

# CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN CỦA CÁC NGÂN HÀNG NƯỚC NGOÀI KHI THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG VIỆT NAM

ThS. Trương Thị Mỹ Nhân\*

**H**ãy bắt đầu bằng câu chuyện trong một bài báo “Ngân hàng trong nước trước thách thức lớn” đăng trên Thời báo Kinh tế Sài Gòn ngày 02/01/2006. Trong bài báo này, tác giả đã có sự so sánh những tiện ích giữa việc vay tiền ở các ngân hàng trong nước và ngân hàng nước ngoài (NHNNg) để đưa ra kết luận rằng: “Khách hàng ở chợ hay vùng quê hẳn sẽ ngừng vay tiền ngân hàng ngay lập tức nếu có ai đó cho họ vay mà không phải trả hoa hồng. Còn nhân viên doanh nghiệp đang vay tiền của NHNNg chắc sẽ tiếp tục vay dù ở nơi khác mời chào”. Kết luận như thế liệu có là chủ quan quá không khi các ngân hàng nước ta đang được một sự bảo hộ quá lớn từ Nhà nước, khi mà tâm lý người dân vẫn rất trọng dụng các ngân hàng bản địa? Câu trả lời là không. Nếu chúng ta tìm hiểu kỹ chiến lược phát triển của các NHNNg khi họ thâm nhập vào thị trường ngân hàng nước ta bắt đầu từ những năm mở cửa 1990, khi các hàng rào bảo hộ dần được dỡ bỏ và thị trường ngân hàng phải mở cửa theo đúng lộ trình trong cam kết BTA và WTO thì sẽ thấy

kết luận đó đã không hề chủ quan.

## 1. NHỮNG CƠ SỞ PHÁP LÝ

Con đường để các nhà đầu tư nước ngoài xâm nhập vào Việt Nam, chiếm lĩnh thị trường ngân hàng trong nước bắt đầu từ những năm 90 khi Việt Nam chính thức chấp nhận việc NHNNg mở chi nhánh tại Việt Nam theo tinh thần Nghị định số 189/HĐBT ngày 15/06/1991 của Hội đồng Bộ trưởng ban hành Quy chế chi nhánh NHNNg, ngân hàng liên doanh hoạt động tại Việt Nam; Nghị định số 13/1999/NĐ-CP ngày 17/5/1999 của Chính phủ về tổ chức hoạt động của tổ chức tín dụng (TCTD) nước ngoài, văn phòng đại diện của TCTD nước ngoài tại Việt Nam và hiện nay là Nghị định số 22/2006/NĐ-CP ngày 28/2/2006 về tổ chức và hoạt động của chi nhánh NHNNg, ngân hàng liên doanh, ngân hàng 100% vốn nước ngoài, văn phòng đại diện của TCTD nước ngoài tại Việt Nam.

Thời hạn hoạt động được quy định cụ thể trong giấy phép được cấp và có thể gia hạn theo yêu cầu.

- Phạm vi và nội dung hoạt động của chi nhánh NHNNg và liên doanh bước đầu được quy định tại



Điều 13 và 14 của Nghị định 189/HĐBT<sup>(1)</sup> và liên tục được mở rộng.

- Các chi nhánh NHNNg và liên doanh được phép nhận tiền gửi của cá nhân là người Việt Nam và các pháp nhân tổ chức Việt Nam với tỷ lệ ngày càng tăng<sup>(2)</sup>.

- Việt Nam không hạn chế số lượng chi nhánh của NHNNg. Chi nhánh NHNNg còn được phép bảo

\*Học viện Chính trị - Hành chính Quốc gia Hồ Chí Minh





NHNNg hoạt động tại Việt Nam được dành đối xử tối huệ quốc và đối xử quốc gia đầy đủ trong việc lắp đặt và vận hành máy ATM.

