bù trừ hoặc chuyển nhượng liên ngân hàng.

c/ Tiền đang trên đường thu hồi: Đây là khoản tiền trôi nổi và đang trên đường thu hồi về như tiền mặt đã được các đơn vị vay, có trách nhiệm trả nợ ký cam kết và hiện đang thu về hoặc tiền mặt được thu lại do một số tờ check của ngân hàng phát ra không được chấp nhận hoặc không thanh toán được và phải trả lại cho ngân hàng.

❖ Nghiệp vụ cho vay:

NHTM vận dụng các loại hình cho vay khác nhau để tái phân phối quỹ cho vay nhằm cung ứng vốn tín dụng cho các chủ thể trong nền kinh tế, phục vụ nhu cầu sản xuất, lưu thông hàng hóa, dịch vụ, đời sống với mục đích thu được các khoản lợi nhuận chủ yếu để trang trải chi phí. Các nghiệp vụ cho vay cụ thể:

- Cho vay ứng trước (cho vay trực tiếp hay cho vay tiền);
- Cho vay dựa trên việc chuyển nhượng trái quyền: chiết khấu thương phiếu (hối phiếu, lệnh phiếu, ký hóa phiếu); bao thanh toán hay mua ủy nhiệm thu;
- Cho vay thấu chi;
- Cho vay theo thời vụ;
- Cho vay qua chữ ký : Bảo lãnh ngân hàng, tín dụng chấp nhận, đảm bảo ngân hàng, tín dụng chứng từ;
- Cho vay tiêu dùng;
- Cho vay vốn lưu động;
- Cho vay thuê mua (leasing) hay tài trợ cho thuê;
- Tài trợ ngoại thương ;
- Cho vay kinh doanh bất động sản;
- Cho vay cầm cố;
- Hùn vốn kinh doanh;

❖ **Nghiệp vụ đầu tư vào chứng khoán:**

NHTM thực hiện nghiệp vụ này bằng nguồn vốn tự có còn lại sau khi đã dùng vào các yêu cầu thiết yếu khi thành lập ngân hàng. Nghiệp vụ đầu tư mang lại nhiều lợi nhuận đáng kể cho ngân hàng thông qua các loại hình đầu tư trực tiếp và đầu tư tài chính.

Đầu tư trực tiếp: Ngân hàng bỏ vốn để góp vốn liên doanh, mua cổ phần với các tổ chức, ngân hàng trong và ngoài nước hoặc thành lập các công ty con như công ty quản lý nợ, công ty cho thuê tài chính, công ty chứng khoán, công ty bảo hiểm, v.v....

Đầu tư tài chính (Đầu tư chứng khoán): là việc ngân hàng lựa chọn danh mục đầu tư có hiệu quả tạo mức sinh lời ổn định ví dụ trái phiếu kho bạc ngắn và trung dài hạn, trái phiếu của chính quyền địa phương hoặc cổ phiếu có độ an toàn cao. Do các loại chứng khoán này có tính thanh khoản cao nên đây là khoản vốn dự trữ thứ cấp cho ngân hàng.

❖ **Các nghiệp vụ khác:**

Một số nghiệp vụ mang tính dịch vụ và mang lại thu nhập cho ngân hàng là các khoản phí dịch vụ góp phần bổ sung và thúc đẩy sự phát triển của NHTM, làm cho hoạt động của ngân hàng ngày càng hoàn thiện hơn, bao gồm dịch vụ ngân quỹ, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ thanh toán, dịch vụ thu – chi hộ, dịch vụ ủy thác, bảo lãnh, tư vấn, đầu tư phát triển, thẩm định dự án, thu đổi ngoại tệ, chi trả kiều hối, v.v..

1.2 Tổng quan sản phẩm dịch vụ ngân hàng thương mại:

1.2.1 Khái niệm:

NHTM có hoạt động gắn gũi nhất với nhân dân và nền kinh tế. NHTM là một ngành dịch vụ nên các sản phẩm của ngân hàng đều có đặc tính phi vật chất, chỉ bắt đầu khi khách hàng chuyển đến ngân hàng các ủy nhiệm của họ khi phát sinh từ hợp đồng giao dịch thương mại, tín dụng hoặc phải hoàn thành một nghĩa vụ tài chính nào đó.

1.2.2 Bản chất của sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng:

Nếu các doanh nghiệp sản xuất sáng tạo ra hàng hóa hữu hình (lúa, gạo, máy móc thiết bị, v.v...) thì các NHTM sản xuất ra các hàng hóa vô hình, hay đúng hơn là các dịch vụ (services). Sản phẩm của ngân hàng có đặc tính phi vật chất, luôn bị động, phụ thuộc khách hàng. Điều khó khăn là phải xử lý các ủy nhiệm theo yêu cầu mong muốn của khách hàng, chất lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng thể hiện ở khả năng hoàn thành ủy nhiệm của khách hàng với thời gian ngắn nhất, chính xác, an toàn và tiện lợi, đặc biệt là đối với các dịch vụ thanh toán tiền tệ.

Bản chất của sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng bao gồm:

Thứ nhất, các dịch vụ tài chính được NHTM cung cấp trước hết phải đảm bảo lợi ích cho khách hàng và trong đó có lợi ích của mình;

Thứ hai, cần phải thực hiện các biện pháp bảo đảm an toàn hoạt động kinh doanh như cần duy trì mức vốn nhất định nhằm tương hợp ý muốn với người tiết kiệm, có khả năng chống đỡ những biến động của thị trường; lựa chọn khách hàng, hạn chế tín dụng, giám sát thực hiện, đa dạng hóa tài sản để phân tán rủi ro; sử dụng thị trường tiết kiệm kỳ hạn hoặc thị trường lựa chọn các công cụ vay nợ và phương pháp hoán đổi lãi suất để hạn chế rủi ro lãi suất, tỷ giá, v.v...

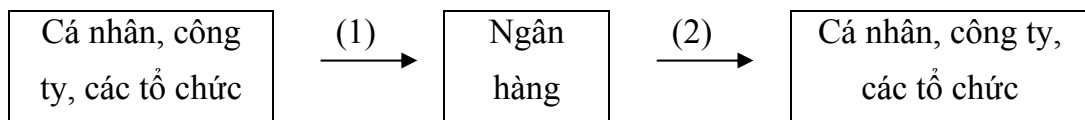
Ngân hàng kinh doanh chủ yếu dùng tiền gửi (trả lãi suất cho khách hàng) và cho vay lại trên thị trường và khách hàng (thu lãi suất cho vay, từ đó hưởng chênh lệch lãi suất). Như vậy, mặc dù các dịch vụ kinh doanh ngân hàng cung cấp cho khách hàng rất đa dạng, nhưng việc kinh doanh chính của một ngân hàng vẫn là hoạt động như một trung gian tài chính.

Giá trị sử dụng, của sản phẩm dịch vụ ngân hàng mang tính lợi ích cho khách hàng, đáp ứng nhu cầu vốn cho sản xuất, thực hiện thanh toán, chuyển tiền, tài trợ thuê mua, v.v... tạo thuận lợi cho khách hàng hoạt động kinh doanh có lãi.

Tiện ích của các sản phẩm dịch vụ ngân hàng cung ứng cho khách hàng càng cao, thì giá trị sản phẩm dịch vụ của ngân hàng lớn, thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, mỗi khách hàng xem xét đánh giá giá trị sử dụng sản phẩm

dịch vụ ngân hàng rất khác nhau, tùy thuộc vào mức độ thỏa mãn nhu cầu theo đặc điểm riêng của khách hàng, mức độ nhanh chóng, chính xác, dễ dàng khi giao dịch; mức phí nghiệp vụ tùy theo sự chấp nhận của mỗi khách hàng, v.v...

Do đó, để phát triển hoạt động của mình trên thị trường, ngân hàng phải thường xuyên ứng phó, thích nghi mau chóng với cơ chế thị trường, tạo mối quan hệ gắn bó với khách hàng, cùng khách hàng thiết lập, phát triển và hoàn thiện mối quan hệ thông qua các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.



(1) Ngân hàng nhận tiền gửi, giấy tờ có giá, yêu cầu mong muốn (ủy nhiệm) của khách hàng.

(2) Ngân hàng cung cấp sản phẩm dịch vụ ngân hàng cho khách hàng.

Sơ đồ 2: Mối quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng

Giá trị sản phẩm dịch vụ ngân hàng được thực hiện thông qua sự thỏa thuận của ngân hàng và khách hàng, nhưng dưới sự hướng dẫn của Ngân hàng Nhà nước và Chính phủ. Sản phẩm dịch vụ ngân hàng còn có nét đặc thù riêng biệt, bởi lẽ NHTM không chỉ hoạt động kinh doanh tìm kiếm lợi nhuận, mà còn có nhiệm vụ quan trọng là bảo vệ sức mua đồng tiền, kiềm chế lạm phát, tạo đà tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, sản phẩm NHTM vẫn chịu sự tác động mạnh bởi quan hệ cung cầu khối lượng tiền tệ tín dụng trong nền kinh tế.

Sản phẩm dịch vụ ngân hàng vừa có thuộc tính của hàng hóa thông thường của các doanh nghiệp thuộc các ngành nghề khác, vừa có nét đặc thù riêng biệt của ngân hàng. Vì vậy, khi đưa sản phẩm dịch vụ ngân hàng ra thị trường, cần phải chú ý đặc điểm này. Nói cách khác, ngân hàng cần phải có chiến lược sản phẩm tốt và phù hợp trên cơ sở:

1. Hoàn thiện và củng cố chất lượng sản phẩm dịch vụ hiện có.
2. Phát triển sản phẩm mới, đưa ra thị trường những sản phẩm thay thế khi thấy đủ điều kiện và ở thời điểm thích hợp, chọn cách đưa sản phẩm mới vào thị trường hợp lý.
3. Thường xuyên đánh giá, phân tích sản phẩm dịch vụ để tìm kiếm lợi ích riêng có của sản phẩm, tăng sức cạnh tranh trên thị trường.

4. Cố gắng tạo ra nhiều sản phẩm trên cơ sở sản phẩm hiện có để cung cấp cho khách hàng, làm sức sống của sản phẩm ngân hàng được lâu bền.

Ngoài ra, cần chú ý sản phẩm của hoạt động tín dụng ngân hàng là sản phẩm gián tiếp chịu ảnh hưởng rủi ro của sản phẩm trực tiếp như hàng hóa dịch vụ.

1.2.3 Tác dụng của sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng:

Ngày nay, các tổ chức tài chính có rất nhiều nhu cầu về kinh doanh và công nghệ. Với sự thấu hiểu được môi trường tài chính trong nghiệp vụ ngân hàng, các ngân hàng có được sự tổng quan cả về nghiệp vụ ngân hàng và kỹ năng công nghệ, và vì thế có thể đem đến các giải pháp ngân hàng hữu dụng với chi phí hợp lý cho khách hàng của mình. Ngân hàng có khả năng đem đến cho khách hàng sự hoàn hảo trong dịch vụ và giải pháp nhờ có đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp dày dặn kinh nghiệm về nghiệp vụ ngân hàng và công nghệ. Các giải pháp mà ngân hàng cung cấp có thể thoả mãn mọi nhu cầu của khách hàng.

Ngoài ra với sản phẩm cung cấp dịch vụ tư vấn và giải pháp. Các chuyên gia tư vấn của ngân hàng sẽ làm việc cùng đội ngũ nhân viên của khách hàng trong chu kỳ dự án để đánh giá, lên kế hoạch, phát triển và khai thác các sản phẩm, dịch vụ và các quy trình công việc.

Sản phẩm của ngân hàng sẽ giúp các khách hàng giảm Tổng chi phí Sở hữu (TCO - Total Cost Own), tận dụng các ưu thế của sự bùng nổ thương mại điện tử một cách nhanh chóng, cho phép ngân hàng giúp khách hàng thành công trong kinh doanh bằng cách cung cấp các giải pháp hiện đại và cải tiến.

Hỗ trợ hàng loạt các sản phẩm thích hợp với nhu cầu của môi trường Ngân hàng: Ngân hàng tại nhà (Home-Banking), Ngân hàng Internet (Internet-Banking), Ngân hàng di động (Mobile-Banking), v.v... Đem đến cho khách hàng một năng lực làm việc mới bằng cách cung cấp và hỗ trợ sử dụng các phương tiện thanh toán điện tử như thẻ Thông minh (Smart card), máy ATM (Automated Teller Machines), máy POS (Point of Sales), v.v...

Đảm bảo sự bảo mật giao dịch của khách hàng trong kinh doanh bằng cách luôn sử dụng và cập nhật những công nghệ bảo mật tốt nhất trong các sản phẩm, bao gồm cả phần cứng và phần mềm.

1.2.4 Các loại sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng:

Cũng như các ngành kinh tế khác, ngành tài chính ngân hàng cũng phải thường xuyên tạo ra các loại sản phẩm khác biệt với nhiều tiện ích thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng.

1.2.4.1 Khái niệm:

Các loại sản phẩm dịch vụ tài chính của ngân hàng mang tính phi vật chất, mang đến cho khách hàng sự thỏa mãn nhu cầu. Hàng hóa của các NHTM kinh doanh là một loại hàng hóa đặc biệt bao gồm tiền tệ, vàng bạc, kim khí quý, đá quý, chứng khoán, v.v... Chất lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng thể hiện ở khả năng hoàn thành ủy nhiệm của khách hàng với thời gian ngắn nhất, chính xác, an toàn và tiện lợi, đặc biệt là đối với các dịch vụ thanh toán tiền tệ.

1.2.4.2 Các loại sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng:

i) Huy động vốn: Ngân hàng huy động vốn dưới các hình thức sau:

a) Nhận tiền gửi của các tổ chức, cá nhân và các tổ chức tín dụng khác dưới các hình thức tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và các loại tiền gửi khác.

b) Phát hành chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu và giấy tờ có giá khác để huy động vốn của tổ chức, cá nhân trong nước và ngoài nước khi được Thống đốc NHNN chấp thuận.

c) Vay vốn của các tổ chức tín dụng khác hoạt động tại Việt Nam và của tổ chức tín dụng nước ngoài.

d) Vay vốn ngắn hạn của NHNN dưới hình thức tái cấp vốn.

e) Các hình thức huy động vốn khác theo quy định của NHNN.

Các ngân hàng thường xuyên đưa ra các hình thức khuyến mãi thu hút tiền gửi của khách hàng và tạo điều kiện khách hàng sử dụng lại số tiền đã ký thác của mình trong những trường hợp khẩn cấp thông qua các hình thức cầm cố, chiết khấu

các sản phẩm huy động là thẻ tiết kiệm, kỳ phiếu, trái phiếu, chứng chỉ tiền gửi, v.v...

ii) Tín dụng: Ngân hàng cấp tín dụng cho tổ chức, cá nhân dưới các hình thức cho vay, chiết khấu thương phiếu và giấy tờ có giá khác, bảo lãnh, cho thuê tài chính và các hình thức khác theo quy định của NHNN, cụ thể:

➤ **Căn cứ theo thời gian:**

Cho vay ngắn hạn: là loại hình cho vay có thời hạn từ 12 tháng trở xuống nhằm đáp ứng nhu cầu vốn lưu động của doanh nghiệp và tiêu dùng ngắn hạn của cá nhân.

Cho vay trung hạn: là loại cho vay có thời hạn trên 12 tháng đến 05 năm nhằm giúp doanh nghiệp đầu tư mua sắm tài sản cố định, cải tiến hoặc đổi mới thiết bị, công nghệ, mở rộng sản xuất kinh doanh, xây dựng các dự án có quy mô nhỏ và thu hồi vốn nhanh.

Cho vay dài hạn: là loại cho vay có thời hạn trên 5 năm, nhằm đáp ứng các nhu cầu dài hạn như xây dựng nhà ở, đầu tư thiết bị, phương tiện vận tải có quy mô lớn, xây dựng nhà xưởng, xí nghiệp, v.v...

➤ **Căn cứ vào mức độ tín nhiệm đối với khách hàng:**

Cho vay không có đảm bảo: là loại cho vay không có tài sản thế chấp, cầm cố hoặc sự bảo lãnh của bên thứ ba, cho vay chỉ dựa vào uy tín của bản thân khách hàng. Ngân hàng chỉ áp dụng loại cho vay này đối với các khách hàng tốt, trung thực trong kinh doanh, khả năng tài chính lành mạnh, kinh doanh hiệu quả và đáp ứng các tiêu chuẩn xếp loại căn cứ theo Nghị định 178/1999/NĐ-CP ngày 29.12.1999 của Chính phủ.

Cho vay có đảm bảo: là loại cho vay dựa trên cơ sở các đảm bảo như tài sản thế chấp, cầm cố hoặc sự bảo lãnh của bên thứ ba, đây chính là nguồn thu thứ hai bổ sung cho nguồn thu nợ thứ nhất thiếu chắc chắn.

➤ **Căn cứ vào số lượng chủ thể tài trợ:**

Cho vay đồng tài trợ: là loại cho vay đối với những món vay dự án lớn so với tiềm lực tài trợ của một ngân hàng, khi đó chủ thể cho vay bao gồm nhiều ngân hàng cùng đồng tài trợ cho một món vay hoặc một dự án và một những ngân hàng sẽ đứng ra làm đầu mối.

Cho vay với chủ thể tài trợ là một ngân hàng: Chỉ có một ngân hàng đứng ra thực hiện tài trợ cho khoản vay.

➤ **Căn cứ vào tính chất luân chuyển vốn:**

Cho vay vốn lưu động.

Cho vay vốn cố định.

➤ **Căn cứ vào phương pháp cấp tiền vay và thu nợ:**

Cho vay luân chuyển.

Cho vay từng lần.

➤ **Căn cứ vào phương pháp hoàn trả:**

Cho vay có thời hạn: là loại cho vay có thỏa thuận thời hạn trả nợ cụ thể theo hợp đồng, bao gồm:

+ Cho vay chỉ có một kỳ hạn trả nợ.

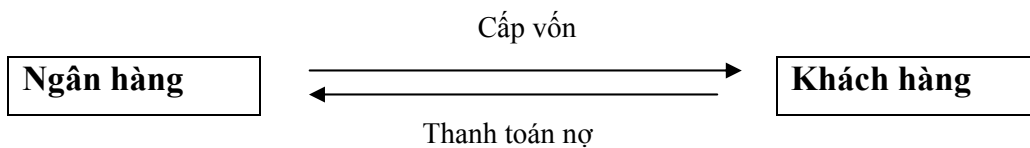
+ Cho vay có nhiều kỳ hạn trả nợ cụ thể (cho vay trả góp).

+ Cho vay hoàn trả nợ nhiều lần nhưng không có kỳ hạn trả nợ cụ thể (áp dụng theo kỹ thuật thấu chi).

Cho vay không có thời hạn: trường hợp này ngân hàng có thể yêu cầu hoặc người đi vay tự nguyện trả nợ bất cứ lúc nào nhưng phải báo trước một thời gian hợp lý, thời gian này có thể được thỏa thuận trong hợp đồng.

➤ **Căn cứ vào xuất xứ tín dụng:**

- **Cho vay trực tiếp:** ngân hàng trực tiếp cấp vốn cho người có nhu cầu và người vay trực tiếp hoàn trả nợ vay cho ngân hàng, cụ thể bằng các hình thức như sau:



Sơ đồ 3: Hình thức cho vay trực tiếp

✓ **Cho thuê tài chính (Financial Leasing):** Ngân hàng thực hiện nghiệp vụ này thông qua các công ty con trực thuộc ngân hàng với thời gian cấp tín dụng trung dài hạn.

Ngân hàng bỏ vốn mua các tài sản thiết bị theo danh mục yêu cầu của người đi thuê, sau khi tài sản hình thành thì ngân hàng sẽ chuyển giao quyền sử dụng cho người đi thuê trong một gian nhất định (thường khoảng 2/3 thời gian khấu hao của thiết bị đó).

Ngân hàng được nhận một khoản tiền thuê hàng kỳ theo thỏa thuận giữa bên thuê và bên đi thuê trên hợp đồng cho thuê tài chính. Khi hết thời hạn, người đi thuê được quyền lựa chọn phương án mua hoặc kéo dài thời hạn thuê hoặc trả lại thiết bị đó cho bên cho thuê. Loại hình tín dụng này có nhiều ưu điểm và phù hợp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa có nhu cầu sử dụng các thiết bị phục vụ sản xuất kinh doanh nhưng không đủ vốn để mua hoặc không đủ điều kiện để được ngân hàng cho vay trung dài hạn.

✓ **Bảo lãnh ngân hàng (Bank Guarantee):**

Là nghiệp vụ tín dụng không xuất vốn, ngân hàng cấp tín dụng bằng chữ ký đứng ra bảo lãnh cho khách hàng thực hiện các hợp đồng kinh tế, hợp đồng thương mại, tài chính một cách thuận lợi. Khi đó uy tín của ngân hàng được tin tưởng trong phạm vi một nước và cả trên phạm vi quốc tế.

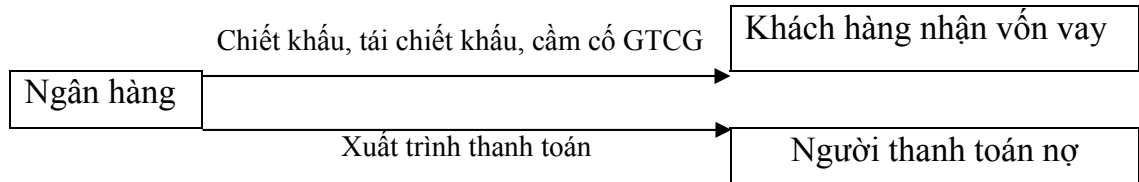
Khi người được bảo lãnh vì lý do nào đó đã không thực hiện hoặc vi phạm nghĩa vụ của họ thì ngân hàng bảo lãnh phải đứng ra trả thay cho người được bảo lãnh.

Ngân hàng bảo lãnh vay, bảo lãnh thanh toán, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh dự thầu và các hình thức bảo lãnh ngân hàng khác cho các tổ chức tín dụng, cá nhân theo quy định của NHNN.

Ngân hàng được phép thực hiện thanh toán quốc tế được thực hiện bảo lãnh vay, bảo lãnh thanh toán và các hình thức bảo lãnh ngân hàng khác mà người nhận bảo lãnh là tổ chức cá nhân nước ngoài theo quy định của NHNN.

