

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu và trích dẫn trong luận án là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng. Các kết quả nghiên cứu của Luận án đã được công bố trên tạp chí, không trùng với bất kỳ công trình nào khác.

Nghiên cứu sinh

Hồ Văn Tuấn

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
THUẬT NGỮ VIẾT TẮT.....	vi
DANH MỤC BẢNG, BIỂU, ĐỒ THỊ.....	viii
MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN CHUNG VỀ XUẤT KHẨU DỊCH VỤ CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	9
1.1. Tầm quan trọng trong xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại	9
1.1.1. Khái niệm và phân loại dịch vụ của Ngân hàng thương mại.....	9
1.1.2. Vai trò xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại đối với nền kinh tế quốc dân.....	12
1.1.3. Vai trò xuất khẩu dịch vụ đối với Ngân hàng thương mại	14
1.2. Các phương thức xuất khẩu dịch vụ và cam kết của Việt Nam về mở cửa thị trường dịch vụ của Ngân hàng thương mại khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới	16
1.2.1. Các phương thức xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại	16
1.2.2. Cam kết của Việt Nam về mở cửa thị trường dịch vụ của Ngân hàng thương mại khi gia nhập Tổ chức thương mại thế giới.....	23
1.3. Nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại	26
1.3.1. Nhân tố thuộc về Ngân hàng thương mại.....	26
1.3.2. Nhân tố thuộc về cơ chế, chính sách của Việt Nam	27
1.3.3. Nhân tố thuộc về thị trường nước nhập khẩu dịch vụ.....	28
1.4. Kinh nghiệm xuất khẩu dịch vụ của một số Ngân hàng thương mại nước ngoài	30
1.4.1. Kinh nghiệm của Citigroup	30

1.4.2.	<i>Kinh nghiệm của HSBC Holdings</i>	32
1.4.3.	<i>Kinh nghiệm của Deutsche Bank.....</i>	34
1.4.4.	<i>Kinh nghiệm của ANZ</i>	35
1.4.5.	<i>Bài học rút ra cho các ngân hàng thương mại Việt Nam</i>	36
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU DỊCH VỤ CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM.....		40
2.1.	Phân tích tổng quan thực trạng xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam	40
2.1.1.	<i>Khái quát về hệ thống Ngân hàng thương mại Việt Nam</i>	40
2.1.2.	<i>Thực trạng dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam....</i>	43
2.1.3.	<i>Thực trạng xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam</i>	52
2.2.	Phân tích thực trạng phương thức xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam	56
2.2.1.	<i>Thực trạng xuất khẩu dịch vụ theo từng phương thức của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.....</i>	56
2.2.2.	<i>Thực trạng xuất khẩu dịch vụ của một số Ngân hàng thương mại Việt Nam</i>	61
2.3.	Phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.....	75
2.3.1.	<i>Năng lực cạnh tranh chung của các doanh nghiệp Việt Nam.....</i>	75
2.3.2.	<i>Thực trạng năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.....</i>	78
2.4.	Kết luận về thực trạng xuất khẩu dịch vụ của các ngân hàng thương mại Việt Nam	82
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU DỊCH VỤ CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM..		85

3.1. Quan điểm và phương hướng phát triển xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.....	85
3.1.1. <i>Quan điểm phát triển xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.....</i>	<i>85</i>
3.1.2. <i>Phương hướng phát triển xuất khẩu dịch vụ của các ngân hàng thương mại Việt Nam đến năm 2020.....</i>	<i>88</i>
3.2. Giải pháp phát triển xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam	92
3.2.1. <i>Phát triển cơ sở hạ tầng cho xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.....</i>	<i>92</i>
3.2.2. <i>Nâng cao chất lượng dịch vụ xuất khẩu theo chuẩn Quốc tế</i>	<i>94</i>
3.2.3. <i>Nâng cao năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.....</i>	<i>95</i>
3.2.4. <i>Đa dạng hóa các dịch vụ và phương thức xuất khẩu của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.....</i>	<i>99</i>
3.2.5. <i>Tăng cường các hoạt động xúc tiến xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.....</i>	<i>101</i>
3.2.6. <i>Tăng cường liên kết hợp tác trong xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.....</i>	<i>101</i>
3.2.7. <i>Xây dựng và phát triển thương hiệu của các Ngân hàng thương mại Việt Nam</i>	<i>102</i>
3.2.8. <i>Cơ cấu lại tổ chức của các Ngân hàng thương mại Nhà nước đáp ứng nhu cầu phát triển trong điều kiện hội nhập Quốc tế</i>	<i>105</i>
3.2.9. <i>Tăng cường năng lực tài chính và quản trị điều hành cho hệ thống các Ngân hàng thương mại cổ phần</i>	<i>106</i>
3.3. Kiến nghị với Nhà nước	107
3.3.1. <i>Tăng cường hành lang pháp lý cho hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các ngân hàng thương mại Việt Nam</i>	<i>107</i>
3.3.2. <i>Sử dụng công cụ khuyến khích tăng trưởng xuất khẩu dịch vụ..</i>	<i>108</i>

3.3.3.	<i>Nâng cao năng lực quản lý của Nhà nước</i>	108
3.3.4.	<i>Tăng cường năng lực giám sát của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam</i>	109
3.3.5.	<i>Công tác hạch toán, thống kê dịch vụ theo chuẩn mực quốc tế.</i>	110
KẾT LUẬN		111
TÀI LIỆU THAM KHẢO		114
DANH MỤC PHỤ LỤC.....		118

THUẬT NGỮ VIẾT TẮT

ABB	Ngân hàng TMCP An Bình
ACB	Ngân hàng TMCP Á Châu
ADB	Ngân hàng phát triển Châu Á
AGRIBANK	Ngân hàng Nông nghiệp và PTNT Việt Nam
ANZ	Ngân hàng ANZ
ATM	Thẻ/máy rút tiền tự động ATM
BIDC	NH đầu tư và phát triển VN-Chi nhánh Campuchia
BIDV	Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam
BTA	Hiệp định thương mại song phương Việt - Mỹ
BVSC	Công ty CP chứng khoán Bảo Việt
CAR	Hệ số An toàn Vốn
CITIBANK	Ngân hàng Citibank
CP	Cổ phần
CSXH	Chính sách xã hội
DNNN	Doanh nghiệp Nhà nước
DVNH	Dịch vụ Ngân hàng
EIB	Ngân hàng TMCP XNK Việt Nam
EU	Liên minh Châu Âu
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FII	Đầu tư gián tiếp nước ngoài
GATS	Hiệp định chung về Thương mại Dịch vụ
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
HSBC	Ngân hàng Hồng Kông Thượng Hải
IBRD	Ngân hàng Tái thiết và Phát triển Quốc tế
IMF	Quỹ Tiền tệ Quốc tế
JICA	Văn phòng Hợp tác quốc tế Nhật Bản
KTTT	Kinh tế thị trường
MB	Ngân hàng TMCP Quân đội

MHB	Ngân hàng TMCP Nhà ĐB sông Cửu Long
NH	Ngân hàng
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
NHTW	Ngân hàng Trung ương
ODA	Hỗ trợ phát triển chính thức
POS	Điểm chấp nhận thẻ
SACOMBANK	Ngân hàng TMCP Sài gòn thương tín
SEAB	Ngân hàng TMCP Đông Nam Á
TCTD	Tổ chức tín dụng
TDQT	Tín dụng quốc tế
TECHCOMBANK	Ngân hàng TMCP kỹ thương Việt Nam
TMCP	Thương mại cổ phần
TTQT	Thanh toán Quốc tế
USD	Đô la Mỹ
VCB	Ngân hàng TMCP ngoại thương Việt Nam
VIB	Ngân hàng TMCP Quốc tế
VIETINBANK	Ngân hàng TMCP công thương Việt Nam
VN	Việt Nam
VND	Đồng Việt Nam
WB	Ngân hàng Thế giới
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới

DANH MỤC BẢNG, BIỂU, ĐỒ THỊ

Sơ đồ 1.1: Xuất khẩu dịch vụ giữa người cư trú và người không cư trú	16
Sơ đồ 1.2: Các phương thức xuất khẩu dịch vụ	20
Bảng 2.1: Số lượng Ngân hàng thương mại qua các năm	43
Bảng 2.2: Thị phần huy động vốn từ nền kinh tế của các NHTM	45
Bảng 2.3: Thị phần cho vay của các NHTM	46
Bảng 2.4: Doanh số mở và thanh toán L/C của các NHTM	49
Bảng 2.5: Hoạt động thanh toán biên mậu của các NHTM	49
Bảng 2.6: Doanh số thanh toán thẻ tín dụng quốc tế của các NHTM	50
Bảng 2.7: Doanh số mua bán ngoại tệ của các NHTM	51
Bảng 2.8: Doanh thu xuất khẩu dịch vụ của VCB	62
Bảng 2.9: Xuất khẩu dịch vụ theo các phương thức của VCB	62
Bảng 2.10: Doanh thu từ xuất khẩu dịch vụ của BIDV	65
Bảng 2.11: Xuất khẩu dịch vụ theo các phương thức của BIDV	66
Bảng 2.12: Kết quả kinh doanh của BIDC	67
Bảng 2.13: Kết quả hoạt động của Ngân hàng liên doanh Việt Lào	69
Bảng 2.14: Doanh thu từ xuất khẩu dịch vụ của Sacombank	70
Bảng 2.15: Xuất khẩu dịch vụ theo các phương thức của Sacombank	71
Bảng 2.16: Xếp hạng sức cạnh tranh tăng trưởng của Việt Nam	75
Biểu đồ 2.1: Huy động vốn từ nền kinh tế	44
Biểu đồ 2.2: Cho vay đối với nền kinh tế	46
Biểu đồ 2.3: Tỷ trọng cho vay nền kinh tế theo ngành	47
Biểu đồ 2.4: Xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam	54
Biểu đồ 2.5: Xuất khẩu dịch vụ tài chính Ngân hàng	55
Biểu đồ 2.6: Cán cân xuất nhập khẩu dịch vụ tài chính Ngân hàng	56

MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết của đề tài

Một trong những hạn chế, thách thức trong phát triển kinh tế, phát triển thương mại quốc tế và xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam thời gian qua là cơ cấu kinh tế, cơ cấu xuất khẩu nói chung, cơ cấu sản phẩm dịch vụ xuất khẩu nói riêng chậm chuyển dịch theo hướng hiện đại. Cơ cấu kinh tế chậm chuyển dịch theo hướng kinh tế thị trường hiện đại trong 15 năm qua (1995-2010) trong cơ cấu GDP, tỷ trọng của khu vực dịch vụ không tăng lên mà lại có xu hướng giảm từ 44% năm 1995 xuống 38,1% năm 2000 và chỉ dao động ở mức 38%-39% trong 4 năm sau khi gia nhập WTO (2007-2010); trong đó, tỷ lệ đóng góp của các tổ chức tài chính vào GDP chỉ dao động ở mức 1,8%-2,0% trong suốt thời kỳ 1995-2010. Trong cơ cấu xuất khẩu, tỷ trọng của dịch vụ trong giá trị xuất khẩu đã có hướng giảm từ 14,56% năm 1990 xuống 9,17% năm 2009 và chỉ chiếm 8,97% năm 2010, trái với xu thế phát triển chung của Thế giới (cơ cấu xuất khẩu của Thế giới trong cùng khoảng thời gian đó, tỷ trọng của dịch vụ đã tăng từ 18,53% lên 21%). Trong cơ cấu sản phẩm dịch vụ xuất khẩu, tỷ trọng của nhóm sản phẩm có giá trị gia tăng cao (như Tài chính ngân hàng, Bảo hiểm, Bưu chính viễn thông...) chỉ dao động ở mức 5%, riêng dịch vụ tài chính ngân hàng chỉ chiếm 3%. Điểm đáng chú ý là trong phương thức xuất khẩu dịch vụ, phương thức hiện diện thương mại và di chuyển thể nhân chỉ chiếm khoảng 5%, điều đó đồng nghĩa với việc chúng ta chưa tận dụng tốt các cơ hội tiếp cận thị trường thế giới từ hội nhập WTO, hội nhập các FTA mở ra để phát triển kinh doanh dịch vụ ngoài biên giới quốc gia. Trong khi đó, trên thị trường dịch vụ ngân hàng trong nước, thị phần của các NHTM Nhà nước liên tục giảm xuống (trên thị trường tiền gửi giảm từ 77% năm 2000 xuống 59,3% năm 2007, còn khoảng 55% năm 2010. Trên thị trường cho vay trong thời gian tương ứng giảm từ 78,7% xuống 60,1% và 55%).

Theo đề án phát triển xuất khẩu giai đoạn 2006-2010, Chính phủ đã đặt ra mục tiêu đạt tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ cả nước bình quân 16,3%/năm. Đồng thời, Chính phủ cũng phê duyệt đề án phát triển ngành Ngân hàng Việt Nam đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020 với 11 nhóm giải pháp

lớn cần phải tổ chức thực hiện. Trong đó có giải pháp là “đẩy nhanh quá trình hội nhập quốc tế trong lĩnh vực Ngân hàng”.

Theo cam kết chung của Việt Nam khi gia nhập WTO đối với các ngành dịch vụ về cơ bản như Hiệp định thương mại song phương với Hoa Kỳ (BTA). Trước hết, Công ty nước ngoài không được hiện diện tại Việt Nam dưới hình thức Chi nhánh, trừ phi điều đó được ta cho phép trong từng ngành cụ thể. Ngoài ra, Công ty nước ngoài tuy được phép đưa cán bộ quản lý vào làm việc tại Việt Nam nhưng ít nhất 20% cán bộ quản lý của Công ty phải là người Việt Nam. Cuối cùng, ta cho phép tổ chức và cá nhân nước ngoài được mua cổ phần trong các doanh nghiệp Việt Nam nhưng tỷ lệ phải phù hợp với mức mở cửa thị trường ngành đó. Riêng Ngân hàng ta chỉ cho phép Ngân hàng nước ngoài mua tối đa 30% cổ phần. Cam kết cụ thể đối với dịch vụ Ngân hàng: Việt Nam đồng ý cho Hoa Kỳ thành lập Ngân hàng con 100% vốn nước ngoài không muộn hơn ngày 01/04/2007. Ngoài ra, Ngân hàng nước ngoài được thành lập Chi nhánh tại Việt Nam nhưng Chi nhánh đó sẽ không được phép mở Chi nhánh phụ và vẫn phải chịu hạn chế về huy động tiền gửi bằng đồng Việt Nam từ thể nhân Việt Nam trong vòng 5 năm kể từ khi ta gia nhập WTO. Ta vẫn giữ được hạn chế về mua cổ phần trong các Ngân hàng Việt Nam. Đây là hạn chế đặc biệt có ý nghĩa đối với ngành Ngân hàng.

Như vậy, khu vực Ngân hàng sẽ gần như mở hoàn toàn trong nhận tiền gửi và các khoản phải trả khác từ công chúng; cho vay dưới tất cả các hình thức, bao gồm tín dụng tiêu dùng, tín dụng cầm cố thế chấp, bao thanh toán và tài trợ giao dịch thương mại...v.v. Vì vậy, chúng ta phải sẵn sàng các nguồn lực để có thể cạnh tranh với các Ngân hàng nước ngoài, đồng thời tìm hướng đi phù hợp cho các Ngân hàng thương mại Việt Nam trong đó, định hướng xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam là một hướng đi cần phải tính đến.

Trong bối cảnh đó và để vượt qua những khó khăn thách thức nêu trên, việc nghiên cứu để tìm ra các giải pháp nhằm đẩy mạnh xuất khẩu dịch vụ của các ngân hàng thương mại Việt Nam, góp phần gia tăng xuất khẩu dịch vụ, chuyển dịch cơ cấu và nâng cao chất lượng, hiệu quả xuất khẩu dịch vụ là rất quan trọng. Vì vậy, việc nghiên cứu tổng thể xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam là rất cần thiết.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

2.1. Mục tiêu nghiên cứu của luận án

Mục tiêu tổng quát: Nghiên cứu, đề xuất định hướng và giải pháp phát triển xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam đến năm 2020.

Mục tiêu cụ thể:

- Phân tích và hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản có liên quan đến xuất khẩu dịch vụ của các NHTM.
- Phân tích, đánh giá thực trạng xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam sau khi thực thi các cam kết thương mại dịch vụ trong WTO.
- Đề xuất phương hướng và một số giải pháp phát triển xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam đến năm 2020.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu của luận án

Nhiệm vụ nghiên cứu của luận án là đi tìm câu trả lời cho các câu hỏi nghiên cứu sau:

- Thứ nhất: Sự cần thiết phải nghiên cứu và phát triển xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam?
- Thứ hai: Tầm quan trọng trong xuất khẩu dịch vụ của các NHTM?
- Thứ ba: Các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu dịch vụ của các NHTM?
- Thứ tư: Thực trạng xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam?
- Thứ năm: Điều gì cản trở xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam?
- Thứ sáu: Giải pháp nào để phát triển xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Những vấn đề lý luận và thực tiễn về xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

Phạm vi nghiên cứu:

- Phạm vi không gian: Nghiên cứu chung ở tầm vi mô và nghiên cứu cụ thể xuất khẩu dịch vụ của một số NHTM Việt Nam bao gồm: Ngân hàng TMCP ngoại

thương Việt Nam; Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam; Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín.

- Phạm vi về thời gian: Nghiên cứu thực trạng từ năm 2005 đến năm 2010, đề xuất kiến nghị đến năm 2020.

4. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu tác giả sử dụng các biện pháp biện chứng logic trong khái quát tổng quan và phân tích vấn đề đồng thời sử dụng phương pháp phân tích thống kê; phân tích tổng hợp; lý thuyết hệ thống...vv để phân tích và luận giải thực tiễn. Đề tài cũng vận dụng kết quả nghiên cứu của các công trình khoa học có liên quan để làm sâu sắc thêm các luận điểm của đề tài.

- Phương pháp thống kê: Đề tài sử dụng các số liệu thống kê thích hợp để phục vụ cho việc phân tích các hoạt động xuất khẩu dịch vụ của một số NHTM Việt Nam và hiệu quả của nó mang lại trong từng giai đoạn.

- Phương pháp phân tích, tổng hợp: Trên cơ sở đánh giá thực trạng xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam, đề tài sẽ đưa ra những đánh giá chung có tính khái quát về toàn bộ hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam.

Phương pháp luận nghiên cứu của đề tài là duy vật biện chứng và duy vật lịch sử. Các phương pháp cụ thể bao gồm: Phương pháp chuyên gia; đối chiếu, so sánh; phương pháp điều tra, ...

- Phương pháp chuyên gia: Tham khảo ý kiến của các chuyên gia lý luận và chuyên gia thực nghiệm trong ngành để có cái nhìn tổng quát khi phân tích, đánh giá hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam.

- Phương pháp đối chiếu, so sánh: Xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam được so sánh với một số Ngân hàng lớn trên Thế giới về khả năng áp dụng để đạt được kết quả tối ưu.

- Phương pháp điều tra: Đề tài áp dụng các phương pháp quan sát, điều tra các chuyên gia trong và ngoài nước, các Doanh nhân trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng để thu thập thông tin, số liệu để phục vụ cho đề tài.

5. Tổng quan tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước

Hiện nay, đã có một số nghiên cứu liên quan đến vấn đề xuất khẩu dịch vụ trong nước cũng như nước ngoài. Qua quá trình nghiên cứu và tìm hiểu, tôi có một số nhận xét, đánh giá về các nghiên cứu này như sau:

- Các tài liệu về dịch vụ và xuất khẩu dịch vụ của WTO và các tổ chức khác,... (Danh mục các tài liệu chi tiết trong Tài liệu tham khảo). Về các tài liệu này, nội dung nghiên cứu chủ yếu tập trung vào lý luận về dịch vụ, vai trò của dịch vụ trong nền kinh tế của một quốc gia. Các nghiên cứu mới chỉ tập trung vào tác động của hội nhập kinh tế quốc tế mở cửa thị trường dịch vụ đến năng lực cạnh tranh của các phân ngành dịch vụ trong một quốc gia. Chưa đề cập đến nội dung xuất khẩu dịch vụ đặc biệt là xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng, chiến lược xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng, phân tích các cơ sở lý luận cho một quốc gia xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng, đánh giá thị trường cũng như những định hướng và giải pháp chung để phát triển xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng của một quốc gia.

- Đề án Quốc gia về "Nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa và dịch vụ Việt Nam: lĩnh vực dịch vụ", đề tài cấp Bộ của Ủy ban Quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế, Bộ thương mại; "Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia" của Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương và Chương trình phát triển Liên hợp quốc, Dự án Vie 01/025. 2003: Đề án và Dự án mới chỉ tập trung vào đánh giá năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ của Việt Nam, so sánh với các doanh nghiệp kinh doanh cùng ngành của các nước trong khu vực và thế giới. Từ đó phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức và đề ra các giải pháp cụ thể để nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ của Việt Nam.

- Chiến lược thúc đẩy xuất khẩu đến năm 2010 của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương). Trong Chiến lược này, nội dung và các giải pháp mới chủ yếu đề cập đến thúc đẩy xuất khẩu hàng hóa, đặc biệt là một số mặt hàng mà Việt Nam có lợi thế cạnh tranh. Còn về các lĩnh vực dịch vụ Ngân hàng, chiến lược cũng đã có đề cập đến, tuy nhiên chủ yếu mới chỉ giới thiệu qua lĩnh vực dịch vụ Ngân hàng, chưa có đánh giá, định hướng và giải pháp cụ thể cho việc xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng.

- Nghiên cứu chuyên đề về chiến lược phát triển của một số ngành dịch vụ Việt Nam: Viễn thông, Tài chính, Vận tải biển, Vận tải hàng không, Du lịch và Ngân hàng của Bộ Kế hoạch và Đầu tư: Nghiên cứu mới chỉ tập trung xem xét các chiến lược phát triển của một số ngành dịch vụ chủ yếu của Việt Nam, hiện nay hầu hết các ngành dịch vụ của Việt Nam đều đã có chiến lược của riêng mình. Từ đó, qua thực tiễn nghiên cứu này, Bộ Kế hoạch và Đầu tư hướng tới xây dựng một chiến lược tổng thể phát triển các ngành dịch vụ của Việt Nam. Hiện nay nghiên cứu này vẫn đang tiếp tục được triển khai thực hiện.

- Báo cáo nghiên cứu số 03: Tác động đối với dịch vụ Ngân hàng sau khi Việt Nam gia nhập WTO nằm trong khuôn khổ Dự án fsp 2000-148, hỗ trợ Việt Nam hội nhập kinh tế Quốc tế của Ủy ban Quốc gia về hợp tác kinh tế Quốc tế do Cộng hoà Pháp tài trợ. Báo cáo đã so sánh hoạt động của tổ chức tín dụng trong nước và các tổ chức tín dụng nước ngoài. Tuy nhiên báo cáo chủ yếu chỉ đánh giá tác động đối với dịch vụ Ngân hàng trên thị trường Việt Nam.

- Luận án tiến sĩ: Thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam khi là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Luận án đã có một số đánh giá tổng thể về lĩnh vực dịch vụ, hoạt động xuất khẩu dịch vụ theo từng phương thức xuất khẩu xong luận án lại không đi sâu vào một lĩnh vực dịch vụ cụ thể mà chỉ khái quát hoá hoạt động xuất khẩu toàn bộ lĩnh vực dịch vụ. Để phát triển xuất khẩu dịch vụ cần phải đưa ra được giải pháp cụ thể đối với từng lĩnh vực dịch vụ.

Từ những phân tích trên, tôi đã quyết định lựa chọn đề tài nghiên cứu "Xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng Thương mại Việt Nam" để đi sâu nghiên cứu về xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng Thương mại Việt Nam khi Việt Nam là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới. Đề tài này không trùng với bất kỳ công trình nghiên cứu nào nêu trên.

6. Những điểm mới của luận án

Những đóng góp mới về mặt học thuật, lý luận:

- Nghiên cứu hoạt động của ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam với tư cách là một doanh nghiệp xuất khẩu, luận án đã đưa ra một cách nhìn đầy đủ về tính chất hàng hóa-dịch vụ của loại hình xuất khẩu này, theo đó tất cả các hoạt động

cung cấp dịch vụ của NHTM cho khách hàng đều phải được coi là hoạt động dịch vụ. Cách nhìn nhận này một mặt cho phép nắm bắt chính xác hơn vai trò của NHTM trong nền kinh tế, mặt khác giúp đánh giá sự đóng góp của NHTM trong lĩnh vực xuất khẩu một cách phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế.

Những phát hiện, đề xuất mới rút ra được từ kết quả nghiên cứu, khảo sát của luận án:

- Trên cơ sở khảo sát, nhận dạng và phân tích hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các NHTM, luận án đã chỉ ra rằng ba phương thức xuất khẩu dịch vụ chủ yếu của các NHTM Việt Nam là cung cấp dịch vụ qua biên giới (phương thức 1), tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài (phương thức 2) và hiện diện thương mại (phương thức 3); đối với phương thức 4 (hiện diện thể nhân) hầu hết các NHTM Việt Nam đều chưa thực hiện được.

- Nhằm tìm kiếm hướng đi mới cho các NHTM Việt Nam, luận án chỉ ra rằng, chiến lược kinh doanh của các NHTM lớn của Việt Nam trong giai đoạn 2011 – 2020 cần xác định ưu tiên xuất khẩu nhằm gia tăng qui mô và thị phần, hướng tới hình thành Tập đoàn tài chính.

- Trong hệ thống các giải pháp đồng bộ để phát triển xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam được đưa ra, luận án nhấn mạnh việc ưu tiên nghiên cứu bổ sung các dịch vụ xuất khẩu theo từng phương thức xuất khẩu, đặc biệt bổ sung các dịch vụ xuất khẩu theo phương thức 4 (hiện diện thể nhân) nhằm đa dạng hóa các dịch vụ gắn với đầy đủ các phương thức xuất khẩu.

- Để có thể đánh giá, phân tích xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam, luận án kiến nghị điều chỉnh qui định thống kê, theo dõi gắn với từng phương thức xuất khẩu, đảm bảo phù hợp với chuẩn mực Quốc tế. Đây là một trong những công cụ khuyến khích phát triển xuất khẩu phù hợp với các cam kết trong Tổ chức thương mại Thế giới.

7. Kết cấu của đề tài

Tên đề tài **“Xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam”**

Về bố cục: Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục, các phụ lục và danh mục tài liệu tham khảo, đề tài được kết cấu thành 3 Chương:

Chương 1: Lý luận chung về xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại

Chương 2: Thực trạng xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Chương 3: Phương hướng và giải pháp phát triển xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN CHUNG VỀ XUẤT KHẨU DỊCH VỤ CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Tầm quan trọng trong xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái niệm và phân loại dịch vụ của Ngân hàng thương mại

1.1.1.1. Khái niệm về dịch vụ của Ngân hàng thương mại [6], [32], [33]

Theo lý thuyết về Marketing, con người thoả mãn những nhu cầu và mong muốn của mình bằng hàng hoá và dịch vụ, hàng hoá và dịch vụ được gọi chung bằng thuật ngữ “sản phẩm”. Ý nghĩa quan trọng của sản phẩm vật chất bắt nguồn không phải chủ yếu từ việc sở hữu chúng mà chính từ việc có được những dịch vụ mà chúng đem lại. Các sản phẩm vật chất thực sự là những phương tiện phục vụ con người.

