

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



BÙI TẤN ĐỊNH

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN
HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM KHI VIỆT NAM CHÍNH
THỨC GIA NHẬP TỔ CHỨC THƯƠNG MẠI THẾ GIỚI (WTO)**

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. UNG THỊ MINH LỆ

TP. HỒ CHÍ MINH – NĂM 2007

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



BÙI TẤN ĐỊNH

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN
HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM KHI VIỆT NAM CHÍNH
THỨC GIA NHẬP TỔ CHỨC THƯƠNG MẠI THẾ GIỚI (WTO)**

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. UNG THỊ MINH LỆ

TP. HỒ CHÍ MINH – NĂM 2007

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn tốt nghiệp là trung thực.

Tác giả luận văn

Bùi Tấn Định

MỤC LỤC

Trang

Trang phụ bìa

Lời cam đoan

Mục lục

Danh mục các ký hiệu, chữ viết tắt

Danh mục các bảng, biểu

Danh mục các hình vẽ, đồ thị

Mở đầu

1

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH

1.1 CẠNH TRANH TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG4

1.1.1 Khái niệm thị trường và năng lực cạnh tranh4

1.1.2 Phân biệt các loại thị trường cạnh tranh.....5

1.1.3 Các nhóm yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh7

1.2 CẠNH TRANH TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH NGÂN HÀNG.....7

1.2.1 Khái niệm, chức năng và vai trò của ngân hàng thương mại7

1.2.1.1 Khái niệm: 7

1.2.1.2 Chức năng cơ bản của NHTM ngày nay: 9

1.2.1.3 Vai trò cơ bản của ngân hàng thương mại: 10

**1.2.2 Các nhân tố cấu thành năng lực cạnh tranh của Ngân hàng thương mại
.....10**

1.2.2.1 Năng lực tài chính:	11
1.2.2.2 Nguồn nhân lực:.....	11
1.2.2.3 Công nghệ thông tin:.....	12
1.2.2.4 Tính đa dạng và độc đáo của sản phẩm và dịch vụ:	12
1.2.2.5 Chiến lược Marketing:	13
1.2.2.6 Chăm sóc khách hàng:.....	13
1.2.3 Các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của Ngân hàng thương mại.	13
1.3 MỘT SỐ KINH NGHIỆM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRÊN THẾ GIỚI.....	14
CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM	
2.1 SỰ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM	18
2.2 THỰC TRẠNG VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM	19
2.2.1 Thực trạng về năng lực tài chính	20
2.2.1.1 Quy mô về vốn kinh doanh:	20
2.2.1.2 Hoạt động huy động vốn:	22
2.2.1.3 Hoạt động cho vay:	28
2.2.2 Thực trạng về sản phẩm dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam	34
2.2.3 Thực trạng về nguồn nhân lực.....	35
2.2.4 Thực trạng về công nghệ thông tin.....	38

2.2.6	Thực trạng về sự liên kết của các Ngân hàng thương mại Việt Nam	41
2.2.7	Một số tồn tại khác của các Ngân hàng thương mại Việt Nam hiện nay	42
2.3	LỘ TRÌNH MỞ CỬA CỦA HỆ THỐNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRONG CAM KẾT GIA NHẬP WTO	43
2.3.1	Các cam kết về tiếp cận thị trường.....	43
2.3.2	Cam kết về đối xử quốc gia	45
2.3.3	Ảnh hưởng của lộ trình mở cửa đến năng lực cạnh tranh của các Ngân hàng thương mại Việt Nam	46
2.4	MỘT SỐ TRỞ NGẠI LIÊN QUAN TỚI MÔI TRƯỜNG PHÁP LÝ VÀ MÔI TRƯỜNG KỸ THUẬT	46
2.5	VỊ THẾ CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM KHI VIỆT NAM CHÍNH THỨC TRỞ THÀNH THÀNH VIÊN WTO.....	47
2.5.1	Điểm mạnh.....	47
2.5.2	Điểm yếu	48
2.5.3	Cơ hội.....	49
2.5.4	Thách thức	50
 CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP GÓP PHẦN NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM		
3.1	GIẢI PHÁP VĨ MÔ	52
3.1.1	Giải pháp từ phía Chính phủ.....	52
3.1.2	Giải pháp từ phía Ngân hàng Nhà nước	53
3.2	GIẢI PHÁP TỪ PHÍA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM.	54
3.2.1	Nâng cao năng lực tài chính	54

3.2.2 Chú trọng tới chất lượng nguồn nhân lực và cơ cấu tổ chức	56
3.2.3 Nhanh chóng hiện đại hóa công nghệ ngân hàng	58
3.2.4 Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ	59
3.2.5 Phát triển mạng lưới chi nhánh	60
3.2.6 Chiến lược kinh doanh, marketing và chăm sóc khách hàng.....	61

Kết luận

Tài liệu tham khảo

DANH MỤC CÁC THUẬT NGỮ VÀ CÁC TỪ VIẾT TẮT

ATM: Máy rút tiền tự động

CN TP.HCM: Chi nhánh thành phố Hồ Chí Minh

FDI: Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài

GDP: Tổng sản phẩm quốc nội (Gross Domestic Products)

L/C: Thư tín dụng

NHNN: Ngân hàng Nhà nước

NHTM: Ngân hàng thương mại

NHTM NN: Ngân hàng thương mại Nhà nước

NHTM CP: Ngân hàng thương mại cổ phần

NHTM VN: Ngân hàng thương mại Việt Nam

ODA: Nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức

TCTD: Tổ chức tín dụng

TP.HCM: Thành phố Hồ Chí Minh

WTO: Tổ chức Thương mại thế giới

DANH MỤC CÁC BẢNG, BIỂU

Trang

Bảng 2.1: Số lượng Ngân hàng và các tổ chức phi tín dụng tại Việt Nam.....	19
Bảng 2.2: Vốn điều lệ một số NHTM CP thời điểm 31/12/2006	21
Bảng 2.3: Tình hình huy động vốn của các NHTM trên địa bàn Tp.HCM	25
Bảng 2.4: Tình hình cho vay của các NHTM trên địa bàn Tp.HCM.....	30

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

	Trang
Biểu đồ 2.1: Huy động vốn từ nền kinh tế	23
Biểu đồ 2.2: Tăng trưởng huy động vốn từ 2000-2005	24
Biểu đồ 2.3: Tỷ trọng huy động vốn phân theo TCTD năm 2005	24
Biểu đồ 2.4: Huy động vốn phân theo TCTD tại TP.HCM năm 2006	26
Biểu đồ 2.5: Tín dụng đối với nền kinh tế	28
Biểu đồ 2.6: Tỷ trọng tín dụng phân theo TCTD năm 2005	29
Biểu đồ 2.7: Hoạt động cho vay theo TCTD tại TP.HCM năm 2006	31

LỜI MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết của đề tài:

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, để vững bước tiến vào thế kỷ 21 và để tránh nguy cơ tụt hậu so với các nước trong khu vực và thế giới, Đảng và Nhà nước ta cũng đã đề ra một chiến lược phát triển dài hạn và mục tiêu đến năm 2020, nước ta cơ bản phải trở thành một nước công nghiệp.

Sau 20 năm mở cửa tham gia vào quá trình hội nhập quốc tế, đến nay, kinh tế Việt Nam đang trong giai đoạn tăng trưởng mạnh, tốc độ tăng trưởng GDP hàng năm là khá cao, năm 2005 là 8.43% và năm 2006 là 8,17% và theo kế hoạch được Quốc hội thông qua, dự kiến GDP trong năm 2007 sẽ là 8,5%. Ngoài ra, Quốc hội Việt Nam khóa XI cũng đã thông qua Nghị quyết về kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006 - 2010, trong đó, đặt mục tiêu GDP tăng trưởng 7,5% - 8%/năm.

Để đạt được mục tiêu trên, Đảng và Nhà nước ta cũng đã có một bước đi trình tự và theo một hướng đúng. Đó là nước ta đã trở thành thành viên chính thức khối ASEAN, tham gia vào khu vực mậu dịch tự do AFTA, ký kết hiệp định song phương với Hoa Kỳ, tham gia khối APEC và mới đây nhất, vào tháng 07/11/2006, nước ta đã trở thành thành viên thứ 150 của WTO. Đây có thể xem là mốc son đánh dấu Việt Nam có thể phát triển mạnh hơn nữa.

Chúng ta có thể nhìn nhận rằng, để đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế một cách bền vững, tài chính – ngân hàng phải là xương sống cho sự phát triển này. Tuy nhiên, hiện tại ngành ngân hàng Việt Nam đang trong giai đoạn chuyển mình và trong tương lai không xa, ngành ngân hàng sẽ phát triển vượt bậc. Với những dự báo như thế cùng với việc Việt Nam chính thức gia nhập WTO, các NHTM VN hiện tại sẽ chịu sự cạnh tranh do có sự gia nhập ngành cao. Sự gia nhập này không chỉ có sự thành lập các ngân hàng mới của các tổ chức và cá nhân trong nước mà chắc chắn sẽ có sự tham gia của các NHNNg theo lộ trình cam kết khi

Với ý nghĩa đó, tác giả xin chọn đề tài “**nâng cao năng lực cạnh tranh của các Ngân hàng thương mại Việt Nam khi Việt Nam chính thức gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO)**” để nghiên cứu.

2. Mục tiêu nghiên cứu:

Thứ nhất, làm rõ các khái niệm về thị trường và năng lực cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường; khái niệm về ngân hàng và các nhân tố ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh ngân hàng và tìm ra được những tiêu chí để đánh giá năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại.

Thứ hai, làm rõ thực trạng về năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại Việt Nam trên những nhân tố và tiêu chí mà luận văn đã đề cập trong phần một, nghiên cứu lộ trình mở cửa của ngành ngân hàng trong cam kết WTO, và phân tích một số vướng mắc liên quan tới môi trường pháp lý và môi trường kỹ thuật, trên cơ sở đó, đánh giá vị thế của các NHTM VN khi Việt Nam chính thức trở thành thành viên WTO.

Cuối cùng, với kết quả nghiên cứu được, luận văn đưa ra một số giải pháp giúp các NHTM VN nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

Tất cả các NHTM hoạt động trên lãnh thổ Việt Nam, các ngân hàng, tập đoàn tài chính lớn trên thế giới cũng như một số đối tượng khác liên quan tới hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại.

4. Phương pháp nghiên cứu:

Luận văn được nghiên cứu dựa trên phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử; phương pháp điều tra thống kê; phương pháp

so sánh kết hợp với những lý luận khoa học để làm rõ những vấn đề cần nghiên cứu trong luận văn.

5. Ý nghĩa của đề tài:

Đứng trước vận hội mới, các NHTM VN sẽ có những cơ hội lớn để phát triển cùng với sự tăng trưởng cao của nền kinh tế nước ta. Để tận dụng những lợi thế hiện có và nâng cao hơn nữa năng lực cạnh tranh của mình khi mà nước ta đã hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới, khi mà có rất nhiều ngân hàng đa quốc gia muốn tham gia vào thị trường tài chính – ngân hàng đầy tiềm năng như thị trường nước ta thì có thể nhìn nhận, đây sẽ là một thách thức lớn cho các NHTM VN.

Với ý nghĩa trên, luận văn nghiên cứu nhằm giúp các NHTM VN có cái nhìn đúng hơn về thực lực hiện tại của mình so với các NHNNg, từ đó có những giải pháp và những điều chỉnh hợp lý để tồn tại và phát triển cũng như nâng cao năng lực cạnh tranh hơn nữa để góp phần thúc đẩy nền kinh tế phát triển.

6. Kết cấu luận văn:

Luận văn bao gồm 3 chương cùng với lời mở đầu và kết luận được trình bày như sau:

- Lời mở đầu.
- Chương 1: Tổng quan về Ngân hàng thương mại và năng lực cạnh tranh.
- Chương 2: Phân tích và đánh giá thực trạng về năng lực cạnh tranh của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.
- Chương 3: Một số giải pháp góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.
- Kết luận.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH

1.1 CẠNH TRANH TRONG NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG

1.1.1 Khái niệm thị trường và năng lực cạnh tranh

– *Khái niệm thị trường:*

Theo David Begg: “*thị trường là sự biểu hiện thu gọn của quá trình mà thông qua đó các quyết định của các gia đình về tiêu dùng các mặt hàng nào, các quyết định của các công ty về sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và các quyết định của người công nhân về việc làm bao lâu cho ai đều được dung hoà bằng sự điều chỉnh giá cả*”¹.

Thị trường là nơi người mua và người bán có thể trực tiếp gặp nhau, có thể thông qua trung gian. Bây giờ, chúng ta có thể nhìn thị trường một cách hẹp hơn: “*thị trường là tập hợp các sự thoả thuận thông qua đó người bán và người mua tiếp xúc với nhau để trao đổi hàng hóa và dịch vụ*”².

– *Khái niệm cạnh tranh:*

Cạnh tranh là một khái niệm được sử dụng để đánh giá cho tất cả các doanh nghiệp, các ngành khác nhau. Nhưng những mục tiêu cơ bản được đặt ra cho mỗi loại hình đó lại phụ thuộc vào những góc độ khác nhau. Có không ít những khái niệm khác nhau về cạnh tranh, vì vậy, chúng ta có thể nhìn nhận cạnh tranh theo những cách riêng của mình.

¹ David Begg, Kinh tế học, NXB Giáo dục, Hà Nội 1992, trang 11

² David Begg, Kinh tế học, NXB Giáo dục, Hà Nội 1992, trang 44

Các nhà kinh tế học cho rằng: *“cạnh tranh là sự ganh đua, đấu tranh của các chủ thể trên thị trường nhằm mang lại những lợi ích cao nhất về phía mình”*.

Diễn đàn cấp cao về cạnh tranh công nghiệp của Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) thì cho rằng: *“khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp, ngành, quốc gia và vùng trong việc tạo ra việc làm và thu nhập cao hơn trong điều kiện cạnh tranh quốc tế”*.

Một định nghĩa khác về cạnh tranh như sau: *“cạnh tranh có thể định nghĩa như là một khả năng của doanh nghiệp nhằm đáp ứng và chống lại các đối thủ cạnh tranh của mình trong cung cấp sản phẩm, dịch vụ một cách lâu dài và có lợi nhuận”*.

Từ sự phân tích như trên có thể thấy cạnh tranh là sự ganh đua giữa các chủ thể kinh tế với nhau thông qua các hành động và sự phấn đấu cùng với những biện pháp khác nhau để giành được những lợi thế nhất định trên thương trường: những ưu thế về thị phần, danh tiếng và lợi nhuận so với đối thủ.

Trên cơ sở đó có thể đưa ra khái niệm tổng quát về cạnh tranh như sau: *“Cạnh tranh là phạm trù chỉ quan hệ kinh tế theo đó các chủ thể kinh tế huy động tất cả các nguồn lực, sử dụng những phương pháp ưu tú nhất nhằm giành được những mục tiêu kinh tế và mang lại lợi nhuận cao nhất”*.

1.1.2 Phân biệt các loại thị trường cạnh tranh

- *Thị trường cạnh tranh hoàn hảo*: thị trường cạnh tranh hoàn hảo phải hội đủ những điều kiện sau: *thứ nhất*, có nhiều doanh nghiệp, số doanh nghiệp này phải đủ lớn; *thứ hai*, các sản phẩm sản xuất ra có thể được thay thế bằng nhiều sản phẩm khác; *thứ ba*, người mua và người bán nắm được thông tin thực tế về giá cả các sản phẩm trên thị trường; *thứ tư*, có thể tự do nhập và xuất ngành mà không có sự khuyến khích nào đối với sự cấu kết của các doanh nghiệp hiện hành.

- *Thị trường độc quyền:* đối lập với thị trường cạnh tranh hoàn hảo là thị trường độc quyền. Một thị trường được coi là độc quyền khi chỉ có một nhà cung ứng trên thị trường đó. Một ngành được xem như độc quyền hoàn toàn khi nó thoả mãn các điều kiện sau:
 - + *Một là*, những đối thủ cạnh tranh không thể gia nhập ngành. Doanh nghiệp hoàn toàn không có đối thủ cạnh tranh, do đó có thể định sản lượng hay giá mà không e ngại doanh nghiệp khác nhập ngành.
 - + *Hai là*, không có sản phẩm thay thế tương tự. Nếu không có sản phẩm thay thế tương tự sản phẩm của mình, nhà độc quyền sẽ không lo ngại về phản ứng của các doanh nghiệp cung ứng những sản phẩm dịch vụ khác bởi vì những sản phẩm đó hầu như không thể thay cho sản phẩm và dịch vụ của nhà độc quyền.
- *Thị trường cạnh tranh độc quyền:* một ngành cạnh tranh mang tính độc quyền khi trong ngành có nhiều người bán sản phẩm có thể dễ thay thế cho nhau và mỗi doanh nghiệp chỉ có khả năng hạn chế ảnh hưởng tới giá cả của mình.

Từ khái niệm trên chúng ta có thể rút ra hai đặc điểm của thị trường cạnh tranh độc quyền:

Thứ nhất, có sự tự do nhập ngành. Các doanh nghiệp mới có thể tự do nhập ngành nếu thấy ngành này đang sinh lời cao hay tự do rút khỏi ngành nếu thấy ngành này không còn khả năng sinh lời. Sự nhập và xuất ngành bảo đảm cho ngành luôn có một lượng doanh nghiệp nhất định, do vậy, có sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong việc định giá và thay thế sản phẩm.

