

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

-----*-----

NGUYỄN THỊ THU THỦY

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM
TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ
QUỐC TẾ**

**Chuyên ngành: Kinh tế Tài chính - Ngân hàng
Mã số: 60.31.12**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
PGS.TS TRẦN HUY HOÀNG**

TP. HỒ CHÍ MINH - THÁNG 12 NĂM 2007

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan rằng toàn bộ những nội dung và số liệu trong luận văn này do tôi tự nghiên cứu, khảo sát và thực hiện.

Nguyễn Thị Thu Thủy

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU

Chương 1: LÝ LUẬN VỀ CẠNH TRANH VÀ HỘI NHẬP KINH TẾ

QUỐC TẾ CỦA HỆ THỐNG NHTM VIỆT NAM	01
1.1 TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NHTM	01
1.1.1 Khái niệm về NHTM	01
1.1.2 Một số hoạt động kinh doanh chính của Ngân hàng thương mại	02
1.2 KHÁI NIỆM VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NHTM	04
1.2.1 Khái niệm về cạnh tranh	04
1.2.2 Năng lực cạnh tranh	05
1.2.3 Các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại	06
1.2.3.1 Nhóm các chỉ tiêu cấu thành năng lực cạnh tranh của NHTM.....	07
1.2.3.2 Nhóm các chỉ tiêu phản ánh cơ chế, chính sách sử dụng và phát triển các lợi thế so sánh của một NHTM.....	09
1.2.3.3 Nhóm các chỉ tiêu phản ánh kết quả thực hiện chính sách cạnh tranh của một NHTM.....	10
1.3 HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ TRONG LĨNH VỰC NGÂN HÀNG	11
1.3.1 Toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế	11
1.3.2 Hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng	13
1.3.2.1 Những yêu cầu cơ bản của hội nhập ngân hàng và cạnh tranh quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng	13
1.3.2.2 Tác động của hội nhập đến khả năng cạnh tranh của hệ thống NHTM Việt Nam	15
1.4 KINH NGHIỆM Ở MỘT SỐ NƯỚC	17
1.4.1 Kinh nghiệm của các nước thuộc khối ASEAN	17
1.4.2 Kinh nghiệm của Trung Quốc	18
1.4.3 Bài học rút ra để vận dụng vào hoạt động ngân hàng ở Việt Nam	19
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1	20

Chương 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG VÀ KHẢ NĂNG CẠNH	
TRANH CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM	21
2.1 GIỚI THIỆU CHUNG VỀ NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM	21
2.1.1 Quá trình thành lập và phát triển	21
2.1.2 Cơ cấu tổ chức quản lý	23
2.1.3 Sơ lược về tình hình hoạt động kinh doanh của VIB Bank năm 2006.....	25
2.2 THỰC TRẠNG MÔI TRƯỜNG CẠNH TRANH VÀ NĂNG LỰC	
CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VN.....	32
2.2.1 Môi trường cạnh tranh.....	32
2.2.1.1 Cơ hội.....	32
2.2.1.2 Thách thức.....	34
2.2.2 Năng lực cạnh tranh của hệ thống NHTM Việt Nam.....	35
2.2.2.1 Cạnh tranh về sản phẩm, dịch vụ cung cấp cho khách hàng.....	35
2.2.2.2 Cạnh tranh về giá cả của sản phẩm, dịch vụ.....	37
2.2.2.3 Cạnh tranh thu hút nguồn nhân lực.....	38
2.2.2.4 Cạnh tranh về khả năng tài chính, tăng cường hợp tác, liên doanh, liên kết.....	38
2.3 PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN	
HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM.....	40
2.3.1 Thương hiệu	40
2.3.2 Công nghệ ngân hàng và thông tin	41
2.3.3 Sản phẩm, dịch vụ	42
2.3.4 Giá cả, chất lượng sản phẩm dịch vụ.....	43
2.3.5 Chất lượng nguồn nhân lực	44
2.3.6 Mạng lưới hoạt động	45
2.4 ĐÁNH GIÁ CÁC ĐIỂM MẠNH VÀ ĐIỂM YẾU CỦA NGÂN HÀNG	
TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM	48
2.4.1 Điểm mạnh	48
2.4.1.1 Chiến lược tiếp thị, tạo dựng và phát triển ngân hàng	48
2.4.1.2 Nghiệp vụ tạo lợi thế cạnh tranh của ngân hàng TMCP Quốc Tế	48

2.4.1.3	Nguồn nhân lực.....	49
2.4.1.4	Môi trường làm việc dân chủ, rõ ràng, văn hóa tổ chức được hình thành và phát triển.....	49
2.4.1.5	Hoạt động nghiên cứu và phát triển được chú trọng	52
2.4.1.6	Cấu trúc quản trị điều hành tập trung, quản lý rủi ro và hướng đến KH.....	53
2.4.2	Điểm yếu	54
2.4.2.1	Hạn chế về vốn	54
2.4.2.2	Hoạt động marketing ngân hàng chưa đi vào chiều sâu	55
2.4.2.3	Công nghệ ngân hàng còn tồn tại nhiều hạn chế, hiệu quả chưa cao	55
2.4.2.4	Sản phẩm dịch vụ ngân hàng chưa thực sự tạo ra lợi thế cạnh tranh	55
2.4.2.5	Trình độ nhân viên chưa theo kịp với sự phát triển, chính sách quản lý và phát triển nguồn nhân lực còn hạn chế, công tác đào tạo chưa đáp ứng kịp thời.....	56
2.4.2.6	Chưa chú trọng xây dựng và phát triển thương hiệu.....	57
2.4.2.7	Thị phần kinh doanh còn nhỏ, cơ sở khách hàng chưa bền vững	57
2.4.2.8	Mạng lưới chi nhánh và kênh phân phối chưa rộng và đa dạng	58
	KẾT LUẬN CHƯƠNG 2	60

Chương 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

3.1	QUAN ĐIỂM, ĐỊNH HƯỚNG VÀ LỘ TRÌNH PHÁT TRIỂN CỦA HỆ THỐNG NHTM VN TRONG HỘI NHẬP QUỐC TẾ.....	61
3.1.1	Quan điểm và định hướng của Đảng và Nhà nước về hội nhập quốc tế.....	61
3.1.2	Lộ trình phát triển của các NHTM Việt nam.....	62
3.2	ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2015	62
3.2.1	Mục tiêu phát triển của NHTMCP Quốc tế Việt nam đến năm 2015...	62
3.2.1.1	Cơ sở xây dựng mục tiêu phát triển của NHTMCP Quốc Tế đến năm 2015	63
3.2.1.2	Mục tiêu tổng quát.....	63
3.2.2	Phương châm hành động	64

3.3	QUAN ĐIỂM XÂY DỰNG GIẢI PHÁP	64
3.3.1	Phát huy thế mạnh	64
3.3.2	Tận dụng cơ hội	65
3.4	MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NH TMCP QUỐC TẾ ĐẾN NĂM 2015	65
3.4.1	Những giải pháp thuộc về NHTMCP Quốc tế Việt nam.....	65
3.4.1.1	Tăng cường năng lực tài chính	65
3.4.1.2	Hiện đại hóa công nghệ ngân hàng	66
3.4.1.3	Phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.....	67
3.4.1.4	Đẩy mạnh xây dựng và quảng bá thương hiệu	68
3.4.1.5	Xây dựng chiến lược phát triển khách hàng	69
3.4.1.6	Quản lý và kiểm soát rủi ro tín dụng	70
3.4.1.7	Nâng cao chất lượng và mở rộng hoạt động các dịch vụ ngân hàng	71
3.4.1.8	Xây dựng, nâng cấp cơ sở vật chất, mở rộng mạng lưới hoạt động kinh doanh.....	72
3.4.1.9	Nâng cao thẩm quyền phán quyết và tự chủ do các chi nhánh	73
3.4.2	Kiến nghị đối với Chính phủ và NHNN.....	73
3.4.2.1	Kiến nghị đối với Chính phủ.....	73
3.4.2.2	Kiến nghị đối với NHNN.....	76
	KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	78

KẾT LUẬN

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

CHỮ VIẾT TẮT	NGUYÊN VĂN
NH	Ngân hàng
NHTW	Ngân hàng trung ương
NHTM	Ngân hàng thương mại
NHTMNN	Ngân hàng thương mại nhà nước
NHTMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần
NHNNg	Ngân hàng nước ngoài
NHLD	Ngân hàng liên doanh
TD	Tín dụng
TCTD	Tổ chức tín dụng
VIB Bank	Ngân hàng Thương mại cổ phần Quốc tế
ACB	Ngân hàng Thương mại cổ phần Á châu
Sacombank	Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài gòn thương tín
Techcombank	Ngân hàng Thương mại cổ phần Kỹ thương
Eximbank	Ngân hàng Thương mại cổ phần xuất nhập khẩu
MB	Ngân hàng Thương mại cổ phần Quân đội
VPbank	Ngân hàng Thương mại cổ phần Các doanh nghiệp ngoài quốc doanh
EAB	Ngân hàng Thương mại cổ phần Đông Á
HHB	Ngân hàng Thương mại cổ phần Phát triển nhà Hà nội
WB	Ngân hàng thế giới
WTO	Tổ chức thương mại thế giới
GATS	Hiệp định về thương mại dịch vụ của WTO
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông nam á
AFAS	Hiệp định khung về thương mại dịch vụ của ASEAN
AFTA	Khu vực mậu dịch tự do của ASEAN
APEC	Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương

DVNH	Dịch vụ ngân hàng
TCKT	Tổ chức kinh tế
ATM	Máy rút tiền tự động

DANH MỤC CÁC BẢNG, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

Số hiệu	Mục lục	Nội dung bảng, sơ đồ, biểu đồ	Trang
Biểu số 2.1	2.1.3	Tăng trưởng nguồn vốn huy động của VIB qua các năm	25
Biểu số 2.2	2.1.3	Tăng trưởng tổng nguồn vốn của VIB qua các năm	26
Biểu số 2.3	2.1.3	Cơ cấu nguồn vốn của VIB năm 2006	27
Biểu số 2.4	2.1.3	Tăng trưởng dư nợ tín dụng của VIB qua các năm	28
Biểu số 2.5	2.1.3	Cơ cấu thu dịch vụ của VIB năm 2006	29
Biểu số 2.6	2.1.3	Lợi nhuận trước thuế của VIB qua các năm	31
Biểu số 2.7	2.3	So sánh tổng tài sản giữa các NHTMCP năm 2006	46
Biểu số 2.8	2.3	So sánh vốn điều lệ giữa các NHTMCP năm 2006	46
Biểu số 2.9	2.3	So sánh tổng dư nợ giữa các NHTMCP năm 2006	47
Biểu số 2.10	2.3	So sánh lợi nhuận trước thuế giữa các NHTMCP năm 2006	47
Bảng 2.1	2.1.3	Tăng trưởng dư nợ tín dụng của VIB qua các năm	27
Bảng 2.2	2.2.1	Tốc độ tăng trưởng GDP của nền kinh tế VN qua các năm	32
Sơ đồ	2.1.2	Sơ đồ tổ chức bộ máy quản lý VIB	23

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính thiết thực của đề tài:

Cùng với cải cách kinh tế và mở cửa thị trường, hội nhập kinh tế quốc tế đang ngày càng trở thành tiêu điểm và nhân tố ảnh hưởng quan trọng đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp, của ngành ngân hàng và toàn bộ nền kinh tế. Hội nhập kinh tế quốc tế đã và đang trở thành những xung lực cho quá trình đổi mới và phát triển của nền kinh tế và hội tụ quốc tế tương đồng trên các giác độ thể chế, chính sách; hoạt động và tư duy, nhận thức. Trong xu thế hội nhập tài chính quốc tế, hệ thống ngân hàng không chỉ là huyết mạch trong nội bộ nền kinh tế của một quốc gia mà còn vươn rộng ra phạm vi khu vực và thế giới.

Toàn cầu hóa sẽ đem lại nhiều thuận lợi cũng như cơ hội cho nền kinh tế nói chung và cho ngành ngân hàng nói riêng. Cụ thể trong tiến trình hội nhập các ngân hàng thương mại Việt nam sẽ có nhiều cơ hội trao đổi, hợp tác, tranh thủ nguồn vốn, công nghệ mới, kinh nghiệm về tổ chức quản lý và điều hành của các ngân hàng lớn trên thế giới... Nhưng đi cùng với cơ hội là những thách thức rủi ro mà hệ thống NHTM Việt nam phải đối mặt như năng lực tài chính còn quá thấp so với các ngân hàng thương mại khác trong khu vực và trên thế giới; trình độ quản lý còn hạn chế, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng chưa đa dạng, trình độ công nghệ thấp...điều này cho ta thấy rằng cuộc cạnh tranh trong thời gian tới sẽ rất cam go, quyết liệt, nó đòi hỏi các NHTM Việt nam phải chủ động nhận thức, nỗ lực hết sức để sẵn sàng tham gia quá trình hội nhập và cạnh tranh này để tồn tại và phát triển.

Ngân hàng TMCP Quốc tế Việt nam có quá trình thành lập và phát triển hơn 10 năm, nhưng thực sự chuyên mình và bứt phá khoảng 4 năm trở lại đây. Dựa vào đường lối điều hành đúng đắn, sử dụng rất hiệu quả nguồn lực nội tại và biết nắm bắt các cơ hội từ thị trường của Hội đồng quản trị, ban điều hành và toàn bộ cán bộ nhân viên, vì vậy cho đến nay, ngân hàng TMCP Quốc tế Việt nam có được tốc độ tăng trưởng rất cao trong các năm, được đứng trong top các ngân hàng đứng đầu trong khối ngân hàng TMCP Việt nam.

Tham gia hội nhập, cũng như các ngân hàng TMCP Việt nam khác, Ngân hàng TMCP Quốc tế cũng không tránh khỏi cuộc cạnh tranh gay gắt. Yêu cầu đặt ra là phải đánh giá đúng thực trạng hoạt động của ngân hàng TMCP Việt nam (VIB Bank) hiện tại, tận dụng những cơ hội, phân tích những khó khăn, thách thức để đưa ra những định hướng, giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của VIB Bank trong tiến trình hội nhập kinh tế .

Xuất phát từ lý do trên, tôi chọn đề tài: “**GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ**” , Hy vọng với những kiến thức thực tế của mình trong quá trình kinh doanh tại ngân hàng và những kiến thức nghiên cứu sẽ góp phần giải quyết các vấn đề cấp thiết đang phải đặt ra cho VIB Bank trong hoạt động kinh doanh ở giai đoạn hiện nay và sắp tới.

2. Mục đích nghiên cứu của đề tài:

Mục đích nghiên cứu của đề tài là tập trung vào các nội dung:

- Nghiên cứu một cách khoa học cơ sở lý luận về các hoạt động chính của ngân hàng thương mại, lý luận về hội nhập quốc tế của ngành ngân hàng, lý luận về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại.
- Tìm hiểu và phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh của VIB Bank, phân tích các cơ hội, thách thức và khả năng cạnh tranh mà VIB Bank trong xu thế hội nhập Quốc tế hiện nay.
- Đưa ra các đề xuất, giải pháp góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của VIB Bank trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu của luận văn này là: nghiên cứu về hội nhập quốc tế đối với ngân hàng và cạnh tranh quốc tế trong lĩnh vực kinh doanh ngân hàng; Đánh giá năng lực cạnh tranh của VIBBank với nguồn tài liệu từ báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh của VIB Bank; Đề xuất những giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của VIB Bank trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế.

4. Phương pháp nghiên cứu:

Trong quá trình thực hiện đề tài, tác giả đã sử dụng phương pháp duy vật biện chứng kết hợp với lịch sử, phương pháp so sánh phân tích và phương pháp thống kê để xác định bản chất của vấn đề cần nghiên cứu từ đó đưa ra các biện pháp, đề xuất giải quyết vấn đề.

5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài:

Luận văn dựa trên thực trạng về hoạt động kinh doanh của hệ thống ngân hàng thương mại nói chung và VIBBank nói riêng hiện nay. Qua đó phân tích những cơ hội cần nắm bắt, những khó khăn, những tồn tại, những lợi thế của NHTM khi bước vào hội nhập quốc tế. Dựa trên phân tích thực trạng cộng với các nghiên cứu, lý luận, tư duy của nhiều nhà nghiên cứu, chuyên gia ngân hàng cũng như kinh nghiệm của bản thân và đồng nghiệp trong quá trình làm việc thực tế tại ngân hàng để có thể đưa ra các ý kiến đóng góp phù hợp với thực tế, đảm bảo tuân thủ các nguyên tắc và chuẩn mực kinh doanh cũng như chuẩn mực của xã hội.

6. Kết cấu của luận văn:

Chương 1: Lý luận về cạnh tranh và hội nhập kinh tế quốc tế của hệ thống ngân hàng thương mại Việt nam

Chương 2: Thực trạng hoạt động và khả năng cạnh tranh của ngân hàng TMCP Quốc tế Việt nam

Chương 3: Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng TMCP Quốc Tế Việt nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Chương 1:

LÝ LUẬN VỀ CẠNH TRANH VÀ HỘI NHẬP KINH TẾ KINH TẾ QUỐC TẾ CỦA HỆ THỐNG NHTM VIỆT NAM

1.1 TỔNG QUAN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NHTM:

1.1.1 Khái niệm về NHTM:

Theo Luật các tổ chức tín dụng Việt Nam có quy định: tổ chức tín dụng là doanh nghiệp được thành lập theo quy định của luật các tổ chức tín dụng và các quy định khác của pháp luật để hoạt động ngân hàng.

Ngân hàng là loại hình tổ chức tín dụng (TCTD) thể hiện toàn bộ hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác có liên quan. Ngân hàng là một loại định chế tài chính trung gian mà qua đó các nguồn tiền nhàn rỗi trong xã hội được tập trung lại và chính các nguồn vốn này sẽ được sử dụng nhằm hỗ trợ tài chính cho các thành phần kinh tế trong xã hội với mức lãi suất cao hơn. Ngoài ra, thông qua hoạt động của mình các ngân hàng còn cung cấp các dịch vụ, sản phẩm ngân hàng đa dạng phù hợp nhu cầu của các thành phần kinh tế trong xã hội, từ đó tạo ra lợi nhuận cho ngân hàng.

Ngân hàng thương mại là một doanh nghiệp đặc biệt vì: Hàng hóa quan trọng của ngân hàng là tiền tệ do Nhà nước sử dụng để quản lý nền kinh tế; Vốn tự có của ngân hàng chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng nguồn vốn; Chịu sự chi phối mạnh của chính sách của Nhà nước; Ngân hàng thương mại là một trung gian tín dụng.

1.1.2 Một số hoạt động kinh doanh chính của Ngân hàng thương mại:

- Hoạt động huy động vốn:

Ngân hàng hoạt động với vai trò là người đứng ra tập trung, huy động các nguồn vốn trong toàn xã hội sau đó sử dụng để cung cấp tín dụng cho các đối tượng khách

hàng có nhu cầu để sản xuất kinh doanh, tiêu dùng. Đây là hoạt động rất quan trọng của ngân hàng thương mại vì là hoạt động tập trung hàng hoá kinh doanh cho mình và đối với xã hội thì hoạt động này sẽ giúp tập trung các nguồn lực phân tán trong xã hội thành các nguồn lực mạnh mẽ phục vụ cho nhu cầu phát triển của quốc gia.

- Hoạt động cho vay:

Đây là hoạt động mang lại nguồn hỗ trợ tài chính cho các thành phần trong nền kinh tế. Nhờ hoạt động này mà các khách hàng của ngân hàng có thể thoả mãn nhu cầu tiêu dùng của mình, chuyển các ý tưởng kinh doanh thành hiện thực, mở rộng quy mô kinh doanh cùng với sự gia tăng tài sản cho quốc gia. Thông qua hoạt động cho vay, ngân hàng thương mại có thể thu được lợi nhuận từ phần chênh lệch giữa (lãi suất, phí cho vay) với (lãi suất huy động cộng các chi phí khác).

- Hoạt động thanh toán quốc tế:

Khách hàng khi tham gia quá trình mua bán với các đối tác nước ngoài thông thường sẽ sử dụng các dịch vụ thanh toán quốc tế của ngân hàng như các bảo lãnh của ngân hàng để có thể mua hàng trả chậm từ bạn hàng nước ngoài, ngân hàng cũng tham gia rất nhiều vào các hoạt động thanh toán của các các doanh nghiệp nhằm mang lại các tiện ích an toàn thuận tiện cho khách hàng của mình như các hình thức thanh toán DP, DA, LC...

- Hoạt động kinh doanh ngoại tệ, kinh doanh nguồn vốn:

Đây là hoạt động mua bán các loại ngoại tệ nhằm phục vụ cho mục tiêu thu lợi nhuận từ sự chênh lệch, biến động giá cả của các loại ngoại tệ và mục tiêu phục vụ cho nhu cầu mua bán các loại ngoại tệ của khách hàng để thanh toán nước ngoài hoặc chuyển đổi ngoại tệ thu được thành nội tệ để mua nguyên vật liệu trong nước.

Hoạt động kinh doanh chênh lệch lãi suất của các nguồn vốn, nguyên tắc an toàn chuẩn mực trong việc quản lý các loại gapping trong loại hoạt động kinh doanh này.

- Hoạt động bảo lãnh:

Đây là một hình thức cấp tín dụng cho khách hàng được thực hiện thông qua các cam kết của ngân hàng bằng văn bản về việc sẵn sàng thực hiện nghĩa vụ tài chính thay cho khách hàng của mình khi các khách hàng này không thực hiện đúng các nghĩa vụ đã cam kết với các đối tác.

- Hoạt động chiết khấu thương phiếu và giấy tờ có giá:

Là việc ngân hàng mua lại thương phiếu và giấy tờ có giá của khách hàng, đây là thương phiếu còn trong thời gian hiệu lực. Khách hàng sẽ nhận được số tiền chiết khấu sau khi ngân hàng đã trừ lãi suất chiết khấu (có thể có phí chiết khấu).

- Hoạt động cung cấp dịch vụ:

Mặc dù hoạt động cấp tín dụng là hoạt động truyền thống của các ngân hàng thương mại nhưng do hoạt động này chứa đựng nhiều rủi ro cũng như các hoạt động phòng chống rủi ro tín dụng phức tạp, tốn kém nên các ngân hàng thương mại đang có xu hướng đưa ra ngày càng nhiều các sản phẩm dịch vụ ngân hàng khác nhằm tối đa hoá khả năng thu phí từ khách hàng. Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng có thể kể đến bao gồm: Thẻ ATM; Dịch vụ kiều hối; Dịch vụ chuyển tiền; Dịch vụ thanh toán quốc tế; Dịch vụ quản lý ngân quỹ; Dịch vụ chi hộ lương...

- Hoạt động thuê mua tài chính:

Hoạt động cho thuê mua tài chính là một giao dịch giữa ngân hàng (bên sở hữu tài sản) và khách hàng (bên sử dụng tài sản), ngân hàng chuyển giao tài sản cho khách hàng sử dụng trong một thời gian nhất định và khách hàng phải trả tiền thuê mua cho ngân hàng, trong thời gian này khách hàng được phép tính khấu hao tài sản và đưa vào chi phí hoạt động. Sau thời gian này nếu muốn, khách hàng sẽ được ngân hàng chuyển quyền sở hữu của tài sản này với mức chi phí hợp lý.

- Hoạt động đầu tư: Trong nghiệp vụ này các ngân hàng kinh doanh thu lợi nhuận bằng cách:

+ Góp vốn vào các doanh nghiệp: ngân hàng trực tiếp góp vốn vào các doanh nghiệp và cùng tham gia điều hành sản xuất kinh doanh cùng doanh nghiệp.

+ Mua cổ phiếu của các công ty cổ phần: hoạt động này sẽ càng ngày càng mạnh mẽ khi mà các quy định và hoạt động của thị trường chứng khoán ngày càng rõ ràng, sôi động và thông tin minh bạch.

Nhân xét: Hiện nay, hoạt động của các ngân hàng thương mại là rất đa dạng, đáp ứng được hầu hết các nhu cầu của các khách hàng liên quan đến tài chính. Các ngân hàng thương mại phải không ngừng nghiên cứu, học hỏi để phát triển các sản phẩm dịch vụ của mình cũng như phải có phương pháp quản lý hiệu quả các sản phẩm của mình nhằm đạt lợi nhuận cao nhất cùng với mức rủi ro thấp nhất.

1.2 KHÁI NIỆM VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NHTM.

1.2.1 Khái niệm về cạnh tranh:

Cạnh tranh là một khái niệm được sử dụng rất phổ biến trong lý thuyết kinh tế. Cạnh tranh là một hiện tượng có tính đa dạng và đa nghĩa nên cho đến hiện nay người ta vẫn chưa tìm ra được một định nghĩa thống nhất. Có thể khái quát khái niệm cạnh tranh như sau: *Cạnh tranh là sự ganh đua, đấu tranh gay gắt giữa những người sản xuất, kinh doanh hàng hóa nhằm giành lấy những điều kiện có lợi về sản xuất và tiêu thụ hàng hóa để thu được lợi nhuận cao nhất.*

Cạnh tranh giữa hai hay nhiều chủ thể kinh tế nhằm giành cho mình thị phần lớn hơn trên thị trường. Mặc dù trên thị trường đôi khi vẫn có những tác động tiêu cực không thể phủ nhận, cạnh tranh vẫn luôn giữ vai trò là động lực tăng trưởng, là công cụ giúp nâng cao hiệu quả phân bổ và sử dụng các nguồn lực trong nền kinh tế thị trường.