- Đồng thời năm 2005, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) lại cho phép các NHNNg có thể tham gia mua cổ phần của các ngân hàng thương mại (NHTM) trong nước, với tỷ lệ là 10%, tổng số cổ phần nước ngoài nắm giữ tối đa là 30%. Trong khi đó, tại Trung Quốc chỉ cho phép cổ đông chiến lược ngân hàng nắm giữ tới 20% cổ phần của một ngân hàng trong nước nhưng tổng số cổ phần nắm giữ tối đa 25%.

- Từ 1/4/2007, các tổ chức tín dụng nước ngoài được phép mở ngân hàng 100% vốn nước ngoài tại Việt Nam. Một trong số các điều kiện chính để thành lập chi nhánh của NHTM nước ngoài tại Việt Nam là ngân hàng mẹ phải có tổng tài sản có trên 20 tỉ USD vào cuối năm trước thời điểm nộp đơn. Các

cả các NHNNg sẽ được hoạt động như ngân hàng trong nước theo đúng cam kết BTA và WTO. Lúc đó, thị trường dịch vụ ngân hàng sẽ được mở cửa hoàn toàn và áp lực cạnh tranh sẽ lên đến đỉnh điểm.

Các quyết định trên đã tạo ra một hành lang pháp lý an toàn cho yếu tố nước ngoài thâm nhập vào thị trường ngân hàng Việt Nam.

## 2. CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN CỦA CÁC NHNNg

Các NHNNg với lợi thế về vốn, công nghệ, kỹ năng quản lý hiện đại và đội ngũ nhân viên có năng lực đã dần dần chiếm lĩnh một thị phần không nhỏ ở nước ta. Một mặt họ là những đối thủ cạnh tranh tiềm tàng đối với các ngân hàng trong nước nhưng lại là kênh truyền dẫn vào Việt Nam những công nghệ ngân hàng hiện đại, những thông lệ tốt nhất, là nguồn tài chính bổ sung cho thị trường tiềm năng của Việt Nam, là cầu nối cho các nhà đầu tư nước ngoài đến với thị trường và các doanh nghiệp Việt Nam. Sự thâm nhập vào thị trường Việt Nam của các NHNNg rất bài bản và tuân thủ đúng lộ trình định sẵn.

*Thứ nhất, các NHNNg thâm nhập thị trường Việt Nam thường bắt đầu bằng việc lập các văn phòng đại diện, rồi sau đó mới thành lập chi nhánh, ngân hàng liên doanh và cuối cùng là các ngân hàng con 100% vốn nước ngoài.*

Đây là chiến lược phát triển an toàn trong khi chưa hiểu rõ về tập quán, tâm lý, thói quen tiêu dùng của người bản địa. Góp vốn liên doanh cũng là một cách tận dụng những lợi thế của các NHTM nội địa để bù đắp những thiếu hụt của mình trong bước đầu thâm nhập vào thị trường còn đầy mới mẻ.



lãnh đối với các tổ chức kinh tế nước ngoài tham gia đấu thầu các dự án đầu tư tại Việt Nam và cho vay đối với các đối tượng này để thực hiện dự án tại Việt Nam. Tuy nhiên, NHNNg không được phép mở các điểm giao dịch hoạt động phụ thuộc vào vốn của chi nhánh. Các điểm giao dịch không được phép đặt máy rút tiền tự động ngay bên ngoài trụ sở của mình. Còn

ngân hàng con tại Việt Nam không bị đối xử như một tổ chức hoặc cá nhân nước ngoài, được hưởng đối xử quốc gia đầy đủ như NHTM của Việt Nam trong việc thành lập hiện diện thương mại. Và nếu như không có gì thay đổi thì đến năm 2010, tất