Thực chất, dịch vụ còn do những yếu tố khác đảm bảo, như con người, địa điểm, các hoạt động, tổ chức và các ý tưởng. Dịch vụ có thể được hiểu là các phương tiện có khả năng thoả mãn mong muốn hay nhu cầu của con người.

*** Bản chất của dịch vụ:**

Dịch vụ là một giải pháp hay lợi ích mà một bên có thể cung ứng cho bên kia, có đặc điểm là vô hình và không dẫn đến việc chuyển nhượng quyền sở hữu. Việc thực hiện dịch vụ có thể gắn liền hoặc không gắn liền với sản phẩm vật chất;

Dịch vụ là một quá trình hoạt động bao gồm các nhân tố không hiện hữu, giải quyết các mối quan hệ giữa người cung cấp với người sử dụng hoặc tài sản của người sử dụng.

*** Bản chất dịch vụ của NHTM:**

Dịch vụ của NHTM là một bộ phận chủ yếu của dịch vụ tài chính. Hiệp định GATS chưa có định nghĩa về dịch vụ tài chính nói chung và dịch vụ của NHTM nói riêng, nhưng qua các hiệp định song phương về thương mại hoặc những thoả thuận về mở cửa thị trường trong việc gia nhập WTO có thể thấy dịch vụ của NHTM được phân loại khá chi tiết. Tuy nhiên, dịch vụ của NHTM luôn đổi mới và phát

triển đa dạng theo nhu cầu của nền kinh tế nên khó thống kê đầy đủ các loại dịch vụ này trong hoạt động của NHTM.

Dịch vụ của NHTM là loại hình dịch vụ chất lượng cao, đòi hỏi nhà cung cấp và người sử dụng dịch vụ phải có trình độ nhất định mới có thể sử dụng và vận hành được. Nhiều trong số các loại dịch vụ của NHTM này tạo ra giá trị gia tăng cao cho cả người sử dụng dịch vụ và nền kinh tế.

Trong xu hướng phát triển dịch vụ của NHTM tại các nền kinh tế phát triển hiện nay, NHTM được coi như một siêu thị dịch vụ, một bách hoá tài chính với hàng trăm, thậm chí hàng nghìn dịch vụ khác nhau tùy theo cách phân loại và tùy theo trình độ phát triển của NHTM. Ở nước ta có nhiều quan điểm khác nhau về dịch vụ của NHTM:

Quan điểm 1: Một số ý kiến cho rằng, các hoạt động sinh lời của NHTM ngoài hoạt động cho vay thì được gọi là hoạt động dịch vụ. Quan điểm này phân định rõ hoạt động tín dụng, một hoạt động truyền thống và chủ yếu của các NHTM Việt Nam với hoạt động dịch vụ. Sự phân định như vậy trong xu thế hội nhập và mở cửa thị trường dịch vụ tài chính, Ngân hàng như hiện nay cho phép các NHTM thực thi chiến lược tập trung đa dạng hoá, phát triển và nâng cao các hoạt động dịch vụ phi tín dụng.

Quan điểm 2: Tất cả các hoạt động cung cấp dịch vụ của NHTM cho khách hàng đều được coi là hoạt động dịch vụ. Kinh doanh dịch vụ của NHTM là một loại hình kinh doanh tiền tệ thông qua hoạt động cung cấp dịch vụ cho khách hàng. Quan điểm này phù hợp với thông lệ quốc tế, phù hợp với cách phân loại các phân ngành dịch vụ trong hiệp định mà Việt Nam cam kết, đàm phán trong quá trình gia nhập WTO; phù hợp với nội dung hiệp định thương mại Việt Mỹ; phù hợp với cách phân tổ các ngành kinh tế của Tổng cục Thống kê Việt Nam.

Thực tiễn gần đây, khái niệm về dịch vụ của NHTM phù hợp với thông lệ quốc tế đang trở nên phổ biến trên các diễn đàn, trong giới nghiên cứu và cơ quan lập chính sách. Luận án thống nhất lựa chọn phân tích dịch vụ của NHTM theo quan điểm 2 - Tất cả các hoạt động cung cấp dịch vụ của NHTM cho khách hàng đều được coi là hoạt động dịch vụ.

Trong môi trường cạnh tranh ngày các khốc liệt, các hoạt động cung cấp dịch vụ của NHTM cho khách hàng đa dạng, với chất lượng cao là một ưu thế trong cạnh tranh của mỗi NHTM. Bên cạnh các dịch vụ truyền thống đem lại thu nhập chính cho NHTM, mỗi NHTM hiện đang nỗ lực phát triển các dịch vụ mới để đa dạng hoá các loại hình cung cấp dịch vụ nhằm hướng tới việc cung cấp dịch vụ trọn gói, tăng lợi nhuận, tăng thu nhập cho NHTM.

1.1.1.2. Phân loại dịch vụ của Ngân hàng thương mại

NHTM là loại hình tổ chức chuyên nghiệp trong lĩnh vực tạo lập và cung cấp các dịch vụ quản lý quỹ ra công chúng, đồng thời NHTM cũng thực hiện nhiều vai trò khác trong nền kinh tế. Thành công của NHTM hoàn toàn phụ thuộc vào khả năng cung cấp các dịch vụ mà xã hội có nhu cầu với một mức giá cạnh tranh. Hầu hết các NHTM đều cung cấp rất nhiều các dịch vụ khác nhau với nhiều hình thức và tên gọi khác nhau, tuy nhiên một số loại hình dịch vụ chính và chủ yếu của một NHTM được phân loại như sau:

a. Dịch vụ huy động vốn

Dịch vụ huy động vốn là một dịch vụ của NHTM. NHTM thực hiện kinh doanh tiền tệ chủ yếu không phải bằng vốn tự có của mình, mà chủ yếu bằng vốn của người gửi tiền. Vì vậy, dịch vụ huy động vốn là một dịch vụ cơ bản, quan trọng đầu tiên đối với một NHTM. Dịch vụ này bao gồm: Dịch vụ nhận tiền gửi; Dịch vụ phát hành giấy tờ có giá, phát hành trái phiếu.

b. Dịch vụ tín dụng

Dịch vụ tín dụng là một dịch vụ của NHTM. Đây là dịch vụ khá quan trọng và là nguồn thu nhập chủ yếu của NHTM. Dịch vụ tín dụng được thực hiện tốt, NHTM sẽ vững mạnh và phát triển, ngược lại NHTM sẽ khó phát triển và có thể đi đến chỗ phá sản. Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, dịch vụ tín dụng của NHTM ngày càng phát triển, đa dạng về hình thức, thể loại, phương thức. Một số hình thức cung cấp chủ yếu của dịch vụ tín dụng là: Cho vay; Dịch vụ tín dụng dựa trên việc chuyển nhượng trái quyền; Dịch vụ cho thuê tài chính.

c. Dịch vụ thanh toán

Dịch vụ thanh toán là một dịch vụ của NHTM. Đây là dịch vụ chiếm một vị trí vô cùng quan trọng trong hoạt động của NHTM, nó tạo điều kiện cho nhiều dịch vụ khác của NHTM phát triển. Nhìn vào hệ thống thanh toán của một NHTM người ta có thể đánh giá ngay được hoạt động của NHTM đó có hiệu quả hay không, do vậy dịch vụ thanh toán của NHTM luôn được cải tiến và áp dụng những công nghệ mới nhất. Dịch vụ này bao gồm: Dịch vụ chuyển tiền trong nước; Dịch vụ chuyển tiền quốc tế.

d. Các loại hình dịch vụ khác:

Các loại hình dịch vụ khác chủ yếu như: Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ; Dịch vụ đầu tư tài chính; Dịch vụ bảo lãnh; Dịch vụ quản lý thu chi tiền mặt.

1.1.2. Vai trò xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại đối với nền kinh tế quốc dân

Quá trình hội nhập quốc tế ở Việt Nam, trong môi trường kinh tế đổi mới, chính trị và xã hội ổn định, dịch vụ và xuất khẩu dịch vụ cũng khởi sắc. Từ chỗ chỉ có số dịch vụ “đếm trên đầu ngón tay” và do các doanh nghiệp Nhà nước độc quyền kinh doanh, thậm chí có ngành được đặt trong sự giám sát đặc biệt, ngày nay đã có nhiều doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế tham gia, trong đó có các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), các NHTM đã tạo nên diện mạo mới cho dịch vụ và xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam. Danh mục sản phẩm dịch vụ kéo dài, trong đó có sự xuất hiện và bứt phá của những ngành có hàm lượng chất xám cao, được thừa hưởng từ thành quả của sự bùng nổ công nghệ thông tin. Hiện có tới khoảng 70 loại hình dịch vụ của Việt Nam đã được xuất khẩu, mỗi loại hình lại gồm nhiều hoạt động cụ thể. Ví dụ như: “dịch vụ tư vấn” gồm tư vấn về quản lý, tư vấn về xây dựng, tư vấn về thương mại quốc tế Các cơ sở dịch vụ được nâng cấp, xây mới khang trang, trang bị kỹ thuật tiên tiến, hướng dẫn tới trình độ khu vực, quốc tế. Thị trường xuất khẩu dịch vụ ngày càng mở rộng. Sản phẩm đã có vị thế nhất định trên trường quốc tế như gia công phần mềm cho Nhật Bản - đứng thứ 4 (sau Trung Quốc, Hàn Quốc, Ấn Độ). Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam (BIDV) cũng đã có những Chi nhánh đầu tiên ở nước ngoài. Tổng Công ty Viễn thông quân đội (Viettel) với việc đầu tư mạng viễn thông vào Cam-pu-chia và Lào

đã trở thành doanh nghiệp viễn thông đầu tiên vươn ra nước ngoài. Du lịch Việt Nam cũng đang trên đường phát triển vì “Việt Nam là điểm đến của thiên niên kỷ mới”, đội ngũ quản lý điều hành, chuyên gia kỹ thuật, nhân viên tác nghiệp của ngành ngày càng đông đảo, bước đầu tiếp thu được khoa học và kỹ năng nghề nghiệp. Những thành phố lớn, các trung tâm kinh tế hàng đầu là những trọng điểm về xuất khẩu dịch vụ nói chung và xuất khẩu dịch vụ của NHTM nói riêng. Khách hàng sử dụng dịch vụ xuất khẩu nhiều, trong đó nhiều khách hàng là các tập đoàn toàn cầu đến từ các nền kinh tế phát triển.

Trong những năm vừa qua, xuất khẩu dịch vụ đã góp phần tạo nguồn vốn chủ yếu để nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ. Để phục vụ cho sự nghiệp công nghiệp hoá hiện đại hoá đất nước, cần phải có một nguồn ngoại tệ lớn để nhập khẩu máy móc, thiết bị, công nghệ hiện đại. Nguồn vốn ngoại tệ chủ yếu từ các nguồn: xuất khẩu, đầu tư nước ngoài, vay vốn, viện trợ, thu từ hoạt động du lịch, xuất khẩu lao động và các dịch vụ khác có thu ngoại tệ.

Mặt khác, xuất khẩu dịch vụ cũng góp phần đáng kể vào chuyển dịch cơ cấu nền kinh tế, thúc đẩy sản xuất phát triển. Xuất khẩu dịch vụ tạo điều kiện cho các ngành kinh tế khác phát triển. Xuất khẩu dịch vụ không chỉ tác động làm gia tăng nguồn thu ngoại tệ mà còn giúp cho việc gia tăng nhu cầu sản xuất, kinh doanh ở những ngành liên quan khác. Xuất khẩu dịch vụ tạo ra khả năng mở rộng thị trường tiêu thụ, giúp cho sản xuất ổn định và kinh tế phát triển. Thông qua cạnh tranh trong xuất khẩu dịch vụ, buộc các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ phải không ngừng cải tiến công nghệ, tìm ra những cách thức kinh doanh có hiệu quả, giảm chi phí và tăng năng suất.

Ngoài ra, xuất khẩu dịch vụ góp phần tích cực giải quyết công ăn việc làm và cải thiện đời sống người dân. Xuất khẩu dịch vụ góp phần làm tăng GDP, làm gia tăng nguồn thu nhập quốc dân, từ đó có tác động làm tăng tiêu dùng nội địa. Xuất khẩu dịch vụ gia tăng sẽ tạo thêm công ăn việc làm trong nền kinh tế, nhất là trong ngành sản xuất cho hàng hoá xuất khẩu, xuất khẩu dịch vụ làm gia tăng đầu tư trong ngành sản xuất hàng hoá xuất khẩu.

Đối với xuất khẩu dịch vụ của NHTM, ngoài vai trò trong xuất khẩu dịch vụ nói chung nó còn có vai trò quan trọng hơn thế nữa, vì dịch vụ của NHTM còn là

dịch vụ cho các ngành dịch vụ khác. Bất kỳ một lĩnh vực dịch vụ nào cũng sử dụng dịch vụ của NHTM đặc biệt là trong các giao dịch quốc tế. Dịch vụ của NHTM chính là mạch máu của nền kinh tế, cung cấp cho các Doanh nghiệp những giải pháp tài chính tối ưu trong kinh doanh. Xuất khẩu dịch vụ của NHTM luôn gắn liền với xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ, hỗ trợ doanh nghiệp không những sản xuất kinh doanh trong nước mà còn đồng hành với doanh nghiệp đi ra nước ngoài, bảo vệ quyền lợi cho doanh nghiệp trong các giao dịch quốc tế. Xuất khẩu dịch vụ của NHTM chính là cầu nối đẩy mạnh xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ, hạn chế rủi ro cho các doanh nghiệp đặc biệt là các giải pháp thanh toán phù hợp với thông lệ quốc tế.

Dịch vụ của NHTM thúc đẩy sản xuất phát triển, đóng góp vào tăng trưởng GDP. Thông qua các dịch vụ của mình, các NHTM giúp các doanh nghiệp chuyển đổi cơ cấu sản xuất, chuyển dịch vốn đầu tư, đổi mới trang thiết bị, nâng cao khả năng cạnh tranh.

Dịch vụ của NHTM thúc đẩy nền kinh tế phát triển theo xu hướng nền kinh tế tri thức, ngày càng sử dụng nhiều thành tựu của công nghệ thông tin như dịch vụ thẻ, Home Banking, Internet Banking... cùng với các công cụ hoạt động hỗ trợ như máy PC, mạng trực tuyến trong hệ thống, website... được các NHTM trang bị nhằm cung cấp dịch vụ cho khách hàng.

Dịch vụ của NHTM còn có vai trò thúc đẩy các dịch vụ khác phát triển. Do đặc điểm dịch vụ của NHTM liên quan đến nhiều ngành, nhiều lĩnh vực sản xuất và đời sống nên sự phát triển dịch vụ của NHTM (như đầu tư, thanh toán, chuyển tiền) luôn gắn với các dịch vụ khác (như dịch vụ bưu chính viễn thông, tư pháp, kế toán, kiểm toán...). Lĩnh vực xuất nhập khẩu sẽ bị hạn chế nếu dịch vụ thanh toán của NHTM không thông suốt.

1.1.3. Vai trò xuất khẩu dịch vụ đối với Ngân hàng thương mại

Xuất khẩu dịch vụ là "cú hích" đồng thời là "động lực" đối với sự phát triển của các NHTM. Quá trình hội nhập quốc tế sẽ đào thải những NHTM yếu kém buộc các NHTM Việt Nam phải đổi mới, nâng cao năng lực cạnh tranh và kinh doanh có hiệu quả hơn.

Xuất khẩu dịch vụ của NHTM mở ra một thị trường hoạt động rộng lớn hơn cho các NHTM, tạo cơ hội cho các doanh nghiệp tiếp cận với thị trường hàng hoá quốc tế, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu những mặt hàng có lợi thế so sánh của quốc gia. Các NHTM có thể nắm bắt được các luồng chu chuyển vốn thúc đẩy quá trình chu chuyển thương mại quốc tế về hàng hoá.

Khả năng cạnh tranh của NHTM sẽ được nâng cao bởi cơ hội liên kết hợp tác với các đối tác nước ngoài trong chuyển giao công nghệ, phát triển dịch vụ và khai thác thị trường. Dưới sự tác động của hội nhập quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng, dịch vụ của NHTM sẽ phát triển nhanh và có chất lượng cao hơn, đặc biệt là dịch vụ của NHTM có hàm lượng công nghệ cao, chẳng hạn dịch vụ đầu tư, dịch vụ ngân hàng bán lẻ, thẻ thanh toán, các dịch vụ thanh toán. Các NHTM có nhiều cơ hội kinh doanh do mở rộng khả năng tiếp cận các khu vực thị trường mới từng bước mở rộng qui mô hoạt động, tăng cường tiềm lực tài chính và kinh doanh hiệu quả.

Vai trò trong xuất khẩu dịch vụ của NHTM còn được thể hiện ở chỗ mở ra cơ hội phối hợp chính sách, trao đổi thông tin và phối hợp hành động giữa các NHTM trên thế giới, các tổ chức tài chính đa phương quốc tế nhằm tăng cường sự an toàn trong hoạt động của hệ thống ngân hàng và đối phó với những biến động của thị trường tài chính, tiền tệ trong nước và quốc tế.

Quan hệ đại lý quốc tế của NHTM có điều kiện phát triển rộng rãi, tạo điều kiện cho các hoạt động thanh toán quốc tế, tài trợ thương mại phát triển, kèm theo đó quan hệ hợp tác đầu tư và trao đổi công nghệ được phát triển. Sự hiện diện của các thể chế tài chính quốc tế sẽ giúp cho các NHTM tiếp cận dễ dàng hơn với thị trường vốn quốc tế. Tự do hoá tài chính làm giảm chi phí vốn do giảm mức độ rủi ro trên thị trường nội địa, thị trường tài chính trong nước trở lên có tính thanh khoản lớn hơn, vì vậy cả các trung gian tài chính và doanh nghiệp đều được hưởng lợi.

Xuất khẩu dịch vụ của NHTM là động lực thúc đẩy các NHTM nâng cao chất lượng dịch vụ, cải cách phương thức hoạt động, hiện đại hoá công nghệ, nâng cao trình độ quản lý kinh doanh, khuyến khích hình thành môi trường kinh doanh lành mạnh và bình đẳng giữa các NHTM và các tổ chức tài chính quốc tế, phát triển hệ thống thể chế ngày càng phù hợp với các thông lệ và chuẩn mực quốc tế.

Các cam kết song phương và đa phương giữa các quốc gia sẽ làm tăng số lượng các đối thủ cạnh tranh có tiềm lực mạnh về tài chính, công nghệ và trình độ quản lý; gia tăng áp lực cạnh tranh ngay trên thị trường bản địa do việc tham gia vào WTO.

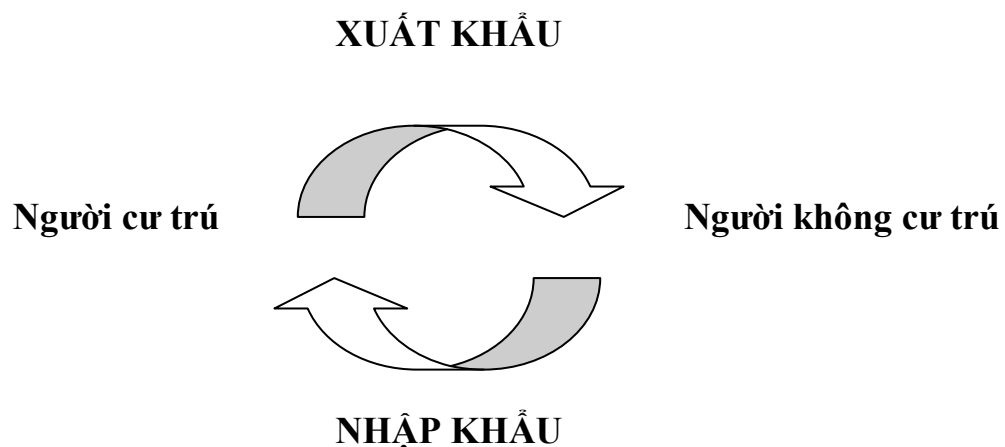
1.2. Các phương thức xuất khẩu dịch vụ và cam kết của Việt Nam về mở cửa thị trường dịch vụ của Ngân hàng thương mại khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới

1.2.1. Các phương thức xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại [34]

1.2.1.1. Khái niệm và đặc điểm xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại

a. Khái niệm xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại

Làm rõ khái niệm xuất khẩu dịch vụ của NHTM có ý nghĩa quan trọng đối với hoạch định chính sách thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ của NHTM. Khác với khái niệm về xuất khẩu hàng hóa, khái niệm xuất khẩu dịch vụ phức tạp hơn rất nhiều do những đặc điểm đặc thù của dịch vụ. Theo quy định của Tổng cục Thống kê, Bộ Kế hoạch và Đầu tư thì xuất khẩu dịch vụ là hoạt động mua bán, trao đổi, biếu tặng dịch vụ giữa phía Việt Nam (người cư trú) và phía nước ngoài (người không cư trú) được mô tả theo sơ đồ dưới đây.



Sơ đồ 1.1: Xuất khẩu dịch vụ giữa người cư trú và người không cư trú

Nguồn: Nghiên cứu của tác giả

Theo sơ đồ 1.1 thì phía Việt Nam (người cư trú) và phía nước ngoài (người không cư trú) bao gồm những thành viên như sau:

Phía Việt Nam (Người cư trú):

- Tổ chức Chính trị.
- Tổ chức Chính trị-Xã hội.
- Tổ chức nghề nghiệp.
- Các cơ quan quản lý Nhà nước.
- Sứ quán, lãnh sự quán Việt Nam tại nước ngoài.
- Doanh nghiệp đăng ký hoạt động theo Luật Việt Nam.
- Tổ chức sản xuất kinh doanh.
- Cá nhân Việt Nam và người nước ngoài cư trú lâu dài tại Việt Nam.

Phía nước ngoài (Người không cư trú)

- Tổ chức Chính trị.
- Tổ chức Chính trị-Xã hội.
- Tổ chức nghề nghiệp.
- Văn phòng đại diện.
- Sứ quán, lãnh sự quán nước ngoài tại Việt Nam.
- Doanh nghiệp, tổ chức đăng ký hoạt động theo Luật nước ngoài.
- Cá nhân người nước ngoài và người Việt Nam cư trú lâu dài ở nước ngoài (Việt kiều).

b. Đặc điểm xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại

Do thuộc tính vô hình của dịch vụ, xuất khẩu dịch vụ có những đặc điểm rất riêng biệt so với xuất khẩu hàng hóa, cụ thể:

Sản phẩm dịch vụ là vô hình, khi xuất khẩu dịch vụ, trị giá sản phẩm tuy không tồn tại, song nó có thể tăng hoặc giảm qua đánh giá của khách hàng. Vì sản phẩm của dịch vụ là vô hình nên hình thái vật chất để hoạt động dịch vụ không giống như lưu thông hàng hoá và thường thu “tiền tươi - thóc thật”, vốn gần như được ứng trước, vòng quay vốn nhanh, lời lãi liền tay. Thêm vào đó, hoạt động xuất khẩu dịch vụ chủ yếu thực hiện bằng trí tuệ, kỹ thuật, trong giá thành sản phẩm gần như không có chi phí nguyên liệu đầu vào, nên dù kim ngạch xuất khẩu dịch vụ

thấp hơn xuất khẩu hàng hoá, nhưng so sánh hiệu quả kinh tế - xã hội chưa hẳn thua kém xuất khẩu hàng hóa, thậm chí lại còn cao hơn.

Xuất khẩu dịch vụ có thể diễn ra mà các NHTM không ý thức được rằng mình đang tiến hành hoạt động xuất khẩu. Một NHTM thu đổi ngoại tệ cho khách du lịch nước ngoài, hay cung cấp dịch vụ thanh toán quốc tế cho các tổ chức cá nhân nước ngoài thông qua một hệ thống các máy cà thẻ tín dụng quốc tế tại các địa điểm kinh doanh,... Các NHTM cung cấp dịch vụ thường không quan tâm đến việc có phải mình đang thực hiện hoạt động xuất khẩu dịch vụ hay không. Và điều này cũng thường dẫn đến một thiếu sót từ phía chính quyền địa phương và các cơ quan quản lý nhà nước cấp Trung ương trong việc tạo ra những động lực và những ưu đãi, khuyến khích các hình thức xuất khẩu dịch vụ.

Xuất khẩu dịch vụ không phải là lĩnh vực chỉ dành riêng cho các NHTM có qui mô lớn. Đối với các công ty sản xuất hàng hóa, khả năng vươn ra thị trường quốc tế thường chỉ thực hiện được đối với các công ty có quy mô lớn nhất định, các công ty nhỏ thường gặp khó khăn trong việc tìm kiếm thông tin thị trường nước ngoài, việc đáp ứng độ lớn của đơn đặt hàng, những rủi ro trong xuất khẩu, sự kém cạnh tranh về giá cả, chất lượng, công nghệ,... Tuy nhiên, đối với dịch vụ của NHTM, thị trường xuất khẩu dịch vụ mở rộng hơn cho các NHTM có qui mô nhỏ. Mặc dù những khó khăn trong cạnh tranh về chất lượng, giá cả, công nghệ,... vẫn tồn tại nhưng các NHTM có qui mô nhỏ sẽ dễ dàng hơn khi xuất khẩu dịch vụ theo phương thức tiêu dùng dịch vụ ngoài lãnh thổ, tức là cung cấp dịch vụ ngay trên thị trường nước mình.