Thứ hai, các doanh nghiệp cạnh tranh với nhau bằng việc bán ra các sản phẩm riêng biệt. Các sản phẩm này thay thế cho nhau ở mức độ cao nhưng không phải thay thế hoàn toàn. Một khi sản phẩm của mình định giá quá cao thì người ta sẵn

sàng thay thế sản phẩm khác. Do vậy, các doanh nghiệp có thể chi phối các sản phẩm của mình ở một mức độ giới hạn.

Trong thị trường cạnh tranh độc quyền, mỗi doanh nghiệp bán ra các sản phẩm riêng biệt để phục vụ cho khúc thị trường riêng của mình. Do vậy, mỗi doanh nghiệp có thể ảnh hưởng tới phần thị trường của mình ở một mức độ nào đó bằng cách thay đổi giá cả của mình so với những đối thủ cạnh tranh khác.

1.1.3 Các nhóm yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh

Trong nền kinh tế thị trường, có rất nhiều yếu tố tạo nên năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Có thể chia thành hai nhóm yếu tố chính sau:

- *Nhóm yếu tố vĩ mô*: gồm các yếu tố chính sách kinh tế, chính trị, xã hội, yếu tố tự nhiên.
- *Nhóm yếu tố vi mô*: tài chính, quản trị, chất lượng nguồn nhân lực, chiến lược marketing, đối thủ cạnh tranh, khách hàng, sản phẩm dịch vụ, ứng dụng công nghệ thông tin.

1.2 CẠNH TRANH TRONG LĨNH VỰC KINH DOANH NGÂN HÀNG

1.2.1 Khái niệm, chức năng và vai trò của ngân hàng thương mại

1.2.1.1 Khái niệm:

Ngân hàng Thương mại đã hình thành và phát triển hàng trăm năm gắn liền với sự phát triển kinh tế hàng hóa. Sự phát triển này có tác động rất lớn và quan trọng đối với sự phát triển kinh tế hàng hóa, và ngược lại sự phát triển kinh tế đòi hỏi các ngân hàng cần phải hoàn thiện và là những định chế không thể thiếu được.

Theo pháp luật Mỹ, “*bất kỳ một tổ chức nào cung cấp cung cấp tài khoản tiền gửi, cho phép khách hàng rút tiền theo yêu cầu (như bằng cách viết séc hay bằng việc*

rút tiền điện tử), và cho vay đối với các tổ chức kinh doanh hay cho vay thương mại sẽ được xem là một ngân hàng”³.

Theo Peter S.Rose, “*ngân hàng là một tổ chức tài chính cung cấp danh mục các dịch vụ tài chính đa dạng nhất – đặc biệt là tín dụng, tiết kiệm và dịch vụ thanh toán – và thực hiện nhiều chức năng tài chính nhất so với bất kỳ một tổ chức kinh doanh nào trong nền kinh tế*”⁴.

Theo văn bản luật số 20/2004/QH11 ngày 15/06/2004 về việc sửa đổi một số điều của Luật tổ chức tín dụng, chúng ta có một số khái niệm về các tổ chức tín dụng như sau:

- *Tổ chức tín dụng: “là doanh nghiệp được thành lập theo Luật này và các quy định khác của pháp luật để hoạt động ngân hàng”.*
- *Ngân hàng: “là loại hình tổ chức tín dụng được thực hiện toàn bộ hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác có liên quan. Theo tính chất và mục tiêu hoạt động, các loại hình ngân hàng gồm ngân hàng thương mại, ngân hàng phát triển, ngân hàng đầu tư, ngân hàng chính sách, ngân hàng hợp tác và các loại hình ngân hàng khác”.*
- *Tổ chức tín dụng phi ngân hàng: “là loại hình tổ chức tín dụng được thực hiện một số hoạt động ngân hàng như là nội dung kinh doanh thường xuyên, nhưng không được nhận tiền gửi không kỳ hạn, không làm dịch vụ thanh toán. Tổ chức tín dụng phi ngân hàng gồm công ty tài chính, công ty cho thuê tài chính và các tổ chức tín dụng phi ngân hàng khác”.*

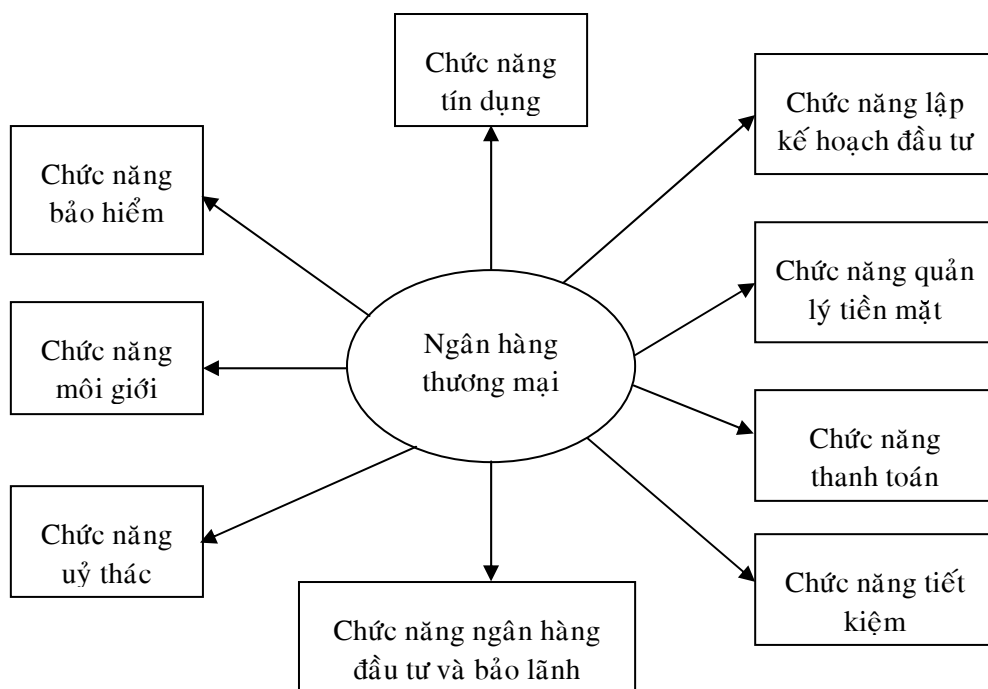
³ Peter S.Rose, Quản trị ngân hàng thương mại, NXB Tài chính, Hà Nội 2004, trang 6

⁴ Peter S.Rose, Quản trị ngân hàng thương mại, NXB Tài chính, Hà Nội 2004, trang 7

- Tổ chức tín dụng nước ngoài: “là tổ chức tín dụng thành lập theo luật nước ngoài”.
- Tổ chức tín dụng hợp tác: “là tổ chức tín dụng tổ chức kinh doanh tiền tệ và làm dịch vụ ngân hàng, do các tổ chức, cá nhân, và hộ gia đình tự nguyện lập để hoạt động ngân hàng theo quy định của Luật này và Luật hợp tác xã nhằm mục đích tương trợ nhau phát triển sản xuất, kinh doanh và đời sống. Tổ chức tín dụng hợp tác gồm ngân hàng hợp tác, quỹ tín dụng nhân dân và các hình thức khác”.

Tuy có nhiều cách tiếp cận và được phân chia theo nhiều hình thức tổ chức tín dụng khác nhau, nhưng trong bài viết này, NHTM được tiếp cận thông qua những yếu tố cơ bản sau: NHTM là một tổ chức kinh tế, hoạt động nhằm mục đích kinh doanh, hoạt động kinh doanh trong hầu hết lĩnh vực tiền tệ tín dụng và dịch vụ ngân hàng.

1.2.1.2 Chức năng cơ bản của NHTM ngày nay:



1.2.1.3 Vai trò cơ bản của ngân hàng thương mại:

Hệ thống NHTM đóng một vai trò hết sức quan trọng góp phần tạo nên sự phát triển ngày không ngừng của nền kinh tế. Vai trò cơ bản của NHTM được khái quát như sau:

- *Vai trò trung gian:* đây là vai trò rất quan trọng của ngân hàng, nó chuyển các khoản tiền nhàn rỗi từ các cá nhân, các tổ chức này... thành các khoản tín dụng cho những cá nhân, những tổ chức khác có nhu cầu về vốn để đầu tư vào những mục đích khác nhau. Nhờ vậy, NHTM thúc đẩy nền kinh tế ngày càng phát triển.
- *Vai trò thanh toán:* thực hiện vai trò này, ngân hàng thay mặt khách hàng thực hiện việc thanh toán, mua hàng hóa và dịch vụ.
- *Vai trò người bảo lãnh:* ngân hàng cam kết trả nợ thay cho khách hàng khi khách hàng mất khả năng thanh toán.
- *Vai trò đại lý:* thay mặt khách hàng quản lý và bảo vệ tài sản của họ, phát hành hay chuộc lại chứng khoán.
- *Vai trò thực hiện các chính sách:* thực hiện các chính sách kinh tế của Chính phủ, góp phần điều tiết sự tăng trưởng kinh tế và theo đuổi các mục tiêu xã hội.

1.2.2 Các nhân tố cấu thành năng lực cạnh tranh của Ngân hàng thương mại

Trước hết, chúng ta có thể hiểu rằng năng lực cạnh tranh của NHTM là khả năng tạo ra lợi thế và sử dụng có hiệu quả các lợi thế đó của mình so với các đối thủ khác nhằm mang lại một kết quả tốt hơn đối thủ. Tuy nhiên, để đạt được kết quả

này, các NHTM cần phải hiểu rằng năng lực cạnh tranh là một yếu tố động, luôn có sự thay đổi.

Có rất nhiều yếu tố cấu thành nên năng lực cạnh tranh của một ngân hàng, một tổ chức, một đơn vị... Nhưng năng lực cạnh tranh của mỗi ngành, mỗi loại hình kinh doanh đều có những yếu tố cấu thành riêng. Những yếu tố cơ bản cấu thành năng lực cạnh tranh của NHTM gồm:

1.2.2.1 Năng lực tài chính:

Năng lực tài chính của NHTM được thể hiện thông qua quy mô tổng tài sản, quy mô vốn tự có và các chỉ số phản ánh tính hiệu quả trong kinh doanh như chất lượng tài sản nợ, tài sản có... Một khi NHTM kiểm soát tốt chất lượng tài sản nợ, tài sản có của mình cũng như quy mô vốn để đáp ứng đầy đủ các mục tiêu kinh doanh của mình thì sẽ làm cho năng lực tài chính càng trở nên lành mạnh.

Bất kỳ một đơn vị kinh doanh nào cũng cần có tình hình tài chính lành mạnh, quy mô tài sản đủ lớn để thực hiện những mục tiêu kinh doanh của mình. Đối với NHTM, năng lực tài chính tốt sẽ tạo được niềm tin cho khách hàng, dễ dàng huy động vốn, tăng được tối đa số tiền trên mỗi món vay. Ngoài ra, theo Luật các tổ chức tín dụng quy định thì tỷ lệ tài sản cố định phải chiếm tỷ lệ tối đa 50% trên vốn tự có, do đó, NHTM sẽ có điều kiện mua thêm tài sản cố định, cải tiến công nghệ. Tất cả những vấn đề này sẽ làm tăng thêm năng lực cạnh tranh của một NHTM.

1.2.2.2 Nguồn nhân lực:

Cùng với năng lực tài chính, nguồn nhân lực là một trong những yếu tố quan trọng trong chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh của NHTM. Con người là một yếu tố đặc biệt. Tính chất đặc biệt đó thể hiện ở chỗ con người là tập hợp những yếu tố tâm, sinh lý, tình cảm và trí tuệ. Như vậy, nếu một NHTM sở hữu được những

1.2.2.3 Công nghệ thông tin:

Trong điều kiện kinh doanh toàn cầu hóa, công nghệ thông tin là phương tiện hỗ trợ đắc lực cho cạnh tranh trong và ngoài nước.

Điều này cũng đã cho chúng ta thấy thông qua việc công nghệ thông tin hiện nay đã làm thay đổi mọi thứ, giúp cho hoạt động sản xuất kinh doanh trở nên thuận lợi và nhanh chóng hơn. Hoạt động kinh doanh ngân hàng là loại hình kinh doanh đặc biệt, các dịch vụ, các tiện ích gia tăng được ứng dụng bởi công nghệ rất nhiều. Công nghệ phát triển, giúp NHTM giải quyết nhanh chóng, tiện lợi, chính xác và an toàn, có thể cho phép khách hàng giao dịch không cần tới trực tiếp ngân hàng mà có thể ngồi tại nhà thực hiện các giao dịch thông qua internet, điện thoại... Như vậy, ứng dụng công nghệ cao vào công việc quản trị sẽ là tiền đề giúp NHTM nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

1.2.2.4 Tính đa dạng và độc đáo của sản phẩm và dịch vụ:

Trong cùng một ngành kinh doanh, các NHTM thường có những sản phẩm thông thường và cùng loại với nhau. Để nổi bật, các NHTM phải có những sản phẩm đặc trưng riêng, nâng cao tiện ích của các sản phẩm để thu hút sự chú ý nhiều hơn của mọi người. Như vậy:

- NHTM phải có nhiều loại sản phẩm để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng và thay đổi của khách hàng, của nhiều nhóm khách hàng.
- NHTM phải có những sản phẩm độc đáo của riêng mình.

1.2.2.5 Chiến lược Marketing:

Khi có năng lực tài chính tốt, nguồn nhân lực chất lượng cao, công nghệ tiên tiến, và sản phẩm dịch vụ đa dạng nhưng nếu không biết cách đưa những sản phẩm, hình ảnh của ngân hàng tới khách hàng thì không thể thành công. Vì vậy, chiến lược marketing tốt sẽ quảng bá được hình ảnh, quảng bá sản phẩm, đưa sản phẩm tới tay người tiêu dùng một cách nhanh nhất. Ngoài ra, marketing không chỉ là quảng cáo để bán hàng mà còn là tìm hiểu nhu cầu của thị trường, khơi gợi nhu cầu, thậm chí là định hướng thị trường để từ đó chúng ta có những chính sách và chiến lược kinh doanh dài hạn, nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của mình.

1.2.2.6 Chăm sóc khách hàng:

Ngày nay, với công nghệ hiện đại, các sản phẩm dịch vụ từ các ngân hàng thường không khác nhau về tính tiện lợi và các dịch vụ gia tăng khác. Như vậy, cần phải chăm sóc khách hàng sao cho khách hàng cảm thấy luôn được quan tâm, được đáp ứng nhu cầu thích hợp nhất ... như vậy, ngân hàng sẽ “giữ chân” khách hàng lâu hơn.

1.2.3 Các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của Ngân hàng thương mại

Theo định nghĩa, NHTM là một tổ chức kinh tế đặc biệt, hoạt động kinh doanh của NHTM là kinh doanh tiền tệ. Vì vậy, để đánh giá năng lực cạnh tranh của NHTM không chỉ đơn thuần đánh giá về số lượng, chất lượng sản phẩm dịch vụ mà còn có cả lòng tin, uy tín, về độ an toàn trong kinh doanh. Có thể chia các nhóm tiêu chí để đánh giá năng lực cạnh tranh như sau:

- ❖ *Nhóm các chỉ tiêu phản ánh các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh của NHTM:* các chỉ tiêu đánh giá năng lực quản lý, phát triển nguồn nhân lực, đánh giá công nghệ ngân hàng, đánh giá năng lực tài chính, đánh giá mức độ

rủi ro trong hoạt động, các chỉ tiêu phản ánh phạm vi, chất lượng sản phẩm, dịch vụ, uy tín giá trị thương hiệu, các chỉ tiêu đánh giá năng lực hệ thống và mạng lưới phân phối.

- ❖ *Nhóm chỉ tiêu phản ánh cơ chế, chính sách sử dụng và phát triển lợi thế so sánh của NHTM:* các chỉ tiêu phản ánh hiệu lực và hiệu quả của chính sách phát triển và sử dụng hợp lý nguồn nhân lực; các chỉ tiêu phản ánh hiệu lực, hiệu quả và mức độ an toàn của chính sách phát triển công nghệ ngân hàng; các chỉ tiêu phản ánh hiệu lực và hiệu quả chính sách phát triển và sử dụng hợp lý năng lực tài chính; các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả và hiệu lực của chính sách phát triển và phát triển hợp lý hệ thống phân phối sản phẩm, dịch vụ; các chỉ tiêu phản ánh hiệu quả và hiệu lực của chính sách phát triển và sử dụng hợp lý giá trị thương hiệu.
- ❖ *Nhóm chỉ tiêu phản ánh kết quả thực hiện chính sách cạnh tranh của NHTM có:* mức độ tăng trưởng tài sản có, thị phần tăng thêm hoặc nhịp độ tăng thị phần, tỷ lệ gia tăng khách hàng hàng năm, tỷ trọng lợi nhuận của từng nhóm sản phẩm và dịch vụ trên tổng số lợi nhuận kinh doanh của NHTM, lợi nhuận biên của NHTM trong việc ứng dụng các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh.

1.3 MỘT SỐ KINH NGHIỆM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRÊN THẾ GIỚI

Từ những năm 70 của thế kỷ trước, một số tập đoàn tài chính đã bắt đầu hình thành và đến nay đã hình thành những tập đoàn tài chính khổng lồ trên thế giới. Các tập đoàn này không những có tiềm lực tài chính mạnh mà còn có trình độ quản lý rất cao, cơ cấu hiện đại và có mạng lưới hoạt động rộng khắp các nước

trên thế giới. Các tập đoàn tài chính này có thể kể đến như: CityGroup, HSBC, Deutsche Bank...

