

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HCM**



NGÔ THỊ HỒNG HƯƠNG

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG
NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA
SGDII NHCTVN**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

TP. Hồ Chí Minh – Năm 2007

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HCM**


NGÔ THỊ HỒNG HƯƠNG

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG
NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA
SGDII NHCTVN**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

TP. Hồ Chí Minh – Năm 2007

MỤC LỤC

	Trang
LỜI MỞ ĐẦU.....	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	2
4. Phương pháp nghiên cứu	3
5. Ý nghĩa của đề tài nghiên cứu.....	3
6. Kết cấu của luận văn.....	3
CHƯƠNG 1: NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI, DỊCH VỤ NGÂN HÀNG VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	5
1.1 Ngân hàng thương mại và hoạt động ngân hàng.....	5
1.2 Khái niệm về cạnh tranh kinh tế và các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của một tổ chức	5
1.2.1 Khái niệm về cạnh tranh kinh tế	5
1.2.2 Các yếu tố góp phần tạo nên lợi thế cạnh tranh.....	7
1.2.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.....	8
1.2.3.1 Các yếu tố nội sinh doanh nghiệp	8
1.2.3.2 Nhu cầu của khách hàng	9
1.2.3.3 Yếu tố hạ tầng	9
1.2.3.4 Chiến lược của doanh nghiệp, cấu trúc ngành và đối thủ cạnh tranh...	9
1.2.4 Các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của NHTM	10

1.2.4.1	Nhóm chỉ tiêu cấu thành năng lực cạnh tranh của NHTM.....	10
1.2.4.2	Nhóm các chỉ tiêu phản ánh cơ chế, chính sách sử dụng và phát triển các lợi thế so sánh của một NHTM.....	10
1.2.4.3	Nhóm các chỉ tiêu phản ánh kết quả thực hiện chính sách cạnh tranh của một NHTM.....	11
1.3	Cơ hội và thách thức khi hệ thống ngân hàng Việt Nam hội nhập quốc tế..	11
1.3.1	Cơ hội cho các NHTMVN khi hội nhập quốc tế.....	11
1.3.2	Thách thức đối với các NHTMVN.....	12
1.4	Tác dụng của việc đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ ngân hàng.....	14
1.4.1	Dịch vụ ngân hàng góp phần tăng lợi nhuận và phân tán rủi ro cho ngân hàng.....	14
1.4.2	Tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng trong nền kinh tế thị trường.....	15
1.4.3	Thúc đẩy hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, cải tiến quy trình nghiệp vụ, đổi mới, nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng	15
1.4.4	Góp phần hoàn thiện bộ máy tổ chức.....	15
1.5	Các loại dịch vụ ngân hàng phổ biến hiện nay	16
1.5.1	Cho vay	16
1.5.2	Huy động tiền gửi	17
1.5.3	Cho thuê tài chính	18
1.5.4	Dịch vụ thanh toán và tài trợ thương mại	19
1.5.4.1	Thanh toán nội địa.....	20
1.5.4.2	Thanh toán quốc tế	20

1.5.4.3 Chiết khấu	20
1.5.4.4 Bao thanh toán.....	20
1.5.5 DV thẻ	21
1.5.6 Dịch vụ ngân quỹ	22
1.5.7 DV ngân hàng điện tử.....	23
1.5.8 Kinh doanh tiền tệ.....	23
1.5.9 Bảo lãnh ngân hàng	24
1.5.10 DV môi giới đầu tư chứng khoán.....	25
1.5.11 Các dịch vụ khác.....	25
1.5.11.1 Sử dụng các công cụ thị trường tài chính	25
1.5.11.2 Dịch vụ cho thuê ngân tử sắt.....	25
1.5.11.3 Cung cấp các dịch vụ ủy thác.....	26
1.5.11.4 DV khác.....	26
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1.....	26
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TẠI SỞ GIAO DỊCH II NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM.....	27
2.1 Tổng quan về hệ thống ngân hàng tại TP.HCM	27
2.2 Giới thiệu Ngân hàng Công thương Việt Nam và Sở Giao Dịch II Ngân hàng Công thương Việt Nam.....	28
2.2.1 Tổng quan về Ngân hàng Công thương Việt Nam	28
2.2.2 Sở Giao Dịch II Ngân hàng Công thương Việt Nam	29
2.3 Đánh giá chung chất lượng dịch vụ ngân hàng thời gian qua	32
2.3.1 Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng.....	32

2.3.2	Số liệu về dịch vụ của một số ngân hàng trên địa bàn TP.HCM.....	33
2.3.3	Đánh giá chung chất lượng dịch vụ ngân hàng thời gian qua.....	33
2.3.3.1	Chất lượng các dịch vụ truyền thống ngày càng hoàn thiện, phát triển và nâng cao với tốc độ cao dần	33
2.3.3.2	Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử	34
2.3.3.3	Về dịch vụ thẻ ngân hàng	35
2.4	Các dịch vụ ngân hàng đang thực hiện tại SGDII NHCTVN	38
2.4.1	Số liệu thực hiện qua các năm.....	38
2.4.2	Đánh giá kết quả đạt được.....	40
2.4.2.1	Công tác huy động nguồn vốn.....	40
2.4.2.2	Hoạt động tín dụng	40
2.4.2.3	Dịch vụ thanh toán và tài trợ thương mại.....	41
2.4.2.4	Dịch vụ thẻ	42
2.4.2.5	Kinh doanh tiền tệ	43
2.4.2.6	Dịch vụ ngân quỹ.....	44
2.4.2.7	E-Banking	44
2.4.2.8	Bảo lãnh ngân hàng.....	45
2.4.2.9	Dịch vụ khác.....	45
2.5	Các tồn tại trong việc phát triển dịch vụ ngân hàng tại SGDII NHCTVN ...	46
2.6	Nguyên nhân chủ yếu của những tồn tại trên	48
2.6.1	Nguyên nhân khách quan	48
2.6.2	Nguyên nhân từ phía SGDII NHCTVN	49
	KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....	50

CHƯƠNG 3: PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG – GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH TẠI SGDII NHCTVN	51
3.1 Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng	51
3.1.1 Mục tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng của NHNNVN giai đoạn 2006 – 2010.....	51
3.1.2 Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng của SGDII NHCTVN	52
3.2 Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng tại SGDII NHCTVN	53
3.2.1 Giải pháp vĩ mô	53
3.2.1.1 Giải pháp về đào tạo	53
3.2.1.2 Tiếp tục hoàn thiện văn bản pháp lý cho sự phát triển của thị trường dịch vụ ngân hàng.....	54
3.2.1.3 Nâng cao năng lực hoạt động và tài chính của các NHTM	55
3.2.1.4 Chủ động, tích cực tạo mối liên kết, phối hợp giữa các TCTD để phát triển các hoạt động dịch vụ	55
3.2.2 Giải pháp vi mô	56
3.2.2.1 Về phía NHCTVN	56
3.2.2.2 Về phía SGDII NHCTVN.....	58
3.3 Kiến nghị	67
3.3.1 Về phía NHNNVN	67
3.3.2 Về phía NHCTVN	68
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.....	69
KẾT LUẬN	71

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ASEAN: Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á

CB-CNV: Cán bộ – Công nhân viên

DNNN: Doanh nghiệp Nhà nước

INCAS: Incombank Advance System

NHNN: Ngân hàng Nhà nước

NHNNg: Ngân hàng nước ngoài

NHTM: Ngân hàng thương mại

NHTMNN: Ngân hàng thương mại Nhà nước

NHTMVN: Ngân hàng thương mại Việt Nam

NHCTVN: Ngân hàng Công thương Việt Nam

SGDII NHCTVN: Sở Giao Dịch II Ngân hàng Công thương Việt Nam

TCTD: Tổ chức tín dụng

TP.HCM: Thành phố Hồ Chí Minh

WTO: Tổ chức thương mại thế giới

DANH MỤC BẢNG – BIỂU – PHỤ LỤC

❖ Danh mục các bảng số liệu:

Bảng 2.1: Tổng quan hoạt động ngân hàng trên địa bàn TP.HCM giai đoạn 2001-2006

Bảng 2.2: Số liệu thực hiện một số dịch vụ chủ yếu và kết quả hoạt động kinh doanh của SGDII NHCTVN từ năm 2004 - Quý 1/2007

Bảng 2.3: Tình hình thực hiện thu dịch vụ năm 2006

❖ Danh mục biểu đồ:

Biểu đồ 2.1: Kết quả kinh doanh của SGDII NHCTVN từ 2004 – 2006

❖ Danh mục phụ lục:

Phụ lục: Số liệu về các dịch vụ chính của một số ngân hàng.

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Hội nhập kinh tế quốc tế đang đặt ra những thách thức lớn cho hệ thống tài chính ngân hàng Việt Nam. Theo lộ trình cam kết trong Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ, đến năm 2008, Việt Nam mở cửa hoàn toàn thị trường dịch vụ tài chính. Ngay từ 01/04/2007, Việt Nam phải thực hiện các bước đầu tiên về mở cửa hoạt động ngân hàng theo cam kết với WTO, trong đó có quy định ngân hàng 100% vốn nước ngoài được thành lập tại Việt Nam.

Sự xuất hiện các tổ chức trung gian tài chính nước ngoài trên thị trường ở mỗi quốc gia là không tránh khỏi và cần được chủ động đón nhận bởi đó là xu hướng phát triển kinh tế tất yếu ngày nay. Khả năng các NHTM trong nước mất dần thị trường ngay trên chính “sân nhà”, tạo cơ hội cho các đối thủ nước ngoài nhanh chóng lập thế độc quyền là bất lợi lớn mà các NHTM trong nước cần tránh; đây là điểm mà các đối thủ nước ngoài hết sức nhạy bén, khi họ mạnh hơn về mọi mặt. Khoảng trống mà các NHTMVN hiện nay cần cố gắng san lấp chính là thị trường dịch vụ ngân hàng.

Trước xu thế đó, để tồn tại và phát triển, các ngân hàng Việt Nam phải nỗ lực tự vươn lên khẳng định sức mạnh của mình, mặt khác, phải chú ý tới những mảng thị trường có khả năng tiếp cận, dựa trên thế mạnh của chính mình. Một trong những giải pháp mà các NHTMVN luôn cả SGDII NHCTVN để nâng cao năng lực cạnh tranh là phát triển dịch vụ ngân hàng. Đó chính là lý do chúng tôi nghiên cứu đề tài “PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA SGDII NHCTVN”.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Phát triển dịch vụ ngân hàng là một trong những hoạt động quan trọng của các ngân hàng Việt Nam. Các ngân hàng chủ động nghiên cứu áp dụng các dịch vụ theo yêu cầu của thị trường và xu thế hội nhập quốc tế. Để nâng cao khả năng cạnh tranh trong xu hướng toàn cầu hóa kinh tế cùng với tiềm lực của các ngân hàng nước ngoài, các ngân hàng Việt Nam cũng như SGDII NHCTVN phải nỗ lực hiện đại hóa bản thân, hoàn thiện các dịch vụ truyền thống, tập trung phát triển các ứng dụng hiện đại, không ngừng cải tiến đa dạng hóa, nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ của mình. Do vậy, luận văn nhằm mục tiêu tập trung tìm hiểu những tồn tại và khó khăn trong quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng, trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp khả thi nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng, góp phần hoạch định chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng tại SGDII NHCTVN.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

➤ *Đối tượng nghiên cứu:* Luận văn tìm hiểu các sản phẩm dịch vụ ngân hàng phổ biến trên thị trường hiện nay, thực trạng các sản phẩm dịch vụ này, trên cơ sở đó nghiên cứu những vấn đề liên quan đến việc phát triển đa dạng sản phẩm dịch vụ ngân hàng tại SGDII NHCTVN.

➤ *Phạm vi nghiên cứu:* Đề tài tập trung nghiên cứu các dịch vụ ngân hàng trên thị trường, các dịch vụ được chào mời tại SGDII NHCTVN để tìm ra giải pháp phát triển các dịch vụ này.

4. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu, tác giả dựa vào quan điểm duy vật biện chứng, duy vật lịch sử, đồng thời kết hợp với phương pháp phân tích tổng hợp để giải quyết vấn đề nêu ra.

Số liệu trong luận văn được thu thập và xử lý qua 2 nguồn:

- Dữ liệu nội bộ trong hệ thống NHCTVN và SGDII NHCTVN.

- Dữ liệu ngoại vi thu thập từ các nguồn: sách báo, các phương tiện truyền thông, thông tin thương mại, báo cáo thường niên của Ngân hàng Nhà nước và một số NHTM trên địa bàn..

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

Hiện nay, việc phát triển dịch vụ đang trở nên cấp bách đối với các ngân hàng Việt Nam để đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế. Sự phát triển của sản phẩm dịch vụ ngân hàng liên quan nhiều đến tăng trưởng các ngành kinh tế quốc dân và đời sống xã hội. Hệ thống ngân hàng Việt Nam cần hoàn thiện chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng, mở ra nhiều dịch vụ đáp ứng yêu cầu đa dạng của các thành phần kinh tế và dân cư, phục vụ nhu cầu trong nước và xuất khẩu. Do đó, việc đánh giá đúng thực trạng và tìm kiếm các giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng nói chung và SGDII NHCTVN nói riêng góp phần đáp ứng nhu cầu vốn cho Công nghiệp hóa – Hiện đại hóa đất nước, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh của ngân hàng trong điều kiện hội nhập.

6. Kết cấu của luận văn

Luận văn có độ dài 70 trang, được bố cục như sau:

- *Phần mở đầu*
- **Chương 1:** Ngân hàng thương mại, dịch vụ ngân hàng và năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại.
Chương 2: Thực trạng dịch vụ ngân hàng tại Sở giao dịch II Ngân hàng Công thương Việt Nam
Chương 3: Phát triển dịch vụ ngân hàng – giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh tại SGDII NHCTVN
- *Kết luận*

CHƯƠNG I

NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI, DỊCH VỤ NGÂN HÀNG VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.6 Ngân hàng thương mại và hoạt động ngân hàng

Luật các tổ chức tín dụng ban hành năm 1997 được sửa đổi bổ sung năm 2004 tại điều 20 đã định nghĩa “Tổ chức tín dụng là doanh nghiệp được thành lập để hoạt động ngân hàng. Ngân hàng là loại hình tổ chức tín dụng được thực hiện toàn bộ hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác có liên quan. Theo tính chất và mục tiêu hoạt động, các loại hình ngân hàng gồm ngân hàng thương mại, ngân hàng phát triển, ngân hàng đầu tư, ngân hàng chính sách, ngân hàng hợp tác và các loại hình ngân hàng khác”.

Hoạt động ngân hàng là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng với nội dung thường xuyên là nhận tiền gửi, sử dụng số tiền này để cấp tín dụng và cung ứng các dịch vụ thanh toán.

1.7 Khái niệm về cạnh tranh kinh tế và các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của một tổ chức

1.7.1 Khái niệm về cạnh tranh kinh tế

Cạnh tranh là sự nhận thức, đánh giá thực trạng của bản thân so với các đồng loại khác chung quanh trên từng lãnh vực khác nhau dẫn đến hành động tự phấn đấu vươn lên để theo kịp và vượt qua các đồng loại này.

Cạnh tranh là quy luật tự nhiên, là động lực thúc đẩy sự phát triển. Cạnh tranh kinh tế chỉ xuất hiện trong nền kinh tế thị trường. Để tồn tại và phát triển, các

doanh nghiệp phải chấp nhận cạnh tranh như là lựa chọn duy nhất. Trong một môi trường như nhau, doanh nghiệp phải tận dụng được ưu thế riêng có để vượt lên trên đối thủ cạnh tranh, khẳng định vị trí của mình trong nền kinh tế.

Cạnh tranh của một doanh nghiệp, một ngành, một quốc gia là mức độ mà ở đó, dưới các điều kiện về thị trường lành mạnh, có thể sản xuất ra hàng hóa và dịch vụ số lượng ngày càng nhiều, chủng loại càng đa dạng, chất lượng ngày càng hoàn hảo, giá bán ngày càng thấp, đáp ứng được yêu cầu của người tiêu dùng, đồng thời tạo ra việc làm và nâng cao thu nhập thực tế.

Một doanh nghiệp được đánh giá là có sức cạnh tranh khi có thể thường xuyên đưa ra sản phẩm thay thế có mức giá thấp hơn so với các sản phẩm cùng loại được đưa ra trước đó, hoặc cung cấp sản phẩm tương tự với chất lượng ngang bằng hay tốt hơn với cùng mức giá hay thấp giá hơn. Nhìn chung khi xét tính cạnh tranh của một doanh nghiệp, cần xét đến tiềm năng sản xuất một loại sản phẩm 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.

Các NHTM trong nền kinh tế thị trường, dưới góc độ kinh tế, đều là doanh nghiệp kinh doanh với mục tiêu cuối cùng là lợi nhuận. Để tồn tại và phát triển, các ngân hàng cũng phải cạnh tranh với nhau.

Từ khi được tách khỏi NHNN vào đầu thập kỷ 1990, các NHTM đã không ngừng lớn mạnh. Cho đến nay, đã hình thành một hệ thống ngân hàng rộng khắp cả nước với 6 NHTM nhà nước, 37 NHTM cổ phần, 5 ngân hàng liên doanh, 31 chi nhánh NHNNg, 46 văn phòng đại diện NHNNg, 6 công ty tài chính, 11 công ty cho thuê tài chính và hơn 900 quỹ tín dụng nhân dân. Với một số lượng các TCTD hoạt động ngân hàng tại Việt Nam như thế, sự cạnh tranh giữa các TCTD sẽ ngày càng

gay gắt hơn.

Để cạnh tranh trong hoạt động ngân hàng, các TCTD tận dụng các nguồn lực của mình để giành và vượt lên các đối thủ, khẳng định vị trí của mình trong nền kinh tế.

1.7.2 Các yếu tố góp phần tạo nên lợi thế cạnh tranh:

Lợi thế cạnh tranh có thể được hiểu là những ưu thế vượt trội riêng có, nhằm giúp cho quốc gia hay doanh nghiệp vượt qua các đối thủ khác và đạt được mục tiêu đề ra.

Để tạo được lợi thế cạnh tranh, doanh nghiệp cần nghiên cứu các vấn đề như:

- Nguồn gốc sự khác biệt: So với đối thủ cạnh tranh, doanh nghiệp có gì vượt trội hơn về mặt giá cả, chất lượng sản phẩm hàng hóa, dịch vụ, mạng lưới phân phối...
- Doanh nghiệp có thế mạnh gì về cơ sở vật chất, nhà xưởng, trang thiết bị, kỹ thuật công nghệ...
- Khả năng đổi mới dây chuyền công nghệ, hệ thống phân phối để nâng cao hiệu suất lao động và phát triển sản phẩm mới.
- Chất lượng sản phẩm trong hiện tại và tương lai.
- Khả năng liên doanh với các doanh nghiệp khác hoặc với nước ngoài, hay tiếp nhận sự trợ giúp của các tổ chức này, thậm chí liên kết với đối thủ cạnh tranh.
- Khả năng tài chính: Khả năng của doanh nghiệp trong việc quản lý chi phí, huy động vốn và thanh toán các nghĩa vụ tài chính trong ngắn hạn cũng như trung dài hạn.
- Sự thích nghi của tổ chức: Tổ chức của doanh nghiệp có linh hoạt để thích ứng với sự thay đổi của môi trường không? Hệ thống quyền lực lãnh đạo và tổ chức

hành chính có thích hợp với các đặc thù trong lĩnh vực hoạt động không?