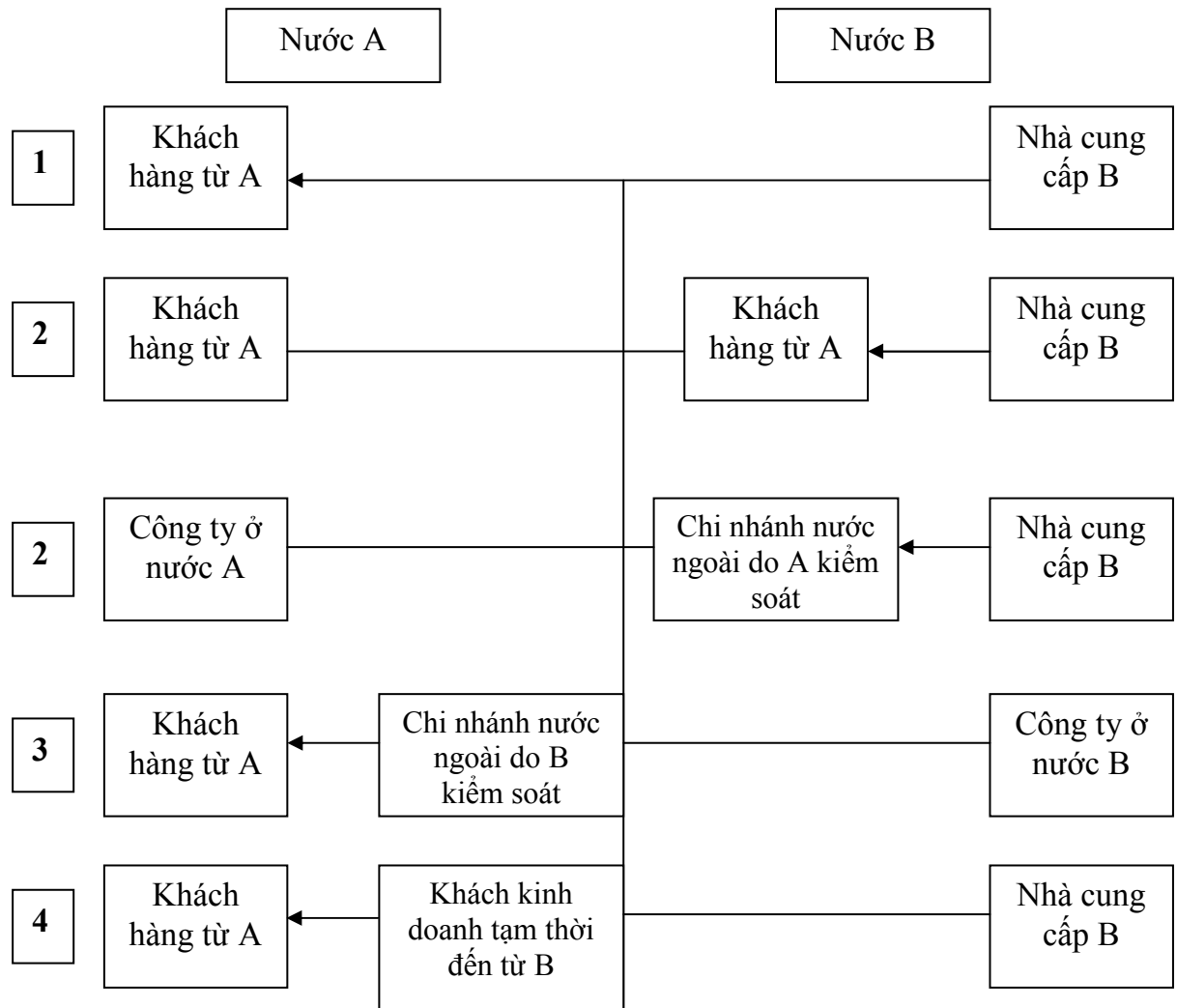
Xuất khẩu dịch vụ của NHTM chỉ xuất hiện khi khách hàng đồng ý mua và thường thì một phần hoặc tất cả chi phí dịch vụ được chi trả trước khi dịch vụ bắt đầu. Điều này có thể gây rủi ro khá lớn đối với người mua dịch vụ, bởi họ chỉ có thể kiểm soát và hạn chế rủi ro qua nhà cung cấp dịch vụ quen biết hoặc chỉ ít cũng bằng niềm tin đối với NHTM có thương hiệu. Khả năng thành công của các NHTM trong xuất khẩu dịch vụ phụ thuộc rất lớn vào uy tín, thương hiệu của NHTM đó trên thị trường. Khi lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài, người tiêu dùng dịch vụ thường tìm hiểu thông tin qua những người tiêu dùng trước đó hoặc nhờ những người khác giới thiệu cho họ. Do vậy, uy tín từ việc cung cấp dịch vụ trước

đó chính là cơ sở để người tiêu dùng nước ngoài lựa chọn nhà cung cấp dịch vụ. Thực tế này cho thấy các NHTM cung cấp dịch vụ xuất khẩu khi xây dựng chiến lược xuất khẩu cần chú trọng đến vấn đề thương hiệu.

Xuất khẩu dịch vụ thường gặp phải nhiều rào cản thị trường, không chỉ giới hạn trong những rào cản mang tính kinh tế - thương mại mà còn cả những rào cản văn hoá, xã hội, chính trị,... Nếu như nỗ lực giảm rào cản thị trường đối với thương mại hàng hóa đã đạt được tiến bộ đáng kể trên phạm vi toàn thế giới, đặc biệt là trong khuôn khổ các Vòng đàm phán của GATT/ WTO, thì thương mại dịch vụ đang còn nhiều bế tắc khi các nước đang phát triển không muốn thị trường của mình bị những đối thủ hùng mạnh ở các nước phát triển thôn tính và nắm giữ. Bên cạnh đó, rào cản văn hoá, xã hội, chính trị,... cũng là những trở ngại không nhỏ. Dịch vụ của một NHTM lớn rất nổi tiếng ở Hàn Quốc có thể không được tiếp nhận ở một nước Châu Âu nào đó đơn giản chỉ vì người dân ở đó không yêu thích văn hoá xứ Hàn, một hãng hàng không dù rất mạnh, rất có năng lực cạnh tranh nhưng vẫn khó thâm nhập vào một thị trường nào đó để cung cấp dịch vụ vận chuyển nội địa vì những lý do như an ninh hàng không, những bác sỹ của Việt Nam có thể rất giỏi và có khả năng tham gia chữa trị ở các bệnh viện lớn ở Châu Âu nhưng lại gặp khó khăn trong vấn đề xuất nhập cảnh,... Chính vì thế, chiến lược xuất khẩu dịch vụ của NHTM phải quan tâm đến chiến lược thị trường.

1.2.1.2. Các phương thức xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại

“Khách hàng” được định nghĩa là một tự nhiên nhân hay một thể nhân (ví dụ, một NHTM của một nước thành viên khác, được sở hữu đa số bởi những người từ nước thành viên đó). Bốn phương thức cung cấp có thể được thể hiện về mặt địa lý là: (1) Cung cấp dịch vụ qua biên giới; (2) Tiêu dùng dịch vụ ngoài lãnh thổ; (3) Thiết lập hiện diện thương mại tại nước thành viên sử dụng dịch vụ; (4) Hiện diện của thể nhân. Các phương thức xuất khẩu dịch vụ của NHTM được mô tả theo sơ đồ như sau:



Sơ đồ 1.2: Các phương thức xuất khẩu dịch vụ

Nguồn: Nghiên cứu của tác giả

a. Cung cấp dịch vụ qua biên giới (Phương thức 1)

Cung cấp dịch vụ qua biên giới là một phương thức xuất khẩu dịch vụ của NHTM, theo đó dịch vụ của NHTM được cung cấp từ lãnh thổ của một nước thành viên này sang lãnh thổ của một nước thành viên khác. NHTM của một nước thành viên cung cấp dịch vụ không cần phải đến nước thành viên khác có sử dụng dịch vụ nhưng vẫn cung cấp đầy đủ dịch vụ theo yêu cầu.

Phương thức cung cấp dịch vụ qua biên giới được các NHTM rất quan tâm, tuy nhiên tỷ trọng xuất khẩu theo phương thức này không lớn, đa số các NHTM cũng đã cung cấp các dịch vụ qua biên giới như: thư thương mại điện tử, cung cấp

thông tin trên mạng, kinh doanh vốn, kinh doanh ngoại tệ, hoán đổi ngoại tệ (Currency swap) trên thị trường quốc tế.

b. Tiêu dùng dịch vụ ngoài lãnh thổ (Phương thức 2)

Tiêu dùng dịch vụ ngoài lãnh thổ là một phương thức xuất khẩu dịch vụ của NHTM, theo đó các cán bộ thuộc NHTM của một nước thành viên di chuyển sang lãnh thổ của một nước thành viên khác để tiêu dùng dịch vụ. NHTM của một nước thành viên nhờ NHTM của nước thành viên khác cung cấp các dịch vụ cần thiết cho cán bộ của mình, sau đó thanh toán việc cung cấp dịch vụ thông qua quan hệ hợp tác giữa NHTM hai nước, thông qua hoạt động quan hệ đại lý.

Phương thức tiêu dùng dịch vụ ngoài lãnh thổ được các NHTM sử dụng khá nhiều như: cử cán bộ đi khảo sát, học tập ở nước ngoài, đi du lịch, đi chữa bệnh, cử đại diện của NHTM của một nước thành viên tham gia vào các hoạt động hợp tác quốc tế tại một nước thành viên khác và nhờ ngân hàng nước ngoài thanh toán.

Thông qua các hoạt động này, các NHTM sẽ nắm bắt được khả năng, thế mạnh của NHTM tại các nước thành viên khác, từ đó mở ra cơ hội hợp tác trong việc cung cấp dịch vụ Ngân hàng quốc tế, chia sẻ kinh nghiệm về các mặt hoạt động của NHTM như quản trị, điều hành, kinh nghiệm cung cấp các dịch vụ Ngân hàng quốc tế.

c. Thiết lập hiện diện thương mại tại nước thành viên sử dụng dịch vụ (Phương thức 3).

Thiết lập hiện diện thương mại tại nước cung cấp dịch vụ là một phương thức xuất khẩu dịch vụ của NHTM, theo đó nhà cung cấp dịch vụ của một nước thành viên thiết lập các hình thức hiện diện như Ngân hàng 100% vốn nước ngoài, Ngân hàng liên doanh, Chi nhánh Ngân hàng v.v... trên lãnh thổ của một nước thành viên khác để cung cấp dịch vụ. Phương thức này cho phép nước thành viên cung cấp dịch vụ có thể đưa một bộ máy sang nước thành viên sử dụng dịch vụ, bao gồm những người quản lý, máy móc, thiết bị, một số chuyên gia và công nhân kỹ thuật nhằm thiết lập hiện diện thương mại. Trong những trường hợp cần thiết, các NHTM có thể thuê thêm nhân công tại nước thành viên sử dụng dịch vụ để triển khai các hoạt động cung cấp dịch vụ.

Nếu nhìn vào bản cam kết dịch vụ, ta có thể thấy những hạn chế, bảo lưu về mở cửa thị trường và đãi ngộ quốc gia thường tập trung ở phương thức hiện diện thương mại. Điều này cũng có lý do vì hiện diện thương mại có nghĩa là cho phép thiết lập những NHTM 100% vốn của nước ngoài ngay trên nước mình (hoặc của nước mình tại nước ngoài, nếu xét từ quan điểm của nước xuất khẩu dịch vụ), từ đó tạo ra sự cạnh tranh trực tiếp đối với các ngành dịch vụ trong nước và nếu các ngành dịch vụ trong nước chưa chuẩn bị tốt cho cạnh tranh thì rất dễ bị thua thiệt. Đối với nước xuất khẩu dịch vụ, thiết lập cơ sở kinh doanh tại nước nhập khẩu cũng là cách tốt nhất để đảm bảo thâm nhập thị trường một cách hiệu quả và vững chắc.

Tại vòng đàm phán Doha, một số thành viên đã công khai thể hiện ý định tự do hoá việc tiếp cận thị trường và đối xử quốc gia đối với phương thức hiện diện thương mại, bao gồm giới hạn về tỷ lệ vốn góp nước ngoài, yêu cầu liên doanh, hạn chế về chi nhánh, và yêu cầu về thường trú đối với thành viên ban giám đốc. Tại Hội nghị, một số thành viên đề nghị các thành viên ràng buộc tỷ lệ vốn góp nước ngoài theo mức cho phép hiện hành, ít nhất là 51%. Việc loại bỏ các yêu cầu về kiểm tra nhu cầu kinh tế cũng được nhắc tới. Các ngành được ưu tiên quan tâm là dịch vụ máy tính, viễn thông, xây dựng và dịch vụ của Ngân hàng thương mại.

d. Hiện diện của thể nhân (Phương thức 4)

Hiện diện thể nhân là một phương thức xuất khẩu dịch vụ của NHTM, theo đó thể nhân đại diện cho NHTM của một nước thành viên di chuyển sang lãnh thổ của một nước thành viên khác để cung cấp dịch vụ. Đây là trường hợp di chuyển tạm thời của con người, phương thức này cho phép nước thành viên cung cấp dịch vụ đưa một hoặc vài chuyên gia sang hoạt động trực tiếp tại nước sử dụng dịch vụ (như: kế toán, chuyên gia, giáo sư thỉnh giảng).

Tại vòng đàm phán Doha, nhiều thành viên thừa nhận tầm quan trọng của phương thức cung cấp này trong bối cảnh tiến hành Vòng Doha (vòng đàm phán vì sự phát triển). Đã có một số tín hiệu cho thấy có thể có tiến bộ trong hầu như tất cả các hạng mục di chuyển thể nhân, bao gồm: người di chuyển trong nội bộ công ty, khách kinh doanh, nhà cung cấp dịch vụ theo hợp đồng và nhà chuyên môn độc lập. Một số cam kết đã không còn gắn với hiện diện thương mại như đã được đề cập tại Phụ lục C của Tuyên bố Hội nghị Bộ trưởng Hồng Kông. Một số thành viên đã cho

biết sẵn sàng kéo dài thời gian lưu trú, làm rõ hơn hoặc thậm chí loại bỏ các yêu cầu về kiểm tra nhu cầu kinh tế. Ngoài ra, nhiều thành viên nhắc đến một số hạng mục cụ thể như người lắp đặt và bảo dưỡng các thiết bị công nghiệp. Ngoài ra, cũng có tín hiệu cho thấy hạn ngạch dành cho lao động nước ngoài có thể được tăng lên sau tuyên bố của một số thành viên chủ chốt. Điều này tạo điều kiện thuận lợi và cân bằng hơn cho đàm phán dịch vụ trong thời gian sắp tới.

1.2.2. Cam kết của Việt Nam về mở cửa thị trường dịch vụ của Ngân hàng thương mại khi gia nhập Tổ chức thương mại thế giới [34]

Cam kết mở cửa thị trường dịch vụ Ngân hàng của Việt Nam khi gia nhập WTO có ảnh hưởng nhiều phần cung xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam.

1.2.2.1. Cam kết nền

Cam kết nền có vai trò quan trọng do chúng áp dụng đối với tất cả các ngành dịch vụ. Về cơ bản Việt Nam đã đưa ra các cam kết nền sau:

Nhìn chung các doanh nghiệp dịch vụ nước ngoài được phép thiết lập hiện diện thương mại (*phương thức 3*) tại Việt Nam dưới hình thức Hợp đồng hợp tác kinh doanh (*BCC*), liên doanh hoặc doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài. Các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài được phép thiết lập văn phòng đại diện tại Việt Nam nhưng các văn phòng đại diện này không được phép tham gia các hoạt động sinh lời trực tiếp. Công ty nước ngoài không được hiện diện tại Việt Nam dưới hình thức chi nhánh, trừ phi điều đó được cho phép trong từng ngành cụ thể (*những ngành như vậy không nhiều*). Việt Nam cũng bảo lưu những ưu đãi dành cho các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài trước khi Việt Nam gia nhập WTO để đảm bảo rằng hoạt động kinh doanh của họ không bị ảnh hưởng bởi các cam kết trong Biểu cam kết dịch vụ. Tổ chức và cá nhân nước ngoài được góp vốn dưới hình thức mua cổ phần trong các doanh nghiệp của Việt Nam. Tuy nhiên, tổng số cổ phần mà các nhà đầu tư nước ngoài nắm giữ tại mỗi doanh nghiệp không vượt quá 30% vốn điều lệ của doanh nghiệp, trừ khi luật pháp Việt Nam quy định khác hoặc sẽ được các cơ quan có thẩm quyền cho phép. Một năm sau khi gia nhập WTO, hạn chế 30% cổ phần nước ngoài trong việc mua cổ phần của các doanh nghiệp Việt Nam sẽ được bãi bỏ, ngoại trừ đối với việc góp vốn dưới hình thức mua cổ phần trong các Ngân hàng

thương mại cổ phần và với những ngành không cam kết trong Biểu cam kết. Với các ngành và phân ngành khác đã cam kết, mức độ cổ phần do các nhà đầu tư nước ngoài nắm giữ khi mua cổ phần tại doanh nghiệp Việt Nam sẽ phù hợp với các hạn chế về tỷ lệ tham gia vốn của nước ngoài được quy định trong các ngành và phân ngành đó, bao gồm cả hạn chế dưới dạng thời gian chuyển đổi. Ngoài ra, Việt Nam đã liệt kê ngoại lệ Nguyên tắc đối xử tối huệ quốc (MFN) đối với các Hiệp định đầu tư song phương. Do đó, Việt Nam duy trì khả năng dành ưu đãi cho đối tác trong các hiệp định này và không dành ưu đãi đó cho các thành viên khác.

Liên quan tới di chuyển của tự nhiên nhân cung cấp dịch vụ trên lãnh thổ Việt Nam, Việt Nam cho phép các nhà quản lý, giám đốc điều hành và chuyên gia của các doanh nghiệp nước ngoài đã thành lập hiện diện thương mại trên lãnh thổ Việt Nam được nhập cảnh và lưu trú trong thời gian ban đầu là 3 năm và sau đó có thể được gia hạn. Tuy nhiên, tối thiểu 20% cán bộ quản lý, giám đốc điều hành và chuyên gia của công ty phải là người Việt Nam và mỗi doanh nghiệp nước ngoài sẽ được phép có tối thiểu 3 nhà quản lý, giám đốc điều hành và chuyên gia không phải là người Việt Nam. Rõ ràng là các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài phải tuân thủ các thủ tục nhập cảnh, lưu trú và xuất cảnh của Việt Nam. Việt Nam cũng cho phép người chào bán dịch vụ và người chịu trách nhiệm thành lập hiện diện thương mại được nhập cảnh và lưu trú tới 90 ngày, nếu như những người này không tham gia trực tiếp vào việc bán hàng hay cung cấp dịch vụ cho công chúng. Một điểm khác với BTA là Việt Nam đồng ý cam kết cho phép các nhà cung cấp dịch vụ theo hợp đồng (CSS) tức là các tự nhiên nhân là nhân viên của các doanh nghiệp nước ngoài không có hiện diện thương mại tại Việt Nam được nhập cảnh và lưu trú tới 90 ngày. Nhưng cam kết này chỉ áp dụng đối với dịch vụ máy tính và dịch vụ tư vấn kỹ thuật và phải căn cứ vào một số điều kiện khác.

Ngoài ra, Việt Nam bảo lưu quyền chỉ dành trợ cấp cho các nhà cung cấp dịch vụ Việt Nam. Việt Nam không đưa ra cam kết nào liên quan tới trợ cấp để thúc đẩy quá trình cổ phần hoá, các dịch vụ nghiên cứu và phát triển, y tế, giáo dục và nghe nhìn cũng như phúc lợi và việc làm của đồng bào thiểu số.

1.2.2.2. Cam kết về dịch vụ của Ngân hàng thương mại

Việt Nam đã đưa ra cam kết đối với 11 phân ngành dịch vụ ngân hàng. Đối với tất cả các dịch vụ này, Việt Nam khẳng định cam kết đưa ra là phù hợp với các luật lệ và các quy định liên quan được ban hành bởi các cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam để bảo đảm sự phù hợp với các quy tắc của GATS về quy định trong nước và các biện pháp thận trọng, kể cả bảo vệ nhà đầu tư, người gửi tiền,... Hơn nữa, các cam kết phải tuân theo các yêu cầu về hình thức pháp lý và thể chế liên quan áp dụng trên cơ sở không phân biệt đối xử.

Đối với hầu hết các dịch vụ ngân hàng, việc cung cấp qua biên giới (*phương thức 1*) là chưa được phép. Hoạt động chủ yếu được phép thực hiện qua phương thức này là thu hút vốn Quốc tế, cung cấp các thông tin tài chính, tư vấn trung gian và các dịch vụ hỗ trợ tài chính khác. Người tiêu dùng Việt Nam được phép tiêu dùng các dịch vụ ngân hàng ở nước ngoài (*phương thức 2*) mà không bị hạn chế gì.

Việc thành lập hiện diện thương mại của các ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam (*phương thức 3*) phải chịu một số hạn chế. Các tổ chức tín dụng nước ngoài chỉ được thành lập hiện diện thương mại tại Việt Nam dưới một số hình thức pháp lý nhất định, bao gồm văn phòng đại diện, chi nhánh, ngân hàng liên doanh trong đó vốn góp của phía nước ngoài không được vượt quá 50% vốn điều lệ, các công ty tài chính liên doanh, công ty tài chính 100% vốn nước ngoài. Kể từ ngày 1/4/2007 cho phép thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài.

Ngoài ra 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 cấp cho chi nhánh. Từ ngày 1/1/2011, chi nhánh ngân hàng nước ngoài sẽ được hưởng quyền đối xử quốc gia đầy đủ, tức là đối xử như chi nhánh ngân hàng trong nước. Tuy nhiên, chi nhánh ngân hàng nước ngoài không được phép mở các điểm giao dịch khác ngoài trụ sở chi nhánh của mình.

Có hạn chế cụ thể đối với việc nước ngoài góp vốn dưới hình thức mua cổ phần tại các NHTM Việt Nam. Việt Nam có thể hạn chế việc tham gia cổ phần của các tổ chức tín dụng nước ngoài tại các NHTM Nhà nước của Việt Nam được cổ phần hoá như mức tham gia cổ phần của các NHTM Việt Nam. 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 NHTM CP 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.

Vì lý do thận trọng, Việt Nam đã đưa ra một số hạn chế đối với nguyên tắc đối xử quốc gia, yêu cầu các tổ chức tín dụng nước ngoài muốn thiết lập hiện diện thương mại dưới một số hình thức pháp lý phải có tổng tài sản trên 10 tỷ USD hoặc trên 20 tỷ USD vào cuối năm trước thời điểm nộp đơn.

Mặt khác, Việt Nam có nói lỏng một số hạn chế nhưng đều phù hợp với thực trạng của ngành và chủ trương của Chính phủ. Chẳng hạn như cho phép các ngân hàng nước ngoài thành lập ngân hàng con 100% vốn nước ngoài từ ngày 1/4/2007 (*sớm hơn BTA khoảng 3 năm*), đẩy nhanh lộ trình cho phép các chi nhánh ngân hàng nước ngoài được huy động tiền gửi bằng Đồng Việt Nam tại Việt Nam. Các quy định này phù hợp với các văn bản pháp luật mới được ban hành gần đây.

1.3. Nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại

1.3.1. Nhân tố thuộc về Ngân hàng thương mại

1.3.1.1. Chiến lược xuất khẩu dịch vụ của NHTM

Xây dựng chiến lược xuất khẩu dịch vụ đúng đắn hợp lý là một điều kiện tiên quyết để đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu dịch vụ của NHTM. Nếu NHTM không có một quan điểm đúng đắn về việc xuất khẩu dịch vụ, đội ngũ Ban lãnh đạo, nhân viên của NHTM không thấy được việc cần thiết phải đẩy mạnh xuất khẩu dịch vụ của NHTM thì dịch vụ của NHTM không những không phát triển mà còn bị thụt lùi theo thời gian.

Bộ phận xây dựng chiến lược của các NHTM phải xây dựng được chiến lược xuất khẩu dịch vụ của các NHTM một cách cụ thể trong điều kiện mới với các bước đi thích hợp.

1.3.1.2. Nhân tố tài chính

Đây là một trong những giải pháp hàng đầu để bảo đảm sự thành công của chiến lược kinh doanh, chiến lược xuất khẩu dịch vụ. Một thực tế cho thấy, hầu hết

các NHTM, thu nhập từ lãi vay chiếm tỷ trọng lớn, thu từ phí dịch vụ chiếm tỷ trọng quá nhỏ trong tổng thu của NHTM. Chính vì vậy, cần nâng cao năng lực tài chính cho các NHTM giúp các NHTM sẵn sàng đầu tư công nghệ, con người để thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ của mình.

1.3.1.3. Nhân tố thuộc về năng lực tổ chức, quản lý và điều hành kinh doanh

Mặc dù, kế hoạch xuất khẩu xuất khẩu dịch vụ của NHTM hết sức rõ ràng, minh bạch nhưng nếu năng lực tổ chức, quản lý vận hành kém thì khó có thể kiểm soát được hoạt động, nguy cơ thất thoát đồng vốn là rất cao. Để phát triển hoạt động xuất khẩu dịch vụ, các NHTM phải triển cần phải lựa chọn được mô hình tổ chức phù hợp, xây dựng kỹ năng quản trị điều hành sát với thực tế Việt Nam.

1.3.1.4. Đội ngũ cán bộ

Cán bộ, nhân viên của NHTM là những đối tượng chính thực hiện cung cấp dịch vụ của NHTM cho khách hàng. Đội ngũ cán bộ không giỏi, không tinh thông nghiệp vụ và không có tác phong phục vụ khách hàng chuyên nghiệp thì dịch vụ của NHTM sẽ không được khách hàng chấp nhận. Ngược lại, sự năng động và tinh thông nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ sẽ là nguồn lực quan trọng để phát triển dịch vụ Ngân hàng.

1.3.1.5. Hệ thống công nghệ thông tin và thông tin quản lý

Các dịch vụ của NHTM, đặc biệt là các dịch vụ mới được phát triển gần đây đều là các dịch vụ có sử dụng máy móc, công nghệ kỹ thuật cao. Nếu các NHTM không thúc đẩy được việc phát triển hệ thống công nghệ thông tin thì các NHTM sẽ không thể thực hiện được việc cung cấp dịch vụ mới. Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, yếu tố công nghệ thông tin cũng có tác động lớn tới việc cung cấp dịch vụ cũng như đảm bảo chất lượng dịch vụ.

1.3.2. Nhân tố thuộc về cơ chế, chính sách của Việt Nam

1.3.2.1. Môi trường hoạt động của NHTM:

Sự liên kết hợp tác giữa các NHTM: Trong quá trình phát triển, các NHTM một mặt cạnh tranh nhau nhưng mặt khác vẫn cần phải hợp tác, liên kết với nhau để

cùng phát triển. Sự hợp tác giữa các NHTM thuận lợi, tốt đẹp sẽ giúp cho hệ thống dịch vụ nói chung của các NHTM phát triển. Chính phủ và NHNN Việt Nam cần tạo điều kiện cho các hoạt động liên kết hợp tác giữa các NHTM nhằm tạo ra thế và lực cho các NHTM có thể xuất khẩu được các dịch vụ của mình ra nước ngoài.

Các ban ngành có liên quan: trong quá trình xuất khẩu dịch vụ của mình, các NHTM phụ thuộc tương đối nhiều vào một số ban ngành có liên quan. Ví dụ để có thể hiện diện thương mại tại một quốc gia khác rất cần những thỏa thuận, hợp tác hoặc hiệp định giữa Chính phủ hai nước nhằm tạo tiền đề và hành lang pháp lý cho các NHTM gia nhập vào thị trường khu vực và quốc tế.