Quá trình liên doanh liên kết là quá trình tích lũy kiến thức về thị trường. Các NHNNg sẵn sàng chấp nhận hoà vốn thậm chí cả thua lỗ nếu như họ vẫn đạt những mục tiêu mà họ đặt ra ban đầu đó là tìm hiểu kỹ về thị trường mà họ sẽ đầu tư lâu dài. Các văn phòng đại diện cũng vậy. Đó chính là nơi thu hút các thông tin, phân tích, mổ xẻ thông tin để các ngân hàng của họ ở nước ngoài xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp. Văn phòng đại diện là cách mà NHNNg của các nước thành lập nhiều nhất. Thông qua văn phòng đại diện, người dân Việt Nam sẽ biết đến họ mà không phải mất quá nhiều chi phí để giao dịch. Tính đến thời điểm 13/4/2009, Việt Nam có 55 văn phòng đại diện, 45 chi nhánh NHNNg, 5 ngân hàng liên doanh và 5 ngân hàng 100% vốn nước ngoài đã được cấp phép và đang hoạt động tại thị trường Việt Nam (đó là ngân hàng Standard Chartered Bank, HSBC, Ngân hàng ANZ và Ngân hàng Shinhan và Ngân hàng Hong Leong Bank Berhad). Ngay khi được cấp giấy phép thành lập ngân hàng con, các ngân hàng này đã mở liên tiếp các chi nhánh ở các thành phố lớn và kêu gọi nhiều cán bộ ngân hàng giỏi của các NHTM trong nước đến đầu quân cho họ. Sự mở rộng hoạt động kinh doanh của các NHNNg khi đã được phép thành lập ngân hàng con 100% vốn nước ngoài chắc chắn sẽ ảnh hưởng lớn đến các ngân hàng trong nước, nguy cơ đánh mất thị phần là điều mà ai cũng dễ dàng nhìn thấy. Việc mở ngân hàng con sẽ mang lại nhiều lợi thế hơn cho các NHNNg khi hoạt động trên thị trường Việt Nam.

*Thứ hai, chiến lược kinh doanh*

*của các NHNNg ban đầu là bán buôn sau đó tiến dần tới bán lẻ.*

Đây là chiến lược mà các NHNNg áp dụng ở hầu hết các quốc gia trên thế giới. Bởi vì, chỉ khi thâm nhập sâu vào thị trường thì các NHNNg mới có thể mở rộng các chi nhánh, vươn ra các vùng, miền để cho vay tiêu dùng. Các NHNNg lúc đầu mới thâm nhập vào thị trường chủ yếu cho vay đối với các công ty liên doanh, các doanh nghiệp có 100% vốn nước ngoài, đặc biệt là các doanh nghiệp của nước đó. Lúc đầu các NHNNg cũng không mấy mặn mà với hoạt động tín dụng cho các doanh nghiệp địa phương vì họ chưa hiểu rõ về phong tục, tập quán cũng như chất lượng hoạt động của các doanh nghiệp này nên không dám mạo hiểm. Thay vì cho vay các doanh nghiệp, thời gian đầu, các NHNNg thường cho các ngân hàng trong nước vay lãi với lãi suất chênh lệch ít với lãi suất thị trường. Với cách kinh doanh này, một mặt, các ngân hàng có thể đỡ đầu cho doanh nghiệp nước họ thâm nhập sâu để tìm hiểu và chiếm lĩnh thị trường đồng thời cũng là cách để vốn không bị ứ đọng. Tuy nhiên, mục tiêu mà các NHNNg đang hướng tới và đang tập trung mọi nỗ lực để hiện thực hoá, đó là thị trường bán lẻ. Bởi vì, Việt Nam hiện nay có hơn 82 triệu dân, với 2/3 là dân số trẻ nhưng chỉ mới có 10% dân số mở tài khoản giao dịch tại ngân hàng. Người dân Việt Nam vẫn có thói quen tích trữ vàng hoặc ngoại tệ thay vì gửi ngân hàng.