– Khả năng tiếp thị: Nhiều doanh nghiệp thành công nhờ cố gắng cung cấp nhiều giá trị sử dụng hơn cho khách hàng qua việc tập trung thỏa mãn cao nhu cầu của khách hàng, phát triển sản phẩm mới, nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ và phân phối sản phẩm. Các doanh nghiệp Việt Nam ít khi nhận thức tầm quan trọng của chính sách khách hàng và tiếp thị sản phẩm của mình. Một số doanh nghiệp gần như hoàn toàn thụ động trong tiếp cận thị trường và định hướng chiến lược khách hàng.

1.7.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Theo Michael Porter thì năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp gồm bốn yếu tố:

1.2.3.1 Các yếu tố nội sinh doanh nghiệp: Bao gồm con người với chất lượng, kỹ năng, các điều kiện tự nhiên, trình độ khoa học kỹ thuật, kinh nghiệm thị trường, vốn. Các yếu tố này có thể chia thành 2 nhóm:

- Các yếu tố cơ bản như môi trường tự nhiên, địa lý, lao động;
- Các yếu tố nâng cao như thông tin, kỹ năng lao động...

Nhóm yếu tố thứ hai có ý nghĩa rất lớn đối với khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Chúng quyết định những lợi thế cạnh tranh ở độ cao và những công nghệ mang tính độc quyền. Trong dài hạn, đây là yếu tố có tính quyết định, phải được đầu tư đầy đủ và đúng mức.

1.2.3.2 Nhu cầu của khách hàng: Yếu tố này tác động rất lớn đến sự phát triển của doanh nghiệp. Thông qua nhu cầu của khách hàng, doanh nghiệp có thể tận dụng được lợi thế theo quy mô, từ đó cải thiện các hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Nhu cầu của khách hàng còn gợi mở cho doanh nghiệp để phát

triển sản phẩm và dịch vụ mới rộng rãi ra thị trường; khi đó doanh nghiệp đi tiên phong được hưởng lợi thế cạnh tranh.

1.2.3.3 *Yếu tố hạ tầng:* Sự phát triển của doanh nghiệp không thể tách rời sự phát triển các lĩnh vực có liên quan và phụ trợ như các thị trường tài chính, hệ thống thông tin liên lạc... Ngày nay, với sự phát triển của công nghệ thông tin, ngân hàng có thể theo dõi và tham gia vào thị trường tài chính 24/24 giờ trong ngày.

1.2.3.4 *Chiến lược của doanh nghiệp, cấu trúc ngành và đối thủ cạnh tranh:* Một chiến lược đúng đắn, được tổ chức thực hiện tốt gần như đảm bảo 2/3 sự thành đạt của doanh nghiệp. Phần còn lại phụ thuộc vào các lợi thế tự nhiên sẵn có và các nhân tố vĩ mô như môi trường pháp lý, cấu trúc ngành, thực lực của các đối thủ cạnh tranh kình thích ít nhiều sự thăng hoa của các nhân tố nội sinh của chính doanh nghiệp. Yếu tố cạnh tranh thúc đẩy cải tiến kỹ thuật và quản lý nhằm nâng cao năng lực hoạt động, nâng cao chất lượng sản phẩm đồng thời giảm bớt chi phí sản xuất kinh doanh.

Trong 4 yếu tố trên, yếu tố (1) và (4) được coi là yếu tố nội sinh của doanh nghiệp, yếu tố (2) và (3) là những yếu tố ngoại sinh hỗ trợ tác động và thúc đẩy sự phát triển của 2 yếu tố đầu. Ngoài ra còn hai yếu tố mà doanh nghiệp cần tính đến là những cơ hội và vai trò của Nhà nước. Nhà nước tác động tương đối lớn tới khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp nhất là trong việc định ra các chính sách về công nghệ, đào tạo, trợ cấp.

1.7.4 Các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của NHTM:

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 cạnh tranh với các NHTM khác.

Để đánh giá năng lực cạnh tranh của các NHTM Việt Nam, người ta có thể

dựa vào ba nhóm chỉ tiêu sau:

1.2.4.1 Nhóm chỉ tiêu cấu thành năng lực cạnh tranh của NHTM: bao gồm

- Các chỉ tiêu đánh giá năng lực quản lý, phát triển nguồn nhân lực.
- Các chỉ tiêu đánh giá năng lực công nghệ ngân hàng.
- Các chỉ tiêu đánh giá năng lực tài chính, mức độ rủi ro hoạt động.
- Các chỉ tiêu phản ánh phạm vi, chất lượng sản phẩm – dịch vụ, uy tín, giá trị thương hiệu.
- Các chỉ tiêu đánh giá năng lực hệ thống và mạng lưới phân phối.

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

- 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.

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

- Mức độ tăng trưởng của Tài sản Có, thị phần hoặc khách hàng tăng thêm.
- 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.

1.3 Cơ hội và thách thức khi hệ thống ngân hàng Việt Nam hội nhập quốc tế

Gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), mở cửa thị trường dịch vụ ngân hàng có nghĩa là các ngân hàng sẽ bước vào một “sân chơi” hoàn toàn mới. Sân chơi quốc tế với “luật chơi” cụ thể, rõ ràng hơn sẽ đặt hệ thống NHTM Việt Nam đứng trước nhiều cơ hội và thách thức lớn.

1.3.1 Cơ hội cho các NHTMVN khi hội nhập quốc tế:

Hội nhập quốc tế thành công sẽ đem lại cho Việt Nam nhiều cơ hội như mở rộng thị trường, tận dụng kinh nghiệm quản lý, kế thừa thành tựu khoa học của các nước khác, tăng khả năng thu hút vốn đầu tư và sự chuyển giao công nghệ, nâng dần vị trí của Việt Nam trên trường quốc tế. Đối với hệ thống ngân hàng Việt Nam, thông qua hội nhập quốc tế sẽ nắm bắt được các cơ hội sau:

– Hội nhập kinh tế quốc tế tạo động lực thúc đẩy công cuộc đổi mới và cải cách hệ thống ngân hàng Việt Nam, nâng cao năng lực quản lý nhà nước trong lĩnh vực ngân hàng, tăng cường khả năng tổng hợp, hệ thống tư duy xây dựng các văn bản pháp luật trong hệ thống ngân hàng, đáp ứng yêu cầu hội nhập và thực hiện đúng lộ trình hội nhập đã cam kết với quốc tế.

– Hội nhập quốc tế mở ra cơ hội trao đổi, hợp tác quốc tế giữa các NHTM trong hoạt động kinh doanh tiền tệ, đề ra giải pháp tăng cường giám sát và phòng ngừa rủi ro, từ đó nâng cao uy tín và vị thế của hệ thống NHTMVN trong các giao dịch quốc tế. Đồng thời, các ngân hàng Việt Nam có điều kiện tranh thủ vốn, công nghệ, kinh nghiệm quản lý và đào tạo đội ngũ cán bộ, phát huy lợi thế so sánh của mình để theo kịp yêu cầu cạnh tranh quốc tế và mở rộng thị trường ra nước ngoài.

– Hội nhập quốc tế giúp các NHTMVN tiếp cận và chuyên môn hóa các nghiệp vụ ngân hàng hiện đại. Chính hội nhập quốc tế cho phép các NHNNg tham gia tất cả các dịch vụ ngân hàng tại Việt Nam buộc các NHTMVN phải chuyên môn hoá sâu hơn về nghiệp vụ ngân hàng, quản trị ngân hàng, quản trị tài sản nợ - tài sản có, quản trị rủi ro, cải thiện chất lượng tín dụng, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn vốn, dịch vụ ngân hàng và phát triển các dịch vụ ngân hàng mới mà các NHNNg dự kiến sẽ áp dụng ở Việt Nam. Hơn nữa, việc mở rộng thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa dịch vụ sẽ là một cơ hội tốt để các ngân hàng mở rộng kinh doanh. Các NHTMVN có nhiều cơ hội kinh doanh hơn, nhiều khách hàng hơn trong lĩnh vực xuất nhập khẩu.

1.3.2 Thách thức đối với các NHTMVN:

1.3.2.1 *Các NHTMVN ngày càng chịu áp lực trong việc giữ và mở rộng thị phần của mình ngay trên lãnh thổ Việt Nam.* Thực vậy, các NHTM phải chịu áp lực cạnh tranh gay gắt không chỉ từ các NHTM nước ngoài mà còn từ các tổ chức tài chính và các định chế tài chính khác như các công ty chứng khoán, cho thuê tài chính, bảo hiểm, v.v... Ngoài ra, việc loại bỏ dần những hạn chế đối với chi nhánh ngân hàng nước ngoài cho phép họ từng bước tham gia đầy đủ vào mọi lĩnh vực hoạt động ngân hàng tại Việt Nam, tạo thêm đối thủ cạnh tranh “nặng ký”.

1.3.2.2 *Cạnh tranh trong việc huy động vốn ngày càng gay gắt.* Hội nhập ngân hàng đòi hỏi chúng ta phải thực hiện lộ trình tháo bỏ hạn chế đối với các NHNNg trong việc huy động vốn. Việt Nam cam kết mở cửa thị trường dịch vụ tài chính – ngân hàng theo lộ trình nới lỏng dần và tiến tới xóa bỏ các hạn chế đối với hoạt động ngân hàng. Giai đoạn từ 2001 đến 2010, các ngân hàng Mỹ sẽ được thành lập ngân hàng liên doanh với số vốn từ 30%-40%, tới năm 2010 được thành

lập ngân hàng với vốn 100% của Mỹ. Hội nhập ngân hàng đòi hỏi các NHTMVN phải nhanh chóng mở rộng quy mô, đầu tư công nghệ, cải tiến trình độ quản lý. Công nghệ hiện đại và trình độ quản lý cũng như tiềm lực tài chính dồi dào của NHNNg sẽ là ưu thế cơ bản tạo ra sức ép cạnh tranh trong ngành ngân hàng và buộc các ngân hàng Việt Nam phải tăng thêm vốn, và đầu tư kỹ thuật, cải tiến phương pháp quản trị, hiện đại hóa hệ thống thanh toán để nâng cao hiệu quả hoạt động và năng lực cạnh tranh.

1.3.2.3 *Cạnh tranh trong việc cung cấp dịch vụ ngân hàng cũng ngày càng quyết liệt.* Ngày nay, ngoài các nghiệp vụ truyền thống như tín dụng và đầu tư thì dịch vụ ngân hàng cũng tạo nên sắc thái mới cho ngân hàng trong chiến lược cạnh tranh và giành thị phần. Do đó, các NHTMVN phải tạo nên phong cách văn hóa cho mình: đó là phong cách phục vụ riêng thể hiện nét đặc thù của mình nhằm tạo thế đứng vững chắc trên thị trường.

1.3.2.4 *Cạnh tranh trong việc sử dụng lao động ngày càng gay gắt.* Mọi thành đạt của doanh nghiệp đều xuất phát từ con người. Hiện nay, chế độ đãi ngộ người lao động đặc biệt người lao động lành nghề, có kỹ năng cao ở các NHTMVN chưa đủ sức lôi kéo hay giữ chân họ. Hiện tượng chảy máu chất xám đặt ra không riêng đối với ngành tài chính – ngân hàng mà đối với tất cả các ngành kinh tế ở Việt Nam hiện nay.

1.4 Tác dụng của việc đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ ngân hàng

Dịch vụ ngân hàng đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển thương mại nội địa và quốc tế. Không có dịch vụ ngân hàng phát triển, nền kinh tế không thể lưu thông thuận lợi được. Do đó, phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng là nhu cầu bức thiết, không chỉ thỏa mãn nhu cầu đa dạng của khách hàng mà còn tạo điều

kiện thuận lợi để ngân hàng thâm nhập thị trường, mở rộng thị phần, tăng doanh số hoạt động, thu lợi nhuận cao, tạo uy tín, thương hiệu và tăng sức mạnh cạnh tranh của mình, đồng thời đóng góp tích cực vào công cuộc phát triển kinh tế đất nước.

1.4.1 Dịch vụ ngân hàng góp phần tăng lợi nhuận và phân tán rủi ro cho ngân hàng:

Lợi nhuận là mục đích của NHTM. Theo hoạt động cổ điển, nghiệp vụ tín dụng mang lại đa phần lợi nhuận cho ngân hàng, nhưng đây cũng là lĩnh vực gặp nhiều rủi ro nhất, thường dẫn đến mất vốn. Do đó, kinh doanh nhiều lĩnh vực, đa dịch vụ là phương thức hiệu quả để phân tán rủi ro trong kinh doanh. Lợi nhuận thu được từ các dịch vụ khác nhau sẽ bổ sung cho nhau khi thị trường biến động đồng thời sẽ giúp cho ngân hàng ổn định được hoạt động cùng mức doanh lợi.

1.4.2 Tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng trong nền kinh tế thị trường:

Trong điều kiện kinh tế thị trường, các ngân hàng không chỉ cạnh tranh đơn thuần về lãi suất, chi phí, phong cách phục vụ, cải tiến qui trình... mà yếu tố quan trọng tạo nên thành công trong cạnh tranh là việc đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng. Cung cấp cho khách hàng dịch vụ trọn gói, đáp ứng ngày càng đầy đủ hơn nhu cầu của khách hàng, là phương án cạnh tranh hiệu quả.

1.4.3 Thúc đẩy hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, cải tiến qui trình nghiệp vụ, đổi mới, nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng:

Việc phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng không đơn thuần phụ thuộc vào ý muốn chủ quan của các nhà quản lý ngân hàng. Để phát triển sản phẩm dịch vụ có hiệu quả, các ngân hàng phải đẩy mạnh phát triển công nghệ thông tin, hoàn thiện các qui trình nghiệp vụ một cách hợp lý, có hệ thống, cải tiến phong cách giao

dịch của cán bộ ngân hàng... Chính điều này tạo mối quan hệ biện chứng giữa phát triển dịch vụ với hiện đại hóa công nghệ ngân hàng.

1.4.4 Góp phần hoàn thiện bộ máy tổ chức:

Việc đa dạng hóa sản phẩm cũng đòi hỏi phải cải tiến, hợp lý hóa bộ máy tổ chức của ngân hàng sao cho đơn giản mà đạt hiệu quả tối ưu. Chính vì vậy, bộ máy tổ chức của ngân hàng từ hội sở chính đến mạng lưới các điểm giao dịch luôn đứng trước đòi hỏi phải được cải tiến theo nhu cầu của khách hàng, và được hoàn thiện theo hướng hướng theo nhóm khách hàng và loại sản phẩm.

1.5 Các loại dịch vụ ngân hàng phổ biến hiện nay:

Với vai trò nêu trên, ngân hàng cung ứng một số dịch vụ cho các chủ thể kinh tế. Bên cạnh một số dịch vụ truyền thống, gần đây, xuất hiện một số dịch vụ mới. Sản phẩm dịch vụ đa dạng với chất lượng tốt và chi phí thấp là một ưu thế quan trọng mang lại hiệu quả cao trong hoạt động kinh doanh của mỗi ngân hàng.

1.5.1. Cho vay:

Tín dụng cho vay được hiểu như là một giao dịch về tài sản (tiền hoặc hàng hóa) giữa bên cho vay (ngân hàng hoặc các định chế tài chính khác) và bên đi vay (cá nhân, tổ chức kinh tế và các chủ thể khác), trong đó bên cho vay chuyển giao tài sản cho bên đi vay sử dụng trong một thời gian nhất định theo thỏa thuận, bên đi vay có trách nhiệm hoàn trả vô điều kiện vốn gốc và lãi cho bên đi vay khi đến hạn thanh toán.

Có thể phân loại cho vay theo các tiêu chí sau:

➤ Căn cứ vào mục đích cho vay, gồm có: cho vay sản xuất kinh doanh, tài trợ xuất nhập khẩu, cho vay mua sắm phương tiện đi lại, cho vay tiêu dùng, cho vay nông nghiệp, cho vay du học...

- Căn cứ vào thời hạn cho vay, gồm có: cho vay ngắn hạn (dưới 12 tháng), cho vay trung hạn (từ 1 đến 5 năm), cho vay dài hạn (trên 5 năm).
- Căn cứ vào mức độ tín nhiệm, gồm có:
 - Cho vay có đảm bảo: người đi vay phải có tài sản thế chấp, hoặc cầm cố, hoặc được bên thứ 3 bảo lãnh.
 - Cho vay không có đảm bảo: người đi vay không có tài sản thế chấp, hoặc cầm cố, hoặc được bên thứ 3 bảo lãnh mà chủ yếu chỉ dựa vào uy tín của bên đi vay. Loại hình này chỉ áp dụng đối với khách hàng có tình hình tài chính lành mạnh, có năng lực tài chính tốt, vay trả sòng phẳng hoặc những cá nhân làm việc ổn định ở cơ quan đơn vị.
- Căn cứ vào phương pháp hoàn trả, gồm có:
 - Cho vay trả góp: vốn và lãi trả hàng tháng.
 - Cho vay theo món: vốn trả cuối kỳ, lãi trả hàng tháng.
 - Cho vay hoàn trả theo yêu cầu: áp dụng kỹ thuật thấu chi.
 - Cho vay theo hạn mức trong trường hợp vay và trả nợ thường xuyên.

1.5.2. Huy động tiền gửi:

Cho vay được xem là hoạt động sinh lời cao; để đáp ứng nhu cầu này, các ngân hàng phải huy động nguồn vốn. Người gửi tiền được hưởng một lãi suất được ấn định trên tổng số tiền gửi với mức độ an toàn và thanh khoản cao.

Các loại hình tiền gửi phổ biến:

- Tiền gửi thanh toán: bao gồm tiền gửi của cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức kinh tế và tổ chức khác. Mục đích của loại tiền gửi này là nhằm đảm bảo an toàn về tài sản và đáp ứng các khoản chi trả trong hoạt động sản xuất kinh doanh hay tiêu dùng.

➤ Tiền gửi có kỳ hạn:

Khác với tiền gửi thanh toán, tiền gửi có kỳ hạn là tiền tạm thời nhàn rỗi của các tổ chức và cá nhân mà chủ yếu là cá nhân. Mục đích của loại tiền gửi này là nhằm kiếm lợi tức. Đối với ngân hàng, tiền gửi có kỳ hạn là nguồn vốn ổn định trong kinh doanh, do đó lãi suất ngân hàng chi trả cho loại tiền gửi này cao hơn lãi suất chi trả cho tiền gửi thanh toán và kỳ hạn càng dài thì lãi suất áp dụng càng cao để khuyến khích khách hàng gửi tiền dài hạn.

➤ Tiền gửi tiết kiệm:

Về nguyên tắc, tiền gửi tiết kiệm không có thời gian đáo hạn mà người gửi khi muốn rút ra phải báo trước cho ngân hàng một thời gian; tuy nhiên, trong thực tế, ngày nay các ngân hàng thường cho khách hàng rút tiền mà không cần báo trước.

Tiền gửi tiết kiệm có mục đích: người gửi ký thác ở ngân hàng để sử dụng vào một mục đích nhất định như mua nhà ở, phương tiện sinh hoạt, trang trải chi phí học tập... Đối với những người gửi loại tiền này, ngân hàng thường cấp tín dụng bù đắp thêm phần thiếu hụt khi sử dụng theo mục đích của tiền gửi tiết kiệm.

Ở Việt Nam, loại hình tiền gửi tiết kiệm ở các ngân hàng rất đa dạng như tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn; tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn không mục đích; tiền gửi tiết kiệm bậc thang; tiền gửi tiết kiệm dự thưởng; tiết kiệm an cư...

1.5.3. Cho thuê tài chính:

Cho thuê tài chính là một hợp đồng giao dịch giữa hai chủ thể bao gồm bên chủ sở hữu tài sản và bên sử dụng tài sản, trong đó bên chủ sở hữu tài sản (bên cho thuê) chuyển giao tài sản cho bên đi thuê sử dụng trong một thời gian nhất định và bên sử dụng tài sản phải thanh toán tiền thuê cho bên chủ sở hữu tài sản.