Xét trên góc độ doanh nghiệp, cạnh tranh luôn được xem là yếu tố kích thích, buộc các doanh nghiệp phải đổi mới, cải tiến công nghệ sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm chi phí. Quy luật đào thải của thị trường thông qua cạnh tranh giúp

chọn lựa được những doanh nghiệp hoạt động hiệu quả nhất trong việc cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho người tiêu dùng.

Xét trên góc độ các quan hệ kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp luôn phải chịu các sức ép của cạnh tranh nên bắt buộc phải mở rộng, tìm kiếm mở rộng thị phần, buộc các doanh nghiệp phải xây dựng và thực hiện các chiến lược kinh doanh cho phép các doanh nghiệp vươn ra thị trường quốc tế.

Ngày nay, hội nhập vào kinh tế khu vực và quốc tế là một hướng đi đúng, tất yếu của một quốc gia, và của các doanh nghiệp. Do vậy, việc chấp nhận cạnh tranh được coi như là một cách tiếp cận sống còn.

1.2.2 Năng lực cạnh tranh:

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh trong việc thoả mãn tốt nhất các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi ngày càng cao hơn. Như vậy, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trước hết phải được tạo ra từ thực lực của doanh nghiệp. Các yếu tố nội hàm của mỗi doanh nghiệp, không chỉ được tính bằng các tiêu chí về công nghệ, tài chính, nhân lực, tổ chức quản trị doanh nghiệp... một cách riêng biệt mà cần đánh giá, so sánh với các đối tác cạnh tranh trong hoạt động trên cùng một lĩnh vực, cùng một thị trường.

Một doanh nghiệp được xem là có sức cạnh tranh khi nó có thể thường xuyên đưa ra các sản phẩm thay thế, mà các sản phẩm này có mức giá thấp hơn so với sản phẩm cùng loại, hoặc bằng cách cung cấp các sản phẩm tương tự với các đặc tính về chất lượng hay dịch vụ ngang bằng hay tốt hơn. Nhìn chung khi xét đến tính cạnh tranh của một doanh nghiệp ta cần phải xét đến tiềm năng sản xuất một loại hàng hóa hay dịch vụ nào đó ở một mức giá ngang bằng hay thấp hơn mức giá phổ biến mà không cần đến các yếu tố trợ giúp

Rất cần phải đánh giá những điểm mạnh và điểm yếu bên trong doanh nghiệp thông qua việc so sánh một cách tương ứng với các đối tác cạnh tranh. Trên cơ sở các

so sánh đó, muốn tạo nên năng lực cạnh tranh, đòi hỏi doanh nghiệp phải tạo lập được lợi thế so sánh với đối tác của mình. Nhờ lợi thế này, doanh nghiệp có thể thỏa mãn tốt hơn các đòi hỏi của khách hàng mục tiêu cũng như lôi kéo được khách hàng của đối tác cạnh tranh. Trên thực tế, không một doanh nghiệp nào có khả năng thỏa mãn đầy đủ tất cả những yêu cầu của khách hàng. Thường thì doanh nghiệp có lợi thế về mặt này và có hạn chế về mặt khác. Vấn đề cơ bản là, doanh nghiệp phải nhận biết được điều này và cố gắng phát huy tốt những điểm mạnh mà mình đang có để đáp ứng tốt nhất những đòi hỏi của khách hàng.

NHTM là loại hình doanh nghiệp nên hoạt động của chúng chắc chắn cũng chịu tác động của quy luật cạnh tranh và các quy luật khác của kinh tế thị trường. Tuy nhiên, do lĩnh vực kinh doanh của NHTM là tiền tệ và các dịch vụ liên quan nên cạnh tranh trong hoạt động ngân hàng có tính đặc thù so với các ngành, các doanh nghiệp khác trong nền kinh tế.

1.2.3 Các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại:

Năng lực cạnh tranh của một NHTM là khả năng tạo ra và sử dụng có hiệu quả các lợi thế so sánh, để giành thắng lợi trong quá trình cạnh tranh với các NHTM khác.

Hiện nay, trên thế giới đã xây dựng hệ thống các chỉ tiêu để đánh giá và xếp hạng năng lực cạnh tranh của các quốc gia, của một ngành ở các nước và các doanh nghiệp trong một ngành. Tuy nhiên, không tồn tại một hệ thống chỉ tiêu nào có thể áp dụng cho mọi quốc gia, mọi ngành và mọi giai đoạn phát triển. Ở nước ta hiện nay chưa có một phương pháp nào được xây dựng đầy đủ và được áp dụng rộng rãi trên thực tế. Vì vậy, qua nghiên cứu lựa chọn từ một số bài viết và trong giới hạn đề tài này xin đưa ra 3 nhóm chỉ tiêu sau đây có thể dựa vào để đánh giá năng lực cạnh tranh của các NHTM Việt Nam.

1.2.3.1 Nhóm các chỉ tiêu cấu thành năng lực cạnh tranh của NHTM:

➤ Các chỉ tiêu đánh giá năng lực quản lý, phát triển nguồn nhân lực:

Vì mang đặc tính là một doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ và là dịch vụ cao cấp nên yếu tố nguồn nhân lực và công nghệ được đánh giá ở mức độ rất quan trọng trong khả năng cạnh tranh. Sự khác biệt về chất lượng của các sản phẩm giữa các ngân hàng thương mại với nhau rất khó phân biệt. Vì chất lượng giao dịch của các nhân viên giao dịch trực tiếp với khách hàng của ngân hàng chính là điểm tạo nên sự khác biệt giữa các ngân hàng, có vai trò quan trọng trong việc tạo nên hình ảnh của ngân hàng đối với khách hàng.

Ngân hàng muốn phát triển, mở rộng hoạt động thì phải có nguồn nhân lực có trình độ tương ứng để quản lý, khai thác và sử dụng hiệu quả công nghệ hiện đại được đổi mới liên tục. Như vậy chất lượng nguồn nhân lực là một nhân tố tạo nên sự khác biệt, đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng.

➤ Các chỉ tiêu đánh giá năng lực công nghệ, trang thiết bị ngân hàng.

Trong thời đại ngày nay, thành bại của nghề kinh doanh tiền tệ phụ thuộc rất lớn vào công nghệ ngân hàng. Đặc biệt, trong điều kiện hội nhập quốc tế hiện nay, khoa học và công nghệ đang phát triển như vũ bão thì NHTM Việt Nam nhất thiết phải đổi mới tài sản và công nghệ một cách nhanh chóng, thậm chí phải đi tắt đón đầu mới đứng vững và nâng cao được năng lực cạnh tranh của mình.

Các trang thiết bị hiện đại cho phép các ngân hàng cung cấp các sản phẩm dịch vụ hiện đại với giá thành hạ, tự động hóa các nghiệp vụ, dịch vụ ngân hàng. Đây là nhân tố quan trọng làm tăng sức mạnh cạnh tranh của ngân hàng. Việc đầu tư vào trang thiết bị hiện đại cũng cho phép các ngân hàng đa dạng hóa hoạt động và các sản phẩm dịch vụ của mình trên cơ sở đó phân tán rủi ro, nâng cao hiệu quả hoạt động.

➤ **Các chỉ tiêu đánh giá năng lực tài chính, mức độ rủi ro hoạt động:**

Cụ thể là khả năng về vốn tự có và chất lượng tài sản có. Vốn tự có gồm giá trị thực có của vốn điều lệ, các quỹ dự trữ, một số tài sản nợ khác của TCTD theo quy định của NHNN. vốn tự có là căn cứ để tính toán các tỷ lệ đảm bảo an toàn trong hoạt động ngân hàng.

Vốn tự có nhỏ so với tổng nguồn vốn hoạt động kinh doanh của 1 ngân hàng. Nhưng nó cho thấy thực lực tài chính, qui mô của Ngân hàng, là niềm tựa, uy tín để huy động các nguồn vốn khác. Là căn cứ để tăng khả năng thực hiện các nghiệp vụ ngân hàng quốc tế, mở rộng mạng lưới, tăng tổng tài sản có rủi ro...

Chất lượng tài sản có được xét trên các khía cạnh: mức độ rủi ro trong các loại tài sản có. Chỉ tiêu nợ quá hạn là một trong những chỉ tiêu cơ bản đánh giá chất lượng hoạt động của NHTM, theo thông lệ quốc tế, tỷ lệ có thể chấp nhận được là từ 3% đến 5%.

➤ **Các chỉ tiêu phản ánh phạm vi, chất lượng sản phẩm-dịch vụ, uy tín, giá trị thương hiệu.**

Trong hệ thống tài chính hiện đại với sự ra đời của nhiều loại hình định chế tài chính phi ngân hàng và sự phát triển của các công cụ tài chính mới sẽ làm thu hẹp các dịch vụ kinh doanh truyền thống của ngân hàng nhưng đồng thời hình thành các nhu cầu về dịch vụ tài chính khác mà ngân hàng có thể tham gia như tư vấn tài chính, bảo lãnh phát hành chứng khoán, thanh toán trong thương mại điện tử, bảo hiểm... Như vậy, nếu ngân hàng chỉ duy trì các dịch vụ truyền thống mà không tham gia vào các dịch vụ tài chính mới sẽ làm cho ngân hàng mất thị trường và gia tăng mức độ rủi ro.

Mặt khác, một ngân hàng có sức cạnh tranh tốt phải biết phân tán rủi ro kinh doanh một cách hợp lý. Vì vậy, các NHTM phải có chiến lược kinh doanh hợp lý, đa dạng hóa hoạt động kinh doanh. Đây là chiến lược phát triển ngân hàng ổn định, vì có

thể phân tán được rủi ro và tạo tiền đề để nâng cao khả năng cạnh tranh trong quá trình hội nhập quốc tế.

Song song với đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ, ngân hàng xây dựng cho mình uy tín, chất lượng dịch vụ, sản phẩm tiện ích cho khách hàng, nỗ lực tạo ra vị thế cạnh tranh đặc thù để nâng cao giá trị thương hiệu, tạo đà phát triển dài hạn.

➤ **Các chỉ tiêu đánh giá năng lực hệ thống và mạng lưới phân phối:**

Mở rộng mạng lưới và tăng cường hệ thống giám sát, hỗ trợ... là yếu tố rất quan trọng trong bối cảnh cạnh tranh giữa các NHTM trên bước đường hội nhập. Tạo được hệ thống để tiếp cận và đáp ứng nhu cầu khách hàng nhanh nhất, tốt nhất, tạo đà mở rộng thị phần hoạt động, tăng năng lực cạnh tranh.

1.2.3.2 Nhóm các chỉ tiêu phản ánh cơ chế, chính sách sử dụng và phát triển các lợi thế so sánh của một NHTM:

Nhóm chỉ tiêu này tập chung vào việc quản trị điều hành, xây dựng và vận hành các cơ chế chính sách để khai thác hiệu quả cao nhất các nguồn lực hiện có và phát huy được các lợi thế so sánh của một NHTM.

Quản trị kinh doanh được xem là quá trình tác động liên tục, có tổ chức, có hướng đích của doanh nghiệp lên tập thể những người lao động trong doanh nghiệp, sử dụng một cách tốt nhất mọi tiềm năng và cơ hội để thực hiện một cách tốt nhất mọi hoạt động sản xuất – kinh doanh của doanh nghiệp nhằm đạt được mục tiêu đề ra theo đúng luật định và thông lệ xã hội.

Các ngân hàng lớn trên thế giới với kinh nghiệm phát triển lâu đời nên đã từng bước xây dựng được năng lực quản trị tốt. Còn hệ thống ngân hàng Việt Nam chỉ mới được thành lập và phát triển trong khoảng thời gian hơn 50 năm nên kinh nghiệm về quản trị còn yếu. Vì vậy, vấn đề quan trọng đặt ra cho hệ thống ngân hàng Việt Nam hiện nay là phải nhanh chóng tiếp cận, học hỏi nâng cao năng lực quản trị, điều hành để từng bước tạo dựng được phong cách quản trị chuyên nghiệp, khoa học.

Kết quả của quản trị điều hành, đưa ra và vận hành các cơ chế chính sách thể hiện cụ thể ở các chỉ tiêu sau:

- + Các chỉ tiêu phản ánh hiệu lực và hiệu quả của chính sách phát triển và sử dụng hợp lý nguồn nhân lực.
- + Các chỉ tiêu phản ánh hiệu lực, hiệu quả và mức độ an toàn của chính sách phát triển công nghệ ngân hàng.
- + Các chỉ tiêu phản ánh hiệu lực và hiệu quả của chính sách phát triển và sử dụng hợp lý năng lực tài chính
- + Các chỉ tiêu phản ánh hiệu lực và hiệu quả của chính sách phát triển và sử dụng hợp lý hệ thống phân phối sản phẩm – dịch vụ.
- + Các chỉ tiêu phản ánh hiệu lực và hiệu quả của chính sách phát triển và sử dụng hợp lý giá trị thương hiệu.

1.2.3.3 Nhóm các chỉ tiêu phản ánh kết quả thực hiện chính sách cạnh tranh của một NHTM:

Từ nguồn lực thực có của doanh nghiệp, cùng với việc quản trị điều hành đưa ra các chính sách cơ chế khai thác sử dụng nguồn lực để tạo ra kết quả hoạt động của một NHTM cũng là kết thúc của quá trình cạnh tranh trong từng giai đoạn.

Kết quả cuối cùng sẽ là nhân tố quan trọng để đánh giá hiệu quả hoạt động và kết quả của cạnh tranh của mỗi ngân hàng trong từng giai đoạn, nó được thể hiện ở các chỉ tiêu sau:

- + Mức độ tăng trưởng của Tài sản, thị phần tăng thêm hoặc tỷ lệ tăng thêm khách hàng: thể hiện cụ thể ở mức tăng của tổng tài sản, mức tăng thị phần trong huy động vốn, cho vay và thu dịch vụ so với các năm trước và với toàn hệ thống NHTM....
- + Khả năng sinh lời: thể hiện ở một nhóm các chỉ số để đánh giá như

Chỉ số lợi nhuận ròng trên tài sản có (ROA: return on asset)

Chỉ số lợi nhuận ròng trên vốn tự có (ROE : return on equity)

- + Tỷ trọng thu nhập từ các sản phẩm dịch vụ mới trong tổng thu nhập của NHTM.
- + Thu nhập tăng thêm nhờ các biện pháp cạnh tranh.

Tóm lại: để nâng cao năng lực cạnh tranh của NHTM trong tiến trình hội nhập, trước hết mỗi ngân hàng cần hiểu rõ yêu cầu của hội nhập đối với ngành ngân hàng, đối với hoạt động kinh doanh của từng ngân hàng, để từ đó, thông qua phương pháp so sánh trực tiếp các yếu tố nêu trên để đánh giá hiện trạng năng lực cạnh tranh, từ đó có giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh.

1.3 HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ TRONG LĨNH VỰC NGÂN HÀNG:

1.3.1 Toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế:

Toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế là một xu thế phát triển của thế giới, làn sóng toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế đã diễn ra với tốc độ rất nhanh không những ở các nước phát triển mà ở cả các nước đang phát triển.

Toàn cầu hóa được hiểu trong bối cảnh hiện nay là toàn cầu hoá ở cấp độ quốc tế hoá kinh tế đã và đang phát triển trên qui mô toàn cầu, được diễn ra một cách khách quan theo hai quá trình song song là tự do hoá kinh tế và hội nhập quốc tế. Có thể điểm qua một số thiết chế quản trị toàn cầu nổi bật đã hình thành và đang đóng vai trò phi biên giới rất rõ rệt trong lĩnh vực kinh tế - xã hội quốc tế như: Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF), Ngân hàng thanh toán quốc tế (BIS), Ngân hàng thế giới (WB), Tổ chức thương mại thế giới (WTO), Chương trình môi trường của Liên hợp quốc (UNEP), Tổ chức Y tế thế giới (WHO)... Cái đích cuối cùng mà toàn cầu hoá sẽ vận động tới chính là tạo nên một nền kinh tế toàn cầu thống nhất không còn biên giới quốc gia về kinh tế, gia tăng tốc độ của tiến bộ khoa học và công nghệ... quá trình này chính là các nhân tố thúc đẩy cạnh tranh kinh tế giữa các chủ thể kinh tế ở cả tầm quốc gia, khu vực và quốc tế.

Thực tiễn cho thấy, hội nhập đã ngày càng gây áp lực buộc các quốc gia, các doanh nghiệp phải nỗ lực để vượt trội nếu muốn tiếp tục tồn tại và phát triển. Điều đó cho thấy hội nhập và toàn cầu hóa là nguyên nhân khách quan đòi hỏi các chủ thể kinh tế ngày càng phải nâng cao năng lực cạnh tranh.

Việt nam đang trong tiến trình hội nhập với khu vực và thế giới được đánh dấu bởi những sự kiện lịch sử quan trọng:

- Gia nhập hiệp hội các nước Đông Nam Á (ASEAN) tháng 7/1995.
- Tham gia khu vực mậu dịch tự do (AFTA) tháng 12/1995 và ký hiệp định ưu đãi về thuế quan, có hiệu lực chung (CEPT) giữa các nước ASEAN.
- Thành viên chính thức diễn đàn hợp tác kinh tế Châu á - Thái bình dương (APEC) tháng 11/1998.
- Ký kết hiệp định thương mại Việt Mỹ (BTA) 13/07/2000 có hiệu lực từ tháng 12/2001.
- Gia nhập tổ chức thương mại thế giới (WTO) vào tháng 11/2006.

Toàn cầu hóa kinh tế biểu hiện chủ yếu ở những mặt sau :

- Phân công lao động quốc tế với tư cách là cơ sở của nhất thể hóa kinh tế thế giới phát triển không ngừng. Thương mại quốc tế phát triển nhanh chóng, gắn bó chặt chẽ với nền kinh tế thế giới.
- Tốc độ lưu thông của các yếu tố sản xuất như vốn, kỹ thuật, lao động quốc tế tăng lên làm tăng sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các nền kinh tế trên thế giới.
- Các công ty xuyên quốc gia phát triển nhanh chóng kết nối nền kinh tế thế giới thành một chỉnh thể thống nhất, chi phối hoạt động kinh doanh và đối ngoại vượt khỏi biên giới quốc gia.

- Cơ chế điều hòa hoạt động kinh tế và thương mại thế giới ngày càng hoàn thiện, vai trò và quyền lực của các tổ chức giám sát và điều hòa kinh tế thế giới ngày càng thể hiện rõ nét.
- Xu thế phát triển công nghiệp, thương mại, công nghệ thông tin dẫn đến việc tranh giành vị trí thống trị của một số nền kinh tế, làm cho nạn khủng bố xảy ra trên toàn cầu, đòi hỏi mỗi quốc gia cần phải chủ động và phối hợp trong việc giữ gìn an ninh chung.

Về phương diện vĩ mô, việc mở cửa nền kinh tế theo hướng hội nhập quốc tế có thể đem lại cho một quốc gia nhiều lợi ích về nguồn lực, công nghệ, kinh nghiệm, đặc biệt là nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực tài chính. Nhưng mặt khác, cạnh tranh và hội nhập cũng đặt ra yêu cầu về nâng cao quản lý Nhà nước nhằm giảm thiểu, hạn chế rủi ro (khủng bố, bất ổn kinh tế...) nhằm tối đa hóa lợi ích của cạnh tranh và hội nhập quốc tế.

1.3.2 Hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng:

Hội nhập kinh tế quốc tế về ngân hàng là sự mở cửa hoạt động ngân hàng giữa nền kinh tế nội địa với nền tài chính tiền tệ khu vực và thế giới khiến cho hoạt động của hệ thống ngân hàng trong nước hội nhập với các ngân hàng trên thế giới.

Sự mở cửa cho hội nhập quốc tế về ngân hàng được đo lường bằng mức độ tự do hoá tài chính - tiền tệ, tín dụng và ngân hàng, mức độ dỡ bỏ các giới hạn, rào chắn ngăn cách với hệ thống tài chính ngân hàng cửa khu vực và thế giới.

Hội nhập kinh tế quốc tế về ngân hàng là quá trình vận động để đưa toàn bộ hệ thống ngân hàng trong nước hội nhập với hệ thống ngân hàng trên thế giới phù hợp với hệ thống luật pháp và thông lệ quốc tế về lĩnh vực ngân hàng không còn một ranh giới rõ rệt giữa hệ thống ngân hàng nội địa với ngân hàng thế giới.

1.3.2.1 Những yêu cầu cơ bản của hội nhập ngân hàng và cạnh tranh quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng:

*** Theo hiệp định thương mại Việt Mỹ:**

Phía Việt nam cam kết dỡ bỏ mọi hạn chế và dành cho phía Hoa kỳ các quyền bình đẳng về lĩnh vực kinh doanh tiền tệ, tín dụng, ngân hàng trên nguyên tắc đối xử tối huệ quốc và đối xử quốc gia với lộ trình dỡ bỏ dần các hạn chế đến năm 2008. Gồm 6 yêu cầu:

- Không hạn chế số lượng nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng.
- Không hạn chế về tổng giá trị các giao dịch về dịch vụ hay giá trị tài sản.
- Không hạn chế về tổng các hoạt động tác nghiệp hay tổng số lượng dịch vụ ngân hàng.
- Không hạn chế về thể nhân được tuyển dụng của các tổ chức tài chính nước ngoài.
- Không có các biện pháp hạn chế hay yêu cầu phải mang một hình thức pháp nhân nào cụ thể để một nhà cung cấp dịch vụ cung ứng dịch vụ.
- Không hạn chế việc tham gia góp vốn của bên nước ngoài dưới hình thức tỷ lệ phần trăm tối đa vốn cổ phần nước ngoài hoặc tổng giá trị từng khoản đầu tư hoặc tổng số đầu tư.

*** Một số cam kết chủ yếu trong lĩnh vực NH khi Việt nam gia nhập WTO:**

- Các TCTD nước ngoài được thiết lập hiện diện thương mại tại Việt Nam dưới các hình thức như văn phòng đại diện, chi nhánh NHNNg, NHLĐ, ngân hàng 100% vốn nước ngoài; công ty tài chính liên doanh và 100% vốn nước ngoài, công ty cho thuê tài chính liên doanh và 100% vốn nước ngoài. Kể từ ngày 01/04/2007, ngân hàng 100% vốn nước ngoài được phép thành lập tại Việt Nam
- Các TCTD nước ngoài hoạt động tại Việt Nam được phép cung ứng hầu hết các loại hình dịch vụ ngân hàng theo mô tả trong Phụ lục về dịch vụ tài chính ngân hàng kèm theo Hiệp định GATS.

- Các chi nhánh NHNNg được nhận tiền gửi VNĐ không giới hạn từ các pháp nhân. Việc huy động tiền gửi VNĐ từ các thể nhân Việt Nam sẽ được nới lỏng trong vòng 5 năm theo lộ trình cam kết.
- Chi nhánh NHNNg không được phép mở các điểm giao dịch ngoài trụ sở chi nhánh, nhưng được giành đối xử quốc gia và đối xử tối huệ quốc đầy đủ trong việc thiết lập và vận hành hoạt động các máy rút tiền tự động;
- Các TCTD nước ngoài sẽ được phép phát hành thẻ tín dụng trên cơ sở đối xử quốc gia kể từ khi Việt Nam gia nhập WTO;
- Một NHTM nước ngoài có thể đồng thời mở một ngân hàng con và các chi nhánh hoạt động tại Việt Nam.
- Các NHNNg có thể tham gia góp vốn liên doanh với đối tác Việt Nam với tỷ lệ góp vốn không vượt quá 50% vốn điều lệ của NHLĐ; Tổng mức góp vốn mua cổ phần của các tổ chức, cá nhân nước ngoài tại từng NHTMCP của Việt Nam không được vượt quá 30% vốn điều lệ của ngân hàng đó, trừ khi pháp luật Việt Nam có qui định khác hoặc được sự chấp thuận của cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam;
- Để thu hút được các ngân hàng lớn, có uy tín vào hoạt động tại thị trường Việt Nam, trong cam kết cũng đã đưa ra yêu cầu về tổng tài sản có đối với tổ chức tín dụng nước ngoài muốn thành lập hiện diện thương mại tại Việt Nam (cam kết này cũng đã được thể chế hoá trong Nghị định số 22 ban hành ngày 28/02/2006).

1.3.2.2 Tác động của hội nhập đến khả năng cạnh tranh của hệ thống NHTM Việt Nam.

Hội nhập thực chất là đấu tranh để giành lại thị trường hàng hóa, vốn, công nghệ nhằm tận dụng các tiềm năng bên ngoài, kết hợp với việc khai thác tối đa nội lực nhằm không ngừng nâng cao sức mạnh tiềm lực kinh tế của quốc gia.

