

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



LÊ THỊ HÀ TRINH

**PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TẠI
NGÂN HÀNG TMCP PHÁT TRIỂN NHÀ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

TP.HỒ CHÍ MINH – NĂM 2007

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


LÊ THỊ HÀ TRINH

**PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TẠI
NGÂN HÀNG TMCP PHÁT TRIỂN NHÀ
THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH .**

Chuyên Ngành : KINH TẾ TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG
Mã Số : 60.31.12

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC
TS. VŨ THỊ MINH HẰNG

TP HỒ CHÍ MINH - NĂM 2007

MỤC LỤC

Trang phụ bì	Trang
Lời cam đoan	
Mục lục	
Danh mục các chữ viết tắt	
Danh mục các bảng, sơ đồ, đồ thị	
MỞ ĐẦU	
<u>CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN</u>	1
1.1 <i>Tổng quan về Ngân hàng thương mại</i>	1
1.1.1 Khái niệm về Ngân hàng thương mại	1
1.1.2 Chức năng của ngân hàng thương mại	3
1.2 <i>Phân loại sản phẩm dịch vụ ngân hàng</i>	7
1.3 <i>Một số yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến quá trình phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng</i>	16
1.3.1 Yếu tố vĩ mô	16
1.3.2 Yếu tố vi mô	18
1.4 <i>Vai trò của việc phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng</i>	21
<i>KẾT LUẬN CHƯƠNG I</i>	24

<u>CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG</u>	
TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHÁT TRIỂN NHÀ TP HCM GIAI ĐOẠN	
2002 ĐẾN NAY	25
<i>2.1 Tổng quan về hoạt động dịch vụ ngân hàng của hệ thống ngân hàng</i>	
<i>thương mại trên địa bàn TP HCM</i>	25
2.1.1 Khái quát tình hình kinh tế xã hội tại Tp.HCM từ năm 2000	
đến nay	25
2.1.2 Thực trạng hoạt động và phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân	
hàng của hệ thống NHTM trên địa bàn TP HCM từ năm 2000 đến nay	27
<i>2.2 Giới thiệu về ngân hàng TMCP Phát triển nhà TP HCM(HDBank)</i>	36
<i>2.3 Khái quát hoạt động của Ngân hàng Phát Triển nhà Tp.HCM giai</i>	
<i>đoạn từ 2002 đến nay</i>	38
<i>2.4 Thực trạng phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng của HDBank</i>	
<i>từ 2002 đến nay</i>	42
2.4.1 Giới thiệu sản phẩm tiêu biểu của HDBank	42
2.4.2 Đánh giá thực trạng hoạt động các sản phẩm dịch vụ ngân hàng	
của HDBank	47
<i>KẾT LUẬN CHƯƠNG 2</i>	59
<u>CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ NGÂN</u>	
HÀNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHÁT TRIỂN NHÀ TP HCM	61
<i>3.1 Mục tiêu định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng giai đoạn 2006-2010</i>	61
3.1.1 Cam kết WTO của Việt nam về dịch vụ tài chính ngân hàng	61

3.1.2 Những mục tiêu và định hướng phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng trên địa bàn TPHCM giai đoạn 2006-2010	64
3.1.3 Định hướng phát triển của Ngân hàng Phát Triển Nhà Tp.HCM giai đoạn 2006-2010	65
3.2 Giải pháp phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng tại Ngân hàng TMCP Phát Triển nhà TPHCM	66
3.2.1 Giải pháp vĩ mô	66
3.2.1.1 Môi trường pháp lý	66
3.2.1.2 Môi trường hội nhập	68
3.2.2 Giải pháp vi mô	70
3.2.2.1 Giải pháp mang tính chiến lược lâu dài: liên kết với tập đoàn tài chính mạnh	70
3.2.2.2 Giải pháp về tài chính	72
3.2.2.3 Giải pháp về nguồn nhân lực	74
3.2.2.4 Giải pháp về nghiên cứu phát triển (R&D)	76
3.2.2.5 Giải pháp về phát triển thị trường	78
3.2.2.6 Giải pháp xây dựng thương hiệu	79
3.2.2.7 Xây dựng biểu phí hợp lý	81
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	82
KẾT LUẬN	83
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	
PHỤ LỤC.	

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ACB	Ngân hàng TMCP Á Châu
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
ATM	Máy rút tiền tự động
CNV	Công nhân viên
GATS	Hiệp định về thương mại dịch vụ của WTO
GDP	Thu nhập quốc nội
IMF	Quỹ tiền tệ quốc tế
HDBank	Ngân hàng TMCP Phát Triển Nhà TPHCM
KTTĐPN	Kinh tế trọng điểm phía Nam
NHLD	Ngân hàng liên doanh
NHNN	Ngân hàng nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
NHTMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần
POS	Điểm giao dịch
TC-TD	Tổ chức tín dụng
TCNH	Tài chính – Ngân hàng
Tp.HCM	Thành phố Hồ Chí Minh
UNC	Ủy nhiệm chi
UNT	Ủy nhiệm thu
VCB	Ngân hàng Ngoại Thương Việt Nam
WTO	Tổ chức thương mại thế giới

DANH MỤC SƠ ĐỒ, BẢNG VÀ ĐỒ THỊ

Thứ tự	Nội dung	Trang
Bảng 2.1.2.1.1	Bảng DV huy động vốn của các NHTM trên địa bàn Tp.HCM	28
Bảng 2.1.2.1.2	Bảng kết quả HĐ DV tín dụng trên địa bàn Tp.HCM	30
Bảng 2.1.2.1.3	Bảng khối lượng thanh toán không dùng tiền mặt	31
Bảng 2.1.2.1.4	Bảng tổng hợp số liệu dịch vụ ngoại hối trên địa bàn Tp.HCM	33
Bảng 2.3.2.1	Bảng tốc độ tăng trưởng vốn điều lệ của HDBank	40
Bảng 2.3.3	Tình hình huy động vốn của HDBank	44
Bảng 2.3.4	Hoạt động cho vay của HDBank	46
Bảng 2.4.2.1	Bảng mức vốn điều lệ của các NHTM trên địa bàn Tp.HCM tính đến 31/12/2006	59
Sơ đồ 2.4.2.2	Sơ đồ quy mô tài sản của các NHTM trên địa bàn Tp.HCM	57

MỞ ĐẦU

---o0o---

1. Tính cấp thiết của đề tài:

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

Đối với thành phố Hồ Chí Minh, một trung tâm kinh tế-xã hội của cả nước, ngành ngân hàng đã góp phần quan trọng trong việc phát triển kinh tế thành phố. Tuy nhiên việc phát triển các dịch vụ ngân hàng còn nhiều bất cập, từng dịch vụ ngân hàng thương mại chưa xây dựng được thương hiệu riêng, quy mô của từng dịch vụ còn nhỏ, chất lượng dịch vụ thấp, sức cạnh tranh yếu, đặc biệt hoạt động tiếp thị quảng cáo ngân hàng chưa mạnh, chưa thường xuyên nên tỷ lệ khách hàng tiếp cận và sử dụng dịch vụ ngân hàng còn hạn chế.

Trong điều kiện Việt Nam gia nhập WTO, dịch vụ ngân hàng được dự báo sẽ là lĩnh vực cạnh tranh rất khốc liệt khi “vòng “ bảo hộ cho ngân hàng thương mại

trong nước không còn. Vậy điều gì đang chờ đón các ngân hàng thương mại Việt Nam? Các ngân hàng này phải chuẩn bị gì để không bị đẩy ra ngoài cuộc chơi? Phát triển dịch vụ ngân hàng như thế nào để đáp ứng được nhu cầu tăng trưởng của nền kinh tế của cả nước nói chung, của thành phố Hồ Chí Minh nói riêng, vừa phải đảm bảo hoạt động ngân hàng an toàn, hiệu quả? Phát triển dịch vụ ngân hàng như thế nào để đảm bảo nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng, đồng thời đảm bảo yêu cầu chuẩn mực hội nhập kinh tế quốc tế? Đó là những câu hỏi cần phải đi tìm lời giải đáp.

Với mong muốn tìm một lời giải đáp, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ tài chính ngân hàng thương mại, đủ sức cạnh tranh với các ngân hàng trong và ngoài nước trong xu thế hội nhập, tác giả đã chọn đề tài : “Phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng tại Ngân hàng TMCP Phát triển nhà Tp.Hồ Chí Minh ” làm đề tài khoá luận tốt nghiệp cao học kinh tế. Hy vọng đề tài sẽ góp phần nhỏ giúp Ban lãnh đạo ngân hàng Phát Triển Nhà TPHCM có những định hướng và những bước phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng trong xu thế hội nhập.

2. Tình hình nghiên cứu:

Liên quan đến chủ đề nghiên cứu, đã có một số công trình, một số bài viết về các khía cạnh khác nhau như nâng cao năng lực cạnh tranh của hệ thống ngân hàng Việt Nam, xây dựng thương hiệu cho các ngân hàng thương mại, nâng cao hoạt động tín dụng, hoạt động thanh toán... các bài viết, đề tài khai thác, kế thừa là:

- Phát triển thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập-

Tác giả PGS.TS Thái Bá Cần – Nhà xuất bản Tài Chính – năm 2004.

- Những hạn chế và thách thức của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế, tác giả Đoàn Ngọc Phúc – bài viết đăng trên Tạp chí nghiên cứu Kinh tế số 6 năm 2006

- Năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại Việt Nam trong xu thế hội nhập – Tác giả PGS.TS Nguyễn Thị Quy – Trường đại học Ngoại Thương.

- Chương trình mục tiêu lộ trình phát triển dịch vụ ngân hàng trên địa bàn Thành Phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2006-2010 của Ngân Hàng Nhà Nước chi nhánh Thành Phố Hồ Chí Minh.

- Các bài viết của các tác giả trong tạp chí Kinh Tế Sài Gòn, trang Web www.mof.gov.vn

- Tuy nhiên, để có những giải pháp cơ bản, sâu sắc, sát với tình hình thực tế của dịch vụ ngân hàng hiện đại tại HDBank trong thời kỳ hội nhập thì chưa có công trình nào nghiên cứu một cách căn bản, hệ thống. Hơn nữa, đây là vấn đề cấp thiết đang được đặt ra tại HDBank. Chính vì vậy, tác giả đã tiếp cận và lựa chọn chủ đề, đi sâu vào giải pháp thiết thực để nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng hiện đại tại HDBank trong xu thế hội nhập.

3. Mục tiêu nhiệm vụ nghiên cứu:

Trên cơ sở lý thuyết về phát triển dịch vụ ngân hàng thương mại, đề tài phân tích thực trạng, cơ hội, thách thức của HDBank, từ đó đưa ra được giải pháp cơ bản nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng trong thời kỳ hậu WTO

Nhiệm vụ:

Trình bày luận cứ khoa học và thực tiễn về sự phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế trong giai đoạn hiện nay.

Tổng hợp, phân tích, đánh giá thực trạng của HDBank, tìm ra những điểm mạnh, điểm yếu, nguyên nhân của những hạn chế yếu kém.

Đề xuất những giải pháp chủ yếu để phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng đáp ứng yêu cầu cạnh tranh trong quá trình hội nhập.

4. Nội dung đề tài:

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

Chương 1: Cơ sở lý luận

Chương 2: Thực trạng hoạt động dịch vụ ngân hàng của ngân hàng TMCP Phát Triển Nhà TPHCM giai đoạn từ 2002 đến nay

Chương 3: Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng tại Ngân Hàng TMCP Phát Triển Nhà TPHCM.

Kết luận và kiến nghị.

5. phương pháp nghiên cứu

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

Đề tài sử dụng phương pháp thống kê, so sánh, phân tích, thu thập tư liệu, tổng hợp để đưa ra những kết luận theo mục tiêu, nhiệm vụ đề ra.

6. Phạm vi nghiên cứu

Luận văn nghiên cứu trên cơ sở phân tích các yếu tố nội tại của Ngân Hàng TMCP Phát Triển Nhà TPHCM và các yếu tố có liên quan đến hoạt động của sản phẩm dịch vụ ngân hàng đối với Ngân Hàng TMCP Phát Triển Nhà TPHCM.

Cuối cùng, do thời gian và kinh nghiệm trong việc nghiên cứu còn nhiều hạn chế, luận văn này khó tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả rất mong nhận được những góp ý chân thành của Quý Thầy, Cô và các bạn.

CHƯƠNG I

CƠ SỞ LÝ LUẬN

---o0o---

1.1 Tổng quan về ngân hàng thương mại

1.1.1 Khái niệm Ngân hàng thương mại

Cùng với sự phát triển của kinh tế thị trường, hệ thống ngân hàng thương mại (NHTM) ngày càng được hoàn thiện, hoạt động của NHTM đóng vai trò quan trọng trong việc khai thông các nguồn vốn tiết kiệm, đáp ứng nhu cầu đầu tư của các chủ thể trong nền kinh tế. Hoạt động của NHTM đã và đang góp phần to lớn trong việc thúc đẩy nền kinh tế phát triển.

Hiện có nhiều quan điểm về khái niệm NHTM.

Về phương diện lý luận:

- Theo Thomas P.Fitch: “Tổ chức ngân hàng là một công ty nhận tiền gửi, thực hiện cho vay, thanh toán séc và thực hiện dịch vụ liên quan cho công chúng... NHTM đầu tư quỹ từ các người gửi tiền để cho vay” ⁽¹⁾.

- Trong sách “Tiền tệ ngân hàng” do Phó Giáo Sư Tiến Sĩ Nguyễn Đăng Dờn chủ biên xuất bản tháng 9 năm 2005 có định nghĩa: “NHTM là loại hình ngân hàng giao dịch trực tiếp với các công ty, xí nghiệp, tổ chức kinh tế và cá nhân bằng cách nhận tiền gửi, tiền tiết kiệm, rồi sử dụng số vốn đó để cho vay, chiết khấu, cung cấp các phương tiện thanh toán và cung ứng dịch vụ ngân hàng cho các đối tượng nói trên” ⁽²⁾.

(1): Thomas P.Fitch, dictionary of Banking terms, Barron’s Educational Series, Inc, 1997

(2):Trang126

Về mặt luật pháp:

Theo định nghĩa của Pháp "Ngân hàng thương mại là một xí nghiệp hay cơ sở mà nghiệp vụ thường xuyên là nhận tiền bạc của công chúng dưới hình thức ký thác hay dưới hình thức khác và sử dụng tài nguyên đó cho chính họ trong các nghiệp vụ về chiết khấu, tín dụng và tài chính".⁽¹⁾

Theo định nghĩa của Mỹ "Ngân hàng thương mại là một công ty kinh doanh chuyên cung cấp dịch vụ tài chính và hoạt động trong ngành công nghiệp dịch vụ tài chính".⁽²⁾

Ở Ấn Độ "Ngân hàng thương mại là cơ sở nhận các khoản ký thác để cho vay hay tài trợ các khoản đầu tư".⁽³⁾

Theo luật các tổ chức tín dụng Việt Nam sửa đổi, điều 20 khoản 2 và khoản 7 có khái niệm: "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. Hoạt động ngân hàng là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng với nội dung chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền gửi, sử dụng số tiền này để cấp tín dụng, cung cấp các dịch vụ thanh toán".⁽⁴⁾

Tóm lại, có thể nói NHTM là một định chế tài chính trung gian quan trọng vào loại bậc nhất trong nền kinh tế thị trường. Nhờ hệ thống định chế tài chính trung gian này mà nguồn tiền nhàn rỗi nằm rải rác trong xã hội sẽ được huy động, tập trung lại để phát triển kinh tế xã hội thông qua các dịch vụ về huy động tiền tệ, tín dụng, thanh toán và các dịch vụ tài chính khác của ngân hàng.

(1), (2), (3), (4): PGS.TS. Sử Đình Thành, T.S Vũ Thị Minh Hằng(2006), *Nhập môn tài chính tiền tệ*, tr. 310

Từ những khái niệm trên, ta có thể đưa ra bản chất của NHTM thể hiện qua các điểm sau:

- Ngân hàng thương mại là một loại hình doanh nghiệp tài chính hoạt động trong lĩnh vực tiền tệ-tín dụng, dịch vụ ngân hàng.

- Ngân hàng thương mại hoạt động mang tính chất kinh doanh vì lợi nhuận

Thời kỳ đầu, các NHTM chỉ thực hiện những nghiệp vụ nhận tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn, có thời hạn ngắn hạn và cho vay ngắn hạn. Tuy nhiên, cùng với xu thế phát triển của thị trường và xã hội, các NHTM đã phát triển các sản phẩm dịch vụ của mình ngày càng đa dạng và phong phú hơn để thích ứng với môi trường mới. Theo xu hướng phát triển đó, ngân hàng thương mại tồn tại nhiều hình thức sở hữu khác nhau như: ngân hàng thương mại nhà nước, ngân hàng thương mại cổ phần, ngân hàng thương mại tư nhân, ngân hàng thương mại liên doanh, chi nhánh ngân hàng thương mại nước ngoài.

1.1.2 Chức năng của ngân hàng thương mại:

Trong điều kiện nền kinh tế thị trường và hệ thống ngân hàng phát triển, các Ngân hàng thương mại thực hiện 3 chức năng sau đây:

Trung gian tín dụng:

Trung gian tài chính là chức năng quan trọng và cơ bản nhất của NHTM, nó không những cho thấy bản chất của NHTM mà còn cho thấy nhiệm vụ chính yếu của NHTM. Thực hiện chức năng này, NHTM đóng vai trò là người trung gian đứng ra tập trung, huy động các nguồn vốn tiền tệ tạm thời nhàn rỗi trong nền kinh tế, biến nó thành nguồn vốn tín dụng để cho vay đáp ứng nhu cầu vốn kinh doanh, vốn đầu tư cho các ngành kinh tế, và nhu cầu vốn tiêu dùng của xã hội.