Các NHNNg sẽ lựa chọn chiến lược bán lẻ dựa trên thế mạnh của chính mình chứ không tham gia ở tất cả các nghiệp vụ bán lẻ như các ngân hàng bản địa. Hơn ai hết, các NHNNg hiểu rằng, thị trường

bán lẻ của Việt Nam hiện đã và đang trở thành một thị trường hấp dẫn, hứa hẹn sự gia tăng lợi nhuận mà chưa được các ngân hàng bản địa khai thác. Dịch vụ bán lẻ có hàm lượng công nghệ cao sẽ được các NHNNg ưu tiên phát triển như dịch vụ tư vấn tài chính và đầu tư, môi giới tài chính, quản lý danh mục đầu tư. Bên cạnh đó, các chi nhánh NHNNg còn liên tục mở rộng thị phần trong lĩnh vực thanh toán quốc tế, kinh doanh ngoại tệ, chuyển tiền kiều hối (lượng kiều hối của Việt Nam hàng năm chiếm đến 10 tỷ USD, một con số không nhỏ nếu biết khai thác hợp lý), các dịch vụ ngân hàng tiện ích khác cho các nhà đầu tư và cá nhân người nước ngoài tại Việt Nam. Đây là những lĩnh vực mà ngân hàng trong nước chưa thể vươn tới vì nhiều lý do, trong đó phần nhiều là do thiếu kỹ năng quản lý và giám sát, thiếu nhân lực. Với thế mạnh của những ngân hàng hiện đại, tiên tiến, có kinh nghiệm, cung cấp nhiều sản phẩm đa dạng, phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng Việt Nam nên các NHNNg đang có nhiều ưu điểm vượt trội so với các ngân hàng trong nước.

Lộ trình chiếm lĩnh thị trường bán lẻ của Việt Nam đang được các NHNNg tích cực tiến hành. Đầu tiên là Ngân hàng Hồng Kông - Thượng Hải (HSBC) với việc khai trương chi nhánh lớn nhất của ngân hàng tại tòa nhà Pacific Place - vào ngày 17/6 vừa qua. Tiếp theo HSBC, Standard Chartered Bank (Anh), cũng tuyên bố chính thức khai trương dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Hà Nội từ ngày 1/7. Ngân hàng này đã rất thành công với chuỗi sản phẩm quản lý tài sản bao gồm tài khoản tiền gửi thặng dư, chương trình tiết kiệm đa ngoại tệ



dành cho khách hàng và doanh nghiệp vừa và nhỏ. Hiện nay, tiền gửi tiết kiệm của doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Standard Chartered là 40% tổng tiền gửi.

Tấn công vào thị trường bán lẻ và tập trung vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ là một chiến lược đúng đắn của các NHNNg. Bởi vì, doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam hiện chiếm đến 80% số lượng doanh nghiệp hoạt động tại Việt Nam và Nhà nước cũng đang có nhiều chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp này phát triển. Hơn thế nữa, ngân hàng nội địa, đặc biệt là các ngân hàng thương mại Nhà nước (NHTMNN) chưa thực sự mặn mà với thị trường này nên khoảng trống để các NHNNg vào còn rất lớn mà chi phí chiếm lĩnh lại không tốn kém.

Bên cạnh việc mở rộng thị trường bán lẻ đến các vùng miền, các NHNNg cũng rất mạnh dạn và táo bạo trong việc tham gia kinh doanh trên thị trường chứng khoán.

*Thứ ba, tăng trưởng nhanh, sinh lợi và thâm nhập sâu vào thị trường.*

Theo một số chuyên gia phân tích thị trường của Việt Nam thì khi tham gia mạnh vào thị trường, các NHNNg sẽ đi từ “cái mới đến cái cũ” tức là họ sẽ tập trung phát triển các dịch vụ mà Việt Nam chưa có hoặc còn yếu như dịch vụ thanh toán, chuyển tiền, các ngân hàng bán lẻ phục vụ cá nhân.

Chiến lược kinh doanh của các NHNNg khá khác biệt so với các ngân hàng trong nước từ cách cho vay (NHNNg chủ yếu cho vay tín chấp còn ngân hàng trong nước lại cho vay thế chấp) đến cách xử lý tranh chấp (họ luôn luôn bảo vệ quyền lợi của khách hàng và đặt khách hàng lên hàng đầu).