Đối thủ cạnh tranh: Các NHTM hoạt động trong một môi trường cạnh tranh gay gắt, để có thể tồn tại và phát triển các NHTM đều phải cố gắng cải thiện chất lượng dịch vụ, đa dạng hoá dịch vụ, tìm kiếm thị trường mới nhằm đáp ứng nhu cầu tốt nhất của khách hàng. Dưới sức ép của cạnh tranh, để có thể tồn tại và cạnh tranh được, các NHTM buộc phải phát triển hệ thống dịch vụ với các dịch vụ có nhiều ưu điểm hơn, đặc biệt là dịch vụ để thực hiện các giao dịch quốc tế.

1.3.2.2. Hệ thống chính sách của NHNN và Chính phủ

Nhân tố làm thay đổi cung sản phẩm dịch vụ phải kể đến các chính sách của Chính phủ về phát triển khu vực dịch vụ. Việc khuyến khích các NHTM xuất khẩu dịch vụ sẽ làm dịch vụ của NHTM phong phú, đa dạng và ngày càng nhiều tiện ích. Chính vì vậy, sự can thiệp có hiệu lực nhất của Chính phủ vào thị trường dịch vụ của NHTM chính là sự can thiệp vào những cơ chế, chính sách cụ thể. Trong nhiều trường hợp, những ràng buộc quá khắt khe của Chính phủ trong bối cảnh lỏng lẻo của luật pháp đã tạo ra sự khan hiếm về cung một cách hình thức và tạo ra những kẽ hở cho những kẻ đầu cơ kinh doanh dịch vụ phi chính thức.

1.3.3. Nhân tố thuộc về thị trường nước nhập khẩu dịch vụ

1.3.3.1. Cam kết của các nước trong WTO về mở cửa dịch vụ Ngân hàng

Hiện nay Việt Nam đang tiến hành thực hiện các cam kết mở cửa thị trường dịch vụ trong WTO, mở cửa thị trường dịch vụ sẽ đem lại lợi ích cho nền kinh tế của Việt Nam, với điều kiện được thực hiện một cách thận trọng. Tuy nhiên mở cửa

thị trường dịch vụ là một vấn đề cực kỳ phức tạp. Trong bất cứ cuộc đàm phán nào về thương mại dịch vụ đều đặt ra một câu hỏi hóc búa rằng liệu những nhà cung cấp dịch vụ có thể tới quốc gia khác để hành nghề hay không.

Các vòng đàm phán thương mại toàn cầu trước đây chỉ đạt được kết quả khiêm tốn trong mở cửa thị trường dịch vụ. Tuy nhiên sự phát triển của công nghệ đã tạo ra một xung lực riêng biệt cho việc mở cửa thị trường dịch vụ. Các dịch vụ trực tuyến (online services) (ví dụ: các trung tâm dịch vụ khách hàng qua điện thoại, qua e-mail) không nhất thiết phải được thiết lập ở trong cùng một quốc gia, thậm chí là cùng một châu lục. Các thị trường dịch vụ được mở cửa thông qua các hiệp định song phương và khu vực, thông qua các chương trình cải cách từ bên trong từng quốc gia.

Mở cửa lĩnh vực dịch vụ sẽ đem lại lợi ích cho cả các nước phát triển và đang phát triển (trong đó có Việt Nam). Bất chấp quan niệm ở phần lớn các nước đang phát triển rằng họ sẽ bị thua thiệt bởi các ngành dịch vụ nội địa có khả năng cạnh tranh yếu và tính hiệu quả thấp, thực sự thường là các nước đang phát triển sẽ đạt được nhiều lợi ích đáng kể. Đối với tất cả các nền kinh tế, lợi ích có được từ tự do hoá thương mại dịch vụ là lớn hơn rất nhiều so với lợi ích có được từ tự do hoá thương mại hàng hoá.

1.3.3.2. Mức độ cạnh tranh trên thị trường nước nhập khẩu dịch vụ Ngân hàng.

Mức độ cạnh tranh trên thị trường nước nhập khẩu sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng xâm nhập thị trường của các NHTM Việt Nam. Để xâm nhập vào thị trường nước nhập khẩu dịch vụ Ngân hàng, nâng cao khả năng cạnh tranh, các NHTM Việt Nam cần phải nghiên cứu, đánh giá rất cụ thể về nước nhập khẩu dịch vụ Ngân hàng, thể hiện ở một số nội dung sau:

- Cơ chế chính sách của nước nhập khẩu dịch vụ Ngân hàng về môi trường cạnh tranh hướng tới việc hạn chế hay khuyến khích các NHTM nước ngoài tham gia vào thị trường bản địa.

- Năng lực của các NHTM bản địa và các Ngân hàng nước ngoài đang hiện diện trên thị trường nước nhập khẩu.

- Mức độ phát triển thị trường dịch vụ Ngân hàng của nước nhập khẩu.
- Đặc điểm cầu dịch vụ Ngân hàng của nước nhập khẩu.

1.4. Kinh nghiệm xuất khẩu dịch vụ của một số Ngân hàng thương mại nước ngoài

Quá trình vươn ra thị trường thế giới để hội nhập, các NHTM trong nước sẽ phải cạnh tranh với các đối thủ nặng ký là các Ngân hàng, Tập đoàn tài chính có tiềm lực tài chính mạnh mẽ và kinh nghiệm hoạt động lâu đời đến từ các nước khác nhau trên thế giới. “Biết người biết ta, trăm trận trăm thắng” thì không gì có nghĩa hơn là việc tìm hiểu kinh nghiệm từ chính các Ngân hàng, Tập đoàn tài chính này. Từ mỗi vùng, miền trên thế giới, mỗi Ngân hàng - Tập đoàn tài chính sẽ có những cách thức khác nhau để xuất khẩu các dịch vụ của mình. Luận án sẽ tập trung vào 4 đại diện tập đoàn tài chính lớn xuất phát điểm từ bốn châu lục lớn: Citigroup (Châu Mỹ); Deutsche Bank (Châu Âu), HSBC Holdings (Châu Á) và ANZ (Châu Úc).

1.4.1. Kinh nghiệm của Citigroup

Citigroup, trụ sở chính đặt tại New York, được hình thành từ quá trình sát nhập hãng Travellers Group (một công ty kinh doanh thẻ nổi tiếng) với Citibank (ngân hàng bán lẻ lớn nhất nước Mỹ - thành lập năm 1812) để trở thành tập đoàn ngân hàng - tài chính hàng đầu thế giới hiện nay.

Một số kinh nghiệm từ hoạt động của Citigroup:

- Mở rộng nhiều chi nhánh và trụ sở ở các nước: Citigroup là tập đoàn cung cấp dịch vụ tài chính và ngân hàng lớn nhất thế giới. Citigroup hiện có trên 3.400 chi nhánh và trụ sở trên 100 nước, cung cấp việc làm cho hơn 160.000 nhân viên trên toàn thế giới với khoảng 200 triệu tài khoản khách hàng.

- Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ: Hoạt động dịch vụ của Citigroup gồm 2 nhóm chính: dịch vụ ngân hàng cá nhân (Citibank's Global Consumer Bank - cung cấp cho khách hàng một hệ thống các dịch vụ ngân hàng cá nhân hoàn thiện, gồm có thể chấp tài chính cá nhân và doanh nghiệp, khoản vay cá nhân, thẻ tín dụng, tài khoản gửi và đầu tư, Visa TravelMoney và đầu tư ngân hàng quốc tế. Bảo hiểm nhân thọ và quỹ quản lý được cung cấp thông qua công ty con của Citibank,

Citicorp Life); dịch vụ Ngân hàng tập đoàn (Citibank Global Corporate Bank - đáp ứng được nhu cầu tài chính toàn diện của của các tập đoàn chính của Australia, các công ty đa quốc gia, các học viện tài chính.

CitiDirect Online - là một DVNH hoạt động trên nền Internet toàn cầu, giúp khách hàng tiếp cận với tất cả các sản phẩm giao dịch mà Citibank cung ứng, từ tiền mặt, giao dịch thương mại, chứng khoán và ngoại hối. Qua hệ thống này, khách hàng được tiếp cận toàn cầu, xử lý thực tế với sự đảm bảo an ninh tuyệt đối, thủ tục đơn giản và khả năng hỗ trợ kỹ thuật trực tuyến; Citibank Online Investments – là dịch vụ đầu tư trực tuyến sẽ giúp khách hàng là các doanh nghiệp và tổ chức quản lý cùng lực lượng tiền mặt và tình hình đầu tư, tham khảo nhanh giá cả thị trường, đăng ký đầu tư cho hàng loạt sản phẩm từ các chi nhánh của Citibank tại Trung Quốc, Ô-xtrây-li-a, Niu Di-lân, Xin-ga-po, Hồng Công, Xri Lan- ca, Niu Y-oóc, Luân Đôn...

Với mục tiêu Citibank mở rộng Ngân hàng tới bất cứ nơi nào có khách hàng, phần lớn khách hàng của Citibank có thể sử dụng hình thức giao dịch từ xa để đáp ứng nhu cầu của họ, thông qua CitiPhone Banking, Citibank's 24 giờ, ngân hàng điện thoại 7 ngày 1 tuần , Citibank's Internet Banking. Ngoài ra, Citibank Website cung cấp tỉ giá chung, các thông tin sản phẩm, tin tức và thể thao. Các khách hàng có thể thoải mái và tiện lợi khi thực hiện các cuộc giao dịch ngân hàng trực tuyến, là một trong những trang web phong phú và thân thiện với người sử dụng.

- Đổi mới công nghệ: Việc thành công trong cung cấp các sản phẩm dịch vụ đa dạng không thể không kể đến việc đổi mới công nghệ hiện đại nhanh chóng và kịp thời. Citibank đã tiên phong về công nghệ Ngân hàng điện tử qua việc giới thiệu e-banking và website cung cấp một loạt những dịch vụ trên mạng. Với mục tiêu dẫn đầu trong việc đáp ứng nhu cầu trên mạng Ngân hàng cũng như đáp ứng những giao dịch thẻ tín dụng, Citibank biết rằng họ cần có một mạng lưới cơ sở hạ tầng vững chắc trên nền tảng công nghệ hiện đại. Đặc biệt, công ty muốn bổ sung những dịch vụ lớn hơn, khả năng tồn trữ nhiều hơn và hệ thống mạng kết nối tốt hơn và đáp ứng nhanh hơn nhu cầu trên mạng, đã giúp Citibank gia tăng khối lượng giao dịch cũng như vượt xa đối thủ cạnh tranh.

- Tạo ra những sản phẩm có chức năng vượt xa so với mục đích: Không chỉ dẫn đầu trong việc cung ứng các dịch vụ đa dạng, Citibank gây dựng được sự nổi tiếng của mình nhờ vào việc luôn tập trung tới những sản phẩm mới, sáng tạo và linh hoạt dựa trên sự hiểu biết và nắm bắt rõ nhu cầu của khách hàng. Các sản phẩm có chức năng vượt xa so với mục đích được làm ra. Đó là Business Power, hai trong một cung cấp khả năng linh hoạt cho phép kết nối tài chính cá nhân và tài chính kinh doanh cho những nhà quản lý kinh doanh nhỏ và tư nhân. Đó là Mortgage Minister Credit Card liên kết với Citibank Homecredit, một loại thẻ vòng cho phép khách hàng trả tiền thuê nhà trước 17 năm; Mortgage PLANS, thẻ tín dụng tuần hoàn cho những đồ thể chấp. Đó là loại thẻ Photocard, một loại thẻ với chức năng bảo mật khả năng nhận dạng mà chỉ có ảnh mới có thể cung cấp được, đặc tính của nó còn có giá trị nhiều hơn so với những giá trị về tài chính. Ngoài ra, Citibank nâng cao vị trí dẫn đầu của mình để thiết lập một hình thức kinh doanh mới International Process Solutions. Dự án chung này cung cấp các dịch vụ cơ quan một cách đầy đủ cho các tập đoàn và các công ty bảo hiểm thông qua quá trình chuyển tiền lần lượt và thu trả.

Khi thị trường thế giới ngày càng cạnh tranh thì sự đổi mới và các cuộc cải cách là điều quyết định cho sự tồn tại. Khả năng tận dụng mạng lưới rộng khắp toàn cầu và những chuyên môn quốc tế của Citibank về sản phẩm dịch vụ tài chính trong nhiều năm qua đã tạo nên sự tin tưởng cho mọi khách hàng và góp phần quan trọng đưa Citigroup lên vị trí hàng đầu trên thế giới.

1.4.2. Kinh nghiệm của HSBC Holdings

HSBC Holdings, bắt nguồn từ Tập đoàn ngân hàng Hồng Kông Thượng Hải (The Hongkong and Shanghai Banking Corporation) được thành lập năm 1866. Hiện nay là một trong những tổ chức tài chính hàng đầu tại thị trường tài chính năng động Châu Á Thái Bình Dương.

Một số kinh nghiệm từ hoạt động của HSBC Holdings:

- Khám phá và khai thác sự đa dạng từ nhân viên và khách hàng: Khi mới được thành lập, ngân hàng đa quốc gia lớn nhất này chưa thu hút được cảm tình của khách hàng và HSBC đã làm mọi thứ để gây ấn tượng bằng một hình ảnh khác biệt

hơn là một tập đoàn khổng lồ vô danh. Sự khác biệt đó chính là tôn trọng và phát huy tính đa dạng, là trung tâm đối với nhãn hiệu của HSBC, là cách thức nâng cao vị thế cạnh tranh. Quan điểm về tính đa dạng của HSBC xuất phát từ nhận thức thế giới là một nơi đầy ắp những nền văn hóa, con người đa dạng, thú vị và có nhiều điều để học hỏi, trên cả 2 khía cạnh: nhân viên và khách hàng. Một tổ chức với những nhân viên đa dạng đem lại 1 tổ chức cân bằng và tròn vẹn hơn, làm cho tổ chức có thể thích nghi dễ dàng với những hoàn cảnh mới, đồng thời tôn trọng tính đa dạng trong nhân viên là cơ sở khám phá ra những nhân viên tiềm năng và phát huy những kỹ năng chưa khai thác hết của họ, là đường dẫn trực tiếp tới việc đạt được mục đích kinh doanh. Một tổ chức đánh giá được tính đa dạng của những thị trường mà tổ chức đang hoạt động tại đó sẽ giúp tổ chức thu hút, thấu hiểu và giữ được khách hàng từ việc cung cấp dịch vụ tốt nhất cho những khách hàng này.

- Quan tâm đến lợi thế cạnh tranh quan trọng là cung cấp dịch vụ giá rẻ: HSBC đã lập ra công ty thứ cấp cung cấp các dịch vụ giá rẻ (First Direct) - trên quan niệm các dịch vụ tài chính ngân hàng là để phục vụ cho tất cả những khách hàng có nhu cầu, từ bình dân đến cao cấp. Công ty thứ cấp cung cấp cho khách hàng một số sản phẩm thông qua Internet như tiền gửi có kỳ hạn, tài khoản tiết kiệm và bảo hiểm. Khi tìm được những khách hàng lớn mà công ty thứ cấp.

- Quan tâm đến lợi thế về vị trí khi đặt máy ATM: Khách hàng của First Direct trung thành với mạng lưới ATM của hãng hơn cả khách hàng của HSBC, mặc dù cả hai đối tượng khách hàng này đều sử dụng chung một hệ thống ATM. Thậm chí, nếu khách hàng của HSBC đòi hỏi phải đặt máy ATM ở mỗi góc phố thì khách hàng của First Direct không cần nhiều máy như vậy, họ chỉ cần máy ATM đặt ở chỗ dễ nhìn thấy là được.

Thông qua mạng quốc tế liên kết bởi kỹ thuật tiên tiến cùng với nỗ lực không ngừng của mình, HSBC Holdings đã vươn lên trở thành một trong những tập đoàn cung cấp các dịch vụ tài chính – ngân hàng hàng đầu thế giới với tổng tài sản đạt 1.860,76 tỷ USD; doanh thu đạt 121,51 tỷ USD, lợi nhuận đạt 16,63 tỷ USD, đứng thứ 3 trong bảng xếp hạng 2.000 tập đoàn lớn nhất thế giới năm 2006 do tạp chí Forbes bình chọn.

1.4.3. Kinh nghiệm của Deutsche Bank

Deutsche Bank hay Deutsche Bank AG (theo tiếng Đức tức là Công ty cổ phần Ngân hàng Đức), có trụ sở chính đặt tại Frankfurt am Main, được thành lập vào năm 1870. Là tập đoàn ngân hàng tư nhân lớn nhất nước Đức và là tập đoàn tài chính đứng thứ 21 thế giới hiện nay.

Một số kinh nghiệm từ hoạt động của Deutsche Bank:

- Đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp: Hai lĩnh vực chủ chốt của Ngân hàng Deutsche là kinh doanh ngân hàng doanh nghiệp và đầu tư (CIB) và quản lý khách hàng và tài sản (PCAM). Hai lĩnh vực này đã đem lại mức lợi nhuận kỷ lục cho Ngân hàng Deutsche trong năm 2006 với lợi nhuận trước thuế tăng 33%, lên mức 8,12 tỷ euro¹. Có được kết quả như trên, trước hết chính là nhờ đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp của Ngân hàng Deutsche. Ngân hàng hiểu rằng việc làm cho nhân viên của họ giỏi giang hơn sẽ làm tăng doanh thu và sự thỏa mãn của khách hàng, do đó Ngân hàng đã cam kết tạo ra 1 môi trường làm việc dựa trên tinh thần học hỏi. Mục tiêu này các định chế tài chính khác nhau đều thực hiện, tuy nhiên năng lực cạnh tranh của Ngân hàng Deutsche được nâng cao khi tìm ra 1 cách thức hiệu quả cho mục tiêu trên với chi phí thấp, việc học không dựa trên nền tảng lớp học truyền thống, đó chính là 1 Trung Tâm Học Tập Điện Tử, dưới sự hỗ trợ của tổ chức DigitalThink, mà qua đó các nhân viên của Ngân hàng có thể học 1 cách hiệu quả bất kỳ lúc nào, từ bất kỳ máy tính nào trên thế giới chỉ với 1 trình duyệt WEB và kết nối mạng toàn cầu. Giải pháp học trên mạng này đã giúp cho Deutsche Bank có thể sử dụng nguồn lực bên ngoài 100%, nghĩa là không làm nặng thêm nguồn tài nguyên IT của Ngân hàng mà sự triển khai thì nhanh chóng và việc cập nhật khóa học thì dễ dàng bất kỳ lúc nào.

- Sự cam kết dài hạn với khách hàng của mình: Quản lý tiền mặt là một vấn đề mang tính cạnh tranh tại Châu Á với gần như mọi ngân hàng toàn cầu cung cấp những sản phẩm và dịch vụ tương tự cho khách hàng. Nhưng bằng việc quan sát cách thực hiện dịch vụ quản lý tiền mặt của Ngân hàng Deutsche cho những tổ chức

¹ Vietstock ngày 05/02/2007 - Deutsche Bank phân đầu trở thành nhà cung cấp dịch vụ hàng đầu của thế giới

tài chính, không khó để khám phá ra tại sao họ đi một bước trước những những đối thủ cạnh tranh. Ngân hàng DEUTSCHE đã nổi lên như người dẫn đầu trong các dịch vụ quản lý tiền mặt cho những tổ chức tài chính tại Châu Á, bằng việc tiếp cận trọn vẹn cùng với những lợi thế cạnh tranh thông qua những sản phẩm có tính đổi mới, các dịch vụ mang tính địa phương lẫn toàn cầu cũng như những kỹ thuật hiện đại. Nhưng Ngân hàng tự hào về sự khác biệt của nó so với các đối thủ cạnh tranh khác dựa vào một lý luận đơn giản: “Cam kết dài hạn đối với các khách hàng của mình”. Cần lấy khách hàng làm mục tiêu trong mọi hoạt động: Từ việc thiết lập mô hình kinh doanh với khách hàng là trung tâm của Ngân hàng, dễ dàng tiếp cận thông tin Ngân hàng thông qua đội ngũ nhân viên có khả năng sử dụng ngôn ngữ địa phương; kết hợp với một mạng lưới toàn cầu mạnh mẽ; đến việc hợp nhất những thông tin về việc quản lý tiền mặt, tài chính thương mại thông qua giao dịch 1 cửa duy nhất tại Ngân hàng để giải quyết vấn đề thuận tiện hơn cho khách hàng. Như 1 nhà quản trị cao cấp của Duetsche nói: “Kỹ thuật tư vấn của chúng tôi khiến chúng tôi có được nhiều thứ hơn so với một nhà cung cấp dịch vụ đơn thuần; nó phản ánh triết lý của chúng tôi khi tiếp xúc với khách hàng của mình là quan tâm đến nhu cầu của khách hàng hơn là chỉ đưa ra cho họ những sản phẩm” phần nào thể hiện rõ sự khác biệt của Duetsche Bank so với các đối thủ cạnh tranh khác trên thị trường.

Với sự kết hợp giữa chiến lược công nghệ cấp cao, tiềm lực tài chính mạnh mẽ, một mạng lưới rộng lớn, và một mục tiêu khách hàng trung tâm, Ngân hàng Deutsche đang ở vị trí thuận lợi cho việc đáp ứng nhu cầu không chỉ cho phạm vi những khách hàng trong vùng và toàn cầu, mà còn cho những Ngân hàng bản địa mà đang sử dụng những tiện ích dịch vụ của nhà cung cấp toàn cầu.

1.4.4. Kinh nghiệm của ANZ

ANZ được thành lập tại Australia hơn 150 năm trước. Từ đó đến nay ANZ đã phát triển thành một tập đoàn ngân hàng và tài chính quốc tế lớn. ANZ cũng là ngân hàng hàng đầu của Australia tại khu vực Châu Á – Thái Bình Dương. Hiện nay, ANZ là một trong 50 ngân hàng lớn nhất thế giới. Với hàng nghìn đại lý, hệ thống vận hành hiện đại, kỹ thuật hàng đầu thế giới, giải pháp tài chính sâu rộng và

một cam kết thực sự với cộng đồng, hiện nay ANZ đã được hơn 6 triệu khách hàng trên thế giới chọn làm đối tác tin cậy.

Một số kinh nghiệm từ hoạt động của ANZ:

- Cam kết đào tạo nhân viên bản địa: ANZ là ngân hàng Úc hàng đầu tại Châu Á, đã hoạt động và phục vụ cộng đồng tại khu vực này trong hơn 30 năm qua. Chìa khóa thành công của ANZ chính là cam kết đào tạo nhân viên bản địa về dịch vụ khách hàng thân thiện và chuyên nghiệp, và ANZ nổi tiếng trong khu vực về sự hài lòng của khách hàng. Đội ngũ nhân viên của chúng tôi thành thạo cả tiếng Anh và tiếng bản địa. Trên nền tảng kinh nghiệm tại khu vực và thị trường bản địa, nhân viên có thể hiểu được những khó khăn và nhu cầu của khách hàng bản địa cũng như khách hàng nước ngoài sống và làm việc tại nước bản địa do đó họ có thể tư vấn, giúp đỡ các khách hàng này về hàng loạt các dịch vụ tài chính.

- Cung cấp các dịch vụ ngân hàng tiên tiến: ANZ cung cấp các dịch vụ ngân hàng từ các sản phẩm tài chính cá nhân tới các giải pháp tài chính doanh nghiệp tiên tiến. Đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp mang lại dịch vụ khách hàng tiêu chuẩn thế giới để cung cấp dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp cho các nhu cầu tài chính cá nhân cũng như công việc kinh doanh của khách hàng. Với mạng lưới toàn cầu của ANZ, khách hàng có thể tiếp cận với các chuyên gia hàng đầu về các lĩnh vực cụ thể như: đánh giá rủi ro, dịch vụ tài chính và các giải pháp về vốn lưu động.

1.4.5. Bài học rút ra cho các ngân hàng thương mại Việt Nam

Qua thực tế hoạt động xuất khẩu dịch vụ của một số quốc gia trên Thế giới, một số bài học kinh nghiệm cho Việt Nam được rút ra như sau:

- Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ và phương thức xuất khẩu DVNH: Xuất khẩu dịch vụ không đơn thuần chỉ là cung cấp một số dịch vụ ngân hàng quốc tế, mà thực sự phải đi vào tất cả các phương thức xuất khẩu, đặc biệt là hiện diện thương mại thông qua việc thiết lập văn phòng đại diện, mua cổ phần của ngân hàng bản địa, mở Chi nhánh cũng như thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài. Để hiện diện thương mại thì cần phải vượt qua rào cản về văn hóa, ngôn ngữ, điều kiện kinh tế địa phương. Giải pháp tối ưu ban đầu là tìm mọi cách mua cổ phần của các ngân hàng bản địa, tiến tới có thể chi phối. Như vậy sẽ tận dụng và phát triển

ngay trên thị phần và cơ sở hạ tầng hiện có của các ngân hàng bản địa, 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 ngân hàng nước ngoài sẽ khắc phục được những điểm yếu như thiếu kinh nghiệm thị trường, sự khác biệt về văn hóa.

- Mở rộng ngân hàng tới bất cứ nơi nào có khách hàng: thông qua việc tăng cường những DVNH hiện đại, DVNH online, các hình thức giao dịch từ xa để đáp ứng nhu cầu của họ, thông qua Home Banking, Tel banking, Internet Banking, Ngoài ra, Website cung cấp tỉ giá chung, các thông tin sản phẩm, tin tức và thể thao. Các khách hàng có thể thoải mái và tiện lợi khi thực hiện các cuộc giao dịch ngân hàng trực tuyến.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ: Cần tạo ra những dịch vụ có tính năng vượt xa so với mục đích. Xây dựng thương hiệu chính là nhờ vào việc luôn tập trung tới những sản phẩm mới, sáng tạo và linh hoạt dựa trên sự hiểu biết và nắm bắt rõ nhu cầu của khách hàng.

Khi thị trường thế giới ngày càng cạnh tranh thì sự đổi mới và các cuộc cải cách là điều quyết định cho sự tồn tại. Khả năng tận dụng mạng lưới rộng khắp toàn cầu và những chuyên môn quốc tế về sản phẩm dịch vụ tài chính đã tạo nên sự tin tưởng cho mọi khách hàng.

- Nâng cao khả năng cạnh tranh ngay tại bản địa: Tham gia vào WTO sẽ tạo ra một sân chơi công bằng hơn, đối thủ cạnh tranh nhiều hơn, đa dạng hơn. Để xuất khẩu được DVNH trước hết các NHTM Việt Nam cần phải đứng vững ngay tại thị trường trong nước thông qua việc nghiên cứu hiện đại hóa công nghệ giảm giá thành dịch vụ, tăng cường công tác quảng bá sản phẩm dịch vụ, xây dựng thương hiệu... để bảo đảm sự tồn tại và phát triển.

- Hiểu được thế mạnh của đối thủ cạnh tranh: Trong khi các Ngân hàng nội địa làm ăn không mấy hiệu quả thì các Ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam lại làm ăn khá phát đạt. Kinh nghiệm của họ là gì?