✓ **Cho vay chứng khoán** gồm cho vay, chiết khấu giấy tờ có giá đối với các công ty chứng khoán; cho vay cầm cố bằng chứng khoán và/hoặc đảm bảo bằng tài sản khác đối với khách hàng sử dụng vốn vay để mua lại chứng khoán với mục đích đầu tư ngắn hạn và hoặc dài hạn, cho vay ứng trước tiền đối với khách hàng đã bán chứng khoán, sử dụng vốn vay để mua chứng khoán, cho vay bổ sung tiền thiếu khi lệnh mua chứng khoán được khớp; chiết khấu giấy tờ có giá đối với khách hàng để sử dụng số tiền chiết khấu mua chứng khoán; các khoản cho vay và chiết khấu giấy tờ có giá dưới các hình thức khác, mà khách hàng sử dụng vốn vay để mua chứng khoán.

- **Cho vay gián tiếp:** ngân hàng thực hiện mua lại các khế ước hoặc chứng từ nợ đã phát sinh, còn trong thời hạn thanh toán, qua các hình thức cụ thể.



Sơ đồ 4: Hình thức cho vay gián tiếp

✓ Chiết khấu, tái chiết khấu, cầm cố thương phiếu và các giấy tờ có giá ngắn hạn khác

Ngân hàng thực hiện chiết khấu (discount) các hối phiếu, lệnh phiếu còn trong thời hạn thanh toán của khách hàng và thu lãi chiết khấu và hoa hồng phí. Khi chứng từ đến hạn thanh toán, ngân hàng sẽ thực hiện việc xuất trình để đòi phía đối tác của khách hàng và sẽ nhận được toàn bộ số tiền khi chiết khấu.

a. Ngân hàng được cấp tín dụng dưới hình thức chiết khấu thương phiếu và các giấy tờ có giá ngắn hạn khác theo quy định pháp luật hiện hành. Người chủ sở hữu thương phiếu và các giấy tờ có giá ngắn hạn khác phải chuyển giao ngay mọi quyền, lợi ích hợp pháp phát sinh từ các giấy tờ đó cho Ngân hàng.

b. Ngân hàng được cấp tín dụng dưới hình thức cầm cố thương phiếu và các giấy tờ có giá ngắn hạn khác theo quy định pháp luật hiện hành. Ngân hàng được thực hiện các quyền và lợi ích hợp pháp phát sinh trong trường hợp chủ sở hữu các giấy tờ đó không thực hiện đầy đủ những cam kết trong hợp đồng tín dụng.

c. Ngân hàng được tái chiết khấu, cầm cố thương phiếu và các giấy tờ có giá ngắn hạn khác đối với các tổ chức tín dụng khác theo quy định pháp luật hiện hành.

✓ Nghiệp vụ bao thanh toán (Factoring)

Ngân hàng thực hiện mua lại các khoản phải thu hay cấp tín dụng ngắn hạn (vốn lưu động) cho khách hàng dựa trên những hóa đơn mà khách hàng đã bán hàng. Nghiệp vụ này có rủi ro cao vì ngân hàng có thể miễn truy đòi hoặc gặp nhiều khó khăn khi thu hồi nợ. Hình thức này chủ yếu dùng tài trợ cho các doanh nghiệp xuất khẩu và lãi suất thường cao hơn các loại nghiệp vụ tín dụng khác. Có hai hình thức bao thanh toán cơ bản:

Bao thanh toán chiết khấu: là hình thức theo đó đơn vị bao thanh toán chiết khấu các khoản phải thu của khách hàng trước ngày đáo hạn.

Bao thanh toán khi đáo hạn: là hình thức đơn vị bao thanh toán sẽ trả cho khách hàng giá mua các tài khoản bao thanh toán khi đáo hạn.

iii) Dịch vụ thanh toán và ngân quỹ

Ngân hàng thực hiện các dịch vụ thanh toán và ngân quỹ:

- Cung ứng các phương tiện thanh toán.
- Thực hiện các dịch vụ thanh toán trong nước cho khách hàng.
- Thực hiện dịch vụ thu hộ và chi hộ.
- Thực hiện các dịch vụ thanh toán khác theo quy định của NHNN.
- Thực hiện dịch vụ thanh toán quốc tế khi được NHNN cho phép.
- Thực hiện dịch vụ thu và phát tiền mặt cho khách hàng.

Ngân hàng tổ chức hệ thống thanh toán nội bộ và tham gia hệ thống thanh toán liên ngân hàng trong nước. Tham gia các hệ thống thanh toán quốc tế khi được NHNN cho phép.

iv) Các hoạt động khác

Ngân hàng thực hiện các hoạt động khác sau đây:

a) Dùng Vốn điều lệ và quỹ dự trữ để góp vốn, mua cổ phần của doanh nghiệp và của các tổ chức tín dụng khác theo quy định của pháp luật.

b) Góp vốn với tổ chức tín dụng nước ngoài để thành lập tổ chức tín dụng liên doanh tại Việt Nam theo quy định của Chính phủ về tổ chức và hoạt động của tổ chức tín dụng nước ngoài tại Việt Nam.

c) Tham gia thị trường tiền tệ theo quy định của NHNN.

d) Kinh doanh ngoại hối và vàng trên thị trường trong nước và thị trường quốc tế khi được NHNN cho phép.

đ) Được quyền uỷ thác, nhận uỷ thác, làm đại lý trong các lĩnh vực liên quan đến hoạt động ngân hàng, kể cả việc quản lý tài sản, vốn đầu tư của tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước theo hợp đồng uỷ thác và đại lý.

e) Cung ứng dịch vụ bảo hiểm; được thành lập công ty trực thuộc hoặc liên doanh để kinh doanh bảo hiểm theo quy định của pháp luật.

g) Cung ứng các dịch vụ:

- Tư vấn tài chính và tiền tệ trực tiếp cho khách hàng hoặc qua các công ty trực thuộc được thành lập theo quy định của pháp luật

- Bảo quản tài sản có giá trị và các giấy tờ có giá, cho thuê tủ két, nhận cầm cố và các dịch vụ khác theo quy định của luật pháp.

h) Thành lập các công ty trực thuộc để thực hiện các hoạt động kinh doanh có liên quan tới hoạt động ngân hàng theo quy định của pháp luật.

1.3 Đặc tính sản phẩm dịch vụ tài chính:

1.3.1 *Giá, tính đa dạng loại hình sản phẩm dịch vụ, độ an toàn tài chính:*

Giá trị sản phẩm dịch vụ ngân hàng được thực hiện thông qua sự thỏa thuận của ngân hàng và khách hàng, nhưng dưới sự hướng dẫn của Ngân hàng Nhà nước và Chính phủ. Việc định giá cho sản phẩm của ngân hàng tùy thuộc vào khả năng nắm bắt quy luật biến động giá cả của tiền tệ. Tuy vậy, trong lĩnh vực ngân hàng, thời gian để thực hiện chu trình sản phẩm của ngân hàng thường không ngắn. Do đó, rủi ro sẽ rất cao (tỷ lệ thuận với thời gian thực hiện nghiệp vụ) khi giá cả biến động đột ngột, ngân hàng không thể kịp thời điều chỉnh, nhất là đối với các nghiệp vụ kinh doanh tiền tệ hay cho vay với giá cả hoặc lãi suất ấn định ngay từ thời điểm thực hiện nghiệp vụ.

Hầu hết các sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng đều có tính năng tương tự như nhau. Trong thời gian tới, khi cạnh tranh ngày càng tăng và điều kiện sản phẩm mang tính tương đồng và dễ bắt chước, do vậy các ngân hàng cung cấp dịch vụ cần phải có được sự tinh tế trong nhận biết nhu cầu để mang lại tiện ích dù nhỏ nhưng rất thiết thực, ví dụ như phát huy lợi thế của thẻ liên kết để phát hiện nhu cầu mới về dịch vụ thẻ cũng như các dịch vụ liên quan khác để tạo điều kiện khác biệt hóa sản phẩm.

Hiện nay, sản phẩm dịch vụ tài chính của các ngân hàng trong nước còn mang tính truyền thống, nghèo nàn về chủng loại, chất lượng dịch vụ thấp, tính tiện ích chưa cao, chưa định hướng theo nhu cầu khách hàng; Các ngân hàng cần phải có sự phát triển đồng bộ từ sản phẩm tiện ích và qua đó đưa ra mức phí hợp lý, tránh để tình trạng khách hàng coi thường dịch vụ cung cấp.

1.3.2 Sự thuận tiện về địa điểm, điều kiện giao dịch, tính năng tiện ích của sản phẩm:

Tiện ích của sản phẩm dịch vụ ngân hàng cung ứng cho khách hàng cao, thì giá trị sản phẩm dịch vụ của ngân hàng lớn, thỏa mãn tối đa nhu cầu khách hàng. Tuy nhiên, mỗi khách hàng xem xét đánh giá giá trị sử dụng sản phẩm dịch vụ ngân hàng rất khác nhau, tùy thuộc mức độ thỏa mãn nhu cầu theo đặc điểm riêng của khách hàng, mức độ nhanh chóng, chính xác, dễ dàng khi giao dịch; mức phí nghiệp vụ tùy theo sự chấp nhận của mỗi khách hàng, v.v...

Do cải cách căn bản các kênh phân phối theo chiều sâu bên cạnh việc vẫn tiếp tục mở rộng “vùng phủ sóng” các chi nhánh của các NHTM đã tạo được sự thuận tiện cho khách hàng đến giao dịch tại ngân hàng.

Tuy nhiên, hiện nay hệ thống kênh phân phối của ngân hàng chưa đa dạng, hiệu quả thấp, phương thức giao dịch và cung cấp các dịch vụ chủ yếu vẫn là giao dịch trực tiếp tại quầy, các hình thức giao dịch từ xa dựa trên nền tảng công nghệ thông tin chưa phổ biến. Dịch vụ ngân hàng điện tử chưa được triển khai rộng rãi, lượng khách hàng sử dụng còn ít, nhiều ngân hàng mới chỉ hoạt động ở mức độ thử nghiệm, giao dịch thanh toán thương mại điện tử còn hạn chế, chưa ứng dụng được hình thức thanh toán qua điện thoại di động sử dụng tài khoản ngân hàng;

Gắn liền việc cung ứng tín dụng với việc đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ, phát triển mạnh mẽ các sản phẩm bảo lãnh, thanh toán quốc tế, thanh toán trong nước, chuyển kiều hối, thẻ ghi nợ nội địa cùng các dịch vụ ngân hàng điện tử trên cơ sở nền tảng công nghệ lõi, đáp ứng cao nhất cao nhất nhu cầu của thị trường và của khách hàng, bứt phá để hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế toàn cầu.

Bảng 1: Tỷ trọng tiền mặt trên tổng phương tiện thanh toán có xu hướng giảm dần qua các năm

Năm	1997	2001	2004	2005
Tỷ trọng (%)	32,2	23,7	20,3	18

1.3.3 Yếu tố con người về sự thỏa mãn, hài lòng của khách hàng về sản phẩm, kỹ năng, trình độ, thái độ phục vụ của nhân viên:

Một đặc tính đặc thù của hoạt động ngân hàng là tình trạng tài chính của một ngân hàng phụ thuộc vào niềm tin của khách hàng gửi tiền vào giá trị tài sản của ngân hàng đó. Giá trị sử dụng, của sản phẩm dịch vụ ngân hàng mang tính lợi ích cho khách hàng, đáp ứng nhu cầu vốn cho sản xuất, thực hiện thanh toán, chuyển tiền tài trợ thuê mua, v.v..., tạo thuận lợi cho khách hàng hoạt động kinh doanh có lãi.

Để phát triển và thành công trên thị trường tài chính Việt Nam khi có nhiều ngân hàng nước ngoài góp mặt thì điều quan trọng nhất là phải tạo được lòng tin đối với khách hàng bằng chất lượng dịch vụ. Mặt khác, ngân hàng cần tiếp cận gần hơn với người tiêu dùng thông qua mạng lưới hoạt động. Có như vậy, người dân trên mọi miền đất nước mới có cơ hội sử dụng những sản phẩm, dịch vụ tiện ích mà ngân hàng đem lại.

Khả năng phát triển bền vững, kết quả hoạt động kinh doanh, quản lý rủi ro, công nghệ thông tin, chất lượng điều hành, những đóng góp cho thị trường tài chính ngân hàng trong nước là những tiêu chí hoạt động mà các tổ chức tín dụng nước ngoài quan tâm. Đây cũng là một trong những thách thức đối với NHTM trong nước.

Khách hàng rất quan tâm đến giá trị và tính hấp dẫn của quà tặng khi gửi tiền tiết kiệm. Bên cạnh đó, lãi suất (hay còn gọi là giá) của sản phẩm hợp lý cũng là một yếu tố khiến khách hàng quan tâm.

Do sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng quá tương đồng nên có sự cạnh tranh về giá gay gắt, trong đó hầu hết các ngân hàng đều miễn giảm phí dịch vụ và tạo thêm nhiều tiện ích cho khách hàng. Ngoài ra, phong cách phục vụ tận tình, thân thiện và mang tính chuyên nghiệp của nhân viên ngân hàng sẽ góp phần tăng trưởng số lượng khách hàng và doanh số sản phẩm dịch vụ ngày một nhiều hơn.

1.4 Phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng trong bối cảnh hội nhập quốc tế:

1.4.1 Tính tất yếu của hội nhập trong lĩnh vực ngân hàng:

Toàn cầu hóa kinh tế là đặc trưng cơ bản và là xu thế phát triển tất yếu của thời đại, đang tác động mạnh mẽ đến tình hình kinh tế - xã hội của mỗi nước, đặc biệt đối với những nước đang chuyển đổi kinh tế như Việt Nam.

Toàn cầu hóa là điều kiện cần thiết để triển khai những tiến bộ về công nghệ, kỹ thuật nhằm tăng sức cạnh tranh của sản phẩm quốc gia. Trong lĩnh vực ngân hàng, công nghệ hiện đại đã giúp các ngân hàng và định chế tài chính mở rộng quy mô và loại hình dịch vụ nhằm thực hiện việc phân bổ nguồn vốn.

Toàn cầu hóa kinh tế với đỉnh cao là gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) luôn là động lực phát triển cho bất kỳ nền kinh tế nào tham gia vào quá trình đó. Lợi ích lớn nhất mà Việt Nam thu được từ việc hội nhập là tăng cường tiềm lực kinh tế thông qua việc đẩy mạnh xuất khẩu, thu hút đầu tư, đổi mới công nghệ, hình thành môi trường kinh doanh lành mạnh và bình đẳng giữa các loại hình doanh nghiệp, kể cả doanh nghiệp nước ngoài, tài chính tiền tệ trở thành công cụ kinh tế vĩ mô chủ yếu của Nhà nước, dịch vụ ngân hàng đa dạng hơn với chất lượng cao hơn.

Trong xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế, ngành ngân hàng cần xây dựng một lộ trình mở cửa dịch vụ thích hợp để tạo ra một hệ thống ngân hàng hiện đại, an toàn, hiệu quả, đạt được chuẩn mực quốc tế và khu vực.

1.4.2 Cơ hội, thách thức của phát triển thị trường sản phẩm dịch vụ ngân hàng trong bối cảnh hội nhập:

Theo lộ trình cam kết với WTO, kể từ ngày 01/04/2007, các định chế tài chính nước ngoài được thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài tại Việt Nam. Khi công nghệ của ngân hàng được đầu tư và nâng cao sẽ có nhiều cơ hội đem dịch vụ đến người tiêu dùng hơn trước, các ngân hàng phải đương đầu với sự cạnh tranh

từ phía các ngân hàng trong và ngoài nước, đặc biệt là khi Việt Nam thực hiện cam kết gia nhập WTO trong lĩnh vực ngân hàng.

Bên cạnh những cơ hội và lợi thế có thể phát huy, việc Việt Nam gia nhập WTO cũng đặt ra nhiều thách thức, đặc biệt là áp lực cạnh tranh của các tập đoàn doanh nghiệp, và tập đoàn tài chính xuyên quốc gia, đòi hỏi Việt Nam phải tiếp tục thúc đẩy cải cách để đảm bảo tăng trưởng nhanh và bền vững. Trong lĩnh vực ngân hàng, vấn đề đặt ra là phải có những giải pháp thích hợp để các ngân hàng trong nước có thể thích ứng được với tiến trình tự do hóa, nhanh chóng ứng dụng những thành tựu khoa học công nghệ vào việc mở rộng và phát triển dịch vụ ngân hàng tiên tiến, đồng thời đảm bảo an toàn và hiệu quả hoạt động kinh doanh sau khi Việt Nam gia nhập WTO. Trong đó, dịch vụ NHBL là một mối quan tâm hàng đầu hiện nay của các NHTM Việt Nam.

Công nghệ là vấn đề sống còn: Hiện hơn 85% các nghiệp vụ ngân hàng được xử lý trên máy tính, nhiều nghiệp vụ được thực hiện 100% các công đoạn trên máy, mạng máy tính. Công nghệ thể ngày càng hiện đại và tiện ích. Các dịch vụ Internet Banking, Home Banking, Mobile Banking, v.v... đã trở nên phổ biến và khá thông dụng.

Ngoài ra, các ngân hàng nước ngoài có thế mạnh về sự đa dạng sản phẩm dịch vụ tài chính, cụ thể là các sản phẩm tín dụng như bổ sung vốn lưu động, xuất nhập khẩu, xây dựng nhà xưởng, kinh doanh chứng khoán, xây dựng – sửa chữa nhà, tiêu dùng, v.v... Vì vậy, các ngân hàng trong nước phải thường xuyên chú trọng cải tiến chất lượng dịch vụ và thời gian hoàn tất thủ tục vay vốn và chú trọng đến đối tượng doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Mặt khác, hạ tầng viễn thông của Việt Nam còn nhiều hạn chế về hệ thống an ninh mạng, tốc độ đường truyền, v.v... do đó cũng gây nhiều khó khăn trong việc mở rộng và phát triển các hệ thống thanh toán; sự cạnh tranh giữa các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán, dẫn tới khả năng hợp tác rất thấp trong việc kết nối các hệ thống chuyển mạch thẻ nhằm tạo ra một hạ tầng cơ sở mạng lưới chia sẻ chung.

Công tác bảo mật và an toàn mạng truyền thông còn chưa được nhận thức đầy đủ và quan tâm đúng mức. Những tài khoản bị đánh cắp, những vụ mua bán, thanh toán bằng tiền ăn cắp đang diễn ra mọi lúc mọi nơi trên khắp thế giới khiến vấn đề bảo mật đang trở thành thách thức lớn đối với các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng. Chi phí và thời gian đầu tư và nâng cấp cơ sở hạ tầng kỹ thuật theo chuẩn EVM (Europay, MasterCard và Visa) như định dạng, phân vùng dữ liệu, hệ thống chuyển mạch (Switching) và quản lý thẻ (CMS), các phần mềm quốc tế để chuyển đổi sang ứng dụng công nghệ thẻ chip nhằm khai thác hệ thống ATM/POS/EDC một cách hiệu quả.

Sau khi hội nhập WTO, giới kinh tế thường nhắc đến thời điểm “4 không” của ngành ngân hàng với 4 thách thức lớn là : không hạn chế số lượng nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng; không hạn chế tổng giá trị các giao dịch về dịch vụ ngân hàng; không hạn chế tổng các hoạt động tác nghiệp hay tổng số lượng dịch vụ ngân hàng; không hạn chế việc tham gia góp vốn của bên nước ngoài dưới hình thức tỷ lệ phần trăm tối đa số cổ phiếu nước ngoài nắm giữ. Vì vậy, Ngân hàng Nhà nước cần thể hiện thẩm quyền của cơ quan quản lý nhà nước để mang lại lợi ích chung cho xã hội khi yêu cầu các tổ chức này hợp tác với nhau để các hệ thống chuyển mạch thẻ cùng hoạt động với nhau;

Như vậy, làm thế nào để hội nhập mà vẫn phát triển bền vững trong một nền kinh tế mới nổi như nước ta, còn rất nhiều vấn đề phải làm và cũng còn nhiều thử thách quyết liệt, trong vài năm tới sẽ có thể có những ngân hàng phải sáp nhập hoặc bị giải thể. Làm thế nào để không rơi vào số đó là vấn đề được các ngân hàng hàng thương mại quan tâm từ lâu và các ngân hàng cần thể hiện cho sự an toàn, tính bảo mật cao và lòng tin tưởng của khách hàng.

Hiện nay, rất nhiều ngân hàng nước ngoài chọn giải pháp đàm phán với các ngân hàng TMCP của Việt Nam để mua cổ phần và trở thành đối tác chiến lược (thay vì tốn kém thành lập ngân hàng mới tại Việt Nam). Vì làn sóng đầu tư nước ngoài đổ vào Việt Nam ngày càng lớn hơn và giải pháp ôn hòa và hiệu quả nhất cho các nhà đầu tư nước ngoài là bắt tay với những doanh nghiệp Việt Nam đã có chỗ

đứng trong từng ngành nghề. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa tìm đến nhau và tìm đến các doanh nghiệp lớn.

1.4.3 *Cung cầu của thị trường sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng:*

Theo kết quả điều tra của Liên hợp quốc (UN-United Nations) gần đây cho biết: có 45% khách hàng sẽ chuyển sang vay vốn của ngân hàng nước ngoài thay vì của ngân hàng trong nước; 50% chọn ngân hàng nước ngoài để gửi tiền, đặc biệt là ngoại tệ, v.v... Do vậy, việc Nhà nước hạn chế chỉ cho các nhà đầu tư nước ngoài mua tối đa 30% tổng số cổ phần của ngân hàng Việt Nam là một trong các giải pháp bảo hộ ngân hàng trong nước.

Khi Việt Nam chính thức gia nhập WTO, thị trường vốn Việt Nam nhanh chóng trở thành nơi đầu tư hấp dẫn của các tổ chức, nhà đầu tư nước ngoài. Bên cạnh đó, nguồn lực tài chính để huy động trong dân chúng của Việt Nam còn rất lớn vì hiện tại Việt Nam mới chỉ có khoảng 8% dân số có tài khoản tại ngân hàng trên tổng số dân 84 triệu người.

Đến nay cả nước có trên 20 ngân hàng phát hành thẻ thanh toán với khoảng 6,2 triệu thẻ, 4 liên minh thẻ hoạt động với trên 3800 máy ATM. Bên cạnh đó, các công ty làm dịch vụ kết nối trung gian cũng ra đời nhằm đón đầu xu thế thanh toán không dùng tiền mặt. Dịch vụ mở tài khoản cá nhân đang trong xu thế phát triển nhanh chóng. Việc trả lương, bảo hiểm xã hội qua tài khoản vẫn tiếp tục được triển khai và đạt được những thành công nhất định tại một số tỉnh, thành phố như thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng và các địa phương khác cũng bắt đầu triển khai.