Thực hiện chức năng trung gian tín dụng, các NHTM thực hiện những nhiệm vụ cụ thể sau:

- Nhận tiền gửi không kỳ hạn, có kỳ hạn của các đơn vị kinh tế, các tổ chức, cá nhân.
- Nhận tiền gửi tiết kiệm của các tổ chức và cá nhân.
- Phát hành kỳ phiếu và trái phiếu ngân hàng để huy động vốn trong xã hội.
- Cho vay ngắn hạn, trung hạn và dài hạn đối với các đơn vị và cá nhân.
- Chiết khấu thương phiếu và các chứng từ có giá đối với các đơn vị, cá nhân.
- Cho vay tiêu dùng, cho vay trả góp và các loại hình tín dụng khác đối với tổ chức và cá nhân.

Thực hiện chức năng trung gian tín dụng, ngân hàng không chỉ thực hiện chức năng điều chuyển vốn từ nơi thừa đến nơi thiếu đơn thuần, mà ngân hàng sẽ thực hiện nhiệm vụ theo chức năng này trên nguyên tắc “hoàn trả” vô điều kiện, tức ngân hàng có trách nhiệm hoàn trả tiền cho người gửi bất chấp người vay sử dụng vốn có hiệu quả hay không. Còn người đi vay phải có nghĩa vụ trả nợ cho ngân hàng.

Thực hiện chức năng trung gian tín dụng, NHTM đã đóng một vai trò hết sức to lớn đối với nền kinh tế. Chức năng trung gian tín dụng của NHTM không chỉ góp phần huy động nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi trong xã hội, biến tiền nhàn rỗi từ chỗ tích lũy thành nguồn vốn lớn cho nền kinh tế. Bên cạnh đó, chức năng này còn tạo ra được một nguồn vốn không những lớn về số tiền tuyệt đối mà còn mang tính chất “luân chuyển”, nhờ tính chất này mà

nguồn vốn sẽ ngày càng được phát triển cùng với sự phát triển nhu cầu của xã hội.

 *Trung gian thanh toán:*

NHTM đứng ra làm trung gian để thực hiện các quan hệ thanh toán giữa các khách hàng

Thực hiện chức năng trung gian thanh toán, NHTM trở thành người thủ quỹ và là trung tâm thanh toán của xã hội. Thực hiện chức năng này cho phép làm giảm bớt khối lượng tiền mặt lưu hành, tăng khối lượng thanh toán bằng chuyển khoản, giảm bớt chi phí cho xã hội về in tiền, vận chuyển, bảo quản tiền tệ.

Nhiệm vụ cụ thể của chức năng này gồm:

- Mở tài khoản tiền gửi giao dịch cho các tổ chức và cá nhân
- Quản lý và cung cấp các phương tiện thanh toán cho khách hàng
- Tổ chức và kiểm soát quy trình thanh toán giữa các khách hàng.

Đây là chức năng quan trọng, không những nó thể hiện rõ bản chất của NHTM mà còn cho thấy tính chất đặc biệt của NHTM. Làm chức năng trung gian thanh toán, NHTM đứng ra làm trung gian thực hiện các khoản giao dịch thanh toán giữa người mua và người bán và qua đó ngân hàng sẽ thu một khoản phí trung gian, điều này thể hiện rõ bản chất kinh doanh của ngân hàng. Tuy nhiên, nhờ có chức năng trung gian thanh toán của ngân hàng mà mọi giao dịch mua bán trong xã hội được tiến triển nhanh chóng, an toàn, hiệu quả, từ đó đẩy nhanh tốc độ luân chuyển tiền – hàng, góp phần thúc đẩy kinh tế xã hội trong nước phát triển, quan hệ kinh tế thương mại và tài chính tín dụng quốc tế cũng phát triển.

✚ *Cung ứng các dịch vụ ngân hàng:*

Bên cạnh việc thực hiện hai chức năng cơ bản là trung gian thanh toán và trung gian tín dụng, thì NHTM còn cần đáp ứng tất cả các nhu cầu của khách hàng có liên quan đến hoạt động ngân hàng đó chính là việc cung ứng dịch vụ ngân hàng.

Khi nói đến dịch vụ ngân hàng ta thường gắn nó với hai đặc điểm:

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

Những ưu thế của NHTM được thể hiện qua các điểm sau:

- Có hệ thống mạng lưới chi nhánh rộng khắp
- Có quan hệ với nhiều công ty, xí nghiệp, các tổ chức kinh tế từ đó có thể biết được những thế mạnh và điểm yếu của khách hàng.
- Có hệ thống thông tin hiện đại, thu nhận và nắm bắt nhiều thông tin về tình hình kinh tế, tài chính, giá cả, tỷ giá ... và diễn biến của nó trên thị trường trong và ngoài nước.

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

Các dịch vụ được ngân hàng cung cấp chủ yếu gồm:

- Dịch vụ ngân quỹ và chuyển tiền nhanh trong nước
- Dịch vụ kiều hối và chuyển tiền nước ngoài
- Dịch vụ uỷ thác (bảo quản, thu hộ, chi hộ, mua bán hộ,...)
- Dịch vụ bảo lãnh

- Dịch vụ tư vấn, cung cấp thông tin,...vv

Dịch vụ ngân hàng mà NHTM cung cấp cho khách hàng không chỉ thuần túy để hưởng hoa hồng và dịch vụ phí, mà dịch vụ ngân hàng còn có tác dụng hỗ trợ các hoạt động chính của NHTM, và giúp NHTM đáp ứng một cách tốt nhất những yêu cầu xã hội.

1.2 Phân loại sản phẩm dịch vụ ngân hàng :

Sản phẩm dịch vụ ngân hàng là một bộ phận cấu thành của sản phẩm dịch vụ tài chính.

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

Thị trường dịch vụ tài chính là một khái niệm do tổ chức thương mại thế giới (WTO) đưa ra nhằm hình thành các quy tắc ứng xử giữa các nước thành viên WTO trong hoạt động thương mại dịch vụ. Theo WTO : “ Một dịch vụ tài chính là bất kỳ dịch vụ nào có tính chất tài chính, được một nhà cung cấp dịch vụ tài chính cung cấp. Dịch vụ tài chính bao gồm mọi dịch vụ bảo hiểm và dịch vụ liên quan đến bảo hiểm, mọi dịch vụ ngân hàng và dịch vụ tài chính khác (ngoại trừ bảo hiểm) ”.

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

Trong dịch vụ tài chính có tất cả dịch vụ bảo hiểm và liên quan đến bảo hiểm, các dịch vụ ngân hàng và dịch vụ tài chính khác. Như vậy, dịch vụ ngân hàng là một bộ phận cấu thành trong dịch vụ tài chính nói chung.

Dịch vụ ngân hàng có hai đặc điểm nổi bật:

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

Thứ hai: đó là các dịch vụ gắn liền với hoạt động ngân hàng

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

Nhìn nhận một cách tổng thể thì các NHTM hoạt động kinh doanh trên 3 mảng nghiệp vụ lớn: nghiệp vụ nguồn vốn, nghiệp vụ tín dụng- đầu tư, và nghiệp vụ kinh doanh sản phẩm dịch vụ ngân hàng. Mỗi nghiệp vụ đều có một vị trí và tác dụng khác nhau, nhưng đều hướng tới mục tiêu chung và tổng quát của bất kỳ NHTM nào, đó là đáp ứng được nhu cầu của khách hàng với hiệu quả cao nhất thông qua các sản phẩm dịch vụ mà ngân hàng mang lại cho khách hàng.

❖ Nếu căn cứ vào mức độ phát triển của hệ thống NHTM thì các sản phẩm dịch vụ ngân hàng phát triển từ các dịch vụ ngân hàng truyền thống đến dịch vụ ngân hàng thương mại:

1.2.1 Dịch vụ ngân hàng truyền thống:

Khi nói đến dịch vụ ngân hàng truyền thống của ngân hàng, chúng ta thường ngụ ý nói đến hoạt động của các sản phẩm đã thực hiện trong nhiều năm trên nền

công nghệ cũ, quen thuộc với khách hàng. Có thể kể đến một số sản phẩm dịch vụ truyền thống của ngân hàng như sau:

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

- *Nhóm 1:* vốn huy động hoạt kỳ

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

- *Nhóm 2:* Vốn huy động định kỳ

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

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

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

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

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

Ngoài ra còn có các sản phẩm dịch vụ truyền thống khác như: dịch vụ ngân quỹ, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ cung cấp các tài khoản giao dịch...

Các sản phẩm dịch vụ truyền thống của ngân hàng được cải tiến theo hướng hoàn chỉnh hơn, gọn về thủ tục, rút ngắn được thời gian giao dịch, các ngân hàng đã hướng tới việc xuất phát từ nhu cầu của khách hàng hơn là áp đặt sản phẩm mà mình có.

1.2.2 Dịch vụ ngân hàng hiện đại:

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

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

Dịch vụ quản lý tiền mặt (ngân quỹ): là hình thức quản lý thu, chi hộ cho khách hàng, đầu tư các khoản tiền mặt thặng dư để sinh lợi cho khách hàng.

Dịch vụ thanh toán tiền điện tử: Dịch vụ này cho phép một doanh nghiệp, một cá nhân hay bất kỳ tổ chức nào khác dù có hay không có tài khoản tại ngân hàng có thể trả tiền vào tài khoản của một người khác ở ngân hàng đó hay tại một ngân hàng khác. Khách hàng là doanh nghiệp thường sử dụng dịch vụ này để thực hiện thanh toán cho các nhà cung cấp, các chủ nợ...Khách hàng cá nhân thường sử

dụng dịch vụ này để chuyển tiền cho người thân ở xa hay gửi tiền cho con đi học...Dịch vụ này rất hữu ích do chi phí thấp, chuyển tiền nhanh, an toàn, tiện lợi.

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

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

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

Dịch vụ thư bảo đảm thực hiện đấu thầu: các khách hàng của ngân hàng hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp xây dựng, khi tham gia đấu thầu phải cung cấp một thư bảo lãnh dự thầu trước khi được phép đấu thầu một hợp đồng. Thư bảo lãnh dự thầu cho biết rằng công ty sẽ thực hiện những cam kết thi công khi trúng thầu. Một

ngân hàng thường được yêu cầu cung cấp một thư đảm bảo như vậy, và khi cấp thư thường có cam kết đền bù những thiệt hại trong trường hợp khách hàng trúng thầu không thực hiện hợp đồng và ngân hàng bị yêu cầu thanh toán theo các điều khoản của thư. Ngoài ra còn có các loại thư bảo đảm khác như: thư bảo đảm thực hiện hợp đồng, thư bảo đảm thanh toán trước,...

Dịch vụ tư vấn tài chính: một số ngân hàng đã tập trung vào cung cấp dịch vụ tư vấn để đáp ứng nhu cầu tư vấn tài chính và quản lý các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các doanh nghiệp này đang gặp khó khăn về tài chính và vấn đề quản lý. Ngân hàng hướng dẫn và tư vấn cho doanh nghiệp kiểm soát chi phí, định giá, đánh giá đầu tư cơ bản, dự báo nguồn thu nhập và quản lý tài sản, chiến lược sản xuất kinh doanh,...

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

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

Hợp đồng trao đổi các khoản tín dụng rủi ro: Ngân hàng mua một hợp đồng bán khoản tín dụng rủi ro cho một ngân hàng khác và do đó khi khách hàng không trả được nợ, lãi thì ngân hàng bán quyền sẽ thanh toán phần chênh lệch giữa nợ và

lãi mà khách hàng không thanh toán được sau khi trừ đi giá trị tài sản đảm bảo đã được thanh lý.

Giá trị thanh toán = (giá trị khoản tín dụng + lãi) – (giá trị khách hàng thanh toán + giá trị tài sản đảm bảo được thanh lý).

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

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

❖ Nếu căn cứ vào đặc điểm, tính chất hoạt động của NHTM, có thể chia các sản phẩm dịch vụ ngân hàng thành 2 nhóm: dịch vụ ngân hàng bán buôn và dịch vụ ngân hàng bán lẻ:

1.2.3 Sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán buôn:

Ngân hàng bán buôn là một loại hình ngân hàng chuyên cung cấp những dịch vụ tài chính cho các ngân hàng thương mại, các tổ chức tài chính và các tập đoàn kinh tế đa quốc gia. Do vậy, để sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán buôn đến tay khách hàng cá nhân thì sẽ phải qua nhiều trung gian tài chính.

Quy mô vốn và tài sản của các cửa các ngân hàng bán buôn rất lớn, công nghệ hiện đại, sản phẩm dịch vụ phong phú, đa dạng, tiện lợi.

Ngân hàng bán buôn cung cấp những sản phẩm dịch vụ ngân hàng cụ thể sau:

- ✓ Tư vấn đầu tư tài chính
- ✓ Tư vấn hoạt động kinh doanh
- ✓ Cho thuê tài chính
- ✓ Đầu tư vào các dự án lớn
- ✓ Kinh doanh ngoại hối
- ✓ Cho vay tín chấp,...

Hiện nay, ở Việt Nam các ngân hàng bán buôn thường tập trung chủ yếu vào các ngân hàng nước ngoài, có thể kể đến một số ngân hàng như: Deusch Bank, ANZ, HSBC, Standard Chartered Bank(SCB),...

Ngân hàng ngoại thương Việt Nam hiện đang có những bước chuẩn bị trong tương lai cũng sẽ trở thành ngân hàng bán buôn đầu tiên của Việt Nam.

1.2.4 Sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán lẻ:

Ngân hàng bán lẻ là một loại hình ngân hàng của thị trường, nơi mà các khách hàng cá nhân có thể tham gia để được cung cấp các tiện ích của dịch vụ ngân hàng. Ngân hàng bán lẻ cung cấp những sản phẩm dịch vụ gồm: tài khoản tiết kiệm, tài khoản thanh toán, kiểm tra tài khoản, thế chấp, cho vay cá nhân, phát hành thẻ tín dụng, và một số những dịch vụ ngân hàng khác... Sản phẩm dịch vụ ngân hàng của loại hình ngân hàng bán lẻ sẽ được cung cấp trực tiếp đến khách hàng đặc biệt là các khách hàng cá nhân.

Hiện nay, hệ thống ngân hàng Việt Nam đa số đều là loại hình ngân hàng bán lẻ vì:

- ✓ Nền kinh tế Việt Nam là nền kinh tế mới phát triển, vốn của nền kinh tế còn thấp
- ✓ Nhu cầu về sản phẩm dịch vụ ngân hàng chưa cao
- ✓ Qui mô về vốn và tài sản của các ngân hàng còn nhỏ
- ✓ Trình độ kỹ thuật và trình độ chuyên môn về nghiệp vụ ngân hàng còn nhiều hạn chế.
- ✓ Trình độ nhận thức của người dân chưa cao.

...

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

1.3. Một số yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến quá trình phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng:

1.3.1 Yếu tố vĩ mô:

1.3.1.1 Môi trường pháp lý:

Hệ thống khung pháp lý do Nhà nước thiết lập nhằm quy định các nguyên tắc hoạt động cơ bản của thị trường dịch vụ tài chính. Yêu cầu cơ bản đối với hệ

thống khung pháp lý là phải thống nhất, ổn định, rõ ràng minh bạch, phải kết hợp, vận dụng các tiêu chuẩn chung đã được thừa nhận trên phạm vi toàn thế giới.

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

Nếu bộ khung pháp lý không thống nhất, dẫn đến sự khác biệt giữa các quy định đối với những loại hình ngân hàng khác nhau, điều này sẽ gây nên tình trạng các ngân hàng cạnh tranh nhau không lành mạnh, có sự chông chéo giữa các nghiệp vụ. Bên cạnh đó, việc ban hành các chủ trương chính sách không theo thông lệ quốc tế sẽ góp phần hạn chế sự phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, các hình thức ngân hàng nước ngoài, từ đó làm giảm tốc độ phát triển của hệ thống ngân hàng nói riêng và nền kinh tế nói chung.

1.3.1.2 Hội nhập thị trường tài chính quốc tế:

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

Toàn cầu hoá tác động trực tiếp đến nền kinh tế đất nước. Những tác động toàn cầu hoá làm cho chúng ta không thể đóng cửa mãi, mà phải mở cửa hội nhập, và thực tế chúng ta đã trở thành thành viên chính thức của WTO.

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

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

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

Những nhân tố trên cho thấy chúng là những nhân tố chủ lực có tác động tích cực đến sự phát triển, nếu nhận thức và làm tốt sẽ tạo điều kiện cho quá trình phát triển của hệ thống ngân hàng được đẩy mạnh.

1.3.2 Yếu tố vi mô

1.3.2.1 Các nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng:

Các tổ chức nhận tiền gửi: được tổ chức dưới các hình thức: ngân hàng thương mại, hiệp hội tiết kiệm và cho vay, ngân hàng tiết kiệm tương trợ (Mutual saving bank), liên hiệp tín dụng (Credit Union).

Các tổ chức tiết kiệm theo hợp đồng: đó là các loại công ty bảo hiểm, công ty tái bảo hiểm, các quỹ trợ cấp dịch vụ bảo hiểm và các dịch vụ liên quan đến bảo hiểm nhằm mục đích phân tán và chia sẻ rủi ro trong nền kinh tế.

Các công ty cho thuê tài chính: đó là những công ty tài chính thực hiện các hợp đồng cho thuê dây chuyền sản xuất, trang thiết bị đối với doanh nghiệp

Các công ty tư vấn tài chính: là những công ty chuyên cung cấp những dịch vụ tư vấn giúp các doanh nghiệp lập ra chiến lược đầu tư kinh doanh, sản xuất, tư vấn nhà cung cấp sản phẩm, dây chuyền, vốn,.. Ngày nay các công ty tư vấn tài chính cũng đã tham gia vào lĩnh vực cung cấp vốn để hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong quá trình thực hiện dự án, đặc biệt là các công ty tư vấn tài chính nước ngoài với qui mô vốn và tài sản lớn.

Trước xu thế ngày càng nhiều các tổ chức tài chính, các công ty tư vấn ra đời, cung cấp đa dạng các sản phẩm tài chính, thì sự cạnh tranh giữa các ngân hàng và các tổ chức tài chính sẽ càng diễn ra gay gắt và khốc liệt. Chính điều này, sẽ tạo ra một động lực để các ngân hàng luôn phải ý thức việc đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ, đảm bảo đáp ứng đầy đủ và hoàn hảo những nhu cầu ngày càng cao về sản phẩm dịch vụ tài chính của khách hàng.