❖ Mở rộng quy mô: trong quá trình hình thành và phát triển của mình, các tập đoàn này luôn có sự mua lại hay sáp nhập các ngân hàng lại với nhau, giữa các ngân hàng với các doanh nghiệp hàng đầu khác để trở thành một tập đoàn tài chính ngày càng mạnh hơn. Họ thường xuyên mở rộng quy mô hoạt động nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của các doanh nghiệp, các tập đoàn tài chính xuyên quốc gia.

Việc sáp nhập không chỉ là những ngân hàng nhỏ với nhau mà có thể là những tập đoàn tài chính mạnh sáp nhập với nhau để họ càng trở nên mạnh hơn nữa. Hoạt động này cũng diễn ra thường xuyên tại Mỹ, Nhật...

❖ Mở rộng địa bàn hoạt động: các ngân hàng luôn theo chân các công ty trong nước. Điều này, một mặt hỗ trợ cho các doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả, mặt khác là cũng để phát triển ra bên ngoài. Một chứng minh thực tế cho thấy, City Bank luôn theo chân các tập đoàn Mỹ phát triển rộng khắp trên toàn thế giới, phục vụ cho hoạt động thanh toán và tài trợ vốn cho các công ty này. Đối với quốc gia mà City Bank mở chi nhánh, bất kỳ một công ty nào được chấp nhận mở tài khoản thanh toán thì công ty đó được giao dịch tại thị trường Mỹ rất dễ dàng. Điều này đã tạo cho City Bank hoạt động có hiệu quả và được các doanh nghiệp rất tin tưởng.

❖ Xây dựng một quy chế, chuẩn mực hoạt động, tạo ra một sự đồng bộ xuyên suốt từ tất cả những hội sở và chi nhánh trên toàn thế giới.

❖ Xây dựng một chiến lược khách hàng dài hạn, trong đó xác định rõ nhu cầu, mục tiêu của từng nhóm đối tượng khách hàng và đề ra các biện pháp thích hợp để hoàn thành những mục tiêu đó. Lấy khách hàng làm trọng tâm, mọi hoạt động

đều xuất phát từ nhu cầu của khách hàng. Các ngân hàng luôn thỏa mãn một cách tốt nhất nhu cầu của khách hàng, tiêu chuẩn hàng đầu là lấy sự hài lòng của khách hàng làm thước đo để đánh giá chất lượng các sản phẩm, dịch vụ của mình, đánh giá chất lượng hoạt động của từng bộ phận có liên quan.

❖ Đa dạng hóa hoạt động trên cơ sở chất lượng, dựa trên sự chuyên môn hóa cao và đặc biệt luôn tập trung vào những sản phẩm, dịch vụ cũng như những lĩnh vực mà mình có lợi thế. Luôn bám sát sự đổi mới, các phát minh các công nghệ hiện đại, công nghệ thông tin luôn được quan tâm đúng mực và ứng dụng rộng rãi vào tất cả mọi hoạt động kinh doanh của mình, từ đó không những tạo ra được tính ưu việt của các sản phẩm và dịch vụ mà mình cung cấp mà còn làm cho nó độc đáo và nổi trội hơn các đối thủ của mình. Các ngân hàng này còn có những chính sách thâm nhập vào các tập đoàn, các ngân hàng khác để hợp tác về công nghệ, đào tạo nhân viên tạo nên sự phụ thuộc và liên kết giữa các ngân hàng, các doanh nghiệp khác.

❖ Nguồn nhân lực chất lượng cao và được đối xử tốt: đội ngũ nhân viên cũng như lãnh đạo giỏi, có kỹ năng quản trị và giao tiếp tốt. Biết lắng nghe và tận tình phục vụ khách hàng. Có chính sách tiền lương hợp lý, khi được nhận vào làm việc tại các ngân hàng này, mức lương được hưởng rất cao và có nhiều chính sách ưu đãi khác nhằm giúp người lao động yên tâm làm việc mà không phải lo tới việc chi tiêu tài chính của mình. Các ngân hàng biết cách thu hút nhân tài từ những nước mà mình mở chi nhánh hoạt động. Cơ cấu tổ chức rất hợp lý, điều này cũng làm cho các nhân viên luôn phấn đấu làm việc và phát huy hết những năng lực của mình. Mỗi nhân viên trong ngân hàng được xem là một nhà marketing đích thực, họ tạo ra được những giá trị cốt lõi cho những sản phẩm, dịch vụ mà ngân hàng đó cung cấp.

❖ Xây dựng thương hiệu của mình trên cơ sở chuẩn hóa và đồng nhất chất lượng của các sản phẩm và dịch vụ trên toàn thế giới.

Kết luận chương 1:

Trên cơ sở những định nghĩa về lý thuyết cạnh tranh cũng như các khái niệm về ngân hàng mà một số nhà khoa học đã đề cập, bài viết cũng đã xây dựng được một mô hình tổng quát về năng lực cạnh tranh và các chỉ tiêu cũng như các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của các NHTM. Với những tiêu chí hiện có cộng với những kinh nghiệm được rút ra từ hoạt động kinh doanh của các tập đoàn tài chính lớn trên thế giới, đây chính là tiền đề cho việc nghiên cứu và đánh giá thực trạng của các NHTM VN, từ đó có những cái nhìn đúng hơn về năng lực cạnh tranh của các NHTM VN.

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH VÀ ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

2.1 SỰ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

Sự hình thành và phát triển của hệ thống NHTM VN qua nhiều giai đoạn, nhiều thời kỳ khác nhau. Nhưng sự hình thành và phát triển của hệ thống ngân hàng Việt Nam được nhắc tới 2 giai đoạn đáng chú ý sau:

+ Từ năm 1954 – 1987: thời kỳ ngân hàng một cấp, NHNN vừa đóng vai trò là NHTW vừa hoạt động kinh doanh tài chính. Mỗi tỉnh mở một chi nhánh, thực hiện các kế hoạch tài chính để điều hành nền kinh tế tập trung bao cấp.

+ Từ năm 1988 – nay: là một thời kỳ phát triển mới của ngân hàng, đó là thời kỳ với hệ thống ngân hàng hai cấp, phù hợp với thông lệ quốc tế. Hệ thống ngân hàng hai cấp gồm hệ thống NHNN và ngân hàng trung gian. NHNN là cơ quan quản lý lĩnh vực tiền tệ tín dụng ngân hàng, hoạch định các chính sách tài chính, điều hành chính sách tiền tệ, cơ chế tỷ giá hối đoái, hoạt động không mang tính chất thương mại. NH trung gian gồm các NHTM CP, NHTM NN, các tổ chức tín dụng phi ngân hàng...

Nhờ có cải cách hợp lý trên mà hệ thống ngân hàng trở nên linh hoạt hơn, hoạt động kinh doanh ngân hàng ngày càng phát triển, nâng cao được năng lực cạnh tranh của mình, góp phần đưa nền kinh tế phát triển lên tầm cao mới.

2.2 THỰC TRẠNG VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

Trong những năm qua, thành tựu phát triển kinh tế – xã hội của nước ta đã phát triển một cách đáng khích lệ. Tốc độ tăng trưởng GDP năm 2005 là 8,43% và năm 2006 là 8,17%. Đây là tốc độ phát triển cao nhất trong hơn 9 năm qua và cao hơn nhiều so với một số nước các nước trong khu vực. Hệ thống ngân hàng đóng một vai trò không nhỏ trong việc ổn định kinh tế vĩ mô, thúc đẩy sự phát triển chung của đất nước. Bước sang năm 2007 - năm đầu tiên thực hiện các cam kết của một thành viên WTO - sẽ là một hứa hẹn cho sự phát triển và bùng nổ của ngành tài chính - ngân hàng. Để đáp ứng cho sự hứa hẹn đó, các NHTM VN cũng đã có những bước chuẩn bị về vốn, công nghệ, nguồn nhân lực...

Bảng 2.1: Số lượng Ngân hàng và các tổ chức phi tín dụng tại Việt Nam

STT	Các tổ chức tín dụng tại Việt Nam	31/12/04	31/12/05	31/12/06
1	Ngân hàng Thương mại QD	5	5	5
2	Ngân hàng chính sách	1	1	1
3	Ngân hàng Thương mại cổ phần	36	37	34
4	Ngân hàng liên doanh	4	5	5
5	Chi nhánh ngân hàng nước ngoài	28	31	31
6	Công ty tài chính	5	6	6
7	Công ty cho thuê tài chính	9	9	11
8	Quỹ tín dụng nhân dân	906	905	938

Nguồn: Báo cáo thường niên của NHNN VN năm 2004, 2005, 2006

Qua bảng số liệu trên cho thấy, số chi nhánh NHNNg và ngân hàng liên doanh ngày càng tăng, và trong thời gian tới, số lượng ngân hàng sẽ tăng lên nhiều hơn nữa. Theo số liệu của NHNN, hiện tại đã 20 hồ sơ số hồ sơ đề nghị thành lập mới. Hơn nữa, kể từ ngày 01/04/2007, NHNNg đã được phép thành lập ngân hàng trên

lãnh thổ Việt Nam với 100% vốn. Điều này cho thấy, trong tương lai gần, áp lực cạnh tranh giữa các ngân hàng sẽ càng trở nên gay gắt hơn. Sự cạnh tranh này không chỉ có giữa các NHTM VN với NHNNg mà còn có sự cạnh tranh giữa các ngân hàng nội địa với nhau.

2.2.1 Thực trạng về năng lực tài chính

Từ một hệ thống ngân hàng độc quyền, ngành ngân hàng Việt Nam đã chuyển mình và thay đổi thành hệ thống ngân hàng hai cấp. Sự thay đổi đáng ghi nhận này bắt đầu từ những năm 1990, đó là việc tách chức năng kinh doanh khỏi NHNN VN. Một số lớn NHTM CP đã được thành lập bên cạnh các NHTM NN. Với số vốn ít ỏi ban đầu, đến nay các NHTM NN và NHTM CP đã không ngừng phát triển và lớn mạnh về vốn, quy mô kinh doanh, nguồn nhân lực, công nghệ hiện đại và các sản phẩm dịch vụ ngày càng đa dạng, đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

2.2.1.1 Quy mô về vốn kinh doanh:

Theo Nghị định số 141/2006/NĐ – CP ngày 22 tháng 11 năm 2006, cuối năm 2008, một NHTM CP muốn tồn tại thì số vốn điều lệ phải ít nhất là 1.000 tỷ đồng và đến 2010 thì tối thiểu phải là 3.000 tỷ đồng.

Để đón đầu quá trình hội nhập và đáp ứng đủ số vốn mà Nghị định Chính phủ ban hành, các NHTM VN đã có những hành động cụ thể, đó là việc gia tăng vốn điều lệ cũng như quy mô hoạt động của mình. Có thể nhìn nhận rằng, năm 2006 là năm đột phá của các NHTM CP, vốn điều lệ của hầu hết các NH này đều tăng lên đáng kể. Các NHTM CP lớn như ACB, SACOMBANK, EXIMBANK... đều tăng lên hơn 1.000 tỷ đồng, đặc biệt một số NH nhỏ cũng đã tăng vốn một cách nhanh chóng là An Bình, Đông Nam Á... Riêng các NHTM CP có trụ sở tại TP.HCM, tính đến ngày 31/12/2006 tổng số vốn điều lệ đạt 13.033 tỷ đồng, tăng 2 lần so với năm 2005.

Bảng 2.2: Vốn điều lệ một số NHTM CP thời điểm 31/12/2006

Đơn vị: tỷ đồng

ACB	1.100
SACOMBANK	2.089
EAB	880
TECHCOMBANK	1.500
EXIMBANK	1.212
SOUTHERNBANK	1.290
VIB BANK	1.000
QUÂN ĐỘI	1.045
AN BÌNH	1.131

Nguồn: Ngân hàng Nhà nước

Đối với các NHTM NN, tính từ ngày thành lập đến nay, Chính phủ cũng đã nhiều lần bổ sung thêm vốn điều lệ. Đây là các ngân hàng có tiềm lực tài chính mạnh trong hệ thống NHTM VN. Tính đến nay, tổng số vốn của các NHTM NN khoảng trên 21.000 tỷ đồng, tương đương 1,35 tỷ USD.

Tuy các NHTM VN đều tăng vốn trong thời gian qua nhưng nhìn chung, tổng tài sản của các NHTM CP còn tương đối nhỏ, chỉ có Á Châu là ngân hàng có tổng tài sản lớn hơn 40.000 tỷ đồng, tương đương khoảng 3 tỷ USD, còn lại, các NHTM CP khác đều có tổng tài sản tương đối thấp so với quy mô tăng vốn điều lệ của mình.

Còn đối với các NHTM NN, tuy có số vốn tự có lớn do được hậu thuẫn của Nhà nước nhưng nhìn chung, chỉ có Vietcombank là ngân hàng có vốn tự có lớn và tổng tài sản lớn, khoảng trên 120.000 tỷ đồng, tương đương 7.5 tỷ USD. Tuy nhiên, nếu xét trên bình diện quốc tế, Vietcombank, một ngân hàng hoạt động

hiệu quả nhất Việt Nam và được xếp hạng trong danh sách 1000 ngân hàng tốt nhất thế giới, cũng chỉ có vốn điều lệ tương đương khoảng trên 350 triệu USD, chỉ bằng một ngân hàng bậc trung của các nước trong khu vực.

Như vậy, tính tới thời điểm này, các NHTM NN coi như đã đáp ứng đủ nghị định chính phủ ban hành. Còn đối với các NHTM CP, với việc thị trường chứng khoán phát triển mạnh như hiện nay, việc tăng vốn điều lệ để đáp ứng đủ số vốn mà Nghị định chính phủ ban hành là điều rất dễ thực hiện. Tuy nhiên, việc tăng vốn điều lệ của các NHTM CP nhỏ vẫn chưa đạt kết quả khả quan do quy mô hoạt động còn kém, hiệu quả sử dụng đồng vốn chưa cao. Điều này cũng sẽ hạn chế rất nhiều việc nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

Tóm lại, với quy mô vốn điều lệ và tổng tài sản hiện có, các NHTM VN khó cạnh tranh nổi khi các NHNNg có nguồn vốn khổng lồ xâm nhập vào thị trường nước ta. Đơn cử như các NHNNg hiện tại có mặt tại Việt Nam: Citybank, HSBC, ... có quy mô tổng tài sản hàng ngàn tỷ USD. Các NHTM có vốn điều lệ nhỏ thì khó khăn trong việc đầu tư vào công nghệ, mở rộng quy mô hoạt động và khó có thể tham gia tài trợ những dự án lớn.

2.2.1.2 Hoạt động huy động vốn:

Nhìn chung, trong giai đoạn hiện nay, vấn đề huy động vốn cho sự phát triển kinh tế đã có những chuyển biến tích cực, góp phần đáng kể cho sự tăng trưởng và phát triển kinh tế. Năm 2005, tính theo giá thực tế tiêu dùng cuối cùng tăng 15% so với năm 2004, tiết kiệm trong nước đã được cải thiện từ 27,5% GDP lên đến 29,8% GDP trong năm 2005. Quan hệ cân đối giữa tích lũy - tiêu dùng đang được cải thiện theo xu hướng tăng, tỷ lệ tích lũy tiêu dùng tăng từ 19,7% năm 2001 lên 22,1 năm 2005. Đây là điều kiện hết sức thuận lợi để cho các NHTM duy trì và nâng cao khả năng huy động vốn của mình.

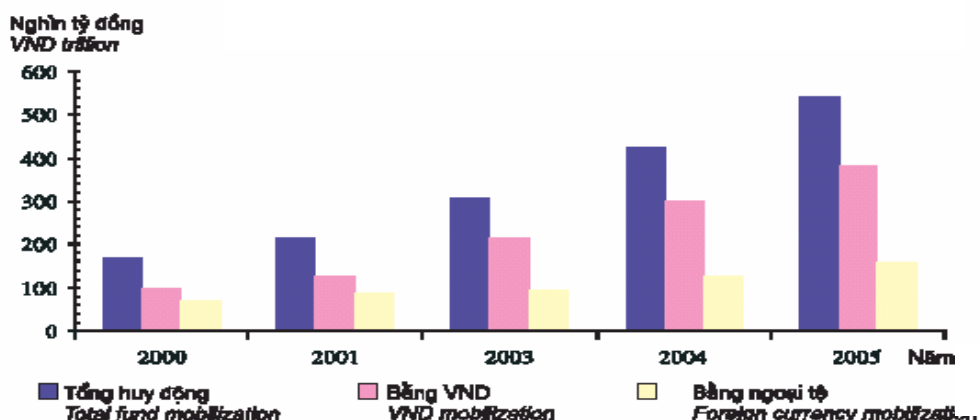
Đến cuối năm 2004, huy động vốn của toàn hệ thống tăng cao, 33,2% so với 25,8% của năm 2003. Nhưng đến cuối năm 2005, tốc độ huy động vốn toàn hệ thống lại giảm, chỉ tăng được 28,86%. Trong đó, huy động vốn bằng VND tăng 27,87%, thấp hơn mức 33,73% của năm 2004 và huy động ngoại tệ tăng 24,5% thấp hơn nhiều so với 2004 là 31,96%.

Nếu xét về cơ cấu huy động thì huy động từ dân cư của năm 2005 tăng 37,06%, cao hơn nhiều so với năm 2004. Tốc độ huy động từ các tổ chức kinh tế giảm làm cho tổng nguồn vốn huy động giảm. Điều này có thể nhận thấy rằng, có thể các doanh nghiệp đã tận dụng tối đa các nguồn vốn của mình để phát triển sản xuất.

Về cơ cấu, huy động bằng ngoại tệ có xu hướng tăng, năm 2005 tăng 24,1% trong tổng phương tiện thanh toán, cao hơn mức 23,89% của năm 2004 và 23,6% của năm 2003, tuy nhiên mức tăng này không đáng kể.