*** Hội nhập quốc tế trong lĩnh vực NH sẽ mang lại nhiều lợi ích to lớn, như:**

- Việt Nam có cơ hội để tăng cường sức mạnh, phát triển hệ thống ngân hàng trên các lĩnh vực như vốn, kinh nghiệm, quản lý, điều hành hiện đại hóa công nghệ và tăng cường các dịch vụ ngân hàng mới; qua đó, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng hiện đại cho một nền kinh tế mở.
- Hội nhập quốc tế về ngân hàng là cơ sở và tiền đề quan trọng cho việc hội nhập quốc tế về thương mại và dịch vụ, đầu tư và các loại hình dịch vụ khác. Nó cũng tạo điều kiện khơi thông các kênh luân chuyển vốn từ bên ngoài vào thị trường Việt Nam. Đồng thời cũng tạo điều kiện cho các NHTM, các tập đoàn kinh tế Việt Nam đầu tư ra nước ngoài, qua đó nâng cao vị thế quốc tế của ngân hàng Việt Nam trong các giao dịch tài chính quốc tế.
- Hội nhập quốc tế cùng với việc áp dụng các chuẩn mực quốc tế trong hoạt động ngân hàng sẽ nâng cao được tính minh bạch và hiệu quả của toàn hệ thống, qua đó góp phần quan trọng vào việc ổn định kinh tế vĩ mô.
- Hội nhập quốc tế sẽ tạo động lực thúc đẩy quá trình cải cách ngân hàng Việt Nam, kiện toàn hệ thống văn bản pháp luật nói chung và của ngành ngân hàng nói riêng. Bên cạnh đó, sự tăng trưởng kinh tế trong nước cùng với sự gia tăng về quy mô hoạt động của các NHNN sẽ làm cho thị trường hấp dẫn hơn, thu hút nhiều hơn vốn đầu tư của nước ngoài, nhờ đó thị trường tài chính Việt Nam sẽ phát triển mạnh mẽ hơn.

*** Tuy nhiên, hội nhập cũng đồng nghĩa với việc chấp nhận những thách thức và rủi ro:**

- Mở cửa hội nhập quốc tế về ngân hàng là chấp nhận cơ chế cạnh tranh khốc liệt. Do xuất phát điểm thấp về chất lượng dịch vụ, khả năng hạn chế về nguồn vốn, kinh nghiệm cũng như công nghệ của các NHTM Việt Nam vì thế sự cạnh tranh mạnh mẽ từ phía các NHNNg có thể làm cho các ngân hàng trong nước ít có cơ hội phát triển,

thậm chí có thể phá sản nếu không biết cách tận dụng các lợi thế và khắc phục các hạn chế trên.

- Hệ thống ngân hàng Việt Nam qua nhiều năm hoạt động vẫn còn mang nặng tư tưởng được nhà nước bao cấp, cơ chế hành chính xin cho. Để thoát khỏi cơ chế này đòi hỏi một quá trình cải cách, đổi mới kiên quyết và sự nỗ lực của hệ thống ngân hàng. Do vậy, cần một thời gian để đổi mới một cách căn bản cơ chế và hệ thống quản lý ngân hàng theo hướng chấp nhận ngày càng cao xu thế tất yếu của hội nhập.
- Mức độ rủi ro cao hơn, nhất là rủi ro quốc tế. Mở cửa hội nhập quốc tế về ngân hàng có nghĩa là gia tăng sự giao dịch với bên ngoài với quy mô ngày càng lớn, do vậy càng nhiều rủi ro hơn. Việc mở cửa và tiến tới tự do hóa trong lĩnh vực dịch vụ ngân hàng ở Việt Nam cùng với sự phát triển các hoạt động của tổ chức tín dụng nước ngoài tại Việt Nam đặt ra các thách thức về mặt điều hành, quản lý và giám sát của NHNN.
- Một hệ quả tất yếu về mặt xã hội do hội nhập quốc tế là thất nghiệp. Việc mở cửa thị trường, chấp nhận cạnh tranh sẽ dẫn đến phải cắt giảm chi phí, nhất là chi phí quản lý và giảm biên chế. Ngoài ra, hội nhập cho phép tiến cận với những công nghệ hiện đại song lại phải giải quyết mâu thuẫn giữa trình độ yếu kém của đội ngũ cán bộ với công nghệ khoa học tiên tiến.

1.4 KINH NGHIỆM Ở MỘT SỐ NƯỚC

1.4.1 Kinh nghiệm của các nước thuộc khối ASEAN

Xu hướng nâng cao năng lực cạnh tranh của các NHTM ở các nước Đông Nam Á là:

- Sáp nhập, hợp nhất hoặc mua lại ngân hàng để tăng sức cạnh tranh (Malaysia, Thái Lan); Cơ cấu lại tài sản, thành lập các công ty quản lý tài sản để thu hồi nợ tồn đọng; Giảm chi phí hoạt động.

- Đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ: Các dịch vụ ngân hàng điện tử phát triển nhanh tại Thái Lan; Các công ty quản lý quỹ và ngân hàng INTERNET phát triển mạnh tại Singapore, hiện nay người dân Singapore có 3,6 tỷ USD tài sản được ủy thác cho các tổ chức tài chính quản lý.
- Tại Indonesia: Tập trung cho việc hiện đại hóa ngân hàng, hàng loạt các biện pháp được áp dụng để chuyển sự độc quyền của một nhóm ngân hàng được nhà nước bảo hộ sang mô hình cạnh tranh rộng rãi và bình đẳng. Trong môi trường cạnh tranh ấy buộc các ngân hàng công phải đổi mới, cải tiến dịch vụ, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao năng lực điều hành, khả năng tiếp thị... kết quả của sự đổi mới là sự lớn mạnh của hệ thống ngân hàng hiện đại.

Nhìn chung, hệ thống tiền tệ ngân hàng của các nước ASEAN đang phát triển với tốc độ cao.

1.4.2 Kinh nghiệm của Trung Quốc

Những vấn đề mà các ngân hàng Trung Quốc đang gặp phải:

- Thiếu vốn, dư thừa lao động, thiếu minh bạch và các núi nợ khó đòi.
- Quá trình cải cách đang tiến hành nhưng không mấy suôn sẻ.
- Hầu hết hoạt động của ngân hàng Trung Quốc đều xoay quanh 4 ngân hàng quốc doanh, 4 ngân hàng này nắm giữ tới 70% tài sản của toàn hệ thống ngân hàng. Các khoản nợ khó đòi là vấn đề đáng lo ngại nhất đối với ngân hàng quốc doanh Trung Quốc.

Trước thực tế này, NHTW Trung Quốc đã chỉ thị:

- Hoạt động của các ngân hàng quốc doanh cần thương mại và cạnh tranh hơn nữa, dừng ngay việc cho vay các doanh nghiệp nhà nước thiếu vốn nhưng làm ăn thua lỗ.

- Các ngân hàng nước ngoài hoạt động tại Trung Quốc cũng được khuyến cáo không nên trông đợi vào những cam kết không rõ ràng của chính phủ về việc hoàn nợ thay cho các công ty Trung Quốc.
- Thành lập 4 công ty quản lý tài sản nhằm mua lại các khoản nợ khó đòi của các ngân hàng quốc doanh.
- Cơ cấu lại các ngân hàng để tiến hành tư nhân hóa (đang tiến hành cổ phần hóa 02 ngân hàng thương mại quốc doanh).

Các nhà phân tích cho rằng những giải pháp của Chính phủ Trung Quốc đối với vấn đề của hệ thống ngân hàng quốc doanh mới chỉ giải quyết những “triệu chứng” của “căn bệnh” mà chưa nhằm vào những nguyên nhân gốc rễ. Chừng nào chính phủ còn coi các ngân hàng như các tổ chức chính sách của mình chứ không phải các thực thể của kinh tế thị trường thì công việc cải cách ngân hàng sẽ không thể nào phát huy tác dụng tối đa.

1.4.3 Bài học rút ra để vận dụng vào hoạt động ngân hàng ở Việt Nam

Từ thực tiễn hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam trong hơn 15 năm qua và kinh nghiệm về nâng cao năng lực cạnh tranh của một số NHTM các nước, chúng ta rút ra một số bài học kinh nghiệm về nâng cao năng lực cạnh tranh cho NHTM trong xu thế hội nhập:

- Muốn hội nhập thành công, NHTM phải không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.
- Các yếu tố về nguồn lực đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng. Chính vì vậy mà các giải pháp sáp nhập, hợp nhất, mua lại thường được các ngân hàng lớn sử dụng nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh và chiếm lĩnh thị trường một cách nhanh chóng. Các ngân hàng của các nước đang phát triển và chuyển đổi kinh tế thì đang cơ cấu lại ngân hàng nhằm tạo ra một hình ảnh ngân hàng lành mạnh hơn và tăng cường các yếu tố nguồn lực của ngân hàng.

- Năng lực quản trị, điều hành ngân hàng là yếu tố quyết định nhất đến việc duy trì năng lực cạnh tranh của ngân hàng.
- Việc mở cửa thị trường trong nước cho các ngân hàng nước ngoài vừa tạo môi trường cạnh tranh làm động lực cho các ngân hàng trong nước phát triển nhưng các NHTM Việt Nam sẽ tăng nguy cơ rủi ro do phải cạnh tranh với đối thủ có công nghệ, nguồn vốn dồi dào và kinh nghiệm trên thị trường quốc tế.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Hội nhập quốc tế là một xu thế khách quan, mang lại những cơ hội và nhiều thách thức đối với tất cả các quốc gia, các ngành kinh tế. Đặc biệt là nước có xuất phát điểm thấp như Việt Nam khi tham gia hội nhập vào nền kinh tế quốc tế thì việc nâng cao năng lực cạnh tranh có ý nghĩa sống còn đối với nền kinh tế nói chung và các doanh nghiệp nói riêng.

Nâng cao năng lực cạnh tranh là một tất yếu đối với các NHTM Việt Nam trong xu thế hội nhập và mở cửa hiện nay nhằm đứng vững và chiến thắng trong cạnh tranh. Các tác động tích cực của hoạt động cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng dẫn đến sự phát triển chung của nền sản xuất xã hội, nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế.

Trong Chương I của luận văn đã đề cập đến các khái niệm về cạnh tranh, năng lực cạnh tranh, những tiêu chí để đánh giá năng lực cạnh tranh của một NHTM, hội nhập, cũng như khả năng cạnh tranh của các NHTM Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa thị trường tài chính. Đồng thời chương I cũng hệ thống hóa các đặc điểm hoạt động của các NHTM trong bối cảnh toàn cầu hóa, từ đó làm tiền đề để phân tích các hoạt động của NHTM Việt Nam hiện nay ở chương II.

Chương 2:**THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG VÀ KHẢ NĂNG CẠNH TRANH
CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM****2.1 GIỚI THIỆU CHUNG VỀ NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM****2.1.1 Quá trình thành lập và phát triển**

Ngân hàng TMCP Quốc Tế Việt Nam, (tên gọi tắt là Ngân hàng Quốc Tế - VIB Bank) được thành lập theo Quyết định số 22/QĐ/NH5 ngày 25/01/1996 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

Cổ đông sáng lập Ngân hàng Quốc Tế bao gồm các cá nhân và các doanh nhân hoạt động thành đạt tại Việt Nam, trên trường quốc tế, Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam.

Ngân hàng Quốc Tế hoạt động trên 3 lĩnh vực chủ yếu là Dịch vụ Ngân hàng Doanh nghiệp, Dịch vụ Ngân hàng Cá nhân và Dịch vụ Ngân hàng định chế. Cơ cấu quản lý hệ thống của Ngân hàng Quốc Tế được xây dựng theo hướng tập trung đảm bảo tính đồng nhất về chất lượng dịch vụ và quản lý rủi ro hiệu quả.

Kể từ khi thành lập với số vốn điều lệ ban đầu là 50 tỷ VND, đến 31/12/2006 vốn điều lệ là 1.000 tỷ đồng, hiện nay vốn điều lệ của Ngân hàng Quốc Tế đạt mức 1.500 tỷ đồng, tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm đạt 190%. Tổng tài sản đạt trên 16.500 tỷ đồng, tăng 185% so với thời điểm cuối năm 2005. Lợi nhuận trước thuế đạt trên 200 tỷ đồng, tăng 110% so với năm 2005. Tỷ lệ về khả năng chi trả luôn lớn hơn 1, tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu luôn lớn hơn 8%.

Đến 12/2007 vốn điều lệ của Ngân hàng Quốc tế sẽ tăng lên 2.000 tỷ đồng, dự kiến đến quý I năm 2008 vốn điều lệ sẽ đạt mức 2.500 tỷ đồng. Hội sở của Ngân hàng

Quốc tế đặt tại số 64-68 Lý Thường Kiệt, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội, hiện Ngân hàng Quốc Tế có trên 82 đơn vị kinh doanh đặt tại 23 tỉnh, thành phố. Mạng lưới đại lý cũng không ngừng được mở rộng với 2.000 ngân hàng đại lý trên 65 quốc gia trên thế giới. Sau hơn 10 năm đi vào hoạt động, Ngân hàng Quốc Tế đã tạo dựng được tên tuổi và từng bước khẳng định uy tín của mình trên thị trường.

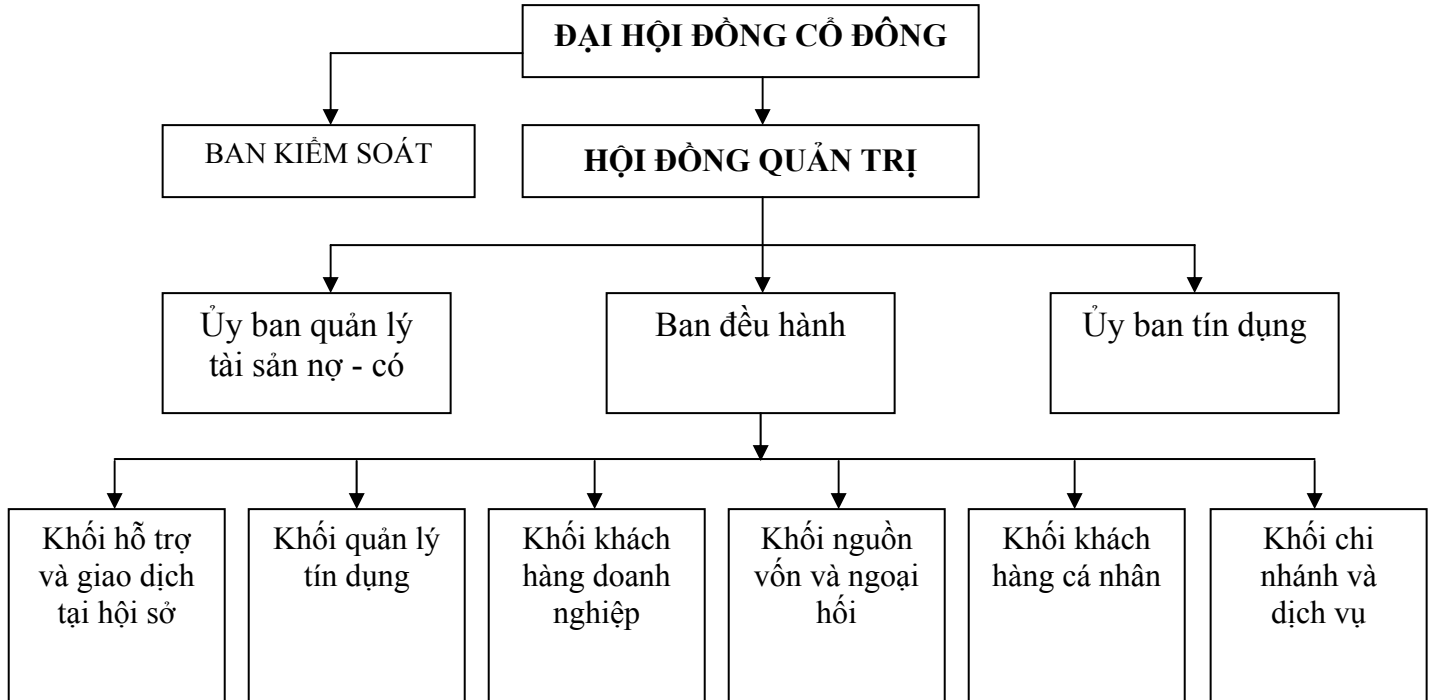
Nguồn lực quản lý và hoạt động không ngừng được tăng cường với việc bổ nhiệm nhiều chuyên gia giàu kinh nghiệm trong các lĩnh vực tài chính ngân hàng và đội ngũ nhân viên kinh nghiệm, giàu nhiệt huyết. Với số nhân sự 23 thành viên khi mới thành lập ngân hàng vào năm 1996, đến nay số nhân viên của ngân hàng đã lên đến hơn 1.650 người.

Thời gian qua, nỗ lực tự đổi mới của Hội đồng quản trị và Ban điều hành Ngân hàng Quốc Tế đã tạo nên những bước chuyển biến quan trọng nhằm tạo lập cơ chế hoạt động phù hợp – là nền tảng vững chắc cho sự bứt phá trong giai đoạn phát triển lên tầm cao mới. Đề án tái cơ cấu tổ chức kinh doanh được triển khai tích cực, triệt để và bước đầu chứng minh sự vận hành hiệu quả, mềm dẻo và linh hoạt. Kết quả khả quan này cho thấy VIB Bank đã và đang vững tiến nhằm đạt đến mục tiêu trở thành một trong những ngân hàng dẫn đầu trên thị trường ngân hàng cổ phần, cung cấp dịch vụ đa năng cho khách hàng trọng tâm tại các vùng kinh tế phát triển của Việt Nam.

Phương châm “Luôn gia tăng giá trị cho bạn!” của Ngân hàng Quốc Tế được xây dựng dựa trên chất lượng dịch vụ tiêu chuẩn cao, phát triển hoạt động an toàn và bền vững nhằm không ngừng mang lại lợi ích gia tăng cho khách hàng, đối tác, cán bộ nhân viên ngân hàng và các cổ đông.

2.1.2 Cơ cấu tổ chức quản lý:

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC BỘ MÁY QUẢN LÝ NGÂN HÀNG QUỐC TẾ



Cơ cấu tổ chức quản lý của Ngân hàng Quốc Tế được xây dựng theo mô hình quản lý khối gồm:

➤ **Hội Đồng Quản Trị:** gồm 1 Chủ tịch Hội đồng quản trị và 4 ủy viên.

Hàng năm, hội đồng quản trị xem xét và điều chỉnh các kế hoạch kinh doanh mang tính chất chiến lược trung và dài hạn đảm bảo cho định hướng kinh doanh của ngân hàng luôn phù hợp với diễn biến thị trường. Hội đồng quản trị phê duyệt ngân sách hoạt động hàng năm cho ngân hàng, kiểm soát định kỳ kết quả kinh doanh của ngân hàng, kiểm soát việc sử dụng ngân sách và các kế hoạch hành động của ban điều hành.

Hội đồng quản trị đặt ra các quy định, các chính sách về quản lý rủi ro tín dụng và một số lĩnh vực kinh doanh quan trọng khác.

➤ **Ban Kiểm Soát:** Gồm 3 thành viên, do Đại hội đồng cổ đông bầu ra.

Ban kiểm soát thực hiện kiểm tra thường xuyên hoạt động tài chính, giám sát việc chấp hành chế độ hạch toán, hoạt động của hệ thống kiểm tra và kiểm toán nội bộ của ngân hàng.

Ban kiểm soát báo cáo đại hội cổ đông về tính chính xác, trung thực và hợp pháp của các chứng từ, sổ sách kế toán, báo cáo tài chính và hoạt động của hệ thống kiểm tra kiểm soát nội bộ.

➤ **Ủy Ban Quản Lý Tài Sản Nợ – Có (Ủy Ban ALCO):** gồm 5 thành viên

Ủy Ban ALCO có chức năng quản lý Bảng cân đối kế toán của ngân hàng phù hợp với chính sách phát triển của ngân hàng, quản lý rủi ro thanh khoản và rủi ro thị trường; tối đa hóa thu nhập của ngân hàng, gia tăng giá trị cho các cổ đông; đảm bảo sự tuân thủ các chính sách pháp luật về tỷ lệ an toàn trong hoạt động.

Các chính sách rủi ro thanh khoản và rủi ro thị trường do Ủy Ban ALCO chỉ đạo xây dựng, phê duyệt và giám sát thực hiện có tính chất sống còn đối với sự tồn tại, phát triển của Ngân hàng.

➤ **Ủy Ban Tín dụng:**

Ủy ban tín dụng phê duyệt định hướng và cơ cấu dư nợ của toàn hệ thống Ngân hàng Quốc Tế theo mặt hàng, lĩnh vực, ngành nghề, địa bàn kinh doanh; quyết định chính sách tín dụng gồm cả chính sách khách hàng dựa trên nguyên tắc về rủi ro, tăng trưởng và lợi nhuận cho ngân hàng; thông qua chính sách về lãi suất cho vay và các loại phí; quyết định các chính sách dự phòng rủi ro tín dụng và phê duyệt các khoản đầu tư tín dụng

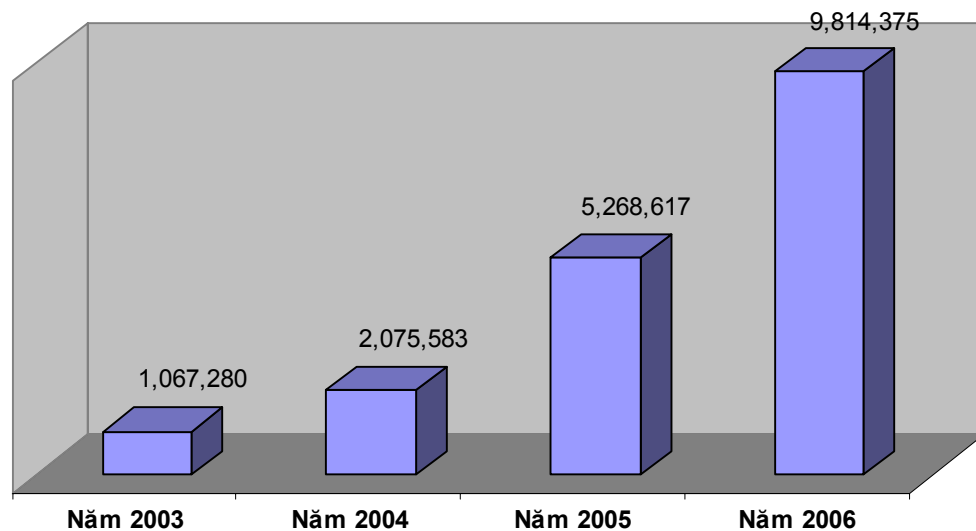
- **Ban điều hành:** gồm có các thành viên sau:
- Tổng Giám đốc kiêm Giám đốc Khối khách hàng doanh nghiệp, Khối hỗ trợ và giao dịch
 - Phó Tổng Giám đốc – Giám đốc Khối nguồn vốn và ngoại hối
 - Phó Tổng Giám đốc – Giám đốc Khối Khách hàng cá nhân
 - Phó Tổng Giám đốc – Giám đốc Khối quản lý tín dụng
 - Phó Tổng Giám đốc – Giám đốc Khối chi nhánh và dịch vụ

2.1.3 Sơ lược về tình hình hoạt động kinh doanh của VIB Bank:

❖ **Hoạt động nguồn vốn:**

Biểu số 2.1: Tăng trưởng nguồn vốn huy động qua các năm

Đơn vị tính: triệu đồng



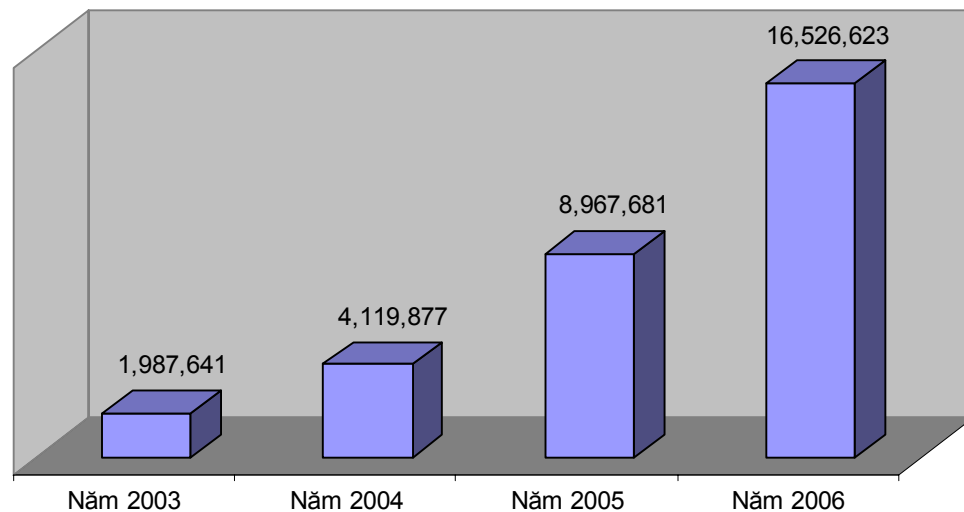
Qua biểu đồ cho thấy tốc độ tăng trưởng nguồn vốn luôn tăng ở mức trên dưới 100% so với năm trước. Vốn huy động từ các tổ chức kinh tế và dân cư đạt 9.814 tỷ

đồng, bằng 186% so với đầu năm và chiếm 59% tổng nguồn vốn. Đây là một kết quả rất đáng khích lệ trong điều kiện VIB Bank phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt của các NHTM khác.

Năm 2006, hoạt động nguồn vốn của Ngân hàng Quốc Tế đạt mức tăng trưởng cao. Tổng nguồn vốn tính đến 31/12/2006 đạt 16.526 tỷ đồng, tăng 84% so với năm trước.