Ở một ngân hàng nước ngoài lớn, trong cơ cấu lợi nhuận 40% là kinh doanh ngoại hối và trái phiếu; thu phí thanh toán xuất nhập khẩu và các phí khác của khách hàng doanh nghiệp chiếm 20%; cho vay tiêu dùng cá nhân cộng dịch vụ 20%,

dịch vụ khác chiếm tỷ trọng còn lại. Ở một số ngân hàng nước ngoài khác, lợi nhuận từ kinh doanh ngoại tệ và ngân quỹ cũng chiếm 40% lợi nhuận.

Rõ ràng, dịch vụ ngoại hối và phí mới là nguồn lợi nhuận chính của ngân hàng nước ngoài. Khi mà ngân hàng nội địa bị ràng buộc bởi hàng loạt các quy định hành chính liên quan đến kinh doanh ngoại tệ, không thể lách luật, thì ngân hàng nước ngoài tỏ ra linh hoạt.

Suốt một thời gian dài họ mua bán đô la Mỹ với doanh nghiệp thông qua một ngoại tệ thứ ba để đạt được tỷ giá mong muốn và khi NHNN cấm nghiệp vụ này, họ vẫn sử dụng ngoại tệ thứ ba thông qua một ngân hàng thứ ba.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Chương 1 đã hệ thống hoá và phân tích những lý luận cơ bản về xuất khẩu dịch vụ của NHTM trong nền kinh tế quốc dân; đưa ra một số khái niệm cơ bản về dịch vụ, xuất khẩu dịch vụ; phân loại dịch vụ, đặc điểm và các nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu dịch vụ của NHTM. Bên cạnh đó, Chương 1 cũng đồng thời nghiên cứu và phân tích sâu các phương thức xuất khẩu dịch vụ của NHTM.

Bên cạnh đó Chương 1 giới thiệu và phân tích các cam kết của Việt Nam về mở cửa thị trường dịch vụ của NHTM khi gia nhập WTO; Từ đó phân tích những nhân tố ảnh hưởng đến xuất khẩu dịch vụ của NHTM.

Từ những kinh nghiệm xuất khẩu dịch vụ quý báu của Citigroup, HSBC Holdings, Deutsche Bank và ANZ, tác giả rút ra một số bài học chủ yếu cho các NHTM Việt Nam trong xuất khẩu dịch vụ khi Việt Nam là thành viên của WTO. Toàn bộ những lý luận cơ bản về dịch vụ, xuất khẩu dịch vụ và các bài học kinh nghiệm rút ra cho các NHTM Việt Nam là cơ sở quan trọng để phân tích và đánh giá trong Chương 2.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG XUẤT KHẨU DỊCH VỤ CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

2.1. Phân tích tổng quan thực trạng xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

2.1.1. Khái quát về hệ thống Ngân hàng thương mại Việt Nam [26]

Lịch sử phát triển của hệ thống Ngân hàng Việt Nam gắn liền với lịch sử phát triển của từng thời kỳ cách mạng và công cuộc xây dựng Đất nước.

Trước cách mạng tháng 8 năm 1945, Việt Nam là nước thuộc địa nửa phong kiến dưới sự thống trị của thực dân Pháp. Hệ thống tiền tệ, tín dụng Ngân hàng được thiết lập và bảo hộ bởi thực dân Pháp thông qua Ngân hàng Đông Dương. Ngân hàng Đông Dương vừa đóng vai trò là Ngân hàng Trung ương trên toàn cõi Đông Dương (Việt Nam, Lào, Campuchia), vừa là NHTM. Ngân hàng này là công cụ phục vụ đắc lực chính sách thuộc địa của chính phủ Pháp và làm giàu cho tư bản Pháp. Vì thế, một trong những nhiệm vụ trọng tâm của cuộc Cách mạng Tháng 8 lúc bấy giờ là phải từng bước xây dựng nền tiền tệ và hệ thống Ngân hàng độc lập tự chủ. Nhiệm vụ đó đã trở thành hiện thực khi bước sang năm 1950, công cuộc kháng chiến chống Pháp ngày một tiến triển mạnh mẽ với những chiến thắng vang dội trên khắp các chiến trường và mở rộng vùng giải phóng. Sự chuyển biến của cục diện cách mạng cũng đòi hỏi công tác kinh tế, tài chính phải được củng cố và phát triển theo yêu cầu mới. Trên cơ sở chủ trương chính sách mới về tài chính - kinh tế mà Đại hội Đảng lần thứ II (tháng 2/1951) đã đề ra, ngày 6 tháng 5 năm 1951, Chủ tịch Hồ Chí Minh đã ký sắc lệnh số 15/SL thành lập Ngân hàng Quốc Gia Việt Nam – Ngân hàng của Nhà nước dân chủ nhân dân đầu tiên ở Đông Nam Á để thực hiện 5 nhiệm vụ cấp bách: Phát hành giấy bạc, quản lý Kho bạc, thực hiện chính sách tín dụng để phát triển sản xuất, phối hợp với mậu dịch để quản lý tiền tệ và đấu tranh tiền tệ với địch.

Ngân hàng Quốc gia Việt Nam ra đời là kết quả nối tiếp của quá trình đấu tranh xây dựng hệ thống tiền tệ, tín dụng độc lập, tự chủ, đánh dấu bước phát triển mới, thay đổi về chất trong lĩnh vực tiền tệ, tín dụng ở nước ta. Tại Thông tư số

20/VP - TH ngày 21/01/1960 của Tổng giám đốc Ngân hàng Quốc gia ký thừa uỷ quyền Thủ Tướng chính phủ, Ngân hàng Quốc Gia Việt Nam được đổi tên thành Ngân hàng Nhà nước Việt Nam để phù hợp với hiến pháp 1946 của nước Việt Nam dân chủ cộng hoà. Những năm sau khi Miền Nam giải phóng 1975, việc tiếp quản Ngân hàng Quốc gia Việt Nam cộng hoà và các Ngân hàng tư bản tư nhân dưới chế độ Ngụy quyền Sài Gòn đã mở đầu cho quá trình nhất thể hoá hoạt động Ngân hàng toàn quốc theo cơ chế nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung. Tháng 7 năm 1976, đất nước được thống nhất về phương diện Nhà nước, nước Cộng hoà Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam ra đời. Theo đó, Ngân hàng Quốc gia ở miền Nam được hợp nhất vào Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, tạo thành hệ thống NHNN duy nhất của cả nước, bao gồm: NHTW đặt trụ sở chính tại thủ đô Hà Nội, các Chi nhánh Ngân hàng tại các tỉnh, thành phố và các chi điểm Ngân hàng cơ sở tại các huyện, quận trên phạm vi cả nước.

Từ năm 1986 đến nay đã diễn ra nhiều sự kiện quan trọng, đánh dấu sự chuyển biến căn bản của Hệ thống Ngân hàng Việt Nam thể hiện qua một số "cột mốc" có tính đột phá sau đây:

- Từ năm 1986 đến năm 1990: Thực hiện tách dần chức năng quản lý Nhà nước ra khỏi chức năng kinh doanh tiền tệ, tín dụng, chuyển hoạt động Ngân hàng sang hạch toán, kinh doanh xã hội chủ nghĩa. Cơ chế mới về hoạt động Ngân hàng đã được hình thành và hoàn thiện dần - Tháng 5/1990, hai pháp lệnh NH ra đời (Pháp lệnh NHNN Việt Nam và Pháp lệnh Ngân hàng, hợp tác xã tín dụng và công ty tài chính) đã chính thức chuyển cơ chế hoạt động của hệ thống Ngân hàng Việt Nam từ 1 cấp sang 2 cấp, trong đó lần đầu tiên nhiệm vụ và mục tiêu hoạt động của mỗi cấp được luật pháp phân biệt rạch ròi:

- + NHNN thực thi nhiệm vụ Quản lý nhà nước về hoạt động kinh doanh tiền tệ, tín dụng, thanh toán, ngoại hối và Ngân hàng; Thực thi nhiệm vụ của một NHTW - là Ngân hàng duy nhất được phát hành tiền và là Ngân hàng của Nhà nước; NHTW là cơ quan tổ chức việc điều hành chính sách tiền tệ, lấy nhiệm vụ giữ ổn định giá trị đồng tiền làm mục tiêu chủ yếu và chi phối căn bản các chính sách điều hành cụ thể đối với hệ thống các Ngân hàng cấp 2.

+ Cấp Ngân hàng kinh doanh thuộc lĩnh vực lưu thông tiền tệ, tín dụng, thanh toán, ngoại hối và dịch vụ trong toàn nền kinh tế quốc dân do các Định chế tài chính Ngân hàng và phi Ngân hàng thực hiện.

Cùng với quá trình đổi mới cơ chế vận hành trong hệ thống Ngân hàng là quá trình ra đời hàng loạt các Ngân hàng chuyên doanh cấp 2 với các loại hình sở hữu khác nhau gồm: NHTM quốc doanh, cổ phần, NHLĐ, chi nhánh hoặc văn phòng đại diện của Ngân hàng nước ngoài, Hợp tác xã tín dụng, QTDND, công ty tài chính... Trong thời gian này, 4 NHTM quốc doanh lớn đã được thành lập gồm: (1) Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển Việt Nam; (2) Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam; (3) Ngân hàng Công thương Việt Nam; (4) Ngân hàng ngoại thương Việt Nam.

- Từ năm 1991 đến nay: Thực hiện chủ trương đường lối chính sách của Đảng trong thời kỳ công nghiệp hoá, hiện đại hoá hệ thống NH Việt Nam không ngừng đổi mới và lớn mạnh, đảm bảo thực hiện được trọng trách của mình trong sự nghiệp xây dựng và phát triển kinh tế đất nước trong thiên niên kỷ mới. Những dấu ấn dưới đây liên quan trực tiếp và thúc đẩy quá trình đổi mới mạnh mẽ hoạt động Ngân hàng:

Năm 1993: Bình thường hoá các mối quan hệ với các tổ chức tài chính tiền tệ quốc tế (IMF, WB, ADB).

Năm 1995: Quốc hội thông qua nghị quyết bỏ thuế doanh thu đối với hoạt động Ngân hàng; thành lập Ngân hàng phục vụ người nghèo.

Năm 1997: Quốc hội khoá X thông qua Luật NHNN Việt Nam và Luật các TCTD (ngày 02/12/1997) và có hiệu lực thi hành từ 01/10/1998; Thành lập Ngân hàng phát triển Nhà Đồng bằng Sông cửu long (Quyết định số 769/TTg, ngày 18/9/1997).

Năm 1999: Thành lập Bảo hiểm tiền gửi Việt Nam (ngày 09/11/1999).

Năm 2000: Cơ cấu lại tài chính và hoạt động của các NHTMNN và cơ cấu lại tài chính và hoạt động của các NHTMCP.

Năm 2002: Tự do hoá lãi suất cho vay VND của các tổ chức tín dụng - Bước cuối cùng tự do hoá hoàn toàn lãi suất thị trường tín dụng ở cả đầu vào và đầu ra.

Năm 2003: Tiến hành cơ cấu lại theo chiều sâu hoạt động phù hợp với chuẩn quốc tế đối với các NHTM; Thành lập NHCSXH trên cơ sở Ngân hàng phục vụ người nghèo để tiến tới tách bạch tín dụng chính sách với tín dụng thương mại theo cơ chế thị trường; Tiến hành sửa bước 1 Luật NHNN VN.

Cho đến ngày hôm nay, hệ thống Ngân hàng vẫn là nhân tố nòng cốt, tích cực trong công cuộc đổi mới toàn diện nền kinh tế đất nước theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá, vận hành bằng cơ chế kinh tế thị trường có sự quản lý vĩ mô của Nhà nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa.

Bảng 2.1: Số lượng Ngân hàng thương mại qua các năm

Đơn vị: Ngân hàng

TT	TCTD	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	NHTM QD	5	5	5	5	5	5
2	NH TMCP	39	37	37	37	40	40
3	NH nước ngoài và CN NH NNgoài	26	29	31	33	40	45
4	NH liên doanh	4	4	5	5	5	5
Tổng số Ngân hàng		74	75	78	80	91	96

Nguồn: NHNN Việt Nam, Deutsche bank, BVSC

Tính đến 31/12/2009 trên lãnh thổ Việt Nam có 5 TCTD Nhà nước, 40 NHTM cổ phần đô thị, 45 Ngân hàng 100% vốn nước ngoài và chi nhánh NHNNg, 5 Ngân hàng liên doanh. Ngoài ra, có 17 công ty tài chính, 13 công ty cho thuê tài chính, 53 văn phòng đại diện NH nước ngoài. Do sự phát triển của nền kinh tế và yêu cầu của quá trình hội nhập nên mức độ cạnh tranh giữa các tổ chức tín dụng ngày càng gay gắt về thị phần và chất lượng dịch vụ.

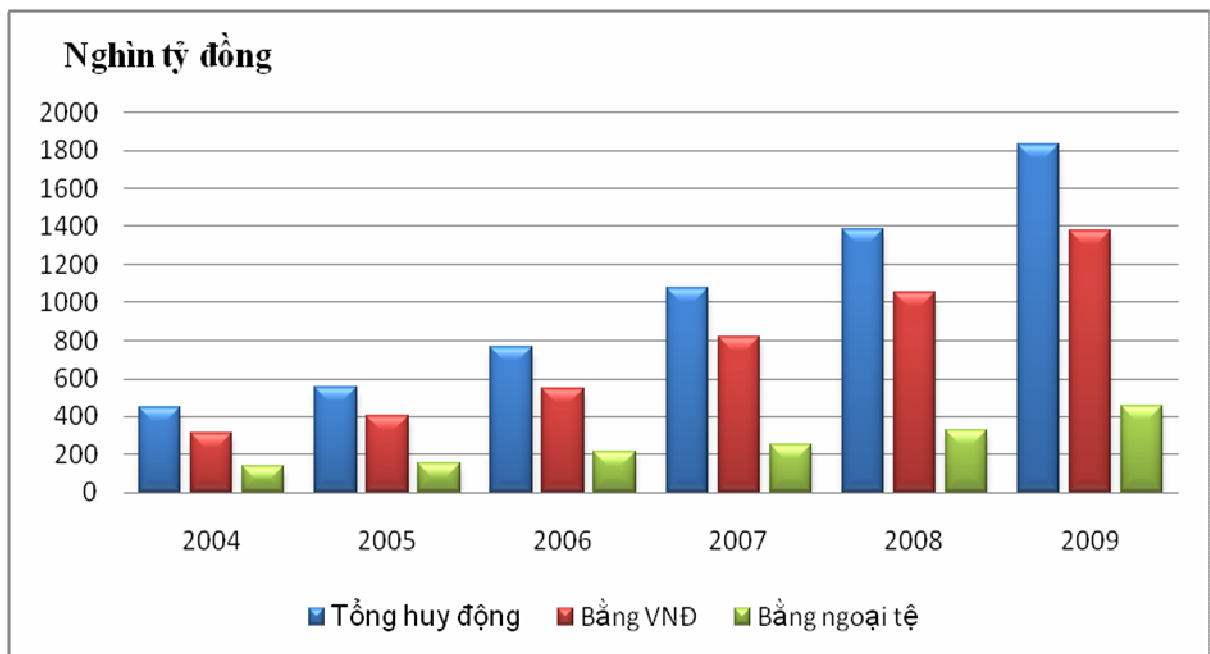
Cơ chế của Nhà nước khuyến khích các cá nhân trực tiếp đầu tư; do xu thế của nền kinh tế và theo tiến trình cổ phần hoá các doanh nghiệp nhà nước do vậy một lượng lớn vốn đã được đầu tư vào mua cổ phần tại các doanh nghiệp dẫn đến lượng tiền nhàn rỗi qua Ngân hàng giảm.

2.1.2. Thực trạng dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

2.1.2.1. Dịch vụ huy động vốn

Hoạt động huy động vốn vừa mang tính cấp bách vừa mang tính chiến lược lâu dài, bởi nó quyết định qui mô tài sản có, tạo nguồn vốn để các NHTM thực hiện dịch vụ đầu tư tín dụng đồng thời nó góp phần quan trọng tạo ra lợi nhuận cho NHTM. Xuất phát từ tầm quan trọng trên, các NHTM đã xác định công tác huy động vốn là công tác trọng tâm hàng đầu trong hoạt động của mình nhằm khai thác tối đa các nguồn vốn tiềm năng trong dân cư và các tổ chức kinh tế.

Việc mở rộng mạng lưới của các NHTM trong những năm qua đã góp phần thu hút được khá lớn lượng tiền nhàn rỗi của tổ chức kinh tế và trong dân cư. Nhờ đó nguồn vốn huy động của các NHTM tăng qua các năm cả về số lượng, chất lượng và qui mô.



Biểu đồ 2.1: Huy động vốn từ nền kinh tế

Nguồn: Báo cáo thường niên NHNN Việt Nam

Huy động vốn của toàn hệ thống các NHTM năm 2009 tăng 28,6%, cao hơn so với mức tăng 23,33% của năm 2008 nhưng vẫn thấp hơn nhiều so với mức tăng trưởng 47,64% của năm 2007. Huy động vốn cao hơn sơ với năm 2008 là do huy động vốn bằng VNĐ tăng mạnh, tăng 29,75% so với mức 21,82% của năm 2008, trong khi tốc độ tăng trưởng huy động vốn bằng ngoại tệ lại giảm, chỉ đạt 24,82% so với mức tăng 28,57% của năm 2008.

Bảng 2.2: Thị phần huy động vốn từ nền kinh tế của các NHTM*Đơn vị: %*

TT	TCTD	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	Khối NHTMNN và Ngân hàng chính sách xã hội	74,69	75,02	68,82	58,07	56,06	47,81
2	Khối NHTMCP, phi Ngân hàng và QTDND	14,46	16,18	22,35	33,14	35,86	42,76
3	Khối Chi nhánh NHNNg và liên doanh	10,85	8,80	8,83	8,79	8,08	9,43
	Tổng cộng:	100	100	100	100	100	100

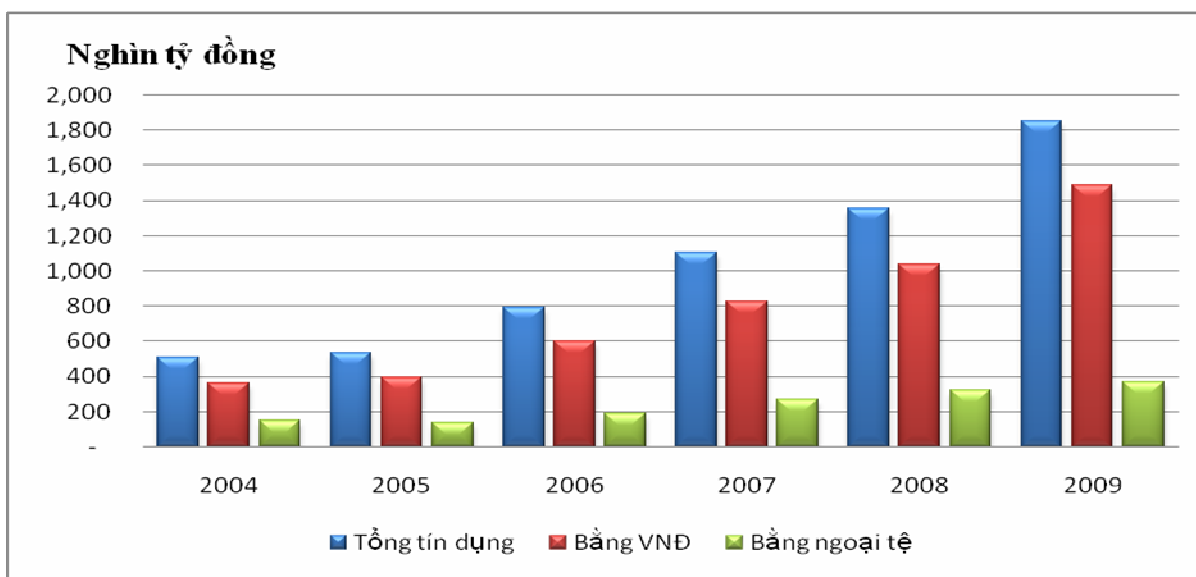
Nguồn: Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB)

Tốc độ tăng trưởng huy động vốn theo khối NHTM có sự phân hóa. Huy động vốn của khối NHTM NN năm 2009 tăng 12,98%, thấp hơn mức tăng 18,78% của năm 2008. Trong khi đó, huy động vốn của khối các NHTM khác tăng mạnh lên mức 52,42% trong năm 2009 so với mức 29,92% của năm 2008.

2.1.2.2. Dịch vụ tín dụng

a. Cho vay

Tăng trưởng tín dụng nhanh khiến ngành Ngân hàng có nguy cơ đối mặt với rủi ro lớn hơn khi tỷ lệ tín dụng/tiền gửi toàn ngành luôn ở mức trên 90%, cao hơn mức trung bình trong khu vực (khoảng 83%). Tín dụng liên tục tăng trưởng để đáp ứng nhu cầu vốn cho phát triển kinh tế. Mức tăng cũng khá cao, chủ yếu do tác động của các chính sách kích thích kinh tế của Chính Phủ. Số liệu về cho vay được thể hiện theo biểu đồ dưới đây:



Biểu đồ 2.2: Cho vay đối với nền kinh tế

Nguồn: Báo cáo thường niên NHNN Việt Nam

Nhìn vào biểu đồ trên cho thấy, năm 2009 tổng dư nợ tín dụng cho nền kinh tế của hệ thống các TCTD tăng 37%, cao hơn nhiều so với mức tăng 23% của năm 2008. Trong đó, tín dụng bằng VND tăng mạnh 43% (năm 2008 tăng 25%), trong khi tín dụng bằng ngoại tệ chỉ tăng 15%, thấp hơn so với năm 2008 là 17%.

Bảng 2.3: Thị phần cho vay của các NHTM

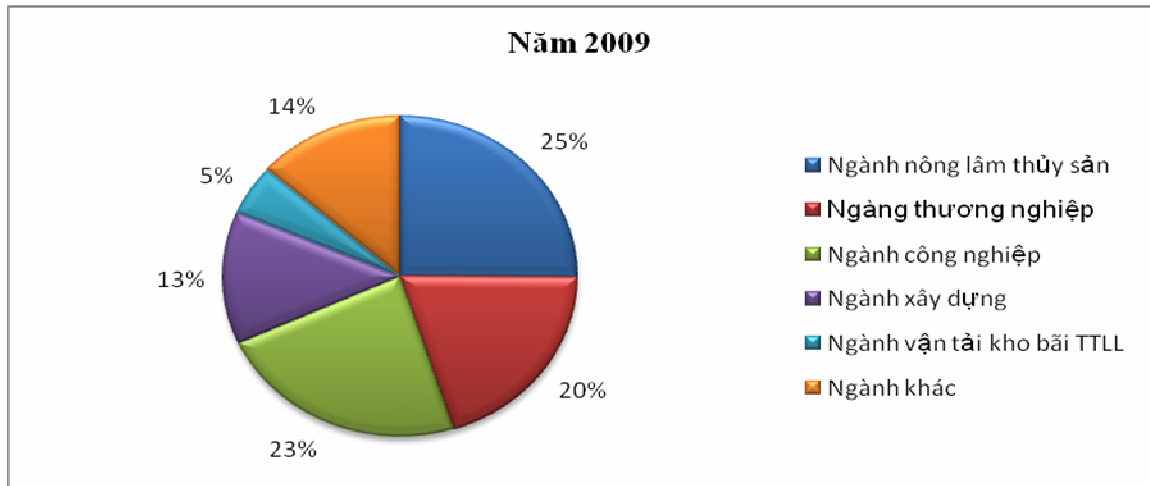
Đơn vị: %

TT	TCTD	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	Khối NHTMNN và Ngân hàng chính sách xã hội	77	74	68	60	57	55
2	Khối NHTMCP, phi Ngân hàng và QTDND	13	16	23	31	34	35
3	Khối Chi nhánh NHNNg và liên doanh	10	10	9	9	9	10
	Tổng cộng	100	100	100	100	100	100

Nguồn: Ngân hàng phát triển Châu Á

Về cơ cấu tín dụng theo khối các TCTD, các NHTM cổ phần tăng trưởng mạnh nhất, cao hơn nhiều so với các khối còn lại. Mức tăng trưởng tín dụng năm

2009 so với năm 2008 của khối NHTM NN, khối NHTM CP, Khối NHNNg và liên doanh, khối các TCTD khác lần lượt là 28,24%, 66%, 13,92%, 25,76%.



Biểu đồ 2.3: Tỷ trọng cho vay nền kinh tế theo ngành

Nguồn: Báo cáo thường niên NHNN Việt Nam

Cơ cấu tín dụng theo ngành kinh tế không thay đổi nhiều so với năm 2008. Tín dụng Ngân hàng phục vụ phát triển nông thôn (gồm ngành nông lâm thủy sản) chiếm tỷ trọng cao nhất (25,11%) trong cơ cấu cho vay theo ngành của hệ thống Ngân hàng, thấp hơn so với tỷ trọng 28,84% của năm 2008. Tỷ trọng cho vay ngành thương nghiệp chiếm 19,95%, cao hơn mức 18,67% của năm 2008. Tỷ trọng cho vay các ngành công nghiệp; xây dựng; vận tải, kho bãi, thông tin liên lạc về cơ bản vẫn duy trì ổn định như năm 2008, chiếm tương ứng 23,11%; 13,36%; 5,08% tổng dư nợ cho vay.

b. Dịch vụ chiết khấu thương phiếu và chứng từ có giá

Dịch vụ này đã được thực hiện và tăng trưởng qua các năm, tuy nhiên dịch vụ này chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng dư nợ của NHTM VN. Song điều này các NHTM đều thực hiện dịch vụ này rất ít, một phần do chủ quan của các NH chưa thực sự chú trọng đến sự phát triển dịch vụ này, một phần cũng do nhà nước chưa ban hành luật thương phiếu do vậy phần nào ảnh hưởng tới hoạt động của dịch vụ này. Trong quan hệ thương mại giữa doanh nghiệp trong nước và nước ngoài, hiện nay ở nước ta chưa có hối phiếu, lệnh phiếu, ... nên các NHTM chưa có thị trường hoạt động. Tuy vậy các NHTM VN cũng cần có định hướng và quan tâm tới dịch

vụ này vì nó góp phần tăng lợi nhuận cho Ngân hàng một phần đa dạng hoá các dịch vụ giúp Ngân hàng tăng trưởng song cũng phân tán được rủi ro.

c. Dịch vụ cho thuê tài chính

Cũng như nghiệp vụ chiết khấu thương phiếu, nghiệp vụ này cũng được các NHTM triển khai và tăng trưởng qua các năm song nó cũng chiếm tỷ trọng nhỏ phương thức cho thuê còn đơn điệu, chưa đa dạng, tài sản cho thuê chủ yếu là phương tiện vận tải, máy móc thiết bị, thị trường cho thuê bất động sản còn bỏ ngỏ.