Xét về mức độ tăng trưởng, huy động có xu hướng chậm lại và giảm, nhưng đến cuối năm 2005, tổng số nguồn vốn huy động đã lên tới hơn 500 nghìn tỷ đồng. Đây là một dấu hiệu tốt, thể hiện sự tăng trưởng kinh tế và năng động trong huy động vốn của hệ thống NHTM VN.

Biểu đồ 2.1: Huy động vốn từ nền kinh tế



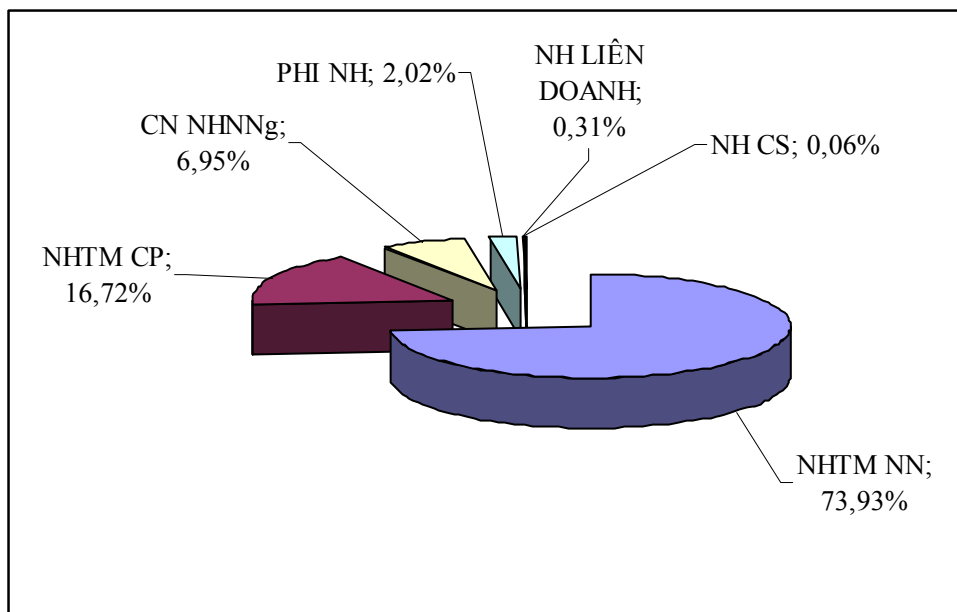
Nguồn: trích từ báo cáo thường niên của NHNN VN, năm 2005

Biểu đồ 2.2: Tăng trưởng huy động vốn từ 2000-2005



Nguồn: trích từ báo cáo thường niên của NHNN VN, năm 2005

Biểu đồ 2.3: Tỷ trọng huy động vốn phân theo TCTD năm 2005



Nguồn: Ngân hàng Nhà nước, năm 2005

Biểu đồ 2.3 cho thấy các NHTM VN hiện đang chiếm một thị phần lớn trên thị trường huy động vốn. Nhưng nếu xét riêng các NHTM VN thì các NHTM CP còn

chiếm một thị phần khá khiêm tốn, chỉ có 16,72% trong khi các NHTM NN chiếm tới 73,93%. Như vậy, vẫn có sự phân hóa trên thị trường huy động vốn hiện tại giữa các ngân hàng với nhau.

Nguyên nhân của sự phân hóa này dễ nhận thấy nhất đó là các NHTM NN lâu nay vẫn được hậu thuẫn quá lớn từ phía Nhà nước, chưa thấy thể hiện một khả năng cạnh tranh từ phía các ngân hàng này.

Bảng 2.3: Tình hình huy động vốn của các NHTM trên địa bàn Tp.HCM

Đơn vị: tỷ đồng

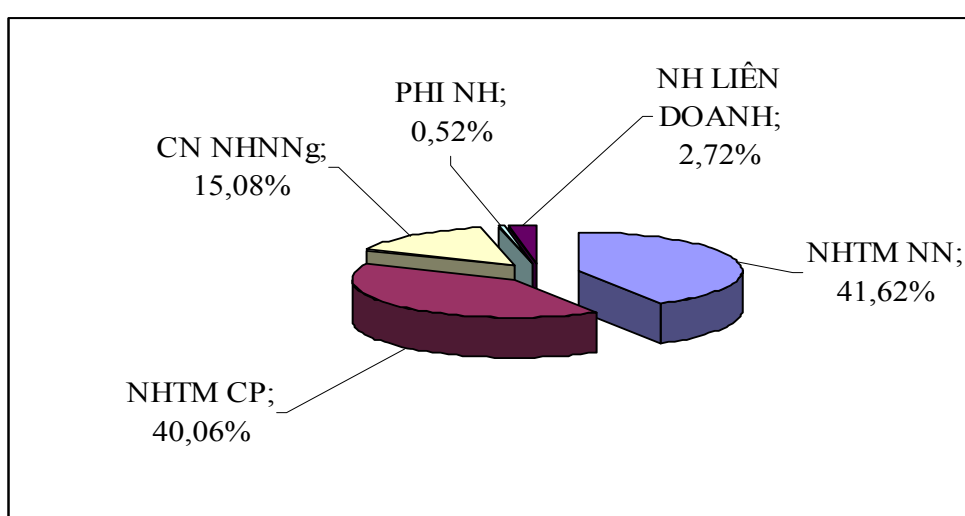
Chỉ tiêu	Năm 2003		Năm 2004		Năm 2005		Năm 2006		
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Tăng, giảm so với năm 2005
1/ Huy động theo loại tiền tệ									
Tiền gửi VND	77.572	67,70	101.480	67,50	128.961	68,28	197.554	69,2	53,2%
Tiền gửi ngoại tệ	37.000	32,30	48.857	32,50	59.915	31,72	87.949	30,8	46,8%
Tổng cộng	114.572	100	150.337	100	188.876	100	285.503	100	51,2%
2/ Huy động theo tính chất tiền gửi									
Tiền gửi của TCKT và cá nhân	63.501	55,42	89.814	59,74	99.069	52,5	147.258	51,6	48,6%
Tiền gửi tiết kiệm	45.996	40,15	54.682	36,37	83.543	44,2	113.259	39,8	36%
Phát hành giấy tờ có giá	5.075	4,43	5.841	3,89	6.264	3,3	24.716	8,6	294,6%
Tổng cộng	114.572	100	150.337	100	188.876	100	285.503	100	51,20%

Nguồn: Ngân hàng Nhà nước – CN TP.HCM

Bảng 2.3 cho thấy, trong thời gian qua, tuy thị trường tiền tệ ngân hàng còn có sự cạnh tranh của một số thị trường khác như: thị trường chứng khoán, thị trường bất động sản, thị trường vàng... nhưng khả năng huy động vốn của các NHTM cũng đạt được những kết quả khả quan. Tổng số tiền huy động trong năm 2006 đạt 285.503 tỷ đồng, tăng hơn 51,2% so với năm 2005, trong khi đó, số tiền huy động năm 2005 là 188.876 tỷ đồng, tăng 25,64% so với năm 2004 còn năm 2004 tăng 31,22% so với năm 2003. Như vậy, trong năm 2006, tổng số tiền huy động tăng lên đáng kể, việc huy động tăng này cũng có một số nguyên nhân chủ quan và một số nguyên nhân khách quan. Đó là các NHTM cũng đã có những chính sách huy động tiền đa dạng hơn, có những chính sách khuyến mãi để thu hút khách hàng và các ngân hàng thi đua tăng lãi suất huy động. Bên cạnh đó, sự phát triển kinh tế đã làm gia tăng tiết kiệm, giao dịch qua ngân hàng ngày càng tăng và thị trường bất động sản cũng như thị trường vàng có những biến động bất thường, làm người dân ít an tâm khi đầu tư vào các lĩnh vực này.

Nếu phân theo loại hình tổ chức tín dụng, chúng ta có thể thấy tình hình huy động vốn như sau:

Biểu đồ 2.4: Huy động vốn phân theo TCTD tại TP.HCM năm 2006



Nguồn: Ngân hàng Nhà nước – CN TP.HCM

Như vậy, xét riêng tại TP.HCM, tỷ trọng huy động vốn của NHTM CP và NHTM NN là tương đương nhau. Điều này cho thấy các NHTM CP từng bước phát triển và có chiến lược cạnh tranh tốt và có uy tín để thu hút vốn.

Nguyên nhân tăng trưởng huy động vốn của các NHTM là do tình hình kinh tế xã hội đã phát triển vượt bậc, đời sống cũng như ý thức của người dân nâng lên một bậc, người dân cũng dần thấy tiện ích khi giao dịch qua ngân hàng, các NHTM cũng đã có nhiều sản phẩm mang lại giá trị gia tăng cũng như nhiều hình thức hấp dẫn để thu hút lượng tiền gửi.

Tuy nhiên, các NHTM VN vẫn còn rất nhiều hạn chế trong việc huy động vốn từ khu vực dân cư. Chính sự đơn điệu trong các sản phẩm, tính không chuyên nghiệp và mang nặng tính “hành chính” đã hạn chế rất nhiều đến quá trình này như: việc buộc khách hàng phải có giấy tờ tùy thân mới được gửi tiền, khách hàng khi giao dịch phải khai báo về địa chỉ nơi cư trú, bắt khách hàng phải tự khai đầu đủ thông tin mới được giao dịch và đặc biệt thời gian để thực hiện một giao dịch thường kéo dài từ 30-45 phút.

Một khi các NHNNg tham gia vào thị trường bán lẻ, điều này sẽ rất nguy hiểm cho các NHTM VN, trong năm 2006, HSBC cũng được công nhận là ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam. Điều này cảnh báo rằng, sắp tới sẽ là một cuộc cạnh tranh khốc liệt giữa các ngân hàng trong việc huy động vốn.

Theo khảo sát của nhóm thực hiện dự án VIE/02/2009 do chương trình phát triển của Liên Hiệp Quốc tài trợ, một kết quả làm chúng ta hết sức bất ngờ là sự tin cậy không được khách hàng trong nước xem trọng mà thay vào đó là tính chuyên nghiệp và thủ tục đơn giản là hai yếu tố được các khách hàng quan tâm và sẽ chuyển sang các NHNNg để gửi tiền, trong đó tính chuyên nghiệp lên đến hơn

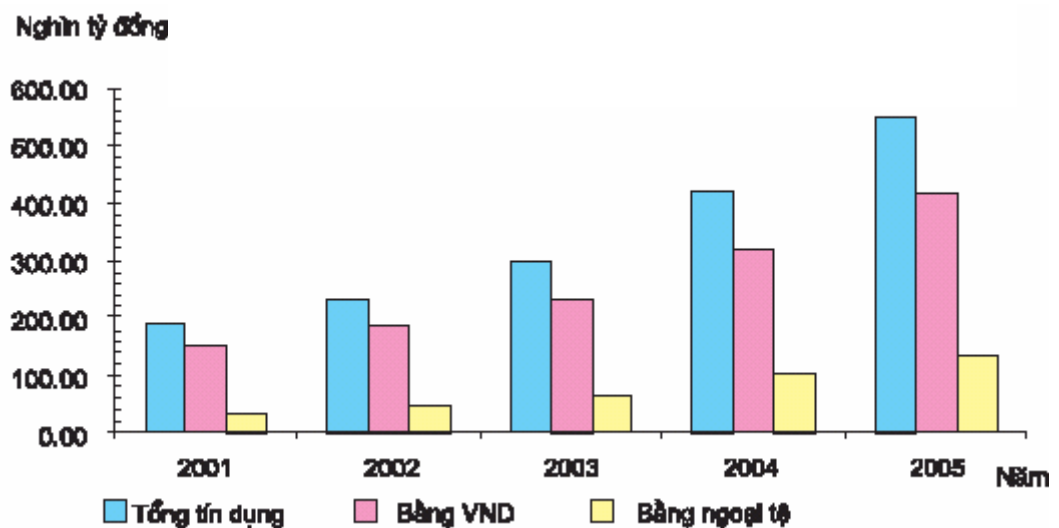
42%, thủ tục đơn giản tới hơn 28%. Vì vậy, trong tương lai, năng lực cạnh tranh của các NHTM VN sẽ bị yếu thế nếu không nhanh chóng cải tiến các yếu tố này.

2.2.1.3 Hoạt động cho vay:

Cùng với sự tăng trưởng cao của nền kinh tế là nhu cầu vốn để phục vụ cho quá trình tăng trưởng này. Chúng ta có thể liệt kê một số nguồn vốn để phục vụ cho sự phát triển kinh tế xã hội là: trợ cấp từ chính phủ, ODA, FDI, tín dụng ngân hàng, từ thị trường chứng khoán...

Trong những năm trở lại đây, dư nợ cho vay trong toàn nền kinh tế không ngừng tăng lên. Có thể nói năm 2004 là năm dư nợ toàn nền kinh tế tăng cao, lên đến 41,65% so với năm 2003, cao hơn nhiều so với mức tăng của năm 2003, chỉ tăng 28,41%. Tuy nhiên, năm 2005, mức tăng tín dụng lại có xu hướng chậm lại, chỉ tăng 31,04% so với năm 2004 mặc dù GDP năm 2005 tăng hơn nhiều, 8,43% so với 7,69% của năm 2004, trong đó cho vay bằng ngoại tệ tăng 30,48%.

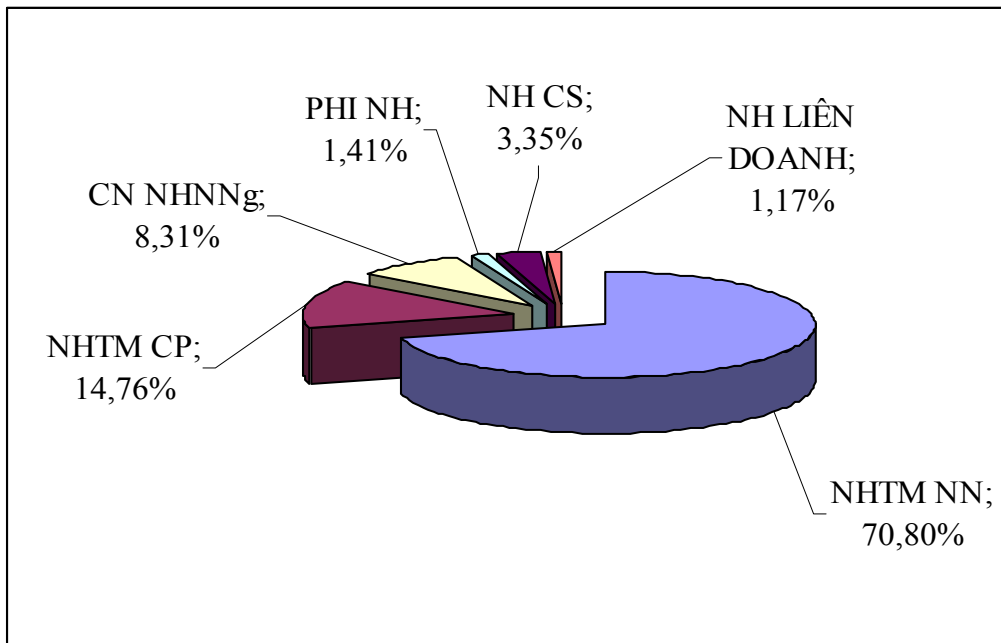
Biểu đồ 2.5: Tín dụng đối với nền kinh tế



Nguồn: trích trong báo cáo thường niên của NHNN VN, năm 2005

Nếu phân theo ngành, thì mức tăng trưởng tín dụng của năm 2005 cũng không biến động nhiều so với năm 2004. Cao nhất là cho vay trong lĩnh vực nông lâm – thủy sản, chiếm tỷ trọng 29,70% trong toàn hệ thống ngân hàng, kế đến là công nghiệp chiếm 25,40% và thương nghiệp là 17,70%. Trong khi đó, tỷ trọng cho vay ngành xây dựng là 14,40% trên tổng dư nợ.

Biểu đồ 2.6: Tỷ trọng tín dụng phân theo TCTD năm 2005



Nguồn: trích từ báo cáo thường niên của NHNN VN, năm 2005

Cũng giống như trong hoạt động huy động vốn, các NHTM VN vẫn chiếm một thị phần lớn trong tổng dư nợ của nền kinh tế và các NHTM NN vẫn chiếm một tỷ lệ áp đảo các NHTM CP.