Tóm lại, các NHNNg đang tạo ra những vòng kín ảnh hưởng đến doanh nghiệp. Đầu tiên họ sử dụng các nguồn lực tài chính lớn hỗ trợ các công ty nước ngoài vào làm ăn ở Việt Nam, họ cho vay chủ yếu các khu chế xuất, khu công nghiệp. Với các công ty nước ngoài đã có mặt ở Việt Nam, họ thiết lập quan hệ khách hàng, rồi từ khách hàng công ty, họ chuyển dần đến các khách hàng cá nhân của công ty. Chính vì những lợi thế của mình cộng thêm những chiến lược kinh doanh đúng (tăng trưởng nhanh, sinh lợi và thâm nhập sâu vào thị trường) mà các chi nhánh NHNNg và văn phòng đại diện của họ đã dần thu hút được nhiều khách hàng của Việt Nam.

*Thứ tư, xu hướng mua cổ phần của các NHNNg đối với các ngân hàng trong nước để mở rộng thị phần.*

Mục tiêu của các NHNNg khi vào Việt Nam là sẽ nhanh chóng mở rộng thị phần. Như vậy, họ sẽ tận dụng và phát triển ngay trên thị phần và cơ sở hạ tầng hiện có của các ngân hàng Việt Nam, thay vì phải thành lập chi nhánh hay thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài quá tốn kém. Và với cách làm này, các NHNNg sẽ khắc phục được những điểm yếu của họ như thiếu kinh nghiệm thị trường, sự khác biệt về văn hóa... Vì thế, xu hướng mua lại các ngân hàng trong nước là chiến lược quan trọng để giành được thị phần nhanh nhất.

Trước khi HSCB trở thành nhà đầu tư chiến lược của Techcombank, ANZ đã mua cổ phần Saccombank hay Standard Chartered mua cổ phần ACB theo tỷ lệ 10% vốn điều lệ của mỗi ngân hàng. Xu thế chọn đối tác chiến lược là các NHNNg được các ngân

hàng thương mại cổ phần (NHTMCP) Việt Nam xem như đó là yếu tố sống còn nhằm đứng vững trong thời điểm giao thời, mở cửa thị trường ngân hàng ngày càng rộng. Chính vì thế, chỉ sau một thời gian ngắn, có đến 10 ngân hàng Việt Nam (ACB, Saccombank, Techcombank (HSBC), VP Bank (OCBC), Eximbank (SMBC), Habubank (Deutsche Bank), Phương Đông (BNP Paribas), Phương Nam (UOB), Seabank (Société Générale) và An Bình (May Bank) và sắp tới là ngân hàng Liên Việt). Theo thống kê, tính đến cuối năm 2008, tổng tài sản của 10 ngân hàng nói trên đạt 375.000 tỷ đồng với tỷ lệ nắm giữ cổ phần của các NHNNg đều rất cao, từ 10-15%, cá biệt tại Techcombank tỷ lệ này là 20%.

Đây là một xu hướng đúng đắn để các ngân hàng trong nước có thể gia tăng vốn hoạt động một cách nhanh nhất. Song, nếu tỷ lệ này cao hơn, hoặc sự giám sát trong quá trình hoạt động của các ngân hàng nội địa quá mỏng sẽ dễ dẫn đến tình trạng lệ thuộc vào các NHNNg.

### **3. NHỮNG KẾT QUẢ ĐẠT ĐƯỢC VÀ HẠN CHẾ CỦA CÁC NHNNg HIỆN NAY**

#### **a. Kết quả đạt được**

##### **- Dự nợ cho vay:**

Theo báo cáo của NHNN, tính đến cuối tháng 12/2008, tổng dự nợ tín dụng của các tổ chức tín dụng nước ngoài đạt 152.952 tỷ đồng, chiếm 9,3% tổng dự nợ cho vay cả VND và USD, nhưng chiếm tới 30,2 % trên tổng dự nợ cho vay bằng USD của toàn hệ thống ngân hàng đang hoạt động tại Việt Nam.