Số liệu thống kê của Bộ Công thương cho thấy, tiềm năng rất lớn của mảng dịch vụ bán lẻ. Năm 2010, dân số ở khu vực đô thị sẽ đạt 26 triệu người, chiếm xấp xỉ 30% tổng dân số, trong đó cơ cấu dân số trẻ dưới 30 tuổi đạt 57%, đây là nhóm khách hàng tiềm năng của các ngân hàng, với đặc điểm năng động, có học vấn cao, thích tiêu dùng. Mức thu nhập bình quân đầu người cũng đang gia tăng, đến năm 2010, GDP đạt 1.100 USD/năm. Hiện nay, hệ thống ngân hàng vẫn tập trung chủ

yếu ở khu vực thành thị nhưng mật độ phục vụ còn thấp, đạt trung bình 5-6% và khoảng 22% ở thành phố lớn, trong khi đó tỷ lệ này ở các nước láng giềng là rất cao, khoảng 70-80%.

Từ thập niên 90 của thế kỷ 20, tỷ trọng cho vay của các ngân hàng chiếm khoảng 59% tổng tài sản, và lợi tức sinh ra từ hoạt động cho vay chiếm 65 đến 70% tổng lợi nhuận của ngân hàng. GE cho rằng Việt Nam không chỉ là một thị trường tiềm năng cho kinh doanh mà còn là thị trường lý tưởng để phát triển đào tạo nguồn nhân lực. Việt Nam đã có khá nhiều cải cách và ưu đãi cho đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, Việt Nam nên có một số ưu đãi hấp dẫn hơn so với các nước đang phát triển có bối cảnh kinh tế tương tự. Việt Nam đang ở vị trí và lợi thế rất tốt để đầu tư.

1.4.4 Các nhân tố tác động tới sự phát triển thị trường sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng:

Nền kinh tế Việt Nam đang trong xu thế hội nhập nên ngành ngân hàng sẽ tiếp tục củng cố, phát triển trong thời gian tới.

Hiện nay bất kỳ một ngân hàng nào đang hoạt động cũng hết sức thành thạo trong kinh doanh các dịch vụ tài chính truyền thống, đặc biệt là dịch vụ tín dụng, vì vậy sự khác biệt là rất nhỏ, cạnh tranh sẽ gay gắt hơn, khách hàng nhờ đó có quyền và có nhiều cơ hội chọn lựa cách thức cung ứng dịch vụ tốt nhất. Điều này khiến cho lợi nhuận từ dịch vụ tín dụng giảm đi nhanh chóng, mặc dù nhu cầu tín dụng vẫn còn rất lớn do kinh tế tăng trưởng nhanh. Thẻ tín dụng và thanh toán sẽ giúp các ngân hàng thương mại phát triển mạnh ngay cả khi hầu hết hoạt động tín dụng bị hút sang các công ty tài chính và TTCK.

Trên thực tế, từ năm 2001, NHNN đã phân cấp việc cấp phép tăng vốn về chi nhánh NHNN các địa phương, nhưng trong điều kiện hầu hết ngân hàng đều tăng vốn rất mạnh hiện nay thì NHNN trong vai trò cơ quan quản lý thị trường đã tỏ ra khá thận trọng để tránh những mặt trái của việc tăng vốn.

1.4.5 Những điều kiện cơ bản cho việc phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng trong bối cảnh hội nhập:

Một quốc gia đang trên đà phát triển kinh tế mạnh mẽ như Việt Nam, với tốc độ tăng trưởng kinh tế bình quân trên 8,2%/năm thì không thể không tránh khỏi những phát triển mang tính “đột phá”, đặc biệt là trong lĩnh vực tài chính ngân hàng. Mục tiêu cho cả giai đoạn từ 2006 đến 2010, tốc độ tăng trưởng kinh tế đạt 7,5% đến 8%. Tổng nhu cầu vốn đầu tư cho phát triển kinh tế xã hội cần đạt trên 140 tỷ USD, trong đó nguồn vốn đầu tư nước ngoài chiếm 35%.

Trong xu hướng biến chuyển mới của thế giới, các ngân hàng đều hướng vào việc tăng lợi nhuận, mà không xem trọng vấn đề thị phần hoạt động để rồi từ đó tăng vốn mở rộng các hoạt động ngân hàng. Cùng với điều đó, cơ cấu thu nhập của ngân hàng cũng có nhiều thay đổi, đó là thu nhập từ dịch vụ trung gian hưởng hoa hồng chiếm tỷ lệ ngày càng lớn, tỷ lệ cho vay tín dụng ngày càng giảm bớt, các ngân hàng chú trọng vào việc tăng vốn tự có cơ bản chứ không tăng nhiều tài sản nợ (vốn tự có bổ sung) do tính cạnh tranh trong thị trường có ảnh hưởng lớn đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Thực trạng ngân hàng Việt Nam: Hầu hết các NHTM tại Việt Nam đều có quy mô rất nhỏ so với ngân hàng các nước trong khu vực. Trước đây, việc tăng vốn của các ngân hàng rất khó khăn, nhưng với điều kiện thị trường đang thuận lợi, việc huy động vốn dễ dàng hơn rất nhiều so với trước, nên NHNN vẫn khuyến khích các ngân hàng tăng vốn điều lệ để nâng cao năng lực tài chính và đảm bảo được hiệu quả của việc tăng vốn.

Việc tăng vốn sẽ giúp các ngân hàng có thêm điều kiện đầu tư công nghệ, mở rộng mạng lưới chi nhánh, nâng cao khả năng huy động vốn cho vay, v.v... tăng thêm khả năng tài chính để phát triển. Mặt khác, việc tăng vốn mạnh sẽ khiến tỷ suất lợi nhuận giảm bởi hiệu quả sử dụng vốn không tăng kịp với quy mô. Kết quả năm 2006 đã cho thấy điều này, đã có ngân hàng, tỷ lệ cổ tức cho cổ đông chỉ hơn 1%, thấp hơn cả lãi suất tiền gửi tiết kiệm.

Đối với một số ngân hàng, đặc biệt là ngân hàng mới chuyển đổi mô hình từ cổ phần nông thôn sang cổ phần đô thị, phải chấp nhận điều này để phát triển, cổ đông góp vốn cũng phải chấp nhận điều này. Trong điều kiện thị trường ngân hàng đang phát triển mạnh, NHNN cũng chưa nhìn nhận vấn đề này để có cách nhìn không tốt về những ngân hàng nói trên, bởi còn hàng loạt chỉ tiêu giám sát khác như tỷ lệ an toàn vốn, tỷ lệ nợ quá hạn, v.v... các ngân hàng này đều phải tuân thủ.

Sự phát triển của ngành ngân hàng đang trong giai đoạn thuận lợi chỉ việc tăng vốn, mở rộng quy mô hoạt động, v.v... Nhưng bên cạnh những thuận lợi, lĩnh vực ngân hàng cũng phải đối mặt với nhiều thách thức khi Việt Nam ngày càng mở rộng cửa đón ngân hàng 100% vốn ngoại. Thêm vào đó, khi TTCK ngày một phát triển ổn định, nhiều doanh nghiệp sẽ tham gia niêm yết để huy động vốn cho vay đầu tư, thay vì đi vay ngân hàng như trước. Chính đây là một trong những thách thức đối với ngân hàng trong việc huy động vốn và cho vay.

1.4.5.1 Điều kiện kinh tế:

Tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong thời gian vừa qua đã chịu tác động của tiêu dùng và đầu tư. Vài năm gần đây, tiêu dùng và đầu tư đã có những đóng góp tích cực vào mức tăng trưởng của GDP và ngày càng có chiều hướng phát triển mạnh do vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vẫn đang tăng cao. Tuy nhiên nền kinh tế Việt Nam vẫn còn gặp một số khó khăn như tình hình dịch bệnh trong ngành nông nghiệp vẫn còn đang diễn biến phức tạp, tỷ lệ lạm phát và các chỉ số tăng trưởng tiền tệ của Việt Nam hiện đã cao hơn khu vực, v.v...

Thực tế cho thấy, chiến lược của hầu hết các ngân hàng Việt Nam hiện nay là trở thành các ngân hàng bán lẻ, tức cung cấp chủ yếu các dịch vụ tín dụng tiêu dùng... đã cho thấy tiềm năng thị trường được đánh giá cao như thế nào. Với dân số hơn 80 triệu dân nhưng mới chỉ có hơn 5 triệu tài khoản cá nhân tại ngân hàng, thấp hơn nhiều so với mức độ phổ cập dịch vụ ngân hàng ở các nước trong khu vực. Do vậy, đây là thời điểm để các công ty tài chính có kinh nghiệm phát triển tại thị trường Việt Nam.

Ngân hàng nội địa có thể mạnh là năng động và linh hoạt trong việc biến đổi bản thân để đáp ứng nhanh nhu cầu đa dạng của thị trường, trong khi các ngân hàng nước ngoài sẽ cần một thời gian dài để đáp ứng với một thị trường phức tạp về thể chế cũng như đặc điểm đa dạng về nhu cầu của người dân. Để giành thế chủ động trong cuộc cạnh tranh mới, các ngân hàng cần mạng lưới đủ lớn, cùng với việc phát triển mạng lưới thì phải có chiến lược cụ thể về phát triển dịch vụ mới.

Đến năm 2010, cơ chế đưa đồng tiền Việt Nam tham gia vào thanh toán xuất nhập khẩu sẽ được xây dựng, đồng thời khắc phục tình trạng đô la hóa nền kinh tế trên cơ sở tự do hóa hoàn toàn giao dịch vãng lai, tiếp tục tự do hóa có lựa chọn các giao dịch vốn, bước đầu cho VND tham gia quan hệ vay, trả nợ nước ngoài và đầu tư của nước ngoài vào Việt Nam.

1.4.5.2 Điều kiện pháp lý:

Tăng cường hợp tác với các ngân hàng nước ngoài là giải pháp không thể thiếu. Các NHTM cổ phần Việt Nam cần có các đối tác hợp tác lâu dài, hỗ trợ kinh nghiệm và nâng cao năng lực quản trị chứ không với mục tiêu tăng vốn.

Chỉ thị số 03/2007/CT-NHNN ngày 28/5/2007 của NHNN về việc kiểm soát qui mô, chất lượng tín dụng và cho vay đầu tư, kinh doanh chứng khoán nhằm kiểm soát lạm phát, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Trong đó có một điểm đáng lưu ý là NHNN yêu cầu các TCTD khống chế dư nợ vốn vay, chiết khấu giấy tờ có giá để đầu tư kinh doanh chứng khoán ở mức dưới 3% tổng dư nợ tín dụng của TCTD.

Quyết định số 1141/QĐ-NHNN về việc điều chỉnh dự trữ bắt buộc đối với các tổ chức tín dụng theo hướng tăng gấp đôi cả nội tệ và ngoại tệ. Đây là một trong những công cụ điều hành chính sách tiền tệ của NHTW nhằm điều tiết nhanh chóng lượng tiền cung ứng cho lưu thông. Khi tỷ lệ dự trữ bắt buộc tăng, buộc các NHTM phải hạn chế đầu ra, dẫn đến cung vốn của các NHTM cho thị trường giảm, vốn giảm, sẽ làm cho các hoạt động mua bán chứng khoán giảm, dẫn đến giá chứng khoán giảm, kể cả chứng khoán ngân hàng.

Thông tư 01/01/TT-NHNN hướng dẫn thực hiện Nghị định 161/NĐ-CP về thanh toán bằng tiền mặt cho phép các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán được quyền thu phí rút tiền mặt từ 0-0,05%/tổng số tiền giao dịch. Như vậy, biện pháp tăng thu phí giao dịch bằng tiền mặt và khuyến khích sử dụng các phương thức thanh toán hiện đại là một trong những biện pháp để thực hiện mục tiêu thanh toán không dùng tiền mặt của Chính phủ.

1.4.5.3 Điều kiện chính trị:

Sau khi Việt Nam trở thành thành viên chính thức của WTO và Hoa Kỳ thông qua PNTR, cùng với các hoạt động ngoại giao thông qua các cuộc đi thăm của các đoàn cấp cao của lãnh đạo Đảng và Nhà nước, quan hệ kinh tế giữa nước ta với thế giới được tăng cường, thị trường xuất nhập khẩu và đầu tư được mở rộng so với trước.

Việc ký kết hiệp định khung về thương mại và đầu tư (TIFA) giữa Việt Nam và Hoa Kỳ được xem như là một “nhãn hiệu cầu chứng” (nhãn hiệu có uy tín nhất trong các lĩnh vực đầu tư thương mại, v.v.... của các nước Châu Âu). TIFA được xem là bước tiếp theo của Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam – Hoa Kỳ (BTA) ký năm 2000 và là bước mở đầu tiến tới Hiệp định Thương mại tự do – Hiệp định mà Chính phủ Mỹ đang muốn nhắm tới những thị trường lớn trong khu vực Châu Á như Hàn Quốc, Thái Lan và Malaysia, v.v.....

Bên cạnh đó, sự điều hành kiên quyết và kịp thời của Chính phủ và sự phối hợp khá chặt chẽ của các Bộ ngành, các địa phương trong tổ chức chỉ đạo sản xuất kinh doanh đã bước đầu phát huy tác dụng tích cực về nhiều mặt. Công tác cải cách hành chính được triển khai quyết liệt, tương đối đồng bộ nên đã góp phần đơn giản hóa các thủ tục đầu tư, đăng ký kinh doanh, từ đó thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước vào sản xuất và dịch vụ. Những tiến bộ về cải cách hành chính sẽ góp phần thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển và tăng trưởng nhất là lĩnh vực đầu tư, xây dựng, mở rộng các hoạt động du lịch, dịch vụ.

1.5 Kinh nghiệm quốc tế trong việc phát triển thị trường sản phẩm dịch vụ tài chính trong bối cảnh hội nhập:

1.5.1 Kinh nghiệm tại Trung Quốc:

Sau khi Trung Quốc gia nhập WTO, một câu hỏi được đặt ra là liệu sự kiện này có đem lại động lực để thay đổi thể chế trong khu vực ngân hàng của nước này hay không? Hiện nay, Trung Quốc là một trong những nền kinh tế tiền tệ hoá nhất trên thế giới. Cuối năm 2000 tín dụng ngân hàng bằng 117% GDP. Tuy nhiên, 4 NHTM quốc doanh lớn của Trung Quốc chiếm tới trên 70% thị trường tiền gửi và tín dụng. Lãi suất do Chính phủ quy định và các ngân hàng ít gặp rủi ro về giá. Chiến lược trung hạn của Trung Quốc là phát triển các thể chế tài chính lành mạnh không bị tổn thương bởi làn sóng cạnh tranh nước ngoài và phát triển thị trường liên ngân hàng tạo điều kiện cho tự do hoá lãi suất và quản lý rủi ro.

Sau khi gia nhập WTO, Trung Quốc có 5 năm để chuyển đổi và Chính phủ Trung Quốc cam kết như sau: (1) Các ngân hàng nước ngoài (NHNNg) được phép thực hiện tất cả các hình thức giao dịch ngoại hối với khách hàng nước ngoài ngay khi gia nhập; (2) Trong vòng 1 năm sau khi gia nhập WTO, các NHNNg sẽ được phép thực hiện tất cả các hình thức giao dịch ngoại hối với khách hàng Trung Quốc tại các thành phố được chỉ định. Danh sách những thành phố này được Chính phủ Trung Quốc mở rộng thêm 4 thành phố mỗi năm; (3) Trong vòng 2 năm sau khi gia nhập WTO, các NHNNg được phép cho doanh nghiệp vay bằng bản tệ; (4) 5 năm sau khi gia nhập WTO, các NHNNg được phép quan hệ với khách hàng cá nhân Trung Quốc; (5) NH nước ngoài được phép thành lập liên doanh ngay khi gia nhập; (6) Trong vòng 5 năm sau khi gia nhập WTO, phía nước ngoài được phép sở hữu toàn phần đối với các ngân hàng Trung Quốc.

Bức tranh về thị trường ngân hàng ở Trung Quốc: Khoảng một nửa số dân của Trung Quốc có tài khoản ngân hàng. Tỷ lệ tín dụng/ GDP vào cuối năm 2000 là 117%, là tỷ lệ cao nhất trên thế giới. Các NHTM quốc doanh chiếm khoảng 70% thị phần với mạng lưới rộng khắp (125 nghìn chi nhánh và 1,6 triệu nhân viên). Tuy nhiên, vào đầu những năm 1990 các ngân hàng này hoạt động không hiệu quả và tình hình chỉ được cải thiện vào những năm 2000 do nền kinh tế tăng trưởng mạnh.

Tiến trình thâm nhập của các NHNNg vào Trung Quốc: cuối năm 1999, trước khi Trung Quốc gia nhập WTO, đã có rất nhiều các tổ chức tài chính nước ngoài có mặt tại Trung Quốc dù qui mô vẫn còn hạn chế. Luật NHTM cũng được áp dụng đối với các NHNNg tại Trung Quốc. Việc thành lập và hoạt động của các tổ chức tài chính nước ngoài chủ yếu dựa trên Luật của nước Cộng hoà Nhân dân Trung Hoa về các tổ chức tài chính nước ngoài. Theo Luật này, một NHNNg được phép tham gia kinh doanh ngoại hối, nhận tiền gửi, cho vay, môi giới và thanh toán nhưng chủ yếu cho các công ty có vốn nước ngoài. Cuối năm 1999, có 13 NHNNg thành lập dưới hình thức 100% vốn nước ngoài hay liên doanh tại Trung Quốc. Bên cạnh đó, các NHNNg đang thành lập 157 chi nhánh ở trong nước. Yêu cầu tối thiểu để một NHNNg được thành lập dưới hình thức 100% vốn trực thuộc hay liên doanh là phải có tổng tài sản 10 tỉ USD, để mở chi nhánh là 20 tỉ USD. Tổng tài sản của NHNNg tại Trung Quốc là 31,8 tỉ USD, tương đương 2% tổng tài sản ngân hàng năm 1999. Dư nợ của các NHNNg là 21,8 tỉ USD và tiền gửi là 5,2 tỉ USD. Về giao dịch bản tệ, các NHNNg cho vay khoảng 6,7 tỉ RMB, tương đương 3,7% tổng mức cho vay và tiền gửi khoảng 5,44 tỉ RMB, tương đương 12,7% tổng tiền gửi. Những con số này cho thấy sự thâm nhập của các NHNNg đến thời điểm đó là không đáng kể. Tiền vay trên tổng tài sản chiếm khoảng 69% trong khi tỉ lệ tiền vay bằng bản tệ trên tài sản chỉ là 0,25%. Tiền gửi/ tổng tài sản chỉ là 16,4% trong khi tỉ lệ tiền gửi bằng bản tệ/ tài sản thấp hơn 0,25%. Rõ ràng, NHNNg hạn chế các hoạt động ở Trung

Để tăng khả năng cạnh tranh, Trung Quốc đã tập trung vào cải cách hệ thống tài chính, ngân hàng:

+ Nhận thức được cuộc khủng hoảng tài chính ở Đông Á, Trung Quốc đưa ra một số cải cách khu vực ngân hàng. Năm 1998, Bộ Tài chính đã phát hành 270 tỉ RMB trái phiếu đặc biệt để tăng cường vốn cho những ngân hàng lớn để nâng tỉ lệ an toàn vốn tối thiểu trung bình từ 4,4% lên 8% đúng theo Luật NHTM. Một biện pháp nữa về mặt chính sách là thành lập các công ty quản lý tài sản (AMCs) để xử lý nợ xấu của 4 NHTM lớn. Tổng số 1,4 nghìn tỉ RMB nợ khó đòi (NPLs) hay 9% trên tổng dư nợ đã được chuyển sang cho AMCs. Các công ty này xử lý nợ xấu bằng nhiều cách như là bán tài sản và chuyển nợ thành cổ phần. Khi mà các thị trường vốn ở Trung Quốc vẫn còn sơ khai và xu hướng cải cách sở hữu ở 4 NHTM lớn vẫn chưa rõ ràng, tỉ lệ thu hồi nợ xấu rất thấp và việc bán nợ gặp nhiều khó khăn. Tháng 5/2000 Chính phủ Trung Quốc đã có quyết định cho phép các AMCs này bán tài sản không sinh lời và cổ phần đã được hoán đổi từ các khoản nợ của công ty cho các công ty nước ngoài. Mặc dù đây là một sự thay đổi lớn về mặt chính sách nhưng các giao dịch lớn vẫn chưa xảy ra đến thời điểm đó. Hai biện pháp tăng cường vốn điều lệ và thành lập các AMCs đều quan trọng trong việc tăng cường sức mạnh cho khu vực ngân hàng.

+ Sự giám sát tài chính các ngân hàng cũng đã được củng cố. Cuối năm 1998 Trung Quốc đã đưa ra các tiêu chuẩn kế toán quốc tế cho các ngân hàng, mặc dù hệ thống này chưa được áp dụng rộng rãi.

+ Một phần trong chương trình cải cách hệ thống ngân hàng là cải cách lãi suất nhằm đưa các mức lãi suất về sát với cung cầu thị trường để tăng khả năng cạnh tranh và nâng cao chất lượng tài sản của các ngân hàng. PBOC đã tự do hoá lãi suất thị trường liên ngân hàng. Các NHTM đã được phép điều chỉnh lãi suất cho vay trên dưới 10% và trên 30% đối với các khoản vay cho các công ty nhỏ. Tháng 9/2000, PBOC lên kế hoạch 3 năm để tự do hoá lãi suất. Các hạn chế đối với việc cho vay bằng ngoại tệ đã được loại bỏ ngay lập tức và tỉ lệ tiền gửi ngoại tệ đã tăng lên. Theo kế hoạch bước tiếp theo là tự do hoá lãi suất cho vay bằng bản tệ. Sự nới lỏng các hạn chế về lãi suất tiền gửi bằng bản tệ là bước cuối cùng.

Vấn đề cơ bản còn lại là cơ cấu sở hữu của 4 NHTM lớn. Liệu có cần phải tư nhân hoá những ngân hàng quốc doanh này không để nâng cao hiệu quả và năng lực cạnh tranh trong khu vực ngân hàng? PBOC đang khuyến khích 4 NHTM lớn bán cổ phiếu trên thị trường trong và ngoài nước, coi đây như một cách để tăng vốn và nâng cao năng lực quản lý. Đến cuối năm 2003, Trung Quốc đã rút khoảng 45 tỉ USD từ dự trữ ngoại hối để hỗ trợ 2 ngân hàng China Construction Bank (CCB) và Bank of China (BOC). Cả 2 ngân hàng này đang chuẩn bị cho lần đầu tiên phát hành cổ phiếu ra công chúng. Tỉ lệ an toàn vốn tối thiểu lên tới 10,26%, trên mức 8% theo tiêu chuẩn quốc tế vào cuối năm 2005, tỉ lệ nợ xấu xuống còn 4,43% năm 2005, gần tới mức 1-2% của các NHNNg.