Biểu số 2. 2: Tăng trưởng tổng nguồn vốn qua các năm

Đơn vị tính: triệu đồng

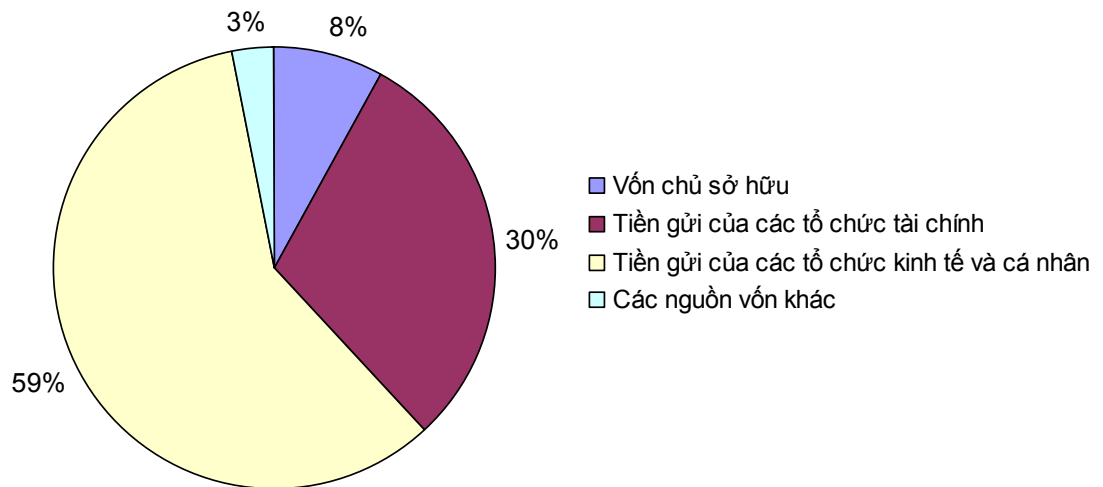


Vốn chủ sở hữu đạt 1.190 tỷ đồng, tăng 200% so với cuối năm 2007. Vốn điều lệ tăng lên 1.000 tỷ đồng không những tạo thêm nguồn vốn đáp ứng yêu cầu kinh doanh của Ngân hàng Quốc Tế, đảm bảo tỷ lệ an toàn vốn khi mở rộng kinh doanh, mà còn tạo điều kiện để đầu tư cơ sở vật chất và công nghệ nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh.

Vốn huy động từ các tổ chức tài chính tại thời điểm 31/12/2006 đạt 5.112 tỷ VND, bằng 179% so với đầu năm và chiếm 31% tổng nguồn vốn. Trong đó, tiền gửi

của các tổ chức tài chính đạt 5.045 tỷ VND, chiếm 98% tổng nguồn vốn huy động từ các tổ chức tài chính. Việc tăng vốn điều lệ lên 1.000 tỷ VND cùng với kết quả tăng trưởng cao và an toàn, uy tín giao dịch trên thị trường và các quan hệ hợp tác được duy trì tốt đã dẫn đến việc các tổ chức tín dụng trong nước và các tổ chức tín dụng quốc tế đang hoạt động tại Việt Nam sẵn sàng tăng hạn mức tiền gửi tại VIB Bank.

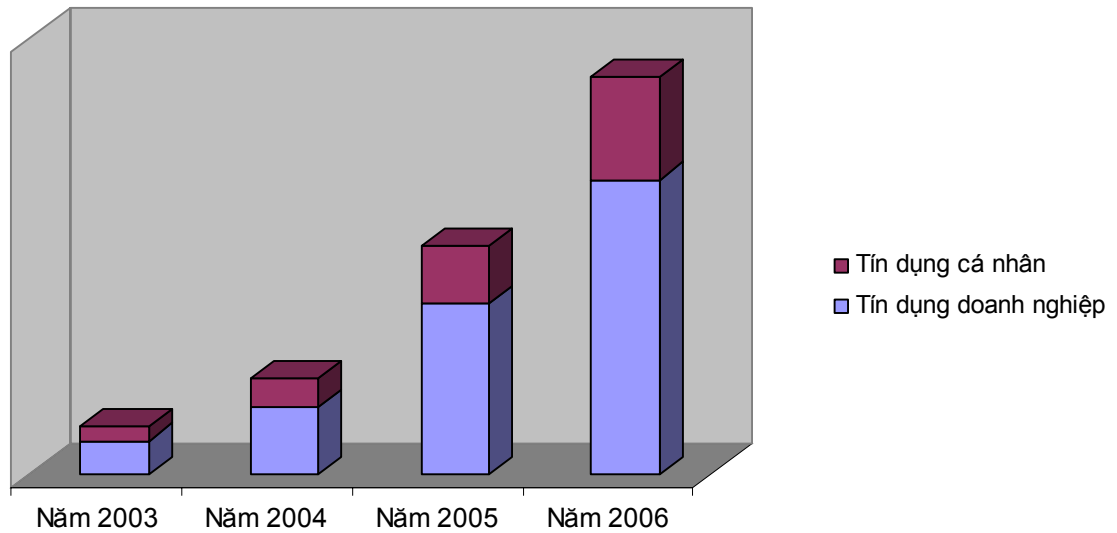
Biểu số 2.3: Cơ cấu nguồn vốn năm 2006



❖ **Hoạt động tín dụng:**

Bảng 2.1: Tăng trưởng dư nợ tín dụng qua các năm

Chỉ tiêu	Năm 2003	Năm 2004	Năm 2005	Năm 2006
Tín dụng doanh nghiệp	772,102	1,547,898	3,913,357	6,762,491
Tín dụng cá nhân	320,000	655,800	1,341,849	2,348,743
Tổng cộng	1,092,102	2,203,698	5,255,206	9,111,234

Biểu số 2.4: Tăng trưởng dư nợ tín dụng qua các năm

Tốc độ tăng trưởng tín dụng cao trong những năm gần đây tiếp tục được duy trì trong năm 2006. dư nợ tín dụng đến thời điểm 31/12/2006 đạt 9.111 tỷ VND, tăng 73% so với đầu năm và vượt 12% kế hoạch của năm. Trong đó, tín dụng ngắn hạn đạt 7.079 tỷ VND, chiếm 67% tổng dư nợ và tín dụng trung dài hạn đạt 3.111 tỷ VND, chiếm 33% tổng dư nợ.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động trên nhiều lĩnh vực khác nhau của nền kinh tế là đối tượng khách hàng chủ yếu của VIB Bank. Đây là bộ phận rất quan trọng trong chuỗi sản xuất xã hội nhưng hiện nay đang gặp nhiều khó khăn trong việc tăng cường khả năng cạnh tranh, hiện đại hóa công nghệ và tiếp cận các nguồn vốn tín dụng.

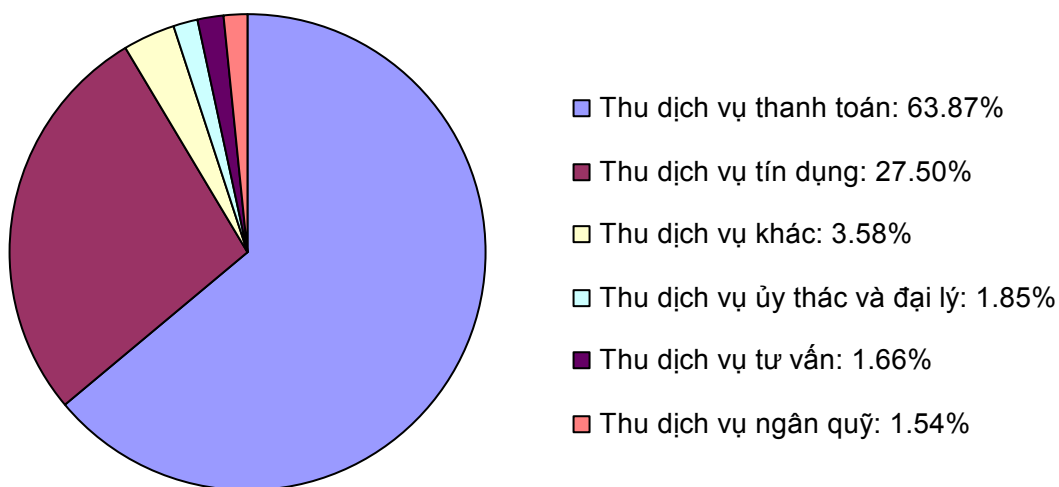
Trong năm 2006 số lượng khách hàng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm 77% tổng số lượng khách hàng với dư nợ cho vay chiếm gần 40% tổng dư nợ cho vay khách hàng doanh nghiệp. Dư nợ cho vay khách hàng doanh nghiệp tại thời điểm 31/12/2006 là 5.908 tỷ đồng, tăng 113% so với đầu năm. Tỷ lệ nợ quá hạn tính đến thời điểm cuối năm 2006 chỉ chiếm 1,5% tổng dư nợ.

Các ngành nghề kinh doanh có tốc độ phát triển cao và dẫn đầu về kim ngạch xuất khẩu trong năm qua được Ngân hàng Quốc Tế chú trọng thiết lập quan hệ và đầu tư, bao gồm: Vật liệu xây dựng, Bất động sản, Thủy sản, Khai thác chế biến mỏ, Xây dựng dân dụng và công trình, Rượu bia nước giải khát, Cơ khí, Hàng hải, Nông sản, Dây cáp điện, cáp viễn thông, Công nghệ thông tin, phần mềm, Ô tô và linh kiện phụ tùng, Lâm sản và Dệt may.

Bên cạnh đó, hoạt động tín dụng tiêu dùng cũng đã trở thành một nguồn lực tăng trưởng và gia tăng thu nhập quan trọng của Ngân hàng. Năm 2006, VIB Bank tiếp tục đẩy mạnh cho vay tiêu dùng cá nhân bằng việc cải tiến và tung ra một loạt các sản phẩm tín dụng tiêu dùng bám sát nhu cầu của khách hàng như: Xe hơi Quốc Tế, Tài trợ căn hộ trả góp, Hỗ trợ du học Quốc Tế, Cho vay cán bộ nhân viên, Cho vay tín chấp cán bộ quản lý điều hành... Dư nợ tín dụng cá nhân tại thời điểm 31/12/2006 là 2.349 tỷ VND, tăng 175% so với cùng kỳ năm 2005.

❖ **Hoạt động dịch vụ:**

Biểu số 2.5: Cơ cấu thu dịch vụ năm 2006



Song song với việc gia tăng các hoạt động huy động vốn và tín dụng, hoạt động ngân quỹ và thanh toán trong nước đã phát triển cả về chất và lượng.

Bên cạnh đó, hoạt động thanh toán quốc tế cũng được tăng cường cả chiều sâu lẫn chiều rộng thông qua việc bổ sung nhân sự có chuyên môn về tài trợ thương mại và mở thêm các chi nhánh có khả năng thu hút khách hàng xuất khẩu.

Năm 2006, Ngân hàng Quốc Tế đạt được bước phát triển vượt bậc về hoạt động tài trợ thương mại, trong đó doanh số tài trợ thương mại đạt 850 triệu USD, tăng 340% so với doanh số năm 2005. Có được kết quả này là do Ngân hàng Quốc Tế đã đẩy mạnh việc phát triển các khách hàng có kim ngạch xuất nhập khẩu cao của Việt Nam như thủy sản, sắt thép, dệt may, xăng dầu..., đồng thời triển khai các sản phẩm mới nghiệp vụ tài trợ xuất nhập khẩu như: bao thanh toán, dịch vụ Xuất nhập khẩu từ A – Z, Chia khóa thuế xuất nhập khẩu, cho vay dựa trên L/C... Trong năm 2006, Ngân hàng Quốc Tế đã đưa vào triển khai dự án tái cơ cấu hoạt động tài trợ thương mại, chuyển đổi mô hình quản lý từ bán tập trung sang tập trung bằng việc thành lập Trung tâm xử lý giao dịch Tài trợ thương mại. Mô hình này bước đầu khẳng định được tính ưu việt thông qua việc nâng cao tính chuyên nghiệp của hoạt động tài trợ thương mại và giúp tăng khả năng cạnh tranh của Ngân hàng Quốc Tế trên thị trường.

❖ ***Hoạt động đầu tư***

Hoạt động đầu tư trong năm 2006 của Ngân hàng Quốc Tế có bước tăng trưởng vượt bậc. Tổng giá trị đầu tư đạt 2.618 tỷ đồng, tăng gấp 3 lần so với năm 2005, trong đó đầu tư vào chứng khoán chiếm 97% tổng giá trị đầu tư. Hoạt động đầu tư đã góp phần tối ưu hóa hiệu quả nguồn vốn và tăng khả năng sinh lời.

❖ ***Phát triển mạng lưới Chi nhánh:***

Do yêu cầu phát triển dịch vụ và tạo điều kiện thuận lợi cho việc phục vụ khách hàng, công tác phát triển mạng lưới chi nhánh được coi là một trọng điểm trong kế hoạch phát triển của Ngân hàng Quốc Tế trong năm 2006.

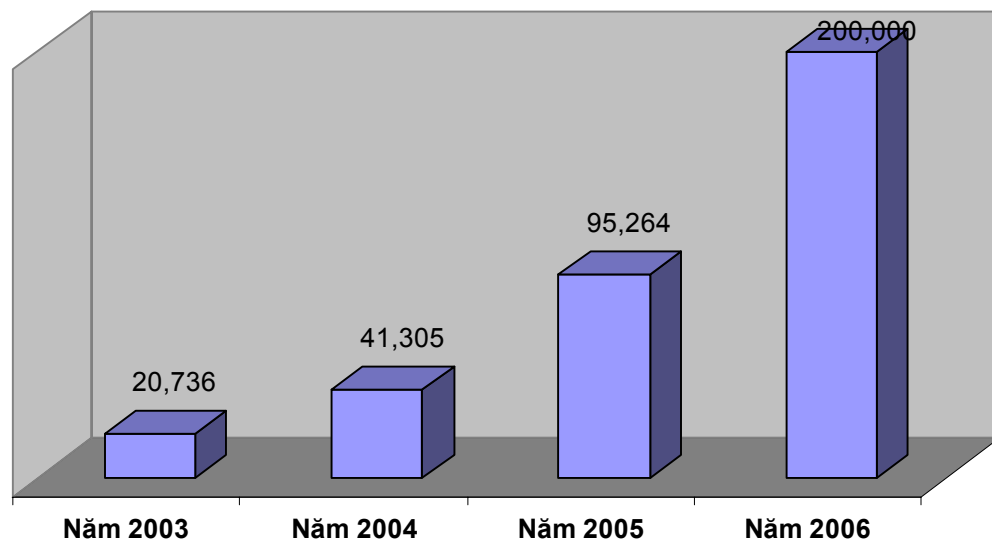
Năm 2006, mạng lưới hoạt động của Ngân hàng Quốc Tế được mở rộng cả về quy mô và vùng địa lý. Đến tháng 11 năm 2007, hệ thống chi nhánh của Ngân hàng Quốc tế đã hiện diện trên 23 tỉnh, thành phố của cả nước với tổng số 82 địa điểm giao dịch. Đây đều là những trung tâm kinh tế năng động và có nhiều tiềm năng cho dịch vụ tài chính, ngân hàng.

Với mạng lưới chi nhánh từng bước được mở rộng, với việc không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ, Ngân hàng Quốc Tế đã dần nâng cao hình ảnh thương hiệu và tích lũy được lòng tin của công chúng.

❖ ***Kết quả kinh doanh:***

Biểu số 2.6: Lợi nhuận trước thuế qua các năm

Đơn vị tính: triệu đồng



Qua biểu đồ cho thấy lợi nhuận trước thuế luôn tăng khoảng 100% qua các năm. Năm 2006, tổng lợi nhuận trước thuế của Ngân hàng Quốc Tế đạt 200 tỷ đồng, bằng 209% so với năm 2005. Trong 3 năm trở lại đây, Ngân hàng Quốc Tế luôn là một trong những ngân hàng có mức tăng trưởng lợi nhuận trước thuế cao hơn rất nhiều so

với mức tăng trưởng chung của hệ thống Ngân hàng Việt Nam. Đến thời điểm 31/12/2006, thu nhập từ lãi của Ngân hàng đạt 1.030 tỷ đồng, chi phí trả lãi đạt 641 tỷ đồng. Để đạt được kết quả trên, toàn hệ thống Ngân hàng Quốc Tế đã chú trọng tìm kiếm các nguồn vốn chi phí thấp, đồng thời mở rộng đối tượng khách hàng tín dụng àn toàn, đa dạng hóa danh mục đầu tư để tối ưu hóa sử dụng nguồn vốn.

Với những kết quả đạt được từ sự nỗ lực phấn đấu không ngừng của Ban điều hành và toàn thể cán bộ nhân viên Ngân hàng, trong nhiều năm liền, VIB Bank được Ngân hàng Nhà nước Việt Nam xếp loại tốt nhất theo các tiêu chí đánh giá hệ thống Ngân hàng Việt Nam.

2.2 THỰC TRẠNG MÔI TRƯỜNG CẠNH TRANH VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

2.2.1 Môi trường cạnh tranh:

2.2.1.1 Cơ hội:

- Sự tăng trưởng liên tục với tốc độ khá cao của nền kinh tế Việt Nam:

Hoạt động của ngân hàng thương mại luôn gắn bó chặt chẽ với sự vận hành của nền kinh tế. Trong những năm gần đây, tỷ lệ tăng trưởng GDP của nền kinh tế Việt Nam không ngừng tăng cao qua các năm (*xem bảng số 2.1*)

Bảng 2.2. Tốc độ tăng trưởng GDP của nền kinh tế Việt Nam qua các năm

Năm	2002	2003	2004	2005	2006
GDP	7.04%	7.24%	7.70%	8.40%	8.6%

Thông qua chỉ số tăng trưởng GDP chúng ta thấy một bức tranh kinh tế phát triển khả quan. Kinh tế tăng trưởng tốt mang đến cơ hội phát triển hoạt động kinh

doanh cho ngành ngân hàng Việt nam. Ngoài ra, đó cũng là nền tảng vững chắc cho triển vọng phát triển thị trường ngân hàng vốn và tín dụng vẫn còn nhiều tiềm năng chưa được khai thác.

- Hội nhập kinh tế đã tạo ra những cơ hội cũng như động lực cho các ngân hàng thương mại nâng cao năng lực quản lý điều hành, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, mở ra cơ hội trao đổi hợp tác quốc tế trong lĩnh vực tài chính tiền tệ, đa dạng hóa sản phẩm...giúp các ngân hàng Việt nam phát triển thành một ngân hàng hiện đại, hoạt động phù hợp với các thông lệ quốc tế.

- Sự phát triển mạnh mẽ của thị trường chứng khoán sẽ là cơ hội vàng cho ngành Ngân hàng. Nhất là ngay đầu năm 2008 khi các công ty chứng khoán không còn được quản lý các tài khoản tiền gửi của khách hàng, và toàn bộ các tài khoản sẽ được chuyển giao quản lý tại các ngân hàng...

- Với sự tăng trưởng cao của nền kinh tế trong thời gian dài và nền kinh tế thị trường phát triển như hiện nay cộng với dân số trên 85 triệu người, phần lớn trong độ tuổi lao động, đây thực sự là một thị trường đầy tiềm năng cho các dịch vụ của ngành ngân hàng phát triển. Với chủ trương xã hội hóa không dùng tiền mặt trong thanh toán, các công ty và các tổ chức xã hội trả lương qua thẻ ATM, phát triển thanh toán mua hàng hóa bằng thẻ...

- Sản xuất của các doanh nghiệp trên thị trường ngày càng được mở rộng. Tính minh bạch và độ tin cậy của hệ thống thông tin doanh nghiệp ngày càng cao.

- Môi trường pháp lý cho hoạt động cung cấp các dịch vụ ngân hàng đã được hình thành và đang ngày càng hoàn thiện. Nhiều bộ luật được ra đời tạo ra khuôn khổ pháp lý điều chỉnh các quan hệ ứng xử trong kinh doanh và cạnh tranh như Luật Doanh nghiệp, Luật Thương mại, Luật đất đai...

2.2.1.2 Thách thức:

Đi cùng với thuận lợi là các thách thức của quá trình cạnh tranh khốc liệt sẽ diễn ra:

- Các đối thủ cạnh tranh mạnh về vốn, công nghệ, kinh nghiệm quản lý thâm nhập thị trường dễ dàng hơn. Như vậy, sẽ dẫn đến khả năng cạnh tranh mạnh mẽ giữa một bên là các ngân hàng trong nước có xuất phát điểm thấp, còn yếu về vốn, công nghệ, trình độ quản lý và cả chất lượng sản phẩm dịch vụ và một bên là các tổ chức tài chính – ngân hàng hùng mạnh trên thế giới.
- Việc chảy máu chất xám là vấn đề khó tránh khỏi khi mở cửa hội nhập.
- Các ngân hàng trong nước sẽ mất dần lợi thế cạnh tranh về khách hàng và hệ thống kênh phân phối. Rủi ro đến với hệ thống ngân hàng trong nước tăng lên do các NHNNg nắm quyền kiểm soát một số TCTD trong nước qua hình thức góp vốn, mua cổ phần.
- Hệ thống pháp luật trong nước, thể chế thị trường chưa đầy đủ, chưa đồng bộ và nhất quán, còn nhiều bất cập so với yêu cầu hội nhập quốc tế về ngân hàng.
- Cơ chế thanh tra giám sát, quản lý và hệ thống thông tin giám sát của ngân hàng Việt Nam chưa thật tốt, chưa phù hợp với thông lệ quốc tế và hiệu quả.
- Với những cam kết về cắt giảm thuế quan và xóa bỏ chính sách bảo hộ của Nhà nước sẽ làm tăng cường độ cạnh tranh đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Một số doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn về tài chính và nguy cơ gia tăng nợ quá hạn là khó tránh khỏi cho các ngân hàng Việt Nam.
- Lạm phát gia tăng làm mất lòng tin của người dân vào việc gửi tiền vào ngân hàng.
- Ngoài ra, các NHTM, các tổ chức tài chính phi ngân hàng khác trong nước cũng không ngừng phát triển cả về số lượng và chất lượng, cuộc cạnh tranh của các NHTM hiện tại cũng đang diễn ra rất gay gắt.

2.2.2 Năng lực cạnh tranh của hệ thống NHTM Việt Nam:

Các NHTM đã có sự chuẩn bị cho tiến trình hội nhập như tăng năng lực tài chính, tiếp tục đổi mới công nghệ, đa dạng hoá các hoạt động dịch vụ, từng bước áp dụng theo các chuẩn quốc tế, mở rộng mạng lưới, thành lập các công ty con, thâm nhập tài chính vào các thành phần kinh tế, các ngành kinh tế, gắn kết với các tập đoàn tài chính có tiềm lực... Đây chính là sự khôn khéo và nhạy bén của các ngân hàng thương mại trong thời gian qua. Với những nỗ lực vượt bậc của các ngân hàng, trong năm 2006, các chỉ số hoạt động của các NHTM đều tăng trưởng ở mức cao, trong đó có những ngân hàng tăng gấp đôi.

Thời gian qua, quy mô về vốn của NHTM Việt Nam không ngừng gia tăng cùng với mạng lưới hoạt động ngày càng mở rộng đã làm cho tình hình cạnh tranh giữa các ngân hàng càng trở nên sôi động. Nếu xét đơn lẻ, hiện tại các NHTM quốc doanh đang chiếm lĩnh thị phần do có lợi thế thâm niên hoạt động, vốn và phát triển mạng lưới. Hệ thống NHTM Việt Nam chiếm thị phần huy động vốn khoảng trên 60% và thị phần dịch vụ tín dụng tới 65% trong tổng doanh số hoạt động của thị trường tín dụng toàn ngành. Trong thời điểm này các NHTMNN đang thực hiện đề án tổng thể về cơ cấu lại tài chính, hoạt động và tổ chức để đáp ứng nhu cầu phát triển mới của khách hàng trong điều kiện hội nhập.

Vài năm gần đây, việc thành lập mới các ngân hàng TMCP đã làm thị phần có xu hướng được chia nhỏ. Song song với việc mở rộng quy mô về vốn và phát triển mạng lưới, cạnh tranh về giá cả, sản phẩm, dịch vụ tiện ích và ứng dụng công nghệ hiện đại mới của các NHTM làm cho thị trường này ngày càng trở nên sôi động.

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

Trong những năm gần đây, cạnh tranh đã thúc đẩy các NHTM không ngừng cải tiến và đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ thu hút và thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của

khách hàng. Khả năng cạnh tranh không chỉ được thể hiện qua tính đa dạng, phong phú của sản phẩm dịch vụ, công nghệ luôn được cải tiến mà còn thể hiện ở chất lượng và phong cách phục vụ.

Các NHTM đã chủ động hơn trong việc tìm kiếm khách hàng, đồng thời quan tâm, nghiên cứu nhu cầu khách hàng từ đó đưa ra các sản phẩm, dịch vụ phù hợp hơn. Chẳng hạn trong việc huy động vốn, danh mục sản phẩm của các Ngân hàng ngày càng đa dạng, các kỳ hạn linh hoạt với nhiều chính sách khuyến mãi hấp dẫn để thu hút khách hàng.

Các NHTMNN trên cơ sở có bề dày về thâm niên hoạt động có lợi thế khi tiếp cận những khách hàng có tiềm năng lớn về tiền gửi như Kho bạc nhà nước, Công ty xổ số, các tổng công ty hay các doanh nghiệp lớn hoạt động trong lĩnh vực đầu tư, xây dựng và xuất nhập khẩu.