2.1.2.3. Dịch vụ thanh toán

a. Thanh toán chuyển tiền trong nước

Từ 2003 khối lượng giao dịch và giá trị giao dịch qua mạng hạch toán điện tử nội bộ, thanh toán song biên, thanh toán liên Ngân hàng điện tử tăng nhiều, thanh toán chuyển tiền trong nước và thanh toán xuất nhập khẩu khối lượng giao dịch và giá trị giao dịch qua hệ thống thanh toán chuyển tiền ngày càng tăng. Với hệ thống chuyển tiền điện tử VNĐ mới đã đáp ứng được mục tiêu mở rộng mạng lưới thanh toán trong và ngoài hệ thống; đáp ứng yêu cầu về thời gian, về mức độ xử lý tự động. Tính ưu việt của hệ thống chuyển tiền điện tử đã được nhận giải thưởng “Sao vàng đất Việt” và Bằng khen về thành tích xuất sắc trong phát triển sản phẩm và thương hiệu tham gia hội nhập kinh tế quốc tế. Hệ thống thanh toán song phương giữa các NHTM đã được nâng cấp và mở rộng.

b. Thanh toán chuyển tiền quốc tế

Doanh số thanh toán quốc tế từ 2003 đến nay tăng so với những năm đầu 2000, trình độ nghiệp vụ TTQT đã được nâng lên nhiều, các NHTM VN đã xử lý được những giao dịch thanh toán rất phức tạp như tạm nhập tái xuất, giao dịch mua bán nợ, xử lý những L/C có kèm nhiều thư bảo lãnh, điều kiện thanh toán và chuyển giao hàng hoá rất phức tạp. Các NHTM và khách hàng đã phải đối phó với tình trạng gian lận thương mại ngày càng gia tăng, những năm qua đã được xử lý không gây tổn thất tài sản cho các NHTM và khách hàng. Tuy nhiên tốc độ tăng doanh số thanh toán quốc tế của các NHTM thấp hơn so với tăng trưởng kim ngạch xuất nhập khẩu cả nước. Đến nay NHTM đã có quan hệ đại lý với trên 2.000 Ngân hàng đại lý trên 90 nước thông qua các quan hệ này.

Bảng 2.4: Doanh số mở và thanh toán L/C của các NHTM*Đơn vị: tỷ đồng*

TT	TCTD	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	NHTM Nhà nước	28.655	34.792	41.070	68.467	70.243	93.813
2	NHTM cổ phần	10.127	13.324	16.035	43.506	23.245	43.775
3	CN NH nước ngoài	3.662	4.832	6.114	14.380	9.628	16.108
	Tổng cộng	42.444	52.948	63.219	126.353	103.116	153.696

Nguồn: Vụ dự báo thống kê - NHNN Việt Nam

Qua bảng số liệu trên cho thấy, hoạt động thanh toán và mở L/C qua các năm có sự tăng trưởng đáng kể. Năm 2007 doanh số L/C đạt 126.353 tỷ đồng tăng gấp 2 lần so với năm 2006, đến năm 2008, do khủng hoảng kinh tế Thế giới nên doanh số giảm 19% so với năm 2007 chỉ đạt 103.116 tỷ đồng, đến năm 2009 sự tăng trưởng đã trở lại tăng 49% so với năm 2008 đạt 153.696 tỷ đồng.

Ngoài dịch vụ thanh toán chuyển tiền quốc tế theo phương tín dụng chứng từ (L/C), dịch vụ thanh toán biên mậu cũng đã được các NHTM triển khai nhằm hỗ trợ khách hàng trong thanh toán, đồng thời thúc đẩy kim ngạch thương mại giữa Việt Nam và các nước láng giềng tăng trưởng.

Bảng 2.5: Hoạt động thanh toán biên mậu của các NHTM

Năm	Doanh số thanh toán (tỷ đồng)			Thu dịch vụ (triệu đồng)
	Xuất khẩu	Nhập khẩu	Tổng	
2004	5.979	2.536	8.515	4.317
2005	7.141	3.020	10.161	5.358
2006	15.692	5.362	23.054	10.282
2007	17.400	8.929	26.329	13.320
2008	16.466	17.288	33.754	17.510
2009	19.568	20.732	40.300	22.886

Nguồn: NHNN Việt Nam, các NHTM có thanh toán biên mậu

Sau gần 15 năm thực hiện có thể thấy rõ ích lợi do thanh toán biên mậu đem lại. Các doanh nghiệp và cá nhân ngày càng được đảm bảo an toàn và tiết kiệm chi phí khi thực hiện mua bán, trao đổi, hợp đồng xuất nhập khẩu hàng hóa với các đối

tác nước ngoài. Mặt khác, nguồn thu từ hoạt động thanh toán biên mậu đã góp phần quan trọng đưa tỉ trọng thu dịch vụ của các NHTM tăng cao. Năm 2009, thu phí thanh toán biên mậu đạt gần 23 tỷ đồng.

Đối với dịch vụ thanh toán thẻ TDQT: Tính đến tháng 12/2008, doanh số thanh toán thẻ quốc tế của VCB đạt khoảng 880 triệu USD, chiếm 56% thị phần. Đứng tiếp theo là ACB với doanh số khoảng 220 triệu USD, chiếm 14% thị phần, sau đó là EIB với doanh số 172 triệu USD, chiếm 11% thị phần. Mặc dù tốc độ tăng trưởng gấp đôi so với 2006 nhưng theo đánh giá của các tổ chức thẻ quốc tế, dung lượng thị trường hiện nay có thể đạt tới 20 triệu thẻ ngân hàng, có nghĩa là thị trường hiện tại mới đạt 20% mức tiềm năng.

Bảng 2.6: Doanh số thanh toán thẻ tín dụng quốc tế của các NHTM

Đơn vị: Triệu USD

Năm Chỉ tiêu	2004	2005	2006	2007	2008	2009
VisaCard	176,89	268,76	402,11	598,82	802,18	973,49
MasterCard	135,26	206,65	388,38	543,33	768,66	896,26
Tổng:	312,15	475,41	790,49	1.142,15	1.570,84	1.869,75

Nguồn: Báo cáo của Tổ chức Visa và MasterCard quốc tế

Nhìn vào bảng trên cho thấy doanh số thanh toán thẻ của riêng hai tổ chức thẻ lớn nhất thế giới là Visa và MasterCard năm 2008 đạt 1.570,84 triệu USD, tăng khoảng 37% so với năm 2007, con số này của năm 2007 so với năm 2006 là 44%. Với những số liệu trên chứng tỏ tiềm năng thanh toán thẻ quốc tế của Việt Nam là rất lớn. Với những cam kết của mở cửa hội nhập, quan hệ giao thương giữa Việt Nam với các quốc gia khác ngày càng nhiều, hoạt động dịch vụ du lịch ngày càng phát triển thì việc thanh toán và sử dụng thẻ quốc tế sẽ ngày càng lớn mạnh.

2.1.2.4. Các dịch vụ khác

a. Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ

Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ của các NHTM VN có những bước phát triển khá nhanh, doanh số ngày càng tăng. Cho đến nay đã kinh doanh hầu hết các loại

ngoại tệ mạnh như: USD, EURO, JPY... bộ phận kinh doanh ngoại tệ của các NHTM đã được nối mạng với Internet và dịch vụ của hãng Roiter, thường xuyên theo dõi biến động tỷ giá các loại ngoại tệ trên thị trường tiền tệ thế giới, việc giao dịch mua bán ngoại tệ được thực hiện trên mạng máy tính với thời gian tương đối nhanh và an toàn, cơ chế mua bán ngoại tệ linh hoạt, đảm bảo tỷ giá mua bán ngoại tệ để khách hàng có thể chấp nhận được. Doanh số mua bán ngoại tệ thể hiện ở bảng dưới đây.

Bảng 2.7: Doanh số mua bán ngoại tệ của các NHTM

Đơn vị: triệu USD

TT	TCTD	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1	NHTM Nhà nước	3.905	4.223	4.841	6.689	9.268	11.530
2	NHTM cổ phần	711	801	895	1.102	1.956	2.445
3	CN NH nước ngoài	287	395	433	620	911	1.023
	Tổng cộng	4.903	5.419	6.169	8.411	12.135	14.998

Nguồn: Vụ dự báo thống kê - NHNN Việt Nam

Qua bảng số liệu trên cho thấy, hoạt động mua bán ngoại tệ chủ yếu vẫn thuộc về các NHTM NN. Các NHTM NN có lợi thế truyền thống lâu năm trong việc thu hút và duy trì các nguồn ngoại tệ thông qua mạng lưới các khách hàng xuất khẩu, các tổ chức quốc tế đầu tư vào Việt Nam (FDI, FII, ...). Do vậy, doanh số mua bán ngoại tệ của các NHTM NN năm 2008 là 76,4%, đến năm 2009 vẫn giữ ở mức 76,9%.

b. Dịch vụ đầu tư tài chính

Ngoài việc thực hiện các nghiệp vụ đầu tư tín dụng, để sử dụng hết số vốn nhàn rỗi và phân tán rủi ro, nhằm đạt lợi nhuận tối đa các NHTM VN đã tăng cường đầu tư vào thị trường tiền tệ trong nước và nước ngoài do vậy dịch vụ này đã thu được một số kết quả nhất định.

Nghệp vụ đầu tư khác của các NHTM hàng năm đều có sự tăng khá, do tốc độ tăng nguồn vốn huy động nhất là VNĐ lớn hơn nhiều so với tốc độ tăng dư nợ nên các NHTM đã sử dụng nguồn vốn khả dụng tập trung tại tài sản có đầu tư vào các loại chứng khoán Chính phủ và giấy tờ có giá khác, cho vay trên thị trường liên Ngân hàng nhằm thu lợi nhuận đồng thời đảm bảo tính lỏng với số tiền đầu tư này.

c. Dịch vụ bảo lãnh

Dịch vụ bảo lãnh của các NHTM đã được phục hồi và tăng trưởng từ sau khủng hoảng tiền tệ Châu á, doanh số bảo lãnh của các NHTM tăng trung bình hàng năm khoảng 13%. Chất lượng bảo lãnh cũng được nâng cao. Các khoản bảo lãnh tập trung vào lĩnh vực XD CB như bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh tiền ứng trước.

Sự phát triển của nghiệp vụ bảo lãnh đi liền với sự đa dạng hoá các loại hình bảo lãnh, song với xu thế phát triển của nền kinh tế, với sự mất tín nhiệm trong quan hệ thanh toán giữa các doanh nghiệp trong quá trình kinh doanh dẫn đến sự cần thiết của bảo lãnh NH thì sự phát triển trên của dịch vụ bảo lãnh chưa thích ứng. Đặc biệt ta thấy tuy có phát triển và mở rộng song ta thấy hình thức bảo lãnh còn đơn điệu chủ yếu chỉ tập trung ở bảo lãnh trong nước, bảo lãnh nước ngoài ít, về cơ cấu bảo lãnh chỉ chủ yếu là bảo lãnh vay vốn, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh mở thư tín dụng trả chậm ...

d. Dịch vụ thu chi tiền mặt

Dịch vụ thu chi tiền mặt được các NHTM sử dụng nhằm phục vụ kịp thời các nhu cầu về tiền mặt của khách hàng. Nền kinh tế Việt nam vẫn là một nền kinh tế sử dụng nhiều tiền mặt. Do vậy dịch vụ này vẫn tương đối phát triển. Hầu hết các NHTM đều sử dụng này để tăng khả năng cạnh tranh và tận dụng được nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi của khách hàng để kinh doanh.

Năm 2009 khối lượng thu chi tiền mặt qua NHTM tăng 8% so với năm 2008. Với chương trình quản lý tồn quỹ tiền mặt tức thời thông qua điều chuyển vốn đã làm gia tăng hiệu quả kinh doanh của NHTM. Trong năm 2009 các NHTMM đã phát hiện ra hàng trăm tỷ đồng tiền giả.

2.1.3. Thực trạng xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

2.1.3.1. Kim ngạch xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam

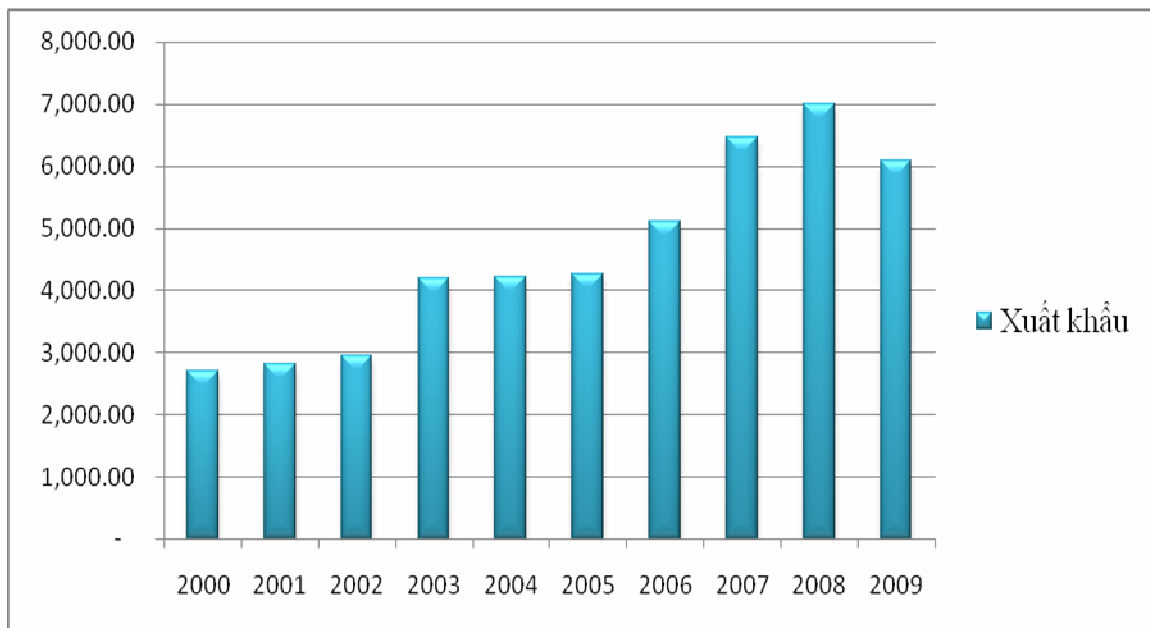
Kể từ cuối những năm 90 của thế kỷ trước, Việt Nam bắt đầu tự do hoá một số ngành dịch vụ. Ngay từ thời điểm đó, Việt Nam đã dành tiếp cận thị trường cho

các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài đối với dịch vụ ngân hàng, mặc dù nhiều hạn chế đáng kể về mở cửa thị trường và phân biệt đối xử với các nhà cung cấp, dịch vụ của các NHNNg vẫn tồn tại. Trong các hiệp định thương mại song phương và khu vực mà Việt Nam tham gia, Việt Nam đã có bước tiến đáng kể để tự do hoá thương mại dịch vụ. Những bước tiến này đã đặt nền móng cho việc tự do hoá thương mại dịch vụ đa phương trong khuôn khổ WTO. Các hiệp định quan trọng nhất là Hiệp định khung về dịch vụ trong ASEAN (AFAS) năm 1995 và BTA. Việc Việt Nam gia nhập WTO và quá trình tự do hóa dần dần thương mại dịch vụ là bước đi lớn thứ ba theo hướng tự do hoá thương mại và là trọng tâm của Việt Nam trong quá trình hội nhập vào nền thương mại thế giới.

Dịch vụ của Việt Nam vẫn còn nhiều yếu kém, bao gồm tốc độ tăng trưởng tương đối thấp, không có nhiều dịch vụ hiện đại hoặc các dịch vụ này không hiệu quả, đôi khi thiếu môi trường pháp lý và thể chế cũng như thực tiễn quản lý lạc hậu. Các vấn đề khác là thiếu các biện pháp phát triển thực tế, trình độ quản lý kém và thiếu kinh nghiệm về mặt hành chính, thiếu thông tin và số liệu để xây dựng các kế hoạch và chính sách phù hợp, không thu thập được thông tin cập nhật về hoạt động của các thị trường dịch vụ hiện đại. Một điểm yếu quan trọng nữa là thiếu hệ thống thống kê phù hợp cho hoạt động cung cấp dịch vụ.

Đến cuối năm 2009, tỷ trọng xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam khoảng 10% tổng kim ngạch xuất khẩu, vẫn ở dưới mức trung bình của thế giới (20,0%) và thậm chí thấp hơn cả mức trung bình của các nền kinh tế đang phát triển và chuyển đổi (14 - 15%).

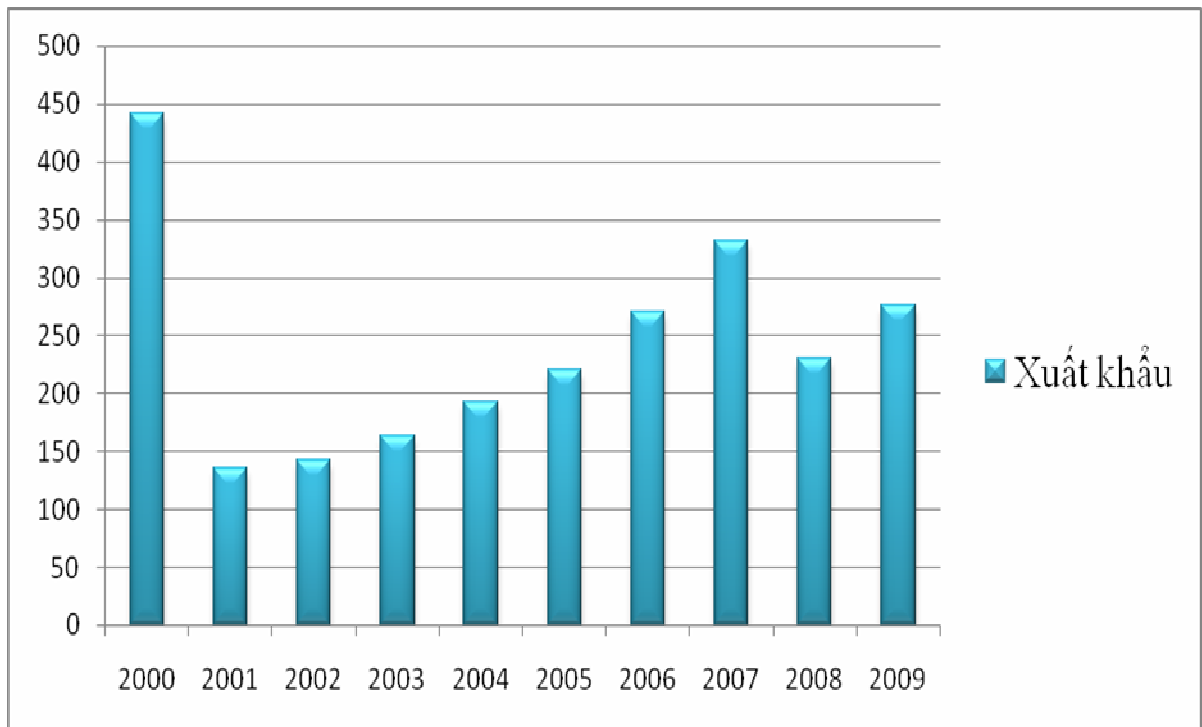
Đơn vị: Triệu USD

**Biểu đồ 2.4: Xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam***Nguồn: Tổng cục Thống kê, Bộ Kế hoạch và Đầu tư.*

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế ngày càng sâu rộng, đàm phán mở cửa thị trường dịch vụ ASEAN, Việt Nam trở thành thành viên của WTO và ký kết các hiệp định song phương, đa phương, giá trị xuất khẩu dịch vụ tăng liên tục qua các năm, tốc độ tăng trưởng bình quân giai đoạn 2001 - 2009 đạt trên 13%/năm. Năm 2001 giá trị xuất khẩu dịch vụ mới đạt 2,8 tỷ USD, năm 2005 đạt 4,2 tỷ USD, năm 2008 đạt 7,01 tỷ USD. Riêng năm 2009, do khủng hoảng tài chính toàn cầu nên giá trị xuất khẩu dịch vụ đã giảm 13,2% so với năm 2008, chỉ đạt 6,08 tỷ USD.

2.1.3.2. Kim ngạch xuất khẩu dịch vụ tài chính, ngân hàng

Đơn vị: Triệu USD

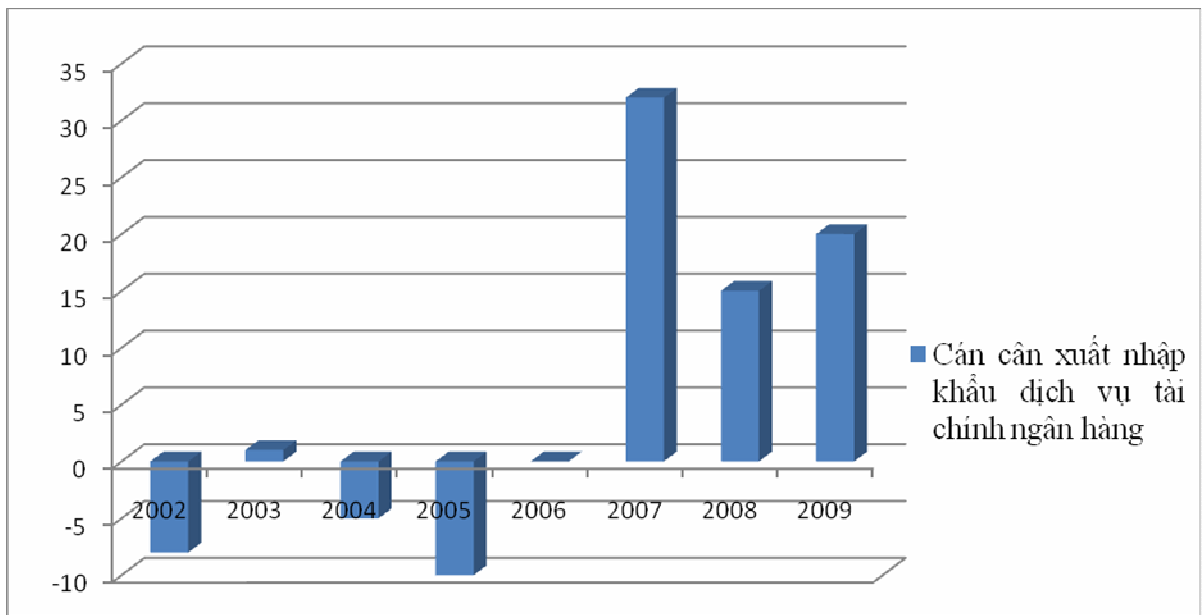


Biểu đồ 2.5: Xuất khẩu dịch vụ tài chính Ngân hàng

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

Trong giai đoạn từ 2001 - 2009, xuất khẩu dịch vụ tài chính ngân hàng của Việt Nam tăng đáng kể, tốc độ tăng trưởng xuất khẩu dịch vụ bình quân là 7,91/năm. Năm 2001 giá trị xuất khẩu dịch vụ tài chính ngân hàng của Việt Nam là 135 triệu USD, năm 2003 là 164 triệu USD, năm 2005 là 270 triệu USD, năm 2007 là 332 triệu USD, năm 2008 giá trị xuất khẩu giảm xuống 230 triệu USD do tác động của cuộc khủng hoảng tài chính thế giới nhưng năm 2009 đã tăng trở lại đạt 276 triệu USD. Tỷ trọng xuất khẩu dịch vụ tài chính ngân hàng trong tổng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ tăng từ 4,8% năm 2001 lên 5,51% năm 2007 và giảm xuống còn 3,28% năm 2008.

Đơn vị: Triệu USD



Biểu đồ 2.6: Cán cân xuất nhập khẩu dịch vụ tài chính Ngân hàng

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

Cán cân xuất nhập khẩu dịch vụ tài chính ngân hàng của Việt Nam trong giai đoạn 2002 - 2005 vẫn còn thâm hụt. Tuy nhiên, năm 2006 đã cân bằng cán cân xuất nhập khẩu dịch vụ, từ năm 2007 đến nay đã có thặng dư xuất khẩu.

2.2. Phân tích thực trạng phương thức xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

2.2.1. Thực trạng xuất khẩu dịch vụ theo từng phương thức của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

2.2.1.1. Cung cấp dịch vụ qua biên giới

a. Cho vay đầu tư ra nước ngoài

Bao gồm cho vay/bảo lãnh và các hình thức cấp tín dụng khác cho khách hàng thực hiện các dự án/phương án kinh doanh ở nước ngoài. NHNN đã nghiên cứu tham gia ý kiến đối với 58 dự án đầu tư trực tiếp ra nước ngoài gửi bộ kế hoạch và đầu tư, tuy nhiên những dự án thực tế đã triển khai được còn rất khiêm tốn. Hiện nay hầu hết các dự án của Việt Nam mới chỉ tập trung ở thị trường Lào và Campuchia, các thị trường khác như Châu Âu, Châu Mỹ, Châu Phi, Châu Úc hầu như chưa xúc tiến. Ngoài thị trường Lào và Campuchia, các Doanh nghiệp Việt

Nam mới chỉ hướng đến một số Quốc gia Châu Á khác như: Myanmar, Ấn Độ, Haiti,

*** Tại thị trường Lào:**

Những năm qua, hợp tác kinh tế Việt Nam – Lào ngày càng phát triển và khởi sắc, đi vào chiều sâu và có hiệu quả cao, đáp ứng lợi ích hai bên. Đầu tư của Việt Nam vào Lào được thực hiện theo hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư giữa Chính phủ Việt Nam và Chính phủ Lào ký ngày 14/1/1999.

Thương mại hai chiều những năm gần đây tăng bình quân 26% mỗi năm. Năm 2006 là kim ngạch thương mại hai chiều đạt gần 300 triệu USD và hai bên đang nỗ lực phấn đấu đạt kim ngạch thương mại hai chiều 1 tỷ USD vào năm 2010 và 2 tỷ USD vào năm 2015. Hiện tại đầu tư 100% vốn của Việt Nam vào Lào có 116 dự án, đầu tư vào các lĩnh vực từ nhỏ đến lớn trong đó có các dự án nổi bật như: Dự án thủy điện Xê ka nậm 1 công suất 468MW, Xê ka nậm 3250MW với tổng vốn đầu tư trên 700 triệu USD. Dự án thủy điện Nậm Mô công suất 125MW vốn đầu tư hơn 150 triệu USD. Hiện tại đang điều tra khảo sát dự án thủy điện trên dòng sông Mê Kông công suất 1410MW và 10 dự án thủy điện khác. Dự án đầu tư mạng Unitel của Công ty Star Telecom Co., Ltd. Dự án điều tra và tìm kiếm Than đá tại tỉnh Khăm Muộn vốn đầu tư 10 triệu USD; dự án điều tra khoáng sản tại Xê Kông vốn đầu tư 6,8 triệu USD; Công ty TNHH Đức Tiến điều tra khoáng sản tỉnh Xaynhăbully vốn đầu tư 4,5 triệu USD và 12 dự án thăm dò, khai thác và chế biến khoáng sản khác.