Bảng 2.4: Tình hình cho vay của các NHTM trên địa bàn Tp.HCM

Đơn vị: tỷ đồng

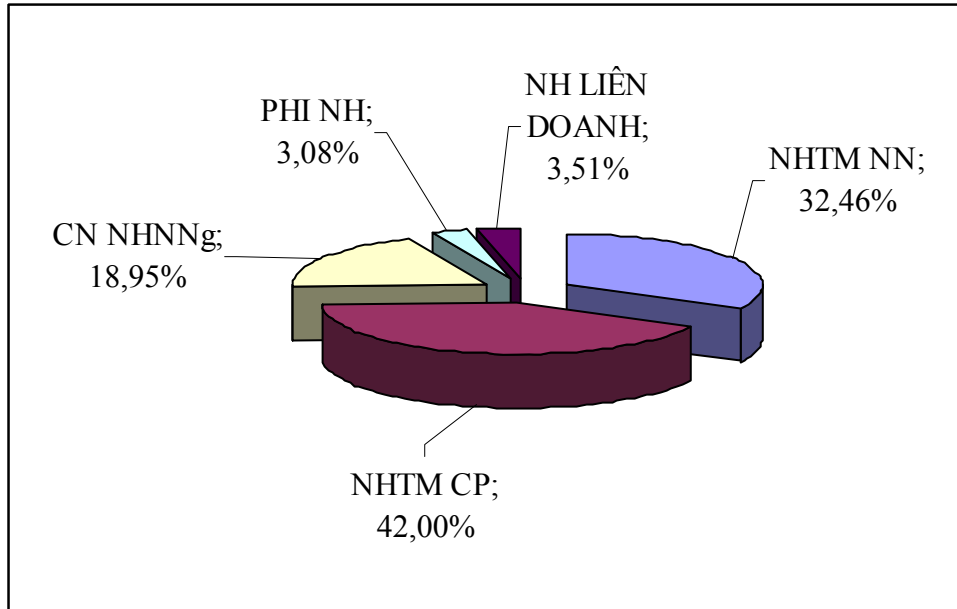
Chỉ tiêu	Năm 2003		Năm 2004		Năm 2005		Năm 2006		
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Tăng, giảm so với năm 2005
1/ Cho vay theo loại tiền tệ									
Dư nợ bằng VND	67.544	66,87	88.512	64,79	113.371	64,5	159.744	69,5	40,9%
Dư nợ bằng ngoại tệ	33.462	33,13	48.112	35,21	62.388	35,5	70.003	30,5	12,2%
Tổng cộng	101.006	100	136.624	100	175.759	100	229.747	100	30,7%
2/ Cho vay theo thời hạn nợ									
Dư nợ ngắn hạn	59.912	59,32	79.838	58,44	102.553	58,3	139.651	60,8	36,1%
Dư nợ trung hạn	41.094	40,68	56.786	41,56	73.206	41,7	90.096	39,2	23,1%
Tổng cộng	101.006	100	136.624	100	175.759	100	229.747	100	30,7%

Nguồn: Ngân hàng Nhà nước – CN TP.HCM

Với chỉ tiêu định hướng của ngành ngân hàng trên địa bàn TP.HCM tăng trưởng tín dụng năm 2006 là từ 24-26%, hoạt động cho vay của các NHTM trên địa bàn TP.HCM vượt khá xa con số này, lên tới 30,7% so với năm 2005. Tỷ lệ này của năm 2005 là tăng 28,64% so với năm 2004 và năm 2004 tăng 35,26% so với năm 2003. Tuy nhiên, là một thị trường tài chính lớn nhất nước, chỉ tiêu này lại thấp hơn so với toàn ngành. Điều này cho thấy, tại thị trường TP.HCM cũng đã có sự cạnh tranh gay gắt từ một số thị trường khác.

Phân tích hoạt động tín dụng theo loại hình tổ chức tín dụng, chúng ta có tỷ lệ như sau:

Biểu đồ 2.7: Hoạt động cho vay theo TCTD tại TP.HCM năm 2006



Nguồn: Ngân hàng Nhà nước – CN Tp.HCM

Với chiến lược kinh doanh đúng đắn và tạo được uy tín nơi khách hàng, các NHTM CP dần đã qua mặt các NHTM NN trên địa bàn TP.HCM để tìm đầu ra cho mình. Đây có thể là một thách thức lớn cho các NHTM NN khi phát huy năng lực cạnh tranh với các NHTM CP.

Với những kết quả như thế, chúng ta cũng có thể lạc quan về thị trường cho vay ngày càng lớn mạnh. Các NHTM cũng đã dần nhận thức được rằng, hướng đến khách hàng là mục tiêu để tăng trưởng tín dụng nhanh nhất. Tuy nhiên, trong thời gian qua, có thể nhìn nhận rằng thị trường cho vay tăng trưởng là do tình hình phát triển kinh tế - xã hội đã kéo theo sự tăng trưởng nguồn vốn cần huy động cho sự phát triển này chứ chưa thấy các ngân hàng có những hình thức cho vay đa dạng, vẫn còn nặng nhiều thủ tục, tính không chuyên nghiệp, đặc biệt là không linh động trong thẩm định hồ sơ cho vay. Điều này thể hiện ở chỗ các NHTM VN ít

chú trọng đến các hình thức tín dụng chiết khấu, khách hàng muốn vay tiền phải có ít nhất là có giấy chứng nhận tạm trú dài hạn (KT3), còn hộ khẩu tỉnh không vay được tiền; khi thẩm định một hồ sơ vay, các cán bộ tín dụng thường không tôn trọng khách hàng một cách cần thiết, chứng từ chứng minh mục đích vay vốn phải yêu cầu bổ sung nhiều lần, rất mất thời gian cho khách hàng; một hồ sơ lớn nhỏ đều phải thông qua hội đồng thẩm định, chưa phân cấp rõ ràng, làm mất nhiều thời gian trong quá trình xét duyệt hồ sơ. Các NHTM VN cũng quá chú trọng tới tài sản thế chấp. Ngoài ra, còn một số nguyên nhân khác làm cho dư nợ tín dụng có xu hướng chậm lại:

- Trước hết, các NHTM đã thực hiện các giải pháp đầu tư thận trọng, lựa chọn những dự án khả thi, chú trọng đến việc nâng cao chất lượng tín dụng để đảm bảo an toàn hệ thống, ổn định tiền tệ và kiểm soát lạm phát. Năm 2005, tỷ lệ lạm phát được đề ra là 6% nhưng cuối năm, tỷ số này cũng tăng đúng bằng tốc độ tăng GDP là 8,4%.
- Bên cạnh đó, lãi suất trên thị trường quốc tế có xu hướng tăng đã tác động đến sự gia tăng mặt bằng lãi suất huy động và cho vay của các NHTM. Điều này đã hạn chế mức tăng trưởng tín dụng của các ngân hàng.
- Nhu cầu vốn cho phát triển kinh tế - xã hội cũng được hỗ trợ bởi sự gia tăng khá mạnh của các nguồn vốn như: ODA, FDI, Quỹ hỗ trợ phát triển và đặc biệt là sự bùng nổ của thị trường chứng khoán...

Qua những ảnh hưởng như trên, chúng ta cũng thấy rằng, tỷ lệ tăng trưởng trong toàn ngành có xu hướng chậm lại, nhưng xét đến hiệu quả, chất lượng tín dụng thì hầu như các NHTM đều đã đạt được những kết quả khả quan.

Nếu xét về năng lực cạnh tranh của các ngân hàng, chúng ta cũng dễ dàng nhận thấy rằng, thị phần của các NHTM VN đã chiếm tỷ lệ lên tới 90%, trong khi các

NHNNg chiếm khoản 10%. Nhưng với số liệu như vậy, đừng lầm tưởng rằng, các NHTM VN sẽ đạt lợi thế lớn khi hội nhập. Sở dĩ thị phần các NHNNg còn chiếm tỷ trọng khiêm tốn là do vẫn còn tính chất bảo hộ từ phía Nhà nước. Tuy nhiên, với việc mở cửa thị trường ngân hàng cũng như yêu cầu không phân biệt đối xử khi Việt Nam gia nhập WTO, những hạn chế giảm đi cũng đồng nghĩa với việc giảm bớt những lợi thế mà phía NHTM VN đang có và như vậy, áp lực thị phần sẽ là không nhỏ đối với các NHTM VN.

Điều này có thể xảy ra là do NHNNg có kinh nghiệm trong quản lý, có chiến lược dài hạn/ngắn hạn thu hút khách hàng và đặc biệt là tính chuyên nghiệp và thủ tục đơn giản. Đơn cử như tình hình cho vay tín chấp cá nhân của HSBC, họ đòi hỏi thủ tục hết sức đơn giản, trong vòng 30 phút, họ có thể giải ngân một món vay tín chấp cá nhân, trong khi các NHTM VN đòi hỏi rất nhiều thủ tục, hồ sơ bổ túc rất nhiều. Ví dụ: HSBC chỉ cần duy nhất là xác nhận mức lương nơi cá nhân làm việc, còn các NHTM VN thì đòi hỏi phải xác nhận của tổ chức công đoàn, xác nhận mức lương, cam kết của bên cá nhân đó làm việc phải thanh toán nợ thay khi bên vay không thanh toán được tiền, ít nhất là phải có giấy đăng ký tạm trú dài hạn... Và một điều cần bàn hơn là các NHTM VN vẫn cần phải lập hồ sơ để thẩm định và phải trình ký nhiều công đoạn, để phát vay một món vay, các NHTM VN thường mất tới một tuần mới có thể cho giải ngân. Đây là một điều hết sức bất lợi trong cuộc cạnh tranh trên thị trường bán lẻ ngày càng gay gắt này.

Cũng theo khảo sát của nhóm thực hiện dự án VIE/02/2009 do chương trình phát triển của Liên Hiệp Quốc tài trợ, hơn 50% khách hàng đều cho rằng sẽ chuyển sang vay vốn tại các NHNNg vì tính chuyên nghiệp và thủ tục đơn giản hơn. Vì vậy, các NHTM VN phải làm gì để phát triển vững vàng và nâng cao được năng lực cạnh tranh của mình khi không còn bảo hộ. Đây thực sự là một thách thức để các NHTM VN tìm ra cho mình một hướng phát triển đúng đắn.

2.2.2 Thực trạng về sản phẩm dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Trước đây, khi nói đến hoạt động kinh doanh của các NHTM VN, chúng ta nghĩ ngay đến việc huy động vốn và cho vay. Có thể nói đây là hai loại sản phẩm dịch vụ truyền thống, mang lại trên 90% lợi nhuận cho các ngân hàng. Ngày nay, tuy lợi nhuận từ hoạt động tín dụng vẫn còn chiếm tỷ trọng cao nhưng tỷ trọng này cũng đã giảm xuống.

Một trong những dịch vụ phát triển mạnh trong thời gian gần đây của các NHTM VN là dịch vụ kiều hối và dịch vụ thẻ. Một số dịch vụ có thể gọi là truyền thống như thanh toán L/C, bảo lãnh cũng tiếp tục phát triển theo tình hình phát triển chung của nền kinh tế. Ngoài ra, các NHTM VN cũng đưa vào những dịch vụ mới như: bao thanh toán, quyền chọn...

Một trong những dịch vụ làm gia tăng tiện ích như: homebanking, phonebanking, online - banking, thanh toán bằng điện thoại di động, tư vấn đầu tư tài chính cũng đang được đưa vào sử dụng.

Một trong những thước đo cho sự phát triển về sản phẩm dịch vụ cũng như nâng cao chất lượng sản phẩm của mình là tỷ trọng doanh thu và lợi nhuận từ các dịch vụ khác ngày càng sang lấp dần khoảng cách mà trước đây tỷ trọng lợi nhuận do hoạt động cho vay mang lại. Như vậy, các NHTM VN ngày càng hoạt động có hiệu quả và đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ của mình.

Tuy nhiên, các dịch vụ này còn rất hạn chế do trình độ công nghệ thông tin chưa phát triển cũng như trình độ nhân lực chưa đáp ứng được mức độ phức tạp của các sản phẩm của các sản phẩm mới và khai thác các sản phẩm, dịch vụ này một cách hiệu quả. Một số NHTM CP nhỏ cũng đưa vào sử dụng những sản phẩm mà chưa phù hợp với điều kiện phát triển của mình. Do đó, hiệu quả chưa cao, đôi

khi còn làm gia tăng gánh nặng chi phí cho ngân hàng và làm hạn chế khả năng cạnh tranh.

Với những gì hiện có, các NHTM VN vẫn cho thấy sự hạn chế trong việc phát triển các sản phẩm dịch vụ mới, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ để có thể đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Trong khi hầu hết các NHTM VN đều nêu cao khẩu hiệu là muốn trở thành một ngân hàng bán lẻ hàng đầu trong khi chất lượng các sản phẩm và dịch vụ của mình còn kém xa so với các NHNNg. Như vậy, thị trường bán lẻ có thể bị đe dọa khi có sự hiện diện của các NHNNg, các ngân hàng đã có kinh nghiệm hoạt động trên toàn cầu.

2.2.3 Thực trạng về nguồn nhân lực

Trong bất kỳ lĩnh vực nào, con người luôn đóng một vai trò quan trọng trong quá trình hình thành và phát triển lĩnh vực đó. Do đó, có thể nhìn nhận rằng, nguồn nhân lực là yếu tố quyết định đến năng lực cạnh tranh của hệ thống NHTM VN.

Xét một cách tổng thể thì nguồn nhân lực hiện nay của các NHTM VN có tuổi trung bình còn rất trẻ, phần lớn được đào tạo trong môi trường mới, môi trường đất nước đang hội nhập vào nền kinh tế thế giới và rất năng động. Trong những năm qua, hầu hết các NHTM VN đều tổ chức các lớp bồi dưỡng nhằm nâng cao trình độ nghiệp vụ, kinh nghiệm làm việc và cập nhật những kiến thức mới trong nền kinh tế thị trường. Việc bùng nổ công nghệ thông tin cũng đã tạo cơ hội cho các lao động trẻ ngày nay tiếp thu nhanh những kiến thức và kinh nghiệm làm việc của mình thông qua internet.

Hiện nay, các cán bộ nhân viên của hầu hết các NHTM VN đều đã được đào tạo có hệ thống. Tỷ lệ đại học và trên đại học chiếm khoảng 60-70%. Đây là một tín hiệu tốt và là một trong những điều kiện thuận lợi để các NHTM VN nâng cao năng lực cạnh tranh. Bên cạnh đó, trình độ quản trị của đội ngũ lãnh đạo ngày

càng được nâng lên rõ rệt do các NHTM VN đã hợp tác với các NHNNg để đào tạo kỹ năng quản trị cho các cán bộ ngân hàng. Cùng với sự mở cửa của đất nước, ngày càng có nhiều người trong nước du học tại nước ngoài nên trình độ cũng được nâng lên đáng kể.

Nếu xét trong hệ thống NHTM VN thì các NHTM CP nhanh nhạy hơn các NHTM NN trong việc phát triển nguồn nhân lực, chế độ làm việc, chính sách lương, cơ hội phát triển nghề nghiệp và chủ động trong công tác thu hút nguồn nhân lực có chất lượng cao. Tuy nhiên, xét trên phương diện chung với các nước phát triển, nhân lực ngành ngân hàng Việt Nam vẫn còn rất nhiều hạn chế. Một số tồn tại về nguồn nhân lực tại các NHTMVN có thể kể đến là:

- Hạn chế đầu tiên có thể nói là chế độ lương, thưởng của các ngân hàng còn quá thấp. Đây là một nghịch lý vì hầu hết các ngân hàng trên thế giới, nhân viên ngành này thường có khoản tiền lương cao hơn so với các ngành khác. Việc trả một mức lương thấp sẽ làm hạn chế tinh thần làm việc, sự nhiệt tình và tính sáng tạo trong công việc của người lao động và tất nhiên, sẽ có thể dẫn đến vi phạm đạo đức nghề nghiệp. Hiện tại hầu hết các NHTM VN, mức lương bình quân chỉ nằm ở khoảng 2,5-3 triệu đồng/tháng. Đây thực sự là mức lương khá thấp để nhân viên cống hiến hết mình cho công việc. Vì thế, việc chảy máu chất xám là điều tất yếu khi các NHNNg tham gia vào thị trường Việt Nam.
- Kế đến, các cán bộ, nhân viên trong ngân hàng ít chịu khó học hỏi, đặc biệt là nhân viên tín dụng. Một phần do tính chất nghiệp vụ hiện nay của các ngân hàng chưa cao. Cụ thể, các ngân hàng chỉ chú trọng đến tài sản thế chấp khi cho vay nên công việc của nhân viên tín dụng khá nhẹ nhàng. Điều này làm cho các nhân viên tín dụng ít chịu trau dồi kiến thức, và kết quả là không có

kiến thức sâu rộng về các ngành nghề khác, làm hạn chế trong khâu thẩm định cho vay, ảnh hưởng lớn tính hiệu quả trong kinh doanh.

- Mặt khác, trình độ các cán bộ quản lý của đa số các NHTM VN vẫn còn rất hạn chế. Nguyên này là do tốc độ mở rộng chi nhánh ngày càng nhiều nên các NHTM VN thiếu các cán bộ quản lý có chuyên môn. Từ đó dẫn đến việc bổ nhiệm các nhân viên cũ trong ngân hàng mặc dù các nhân viên này chưa đáp ứng được trình độ của một nhà quản lý và kinh doanh tiền tệ. Hơn nữa, chuyện làm việc theo ê kíp, người này nâng đỡ người kia, “tre già măng mọc” vẫn còn khá phổ biến trong các NHTM VN đặc biệt các NHTM NN.
- Tiếp theo, thách thức trong công tác quản trị ngày càng trở nên gay gắt, đòi hỏi các cán bộ quản lý có kiến thức sâu rộng không những chỉ ngành ngân hàng mà còn tất cả các ngành nghề khác. Tuy nhiên, hầu hết các cán bộ quản lý ít am hiểu thị trường, quản lý theo kiểu áp đặt. Điều này đã làm hạn chế rất nhiều đến khả năng làm việc của nhân viên cấp dưới.
- Cuối cùng, cơ cấu tổ chức của hầu hết các NHTM VN hiện nay còn quá công kênh, không tạo được thuận tiện tối đa cho các tổ chức cấp dưới phát huy hết năng lực cũng như sự sáng tạo của mình.