Đã 6 năm kể từ khi gia nhập WTO, khu vực ngân hàng của Trung Quốc không dễ bị thôn tính bởi các đối thủ nước ngoài bởi Chính phủ đã có những phản hồi đúng hướng và có những bước đi thận trọng. NHNNg đã trở thành động lực cho khu vực tài chính của Trung Quốc trong việc cải cách thể chế cơ cấu mà không đem lại những cuộc khủng hoảng trầm trọng.

1.5.2 Một số bài học rút ra từ việc nghiên cứu kinh nghiệm của một số nước vận dụng vào Việt Nam:

Điểm mạnh của các ngân hàng trong nước: trước hết là mạng lưới. Các NHTM trong nước có một mạng lưới rộng khắp thông qua các chi nhánh và sở giao dịch. Thứ hai, các ngân hàng trong nước đã thiết lập được mối quan hệ với các hệ thống các khách hàng. Mỗi ngân hàng đã có hệ thống khách hàng truyền thống để chăm sóc và ràng buộc bởi nhiều mối quan hệ từ nhiều năm, đặc biệt là khối các NHTM nhà nước. Thứ ba, với thâm niên hoạt động của mình, các ngân hàng nội địa rất am hiểu tập quán phong tục, tâm lý khách hàng Việt Nam. Đây là một lợi thế trong việc chăm sóc khách hàng.

Các ngân hàng trong nước vẫn còn nhiều hạn chế:

+ *Thứ nhất*, năng lực tài chính của các ngân hàng nội địa còn rất non yếu. Theo dự đoán của VAFI - Hiệp hội các nhà đầu tư Tài chính Việt Nam, quy mô trung bình của hệ thống NHTM Việt Nam 5 năm tới chỉ vào khoảng 100 triệu USD/ngân hàng, đây là khoảng cách rất xa so với mức trung bình 1-2 tỷ USD/ngân hàng ở các nước trong khu vực.

+ *Thứ hai*, các ngân hàng nước ngoài có thể mạnh về cung cấp dịch vụ, trong khi đó các ngân hàng nội địa chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực tín dụng. Theo HSBC, doanh thu từ thanh toán quốc tế chiếm 1/3 tổng doanh thu của ngân hàng này, khách hàng là các công ty Việt Nam cách đây 3 năm chỉ chiếm 3%, nay đã chiếm 50% trên tổng số khách hàng của HSBC, dự đoán 3 năm nữa tăng lên 70%.

+ *Thứ ba*, là vấn đề công nghệ. Các ngân hàng nước ngoài vượt khá xa về trình độ công nghệ ngân hàng với các hệ thống máy móc thiết bị cũng như các ứng dụng công nghệ thông tin trong nghiệp vụ ngân hàng.

+ *Thứ tư*, là trình độ quản lý. Yếu tố này liên quan đến vấn đề nhân sự. Việt Nam còn thiếu rất nhiều các chuyên gia cao cấp trong lĩnh vực ngân hàng. Điều này không những đáng lo ngại cho các ngân hàng nội địa trong vấn đề quản lý ngân hàng mà còn là nguy cơ cạnh tranh nhân lực giữa các ngân hàng sẽ đẩy chi phí tiền lương, tiền công lao động lên cao. Các ngân hàng trong nước sẽ gặp khó khăn và phải đối mặt với sự chảy máu chất xám. Bên cạnh những điểm hạn chế hay còn gọi

là những nguy cơ tiềm ẩn nêu trên, các ngân hàng trong nước còn gặp phải vấn đề đáng lo ngại nữa là thị phần co hẹp.

Các động thái chuẩn bị cho một cuộc đua mới: Bức tranh về áp lực cạnh tranh trong ngành ngân hàng trước sự kiện Việt Nam gia nhập WTO gần như đã hiện rõ.

+ *Thứ nhất*, các ngân hàng nội địa đã tăng vốn điều lệ. Giải pháp này nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh, giảm rủi ro, nâng cao tiềm lực tài chính. Theo dự báo của các chuyên gia, trong năm 2007, các ngân hàng TMCP có vốn điều lệ 1.000 tỉ đồng sẽ chiếm trên 80% tổng số ngân hàng đang hoạt động. Bên cạnh giải pháp tăng vốn điều lệ, một số NHTM cổ phần nông thôn trong năm 2006 đã được Ngân hàng Nhà nước cho phép chuyển đổi mô hình hoạt động từ NHTM cổ phần nông thôn sang NHTM cổ phần đô thị. Tuy nhiên, giải pháp tăng vốn điều lệ không tránh khỏi tình trạng các ngân hàng tận dụng cơ hội để phát hành cổ phiếu ồ ạt. Việc này có thể không tốt nếu tỉ lệ an toàn vốn quá cao (được tính bằng tỉ lệ vốn điều lệ trên tổng tài sản).

+ *Thứ hai*, các NHTMCP đua nhau bán lại cổ phần cho các ngân hàng nước ngoài.

+ *Thứ ba*, các ngân hàng nội địa liên tục tìm cách đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ bằng cách hợp tác phát triển với các ngân hàng nước ngoài; Citibank kết hợp với NHTMCP Đông Á về phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ và chuyển kiều hối; Hợp tác về liên kết thẻ giữa VNBC Việt Nam với China Union Pay, một liên kết thẻ lớn nhất và duy nhất của Trung Quốc, các ngân hàng trong nước cũng đang nắm bắt nhu cầu của khách hàng để đưa ra các dịch vụ chuyển tiền nhanh. Ngân hàng ACB kết hợp với Western Union, Ngân hàng Công thương cung cấp dịch vụ kiều hối qua máy rút tiền tự động và hợp tác với Wells-Fargo. Ngân hàng Đông Á với chương trình chuyển tiền kiều hối MoneyGram, v..v...

+ *Thứ tư*, Việt Nam đẩy mạnh hợp tác thành lập ngân hàng liên doanh và công ty tài chính liên doanh.

+ *Thứ năm*, một trong những yếu tố quan trọng nữa mà các ngân hàng nội địa đang cố gắng hành động đó là tăng cường đội ngũ nhân lực thông qua cải thiện các chế độ lương thưởng, trợ cấp cho nhân viên để giữ chân nhân viên cũ và tìm kiếm những chuyên viên giỏi.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH CỦA NGÂN HÀNG TMCP NAM VIỆT TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP

2.1 Sơ lược tình hình hoạt động của ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh:

2.1.1 Tình hình chung nền kinh tế xã hội thành phố Hồ Chí Minh:

Thành phố Hồ Chí Minh với diện tích 0,6% và dân số chiếm 6,6% so với cả nước, là trung tâm kinh tế của cả nước, thuộc vùng trọng điểm kinh tế phía Nam, có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao tạo ra mức đóng góp GDP lớn cho cả nước với tỷ trọng chiếm 1/3 GDP cả nước. Nguồn cung cấp thông tin một số chỉ tiêu về tình hình tăng trưởng của thành phố Hồ Chí Minh qua các năm từ Cục Thống kê cho thấy:

Bảng 2: Tốc độ tăng trưởng GDP thành phố Hồ Chí Minh qua các năm 2001-2006

Năm	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Tốc độ tăng trưởng GDP	9,5%	10,2%	11,2%	11,7%	12,2%	12,2%

Qua số liệu ở Bảng 1 cho thấy GDP của thành phố Hồ Chí Minh tăng theo xu hướng nhanh dần, đóng góp vào sự tăng trưởng của cả nước ngày một nhiều hơn.

Bảng 3: Cơ cấu GDP phân theo thành phần kinh tế năm 2003 đến 2006

Thành phần kinh tế	2003	2004	2005	2006
Khu vực nhà nước	39,6%	42,4%	35,0%	34,1%
Khu vực ngoài Nhà nước	39,6%	38,9%	43,2%	45,0%
Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài	20,8%	18,7%	21,8%	20,9%

Khu vực nhà nước đóng góp vào GDP ngày càng giảm từ năm 2003 đến 2006 và thay vào đó là sự đóng góp của khu vực ngoài nhà nước, trong khi khu vực có vốn đầu tư nước ngoài duy trì cơ cấu ổn định qua các năm.

Bảng 4: Cơ cấu GDP phân theo các khu vực kinh tế năm 2003 đến 2006

Năm	2003	2004	2005	2006
Nông nghiệp, lâm, thủy sản	1,6%	1,4%	1,3%	1,2%
Công nghiệp và xây dựng	49,1%	48,5%	48,5%	48,1%
Dịch vụ	49,3%	50,1%	50,2%	50,7%

Tỷ trọng đóng góp của khu vực dịch vụ tăng ổn định qua các năm nhưng mức tăng không đáng kể. Trong khi tỷ trọng đóng góp GDP của khu vực nông nghiệp và công nghiệp giảm nhiều hơn trong năm 2006.

Bảng 5: Tốc độ tăng trưởng của các ngành chủ yếu năm 2003 đến 2006

Năm	2003	2004	2005	2006
Sản xuất công nghiệp	15,1%	15,1%	14,7%	10,8%
Sản xuất nông nghiệp	9,5%	1,0%	1,6%	3,0%
Dịch vụ	9,5%	11,1%	12,8%	13,7%
Xuất khẩu	15,3%	33,6%	23,7%	12,5%
Tổng vốn đầu tư toàn xã hội (tỷ đồng)	37.000	43.000	57.000	67.000

Ngành dịch vụ tăng trưởng đều qua các năm, đóng góp vào GDP của thành phố ngày một tăng và góp phần chuyển đổi cơ cấu GDP của thành phố Hồ Chí Minh ngày một rõ nét, trong khi tốc độ tăng trưởng của ngành sản xuất công nghiệp và nông nghiệp giảm nhanh qua các năm.

Bảng 6: Các chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế thành phố Hồ Chí Minh so với cả nước năm 2003 đến 2006

Chỉ tiêu năm	2004		2005		2006	
	Cả nước	TP HCM	Cả nước	TP HCM	Cả nước	TP HCM
Tốc độ tăng GDP (%)	7,7%	11,7%	8,4%	12,2%	8,17%	12,2%
Kim ngạch XK (tỷ USD)	26	4,13	32,23	4,88	39,60	5,45
Kim ngạch NK (tỷ USD)	31,52	5,63	36,88	6,37	44,41	6,62

Xuất khẩu: Thành phố Hồ Chí Minh có thế mạnh xuất khẩu chủ yếu ở một số mặt hàng gạo, may mặc, sữa và sản phẩm từ sữa, giày dép, v.v... Mặt hàng thủy sản tăng chậm chủ yếu do vấn đề an toàn thực phẩm hàng hoá; Từ năm 2007 hạn ngạch hàng dệt may của Việt Nam được dỡ bỏ nhưng sẽ có nhiều thách thức mới đối với doanh nghiệp trong việc cạnh tranh và có khả năng bị xem xét áp thuế chống phá giá đối với mặt hàng này.

Nhập khẩu: Mặt hàng nhập khẩu chủ yếu trong năm bao gồm sữa và sản phẩm sữa, nhiên liệu, nguyên phụ liệu may, sắt thép, phụ liệu giày dép, tân dược và một số mặt hàng tiêu dùng khác.

Trong Báo cáo về tình hình kinh tế - xã hội Thành phố 6 tháng đầu năm 2007 và các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm 6 tháng cuối năm 2007 cho thấy kinh tế Thành phố vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng khá, tổng sản phẩm nội địa (GDP) của Thành phố tăng 11,2%, đạt gần 99.000 tỷ đồng (giá trị thực tế). Đây là mức tăng cao nhất của 6 tháng đầu năm trong 4 năm vừa qua (2004 tăng 9,9%; 2005 tăng 10,5%; 2006 tăng 10,5%). Giá trị sản xuất công nghiệp tăng 12,6%. Tổng vốn đầu tư phát triển trên địa bàn đạt 27.424 tỷ đồng, tăng 19%. Tổng thu ngân sách đạt 39.660,9 tỷ đồng, đạt 50,28% dự toán; tổng chi ngân sách đạt 7.978,295 tỷ đồng, đạt 50,78% dự toán. Đóng góp vào tăng trưởng GDP 11,2% trong 6 tháng đầu năm của Thành phố chủ yếu là khu vực dịch vụ (6,17%), kế đến là khu vực công nghiệp và xây dựng (5,07%), các ngành thương mại-dịch vụ tăng trưởng cao nhất, tăng 12,5% (cùng kỳ tăng 10,5%).

Hoạt động ngân hàng 6 tháng đầu năm 2007 địa bàn Hồ Chí Minh tiếp tục tăng trưởng và phát triển, mạng lưới hoạt động của các tổ chức tín dụng được mở rộng. Vốn điều lệ tăng tương đối cao và nhanh, hiện nay vốn điều lệ của các NHTMCP trên địa bàn đạt 15.981 tỷ tăng 22,6% so đầu năm, trong đó 2 ngân hàng đạt mức vốn trên 2000 tỷ, 5 ngân hàng đạt mức vốn trên 1000 tỷ. Dịch vụ ngân hàng ngày càng đa dạng phong phú và tiện ích, chất lượng sản phẩm từng bước được cải thiện theo hướng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ, tạo điều kiện thuận lợi cho người dân, khách hàng dễ tiếp cận, dễ sử dụng. Các dịch vụ thanh toán, dịch vụ thẻ ngân hàng được phát triển mạnh và ngày càng tiện ích; bên cạnh đó dịch vụ huy động vốn có những bước phát triển đột phá với nhiều sản phẩm tiền gửi đa dạng

phong phú phù hợp với nhu cầu của khách hàng về gửi tiền như: hưởng lãi suất linh hoạt theo ngày, theo tuần, theo tháng.

Tình hình huy động vốn và dư nợ cho vay cụ thể sau:

+ Vốn huy động đến cuối tháng 06 ước đạt 383.968 tỷ đồng, tăng 68,6% so cùng kỳ năm trước, tăng 34,5% so đầu năm (các chỉ số này ở 6 tháng năm 2006 là 36,1% và 25,0%). Vốn huy động bằng ngoại tệ chiếm 26,9% tổng vốn huy động, tăng 37,5% so cùng kỳ, tăng 17,5% so đầu năm. Vốn huy động VND tăng 83,9% so cùng kỳ, tăng 42,0% so đầu năm. Tiền gửi tiết kiệm và kỳ phiếu tăng 47,6% so cùng kỳ ước đạt 154.147 tỷ đồng, chiếm 40,1% tổng vốn huy động.

+ Nguồn vốn huy động ngoại tệ tăng chậm hơn so với huy động bằng VND về số lượng và tỷ trọng huy động vốn bằng USD có xu hướng giảm qua các tháng do tỷ giá tương đối ổn định và lãi suất huy động vốn bằng USD thấp hơn so với lãi suất VND. Mức chênh lệch lãi suất VND – USD tiếp tục hấp dẫn người tiêu dùng gửi VND hơn ngoại tệ.

+ Tổng dư nợ tín dụng đến cuối tháng 06 đạt 288.159 tỷ đồng, tăng 47,0% so cùng kỳ, tăng 25,4% so đầu năm (các chỉ số này ở 6 tháng năm 2006 là 24,7% và 12,2%), trong đó tín dụng bằng VND tăng nhanh hơn tín dụng bằng ngoại tệ. Dư nợ tín dụng bằng ngoại tệ ước đạt 88.906 tỷ đồng, chiếm 30,9 % tổng dư nợ, tăng 33,4% so cùng kỳ, tăng 27% so đầu năm. Dư nợ tín dụng bằng VND tăng 54,5% so cùng kỳ, tăng 25,1% so đầu năm. Dư nợ tín dụng trung dài hạn chiếm 40% tổng dư nợ, tăng 44,9% so cùng kỳ. Dư nợ tín dụng ngắn hạn tăng 48,4% so cùng kỳ.

2.1.2 Những chuyển hướng tích cực của hệ thống ngân hàng thương mại cổ phần:

Kết thúc năm 2006, tất cả các NHTM cổ phần đều tăng cao và nhiều lần tăng vốn điều lệ. Tốc độ tăng tổng tài sản, nguồn vốn huy động, dư nợ cho vay, lợi nhuận trước thuế... đạt cao nhất từ trước đến nay. Nhiều NHTM cổ phần đạt tốc độ tăng các chỉ tiêu tới mức 50% đến 80% so với cuối năm 2005. Một số NHTM cổ phần nông thôn chuyển thành NHTM cổ phần đô thị. Một số NHTM cổ phần trước đây

năm trong kế hoạch thu hồi giấy phép hoặc đóng cửa hoạt động, nay phục hồi lại được và triển vọng hoạt động hiệu quả. Nhiều ngân hàng và tổ chức tài chính nước ngoài đã và đang đầu tư vốn mu cổ phần của nhiều NHTM cổ phần Việt Nam.

Tính đến tháng 06 năm 2007, các NHTM cổ phần có sự thay đổi vượt bậc trong các lĩnh vực sau:

Về quy mô vốn điều lệ: Đến nay hầu hết NHTM cổ phần có vốn điều lệ gấp 2-3 lần số vốn cuối năm 2005. Sacombank đang dẫn đầu, đạt 2.089 tỷ đồng và có kế hoạch tăng lên 4500 tỷ đồng.

Về quy mô mạng lưới và chi nhánh: Hầu hết các NHTM cổ phần đô thị có số lượng chi nhánh, mạng lưới giao dịch, số lượng nhân viên tăng gấp 2 lần so với đầu năm 2006. Trong hai năm qua và hơn sáu tháng đầu năm 2007, các NHTM cổ phần tập trung mở thêm chi nhánh và phòng giao dịch ở các khu đô thị mới, khu vực dân cư tập trung, trung tâm thương mại... các thành phố lớn, thành lập mới chi nhánh cấp 1 tại các tỉnh, thành phố giàu tiềm năng.

Mặc dù NHTM cổ phần đô thị có tốc độ tăng trưởng nhanh nhưng đó là sự phát triển bền vững vì các lý do như sau:

Một là, về chất lượng hoạt động, các NHTM cổ phần đã thực hiện nhiều biện pháp hữu hiệu để giảm thấp tình trạng nợ xấu theo Quyết định số 149/QĐ-TTg ngày 05/10/2001. Đến nay hầu hết các NHTM cổ phần có tỷ lệ nợ xấu thấp, tính đến hết năm 2005 chỉ là 2% trong tổng dư nợ và được kiểm chế cho đến hôm nay, nhiều NHTM cổ phần tỷ lệ này dưới 1,2% như VP Bank là 0.8%. Các NHTM cổ phần đều điều chỉnh chiến lược hoạt động, giảm tỷ trọng cho vay trong cơ cấu tài sản có, tăng tỷ trọng đầu tư, liên doanh, liên kết và phát triển dịch vụ ngân hàng. Quản lý chặt chẽ và kiểm soát theo thông lệ quốc tế các khoản cho vay, phân loại nợ sát thực tế và trích lập dự phòng rủi ro theo đúng quy định mới của Thống đốc NHNNVN.

Hai là, thực hiện chiến lược tiếp tục đổi mới, cơ cấu lại toàn diện các hoạt động, nâng cao năng lực cạnh tranh trước yêu cầu hội nhập, hệ thống NHTM cổ phần phải mở rộng mạng lưới để chiếm lĩnh thị phần do hoạt bán lẻ. Bên cạnh đó, theo quy định mới của Thống đốc NHNNVN, một trong các điều kiện cơ bản để

thành lập thêm chi nhánh là phải có số vốn điều lệ tăng thêm tối thiểu là 20 tỷ đồng cho mỗi chi nhánh. Vì vậy, các ngân hàng phải thường xuyên tăng thêm vốn điều lệ. Ngoài ra, dư nợ cho vay và đầu tư thường xuyên tăng cao làm cho tỷ lệ an toàn vốn giữa vốn tự có với tài sản có rủi ro quy định theo thông lệ quốc tế tối thiểu là 8% của các NHTM ngày càng giảm xuống. Do vậy, các NHTM bắt buộc phải tăng vốn điều lệ và nhằm đảm bảo yêu cầu cấp vốn cho các công ty kinh doanh trực thuộc khi thành lập như công ty chứng khoán, công ty cho thuê tài chính, công ty quản lý quỹ, công ty khai thác tài sản, v.v... cũng như đầu tư cho hiện đại hóa công nghệ ngân hàng.

Ba là, mở rộng mạng lưới, phát triển quy mô, tăng số lượng nhân viên đi kèm với nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Các NHTM cổ phần ở nước ta hiện nay thực hiện việc tuyển dụng nhân viên mới theo đúng thông lệ quốc tế, tiêu chí cụ thể, loại trừ được việc nhận người vào làm việc theo quan hệ. Đội ngũ cán bộ, nhân viên hiện hữu thường xuyên được đào tạo tại chỗ, thậm chí gửi đi đào tạo nước ngoài, hay thuê chuyên gia nước ngoài đến tập huấn tại chỗ. Cơ chế quản trị điều hành, các quy trình quản lý và nghiệp vụ, v.v ... thường xuyên được hoàn thiện, bổ sung, chỉnh sửa và ban hành mới, v.v... phù hợp với thực tiễn và sát với thông lệ quốc tế.

Bốn là, phát triển quy mô đi liền với hiện đại hóa công nghệ ngân hàng bằng các chương trình phần mềm quản lý, phần mềm kế toán và thanh toán, phần mềm giao dịch...hiện đại của các hãng nổi tiếng trên thế giới như Hyundai, Silverlake, Temenos, Sungard System....

Hệ thống NHTM cổ phần nước ta đang ở giai đoạn tăng tốc, phát triển hiệu quả và toàn diện, không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh trước thách thức hội nhập.

2.2 Ngân hàng thương mại cổ phần Nam Việt (NAVIBANK):

2.2.1 Sơ lược về quá trình hình thành và phát triển :

Được thành lập từ năm 1995, trải qua hơn 10 năm hoạt động, Ngân hàng TMCP Nam Việt (NAVIBANK) đã khẳng định được vị trí của mình trên thị trường

tài chính – tiền tệ thể hiện qua sự tăng trưởng nhanh chóng và ổn định cả về quy mô tổng tài sản, vốn điều lệ lẫn hiệu quả kinh doanh. Trong môi trường cạnh tranh như hiện nay, để đón đầu xu thế hội nhập kinh tế quốc tế, NAVIBANK xác định mũi nhọn chiến lược là nâng cao năng lực kinh doanh của mình thông qua năng lực tài chính, công nghệ thông tin và thực hiện tốt công tác quản trị rủi ro. Bên cạnh đó, việc tập trung đầu tư nghiên cứu phát triển, ứng dụng triệt để công nghệ thông tin vào việc nâng cao tính tiện ích cho các sản phẩm dịch vụ tài chính của Ngân hàng cũng được quan tâm một cách đặc biệt.