*** Tại thị trường Campuchia:**

Nhờ có sự phối hợp chặt chẽ, hiệu quả giữa BIDV và các Doanh nghiệp, tính đến thời điểm này đã có 4 dự án của 4 doanh nghiệp đã được Hội đồng phát triển Campuchia cấp phép đầu tư vào Campuchia và 8 dự án của 8 doanh nghiệp đã được Bộ Kế hoạch Đầu tư Việt Nam cấp phép đầu tư ra nước ngoài, như: Dự án Nhà máy sản xuất Phân bón của Công ty Phân bón Quốc tế Năm Sao Campuchia; Dự án đầu tư nâng cấp hệ thống kho chứa hiện có và hệ thống dây chuyền chế biến gạo của Công ty Lương thực Campuchia – Việt Nam (CAVIFOODS); Dự án Nhà máy Sản xuất Phức hợp Đường, Ethanol và Điện của Công ty TNHH Liên doanh Kamadhenu; Dự án trồng 7.000 ha cao su của Công ty TNHH C&V Group; Dự án

trồng 9.000 ha cao su của Công ty CP Hoàng Anh Ratanakiri; Dự án đầu tư mạng metfone của Công ty Viettel Cambodia Pte., Ltd; Dự án Nhà máy sản xuất Phân bón của Công ty Phân bón Quốc tế Năm Sao Campuchia; Dự án Trồng rừng cây cao su và cây công nghiệp khác của Công ty CP Cao nguyên Đông Dương; Dự án Nhà máy sản xuất gỗ MDF của Công ty TNHH Gold Foison;

Ngoài Ngân hàng liên doanh Việt Lào, BIDV cũng đã ký 04 thỏa thuận nguyên tắc đầu mối cung ứng tín dụng cấp tín dụng cho các doanh nghiệp, đồng thời BIDV đang trong quá trình thẩm định để thực hiện cho vay đối với các dự án đầu tư vào Campuchia với số tiền trên 300 triệu USD.

b. Huy động vốn từ các tổ chức Quốc tế

NHNN Việt Nam tiếp tục tăng cường hợp tác với các tổ chức tài chính tiền tệ Quốc tế thông qua đối thoại chính sách, huy động hỗ trợ cả về tài chính và kỹ thuật. Đối với đối thoại chính sách, IMF vẫn đóng vai trò tích cực trong việc cung cấp hỗ trợ kỹ thuật và đào tạo cho Việt Nam. Về hỗ trợ tài chính, thay mặt Chính phủ, trong năm 2009 NHNN đã đàm phán thành công với WB và ADB tổng cộng 20 chương trình/dự án với tổng giá trị 3,8 tỷ USD (cao hơn nhiều so với tổng giá trị gần 2 tỷ USD của năm 2008). Cụ thể:

Trong quan hệ với WB, bên cạnh việc tiếp tục là một trong những nước vay ưu đãi lớn nhất từ nguồn Hiệp hội phát triển Quốc tế (IDA), Việt nam đã bước đầu tiếp cận với nguồn vốn vay IBRD của WB với khoản vay chính sách phát triển Chương trình cải cách đầu tư công (PIR) trị giá 1 tỷ USD nhằm hỗ trợ Chính phủ Việt Nam cải thiện chất lượng và hiệu quả của hoạt động đầu tư, đặc biệt là đầu tư công ở Việt nam.

Trong quan hệ với ADB, NHNN đã phối hợp với các bộ, ngành đàm phán thành công khoản vay hỗ trợ khắc phục tác động của cuộc khủng hoảng (CSF) trị giá 500 triệu USD.

Trong lĩnh vực Ngân hàng, NHNN tích cực triển khai các dự án do các tổ chức tài chính tiền tệ quốc tế mà NHNN là cơ quan chủ quản như các dự án: Hiện đại hóa Ngân hàng và hệ thống thanh toán (giai đoạn 1, 2); Tài chính nông thôn (I, II, III); Hệ thống thông tin quản lý và hiện đại hóa Ngân hàng; Dự án tài chính nhà ở; Khoản vay Ngân hàng tài chính 3; các hỗ trợ kỹ thuật về tài chính vi mô và hỗ

trợ kỹ thuật qui mô nhỏ nhằm tăng cường năng lực chính sách tiền tệ và quản lý ngoại hối.

Đầu tư nước ngoài vào Việt nam cả trực tiếp và gián tiếp năm 2009 giảm đáng kể so với năm 2008 do tác động ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế tài chính toàn cầu, cụ thể:

Đầu tư trực tiếp: Tính chung cả cấp mới và tăng vốn trong năm 2009, tổng vốn đầu tư trực tiếp đăng ký vào Việt nam gần 20 tỷ USD, chỉ bằng 28% so với cùng kỳ năm 2008, bình quân mỗi tháng thu hút vốn FDI đạt gần 1,8 tỷ USD, trong đó các dự án đầu tư trực tiếp đã được giải ngân khoảng 9 tỷ USD. Hiện cả nước có 776 dự án mới được cấp chứng nhận đầu tư với tổng vốn đăng ký là 14,6 tỷ USD.

Đầu tư gián tiếp nước ngoài vào Việt Nam: Số lượng các nhà đầu tư nước ngoài đăng ký mở tài khoản góp vốn mua cổ phần giảm tương đối so với cùng kỳ năm trước. NHNN đã tiếp nhận hồ sơ và xác nhận tài khoản đăng ký góp vốn mua cổ phần cho 150 nhà đầu tư tổ chức và 448 nhà đầu tư cá nhân (bằng 24% so với cùng kỳ năm trước).

2.2.1.2. Tiêu dùng dịch vụ ở nước nước ngoài

Phương thức tiêu dùng dịch vụ ngoài lãnh thổ được các NHTM sử dụng khá nhiều như: cử cán bộ đi khảo sát, học tập ở nước ngoài, đi du lịch, đi chữa bệnh, cử đại diện của NHTM của một nước thành viên tham gia vào các hoạt động hợp tác quốc tế tại một nước thành viên khác và nhờ ngân hàng nước ngoài thanh toán.

Hàng năm, các NHTM Việt Nam đã cử hàng ngàn cán bộ của mình đi khảo sát, học tập ở nước ngoài nhằm nắm bắt, học tập kinh nghiệm của các nước trên Thế giới với nhiều hình thức đa dạng như: Tham gia các khóa học ngắn ngày, khóa học dài ngày; khảo sát mô hình kinh doanh; trao đổi kinh nghiệm; tham gia vào các hoạt động hợp tác quốc tế (như diễn đàn APEC, hội nghị thường niên ADB, WB, IMF), Thông qua các hoạt động, các diễn đàn quốc tế cùng với mạng lưới các Ngân hàng đại lý tại hầu hết các quốc gia trên Thế giới, các cán bộ Ngân hàng có thể sử dụng các dịch vụ Ngân hàng như: Nhờ Ngân hàng đại lý thanh toán chi phí phát sinh trong quá trình tham gia các hoạt động, diễn đàn Quốc tế, thu đổi ngoại tệ tiền mặt để chi tiêu nhỏ ở một Quốc gia khác hoặc sử dụng các loại thẻ tín dụng Quốc tế để chi tiêu.

Số lượng thẻ quốc tế phát hành luôn tăng trưởng mạnh mẽ qua các năm. Nếu năm 2004 chỉ có 4 ngân hàng phát hành thẻ quốc tế thì đến năm 2006, đã có 8 ngân hàng phát hành thẻ quốc tế (ACB, VCB, ANZ, EIB, Sacombank, Vietinbank, Agribank, VIB) và đến nay đã có hơn 20 Ngân hàng tham gia phát hành thẻ tín dụng Quốc tế. Bên cạnh các loại thẻ quốc tế quen thuộc như VisaCard, MasterCard do các ngân hàng như VCB, ACB, EIB đã phát hành, thời gian qua thị trường thẻ Việt Nam cũng đã xuất hiện thêm nhiều sản phẩm thẻ với nhiều hình thức mới như: sản phẩm thẻ VCB - Amex do VCB phát hành, thẻ tín dụng quốc tế bằng đồng Việt Nam do HSBC và ACB hợp tác phát hành, Thẻ ghi nợ quốc tế bằng đồng Việt Nam của ACB. Các sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế do Sacombank, Vietinbank, Agribank, VIB cũng đã được nhiều khách hàng lựa chọn.

2.2.1.3. Hiện diện thương mại

Hiện diện thương mại là hình thức thể hiện rõ nét nhất hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các NHTM. Tại Việt Nam đã có 5 Ngân hàng 100% vốn nước ngoài hiện diện ở Việt Nam là HSBC (Hong Kong), Citibank (Mỹ), Standard Chartered Bank (Anh), ANZ (Australia) và Ngân hàng Hong Leong (Malaysia); nhiều ngân hàng liên doanh như: Indovina Bank, NH liên doanh Việt Lào, NH liên doanh Việt Nga, NH liên doanh Việt Thái. Tuy nhiên, các NHTM Việt Nam hiện diện ở nước ngoài với các hình thức như: Chi nhánh của NHTM Việt Nam tại nước ngoài, Văn phòng đại diện của NHTM Việt Nam tại nước ngoài, NHTM Việt Nam liên doanh với Ngân hàng nước ngoài thiết lập hoạt động tại nước ngoài, Ngân hàng 100% vốn nước ngoài thì vẫn còn khiêm tốn với qui mô nhỏ. Việc hiện diện Chi nhánh của NHTM Việt Nam ở nước ngoài mới chỉ dừng lại ở Sacombank với Chi nhánh ở Lào và Campuchia và BIDV Campuchia, ngoài ra còn có BIDV Việt Lào tại Lào.

Mới đây, Vietinbank đã mở văn phòng đại diện tại Đức và tiến tới thành lập Chi nhánh vào đầu năm 2011, ngoài ra Vietinbank còn ký biên bản hợp tác với Standard Chartered Bank (SCB) quy mô hợp tác lên tới 600 triệu USD, bao gồm các nội dung như: dịch vụ thanh toán, huy động vốn, sản phẩm đầu tư... Đặc biệt, Vietinbank cũng kỳ vọng SCB tư vấn để ngân hàng này mở rộng mạng lưới và trước mắt là mở văn phòng đại diện ở nước ngoài. Khác với Vietinbank,

Vietcombank và BIDV đã có bước đi kịp thời trong việc thiết lập văn phòng đại diện (Vietcombank thiết lập tại Singapore, Mỹ; BIDV thiết lập tại Séc) tạo nền tảng xúc tiến thành lập hiện diện thương mại các quốc gia này.

Trong lĩnh vực tín dụng phi ngân hàng, BIDV Europe tại Séc nhắm đến nhóm khách hàng doanh nghiệp Việt Nam và các cá nhân có tài sản đảm bảo ở châu Âu hoặc Việt Nam, có nhu cầu vay vốn kinh doanh, đầu tư và mua bất động sản. Còn với kinh doanh bất động sản, BIDV Europe sẽ nghiên cứu khả năng đầu tư vào những dự án địa ốc có tiềm năng với lợi nhuận hấp dẫn như trung tâm thương mại, khu kho, nhà ở cho cộng đồng kinh doanh người Việt Nam ở châu Âu.

Trong ngắn hạn (2008 - 2009), BIDV Europe tập trung triển khai các hoạt động kinh doanh với dịch vụ cho vay ngắn và trung hạn, thuê tài chính đối với cộng đồng người Việt; lên kế hoạch mở rộng mạng lưới chi nhánh; kinh doanh, tư vấn, môi giới và quản lý bất động sản.

Đồng thời, đối với các đối tác ngoài nước có nhu cầu thâm nhập thị trường Việt Nam, BIDV Europe sẽ chủ động tìm kiếm và sàng lọc các đối tác, xây dựng chỗ đứng trong lĩnh vực xúc tiến thương mại và đầu tư; xây dựng dự án ...

2.2.1.4. Hiện diện của thể nhân

Hiện diện của thể nhân thể hiện ở các hoạt động chuyên gia. Ở Việt Nam một quốc gia đang phát triển thì hoạt động tiếp nhận chuyên gia là chính. Các chuyên gia của Việt Nam thực hiện các hoạt động ở nước ngoài còn hạn chế. Đối với các NHTM Việt Nam, hoạt động chuyên gia hầu như chưa phát sinh chủ yếu là hoạt động tiếp nhận chuyên gia.

2.2.2. Thực trạng xuất khẩu dịch vụ của một số Ngân hàng thương mại Việt Nam

2.2.2.1. Xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng thương mại cổ phần ngoại thương Việt Nam

Ngân hàng TMCP ngoại thương Việt Nam (VCB) là ngân hàng hàng đầu trong việc cung cấp các dịch vụ ngân hàng hiện đại, trải qua 46 năm xây dựng và phát triển, VCB luôn giữ vị thế là nhà cung cấp đầy đủ các dịch vụ tài chính hàng đầu trong lĩnh vực thương mại quốc tế; trong các hoạt động truyền thống như kinh

doanh vốn, huy động vốn, tín dụng và tài trợ dự án, ... cũng như mảng dịch vụ ngân hàng hiện đại như: Kinh doanh ngoại tệ và các công cụ phái sinh, dịch vụ thẻ, dịch vụ ngân hàng điện tử,... VCB đang chiếm lĩnh thị phần đáng kể tại Việt Nam trong nhiều lĩnh vực kinh doanh khác nhau như: thanh toán thẻ 55%, thanh toán quốc tế 23%, tiền gửi 12%, tín dụng 10%, ... Với thế mạnh về công nghệ, VCB là ngân hàng tiên phong trong ứng dụng công nghệ hiện đại vào xử lý tự động các dịch vụ ngân hàng và không ngừng đưa ra các dịch vụ điện tử nhằm đưa ngân hàng tới gần khách hàng như: Internet banking, home banking, SMS banking, Phone banking,... Doanh thu từ hoạt động xuất khẩu dịch vụ cụ thể như sau:

Bảng 2.8: Doanh thu xuất khẩu dịch vụ của VCB

Đơn vị: Triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	2005	2006	2007	2008	2009
1	Tổng doanh thu	7.495.736	10.729.281	13.697.200	12.567.806	18.941.228
2	Doanh thu xuất khẩu	397.562	610.778	863.488	1.169.502	2.387.432
3	Tỷ trọng (%)	5,30	5,69	6,30	9,31	12,60

Nguồn: Báo cáo tài chính của VCB và tính toán của tác giả

VCB là một ngân hàng chuyên doanh phục vụ kinh tế đối ngoại, đến nay VCB đã phát triển rộng khắp và là một ngân hàng khá đa năng, quan hệ với 1.400 ngân hàng đại lý trên khắp Thế giới. Doanh thu từ hoạt động xuất khẩu hàng năm tăng cả về giá trị và tỷ trọng, từ 397.562 triệu đồng năm 2005 (chiếm 5,30% tổng doanh thu) lên 2.387.432 triệu đồng vào năm 2009 (chiếm 12,60% tổng doanh thu). Giá trị doanh thu xuất khẩu theo các phương thức cụ thể như sau:

Bảng 2.9: Xuất khẩu dịch vụ theo các phương thức của VCB

Đơn vị: Triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	2005	2006	2007	2008	2009
1	Cung cấp dịch vụ qua biên giới	282.364	475.983	704.863	988.762	2.136.293
2	Tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài	82.425	88.642	91.153	99.065	112.456
3	Hiện diện thương mại	32.773	46.153	67.472	81.675	138.684
4	Hiện diện của thẻ nhân	-	-	-	-	-
	Tổng cộng:	397.562	610.778	863.488	1.169.502	2.387.432

Nguồn: Báo cáo tài chính của VCB và tính toán của tác giả

Qua bảng số liệu trên cho thấy, giá trị xuất khẩu dịch vụ của VCB đạt được khá, tỷ trọng lớn nhưng vẫn chủ yếu theo phương thức 1 chiếm từ 71% đến 89% qua các năm, các phương thức xuất khẩu khác vẫn chiếm tỷ trọng nhỏ. Từng phương thức xuất khẩu dịch vụ của VCB được thể hiện qua các hoạt động cụ thể như sau:

a. Cung cấp dịch vụ qua biên giới

Hiện nay, VCB mới chỉ cung cấp tín dụng cho khách hàng Việt nam thực hiện các phương án kinh doanh xuất khẩu ra nước ngoài hoặc cung cấp tín dụng cho các khách hàng nước ngoài (bao gồm: Tổ chức, cá nhân nước ngoài và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài) thực hiện các dự án, phương án ở Việt Nam.

Đối với cho vay xuất khẩu, VCB đã xây dựng được đồng bộ chính sách cho vay xuất khẩu nhờ đó mà kết quả cho vay phục vụ xuất khẩu rất khả quan. Năm 2008 dư nợ cho vay các khách hàng xuất khẩu chỉ đạt 33.955 triệu đồng thì đến năm 2009 con số này đã là 448.029 triệu đồng. Với chương trình hỗ trợ lãi suất cho các NHTM để tài trợ cho khách hàng xuất khẩu của Chính phủ năm 2010, VCB sẽ tiếp tục hỗ trợ nhiều hơn nữa cho các khách hàng xuất khẩu.

Đối với cho vay các khách hàng nước ngoài, năm 2009 dư nợ đạt 41.201 tỷ đồng tăng 4,27 lần so với năm 2008 (9.640 tỷ đồng), trong đó cho vay các tổ chức cá nhân nước ngoài là 29.706 tỷ đồng; cho vay doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là 11.495 tỷ đồng.

Huy động vốn từ các tổ chức Quốc tế: Xuất phát từ một ngân hàng chuyên doanh phục vụ kinh tế đối ngoại, VCB đã đón đầu đa số các hoạt động quốc tế về lĩnh vực tài chính ngân hàng. Đa số các dự án có nguồn vốn từ các tổ chức tín dụng quốc tế như WB, ADB, JICA, đều được Chính phủ, Bộ tài chính, NHNN ủy nhiệm phục vụ. Số dư nguồn vốn ngoại tệ quy VNĐ của khách hàng năm 2009 đạt 64.218 tỷ đồng, trong khi năm 2008 là 69.280 tỷ đồng.

Thanh toán xuất nhập khẩu: VCB luôn là ngân hàng đi đầu trong hoạt động thanh toán xuất nhập khẩu. Doanh số thanh toán xuất nhập khẩu đạt 25,62 tỷ USD giảm 23,8% so với năm 2008 do tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Trong đó, doanh số thanh toán xuất khẩu là 12,46 tỷ USD (giảm 28,7% so với năm 2008), nhập khẩu là 13,15 tỷ USD (giảm 14,5% so với năm 2008). Thị phần xuất

nhập khẩu chiếm 20,4% tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của cả nước (trong đó, xuất khẩu chiếm 22%, nhập khẩu chiếm 19,1%).

Thanh toán biên mậu: Mặc dù tham gia hoạt động thanh toán biên mậu từ năm 2004 nhưng VCB vẫn xác định đây chỉ là một phương thức thanh toán hỗ trợ cho hoạt động ngân hàng trên cơ sở thỏa thuận của hai ngân hàng hai nước có vùng biên giới giáp danh. Hoạt động thanh toán theo thông lệ quốc tế như L/C, nhờ thu, TTR vẫn đang áp dụng phổ biến nên kết quả thanh toán biên mậu chỉ đạt được những kết quả rất khiêm tốn.

b. Tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài

Để thực hiện theo phương thức xuất khẩu này, VCB đã đi đầu trong việc tiêu dùng bằng thẻ với 100% cán bộ nhân viên đều được tiêu dùng thẻ tín dụng quốc tế tại hầu hết các quốc gia trên thế giới. Đến hết năm 2009, tổng số thẻ tín dụng quốc tế do VCB phát hành đạt 996.243 thẻ (tăng 17% so với năm 2008), chiếm 36% thị phần phát hành thẻ TDQT. Doanh số thanh toán thẻ TDQT đạt 567 triệu USD chiếm 53% thị phần thanh toán thẻ TDQT của cả nước.

c. Hiện diện thương mại

Mặc dù là ngân hàng chuyên doanh phục vụ kinh tế đối ngoại nhưng VCB lại có những khởi động hết sức chậm chạp đối với việc xuất khẩu dịch vụ thông qua phương thức hiện diện thương mại. Đến nay, VCB mới chỉ có một Công ty con tại Hồng Kông hoạt động trong lĩnh vực tài chính và phi ngân hàng do Cơ quan Quản lý tiền tệ Hồng Kông cấp và một văn phòng đại diện tại Singapore. Hiện nay, VCB đang gấp rút triển khai thành lập Công ty chuyển tiền tại Mỹ, dự kiến khai trương vào đầu năm 2011.

Về góp vốn liên doanh cổ phần: đến hết năm 2009, VCB đã tham gia góp vốn vào 29 đơn vị. Tổng số vốn góp đầu tư, liên doanh, mua cổ phần đạt 3.527 tỷ đồng chiếm 29,1% vốn điều lệ, đem lại thu nhập trong năm 2009 là 454,7 tỷ đồng. Vốn góp vào liên doanh với các đối tác nước ngoài chiếm 30,5% tổng vốn góp.

d. Hiện diện của thể nhân

Hoạt động hiện diện của thể, thường là chuyên gia hoạt động ở nước ngoài. Các NHTM Việt Nam nói chung, VCB nói riêng thường tiếp nhận sự hỗ trợ của các

chuyên gia phục vụ cho quá trình phát triển của NHTM, việc các chuyên gia của các NHTM Việt Nam phục vụ các hoạt động quốc tế hầu như chưa xuất hiện.

2.2.2.2. Xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam

Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam (BIDV) là một NHTM Nhà nước lớn của Việt Nam đang chuẩn bị thực hiện cổ phần hóa. Cùng với cộng đồng doanh nghiệp, BIDV luôn chủ động và tích cực thực hiện các chính sách kinh tế, các gói kích thích kinh tế của Chính Phủ.

Năm 2009, BIDV tiếp tục thành công với chiến lược đa phương hóa trong hợp tác quốc tế với việc triển khai hiện diện thương mại đầu tư tại Campuchia trên cả ba lĩnh vực: Ngân hàng, bảo hiểm và đầu tư tài chính. Đây chính là hoạt động xuất khẩu dịch vụ ngân hàng rõ nét nhất của BIDV, dẫn dắt, định hướng và mở đường cho cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam xúc tiến đầu tư vào thị trường này. Đồng thời, BIDV đang gấp rút chuẩn bị những điều kiện cần thiết để triển khai hoạt động xúc tiến đầu tư, hiện diện thương mại tại Myanmar.

Bảng 2.10: Doanh thu từ xuất khẩu dịch vụ của BIDV

Đơn vị: Triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	2005	2006	2007	2008	2009
1	Tổng doanh thu	8.831.686	12.418.795	18.584.831	25.544.713	25.248.133
2	Doanh thu xuất khẩu	337.017	547.420	840.654	1.175.787	1.841.094
3	Tỷ trọng (%)	3,82	4,41	4,52	4,60	7,29

Nguồn: Báo cáo tài chính của BIDV và tính toán của tác giả

BIDV là một ngân hàng chuyên doanh phục vụ các khách hàng trong nước thực hiện các dự án/phương án đầu tư phát triển, đến nay BIDV đã phát triển mạng lưới rộng khắp trên cả nước và là NHTM Nhà nước đầu tiên xuất khẩu dịch vụ của NHTM thông qua phương thức 3 là hiện diện thương mại.

Bên cạnh đó, BIDV tiếp tục mở rộng tìm kiếm đối tác qua các hoạt động xúc tiến đầu tư vào các thị trường mới như: Pháp, LB Nga, CH Séc. Ngoài ra, BIDV giành được sự tin nhiệm cao của các định chế tài chính quốc tế (WB, ADB, JICA) trong quản lý, giải ngân các dự án tài chính nông thôn, các nguồn vốn ODA và

trong thực hiện các nghiệp vụ ngân hàng quốc tế. Giá trị doanh thu xuất khẩu theo các phương thức cụ thể như sau:

Bảng 2.11: Xuất khẩu dịch vụ theo các phương thức của BIDV

Đơn vị: Triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	2005	2006	2007	2008	2009
1	Cung cấp dịch vụ qua biên giới	142.111	273.901	440.017	637.568	1.011.560
2	Tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài	112.339	182.473	280.218	391.929	613.698
3	Hiện diện thương mại	82.567	91.046	120.419	146.290	215.836
4	Hiện diện của thể nhân	-	-	-	-	-
	Tổng cộng:	337.017	547.420	840.654	1.175.787	1.841.094

Nguồn: Báo cáo tài chính của BIDV và tính toán của tác giả

BIDV Hoạt động xuất khẩu dịch vụ của BIDV thể hiện qua các phương thức xuất khẩu như sau:

a. Cung cấp dịch vụ qua biên giới:

Tín dụng đầu tư ra nước ngoài: Ngoài việc cung cấp tín dụng cho khách hàng Việt nam thực hiện các phương án/dự án ra nước ngoài và cung cấp tín dụng cho các khách hàng nước ngoài (bao gồm: Tổ chức, cá nhân nước ngoài và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài) thực hiện các dự án, phương án ở Việt Nam. BIDV còn nhận sự ủy nhiệm của các tổ chức quốc tế cho các khách hàng vay thông qua các dự án có nguồn vốn ODA như dự án tài chính nông, dự án JICA, ...

Đối với cho vay các khách hàng nước ngoài, đến hết năm 2009 dư nợ đạt 378 tỷ đồng chiếm 0,2% tổng dư nợ toàn hệ thống, trong khi năm 2008 cung cấp dịch vụ này.

Đối với cho vay bằng nguồn vốn ODA, dư nợ cho vay năm 2009 là 8.628 tỷ đồng tăng 44,4% so với năm 2008 (6.009 tỷ đồng) chiếm 4,3% dư nợ cho vay toàn hệ thống.

Huy động vốn từ các tổ chức Quốc tế: Với kinh nghiệm là ngân hàng chuyên đầu tư, xây dựng cơ bản, BIDV đã nắm bắt kịp thời các nguồn vốn quốc tế để tiếp nhận và phục vụ các dự án trong nước. Số dư nguồn vốn ngoại tệ quy VNĐ của khách hàng năm 2009 đạt 37.227 tỷ đồng, trong khi năm 2008 là 38.737 tỷ đồng.