Cùng với những hạn chế trên và sự phát triển nhanh chóng của hệ thống NHTM VN đã gióng lên hồi chuông cảnh báo về tình trạng thiếu hụt nhân lực. Một thị trường đang thu hút nguồn lực của các ngân hàng hiện tại rõ nhất là các công ty chứng khoán. Họ sẵn sàng trả mức lương cao hơn để kéo nguồn nhân lực về phía mình. Và điều này càng trở nên căng thẳng hơn khi hàng loạt NHNNg tham gia vào thị trường nước ta. Với tiềm lực tài chính mạnh, họ không ngần ngại trả một mức lương hợp lý để thu hút nguồn nhân lực có kinh nghiệm từ các NHTM VN. Tương lai, đây là một bài toán khó giải cho các NHTM VN, họ không những bị

cạnh tranh tại các NHTM trong nước với nhau mà phải đương đầu với việc chảy máu chất xám sang các NHNNg. Và từ đó, các NHTM VN có khả năng mất dần lợi thế cạnh tranh của mình.

Một trong những nguyên nhân làm gia tăng số lượng nhân viên các NHTM VN là do cơ cấu không hợp lý, chính điều này nó làm tăng gánh nặng chi phí cũng như chính cơ cấu không hợp lý làm hạn chế tính sáng tạo và tự chủ của nhân viên và dẫn đến hạn chế năng lực cạnh tranh của các ngân hàng. Một khi họ được các NHNNg mời chào, không những họ được mức lương hợp lý mà còn được tự do phát triển nghề nghiệp và phát huy tính sáng tạo của mình. Chính điều này, các NHTM VN khó “giữ chân” người tài.

2.2.4 Thực trạng về công nghệ thông tin

Sự phát triển như vũ bão về công nghệ thông tin đã tác động rất lớn đến đời sống kinh tế – xã hội, làm thay đổi nhận thức về các hoạt động kinh doanh. Cùng với sự phát triển ngày càng cao của nền kinh tế, các sản phẩm dịch vụ phải có tiện ích cao để theo kịp tiến trình phát triển này. Chính vì vậy, việc ứng dụng công nghệ thông tin có tính quyết định đến vấn đề thành bại trong hoạt động kinh doanh cũng như năng lực cạnh tranh của các NHTM VN. Trong hoạt động kinh doanh ngân hàng, công nghệ thông tin làm gia tăng giá trị các sản phẩm dịch vụ nhưng cũng đối diện với rủi ro không nhỏ.

Hiện nay, hầu hết các NHTM VN đều trang bị máy tính, xây dựng mạng cục bộ (mạng LAN) để quản lý hoạt động kinh doanh của mình. Ngoài ra, một số NHTM VN còn sử dụng và phát triển mạng diện rộng, kết nối với các chi nhánh thuộc hệ thống. Với năng lực tài chính hùng mạnh, các NHTM NN và một số NHTM CP cũng đã phát triển khá nhanh hạ tầng cơ sở kỹ thuật như ACB, SACOMBANK, EIB, EAB, SOUTHERNBANK... với chi phí đầu tư khá lớn.

Một trong những công cụ quan trọng trong hoạt động ngân hàng là các phần mềm ứng dụng. Ngoài những tiện ích trong giao dịch các sản phẩm và dịch vụ, nó còn giúp các nhà quản lý nắm bắt kịp thời hoạt động kinh doanh của ngân hàng, từ đó đưa ra những phân tích, dự báo thích hợp. Hiện đã có những ngân hàng ứng dụng các phần mềm hiện đại đó như các NHTM NN và một số NHTM CP: ACB, SACOMBANK, EIB... Nhờ có phần mềm hiện đại này mà khách hàng có thể giao dịch tại bất cứ chi nhánh nào của một hệ thống ngân hàng.

Hầu như các ngân hàng đều xây dựng hệ thống website để đưa những thông tin về hoạt động và quảng bá sản phẩm dịch vụ. Với những tiện ích như thế, hình ảnh của các NHTM VN sẽ được giới thiệu tới khách hàng một cách nhanh chóng. Ngoài ra, một số phần mềm ứng dụng khác mà hầu hết các ngân hàng cũng đã đưa vào sử dụng là SWIT, home - banking, phone - banking, thanh toán và phát hành thẻ tín dụng...

Tuy nhiên, tình hình phát triển và ứng dụng công nghệ của các NHTM VN hiện nay còn rất thấp so với các NHNNg. Ngoài một số NHTM NN và NHTM CP ứng dụng phần mềm quản lý có tiện ích cao, còn lại hầu hết các NHTM CP khác đều sử dụng phần mềm lạc hậu. Việc thành lập website chỉ đơn thuần để quảng bá hình ảnh và thông tin về sản phẩm dịch vụ nhưng việc cập nhật số liệu còn chậm trễ, không dùng hết chức năng của website, việc quản lý bằng cách ghi chép còn khá phổ biến. Điều này gây nhiều khó khăn trong việc quản lý, kiểm tra số liệu, dễ sai sót trong quá trình thực hiện. Nguyên nhân vẫn còn tồn tại tình trạng này là do:

- Thứ nhất, chi phí phát triển công nghệ thông tin tương đối lớn, tỷ lệ mua sắm tài sản cố định tương ứng với vốn điều lệ nên chỉ mới có một số ngân hàng có vốn lớn triển khai và ứng dụng.

- *Thứ hai*, Các ngân hàng đã triển khai ứng dụng phần mềm hiện đại, nhưng cũng chỉ xây dựng để ứng dụng cho việc quản lý các sản phẩm, dịch vụ truyền thống, còn các phần mềm quản lý nhân sự, thông tin báo cáo, quản lý tài sản vẫn còn trong giai đoạn triển khai, chưa ứng dụng rộng rãi.
- *Thứ ba*, xuất phát từ những quy định hiện hành của NHNN mang nặng tính quản lý, chưa chú trọng tính dịch vụ, các quy trình nghiệp vụ được xây dựng dựa trên các quy trình xử lý bằng tay, mang nặng tính giấy tờ.
- *Thứ tư*, mỗi quy trình nghiệp vụ thường do những cơ quan quản lý khác nhau, không liên kết số liệu được với nhau và cũng không mang tính kế thừa. Do đó, việc xây dựng các phần mềm để ứng dụng trở nên phức tạp, và khó thực hiện.
- *Cuối cùng*, hệ thống tài khoản và quy trình nghiệp vụ thường thay đổi, không mang tính hệ thống.

Ngoài những hạn chế về chi phí, từ khi đấu thầu đến khi sử dụng các công nghệ cốt lõi của các NHTM VN thường bị lỗi thời 3 năm so với nhà cung cấp. Một trong những nguyên nhân quan trọng nữa mà các NHTM VN sử dụng các phần mềm ứng dụng không hiệu quả là do hạ tầng kỹ thuật chưa thật tốt. Trong khi ngành viễn thông của Việt Nam vẫn còn ở thế độc quyền, sự kết hợp giữa các NHTM VN và các công ty viễn thông vẫn chưa đồng bộ, tính ổn định đường truyền chưa cao.

Với những gì hiện có, có thể nhìn nhận rằng, công nghệ thông tin của các NHTM VN vẫn còn hạn chế rất nhiều so với các NHNNg. Điều này làm hạn chế khả năng phát triển sản phẩm mới cũng như gia tăng tiện ích cho sản phẩm của các NHTM VN.

2.2.5 Sự phát triển mạng lưới hoạt động

Trong thời gian qua, các NHTM VN đã đua nhau mở chi nhánh và phòng giao dịch. Đây là những bước đi khá tốt nhằm chiếm lĩnh thị phần. Nguyên nhân phát triển mạnh hệ thống chi nhánh trong thời gian qua là do quy mô vốn của các NHTM VN tăng lên, đặc biệt là các NHTM CP. Hiện nay trên nhiều tuyến đường trọng điểm trên địa bàn TP.HCM đã hình thành “phố” ngân hàng. Nói đến sự phát triển hệ thống chi nhánh, có thể nói đến Sacombank với hơn 200 chi nhánh, kể đến là Phương Nam, Á Châu...

Nhưng nhìn chung, ngoại trừ NHNN&PTNN Việt Nam có hệ thống trải đều trên khắp lãnh thổ Việt Nam, còn lại hệ thống chi nhánh của các NHTM NN còn lại cũng như các NHTM CP khá khiêm tốn so với quy mô vốn của mình. Việc mở rộng mạng lưới chi nhánh chỉ tập trung mạnh ở các NHTM CP, còn các NHTM CP có số vốn nhỏ thì số chi nhánh lại còn rất ít, có ngân hàng hiện nay chỉ có 5-6 chi nhánh và phòng giao dịch. Như vậy, khả năng cạnh tranh của các ngân hàng này sẽ trở nên khó khăn hơn rất nhiều.

Một khi hệ thống thanh toán bù trừ của NHNN VN còn hạn chế thì việc mở rộng chi nhánh là điều hết sức cần thiết để các NHTM VN phát triển các sản phẩm dịch vụ của mình, làm gia tăng tính cạnh tranh của sản phẩm và dịch vụ.

Tuy nhiên, hiện tại, các NHTM VN có lợi thế hơn các NHNNg vì các NHTM VN đã hình thành thị phần khá lớn. Điều này làm tăng khả năng cạnh tranh trong tiến trình hội nhập như hiện nay.

2.2.6 Thực trạng về sự liên kết của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Năng lực cạnh tranh của ngân hàng không chỉ phụ thuộc vào năng lực tài chính, con người, công nghệ... mà còn phụ thuộc rất nhiều vào sự liên kết giữa các NHTM với nhau. Sự liên kết chặt chẽ của các NHTM VN trong hệ thống phát

triển các dịch vụ thanh toán, dịch vụ thẻ, dịch vụ tín dụng sẽ tạo ra sự khác biệt, là cơ sở vững chắc để thu hút khách hàng trong quan hệ với ngân hàng như lĩnh vực tiền gửi, cho vay đồng tài trợ. Sự kết hợp này cũng tác động tích cực tới hoạt động liên ngân hàng, tạo điều kiện cho các ngân hàng khai thác hiệu quả nguồn vốn, đáp ứng nhanh chóng kịp thời nhu cầu vốn để phát triển ngân hàng cũng như phát triển kinh tế. Sự liên kết này thể hiện rõ nhất là trong thời gian qua các NHTM CP nhỏ đã liên kết với các NHTM NN có tiềm lực tài chính và các NHTM CP có uy tín trên thị trường để phát triển các dịch vụ thẻ ATM, theo đó dịch vụ này đã phát triển rất nhanh, không chỉ các NHTM lớn mà nó còn phát triển ở hầu hết các NHTM CP.

Tuy nhiên, dù có sự liên kết với nhau nhưng đó chỉ là sự liên kết giữa những nhóm NHTM với nhau, vẫn chưa có sự liên kết thống nhất. Một số NHTM quá chú trọng tới lợi ích ngân hàng mình mà thiếu sự quan tâm tới lợi ích chung của toàn hệ thống. Bản chất của hoạt động ngân hàng thường mang tính đặc thù, các sản phẩm của ngân hàng không khác nhau là mấy, chỉ khác nhau ở chỗ chất lượng sản phẩm dịch vụ của mình mà thôi. Do vậy, hoạt động của ngân hàng vừa mang tính cạnh tranh nhưng buộc phải liên kết để cùng nhau phát triển.

2.2.7 Một số tồn tại khác của các Ngân hàng thương mại Việt Nam hiện nay

Ngoài một số thực trạng tồn tại trên, một số yếu tố cũng quyết định không nhỏ tới năng lực cạnh tranh của các NHTM VN đó là chiến lược marketing, quảng bá thương hiệu và chiến lược kinh doanh.

Nhìn chung, trong thời gian qua, hầu hết các NHTM VN đều có những hình thức quan hệ với công chúng rất tốt, dùng nhiều hình thức để quảng bá hình ảnh của ngân hàng mình như xuất hiện thường xuyên trên các mặt báo, trên tivi và tài trợ

nhiều chương trình lớn. Chính những điều này mà hình ảnh của các NHTM VN đã gần gũi với người dân hơn và đặc biệt là tạo được lòng tin nơi khách hàng.

Ngoài những chính sách marketing, các NHTM VN còn có những chiến lược kinh doanh dài hạn hơn. Đó là các NHTM VN đề ra chiến lược trong năm năm, mười năm. Điều này cho thấy, các NHTM VN cũng đã sẵn sàng và đã đón đầu để hội nhập.

Tuy nhiên, nếu so với các NHNNg, các NHTM VN còn thua khá xa về thương hiệu, về chiến lược thu hút khách hàng cũng như những chiến lược kinh doanh dài hạn. Các NHTM VN quá chú trọng lợi nhuận trước mắt, trong khi các NHNNg họ thường quan tâm tới lợi ích lâu dài đó là khách hàng. Tuy mục đích chung trong kinh doanh vẫn là lợi nhuận, nhưng với chiến lược kinh doanh dài hạn, thì trong tương lai, chính sự quan tâm nhiều đến khách hàng sẽ mang lại cho họ những lợi ích về sau. Bằng chứng là các NHNNg có chi nhánh hay các công ty con tại hầu hết các nước trên thế giới, các NHNNg này luôn có tên trong danh sách những ngân hàng hàng đầu thế giới và khi nói tới những ngân hàng này thì được biết ngay những tên tuổi City Bank, HSBC, Deutsche Bank, ANZ, Bank of Tokyo... Ngoài ra, các NHNNg luôn biết cách chăm sóc khách hàng và họ luôn tạo cho khách hàng của mình một sự thỏa mái cần thiết khi giao dịch. Điều này làm cho các NHNNg giữ được khách hàng lâu hơn.

2.3 LỘ TRÌNH MỞ CỬA CỦA HỆ THỐNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRONG CAM KẾT GIA NHẬP WTO

2.3.1 Các cam kết về tiếp cận thị trường

(a) Các tổ chức tín dụng nước ngoài chỉ được phép thành lập đại diện thương mại tại Việt Nam dưới các hình thức sau:

(i) Đối với các ngân hàng thương mại nước ngoài: văn phòng đại diện, chi

nhánh ngân hàng thương mại nước ngoài, ngân hàng thương mại liên doanh trong đó phần góp vốn của bên nước ngoài không vượt quá 50% vốn điều lệ của ngân hàng liên doanh, công ty cho thuê tài chính liên doanh, công ty cho thuê tài chính 100% vốn đầu tư nước ngoài, công ty tài chính liên doanh và công ty tài chính 100% vốn đầu tư nước ngoài, và kể từ ngày 1 tháng 4 năm 2007 được phép thành lập ngân hàng 100% vốn đầu tư nước ngoài.

(ii) Đối với các công ty tài chính nước ngoài: văn phòng đại diện, công ty tài chính liên doanh, công ty tài chính 100% vốn đầu tư nước ngoài, công ty cho thuê tài chính liên doanh và công ty cho thuê tài chính 100% vốn đầu tư nước ngoài.

(iii) Đối với các công ty cho thuê tài chính nước ngoài: văn phòng đại diện, công ty cho thuê tài chính liên doanh và công ty cho thuê tài chính 100% vốn đầu tư nước ngoài.

(b) Trong vòng 5 năm kể từ ngày gia nhập WTO, Việt Nam có thể hạn chế quyền của một chi nhánh ngân hàng nước ngoài được nhận tiền gửi bằng Đồng Việt Nam từ các thể nhân Việt Nam mà ngân hàng không có quan hệ tín dụng theo mức vốn mà ngân hàng mẹ cấp cho chi nhánh phù hợp với lộ trình sau:

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

(c) Tham gia cổ phần:

(i) Việt Nam có thể hạn chế việc tham gia cổ phần của các tổ chức tín dụng nước ngoài tại các ngân hàng thương mại quốc doanh của Việt Nam được cổ phần hoá như mức tham gia cổ phần của các ngân hàng Việt Nam.

(ii) Đối với việc tham gia góp vốn dưới hình thức mua cổ phần, tổng số cổ phần do các thể nhân và pháp nhân nước ngoài nắm giữ tại mỗi ngân hàng thương mại cổ phần của Việt Nam không được vượt quá 30% vốn điều lệ của ngân hàng, trừ khi luật pháp Việt Nam có quy định khác hoặc được sự cho phép của cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam.

(d) Chi nhánh ngân hàng thương mại nước ngoài: không được phép mở các điểm giao dịch khác ngoài trụ sở chi nhánh của mình.

(e) Kể từ khi gia nhập, các tổ chức tín dụng nước ngoài được phép phát hành thẻ tín dụng trên cơ sở đối xử quốc gia.

2.3.2 Cam kết về đối xử quốc gia

(a) Các điều kiện để thành lập chi nhánh của tại Việt Nam: Ngân hàng mẹ có tổng tài sản có trên 20 tỷ đô la Mỹ vào cuối năm trước thời điểm nộp đơn.

(b) Các điều kiện để thành lập một ngân hàng liên doanh hoặc một ngân hàng 100% vốn đầu tư nước ngoài: Ngân hàng mẹ có tổng tài sản có trên 10 tỷ đô la Mỹ vào cuối năm trước thời điểm nộp đơn.

(c) Các điều kiện để thành lập một công ty tài chính 100% vốn đầu tư nước ngoài hoặc một công ty tài chính liên doanh, một công ty cho thuê tài chính 100% vốn đầu tư nước ngoài hoặc một công ty cho thuê tài chính liên doanh: Tổ chức tín dụng nước ngoài có tổng tài sản có trên 10 tỷ đô la Mỹ vào cuối năm trước thời điểm nộp đơn.

2.3.3 Ảnh hưởng của lộ trình mở cửa đến năng lực cạnh tranh của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Hiện tại, các NHNNg, chi nhánh NHNNg vẫn còn một vài hạn chế nhất định khi phải tuân thủ lộ trình và các NHTM VN vẫn còn có một số bảo hộ cần thiết. Với lộ trình như trên, các NHTM VN sẽ gặp phải những sự cạnh tranh khốc liệt từ phía các NHNNg khi lộ trình này được đối xử như quốc gia đầu đủ. Vì vậy, trong thời hạn 5 năm thực hiện lộ trình này, các NHTM VN vẫn còn cơ hội để phát huy thế mạnh của mình, từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh để hội nhập sâu hơn nữa.