Cho thuê tài chính là một kênh cấp vốn trung và dài hạn được đánh giá là

khá hữu hiệu, tạo vốn cho các đơn vị sản xuất kinh doanh, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ không có tài sản giá trị lớn thế chấp để vay vốn. Bên đi thuê không được huỷ bỏ hợp đồng, chịu trách nhiệm bảo trì, đóng bảo hiểm và thuế tài sản. Trong phần lớn các trường hợp cho thuê tài chính, bên thuê được quyền gia hạn hợp đồng hoặc mua đứt tài sản sau khi hợp đồng hết hạn.

Ở Việt Nam, quy mô hoạt động kinh doanh cho thuê tài chính phát triển khá nhanh và tăng trưởng vượt bậc qua các năm. Cho đến nay, Việt Nam có 11 công ty cho thuê tài chính, trong đó có 5 công ty trực thuộc các NHTM Nhà nước, 2 công ty trực thuộc NHTMCP, 2 công ty liên doanh và 2 công ty 100% vốn nước ngoài.

1.5.4. Dịch vụ thanh toán và tài trợ thương mại:

Hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng của NHNN bắt đầu hoạt động từ tháng 05/2002; đến nay đã thanh toán trung bình 12.000 – 18.000 món/ngày với số tiền hơn 8.000 tỉ đồng/ngày. Hệ thống đã kết nối thanh toán cho 232 chi nhánh tổ chức tín dụng và 54 ngân hàng thương mại. Việc thanh toán điện tử giữa các chi nhánh của ngân hàng và giữa các ngân hàng trong nước với nhau đã thông suốt; bên cạnh đó, hệ thống thanh toán bù trừ điện tử được đưa vào vận hành từ ngày 01/01/2003 đã góp phần tăng tỷ trọng thanh toán không dùng tiền mặt năm 2004 lên đến 77% tổng khối lượng thanh toán.

Hiện nay, các ngân hàng đang sử dụng rộng rãi và phổ biến các hình thức thanh toán ngày càng đa dạng, phục vụ nhu cầu thanh toán trong nước và quốc tế cho khách hàng. Chính dịch vụ thanh toán này tạo ra nguồn vốn phi giá mà ngân hàng cần tận dụng để tiết giảm chi phí và tăng thu nhập của mình.

1.5.4.1 Thanh toán nội địa:

Khách hàng có thể sử dụng dịch vụ này để thanh toán cho nhà cung cấp, chủ

nợ khác hay để trả lương trực tiếp cho nhân viên qua tài khoản của họ. Các phương thức thanh toán qua ngân hàng như: thanh toán bằng ủy nhiệm thu, ủy nhiệm chi, thẻ các loại, thanh toán qua điện thoại và mạng vi tính, chuyển tiền điện tử EFTPOS (Electronic Funds Transfer at Point of Sales).

1.5.4.2 Thanh toán quốc tế:

Quan hệ thương mại quốc tế làm nảy sinh nghĩa vụ tài chính giữa các chủ thể ở các quốc gia khác nhau. Nghiệp vụ thanh toán quốc tế trong ngân hàng chuyên xử lý các giao dịch tài chính này.

Để phù hợp với tính đa dạng và phong phú của quan hệ thương mại và thanh toán quốc tế, người ta trưng ra nhiều phương thức thanh toán khác nhau như: phương thức chuyển tiền (chuyển tiền bằng thư (M/T), bằng điện (T/T)), phương thức nhờ thu, phương thức tín dụng chứng từ (L/C), phương thức bù trừ, phương thức tài khoản mở...

1.5.4.3 Chiết khấu:

Ngân hàng được chiết khấu thương phiếu và các giấy tờ có giá ngắn hạn khác đối với tổ chức, cá nhân và có thể tái chiết khấu các thương phiếu và các giấy tờ có giá ngắn hạn khác đối với ngân hàng khác.

1.5.4.4 Bao thanh toán:

Đây là một hình thức cấp tín dụng cho bên bán hàng thông qua việc mua lại các khoản phải thu phát sinh từ việc bán hàng hóa đã được hai bên thỏa thuận trong hợp đồng mua, bán hàng.

Trong tình hình cạnh tranh ngày càng quyết liệt, hình thức bán chịu là một trong các biện pháp mở rộng tiêu thụ hàng hóa hiệu quả nhất. Tuy nhiên, bán hàng trả chậm thường gây khó khăn về tài chính cho đơn vị bán, vốn bị đọng, lại thêm bộ

máy kế toán công nợ kình càng làm hạn chế hiệu quả kinh doanh. Để khắc phục tình trạng này, các doanh nghiệp nhờ ngân hàng tài trợ dưới hình thức bao thanh toán. Đây là dịch vụ do một công ty “factor” (hầu hết các ngân hàng lớn tổ chức thực hiện dịch vụ factoring thông qua công ty “factor” trực thuộc) nhằm giúp các doanh nghiệp bán những khoản nợ hiện có của mình để quay vòng vốn. Công ty “factor” xem xét, thẩm định đối tác mua hàng, nếu đồng ý tài trợ, sẽ ký hợp đồng “factor” với doanh nghiệp bán hàng. Phần lớn các hoạt động bao thanh toán đều thực hiện trên cơ sở miễn truy đòi, công ty “factor” phải chịu tất cả rủi ro mất nợ, ngoại trừ rủi ro liên quan đến các mâu thuẫn phát sinh giữa các bên giao dịch. Đơn vị bán hàng không mắc nợ ngân hàng, cũng không phải theo dõi nợ phải thu, có thể tập trung cho sản xuất và kinh doanh, nhưng khó mở rộng khách mua mới nếu công ty “factor” không đồng tình. Chênh lệch giữa giá trị hóa đơn và giá bao thanh toán tạo nên thu nhập cho công ty “factor” lại là phí tổn tài chính cho doanh nghiệp bán hàng, con số này thường không nhỏ.

1.5.5. Dịch vụ thẻ:

Thẻ ATM đang được xem là một công cụ hiện đại, năng động và linh hoạt phục vụ hữu hiệu khách hàng khi sử dụng tài khoản cá nhân với độ an toàn và tính bảo mật cao. Thẻ ATM xuất hiện lần đầu tiên tại Việt Nam vào năm 2002. Hiện nay, ở nước ta có khoảng hơn 1.500 máy ATM, phục vụ khách hàng 24/24 giờ; các ngân hàng cũng đang tiến hành hòa mạng trong dịch vụ này, nhằm kết nối tất cả các máy ATM trong cả nước, trước mắt là theo từng nhóm ngân hàng.

Cùng với việc phát triển hệ thống ATM, trong 3 năm gần đây, việc thanh toán bằng thẻ đã trở nên phổ biến với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 300%. Đến cuối năm 2006, ước khoảng 4 triệu thẻ được phát hành tại Việt Nam, trong đó

3,6 triệu thẻ nội địa và 0,4 triệu thẻ quốc tế, tăng 150% so với năm trước, đẩy doanh số sử dụng thẻ tăng trưởng cao. Chỉ riêng doanh số sử dụng thẻ quốc tế, trong giai đoạn 2002-2006 đã tăng 50 lần, đến cuối năm 2006 đạt 200 triệu USD. Mạng lưới chấp nhận thẻ cũng được mở rộng từ vài trăm điểm lên 14.000 điểm.

1.5.6. Dịch vụ ngân quỹ:

➤ Thu chi tại quầy:

- Ngân hàng nhận tiền mặt (VND và ngoại tệ) từ các khách hàng có nhu cầu nộp vào NH để gửi tiết kiệm, gửi vào tài khoản thanh toán, trả nợ vay, chuyển trả tiền hàng, thu đổi ngoại tệ... tại quầy giao dịch.

- Ngân hàng chi tiền mặt (VND và ngoại tệ) cho các khách hàng có nhu cầu rút tiết kiệm, rút từ tài khoản thanh toán, tài khoản tiền vay... tại quầy giao dịch của NH.

➤ Thu chi hộ:

Ngân hàng thay mặt khách hàng để thực hiện nghiệp vụ thu hộ khách hàng tiền từ người mua hàng hóa, dịch vụ... hoặc chi trả hộ lương, chi trả tiền cho đối tác của khách hàng.

Dịch vụ thu chi hộ có thể thực hiện bằng tiền mặt hoặc bằng phương thức chuyển khoản (qua tài khoản cá nhân hoặc qua thẻ ATM).

1.5.7. Dịch vụ ngân hàng điện tử:

Ngân hàng điện tử, hiểu theo nghĩa cụ thể nhất là sự kết hợp hoạt động của ngân hàng với internet. Đây là kết quả tất yếu của quá trình phát triển công nghệ thông tin, được ứng dụng trong hoạt động ngân hàng. E-Banking là dịch vụ ngân hàng điện tử có tiện ích cao, khách hàng chỉ cần quan hệ, giao dịch và thanh toán với ngân hàng qua mạng, nhưng rủi ro trong hoạt động dịch vụ này cũng không nhỏ,

vì khó đảm bảo tính an toàn, bảo mật trong thanh toán với công nghệ hiện nay. Hiện các NHTM ở Việt Nam mới chỉ phát triển dịch vụ này ở mức độ nhất định. Sử dụng dịch vụ điện tử chủ yếu là các TCTD, còn các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế chỉ tham gia với tính chất tư vấn, tham khảo và tìm kiếm thông tin là chính.

1.5.8. Kinh doanh tiền tệ:

Ngân hàng thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh ngoại tệ trên thị trường ngoại tệ liên ngân hàng (mua bán, trao đổi tiền tệ), và các giao dịch về vốn (cho vay, đi vay) trên thị trường nội tệ liên ngân hàng từ những năm 1993-1994.

➤ Thị trường nội tệ liên ngân hàng:

Ngày 07/10/1992, thị trường liên ngân hàng ở Việt Nam ra đời theo Chỉ thị số 07/CT-NH1 của Thống đốc NHNN, cho phép các TCTD được thực hiện việc cho vay và đi vay lẫn nhau nhằm bù đắp nhu cầu ngân quỹ của mình. Tháng 07/1993, thị trường nội tệ liên ngân hàng chính thức đi vào hoạt động gắn liền với các hoạt động của trung tâm thanh toán bù trừ. Đây là nơi thực hiện các giao dịch vốn cơ bản giữa các ngân hàng, thông thường các giao dịch này được thực hiện thông qua tài khoản tiền gửi của các ngân hàng tại NHNN.

➤ Thị trường ngoại tệ liên ngân hàng:

Thị trường ngoại tệ liên ngân hàng được thành lập tháng 10/1994, đánh dấu bước ngoặt lịch sử trong quá trình hình thành và phát triển của thị trường ngoại hối Việt Nam theo các chuẩn mực quốc tế. Tuy nhiên, thị trường này vẫn còn ở trình độ thấp thể hiện ở doanh số mua bán ngoại tệ của các NHTM trên thị trường ngoại tệ liên ngân hàng chiếm tỷ trọng khoảng 25-30% tổng giao dịch mua bán của các NHTM. Đây là con số quá thấp nếu so với tỷ trọng này ở thị trường ngoại hối quốc tế là 85%. Hơn nữa, thị trường ngoại tệ liên ngân hàng của Việt Nam không hoạt

động thường xuyên, lại chỉ giới hạn giữa hội sở chính của các NHTM Nhà nước.

1.5.9. Bảo lãnh ngân hàng:

Bảo lãnh ngân hàng cũng là một loại tín dụng được áp dụng phổ biến, dưới dạng chữ ký (cho mượn uy tín của ngân hàng thông qua chữ ký xác nhận), chưa phát sinh giao dịch bằng tiền. Để đảm bảo thực hiện một nghĩa vụ của khách hàng, ngân hàng đứng ra bảo lãnh cho khách hàng bằng việc phát hành các chứng thư bảo lãnh.

Chứng thư bảo lãnh là giấy cam kết của ngân hàng sẽ thực hiện nghĩa vụ thay người được bảo lãnh nếu người này không thực hiện nghĩa vụ.

Bảo lãnh ngân hàng có các loại thông dụng như sau: bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh mua hàng trả chậm, bảo lãnh thanh toán, bảo lãnh thuế quan, bảo lãnh vay vốn... Trong số các hình thức bảo lãnh, bảo lãnh thực hiện hợp đồng và bảo lãnh dự thầu luôn chiếm tỷ trọng cao nhất.

1.5.10. Môi giới đầu tư chứng khoán:

Các ngân hàng ngày nay có khuynh hướng kinh doanh tổng hợp để cung cấp các dịch vụ tài chính trọn gói cho khách hàng. Ngân hàng sẵn sàng cung cấp dịch vụ môi giới đầu tư chứng khoán cho khách hàng. Tuy nhiên, tùy theo luật pháp của mỗi nước mà việc cung cấp dịch vụ này có thể là trực tiếp hoặc gián tiếp. Ở Việt Nam, ngân hàng không được cung cấp dịch vụ môi giới chứng khoán trực tiếp, nhưng được thành lập công ty chứng khoán trực thuộc để làm dịch vụ môi giới chứng khoán, tư vấn đầu tư chứng khoán, bảo lãnh phát hành và quản lý danh mục đầu tư.

1.5.11. Các dịch vụ khác:

1.5.11.1 Sử dụng các công cụ thị trường tài chính:

Như tỷ giá, lãi suất, một số công cụ phái sinh như: Quyền chọn, hoán đổi (SWAP) về ngoại tệ và lãi suất, một số công cụ tài chính ngắn hạn như tín phiếu kho bạc, tín phiếu NHNN, thương phiếu, biên lai tín thác...

1.5.11.2 Dịch vụ cho thuê ngăn tủ sắt:

Dịch vụ cho thuê ngăn tủ sắt chính là dịch vụ bảo quản an toàn vật có giá. Dịch vụ này được NHTM thực hiện từ lâu đời nhưng tại Việt Nam đã bị bỏ quên trong thời gian khá dài. Công việc bảo quản an toàn vật có giá được chia thành 2 bộ phận khác nhau:

- Két sắt bảo quản ký thác: được lập ra để cho khách hàng thuê. Khách hàng được quyền kiểm tra tài sản có giá của họ bất kỳ thời điểm nào. Ngân hàng chỉ đơn thuần cung cấp kho bảo quản.
- Trực tiếp bảo quản các giấy tờ có giá trị: ngân hàng trực tiếp quản lý như một đại lý đối với khách hàng.

1.5.11.3 Cung cấp các dịch vụ ủy thác:

Dịch vụ ủy thác là dịch vụ quản lý tài sản và quản lý hoạt động tài chính cho cá nhân và doanh nghiệp. Dịch vụ này phát triển mạnh khi đời sống được nâng cao và thị trường tài chính phát triển. Dịch vụ này giúp khách hàng tiết kiệm chi phí quản lý tài sản và nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn tài chính của mình. Dịch vụ ủy thác bao gồm các loại chính sau:

- Ủy thác trong quản lý tài sản và thực hiện di chúc.
- Ủy thác trong quản trị danh mục đầu tư chứng khoán.
- Ủy thác trong thực hiện chi trả lương.
- Ủy thác trong việc phát hành cổ phiếu, trái phiếu, thanh toán lãi hoặc cổ tức và thanh toán vốn khi trái phiếu đáo hạn.

1.5.11.4 Dịch vụ khác:

Ngân hàng còn cung cấp các dịch vụ khác như: tư vấn, chi trả kiều hối, đầu tư, bảo hiểm, môi giới địa ốc, chuyển tiền du học...

KẾT LUẬN CHƯƠNG I

Trong tiến trình hội nhập vào thế giới và khu vực, hoạt động ngân hàng tại Việt Nam đang và tiếp tục chịu sự cạnh tranh gay gắt khi giành thị phần để tồn tại và phát triển. Tư duy kinh doanh ngân hàng của chúng ta phải thích nghi với hoàn cảnh mới: mở rộng kinh doanh dịch vụ để đa dạng hóa hoạt động, phân tán rủi ro và tối đa hóa lợi nhuận.

CHƯƠNG II

THỰC TRẠNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TẠI

SỞ GIAO DỊCH II NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM

2.7 Tổng quan về hệ thống ngân hàng tại TP.HCM:

TP.HCM là trung tâm kinh tế tài chính lớn nhất Việt Nam, thành phố dẫn đầu cả nước về số lượng ngân hàng và doanh số quan hệ tài chính – tín dụng. Doanh thu của hệ thống ngân hàng thành phố chiếm khoảng 1/3 tổng doanh thu toàn quốc. Đến đầu năm 2007, mạng lưới các TCTD trên địa bàn (gồm hội sở chính; sở giao dịch; chi nhánh; Phòng giao dịch và quỹ tiết kiệm) đạt đến con số 679 đơn vị. Năm 2005 số liệu này là 487 (hệ thống đơn vị TCTD mở rộng chủ yếu là các chi nhánh và phòng giao dịch). Sự mở rộng của hoạt động tài chính tiền tệ trên địa bàn là một thông tin tích cực, phản ánh lòng tin của doanh nghiệp và người dân vào hệ thống ngân hàng ngày càng được củng cố.

Năm 2006 được đánh dấu bằng sự kiện Việt Nam trở thành thành viên chính thức của WTO, do vậy, khả năng cạnh tranh ngày càng quyết liệt trong lĩnh vực tài chính là tất yếu. Hiện nay, các NHTM trong nước hiện đang nắm giữ khoảng gần 90% thị phần (cả tiền gửi và cho vay), trong đó riêng các NHTMNN chiếm 70%. Phần các ngân hàng nước ngoài chỉ chiếm khoảng dưới 10% thị phần. Đây chỉ là lợi thế tương đối trước mắt đối với các ngân hàng trong nước so với các NHTM nước ngoài do sự bảo hộ trong suốt thời gian qua. Tuy nhiên để phát triển bền vững trong tương lai, cạnh tranh với các NHTM nước ngoài mạnh về vốn, công nghệ, trình độ

quản lý... các NHTM trong nước phải đổi mới cơ bản về sản phẩm dịch vụ, công nghệ, nhân sự...

2.8 Giới thiệu Ngân hàng Công thương Việt Nam và Sở Giao Dịch II Ngân hàng Công thương Việt Nam:

2.8.1 Tổng quan về Ngân hàng Công thương Việt Nam:

Ngân hàng Công thương Việt Nam là một trong bốn Ngân hàng thương mại quốc doanh lớn ở nước ta, được hình thành từ Vụ Tín dụng Công thương nghiệp của NHNN Việt Nam. Ngân hàng có tên giao dịch là Industrial And Commercial Bank of VietNam (VIETINCOMBANK, sau đổi lại INCOMBANK), được thành lập và đi vào hoạt động từ tháng 7 năm 1988 theo Nghị định 53 và Quyết định 402/HĐBT của Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng. Đây là một pháp nhân thực hiện chế độ hạch toán độc lập, được Ngân sách Nhà nước cấp vốn ban đầu là 200 tỷ đồng tương đương 30 triệu USD (thời điểm bấy giờ) vốn này được bổ sung hàng năm theo qui định của Ngân hàng Nhà nước; trước khi thực hiện cơ cấu tài chính mới (31/12/2000) vốn điều lệ chỉ có 1.100 tỷ đồng. Cuối tháng 02/2007, số vốn điều lệ của NHCTVN đã tăng lên trên 7.600 tỷ đồng. NHCTVN được tổ chức và hoạt động theo luật DNNN (ban hành năm 1995 và sửa đổi năm 2003). Hội đồng quản trị lãnh đạo NHCTVN và Tổng giám đốc điều hành hoạt động.

Sau gần 20 năm hoạt động, đến nay NHCTVN được xếp hạng là 1 trong 23 doanh nghiệp Nhà nước đặc biệt, đang giữ một vị trí quan trọng trong hệ thống NHTMVN trên một số phương diện:

– Hệ thống mạng lưới phân bố rộng khắp các tỉnh thành trong cả nước gồm: Trụ sở chính tại Hà Nội, 2 Sở Giao dịch tại Hà Nội và TP.HCM, 137 Chi nhánh các cấp, 150 Phòng giao dịch và 450 điểm giao dịch; Đội ngũ nhân viên lên tới 13.150

người. Ngoài ra còn có 2 đơn vị sự nghiệp là Trung tâm đào tạo và phát triển nguồn nhân lực và Trung tâm công nghệ thông tin, và 2 Văn Phòng đại diện tại Đà Nẵng và TP.HCM. Tất cả các đơn vị thực hiện hạch toán nội bộ và trực thuộc sự quản lý điều hành của Tổng Giám đốc NHCTVN.