Mức tăng dự nợ cho vay bằng ngoại tệ của khối các NHNNg là cao nhất trong toàn hệ thống ngân



hàng ở Việt Nam (mức tăng chung là 25,8%). Mặc dù, mức tăng dư nợ có tốc độ cao nhưng chất lượng tín dụng của khối chi nhánh NHNNg vẫn rất tốt, nợ không đủ tiêu chuẩn của khối này chỉ chiếm 1,1% tổng nợ USD. Tỷ lệ nợ dưới tiêu chuẩn của các NHNNg tại Việt Nam rất thấp (từ nhóm 2 đến nhóm 5 chỉ chiếm 0,33%/tổng dư nợ).

Nguyên nhân của việc tăng dư nợ ngoại tệ là do nhu cầu của khách hàng tăng, đặc biệt là các dự án có vốn đầu tư nước ngoài và phần lớn các dự án này đều được tài trợ vốn từ các NHNNg. Bên cạnh đó, việc gia tăng nhập khẩu cũng khiến cho nguồn cầu ngoại tệ tăng và thường chỉ được đáp ứng qua các NHNNg. Hơn nữa, dư nợ cho vay nói chung và dư nợ cho vay ngoại tệ nói riêng của các chi nhánh NHNNg không bị khống chế bởi hạn mức tín dụng, đó là tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay của số đông NHTM trong nước không được vượt quá 30% trong năm 2008 để thực hiện mục tiêu kiểm chế lạm phát của Chính phủ. Nên trong khi các NHTM trong nước hạn chế cho vay thì khối chi nhánh NHNNg tiếp tục mở rộng cho vay vốn ngoại tệ các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh có hiệu quả, có uy tín và đáp ứng được các điều kiện vay vốn ngoại tệ theo quy định.

Nợ xấu và nợ quá hạn của các NHNNg thường thấp hơn rất nhiều so với các ngân hàng trong nước do có chiến lược kinh doanh đúng đắn, sự sàng lọc kỹ lưỡng khi cho vay dựa trên sự phân tích thông tin và đội ngũ quản trị rủi ro tốt. Đối với các NHNNg, mục tiêu gia tăng tín dụng luôn đứng sau mục tiêu gia tăng nguồn vốn để đảm bảo tính thanh khoản nên họ lựa chọn khách hàng khá kỹ lưỡng và dựa trên

những tiêu chuẩn mang tính quốc tế.

Sang năm 2009, thực hiện gói kích cầu hỗ trợ lãi suất của Chính phủ, các NHNNg tại Việt Nam cũng tham gia tích cực vào chương trình này, thể hiện ở việc gia tăng dư nợ tín dụng. Theo báo cáo của NHNN tính đến ngày 25/6/2009 số dư nợ cho vay hỗ trợ lãi suất đã đạt 357.065 tỉ đồng. Trong đó, dư nợ cho vay của nhóm chi nhánh NHNNg, ngân hàng liên doanh, ngân hàng 100% vốn nước ngoài đạt 17.256 tỉ đồng.

**- Huy động vốn:**

Tổng huy động vốn 10 tháng đầu năm 2008 của khối tổ chức tín dụng có vốn đầu tư nước ngoài đạt 22.957 tỉ đồng, tăng 46% so với cuối năm 2007. Mức tăng từ nguồn huy động tiền gửi mà nhất là dựa vào các nguồn tiền gửi của tổ chức và doanh nghiệp (khoảng 70-100%). Các ngân hàng liên doanh tuy vị trí trên thị trường còn khiêm tốn nhưng vẫn đạt mức tăng trưởng rất cao trong năm 2008 với tốc độ huy động vốn tăng đến 30%. Lợi nhuận trước thuế tăng khoảng 15% và tổng tài sản cũng đã tăng 30% so với năm trước.

**b. Hạn chế**

*Hoạt động của các NHNNg hiện nay chưa phản ánh đúng năng lực cạnh tranh của các NHNNg tại Việt Nam.* Hiện nay, các NHNNg chiếm khoảng 30% vốn chủ sở hữu của toàn hệ thống NHTM nhưng chỉ chiếm 10% thị phần cho vay và huy động vốn.