1.3.2.2 Các đối tượng có nhu cầu sử dụng dịch vụ:

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

Các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế xã hội: đây là những khách hàng quan trọng nhất của dịch vụ tài chính trên cả hai phương diện cung và cầu các nguồn tài chính. Trong điều kiện hội nhập, các doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng

các dịch vụ tài chính ngày càng nhiều, đồng thời chính họ cũng trở thành lực lượng cung cấp động lực cho sự phát triển dịch vụ tài chính của các ngân hàng thương mại.

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

1.3.2.3 Giá cả của dịch vụ tài chính:

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

Ngoài ra, giá cả còn phụ thuộc vào mối quan hệ cung cầu trên thị trường, mức độ cạnh tranh. Ta có thể thấy một quy luật chung sau:

- Nếu cung > cầu: giá dịch vụ sẽ có khuynh hướng giảm để khuyến khích thị trường tiêu dùng sản phẩm.

- Nếu cung < cầu: giá dịch vụ sẽ có khuynh hướng tăng, đặc biệt là trong trường hợp thị trường độc quyền.

- Nếu thị trường có sự tác động của quy luật cạnh tranh thì người tiêu dùng sẽ được cung cấp một mức giá hợp lý nhất và cạnh tranh nhất. Khi này giá của sản phẩm sẽ có khuynh hướng ngày càng giảm.

Do đó giá cả các loại hình dịch vụ tài chính cần phải được xác định ở mức thích hợp theo sự phát triển của nền kinh tế xã hội, của thị trường dịch vụ tài chính.

1.3.2.4 Một số các yếu tố khác:

Bên cạnh các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng như : yếu tố nhà cung cấp, người sử dụng, giá cả sản phẩm, thì các yếu tố như chiến lược khách hàng, chiến lược quảng cáo, chiến lược thu hút nhân tài cũng là những yếu tố cạnh tranh mà đòi hỏi các doanh nghiệp phải quan tâm.

Hiện nay, hiện tượng chảy máu chất xám đang diễn ra hết sức mạnh mẽ, các nguồn nhân lực có năng lực và trình độ luôn được các công ty nước ngoài săn đón với những chiến lược phát triển nguồn nhân lực hết sức hấp dẫn, và kết quả là những lao động có trình độ ở các ngân hàng trong nước đã dần chuyển dịch sang làm cho các ngân hàng nước ngoài với một mức lương hấp dẫn, môi trường làm việc chuyên nghiệp, cơ hội phát triển cao.

Bên cạnh đó, những chiến lược khách hàng, chiến lược quảng cáo đang được các ngân hàng tích cực phát huy với những chương trình khuyến mãi, chương trình khách hàng thân thiết, chương trình đa dạng hoá sản phẩm cũng đã và đang làm cho thị trường tài chính đặc biệt là thị trường ngân hàng sôi động, không chỉ có ngân hàng trong nước cạnh tranh với ngân hàng nước ngoài, mà còn có sự cạnh tranh giữa các ngân hàng nội địa.

1.4 Vai trò của sự phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng:

- Đối với nền kinh tế:

Kinh nghiệm quốc tế cho thấy hệ thống tài chính-ngân hàng cạnh tranh và mở cửa là những hệ thống hỗ trợ hiệu quả cho sự phát triển và tăng trưởng kinh tế. Cạnh tranh sẽ làm cho hệ thống ngân hàng vững mạnh, hiệu quả và lành mạnh hơn.

Phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng, vai trò của ngân hàng tác động đến đời sống của mọi người dân, nếu dịch vụ tài chính ngân hàng phát triển sẽ tạo điều kiện để thu hút nguồn vốn đầu tư vào những ngành trọng tâm, ngành mũi nhọn, đầu tư đúng hướng vào những vùng trọng điểm.

Phát triển các dịch vụ tài chính ngân hàng sẽ giúp các doanh nghiệp giảm chi phí sản xuất kinh doanh, đồng thời sự phát triển này sẽ làm tăng tỷ trọng của ngành dịch vụ trong GDP của nền kinh tế, điều này đúng với quan điểm của Đảng và Nhà nước ta trong quá trình hội nhập.

Phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng tạo ra sự cạnh tranh trong nền kinh tế, cạnh tranh giữa những chủ thể đi vay, cho vay. Chính từ sự cạnh tranh này mà ngân hàng có thể đi sâu vào hoạt động sản xuất kinh doanh của các công ty, xí nghiệp, thông qua đó có thể kiểm soát, giám sát được những hoạt động của các đơn vị này, góp phần làm cho sản xuất kinh doanh lành mạnh và hiệu quả hơn.

- Đối với xã hội:

Phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng tạo điều kiện đào tạo nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực cho các ngành mũi nhọn. Chính những đòi hỏi một nguồn nhân lực giỏi, năng động, đủ điều kiện tiếp thu kiến thức mới, đáp ứng nhu cầu hội nhập mà các trường đại học sẽ có những chương trình sát với thực tế, kết hợp với các doanh nghiệp để nguồn nhân lực đào tạo ngày càng tốt hơn.

Phát triển dịch vụ tài chính góp phần cung cấp những sản phẩm tiện ích và an toàn cho xã hội, có thể kể đến những sản phẩm như thẻ thanh toán, các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt, thanh toán tiền điện, điện thoại, tiền nước, tiền lương,... những dịch vụ tiện ích này sẽ mang lại một lợi nhuận to lớn cho xã hội, nâng cao trình độ nhận thức của người dân, cung cấp cho họ những sản phẩm dịch vụ hiện đại phù hợp với sự phát triển của nền kinh tế và hội nhập kinh tế thế giới. Bên cạnh đó, các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt giúp cho xã hội tiết kiệm được một khoản chi phí in ấn tiền, mang tính an toàn cho người sử dụng, tiết kiệm được thời gian và công sức để thanh toán các khoản như tiền điện, tiền nước, tiền lương,...

Phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng góp phần phát triển sản xuất, nâng cao đời sống của nhân dân, đồng thời góp phần ổn định chính trị, tạo niềm tin cho nhân dân, qua đó khẳng định được vai trò Đảng trong công cuộc đổi mới và phát triển kinh tế đất nước.

- *Đối với sự phát triển của hệ thống ngân hàng:*

Phát triển dịch vụ tài chính ngân hàng góp phần kiểm soát lạm phát, khắc phục độc quyền trong ngành ngân hàng, tạo ra một hệ thống ngân hàng lành mạnh.

Phát triển dịch vụ tài chính góp phần thúc đẩy sự cạnh tranh giữa các ngân hàng trong hệ thống để từ đó có thể cung cấp những sản phẩm tốt nhất, tiện ích nhất đến người tiêu dùng, từ đó thúc đẩy sự phát triển của cả một hệ thống ngân hàng.

Phát triển dịch vụ ngân hàng góp phần liên kết các ngân hàng với nhau, từ đó tạo ra những tập đoàn tài chính có quy mô vốn lớn, vững mạnh, đảm bảo tính an toàn trong hoạt động kinh doanh, giảm thiểu rủi ro đối với hiện tượng khủng hoảng tài chính, xoá bỏ tình trạng cạnh tranh không lành mạnh giữa các ngân hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG I

---o0o---

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

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

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

CHƯƠNG II

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG CỦA NGÂN HÀNG TMCP PHÁT TRIỂN NHÀ TPHCM.

---o0o---

2.1 Tổng quan về hoạt động dịch vụ ngân hàng của hệ thống ngân hàng thương mại trên địa bàn TPHCM:

2.1.1 Khái quát tình hình kinh tế xã hội tại Tp.HCM từ năm 2000 đến nay:

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

Những năm vừa qua tình hình kinh tế thành phố có sự chuyển dịch mạnh mẽ. Năm 2005, năng suất lao động bình quân toàn nền kinh tế thành phố đạt 63,63 triệu đồng/người/năm, thành phố là nơi thu hút vốn đầu tư nước ngoài mạnh nhất cả nước, kể từ khi luật đầu tư được ban hành. Số dự án đầu tư vào thành phố chiếm khoảng 1/3 tổng số dự án đầu tư nước ngoài trên cả nước. Về thương mại, dịch vụ, thành phố là trung tâm xuất nhập khẩu lớn nhất cả nước. Kim ngạch xuất nhập khẩu của thành phố ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của cả nước. Cơ sở vật chất ngành thương mại được tăng cường với khoảng 400 chợ bán lẻ, 81 siêu thị, 18 trung tâm thương mại, 3 chợ đầu mối. Khu vực dịch

vụ tăng trưởng đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu sản xuất- kinh doanh và phục vụ đời sống dân cư. Hoạt động du lịch của thành phố phát triển mạnh, chưa bao giờ Tp.HCM đón nhiều du khách như năm 2005. Lượng khách du lịch quốc tế đến thành phố trên 2 triệu lượt, tăng 27% so với năm 2004. Doanh thu ngành du lịch đạt 13.250 tỷ đồng, tăng 23%. Đến nay, có 142 khách sạn được xếp hạng, trong đó 35 khách sạn 3 đến 5 sao với 5.740 phòng và 346 doanh nghiệp lữ hành đủ điều kiện kinh doanh.

Chính những điều kiện kinh tế xã hội của Tp.HCM đã tạo điều kiện cho thành phố trở thành trung tâm tài chính ngân hàng lớn nhất trong cả nước. 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.

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

Trong chương trình này, một số yêu cầu để phát triển dịch vụ ngân hàng đó là:

- Phát triển dịch vụ ngân hàng phải vừa đáp ứng nhu cầu tăng trưởng nền kinh tế của cả nước nói chung và của Tp.HCM nói riêng, vừa phải đảm bảo hoạt động của ngân hàng được an toàn và hiệu quả, đáp ứng được những tiện ích tối đa cho khách hàng và cho nền kinh tế.
- Quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng phải đảm bảo nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngân hàng đồng thời bảo đảm yêu cầu chuẩn mực hội nhập kinh tế quốc tế.

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

2.1.2 Thực trạng hoạt động và phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng của hệ thống NHTM trên địa bàn Tp.HCM từ năm 2000 đến nay:

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

2.1.2.1 Hoạt động của các dịch vụ ngân hàng truyền thống:

- *Hoạt động dịch vụ huy động vốn:*

Trong những năm qua với các hình thức huy động vốn khác nhau, các tổ chức tín dụng cạnh tranh nhau gay gắt trong việc thu hút vốn, thu hút khách hàng. Nhiều hình thức huy động vốn đa dạng, mới lạ, phong phú về kỳ hạn, về loại tiền gửi cũng như hình thức gửi tiền, lãi suất linh hoạt, cùng các hình thức khuyến mãi có cơ cấu giải thưởng hấp dẫn đã thực sự thu hút khách hàng đến với ngân hàng, cộng với thái độ phục vụ khách hàng ân cần, chuyên nghiệp hơn, thủ tục nhanh gọn hơn đã đem lại tiện ích cho khách hàng đến giao dịch. Chính những nguyên nhân trên đã thúc đẩy tốc độ huy động vốn tăng trưởng cao trong những năm qua. Chúng ta có thể tham khảo một số kết quả của hoạt động huy động vốn của các NHTM trên địa bàn Tp.HCM. Tính đến 31/12/2005 huy động vốn đạt 188.876 tỷ đồng, tăng 25,6% so với năm 2004. Tính đến tháng 10/2006 huy động vốn đạt 258.558 tỷ đồng tăng 36,9% so với năm 2005.

BẢNG 2.1.2.1.1: HUY ĐỘNG VỐN CỦA CÁC NHTM TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM

ĐVT: Tỷ đồng

Nội dung	2001	2002	2003	2004	2005	T10/2006
Tổng huy động vốn	65.716	85.996	114.572	150.337	118.876	258.558
Tốc độ tăng trưởng	16,9%	30,9%	33,2%	31,2%	25,6%	36,9%

Nguồn: Báo cáo sơ bộ về phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng trên địa bàn Tp.HCM 10 tháng năm 2006 – NHNN chi nhánh Tp.HCM.

- *Hoạt động tín dụng:*

Hoạt động tín dụng nhằm cung ứng vốn cho nền kinh tế. Tp.HCM là địa phương có vốn đầu tư nước ngoài rất lớn. Các khu công nghiệp, khu chế xuất là khu vực có nhiều doanh nghiệp hoạt động, là nơi giải quyết được nhiều việc làm cho công dân thành phố và những tỉnh thành khu vực miền Nam. Đây là khu vực có nhu cầu cao về vốn để phát triển sản xuất kinh doanh, do đó đây cũng là địa bàn hoạt động của nhiều ngân hàng.

Để tiếp cận và phát triển sản phẩm tín dụng, các ngân hàng không ngừng đưa ra các hình thức đầu tư đa dạng và phong phú, những đổi mới và hoàn thiện trong hoạt động nghiệp vụ như quản lý và hoạt động theo sổ tín dụng, theo quy trình tín dụng chuẩn mực gắn liền với quá trình nâng cao chất lượng tín dụng, đa dạng hoá lĩnh vực đầu tư với nhiều hình thức đầu tư như: cho vay trực tiếp, tài trợ dự án, góp vốn, đầu tư giấy tờ có giá,... Hoạt động tín dụng của các tổ chức tín dụng ngày càng phát triển với nhiều hình thức tín dụng: tín dụng kích cầu, tín dụng tiêu dùng, tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp và nông thôn... đã tạo điều kiện cho khách hàng thuộc mọi thành phần kinh tế tiếp cận vốn tín dụng ngân hàng tốt hơn.

Theo báo cáo của NHNN chi nhánh Tp.HCM thì đến tháng 10/2006 kết quả hoạt động tín dụng của các ngân hàng trên địa bàn thành phố có nhiều khả quan, bình quân tín dụng tăng trưởng 24%-27%/năm. Trong đó năm 2005 dư nợ tín dụng đạt 175.759 tỷ đồng, tăng 24.6% so với năm 2004. Tính đến tháng 10/2006, dư nợ cho vay của các NHTM trên địa bàn thành phố đạt 211.957 tỷ đồng tăng 20,6% so với năm 2005.

**BẢNG 2.1.2.1.2: KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG TRÊN
ĐỊA BÀN TP.HCM**

DVT: Tỷ đồng

Nội dung	2001	2002	2003	2004	2005	T10/2006
Dư nợ cho vay	56.189	74.243	101.006	136.624	175.759	211.957
Tốc độ tăng trưởng	7,7%	32,1%	36,0%	35,3%	28,6%	20,6%

Nguồn : Báo cáo sơ bộ về phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng trên địa bàn Tp.HCM 10 tháng năm 2006 – NHNN chi nhánh Tp.HCM.

- *Hoạt động dịch vụ thanh toán:*

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

**BẢNG 2.1.2.1.3: BẢNG KHỐI LƯỢNG THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT
QUA HỆ THỐNG NGÂN HÀNG TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM⁽¹⁾**

ĐVT: Tỷ đồng

Nội dung	2001	2002	2003	2004	2005	Tháng 10/2006
KL tiền tệ không dùng tiền mặt	840.744	1.099.613	1.118.012	1.750.600	1.953.238	
+ Thanh toán thẻ (VNĐ, ngoại tệ quy đổi VNĐ)	204	7.900	9.039	11.430	18.590	24.469
+Thanh toán séc	2.948	4.480	5.921	9.450	-	-
+UNT	33.269	43.035	35.641	44.064	-	-
+UNC	648.244	846.509	807.072	1.170.871	-	-
+Khác	156.079	197.689	260.339	514.785	-	-

Theo số liệu ở trên, chúng ta thấy rằng khối lượng thanh toán không dùng tiền mặt tăng theo thời gian. Điều này chứng minh rằng dịch vụ thanh toán của các NHTM ngày càng phát triển theo sự phát triển của công nghệ ngân hàng. Sự phát triển này đã góp phần luân chuyển nhanh nguồn vốn trong nền kinh tế, thúc đẩy sản xuất, lưu thông, giảm tỷ lệ thanh toán bằng tiền mặt. Đặc biệt, sau thành công việc nối mạng thanh toán liên ngân hàng của 6 ngân hàng(Ngoại thương, Đầu tư, Nông nghiệp, Công thương, Á Châu, Eximbank) bắt đầu từ 02/05/2002, thực hiện một khoản thanh toán không quá 10 giây. Đến năm 2006, đã có 65 ngân hàng thành viên (trong đó có 6 đơn vị thuộc NHNN và 59 TCTD) với gần 270 chi nhánh đã tham gia thanh toán liên ngân hàng. Theo số liệu thống kê, lượng giao dịch thanh toán liên ngân hàng trung bình là 12.000-13.000 món/ngày, với doanh số hoạt động khoảng gần 8.000 tỷ đồng/ngày.

Nhiều phương tiện thanh toán khác đã đáp ứng yêu cầu chi trả của nền kinh tế như: uỷ nhiệm thu, uỷ nhiệm chi, séc,... có nhiều nội dung mới, thuận tiện cho người sử dụng. Cũng chính sự thuận tiện của các phương tiện thanh toán đã làm cho số lượng tài khoản cá nhân tăng nhanh trong các năm. Đến nay số lượng tài khoản cá nhân đạt 938.000 tài khoản (số liệu đến tháng 12/2005), tăng 8 lần so với năm 2001, tốc độ mở rộng và phát triển tài khoản cá nhân trên địa bàn Tp.HCM ngày càng tăng, góp phần thúc đẩy hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng phát triển.

- *Hoạt động dịch vụ ngoại hối:*

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

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

**BẢNG 2.1.2.1.4: TỔNG HỢP SỐ LIỆU DỊCH VỤ NGOẠI HỐI TRÊN
TRÊN ĐỊA BÀN TPHCM**

ĐVT: Triệu USD

Nội dung	2001	2002	2003	2004	2005	T10/2006
Doanh số mua ngoại tệ	6.834	7.175	9.214	13.924	20.407	21.892
Doanh số bán ngoại tệ	6.607	7.008	8.198	13.048	19.628	21.960
Kiều hối	829	1.057	1.690	1.891	2.200	-
Thu đổi ngoại tệ	906	1.283	1.324	1.537	2.108	1.217

Nguồn: Báo cáo sơ bộ về phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng trên địa bàn Tp.HCM 10 tháng năm 2006 – NHNN chi nhánh Tp.HCM.