– Sở hữu các Công ty trực thuộc: Công ty cho thuê tài chính, Công ty TNHH Chứng Khoán và Công ty Khai thác Tài sản và Quản lý nợ.

– Đồng sáng lập và là cổ đông chính trong Indovina Bank, Công ty cho thuê Tài chính Quốc tế Việt Nam (VILC) và Công ty Liên doanh Bảo Hiểm Châu Á – Ngân hàng Công thương.

– Là một trong những Ngân hàng thương mại triển khai xong giai đoạn 1 Dự án hiện đại hoá Ngân hàng và hệ thống thanh toán (INCAS), sử dụng phần mềm hiện đại hóa toàn hệ thống. NHCTVN đã từng bước hoàn thành các quy trình nghiệp vụ triển khai hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001: 2000. Chủ trì tiểu dự án “Thanh toán điện tử trong thương mại điện tử” thuộc dự án quốc gia về xây dựng khung chính sách phát triển thương mại điện tử của Chính phủ Việt Nam.

– Là thành viên chính thức của hiệp hội các Ngân hàng Châu Á, hiệp hội thanh toán viễn thông liên ngân hàng toàn cầu, hiệp hội thẻ Visa, Master, hiệp hội các Ngân hàng Việt Nam và Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam.

2.8.2 Sở Giao Dịch II Ngân hàng Công thương Việt Nam:

SGDII NHCTVN được thành lập vào ngày 01/10/1997 do sự sáp nhập Chi nhánh NHCT TP.HCM vào SGDII NHCTVN theo Quyết định số 52/QĐ-NHCTVN ngày 14/09/1997 của Hội Đồng Quản Trị NHCTVN, với tên giao dịch quốc tế là Industrial And Commercial Bank of Viet Nam - Main Transaction Office II, viết tắt

là ICBV-MTO II. Trụ sở hoạt động tọa lạc tại số 79A Hàm Nghi, Quận I, TP.HCM.

SGDII NHCTVN đi vào hoạt động với muôn vàn khó khăn nội tại do chi nhánh NHCT TP.HCM để lại:

- Vụ án Minh Phụng – Epcoc đã để lại món nợ mà NHCTVN và chính bản thân SGDII NHCTVN phải gánh chịu (nợ quá hạn khó đòi liên quan các vụ án chiếm tỷ trọng 88% trên tổng dư nợ cho vay nền kinh tế của SGDII, thanh toán hàng trăm triệu USD nợ bảo lãnh cho nước ngoài). Tâm lý CB-CNV hoang mang làm bầu không khí trầm lắng, kinh doanh đình trệ. Hầu hết cán bộ tín dụng chủ chốt đều liên quan vụ án và bị truy tố.

- Đến cuối 1997, Nguồn vốn : 2.719 tỷ đồng; Dư nợ luân chuyển 764 tỷ đồng; Nợ tồn đọng gần 5.000 tỷ; Lỗ 219 tỷ. SGDII đã đánh mất vị trí là NHTM lớn hàng đầu trên địa bàn TP.HCM. Lỗ lũy kế từ năm 1997 đến 2004 lên đến 1.932 tỷ, trong đó đỉnh điểm là năm 1998 lỗ 487 tỷ.

Trước tình hình trên, Ban Giám đốc SGDII đã đề ra chiến lược kinh doanh 10 năm với nhiệm vụ và mục tiêu cụ thể nhằm từng bước khắc phục hậu quả do chi nhánh NHCT TP.HCM để lại và bắt đầu thời kỳ hoạt động mới của bản thân SGDII.

Hiện nay, SGDII có trên 500 cán bộ công nhân viên, cán bộ chủ chốt là những người có kinh nghiệm lâu năm trong ngành ngân hàng và phần lớn đều có học vị Thạc sỹ, Tiến sỹ hoặc đang theo học sau đại học. Đội ngũ cán bộ nhân viên được trẻ hóa dần, năng động, sáng tạo và đều có trình độ đại học và trên đại học phù hợp với công tác.

SGDII có nhiệm vụ tổ chức thực hiện kinh doanh tiền tệ tín dụng và cung cấp các dịch vụ ngân hàng đến các tổ chức kinh tế, cá nhân,... trong và ngoài nước, là ngân hàng cấp vùng với phạm vi hoạt động rộng khắp các khu vực phía Nam và

miền Trung.

Qua gần 10 năm hoạt động, SGDII đã đầu tư thiết bị kỹ thuật, đào tạo và nâng cao trình độ đội ngũ cán bộ, phát triển nghiệp vụ thanh toán toàn quốc và mở rộng phát triển các dịch vụ trong và ngoài nước, đã thiết lập và đặt mối quan hệ đại lý với 700 ngân hàng thuộc 65 nước trên thế giới.

SGDII là chi nhánh đầu tiên được NHCTVN chọn thực hiện thí điểm chương trình hiện đại hóa ngân hàng ở khu vực phía Nam, cung cấp nhân lực cùng với NHCTVN triển khai chương trình hiện đại hóa đến các chi nhánh ở phía Nam.

Năm 2006 là năm SGDII hoạt động tăng trưởng đều trên tất cả các lĩnh vực. Với quy mô được mở rộng và chất lượng nâng cao, giữ vị trí quan trọng trong các ngân hàng tại TP.HCM và trong cả nước. Là chi nhánh hàng đầu trong hệ thống NHCTVN về lợi nhuận kinh doanh; đa dạng hóa nguồn thu. Khách hàng mới thiết lập quan hệ với SGDII trong năm 2006 cũng tăng đáng kể, đảm bảo cạnh tranh trong giai đoạn hội nhập.

Năm 2006 cũng là năm mà kết quả hợp tác giữa ngân hàng và khách hàng có nhiều thuận lợi và trở thành cơ sở để nâng tầm hợp tác cao hơn, toàn diện hơn, uy tín hơn. Sự hợp tác toàn diện này là một trong những điều kiện nâng cao khả năng cạnh tranh của SGDII, là điều kiện tất yếu, quan trọng để SGDII và khách hàng cùng tồn tại, phát triển bền vững trong nền kinh tế thị trường.

2.9 Đánh giá chung chất lượng dịch vụ ngân hàng thời gian qua:

2.9.1 Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng

Thực tế, việc đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng thường dựa vào một số chỉ tiêu vừa định tính vừa định lượng sau đây:

- *Sự thỏa mãn, sự hài lòng của khách hàng với ngân hàng.* Ngân hàng cung

cấp các dịch vụ hoàn hảo, chất lượng cao thì khách hàng sẽ chấp nhận và gắn bó lâu dài với ngân hàng, đồng thời ngân hàng sẽ có nhiều cơ hội thu hút thêm khách hàng mới. Các chỉ tiêu định lượng cụ thể đánh giá sự thỏa mãn và sự hài lòng về chất lượng dịch vụ của ngân hàng bao gồm:

- Không có khách hàng bỏ đi: khách hàng giao dịch lần đầu sẽ tiếp tục giao dịch và gắn bó lâu dài với ngân hàng.
- Số lượng khách hàng mới không ngừng tăng lên.
- Giảm thiểu lời phàn nàn của khách hàng, kèm theo đó là lời khen, động viên hay góp ý chân thành của khách hàng để nâng cao chất lượng và đa dạng dịch vụ hơn nữa.

– ***Các sai sót trong giao dịch với khách hàng và rủi ro trong kinh doanh dịch vụ của ngân hàng.*** Chất lượng dịch vụ ngân hàng hoàn hảo góp phần giảm thiểu sai sót trong giao dịch với khách hàng, giảm lời phàn nàn và khiếu nại của khách hàng, từ đó giảm rủi ro trong kinh doanh dịch vụ của ngân hàng.

– ***Quy mô và tỷ trọng thu dịch vụ trong tổng thu nhập của ngân hàng không ngừng tăng lên.*** Đây là kết quả tổng hợp của cả việc đa dạng hóa hoạt động, sự phát triển dịch vụ và chất lượng dịch vụ của ngân hàng tăng lên, trong đó, chất lượng dịch vụ có tính nổi trội. Nếu chất lượng dịch vụ không bảo đảm, không được nâng cao, thì sự đa dạng hóa và phát triển dịch vụ sẽ không có ý nghĩa khi không được khách hàng chấp nhận.

– ***Một số chỉ tiêu khác như:*** Khả năng cạnh tranh về dịch vụ ngân hàng ngày càng tăng lên, thị phần của từng loại dịch vụ ngân hàng không ngừng được giữ vững và mở rộng. Việc đạt mục tiêu này còn tùy thuộc vào sự đa dạng hóa dịch vụ, công tác tiếp thị, uy tín và danh tiếng, quy mô và mạng lưới của ngân hàng..

2.9.2 Số liệu về dịch vụ của một số ngân hàng trên địa bàn TP.HCM

(Xem Phụ lục)

2.9.3 Đánh giá chung chất lượng dịch vụ ngân hàng thời gian qua

Ngành ngân hàng trên địa bàn đã hoàn thiện chương trình mục tiêu lộ trình phát triển dịch vụ ngân hàng giai đoạn 2001-2005 và hiện đang trong quá trình thực hiện chương trình mục tiêu lộ trình phát triển dịch vụ ngân hàng giai đoạn 2006-2010. Mỗi ngân hàng dựa vào đặc điểm, khách hàng mục tiêu và thế mạnh riêng có của mình để lựa chọn, hoàn thiện và phát triển nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ theo hướng làm cho hoạt động ngân hàng ngày càng đa dạng, phong phú, góp phần phát triển kinh tế – xã hội cả nước trong đó có TP.HCM. Đây là những bước đi phù hợp chuẩn bị cho quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của ngành ngân hàng, thể hiện qua các mặt sau:

2.3.3.1 Chất lượng các dịch vụ truyền thống ngày càng hoàn thiện, phát triển và nâng cao với tốc độ tăng dần.

Các dịch vụ truyền thống như: hoạt động huy động vốn và cho vay, hoạt động thanh toán, ngoại hối... đều đạt thành quả đáng kể.

– Theo số liệu của chi nhánh NHNN TPHCM, huy động vốn năm 2006 trên địa bàn đạt 259.705 tỷ, tăng 37,5% so với năm 2005; cho vay vốn đạt 219.699 tỷ, tăng 25% so với năm 2005 phản ánh tốc độ tăng trưởng cao của hoạt động tín dụng năm 2006 so với trước đây. Có thể nói sự đa dạng hoá các hình thức huy động vốn: linh hoạt theo kỳ hạn gửi; phương thức giao dịch thuận tiện; lãi suất tiếp tục hấp dẫn người gửi, bên cạnh đó các hình thức tín dụng cũng được phát triển đa dạng (bao thanh toán, chiết khấu giấy tờ có giá, cầm cố cổ phiếu...), khách hàng cá nhân và doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng được các NHTM quan tâm nhiều hơn... chính là

các yếu tố thúc đẩy hoạt động tín dụng mở rộng và tăng trưởng cao trong năm 2006.

– Về hoạt động dịch vụ thanh toán: các ngân hàng tạo được nhiều phương thức thanh toán linh hoạt hơn, giúp khách hàng thanh toán mọi lúc mọi nơi thông qua các dịch vụ chuyển tiền điện tử, thanh toán thẻ, thanh toán trực tuyến...

– Về hoạt động kinh doanh ngoại hối: chính sách quản lý ngoại hối ngày càng thông thoáng, gần kề thông lệ quốc tế đã tạo điều kiện thuận lợi hơn cho khách hàng, doanh nghiệp. Ngoài ra, những yếu tố này còn tạo điều kiện cho ngân hàng phát triển các hoạt động dịch vụ ngoại hối. Đây chính là môi trường kinh tế thuận lợi cho con đường hội nhập.

2.3.3.2 Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử:

Đây chính là sự phát triển nổi bật trong hoạt động ngân hàng những năm gần đây. Dịch vụ này phát triển dựa trên nền tảng thành tựu khoa học công nghệ hiện đại để cho ra đời các tiện ích như home banking, internet banking, mobile banking, e-banking... được gọi chung là dịch vụ ngân hàng điện tử. Chính sự phát triển này cho phép khách hàng có thể giao dịch và thanh toán với ngân hàng mọi lúc, mọi nơi thông qua mạng. Đây là điều kiện thuận lợi thúc đẩy các hoạt động kinh tế khác phát triển, nhất là hoạt động thương mại điện tử; kinh doanh xuất nhập khẩu; dịch vụ du lịch, mang lại ý nghĩa kinh tế hết sức to lớn.

2.3.3.3 Về dịch vụ thẻ ngân hàng:

Sự phát triển thẻ theo hướng đa dạng hóa đã tạo được một thị trường thẻ phong phú đầy sức cạnh tranh. Ngày nay, thẻ ATM không chỉ dừng lại ở chức năng rút tiền, mà được sử dụng như công cụ đa năng trong việc thanh toán tiền điện, nước, cước phí điện thoại, mua hàng qua mạng... Ngoài ra, sự liên kết thanh toán của một số ngân hàng góp phần tăng tính tiện ích của thẻ hơn khi thẻ do một ngân

hàng phát hành có thể sử dụng tại máy ATM của một số ngân hàng khác.

Điều này thể hiện qua doanh số thanh toán thẻ ngày càng tăng. Tính đến nay, tổng số thẻ ATM đạt 1.534.673 thẻ, trong đó năm 2006 các TCTD trên địa bàn đã phát hành 680.477 thẻ, tăng 1,14 lần so với năm 2005, với tổng doanh số hoạt động về thẻ ATM đạt 17.057 tỷ đồng. Hệ thống mạng lưới thanh toán thẻ ngày càng mở rộng đạt 8.849 điểm (gồm ATM và các điểm POS).

Bảng 2.1: Tổng quan hoạt động ngân hàng trên địa bàn TP.HCM giai đoạn 2001-2006

Đvt: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2001	Năm 2002	Năm 2003	Năm 2004	Năm 2005	Năm 2006
1.Vốn huy động	65.716	85.996	114.572	150.337	188.876	259.705
2.Dư nợ cho vay	56.189	74.243	101.006	136.624	175.759	219.699
3.DV thanh toán thẻ ATM						
- Doanh số thanh toán	204	7.900	9.039	11.430	12.758	17.057
- Số lượng thẻ phát hành trong năm				255.824	598.372	680.477
- Số lượng máy ATM đến cuối năm				268	429	543

(Nguồn: Tổng hợp từ các báo cáo thường niên của CN NHNN TPHCM 2001-2006)

Những kết quả đạt được cho thấy dịch vụ ngân hàng đang dần tiến tới tiêu chuẩn quốc tế, khách hàng đến với ngân hàng không chỉ sử dụng những dịch vụ truyền thống mà còn dùng nhiều dịch vụ ngân hàng hiện đại. Tuy nhiên, việc phát

triển dịch vụ ngân hàng hiện đại còn tồn tại những hạn chế chủ yếu sau:

- Dịch vụ ngân hàng hiện đại nhìn chung chủ yếu còn ở mức độ sơ khai, chưa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.
- Chi phí đầu tư phát triển các dịch vụ hiện đại lớn, nhưng hiệu quả khai thác chưa cao, các tiện ích chưa được khai thác triệt để.
- Các dịch vụ hiện đại mới chỉ có thể cung cấp cho một số khách hàng ở vài địa bàn nhất định chứ không thể phát triển đại trà do sự phát triển không đồng đều giữa các địa phương.
- Độ bảo mật và an toàn thông tin khi sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử còn chưa cao, dẫn đến tâm lý e ngại của các ngân hàng và sự thiếu tin tưởng của khách hàng khi sử dụng các dịch vụ này.
- Việc sử dụng các công cụ thanh toán hiện đại như thẻ ATM vẫn còn bị hạn chế do tâm lý ưa chuộng tiền mặt trong dân cư và sử dụng các công cụ thanh toán truyền thống còn lớn, việc ứng dụng phổ cập kỹ thuật tin học trong thanh toán còn hạn chế, thiếu đồng bộ, tốc độ thanh toán chưa cao, còn gặp nhiều sai sót..

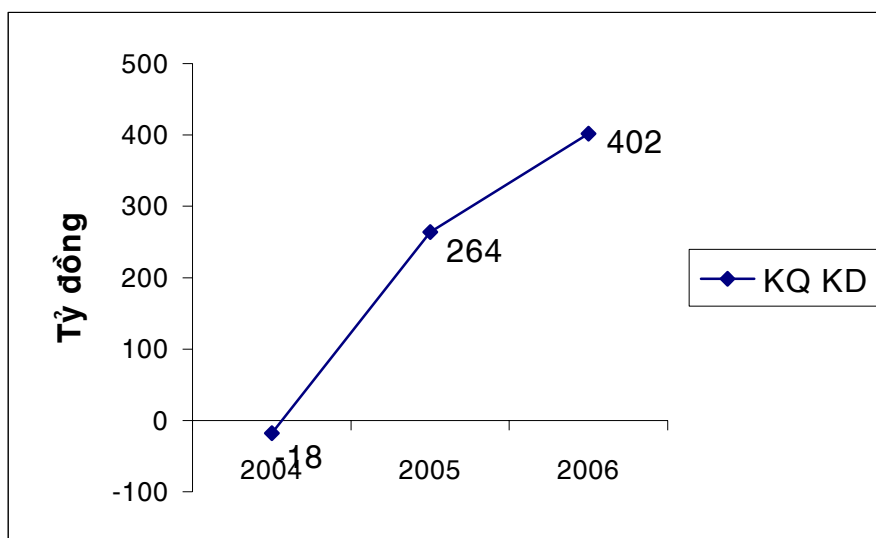
2.10 Các dịch vụ ngân hàng đang thực hiện tại SGDII NHCTVN:

2.10.1 Số liệu thực hiện qua các năm:

Bảng 2.2: Số liệu thực hiện một số dịch vụ chủ yếu và kết quả hoạt động kinh doanh của SGDII NHCTVN từ năm 2004 - Quý 1/2007

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2004	2005	2006	Quý 1/2007
Nguồn vốn huy động	Tỷ đồng	5.786	7.385	8.317	8.473
Dư nợ cho vay và đầu tư	Tỷ đồng	4.340	4.744	5.545	6.014
Thanh toán nội địa	Tỷ đồng	202.470	242.964	259.837	80.772
Thanh toán quốc tế mậu dịch	Triệu USD	880	924	1.040	130,60
Kinh doanh ngoại tệ	Triệu USD	1.058	1.140	1.123	434
Thẻ thanh toán ATM	Thẻ	7.230	40.468	82.252	86.557
Máy ATM	Máy	18	49	52	52
Lợi nhuận đã trích rủi ro (*)	Tỷ đồng	-18	264	402	79,80

Nguồn: Báo cáo thường niên của SGDII NHCTVN qua các năm



Biểu đồ 2.1: Kết quả kinh doanh của SGDII NHCTVN

(*) Do hậu quả của vụ án Minh Phụng – Epcó để lại năm 1997, nên từ năm 1997 – 2004, kết quả kinh doanh của SGDII NHCTVN bị lỗ.