Thị phần còn thấp của các NHNNg hiện nay một phần là do chính sách cho vay thận trọng của các ngân hàng này, song, cũng một phần vì những quy định chặt chẽ của chúng ta hiện nay, chưa thực sự tạo nên một sân chơi bình đẳng cho



các NHNNg. Những quy định về nơi đặt trụ sở chi nhánh, về tỷ lệ huy động VND, về giới hạn dịch vụ cung cấp, về địa điểm đặt máy ATM... Áp lực cạnh tranh sẽ tăng lên gấp bội khi Việt Nam đang xem xét, nới lỏng dần các hạn chế trong hoạt động của các chi nhánh NHNNg, góp phần phát triển hơn nữa thị trường tài chính - tiền tệ Việt Nam để tiến tới xây dựng một sân chơi bình đẳng, minh bạch và cạnh tranh lành mạnh trong khu vực tài chính - ngân hàng.

Thế mạnh duy nhất của các chi nhánh NHNNg hiện nay là được nhận tiền gửi của khách hàng là các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Ngoài ra, họ có khả năng tăng mạnh về tiền gửi ngoại tệ khi được NHNN cho phép mở rộng phạm vi huy động tiền gửi. Tuy nhiên, thị phần tiền gửi của nhóm này là rất nhỏ do hạn chế về loại



tiền gửi, tỷ lệ nhận tiền gửi, địa bàn huy động tiền gửi. Do vậy, khả năng mở rộng quan hệ với khách hàng Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp Nhà nước lớn, là khó khăn. Mặt khác, do những giới hạn về tỷ lệ huy động tiền VND nên sự tham gia của các NHNNg vào cuộc cạnh tranh lãi suất huy động và cho vay VND hầu như bằng không.

Ngoài ra, khủng hoảng tài chính tiền tệ và sự sụp đổ của các ngân hàng mẹ cũng là nguyên nhân tạo ra sự co cụm, do dự trong đầu tư của các NHNNg tại Việt Nam hiện nay.

#### 4. MỘT SỐ ĐỀ XUẤT ĐỐI VỚI CÁC NGÂN HÀNG TRONG NƯỚC TRƯỚC ÁP LỰC CẠNH TRANH

Năm 2009 sẽ là năm mà Việt Nam thực hiện cam kết mở cửa thị trường dịch vụ ngân hàng theo Hiệp định thương mại Việt Mỹ BTA, và đến năm 2012, sẽ tiếp tục mở cửa rộng hơn theo WTO. Nếu các cam kết mở cửa được thực hiện và những hạn chế được nới lỏng dần thì chắc chắn với chiến lược kinh doanh hiện tại các NHNNg sẽ chiếm ưu thế vượt trội so với các ngân hàng trong nước. Hơn lúc nào hết, các ngân hàng Việt Nam cần:

- Tiếp tục đổi mới, thúc đẩy nhanh việc cổ phần hóa các NHTMNN, sắp xếp lại các NHTMCP, nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng cường quy chế quản lý giám sát để có thể trụ vững và dành lợi thế trong cạnh tranh. Các ngân hàng trong nước nên có các chiến lược kinh doanh tập trung khai thác thị trường bán lẻ đầy tiềm năng trong nước trước khi để các NHNNg chiếm lĩnh.

- Không nên chủ quan trước việc các NHNNg đang có xu hướng co cụm, chống đỡ với khủng hoảng và trước sự đổ vỡ của một số ngân

hàng mẹ ở nước ngoài trong giai đoạn khủng hoảng tài chính tiền tệ hiện nay. Phải xem khủng hoảng hiện nay vừa là thách thức, vừa là lợi thế để chúng ta có thời gian chuẩn bị kỹ càng hơn nữa trước khi hòa mình thực sự vào sân chơi lớn – khi cam kết mở cửa thị trường dịch vụ tài chính đang đến rất gần.