Trong khi đó, Các NHTMCP lại quan tâm nhiều đến mảng khách hàng là các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ và khách hàng cá nhân nhằm khai thác triệt để nhóm khách hàng chưa được các NHTMNN quan tâm.

Ngoài việc chú trọng phát triển các sản phẩm về tín dụng và huy động vốn, Các NHTM trong nước cũng đã chú trọng đến các sản phẩm dịch vụ khác dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ kiều hối, thẻ ATM, thẻ tín dụng...với chất lượng không ngừng được nâng cao. 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. 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...

Trong thời gian tới, các NHTM sẽ chú trọng hơn vào các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng đáp ứng nhu cầu phát triển trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Đây cũng là

những sản phẩm để các NHTM Việt Nam khẳng định vị thế của mình trong chiến lược cạnh tranh.

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

Hiện nay, các ngân hàng đang có sự chạy đua về giá cả của sản phẩm, dịch vụ, bao gồm lãi suất cho vay, lãi suất tiền gửi và phí dịch vụ và các chính sách khuyến mãi đi kèm.

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

Các Ngân hàng khác cũng vào cuộc đua tranh, bên cạnh việc gia tăng lãi suất tiền gửi, hạ thấp lãi suất tiền vay, các ngân hàng còn tung ra nhiều chương trình khuyến mãi với nhiều giải thưởng có giá trị thiết thực. Bên cạnh đó, một số ngân hàng đã áp dụng chính sách chăm sóc đặc biệt khách hàng có nguồn vốn tiền gửi lớn.

Các NHTM cổ phần tuy có mức lãi suất huy động hấp dẫn nhất nhưng do hạn chế về mạng lưới chi nhánh, bề dày hoạt động cũng như mức độ tín nhiệm nên vị thế huy động vốn không bằng các NHTM quốc doanh. Do vậy, nhóm ngân hàng này đang nỗ lực xây dựng và phát triển thương hiệu nhằm chiếm lĩnh thị phần.

Trong hoạt động tín dụng, các NHTM quốc doanh vẫn nắm giữ lợi thế về lãi suất cho vay do lãi suất huy động bình quân tương đối thấp. Đặc biệt là lãi suất cho vay đối với khách hàng Doanh nghiệp. Chưa kể đến, trong số các NHTM quốc doanh, Vietcombank có khả năng thu hút các doanh nghiệp lớn hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu do có thế mạnh về nghiệp vụ tài trợ thương mại.

Các NHTM cổ phần huy động với lãi suất cao nên lãi suất cho vay cũng cao tương ứng. Tuy nhiên, chính sách tín dụng mềm dẻo linh hoạt cộng với chất lượng phục vụ không ngừng được nâng cao cũng đã tạo ra lợi thế cạnh tranh nhất định.

Bên cạnh đó, hiện nay biểu phí dịch vụ của các NHTM nhìn chung đã có những sự tương đồng nhất định do cạnh tranh giữa các NHTM với nhau ngày càng gay gắt để thu hút khách hàng, do đó, sự chênh lệch về các khoản thu dịch vụ phí đối với khách hàng đã bớt so với trước đây. Thực tế các NHTM đang tranh đua thu hút khách hàng, nhất là khi có sự gia nhập mới của một số NHTM Cổ phần với nhiều chiêu thức như tặng quà, miễn giảm phí, tặng thẻ, cơ chế tín dụng nói lỏng...

2.2.2.3 Cạnh tranh thu hút nguồn nhân lực:

Thời gian gần đây, cán bộ nhân viên ngân hàng không chỉ có sự chuyển dịch qua lại giữa các ngân hàng, mà còn có hiện tượng di chuyển qua các tổ chức tài chính khác như các công ty chứng khoán, công ty quản lý quỹ, công ty đầu tư tài chính... Trong khi đó, nhu cầu về nhân sự ngày một gia tăng do các ngân hàng trên đà phát triển về quy mô và mạng lưới hoạt động, chưa kể các ngân hàng mới thành lập thời gian gần đây. Do vậy, cạnh tranh về nhân lực trong lĩnh vực ngân hàng đang diễn ra gay gắt, đặc biệt là ở các tỉnh, thành phố lớn của cả nước.

2.2.2.4 Cạnh tranh về khả năng tài chính, tăng cường hợp tác, liên doanh, liên kết:

Trong năm 2006 cho đến những tháng đầu năm 2007 đã xuất hiện sự kiện các ngân hàng đua nhau tăng vốn điều lệ, có thể kể ra như trong năm 2006 Ngân hàng Nhà Hà Nội (Habubank) nâng vốn điều lệ từ 300 tỷ đồng lên 1.000 tỷ đồng, Ngân hàng An Bình nâng vốn từ 200 tỷ đồng lên 1.000 tỷ đồng, Ngân hàng Kỹ Thương (Techcombank) nâng vốn điều lệ từ 618 tỷ đồng lên 1.500 tỷ đồng... NHTMCP Các doanh nghiệp ngoài quốc doanh (VPBank) sẽ tăng vốn điều lệ từ 750 tỷ đồng lên 2.000 tỷ đồng vào cuối năm 2007, NHTMCP Phương Đông (OCB) sẽ tăng vốn điều lệ lên 1.200 tỷ đồng, NHTMCP Quân Đội sẽ tăng vốn điều lệ lên 2.000 tỷ đồng,

NHTMCP Đông Nam Á (SeABank) tăng vốn điều lệ từ 1.000 tỷ đồng năm 2006 lên 3.000 tỷ đồng dự kiến đến 31/12/2007.

Hai NHTMCP của Việt Nam là Sacombank và ACB, các cổ đông là ngân hàng và tập đoàn tài chính nước ngoài mua 30% vốn cổ phần, đó là ANZ của Australia bỏ ra 27 triệu USD để sở hữu 10% vốn cổ phần tại Sacombank, 20% của 2 đối tác nước ngoài khác là công ty tài chính quốc tế IFC thuộc WB và Dragon Financial Holdings của Anh. Standard Chartered Bank của Anh mua 8,56% cổ phần của ACB với số tiền bỏ ra 22 triệu USD, hơn 21% vốn cổ phần của đối tác nước ngoài còn lại thuộc về Connaught Investor thuộc Jardine Matheson Group và IFC thuộc WB.

Bên cạnh đó OCBC của Singapore mua 10% vốn cổ phần của NHTMCP các doanh nghiệp ngoài quốc doanh – VP Bank với số tiền chi ra 15,7 triệu USD. BNP Paris của Pháp mua 10% vốn cổ phần của NHTM cổ phần Phương Đông – OCB. Hongkong and Shanghai Banking Corporation – HSBC của Anh chi ra 17,3 triệu USD để mua 10% vốn cổ phần của Techcombank. UOB của Singapore mua 10% vốn cổ phần của NHTM Phương Nam. Các ngân hàng nước ngoài này cũng sẽ nâng tỷ lệ sở hữu vốn cổ phần tại 3 NHTM cổ phần nói trên lên tới tỷ lệ 20% giới hạn tối đa cho một nhà đầu tư nước ngoài sau khi Chính phủ chính thức ban hành Nghị định có liên quan... Tính chung các ngân hàng và các tổ chức tài chính nước ngoài đã và đang chuyển khoảng trên 200 triệu USD và mua cổ phần các NHTM trong nước. Đó là chưa kể các khoản trợ giúp kỹ thuật hiện đại hóa công nghệ, đào tạo nâng cao trình độ nguồn nhân lực, nâng cao năng lực quản trị điều hành... đối với các NHTMCP.

Việc các ngân hàng, tập đoàn tài chính nước ngoài mở rộng hoạt động tại thị trường Việt Nam thông qua con đường sở hữu vốn cổ phần trong các NHTM Việt Nam đem lại nhiều lợi ích cho cả hai bên trong quá trình cạnh tranh và hợp tác. Các ngân hàng và tập đoàn tài chính nước ngoài không tốn kém chi phí như mở chi nhánh mới, có sẵn mạng lưới, cơ sở vật chất kỹ thuật, nguồn nhân lực và số lượng khách hàng đông đảo tại các NHTM Việt Nam. Các NHTM Việt Nam không những nâng

cao được năng lực tài chính mà còn có điều kiện tiếp tục hiện đại hóa công nghệ đổi mới quản trị điều hành, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực... theo tiêu chuẩn quốc tế và mở rộng kinh doanh trên thị trường quốc tế. Bên cạnh việc bỏ tiền mua cổ phần, các ngân hàng và tổ chức tài chính nước ngoài đều có cam kết trợ giúp kỹ thuật, thậm chí cử chuyên gia, cố vấn, trợ lý giúp các NHTM Việt Nam.

Tóm lại: Áp lực cạnh tranh trong ngành ngân hàng trước sự kiện Việt Nam gia nhập WTO gần như đã hiện rõ:

- + Các NHTMCP trong nước 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 trong năm 2007, các NHTM CP có vốn điều lệ 1.000 tỷ đồng sẽ chiếm trên 80% tổng số ngân hàng đang hoạt động.
- + Các NHTMCP đua nhau bán lại cổ phần cho các NHNNg.
- + Các NHTMCP liên tục tìm cách đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ bằng cách hợp tác phát triển với các NHNNg.
- + Các NHTMCP 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.

2.3 PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM.

2.3.1 Thương hiệu:

Sau hơn 10 năm có mặt trên thị trường, Ngân hàng Quốc tế đã và đang khẳng định được niềm tin trong cộng đồng dân cư, doanh nghiệp và xã hội. Niềm tin đó được gây dựng bởi một quá trình không ngừng phấn đấu nhằm tạo nên những ưu thế khác

biệt từ năng lực phục vụ, từ chất lượng phục vụ, từ tình hình tài chính lành mạnh và khả năng phát triển bền vững của Ngân hàng. Danh hiệu “Thương hiệu mạnh Việt Nam” lần thứ ba liên tiếp trong năm 2006 đã khẳng định vị thế và uy tín của Ngân hàng Quốc Tế.

Từ một ngân hàng chưa thực sự có bề dày hoạt động, năm 2003 chỉ đứng ở vị trí 20 trong số gần 40 ngân hàng TMCP đang hoạt động tại Việt Nam, Ngân hàng Quốc Tế đã vươn lên trở thành 1 trong 5 ngân hàng TMCP hàng đầu Việt Nam và đang tiếp tục trên đà phát triển mạnh mẽ.

2.3.2 Công nghệ ngân hàng và thông tin:

Năm 2006 là một năm nhìn nhận việc triển khai thành công và ứng dụng hiệu quả của nhiều dự án công nghệ ngân hàng được Ngân hàng Quốc Tế tập trung đầu tư.

Dự án Corebanking (hệ thống ngân hàng đa năng SYMBOL do System Access cung cấp) đã được triển khai thành công và đưa vào sử dụng trên toàn hệ thống của Ngân hàng Quốc Tế với những ứng dụng công nghệ mới nhất tại thời điểm triển khai . Qua đó, tất cả các chương trình nghiệp vụ đều được cập nhật, quản lý và theo dõi đầy đủ các thông tin phục vụ hoạt động kinh doanh của Ngân hàng.

Dự án công nghệ thẻ (CTL) triển khai thành công đã tạo ra hàng loạt các sản phẩm dịch vụ thanh toán chất lượng cao mang lại nhiều lợi ích và giá trị gia tăng cho khách hàng. Đây cũng là yếu tố cần thiết để Ngân hàng Quốc Tế trở thành thành viên chính thức của các tổ chức thẻ quốc tế như VISA, MasterCard, JC vào cuối năm 2006 và có khả năng kết nối với các ngân hàng và tổ chức chuyển mạch trong nước và khu vực.

Cũng trong năm 2006, Ngân hàng Quốc Tế đã triển khai nhiều dự án gia tăng giá trị cho khách hàng. Dự án mobi banking cho phép nhắn tin tức khi có biến động về tài khoản; truy vấn các thông liên quan đến lãi suất tiền gửi VND, USD; truy vấn thông tin về tỷ giá hiện tại; truy vấn sao kê thẻ tín dụng; liệt kê 5 giao dịch gần nhất... Dự án

Internet banking cho phép khách hàng truy vấn online trạng thái tài khoản; liệt kê giao dịch; xem các thông tin về trạng thái hồ sơ L/C (nếu khách hàng là doanh nghiệp) hoặc liệt kê các giao dịch với ngân hàng. Dự án kết nối online với các kênh thanh toán khác như: kết nối với hệ thống thanh toán liên ngân hàng (CITAD); kết nối với hệ thống thanh toán của Vietcombank (VCB Money); kết nối thanh toán dịch vụ homebanking với BIDV, kết nối online với kênh thanh toán quốc tế qua mạng SWIFT.

Trong năm 2006, Ngân hàng Quốc Tế còn đẩy mạnh hợp tác với các Công ty công nghệ nổi tiếng thế giới như: hợp tác với Công ty Oracle Việt Nam trong việc hỗ trợ về tư vấn giải pháp, cung cấp sản phẩm, hỗ trợ kỹ thuật; hợp tác với Công ty Sisco Việt Nam trong việc tư vấn các giải pháp về mạng...

Ngoài việc triển khai xây dựng các tiện ích hỗ trợ khách hàng, Ngân hàng Quốc Tế còn chú trọng phát triển các công cụ hỗ trợ hoạt động nội bộ như phân tích và đánh giá khách hàng; tổng hợp, phân tích và quản trị rủi ro, quản trị tài chính.

2.3.3 Sản phẩm, dịch vụ:

Việc hiện đại hóa công nghệ đã cho phép Ngân hàng Quốc Tế đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ, phù hợp nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng trong mọi thời điểm.

Trong 2 năm gần đây, Ngân hàng Quốc Tế không ngừng cải tiến một loạt các sản phẩm phục vụ cho khách hàng doanh nghiệp như: cho vay dự án, Cho vay đầu tư tài sản cố định, cho vay bổ sung vốn lưu động, Dịch vụ ngoại hối, dịch vụ tài khoản, Dịch vụ Thư tín dụng xuất – nhập khẩu, Nhờ thu xuất – nhập khẩu, Chuyển tiền nhanh quốc tế thông qua mạng SWIFT...

Đối với khách hàng doanh nghiệp xuất nhập khẩu, Ngân hàng Quốc Tế cung cấp các giải pháp tài chính trọn gói như: bao thanh toán, dịch vụ xuất nhập khẩu từ A-Z, Chia khóa thuế xuất nhập khẩu... và nhiều sản phẩm dịch vụ đáp ứng nhu cầu đặc biệt của những doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh đặc thù.

Là thành viên của gần 20 hiệp hội ngành nghề lớn, các cơ quan xúc tiến thương mại... và với mạng lưới đối tác toàn cầu, Ngân hàng Quốc Tế đảm bảo cung cấp thông tin cập nhật liên quan đến thị trường, thuế, hải quan... đối tác chiến lược của Ngân hàng Quốc Tế là các Công ty vận tải, giao nhận chuyên nghiệp, các công ty bảo hiểm có uy tín trên thị trường sẽ giúp doanh nghiệp xuất nhập khẩu thực hiện thủ tục nhận hàng, khai báo hải quan, kê khai thuế xuất nhập khẩu, giao nhận, vận chuyển, cung cấp dịch vụ giáp định hàng hóa bảo hiểm, kiểm dịch,...

Bên cạnh đó, khối Khách hàng Cá nhân cũng chú trọng nghiên cứu và phát triển và thường xuyên đổi mới các sản phẩm dịch vụ phục vụ cho đối tượng khách hàng cá nhân. Năm 2006, Khối khách hàng Cá nhân đã cải tiến và tung ra một loạt các sản phẩm tín dụng tiêu dùng bám sát nhu cầu của khách hàng.

Hoạt động huy động vốn trong năm 2006 đã đạt được những kết quả đáng khích lệ nhờ chính sách lãi suất linh hoạt cùng với các chương trình huy động tiết kiệm có tặng quà: “Quà tặng giáng sinh và Năm mới”, “Dấu ấn 10 năm”, Huy động tiết kiệm vàng SJC, tiết kiệm lãi suất lũy tiến, tiết kiệm gửi góp, tiết kiệm linh hoạt, tiết kiệm hưởng lãi theo thời gian thực gửi, tiết kiệm bằng đồng EUR,... và các chương trình chăm sóc khách hàng khác.

Ngoài ra, năm 2006 là năm đánh dấu nhiều sự kiện đáng nhớ của dịch vụ thẻ VIB Bank. Việc triển khai Dự án Công nghệ thẻ đã mang lại nhiều sản phẩm, dịch vụ mới: thẻ ghi nợ nội địa VIB Values, các loại thẻ liên kết và hệ thống ATM. Giữa năm 2006, VIB Bank đã trở thành thành viên chính thức của các tổ chức thẻ quốc tế VISA, MasterCard và đã được NHNN cho phép phát hành và thanh toán hai dòng thẻ này.

2.3.4 Giá cả, chất lượng sản phẩm dịch vụ:

So với hệ thống ngân hàng TMCP trong nước, lãi suất của Ngân hàng Quốc Tế hiện nay ở mức khá cạnh tranh, kể cả lãi suất huy động và lãi suất cho vay. Trong khi đó, Ngân hàng Quốc Tế nói riêng và ngân hàng TMCP nói chung vẫn chưa cạnh tranh

được với các NHTMNN do về lãi suất cho vay. Tuy nhiên, Thời gian qua Ngân hàng Quốc Tế đã thực hiện chiến lược tiếp thị tích cực cùng với chính sách phục vụ, chăm sóc khách hàng tận tình, chu đáo, cơ chế cho vay linh hoạt, bám sát yêu cầu của khách hàng nên đến nay vẫn duy trì được lượng khách hàng truyền thống, số lượng khách hàng tăng ổn định qua mỗi năm.

Biểu phí dịch vụ được áp dụng một cách linh hoạt và thay theo từng nhóm đối tượng khách hàng nên tạo ra tính chủ động cho cán bộ kinh doanh trong quá trình tiếp cận và đàm phán với khách hàng.

2.3.5 Chất lượng nguồn nhân lực:

Nguồn nhân lực được xem là một trong những nhân tố quan trọng tác động đến năng lực cạnh tranh của Ngân hàng. Vì vậy, Ngân hàng Quốc Tế luôn cố gắng xây dựng một văn hóa làm việc cho phép khuyến khích mọi cán bộ nhân viên phát huy hết khả năng của mình.

Công tác đào tạo của Ngân hàng Quốc Tế bám sát yêu cầu hoàn thiện văn hóa làm việc, nâng cao trình độ và kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn cho cán bộ nhân viên. Trong năm 2006, Ngân hàng Quốc Tế đã cử cán bộ tham gia các khóa đào tạo tại các cơ sở đào tạo có uy tín như BTC, Hiệp hội Ngân hàng, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Ủy ban Chứng khoán Nhà nước... ở tất cả các lĩnh vực như quản trị rủi ro, thẩm định giá, dịch vụ khách hàng, luật, chứng khoán, nhân sự, quan hệ công chúng, thanh toán quốc tế... Hiệu quả của công tác đào tạo năm 2006 được đánh giá tốt với 83% cán bộ nhân viên đã áp dụng được kiến thức mới vào công tác thực tế.

Song song với công tác đào tạo, công tác tuyển dụng cũng được chú trọng với quy trình tuyển dụng được tổ chức chặt chẽ đảm bảo lựa chọn được những cán bộ nhân viên chất lượng nhất cho ngân hàng.

Nhìn chung, nhân sự tại ngân hàng Quốc Tế chủ yếu là các cán bộ trẻ, năng động, có trình độ nghiệp vụ, ngoại ngữ, tin học được đào tạo chính quy. Tuổi đời bình quân toàn hàng từ 26-28 là khá trẻ so với các ngân hàng khác.

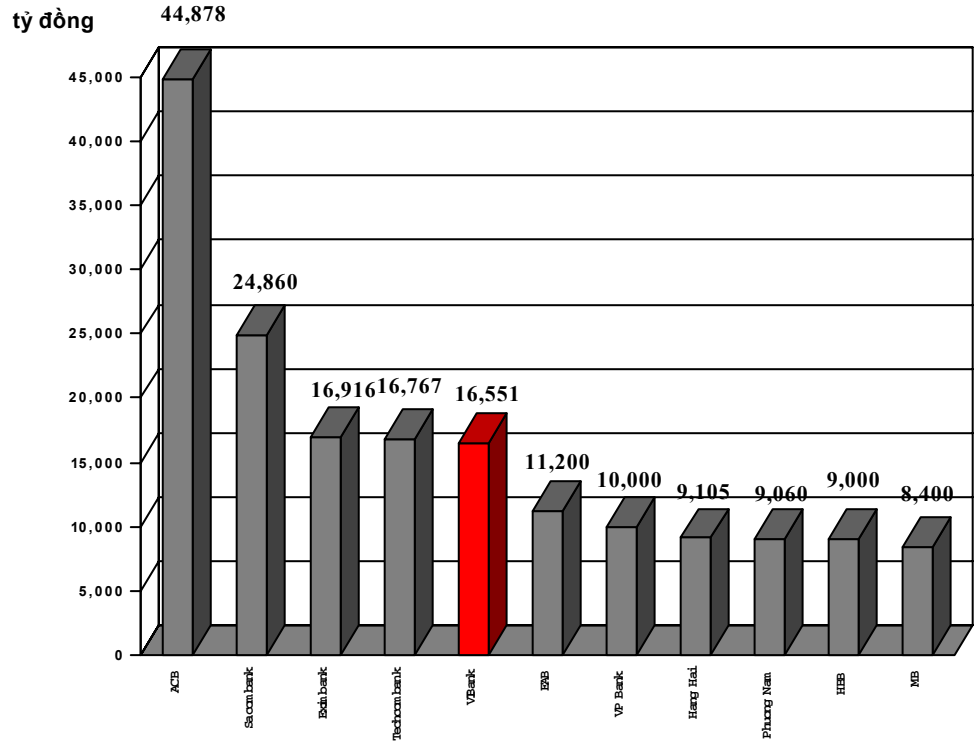
Thời gian qua, do yêu cầu mở rộng mạng lưới hoạt động, việc phân tán, dịch chuyển đội ngũ cán bộ cốt cán đã làm suy giảm một phần chất lượng nguồn nhân lực. Mặc dù Ngân hàng Quốc Tế đã nỗ lực tuyển dụng và đào tạo nguồn nhân lực mới nhưng vẫn chưa đáp ứng kịp thời nhu cầu phát triển chi nhánh.

2.3.6 Mạng lưới hoạt động:

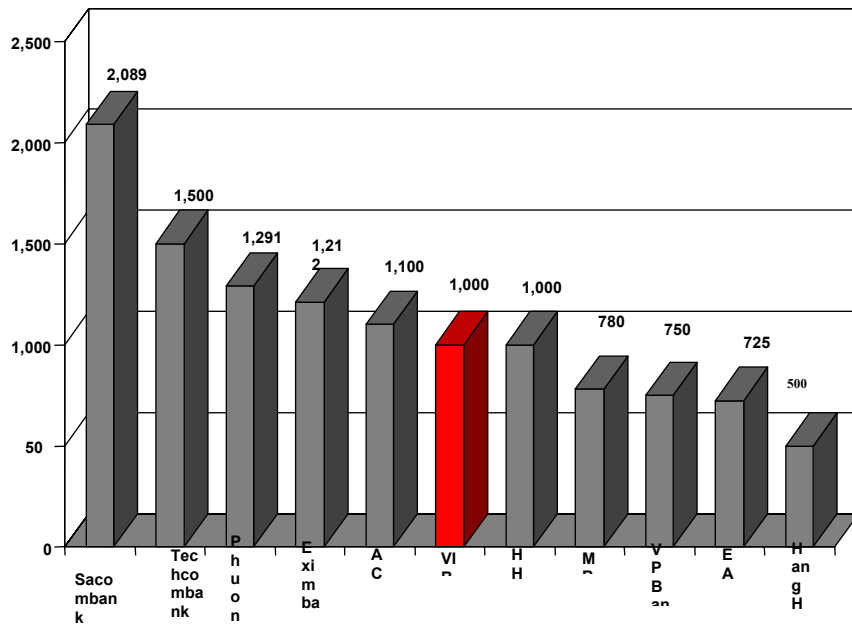
Ngân hàng Quốc Tế có trụ sở đặt tại 64-68 Lý Thường Kiệt cùng với mạng lưới chi nhánh được phân bố khá dày tại hai địa bàn trung tâm Hà Nội và Tp.HCM. hiện Ngân hàng Quốc Tế có trên 82 đơn vị kinh doanh đặt tại 23 tỉnh, thành phố. Trụ sở của ngân hàng Quốc tế khá khang trang, chủ yếu được đặt tại các vị trí trung tâm của địa bàn kinh doanh và mỗi chi nhánh đều được trang bị một máy ATM đáp ứng tốt nhất nhu cầu rút tiền mặt và chuyển khoản của khách hàng .

Tóm lại: với sự nhiệt huyết nhanh nhạy và tập trung các nhân sự cao cấp trong ban quản trị điều hành khai thác hiệu quả cao nhất nguồn lực của ngân hàng cộng với nguồn nhân lực trẻ năng động, kết quả chỉ trong 4 năm đã đưa NHTMCP Quốc tế từ một ngân hàng không có tên tuổi trở thành ngân hàng đứng hàng thứ 5 trong топ các NHTMCP hàng đầu Việt nam. Các biểu dưới đây thể hiện vị thế cạnh tranh của NHTMCP Quốc tế trong nhóm các NHTMCP Việt nam vào thời điểm cuối năm 2006.