2.4 MỘT SỐ TRỞ NGẠI LIÊN QUAN TỚI MÔI TRƯỜNG PHÁP LÝ VÀ MÔI TRƯỜNG KỸ THUẬT

Cùng với sự phát triển kinh tế và đặc biệt Việt Nam chính thức trở thành thành viên WTO, hệ thống pháp lý và các chính sách vĩ mô của nước ta đã ngày càng hoàn thiện, tạo điều kiện cho các thành phần kinh tế phát triển theo chiều hướng có lợi cũng như phù hợp với các thông lệ quốc tế.

Tuy nhiên, vẫn còn một số tồn tại, vướng mắc cần phải được cải thiện sớm để các NHTM VN phát huy hết năng lực của mình:

Thứ nhất, thiếu đồng nhất trong công chứng các hợp đồng thế chấp để bảo vệ quyền lợi cho ngân hàng và cho khách hàng khi có xảy ra tranh chấp. Hiện tại, việc công chứng thế chấp này chỉ do phòng công chứng Nhà nước chứng nhận, điều này làm cho các phòng công chứng bị quá tải. Một điều cũng hết sức lưu ý đó là sự không đồng bộ giữa các phòng công chứng, giữa các địa phương, điều này gây ra không ít khó khăn cho các ngân hàng khi thực hiện các hành vi pháp lý của mình.

Thứ hai, theo quy định pháp luật, khi khách hàng quy phạm nghĩa vụ trả nợ cho ngân hàng thì các ngân hàng có quyền phát mãi tài sản để thu hồi nợ. Tuy nhiên, điều này không thể thực hiện được mà các ngân hàng phải làm thủ tục khởi kiện. Việc từ lúc bắt đầu khởi kiện cho tới khi phát mãi thu hồi nợ thường kéo dài ít nhất là hai năm. Điều này ảnh hưởng rất lớn tới hiệu quả hoạt động kinh doanh của các ngân hàng, gây tình hình nợ xấu kéo dài.

Cuối cùng, hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng thường xuyên bị trục trặc, và vẫn chưa triển khai rộng rãi tại các tỉnh, thành trong cả nước. Thêm vào đó, việc NHNN cung cấp thông tin tín dụng cho các NHTM thành viên rất thiếu chính xác, trong khi thời gian cung cấp thông tin thường kéo dài, chi phí cho việc cung còn khá cao trong khi những thông tin này các NHTM gửi lên NHNN rất kịp thời và chính xác.

2.5 VỊ THẾ CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM KHI VIỆT NAM CHÍNH THỨC TRỞ THÀNH THÀNH VIÊN WTO

2.5.1 Điểm mạnh

- Các NHTM VN hoạt động trong một môi trường kinh tế vĩ mô ổn định; nền kinh tế nước ta đã tăng trưởng mạnh mẽ, môi trường pháp lý ngày càng được cải thiện. Đó là điều kiện thuận lợi cho các NHTM gia tăng huy động vốn, gia tăng vốn điều lệ, đa dạng hóa đầu tư và sinh lợi.
- Các NHTM VN vốn đã được nhiều người biết đến từ lâu, được sự tín nhiệm nhất định của khách hàng, có lợi thế về khách hàng truyền thống.
- Có hệ thống mạng lưới chi nhánh rộng trên phạm vi cả nước nên có khả năng đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng.

2.5.2 Điểm yếu

- Hệ thống pháp luật còn rườm rà, chưa nhất quán nên không tạo hành lang pháp lý an toàn để các NHTM VN có thể phát huy hết năng lực của mình.
- Quy mô vốn nhỏ nên chưa thực hiện được mục tiêu kinh doanh một cách hoàn chỉnh.
- Công nghệ còn lạc hậu so với mặt bằng công nghệ chung trên thế giới, chất lượng các sản phẩm, dịch vụ chưa cao; chủng loại chưa đa dạng.
- Đội ngũ lao động của các NHTM VN có trình độ và chuyên môn nghiệp vụ chưa cao, trình độ ngoại ngữ chưa đáp ứng các yêu cầu hội nhập; không có hệ thống khuyến khích hợp lý để thu hút nhân tài; cơ cấu tổ chức trong nội bộ nhiều NHTM VN còn lạc hậu, không phù hợp với chuẩn mực quản lý hiện đại đã được áp dụng phổ biến nhiều năm nay ở các nước.
- Các NHTM CP chưa được sự tín nhiệm cao của khách hàng nên khả năng huy động vốn kém, từ đó dễ bị ảnh hưởng bởi sự biến động của nền kinh tế thị trường.
- Khả năng tiếp cận nguồn vốn nước ngoài còn kém, chưa tận dụng được xu thế mở cửa của nền kinh tế để tiếp cận và tận dụng các nguồn lực mới.
- Dịch vụ ngân hàng của các NHTM VN còn đơn điệu, nghèo nàn, tính tiện ích chưa cao, chưa tạo thuận lợi và bình đẳng cho khách hàng thuộc các thành phần kinh tế trong việc tiếp cận và sử dụng dịch vụ khách hàng.
- Nguồn thu chủ yếu của các ngân hàng phần lớn là thu tín dụng, thu dịch vụ chiếm tỷ trọng thấp trong khi mức độ rủi ro của nguồn thu tín dụng cao hơn.
- Thủ tục giao dịch của các NHTM NN còn rườm rà, phức tạp, thường gây khó khăn, phiền hà cho khách hàng.

- Chất lượng dịch vụ chưa cao nhưng phí dịch vụ lại ở mức cao, hạn chế khả năng cạnh tranh với các ngân hàng nước ngoài.
- Không có chiến lược quảng bá thương hiệu và phát triển bền vững.
- Thông tin về sản phẩm dịch vụ không được tuyên truyền sâu rộng nên người dân chưa có thói quen sử dụng các sản phẩm ngân hàng.
- Nợ xấu trong các NHTM NN chiếm tỷ lệ cao nên hạn chế hiệu quả hoạt động của các ngân hàng này.
- Thời gian giao dịch hay cung cấp các dịch vụ cho khách hàng còn chậm.
- NHTM VN có sức cạnh tranh kém và không có khả năng kiểm soát rủi ro khi tham gia các hoạt động ngân hàng quốc tế.
- Cuối cùng, thiếu kinh nghiệm quản lý, sự am hiểu luật pháp quốc tế và trình độ ngoại ngữ là một rào cản lớn đối với các NHTM VN.

2.5.3 Cơ hội

- Hội nhập kinh tế quốc tế tạo động lực thúc đẩy công cuộc đổi mới và cải cách hệ thống NHTM VN, nâng cao năng lực quản lý nhà nước trong lĩnh vực ngân hàng.
- Tăng cường khả năng tổng hợp, hệ thống tư duy để xây dựng các văn bản pháp luật trong hệ thống ngân hàng, đáp ứng yêu cầu hội nhập và thực hiện cam kết với hội nhập quốc tế.
- Mở ra cơ hội trao đổi, hợp tác quốc tế giữa các NHTM VN trong hoạt động kinh doanh tiền tệ; đề ra các giải pháp để tăng cường giám sát và phòng ngừa rủi ro, từ đó nâng cao uy tín và vị thế của hệ thống NHTM VN trong các giao dịch quốc tế.

- Các NHTM VN có điều kiện tranh thủ vốn, công nghệ, kinh nghiệm quản lý và đào tạo đội ngũ cán bộ, phát huy lợi thế so sánh của mình để theo kịp yêu cầu cạnh tranh quốc tế và mở rộng thị trường ra nước ngoài. Từ đó, nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ.
- Chính hội nhập quốc tế cho phép các NHNNg tham gia tất cả các dịch vụ ngân hàng tại Việt Nam buộc các NHTM VN phải chuyên môn hoá cao hơn về nghiệp vụ ngân hàng, quản trị ngân hàng, quản trị tài sản nợ, quản trị tài sản có, quản trị rủi ro, cải thiện chất lượng tín dụng, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn vốn, và phát triển các dịch vụ ngân hàng mới mà các ngân hàng nước ngoài dự kiến sẽ áp dụng ở VN.
- Nhờ hội nhập quốc tế, các NHTM VN sẽ tiếp cận thị trường tài chính quốc tế một cách dễ dàng hơn. Các NHTM VN sẽ phản ứng, điều chỉnh và hoạt động một cách linh hoạt hơn theo tín hiệu thị trường trong nước và quốc tế nhằm tối đa hóa lợi nhuận và giảm thiểu rủi ro.

2.5.4 Thách thức

- Cơ chế và chính sách để cởi trói cho các NHTM VN là vấn đề nan giải trong tiến trình hội nhập.
- Sự cạnh tranh nguồn nhân lực có chất lượng cao sẽ trở nên gay gắt hơn. Các NHTM VN sẽ khó “giữ chân” người tài khi mà các NHNNg có tiềm lực tài chính hoạt động trên thị trường Việt Nam.
- Thị phần của các NHTM VN đã chia sẻ bởi các trung gian tài chính như: thị trường chứng khoán, bảo hiểm, cho thuê tài chính thì nay phải cạnh tranh gay gắt với các tập đoàn tài chính nước ngoài mạnh về thương hiệu, chất lượng dịch vụ, công nghệ hiện đại và tính chuyên nghiệp.

Kết luận chương 2:

Từ tình hình phát triển hệ thống của NHTM VN qua từng giai đoạn, từ các chỉ tiêu về vốn, hiệu quả kinh doanh, công nghệ, nguồn nhân lực, tính đa dạng của sản phẩm dịch vụ, mạng lưới hoạt động... kết quả nghiên cứu cho thấy hệ thống NHTM VN trong thời gian qua đã phát triển một cách vượt bậc cả về vốn, công nghệ, hiệu quả kinh doanh, uy tín, chất lượng sản phẩm dịch vụ và cả về con người.

Ngoài ra đề tài cũng đưa ra thực trạng hiện tại của các NHTM VN hiện nay đó là những hạn chế về quy mô vốn, công nghệ và nguồn nhân lực, đây là 3 yếu tố quyết định đến năng lực cạnh tranh của một ngân hàng. Đồng thời cũng phân tích được lộ trình gia nhập WTO của ngành ngân hàng ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh như thế nào, phân tích những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của các NHTM VN, từ đó có một cách nhìn tổng thể về năng lực hiện có của các NHTM VN để có cơ sở đưa ra những giải pháp nhằm giúp các NHTM VN nâng cao được năng lực cạnh tranh của mình.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP GÓP PHẦN NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

3.1 GIẢI PHÁP VĨ MÔ

3.1.1 Giải pháp từ phía Chính phủ

Hoàn thiện khuôn khổ pháp lý là điều kiện tiên quyết hàng đầu nhằm tạo lập một hành lang pháp lý ổn định, phù hợp với thông lệ quốc tế và tình hình thực tiễn của Việt Nam. Chính phủ nên có ngay những hành động sau:

Thứ nhất, nhanh chóng rà soát tổng thể toàn bộ hệ thống pháp luật và xây dựng một hệ thống luật có sự tương thích cao trong việc cam kết WTO.

Thứ hai, đẩy nhanh quá trình xây dựng và hoàn thiện Luật Công chứng nhằm tạo điều kiện nâng cao hiệu quả phối hợp giữa các cơ quan ban ngành trong việc công chứng, đăng ký giao dịch bảo đảm.

Thứ ba, tiếp tục xây dựng các Nghị định, Thông tư hướng dẫn để chỉ đạo các cơ quan ban ngành trong việc thực thi pháp luật có liên quan đến việc Bảo đảm tài sản nợ, xử lý tài sản bảo đảm nợ vay của các NHTM. Mục đích này nhằm tháo gỡ những khó khăn vướng mắc trong việc xử lý tài sản (phát mãi tài sản, thi hành án) theo hướng nâng cao vai trò chủ động của các NHTM, tạo điều kiện đẩy nhanh tốc độ xử lý tài sản bảo đảm nợ vay để góp phần nâng cao chất lượng hoạt động tín của các ngân hàng.

Thứ tư, nên xây dựng lại Luật các Tổ chức tín dụng cho phù hợp với tình hình mới, tạo điều kiện tối đa cho các ngân hàng hoạt động trên thị trường chứng khoán.

Thứ năm, nhanh chóng gỡ bỏ những vướng mắc liên quan đến thị trường chứng khoán đối với ngành ngân hàng, tạo điều kiện tối đa cho các NHTM VN tiếp cận với các tổ chức nước ngoài cũng như sớm bỏ Nghị định liên quan tới giới hạn của các cá nhân và tổ chức mua cổ phần ngân hàng bằng với mức 49% như các doanh nghiệp khác niêm yết trên thị trường chứng khoán. Việc nới rộng “room” sẽ làm cho cổ phiếu ngân hàng có yếu tố nước ngoài nhiều hơn, từ đó làm cho các NHTM VN dễ dàng niêm yết trên thị trường chứng khoán Việt Nam và xa hơn là niêm yết trên thị trường chứng khoán nước ngoài. Có như vậy, thương hiệu và uy tín của các NHTM VN sẽ ngày càng được nâng cao và tiếp cận được các nước trong khu vực và thế giới.

3.1.2 Giải pháp từ phía Ngân hàng Nhà nước

Thứ nhất, rà soát và hoàn thiện cơ sở pháp lý, loại bỏ những chính sách can thiệp quá sâu vào hoạt động kinh doanh của các NHTM như: các văn bản hạn chế cho vay nhắm vào cổ phiếu, bất động sản...; quyết định 888/2005/QĐ – NHNN về hạn chế cho vay đối với một khách hàng tại một Phòng giao dịch; quyết định 493/2005/QĐ – NHNN về trích lập dự phòng rủi ro và phân loại nợ.

Thứ hai, phải nâng cao vai trò công tác thống kê, báo cáo: xây dựng hệ thống thông tin, dữ liệu tổng thể của hệ thống ngân hàng, phân tích và dự báo tình hình kinh tế thế giới và phải cập nhật một cách nhanh chóng các số liệu này.

Thứ ba, nâng cao chất lượng thông tin tín dụng (CIC): thông tin tín dụng phải đa dạng và phong phú hơn; cập nhật đầy đủ tình hình doanh nghiệp với độ chính xác và đặc biệt là phải cập nhật nhanh chóng hơn.

Thứ tư, nâng cao vai trò giám sát, thanh tra: phải đổi mới hoạt động thanh tra, giám sát ngân hàng theo hướng hạn chế rủi ro, không nên can thiệp quá sâu vào chuyên môn nghiệp vụ của các NHTM.

Thứ năm, xây dựng một lộ trình và hướng đi đúng, xuyên suốt và lâu dài để các NHTM VN chủ động trong hoạt động kinh doanh của mình, không còn bị động khi NHNN thay đổi chính sách.

Thứ sáu, tiến hành nhanh việc cổ phần hóa các NHTM NN, đẩy mạnh việc cải cách hành chính, tạo điều kiện thông thoáng hơn nữa để các NHTM CP tăng vốn một cách nhanh nhất.

Thứ bảy, cải thiện hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng, đẩy nhanh hơn nữa công tác thanh toán bù trừ giữa các ngân hàng.

3.2 GIẢI PHÁP TỪ PHÍA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

Trước những cơ hội và thách thức lớn từ hội nhập, với thực trạng về năng lực cạnh tranh hiện có, các NHTM VN cần có những bước đi và hành động cụ thể sau:

3.2.1 Nâng cao năng lực tài chính

Trước hết, theo nghị định 141/2006/NĐ – CP ngày 22 tháng 11 năm 2006 về việc ban hành danh mục vốn pháp định của một số TCTD, điều này buộc các NHTM VN phải tăng vốn điều lệ nếu muốn tồn tại, đặc biệt là các NHTM CP. Vì vậy, các NHTM VN cần có những động thái sau:

- Đối với các NHTM NN: nhanh chóng gấp rút hoàn thành đề án cổ phần hóa theo yêu cầu của Chính phủ.
- Đối với các NHTM CP có vốn nhỏ, do không thể tăng vốn do những ràng buộc nhất định từ NHNN thì có thể sáp nhập lại để nâng cao được năng lực tài chính, quy mô vốn và tài sản, tăng được thị phần. Đây là việc diễn ra hàng ngày trên thế giới, thậm chí có những ngân hàng lớn sáp nhập, việc này thường mang lại cho các ngân hàng những thành công nhất định.

- Thị trường chứng khoán trong thời gian qua phát triển một cách vượt bậc. Với triển vọng phát triển ngành tài chính - ngân hàng và ngày càng có nhiều nhà đầu tư trong và ngoài nước quan tâm tới cổ phiếu ngân hàng thì có thể nói đây là cơ hội tốt cho các NHTM VN huy động vốn thông qua thị trường này. Vì vậy, ngay từ bây giờ các NHTM VN nhanh chóng minh bạch hoá thông tin để huy động vốn thông qua việc phát hành cổ phiếu, trái phiếu...
- Do có một số ràng buộc từ các tổ chức và cá nhân nước ngoài đầu tư vào các NHTM VN nên các NHTM VN nên tìm một số tổ chức lớn mạnh trong nước làm nhà đầu tư chiến lược. Đây cũng là cơ hội tận dụng những được danh tiếng những công ty lớn, vừa có cơ hội khuếch trương thương hiệu của mình thông qua các công ty này.