Theo số liệu thống kê ở trên, chúng ta thấy rằng tổng số mua ngoại tệ năm 2005 đạt 20.407 triệu USD, gần bằng 2 lần so với năm 2004. Tổng doanh số bán ngoại tệ năm 2005 đạt 19.628 triệu USD, bằng 3 lần so với năm 2001. Tính đến tháng 10/2006, tổng doanh số mua đạt 21,892 triệu USD, tổng doanh số bán đạt 21,960 triệu USD. Để đạt được kết quả trên phải kể đến quá trình đầu tư vốn của nước ngoài vào nền kinh tế của nước ta ngày càng tăng, bên cạnh đó vấn đề đầu tư của hệ thống ngân hàng thương mại ra nước ngoài có xu hướng tăng.

Dịch vụ kiều hối đã có bước phát triển rất lớn. Sau khi chính phủ ra quyết định số 170/1999/QĐ-TTg về vận hành cơ chế huy động và chi trả kiều hối theo hướng tạo điều kiện thuận lợi tối đa cho người nước ngoài chuyển tiền về đầu tư trong nước và khuyến khích việc chi trả kiều hối qua hệ thống ngân hàng. Tiếp theo đó, thống đốc NHNN đã ban hành thông tư số 02/2000/TT-NHNN và quyết định số

878/2002/QĐ-NHNN hướng dẫn thực hiện QĐ số 170/1999/QĐ-TTg của thủ tướng chính phủ. Chính những thông tư hướng dẫn trên đã tạo điều kiện kích thích và thu hút nguồn kiều hối từ nước ngoài chuyển về. Theo đó, lượng kiều hối chuyển về tăng cao qua các năm, các ngân hàng cũng đã tiến hành nhiều hình thức chi trả kiều hối thuận tiện cho khách hàng như chi trả tận nhà, chi trả theo yêu cầu của khách hàng.

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

Về dịch vụ chuyển tiền cá nhân, trong những năm gần đây nhu cầu du lịch, khám chữa bệnh, du học,... của người dân cũng tăng cao. Chính những yếu tố này đã giúp cho dịch vụ chuyển tiền cá nhân phát triển nhanh. Tính đến thời điểm 31/12/2005 tổng số chuyển tiền cá nhân đạt 69,35 triệu USD, bằng 3,2 lần so với năm 2002, trong đó chuyển tiền qua tài khoản chiếm 89% tổng số tiền chuyển đi trong năm.

2.1.2.2 Hoạt động của các dịch vụ ngân hàng hiện đại:

- Tình hình chung:

Trong những năm qua, việc ứng dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật vào lĩnh vực ngân hàng đã đem lại những kết quả hết sức to lớn. Đến nay tất cả các tổ chức tín dụng trên địa bàn thành phố đã phát triển và trang bị máy tính cùng hệ thống mạng được kết nối. Với nền tảng công nghệ đó, nhiều loại hình dịch vụ ngân

hàng điện tử ra đời như: Home Banking, Internet Banking, Mobil Banking, e-Banking,... trong đó hoạt động ngân hàng qua mạng điện thoại di động(Mobil Banking) được các ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố phát triển với nhiều tiện ích như: cung cấp thông tin về tài khoản qua tin nhắn, thông tin thị trường, tỷ giá, lãi suất, giá cả, giao dịch chứng khoán,... có thể kể đến các sản phẩm dịch vụ ngân hàng tự động của NHTMCP Đông Á như chuyển tiền tại nhà, thẻ thông minh, VCBmoney của ngân hàng ngoại thương. Cụ thể ngân hàng Á Châu đã đưa vào khai thác dịch vụ homebanking để thực hiện một số giao dịch như chuyển tiền, thanh toán hoá đơn tiền điện, tiền nước, tiền điện thoại,...tại nhà mà không cần phải đến ngân hàng.

Một vấn đề đặt ra là việc xã hội hoá các dịch vụ ngân hàng hiện đại. Đây là những dịch vụ tương đối mới nên số khách hàng sử dụng còn chưa nhiều, do đó ngân hàng cần phải có những chính sách tiếp thị thật tốt để khách hàng biết đến sản phẩm của mình. Theo kết quả đánh giá của các chuyên gia kinh tế, khách hàng chủ yếu biết đến các dịch vụ truyền thống nhiều hơn. Đối với dịch vụ ngân hàng hiện đại thì có đến 46,40% số khách hàng biết đến dịch vụ ATM của ngân hàng, 26,00% biết dịch vụ thẻ, 12,58% biết dịch vụ Mobil-Banking, 20,62% biết đến dịch vụ Internet Banking... Vấn đề đặt ra là tại sao khách hàng còn ít quan tâm đến dịch vụ ngân hàng hiện đại? Câu trả lời là sự đa dạng của sản phẩm chưa cao, sự hấp dẫn hạn chế, tính an toàn thấp, chỉ có 49,36% khách hàng được hỏi cho rằng sự đa dạng của sản phẩm ngân hàng hiện đại là tạm được; 20,62% cho rằng yếu; và có đến 45,32% khách hàng cho rằng mức độ an toàn của hệ thống ngân hàng điện tử của chúng ta là chưa cao, họ chưa tin tưởng để sử dụng dịch vụ này.

- *Dịch vụ thẻ ngân hàng:*

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

Bên cạnh đó. Các ngân hàng đã từng bước khắc phục những tồn tại của dịch vụ thẻ như sự không tiện lợi trong thanh toán, các máy ATM của các ngân hàng hoạt động độc lập nhau... đến nay tình trạng này đã khắc phục một bước nhờ có hệ thống liên kết phát hành và thanh toán thẻ ra đời. Sự hình thành hệ thống liên kết , kết nối để thanh toán thẻ đã tạo điều kiện nâng cao hiệu quả vốn đầu tư, cho phép các ngân hàng có khả năng tài chính thấp vẫn có thể phát triển dịch vụ thẻ, đồng thời thúc đẩy hoạt động không dùng tiền mặt qua ngân hàng ngày càng phát triển.

Trong năm 2005, số lượng máy ATM trên địa bàn thành phố được lắp đặt thêm 149 máy nâng tổng số máy trên địa bàn đạt 417 máy, số thẻ tăng lên trong năm là 611.190 thẻ, bao gồm thẻ quốc tế và thẻ nội địa. Doanh số thẻ đạt 18590 tỷ đồng, trong đó thẻ nội địa chiếm 62%, tăng 62,6% so với năm 2004 và bằng 91 lần so với năm 2001. Theo số liệu báo cáo của NHNN chi nhánh Tp.HCM thì 9 tháng đầu năm 2006 số lượng thẻ ATM phát hành đạt 680.477 thẻ, nâng tổng số thẻ ATM

đã phát hành lên 1.534.673 thẻ, trên 2.154 máy rút tiền tự động ATM và trên 17.000 máy POS tại các điểm thanh toán thẻ, với tổng doanh số (số lũy kế) đạt 35.416 tỷ đồng. Riêng 9 tháng đầu năm 2006 doanh số hoạt động dịch vụ thẻ ATM đạt 17.057 tỷ đồng.

- *Dịch vụ khác:*

Các dịch vụ như dịch vụ tư vấn, dịch vụ đầu tư tài chính, dịch vụ cho thuê tài chính, dịch vụ bao thanh toán... đã được các ngân hàng quan tâm, chủ động tìm khách hàng để cung ứng dịch vụ.

Tuỳ theo từng điều kiện, các ngân hàng đã phát triển dịch vụ theo hướng chuyên cung cấp dịch vụ bán lẻ, dịch vụ bán buôn, dịch vụ trọn gói hoặc dịch vụ bán chéo các sản phẩm. Bên cạnh đó, các dịch vụ phát sinh trên nền các dịch vụ chính như dịch vụ Option tiền tệ, mua bán kỳ hạn, hoán đổi lãi suất... đã được các ngân hàng quan tâm, bước đầu mang lại kết quả đáng ghi nhận.

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

2.2. Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Phát Triển Nhà TPHCM (HDBank)

- *Quá trình hình thành và phát triển:*

Ngày 04/01/1990 Ngân hàng Phát Triển Nhà TP.Hồ Chí Minh (HDBank) được thành lập. Là một trong những ngân hàng TMCP đầu tiên của cả nước với vốn điều lệ ban đầu là 3.000.000.000 đồng, HDBank mang lấy sứ mệnh “ Phát triển nhà ở và chỉnh trang đô thị, góp phần xây dựng TP.HCM văn minh hiện đại”. Lấy sứ mệnh làm mục tiêu hoạt động và phát triển, HDBank có chức năng thực hiện kinh doanh tổng hợp, đa dạng trong lĩnh vực nhà ở, kinh doanh tiền tệ, tín dụng thông qua việc đầu tư vốn, cung ứng tín dụng và dịch vụ nhà ở; tập trung huy động vốn và quản lý tất cả các nguồn vốn để phục vụ chương trình phát triển nhà và chỉnh trang đô thị; tư vấn cho uỷ ban nhân dân TP.HCM về chương trình, kế hoạch phát triển nhà và chỉnh trang đô thị.

Ngành nghề kinh doanh chủ yếu của HDBank là: huy động vốn ngắn hạn, trung hạn, dài hạn với các hình thức tiền gửi có kỳ hạn, không kỳ hạn, chứng chỉ tiền gửi, tiếp nhận vốn đầu tư và phát triển của các tổ chức trong nước. Vay vốn các tổ chức tín dụng khác, cho vay ngắn hạn, trung hạn, dài hạn, chiết khấu thương phiếu, trái phiếu và giấy tờ có giá. Hùn vốn và liên doanh. Làm dịch vụ thanh toán giữa các khách hàng, kinh doanh ngoại tệ, vàng bạc theo tiêu chuẩn quốc tế ở thị trường trong nước và thị trường nước ngoài. Thực hiện các nghiệp vụ thanh toán quốc tế, huy động vốn từ nước ngoài và các dịch vụ ngân hàng khác trong quan hệ nước ngoài.

Toàn bộ hoạt động của HDBank đều được thực hiện thống nhất theo các quy trình, qui chế của HDBank, tuân thủ nghiêm ngặt theo qui định của pháp luật. Năm 2004 vốn điều lệ đạt 150.000.000.000 đồng(tăng 114% so với năm 2003), tỷ lệ chia cổ tức cho cổ đông đạt 12%/năm, giữ được tỷ lệ nợ quá hạn luôn thấp hơn mức NHNN cho phép.

Cho đến thời điểm tháng 12 năm 2005, HDBank đạt được mức vốn điều lệ là 300.000.000.000 đồng, tăng 100% so với năm 2004. Sau nhiều đợt thanh tra chặt chẽ của thanh tra NHNN, HDBank đã hoàn toàn đáp ứng được các tiêu chí về sự phát triển lành mạnh của một ngân hàng TMCP.

Mặc dù là một ngân hàng TMCP có qui mô còn nhỏ, nhưng nếu xét về “ tỷ suất lợi nhuận đạt được/vốn điều lệ” HDB có thể sánh ngang với các ngân hàng TMCP hàng đầu ở Việt Nam hiện nay.

$$\text{Tỷ suất lợi nhuận / vốn bình quân (ROE)} = \frac{\text{Lợi nhuận ròng} * 100}{\text{vốn cổ phần}}$$

Bên cạnh những hiệu quả về lợi nhuận, HDBank cũng rất quan tâm đến việc xây dựng và quảng bá thương hiệu của mình, nhằm mục tiêu đưa thương hiệu HDBank trở thành một thương hiệu có giá trị cao trong thị trường tài chính.

2.3. Khái quát tình hình hoạt động của HDBank từ 2002 đến nay:

2.3.1 Tình hình tăng trưởng vốn điều lệ qua các năm:

HDBank thành lập ngày 04/01/1990, với vốn điều lệ ban đầu 3 tỉ đồng gồm 60 cổ đông. Trong đó 90% là vốn góp của doanh nghiệp Nhà Nước, với một số cổ đông sáng lập lớn như:

- Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam
- Công ty hợp tác kinh tế và xuất nhập khẩu
- Công ty xây lắp công nghiệp
- Công ty xây dựng và dịch vụ nhà đất Q.10
- Công ty Xổ số Kiến Thiết

- Liên hiệp các xí nghiệp vật liệu xây dựng số 1
- Công ty quản lý kinh doanh nhà.

Tính đến nay, vốn điều lệ đã tăng trưởng đều qua các năm, mức độ tăng trưởng được thể hiện:

Bảng 2.3.1: BẢNG TỐC ĐỘ TĂNG TRƯỞNG VỐN ĐIỀU LỆ CỦA HDBANK

Đơn vị: Đồng

Năm	Vốn điều lệ	Chênh lệch so với năm 1990	% tăng
1990	3.000.000.000	-	-
1994	21.616.000.000	18.616.000.000	720%
1998	49.726.000.000	46.726.000.000	1.558%
2001	59.726.000.000	56.726.000.000	1.891%
2002	70.026.000.000	67.026.000.000	2.234%
2004	150.023.000.000	147.023.000.000	4.901%
08/2005	200.259.000.000	197.259.000.000	6.575%
12/2005	300.000.000.000	297.000.000.000	10.000%
12/2006	500.000.000.000	497.000.000.000	16.667%

Nguồn: Báo cáo thường niên hàng năm của HDBank

Trong đó, tỷ lệ góp vốn của các thành phần tính đến thời điểm 31/12/2006 gồm:

- Doanh nghiệp nhà nước: 55.94%
- Doanh nghiệp ngoài quốc doanh: 27.99%
- Thể nhân: 16.07%

2.3.2 Tình hình huy động vốn:

Trong những năm qua, do sức hút của thị trường chứng khoán làm giảm lượng vốn nhàn rỗi trong lưu thông, cạnh tranh giữa các tổ chức tín dụng ngày càng cao (thị phần, lãi suất huy động,...), giá vàng liên tục biến động tạo sức ép khá lớn trong việc huy động vốn. Tuy nhiên, với những chính sách lãi suất linh hoạt, và những chương trình khuyến mãi hấp dẫn, HDBank đã đạt được bình quân vốn huy động là 2.308 tỉ đồng năm 2006 tăng 69% so với năm 2005, với cơ cấu huy động vốn gồm:

Theo loại tiền:

- VND: chiếm 79% tổng vốn huy động
- Ngoại tệ: chiếm 6% tổng vốn huy động
- Vàng: chiếm 15% tổng vốn huy động

Theo kỳ hạn:

- Ngắn hạn: chiếm 80% tổng vốn huy động
- Trung dài hạn: chiếm 20% tổng vốn huy động.

Bảng 2.3.2: TÌNH HÌNH HUY ĐỘNG VỐN CỦA HDBANK

ĐVT: tỷ đồng

Năm	2002	2003	2004	2005	2006
Tổng vốn huy động	582	770	1091	1817	3244
Tốc độ tăng trưởng		132%	142%	167%	172%

Thông qua bảng tình hình huy động vốn qua từng năm, ta nhận thấy tốc độ tăng trưởng mỗi năm đều tăng, năm 2002 mức huy động vốn là 582 tỷ đồng, thì năm 2003 đạt 770 tỷ đồng tăng 132% so với năm 2002, năm 2004 đạt 1091 tỷ đồng tăng 142% so với năm 2003, và năm 2005 đạt 1817 tỷ đồng tăng 167% so với năm 2004. Qua thống kê, ta thấy mặc dù đứng trước những yếu tố bất lợi về kinh tế, về cạnh tranh nhưng HDBank vẫn đạt được những chỉ tiêu trong nghiệp vụ huy động vốn góp phần tạo nguồn vốn cho nền kinh tế, làm tiền đề thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển.

2.3.3 Tình hình cho vay:

Bên cạnh hoạt động tạo nguồn vốn, HDBank cũng đạt được những thành tựu trong hoạt động tín dụng, thể hiện qua bảng hoạt động cho vay của HDBank từ năm 2002 đến 2006. Ta nhận thấy dư nợ hàng năm tăng, năm 2003 đạt 627 tỷ đồng tăng 122% so với năm 2002 đạt 489 tỷ đồng, năm 2004 đạt 1064 tỷ đồng tăng 169% so với năm 2003, năm 2005 đạt dư nợ 1363 tỷ đồng tăng 128% so với năm 2004. Tổng dư nợ năm 2006 đạt 2.678 tỷ đồng tăng 95% so với năm 2005, trong đó nợ trong hạn chiếm 99,3% (đạt 2.658 tỷ đồng), nợ quá hạn chiếm 0,7% (chiếm 19 tỷ đồng). Cơ cấu loại hình vay:

Phân theo loại tiền:

- VNĐ chiếm 87% tổng dư nợ
- Vàng : chiếm 8% tổng dư nợ
- Ngoại tệ: chiếm 5% tổng dư nợ

Phân theo kỳ hạn:

- Ngắn hạn: chiếm 60% tổng dư nợ
- Trung hạn : chiếm 27% tổng dư nợ

- Dài hạn : chiếm 13% tổng dư nợ.

Bên cạnh đó, một thành tựu đáng khen ngợi là mặc dù tốc độ dư nợ tăng nhưng tỷ lệ nợ quá hạn vẫn được giữ ở mức thấp từ 0,4% -> 0,7%. Cơ cấu loại hình tiền vay và kỳ hạn vay cũng được phân phối đồng đều. Loại hình tiền vay đã được đa dạng nhiều hình thức, VNĐ không còn là chủ lực trong tổng dư nợ mà bên cạnh đó các hình thức vay vàng, ngoại tệ đã được triển khai và phát huy được thế mạnh trong việc đa dạng hoá sản phẩm. Cơ cấu kỳ hạn nợ cũng được trải đều, nếu như năm 2004 vay ngắn hạn chiếm 64%, vay dài hạn chiếm 36%, thì đến năm 2005 vay ngắn hạn chiếm 54%, vay dài hạn chiếm 46%, năm 2006 vay ngắn hạn chiếm 60%, vay trung và dài hạn chiếm 40%, điều này đã góp phần cân bằng nguồn vốn giữa đầu vào và đầu ra.