Bảng 2.3: Tình hình thực hiện thu dịch vụ năm 2006

Đơn vị: Triệu đồng

STT	Dịch vụ	Phí				Tăng/giảm (%)
		TH 2005	Tỷ trọng (%)	TH 2006	Tỷ trọng (%)	
1	Tài trợ thương mại	16.778	52,79	19.899	51,18	18,6
1.1	Tài trợ thương mại	13.346		14.189		6,3
1.2	Bảo lãnh	654		1.368		109,2
1.3	Chiết khấu	2.778		4.342		56,3
2	Dịch vụ thanh toán	11.280	35,49	13.290	34,18	17,8
2.1	TTR	5.748		6.718		16,9
	Trong đó: Chuyển tiền du học	503		740		47,1
2.2	Thanh toán trong nước	4.234		3.348		-20,9
2.3	Dịch vụ ngăn tử sắt	542		739		36,3
2.4	Dịch vụ tiền gửi, khác	756		2.485		228,7
3	Dịch vụ thẻ	1.930	6,07	3.528	9,07	82,7
3.1	ATM	1.312		1.122		-14,5
3.2	Thẻ TDQT	618		2.406		289,3
4	Hoạt động cho vay	1.205	3,79	1.554	4	28,9
5	Kinh doanh ngoại tệ	591	1,86	612	1,57	3,6
	Tổng cộng	31.784	100	38.883	100	22,3
	Tỷ trọng so với tổng thu	5,80%		5,24%		

Nguồn: Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh của SGDII NHCTVN năm 2005-2006

2.10.2 Đánh giá kết quả đạt được:

2.4.2.1 Công tác huy động nguồn vốn:

Năm 2006 đánh dấu thành tích đột phá của SGDII trong tăng trưởng nguồn vốn cả nội tệ lẫn ngoại tệ với số tăng 12,6% so với năm 2005, đạt 8.317 tỷ đồng, mức cao nhất trong các chi nhánh NHCT trên địa bàn TP.HCM và giữ vững vị trí thứ 2 về huy động vốn trong hệ thống NHCTVN.

Kết quả này do sự đa dạng hóa hình thức huy động vốn, lãi suất huy động, các chính sách khách hàng... Bên cạnh đó, mạng lưới ngân hàng được mở rộng với việc đưa vào hoạt động 02 phòng giao dịch và 03 điểm giao dịch đã thu hút thêm tiền gửi doanh nghiệp và dân cư tại địa bàn hoạt động.

Đến cuối quý 02/2007, nguồn vốn huy động của SGDII NHCTVN là 9.121 tỷ đồng tăng 25,2% so với cùng kỳ năm 2006 và tăng 9,7% so với đầu năm.

2.4.2.2 Hoạt động tín dụng:

Chính sách tín dụng của SGDII thực hiện trên cơ sở có hiệu quả, hoàn trả được, xếp hạng khách hàng, không phân biệt thành phần kinh tế.

Năm 2006, hoạt động tín dụng, thẩm định tại SGDII tiếp tục tăng trưởng ổn định, góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh cùng hình ảnh, vị thế dẫn đầu của SGDII trong toàn hệ thống. Tổng dư nợ năm 2006 là 5.545 tỷ đồng, tăng 17% so với năm 2005. Đến cuối quý 1/2007, tổng dư nợ đạt 6.014 tỷ đồng, tăng 22,4% so với cùng kỳ năm 2006, tăng 8,45% so với đầu năm.

Cơ cấu dư nợ phát triển theo hướng bền vững: tỷ lệ cho vay DNNN là 23%, tỷ lệ cho vay có tài sản bảo đảm chiếm 67%, tỷ lệ cho vay trung dài hạn đạt 32%/tổng dư nợ.

Chất lượng tín dụng được đảm bảo với tỷ lệ nợ quá hạn/tổng dư nợ thấp (0,89%).

2.4.2.3 Dịch vụ thanh toán và tài trợ thương mại

➤ Dịch vụ thanh toán nội địa:

Doanh số thanh toán nội địa năm 2006 đạt 259.837 tỷ đồng, tăng 6,94% so với năm 2005. SGDII là ngân hàng vận dụng nhiều kênh thanh toán (thanh toán song phương với hệ thống NHĐT và PTVN, NHNN và PTNT, Citibank, HSBC; thanh toán bù trừ, thanh toán điện tử liên ngân hàng...) để phục vụ nhu cầu thanh toán đa dạng của khách hàng, với tất cả các phương thức thanh toán qua hệ thống ngân hàng như: thanh toán bằng ủy nhiệm thu, ủy nhiệm chi, thẻ, séc, chuyển tiền điện tử...

Hiện nay, SGDII đã thực hiện liên kết chuyển tiền cho một số NHTM trên địa bàn thành phố đến chi nhánh NHCT tỉnh cũng như đến các ngân hàng thực hiện thanh toán song phương với SGDII nhằm đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ cung cấp cho các TCTD trên địa bàn, đồng thời tăng thu phí dịch vụ cho SGDII.

➤ Dịch vụ thanh toán quốc tế:

Hiện nay, SGDII đang thực hiện các phương thức thanh toán quốc tế: chuyển tiền, nhờ thu, tín dụng chứng từ (L/C), chiết khấu bộ chứng từ hàng xuất.

Doanh số thanh toán quốc tế qua SGDII năm 2006 là 1.040 triệu USD, tăng 12,55% so với năm 2005; đến hết quý 1/2007, doanh số này là 130,6 triệu USD, tương ứng tăng 13,5% so với cùng kỳ năm trước.

SGDII đã thực hiện các chính sách ưu đãi về phí, lãi suất chiết khấu, mức ký

quỹ... đối với các đơn vị có vay vốn tại SGDII, nhằm khuyến khích khách hàng quan hệ toàn diện đối với SGDII. Bên cạnh đó, SGDII chú trọng công tác tư vấn khách hàng, chủ động tiếp thị nhằm thu hút các doanh nghiệp vừa và nhỏ thanh toán xuất nhập khẩu qua SGDII.

2.4.2.4 Dịch vụ thẻ:

Hệ thống NHCTVN hiện đang phát triển 04 loại sản phẩm thẻ thanh toán và rút tiền nội địa ATM (đặt tên thẻ là E-Partner) với 4 loại G-Card, C-Card, S-Card và Pink Card; đồng thời phát hành thẻ tín dụng quốc tế VISA, MASTER với 2 loại thẻ vàng và thẻ chuẩn.

Đến cuối năm 2006, SGDII đã phát hành mới 41.784 thẻ ATM, nâng tổng số thẻ đã phát hành lũy kế đạt 82.252 thẻ, tăng 23% so với năm 2005. Doanh số rút tiền tại 52 máy ATM đạt 838 tỷ đồng, tăng hơn 4 lần so với năm 2005. Doanh số thanh toán thẻ tín dụng quốc tế đạt 7,95 triệu USD, tăng 414% so với năm 2005.

Sản phẩm thẻ của SGDII về cơ bản có nhiều tiện ích tương đương với các ngân hàng thương mại khác trên địa bàn. Một số tiện ích nổi bật như: dịch vụ nhắn tin thông báo số dư, thanh toán trực tuyến điện thoại cố định, hóa đơn tiền điện, nước, mua thẻ cào trả trước (Mobifone, Vinaphone, Internet), nhận tiền kiều hối...

Tháng 04/2007, NHCTVN tham gia vào hệ thống chuyển mạch Banknetvn, theo đó thẻ của NHCTVN luôn cả của SGDII được thực hiện trên các máy ATM của các ngân hàng thành viên Banknetvn (Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam, Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Công thương). Như vậy, cùng với việc phát triển vượt bậc về số lượng máy ATM trên địa bàn, SGDII đã đáp ứng

được nhu cầu thanh toán, cũng như rút tiền của khách hàng. Các máy ATM của SGDII đều được đặt tại những nơi đông dân cư, siêu thị, khu công nghiệp... tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng sử dụng dịch vụ.

2.4.2.5 Kinh doanh tiền tệ:

SGDII thực hiện đầu tư liên ngân hàng dưới hình thức tiền gửi VND có kỳ hạn tại các NHTM trên địa bàn. Đây là phương thức kinh doanh có tính an toàn cao, đóng góp vào lợi nhuận cho SGDII.

Đối với nghiệp vụ kinh doanh mua, bán ngoại tệ, SGDII là chi nhánh mạnh nhất trong hệ thống NHCTVN, được đánh giá là chi nhánh kinh doanh an toàn và có hiệu quả. Hiện tại, SGDII giao dịch 10 loại ngoại tệ mặt, 15 loại ngoại tệ chuyển khoản, cung cấp cho khách hàng các sản phẩm: mua bán tiền mặt và chuyển khoản (cá nhân, tổ chức kinh tế, TCTD khác); mua bán giao ngay, kỳ hạn, hoán đổi...

Năm 2006, doanh số mua bán ngoại tệ của SGDII đạt 1,123 tỷ USD, quý 1/2007 đạt 434 triệu USD.

2.4.2.6 Dịch vụ ngân quỹ:

Bên cạnh dịch vụ thu chi tiền mặt tại quầy (tiền mặt VND và 10 loại ngoại tệ mặt mạnh như USD, EUR, GBP, JPY, CHF, CAD, AUD, SGD, HKD, THB), SGDII còn cung cấp dịch vụ thu chi lưu động cho các đơn vị có nhu cầu (thu chi hộ tiền hàng, chi trả hộ lương, ...).

Là một trong những ngân hàng thực hiện thu chi nhiều loại ngoại tệ mặt nhất, với nguồn ngoại tệ mặt dồi dào, SGDII còn thực hiện các dịch vụ giao nhận ngoại tệ mặt với các NHTM khác trên địa bàn, trở thành 1 trong 2 ngân hàng (cùng với

Ngân hàng Ngoại thương) có lượng ngoại tệ mặt lớn nhất hiện nay.

2.4.2.7 E-Banking:

Dịch vụ Internet Banking được NHCTVN triển khai cách đây vài năm, tuy nhiên đến nay sản phẩm chỉ thực hiện được khâu vấn tin tài khoản, vấn tin lịch sử giao dịch trước...

Hiện nay, SGDII đang cung cấp dịch vụ Intranet – Banking. Đây là mạng điện tử kết nối giữa ngân hàng và khách hàng, giúp khách hàng có thể chuyển những nhu cầu như Giấy đề nghị mua bán ngoại tệ, Giấy đề nghị gửi vốn, vay vốn, Lệnh chi, Ủy nhiệm thu... qua hệ thống Intranet – Banking để ngân hàng có thể giải quyết cấp thiết những nhu cầu này khi khách hàng chưa thể đến ngay tận ngân hàng giao dịch được.

Từ khi triển khai dịch vụ (tháng 10/2006) đến quý 2/2007, có 5 đơn vị sử dụng dịch vụ Intranet – Banking, với tổng doanh số thanh toán VND là 20,5 tỷ, doanh số thanh toán ngoại tệ là 1,3 triệu USD.

2.4.2.8 Bảo lãnh ngân hàng:

Thực hiện rất nhiều hình thức bảo lãnh với giá trị bằng VND và ngoại tệ, bao gồm các loại: bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh mua hàng trả chậm, bảo lãnh thanh toán...

Phí thu được từ dịch vụ này trong năm 2006 đạt 1.368 triệu đồng, tăng 109% so với năm trước.

2.4.2.9 Dịch vụ khác:

➤ Dịch vụ chuyển tiền du học:

Đây là dịch vụ được đánh giá là thế mạnh của SGDII, chiếm 25% thị phần chuyển tiền du học. Có được kết quả này là nhờ vào việc áp dụng chính sách khách hàng phù hợp cùng với thủ tục đơn giản, phí cạnh tranh, hoa hồng môi giới cao, sự hướng dẫn tận tình của đội ngũ nhân viên...

Năm 2006, SGDII thực hiện 3779 món chuyển tiền đi du học với, tổng doanh số (quy đổi USD) đạt 19,77 triệu USD tăng 5,9% so với năm 2005; 5 tháng đầu năm 2007, doanh số chuyển tiền đạt 1,59 triệu USD tăng 42,7% so với cùng kỳ.

➤ Dịch vụ cho thuê ngăn tủ sắt:

Đến nay, trên địa bàn TPHCM chỉ mới có 4 ngân hàng có dịch vụ này là SGDII, Ngân hàng ANZ, Ngân hàng Phương Nam và Ngân hàng Sài Gòn Thương tín. Tuy nhiên, với lợi thế là ngân hàng đầu tiên của cả nước đưa dịch vụ cho thuê ngăn tủ sắt đến với khách hàng, SGDII được đánh giá là ngân hàng đứng đầu trên địa bàn trong cung cấp dịch vụ ngăn tủ sắt. Hệ thống ngăn tủ đạt tiêu chuẩn quốc tế, kho chứa ngăn tủ sắt rộng và an toàn, hệ thống an ninh đảm bảo. Từ khi triển khai vào năm 1998 đến nay đã có hàng ngàn khách hàng đến thuê tủ để cất giữ sản vật quý giá. Bên cạnh đó, SGDII còn bổ sung dịch vụ hỗ trợ khách hàng như dịch vụ đón khách thuê tủ tại nhà giúp khách hàng an tâm tuyệt đối trong việc vận chuyển tài sản đến ngân hàng, càng tăng thêm tiện ích cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ.

Đến 30/06/2007, có 462 tủ còn gửi hàng, tăng 72 tủ so với cùng kỳ năm trước, phí dịch vụ 6 tháng đầu năm 2007 thu được 420 triệu đồng, tăng 35% so với cùng kỳ năm trước.

➤ Dịch vụ kiều hối:

SGDII thực hiện chuyển tiền và chi trả kiều hối từ các nước có đông Việt kiều, du học sinh, lao động Việt Nam sinh sống. Thực hiện chi trả kiều hối cho cá nhân và các công ty được phép kinh doanh kiều hối bằng cả 2 hình thức VND và ngoại tệ.

Năm 2006, doanh số chi trả kiều hối đạt 159,59 triệu USD tăng 26,5% so với năm 2005.

2.11 Các tồn tại trong việc phát triển dịch vụ ngân hàng tại SGDII NHCTVN:

Là ngân hàng đứng đầu trên một số lĩnh vực trong hệ thống cũng như trên địa bàn, tuy nhiên hoạt động dịch vụ của SGDII vẫn còn một số tồn tại chủ yếu sau:

➤ Sự ra đời của các chi nhánh ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam (được phép từ tháng 04/2007) sẽ tạo môi trường cạnh tranh gay gắt trong lĩnh vực dịch vụ, trong khi dịch vụ của SGDII NHCTVN chưa đủ mạnh về nhiều mặt: chất lượng chưa cao, sản phẩm chưa đa dạng, chưa theo kịp với xu hướng phát triển kinh doanh của khách hàng (thiếu nhiều sản phẩm, tiện ích mà khách hàng cần như: Bao thanh toán, Bank draft, Option, thấu chi tài khoản vãng lai...).

➤ Hiện nay, nguồn thu chủ yếu vẫn từ hoạt động tín dụng với mức độ rủi ro cao. Trong khi đó, tỷ trọng thu từ dịch vụ trong tổng thu nhập thấp (5,24%). Đây là tồn tại lớn nhất mà SGDII cần phải cải tiến để có thể cạnh tranh với các ngân hàng nước ngoài với các sản phẩm đa dạng.

➤ Lãi suất, phí một số sản phẩm dịch vụ (cho vay, thẻ tín dụng quốc tế...) còn cao hơn so với mặt bằng chung. Bên cạnh đó, quy trình, thủ tục còn quá chặt

chẽ so với các ngân hàng khác (cho vay trung dài hạn phải có vốn tham gia 50% trong khi đó các ngân hàng khác chỉ cần tối thiểu 15%; định giá tài sản thế chấp không quá 70% giá thị trường, mức cho vay chỉ khoảng 50% giá trị tài sản thế chấp là thấp và chặt hơn các ngân hàng khác).

➤ Công tác tiếp thị, thu hút khách hàng tuy có nhiều tiến bộ nhưng do chưa phối hợp và tổ chức thực hiện tốt nên còn chông chéo giữa các phòng khi triển khai tiếp thị, thu hút khách hàng; cán bộ đi tiếp thị, thu hút khách hàng chưa thể hiện rõ bản lĩnh và trình độ chuyên môn nên còn lúng túng khi giao tiếp, tư vấn khách hàng.

➤ Công tác ứng dụng công nghệ thông tin vào phát triển sản phẩm dịch vụ chưa thật sự hiệu quả. Hệ thống truyền tin chưa thông suốt, phát sinh tình trạng nghẽn mạch, đứng mạng, chưa ổn định. Dịch vụ Internet Banking chưa phát huy hết tác dụng vốn có của sản phẩm, hiện tại dịch vụ chỉ cho phép khách hàng vấn tin, xem số dư, lịch sử giao dịch chưa thực hiện được các tiện ích chuyển tiền, thanh toán qua mạng.

2.12 Nguyên nhân chủ yếu của những tồn tại trên:

2.12.1 Nguyên nhân khách quan:

➤ Hành lang pháp lý chưa thật sự hoàn chỉnh để các ngân hàng bình đẳng bước vào hội nhập, thiếu các quy định pháp lý phù hợp nhằm phát triển các loại hình dịch vụ, cụ thể là, các văn bản pháp lý liên quan đến việc cung cấp, sử dụng các dịch vụ ứng dụng internet như e-banking, home banking... còn thiếu, chậm đổi mới và hoàn thiện so với yêu cầu phát triển kỹ thuật công nghệ hiện đại và phổ cập các dịch vụ ngân hàng hiện đại của xã hội. Điều này chưa tạo cơ sở cho việc xử lý

các tranh chấp, tạo ra tâm lý ngần ngại khi cung cấp và sử dụng các dịch vụ này. Bên cạnh đó, Luật các tổ chức tín dụng có một số điều khoản quy định chưa phù hợp với hoạt động của các tổ chức tín dụng (Điều 33 về điều kiện, thủ tục, hồ sơ mở Sở giao dịch, chi nhánh, văn phòng đại diện, thành lập công ty con chưa rõ ràng, cụ thể, chưa có sự phân biệt giữa Sở giao dịch và chi nhánh của TCTD, chưa nêu rõ từng điều kiện để mở Sở giao dịch, chi nhánh và thành lập công ty...) hoặc chưa thống nhất với các luật khác làm cản trở sự phát triển của các tổ chức tín dụng (Điều 476 Bộ luật dân sự năm 2005 quy định lãi suất cho vay do các bên thỏa thuận nhưng không vượt quá 150% lãi suất cơ bản do NHNN công bố đối với loại cho vay tương đương, trong khi, theo hướng dẫn của NHNN, lãi suất cho vay của các TCTD đối với khách hàng là lãi suất thỏa thuận, lãi suất cơ bản do NHNN công bố chỉ là cơ sở để TCTD tham chiếu).

➤ Mặc dù là ngân hàng lớn, kinh doanh nhiều sản phẩm dịch vụ trong hệ thống, tuy nhiên SGDII cũng chỉ là chi nhánh, trực thuộc Hội sở NHCTVN, chịu sự chi phối, chỉ đạo tuyệt đối từ Hội sở. Do vậy, những quyết định mang tính cấp bách, đặc thù cho hoạt động của SGDII phải căn cứ và dựa vào các quy định của Hội sở, giảm tính chủ động, linh hoạt cũng như chưa sát với tình hình thực tế trên địa bàn hoạt động kinh doanh. Mô hình điều hành tập trung, xử lý phân tán mà NHCTVN hiện đang áp dụng xem ra thiếu cơ sở lý luận và thực tiễn.

➤ Công tác nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới của NHCTVN chưa phát triển đúng tầm, chưa có sản phẩm mới mang tính đột phá thực sự, mang dấu ấn đặc trưng của thương hiệu NHCTVN. Các sản phẩm đưa ra thường chậm hơn mấy bước so với các ngân hàng bạn, thiếu sức cạnh tranh do tiện ích sản phẩm kém, chậm có

hướng dẫn cụ thể cho chi nhánh.