Tiếp theo, các NHTM VN phải nhanh chóng cải thiện các quy trình xét duyệt cho vay, phải có bước chuyên môn hoá trong khâu thu thập thông tin, thẩm định cho đến việc xét duyệt cho vay. Tất cả phải nhanh chóng và phải chuyên nghiệp để ngày đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Nâng cao năng lực thẩm định dự án để tiến tới cho vay tín chấp để không phụ thuộc quá nhiều vào việc cho vay phải có tài sản đảm bảo. Vì việc cho vay quá chú trọng vào tài sản đảm bảo thường có những tác dụng ngược. Khi giải ngân, các NHTM VN thường chủ quan, nếu đến hạn khách hàng không có khả năng trả được nợ thì phát mãi tài sản. Do đó, các NHTM VN thường bỏ qua nhiều khâu quan trọng trong thẩm định cho vay. Chính điều này làm giảm chất lượng tín dụng, ảnh hưởng tới hiệu quả kinh doanh của mình.

Cuối cùng, các NHTM VN nên nhanh chóng tiếp cận các công ty để ký kết việc thu, chi hộ: chi lương hộ, thu - chi tiền đấu giá cổ phiếu, điện, nước...; phải đa dạng hóa trong việc huy động tiền gửi, linh động trong lãi suất, phát hành các chứng chỉ tiền gửi, có chính sách khuyến khích riêng cho những người hưu trí gửi tiền...

3.2.2 Chú trọng tới chất lượng nguồn nhân lực và cơ cấu tổ chức

Chất lượng nguồn nhân lực luôn đi đôi với cơ cấu tổ chức. Một cơ cấu tổ chức tốt thường phát huy tối đa nguồn lực của mình và ngược lại, với nguồn nhân lực có chất lượng, sẽ làm cho cơ cấu tổ chức hoạt động một cách hiệu quả nhất. Do đó, các NHTM VN nên có những chính sách hữu hiệu để nâng cao hai nhân tố này.

Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, các NHTM VN phải gấp rút chuẩn bị những mặt sau:

Thứ nhất, phải có chính sách nguồn nhân lực một cách dài hạn. Đây là một công tác quản trị cần thiết, với tốc độ phát triển ngành như hiện nay, nếu không có chính sách dài hạn, các NHTM VN chắc chắn sẽ thiếu hụt nguồn nhân lực đủ trình độ để làm việc và quản lý. Các NHTM VN có thể chuẩn bị theo những bước sau:

- Chú trọng tới công tác đào tạo: tạo điều kiện tối đa cho các nhân viên hiện tại học hỏi kinh nghiệm và đào tạo thành một nhà quản lý thực thụ để các nhân viên này sẵn sàng là một nhà quản lý khi cần thiết. Việc đào tạo này có thể thông qua các cơ sở đào tạo chuyên nghiệp hoặc cho đi du học nước ngoài nếu cần thiết, đặc biệt là kết hợp với một số tổ chức tài chính có uy tín để phối hợp đào tạo. Đây có thể là một phương pháp đào tạo hiệu quả nhất vì những người được đào tạo được tiếp cận trực tiếp với những kiến thức thực tế.
- Chú trọng tới công tác tuyển dụng như: thông qua một công ty tuyển dụng chuyên nghiệp. Làm như vậy, các NHTM VN có thể an tâm về chất lượng nguồn nhân lực mà họ đang làm việc cho mình.
- Sàng lọc từ các trường đại học, sau đó có thể tạo điều kiện để những người được tuyển chọn này tiếp cận với những kiến thức thực tế từ ngân hàng mình

và tài trợ học bổng cho các đối tượng này tiếp cận với các kinh nghiệm làm việc cũng như kinh nghiệm quản lý hiện đại từ một số tổ chức nước ngoài.

- Nâng cao công tác quản trị nhân sự: hiện tại, hầu như các NHTM VN ít chú trọng tới công tác này. Vì vậy, nhanh chóng xây dựng cho mình chương trình quản trị nhân sự chuyên nghiệp.

Thứ hai, phải cải thiện chính sách tiền lương. Mỗi một cán bộ có kinh nghiệm và một nhà quản lý giỏi ra đi thì nguy cơ thị phần của ngân hàng mình sẽ bị chia sẻ. Vì vậy, không cải thiện chính sách lương hiện tại thì cũng giống như các NHTM VN sẽ trao một phần thị phần của mình cho các NHNNg khi tham gia vào thị trường Việt Nam.

Thứ ba, có chính sách khuyến khích hợp lý. Ngoài chính sách tiền lương ra, các cán bộ ngày nay còn quan tâm tới việc trở thành cổ đông hiện hữu tại nơi mình làm việc. Các NHTM VN có thể bán cổ phiếu ưu đãi cho các cán bộ, nhân viên chủ chốt theo giá ưu đãi. Đặc biệt là ngoài thưởng bằng tiền mặt, các NHTM VN nên thưởng bằng cổ phiếu và ràng buộc theo thời hạn nhất định. Đây có thể là một hợp đồng ràng nhân viên mình và nếu ra đi, tất cả những người được thưởng sẽ phải bán lại với giá gốc hoặc phải thanh hoàn trả lại những cổ phiếu được nhận. Làm như vậy, khi một đối thủ cạnh tranh khác khi muốn lôi kéo nguồn lực có chất lượng của mình thì phải tốn một khoản phí cao để “phá vỡ hợp đồng”. Điều này sẽ hạn chế phần nào việc chảy máu chất xám.

Ngoài những chính sách về nguồn nhân lực, các NHTM VN cần phải nhanh chóng cải thiện những vấn đề sau:

- Đó là các NHTM VN nhanh chóng chuyển từ cơ cấu tổ chức các phòng ban như hiện nay sang quản lý theo quy mô nhóm và khối khách hàng. Điều này

sẽ làm cho mỗi người sẽ chịu quản lý bởi cấp đó, làm giảm được áp lực lãnh đạo và phát huy hết năng lực của mỗi cá nhân.

- Tinh giảm bộ máy tổ chức tại các chi nhánh, phòng giao dịch. Đây có thể là một bệnh còn sót lại từ thời bao cấp. Một chi nhánh, phòng giao dịch chỉ có khoảng 10 người nhưng cũng đã có tới 6 chức danh quản lý. Điều này làm cho những người cấp dưới bị quá nhiều áp lực từ cấp trên nên khó phát huy hết năng lực của mình.

3.2.3 Nhanh chóng hiện đại hóa công nghệ ngân hàng

Nói đến hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, trước tiên phải nói ngay đến công nghệ thông tin. Các NHTM VN phải nhanh chóng triển khai và ứng dụng các phần mềm hiện đại vào công tác quản lý chứ không chỉ đơn thuần là dành cho quản lý sản phẩm. Phải thiết lập một hệ thống quản lý thông tin xuyên suốt từ các cấp lãnh đạo cao nhất đến từng bộ phận. Có như vậy, các thông tin, số liệu và các báo cáo về cảnh báo rủi ro lúc nào cũng sẵn sàng để thực hiện chiến lược kinh doanh của mình.

Tuy nhiên, việc cải tiến công nghệ thông tin phải đảm bảo cho các vấn đề được thực hiện các công việc một cách nhanh nhất, hiệu quả và chính xác nhất. Các quy trình và nghiệp vụ phải được thực hiện một cách chuyên nghiệp từ khâu nhận thông tin ban đầu từ khách hàng đến khâu giải quyết cuối cùng. Có như vậy, chúng ta mới đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Tiếp theo là phải thiết lập hệ thống internet cho phép các khách hàng có thể truy cập vào để biết thông tin của mình tại ngân hàng. Các website của các NHTM VN không nên chỉ đơn thuần là giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ một cách đơn điệu mà qua đó phải cập nhật thường xuyên các chỉ số thể hiện năng lực cạnh

tranh, quảng bá và khuyến khích trưng các thế mạnh cũng như các sản phẩm chủ lực của mình.

3.2.4 Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ

Trong bất kỳ lĩnh vực kinh doanh nào, sản phẩm và dịch vụ luôn đi kèm với nhau. Nếu sản phẩm tốt nhưng dịch vụ không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng thì xem như kinh doanh đã thất bại. Trong hoạt động kinh doanh ngân hàng, điều này càng thể hiện rõ hơn vì nó là một loại hình kinh doanh đặc biệt. Vì vậy, việc đa dạng hóa các sản phẩm và dịch vụ là một trong những việc làm thiết thực hàng đầu của các NHTM VN. Để thực hiện hiệu quả vấn đề này, các NHTM VN nên có những bước đột phá sau:

- Nhanh chóng củng cố các sản phẩm và dịch vụ hiện tại theo hướng nâng cao tính tiện ích và giảm các thủ tục không cần thiết.
- Việc đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ phải gắn liền với việc chuyên môn hóa các sản phẩm dịch vụ mà khách hàng đang sử dụng, không nên đầu tư dàn trải. Chính sự đầu tư dàn trải làm cho mình không tập trung phát triển các sản phẩm chủ lực của mình và kết quả là sản phẩm nào mình cũng có như lại không có giá trị gia tăng của các sản phẩm mà mình cung cấp.
- Mỗi một sản phẩm và dịch vụ mà mình cung cấp, các NHTM VN nên xây dựng các sản phẩm và dịch vụ đó phải mang bản chất và tính độc đáo riêng có của thương hiệu mình. Có nghĩa là khi nói đến tên của ngân hàng mình thì người ta biết ngay sản phẩm thế mạnh của mình là gì.
- Khi nghiên cứu và đưa ra những sản phẩm mới, các NHTM VN nên xem xét lại năng lực tài chính của mình cũng như tính phức tạp của nó. Chẳng hạn như các NHTM CP có quy mô tài sản nhỏ không nên vội đưa ra những sản phẩm

có tính phức tạp như các dịch vụ phái sinh. Điều này sẽ làm tăng gánh nặng chi phí nhưng cũng chứa đựng những tiềm ẩn nhiều rủi ro khác.

- Việc đưa ra sản phẩm mới phải đi từng bước thận trọng, chọn đối tượng khách hàng chính cho sản phẩm dịch vụ mà mình cung cấp thuộc thị trường nào. Chính việc phân nhóm này và lựa chọn này làm cho sự đầu tư của mình ít tốn chi phí hơn và nâng cao được chất lượng sản phẩm và dịch vụ mà mình cung cấp.
- Cuối cùng, phải chú ý tới tính đồng bộ của các sản phẩm và dịch vụ mà mình cung cấp cũng như hiệu quả đầu tư của nó.

3.2.5 Phát triển mạng lưới chi nhánh

Trong các năng lực cạnh tranh hiện tại, NHTM VN hiện chỉ có hệ thống chi nhánh là rộng khắp cả nước và là một lợi thế duy nhất so với các NHNNg. Tuy nhiên, để lợi thế này càng trở nên một thế lực thực sự mà các NHNNg khó có thể cạnh tranh được thì các NHTM VN nhanh chóng mở các chi nhánh phủ kín cả nước, tại khu vực kinh tế chiến lược trong tương lai. Một khi thị phần được chiếm lĩnh cộng với một số yếu tố khác như chất lượng sản phẩm cũng như những tiện ích khác sẽ làm cho các NHNNg khó có thể thu hút những khách hàng từ ngân hàng mình.

Hợp tác với một số ngân hàng đa quốc gia khác làm đại lý, mở chi nhánh, văn phòng đại diện ra nước ngoài. Điều này vừa khuyến khích thương hiệu vừa nâng cao được năng lực cạnh tranh khi sản phẩm dịch vụ của mình được xâm nhập vào nhiều đối tượng khách hàng.

3.2.6 Chiến lược kinh doanh, marketing và chăm sóc khách hàng

Đây là những yếu tố tác động lâu dài tới quá trình hoạt động và kinh doanh của các NHTM VN. Hiện tại, có thể nhìn nhận rằng, chiến lược kinh doanh, marketing và chăm sóc khách hàng là một trong những việc còn rất yếu và thiếu của hầu hết các NHTM VN. Để cho chiến lược marketing có hiệu quả, các NHTM VN nên có những cách nhìn cụ thể sau:

- Lấy chất lượng sản phẩm và dịch vụ và những giá trị gia tăng của các sản phẩm và dịch vụ đó làm cam kết cao nhất trong quá trình phát triển của mình. Đây là một yếu tố làm cho khách hàng luôn nhớ tới những sản phẩm và dịch vụ mà mình cung cấp.
- Xây dựng một kế hoạch chuẩn hóa và đồng nhất để nhận diện thương hiệu của toàn hệ thống.
- Xây dựng một đội ngũ marketing chuyên nghiệp, đào tạo và tuyên truyền cho toàn thể nhân viên trong ngân hàng về tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi của ngân hàng để từ đó biến mỗi nhân viên của ngân hàng thành một thương hiệu đích thực.
- Hãy kết hợp với một số công ty uy tín khác để gắn với sự phát triển và thương hiệu công ty đó vào giá trị thương hiệu của ngân hàng mình.
- Đầu tư vào việc nghiên cứu thị trường, nghiên cứu hoạt động kinh doanh, thương hiệu các đối thủ cạnh tranh để từ đó xây dựng chiến lược phát triển hợp lý và bền vững.

Tiếp theo, các NHTM VN phải xây dựng cho mình một chiến lược phát triển trung, dài hạn. Với chiến lược hợp lý này, các ngân hàng có thể phát triển một cách bền vững.

Cuối cùng, các NHTM VN phải lấy khách hàng là mục tiêu hàng đầu cho quá trình hoạt động kinh doanh của mình. Phải có những chính sách hậu mãi, giải đáp thắc mắc và đặc biệt lấy sự hài lòng khách hàng làm cam kết cho sự tồn tại và phát triển của mình.

Kết luận chương 3:

Xuất phát từ những kết quả đạt được trong nghiên cứu từ lý thuyết đến thực tiễn, đề tài đã đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các NHTM VN trong tiến trình hội nhập. Đề tài cũng đã đưa ra được 2 giải pháp chính đó là giải pháp mang tính vĩ mô và những giải pháp mang tính vi mô.

Trong mỗi giải pháp, đề tài cũng đã đưa ra những phân tích, định hướng nhằm đưa ra những nhận định tối ưu nhất để giúp các NHTM VN nhận thấy tầm quan trọng cũng như điều kiện tiên quyết để thực hiện những giải pháp đó.

KẾT LUẬN

Trên cơ sở những định nghĩa về lý thuyết cạnh tranh cũng như một số khái niệm về ngân hàng mà một số nhà khoa học đã đề cập, bài viết đã xây dựng được một mô hình tổng quát về năng lực cạnh tranh và các chỉ tiêu cũng như các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của các NHTM.

Dựa vào những lý luận tổng quát trên, đề tài đã nghiên cứu được thực trạng của các NHTM VN. Như về quy mô vốn, công nghệ, nguồn nhân lực để cho thấy rằng, trong thời gian qua, các NHTM VN cũng đã phát triển một cách vượt bậc cũng như những điểm yếu mà khi các NHNNg có tiềm lực tài chính mạnh cũng như có kinh nghiệm hoạt động đa quốc gia tham gia vào thị trường Việt Nam theo lộ trình cam kết của nước ta khi tham gia vào các Tổ chức trong khu vực, đặc biệt là Tổ chức Thương mại thế giới.

Với những gì nghiên cứu được từ thực tiễn, đề tài đã nhận thức sâu sắc được những thách thức cũng như các cơ hội mà các NHTM VN có thể gặp phải khi thị trường tài chính – ngân hàng mở cửa hoàn toàn. Trên cơ sở những nhận thức đó, đề tài cũng đưa ra những giải pháp cũng như định hướng cho từng giai đoạn phát triển để các NHTM VN có thể tận dụng tối đa các lợi thế của mình góp phần thúc đẩy ngành ngân hàng phát triển cũng như sự phát triển chung của nền kinh tế nước nhà.

Tuy nhiên, với thời gian nghiên cứu và khả năng có hạn của tác giả cùng với những hạn chế về số liệu của ngành ngân hàng hiện nay nên luận văn không thể tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Tác giả rất mong được sự đóng góp ý kiến của Quý Thầy, Cô và những độc giả quan tâm nhằm giúp tác giả có thêm những kiến thức quý báu cũng như để đề tài được hoàn chỉnh hơn.

Xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. David Begg (1992), *Kinh tế học*, Nxb Giáo dục, Hà Nội.
2. Thái Mạnh Cường (2006), “Nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại khi gia nhập WTO”. *Tạp chí Ngân hàng* 25, tr 19-21.
3. Fredric – S. Mishkin (1999), *Tiền tệ, ngân hàng và thị trường tài chính*, Nxb Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
4. Trần Huy Hoàng (2003), *Quản trị ngân hàng thương mại*, Nxb Thống kê, TP.HCM.
5. Ngô Hương, Tô Kim Ngọc (2001), *Lý thuyết tiền tệ và Ngân hàng*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
6. Lê Hùng (2004), *Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của các NHTM CP trên địa bàn TP.HCM*, Đề tài nghiên cứu khoa học, Viện kinh tế TP.HCM, Hồ Chí Minh.
7. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2004, 2005, 2006), “Báo cáo thường niên”. *Được tải về từ trang web: <http://www.sbv.gov.vn/vn/home/bcthuongnien.jsp>*.
8. Báo cáo thường niên của NHNN – CN TP.HCM các năm 2003, 2004, 2005, 2006.
9. Nguyễn Quang Thép (2006), “Quá trình hội nhập quốc tế của ngành Ngân hàng Việt Nam”. *Tạp chí Ngân hàng* 15, tr 14-20.
10. Viện nghiên cứu Khoa học Ngân hàng (2003), *Những thách thức của Ngân hàng thương mại Việt Nam trong cạnh tranh và hội nhập quốc tế*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
11. Luật các tổ chức tín dụng và một số Nghị định được tải về từ trang web: <http://www.luatvietnam.vn/default.aspx?tabid=217>.