BẢNG 2.3.3: HOẠT ĐỘNG CHO VAY CỦA HDBANK

ĐVT: Tỷ đồng

Năm	2002	2003	2004	2005	2006
Dư nợ	489	627	1064	1363	2678
Tốc độ tăng trưởng		122%	169%	128%	195%

2.4 Thực trạng phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng tại HDBank từ 2002 đến nay.

2.4.1 Giới thiệu những sản phẩm tiêu biểu của HDBank:

Mang đặc thù là một ngân hàng bán lẻ, HDBank có những sản phẩm tiêu biểu sau:

- *Khách hàng cá nhân:*
 - Tiền gửi thanh toán
 - Tiền gửi tiết kiệm
 - Tín dụng
 - Chuyển tiền
 - Dịch vụ thanh toán trong và ngoài nước
 - Mua bán vàng, ngoại tệ
 - Dịch vụ bất động sản
 - Chiết khấu giấy tờ có giá

- *Khách hàng doanh nghiệp:*
 - Tiền gửi thanh toán
 - Tiền gửi có kỳ hạn
 - Tín dụng
 - Mua bán ngoại tệ
 - Chuyển tiền trong nước
 - Thanh toán quốc tế
 - Dịch vụ bảo lãnh.

Bảng tổng hợp quá trình phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng qua từng giai đoạn cho ta thấy, trong những năm đầu mới thành lập HDBank chỉ mới triển khai được những sản phẩm truyền thống như huy động vốn có kỳ hạn, không kỳ hạn, cho vay mua nhà sửa chữa nhà, chuyển tiền trong nước. Đến năm 2000, HDBank đã từng bước triển khai những sản phẩm dịch vụ ngân hàng mới như dịch vụ bất động sản, dịch vụ chiết khấu giấy tờ có giá, đẩy mạnh nghiệp vụ chuyển tiền trong và ngoài nước, đặc biệt là hoạt động thanh toán quốc tế, từng bước đáp ứng

nhu cầu thanh toán của khách hàng cũng như việc thu hút thêm những khách hàng mới thông qua việc đa dạng hóa sản phẩm. Từ năm 2005 đến nay, HDBank đã triển khai thêm nhiều loại hình dịch vụ, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng được đa dạng về số lượng và chất lượng. Về nghiệp vụ huy động vốn, đã triển khai nhiều loại hình tiết kiệm mới với khung lãi suất linh hoạt như: tiết kiệm bậc thang theo thời gian, tích kiệm bậc thang theo số tiền, tiết kiệm tích lũy mua nhà. Nghiệp vụ tín dụng cũng đã có nhiều tiến bộ thông qua việc đã mở rộng đối tượng cho vay, hình thức cho vay. Bên cạnh nghiệp vụ cho vay truyền thống mua nhà, sửa chữa nhà, hoạt động tín dụng cũng đã triển khai thêm nhiều hình thức như cho vay bổ sung vốn kinh doanh, cho vay hỗ trợ sản xuất, cho vay đầu tư tài chính, tài trợ xuất nhập khẩu,... Thêm vào đó, một số nghiệp vụ mới được triển khai như nghiệp vụ kinh doanh vàng, nghiệp vụ kinh doanh ngoại tệ, nghiệp vụ cầm cố, chiết khấu thương phiếu, trái phiếu, giấy tờ có giá, thu chi hộ lương,... đã cho thấy những nỗ lực vượt bậc của HDBank trong quá trình phát triển sản phẩm và củng cố thương hiệu đối với khách hàng.

BẢNG TỔNG HỢP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ NGÂN HÀNG:

	1990->2000	2000->2005	2005->nay
KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN	Tiền gửi thanh toán	Tiền gửi thanh toán	Tiền gửi thanh toán
	Tiền gửi tiết kiệm	Tiền gửi tiết kiệm	Tiền gửi tiết kiệm
	Cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn	Cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn	Cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn.
	Chuyển tiền trong nước	Chuyển tiền trong và ngoài nước	Chuyển tiền trong và ngoài nước
		Dịch vụ BĐS	Dịch vụ BĐS
		Chiết khấu giấy tờ có giá	Chiết khấu, cầm cố giấy tờ có giá
			Kinh doanh vàng
KHÁCH HÀNG DOANH NGHIỆP	Tiền gửi thanh toán	Tiền gửi thanh toán	Tiền gửi thanh toán
	Cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn	Tiền gửi có kỳ hạn	Tiền gửi có kỳ hạn
		Cho vay bổ sung vốn kinh doanh, sản xuất	Cho vay bổ sung vốn kinh doanh
		Dịch vụ bảo lãnh	Dịch vụ bảo lãnh
		Dịch vụ thanh toán quốc tế	Dịch vụ thanh toán quốc tế
			Tài trợ xuất nhập khẩu
			Thu hộ, chi hộ lương

- *Dịch vụ thanh toán quốc tế:*

Thông qua việc thực hiện trực tiếp qua mạng SWIFT, tạo nền tảng cho sự phát triển và mở rộng quy mô hoạt động thanh toán quốc tế của HDBank. Tổng thu từ dịch vụ thanh toán quốc tế (trong và ngoài nước) đạt 2.543 tỉ đồng tăng 174% so với năm 2005.

- *Thanh toán trong nước và ngân quỹ:* Tổng thu đạt 850 triệu đồng, tăng 64% so với năm 2005

- *Kinh doanh vàng:* đạt 10 tỉ tăng hơn 6,5 lần so với năm 2005.

- *Kinh doanh ngoại tệ:* đạt 737 triệu tăng hơn 3 lần so với năm 2005.

- *Dịch vụ địa ốc:* tổng thu từ dịch vụ địa ốc năm 2006 đạt 791 triệu đồng. Ta có thể thấy năm 2006 là một năm đóng băng của thị trường bất động sản, vì vậy doanh thu từ hoạt động dịch vụ địa ốc có phần thấp hơn so với cùng kỳ năm 2005(đạt gần 1 tỉ đồng). Tuy nhiên, những thành tựu mà HDBank đạt được từ dịch vụ địa ốc là rất đáng khích lệ.

- *Nghiệp vụ chiết khấu:* tổng thu đạt 784 triệu đồng tăng 12 lần so với năm 2005.

- *Hoạt động của các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại:*

Thời gian qua HDBank hoạt động chủ yếu dựa trên những sản phẩm ngân hàng truyền thống. Những sản phẩm dịch vụ ngân hàng của HDBank chưa đa dạng, sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại chủ yếu là dịch vụ bảo lãnh.

Năm 2006, tổng thu từ dịch vụ bảo lãnh đạt 591 triệu đồng, tăng 4 lần so với năm 2005.

Ta thấy HDBank đã để trống lĩnh vực dịch vụ ngân hàng hiện đại, sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại tại HDBank còn quá nghèo nàn, chưa đa dạng. Trong khi đó, lĩnh vực này hiện nay đang được các ngân hàng trên địa bàn Tp.HCM chú trọng phát triển, đặc biệt là các ngân hàng TMCP.

Trong xu thế hội nhập và trong môi trường cạnh tranh khắc nghiệt như hiện nay, đầu tư phát triển công nghệ dịch vụ ngân hàng hiện đại là đảm bảo cho ngân hàng có một chỗ đứng, giữ vững thị phần của mình trên thị trường tài chính, từ đó tạo tiền đề phát triển, thu hút khách hàng, mở rộng thị phần của HDBank.

Từ những nhận định trên, ta đi đến phân tích vị thế của HDBank trong thị trường Tài chính trên địa bàn Tp.HCM, điểm mạnh - điểm yếu của HDBank. Để từ đó đưa ra những giải pháp phát triển sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng hiện đại tại HDBank trong giai đoạn 2006-2010.

2.4.2 Đánh giá thực trạng hoạt động các sản phẩm dịch vụ ngân hàng của HDBank:

2.4.2.1 Thành tựu đạt được:

Từ những nhìn nhận kết quả hoạt động của HDBank qua từng năm, ta nhận thấy kết quả hoạt động kinh doanh của HDBank có những bước tiến vượt bậc, lợi nhuận thu được từ các sản phẩm dịch vụ ngân hàng truyền thống đều tăng.

- *Đối với những sản phẩm dịch vụ truyền thống:* HDBank thực hiện khá tốt

+Vốn huy động tăng đều qua từng năm, năm 2003 tăng so với năm 2002, năm 2004 tăng so với năm 2005, năm 2006 tăng so với cùng kỳ năm 2005.

+ Dư nợ cho vay hàng năm cũng tăng. Mặc dù tăng trưởng tín dụng cao nhưng vẫn đảm bảo an toàn và có hiệu quả, tỷ lệ nợ quá hạn chiếm 0.7% năm 2006 trong đó nợ xấu chỉ chiếm 0.3% tổng dư nợ giảm 31% so với năm 2005, hầu hết dư nợ cho vay đều có tài sản đảm bảo.

+ Đẩy mạnh nghiệp vụ chủ chốt là nghiệp vụ kinh doanh địa ốc mặc dù thị trường bất động sản trong thời gian qua được xem là đóng băng. Tham gia hỗ trợ một số dự án nhà ở như : Botanic Tower, cao ốc Khang Phú, khu dân cư phường 7 quận 8, cao ốc Hoàng kim quận 7,...

+ Triển khai phát triển các sản phẩm ngân hàng mới như: tiết kiệm bậc thang theo thời gian, tiết kiệm bậc thang theo số tiền, tiết kiệm tích lũy mua nhà, cho vay mua nhà ưu đãi, cho vay đầu tư chứng khoán(nghiệp vụ Repo).

+ chất lượng sản phẩm dịch vụ cũng được nâng cao thông qua việc đa dạng hoá sản phẩm, thực hiện chính xác, kịp thời những sản phẩm đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

+ Số lượng sản phẩm tăng so với những năm mới thành lập. Từ chỉ có khoảng mười sản phẩm dịch vụ, đến nay HDBank đã cung cấp trên 30 sản phẩm dịch vụ. Điều này đã thể hiện những cố gắng đáng khích lệ của HDBank trong quá trình phát triển và hội nhập.

+ chất lượng, thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng cũng được HDBank chú trọng thông qua việc mở các lớp đào tạo chất lượng dịch vụ khách hàng, quản lý danh mục khách hàng,... cho toàn thể nhân viên.

Bên cạnh những thành tựu đạt được trong những năm qua, ta có thể nhận thấy tốc độ phát triển của HDBank còn quá chậm so với tốc độ phát triển của toàn

bộ hệ thống ngân hàng trên địa bàn Tp.HCM, đặc biệt đối với hệ thống ngân hàng TMCP.

2.4.2.2 Những mặt còn tồn tại và nguyên nhân:

- Tốc độ tăng vốn điều lệ:

Tính đến 31/12/2006, vốn điều lệ của HDBank đã tăng lên 500 tỉ đồng, theo dự kiến đến cuối năm 2007 vốn điều lệ tăng lên 2.000 tỉ. Tuy nhiên so với tốc độ tăng vốn của các ngân hàng TMCP trên địa bàn thành phố thì mức vốn điều lệ của HDBank vẫn còn thấp. Ta có thể thấy số liệu về mức vốn điều lệ của các ngân hàng TMCP trên địa bàn thành phố cụ thể sau

BẢNG 2.4.2.1: MỨC VỐN ĐIỀU LỆ TÍNH ĐẾN NGÀY 31/12/2006

Tên ngân hàng	Sacombank	Techcombank	Phương Nam	Eximbank	ACB	MB	VIB
Vốn điều lệ	2.089	1.500	1.290	1.212	1.100	1.045	1.000

ĐVT:tỷ đồng

Nguồn : Tạp chí Thời báo kinh tế Việt Nam

Số: Kinh tế 2006-2007 Việt Nam và Thế Giới

Với mức vốn điều lệ thấp, HDBank chưa có đủ tiềm lực tài chính mạnh để đầu tư trang thiết bị hiện đại, công nghệ tiên tiến, điều này cũng làm hạn chế tốc độ phát triển cũng như quá trình đa dạng hoá sản phẩm của HDBank.

- Tình hình huy động vốn:

Từ số liệu thống kê cho ta thấy tuy tốc độ huy động vốn của HDBank tăng qua từng năm, nhưng nếu nhìn chung tổng thể của toàn hệ thống NH TMCP trong địa bàn Tp.HCM thì thị phần huy động vốn của HDBank còn quá thấp. Nếu tính

đến tháng 10 năm 2006 toàn hệ thống NHTM trên địa bàn Tp.HCM huy động được 258.558 tỷ đồng, trong khi đó mức huy động vốn của HDBank trong năm 2006 là 3.217 tỷ đồng chỉ chiếm 1,2% trong toàn hệ thống.

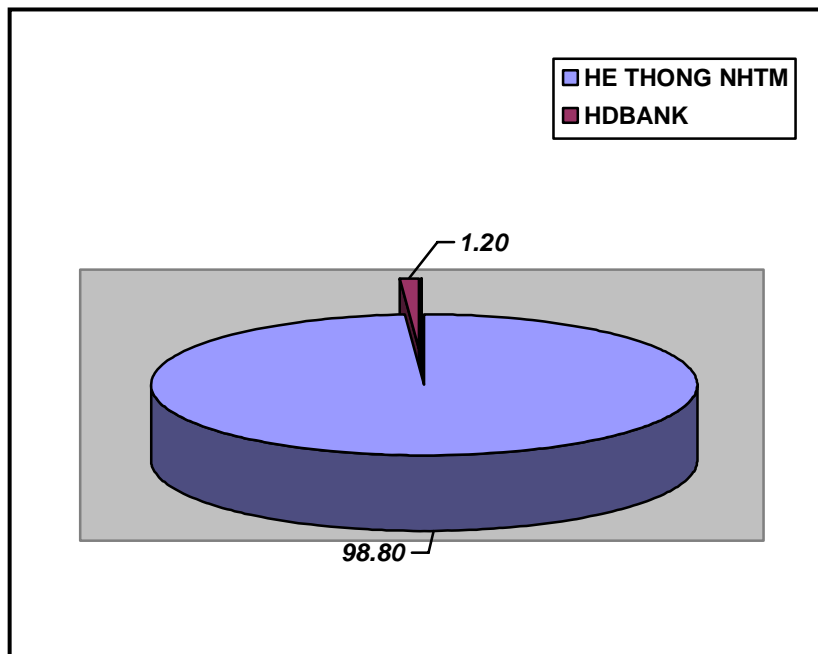
BẢNG SỐ LIỆU TÌNH HÌNH HUY ĐỘNG VỐN NĂM 2006

ĐVT: Tỷ đồng

Ngân hàng	Vốn huy động	HDBank	So sánh
ACB	33.606	3.217	9,5%
Sacombank	18.473	3.217	17,4%
Eximbank	15.269	3.217	21%
EAB	10.109	3.217	31,8%

Nguồn: Báo cáo tài chính năm 2006

BIỂU ĐỒ TỶ TRỌNG HUY ĐỘNG VỐN NĂM 2006



Bảng số liệu thống kê tình hình huy động vốn năm 2006 cho thấy nguồn vốn HDBank huy động được trong năm đạt 3.217 tỷ đồng, chiếm 9.5% so với tốc độ huy động vốn tại ACB đạt 33.606 tỷ đồng, chiếm 17.4% so với Sacombank, chiếm 21% so với Eximbank và đạt 31.8% so với tốc độ huy động vốn tại ngân hàng Đông Á(EAB). Vậy có thể thấy tốc độ huy động vốn tại HDBank so với các ngân hàng trong toàn hệ thống NHTM trên địa bàn thành phố vẫn còn thấp và chiếm tỷ trọng khá khiêm tốn.

- *Hoạt động cho vay:*

Năm 2006 dư nợ của toàn hệ thống NHTM trên địa bàn Tp.HCM đạt 211.957 tỷ đồng, trong khi đó dư nợ của HDBank tính đến ngày 31/12/2006 đạt 2.659 tỷ đồng, chiếm 1,3% trong toàn hệ thống.

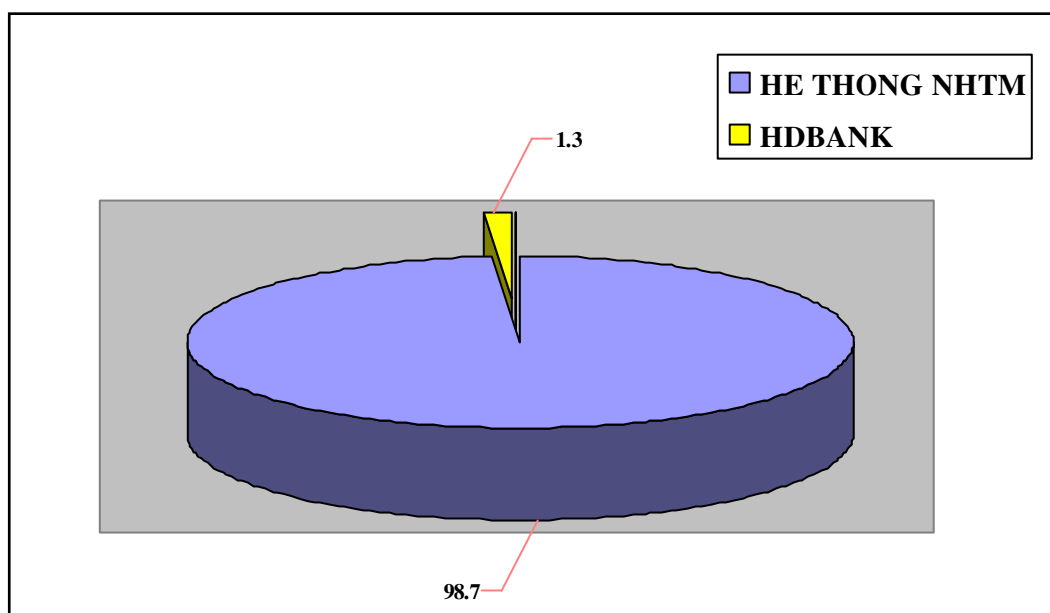
BẢNG SỐ LIỆU HOẠT ĐỘNG CHO VAY NĂM 2006

DVT: Tỷ đồng

Ngân hàng	Dư nợ	HDBank	So sánh
ACB	17.363	2.659	15,3%
Sacombank	14.359	2.659	18,5%
Eximbank	10.207	2.659	26%
EAB	8.140	2.659	32,7%

Nguồn : Báo cáo tài chính năm 2006

BIỂU ĐỒ HOẠT ĐỘNG CHO VAY NĂM 2006



Từ bảng số liệu hoạt động cho vay năm 2006 cho thấy mức độ chênh lệch về dư nợ của HDBank so với những ngân hàng trong hệ thống có những cách biệt. Năm 2006, HDBank dư nợ chỉ chiếm 15.3% so với hoạt động cho vay tại ngân hàng Á Châu đạt 17.363 tỷ đồng, chiếm 18.5% so với Sacombank đạt dư nợ 14.359 tỷ đồng, chiếm 26% so với Eximbank đạt dư nợ 10.207 tỷ đồng, chiếm 32.7% so với ngân hàng Đông Á(EAB). Như vậy có thể nhận định hoạt động tín dụng tại HDBank vẫn còn yếu, tỷ trọng dư nợ đạt được thấp so với toàn hệ thống NHTM trên địa bàn thành phố.