➤ Chương trình INCAS giai đoạn 1 của NHCTVN bên cạnh những tiện ích như quản lý cơ sở dữ liệu tập trung, xử lý giao dịch tức thời (Online)... nhưng khi ứng dụng vào thực tế phát sinh nhiều tồn tại, vướng mắc: chương trình chưa đáp ứng được 3 yêu cầu hiện đại hóa là phục vụ khách hàng, tự động hóa 100% và hỗ trợ quản lý – điều hành của sở giao dịch, chi nhánh.

➤ Mặc dù đã tham gia hệ thống Banknetvn, tuy nhiên hiện tại, thẻ của NHCTVN cũng chỉ liên kết với 2 ngân hàng ngoài hệ thống (Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam, Ngân hàng TMCP Sài Gòn Công thương). Trong khi hiện nay, liên kết giữa Ngân hàng Ngoại thương và 17 NHTMCP với mạng lưới rộng khắp đã ngày càng tăng tính đa dạng, phổ biến cho chủ thẻ sử dụng của các ngân hàng này.

2.12.2 Nguyên nhân từ phía SGDII NHCTVN:

➤ Chất lượng quản lý điều hành chưa cao, đồng đều và toàn diện. Một số lãnh đạo các phòng chức năng chưa phát huy vai trò tham mưu, chưa chủ động triển khai công tác nên một số công việc được thực hiện chậm hoặc với chất lượng thấp, chưa nghiên cứu sâu để đưa ra được các giải pháp khả thi về phát triển sản phẩm, chưa đủ khả năng tiếp cận và làm chủ được công nghệ mới, phương pháp quản trị kinh doanh và quản trị rủi ro theo cơ chế thị trường.

➤ Ý thức phát triển sản phẩm dịch vụ của cán bộ nhân viên SGDII còn cục bộ, bó hẹp ở cấp độ phòng. Hầu như công tác tiếp thị phòng chỉ dừng lại ở sản phẩm dịch vụ do phòng mình, ban mình phụ trách, thiếu sự phối hợp tốt với các phòng ban khác.

➤ Mặc dù số lượng nhân viên của SGDII khá đông nhưng trình độ và tinh thần làm việc cán bộ chưa đồng đều giữa các phòng ban, vẫn có những cán bộ nhân viên thể hiện tinh thần trách nhiệm chưa cao, đùn đẩy công việc hay trách nhiệm cho phòng khác, người khác, thiếu hợp tác. Cán bộ giao dịch trực tiếp phần lớn còn mới, trẻ nên chưa có nhiều kinh nghiệm trong nghiệp vụ và giao tiếp, phục vụ khách hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG II

Những kết quả đạt được trong hoạt động ngân hàng kể cả SGDII NHCTVN trên địa bàn thành phố trong năm 2006 cho thấy ngành ngân hàng đã có những bước tiến quan trọng, tạo đà phát triển, chuẩn bị tư thế cạnh tranh khi hội nhập. Tuy nhiên, hoạt động dịch vụ ngân hàng vẫn còn những tồn tại với cả nguyên nhân chủ quan lẫn khách quan đòi hỏi ngành ngân hàng và bản thân SGDII phải nỗ lực khắc phục để tồn tại với các ngân hàng nước ngoài khi thị trường phải dần gỡ bỏ hàng rào bảo hộ.

CHƯƠNG III

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG – GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH TẠI SGDII NHCTVN

3.1 Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng:

3.1.1 Mục tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng của NHNNVN giai đoạn 2006 - 2010:

Thực hiện Chỉ thị số 49/2004/CT-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 24 tháng 12 năm 2004 về phát triển dịch vụ đến năm 2010, NHNNVN đã xây dựng Chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng 5 năm 2006-2010 với mục tiêu và một số chỉ tiêu then chốt phát triển dịch vụ ngân hàng như sau:

- Phát triển hệ thống dịch vụ ngân hàng đa dạng, đa tiện ích được định hướng theo nhu cầu của nền kinh tế trên cơ sở tiếp tục nâng cao chất lượng và hiệu quả các dịch vụ ngân hàng truyền thống, đồng thời tiếp cận nhanh hoạt động ngân hàng hiện đại có hàm lượng công nghệ cao.
- Bảo đảm an toàn hoạt động ngân hàng. Không hạn chế quyền tiếp cận của các tổ chức, cá nhân đến thị trường dịch vụ ngân hàng, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho mọi tổ chức, cá nhân có nhu cầu và đáp ứng đủ các yêu cầu về năng lực, thủ tục, điều kiện giao dịch được cung ứng các dịch vụ ngân hàng.
- Tăng cường sự liên kết, hợp tác giữa các TCTD với nhau, giữa các TCTD với các tổ chức phi ngân hàng trong việc nghiên cứu và phát triển sản

phẩm, chuyển giao công nghệ, cung ứng dịch vụ ngân hàng mới theo nhu cầu thị trường.

- Từng bước nâng cao uy tín và thương hiệu của hệ thống ngân hàng Việt Nam trên thị trường tài chính quốc tế. Đến năm 2010, hệ thống ngân hàng Việt Nam phấn đấu phát triển được hệ thống dịch vụ ngân hàng ngang tầm với các nước trong khu vực ASEAN về chủng loại, chất lượng.
- Một số chỉ tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng giai đoạn 2006-2010:
 - Tăng trưởng huy động vốn bình quân: 18-20%/năm.
 - Tăng trưởng tín dụng bình quân: 18-20%/năm.
 - Tỷ trọng nguồn vốn trung, dài hạn trong tổng nguồn vốn huy động: 33-35%.
 - Tăng trưởng doanh số thanh toán qua ngân hàng bình quân: 25-30%/năm.
 - Tỷ trọng dư nợ tín dụng trung, dài hạn trên tổng dư nợ tín dụng: 40-42%.
 - Tỷ trọng nợ xấu so tổng dư nợ tín dụng đến năm 2010 (chuẩn quốc tế): 5-7%.
 - Tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu đến năm 2010: 8%.

3.1.2 Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng của SGDII NHCTVN:

- Với mục tiêu phát triển “hiệu quả – an toàn – bền vững”, SGDII phấn đấu đáp ứng ngày càng tốt nhu cầu về dịch vụ ngân hàng cho thời kỳ đẩy mạnh Công nghiệp hóa, Hiện đại hóa và hội nhập của các doanh nghiệp, khách hàng của mình.
- SGDII mong muốn trở thành ngân hàng đa năng xem chất lượng tăng trưởng là mục tiêu xuyên suốt trong tất cả hoạt động kinh doanh, trong đó, đứng đầu hệ thống NHCT về chất lượng quản trị điều hành, chất lượng tăng trưởng tín dụng và dịch vụ.

- Giữ vị trí quan trọng (6 ngân hàng đứng đầu) so với các ngân hàng trên địa bàn TPHCM và trong cả nước.
- Là chi nhánh đứng đầu trong hệ thống NHCTVN về lợi nhuận kinh doanh; đa dạng hóa nguồn thu; tăng tỷ trọng thu dịch vụ ngoài tín dụng trên tổng thu hoạt động ngân hàng.

3.2 Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng tại SGDII NHCTVN:

3.2.1 Giải pháp vĩ mô:

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng của các NHTMVN nói chung, SGDII và NHCTVN nói riêng, đồng thời chủ động hội nhập quốc tế có hiệu quả cần phải thực hiện đồng bộ các giải pháp sau:

3.2.1.1 *Giải pháp về đào tạo:*

Sự phát triển thị trường tài chính ngân hàng đòi hỏi nguồn nhân lực rất lớn, nhất là nguồn nhân lực có kinh nghiệm làm việc và đáp ứng được nhu cầu mới. Do vậy, để đảm bảo cung cấp nhân lực cho thị trường tài chính, khâu đào tạo hiện nay tại các trường đại học cần tích cực chủ động đổi mới chương trình giảng dạy. Mô hình ngân hàng thực hành cần được áp dụng phổ biến ở các trường đại học, tạo điều kiện cho sinh viên thực tập, có cơ hội cọ xát với thực tế để trang bị các kỹ năng làm việc bên cạnh những kiến thức vĩ mô và tổng hợp từ lý thuyết.

Bên cạnh đó, các ngân hàng phải có kế hoạch đào tạo, không ngừng nâng cao trình độ và chất lượng nhân sự để có cán bộ chuyên môn nghiệp vụ, đủ năng lực tiếp nhận và vận hành công nghệ tiên tiến, đáp ứng được yêu cầu hiện đại hóa ngân hàng. Để thực hiện hiệu quả giải pháp này, các ngân hàng phải thường xuyên tổ chức đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ quản lý cùng nhân viên nghiệp vụ theo hướng vừa chuyên sâu vừa tổng hợp, đa năng vì họ là người trực tiếp thực hiện

các nghiệp vụ kinh doanh ngân hàng, trực tiếp xử lý các mối quan hệ với khách hàng và quyết định hiệu quả cạnh tranh của ngân hàng. Chương trình đào tạo phải đảm bảo trang bị kiến thức kinh tế thị trường tổng hợp, đặc biệt là kiến thức về marketing cho cấp thừa hành. Đối với cấp quản lý, phải xây dựng thành chuyên gia có tầm quản trị chiến lược, điều hành kinh doanh, đủ khả năng mở đường và hướng dẫn cấp thừa hành làm việc.

3.2.1.2 Tiếp tục hoàn thiện văn bản pháp lý cho sự phát triển của thị trường dịch vụ ngân hàng:

Hệ thống pháp luật, đặc biệt là pháp luật liên quan đến tài chính – ngân hàng có vai trò rất quan trọng đối với sự phát triển của dịch vụ ngân hàng. Vì vậy, cần chú trọng các biện pháp hoàn thiện khung pháp lý, xây dựng và ban hành hệ thống pháp luật bao quát được các lĩnh vực của dịch vụ ngân hàng, nhất là đối với các dịch vụ mới triển khai, Nhà nước phải đảm bảo tính thống nhất, đồng bộ giữa các luật đã ban hành cũng như giữa các văn bản hướng dẫn thực hiện, kịp thời sửa đổi và bổ sung những điểm bất cập trong hệ thống pháp luật hiện hành, đảm bảo tính thống nhất xuyên suốt và khả thi của toàn bộ hệ thống pháp luật.

Hệ thống ngân hàng trên thế giới hoạt động trong môi trường pháp lý hoàn chỉnh khá kín kẽ. Khi hội nhập quốc tế với hệ thống pháp luật bất cập thì hoặc là chúng ta không tìm được tiếng nói chung với họ, hoặc là chúng ta luôn bị xử ép do thiếu khung pháp luật bảo vệ hữu hiệu.

3.2.1.3 Nâng cao năng lực hoạt động và tài chính của các NHTM:

Đây là giải pháp giúp các NHTM nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, tạo điều kiện cho việc phát triển các loại hình dịch vụ ngân hàng hiện đại. Tăng cường năng lực hoạt động tài chính có thể được thực hiện theo hướng:

– Tăng vốn tự có bằng các hình thức huy động từ thị trường qua phát hành cổ phiếu, trái phiếu, Nhà nước bổ sung vốn, lợi nhuận để lại, nâng cao chất lượng tài sản có... Việc tăng vốn tự có tạo điều kiện cho các NHTM mở rộng hoạt động kinh doanh, mở rộng thị phần, nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển sản phẩm, dịch vụ mới.

– Đẩy mạnh cổ phần hóa các NHTM Việt Nam nhằm giúp cho các ngân hàng này sử dụng hiệu quả hơn các nguồn vốn và tăng thêm tiềm lực tài chính cho ngân hàng trong hoạt động kinh doanh.

– Xử lý nợ xấu theo thông lệ và chuẩn mực quốc tế, giảm nợ xấu phải gắn liền với việc xây dựng cơ chế kiểm soát, giám sát hữu hiệu chất lượng tín dụng của các NHTM, tiếp theo đó là tích cực thu hồi các khoản nợ xấu này.

3.2.1.4 Chủ động, tích cực tạo môi liên kết, phối hợp giữa các TCTD để phát triển các hoạt động dịch vụ:

Trong nền kinh tế mở, các hoạt động dịch vụ có liên quan ảnh hưởng và hỗ trợ mạnh mẽ cho nhau. Sự liên kết hợp tác giữa các TCTD khi triển khai các dịch vụ ngân hàng hiện đại không chỉ giúp từng TCTD tiết kiệm được nguồn vốn đầu tư ban đầu, mà còn làm tăng khả năng chiếm lĩnh thị trường dịch vụ của cả hệ thống ngân hàng thương mại nói chung. Có như vậy, các tổ chức trung gian tài chính Việt Nam mới có thể nâng cao sức cạnh tranh với các tổ chức tài chính nước ngoài, khi họ đã tiếp cận được thị trường dịch vụ tài chính nội địa. Việc triển khai mạng ATM liên ngân hàng được thực hiện thời gian qua là minh chứng cho sức mạnh của sự liên kết hợp tác. Đây là mô hình cần được nhân rộng cho nhiều loại hình dịch vụ ngân hàng khác.

3.2.2 Giải pháp vi mô:

3.2.2.1 Về phía NHCTVN:

3.2.2.1.1 Giải pháp phát triển về công nghệ:

Việc phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại dựa trên thành tựu kỹ thuật công nghệ hiện đại, do đó việc đầu tư phát triển công nghệ, hạ tầng kỹ thuật là cần thiết. Vì vậy, NHCTVN cần xây dựng chiến lược phát triển công nghệ ngân hàng phục vụ công tác điều hành kinh doanh, quản lý nguồn vốn, quản lý rủi ro, hệ thống thanh toán liên ngân hàng, hệ thống giao dịch điện tử... Việc ngân hàng đầu tư ứng dụng công nghệ phải đảm bảo được các yêu cầu về mặt kỹ thuật là: xây dựng cơ sở dữ liệu tập trung toàn hệ thống; xây dựng hệ thống viễn thông nối các chi nhánh với nhau; kết nối dễ dàng với các thiết bị giao dịch tự động, các phương tiện thông tin công cộng (internet, điện thoại...); đảm bảo tính bảo mật, an toàn cao; đảm bảo khả năng mở rộng hệ thống về sau.

Ngoài ra, việc ứng dụng công nghệ hiện đại phải đảm bảo các yêu cầu sau:

- Mang lại tiện ích tối đa cho khách hàng và cho nền kinh tế; đây là yêu cầu tiên quyết của dịch vụ ngân hàng.
- Khi hiện đại hóa công nghệ, ngân hàng phải nâng cao được năng lực cạnh tranh và đảm bảo khả năng hội nhập.
- Phát triển và ứng dụng công nghệ trên cơ sở điều kiện, khả năng và đặc điểm hoạt động kinh doanh thực tại của hệ thống NHCTVN.
- Phát triển công nghệ phải đảm bảo khả năng kết nối giữa các ngân hàng với các tổ chức kinh tế để phát triển dịch vụ; đây là vấn đề cơ bản để NHCTVN phối hợp với các tổ chức cung ứng dịch vụ phát triển các dịch vụ thanh toán qua ngân hàng.

3.2.2.1.2 Giải pháp về lãi suất, phí:

NHCTVN cần điều chỉnh mức lãi suất và phí phù hợp với thị trường dịch vụ ngân hàng Việt Nam. Về mức phí, khi phần đông doanh nghiệp và công chúng Việt Nam chưa am hiểu sâu sắc về các dịch vụ ngân hàng, việc thu phí các dịch vụ như: bảo lãnh, thẻ thanh toán, các dịch vụ thanh toán khác... cần được tính toán thu sao cho hợp lý để khuyến khích khách hàng sử dụng. Phí của từng loại dịch vụ nên gắn với mức độ rủi ro của dịch vụ đó. Lãi suất và phí hợp lý sẽ tạo điều kiện cho thị trường dịch vụ ngân hàng phát triển tốt.

3.2.2.1.3 *Giải pháp về quy trình thực hiện các nghiệp vụ*

NHCTVN cần nhanh chóng áp dụng hệ thống quản lý chất lượng ISO 9001-2000 trong tất cả các sản phẩm dịch vụ trong toàn bộ hệ thống NHCTVN góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, xây dựng tiêu chuẩn dịch vụ đáp ứng yêu cầu cao nhất của khách hàng và phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế, tăng cường sức cạnh tranh, đưa việc quản lý chất lượng trở thành công việc thường xuyên, đồng thời là bước chuẩn hóa để vươn ra thị trường tài chính quốc tế. Bên cạnh đó, ngân hàng rà soát lại các quy chế, các điều kiện còn bất cập, thủ tục hành chính quá rườm rà để kịp thời điều chỉnh cho phù hợp với tình hình kinh doanh trên thị trường, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng đồng thời tăng khả năng cạnh tranh cho ngân hàng. Do vậy, việc ban hành quy chế, xây dựng quy trình phải được xem xét để vừa đảm bảo an toàn trong hoạt động kinh doanh, vừa đảm bảo tính hiệu quả hoạt động cho ngân hàng.

3.2.2.2 *Về phía SGDII NHCTVN*

3.2.2.2.1 *Giải pháp phát triển nguồn nhân lực:*

Xây dựng được đội ngũ cán bộ có phẩm chất chính trị, đạo đức nghề nghiệp, ý thức tổ chức kỷ luật và tinh thần trách nhiệm cao, có đủ bản lĩnh và năng lực

chuyên môn để hoàn thành tốt công việc đảm nhiệm. Chú trọng tuyển dụng được nhiều cán bộ trẻ tài năng, chuyên gia giỏi trong từng lĩnh vực. Do vậy, SGDII cần xây dựng chế độ tiền lương xứng đáng để thu hút lao động có kỹ năng cao, xây dựng chính sách đãi ngộ, lương, thưởng gắn với kết quả, hiệu quả công việc, lấy hiệu quả làm thước đo chất lượng công việc.

Chuyên môn giỏi và phẩm chất đạo đức tốt phải coi là tiêu chuẩn hàng đầu trong tuyển chọn và sắp xếp cán bộ. Đây là điều kiện cơ bản tạo nên sự vững mạnh của ngân hàng.

Chủ động trong việc sắp xếp cán bộ vào những vị trí công việc phù hợp với trình độ chuyên môn, kinh nghiệm công tác, phát huy khả năng của cán bộ, giúp cán bộ hoàn thành nhiệm vụ. Đặc biệt, bố trí lao động vào những vị trí đặc thù, làm việc liên tục như bộ phận điện toán, bộ phận thẻ, bộ phận tiếp quỹ ATM khi máy hết tiền... có chế độ làm theo ca, luân phiên ngày nghỉ,... đảm bảo đủ nhân sự cho nhu cầu công tác.

Nhiều nơi khi muốn trẻ hóa nhân sự chỉ trông vào kỹ năng thành thạo và sức bật của tuổi trẻ để so sánh với sức ỳ và gánh nặng phụ cấp thâm niên của người lớn tuổi mà quên đi đạo đức nghề nghiệp chưa được trui rèn của người trẻ trong điều kiện người thừa hành giỏi hơn người điều hành, hiện tượng khá phổ biến tại các NHTMNN hiện nay. Quan niệm thiển cận này phải trả giá qua những thiệt hại bạc tỷ từ các vụ tham ô đã và đang diễn ra.

3.2.2.2.2 Giải pháp chính sách khách hàng:

Thành lập các bộ phận, phân công cán bộ trực tiếp tư vấn khách hàng tại một số phòng nghiệp vụ nhằm tăng chất lượng, hiệu quả phục vụ, chăm sóc tư vấn khách hàng.

Phối hợp với phòng quan hệ khách hàng xây dựng chính sách khách hàng đối với từng nhóm khách hàng, trong đó áp dụng chính sách ưu đãi về lãi suất cho vay, về thu phí đối với khách hàng VIP, khách hàng có quan hệ toàn diện, khách hàng chiến lược và khách hàng truyền thống, vừa đảm bảo khả năng cạnh tranh thu hút khách hàng, vừa đảm bảo hiệu quả kinh doanh. Từng bước tính toán hiệu quả của sản phẩm theo nguyên tắc trọn gói, gắn kết các sản phẩm dịch vụ với nhau để có chính sách khách hàng linh động từng mặt nghiệp vụ.