- Cần chuẩn bị tốt hơn cả về vốn, đội ngũ nhân lực, kinh nghiệm kinh doanh, kinh nghiệm quản lý cũng như xây dựng cho được một chiến lược kinh doanh đúng đắn, có bài bản. Các ngân hàng trong nước nên hợp tác, chia sẻ thông tin, chia sẻ thị trường và cùng xây dựng các biện pháp chống đỡ rủi ro khi hội nhập sâu hơn.

- Phát triển đồng bộ và mạnh mẽ hơn các loại thị trường, trong đó có thị trường vốn, thị trường tiền tệ,

thị trường liên ngân hàng và thị trường bất động sản...

- Về phía Chính phủ, NHNN cần xây dựng và hoàn thiện hơn nữa hệ thống pháp luật, đặc biệt là hệ thống luật pháp về giải quyết tranh chấp. Đồng thời, xây dựng hệ thống cung cấp thông tin, hệ thống giám sát thị trường tốt hơn nhằm tạo ra một môi trường cạnh tranh lành mạnh, thông tin minh bạch. Chính sách tiền tệ của NHNNg cần chủ động hơn và linh hoạt hơn. ■

#### CÁC TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Các trang web:

<http://www.vietnamnet.vn>

<http://www.vnexpress.com>

<http://www.ddn.com.vn>

<http://www.dantri.com.vn>

<http://www.sbv.gov.vn>

<http://www.luatvietnam.com>

<http://www.laodong.com.vn>

(1) Tiền gửi ngoại tệ, cho vay ngoại tệ, đầu tư ngoại tệ, mua bán trái phiếu ngoại tệ, thanh toán xuất nhập khẩu, bảo lãnh ngoại tệ, thanh toán xuất nhập khẩu, bảo lãnh ngoại tệ, chuyển đổi ngoại tệ, tự doanh hoặc nhận ủy thác mua bán ngoại tệ, chiết khấu các giấy tờ có giá bằng ngoại tệ, đại lý chi trả thẻ tín dụng bằng ngoại tệ, đại lý chuyển đổi ngoại tệ và các giấy tờ có giá bằng ngoại tệ và làm các nghiệp vụ khác theo quy định của NHNN về quản lý ngoại hối. Các chi nhánh này có thể nhận tiền gửi ngắn hạn, trung hạn và dài hạn, cho vay ngắn hạn, trung hạn và dài hạn, chiết khấu các giấy tờ có giá, mua bán trái phiếu, thanh toán, làm các nghiệp vụ khác bằng đồng Việt Nam theo quy định trong giấy phép hoạt động.

(2) Không quá 20% vốn được cấp của chi nhánh và ngân hàng liên doanh, tỷ lệ này được nâng lên 25% vào tháng 11/1996, 50% theo Quyết định số 1084/2003/QĐ-NHNN ngày 16/9/2003 và Quyết định 327/2004/QĐ-NHNN ngày 1/4/2004 cho phép chi nhánh NHNNg thuộc Liên minh châu Âu hoạt động tại Việt Nam nâng mức huy động tiền gửi Việt Nam đồng lên 250% vốn được cấp từ cá nhân và pháp nhân không có quan hệ tín dụng với ngân hàng, và 300% từ các thể nhân không có quan hệ tín dụng với ngân hàng và Quyết định 210/2005/QĐ-NHNN ngày 28 tháng 2 năm 2005 thay thế quyết định 327 huy động tiền gửi bằng VND tối đa bằng 400% vốn được cấp, từ thể nhân mà ngân hàng không có quan hệ tín dụng tối đa bằng 350% vốn được cấp.

Đối với chi nhánh NHNNg chưa có quan hệ tín dụng với khách hàng là người Việt Nam, mức độ huy động so với vốn pháp định được thực hiện theo lộ trình. Cụ thể, từ ngày 1/12007, được huy động gấp 6 lần so với vốn pháp định góp đủ, từ năm 2008 gấp 8 lần, năm 2009 gấp chín lần, và năm 2010 gấp 10 lần. Từ năm 2011 trở đi mới được hưởng chế độ đối xử quốc gia.