Ban điều hành ngân hàng nhận thức rõ sự phát triển ổn định và bền vững của một tổ chức chỉ có thể có được nếu tổ chức đó tạo dựng được uy tín và lòng tin đối với công chúng. Do vậy, tập thể cán bộ nhân viên đã xây dựng toàn bộ các mảng hoạt động nghiệp vụ của NAVIBANK chuẩn hóa trên cơ sở các chuẩn mực quốc tế thông qua việc triển khai vận dụng Hệ thống quản trị ngân hàng cốt lõi (core banking) Microbank. Với hệ thống này, NAVIBANK luôn sẵn sàng cung cấp cho khách hàng các sản phẩm dịch vụ chính xác, an toàn, nhanh chóng và hiệu quả. Xác định NAVIBANK là điểm tựa tài chính vững chắc để hỗ trợ khách hàng của mình đạt được những thành công ngày càng rực rỡ hơn trong cuộc sống.

Với slogan **“Điểm tựa tài chính, nâng bước thành công”**, NAVIBANK xác định:

- ✓ Là đơn vị hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh tiền tệ, NAVIBANK cam kết sự phát triển bền vững nhằm đem lại sự an toàn tuyệt đối cho người gửi tiền và các đối tác có liên quan.
- ✓ Là một doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế, NAVIBANK cam kết tuân thủ tuyệt đối các quy định của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, của Chính phủ và các quy định khác có liên quan.
- ✓ Là nhà cung cấp dịch vụ tài chính Ngân hàng, NAVIBANK cam kết mang lại cho các khách hàng của mình những sản phẩm dịch vụ hoàn hảo, tiện ích và đa dạng.
- ✓ Là thành viên tích cực của cộng đồng, NAVIBANK cam kết sẵn sàng tham gia các hoạt động mang tính xã hội, các chương trình từ thiện nhằm xây dựng một cộng đồng văn minh, tiến bộ.

- ✓ Là một doanh nghiệp cổ phần, NAVIBANK cam kết không ngừng nỗ lực mang lại lợi nhuận tối đa một cách chính đáng cho các cổ đông và việc làm ổn định cho người lao động.

❖ MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC:

NAVIBANK định hướng trở thành một trong những NHTM bán lẻ hàng đầu của Việt Nam, hoạt động đa năng với sản phẩm đa dạng, chất lượng dịch vụ cao, mạng lưới kênh phân phối rộng dựa trên nền tảng mô hình tổ chức và quản lý theo chuẩn mực quốc tế, công nghệ thông tin.

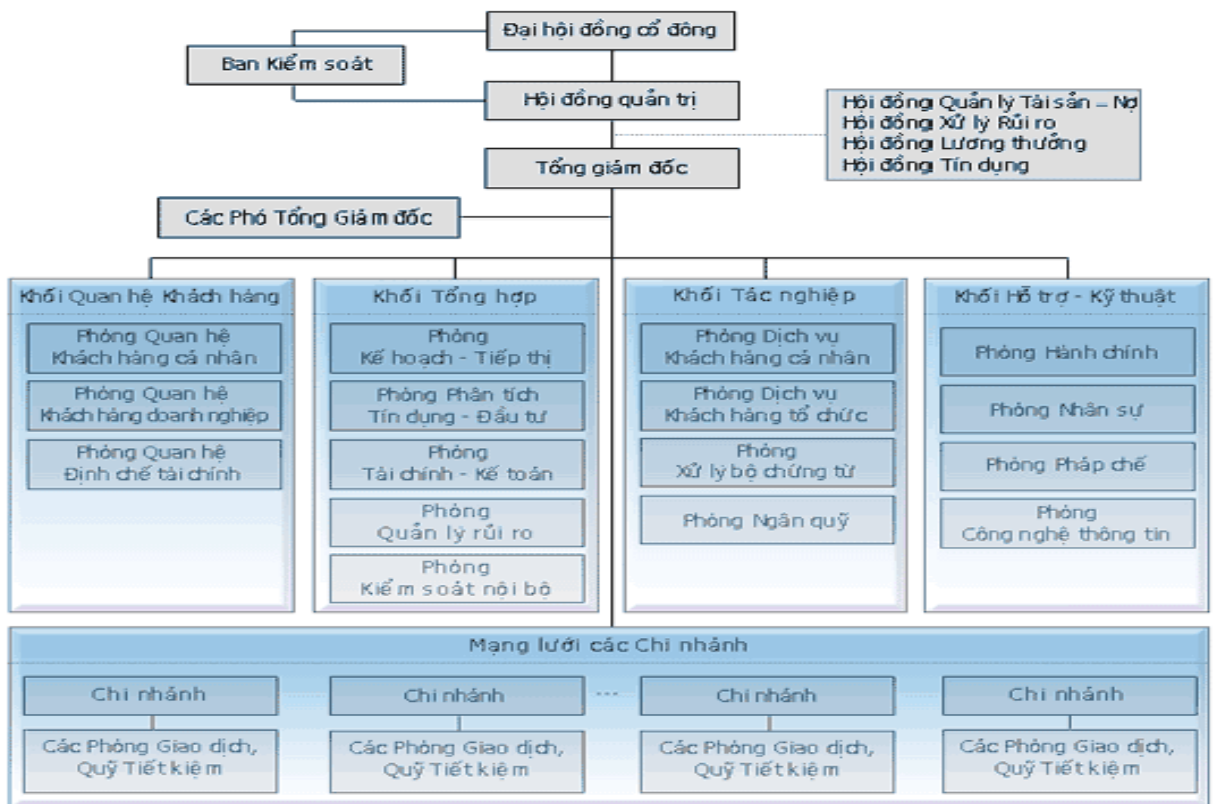
Phương thức hoạt động:

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, tự do hóa tài chính đang diễn ra mạnh mẽ, NAVIBANK hướng đến hiện đại hóa công nghệ ngân hàng để nhanh chóng tiếp cận và phát triển các dịch vụ NHTM hiện đại-đa năng, tăng cường công tác quản lý rủi ro nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế về hệ số an toàn tín dụng, nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng như năng lực cạnh tranh. Những năm vừa qua, NAVIBANK đã có những tiến bộ vượt bậc trong việc cơ cấu lại tổ chức và hoạt động đi đôi với việc hiện đại hóa công nghệ ngân hàng. Với sức mạnh nội lực được tích tụ và phát triển qua nhiều năm hoạt động cùng tinh thần quyết tâm của tập thể lãnh đạo và cán bộ nhân viên tự tin có thể vượt qua mọi thách thức để trở thành một trong những ngân hàng bán lẻ hàng đầu Việt Nam.

- ✓ NAVIBANK chú trọng đẩy mạnh công tác **huy động vốn với nhiều hình thức phong phú**, chủ yếu huy động vốn trung dài hạn trong dân cư để tạo nguồn cho vay, đáp ứng kịp thời nhu cầu vốn của các thành phần kinh tế trên phạm vi cả nước.
- ✓ NAVIBANK hướng đến phát triển bền vững và nhanh chóng mạng lưới hoạt động tại các tỉnh thành lớn trong cả nước, mục tiêu chiếm lĩnh thị phần tại 3 địa bàn trọng điểm như TP.Hà Nội, TP.Hồ Chí Minh và TP.Đà Nẵng.
- ✓ NAVIBANK tập trung phát triển sản phẩm thẻ (ATM, thẻ thanh toán và thẻ tín dụng) thông qua việc nghiên cứu gia tăng những tiện ích của thẻ như thanh toán, chuyển khoản và các giao dịch tiện ích khác, v.v... nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

- ✓ NAVIBANK sẽ tăng cường tìm kiếm và thu hút các cổ đông lớn chiến lược là các tổ chức kinh tế có vốn đầu tư lớn, tiềm lực tài chính mạnh, đủ sức nâng vốn điều lệ cho NAVIBANK.
- ✓ NAVIBANK luôn quan tâm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng thông qua việc tìm hiểu nhu cầu, kỳ vọng của mỗi đối tượng khách hàng để đưa ra các giải pháp chăm sóc hữu hiệu, thỏa mãn cao nhất các nhu cầu hợp lý của khách hàng trong khả năng cho phép của mình.

CƠ CẤU TỔ CHỨC



CỔ ĐÔNG CHIẾN LƯỢC

Cổ đông chiến lược của NAVIBANK là các công ty lớn trong các lĩnh vực đầu tư xây dựng, dịch vụ, bao gồm:

- Công ty Cổ phần Du lịch Sài Gòn.
- Công ty Cổ phần Xây dựng Sài Gòn.
- Công ty Cổ phần Phát triển Đô thị Kinh Bắc.
- Công ty Cổ phần Tư vấn và Đầu tư Kinh Bắc.
- Công ty Cổ phần Dịch vụ Kinh Bắc.

- Tổng Công ty Dệt May Việt Nam.
- Công ty Cổ phần Đại lý Liên hiệp Vận chuyển.
- Công ty TNHH Khai thác DVKD VP và NX Tân Tạo.
- Công ty CP Chứng khoán Cao su.

2.2.2 Một số chỉ tiêu cơ bản đạt được qua các năm gần đây:

Bảng 7: Một số chỉ tiêu kết quả kinh doanh

Đơn vị tính: tỷ đồng

STT	Chỉ tiêu	2005	2006	06/2007
1	Tổng Tài sản	144	1.126	6.000
2	Huy động TCKT	40	550	3.235
3	Cho vay	63	353	1.295
4	Lợi nhuận trước thuế	3	21	74
5	Vốn tự có	100	487	475
6	Vốn điều lệ	100	500	500
7	Chênh lệch lãi suất			1.24%
8	Thu dịch vụ	65	213	
9	Mạng lưới	4	10	34

Bảng 8: Kết quả hoạt động dịch vụ trong 06 tháng đầu năm 2007

STT	Chỉ tiêu	Doanh số (triệu đồng)	Số món	Doanh thu (triệu đồng)
01	Chuyển tiền trong nước	11.856.598	4.690	104
02	Thanh toán quốc tế	196.645	55	194
	<i>Chuyển tiền nước ngoài</i>	<i>22.054</i>	<i>20</i>	<i>50</i>
	<i>Tín dụng chứng từ (L/C)</i>	<i>174.591</i>	<i>35</i>	<i>144</i>
03	Chi trả kiều hối	1.155	153	5
	Tổng			303

Hiện nay, cơ cấu lợi nhuận chính và lớn nhất trong hoạt động của NAVIBANK là từ hoạt động tín dụng và dịch vụ ủy thác, hoạt động tín dụng cũng đang tiềm ẩn rủi ro lớn. Cơ cấu lợi nhuận cần hướng vào hoạt động kinh doanh các thị trường tiền tệ, thị trường vốn (mua bán giấy tờ có giá, chứng khoán, v.v...), đầu

tư liên doanh vào các lĩnh vực khai thác tài sản, hùn vốn, mua cổ phần và các dịch vụ khác.

2.2.3 Tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng qua các thời kỳ:

Tiền thân là Ngân hàng TMCP Nông Thôn Sông Kiên và phạm vi hoạt động tại địa bàn tỉnh Kiên Giang hơn 10 năm nên sản phẩm dịch vụ và kết quả kinh doanh của NAVIBANK chưa có điểm nổi bật.

Từ khi chuyển đổi mô hình hoạt động là ngân hàng TMCP đô thị, NAVIBANK hầu như chỉ mới cung cấp ra thị trường các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng truyền thống, chưa có các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại, hoặc đã có nhưng các tiện ích còn nghèo nàn, chưa đáp ứng được nhu cầu ngày càng đa dạng và khắc khe của khách hàng. Một số sản phẩm dịch vụ chưa được triển khai đồng bộ, rộng khắp ở các đơn vị thành viên mà khả năng là có thể triển khai được.

NAVIBANK đã xác định chiến lược, định hướng phát triển sản phẩm, dịch vụ trong điều kiện mới và các bước đi thích hợp. Tuy nhiên, việc triển khai thực hiện đòi hỏi phải tuân thủ theo lộ trình và tuần tự, bên cạnh đó công nghệ và con người là yếu tố then chốt cho việc phát triển sản phẩm của NAVIBANK.

Từ năm 2004 đến 2010 giữ vững khách hàng truyền thống, ưu tiên phát triển thị trường doanh nghiệp vừa và nhỏ, thị trường tiêu dùng của dân cư. Đối tượng phục vụ của ngân hàng không ngừng được mở rộng và phát triển, phần đầu đưa thị phần của ngân hàng bao gồm tất cả các thành phần kinh tế và dân cư.

Uy tín của NAVIBANK trong lĩnh vực dịch vụ tuy chưa cao nhưng đang từng bước xác định trên thị trường, đặc biệt là dịch vụ kinh doanh ngoại hối, đối ngoại và các dịch vụ công nghệ cao. Do chú trọng đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, nâng cao chất lượng phục vụ, với những công nghệ hiện đại nên đã thu hút được đông đảo khách hàng nhằm hướng tới mục tiêu phát triển bền vững tất cả các mặt hoạt động của NAVIBANK.

Từng bước khẳng định được vị thế, thương hiệu của ngân hàng trên địa bàn thành phố về quy mô, chất lượng và hiệu quả hoạt động. Nguồn nhân lực dồi dào và chất lượng mạng lưới hoạt động. Kế hoạch phát triển cho một hướng đi đúng đã được hoạch định. Những ý tưởng tốt đẹp đã hình thành, guồng máy vẫn chạy đua với thời gian không ngừng, không nghỉ. Ngân hàng luôn hiểu rằng cội nguồn sức mạnh của mình là sự phát triển của toàn hệ thống, sự gắn bó của cả hệ thống là vì mục tiêu chung, tầm nhìn chung đến năm 2010 đưa NAVIBANK trở thành một trong những Tập đoàn Ngân hàng - Tài chính chất lượng, uy tín hàng đầu Việt Nam.

Bắt đầu khẳng định vị trí của mình trong khối kinh tế tư nhân, doanh nghiệp nhỏ và vừa, và khách hàng bán lẻ. Tiếp tục mở rộng sự có mặt của mình với những sản phẩm mới và khả năng tiếp cận dễ dàng hơn cho khách hàng theo các kênh dịch vụ và phân phối đặc thù theo từng nhóm khách hàng với một chiến lược tổng thể. Tập trung phát triển các kỹ năng cũng như các sản phẩm đặc thù cho đối tượng doanh nghiệp nhỏ và vừa. Phối hợp với các tổ chức nước ngoài có công nghệ hiện đại để tăng cường năng lực cho ngân hàng xác định nhu cầu của các nhóm khách hàng khác nhau, phát triển những sản phẩm ngân hàng thiết yếu cho doanh nghiệp nhỏ và vừa, giải phóng các tiềm năng sẵn có và tiếp cận được các nguồn vốn dịch vụ dịch vụ của ngân hàng họ để phát triển kinh doanh tạo thêm việc làm.

Xây dựng cho mình quy chế hoạt động nhằm tăng lòng tin của công chúng làm cho hoạt động ngày càng phát triển an toàn và có hiệu quả, góp phần thực hiện thắng lợi các mục tiêu kinh tế, chính trị xã hội. Tập thể lãnh đạo và nhân viên NAVIBANK luôn nêu cao tinh thần đoàn kết, tu dưỡng và phấn đấu vươn lên. Sự nỗ lực đó được thể hiện rõ ở các lĩnh vực công tác như học tập nâng cao năng lực về chuyên môn, nghiệp vụ.

Tập trung vào phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ là các dịch vụ ngân hàng dành cho thể nhân như chuyển tiền, tài khoản tiền gửi, cho vay tiêu dùng, thanh toán điện tử, ATM; hoạt động ngân hàng đầu tư cung cấp các dịch vụ đầu tư tài chính cho khách hàng trực tiếp, đầu tư góp vốn mua cổ phần, tư vấn doanh nghiệp cổ phần hóa, phát hành cổ phiếu, trái phiếu, sáp nhập, dịch vụ quản lý tài sản, v.v...

Ngân hàng lựa chọn đầu tư theo hướng nào: Tăng tỷ lệ nguồn thu từ dịch vụ là hướng đi đúng đắn và được nhiều ngân hàng lựa chọn để tăng năng lực cạnh tranh khi thị trường đang xuất hiện ngày càng nhiều ngân hàng nước ngoài. Chìa khóa để phát triển các dịch vụ hiện đại chính là công nghệ. Nhưng việc đầu tư cho công nghệ là rất tốn kém và phức tạp để đáp ứng được cơ bản các quy trình quản lý, quản trị hoạt động ngân hàng, các giao dịch thanh toán, v.v... Vì vậy, ngân hàng cần phải tập trung đầu tư có trọng tâm, trọng điểm, đầu tư vào các công nghệ mà ngân hàng trong nước chưa có như công nghệ cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử; công nghệ phục vụ quản trị ngân hàng nhất là quản trị rủi ro.

2.3 Những yêu cầu mở cửa của thị trường dịch vụ ngân hàng trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế:

Ngân hàng là lĩnh vực nhạy cảm của Việt Nam trong quá trình đàm phán đã diễn ra rất gay go và quyết liệt nhưng cuối cùng cũng đi đến thành công trên khía cạnh phù hợp với chủ trương của chính phủ và các cam kết của WTO. Về cơ bản Việt Nam cam kết sẽ giành đối xử quốc gia cho các ngân hàng nước ngoài. Như vậy, các ngân hàng nước ngoài sẽ thâm nhập vào Việt Nam dưới hai hình thức hiện diện thương mại chính là: Một là thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài. Hai là, các nhà đầu tư nước ngoài sẽ mua cổ phần của các NHTM Việt Nam theo tỉ lệ cho phép.

2.3.1 Những yêu cầu của Hiệp định khung về hợp tác và thương mại dịch vụ (AFAS) của ASEAN:

- a) Tăng cường hợp tác trong lĩnh vực dịch vụ giữa các nước thành viên nhằm nâng cao hiệu quả và tính cạnh tranh, đa dạng hóa khả năng sản xuất và phân phối dịch vụ của các cơ sở cung cấp dịch vụ thuộc các nước thành viên ASEAN.
- b) Loại bỏ phần lớn hạn chế về thương mại dịch vụ giữa các nước thành viên.
- c) Tự do hóa thương mại dịch vụ (thông qua việc mở rộng qui mô và phạm vi tự do hóa) cao hơn các cam kết của các nước thành viên trong khuôn khổ hiệp định chung về thương mại dịch vụ (GATS) của WTO, tiến tới thành lập một khu vực tự do thương mại dịch vụ ASEAN vào năm 2020.

“Định hướng phát triển một số dịch vụ ngân hàng chủ yếu sẽ bao gồm: định hướng phát triển dịch vụ huy động vốn, phát triển dịch vụ tín dụng và đầu tư, phát triển dịch vụ thanh toán, phát triển dịch vụ ngoại hối và nghiệp vụ đầu tư của các tổ chức tín dụng trên thị trường tài chính, phát triển thị trường ngân hàng và xác định đối tượng phục vụ của hệ thống ngân hàng và cuối cùng là phát triển các dịch vụ khác. Cần từng bước mở rộng hoạt động ngân hàng quốc tế của các tổ chức tín dụng Việt Nam ra thị trường tài chính quốc tế thông qua các hình thức hiện diện thương mại và cung cấp qua biên giới. Cho phép các tổ chức tín dụng Việt Nam tiến hành không hạn chế các nghiệp vụ ngân hàng đầu tư và kinh doanh tiền tệ mới, đặc biệt là các nghiệp vụ phát sinh tiền tệ, lãi suất, tỷ giá trên thị trường tài chính trong nước và quốc tế theo thông lệ quốc tế trên thị trường tài chính quốc tế nhằm tối đa hoá cơ hội đầu tư và giảm thiểu rủi ro.

Đến năm 2010, thực hiện mở cửa hoàn toàn thị trường dịch vụ ngân hàng; loại bỏ căn bản các hạn chế tiếp cận thị trường dịch vụ ngân hàng trong nước, các giới hạn hoạt động ngân hàng (qui mô, tổng số dịch vụ ngân hàng được phép, v.v...) đối với các tổ chức tín dụng nước ngoài, thực hiện đối xử công bằng giữa tổ chức tín dụng trong nước và tổ chức tín dụng nước ngoài; giữa các tổ chức tín dụng nước ngoài với nhau theo các nguyên tắc đối xử tối huệ quốc, đối xử quốc gia và các nguyên tắc khác trong Thoả thuận GATS/WTO và các thoả thuận quốc tế khác không mâu thuẫn với thoả thuận GATS/WTO”.

2.3.2 Những yêu cầu mở cửa của thị trường dịch vụ ngân hàng theo Hiệp định thương mại Việt Mỹ (BTA- Bilateral Trade Agreement):

Hiệp định thương mại Việt Mỹ (BTA) nêu 6 biện pháp được cam kết, bao gồm:

- Không hạn chế về số lượng người cung cấp dịch vụ;
- Không hạn chế về tổng giá trị các giao dịch dịch vụ hay giá trị tài sản;
- Không hạn chế về tổng số các hoạt động dịch vụ hoặc tổng số lượng dịch vụ thể hiện theo đơn vị số lượng;

- Không hạn chế về tổng số thể nhân được tuyển dụng trong một ngành dịch vụ;
- Không áp dụng các biện pháp hạn chế hoặc đòi hỏi phải có những hình thức pháp lý cụ thể hay liên doanh để một nhà cung cấp dịch vụ được cung ứng dịch vụ;
- Không hạn chế sự tham gia vốn nước ngoài dưới hình thức hạn chế tỉ lệ tối đa với số cổ phần nước ngoài, hoặc tổng giá trị từng khoản đầu tư hoặc tổng số đầu tư.

Theo Hiệp định thương mại Việt Mỹ, các cam kết mở cửa dịch vụ ngân hàng được thực hiện theo lộ trình 9 năm trước khi mọi hạn chế đối với các ngân hàng Hoa Kỳ được bãi bỏ. Tức là tháng 12/2010 các ngân hàng Hoa Kỳ được phép thành lập ngân hàng con 100% vốn Hoa Kỳ tại Việt Nam. Các nhà cung cấp dịch vụ tài chính Hoa Kỳ được phép cung cấp 12 phân ngành dịch vụ ngân hàng theo lộ trình 7 mốc. Theo lộ trình này, Việt Nam phải loại bỏ dần những hạn chế và cho phép các ngân hàng Hoa Kỳ được tham gia với mức độ tăng dần vào mọi hoạt động ngân hàng tại Việt Nam như thanh toán quốc tế, đầu tư dự án, tài trợ thương mại, môi giới tiền tệ, kinh doanh các sản phẩm phái sinh.