Lý giải cho việc HDBank có mức huy động vốn và dư nợ chiếm tỷ trọng thấp trong toàn hệ thống NHTM có thể nêu ra một số nguyên nhân sau:

- HDBank chưa có mạng lưới giao dịch rộng khắp, điều này sẽ gây cản trở trong việc huy động vốn và tiếp thị sản phẩm, rất khó khăn cho khách hàng giao dịch vì phải đi xa
- Các hình thức huy động vốn chưa phong phú, linh hoạt, các sản phẩm cung cấp chủ yếu đến khách hàng chỉ gói gọn trong loại hình tiết kiệm. Trong khi các NHTM khác trong hệ thống đã biết cách huy động được một nguồn vốn lớn thông qua các kênh huy động khác như: mở tài khoản thanh toán cho dịch vụ thẻ, đầu tư chứng khoán, kinh doanh vàng, kinh doanh ngoại tệ, đầu tư tài chính,...
- Các hình thức cho vay truyền thống được phát huy chủ lực trong nghiệp vụ tín dụng tại HDBank, chủ yếu là cho vay dựa trên tài sản thế chấp. Trong khi các ngân hàng trong hệ thống đã phát triển các loại hình vay đa dạng như: cho vay tiêu dùng, cho vay tín chấp, bao thanh toán, cho vay dựa trên dự án phát triển sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, cho vay ưu đãi mua nhà với thời gian vay lên đến 20 năm, cho thuê tài chính,...
- Các chương trình khuyến mãi, tiếp thị còn quá ít chưa thật sự phong phú và hấp dẫn khách hàng.
- HDBank chưa khai thác được những sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại do công nghệ lạc hậu, trình độ quản lý và chuyên môn chưa chuyên nghiệp.
- ...

- *Dịch vụ thẻ:*

Tính đến năm 2006, HDBank vẫn chưa phát hành dịch vụ thanh toán qua thẻ, thì các ngân hàng trên địa bàn thành phố đã triển khai dịch vụ này một cách mạnh mẽ. Có thể kể ra một số loại hình thẻ đã được phát hành như: Master Card, Visa Card, Credit Card,...

Đến nay cả nước có 17 NHTM phát hành và thanh toán thẻ nội địa, 10 NHTM làm đại lý phát hành và thanh toán thẻ tín dụng quốc tế. Tổng số thẻ đang phát hành ước tính đạt 3,5 triệu thẻ, trên 2.154 máy rút tiền tự động ATM và trên 17.000 máy POS tại các điểm thanh toán thẻ. Hiện nay EAB đang dẫn đầu khối ngân hàng TMCP và Vietcombank dẫn đầu toàn ngành ngân hàng về dịch vụ thẻ.

+ Dịch vụ kiều hối, thanh toán và chuyển tiền trong nước, quốc tế, kinh doanh ngoại tệ,... cũng được các NHTM đẩy mạnh. Riêng về kiều hối, ước tính trong cả năm 2006, người Việt Nam ở nước ngoài chuyển về nước khoảng 4,2 tỷ USD tiền kiều hối, trong đó trên 80% là chuyển qua các NHTM. Riêng công ty kiều hối Sacombank đạt doanh số chi trả kiều hối trên 660 triệu USD. Tuy nhiên dịch vụ kiều hối tại HDBank tại chưa được phát triển mạnh, hoạt động kiều hối chủ yếu là chi trả Westion Union, nhưng doanh số đạt được rất thấp do công nghệ chưa hiện đại, thời gian giao dịch chậm, không có những chương trình thu hút khách hàng.

- *Mạng lưới hoạt động:*

Mạng lưới giao dịch của HDBank còn quá ít, chỉ mới có chi nhánh ở Tp.HCM, Cần Thơ, Hà Nội, Bình Dương. Trong đó, ở Tp.HCM có 9 điểm giao dịch, Cần Thơ, Hà Nội, Bình Dương mỗi nơi có một điểm giao dịch, điều này đã làm cho thị phần của HDBank bị hạn chế.

Tính đến hết tháng 12-2006, có 12 NHTM thành lập và đưa vào hoạt động công ty kinh doanh chứng khoán, 7 NHTM có 9 công ty cho thuê tài chính. Bên cạnh đó các NHTM còn có các công ty kiều hối, công ty thương mại dịch vụ công ty liên doanh bảo hiểm, liên doanh quỹ đầu tư chứng khoán, liên doanh cho thuê tài chính, công ty kinh doanh vàng bạc.

Điển hình một số NHTM có quy mô hoạt động rộng lớn như:

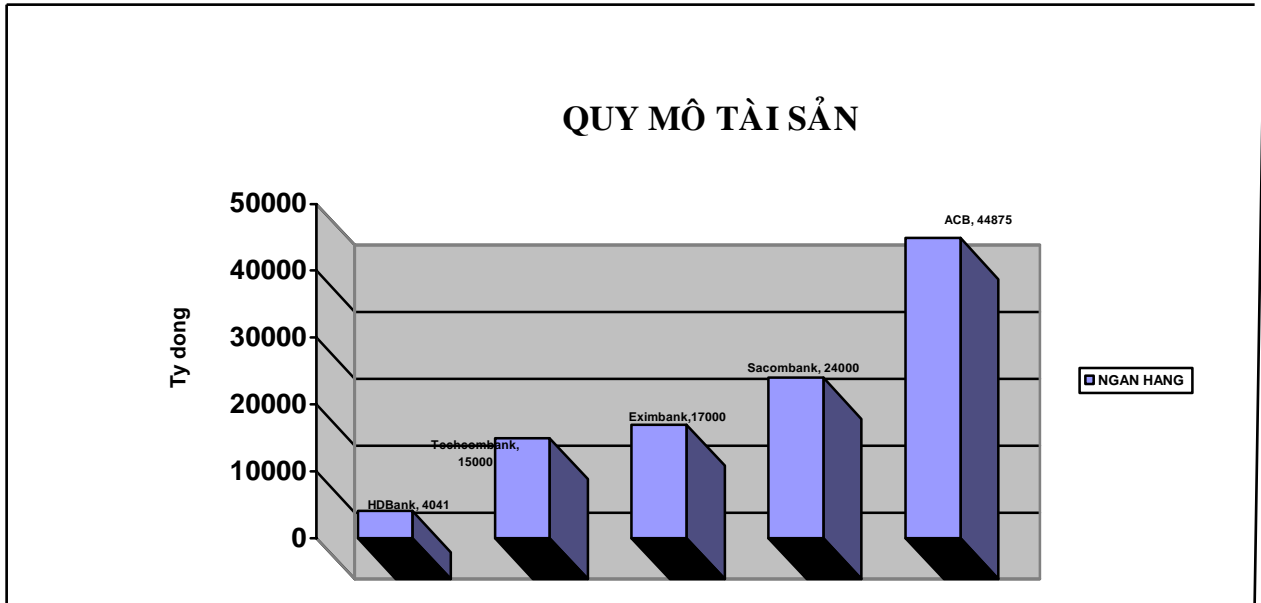
Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu(ACB): hiện nay đang dẫn đầu khối NHTM cổ phần về quy mô hoạt động. Tính đến hết tháng 12/2006, ACB đạt tổng tài sản hơn 44.875 tỷ đồng tăng 85,97% so với cuối năm 2005; tổng nguồn vốn huy động 39.548 tỷ đồng tăng 77,09%; tổng dư nợ cho vay đạt 17.116 tỷ đồng tăng 78,94%. Mạng lưới giao dịch của ACB đến hết năm 2006 đạt 80 chi nhánh và phòng giao dịch.

Đứng thứ hai trong khối NHTM cổ phần là NHTM cổ phần Sài Gòn Thương Tín-Sacombank. Đến hết năm 2006 tổng tài sản đạt 24.000 tỷ đồng tăng 66% so với cùng kỳ năm 2005; lợi nhuận trước thuế đạt 520 tỷ đồng tăng 70% so với năm 2005; mạng lưới giao dịch có 150 điểm giao dịch trên toàn quốc.

Đứng thứ ba về quy mô là NHTM cổ phần Xuất Nhập Khẩu Việt Nam-Eximbank, đến hết tháng 12/2006 đạt tổng tài sản trên 17.000 tỷ đồng tăng 49% so với năm 2005; lợi nhuận trước thuế đạt 340 tỷ đồng; mạng lưới giao dịch có 81 chi nhánh và phòng giao dịch.

Vị trí tiếp theo thuộc về Techcombank, có quy mô tổng tài sản trên 15.000 tỷ đồng, mạng lưới giao dịch có 102 chi nhánh và phòng giao dịch.

SƠ ĐỒ 2.4.2.2: SƠ ĐỒ QUY MÔ TÀI SẢN



- Thương hiệu:

Khách hàng vẫn thường nhầm lẫn thương hiệu HDBank với các ngân hàng khác như: Ngân Hàng Phát Triển Nhà Hà Nội, Ngân Hàng Phát Triển Nhà Đồng Bằng Sông Cửu Long. Mặc dù trong năm 2006, HDBank đã thực hiện nhiều chương trình quảng bá thương hiệu như: chương trình giúp đỡ những hộ khó khăn ở tỉnh Bình Dương, tài trợ cho trẻ em nghèo vượt khó học giỏi do đài truyền hình thành phố Hồ Chí Minh tổ chức,... điều này cho thấy việc quảng bá thương hiệu chưa được hiệu quả.

Bên cạnh việc thương hiệu HDBank chưa được nhận biết, thì kéo theo là thị phần của HDBank còn quá khiêm tốn. HDBank chỉ có mặt trên lĩnh vực dịch vụ ngân hàng truyền thống, còn lĩnh vực dịch vụ ngân hàng hiện đại rộng lớn và màu mỡ thì vẫn còn đang bị bỏ ngỏ.

Ngoài ra, các chương trình khuyến mãi của HDBank còn nghèo nàn, chưa có sức hấp dẫn thu hút khách hàng. Trong khi đó, các NHTM cổ phần trên địa bàn thành phố trong năm 2006 đã thực hiện nhiều chương trình khuyến mãi rầm rộ, với những giải thưởng hấp dẫn như:

- Ngân hàng TMCP Sài Gòn với chương trình gửi tiết kiệm trúng vàng SJC, chương trình gửi tiết kiệm lãi suất càng tăng khi số dư càng nhiều.
- Ngân hàng Đông Á với chương trình sử dụng thẻ Đông Á trúng nhẫn, dây chuyền vàng, kim cương.
- Ngân hàng ACB với chương trình nhận tiền kiều hối qua hệ thống Western Union trúng xe,

Với những chương trình khuyến mãi hấp dẫn, các ngân hàng đã không những thu hút được một số lượng lớn nguồn vốn nhàn rỗi trong dân cư, lượng kiều hối thanh toán qua ngân hàng, mà còn giúp thương hiệu của ngân hàng đến gần với người dân hơn, quen thuộc hơn và gần gũi hơn.

- *Từ phía khách hàng:*

Do lượng khách hàng còn ít, chủ yếu là khách hàng cá nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ. Do vậy, nhu cầu được cung cấp sản phẩm của khách hàng cũng ít đa dạng, đây cũng là một yếu tố quan trọng tạo động lực để ngân hàng phấn đấu phát triển đa dạng hoá sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

- Ngoài ra, một số yếu tố khác như trình độ quản lý yếu kém, môi trường hoạt động nhỏ hẹp chỉ gói gọn trong một số quận trên địa bàn thành phố, cơ sở vật chất lạc hậu, chiến lược quảng cáo tiếp thị chưa mạnh,...cũng là những yếu tố hạn chế trong quá trình phát triển của HDBank.

KẾT LUẬN CHƯƠNG II

---o0o---

Qua phân tích, đánh giá những cơ hội và thách thức của hệ thống ngân hàng Việt Nam nói chung, và HDBank nói riêng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, đồng thời cũng nêu ra những điểm mạnh, điểm yếu của HDBank. Tác giả đã đi sâu vào phân tích thực trạng hoạt động của các NHTM trên địa bàn Tp.HCM và của HDBank trong những năm vừa qua và đặc biệt 10 tháng đầu năm 2006. Trong năm 2006, HDBank đã có những bước phát triển đáng khích lệ. Các dịch vụ ngân hàng truyền thống vẫn là những nhân tố chủ đạo trong hoạt động kinh doanh. Bên cạnh đó, các dịch vụ ngân hàng hiện đại cũng đã được HDBank quan tâm, từng bước triển khai dự án Core-Banking, tạo tiền đề phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại trong những năm kế tiếp.

Bên cạnh đó, trước xu thế hội nhập thế giới và cam kết của Việt Nam trong lĩnh vực Tài chính tiền tệ khi gia nhập tổ chức WTO. Ta nhận thấy những áp lực cạnh tranh gay gắt trong lĩnh vực Tài chính tiền tệ, ngoài những ngân hàng trong nước, HDBank còn phải đứng trước áp lực một làn sóng những tổ chức Tài chính - Ngân hàng nước ngoài với khối lượng vốn khổng lồ sẽ đầu tư kinh doanh tại Việt Nam.

Do vậy bên cạnh những thành tựu đạt được trong năm 2006, thiết nghĩ trong năm 2007 và những năm kế tiếp HDBank cần phải nỗ lực rất nhiều trong công cuộc phát triển thị phần, thị trường, đa dạng hoá sản phẩm nhằm tạo ra những sản phẩm tiện ích nhất phục vụ khách hàng.

Từ thực trạng yêu cầu, nhiều vấn đề về chiến lược phát triển, vấn đề về vốn, vấn đề ứng dụng và khai thác công nghệ, liên kết ngân hàng, phong cách phục vụ, trình độ của đội ngũ cán bộ đang được đặt ra tại HDBank, cần được giải quyết để từng bước phát triển dịch vụ ngân hàng đáp ứng được yêu cầu của quá trình hội nhập kinh tế thế giới.

CHƯƠNG III
GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DỊCH VỤ NGÂN HÀNG
TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHÁT TRIỂN NHÀ TPHCM.

---o0o---

3.1 Mục tiêu định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng giai đoạn 2006->2010:

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

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

- *Về chính sách tiền tệ và ngân hàng:*

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

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

- *Về ngoại hối và thanh toán:*

Việt Nam đã thay thế hệ thống tỷ giá cố định bằng cơ chế tỷ giá linh hoạt thả nổi có quản lý. Việt Nam đã quy định nghĩa vụ tạm thời phải kết nối ngoại tệ với

mục đích tập trung ngoại tệ vào hệ thống ngân hàng để đáp ứng các nhu cầu thiết yếu về ngoại tệ cho nền kinh tế và đã nới lỏng dần yêu cầu kết nối này khi tình hình kinh tế được cải thiện. Hạn chế đối với giao dịch vãng lai đã được bãi bỏ và không duy trì bất kỳ biện pháp nào trái với cam kết của mình về các dịch vụ ngân hàng và các dịch vụ tài chính khác như về thanh toán giao dịch vãng lai và chuyển tiền quốc tế.

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

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

định trong các điều **XVI và XVII của GATS** khi xem xét đơn xin cấp giấy phép mới, phù hợp những hạn chế đã nêu trong Biểu cam kết về Dịch vụ của Việt Nam...

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

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

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

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

Ngày 01/01/2007: 650% vốn pháp định được cấp

Ngày 01/01/2008: 800% vốn pháp định được cấp

Ngày 01/01/2009: 900% vốn pháp định được cấp

Ngày 01/01/2010: 1000% vốn pháp định được cấp

Ngày 01/01/2011: đối xử quốc gia đầy đủ.

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

3.1.2 Những mục tiêu và định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng trên địa bàn Tp.HCM giai đoạn 2006-2010:

Theo nghị quyết Đại hội Đảng bộ Tp.HCM lần thứ VII và theo chương trình mục tiêu lộ trình phát triển dịch vụ ngân hàng trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh, chúng ta có thể khai quát một số mục tiêu và định hướng phát triển về dịch vụ ngân hàng trên địa bàn như sau:

- *Mục tiêu tổng quát:*

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

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

Cải cách căn bản triệt để, phát triển toàn diện hệ thống các tổ chức tín dụng theo hướng hiện đại. Thực hiện ngân hàng điện tử với các giao dịch hiện đại, nhanh chóng, an toàn, đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế, nhu cầu của khách hàng.

- *Định hướng phát triển:*

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

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

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

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

3.1.3 Định hướng phát triển của HDBank giai đoạn 2006->2010:

- *Phát triển mạng lưới các chi nhánh:* đây là một trong những tiêu chí phát triển quan trọng.

- *Nâng cao năng lực tài chính:* chiến lược đề ra là đến năm 2010 HDBank sẽ đạt mức vốn điều lệ khoảng 3000 tỷ đồng, trở thành một trong những ngân hàng TMCP có năng lực tài chính mạnh và phát triển hiện đại. Riêng trong năm tài chính 2007, HDBank phấn đấu đạt mức vốn điều lệ 2000 tỷ đồng (tăng 400% so với năm 2006). Áp dụng chính sách ưu đãi cho cổ đông hiện hữu, tiếp tục mở rộng việc gọi vốn từ các cổ đông mới, chú trọng đến việc góp vốn đối với cổ đông nước ngoài.

- *Phát triển nguồn nhân lực* để tăng yếu tố cạnh tranh, thực hiện chiến lược phát triển nguồn nhân lực chính là sự chuẩn bị cho bước phát triển trong tương lai

của HDBank, giữ vững và phát huy những thành tựu mà HDBank đã đạt được một cách bền vững nhất.

- *Phát triển luôn gắn liền với mục tiêu:* cho vay xây dựng, sửa chữa nhà ở, cho vay phát triển dự án nhà ở, đất ở và chỉnh trang đô thị trên địa bàn thành phố và các tỉnh thành khác trong cả nước.