Phân tích, chọn lọc ngành hàng có ưu thế cạnh tranh, có doanh số thanh toán xuất nhập khẩu cao qua SGDII, có khả năng phát triển, đặc biệt các ngành hàng có lợi thế trong quá trình hội nhập WTO, để xây dựng chương trình phát triển và mở rộng quan hệ thanh toán quốc tế, quan hệ tín dụng lâu dài. Bên cạnh đó, SGDII xây dựng chính sách ưu đãi về phí dịch vụ cho các khách hàng thuộc các ngành này.

3.2.2.2.3 Giải pháp nghiên cứu thị trường và sản phẩm mới:

Cần đầu tư thỏa đáng cho công tác nghiên cứu thị trường, đề xuất các giải pháp mở rộng và phát triển dịch vụ ngân hàng. SGDII phải nỗ lực hơn trong việc tìm hiểu, thu thập nhiều thông tin về phân đoạn thị trường mà ngân hàng sẽ mở rộng. Phải có sự khảo sát đánh giá theo hệ thống và chu kỳ về nhu cầu của khách hàng đối với các sản phẩm dịch vụ tín dụng và dịch vụ phi tín dụng. Khi đưa một sản phẩm ra thị trường, ngân hàng phải tìm hiểu phản ứng của khách hàng đối với những dịch vụ mà mình đã cung cấp để đưa ra chính sách điều chỉnh thích hợp và phát triển đối với hoạt động dịch vụ.

Để phát triển dịch vụ ngân hàng, SGDII thực hiện các giải pháp đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ cung cấp trên thị trường theo hướng củng cố, nâng cao chất lượng các nhóm sản phẩm truyền thống, bên cạnh đó phát triển các sản phẩm mới:

– Đối với các dịch vụ truyền thống: đây là yếu tố nền tảng không chỉ để giữ chân khách hàng cũ, thu hút khách hàng mới mà còn tạo ra thu nhập lớn nhất cho ngân hàng. Ngân hàng cần duy trì và nâng cao chất lượng theo hướng hoàn thiện quá trình cung cấp dịch vụ, đảm bảo tính công khai, minh bạch, đơn giản thủ tục làm cho dịch vụ dễ tiếp cận và hấp dẫn khách hàng.

– Đối với các dịch vụ mới: phát triển sản phẩm mới là nội dung quan trọng, bởi nó không chỉ thỏa mãn nhu cầu đa dạng không ngừng tăng lên của khách hàng, mà còn tạo điều kiện thuận lợi để ngân hàng thâm nhập, mở rộng thị trường, tăng doanh số hoạt động, tăng lợi nhuận, nâng cao uy tín, hình ảnh của thương hiệu và tăng sức cạnh tranh. Một số sản phẩm dịch vụ mới SGDII cần nghiên cứu để đưa vào sử dụng trong thời gian gần đây:

a. Dịch vụ bao thanh toán:

Dịch vụ bao thanh toán đã được sử dụng từ lâu tại nhiều nước phát triển trên thế giới. Hiện nay trên thế giới có hiệp hội bao thanh toán quốc tế (FCI) gồm 204 thành viên ở các nước trên thế giới, trong đó Việt Nam có 4 ngân hàng đã gia nhập FCI là Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam (VCB), NHTMCP Á Châu (ACB), NHTMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank) và NHTMCP Kỹ thương (Techcombank). Bao thanh toán là phương thức thanh toán thuận lợi hơn so với phương thức thanh toán truyền thống (mở L/C, nhờ thu).

Hiện nay, ở nước ta có 11 ngân hàng (có cả ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam) cung cấp dịch vụ bao thanh toán, một con số còn quá khiêm tốn so với số lượng ngân hàng hiện có và so với một nước đang phát triển và hội nhập. Do vậy, để có thể cạnh tranh với các NHTM trên địa bàn đồng thời cung cấp một loại hình dịch vụ phổ biến và nhiều tiện ích cho khách hàng, nhất thiết SGDII cần nhanh

chóng nghiên cứu, hoàn chỉnh quy trình để triển khai dịch vụ này trong thời gian sớm nhất.

Phát triển dịch vụ bao thanh toán đồng nghĩa với góp phần hỗ trợ phát triển các dịch vụ tài trợ thương mại trọn gói của SGDII: từ cho vay tài trợ xuất nhập khẩu, đến mở, thanh toán L/C (hay nhờ thu, TTR...), chiết khấu bộ chứng từ, cho đến hình thức bao thanh toán quốc tế.

b. Dịch vụ ngân hàng điện tử:

Hiện tại dịch vụ ngân hàng điện tử tại SGDII chỉ dừng lại ở việc cung cấp số dư và sao kê các giao dịch phát sinh trên tài khoản. Đối với việc thực hiện các giao dịch qua mạng, dù đã có sản phẩm Intranet – Banking, tuy nhiên lượng khách hàng sử dụng dịch vụ này còn quá nhỏ, do tiện ích chưa nhiều, khách hàng vẫn phải cung cấp chứng từ gốc cho ngân hàng trong khoảng thời gian nhất định. Trên hợp đồng cung cấp dịch vụ, các giao dịch thanh toán qua mạng chưa được SGDII xem là giao dịch chính thức, có đầy đủ giá trị pháp lý.

Để phát triển vững chắc, trong điều kiện cụ thể của mình, ngân hàng cần lựa chọn phương án tối ưu để triển khai thực hiện. Trước mắt, ngân hàng phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng điện tử ở mức độ nhất định, phù hợp với tình hình thực tế, mức độ phát triển kinh tế và nhu cầu khách hàng như: xây dựng và phát triển trang web của ngân hàng có nội dung phong phú với lượng thông tin cung cấp có chất lượng và thường xuyên được cập nhật; phát triển hoạt động ngân hàng qua mạng điện thoại di động (Mobile Banking); phát triển dịch vụ Home Banking với các tiện ích hỗ trợ cho giao dịch thanh toán thương mại điện tử hoặc chuyển khoản tại website ngân hàng. Các sản phẩm dịch vụ này sẽ phục vụ cho chính khách hàng truyền thống của ngân hàng thông qua đó, thu hút thêm khách hàng mới.

c. Dịch vụ quản lý thu – chi tiền mặt

Ngân hàng thực hiện dịch vụ quản lý thu – chi tiền mặt cho khách hàng (bao gồm quản lý tiền mặt và tiền gửi thanh toán của khách hàng tại ngân hàng) bằng các tài khoản chuyên thu – chuyên chi. Các chi nhánh của ngân hàng thực hiện việc thu tiền và định mức số dư cuối ngày của tài khoản phụ chuyên thu, cuối ngày cập nhật số dư tiền gửi cho khách hàng. Đối với quản lý chi tiền, ngân hàng thực hiện các dịch vụ tài chính cho khách hàng như chi trả lương qua tài khoản, thanh toán hộ hóa đơn... Bên cạnh đó, ngân hàng cần thực hiện thêm việc tư vấn về quản trị tiền mặt cho khách hàng trên các phương diện:

– Hỗ trợ khách hàng quản lý tiền mặt theo cơ cấu tiền mặt và chứng khoán thanh khoản cao. Ngân hàng kết hợp làm thêm dịch vụ tư vấn mua bán chứng khoán cho khách hàng. Tất nhiên cần phối hợp điều hành từ trụ sở chính đến công ty chứng khoán và kết nối tới chi nhánh giữ tài khoản của khách hàng.

– Cán bộ ngân hàng phải hiểu sâu về quản trị tiền mặt của khách hàng trên các yếu tố: tăng tốc độ thu hồi; giảm tốc độ chi tiêu; dự báo chính xác nhu cầu tiền mặt; xác định nhu cầu tiền mặt; đầu tư thích hợp những khoản tiền nhàn rỗi, nghĩa là tư vấn cho khách hàng tận dụng chênh lệch thời gian thu – chi để đầu tư vào những tài sản sinh lời có tính thanh khoản cao.

– Từ việc tư vấn quản trị tiền mặt cho khách hàng, ngân hàng thực hiện cả dịch vụ tư vấn đầu tư và khi cần thì cho vay bù đắp thiếu hụt ngân quỹ.

d. Triển khai sản phẩm quyền chọn ngoại tệ (option)

Nghiệp vụ quyền chọn là một công cụ phòng ngừa rủi ro tỷ giá hữu hiệu và được sử dụng rất phổ biến với các ngân hàng quốc tế. Ở Việt Nam, option là một công cụ bảo hiểm rủi ro tỷ giá mới được vận hành, rất mới mẻ đối với cả các ngân

hàng và doanh nghiệp Việt Nam.

Là người mua quyền chọn, các doanh nghiệp có quyền mua hoặc bán hoặc không mua hay không bán ngoại tệ với tỷ giá đã thỏa thuận. Như vậy, với nghiệp vụ này doanh nghiệp có thể hưởng lợi ích vô hạn từ một chi phí hữu hạn.

Hiện SGDII chỉ cung cấp sản phẩm phái sinh là mua bán ngoại tệ có kỳ hạn (forward), hoán đổi ngoại tệ (swap) cho khách hàng. Việc nhanh chóng triển khai nghiệp vụ quyền chọn ngoại tệ góp phần vừa đáp ứng tốt hơn nhu cầu sử dụng ngoại tệ của khách hàng vừa nâng cao khả năng phòng ngừa rủi ro tỷ giá và lãi suất liên quan đến các tài sản và thu nhập bằng ngoại tệ của khách hàng và các ngân hàng, đồng thời thúc đẩy thị trường ngoại tệ phát triển.

e. Dịch vụ ủy thác

Đây là dịch vụ mà ngân hàng thực hiện việc quản lý tài sản và quản lý hoạt động tài chính cho cá nhân và doanh nghiệp theo sự ủy thác của khách hàng, thu phí trên cơ sở giá trị tài sản và quy mô vốn mà ngân hàng quản lý.

Dịch vụ ủy thác ra đời vừa đáp ứng nhu cầu đầu tư của khách hàng, giúp khách hàng quản lý tiền có hiệu quả, đồng thời ngân hàng có điều kiện tăng thu nhập. Khi dịch vụ ủy thác ra đời, tiền của khách hàng vẫn giữ trên tài khoản của họ, ngân hàng sẽ thay mặt khách hàng quản lý đầu tư vào lĩnh vực sinh lời, đầu tư chứng khoán, kích thích thị trường tài chính phát triển. Khi đó, ngân hàng thực sự trở thành trung tâm phân bổ nguồn vốn đầu tư của nền kinh tế. Phát triển dịch vụ này, ngân hàng phải học hỏi ở các NHTM nước ngoài, phải có những chuyên gia lành nghề, hình thành phòng ủy thác cá nhân tại NHTM.

3.2.2.2.4 *Giải pháp quảng bá thương hiệu, tiếp thị và xúc tiến thương mại*

Phát huy hiệu quả tổng hợp của hoạt động giao tiếp và quảng bá thương hiệu,

theo đó, ngân hàng cần tập trung giải quyết một số vấn đề:

- Nâng cao nhận thức của cấp quản lý ngân hàng về vai trò của công tác thông tin tuyên truyền quảng cáo, xây dựng chính sách quảng cáo phù hợp với hoạt động kinh doanh, có tác dụng lôi cuốn hướng dẫn khách hàng cũng như khuếch trương hình ảnh của ngân hàng. Hình thức quảng bá phải đa dạng như phát hành bản tin, trang website, tham gia quảng cáo và đặc biệt cần hướng tới các hình thức tuyên truyền hiệu quả nhất như tham gia chương trình truyền hình, truyền thanh chuyên ngành. Những ý tưởng tuyên truyền phải đảm bảo tính trung thực để tạo uy tín cho ngân hàng.

- Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các hình thức xúc tiến thông qua đội ngũ nhân viên giao dịch trực tiếp nhằm tăng cường mối quan hệ giữa nhân viên ngân hàng với khách hàng.

- Quan tâm đúng mức và dành ngân sách thích đáng tài trợ các hoạt động xã hội. Để lựa chọn lĩnh vực tài trợ có hiệu quả, ngân hàng nên dựa vào các căn cứ sau: hoạt động tài trợ có liên quan đến sản phẩm dịch vụ ngân hàng cung cấp; hoạt động tài trợ gợi mở những suy nghĩ về hình ảnh sản phẩm dịch vụ nào đó, có sự liên tưởng về hình ảnh của ngân hàng.

Tiếp thị và xúc tiến thương mại là hoạt động tiếp xúc thẳng với các nhóm khách hàng ở các thị trường đã hoặc sẽ định hình nhằm xây dựng chiến lược thích ứng về loại dịch vụ, thị hiếu, phương thức giao dịch... Việc tiếp thị cần được ngân hàng thực hiện có trọng tâm, phân loại nhóm đối tượng khách hàng là khách hàng mới có tiềm năng nguồn vốn, khách hàng lớn đang quan hệ, khách hàng có và không có quan hệ tín dụng, khách hàng là các tổ chức tài chính như công ty tài chính, công ty chứng khoán, các quỹ phát triển... để xây dựng chương trình, kế

hoạch và biện pháp tiếp thị chăm sóc khách hàng phù hợp. Tập trung tiếp thị nhóm khách hàng là các công ty cấp nước, điện lực, bưu chính - viễn thông.

3.2.2.2.5 *Kết hợp dịch vụ hỗ trợ để tạo ra các sản phẩm mang tính tổng hợp:*

Ngân hàng có điều kiện tham gia có hiệu quả vào việc cung cấp các dịch vụ tài chính phi ngân hàng để tối ưu hóa năng lực kinh doanh và tăng thu nhập của ngân hàng, hình thành nên hệ thống dịch vụ ngân hàng trọn gói, đáp ứng nhu cầu đa dạng của xã hội để khuyến khích các tổ chức, cá nhân tiết kiệm và đầu tư có hiệu quả, đồng thời ngân hàng có điều kiện tham gia tích cực hơn vào thị trường vốn và thị trường bảo hiểm để đa dạng hóa hoạt động kinh doanh, nâng cao khả năng hoán đổi và phòng ngừa rủi ro của ngân hàng.

Dịch vụ bảo hiểm kết hợp với các dịch vụ ngân hàng (Bancassurance) đang trở thành một xu hướng phát triển mới trên thị trường tài chính toàn cầu và hiệu quả đã được chứng minh ở nhiều nước có nền kinh tế phát triển. Xu hướng này cũng phù hợp với điều kiện của Việt Nam khi thị trường bảo hiểm Việt Nam vẫn đang trong thời kỳ sơ khai, hứa hẹn tiềm năng và chuyển biến trong thời gian sắp tới.

Đối với ngân hàng, việc bán sản phẩm bảo hiểm được thực hiện thông qua các công ty trực thuộc, công ty liên doanh hoặc liên kết với các công ty bảo hiểm. Dịch vụ này giúp ngân hàng tạo lập và duy trì quan hệ với những khách hàng có thể tạo triển vọng sinh lời, mang lại thành công ổn định, lâu dài cho ngân hàng, đồng thời có thể thu hút thêm nhiều khách hàng của các công ty bảo hiểm sử dụng sản phẩm và dịch vụ ngân hàng. Đối với công ty bảo hiểm, việc liên kết với các ngân hàng để bán các sản phẩm bảo hiểm là một kênh phân phối mới bên cạnh kênh phân phối truyền thống, giúp khai thác tối đa thị trường và nâng cao hiệu quả của việc thu phí bảo hiểm đối với khách hàng.

3.3 Kiến nghị:

3.3.1 Về phía NHNNVN:

➤ Bổ sung, sửa đổi Luật NHNN và Luật các TCTD cho phù hợp với Luật Dân sự, Luật Thương Mại, Luật công cụ chuyển nhượng, hoàn thiện các văn bản hướng dẫn nhằm thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh và ứng dụng các thông lệ, chuẩn mực quốc tế trong lĩnh vực tiền tệ ngân hàng; quy định rõ phạm vi hoạt động cũng như loại hình dịch vụ ngân hàng mà các TCTD được phép thực hiện và cung ứng cho nền kinh tế.

➤ Hoàn thiện cơ chế quản lý ngoại hối theo hướng tự do hóa các giao dịch vãng lai và kiểm soát có mức độ các giao dịch về vốn. Từng bước loại bỏ những bất hợp lý trong mua, bán và sử dụng ngoại tệ, cho phép các tổ chức và cá nhân tham gia rộng rãi hơn các giao dịch hối đoái. Từng bước giảm bớt sự can thiệp của Nhà nước bằng mệnh lệnh hành chính vào tỷ giá hối đoái trong nền kinh tế, tiến tới tự do hóa tỷ giá hối đoái theo quy luật cung cầu trên thị trường.

➤ Để hạn chế cạnh tranh không lành mạnh về lãi suất, NHNN cần nâng cao vai trò trong việc kiểm soát, điều tiết lãi suất thị trường thông qua lãi suất định hướng của mình, đồng thời cần tăng cường vai trò của Hiệp hội ngân hàng trong việc đi tìm tiếng nói chung giữa các NHTM.

➤ Để có cơ sở cho các ngân hàng nghiên cứu phát triển, đánh giá sản phẩm mới, kiến nghị NHNN theo dõi thống kê dịch vụ ngân hàng để có số liệu phân tích, tổng hợp tình hình, nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và có các chính sách phát triển đồng bộ các dịch vụ khác. Bên cạnh đó, để công tác báo cáo thống kê có hiệu quả, đồng thời không ảnh hưởng đến công tác của các NHTM, NHNN chỉ nên yêu cầu các NHTM báo cáo các chỉ tiêu đi vào số liệu tổng hợp quốc gia. Đối với

những trường hợp cần nắm tình hình cụ thể của nghiệp vụ chuyên môn, NHNN nên cử người liên hệ trực tiếp các NHTM.

➤ Tăng cường hợp tác quốc tế nhằm khai thông các quan hệ ngân hàng và tận dụng các nguồn vốn, công nghệ từ các nước và các tổ chức quốc tế, trao đổi thông tin về lĩnh vực ngân hàng, đặc biệt về lĩnh vực đào tạo, phổ biến kiến thức, công nghệ và kinh nghiệm hội nhập cho những cán bộ liên quan của NHNN và các NHTM.

3.3.2 Về phía NHCTVN:

➤ Có kế hoạch đầu tư phát triển công nghệ, đảm bảo đường truyền dữ liệu thông suốt cho hoạt động. Trung tâm công nghệ thông tin NHCTVN cần nghiên cứu đưa ra những ứng dụng phần mềm tăng tiện ích và phục vụ cho phát triển sản phẩm dịch vụ, đặc biệt là sản phẩm thẻ với yêu cầu về đầu tư công nghệ lớn. Hiện nay, hệ thống thẻ ATM được quản lý theo tài khoản riêng, tách bạch với tài khoản tiền gửi trong hệ thống INCAS. Do vậy, một khách hàng mở tài khoản hoạt động và mở thẻ ATM phải quản lý 2 tài khoản. Kiến nghị NHCTVN sát nhập chung tài khoản thẻ và tài khoản thanh toán, hoặc có cách kết nối với tài khoản cá nhân để thuận tiện cho khách hàng tra cứu số dư, rút tiền, thanh toán.

➤ Mở rộng quan hệ đại lý với các ngân hàng trên thế giới trên cơ sở phát triển thêm các tiện ích cho sản phẩm dịch vụ, thiết lập kênh chuyển tiền kiều hối trực tiếp với các ngân hàng đại lý, các công ty chuyển tiền ở các nơi có nhiều người Việt Nam sinh sống, làm việc hoặc tham gia vào các hệ thống chuyển tiền nhanh toàn cầu như Western Union để đảm bảo chuyển tiền nhanh và giảm chi phí chuyển tiền.