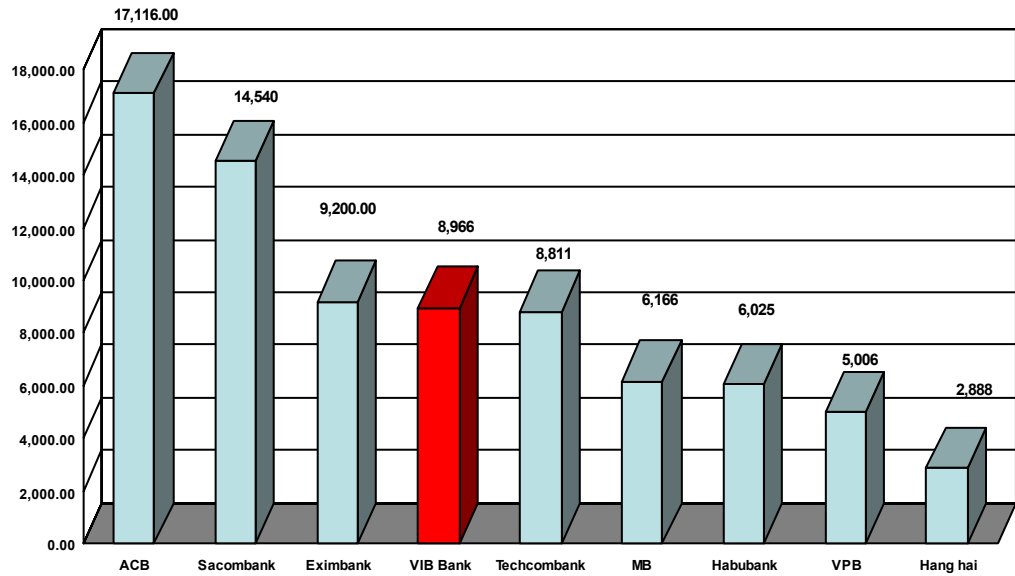
Biểu số 2.7: So sánh tổng tài sản giữa các NHTMCP năm 2006



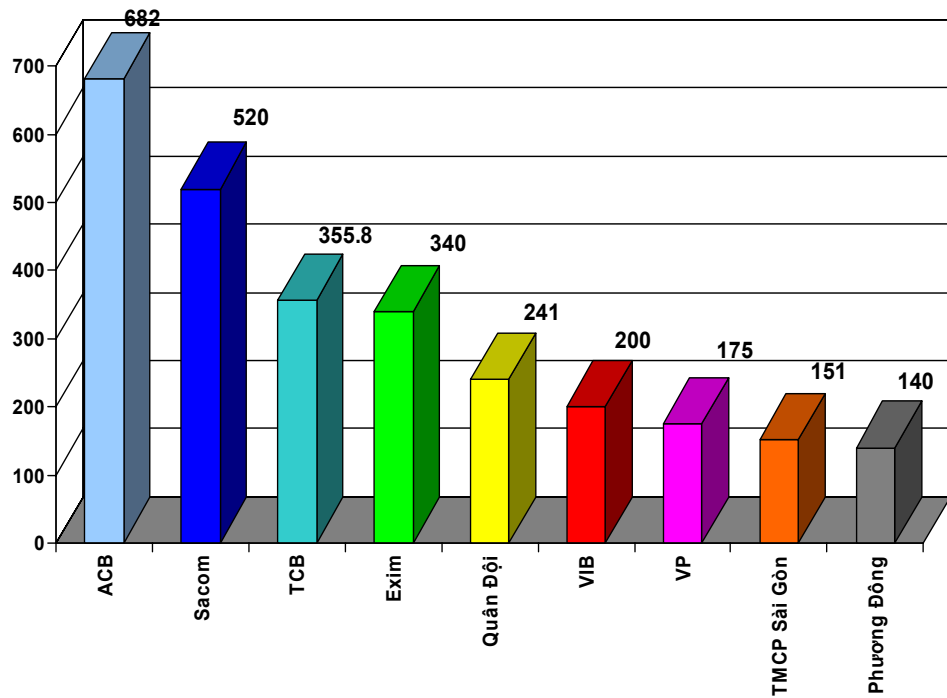
Biểu số 2.8: So sánh vốn điều lệ giữa các NHTMCP năm 2006



Biểu số 2.9 : So sánh tổng dư nợ giữa các NHTMCP năm 2006



Biểu số 2.10 : So sánh lợi nhuận trước thuế giữa các NHTMCP năm 2006



2.4 ĐÁNH GIÁ CÁC ĐIỂM MẠNH VÀ ĐIỂM YẾU CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM.

2.4.1 Điểm mạnh

2.4.1.1 Chiến lược tiếp thị, tạo dựng và phát triển ngân hàng:

Mặc dù công tác tiếp thị chưa thật sự bài bản và chưa được đầu tư đúng mức nhưng Ngân hàng Quốc Tế cũng đã đạt được những thành quả nhất định trong chiến lược tiếp thị. Chỉ trong vòng 4 năm từ một ngân hàng ít người biết đến nay đã xây dựng được tên tuổi trên thị trường, cũng là nhờ công lớn từ tiếp thị. Ngân hàng đã chú trọng hơn trong việc khai thác những cơ hội trong tiếp thị, hình ảnh Ngân hàng được quảng bá thông qua việc tài trợ một số chương trình phát sóng định kỳ, hay các các chương trình quảng cáo qua phương tiện thông tin đại chúng như truyền hình, báo chí. Ngoài ra, các tờ bướm, tờ rơi giới thiệu về sản phẩm dịch vụ ngân hàng có kích thước gọn nhẹ, thiết kế và trình bày đẹp, hiện đại, rõ ràng, hấp dẫn đặt tại các quầy giao dịch của ngân hàng để giới thiệu và hướng dẫn khách hàng lựa chọn các sản phẩm dịch vụ.

Bên cạnh đó, đội ngũ cán bộ nhân viên Ngân hàng tại các đơn vị kinh doanh cũng thường xuyên tiếp cận trực tiếp các khách hàng tiềm năng, mũi nhọn để giới thiệu các sản phẩm dịch vụ, thực hiện công tác chăm sóc khách hàng qua tặng quà lưu niệm khi đến giao dịch với ngân hàng như: viết, nón, áo mưa, lịch...

Mối quan hệ với các khách hàng truyền thống được duy trì bền vững nhờ chính sách hậu mãi tốt cùng với biểu lãi suất và phí ưu đãi.

Công tác tiếp thị không ngừng được cải thiện đã làm thay đổi hình ảnh, gia tăng uy tín của Ngân hàng Quốc Tế phù hợp với yêu cầu hội nhập khu vực và quốc tế.

2.4.1.2 Nghiệp vụ tạo lợi thế cạnh tranh của ngân hàng TMCP Quốc Tế:

Các NHTM muốn duy trì sự tồn tại và phát triển trên thị trường cạnh tranh phải có những mặt mạnh nhất định và cần phải được khai thác triệt để. Một trong những lợi thế của Ngân hàng Quốc Tế là hoạt động tín dụng đối với khách hàng cá nhân và nhóm

khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ. Dư nợ tín dụng của Ngân hàng Quốc Tế tăng trưởng nhanh qua các năm và tỉ lệ nợ quá hạn luôn giới hạn ở mức an toàn. Quy trình thẩm định và cho vay được thực hiện một cách chuyên nghiệp, gọn nhẹ, cơ chế phê duyệt tập trung giúp giảm thiểu hóa rủi ro..

Xử lý các vấn đề tình huống như nhu cầu mới phát sinh của khách hàng đều được cập nhật ngay và giải quyết kịp thời. Trong xu thế cạnh tranh giữa các ngân hàng đòi hỏi mỗi giao dịch phải nhanh chóng, chính xác, phong cách giao dịch tận tâm, tận lực, thực sự am hiểu nhu cầu khách hàng đồng thời thực hiện chính sách phí, lãi suất phù hợp, linh hoạt dẫn đến kết quả hoạt động kinh doanh tăng trưởng ổn định trong nhiều năm qua.

2.4.1.3 Nguồn nhân lực:

Nhân sự tuyển dụng mới trong năm 2006 là 700 người nâng tổng số nhân sự của Ngân hàng Quốc Tế 1.600 người vào cuối năm 2006. Về trình độ học vấn : Trên đại học : 2.3%, Đại học : 90.5%, Trung cấp : 2.4%, Trung học : 4.9%. Tuổi đời trung bình là 30 tuổi.

Có thể nói nhân lực Ngân hàng Quốc Tế không chỉ đông về số lượng mà còn mạnh về năng lực chuyên môn. Đội ngũ cán bộ nhân viên Ngân hàng với tuổi đời bình quân khá trẻ, năng động, có trình độ chuyên môn và được đào tạo bài bản, đúng chuyên ngành, với lòng nhiệt huyết, năng động, sáng tạo, làm việc với tinh thần hướng đến khách hàng đã tạo nên thế mạnh cho Ngân hàng Quốc Tế.

2.4.1.4 Môi trường làm việc dân chủ, rõ ràng, văn hóa tổ chức được hình thành và phát triển:

❖ Với quyết tâm phát triển Ngân hàng Quốc Tế thành một trong những ngân hàng dẫn đầu thị trường Việt nam, Ban Hội đồng quản trị và Ban điều hành đều dốc hết lòng làm việc, đoàn kết nhằm thực hiện mục tiêu đề ra. Với sự đồng lòng của các cấp cao nhất của ngân hàng đã tạo ra được một môi trường làm việc dân chủ, minh bạch.

Mọi người đều có thể trao đổi, đưa quan niệm, ý kiến của mỗi cá nhân về một vấn đề cần được giải quyết. Không nhất thiết đó là cấp bậc chức danh nào, vấn đề cuối cùng là hiệu quả công việc. Điều này tạo điều kiện cho toàn bộ tập thể nhân viên ngân hàng phát huy tính sáng tạo và khả năng làm việc, tính năng động của mỗi cá nhân. Mỗi nhân viên đều có thể đóng góp ý kiến, các ý tưởng sáng tạo mới đều được khuyến khích và được hỗ trợ. Những hướng giải quyết, cải tiến quy trình nghiệp vụ nhằm giảm chi phí, giảm thiểu rủi ro, nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng doanh thu, tất cả góp phần vào sự thành công của Ngân hàng Quốc Tế.

Một yếu tố quan trọng tạo được môi trường làm việc tốt của ngân hàng Quốc tế là do Ngân hàng tạo được hệ thống thông tin thông suốt. Điều này có được nhờ vào hệ thống mail nội bộ của ngân hàng phát triển khá mạnh. Việc phát triển hệ thống mail nội bộ tạo cho mọi người dễ dàng trao đổi thông tin công việc với nhau và thông tin được thông suốt, kịp thời.

Bằng những yếu tố kể trên đã hỗ trợ, tạo ra được môi trường làm việc minh bạch, tạo động lực cho các cá nhân VIBBank phát triển khả năng của mình và từng bước trưởng thành trong một mái nhà chung VIBBank.

❖ Một yếu tố rất quan trọng tạo nên nét đặc thù của mỗi tổ chức, đó là văn hóa tổ chức. Ngân hàng Quốc tế đã xây dựng được một văn hóa tổ chức của riêng mình. Toàn thể cán bộ nhân viên Ngân hàng Quốc Tế đều được truyền đạt và hiểu rõ các giá trị văn hóa của ngân hàng. Giá trị văn hóa của Ngân hàng Quốc Tế đã tạo nên những nét đặc trưng về tư duy, hành động trong kinh doanh, tác phong, thái độ phục vụ khách hàng của cán bộ nhân viên Ngân hàng Quốc Tế. Văn hóa tổ chức của Ngân hàng Quốc Tế được thể hiện qua các giá trị sau :

- **Phương châm hoạt động của Ngân hàng** “*Luôn gia tăng giá trị cho bạn !*”

- **05 giá trị cốt lõi :**

- **Hướng đến khách hàng:** Khách hàng là trọng tâm của mọi hoạt động của ngân hàng. Từ cơ cấu tổ chức, quy trình, nghiệp vụ, sản phẩm, dịch vụ không ngừng cải tiến và hoàn thiện để có thể đáp ứng nhu cầu khách hàng nhanh nhất và tốt nhất. Đội ngũ nhân viên ngân hàng luôn được đào tạo về kiến thức và kỹ năng để có thể phục vụ, tư vấn khách hàng một cách chuyên nghiệp tạo sự thỏa mãn và tin tưởng nơi khách hàng.
- **Năng động – sáng tạo:** Với giá trị cốt lõi này, Ban lãnh đạo ngân hàng đã tạo ra được văn hóa môi trường làm việc cởi mở, thân thiện. Quy trình, quy định, cơ cấu tổ chức thể hiện rõ quyền lợi và trách nhiệm đến từng chức danh. Kích thích tính sáng tạo, năng động, sự nhiệt huyết và cống hiến của mỗi thành viên Ngân hàng Quốc Tế vì mục tiêu chung của Ngân hàng.
- **Hợp tác – chia sẻ:** để phát huy tối đa các mặt mạnh của mỗi cá nhân và hạn chế những điểm yếu, *Hợp tác – Chia sẻ* tạo nên nét văn hóa làm việc tại ngân hàng Quốc Tế là mỗi người đều giúp đỡ, chia sẻ kinh nghiệm của mình với các đồng nghiệp, đặc biệt là quan tâm, hướng dẫn tận tình các nhân viên mới. Mỗi người đều cởi mở, cạnh tranh lành mạnh, nhưng hỗ trợ với nhau, vì mục tiêu cuối cùng là hiệu quả công việc. Việc làm việc nhóm là một hình thức làm việc rất được khuyến khích tại Ngân hàng Quốc Tế.
- **Trung thực – Tin cậy:** Giá trị văn hóa này là điều cần thiết cho mỗi doanh nghiệp, mỗi cá nhân. Tuy nhiên, ngành ngân hàng là một ngành kinh doanh đặc thù, liên quan đến tiền tệ thì yêu cầu về tính trung thực- tin cậy đòi hỏi rất cao. Đây là yêu cầu về yếu tố đạo đức của mỗi cá nhân, từ đó tạo nên một hình ảnh ngân hàng trung thực- tin cậy trong lòng công chúng.
- **Tuân thủ tuyệt đối:** Đây là giá trị bắt buộc đối với từng thành viên ngân hàng Quốc Tế. Vì ngân hàng là ngành mang tính chuẩn hóa cao trong mọi hoạt động, và việc quản lý rủi ro là một trong những mục tiêu hàng đầu của ngân hàng. Niềm tin của công chúng đối với hệ thống ngân hàng gần như là tuyệt đối. Vì thế, việc tuân thủ

các quy trình, nghiệp vụ, quy định trong ngân hàng là một yêu cầu tuyệt đối nhằm đảm bảo hoạt động an toàn, hiệu quả của ngân hàng.

Với những nét chuẩn mực văn hoá được nêu ở trên đã tạo lập và duy trì một môi trường nội bộ VIB Bank thuận lợi, tạo kết nối các thành viên ngân hàng, mối quan hệ trong nội bộ bền vững, lành mạnh. Tạo thành một khối thống nhất cùng nhìn về một hướng phát triển.

2.4.1.5 Hoạt động nghiên cứu và phát triển được chú trọng:

Sau khi thực hiện triển khai đề án tái cơ cấu ngân hàng Quốc Tế vào tháng 8 năm 2004, Phòng phát triển sản phẩm khách hàng doanh nghiệp (P.PTST KHDN) và Phòng phát triển sản phẩm khách hàng cá nhân (P.PTSP KHCN) được thành lập nhằm tạo ra sản phẩm, dịch vụ định hướng và phù hợp với nhu cầu thị trường luôn đổi mới và thị trường tài chính ngân hàng ngày càng cạnh tranh gay gắt.

❖ Phòng PTSP KHCN tập trung nghiên cứu và phát triển sản phẩm dành cho khách hàng cá nhân, dịch vụ thẻ và tín dụng tiêu dùng, dịch vụ kiều hối.

- Năm 2005, các sản phẩm tín dụng được bổ sung đa dạng : cho vay đối với cán bộ công nhân viên, cho vay tín chấp cán bộ quản lý điều hành, cho vay hộ kinh doanh trả góp, cho vay cầm cố cổ phiếu, hỗ trợ du học quốc tế, tài trợ căn hộ trả góp, xe hơi quốc tế. Cũng trong năm 2005, dịch vụ Mobile Banking và Internet Banking được chính thức cung cấp đến khách hàng.

- Năm 2006, Phòng PTSTKHCN chính thức triển khai chương trình hợp tác kinh doanh bảo hiểm, với hoạt động cung cấp các sản phẩm bảo hiểm nhân thọ cho KHCN. Các sản phẩm TD được điều chỉnh liên tục theo sự biến động của thị trường.

- Hoạt động thẻ cũng được chú trọng ngay từ đầu : Thẻ ghi nợ nội địa VIB Values, phát hành thẻ tín dụng quốc tế VIB Master Card liên kết với Vietcombank. Dự kiến đến đầu năm 2007, VIB Bank sẽ chính thức phát hành các loại Thẻ Visa và MasterCard với tư cách là thành viên chính thức của các tổ chức này.

- Hoạt động kiều hối phát triển khá nhanh : Tính đến thời điểm này, VIB Bank đã có quan hệ đại lý kiều hối với các công ty kiều hối quốc tế có uy tín như : Anelik, Travelex, MoneyGram, Xoom, Ria, Uniastrum,..Song song đó, khối khách hàng cá nhân đã triển khai chương trình hợp tác xuất khẩu lao động, dịch vụ quản lý tiền ký quỹ xuất khẩu lao động.

❖ Với mong muốn “chung sức cùng doanh nghiệp”, lấy hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp là thành công của mình, *Phòng phát triển sản phẩm Khối khách hàng doanh nghiệp* phát triển các sản phẩm tài trợ trọn gói, xây dựng các hạn mức tín dụng trọn gói, chiến lược giá trọn gói có tính đến doanh số giao dịch và lãi suất. Chẳng hạn đối với khách hàng xuất nhập khẩu, VIB Bank đảm bảo cung cấp thông tin cập nhật liên quan đến thị trường, thuế, hải quan...mà nếu không cập nhật kịp thời, doanh nghiệp có thể bị thiệt hại lớn trong kinh doanh. VIB Bank sẵn sàng tư vấn để doanh nghiệp soạn thảo hợp đồng ngoại thương tốt nhất, tránh các sai sót trong khi thực hiện hợp đồng và thanh toán quốc tế. Đối tác chiến lược của VIB Bank là các nhà vận tải, giao nhận chuyên nghiệp, công ty bảo hiểm có uy tín trên thị trường sẽ giúp doanh nghiệp các thủ tục nhận hàng, khai báo hải quan, kê khai thuế xuất nhập khẩu, cung cấp dịch vụ giám định hàng bảo hiểm,...Bên cạnh đó, với những băn khoăn về tình trạng thiếu vốn lưu động của các doanh nghiệp, VIB Bank có thể hỗ trợ thông qua dịch vụ cho vay chiết khấu bộ chứng từ xuất nhập khẩu, bao thanh toán xuất nhập khẩu,..

2.4.1.6 Cấu trúc quản trị điều hành tập trung, quản lý rủi ro và hướng đến khách hàng:

Trong đề án tái cơ cấu vào năm 2004, Ngân hàng Quốc Tế đã xây dựng cơ cấu tổ chức mới quản lý hiệu quả, phát huy được vai trò của Hội đồng quản trị trong định hướng tương lai hoạt động của Ngân hàng, trong điều hành tăng cường quản lý rủi ro, nâng cao chất lượng dịch vụ, hướng phát triển kinh doanh bền vững, có trách nhiệm đối với các cổ đông, khách hàng và toàn thể nhân viên ngân hàng. Những

định hướng này được thể hiện thông qua cấu trúc quản trị của Ngân hàng Quốc Tế (đã được trình bày trong mục 2.1.2)

Cấu trúc quản trị này rất rõ ràng, chặt chẽ cho phép vận dụng và khai thác tối đa nguồn đưa đến hiệu quả cao nhất. Song song là khả năng kiểm soát và ngăn ngừa rủi ro tối đa đưa hiệu quả hoạt động nhanh nhưng rất bền vững. Thông qua cấu trúc quản trị của Ngân hàng Quốc Tế, từ việc phân rõ các chức năng, nhiệm vụ cho từng bộ phận quản trị, cấu trúc quản trị này có các ưu điểm như sau :

- Hướng đến khách hàng và chất lượng dịch vụ.
- Quy định trách nhiệm cá nhân cho các mục đích và tiêu chí kinh doanh.
- Thể hiện cụ thể vai trò và trách nhiệm của từng thành viên VIB Bank và đặc biệt quan tâm đến quản lý rủi ro.
- Quản lý theo mục tiêu.
- Cân đối được rủi ro và lợi nhuận.
- Cấu trúc quản lý ít cấp- gọn, thuận tiện trong trao đổi và quyết định nhanh.
- Cấu trúc tổ chức thực tiễn, dễ áp dụng và có thể thay đổi để phù hợp với các giai đoạn phát triển của VIBBank.

2.4.2 Điểm yếu:

2.4.2.1 Hạn chế về vốn:

Có thể nói vốn chủ sở hữu góp phần không nhỏ trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của Ngân hàng. Trong 3 năm trở lại đây, ngân hàng Quốc Tế đã có bước tăng trưởng đột phá về vốn chủ sở hữu nhằm bắt kịp với tiến độ phát triển của thị trường tài chính trong bối cảnh cạnh tranh của quá trình hội nhập. Tuy nhiên, xét trên phạm vi toàn hệ thống NHTM Việt Nam, vốn điều lệ của Ngân hàng Quốc Tế còn khá thấp so với các NHTMNN và một số ngân hàng TMCP có tên tuổi trên thị trường.

Vốn chủ sở tăng trưởng không đúng mức sẽ là một điểm yếu trong thời gian tới sẽ không đủ sức cạnh tranh với các NHLĐ, NHNNg và các NHTMNN được cổ phần hóa.

2.4.2.2 Hoạt động marketing ngân hàng chưa đi vào chiều sâu:

Mặc dù thời gian gần đây đội ngũ phát triển khách hàng đã được thành lập nhưng hầu hết chỉ tập trung tại một số chi nhánh đầu mối, công tác marketing trên chưa được triển khai bài bản, rõ nét trên toàn hệ thống và chưa có chiến lược marketing rõ ràng, cụ thể.

Công tác tiếp cận, phát triển khách hàng chỉ tập trung vào một số cán bộ cốt cán tại các đơn vị kinh doanh, số cán bộ còn lại vẫn chưa chủ động tìm kiếm khách hàng, có tâm lý thụ động ngồi chờ khách hàng, tiếp nhận và xử lý mang tính giải quyết sự vụ.

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

2.4.2.3 Công nghệ ngân hàng còn tồn tại nhiều hạn chế, hiệu quả chưa cao:

Phần mềm Symbol tại Ngân hàng Quốc tế mặc dù mới được đưa vào sử dụng trong năm 2006 nhưng ít nhiều đã bộc lộ một vài hạn chế nhất định, chương trình quản lý tập trung cao dẫn đến tình trạng nghẽn mạng gọi là "Timeout" làm giảm chất lượng quản lý tín dụng và cũng kéo dài thời gian xử lý giao dịch trực tiếp với khách hàng.

Hệ thống máy ATM mặc dù được đầu tư thời gian gần đây nhưng đã xuất hiện một vài lỗi cơ bản trong xử lý giao dịch, gây bức xúc cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ. Yếu tố công nghệ có sự quyết định rất lớn đến năng lực cạnh tranh của ngân hàng nhưng nhìn chung vẫn chưa được đầu tư tối đa.

2.4.2.4 Sản phẩm dịch vụ ngân hàng chưa thực sự tạo ra lợi thế cạnh tranh:

Thời gian qua mặc dù Khối KHDN và Khối KHCCN đã nghiên cứu và tung ra một loạt sản phẩm mới có tính đặc thù nhưng kết quả đạt được chưa thực sự như mong

muốn. Mặc dù sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng phong phú đa dạng như chưa có sản phẩm chủ đạo, khác biệt và có tính nổi trội so với các ngân hàng khác. Các sản phẩm mới thường được tung ra chậm hơn so với các Ngân hàng khác do vậy vẫn chưa tạo được sức hút đối với khách hàng.

Rất nhiều sản phẩm mới đặc biệt là sản phẩm áp dụng cho khách hàng doanh nghiệp khi đưa ra rất khó triển khai khi đưa vào thực tế do có quá nhiều ràng buộc như: thanh toán, tín dụng thấu chi...

2.4.2.5 Trình độ nhân viên chưa theo kịp với sự phát triển, chính sách quản lý và phát triển nguồn nhân lực còn hạn chế, công tác đào tạo chưa đáp ứng kịp thời:

Cùng với việc mở rộng mạng lưới hoạt động thì nhu cầu về nguồn nhân lực đáp ứng cũng tăng lên đáng kể. Tổng số cán bộ nhân viên đến ngày 31/12/2004 là 412 người, sau 3 năm, đến nay tổng số cán bộ nhân viên của Ngân hàng Quốc Tế hơn 1.600 người. Nhu cầu nguồn nhân lực ngân hàng đòi hỏi tăng nhanh như vậy thì nguồn nhân lực để đáp ứng phần lớn là những sinh viên thuộc ngành tài chính ngân hàng mới ra trường hoặc nhân lực thuộc các ngành nghề khác được tuyển dụng. Vì vậy, nhân viên hiện nay của Ngân hàng Quốc Tế phần lớn là những người chưa có kinh nghiệm cao trong lĩnh vực tài chính ngân hàng. Vì vậy, nguồn nhân lực có trình độ nhưng kinh nghiệm làm việc và tính chuyên nghiệp thì chưa thể đáp ứng.