- *Phát triển các dịch vụ ngân hàng mới,* quyết tâm thực hiện thành công dự án Core Banking trong năm 2007, mở các dịch vụ công nghệ cao như Internet Banking, Home Banking,... Góp vốn thành lập công ty cổ phần thẻ, phát hành thẻ thanh toán nội địa và quốc tế.

- *Đảm bảo tốt quyền lợi của cổ đông và khách hàng:* đây là tôn chỉ hoạt động của HDBank. Trong năm 2006 HDBank đã trả được tỷ lệ cổ tức 16%/năm, tăng 33% so với cam kết trả cổ tức tối thiểu 12%/năm của HDBank. Trong năm tài chính 2007, HDBank tiếp tục cam kết thực hiện chỉ tiêu chi trả cổ tức 12%/năm, đồng thời đảm bảo thực hiện nhanh, hiệu quả các dịch vụ nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao và đa dạng của các đối tượng khách hàng.

3.2 Một số giải pháp phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng tại HDBank :

3.2.1 Giải pháp vĩ mô:

3.2.1.1 Môi trường pháp lý:

- Hiện nay thể chế của hệ thống ngân hàng còn nhiều bất cập, hệ thống pháp luật về ngân hàng còn thiếu tính đồng bộ, chưa phù hợp với yêu cầu cải cách và lộ trình hội nhập. Vì vậy việc cải thiện môi trường pháp lý là một yêu cầu cấp thiết để tạo điều kiện thuận lợi trong quá trình hoạt động và phát triển của hệ thống ngân hàng Việt Nam.

- Với quy mô vốn và tài sản nhỏ, đặc điểm của nền kinh tế Việt Nam còn lạc hậu, nên hiện nay hoạt động của các hệ thống NHTM Việt Nam chủ yếu là hoạt động theo hình thức ngân hàng bán lẻ. Vì vậy, để phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ, cần có một cơ chế đơn giản, gọn nhẹ hơn, thống nhất và dễ hiểu, đảm bảo lợi ích của khách hàng. Vì để ra một sản phẩm mới các ngân hàng cũng phải trải qua rất nhiều bước, nhiều khâu xin phép, trình duyệt,... đặc biệt các cơ quan chức năng phải là người đi đầu trong việc sử dụng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng bán lẻ như các sản phẩm thẻ, trả lương qua tài khoản,...

- Hoàn thiện hệ thống pháp luật và cơ chế chính sách về ngân hàng theo xu hướng ngày càng hoàn thiện, thống nhất, và phù hợp với thông lệ quốc tế. Để được như vậy, thiết nghĩ ngân hàng nhà nước cần tiến hành từng bước cụ thể sau:

- rà soát, sửa đổi, bổ sung cơ chế, chính sách và các văn bản pháp quy phù hợp với lộ trình thực hiện các cam kết quốc tế về lĩnh vực tiền tệ, ngân hàng.

- Nghiên cứu, xây dựng khung pháp lý cho các mô hình TCTD mới, các tổ chức hỗ trợ hoạt động của các TCTD nhằm hoàn thiện và phát triển hệ thống các TCTD, kể cả các tổ chức tài chính phi ngân hàng.

- Đổi mới cơ chế, chính sách tín dụng theo nguyên tắc thị trường, tách bạch hoàn toàn tín dụng chính sách ra khỏi các NHTM, nâng cao quyền tự chủ và tự chịu trách nhiệm của các NHTM trong hoạt động kinh doanh tiền tệ.

- Vì đặc điểm hoạt động của loại hình ngân hàng bán lẻ là phục vụ cho những khách hàng cá nhân, vì vậy sẽ liên quan đến luật dân sự, luật đất đai, thuế,... Do đó, Nhà nước cũng cần nghiên cứu, xây dựng hệ thống pháp luật đồng bộ, thống nhất, các bộ luật không được mâu thuẫn mà phải hỗ trợ nhau. Bên cạnh đó, cũng cần

thiết lập các công ty quản lý nợ, xử lý tài sản,... để giúp các ngân hàng thu hồi tài sản, thanh lý các khoản nợ khó đòi một cách thuận lợi nhất.

- Hoàn thiện các quy định về quản lý ngoại hối, các quy định về tiếp cận thị trường dịch vụ ngân hàng trong nước theo lộ trình tự do hoá thương mại dịch vụ tài chính và mở cửa thị trường tài chính của các cam kết song phương và đa phương, đặc biệt là cam kết trong WTO/GATS

- Cải cách hệ thống kế toán ngân hàng phù hợp với chuẩn mực kế toán quốc tế. Hoàn thiện các cơ chế, chính sách và quy định về thanh toán bằng tiền mặt nhằm mở rộng các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt.

- Tiếp tục nghiên cứu, hoàn thiện quy định về các nghiệp vụ và dịch vụ ngân hàng mới như: quản lý tiền mặt, quản lý danh mục đầu tư, các dịch vụ uỷ thác,...

3.2.1.2 Môi trường hội nhập:

- *Đối với Ngân hàng Nhà nước:*

Trong môi trường hội nhập đòi hỏi NHNN phải uyển chuyển trong hoạt động, cũng như trong việc ban hành các quy định sao cho phù hợp với thông lệ quốc tế và những cam kết của Việt Nam đối với WTO. Để đáp ứng được những yêu cầu trong điều kiện hội nhập, thiết nghĩ NHNN cần có những chuyển biến tích cực trong cách quản lý, và những thay đổi trong cách lập luận mà cụ thể là:

- Cần phải nâng cao năng lực và hiệu quả điều hành.

- Nâng cao vị thế và tính độc lập, tự chủ của NHNN trong việc xây dựng, điều hành chính sách tiền tệ, nhằm tăng cường hiệu lực của các công cụ quản lý.

- Thực thi chính sách tiền tệ, đổi mới cơ chế kiểm soát tiền tệ, lãi suất, tỉ giá theo nguyên tắc thị trường.

- Tăng cường phối hợp với các NHTM và các tổ chức tài chính quốc tế về chính sách tiền tệ, thông tin, và ngăn ngừa rủi ro, qua đó hạn chế được những biến động của thị trường.

- Cải cách thể chế và hệ thống luật ngân hàng theo xu hướng quốc tế

- Nâng cao năng lực hoạt động của các cơ quan quản lý tài chính

- Loại bỏ hình thức bảo hộ, bao cấp vốn đối với các ngân hàng thương mại.

- *Đối với các tổ chức tín dụng:*

- Hội nhập quốc tế là động lực buộc các ngân hàng phải cải cách để hoạt động theo nguyên tắc thị trường, khắc phục những nhược điểm còn tồn tại, đồng thời tăng cường năng lực cạnh tranh trên cơ sở nâng cao trình độ quản trị điều hành và phát triển dịch vụ ngân hàng.

- Hoàn thiện tổ chức bộ máy từ hội sở chính đến các chi nhánh, sắp xếp lại theo hướng quy hoạch và tiếp tục mở rộng hợp lý mạng lưới chi nhánh, điểm giao dịch và các kênh phân phối khác của các TCTD, chú trọng đa dạng hoá các kênh phân phối từ xa và các kênh phân phối điện tử, tự động, phát triển các cơ sở chấp nhận thẻ và các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng, dần dần hạn chế các nghiệp vụ giao dịch tại quầy.

- Kinh doanh theo nguyên tắc thị trường buộc các tổ chức tài chính phải có cơ chế quản lý và sử dụng lao động thích hợp, đặc biệt là chính sách đãi ngộ và đào tạo nguồn nhân lực nhằm thu hút lao động có trình độ, qua đó nâng cao hiệu quả hoạt động và sức cạnh tranh trên thị trường tài chính.

- Mở cửa thị trường dịch vụ ngân hàng và nới lỏng hạn chế đối với các tổ chức tài chính nước ngoài là điều kiện để thu hút đầu tư trực tiếp vào lĩnh vực tài chính - ngân hàng, các ngân hàng trong nước sẽ có điều kiện tiếp cận được những

công nghệ hiện đại, trình độ quản lý, trình độ chuyên môn chuyên nghiệp. Vì vậy, các ngân hàng cần tăng cường hợp tác để chuyển giao công nghệ, phát triển sản phẩm và dịch vụ ngân hàng.

- Mở rộng quan hệ đại lý quốc tế của các ngân hàng trong nước sẽ tạo điều kiện phát triển cho hoạt động thanh toán quốc tế, tài trợ thương mại, góp phần thúc đẩy quan hệ hợp tác đầu tư và chuyển giao công nghệ.

- Hội nhập quốc tế giúp các ngân hàng trong nước tiếp cận thị trường tài chính quốc tế một cách dễ dàng hơn, tuy nhiên đây cũng là một tiềm ẩn rủi ro về lãi suất và tỷ giá. Khi hội nhập, thị trường sẽ rất nhạy cảm với những biến động lãi suất của thị trường tài chính quốc tế. Do đó, đòi hỏi các ngân hàng phải có những chính sách tiền tệ linh hoạt theo tín hiệu của thị trường trong và ngoài nước, hệ thống thông tin, hệ thống quản lý rủi ro hiệu quả nhằm giảm thiểu rủi ro và tối đa hoá lợi nhuận.

3.2.2 Giải pháp vi mô:

3.2.2.1 Giải pháp mang tính chiến lược lâu dài: liên kết với tập đoàn tài chính mạnh:

Hiện nay, để đáp ứng nhu cầu về vốn và đổi mới công nghệ thì các ngân hàng trong nước bên cạnh việc đầu tư vốn để hiện đại hoá ngân hàng, họ còn phát hành cổ phiếu để huy động vốn trong nước cũng như các tập đoàn tài chính mạnh nước ngoài. Ta có thể kể đến một số ngân hàng trong nước đã tiến hành bán cổ phần cho các tập đoàn tài chính nước ngoài như:

- ✓ Ngân hàng Đông Á liên kết với City Bank
- ✓ Hợp tác liên kết thẻ giữa VNBC Việt Nam với China Union Pay, một liên kết thẻ lớn nhất và duy nhất ở Trung Quốc.

- ✓ Ngân hàng Á Châu kết hợp với Western Union
- ✓ Ngân hàng Công Thương cung cấp dịch vụ kiều hối qua máy rút tiền và hợp tác với Wells-Fargon
- ✓ Ngân hàng Đông Á cung cấp dịch vụ chuyển tiền kiều hối với hệ thống MoneyGram.

Thiết nghĩ với mục tiêu đề ra tăng vốn điều lệ lên 2000 tỉ đồng năm 2007, HDBank nên chọn những cổ đông lớn, chiến lược là những tập đoàn tài chính mạnh trên thế giới để liên kết, một mặt để tăng vốn điều lệ, một mặt để được chuyển giao công nghệ hiện đại về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại và trình độ quản lý chuyên nghiệp, mức góp vốn của đối tác chiến lược có thể ở mức tối đa theo quy định của NHNN là 20% -> 30%.

Bên cạnh đó, HDBank cần liên kết với các tập đoàn ngân hàng trong nước để tạo một sự liên thông giữa các ngân hàng nhằm cung cấp một hệ thống sản phẩm dịch vụ ngân hàng một cách tốt nhất, tiện lợi nhất đến khách hàng. Hiện nay ở Việt Nam có một số hệ thống liên kết giữa các ngân hàng như:

- ✓ Hệ thống mạng Banknet: gồm 7 ngân hàng: NH Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn, NH Đầu Tư, NH Công Thương, Ngân hàng Á Châu, Ngân hàng Đông Á, Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín, ngân hàng Sài Gòn, NH xuất nhập khẩu Việt Nam, NH liên doanh Việt Lào.
- ✓ Hệ thống liên kết 9 NHTM gồm: Chohung Vina Bank, NHTMCP Kỹ Thương, NHTMCP nhà Hà Nội, NHTMCP Quân Đội, NHTMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam, NH liên doanh Việt-Lào, NHTMCP Quốc Tế, NHTMCP Phương Nam, NH Ngoại Thương Việt Nam. Trong đó, Ngân

hàng Ngoại Thương Việt Nam làm chủ trì, đây là mạng liên kết lớn nhất và đang hoạt động hiệu quả nhất.

- ✓ Một mạng liên kết khác là giữa các chi nhánh NH nước ngoài tại Việt Nam: ANZ Bank với NHTMCP Sài Gòn Thương Tín và NHTMCP Phương Nam.
- ✓ Mạng BankCard với liên kết giữa các NH Đông Á, NH TMCP nhà Hà Nội, NH Phát Triển Nhà Đồng Bằng Sông Cửu Long, NH Sài Gòn Công Thương.

...

3.2.2.2 Giải pháp về tài chính:

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

- Tăng vốn tự có:

Trong điều kiện ngân sách hạn chế, để tăng vốn điều lệ của HDBank, thiết nghĩ HDBank cần xin chính phủ được bổ sung vốn bằng giải pháp phát hành cổ phiếu, trái phiếu để huy động vốn từ nội bộ nhân viên. Phương án này có ưu điểm là tạo ra nguồn vốn kinh doanh khá nhanh chóng và giúp nhân viên ngân hàng gắn bó với ngân hàng hơn.

Xử lý quyết liệt, dứt điểm nợ xấu, tăng cường năng lực tài chính. Trước khi định giá doanh nghiệp và mời chào cổ đông chiến lược, HDBank phải cải cách triệt để, lành mạnh hoá bảng tổng kết tài sản và đảm bảo các chỉ số hoạt động theo thông lệ quốc tế.

Việc lựa chọn tư vấn quốc tế cần phải thực hiện theo phương thức đấu thầu cạnh tranh. Xác định thực chất năng lực tài chính, chất lượng tài sản của HDBank là một việc làm hết sức quan trọng, đòi hỏi phải được thực hiện theo thông lệ và do công ty kiểm toán nước ngoài có nhiều kinh nghiệm thực hiện. Do đó, ngân hàng cần phải xác định và thuê cho được công ty kiểm toán quốc tế có năng lực và uy tín để hỗ trợ làm rõ chất lượng bảng tổng kết tài sản. Bên cạnh đó, cần lựa chọn đối tác chiến lược phát hành cổ phiếu lần đầu tiên là một việc làm quan trọng, ngân hàng nên lựa chọn những nhà tư vấn có kinh nghiệm, uy tín, giúp đảm bảo thành công cho việc phát hành cổ phiếu lần đầu.

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

- *Tăng khả năng sinh lời:*

Tăng khả năng sinh lời liên quan trực tiếp đến hoạt động nâng cao chất lượng tín dụng và hiệu quả kinh doanh. Trên cơ sở những kinh nghiệm rút ra từ thực tế những năm qua, ngân hàng cần chủ động trong việc ra quyết định kinh doanh. Điều chỉnh lãi suất đầu vào, đầu ra phù hợp trên nguyên tắc huy động vốn và phân bổ tín dụng có hiệu quả, an toàn. Cần chú trọng thị trường bán lẻ nhiều hơn.

Nâng cao chất lượng tín dụng, cần phải chú ý nâng cao trình độ và chất lượng thẩm định dự án. Việc thẩm định dự án cần phải tính kỹ đến các yếu tố rủi ro tiềm ẩn, đặc biệt là những rủi ro liên quan đến bất động sản thế chấp, sự biến động giá

cả của thị trường bất động sản phòng hờ rủi ro có thể xảy ra. Tính toán, thẩm định nguồn thu từ dự án là cơ sở để trả nợ ngân hàng, tính toán kỳ hạn nợ chính xác để hạn chế tối đa việc phát sinh nợ quá hạn. Một vấn đề liên quan đến hoạt động tín dụng đó là ngân hàng nên chủ động đề nghị cung cấp cho doanh nghiệp các phương án tài trợ tín dụng sát với kế hoạch sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp hơn, tạo điều kiện để doanh nghiệp phát huy được thế mạnh của mình. Có như vậy ngân hàng mới có thể đi sâu vào công việc cụ thể của doanh nghiệp, thông qua đó ngân hàng vừa giám sát được dòng vốn bỏ ra, vừa đáp ứng kịp thời nhu cầu của doanh nghiệp, hiệu quả đầu tư sẽ cao hơn.

- *Tăng vốn từ nguồn thu nợ đã được xử lý:*

Ngân hàng thu những khoản nợ được xoá bằng quỹ dự phòng để bổ sung vốn tự có. Do đó giải pháp cụ thể để xử lý những khoản nợ tồn đọng là:

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

- Đối với nợ tồn đọng nhóm 2 (nợ không có tài sản đảm bảo và con nợ không còn tồn tại): kiến nghị nhà nước xoá nợ bằng nguồn quỹ dự phòng rủi ro.

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

HDBank nên thành lập công ty quản lý nợ để giám sát các khoản tín dụng khó đòi, đầu tư thành lập các công ty cho thuê tài chính, công ty chứng khoán, công ty quản lý quỹ,... để đảm bảo hoạt động kinh doanh của ngân hàng đạt hiệu quả.

3.2.2.3 Giải pháp về nguồn nhân lực:

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

- Trước hết, phải nâng cao kỹ năng quản trị điều hành ngân hàng: sẽ tốt hơn và mang tính khả thi cao khi chúng ta lựa chọn và bán cổ phần cho cổ đông chiến lược của mình là các ngân hàng nước ngoài. Chấp nhận chia sẻ lợi nhuận với các ngân hàng nước ngoài, các ngân hàng Việt Nam sẽ nhanh chóng tiếp thu được từ họ kỹ năng, kinh nghiệm quản trị điều hành ngân hàng hiện đại. Tăng cường quyền quản lý của Hội đồng quản trị theo hướng Hội đồng quản trị có quyền bỏ phiếu bất tín nhiệm giám đốc điều hành, cơ quan kiểm soát nội bộ ngân hàng phải độc lập với cơ quan điều hành và trực thuộc hội đồng quản trị.

- Xây dựng chương trình đào tạo cụ thể, sát với thực tiễn. Đối với những cán bộ quản lý các cấp có tiềm năng nên có kế hoạch đào tạo, thực tập tại các ngân hàng nước ngoài trên cơ sở hợp tác trao đổi cán bộ quản lý và nhân viên tác nghiệp với các ngân hàng trong khu vực hoặc các ngân hàng nước ngoài đang hoạt động tại Việt Nam. Coi các chứng chỉ của khoá đào tạo này là một trong những tiêu chuẩn để lựa chọn nhà quản lý hiện đại. Hướng tới thực hiện chương trình thuê giám đốc để bảo đảm cán bộ cấp cao phải là những người có đầy đủ trình độ, năng lực điều hành toàn diện hoạt động ngân hàng.