Các ngân hàng Hoa Kỳ có ưu thế về công nghệ, trình độ quản lý, cung cấp dịch vụ và đa dạng hòa hoạt động hơn hẳn các NHTM Việt Nam. Vì vậy, sức ép cạnh tranh đối với các NHTM Việt Nam sẽ tăng lên cùng với việc nới lỏng các quy định về hoạt động của các ngân hàng Hoa Kỳ, đồng thời thị phần sẽ bị thu hẹp dần tại các thành phố lớn và vùng kinh tế trọng điểm.

Các NHTM Việt Nam đòi hỏi phải chủ động đầu tư đổi mới công nghệ, cải tiến phương thức quản lý, hiện đại hóa hệ thống thanh toán nhằm nâng cao hiệu quả và khả năng cạnh tranh.

Các NHTM Việt Nam cần tập trung tăng vốn VND thông qua quy động tiết kiệm dân cư và vốn nhàn rỗi tạm thời của tổ chức phi kinh tế, mở rộng mạng lưới hoạt động mới, nhất là các dịch vụ thu phí như thanh toán, chuyển tiền, tư vấn, môi giới, lưu ký, quản lý danh mục đầu tư của khách hàng.

Các NHTM Việt Nam bắt buộc phải chuyên môn hóa sâu hơn các nghiệp vụ ngân hàng, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, nhanh chóng tiếp cận và phát triển các dịch vụ ngân hàng mới, phát huy lợi thế về mạng lưới chi nhánh rộng lớn để tiếp cận phương thức quản lý, kinh doanh của các ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam. Ngoài ra, các NHTM phải chú trọng phát triển các sản phẩm, dịch vụ mới và công nghệ để nâng cao sức cạnh tranh và tính an toàn trong giao dịch.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng của các NHTM Việt Nam và chủ động hội nhập quốc tế có hiệu quả, cần phải thực hiện đồng bộ nhiều biện pháp mà trước hết là tiếp tục hoàn thiện văn bản pháp lý cho sự phát triển của thị trường dịch vụ ngân hàng.

Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng là vấn đề sống còn trong cạnh tranh của các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ tài chính. Để nâng cao chất lượng dịch vụ tài chính các doanh nghiệp cần chú trọng các biện pháp nâng cao trình độ nghiệp vụ, kỹ năng khai thác dịch vụ, thái độ phục vụ cho đội ngũ cán bộ, nhân viên của mình; hoàn thiện các qui trình nghiệp vụ; đồng thời tăng cường các biện pháp kiểm tra, giám sát và quản lý rủi ro; nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng.

Vấn đề tiếp theo là cần phải nâng cao tiềm lực tài chính và sức cạnh tranh của các tổ chức cung ứng dịch vụ ngân hàng. Cụ thể, cần thực hiện các biện pháp để lành mạnh hoá tình hình tài chính của các tổ chức cung cấp dịch vụ ngân hàng, phát triển các chủ thể cung cấp dịch vụ ngân hàng trong các lĩnh vực dịch vụ mới dưới hình thức công ty cổ phần, công ty liên doanh hoặc công ty 100% vốn nước ngoài, văn phòng đại diện, v.v... Giải pháp cuối cùng là chủ động hội nhập thị trường ngân hàng khu vực và thế giới".

Bảng 9: Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu sang Hoa Kỳ giai đoạn 2001-2006

Năm	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Tốc độ tăng trưởng (%)	28	128	90	16	26	29

2.3.3 Những yêu cầu mở cửa của thị trường dịch vụ ngân hàng trong hội nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO – World Trade Organization):

- a) Trong cam kết mở cửa thị trường dịch vụ ngân hàng, trừ khi có những quy định cụ thể trong danh mục cam kết, các thành viên sẽ không ban hành thêm hay áp dụng những biện pháp được nêu dưới đây dù ở quy mô vùng hay trên toàn lãnh thổ:
- Hạn chế số lượng nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng dù dưới hình thức hạn ngạch (quota) theo số lượng, hay độc quyền, toàn quyền cung cấp dịch vụ ngân hàng hoặc yêu cầu đáp ứng các nhu cầu của nền kinh tế;
 - Hạn chế về tổng giá trị giao dịch về dịch vụ ngân hàng và tài sản dù dưới hình thức hạn ngạch (quota) theo số lượng hoặc yêu cầu đáp ứng các nhu cầu của nền kinh tế;
 - Hạn chế về tổng các hoạt động tác nghiệp hay tổng số lượng dịch vụ ngân hàng đầu ra tính theo số lượng đơn vị dưới hình thức quota hay yêu cầu phải đáp ứng các nhu cầu của nền kinh tế;
 - Hạn chế về tổng số người được tuyển dụng trong lĩnh vực cụ thể hay một nhà cung cấp dịch vụ được phép tuyển dụng và những người cần liên quan trực tiếp tới việc cung cấp dịch vụ ngân hàng dưới hình thức quota hay yêu cầu phải đáp ứng các nhu cầu của nền kinh tế;
 - Các biện pháp hạn chế hay yêu cầu phải mang một hình thức pháp nhân cụ thể hay liên doanh, thông qua đó những nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng có thể cung cấp một dịch vụ;
 - Hạn chế việc tham gia đóng góp vốn của bên nước ngoài dưới hình thức tỷ lệ phần trăm tối đa cổ phiếu nước ngoài được phép nắm giữ, hoặc tổng giá trị đầu tư nước ngoài đơn lẻ hay tính gộp.
- b) Mỗi thành viên sẽ dành cho dịch vụ ngân hàng hay nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng của bất kỳ một thành viên nào khác sự đãi ngộ không kém phần thuận lợi hơn sự đãi ngộ với những điều kiện, điều khoản và những hạn chế đã được thỏa thuận và quy định trên danh mục cam kết cụ thể của các thành viên đó.
- c) Trừ khi gặp tình huống phải bảo vệ cán cân thanh toán, một nước thành viên sẽ không áp dụng hạn chế về thanh toán và chuyển tiền quốc tế cho các dịch vụ vắng lai liên quan đến các cam kết cụ thể của mình.
-

- d) Mỗi nước thành viên sẽ cho phép người cung cấp dịch vụ ngân hàng của các nước thành viên khác được đưa ra các dịch vụ ngân hàng mới trên lãnh thổ nước đó.
- e) Mỗi nước thành viên sẽ cho phép người cung cấp dịch vụ ngân hàng tiếp cận hệ thống thanh toán bù trừ do nhà nước điều hành và tiếp cận các thể thức cấp vốn và tài cấp vốn trong quá trình kinh doanh thông thường.
- f) Mỗi nước thành viên sẽ dành cho người cung cấp dịch vụ ngân hàng của bất kỳ nước thành viên nào khác quyền được thành lập và mở rộng hoạt động trên lãnh thổ nước mình, kể cả việc mua lại các doanh nghiệp hiện tại hay một tổ chức thương mại.
- g) Các nước thành viên cam kết, trong trường hợp nhất định, trợ cấp có thể gây biến dạng dịch vụ thương mại. Vì thế, các nước thành viên sẽ tiến hành đàm phán để định ra những quy tắc đa bên thiết nhằm tránh tác động tiêu cực trên đây.
- h) Mỗi thành viên sẽ không trả lời chậm trễ khi có yêu cầu của bất kỳ thành viên nào khác về những thông tin cụ thể về bất kỳ biện pháp nào được áp dụng chung hay về hiệp định quốc tế.

Các hoạt động của ngân hàng nước ngoài nhằm cung cấp sản phẩm dịch vụ cho các ngân hàng (bank to bank), hoạt động bán buôn vốn và các sản phẩm tài chính cho ngân hàng, v.v... sẽ không phải là hoạt động cạnh tranh đối với các ngân hàng Việt Nam mà ngược lại, sẽ là hỗ trợ tích cực cho các ngân hàng Việt Nam.

Việc tham gia thị trường của các định chế nước ngoài, một mặt làm tăng mức độ cạnh tranh, mặt khác tạo điều kiện và động lực để các ngân hàng nội địa phải học hỏi, tự đổi mới. Việc tham gia thị trường của các định chế nước ngoài cũng tạo ra một số cơ hội và khả năng để các ngân hàng nội địa hợp tác cùng phát triển. Công nghệ mới tạo cơ hội cho các ngân hàng non trẻ bắt kịp và vượt lên trên các ngân hàng lâu đời về mặt công nghệ.

Tuy nhiên, thách thức lớn nhất là các ngân hàng Việt Nam hiện còn trẻ và còn non yếu. Về giải pháp, cần khẩn trương giải quyết các tồn tại, yếu kém của một thời ảnh hưởng của kinh tế bao cấp và giai đoạn đầu chuyển đổi. Xác định được

chiến lược đúng đắn vừa hợp tác, vừa cạnh tranh với các định chế nước ngoài trên thị trường nội địa là nhân tố quyết định thành công của mỗi ngân hàng.

2.4 Thực trạng thị trường sản phẩm dịch vụ ngân hàng TMCP NAM VIỆT trong thời gian qua (các yếu tố sản phẩm, thuận tiện và con người):

2.4.1 Sản phẩm dịch vụ của NAVIBANK:

❖ SẢN PHẨM CÁ NHÂN

A. Dịch vụ tiền gửi

NAVIBANK cung cấp trọn bộ các sản phẩm tiền gửi với lãi suất cực kỳ hấp dẫn, đa dạng và phong phú về kỳ hạn gửi tiền cũng như phương thức lĩnh lãi cùng với cam kết đảm bảo cho khách sự an toàn tuyệt đối về vốn, về bảo mật thông tin cũng như khả năng sinh lãi cao nhất. Cụ thể:

A1. Tiền gửi thanh toán:

Ngân hàng không quy định thời hạn gửi tiền và trả lãi suất không kỳ hạn do Ngân hàng công bố trong từng thời kỳ. Việc mở và sử dụng tài khoản tiền gửi thanh toán là sự lựa chọn tối ưu nhằm hạn chế các rủi ro có thể phát sinh trong quá trình thanh toán bằng tiền mặt cũng như giúp khách hàng theo dõi và quản lý các khoản tiền nhàn rỗi của mình một cách hiệu quả nhất.

A2. Tiền gửi bậc thang:

Tiền gửi bậc thang là sản phẩm huy động vốn có kỳ hạn được hưởng mức lãi suất tăng dần theo số dư tiền gửi do Ngân hàng quy định. Theo đó, khách hàng gửi tiền với cùng một kỳ hạn nhưng số dư tiền gửi càng lớn thì lãi suất được hưởng càng cao.

A3. Tiền gửi tiết kiệm:

Gửi tiền tiết kiệm tại NAVIBANK là một trong những phương thức đầu tư các khoản tiền nhàn rỗi hiệu quả nhất. Tùy thuộc vào nhu cầu cụ thể, khách hàng có thể lựa chọn các hình thức tiết kiệm đa dạng về kỳ hạn và phương thức tính lãi, đơn giản và nhanh chóng về thủ tục, lãi suất cạnh tranh.

A4. Chứng từ có giá:

Ngoài các sản phẩm tiền gửi thanh toán và tiền gửi bậc thang, NAVIBANK còn cung cấp các công cụ đầu tư an toàn và hiệu quả khác như chứng chỉ tiền gửi, kỳ phiếu, trái phiếu, v.v...

Những tiện ích khi gửi tiền tại NAVIBANK

- + Lãi suất đảm bảo tỷ lệ sinh lời cao, phụ thuộc vào số dư tiền gửi của khách hàng.
- + Thủ tục đơn giản, nhanh chóng.
- + An toàn, chính xác, bảo mật tuyệt đối.
- + Khách hàng gửi tiết kiệm một nơi có thể giao dịch nhiều nơi.
- + Được sử dụng miễn phí một số dịch vụ hỗ trợ.
- + Được đảm bảo vay vốn, bảo lãnh cho bên thứ ba vay vốn tại bất kỳ tổ chức tín dụng nào. Đặc biệt, khách hàng được ưu đãi về lãi suất khi vay vốn tại NAVIBANK.

B. Dịch vụ tín dụng:

NAVIBANK cam kết luôn là nhà tài trợ hàng đầu cho các nhu cầu vốn ngắn hạn cũng như trung dài hạn, cung cấp cho khách hàng những sản phẩm tín dụng với thủ tục nhanh gọn và chính xác, lãi suất cạnh tranh nhất đi kèm với sự tư vấn hoàn hảo từ đội ngũ chuyên viên tín dụng nhiệt tình, năng động và đầy tính chuyên nghiệp với các sản phẩm cụ thể:

B1. Cho vay cầm cố giấy tờ có giá:

Cho vay cầm cố giấy tờ có giá là sản phẩm tín dụng dành cho khách hàng cá nhân sở hữu sổ tiết kiệm hoặc các loại giấy tờ có giá khác có nhu cầu vốn đột xuất phục vụ cho sản xuất, tiêu dùng nhưng các giấy tờ có giá chưa đến hạn thanh toán.

B2. Cho vay tiêu dùng:

NAVIBANK luôn nỗ lực hết mình để cùng khách hàng ngày một hoàn thiện điều kiện sống và làm việc thông qua việc trang bị các đồ dùng thiết sinh hoạt thiết yếu bằng vốn vay của ngân hàng. Bên cạnh đó, NAVIBANK cam kết luôn là nhà tài trợ cho các nhu cầu tiêu dùng hợp lý của khách hàng như mua sắm thiết bị sinh hoạt gia đình, cưới hỏi, du lịch, v.v.... với phương thức trả nợ phong phú, thời gian phù hợp nhu cầu khách hàng, thủ tục đơn giản, nhanh chóng.

B3. Cho vay tài trợ nhu cầu về nhà ở:

“*An cư-Lạc nghiệp*” là chương trình cho vay hỗ trợ nhu cầu về nhà ở của NAVIBANK. Ngân hàng sẵn sàng đáp ứng nhu cầu vay vốn của khách hàng cho

các mục đích mua hoặc sửa chữa nhà và sử dụng ngay chính tài sản đó để làm tài sản thế chấp.

B4. Cho vay kinh doanh hộ gia đình:

NAVIBANK thực hiện việc cho vay ngắn hạn, trung hạn và dài hạn bằng VND và ngoại tệ để phục vụ hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ của khách hàng và các nhu cầu tín dụng đặc biệt khác như cho vay du học, vay mua xe ô tô và các nhu cầu hợp pháp khác.

C. Dịch vụ thanh toán:

C1. Thanh toán trong nước:

Dịch vụ chuyển tiền trong nước được NAVIBANK cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu chuyển tiền cho người thân, bạn bè hoặc đối tác kinh doanh của khách hàng ở bất kỳ nơi đâu trên lãnh thổ Việt Nam.

C2. Thanh toán ngoài nước:

NAVIBANK cung cấp dịch vụ chuyển tiền quốc tế nhằm đáp ứng nhu cầu chuyển tiền cho người thân, bạn bè, đối tác kinh doanh của khách hàng ở bất kỳ nơi đâu trên thế giới.

C3. Dịch vụ kiều hối:

Người thân, bạn bè, đối tác kinh doanh của khách hàng ở nước ngoài có thể sử dụng dịch vụ kiều hối để chuyển tiền về cho khách hàng với chất lượng dịch vụ tốt và mức phí cạnh tranh nhất.

🚩 Những tiện ích khi sử dụng dịch vụ thanh toán của NAVIBANK:

- + Thời gian chuyển tiền nhanh chóng, chính xác, an toàn tuyệt đối.
- + Thủ tục đơn giản.
- + Mức phí cạnh tranh.
- + Đội ngũ nhân viên thông thạo nghiệp vụ, tận tình hướng dẫn và tư vấn miễn phí về các thủ tục thanh toán.

D. Dịch vụ khác:

Ngoài việc cung cấp các dịch vụ ngân hàng truyền thống, NAVIBANK xứng đáng là đối tác đáng tin cậy khi sẵn sàng đáp ứng tất cả các nhu cầu đa dạng của khách hàng bằng hàng loạt các dịch vụ hỗ trợ đa dạng, chất lượng cao:

D1. Dịch vụ thanh toán định kỳ:

Ngân hàng thực hiện lệnh thanh toán đều đặn từ tài khoản thanh toán của khách hàng cho các mục đích khác nhau trên cơ sở thỏa thuận giữa khách hàng và Ngân hàng.

D2. Dịch vụ đổi ngoại tệ:

Sử dụng dịch vụ này, khách hàng có thể chuyển đổi một số loại ngoại tệ tiền mặt thông dụng ra Việt Nam đồng theo tỷ giá quy đổi mang tính cạnh tranh cao.

D3. Dịch vụ mua bán ngoại tệ:

Đáp ứng nhu cầu ngoại tệ của khách hàng cá nhân cho các mục đích du học, khám chữa bệnh, công tác, du lịch hoặc các mục đích khác.

D4. Giữ hộ giấy tờ có giá:

Khách hàng có nhu cầu bảo quản, cất giữ các tài sản quý, giấy tờ quan trọng có thể sử dụng dịch vụ giữ hộ giấy tờ có giá của NAVIBANK với mức phí dịch vụ hợp lý.

❖ **SẢN PHẨM DOANH NGHIỆP**

A. Dịch vụ tiền gửi:

NAVIBANK cung cấp cho doanh nghiệp sản phẩm tiền gửi với lãi suất cực kỳ hấp dẫn, đa dạng và phong phú về kỳ hạn gửi tiền cũng như phương thức lĩnh lãi. Sử dụng dịch vụ tiền gửi của NAVIBANK, các doanh nghiệp được cam kết đảm bảo sự an toàn tuyệt đối về vốn, bảo mật thông tin cũng như khả năng sinh lãi cao nhất.

A1. Tiền gửi thanh toán:

Tiền gửi thanh toán không quy định thời hạn gửi tiền và được hưởng lãi suất không kỳ hạn do Ngân hàng công bố trong từng thời kỳ. Mở và sử dụng tài khoản tiền gửi thanh toán là sự lựa chọn tối ưu nhằm hạn chế các rủi ro có thể phát sinh trong quá trình thanh toán bằng tiền mặt.

A2. Tiền gửi có kỳ hạn:

Tiền gửi quy định thời hạn gửi tiền, được hưởng lãi suất có kỳ hạn do Ngân hàng công bố trong từng thời kỳ, phù hợp để đầu tư các khoản tiền nhàn rỗi với lãi suất cao.

 **Những tiện ích khi gửi tiền tại NAVIBANK:**

- + Lãi suất đảm bảo tỷ lệ sinh lời cao.
- + Thủ tục đơn giản, nhanh chóng.
- + An toàn, chính xác, bảo mật tuyệt đối.
- + Khách hàng gửi tiết kiệm một nơi có thể giao dịch nhiều nơi.
- + Được sử dụng miễn phí một số dịch vụ hỗ trợ.
- + Được đảm bảo vay vốn, bảo lãnh cho bên thứ ba vay vốn tại bất kỳ tổ chức tín dụng nào. Đặc biệt, khách hàng được ưu đãi về lãi suất khi vay vốn tại **NAVIBANK**.

B. Dịch vụ tín dụng:

NAVIBANK cam kết luôn là nhà tài trợ hàng đầu cho các nhu cầu vốn ngắn hạn cũng như trung dài hạn. **NAVIBANK** có thể cung cấp cho doanh nghiệp những sản phẩm tín dụng với thủ tục nhanh gọn, chính xác, lãi suất cạnh tranh đi kèm với sự tư vấn hoàn hảo từ đội ngũ chuyên viên tín dụng nhiệt tình, năng động và đầy tính chuyên nghiệp.

B1. Cho vay ngắn hạn bổ sung vốn lưu động:

Sản phẩm cho vay ngắn hạn bổ sung vốn lưu động được **NAVIBANK** cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu bổ sung vốn lưu động phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh, cung ứng dịch vụ, thanh toán tiền mua nguyên vật liệu, công cụ sản xuất, v.v... của doanh nghiệp.

B2. Tài trợ xuất khẩu:

NAVIBANK cam kết là nhà tài trợ hàng đầu cho các nhu cầu vốn phục vụ hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu của doanh nghiệp như thu mua hàng xuất khẩu, chiết khấu bộ chứng từ hàng xuất, thanh toán tiền hàng nhập khẩu.

B3. Cho vay trung dài hạn:

NAVIBANK tài trợ nguồn vốn trung dài hạn cho các doanh nghiệp có nhu cầu bổ sung vốn để thực hiện các dự án đầu tư mới như xây dựng, cơ bản, nhà xưởng, máy

móc thiết bị, v.v... với lãi suất hợp lý, thời hạn vay và kỳ hạn trả nợ linh hoạt, đa dạng.

B4. Cho vay hợp vốn:

NAVIBANK làm đầu mối hoặc thành viên hợp vốn với Ngân hàng khác tài trợ cho các dự án, các khoản vay lớn của các doanh nghiệp.

B5. Bảo lãnh:

NAVIBANK nhận bảo lãnh thực hiện nghĩa vụ tài chính thay cho doanh nghiệp qua các hình thức: bảo lãnh thanh toán, bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh vay vốn trong và ngoài nước, bảo lãnh phát hành thư tín dụng, v.v...

C. Dịch vụ thanh toán:

C1. Thanh toán trong nước:

Dịch vụ thanh toán trong nước được Ngân hàng cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu thanh toán cho đối tác kinh doanh của doanh nghiệp ở bất kỳ nơi đâu trên lãnh thổ Việt Nam .

C2. Thanh toán quốc tế:

NAVIBANK cung cấp nhiều phương thức thanh toán quốc tế nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu thanh toán quốc tế của các doanh nghiệp như phương thức chuyển tiền, phương thức nhờ thu, phương thức tín dụng chứng từ với mức phí cạnh tranh, thủ tục nhanh gọn và chính xác.

 **Những tiện ích khi sử dụng dịch vụ thanh toán của NAVIBANK :**

- + Khách hàng có thể được đáp ứng mọi yêu cầu về ngoại tệ để thanh toán.
- + Các giao dịch được thực hiện một cách chính xác, nhanh chóng bởi các thanh toán viên giàu kinh nghiệm, luôn tận tâm với khách hàng.

D. Dịch vụ khác

Ngoài các dịch vụ ngân hàng truyền thống, NAVIBANK xứng đáng là đối tác đáng tin cậy khi sẵn sàng đáp ứng tất cả các nhu cầu đa dạng của khách hàng bằng hàng loạt các dịch vụ hỗ trợ đa dạng, chất lượng cao:

D1. Dịch vụ mua bán ngoại tệ:

NAVIBANK cung cấp các dịch vụ ngoại hối nhằm đáp ứng mọi nhu cầu mua bán ngoại tệ hợp pháp của doanh nghiệp với thủ tục nhanh gọn, thuận tiện và tỷ giá giao dịch hợp lý.