Có thể nói, đội ngũ cán bộ nhân viên Ngân hàng Quốc Tế được đánh giá là có trình độ chuyên môn cao so với các NHTPCP khác. Tuy nhiên, chính sách đãi ngộ cán bộ nhân viên có năng lực và tâm huyết với công việc vẫn chưa thực sự thỏa đáng. Ban điều hành vẫn đặt niềm tin nhiều vào đội ngũ cán bộ trẻ năng động. Cụ thể, khi mạng lưới chi nhánh được mở rộng hoặc khi sự di chuyển đi nơi khác của một số cán bộ quản lý, nguồn bổ sung chủ yếu của cấp quản lý là nhân sự đến từ các ngân khác. Điều này đã tạo ra tâm lý bất ổn và không khuyến khích cán bộ nhân viên đang công tác gắn bó và cống hiến nhiều hơn cho ngân hàng.

Ngoài ra, cơ chế thưởng cho các cán bộ nhân viên giỏi, có nhiều đóng góp cho ngân hàng vẫn chưa được quan tâm thỏa đáng. Mức thu nhập hiện tại vẫn chưa cạnh tranh với một số ngân hàng và các tổ chức tài chính khác. Do đó, gần đây có khá nhiều cán bộ nhân viên nghỉ việc để qua một môi trường khác có nhiều cơ hội tăng tiến và có mức thu nhập cao hơn.

Công tác đào tạo: tuy ngân hàng đã tổ chức 79 khóa học trong 1 năm góp phần nâng cao kiến thức và kỹ năng làm việc của cán bộ nhân viên ngân hàng. Nhưng hiệu quả mang lại chưa thể đáp ứng yêu cầu công việc thực tiễn đặt ra do các khóa học chủ yếu là đào tạo nội bộ. Các khóa học chuyên nghiệp, được đầu tư chu đáo, có tính chuyên sâu và có tác dụng thực tiễn chưa được áp dụng nhiều. Ngoài ra, do nguồn nhân lực tăng quá nhanh nên chính sách đào tạo hiện tại chưa thể đáp ứng kịp thời.

2.4.2.6 Chưa chú trọng xây dựng và phát triển thương hiệu:

Hiện nay, Ngân hàng Quốc Tế vẫn chưa tạo được cho mình một phong cách giao dịch riêng biệt và nổi trội so với các đối thủ cạnh tranh. Mặt bằng kinh doanh chủ yếu là đi thuê mặc dù khang trang nhưng chưa có tính đồng bộ và chưa tạo được hình ảnh nhất quán do vậy chưa tạo được hình ảnh đặc trưng cho ngân hàng.

Bên cạnh đó thái độ và phong cách giao tiếp của nhân viên tại ngân hàng tuy tận tình, niềm nở nhưng vẫn chưa thực sự chuẩn hóa, đồng bộ do lực lượng nhân sự mới vẫn chưa quen với quy trình xử lý công việc tại môi trường làm việc mới.

2.4.2.7 Thị phần kinh doanh còn nhỏ, cơ sở khách hàng chưa bền vững:

Trong mục tiêu hoạt động kinh doanh của mình, Ngân hàng Quốc Tế xác định “Doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động trên nhiều lĩnh vực khác nhau của nền kinh tế là đối tượng khách hàng chủ yếu của VIB Bank”. Đây là một định hướng đúng đắn và hợp lý của ngân hàng trong giai đoạn phát triển hiện nay. Vì các doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm số lượng lớn nhất và giàu tiềm năng nhất trong cộng đồng doanh

nghiệp nhưng hiện nay phần lớn đều gặp khó khăn trong việc tăng cường khả năng cạnh tranh, hiện đại hóa công nghệ và tiếp cận các nguồn vốn tín dụng. Nhìn chung, đối tượng khách hàng này có những đặc điểm hạn chế về vốn, kỹ thuật, nguồn nhân lực kể trên có thể tạo ra những tiềm ẩn rủi ro cho ngân hàng, và tính gắn bó của đối tượng khách hàng này đối với ngân hàng không cao, vì phần lớn các DNV&N chưa có kế hoạch và chiến lược kinh doanh dài hạn, thường tính đến những lợi ích trước mắt nên thường dễ thay đổi quan hệ với ngân hàng vì sự cạnh tranh về giá giữa các ngân hàng với nhau.

So với các NHTM đang dẫn đầu thị trường như ACB, Sacombank thì thị phần kinh doanh của VIB Bank vẫn còn hạn chế: tổng dư nợ tín dụng của Ngân hàng Quốc Tế tính đến ngày 31/12/2006 vẫn còn thấp hơn các ngân hàng này. Bên cạnh đó, thị phần huy động vốn của Ngân hàng Quốc Tế tuy có tăng trưởng mạnh trong năm 2006 nhưng vẫn chưa sánh kịp các ngân hàng đang dẫn đầu thị trường.

Từ những điều trên cho thấy cơ sở khách hàng và thị phần kinh doanh của ngân hàng chưa bền vững, tiềm ẩn nhiều rủi ro do tỷ trọng khách hàng DNV&N và khách hàng cá nhân nhỏ lẻ là đối tượng khách hàng chủ yếu của VIB Bank hiện nay. Bên cạnh đó, VIB Bank chưa có chính sách định hướng kinh doanh cho từng nhóm đối tượng rõ ràng, chưa có chính sách phân biệt khách hàng VIP, khách hàng truyền thống và chính sách marketing những khách hàng tiềm năng. Vì thế, việc giữ khách hàng cũ và tiếp thị khách hàng mới còn gặp nhiều khó khăn.

2.4.2.8 Mạng lưới chi nhánh và kênh phân phối chưa rộng và đa dạng:

Kênh phân phối của ngân hàng chủ yếu thông qua 02 kênh chính là : kênh cổ điển thông qua mạng lưới kinh doanh gồm các chi nhánh, phòng giao dịch và kênh phân phối hiện đại dựa trên nền công nghệ tiên tiến như hệ thống máy ATM, những nơi chấp nhận thẻ ...

Kênh phân phối hiện đại của các NHTM cổ phần Việt nam hiện nay chủ yếu thông qua hệ thống máy ATM. Đến thời điểm này, việc phát hành và sử dụng Thẻ của Ngân hàng Quốc Tế thông qua hệ thống liên minh thẻ Vietcombank, ngân hàng chưa đầu tư hệ thống ATM trong hệ thống ngân hàng của riêng mình do năng lực tài chính của ngân hàng còn hạn chế. Điều này hạn chế Ngân hàng Quốc Tế trong việc thu hút khách hàng sử dụng thẻ, một trong những kênh thanh toán hiệu quả có nhiều tính năng tiện ích hiện nay. Tuy nhiên, Ngân hàng cũng đã có những bước chuẩn bị và kế hoạch phát triển mạng lưới ATM Ngân hàng Quốc tế. Cụ thể, VIB Bank đã ký kết hợp đồng mua Hệ thống chuyển mạch tài chính và Quản lý Thẻ từ công ty Card tech Limited (CTL) – Vương quốc Anh. Đây là giải pháp công nghệ thẻ hiện đại, toàn diện, bao gồm các chức năng như phát hành thẻ, quản lý thanh toán thẻ, chuẩn chi, chuyển mạch tài chính và bảo mật. Ngoài ra, các kênh phân phối hiện đại khác vẫn chưa được ứng dụng.

Hiện nay, việc phát triển mạng lưới hoạt động của các NHTM Việt Nam nhằm tăng lợi thế cạnh tranh là một trong những mục tiêu hàng đầu, đó cũng là một trong những bước chuẩn bị và cũng là lợi thế của các ngân hàng trong nước trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế. Chủ trương phát triển mạng lưới hiện nay của VIB Bank là tập trung mở rộng mạng lưới tại các địa bàn phát triển về kinh tế, tiềm năng về vốn và cơ sở hạ tầng tốt. Tuy mạng lưới hoạt động của Ngân hàng Quốc Tế phát triển khá nhanh từ cuối năm 2004, tuy nhiên, so với các NHTMCP đang dẫn đầu thị trường hiện nay thì mạng lưới này còn rất mỏng, chưa phủ hết ở các vùng kinh tế trọng điểm cả nước.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2:

Có thể nói rằng hệ thống NHTM Việt Nam nói chung và NHTMCP Quốc tế nói riêng đang đứng trước những vận hội to lớn cho sự phát triển của mình, song những thách thức và yếu kém kể trên chắc chắn sẽ gây khó khăn cho hệ thống NHTM Việt Nam.

Nội dung chương 2 đã đề cập đến thực trạng hoạt động của NHTMCP Quốc tế Việt nam, trong giai đoạn hiện nay. Bên cạnh những kết quả đã đạt được còn bộc lộ những hạn chế cần được khắc phục, nâng cao năng lực cạnh tranh .

Vì vậy, vấn đề cần đặt ra là làm thế nào để khắc phục những tồn tại, khó khăn, nâng cao sức cạnh tranh của NHTMCP Quốc tế Việt nam nói riêng và của hệ thống NHTM Việt nam nói chung trước sức ép của các NHNNg, các định chế tài chính phi ngân hàng đang và sẽ được hoạt động cạnh tranh bình đẳng trong quá trình tự do hóa, vấn đề cấp bách hiện nay của các nhà quản lý vĩ mô và các nhà quản trị ngân hàng Việt nam là phải có những cải cách thích hợp và đồng bộ với tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Chương 3:

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA
NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM TRONG
TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ**

3.1 QUAN ĐIỂM, ĐỊNH HƯỚNG VÀ LỘ TRÌNH PHÁT TRIỂN CỦA HỆ THỐNG NHTM VIỆT NAM TRONG HỘI NHẬP QUỐC TẾ:

3.1.1 Quan điểm và định hướng của Đảng và Nhà nước về hội nhập quốc tế:

Quá trình hội nhập được khởi đầu từ những năm 80, khi Đảng và nhà nước Việt nam thực hiện chính sách đổi mới và mở cửa nền kinh tế.

Nghị quyết đại hội Đảng IX khẳng định:” xây dựng nền kinh độc lập tự chủ đi đôi với hội nhập kinh tế quốc tế. Kết hợp nội lực và ngoại lực thành nguồn lực tổng hợp để phát triển kinh tế đất nước”

Nghị quyết hội nghị lần thứ 9 Ban chấp hành trung ương Đảng khóa IX đã đưa ra 1 trong 6 mục tiêu nhiệm vụ chủ yếu để thực hiện thắng lợi toàn diện Nghị quyết Đại hội IX của Đảng là:” chủ động và khẩn trương hơn trong hội nhập kinh tế quốc tế, thực hiện đầy đủ các cam kết quốc đa phương, song phương. Nước ta đã ký kết và chuẩn bị tốt các điều kiện để sớm ra nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO)”

Cho đến nay đúng theo tinh thần và chủ trương của Đảng, Việt nam đã chính thức ra nhập tổ chức Thương mại thế giới (WTO). Theo tinh thần của Đảng ta, hội nhập quốc tế về ngân hàng phải được thực hiện theo nguyên tắc chủ động, bảo đảm có sự kiểm soát quá trình hội nhập vào cộng đồng tài chính khu vực và thế giới; tranh thủ sự hỗ trợ về tài chính, kỹ thuật của các nước và tổ chức quốc tế để từng bước đưa hoạt động ngân hàng đạt kết quả cao.

3.1.2 Lộ trình phát triển của hệ thống NHTM Việt nam :

- Chủ động hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực Ngân hàng theo lộ trình và bước đi phù hợp với khả năng của hệ thống Ngân hàng Việt Nam.
- Thực hiện các cam kết quốc tế về lĩnh vực tiền tệ và hoạt động Ngân hàng, trước hết là Hiệp định thương mại Việt - Mỹ, Hiệp định khung về thương mại dịch vụ (AFAS) của ASEAN và hướng tới phù hợp với WTO.
- Tăng cường vai trò ảnh hưởng của hệ thống Ngân hàng Việt Nam đối với thị trường tài chính khu vực và vươn ra quốc tế.
- Phát hành và niêm yết chứng khoán của các NHTM Việt Nam trên TTCK trong nước và trên thị trường tài chính quốc tế...
- Tham gia các điều ước quốc tế, các câu lạc bộ, các diễn đàn khu vực và quốc tế về tiền tệ, Ngân hàng.
- Có lộ trình tích cực về áp dụng các thông lệ và chuẩn mực quốc tế áp dụng cho hoạt động Ngân hàng thương mại - đặc biệt là chuẩn mực về kế toán, kiểm toán, qui chế quan hệ bắt buộc giữa các Ngân hàng trung gian với Ngân hàng trung ương về tái cấp vốn, thị trường mở, thanh toán quốc gia và các chuẩn mực về thanh tra - giám sát Ngân hàng.

3.2 ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2015:

3.2.1 Mục tiêu phát triển của NHTMCP Quốc tế Việt nam đến năm 2015:

3.2.1.1 Cơ sở xây dựng mục tiêu phát triển của NH Quốc Tế đến năm 2015:

- Căn cứ vào tình hình phát triển kinh tế xã hội, tiềm năng của thị trường và sự phát triển khá nóng của hoạt động ngành tài chính – ngân hàng hiện nay.

- Tỷ lệ nợ xấu so với tổng dư nợ : <1%
- Nâng mức tỷ lệ thu từ dịch vụ lên mức 40%.
- Tăng trưởng lợi nhuận mỗi năm đạt tối thiểu 15%
- Doanh thu tăng trưởng ổn định qua các năm. Trong đó, phần đầu tăng dần tỷ trọng doanh thu từ dịch vụ.
- Phát triển các kênh phân phối, đầu tư mở rộng mạng lưới, chú trọng hệ thống kênh phân phối hiện đại.
- Đẩy mạnh các dự án hoàn thiện công nghệ ngân hàng để tạo khả năng cạnh tranh cho VIB Bank cũng như tạo nền tảng cho việc phát triển các sản phẩm dịch vụ ứng dụng công nghệ hiện đại.
- Xây dựng thương hiệu hiệu quả, xây dựng hình ảnh VIB Bank là ngân hàng vững mạnh, an toàn, năng động.
- Trong giai đoạn năm 2005 – 2015: Ngân hàng phấn đấu trở thành một ngân hàng đa năng, hiện đại; nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ truyền thống song song triển khai, phát triển các sản phẩm dịch vụ mới, quản lý chặt chẽ hoạt động tín dụng; xây dựng văn hóa kinh doanh riêng nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh.

3.2.2 Phương châm hành động:

- Hiện đại hóa công nghệ NH, nâng cao lợi thế cạnh tranh trong quá trình hội nhập.
- Hoạt động an toàn, hiệu quả.
- Phát triển không ngừng trên nền tảng ổn định, bền vững.

3.3 QUAN ĐIỂM XÂY DỰNG GIẢI PHÁP

3.2.1 Phát huy thế mạnh:

Dựa vào những thế mạnh, lợi thế so sánh hoặc những mặt nổi trội, những nét khác biệt của Ngân hàng Quốc Tế so với đối thủ cạnh tranh, để đề ra những giải pháp

duy trì và phát huy hơn nữa những thế mạnh song song với việc khắc phục điểm yếu nhằm vừa giữ được khách hàng truyền thống và thu hút được nhiều khách hàng mới.

3.2.2 Tận dụng cơ hội:

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

3.4 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NH TMCP QUỐC TẾ ĐẾN NĂM 2015

3.4.1 Những giải pháp thuộc về NHTMCP Quốc tế Việt nam

3.4.1.1 Tăng cường năng lực tài chính:

Đây được xem là một trong những giải pháp quan trọng nhất nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các NH. Để tăng cường năng lực tài chính các NH cần phải:

➤ Tăng vốn tự có :

Tăng nhanh vốn tự có qua nhiều hình thức khác nhau: huy động từ thị trường qua hình thức phát hành cổ phiếu, trái phiếu, tăng vốn từ lợi nhuận được phép giữ lại; nâng cao chất lượng tài sản có (giảm tỷ trọng tài sản có rủi ro, tăng tỷ trọng tài sản có sinh lời trong tổng tài sản có).

Thị trường chứng khoán đang phát triển rất thuận lợi cho các NHTMCP phát hành thêm cổ phiếu mới để tăng vốn tự có và nâng cao năng lực tài chính của mình.

Vốn điều lệ tăng sẽ góp phần hiện đại hóa công nghệ, nâng cao năng lực tài chính, là cơ sở để NH mở rộng hoạt động kinh doanh, phát triển sản phẩm, dịch vụ mới. Vốn cũng là điều kiện để thu hút khách hàng, đứng vững trước rủi ro. Do vậy, các NHTMCP cũng cần tăng nhanh vốn điều lệ thông qua hình thức phát hành cổ

phiếu cho các cổ đông cổ đông nước ngoài (như ACB và Sacombank). Việc thu hút vốn từ các định chế tài chính nước ngoài giúp NH có nhiều cơ hội để tranh thủ về kinh nghiệm quản lý, điều hành, về cơ cấu tổ chức bộ máy của một ngân hàng hiện đại cũng nhằm để các NH tiếp cận nhanh các dịch vụ ngân hàng hiện đại mà ở các nước phát triển đã và đang thực hiện.

➤ **Xử lý nợ xấu:**

Xử lý nợ xấu của các NH có 3 ý nghĩa lớn gồm: giải phóng nợ tồn đọng để tái quay vòng vốn, làm lành mạnh hoạt động tín dụng và nâng cao năng lực tài chính cho NH trong tiến trình hội nhập quốc tế. Đẩy mạnh xử lý nợ xấu phải theo đúng quy định của pháp luật, giảm nợ xấu đi đôi với việc xây dựng cơ chế kiểm soát, giám sát hữu hiệu chất lượng tín dụng của NH.

3.4.1.2 Hiện đại hóa công nghệ ngân hàng:

Hiện nay, việc ứng dụng công nghệ hiện đại trong hoạt động cung cấp dịch vụ ngân hàng là xu hướng tất yếu. Với nhu cầu ngày càng đa dạng của người sử dụng và xu hướng mở rộng hoạt động của các NHTM, Ngân hàng Quốc Tế cần đẩy mạnh việc khai thác các ứng dụng, giải pháp hỗ trợ cho giao dịch qua mạng và Internet. Sự phát triển công nghệ thông tin luôn đi đôi với việc tăng cường bảo mật dữ liệu, an toàn hệ thống.

Hiện đại hoá công nghệ ngân hàng là một trong những giải pháp quan trọng để giúp NH có điều kiện phát triển được các dịch vụ ngân hàng truyền thống và dịch vụ ngân hàng hiện đại nhưng phải đạt được các mục tiêu sau:

➤ Hệ thống CNTT phải đảm bảo nâng cao chất lượng của các dịch vụ ngân hàng truyền thống, đồng thời đảm bảo điều kiện để phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại đặc biệt là dịch vụ ngân hàng điện tử Internet banking, home banking, mobile banking ..., các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt như các loại thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ, dịch vụ đầu tư, dịch vụ bảo hiểm, các công cụ phái sinh tiền tệ, lãi suất, tỷ giá ...

- Sự phát triển CNTT phải luôn đi đôi với việc tăng cường bảo mật dữ liệu, an toàn qua mạng nhằm bảo vệ các nguồn thông tin nội bộ cũng như chống lại sự xâm nhập vào hệ thống của một số thông tin không mong muốn như virus.
- Lựa chọn giải pháp kỹ thuật, trang thiết bị tiên tiến để rút ngắn khoảng cách về trình độ công nghệ với các nước phát triển. Xây dựng chương trình phần mềm ứng dụng hợp lý, chuẩn mực quốc tế và phù hợp với điều kiện Việt Nam có khả năng kết nối, mở rộng trong môi trường công nghệ cao và hội nhập kinh tế quốc tế.
- Tăng cường hợp tác, liên kết giữa NH với các tổ chức kinh tế, giữa các NH với nhau trong lĩnh vực công nghệ, mở rộng các dịch vụ ngân hàng điện tử, đổi mới phương thức phục vụ khách hàng, đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá các dịch vụ ngân hàng mới tới mọi tầng lớp dân cư nhằm thu hút khách hàng, phát triển thị trường.
- Đào tạo nguồn nhân lực với trình độ kỹ thuật nghiệp vụ đủ sức tiếp cận được với công nghệ mới. Đặc biệt chú trọng phát triển nguồn nhân lực CNTT qua công tác đào tạo, đào tạo lại và tuyển dụng mới.

3.4.1.3 Phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực :

Cùng với việc đầu tư hiện đại hoá công nghệ, giải pháp để phát triển dịch vụ ngân hàng không thể thiếu đó là phát triển và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Rất cần có một chiến lược kinh doanh trung hạn và dài hạn về nhân sự. Đảm bảo chất lượng nguồn nhân lực với những tiêu chí như năng lực, trình độ, khả năng hội nhập, hiệu quả công tác và phẩm chất đạo đức tốt. Để nâng cao chất lượng và phát triển nguồn nhân lực, cần quan tâm, xem xét đến những giải pháp sau:

- Cần xây dựng một hệ thống quản trị nhân sự chuẩn, toàn diện, và thống nhất toàn hệ thống từ giai đoạn tuyển dụng đến khi tiếp nhận, đào tạo, đánh giá nhân viên qua hệ thống tiêu chuẩn trình độ nhân viên và kể cả tạo động lực làm việc cho nhân viên. hoàn chỉnh. Tạo sự lan truyền kinh nghiệm lẫn nhau và bồi dưỡng cho thế hệ trẻ kế thừa.

- Khuyến khích cán bộ duy trì và phát triển các mối quan hệ mà qua đó góp phần ổn định và thu hút khách hàng.
- Tạo điều kiện hơn nữa để cán bộ thường xuyên được đào tạo và đào tạo lại nhằm nâng cao trình độ chuyên môn, ngoại ngữ, tin học, đồng thời không ngừng bồi dưỡng trình độ lý luận, ý thức tổ chức kỷ luật và đạo đức nghề nghiệp.
- Tạo mọi điều kiện để nhân viên phát huy hết khả năng và năng lực của bản thân với môi trường làm việc luôn thể hiện sự đoàn kết và hợp tác tốt giữa các đồng nghiệp với nhau. Nhân viên có trình độ nghiệp vụ, phẩm chất đạo đức tốt, có kỹ năng lãnh đạo phải có những cơ hội để thăng tiến trong tương lai.
- Bên cạnh đó, vì nhân viên ngân hàng là những người làm việc trên lĩnh vực dịch vụ cao cấp nên phải đảm bảo tính chuyên nghiệp và lương cao. Vì vậy, cần có cơ chế tiền lương phù hợp với trình độ và năng lực của cán bộ, các NH cần có chế độ đãi ngộ nhân viên rõ ràng thông qua quy chế về tiền lương, quy chế thi đua khen thưởng, các chế độ về nhà ở, xe cộ.. đối với các cấp lãnh đạo hay những chuyên viên bậc cao của NH.
- Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng và nâng cao trình độ mọi mặt cho các cán bộ lãnh đạo của NH, đồng thời nâng cao năng lực quản trị rủi ro, điều hành kinh doanh và tầm nhìn chiến lược của lãnh đạo các cấp. Cần hướng các cán bộ lãnh đạo có nhận thức sâu sắc về tác động của hội nhập quốc tế trong lĩnh vực NH đối với sự phát triển dịch vụ ngân hàng nói riêng và hoạt động của NH nói chung.
- Gắn chiến lược nhân sự với các trường đại học trọng điểm và hình thành các trung tâm đào tạo tại các ngân hàng thương mại.

3.4.1.4 Đẩy mạnh xây dựng và quảng bá thương hiệu:

Ngày nay, xu thế cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt từ sự ra đời của các ngân hàng mới và chủ trương mở rộng mạng lưới hoạt động của các ngân hàng hiện tại.

Do vậy, một trong những giải pháp huy thế mạnh là tăng cường quảng bá hình ảnh, xây dựng thương hiệu của mình thông qua những biện pháp cụ thể như sau:

- Chủ động tổ chức nhiều chương trình khuyến mãi, tài trợ với quy mô lớn, hình thức quảng cáo phải vừa ấn tượng, vừa mạnh mẽ cạnh tranh. Đa dạng hóa hình thức quảng cáo như: Tài trợ chương trình truyền hình, các chương trình văn hóa lớn nhân dịp các ngày lễ lớn, tổ chức hội nghị khách hàng,...
- Nội dung quảng cáo cần được nghiên cứu kỹ lưỡng, biết tranh thủ lòng ghép vào các sự kiện lịch sử trọng đại, vận dụng kinh nghiệm của các ngân hàng trong khu vực, nội dung phải cụ thể và bao quát được tiện ích sản phẩm. Giới thiệu sản phẩm và dịch vụ mới trên các phương tiện thông tin đại chúng, băng ron cũng như trên các tờ rơi. Cần lựa chọn các sản phẩm ấn tượng, độc đáo riêng có như là quảng cáo dịch vụ thẻ, dịch vụ thanh toán, các hình thức huy động vốn, các tiện ích mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng, các nghiệp vụ mới về tín dụng...
- Thực hiện thiết kế các mẫu quảng cáo do các công ty quảng cáo chuyên nghiệp thiết kế, mang tính hiện đại, tạo ấn tượng và hiệu quả đối với khách hàng.
- Việc quảng cáo không nên mang tính chất tràn lan, dàn trải mà nên lựa chọn kênh truyền hình, báo chí có tính phổ biến đồng thời tập trung vào các thời điểm nhất định như: ngày lễ, ngày tết, dịp kỷ niệm; vào các dịp đó ngân hàng tung ra các sản phẩm và dịch vụ mới, hay một chiến dịch mới về huy động vốn, phát hành kỳ phiếu hay trái phiếu... một mặt còn góp phần làm cho chi phí cho hoạt động quảng cáo giảm đáng kể nhưng hiệu quả thì tăng rõ rệt.
- Thành lập phòng hay bộ phận marketing chuyên nghiệp, quan tâm đúng mức đến công tác của bộ phận này, đưa công tác marketing ngày càng chuyên trách hơn.