- Đối với nhân viên ngân hàng, cần có kế hoạch đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn theo hướng chuyên sâu, áp dụng thành thực công nghệ hiện đại. Thường xuyên mở các lớp học, khoá học ngắn hạn có mời những chuyên gia đầu ngành nhằm cập nhật và trang bị kiến thức cho đội ngũ nhân viên ngân hàng từ cấp cơ sở. Bên cạnh những khoá học nâng cao năng lực chuyên môn, ngân hàng nên có kế hoạch tổ chức các khoá học đào tạo kỹ năng giao tiếp, kỹ năng đánh giá tâm lý khách hàng, kỹ năng xử lý tình huống... để đội ngũ cán bộ ngân hàng thực sự là cầu nối giữa khách hàng và ngân hàng.

- Có chiến lược giữ, thu hút và phát triển nguồn nhân lực tài giỏi cho Ngân hàng. Đây là công việc khó đối với hệ thống Ngân hàng Việt Nam nói chung và HDBank nói riêng, vì các ngân hàng nước ngoài thu hút nguồn nhân lực bằng việc trả lương cao, chế độ đãi ngộ tốt. Thực tế cho thấy, thời gian gần đây nguồn cán bộ ngân hàng có năng lực làm việc dưới 35 tuổi rời bỏ ngân hàng trong nước để đến với các ngân hàng nước ngoài có xu hướng tăng cao. Do đó, ngân hàng cần thực hiện chính sách tiền lương phù hợp, trả lương theo nguyên tắc tiền lương gắn với trình độ, năng suất, chất lượng hiệu quả công việc. Đồng thời với việc nâng cao thu nhập cho người lao động, ngân hàng cần xây dựng văn hoá doanh nghiệp phù hợp với ngân hàng hiện đại mang bản sắc Việt Nam. Ngoài cơ chế ràng buộc người lao động về vật chất, rất cần giáo dục cho đội ngũ cán bộ nhân viên tinh thần dân tộc và lợi ích chung của cộng đồng.

3.2.2.4 Giải pháp về nghiên cứu và phát triển sản phẩm(R&D):

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

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

- Thứ hai, xây dựng hệ thống viễn thông nối các chi nhánh: phối hợp với cơ quan bưu chính viễn thông nâng cao chất lượng đường truyền dữ liệu, trên cơ sở đó xây dựng mạng máy tính băng thông rộng kết nối giữa các chi nhánh, phòng giao dịch với hội sở chính. Cần lựa chọn hệ thống kỹ thuật cho phép giao tiếp với nhiều phương thức truyền thông khác nhau đảm bảo xử lý giao dịch nhanh, tránh khỏi những sự cố trong giờ cao điểm. Bên cạnh hệ thống chính thức phải có hệ thống dự phòng luôn ở trạng thái sẵn sàng để sử dụng, trong trường hợp tắc nghẽn hoàn toàn về viễn thông thì chỉ làm ngưng trệ các giao dịch liên chi nhánh, còn các giao dịch nội bộ chi nhánh vẫn hoạt động bình thường.

- Thứ ba, việc nghiên cứu hiện đại hoá công nghiệp sẽ làm tiền đề quan trọng trong hướng phát triển đa dạng hoá sản phẩm. Như đã phân tích ở chương 2, chúng ta thấy số lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng tại HDBank còn nhiều hạn chế, chưa đáp ứng được kỳ vọng của khách hàng. Do đó đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ ngân hàng là một trong những việc mà HDBank cần quan tâm. Cần có kế hoạch

phát triển rõ ràng để nâng cao chất lượng dịch vụ truyền thông và phát triển các loại hình dịch vụ mới. Đối với loại hình dịch vụ truyền thống bên cạnh việc nâng cao chất lượng cung cấp dịch vụ, ngân hàng cần phải làm tốt hơn nữa công tác phát triển khách hàng, thu hút khách hàng, thiết lập mối quan hệ lâu dài với khách hàng, chú trọng đến những sản phẩm đã tạo được niềm tin yêu của khách hàng.

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

- Bên cạnh việc cung cấp nhiều sản phẩm tiện ích, HDBank cần phải xây dựng những sản phẩm dịch vụ mũi nhọn, thế mạnh của mình như dịch vụ môi giới bất động sản, nghiệp vụ kinh doanh vàng,... để nâng cao năng lực cạnh tranh và khẳng định thương hiệu của mình.

3.2.2.5 Giải pháp về phát triển thị trường:

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

HDBank cần đẩy mạnh công tác tiếp thị, quảng bá thương hiệu của mình phù hợp với từng địa bàn quận huyện của thành phố, thông qua các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo rộng rãi về các tiện ích mà sản phẩm dịch vụ ngân hàng mang lại. Xây dựng kế hoạch tài trợ các chương trình văn hoá, thể thao của các địa phương trong thành phố, thông qua đó giới thiệu các sản phẩm dịch vụ ngân hàng đến người dân địa phương. Tổ chức các chương trình rút thăm trúng thưởng, tặng quà thường xuyên để thu hút sự quan tâm của các tổ chức và cá nhân. Thực hiện các chương trình quảng cáo trên các phương tiện truyền thông như đài truyền hình, đài phát thanh, báo chí để tạo sự quen thuộc và gắn gũi về thương hiệu HDBank trong lòng người dân.

Hiện nay mạng lưới giao dịch của HDBank còn quá thưa thớt, vì vậy đã tạo nên sự bất tiện trong giao dịch đối với khách hàng. Do đó phát triển mạng lưới giao

dịch là vấn đề cấp thiết, tuy nhiên phát triển mạng lưới giao dịch nên tập trung khai thác ở các khu công nghệ, các khu chế xuất, khu dân cư,... Kết hợp với chính quyền các địa phương để đăng ký khai thác tại các điểm tập trung nhiều đầu mối kinh tế. Nên kết hợp với các trường đại học, cơ sở giáo dục, trung tâm thương mại, trung tâm văn phòng để đặt phòng giao dịch nhằm khai thác được lượng khách là sinh viên, nhân viên văn phòng, công ty, du khách mua sắm,... đây là một thị trường đầy tiềm năng mà một số ngân hàng đã đi tiên phong như: ngân hàng Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn, ngân hàng Ngoại Thương, ngân hàng Sài Gòn Thương Tín, ngân hàng Đông Á. Chủ động phối hợp với các ban quản lý dự án các khu công nghệ để từng bước khai thác khách hàng là những doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Thâm nhập và khai thác những khách hàng là cán bộ công nhân viên của những công ty này. Nên gắn doanh nghiệp, người lao động và ngân hàng bằng bài toán lợi ích.

Tuy nhiên phát triển mạng lưới giao dịch phải đảm bảo được yếu tố công nghệ, tức là chi nhánh hoặc phòng giao dịch phải kết nối được với hội sở chính hoặc chi nhánh cấp 1 để quản trị rủi ro, quản trị thanh khoản, theo dõi tình hình hoạt động hàng ngày. Bên cạnh đó khi mở thêm mạng lưới giao dịch cần phải có bước chuẩn bị kỹ càng về vốn và đội ngũ nhân lực.

3.2.2.6 Giải pháp về xây dựng thương hiệu:

Hình ảnh thương hiệu của một sản phẩm rất quan trọng cho quá trình phát triển và tồn tại của sản phẩm đó.

Trong quá trình phân tích ở chương 2, tác giả đã đưa ra một điểm rất quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu của HDBank, đó là thương hiệu HDBank vẫn còn bị nhầm lẫn với một số ngân hàng khác, điều này cho thấy thương hiệu của

HDBank chưa đủ mạnh để thu hút khách hàng và chưa đủ đảm bảo cho quá trình phát triển mạnh và bền vững trong tương lai. Do đó, một hoạt động cần được đẩy mạnh song song với quá trình phát triển đa dạng hoá sản phẩm đó là việc HDBank phải xây dựng một chiến lược quảng bá thương hiệu, đưa thương hiệu HDBank trở thành một thương hiệu mạnh và gắn gũi với khách hàng.

Để thực hiện chiến lược xây dựng thương hiệu, thiết nghĩ HDBank cần thực hiện các hoạt động như:

- ✓ Đẩy mạnh công tác tiếp thị, quảng bá thương hiệu của mình phù hợp với từng địa bàn quận huyện của thành phố, thông qua các hoạt động tuyên truyền, quảng cáo rộng rãi về các tiện ích mà sản phẩm dịch vụ ngân hàng mang lại.
- ✓ Xây dựng kế hoạch tài trợ các chương trình văn hoá, thể thao của các địa phương trong thành phố, thông qua đó giới thiệu các sản phẩm dịch vụ ngân hàng đến người dân địa phương.
- ✓ Thực hiện các chương trình công tác xã hội, thăm và tặng quà cho các xã nghèo, gia đình neo đơn, tặng học bổng cho trẻ em hiếu học, tài trợ cho các tài năng trẻ qua đó sẽ giúp ngân hàng chuẩn bị cho nguồn nhân lực trong tương lai.
- ✓ Tổ chức các chương trình rút thăm trúng thưởng, tặng quà với giá trị hấp dẫn, khai thác những sở thích của người Việt Nam, kích thích trí tò mò của khách hàng và phù hợp với đặc điểm của khách hàng từng khu vực để thu hút sự quan tâm của các tổ chức và cá nhân.
- ✓ Thực hiện các chương trình quảng cáo trên các phương tiện truyền thông như đài truyền hình, đài phát thanh, báo chí khắp cả nước,, đặc

biệt là những chương trình được nhiều sự quan tâm của khán giả để tạo sự quen thuộc và gắn gũi về thương hiệu HDBank trong lòng người dân.

3.2.2.7 Xây dựng biểu phí dịch vụ hợp lý:

Trong quá trình hội nhập, yếu tố cạnh tranh là một vấn đề nổi bật, không có cạnh tranh sẽ không có sự phát triển. Do vậy, để tồn tại và phát triển đòi hỏi HDBank cần xây dựng một biểu phí dịch vụ hợp lý.

Một khung biểu phí hợp lý trong điều kiện cạnh tranh thiết nghĩ cần đảm bảo các nguyên tắc sau:

- ✓ Khung biểu phí phải được xây dựng trên nguyên tắc lấy yếu tố cạnh tranh làm hàng đầu.
- ✓ Đảm bảo quyền lợi của ngân hàng và của khách hàng.
- ✓ Đảm bảo được tính linh hoạt, và đa dạng của sản phẩm .
- ✓ Đảm bảo được các tiêu chí mà ngân hàng đề ra trong từng thời kỳ.

Một khung biểu phí dịch vụ hợp lý sẽ tạo được sự hài lòng của khách hàng, và là công cụ để giúp ngân hàng đạt được những mục tiêu trong kinh doanh cũng như góp phần tạo một vị thế cho ngân hàng trong xu thế cạnh tranh.

KẾT LUẬN CHƯƠNG III

---o0o---

Từ những nhu cầu thực tế của quá trình hội nhập, tác giả đã đưa ra những giải pháp chiến lược lâu dài cũng như những giải pháp cụ thể, với mong muốn góp phần vào quá trình hiện đại hoá Ngân Hàng Phát Triển Nhà Thành Phố Hồ Chí Minh.

Đối với những giải pháp mang tính chiến lược lâu dài, đòi hỏi ngân hàng phải có những bước đi thận trọng, lựa chọn đối tác nước ngoài phù hợp với định hướng phát triển của HDBank, và đảm bảo chuyển giao công nghệ hiện đại. Bên cạnh đó, HDBank cũng cần có những bước chuẩn bị cho việc thành lập các công ty tài chính như công ty quản lý nợ, công ty chứng khoán,...

Đối với những giải pháp mang tính cụ thể, trước mắt đòi hỏi ngân hàng cần có những biện pháp tăng vốn điều lệ, để nâng cao năng lực cạnh tranh. Bên cạnh đó, việc phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại, nâng cao giá trị thương hiệu, mở rộng thị phần, nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên cũng là những nhiệm vụ cấp bách.

Với những bước chuẩn bị kỹ càng, cùng với những giải pháp mang tính chiến lược lâu dài và trước mắt, có như vậy thì nhiệm vụ mở rộng thị phần và hiện đại hoá ngân hàng mới đảm bảo được tính bền vững và cạnh tranh được với các ngân hàng nước ngoài trong quá trình hội nhập kinh tế thế giới.

KẾT LUẬN

---o0o---

Việt Nam chính thức gia nhập tổ chức thương mại thế giới WTO vào ngày 7/11/2006, sự gia nhập này mang lại nhiều cơ hội và thách thức cho lĩnh vực tài chính ngân hàng cũng như những ngành kinh tế khác của đất nước. Nghiên cứu về sự phát triển của loại hình dịch vụ tài chính ngân hàng hiện đại trong thời kỳ hội nhập là yêu cầu cấp thiết đối với những nhà quản lý kinh tế nói chung và những nhà quản trị ngân hàng nói riêng.

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

Trên cơ sở phân tích các nhân tố tác động đến sự phát triển dịch vụ ngân hàng trong điều kiện hội nhập, đề tài đã phân tích, đánh giá những cơ hội và thách thức của hệ thống ngân hàng Việt Nam nói chung và HDBank nói riêng. Bên cạnh việc nêu ra những điểm mạnh, điểm yếu của HDBank, tác giả còn phân tích, nhìn nhận quá trình hoạt động của HDBank trong những năm qua đặc biệt là năm 2006. Năm 2006, HDBank đã có những bước phát triển đáng khích lệ, các dịch vụ ngân hàng truyền thống vẫn là những nhân tố chủ đạo trong hoạt động kinh doanh. Bên

cạnh đó, HDBank đã có những chính sách lãi suất linh hoạt trong hoạt động huy động vốn và cho vay, thực hiện đúng cam kết về mức lãi suất với hiệp hội ngân hàng. Thực hiện những chương trình khuyến mãi, phát triển nhiều loại hình tiền gửi tiết kiệm, các chương trình quảng cáo, công tác xã hội để đưa thương hiệu HDBank đến gần với người dân hơn.

Xuất phát từ cam kết của chính phủ Việt nam với tổ chức thương mại thế giới WTO về lĩnh vực tài chính ngân hàng, cũng như các mục tiêu định hướng phát triển của thành phố Hồ Chí Minh, những cơ hội và thách thức mà hệ thống ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố nói chung và HDBank nói riêng sẽ gặp phải trong quá trình hội nhập, thì những yêu cầu về chiến lược phát triển, về vốn, ứng dụng và khai thác công nghệ, liên kết ngân hàng, phong cách phục vụ, trình độ của đội ngũ cán bộ, đang được đặt ra và cần giải quyết.

Thông qua đề tài nghiên cứu “ Đẩy mạnh sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại tại Ngân Hàng Phát Triển Nhà Thành Phố Hồ Chí Minh”, tác giả đã phân tích thực trạng của HDBank, từ đó đưa ra những giải pháp mang tính chiến lược lâu dài và cụ thể, để đảm bảo thương hiệu HDBank phát triển mạnh và bền vững, cạnh tranh được với các ngân hàng nước ngoài trong quá trình hội nhập kinh tế thế giới.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

--o0o---

1. PGS.TS Nguyễn Đăng Dờn (2005), *Tiền tệ ngân hàng*, Nhà xuất bản Thống Kê.
2. PGS.TS Nguyễn Đăng Dờn (2005), *Tín dụng và nghiệp vụ ngân hàng*, Nhà xuất bản Thống Kê.
3. PGS.TS Thái Bá Cần, Th.S Trần Nguyên Nam(2004), *Phát triển thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập*, Nhà xuất bản tài chính.
4. PGS.TS. Sử Đình Thành, T.S Vũ Thị Minh Hằng(2006), *Nhập môn tài chính tiền tệ*, nhà xuất bản TP. Hồ Chí Minh.
5. Lê Văn Tê, Ngô Hương(2001), *Tiền tệ và Ngân hàng* , Nhà xuất bản Thống Kê.
6. Nguyễn Khánh Dương (2007), “Phát triển dịch vụ tài chính của ngân hàng thương mại trên địa bàn Thành Phố Hồ Chí Minh thời kỳ hậu WTO” , luận văn Thạc Sĩ Kinh Tế, Đại học kinh tế Tp.HCM
7. Lê Văn Hùng (2007), “2006, thị trường tài chính khởi sắc. Tạo hành lang pháp lý cho hội nhập tài chính”, Tạp chí *Thời báo kinh tế Sài Gòn*, đặc san năm 2007, tr.35-37.

8. Nguyễn Đức (2007), “Ngân hàng phát triển trong cạnh tranh. Dự báo những xu hướng lớn năm 2007”, Tạp chí *Thời báo kinh tế Sài Gòn*, đặc san năm 2007, tr.51-55.

9. Ngân hàng nhà nước Việt Nam chi nhánh TP.HCM (2006), “*Chương trình mục tiêu lộ trình phát triển dịch vụ ngân hàng trên địa bàn Tp.HCM giai đoạn 2006-2010*”.

10. Ngân hàng nhà nước Việt Nam chi nhánh TP.HCM, “*Báo cáo tổng kết tình hình thực hiện chương trình mục tiêu – lộ trình phát triển dịch vụ ngân hàng trên địa bàn Tp.HCM giai đoạn 2001-2005*”.

11. Ngân hàng nhà nước Việt Nam chi nhánh TP.HCM (2006), “*Báo cáo sơ bộ về phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng trên địa bàn Tp.HCM 10 tháng năm 2006*”.

12. Tạp chí ngân hàng, tạp chí kế toán, tạp chí nghiên cứu kinh tế, các bài viết liên quan đến vấn đề hội nhập WTO và cạnh tranh trong quá trình hội nhập.

13. Văn kiện đại hội cổ đông thường niên năm 2006 của HDBank

14. Các Website tham khảo:

- Website Bộ Tài Chính: <http://www.mof.gov.vn>

- Website Bộ Thương Mại: <http://www.nciec.gov.vn>

- Website NHNN Việt Nam: <http://www.sbv.gov.vn>

- Website báo tuổi trẻ: <http://www.tuoiitre.com.vn>

- Website WTO: <http://www.wto.org>