D2. Dịch vụ chi hộ lương:

NAVIBANK giúp doanh nghiệp giảm bớt áp lực không cần thiết của việc thanh toán/thưởng cho nhân viên bằng tiền mặt. Sử dụng dịch vụ này, Ngân hàng sẽ trích tiền từ tài khoản của doanh nghiệp để chuyển vào tài khoản của từng nhân viên theo danh sách chi lương của doanh nghiệp. Nhân viên của doanh nghiệp sẽ rút tiền mặt tại các ATM hoặc tại bất kỳ chi nhánh của NAVIBANK.

D3. Dịch vụ thu, chi hộ tiền mặt:

Doanh nghiệp có nhu cầu thu/chi tiền mặt tại một địa điểm xác định có thể liên hệ với NAVIBANK để được cung cấp dịch vụ.

2.4.2 *Đánh giá vị trí của NAVIBANK trong thị trường sản phẩm dịch vụ ngân hàng ở Thành phố Hồ Chí Minh:*

Chính thức hoạt động tại địa bàn thành phố Hồ Chí Minh từ tháng 9 năm 2006 với mạng lưới là 1 trụ sở chính và 3 phòng giao dịch tại các 1, 10 và Phú Nhuận. NAVIBANK có một sự khởi đầu khá khiêm tốn với các sản phẩm dịch vụ truyền thống, đơn điệu như huy động, cho vay hoạt động sản xuất kinh doanh, đầu tư chứng khoán, chuyển tiền trong nước, v.v... chưa tạo thuận lợi và cơ hội bình đẳng cho khách hàng thuộc các thành phần kinh tế trong việc tiếp cận và sử dụng sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

Hoạt động huy động vốn tăng trưởng khá do lãi suất cạnh tranh so với các ngân hàng trên địa bàn, nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn, thủ tục nhanh gọn, phong cách phục vụ tận tình, dễ gần với khách hàng.

Sau một năm hoạt động, NAVIBANK đã khởi sắc với hệ thống mạng lưới gồm 5 chi nhánh và hơn 30 phòng giao dịch tại các tỉnh thành trọng điểm hoạt động khá hiệu quả. Các dịch vụ kiều hối, chuyển tiền thực hiện ngày một tăng, khách hàng đã biết đến NAVIBANK ngày một nhiều hơn cùng với sự tin tưởng vào chất lượng sản phẩm dịch vụ của NAVIBANK ngày một cao hơn. Bên cạnh đó, việc

thanh toán trực tuyến online trong toàn hệ thống của NAVIBANK là một tiến bộ vượt bậc so với các ngân hàng có thâm niên hoạt động tại thành phố Hồ Chí Minh.

Việc triển khai hệ thống ATM, POS, phát hành thẻ tín dụng, cấp hạn mức thấu chi đã từng bước đưa NAVIBANK hòa nhập vào thị trường sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng của thành phố Hồ Chí Minh.

Tuy nhiên, các nghiệp vụ mới như thanh toán dịch vụ qua ngân hàng, môi giới kinh doanh, tư vấn dự án, thanh toán quốc tế chưa phát triển vì chưa được sự cho phép của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam nên hoạt động còn hạn chế. Thủ tục thanh toán còn kéo dài vì phải thông qua các ngân hàng trung gian như Vietcombank, Vietinbank, Sacombank, MSB, v.v ...

Mặc dù NAVIBANK đã định hướng chiến lược phát triển mạng lưới, sản phẩm dịch vụ nhưng do mới chuyển đổi mô hình và củng cố nội lực nên tốc độ tăng trưởng chưa cao. Sản phẩm dịch vụ còn nghèo nàn, chất lượng chưa cao, tập trung vào các sản phẩm truyền thống như tín dụng, bảo lãnh thanh toán, chưa mang tính chuyên nghiệp với hàm lượng công nghệ cao. NAVIBANK chỉ có thế mạnh ở lãi suất huy động cao. Thị phần sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng của NAVIBANK còn ở mức thấp so với các ngân hàng khác nhưng tiềm năng phát triển của NAVI BANK còn rất nhiều. Một số dịch vụ mới ra đời nhưng vẫn ở mức nhỏ bé, chiếm tỷ trọng thấp trong tổng doanh thu.

Theo nhận định của nhóm tư vấn của UNDP về phản ứng của khách hàng khi ngành ngân hàng gia nhập WTO thì “Bất kỳ ngân hàng nào có thể phục vụ và thoả mãn khách hàng của mình một cách chuyên nghiệp với những thủ tục đơn giản sẽ giành được thị phần”. Cũng chính vì sự đơn điệu nên giá thành dịch vụ của các ngân hàng trong khá cao so với các nước khu vực. Vì vậy, NAVIBANK cần phải tận dụng phát huy các lợi thế về mạng lưới, về khách hàng, về kênh phân phối và công nghệ.

2.4.3 *Cung cầu thị trường sản phẩm dịch vụ ngân hàng:*

Ngân hàng là một ngành được quan tâm của nhiều đối tượng, ngày nay có nhiều công ty, cá nhân thành lập ngân hàng với mục đích phục vụ cho ngành kinh doanh của mình và trên hết là mục tiêu lợi nhuận.

Nhưng nhu cầu về dịch vụ tài chính ngày một tăng, mặc dù các ngân hàng đua nhau thành lập chi nhánh, phòng giao dịch trên địa bàn để khai thác số lượng vốn nhàn rỗi trong dân vẫn còn rất nhiều vẫn chưa hết, nhu cầu đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp vẫn còn rất lớn.

Theo Đề án Thanh toán không dùng tiền mặt (TTKDTM) xây dựng mục tiêu đến cuối năm 2020, tỷ lệ tiền mặt trên tổng phương tiện thanh toán khoảng 15%, số lượng tài khoản cá nhân đạt 45 triệu; hơn 90% người lao động lĩnh lương qua tài khoản, 95% khoản thanh toán giữa các doanh nghiệp qua ngân hàng, v.v... Hiện có hơn 20 ngân hàng đã và sẽ mở dịch vụ phá thành thẻ và sử dụng hệ thống ATM. Tốc độ tăng trung bình của thị trường thẻ trong những năm gần đây là gần 30%/năm.

Tính đến hết tháng 8-2007 trong cả nước có khoảng 6,5 triệu tài khoản thẻ các loại do 20 NHTM phát hành và thanh toán, được sử dụng tại trên 4.000 máy rút tiền tự động đã lắp đặt trong cả nước. Trong số đó thì thẻ thanh toán nội địa chiếm 92,5%, do 17 NHTM phát hành và thanh toán. Số lượng thẻ nội địa nói trên tăng gấp 1,5 lần so với con số gần 4,3 triệu thẻ cuối năm 2006. Còn lại là 7,5% thẻ tín dụng quốc tế, tương đương với khoảng 500.000 tài khoản thẻ, tăng gấp gần 2 lần con số cuối năm 2006. Trong số các loại thẻ tín dụng quốc tế thì chủ yếu là Master Card, VISA, Amex, JCB, Diners Club do một số NHTM Việt Nam đủ điều kiện được làm đại lý phát hành và thanh toán. Trong số đó có tới 300.000 thẻ tín dụng quốc tế VISA, gấp 2 lần cùng kỳ năm 2006.

2.4 Đánh giá mức độ hội nhập quốc tế đối với thị trường dịch vụ tài chính ngân hàng của Ngân hàng thương mại cổ phần NAM VIỆT (NAVIBANK):

Ngân hàng TMCP Nam Việt đã chuẩn bị các yếu tố cần thiết cho việc hội nhập quốc tế trong lĩnh vực sản phẩm dịch vụ ngân hàng, cụ thể là hệ thống ngân

hàng lõi (core banking) đáp ứng yêu cầu công nghệ của các loại sản phẩm yêu cầu hàm lượng công nghệ như thẻ ATM, Credit Card VISA, Mobile banking, thấu chi, v.v... Bên cạnh đó, NAVIBANK không ngừng phát triển mạng lưới giao dịch phủ khắp các tỉnh, thành trọng điểm. Tuy nhiên, do là ngân hàng đô thị mới chuyển đổi mô hình hoạt động nên NAVIBANK còn bị giới hạn một số nghiệp vụ do quy định của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, nhưng NAVIBANK đã chuẩn bị đầy đủ cơ sở vật chất, con người trong tư thế sẵn sàng khi được phép của NHNN thì triển khai ngay các hoạt động kinh doanh ngoại hối phái sinh như kỳ hạn, hoán đổi, quyền chọn, hợp đồng tương lai, kinh doanh vàng, v.v... và các hoạt động thanh toán quốc tế trên thị trường trong và ngoài nước.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG CỦA NGÂN HÀNG TMCP NAM VIỆT TRONG QUÁ TRÌNH HỘI NHẬP

3.1 Định hướng phát triển thị trường sản phẩm dịch vụ ngân hàng ở Việt Nam trong thời gian qua:

3.1.1 Mục tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng:

NAVIBANK sẽ là một trong các NHTM cổ phần lớn nhất Việt Nam, có hệ thống chi nhánh rộng nhất trong các NHTM cổ phần. NAVIBANK có sản phẩm dịch vụ đa dạng, hoạt động an toàn, đa năng, hiệu quả và vững mạnh.

Chiến lược phát triển tham vọng và rõ ràng, cơ sở khách hàng lớn và nguồn nhân lực khá để vận hành ngân hàng hoạt động một cách tốt nhất. Giữ ổn định tầng lớp quản trị cao cấp và trung cấp, bao gồm cả HĐQT và Ban Tổng Giám đốc nhằm tạo ra ảnh hưởng và tâm lý tốt cho nhà đầu tư và khách hàng. Chuẩn bị tốt các biện pháp kiểm soát nghiệp vụ, kiểm soát hạn chế ngăn ngừa rủi ro hoạt động.

3.1.2 Định hướng phát triển một số dịch vụ chủ yếu:

3.1.2.1 Dịch vụ huy động vốn:

Điều chỉnh lãi suất huy động và cung cấp các chương trình khuyến mãi để tăng nguồn vốn phục vụ doanh nghiệp. Nghiên cứu tìm hiểu để phát triển các hình thức sản phẩm huy động mới đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng.

3.1.2.2 Dịch vụ tín dụng đầu tư:

NAVIBANK đẩy mạnh vốn cho doanh nghiệp xuất khẩu trong lĩnh vực cà phê, cáp điện, dệt may và thủy sản, v.v... thông qua việc cung cấp các khoản vay vốn lưu động theo yêu cầu của doanh nghiệp và các dịch vụ bảo hiểm hàng hóa nhập khẩu.

Thông qua các buổi hội thảo, tọa đàm để tìm hiểu nhu cầu của khách hàng, từ đó có các chính sách, xây dựng sản phẩm như cho vay thu mua chế biến hàng hóa, từng bước tiến bán sản phẩm thanh toán quốc tế, v.v... đối với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu hàng nông, thủy sản, v.v... Xác định các chu kỳ kinh doanh vốn của khách hàng để chuẩn bị nguồn cung vào các dịp lễ Tết cuối năm.

3.1.2.3 Dịch vụ thanh toán:

- + Dịch vụ ngoại hối và nghiệp vụ đầu tư tài chính tín dụng trên thị trường tài chính.
- + Chú trọng nguồn ngoại tệ để kịp thời cung ứng cho các nhà xuất nhập khẩu
- + Dịch vụ khác.


3.1.3 Những nội dung cần thực hiện để phát triển chất lượng sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng tại NAVIBANK:

✓ Hoàn thiện các quy định pháp lý về nghiệp vụ và dịch vụ ngân hàng:

Các quy định pháp lý điều chỉnh hoạt động ngân hàng do nhiều cấp và nhiều cơ quan ban hành, điều này đòi hỏi phải hoàn thiện môi trường pháp lý một cách đầy đủ, đồng bộ và thống nhất về các loại hình dịch vụ theo hướng đơn giản, dễ hiểu, dễ phổ cập, phù hợp với thông lệ và chuẩn mực quốc tế, đồng thời bảo vệ lợi ích chính đáng của khách hàng và ngân hàng.

✓ Đa dạng hóa các kênh phân phối và thực hiện phân phối có hiệu quả:

Bên cạnh việc duy trì và mở rộng các kênh phân phối truyền thống như các chi nhánh, các phòng giao dịch, NAVIBANK cần nghiên cứu và ứng dụng các kênh phân phối hiện đại, đồng thời tăng cường quản lý phân phối nhằm tối đa hóa vai trò của từng kênh phân phối một hiệu quả, đáp ứng yêu cầu giao dịch ở mọi lúc, mọi nơi như:

-  Tăng cường hiệu quả và khả năng tự phục vụ của hệ thống ATM nhằm cung cấp nhiều loại dịch vụ khác nhau với chi phí rẻ hơn, nâng cấp hệ thống ATM thành những “ngân hàng thu nhỏ” trải đều khắp các tỉnh, thành phố. Đồng thời, phát triển mạng lưới các điểm chấp nhận thẻ (POS) và tăng cường liên kết giữa

NAVIBANK với các NHTM để nâng cao hiệu quả và mở rộng khả năng sử dụng thẻ ATM và thẻ POS;

- ✚ Phát triển loại hình ngân hàng qua máy tính và ngân hàng tại nhà nhằm tận dụng sự phát triển của máy tính cá nhân và khả năng kết nối internet. Trong đó, NAVIBANK cần sớm đưa ra các loại dịch vụ mới để khách hàng có thể đặt lệnh, thực hiện thanh toán, truy vấn số dư và thông tin về cam kết giữa ngân hàng và khách hàng, v.v...
- ✚ Phát triển loại hình ngân hàng qua điện thoại, đây là mô hình phổ biến với chi phí rất thấp, tiện lợi cho cả khách hàng và ngân hàng. Khách hàng có thể thực hiện giao dịch tại bất cứ thời gian, địa điểm nào;
- ✚ Mở rộng các kênh phân phối qua các đại lý như, đại lý chi trả kiều hối, đại lý phát hành thẻ ATM, đại lý thanh toán.

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

✓ **Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ:**

Đa dạng hóa sản phẩm là điểm mạnh và mũi nhọn để phát triển dịch vụ ngân hàng cá nhân, hình thành bộ phận nghiên cứu chuyên trách phát triển sản phẩm. Trong đó, tập trung vào những sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao, có đặc điểm nổi trội trên thị trường nhằm tạo sự khác biệt trong cạnh tranh, tận dụng các kênh phân phối mới để đa dạng hóa sản phẩm, mở rộng và phát triển tín dụng tiêu dùng.

Phát triển và mở rộng các sản phẩm dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt nhằm phát huy hiệu quả và tính năng kỹ thuật của công nghệ mới, góp phần hạn chế giao dịch tiền mặt bất hợp pháp, nhanh chóng nâng cao tính thanh khoản của VND và hiệu quả sử dụng vốn trong nền kinh tế. Đẩy mạnh các dịch vụ tài khoản tiền gửi với thủ tục đơn giản, an toàn nhằm thu hút nguồn vốn của cá nhân trong thanh toán và phát triển dịch vụ thanh toán thẻ, séc thanh toán cá nhân, đẩy mạnh huy động vốn qua tài khoản tiết kiệm. NAVIBANK cũng cần tăng cường hợp tác với các tổ chức và doanh nghiệp có các khoản thanh toán dịch vụ thường xuyên, ổn định số lượng

khách hàng, trả lương như bưu điện, hàng không, điện lực, cấp thoát nước, kinh doanh xăng dầu.

✓ **Tăng cường hoạt động tiếp thị và chăm sóc khách hàng:**

Do phần lớn đối tượng phục vụ của dịch vụ NHBL là các cá nhân, việc quảng bá, tiếp thị các sản phẩm dịch vụ đóng vai trò cực kỳ quan trọng, có lợi cho cả ngân hàng và khách hàng. Tăng cường chuyển tải thông tin tới công chúng nhằm giúp khách hàng có thông tin cập nhật về năng lực và uy tín của ngân hàng, hiểu biết cơ bản về dịch vụ NHBL, nắm được cách thức sử dụng và lợi ích của các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

✓ **Các giải pháp khác:**

Xây dựng hệ thống chấm điểm khách hàng cá nhân nhằm giảm nhẹ rủi ro, có thể ra quyết định cho vay một cách nhanh chóng, chính xác. Xây dựng bộ phận quản lý và phân loại khách hàng nhằm xác định mức chi phí và lợi nhuận của từng phân đoạn khách hàng, thực hiện tốt chính sách khách hàng, triển khai mô hình tổ chức kinh doanh theo định hướng khách hàng và chủ động tìm đến khách hàng, xác định nhu cầu của từng nhóm khách hàng, từ đó đưa ra các loại sản phẩm và dịch vụ phù hợp.

NAVIBANK cần thành lập bộ máy điều hành, nghiên cứu và thực thi việc phát triển dịch vụ NHBL, nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng và chú trọng nâng cao trình độ quản lý và chuyên môn nghiệp vụ về hoạt động NHBL.

3.2 Một số giải pháp nhằm phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng của Ngân hàng TMCP NAM VIỆT trong quá trình hội nhập:

3.2.1 *Chiến lược phát triển của Ngân hàng TMCP Nam Việt:*

Kiến toàn cơ cấu tổ chức và đội ngũ quản lý điều hành của ngân hàng. Tái cấu trúc bộ máy ngân hàng hướng đến tính chuyên nghiệp, hiện đại. Tiếp tục hoàn thiện dự án Core Banking System nhằm thiết lập mạng trực tuyến (online) của NAVIBANK, làm cơ sở cho việc phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại.

NAVIBANK triển khai rộng rãi các sản phẩm dịch vụ, từng bước nâng cao chất lượng tài chính tiền tệ, tạo dựng được mối quan hệ gắn bó với khách hàng, bạn hàng. Dựa vào nền tảng tài chính và nhu cầu dịch vụ tài chính – ngân hàng của NAVIBANK, trong giai đoạn tới, NAVIBANK sẽ được xây dựng thành một định chế đầu tư tài chính mạnh cả quy mô vốn, công nghệ ngân hàng, khả năng hợp tác và hội nhập với hệ thống các định chế tài chính trong nước và quốc tế. Điều này một mặt tạo lập vốn cho nhu cầu đầu tư phát triển của NAVIBANK, mặt khác nâng cao vị thế để cùng hợp tác với các định chế tài chính Việt Nam trong hội nhập kinh tế quốc tế.

Ngoài ra, NAVIBANK sẽ xây dựng bộ máy tinh nhuệ để hỗ trợ Ban lãnh đạo Ngân hàng ra các quyết định kinh doanh nhanh nhạy và chính xác, đồng thời hỗ trợ các đơn vị thuộc hệ thống trong mọi hoạt động. Đặc biệt, NAVIBANK sẽ hình thành các công ty con hoạt động chuyên sâu trong các nghiệp vụ ngân hàng và phi ngân hàng, tích cực tham gia vào TTCK trong và ngoài nước. Đồng thời, chuẩn bị điều kiện để sớm có chi nhánh, văn phòng đại diện ở nước ngoài nhằm tham gia các hoạt động của thị trường vốn quốc tế. Phát triển hệ thống các kênh phân phối, tiếp tục phát triển mạng lưới hoạt động là cơ sở để mở rộng việc huy động, tài trợ vốn và cung cấp các dịch vụ tiện ích cho khách hàng.

Tăng cường công tác cho vay thu nợ, đề ra các biện pháp tích cực để phát triển khách hàng, chăm sóc và ưu đãi đối với khách hàng truyền thống. Tăng cường công tác quản lý tín dụng, xây dựng các tiêu chí cho vay cụ thể, chuẩn hóa sản phẩm quy trình và quy chế cho vay để tăng cường chất lượng tín dụng và hạn chế rủi ro.

Hoàn thiện và củng cố chất lượng sản phẩm dịch vụ hiện có. Phát triển sản phẩm mới, đưa ra thị trường những sản phẩm thay thế khi thấy đủ điều kiện và ở thời điểm thích hợp, chọn cách đưa sản phẩm mới vào thị trường hợp lý. Thường xuyên đánh giá, phân tích sản phẩm dịch vụ để kiếm lợi ích riêng có của sản phẩm, tăng sức cạnh tranh trên thị trường. Cố gắng tạo ra nhiều sản phẩm trên cơ sở sản phẩm hiện có để cung cấp cho khách hàng, làm cho sức sống của sản phẩm ngân hàng được lâu bền.

Đa dạng hóa các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng để gia tăng huy động vốn và tăng thu nhập ngoài lãi cho ngân hàng. Nâng cao tỷ trọng thu dịch vụ ròng/chênh lệch thu chi đạt 5-10%. Các chi nhánh tích cực nghiên cứu mở rộng địa bàn hoạt động tại các khu vực có điều kiện phát triển dịch vụ như các khu công nghiệp mới mở, khu dân cư, khu đô thị, thị trấn, thị tứ, trung tâm thương mại, v.v...

Xây dựng cơ chế tài trợ hàng xuất, đẩy mạnh phối hợp với chi nhánh tiếp cận các doanh nghiệp làm hàng xuất khẩu có uy tín để tăng doanh số và hiệu quả giao dịch. Tập trung phát triển các sản phẩm dịch vụ mới có hàm lượng công nghệ cao. Chú trọng phát triển các sản phẩm dịch vụ NAVIBANK có kinh nghiệm: tư vấn, bảo lãnh.

Xây dựng các loại sản phẩm dịch vụ phù hợp với từng đối tượng khách hàng, trong từng giai đoạn, đảm bảo đáp ứng tốt nhất các yêu cầu ngày càng nâng cao của khách hàng. Đa dạng hóa các dịch vụ phục vụ cho một khách hàng.

Chú trọng phát triển các tiện ích dịch vụ trên từng sản phẩm dịch vụ cho từng nhóm đối tượng khách hàng, từng địa bàn. Thực hiện phương án tăng vốn điều lệ lên 3000 tỷ đồng. Tham gia góp vốn để thành lập và đưa vào hoạt động các công ty, v.v... Liên minh chiến lược với các đối tác trong và ngoài nước sẽ giúp NAVIBANK hiện đại hóa hoạt động ngân hàng với các sản phẩm ngân hàng hiện đại, đảm bảo khả năng cạnh tranh và hội nhập của NAVIBANK và góp phần nâng cao quy mô hoạt động của NAVIBANK như tài trợ vốn cho các đối tác, sử dụng các cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật của các đối tác nhằm mở rộng mạng lưới hoạt động, mở rộng thị phần trong kinh doanh

3.2.2 Giải pháp đối với chủ thể cung cấp dịch vụ:

Các dịch vụ thanh toán tiếp tục phát triển, đặc biệt là các dịch vụ thanh toán có ứng dụng công nghệ cao, trong đó dịch vụ thẻ vẫn tiếp tục phát triển mạnh. Không ngừng nỗ lực để cung cấp dịch vụ thanh toán qua mạng cho khách hàng với nhiều sản phẩm tiện ích.