3.4.1.5 Xây dựng chiến lược phát triển khách hàng:

Việc xây dựng chiến lược khách hàng cần được tiến hành theo các nội dung chủ yếu sau đây:

- Bồi dưỡng, đào tạo thực hiện mô hình tổ chức kinh doanh ngân hàng theo định hướng khách hàng, thiết lập và phát huy vai trò bộ phận chuyên trách chuyên nghiên cứu khách hàng. Từ đó, ngân hàng có điều kiện nắm bắt thông tin, nghiên cứu sâu sắc nhu cầu từng nhóm khách hàng để ngân hàng có thể xây dựng được các chính sách khách hàng phù hợp hơn đối với từng nhóm khách hàng.
- Cần bồi nâng cao trình độ chuyên môn, nhận thức tốt công tác khách hàng, sử dụng bố trí sắp xếp cán bộ theo đúng năng lực sở trường phù hợp với yêu cầu phục vụ khách hàng.

3.4.1 6 Nâng cao năng lực quản lý và kiểm soát rủi ro:

Nguyên tắc giúp NH tăng trưởng bền vững là nguyên tắc an toàn, ngân hàng thực hiện đầy đủ các nguyên tắc của cơ quan quản lý nhà nước trong quá trình giám sát hoạt động kinh doanh, chấp hành nghiêm túc yêu cầu pháp định về an toàn vốn.

Công tác phòng ngừa và quản lý rủi ro luôn phải được chú trọng, hệ thống quản lý rủi ro phải được điều chỉnh và nâng cao về mặt hiệu lực.

- Quản lý tín dụng được đặc biệt kiện toàn: xây dựng chính sách tín dụng trong đó xác định rõ phạm vi rủi ro, các giới hạn cho vay, để định hướng cho việc tăng trưởng tín dụng trong vòng kiểm soát.
- Quản lý rủi ro thị trường dần dần phải được hoàn thiện, tạo khuôn khổ cho việc gia tăng doanh thu đồng thời với việc quản lý tốt thanh khoản.
- Công tác kiểm toán nội bộ tăng cường, góp phần ngăn ngừa, khắc phục rủi ro ở các đơn vị kinh doanh. Ngoài ra, nhiệm vụ của kiểm soát nội bộ phải phân tích được nguyên nhân rủi ro, đề xuất biện pháp giải quyết thích hợp và triệt để, xây dựng hệ thống phát hiện từ xa một cách hiệu quả.

Hệ thống phòng ngừa rủi ro phải được củng cố ngay từ cơ sở. Quản lý rủi ro có hiệu quả sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc quản lý vốn ngân hàng theo chuẩn mực quốc tế mà Việt nam sẽ hướng đến áp dụng.

3.4.1.7 Nâng cao chất lượng và mở rộng hoạt động các dịch vụ ngân hàng:

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

Xác định đúng xu hướng phát triển kinh doanh của NHTM hiện đại nhằm mục tiêu tăng thu nhập dịch vụ góp phần gia tăng lợi nhuận, thỏa mãn nhu cầu càng cao theo xu hướng phát triển.

Để nâng cao chất lượng và mở rộng hoạt động dịch vụ NH cần thực hiện các bước sau:

- Đánh giá đúng vị thế sản phẩm dịch vụ của mình trên thị trường.
- Kiểm tra lại các sản phẩm của mà NH chưa triển khai hoặc triển khai không hiệu quả, xác định rõ nguyên nhân từ đó đưa ra giải pháp khắc phục
- Phát triển dịch vụ theo lộ trình cụ thể, gắn chặt nhu cầu thị trường, triển khai có trọng tâm, trọng điểm phù hợp không gian, thời gian.
- Hướng phát triển kinh doanh dịch vụ đúng đắn và đa năng, đa dạng hóa hoạt động dịch vụ ngân hàng, mở rộng và nâng cao hiệu quả đối với các loại hình dịch vụ truyền thống, đặc biệt là các dịch vụ thanh toán, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ về tiền gửi.. đồng thời gắn kết phát triển các loại hình dịch vụ mới, hiện đại như: tài trợ dự án; thanh toán tiền điện thoại, tiền điện, nước qua hệ thống ATM, các dịch vụ phái sinh, cho thuê tài chính, bảo hiểm, dịch vụ ngân hàng quốc tế, ngân hàng qua mạng...Nâng cao chất lượng của những sản phẩm dịch vụ này theo hướng tăng tính năng, tiện ích của sản phẩm, cụ thể yêu cầu sản phẩm là :

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

- Nâng cao chất lượng các sản phẩm truyền thông hiện có bằng cách thuê các chuyên gia tư vấn để nghiên cứu đánh giá một cách độc lập, khách quan về chất lượng của những sản phẩm này để thấy được những mặt đã thành công, những lợi thế của ngân hàng và những mặt nào còn tồn tại, hạn chế để đề xuất những biện pháp phù hợp, hiệu quả.
- Nghiên cứu những sản phẩm dịch vụ mới của các đối thủ cạnh tranh để đưa ra những sản phẩm tương tự hoặc có cải tiến. Và đưa ra các sản phẩm khác biệt.
- Thực hiện tốt công tác truyền thông, quảng bá sản phẩm, để khách hàng nhận biết sản phẩm mới .
- Đưa ra giải thưởng khuyến khích cán bộ công nhân viên có sáng kiến trong việc tìm ra những sản phẩm mới.
- Cần trang bị kiến thức cho một bộ phận cán bộ sẵn sàng đáp ứng lộ trình phát triển dịch vụ, nhất là các dịch vụ ngân hàng hiện đại như các dịch vụ phái sinh,...

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

- Cơ sở vật chất của Ngân hàng Quốc Tế cần được quan tâm đầu tư đúng mức. Mặt bằng các chi nhánh cần được chỉnh trang một cách đồng bộ nhằm tạo ra một hình ảnh thống nhất đối với khách hàng. Cần trang bị đầy đủ phương tiện đi lại cho các đơn vị kinh doanh, thay thế các phương tiện đi lại cũng kỹ và không đạt chất lượng.
- Hệ thống máy ATM cần được trang bị đầy đủ, kịp thời và gia tăng cùng với tốc độ tăng trưởng của mạng lưới kinh doanh.
- Chú ý đến cơ sở vật chất hướng đến khách hàng, nhằm phục vụ khách hàng tốt hơn như công nghệ hiện đại rút ngắn thời gian giao dịch, tiện nghi, tiện ích dịch vụ nâng cao,... và không quên những việc nhỏ nhưng góp phần làm hài lòng khách hàng,

nhất là trong trạng thái ngời chờ, phục vụ báo chí, truyền hình,... các bản tin liên quan khác và phải chú ý hình thức tạo tâm lý được tôn trọng đi đến sự hài lòng hơn.

➤ cần mở rộng, củng cố và hoàn thiện cơ sở vật chất đồng bộ cho mạng lưới chi nhánh, đi liền với chính sách chăm sóc khách hàng và tăng cường công tác tiếp thị.

3.4.1.9 Nâng cao thẩm quyền phán quyết và tự chủ do các chi nhánh:

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

Hiện mức ủy quyền đối với mức cho vay cao nhất là 300 triệu đồng, vượt mức này thì các chi nhánh phải làm tờ trình xin ý kiến của Khối Quản lý tín dụng và Ủy ban tín dụng. Trong nhiều trường hợp, việc giải quyết chưa kịp thời gây ra những hạn chế nhất định trong cho vay và bảo lãnh đối với khách hàng, giảm vị thế cạnh tranh của các chi nhánh trên địa bàn. Do đó, Ngân hàng Quốc Tế nên thông thoáng và điều chỉnh kịp thời hơn đối với các chi nhánh trong việc quy định mức phán quyết của chi nhánh.

3.4.1 Những kiến nghị đối với Chính phủ và NHNN

3.4.2.1 Kiến nghị đối với Chính phủ:

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

Hoàn thiện môi trường pháp lý liên quan đến hoạt động của các ngân hàng thương mại, áp dụng đầy đủ hơn các thiết chế và chuẩn mực quốc tế về an toàn trong lĩnh vực ngân hàng, đảm bảo thực hiện đúng tiến độ của các cam kết hội nhập trong lĩnh vực ngân hàng.

Nhà nước nên rà soát lại toàn bộ hệ thống Luật Việt Nam trên cơ sở tham chiếu thông lệ quốc tế để điều chỉnh luật cho phù hợp những thông lệ, chuẩn mực quốc tế,

như Luật cạnh tranh, Luật thuế thu nhập cá nhân, Luật phá sản, luật giao dịch điện tử... Đồng thời nhà nước có chương trình tư vấn, hỗ trợ pháp lý cho doanh nghiệp vượt qua những hạn chế pháp luật trong môi trường kinh doanh rộng lớn, sân chơi chung.

➤ Trong giai đoạn hiện nay, Luật các tổ chức tín dụng và luật Ngân hàng nhà nước đã bộc lộ những hạn chế nhất định, cần sớm được sửa đổi theo kịp yêu cầu mới. Cần nghiên cứu sửa đổi luật theo những thông lệ, chuẩn mực quốc tế, bảo đảm tuổi thọ lâu dài, phù hợp với lộ trình phát triển tích cực của nền kinh tế thị trường và hội nhập hoàn toàn.

➤ Nghiên cứu xây dựng khung pháp lý cho các mô hình tổ chức tín dụng mới, các tổ chức có hoạt động mang tính chất hỗ trợ cho hoạt động của các tổ chức tín dụng như công ty xếp hạng tín dụng, công ty môi giới tiền tệ nhằm phát triển hệ thống các tổ chức tín dụng. Công ty xếp hạng tín nhiệm các doanh nghiệp có chức năng nghiên cứu và đánh giá khách quan và chính xác về tình hình tài chính, giá trị doanh nghiệp nhằm giúp ngân hàng có cơ sở tin cậy đánh giá khách hàng và thu thập thông tin về khách hàng một cách chuẩn xác, sẽ tránh được rủi ro cho ngân hàng.

- Đổi mới cách điều hành chính sách tiền tệ, chính sách quản lý ngoại hối:

Mục tiêu của chính sách tiền tệ là ổn định giá trị đồng tiền, đảm bảo an toàn hệ thống ngân hàng, kiểm soát lạm phát và góp phần tạo môi trường thuận lợi cho tăng trưởng kinh tế bền vững. Cần xây dựng và thực thi chính sách tiền tệ theo nguyên tắc thị trường. Cần thận trọng, linh hoạt phù hợp với biến động thị trường trên cơ sở phân tích và đánh giá những diễn biến kinh tế vĩ mô, thị trường trong nước và quốc tế. Từng bước nâng cao công tác phân tích và dự báo kinh tế tiền tệ phục vụ cho công việc điều hành chính sách tiền tệ nhằm đáp ứng mục tiêu đổi mới Ngân hàng Nhà nước thành Ngân hàng Trung ương hiện đại theo hướng nghiên cứu áp dụng mô hình kinh tế lượng vào dự báo lạm phát và các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô tiền tệ khác.

Thực hiện tự do hoá các giao dịch vãng lai và từng bước nới lỏng các giới hạn trong các giao dịch vốn một cách thận trọng, phù hợp với lộ trình mở cửa thị trường tài chính của Việt Nam.

- Bảo đảm lộ trình và bước đi phù hợp với khả năng của NHTM Việt Nam:

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

- Tham gia các điều ước, các diễn đàn quốc tế về lĩnh vực ngân hàng:

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

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

- Phát triển hệ thống thông tin tập trung:

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

3.4.2.2 Kiến nghị đối với NHNN:

- Nâng cao năng lực của hệ thống giám sát, thanh tra NHNN:

Nhanh chóng tăng cường năng lực giám sát của NHNN theo hướng đổi mới mô hình giám sát của Thanh tra ngân hàng; mở rộng đối tượng chịu sự thanh tra, giám sát của NHNN; phát triển đội ngũ cán bộ thanh tra; tham gia các hiệp ước, thoả thuận quốc tế về giám sát Ngân hàng và an toàn hệ thống tài chính; tăng cường vai trò của trung tâm thông tin tín dụng.

Xây dựng khuôn khổ, quy trình và phương pháp thanh tra, giám sát dựa trên cơ sở rủi ro; xây dựng sổ tay thanh tra tại chỗ các TCTD Việt Nam để các thanh tra viên sử dụng như cẩm nang thanh tra, giám sát; thiết lập hệ thống cảnh báo sớm để phát hiện các TCTD đang gặp khó khăn thông qua giám sát từ xa và xếp hạng TCTD

Tăng cường vai trò và năng lực hoạt động của Bảo hiểm Tiền gửi Việt Nam và Trung tâm Thông tin Tín dụng trong việc thu thập, xử lý và cung cấp thông tin tín dụng nhằm hỗ trợ hoạt động kinh doanh của các TCTD và hoạt động giám sát rủi ro của NHNN đối với các TCTD.

- Đẩy mạnh tiến trình hiện đại hoá công nghệ Ngân hàng:

Hiện đại hóa công nghệ ngân hàng và hệ thống thanh toán bằng cách nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin; cải cách hệ thống kế toán ngân hàng theo các chuẩn mực quốc tế; phát triển dịch vụ Ngân hàng mới như dịch vụ Ngân hàng điện tử.

Phát triển hệ thống công nghệ tiên tiến, trong đó các NHTM phải là thành viên trong mạng thanh toán quốc gia, thống nhất một trung tâm thanh toán thẻ và các phương tiện thanh toán khác. Thông qua trung tâm này không chỉ đảm bảo cho NHTW quản lý có hiệu quả lưu thông tiền tệ trong điều hành chính sách tiền tệ, mà quan trọng hơn là sẽ tiết kiệm rất lớn và dễ dàng phát triển thị trường hơn nhiều cho các NHTM so với mạng khép kín cục bộ như hiện nay.

- Thúc đẩy chương trình cơ cấu lại các NHTM, đẩy nhanh thực hiện cổ phần hóa các NHTM nhà nước:

Cơ cấu lại tài chính, tăng vốn điều lệ và xử lý dứt điểm nợ tồn đọng của các NHTM nhằm lành mạnh hóa tài chính, sáp nhập những ngân hàng nhỏ, kinh doanh không hiệu quả nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh. Trình Chính phủ và các bộ ngành có liên quan để giải quyết các kiến nghị của NHTM nhanh và hợp lý.

Cần nhanh chóng phối hợp, hỗ trợ cùng các NHTM nhà nước thực hiện cổ phần hóa theo đúng kế hoạch, tạo điều kiện để các ngân hàng này hoạt động an toàn, hiệu quả hơn.

- Hoàn thiện các cơ chế chính sách, quy định, văn bản hướng dẫn:

- Tiếp tục nghiên cứu, hoàn thiện quy định về các nghiệp vụ và dịch vụ ngân hàng mới như hoán đổi rủi ro tín dụng, các dịch vụ uỷ thác, các sản phẩm phái sinh...
- Để tạo điều kiện thuận lợi cho việc thực thi Luật, Chính phủ và các Bộ, Ngành có liên quan, nhất là NHNN sớm ban hành các văn bản mới hướng dẫn cho phù hợp với Luật sau khi sửa đổi.
- NHNN cần có kế hoạch phối hợp với các Bộ, Ngành có liên quan để hướng dẫn và giám sát hoạt động các chi nhánh NHNNg tại Việt Nam, vừa đảm bảo quyền tự do kinh doanh, cạnh tranh lành mạnh, vừa bảo đảm có sự quản lý, kiểm tra, giám sát của cơ quan nhà nước có thẩm quyền, tránh tình trạng gây lũng đoạn thị trường tiền tệ Việt Nam.
- Tiếp tục đổi mới cơ chế chính sách tín dụng theo nguyên tắc thị trường và nâng cao quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm của các tổ chức tín dụng; tách bạch hoàn toàn tín dụng chính sách và tín dụng thương mại.

- Hoàn thiện các quy định về quản lý ngoại hối, cải cách hệ thống kế toán ngân hàng phù hợp chuẩn mực kế toán quốc tế. Hoàn thiện các quy định về thanh toán không dùng tiền mặt.
- Hoàn thiện các quy định về tiếp cận thị trường dịch vụ Ngân hàng trong nước. Xoá bỏ, các hạn chế bất hợp lý về quyền tiếp cận thị trường dịch vụ Ngân hàng của các TCTD.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3:

Nâng cao khả năng cạnh tranh cho VIB Bank trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế vừa là nhiệm vụ trước mắt và lâu dài mang tính cấp thiết để có thể đứng vững và phát triển trong quá trình cạnh tranh gay gắt hiện nay.

Trong nội dung chương 3 được đề cập đến: căn cứ vào định hướng vĩ mô và mục tiêu của Đảng, Nhà nước và căn cứ vào định hướng, chiến lược, mục tiêu phát triển, hiện trạng kinh doanh của doanh nghiệp để đưa ra các giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của VIB Bank hiện nay. Các giải pháp thuộc về VIB Bank như: tăng cường năng lực tài chính, hiện đại hóa công nghệ, phát triển nguồn nhân lực, đẩy mạnh xây dựng và quảng bá thương hiệu, xây dựng chiến lược phát triển khách hàng, quản lý và kiểm soát rủi ro, nâng cao chất lượng dịch vụ và mở rộng mạng lưới.... Các giải pháp thuộc về Chính phủ và ngân hàng nhà nước như: xây dựng và hoàn thiện môi trường pháp lý ổn định và phù hợp với thông lệ quốc tế, đổi mới điều hành chính sách tiền tệ, ngoại hối, phát triển hệ thống thông tin tập trung, bảo đảm lộ trình và bước đi phù hợp với khả năng của NHTM Việt Nam, Tham gia các điều ước, các diễn đàn quốc tế về lĩnh vực ngân hàng, nâng cao năng lực của hệ thống giám sát, thanh tra ngân hàng NHNN...

KẾT LUẬN

Hội nhập kinh tế quốc tế là xu thế tất yếu của mọi quốc gia muốn phát triển nên trước những thách thức to lớn. Để tồn tại, phát triển thì phải chiến thắng trong cuộc cạnh tranh, nếu không sẽ bị thị trường đào thải. Vì vậy, nâng cao năng lực cạnh tranh của các NHTM Việt nam là mục tiêu rất cấp bách cần đặt ra trong giai đoạn hiện nay.

Qua việc nghiên cứu năng lực cạnh tranh của VIB Bank cho thấy ngoài những thế mạnh nội tại còn bộc lộ những hạn chế, những yếu điểm nhất định. Những yếu điểm, hạn chế này cần được nghiên cứu, phân tích, đánh giá kết hợp với thời cơ và thách thức từ phía thị trường đem lại để làm cơ sở đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của VIB Bank trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Các giải pháp đưa ra trong luận văn này đã có chọn lọc, các biện pháp cụ thể cần phải giải quyết từ chính hoạt động nội tại của công ty và các giải pháp hỗ trợ từ NHNN, Chính phủ và các bộ ngành có liên quan được quan tâm giải quyết một cách triệt để thì chắc chắn VIB Bank sẽ có thể đứng vững và chiến thắng trong cuộc cạnh tranh này.

Trên đây là toàn bộ nội dung của bản luận văn với đề tài: **“GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUỐC TẾ VIỆT NAM TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ”**. Do thời gian nghiên cứu và kiến thức còn nhiều hạn chế, học viên không tránh khỏi những thiếu sót, rất mong nhận được những đóng góp ý kiến của Quý Thầy, Cô và những người quan tâm đến lĩnh vực ngân hàng để đề tài nghiên cứu có thể áp dụng vào thực tế của các ngân hàng cũng như học viên có thể điều chỉnh, mở rộng kiến thức của mình trong công tác nghiên cứu sau này..

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Huy Hoàng (12/2003), “Quản trị ngân hàng thương mại”, NXB thống kê
2. Nguyễn Đăng Dòn (chủ biên), Hoàng Đức, Trần Huy Hoàng, Trầm Xuân Hương, Nguyễn Quốc Anh (2000), “Tín dụng ngân hàng”, Nhà xuất bản thống kê”
3. Hồ Diệu (2002), “Quản trị ngân hàng” – NXB Thống kê, TP.HCM
4. Nguyễn Minh Kiều (01/2005), “Tài liệu giảng dạy cao học: Môn nghiệp vụ ngân hàng”, Trường đại học kinh tế
5. PGS.TS Lê Văn Tê, Th.S Nguyễn Thị Xuân Liễu “Quản trị ngân hàng thương mại” – Nhà xuất bản thống kê 2003
6. Trần Ngọc Thơ (2005), “Kinh tế Việt Nam trên đường hội nhập”, NXB thống kê
7. “Kiến thức cơ bản về hội nhập kinh tế” – Bộ thương mại, Hà Nội 2004
8. TS. Lê Xuân Nghĩa, Vụ trưởng vụ chiến lược và phát triển kinh tế - NHNN VN - “ Chiến lược hội nhập kinh tế quốc tế của ngành ngân hàng”.
9. Kỷ yếu hội thảo khoa học: “Tự do hóa tài chính và Hội nhập quốc tế của hệ thống ngân hàng Việt Nam” – Bộ giáo dục và đào tạo, trường Đại học Kinh tế TP. HCM – Cục xuất bản – Bộ văn hóa thông tin năm 2003
10. Quyết định số 663/QĐ-NHNN ngày 26/06/2003 của Thống đốc NHNN Việt Nam về : “Kế hoạch hội nhập kinh tế quốc tế ngân hàng”
11. “Những thách thức của ngân hàng thương mại Việt Nam trong cạnh tranh và hội nhập quốc tế”, Viện nghiên cứu khoa học ngân hàng (2003), Nhà xuất bản thống kê
12. Lê Xuân Bá (2003), “Cơ sở khoa học cho việc định hướng chính sách và các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của kinh tế Việt nam trong quá trình hội nhập quốc tế” - Viện nghiên cứu quản lý kinh tế TW - Bộ kế hoạch và đầu tư, Hà nội.

13. Chương trình phát triển và hội nhập (2003), “Nâng cao năng lực quản lý và cạnh tranh của doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập” – Tài liệu tập huấn
14. Nguyễn Đăng Dờn và nhóm cộng tác viên đề tài, Đề tài nghiên cứu trọng điểm cấp bộ “ Những giải pháp chủ yếu và bước đi cho quá trình tự do hóa tài chính và hội nhập quốc tế của hệ thống Ngân hàng Việt nam”
15. Viện nghiên cứu khoa học ngân hàng (2003), “ những thách thức của Ngân hàng thương mại Việt nam trong cạnh tranh và hội nhập quốc tế” – NXB Thống kê, Hà nội.
16. Michael E. Porter (1996), “ Chiến lược cạnh tranh” – Nhà xuất bản khoa học và kỹ thuật, Hà nội
17. Frederic S. Mishkin (1992), “Tiền tệ ngân hàng và thị trường tài chính”, NXB Khoa học và kỹ thuật (1994)
18. Trần Đức Hạnh, Võ Thanh Thu, Đoàn Thị Hồng Vân, Phan Minh Tân, Trương Trọng Nghĩa, Nguyễn Thế Thanh, Lê Nguyễn Hải Đăng, Nguyễn Quốc Huy, Nguyễn Thị Tường Vi (2004), “Những kiến thức cơ bản về chủ động hội nhập kinh tế quốc tế”, Viện Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
19. Đảng cộng sản Việt nam, Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VI, VII, VIII, IX và các Nghị quyết Hội nghị lần thứ 4 Ban chấp hành Trung ương khóa VIII, Nghị quyết Hội nghị lần thứ 9 Ban chấp hành Trung ương khóa IX.
20. Báo cáo thường niên NHNN từ năm 2001-2006
21. Báo cáo tổng kết hoạt động ngân hàng TP.HCM từ 2001-2006
22. Báo cáo sơ kết hoạt động của NHNN : 6 tháng, 9 tháng năm 2007
23. Báo cáo thường niên của Ngân hàng TMCP Quốc tế các năm : 2002-2006
24. Báo cáo tổng kết và báo cáo thường niên của các ngân hàng: ACB, Sacombank, MB, Habubank, Eximbank... năm 2005,2006.
25. Thời báo ngân hàng
26. Thời báo kinh tế
27. Tạp chí kinh tế phát triển

28. Tạp chí ngân hàng
29. Tạp chí thông tin thương mại ...
30. Các website tham khảo: Bộ tài chính, Ngân hàng nhà nước, trường ĐH Kinh tế TP.HCM, các Website của các NHTM...