➤ NHCTVN cần phân cấp mạnh hơn cho các chi nhánh hoạt động tại các

thành phố lớn, có chính sách riêng đối với các chi nhánh trên địa bàn nói chung và SGDII nói riêng nhằm đảm bảo cạnh tranh trên thị trường sôi động, nơi đa phần hội tụ là hội sở của các NHTM cổ phần như ACB, Eximbank, Đông Á... với chiến lược kinh doanh cũng như chính sách linh hoạt. Đối với lãi suất hay mức phí dịch vụ, NHCTVN nên quy định một biên độ để chi nhánh vận dụng linh hoạt, tăng sức cạnh tranh. Việt Nam có địa hình trải dài với những vùng kinh tế có đặc điểm rất khác nhau, không thể áp đặt mức giá của Hà Nội cho Đà Nẵng, Cần Thơ hay TP.HCM được.

➤ NHCTVN với vai trò Hội sở, phải tiên phong đầu tư nghiên cứu, triển khai sản phẩm mới cho toàn hệ thống. Để sản phẩm dịch vụ mới được nhanh chóng đưa vào ứng dụng thống nhất trong toàn hệ thống, nhất thiết NHCTVN phải nghiên cứu, nhanh chóng ban hành và hướng dẫn quy trình cho các chi nhánh thực hiện.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Những hàng rào bảo hộ hoạt động ngân hàng sẽ dần được dỡ bỏ theo cam kết của Việt Nam trong lộ trình hội nhập. Với các ưu thế về tiềm lực tài chính mạnh, cơ chế kinh doanh đa năng, công nghệ hiện đại, dịch vụ ngân hàng đa dạng,... các chi nhánh ngân hàng nước ngoài sẽ có nhiều cơ hội thuận lợi hơn để chiếm lĩnh thị trường Việt Nam. Do vậy, yêu cầu đa dạng hóa cũng như nâng cao chất lượng và tính tiện lợi của các dịch vụ ngân hàng đang là thách thức lớn đối với các NHTM Việt Nam nói chung và SGDII nói riêng.

Đánh giá đúng điểm mạnh, điểm yếu để đưa ra những giải pháp thích hợp nhằm phát triển đa dạng hóa dịch vụ ngân hàng, SGDII sẽ thành công trong kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

KẾT LUẬN

Bên cạnh những cơ hội và lợi thế có thể tận dụng phát huy, sự kiện Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới (WTO) cũng đặt ra nhiều thách thức, đặc biệt là áp lực cạnh tranh của các tập đoàn doanh nghiệp và tập đoàn tài chính xuyên quốc gia, đòi hỏi Việt Nam phải tiếp tục đẩy mạnh cải cách để đảm bảo tăng trưởng nhanh và bền vững. Ngân hàng là một trong những ngành gặp nhiều thách thức nhất từ bên ngoài vì các NHTM Việt Nam còn rất non trẻ so với các ngân hàng lớn trên thế giới – những ngân hàng đã và đang tham gia vào thị trường Việt Nam như Citi Group, HSBC, ANZ... Đứng trước thực trạng đó, nâng cao năng lực cạnh tranh là một yêu cầu tất yếu để các NHTM Việt Nam tồn tại và ngày càng phát triển. Và phát triển dịch vụ ngân hàng được xem là một trong những giải pháp hữu hiệu để các NHTM Việt Nam nói chung và SGDII NHCTVN nói riêng nâng cao năng lực cạnh tranh, đây cũng chính là nội dung chính của luận văn.

Tóm lại, luận văn đã nêu lên được:

❖ Về mặt lý luận: Luận văn đã đi vào tìm hiểu khái quát về hoạt động ngân hàng, các khái niệm về cạnh tranh kinh tế, các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của tổ chức. Đồng thời phân tích cơ hội và thách thức đối với hệ thống ngân hàng khi hội nhập quốc tế. Trên cơ sở đó, giới thiệu một số dịch vụ ngân hàng phổ biến cũng như tác dụng của việc đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ ngân hàng trong điều kiện hội nhập.

❖ Về mặt thực tiễn: Luận văn nêu bật được thực trạng của từng dịch vụ ngân hàng hiện có cũng như số liệu thực hiện qua các năm tại SGDII NHCTVN, qua đó

nêu lên những tồn tại trong việc phát triển dịch vụ ngân hàng đồng thời rút ra nguyên nhân của những tồn tại này để từ đó làm cơ sở tìm ra các giải pháp khắc phục.

❖ Về mặt giải pháp: Luận văn đã đưa ra được 4 giải pháp về mặt vĩ mô, 8 giải pháp về mặt vi mô đối với NHCTVN và SGDII NHCTVN. Từ đó, đưa ra một số kiến nghị đối với NHNN và NHCTVN để phát triển dịch vụ ngân hàng tại SGDII.

Qua nghiên cứu đề tài này, luận văn hy vọng đưa ra một số giải pháp góp phần tích cực cho sự phát triển dịch vụ ngân hàng tại SGDII NHCTVN khả thi hơn trong tương lai gần, đồng thời đóng góp vào công cuộc đổi mới của hệ thống NHCTVN nói riêng và hệ thống NHTM Việt Nam nói chung trong giai đoạn cạnh tranh để hội nhập.

Cạnh tranh ngày nay không còn dẫn đến tiêu diệt đối thủ mà phải liên kết để phát triển và thu lợi nhuận. NHTM Việt Nam tuy non yếu nhưng sẽ giữ vai trò trong một thế đứng định. Muốn kinh doanh được, các “đại gia” ngân hàng trên thế giới bắt buộc phải tiếp sức nâng tầm các ngân hàng trong nước lên cho đủ khả năng giao tiếp và làm đối tác của họ vì dù sao mình vẫn hiểu rõ đất nước của mình hơn ai hết.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. PGS-TS Thái Bá Cần, ThS.Trần Nguyên Nam (2004), *Phát triển thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập*, Học viện tài chính – Nhà xuất bản Tài chính.
2. Cục thống kê (Tháng 03/2007), *Tình hình kinh tế xã hội TPHCM*, TP.Hồ Chí Minh.
3. Cục thống kê (Tháng 12/2006), *Tình hình kinh tế xã hội TPHCM*, TP.Hồ Chí Minh.
4. TS.Hồ Diệu (2002), *Quản trị ngân hàng*, Nhà xuất bản Thống kê.
5. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam Thường trực hội đồng khoa học và công nghệ ngân hàng Vụ chiến lược phát triển ngân hàng (2005), *Một số vấn đề cơ bản về tài chính tiền tệ của Việt Nam giai đoạn 2000-2010 (Kỷ yếu hội thảo khoa học)*, Nhà xuất bản thống kê.
6. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam Thường trực hội đồng khoa học và công nghệ ngân hàng Vụ chiến lược phát triển ngân hàng (2005), *Chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng đến năm 2010 và tầm nhìn 2020 (Kỷ yếu hội thảo khoa học)*, Nhà xuất bản Phương Đông, Hà Nội.
7. Nhà xuất bản chính trị quốc gia (1998), *Luật các tổ chức tín dụng*, Hà Nội.
8. GS.TS Lê Văn Tư (2005), *Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản tài chính.
9. Nguyễn Văn Bính (2005), *Ngân hàng Công thương Việt Nam cơ cấu lại để sẵn sàng hội nhập quốc tế*, *Thông tin Ngân hàng Công thương VN* (2), tr.1.
10. Phạm Huy Hùng (2006), *Ngân hàng Công thương Việt Nam với chiến lược chủ động hội nhập và phát triển*, *Tạp chí ngân hàng* (1+2), tr.5.

11. Phạm Huy Hùng (2007), Ngân hàng Công thương Việt Nam – Tổng kết hoạt động kinh doanh và triển khai nhiệm vụ năm 2007, *Thông tin Ngân hàng Công thương Việt Nam* (2), tr.4-9.
12. Hương Nhung (2003), Đôi nét về quyền chọn tiền tệ, nghiệp vụ kinh doanh ngoại hối mới ở Việt Nam, *Chứng khoán Việt Nam* (59), tr.24.
13. Peter S.Rose (2001), *Quản trị ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Tài chính Hà Nội.
14. Chi nhánh NHNN TP.HCM (2001 – 2006), *Báo cáo thường niên*.
15. Ngân hàng Công thương Việt Nam (2004 – 2006), *Báo cáo thường niên*.
16. Ngân hàng thương mại cổ phần Kỹ thương (2004 – 2006), *Báo cáo thường niên*.
17. Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn (2004 – 2006), *Báo cáo thường niên*.
18. Ngân hàng thương mại cổ phần Xuất Nhập Khẩu (2004 – 2006), *Báo cáo thường niên*.
19. Sở Giao dịch II Ngân hàng Công thương Việt Nam (2004 – 2006), *Báo cáo thường niên*.
20. Các trang Website:
 - <http://www.eib.com.vn/>
 - <http://www.icb.com.vn/>
 - <http://www.icbsgd2.com.vn/>
 - <http://www.sbv.gov.vn/>
 - <http://www.saigonbank.com.vn/>
 - <http://www.techcombank.com.vn/>

PHỤ LỤC

SỐ LIỆU VỀ CÁC DỊCH VỤ CHÍNH CỦA MỘT SỐ NGÂN HÀNG

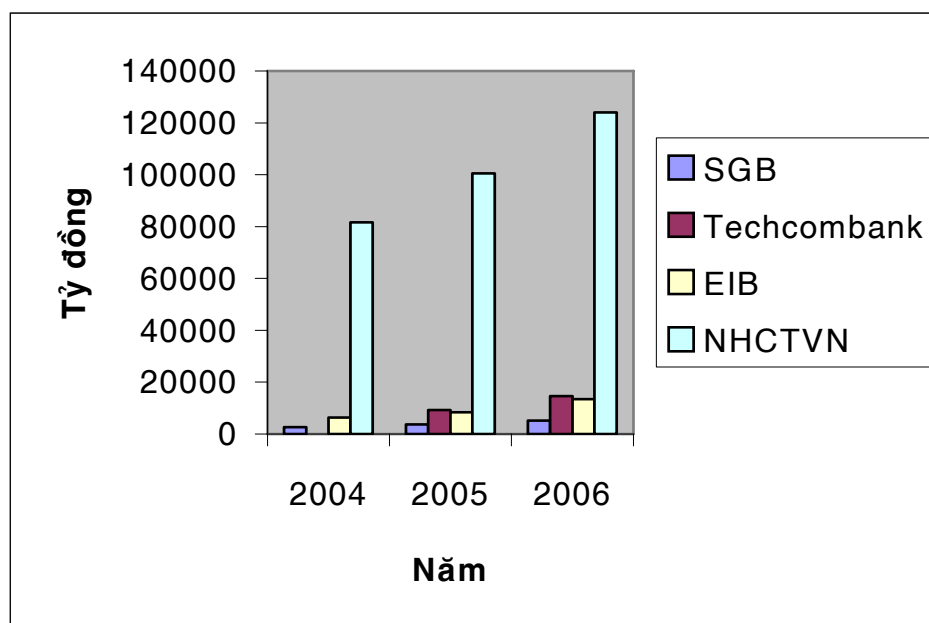
Số liệu được thu thập từ báo cáo thường niên của các ngân hàng:

- NHTMCP Sài Gòn (Saigonbank - SGB)
- NHTMCP Kỹ thương (Techcombank)
- NHTMCP Xuất Nhập Khẩu (Eximbank – EIB)
- NHCTVN

HUY ĐỘNG VỐN

Đvt: Tỷ đồng

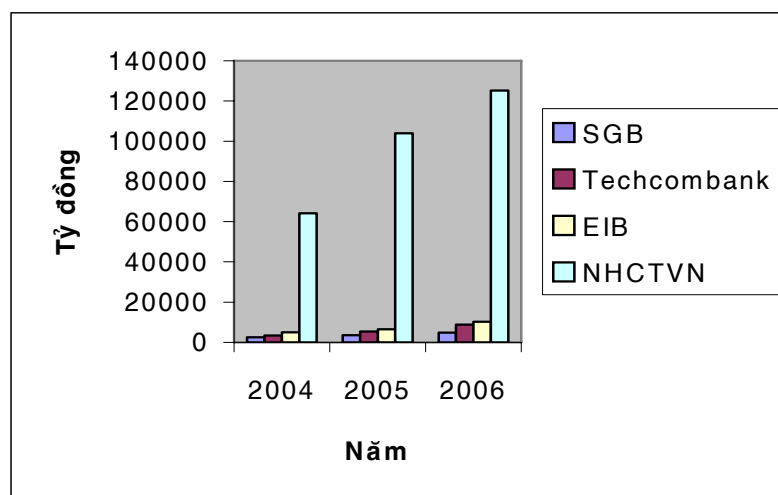
Năm	SGB	Techcombank	EIB	NHCTVN
2004	2631		6284	81597
2005	3619	9259	8352	100572
2006	5195	14636	13467	123966



HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG

Đvt: Tỷ đồng

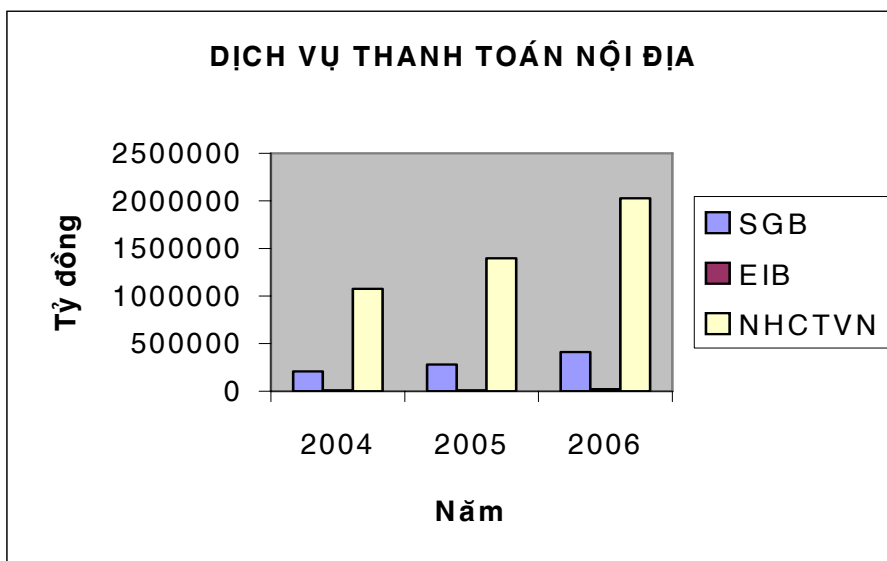
Năm	SGB	Techcombank	EIB	NHCTVN
2004	2625	3465	5017	64160
2005	3574	5379	6598	103988
2006	4864	8810	10207	125170



DỊCH VỤ THANH TOÁN NỘI ĐỊA

Đvt: Tỷ đồng

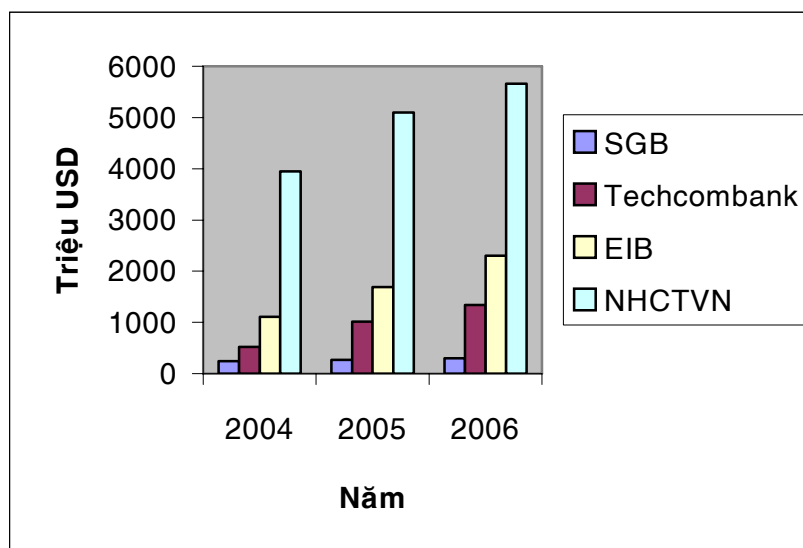
Năm	SGB	EIB	NHCTVN
2004	208010	7760	1075749
2005	281940	9799	1394924
2006	411000	20670	2026000



DỊCH VỤ TT QUỐC TẾ

Đvt: Triệu USD

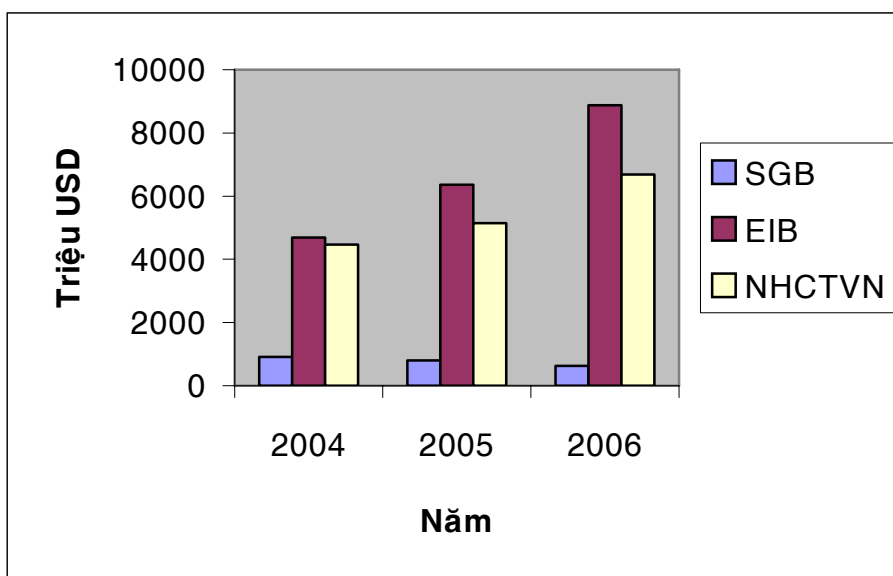
Năm	SGB	Techcombank	EIB	NHCTVN
2004	247	520	1107	3950
2005	270	1014	1692	5100
2006	302	1342	2300	5661



DỊCH VỤ KINH DOANH NGOẠI TỆ

Đvt: Triệu USD

Năm	SGB	EIB	NHCTVN
2004	906	4689	4471
2005	802	6361	5150
2006	622	8877	6686

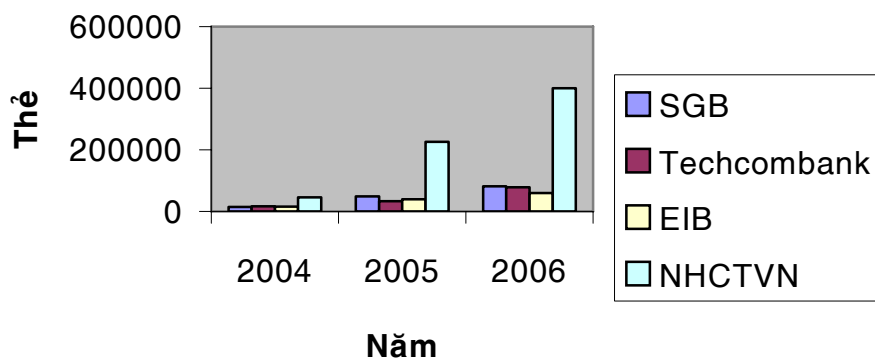


DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN ATM

Đvt: Thẻ

Năm	SGB	Techcombank	EIB	NHCTVN
2004	14520	16150	16000	46000
2005	49204	32718	39213	226000
2006	82000	78436	60000	400000

DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN ATM



HỆ THỐNG GIAO DỊCH TỰ ĐỘNG ATM

Đvt: Máy

Năm	SGB	Techcombank	EIB	NHCTVN
2004	33	10	10	142
2005	53	10	10	336
2006	53	98	10	492