Áp dụng hệ thống chấm điểm tín dụng, chuẩn hóa các quy trình nhằm giảm thời gian, chi phí và cho phép giảm thiểu rủi ro tín dụng tạo thuận lợi cho NAVIBANK tăng mức cho vay, áp dụng linh hoạt các hình thức đảm bảo tiền vay cho từng doanh nghiệp cụ thể.

Xác định DNNVV là một đối tượng được ưu tiên hàng đầu trong cung ứng tín dụng và dịch vụ ngân hàng, nhất là DN có độ tín nhiệm cao, DN xuất khẩu và đầu tư khép kín. Tăng cường tiếp cận với DNNVV để giới thiệu chính sách tín dụng, chiến lược khách hàng, điều kiện và thủ tục vay, tổ chức tập huấn cho các doanh nghiệp lập dự án sản xuất kinh doanh, quản lý tài chính và triển khai dự án có hiệu quả, v.v...

Tập trung phát triển khách hàng theo hướng mở rộng cơ sở khách hàng và có trọng điểm. Ngoài các sản phẩm truyền thống cần chủ động triển khai các hình thức sản phẩm mới dựa trên sự khai thác Core Banking. Hợp tác toàn diện với các tổ chức tài chính, các công ty lớn để phát huy hiệu quả việc cung cấp các loại hình sản phẩm dịch vụ, sản phẩm tín dụng, ủy thác đầu tư, huy động vốn, thanh toán, v.v ...

Tăng tiện ích cho các chủ thẻ là vấn đề luôn được các NHTM đặc biệt quan tâm. Cần triển khai các sản phẩm, dịch vụ hợp tác với các tổ chức cung ứng dịch vụ công cộng như điện, nước, viễn thông để triển khai thanh toán tiền dịch vụ định kỳ qua tài khoản. Đồng thời phát triển mạng lưới chấp nhận phương tiện TTKDTM.

Từng bước khuếch trương thương hiệu bởi các chương trình tài trợ, khuyến mãi lớn, triển khai thêm nhiều loại hình dịch vụ mới, có hàm lượng công nghệ như thẻ ATM, thẻ tín dụng, thấu chi tài khoản, thu chi hộ, dịch vụ vận chuyển, quản lý tài sản, vắn tin tài khoản SMS, v.v làm phong phú thêm sự lựa chọn của khách hàng, đa dạng hóa sản phẩm trên kênh phân phối hiện đại và truyền thống.

Triển khai hệ thống công nghệ thông tin có thể kết nối với hệ thống thanh toán bù trừ và quyết toán chứng khoán với hệ thống thanh toán liên ngân hàng quốc gia. Triển khai hoạt động tài trợ thương mại trong kinh doanh dịch vụ, tăng độ an

toàn về nghiệp vụ thanh toán quốc tế, tăng cường hơn nữa hoạt động thanh toán marketing, dịch vụ thanh toán quốc tế, v.v....

Xây dựng hệ thống khách hàng cốt lõi truyền thống là các công ty, tập đoàn lớn, công ty tư nhân hoạt động trong các lĩnh vực kinh tế có thể mạnh được sự quan tâm chỉ đạo của Chính phủ, các cấp ngành. Tạo lập một nền khách hàng bền vững, duy trì mối quan hệ tốt với đối tượng khách hàng doanh nghiệp kinh doanh hiệu quả, đồng thời mở rộng sang các đối tượng khách hàng là doanh nghiệp nhỏ và vừa, công ty TNHH, cá nhân, hộ kinh doanh, v.v....

Phát triển mạnh dịch vụ bán lẻ hướng tới nhóm khách hàng mục tiêu là khách hàng cá nhân với việc tập trung phát triển dịch vụ, chuyển tiền kiều hối, phát hành và thanh toán các loại thẻ, mở rộng mạng lưới ATM, chấp nhận thanh toán POS/EDC.

Phát triển đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, đặc biệt là dịch vụ ngân hàng hiện đại, hướng tới nhiều đối tượng khách hàng khác nhau; phát triển các kênh phân phối ngân hàng hiện đại như e-banking, phone banking, internet banking, v.v....

Trong thời gian tới, NAVIBANK xác định mục tiêu tăng tỷ lệ thu phí dịch vụ tương xứng với quy mô phát triển, đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ; đào tạo và nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý và nghiệp vụ; tổ chức triển khai tốt hoạt động chăm sóc khách hàng.

+ Bố trí nguồn nhân lực tốt để đón đầu dịch vụ tiềm năng, đó là những nhân viên có trình độ chuyên môn vững vàng và không ngừng chủ động cải tiến các thủ tục rút ngắn thời gian giao dịch của khách hàng.

+ Tạo nên cách tiếp thị riêng phù hợp với từng nhóm khách hàng. Ví dụ, đối với khách hàng có trình độ hạn chế, công tác tiếp thị khó khăn thì không sử dụng nhiều hình thức quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng mà hướng dẫn một nhóm khách hàng truyền thống thật cẩn kẽ, giúp họ sử dụng thành thạo các dịch

vụ của NAVIBANK và tạo niềm tin cho họ. Từ đó họ sẽ tiếp thị cho những khách hàng khác. Ngoài ra, cần tiến hành thu thập, lắng nghe ý kiến khách hàng để tìm ra cần khắc phục để hoàn thiện dịch vụ. Tạo ra phong cách bình dị, đời thường, tạo sự hòa đồng thân mật với nhóm khách hàng ở vùng nông thôn nhằm tạo cho khách hàng cảm nhận được sự thân thiện khi giao dịch với NAVIBANK.

+ Đa dạng hóa các tiện ích phục vụ nhằm giúp ngân hàng giữ vững thị phần dịch vụ và khẳng định thương hiệu là NAVIBANK là một ngân hàng có chất lượng tốt đáp ứng nhu cầu người dân địa phương.

+ Xây dựng văn hóa thanh toán mới: Thay đổi thói quen thanh toán bằng tiền mặt bằng việc sử dụng thẻ ATM với các tiện ích như rút tiền, chuyển khoản, thanh toán phí bảo hiểm, kiểm tra số dư, in sao kê, xác định hạn mức giao dịch, khóa mở thẻ trên máy ATM, chi trả tiền lương, lương hưu, thanh toán tiền điện, nước, điện thoại; gửi tiền trực tiếp vào máy ATM hoặc đổi ngoại tệ trực tiếp, v.v ... tín dụng thấu chi, cho vay tiêu dùng để tăng sức hấp dẫn của thẻ, kích hoạt nhu cầu sử dụng thẻ.

+ Tăng cường liên kết, chia sẻ công nghệ, thị phần với các ngân hàng trong việc kết nối thanh toán để phát triển dịch vụ thẻ với hệ thống kết nối thẻ VNBC (Việt Nam Bank Card) hoặc Banknetvn. Bên cạnh đó cần phải đầu tư tạo dựng thiết bị công cụ như mạng, máy ATM, điểm POS, thẻ, v.v... nhằm kích hoạt nhu cầu sử dụng các công cụ đó của các tầng lớp nhân dân.

Phát triển các sản phẩm, dịch vụ khác như tăng cường thu hút nguồn kiều hối trên cơ sở phối hợp với các công ty xuất khẩu lao động, các công ty dịch vụ kiều hối, tổ chức chuyển tiền ở nước ngoài, các ngân hàng đại lý nước ngoài. Có chính sách khai thác và tạo điều kiện thuận lợi phát triển dịch vụ chuyển tiền kiều hối qua hệ thống ngân hàng. Triển khai dịch vụ quản lý tài sản, ủy thác đầu tư, cung cấp thông tin và tư vấn cho khách hàng. Tăng cường bán chéo sản phẩm dịch vụ giữa ngân hàng và bảo hiểm, vì có tới 50% khách hàng sử dụng một sản phẩm duy nhất là tài khoản nhận lương.

Ứng dụng công nghệ mới hiện đại như giải pháp Pay@anywhere – giải pháp tổng thể bao gồm phần cứng, phần mềm và các dịch vụ để cho ra một hệ thống tích hợp các giải pháp giao dịch bảo mật bao gồm các thiết bị đầu cuối EMV (Europay, Mastercard, Visa) của Công ty Ingenico (Pháp) góp phần xây dựng thói quen văn minh thương mại.

3.2.3 Giải pháp đối với chủ thể tiếp cận dịch vụ tài chính:

Hệ thống tài chính- ngân hàng Việt Nam đang trên đà phát triển mạnh mẽ và đã ứng dụng, tiếp cận các công nghệ hiện đại. Việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, phát triển nhanh các dịch vụ tiện ích ngân hàng hiện đại trở nên cần thiết hơn bao giờ hết để các ngân hàng Việt Nam có thể đứng vững trước những thử thách của quá trình hội nhập sâu rộng vào đời sống kinh tế quốc tế.

Thực tế hiện nay cho thấy, các ngân hàng chúng ta đang mong muốn có hệ thống ngân hàng lõi thật tốt để các tiện ích có thể phát triển nhanh, an toàn đáp ứng đòi hỏi của thị trường, phát triển nhanh các kênh “Internet Banking, Home Banking, Call Center, Payment Gateway, chăm sóc khách hàng, kết nối tiện ích của ngân hàng liên thông, v.v...

Hiện đại hóa ngân hàng và hệ thống thanh toán – Core Banking, giúp thực hiện tốt nghiệp vụ kinh doanh, tăng cường các hoạt động kiểm soát nội bộ và giúp quản lý điều hành ngân hàng theo thông lệ quốc tế.

Hiệu quả của chính sách khách hàng còn thấp, chất lượng dịch vụ chưa cao, thủ tục giao dịch chưa thực sự thuận tiện, bộ máy tổ chức chưa theo định hướng khách hàng, thiếu bộ phận nghiên cứu, thiết kế sản phẩm và phát triển dịch vụ ngân hàng cá nhân, thiếu hệ thống chỉ tiêu định lượng và đánh giá hoạt động NHBL, mức độ ứng dụng CNTT chưa cao.

NAVIBANK cần tập trung tăng cường quan hệ hợp tác kinh doanh với nhiều thành phần khách hàng để hoạt động kinh doanh đối ngoại không ngừng tăng trưởng

góp phần hỗ trợ, thúc đẩy hoạt động kinh doanh đối nội và tăng sức cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế.

Ký kết thỏa thuận hợp tác trên nhiều lĩnh vực, cung cấp các khoản tín dụng ngắn hạn, trung hạn và dài hạn cho các dự án đầu tư, ưu tiên cho cán bộ nhân viên vay theo gói sản phẩm cho vay cá nhân như vay đảm bảo bằng lương cho vay theo chương trình cổ phần hóa, ưu đãi đặc biệt với các khoản phí sử dụng dịch vụ.

Xác định mục tiêu tăng tỷ lệ thu phí dịch. Chuẩn bị các điều kiện để phát triển sản phẩm bancassurance, nghiên cứu và xây dựng quy trình thanh toán thẻ VISA, gửi tiền vào máy ATM. Liên kết phát triển các dịch vụ cho các công buro điện, điện lực, công ty điện thoại để thực hiện dịch vụ thanh toán hóa đơn, thu tiền bán hàng, v.v...

Chú trọng công tác tiếp thị, có kế hoạch quảng bá thương hiệu, dịch vụ, tiện ích ngân hàng rộng rãi đến các thành phần kinh tế, dân cư trên địa bàn nhằm thu hút các nguồn tiền nhàn rỗi. Ngân hàng nào cũng muốn có thêm tài khoản, có thêm khách hàng. Việc ủy quyền quản lý tài khoản chỉ có thể thực hiện khi CTCK có thể truy cập vào hệ thống tài khoản của nhà đầu tư tại ngân hàng để kiểm tra số dư và có quyền phong tỏa số tiền ngay sau khi nhà đầu tư mua chứng khoán nhằm cung cấp dịch vụ ứng trước tiền bán cho nhà đầu tư.

Với mục tiêu không ngừng cải tiến dịch vụ, đa dạng hóa các dịch vụ kinh doanh nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng dịch vụ trọn gói của khách hàng, ngân hàng đang hoàn thiện trang web nhằm đem đến cho khách hàng những thông tin cần thiết về sản phẩm dịch vụ hàng hóa.

Việc mở rộng các dịch vụ thu phí trở thành một yếu then chốt trong chiến lược tăng cường thu nhập của ngân hàng trong những năm gần đây. Việc thay đổi một số quy định đối với ngành ngân hàng đã gia tăng sức ép buộc các ngân hàng phải thu phí với nhiều dịch vụ trước kia “miễn phí” và phát triển dịch vụ mới – các dịch vụ có phí như bán cổ phiếu cho các công ty, quỹ đầu tư, chào bán chứng khoán, dịch vụ bảo lãnh phát hành.

Dịch vụ ngân hàng phục vụ công ty là khu vực cạnh tranh với các ngân hàng nội địa, tuy nhiên cạnh tranh mạnh chủ yếu trong cung cấp dịch vụ cho các công ty lớn trong nước. Sau đợt điều chỉnh lại chiến lược đầu những năm 2000, một số ngân hàng đã hoàn toàn rút khỏi hoạt động này tại thị trường Việt Nam. Số còn lại sẽ tiếp tục duy trì hoạt động này ở mức chưa cao trong thời gian trước mắt, song sẽ tích cực hơn trong tương lai trung hạn.

Trong dài hạn, khu vực doanh nghiệp nội địa loại vừa có thể là đối tượng khách hàng tiềm năng mà một số ngân hàng nước ngoài sẽ cạnh tranh để giành lấy. Về dịch vụ ngân hàng bán lẻ và dịch vụ ngân hàng dành cho cá nhân, hiện đã có 2 ngân hàng hoạt động dịch vụ ngân hàng bán lẻ ở thị trường Việt Nam là ANZ và HSBC. Và như vậy đã bắt đầu xuất hiện sự cạnh tranh của các ngân hàng nước ngoài ở khu vực này.



PHẦN KẾT LUẬN

Kết luận

Qua nghiên cứu đề tài: “ Giải pháp phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần NamViệt”, chúng tôi rút ra được một số nhận xét như sau:

Về mặt lý luận cũng như thực tiễn đã chứng minh hệ thống ngân hàng TMCP đã đóng vai trò không nhỏ trong việc cung ứng vốn và dịch vụ cho sự phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Đặc biệt trong giai đoạn hiện nay, Việt Nam đã gia nhập WTO và đang trong quá trình công nghiệp hóa hiện đại hóa, nhu cầu vốn cho nền kinh tế rất lớn bên cạnh các yêu cầu về sản phẩm dịch vụ có hàm lượng công nghệ cao đòi hỏi ngày một cấp bách hơn.

Trong bối cảnh phát triển kinh tế hiện nay của thành phố Hồ Chí Minh, sự cạnh tranh giữa các NHTM ngày càng diễn ra gay gắt. Ngân hàng TMCP Nam Việt, vừa mới gia nhập thị trường thành phố Hồ Chí Minh chưa đầy một năm nên còn phải đương đầu với rất nhiều thách thức khó khăn. Vì vậy, để đạt mục tiêu phát triển bền vững , đảm bảo an toàn và hiệu quả trong những năm tới, trước tiên ngân hàng phải cố gắng hơn trong việc xây dựng và thực hiện chiến lược kinh doanh có hiệu quả, phù hợp với giai đoạn phát triển hiện nay.

Trong quá trình hoạt động, NAVIBANK phải thực hiện kết hợp nhiều giải pháp ngăn chặn và phòng ngừa rủi ro có thể xảy ra trong hoạt động kinh doanh bao gồm công tác thẩm định tín dụng, tăng cường kiểm tra, giám sát việc tuân thủ các quy định. Đồng thời phải xem trọng và tăng cường công tác kiểm soát nội bộ và quản lý rủi ro để kịp thời phát hiện những sai sót, vi phạm nghiệp vụ, có biện pháp xử lý kịp thời, tránh được rủi ro đáng tiếc xảy ra. Tăng trưởng tín dụng phải phù hợp với khả năng huy động vốn và kiểm soát được rủi ro, đảm bảo các tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu, giới hạn tín dụng đối với một khách hàng, v.v... Bên cạnh đó NAVIBANK cần phát huy việc cung cấp sản phẩm dịch vụ tài chính trọn gói theo từng đối tượng khách hàng.

NAVIBANK cần đảm bảo thống ngân hàng lõi (core banking) cho phép xử lý khối lượng dữ liệu giao dịch khổng lồ trong thời gian ngắn, đồng thời cung ứng cho khách hàng sự tin cậy về khả năng cung ứng dịch vụ chính xác, an toàn bảo mật và tiết kiệm chi phí như họ mong đợi.

Mặt khác, nhằm thực hiện được mục tiêu của mình, yếu tố “con người” là quan trọng nhất và mang tính quyết định. NAVIBANK cần phải thường xuyên trao đổi, bồi dưỡng nguồn nhân lực chất lượng cao tiến tới việc tiêu chuẩn hóa các bộ theo hướng đáp ứng nhanh, chính xác nhu cầu thị trường, nhấn mạnh khả năng khai thác, thu thập và xử lý thông tin. Sự hoàn thiện của NAVIBANK không thể thiếu sự giúp đỡ ủng hộ tận tình của các cơ quan quản lý nhà nước về pháp luật và đường lối chung.

Trên đây là một số ý kiến nhằm góp phần phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính cho Ngân hàng TMCP Nam Việt cũng như hệ thống NTHM nói chung. Góp phần tăng trưởng và phát triển kinh tế của địa bàn thành phố Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, do hạn chế thời gian nghiên cứu nên nội dung luận văn chắc còn nhiều thiếu sót, kính mong sự chỉ dẫn của Quý Thầy Cô để chúng tôi sẽ tiếp tục nghiên cứu và hoàn thiện thêm trong thời gian tới.

Kiến nghị

Ngành tài chính – ngân hàng Việt Nam đang thay đổi và phát triển lớn mạnh hàng ngày. Mục tiêu của ngân hàng là tạo ra nhiều tiện ích thuận tiện và giảm thiểu tối đa rủi ro trong kinh doanh tiền tệ. Các sản phẩm dịch vụ được nhấn mạnh trong các lĩnh vực như sau:

Thứ nhất: Các giải pháp an toàn và bảo mật thông tin. Các ngân hàng không thể cho phép giao dịch bị ngừng trệ, cũng như không thể cho phép thông tin về các giao dịch bị mất, bị sai lệch bị lộ cho đối tượng không đủ thẩm quyền.

Thứ hai: Các giải pháp quản lý quy trình công việc. Các ngân hàng muốn tổ chức các hoạt động của mình cho hiệu quả bằng cách quy trình hóa và liên tích cải tiến quy trình (Theo kiểu ISO 9001 hay Six Sigma). Muốn kiểm soát được sự thông suốt hay ngưng trệ trong các công đoạn; theo dõi và lập kế hoạch nhân lực để đáp ứng khối lượng giao dịch tương ứng; kiểm soát chất lượng công việc.

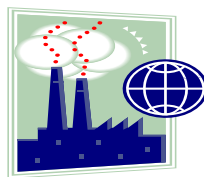
Thứ ba: Các giải pháp online banking, home banking, kết hợp ngân hàng với các ngành bảo hiểm, điện lực, bưu điện, nước, v.v... .

Thứ tư: Các giải pháp quản lý quan hệ khách hàng.

Mô hình tổ chức của các NHTM Việt Nam cần được chuyển đổi từ cấu trúc theo chức năng sang mô hình cấu trúc theo nhóm khách hàng. Một số quy chế quản lý hiện đại theo thông lệ quốc tế đang được xây dựng phù hợp với điều kiện cạnh tranh và thay đổi công nghệ, phát triển mạng lưới, chi nhánh và các điểm giao dịch rộng khắp trên các tỉnh, thành trong cả nước. Một số ngân hàng cũng đang nghiên cứu triển khai mô hình tách bạch giữa khối quản lý và khối kinh doanh theo mô hình back-office và front-office.

NHNN cần sớm ban hành và hoàn thiện các văn bản pháp quy về thanh toán với cơ chế khuyến khích hơn là ngăn cấm như cho phép thu phí giao dịch tiền mặt cao hơn giao dịch chuyển khoản, hiện đại hóa hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng nhằm hình thành hệ thống thanh toán quốc gia thống nhất và an toàn.

NHNN và các NHTM cần phối hợp với Tổng cục Thống kê trong việc xây dựng danh mục dịch vụ NHBL theo chuẩn mực quốc tế, làm cơ sở để xây dựng hệ thống báo cáo định kỳ về các loại hình dịch vụ cụ thể, góp phần nâng cao chất lượng quản trị, điều hành.



TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Cục Thống kê TP. Hồ Chí Minh (2006) – Báo cáo tổng hợp kinh tế TP Hồ Chí Minh.
2. Lê Văn Tư (2000), *Ngân hàng thương mại*. NXB Thống Kê.
3. Lê Văn Tư, Lê Tùng Vân, Lê Nam Hải (1997), *Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*. NXB Thống Kê.
4. Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam(1997), *Luật các tổ chức tín dụng số 07/1997/QHX*.
5. Edward W.Reed và Edward K.Gill (1993), Tập thể biên dịch và hiệu đính: PTS Lê Văn Tê, Hồ Diệu, Phạm Văn Giáo, *Ngân hàng thương mại*. NXB TP. Hồ Chí Minh.
6. David Cox, *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*.
7. Frederic S. Miskin (1994), *Tiền tệ, ngân hàng và thị trường tài chính*. NXB Khoa học Kỹ thuật, Hà Nội.
8. Peter S. Rose, Texas A & M University (2001), *Quản trị ngân hàng thương mại*. NXB Tài chính, Hà Nội.
9. *Thị trường tài chính tiền tệ số 9 ngày 01/05/2007*
10. *Thời báo Ngân hàng số 53 ngày 03/05/2007; số 55 ngày 08/05/2007, số 56 ngày 10/05/2007, số 59 ngày 17/05/2007, số 62 ngày 24/05/2007, số 100 ngày 21/08/2007.*
11. *Thời báo Tài chính ngày 16/05/2007, 21/05/2007.*
12. *Thời báo Tài chính Việt Nam – Đặc san số 4/2007.*
13. Vietnamnet (01/08/2006): *Mở cửa dịch vụ ngân hàng: Nhận diện bất cập*
14. Văn kiện nghị quyết Đại hội IX của Đảng
15. Các thông tin khác truy cập từ các trang web của Ngân hàng Nhà nước centralbank.vn, vneconomy.com.vn , vnds.com.vn.
16. Các nghị định, nghị quyết, thông tư, v.v... liên quan đến TCTD do Chính phủ, NHNN ban hành.