Thanh toán xuất nhập khẩu: Doanh số thanh toán xuất nhập khẩu đạt 6,3 tỷ USD. Trong đó, doanh số thanh toán xuất khẩu là 1,2 tỷ USD, nhập khẩu là 5,1 tỷ USD. Thu dòng từ hoạt động này đạt 230 tỷ đồng. Doanh số chuyển tiền quốc tế qui VNĐ đạt 450 ngàn tỷ đồng tăng 87% so với năm 2008.

b. Tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài

Cũng như VCB, BIDV đã triển khai phát hành thẻ tín dụng quốc tế cho 100% cán bộ nhân viên để tiêu dùng trong quá trình tham gia các hoạt động quốc tế tại hầu hết các quốc gia trên thế giới như đi học tập, khảo sát tại nước ngoài, tham gia vào các diễn đàn kinh tế khu vực và thế giới về lĩnh vực tài chính, ngân hàng. Đến hết năm 2009, tổng số thẻ tín dụng quốc tế do BIDV phát hành đạt 315.466 thẻ (tăng 19% so với năm 2008), chiếm 12% thị phần phát hành thẻ TDQT. Doanh số thanh toán thẻ TDQT đạt 102 triệu USD chiếm 10% thị phần thanh toán thẻ TDQT của cả nước.

c. Hiện diện thương mại

Với việc xác lập hiện diện thương mại tại Campuchia đã đánh dấu một bước phát triển mới trong hoạt động xuất khẩu dịch vụ ngân hàng của BIDV. Ngoài ra, BIDV còn hợp tác thiết lập Ngân hàng liên doanh tại Lào, LB Nga, đồng thời tăng cường hợp tác, mở rộng liên kết, liên doanh với các định chế tài chính lớn.

Một số kết quả kinh doanh cơ bản của Ngân hàng đầu tư và phát triển Campuchia (BIDC):

Bảng 2.12: Kết quả kinh doanh của BIDC

Đơn vị: ngàn USD

TT	Chỉ tiêu	31/12/2009	KH 2009	%/ KH
1	Tổng tài sản	176.089	120.000	147%
2	Huy động vốn	105.838	49.800	212%
	- TCTD	94.920	40.000	237%
	- GTCG, TCKT, dân cư	10.918	9.600	113%
3	Dư nợ tín dụng	85.260	100.000	85%
4	Lợi nhuận trước thuế	159,1	200	80%

Nguồn: Báo cáo tổng kết Ngân hàng đầu tư và phát triển Campuchia

Mặc dù mới đi vào hoạt động nhưng BIDC đã đạt được những kết quả rất khả quan. Tổng tài sản đạt 176 triệu USD bằng 147% kế hoạch, huy động vốn đạt 105 triệu USD đạt 212% kế hoạch, dư nợ tín dụng đạt 85 triệu USD bằng 85% kế hoạch, lợi nhuận đạt 159 ngàn USD đạt 80% kế hoạch.

Tổng hạn mức tín dụng (bao gồm cả bảo lãnh và mở L/C) đã được duyệt trong năm tại BIDC Hội sở là 64 triệu USD bao gồm: Công ty Sokimex, Công ty Bia Anna, Công ty TCM Engineering, Viettel Cambodia...

Các cơ chế BIDV đã hỗ trợ cho Doanh nghiệp:

Ngay sau khi thiết lập hiện diện thương mại tại Campuchia, với tư cách là Trưởng ban vận động các Doanh nghiệp Việt Nam đầu tư vào Campuchia, BIDV đã tổ chức 02 Đoàn Khảo sát cho các Doanh nghiệp quan tâm và có nhu cầu tìm hiểu các lĩnh vực đầu tư tại Campuchia, kết quả đã có nhiều Doanh nghiệp quyết tâm đầu tư với đa dạng lĩnh vực ngành nghề như nông nghiệp, thu mua lương thực, phân bón, năng lượng, khai khoáng, trồng cây công nghiệp....

Trong suốt thời gian qua, BIDV đã tạo điều kiện, có nhiều cơ chế hỗ trợ cho các Doanh nghiệp Việt Nam thực hiện triển khai hoạt động đầu tư kinh doanh tại Campuchia, cụ thể:

- Cơ chế Hỗ trợ hoàn thiện hồ sơ, thủ tục cấp phép đầu tư ra nước ngoài tại Việt Nam và cấp phép đầu tư tại Campuchia: BIDV đã thường xuyên chủ động phối hợp, hỗ trợ các Doanh nghiệp trong việc chuẩn bị hồ sơ, tài liệu để hoàn thiện thủ tục cấp phép đầu tư ra nước ngoài, thủ tục cấp phép thành lập pháp nhân. Ngoài ra BIDV đã có nhiều buổi làm việc với các Bộ ngành của Campuchia cũng như Việt Nam để tác động, đẩy nhanh tiến độ cấp phép cho các dự án của Doanh nghiệp. Kết quả tính đến thời điểm hiện đã có 4 Doanh nghiệp được các cơ quan có thẩm quyền cấp giấy phép đầu tư ở hai nước Việt Nam và Campuchia.

- Cơ chế hướng dẫn, hỗ trợ hoàn thiện hồ sơ vay vốn, xem xét tài trợ vốn cho Doanh nghiệp: Ngay sau khi được các cơ quan có thẩm quyền cấp phép đầu tư dự án, BIDV đã hướng dẫn các Doanh nghiệp lập hồ sơ vay vốn và hiện nay các Chi nhánh đã tiếp nhận và xem xét thẩm định hồ sơ vay vốn dự án của 5 đơn vị bao gồm Dự án nhà máy sản xuất Phân bón NPK – Công ty Phân bón quốc tế Năm Sao, Dự án mía đường, ethanol, nhiệt điện – Công ty TNHH LD Kamadhenu, Dự án trồng

cây cao su - Công ty C&V Group, Dự án Bệnh viện Chợ Rẫy – Công ty TNHH LD Bệnh viện Chợ Rẫy.

Ngoài ra, trong năm 2009 BIDV và BIDC phối hợp cấp hạn mức mở L/C cho Công ty Sokimex với số tiền 14 triệu USD để nhập khẩu xăng dầu từ khách hàng truyền thống của BIDV là TCT Petrolimex.

- Cơ chế hỗ trợ, cung ứng các dịch vụ Ngân hàng: Nhằm hỗ trợ các Doanh nghiệp sử dụng trọn gói, khép kín các dịch vụ Ngân hàng, BIDV và BIDC đã nghiên cứu và ban hành quy trình thanh toán, chuyển tiền, các chính sách ưu đãi phí cho Doanh nghiệp chuyển tiền từ Campuchia về Việt Nam.

Tại thị trường Lào: Bên cạnh các dự án đầu tư vào Lào thì việc thành lập Ngân hàng liên doanh Việt Lào thể hiện sự hợp tác hết sức chặt chẽ giữa hai nước Việt Nam – Lào tạo ra những công cụ thúc đẩy, khuyến khích đầu tư, thương mại giữa hai nước ngày càng phát triển. Ban đầu Ngân hàng liên doanh Việt Lào được xác định hai nhiệm vụ cơ bản và quan trọng đó là: (i) Là cầu nối thanh toán trực tiếp cho các Doanh nghiệp và các tổ chức giữa hai nước, chuyển đổi đồng tiền giữa hai nước; (ii) Kinh doanh Ngân hàng có lãi, bảo toàn được vốn, mở rộng mạng lưới, tăng cường đào tạo và chuyển giao công nghệ Ngân hàng cho phía bạn. Sau 10 năm hoạt động Ngân hàng liên doanh Việt Lào đạt được những kết quả rất khả quan với mạng lưới hoạt động gồm có trụ sở chính và 4 Chi nhánh ở Champasak, Hà nội, thành phố HCM và Savannakhet.

Bảng 2.13: Kết quả hoạt động của Ngân hàng liên doanh Việt Lào

Đơn vị: ngàn USD

TT	Chỉ tiêu	1999	2001	2003	2005	2007	2008
1	Tổng tài sản	11.318	29.727	65.192	97.096	163.672	269.371
2	Huy động vốn	1.213	19.133	54.063	80.138	143.257	247.274
3	Dư nợ cho vay	618	11.096	31.985	53.587	89.778	119.494
4	Vốn chủ sở hữu	9.965	10.420	10.285	15.998	17.325	17.775
5	Lợi nhuận	35	694	699	636	1.208	1.169

Nguồn: Báo cáo tổng kết Ngân hàng liên doanh Việt Lào

d. Hiện diện của thể nhân

Nhìn chung, các hoạt động chuyên gia đã được BIDV nghiên cứu để triển khai trước mắt là ở các nước ASEAN như: Lào, Campuchia, Myanmar, ... nhưng chưa có những thống kê về kết quả cụ thể.

2.2.2.3. Xuất khẩu dịch vụ của ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín

Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín (Sacombank) là ngân hàng đầu tiên của Việt Nam nhận được góp vốn và hỗ trợ kỹ thuật từ International Finance Corporation (IFC) thuộc Ngân hàng Thế giới (WB), đi đầu trong việc mở rộng mạng lưới ra ngoài biên giới quốc gia, thành lập văn phòng đại diện tại Trung Quốc, Chi nhánh tại Lào và Campuchia.

Sacombank là ngân hàng tiên phong khai thác các mô hình ngân hàng đặc thù dành riêng cho cộng đồng nói tiếng Hoa (Chi nhánh Hoa Việt). Sự thành công của ngân hàng đặc thù là minh chứng thuyết phục về khả năng phân khúc thị trường độc đáo và sáng tạo của Sacombank. Việc hình thành mô hình tập đoàn là điều kiện để phát triển các giải pháp tài chính trọn gói với chi phí hợp lý, nhằm tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng, đồng thời nâng cao sức mạnh trong quá trình hội nhập.

Bảng 2.14: Doanh thu từ xuất khẩu dịch vụ của Sacombank

Đơn vị: Triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	2005	2006	2007	2008	2009
1	Tổng doanh thu	1.223.917	2.079.044	4.772.913	8.588.542	9.024.333
2	Doanh thu xuất khẩu	41.809	97.632	316.349	610.932	699.987
3	Tỷ trọng (%)	3,42	4,70	6,63	7,11	7,76

Nguồn: Báo cáo tài chính của Sacombank và tính toán của tác giả

Sacombank là một ngân hàng TMCP đi đầu trong việc phát triển mạng lưới ra nước ngoài (phương thức 3). Doanh thu hoạt động xuất khẩu dịch vụ tăng dần qua các năm. Năm 2005 doanh thu hoạt động xuất khẩu chỉ đạt 41.809 triệu đồng (chiếm 3, 24% tổng doanh thu), đến năm 2009, con số này đã đạt đến 699.987 triệu đồng (chiếm 7,76% tổng doanh thu).

Giá trị doanh thu xuất khẩu theo các phương thức cụ thể như sau:

Bảng 2.15: Xuất khẩu dịch vụ theo các phương thức của Sacombank

Đơn vị: Triệu đồng

TT	Chỉ tiêu	2005	2006	2007	2008	2009
1	Cung cấp dịch vụ qua biên giới	35.789	82.987	259.912	479.337	551.450
2	Tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài	3.136	7.811	29.104	64.148	69.999
3	Hiện diện thương mại	2.885	6.834	27.333	67.447	78.539
4	Hiện diện của thể nhân	-	-	-	-	-
	Tổng cộng:	41.809	97.632	316.349	610.932	699.987

Nguồn: Báo cáo tài chính của Sacombank và tính toán của tác giả

Hoạt động xuất khẩu dịch vụ của Sacombank thể hiện qua các phương thức xuất khẩu như sau:

a. Cung cấp dịch vụ qua biên giới

Tín dụng đầu tư ra nước ngoài: Sacombank đã thực hiện cho vay các khách hàng xuất khẩu; cho vay các cá nhân, tổ chức nước ngoài; cho vay các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài rất hiệu quả.

Đối với cho vay các khách hàng xuất khẩu, đến hết năm 2009 dư nợ là 7.630 tỷ đồng tăng 36% so với năm 2008 (5.459 tỷ đồng).

Cho vay các tổ chức, cá nhân năm 2009 đạt 131 tỷ chiếm 0,22% tổng dư nợ toàn hệ thống, trong khi năm 2008 cung cấp dịch vụ này.

Cho vay bằng nguồn vốn nước ngoài năm 2009 là 249 tỷ đồng tăng 26% so với năm 2008 (198 tỷ đồng).

Huy động vốn từ các tổ chức Quốc tế đạt 1.975 tỷ đồng tăng 51% so với năm 2008 (1.014 tỷ đồng) gồm: Quỹ phát triển nông thôn, Financierings – Maatschapij Voor Ontwikkelingslanden của Hà Lan, Quỹ phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ do EU tài trợ, Công ty tài chính Quốc tế (IFC), Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB), PROPARCO của Pháp.

Thanh toán xuất nhập khẩu: Doanh số thanh toán xuất nhập khẩu đạt 4,2 tỷ USD tăng 12% so với năm 2008. Tỷ lệ doanh số thanh toán xuất nhập khẩu /tổng kim ngạch xuất nhập khẩu đạt 3,2% tăng 0,6% so với năm trước.

Chuyển tiền kiều hối đạt 820 triệu USD, chiếm 13% thị phần, tăng 5,3% so với năm 2008, đặc biệt là dịch vụ chuyển tiền qua Chi nhánh Lào và Chi nhánh Campuchia trong vòng 1 giờ.

Sacombank đã hoàn thành dự án chuyển đổi và nâng cấp hệ thống ngân hàng lõi (Corebanking) T24-R8 trên phạm vi toàn hệ thống kể cả Chi nhánh Lào và Campuchia mở ra nhiều cơ hội cung cấp các dịch vụ ngân hàng quốc tế hiện đại.

b. Tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài

Hoạt động tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài của cán bộ nhân viên Sacombank không lớn, chủ yếu là hoạt động hợp tác đào tạo, khảo sát, học tập ở nước ngoài và tiêu dùng thẻ tín dụng quốc tế. Số lượng thẻ TDQT do Sacombank phát hành trên toàn quốc đạt 180.549 thẻ (tăng 11% so với năm 2008), chiếm 7% thị phần phát hành thẻ TDQT. Doanh số thanh toán thẻ TDQT đạt 67 triệu USD chiếm 6% thị phần thanh toán thẻ TDQT của cả nước.

c. Hiện diện thương mại

Sacombank liên tục mở rộng mạng lưới ra nước ngoài, không chỉ có Chi nhánh tại Campuchia và Lào, văn phòng đại diện của Sacombank tại Singapore và Trung Quốc cũng đang nghiên cứu để xúc tiến mở Chi nhánh tại các Quốc gia này. Một số hoạt động chủ yếu của Sacombank tại Campuchia và Lào như sau:

* Sacombank Campuchia

Giai đoạn đầu, Sacombank - Chi nhánh Phnom Penh cung cấp 23 sản phẩm tiền tệ dịch vụ ngân hàng cho các cá nhân, doanh nghiệp với những sản phẩm chính là cho vay, huy động, phát hành chứng thư bảo lãnh, chuyển tiền bằng điện (TT), thanh toán quốc tế... Mục tiêu của chi nhánh là tập trung phục vụ đối với các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư tại Campuchia, doanh nghiệp Việt kiều, cán bộ công nhân viên Việt Nam làm việc tại các tổ chức quốc tế ở Campuchia và những doanh nghiệp vừa và nhỏ, người dân Campuchia...

Năm 2009, với tất cả nỗ lực của mình, Sacombank – Chi nhánh Phnom Penh đã từng bước thành công trong việc tiếp cận và cung ứng các gói giải pháp tài chính đến cộng đồng các doanh nghiệp và dân cư đang hoạt động kinh doanh tại Campuchia. Với hơn 23 sản phẩm - dịch vụ thường xuyên được điều chỉnh ngày càng phù hợp hơn với phong tục tập quán Campuchia cùng với đội ngũ nhân sự trẻ

trung, năng động và am hiểu thị trường đã đưa thương hiệu Sacombank đi vào đời sống người dân Campuchia và hoạt động kinh doanh của Chi nhánh cũng đã đạt được những kết quả đáng khích lệ.

Từ địa bàn hoạt động chính ban đầu là khu vực thành phố Phnom Penh, đến nay, khách hàng của Sacombank – Chi nhánh Phnom Penh đã đạt con số 650 khách hàng tại rất nhiều tỉnh thành trên cả nước Campuchia như Takeo, Kampong Cham, Koh Kong... Các sản phẩm, dịch vụ của Chi nhánh được khách hàng đón nhận ngày càng nhiều, bao gồm: tiền gửi, tiền vay, thanh toán, bảo lãnh... Riêng hoạt động thanh toán giữa Việt Nam và Campuchia, với ưu thế thời gian chuyển tiền nhanh chóng giữa hai quốc gia chỉ trong vòng 01 giờ và với lợi thế mạng lưới hàng đầu của Sacombank tại VN, doanh số chuyển tiền qua chi nhánh Phnom Penh đến thời điểm hiện nay đã đạt 126 triệu đô la Mỹ (USD).

Với phương châm trở thành một trong những Ngân hàng bán lẻ hàng đầu tại Campuchia và đem những sản phẩm - dịch vụ Ngân hàng tốt nhất đến từng người dân Campuchia, trong thời gian tới, Sacombank sẽ đẩy mạnh công tác mở rộng các điểm giao dịch tại khu vực Phnom Penh và các tỉnh thành khác. Chi nhánh Phnom Penh cũng vừa hoàn tất tăng vốn điều lệ từ 15 triệu USD lên 38 triệu USD theo quy định của Ngân hàng Quốc gia Campuchia, nhằm tăng cường năng lực tài chính, góp phần đáp ứng nhu cầu vay vốn ngày càng cao của khách hàng tại thị trường Campuchia.

Với cam kết gắn bó lâu dài với thị trường Campuchia, Sacombank dự kiến sẽ tiếp tục mở rộng mạng lưới hoạt động tại thủ đô Phnom Penh và các tỉnh thành khác; trong đó, nhiệm vụ quan trọng trong thời kỳ từ năm 2010 – 2012 là hoàn tất chuyển đổi Chi nhánh Phnom Penh thành Ngân hàng 100% vốn thuộc sở hữu của Sacombank. Đồng thời, Sacombank sẽ tập trung nâng cao năng lực tài chính, đầu tư trang thiết bị kỹ thuật hiện đại, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng phục vụ và xây dựng đội ngũ nhân viên nhiệt huyết và giỏi chuyên môn để phục vụ khách hàng ngày càng tốt hơn. Bên cạnh hoạt động kinh doanh truyền thống, Sacombank sẽ cùng các công ty thành viên trong Tập đoàn Sacombank nghiên cứu và tham gia cung ứng đến thị trường Campuchia các dịch vụ liên quan đến hoạt động chứng khoán, giao dịch hàng hóa, vàng bạc đá quý, bất động sản... khi hội đủ điều kiện.

- Về tài trợ tín dụng: đã từng bước hỗ trợ về tài chính cho các cá nhân, tổ chức hoạt động kinh doanh tại Campuchia phát triển kinh tế gia đình, doanh nghiệp, góp phần vào sự nghiệp phát triển kinh tế của Campuchia.

- Về dịch vụ chuyển tiền: với thời gian chuyển tiền từ Campuchia về Việt Nam và ngược lại chỉ mất 01 giờ trong thời gian qua đã góp phần làm cho hoạt động giao thương giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Campuchia được nhanh chóng, thuận tiện và là nhân tố giúp cho kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước ngày càng được cải thiện.

Ngoài ra, nhằm đáp ứng nhu cầu sử dụng các sản phẩm dịch vụ tiện ích của khách hàng với mục tiêu thực thi tốt chức năng trung gian tài chính góp phần thực hiện có hiệu quả các Hiệp hữu nghị và hợp tác giữa Việt Nam với các nước trong khu vực – đặc biệt là Lào và Campuchia, vừa qua, Sacombank đã triển khai sản phẩm “Bao thanh toán cho khách hàng xuất khẩu sang thị trường nước ngoài có chi nhánh Sacombank hoạt động”.

Mục đích của sản phẩm này nhằm đáp ứng nhu cầu vốn lưu động trong hoạt động mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ của khách hàng (nhà xuất khẩu) với các nhà nhập khẩu tại các quốc gia có chi nhánh có Sacombank hoạt động - trước mắt là Lào và Campuchia. Theo đó, sau khi giao hàng cho nhà nhập khẩu, khách hàng sẽ được Sacombank ứng trước tiền bán hàng thay vì phải chờ đợi đến ngày thanh toán. Điểm đặc biệt ở sản phẩm này là khách hàng không cần phải có tài sản đảm bảo khi được ứng trước tiền bán hàng. Sacombank sẽ hỗ trợ thẩm định uy tín của nhà nhập khẩu và giúp khách hàng tiết kiệm được chi phí theo dõi, thu hồi công nợ từ nhà nhập khẩu.

Nhằm tạo mọi thuận tiện trong hoạt động kinh doanh, đáp ứng được nhu cầu thanh toán mọi lúc mọi nơi cho khách hàng, Sacombank đã mở rộng phạm vi thanh toán cho khách hàng của Chi nhánh Phnom Penh tại Việt Nam thông qua phương tiện thanh toán Séc. Với tài khoản tiền gửi của khách hàng gửi tại Chi nhánh Phnom Penh, khách hàng có thể sử dụng Séc để rút tiền tại tất cả các Chi nhánh của Sacombank tại Việt Nam mà không cần phải làm thêm bất kỳ các thủ tục chuyển tiền nào.

* Sacombank Lào

Sacombank - Chi nhánh Lào đã khai trương hoạt động vào ngày 12/12/2008. Tính đến hết năm 2009, Chi nhánh Lào có tổng huy động là 10 triệu đô-la Mỹ và tổng dư nợ gần 5 triệu đô-la Mỹ.

Hiện nay Sacombank - Chi nhánh Lào đang cung cấp một số các sản phẩm và dịch vụ như: Huy động tiền gửi, LAK, USD, THB từ các tổ chức và dân cư; Cho vay ngắn, trung và dài hạn đáp ứng nhu cầu hoạt động sản xuất kinh doanh; Thực hiện dịch vụ thanh toán quốc tế bằng các hình thức L/C, D/A, D/P, TTr...; Thực hiện chuyển tiền kiều hối từ Lào về Việt Nam và nhận chuyển tiền kiều hối từ Mỹ về Lào. ...

d. Hiện diện của thể nhân

Hiện nay, Sacombank chủ yếu thu hút các chuyên gia nước ngoài tư vấn hỗ trợ trong quản trị điều hành cũng như chuyển giao công nghệ kinh doanh. Hoạt động chuyên gia của Sacombank dành cho các quốc gia khác chưa được thiết lập.

2.3. Phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

2.3.1. Năng lực cạnh tranh chung của các doanh nghiệp Việt Nam

Mặc dù đạt và duy trì được tốc độ tăng trưởng GDP cao trong một thời gian dài, nhưng nhìn từ góc độ chất lượng tăng trưởng (khả năng cải thiện hiệu quả đầu tư và sức cạnh tranh), tình hình kinh tế Việt Nam trong mấy năm qua kém tích cực hơn rõ rệt. Trong bảng xếp hạng năng lực cạnh tranh toàn cầu của World Economic Forum (WEF), thứ hạng của Việt Nam bị tụt xuống liên tục và rất nhanh, từ vị trí thứ 60 năm 2003 giảm xuống vị trí 81 năm 2005. Mặc dù năm 2007 đã tăng trở lại lên vị trí 68 nhưng năm 2008 giảm 2 bậc xếp vị trí 70 và năm 2009 tiếp tục giảm 5 bậc xuống vị trí 75 trên 133 nước.

Bảng 2.16: Xếp hạng sức cạnh tranh tăng trưởng của Việt Nam

Tên quốc gia	Xếp hạng 2009	Điểm xếp hạng 2009	Xếp hạng 2008	Điểm xếp hạng 2008	Xếp hạng 2007	Điểm xếp hạng 2007	Xếp hạng 2005	Điểm xếp hạng 2005
--------------	---------------	--------------------	---------------	--------------------	---------------	--------------------	---------------	--------------------

Việt Nam	75	4.0	70	4.1	68	4.04	81	3.37
Trung Quốc	29	4.7	30	4.7	34	4.57	49	4.07
Thái Lan	36	4.6	34	4.6	28	4.70	36	4.50
Ấn Độ	49	4.3	50	4.3	48	4.33	50	4.04
Malaysia	24	4.9	21	5.0	21	5.10	24	4.90

Nguồn: Báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu, Diễn đàn kinh tế thế giới.

<http://www.gcr.weforum.org>

Tuy nhiên, xếp hạng sức cạnh tranh doanh nghiệp của Việt Nam có tăng đáng kể so với năm 2005, từ vị trí 81 năm 2005 tăng lên vị trí 75 năm 2009, chỉ số xếp hạng chiến lược và hoạt động cũng có cải thiện tương ứng tăng từ vị trí 81 lên vị trí thứ 79; riêng chỉ số chất lượng và môi trường kinh doanh Việt Nam giảm so với năm 2005 từ vị trí 77 xuống vị trí 78 trong bảng xếp hạng.

Toàn cảnh bức tranh cho thấy nền kinh tế Việt Nam đang vận động trong một nghịch lý: tăng trưởng nhanh nhưng sức cạnh tranh chậm được cải thiện, thậm chí giảm sút. Đặc biệt đáng lưu ý là sự sụt giảm mạnh sức cạnh tranh của Việt Nam so với các đối thủ cạnh tranh chủ yếu là Trung Quốc và Thái Lan. Hàm ý là rõ ràng: Việt Nam tăng trưởng nhanh nhưng vẫn đứng trước nguy cơ tụt hậu xa hơn so với thế giới.

Không chỉ tụt hậu xa hơn về năng lực cạnh tranh, Việt Nam cũng tụt hậu xa hơn về mức thu nhập tuyệt đối: so sánh GDP/người của Việt Nam với các nước chọn lọc sau 10 năm khoảng cách tụt hậu của Việt Nam ngày càng được nới rộng dù Việt Nam có tốc độ tăng trưởng cao hơn trong một thời gian dài.

Theo xu hướng đó, với tương quan tốc độ tăng trưởng như hiện nay (Việt Nam tiếp tục tăng trưởng nhanh hơn), mức độ tụt hậu phát triển thực tế của Việt Nam vẫn không được cải thiện. Thậm chí, khoảng cách tụt hậu cũng bị doãng ra rộng hơn.

Cần lưu ý rằng muốn bứt phá để thoát khỏi tình trạng tụt hậu, Việt Nam phải tăng đột biến mức tiết kiệm và đầu tư. Nhưng khi mức thu nhập cá nhân ngày càng chênh lệch và nếu mức tiết kiệm và đầu tư của Việt Nam so với các nước khác vẫn

không thay đổi thì lượng tiết kiệm và đầu tư tính theo đầu người của Việt Nam sẽ ngày càng bé đi tương đối.

Một ví dụ để thấy tính nghiêm trọng của vấn đề: GDP/người của Trung Quốc gấp đôi Việt Nam. Do vậy, trong trường hợp mức tiết kiệm - đầu tư của Trung Quốc ngang bằng Việt Nam thì khối lượng tiết kiệm - đầu tư/người của Trung Quốc cũng đó lớn gấp đôi Việt Nam. Nhưng trên thực tế, mức tiết kiệm và đầu tư/người của Trung Quốc cao hơn mức của Việt Nam 20-30%. Do vậy, khối lượng tiết kiệm - đầu tư tính theo đầu người của Trung Quốc thực tế không phải gấp đôi mà gấp 2,5-3,0 lần lượng tiết kiệm - đầu tư của Việt Nam. Nếu nhân mức chênh lệch này với số dân khổng lồ của Trung Quốc thì sẽ nhận thấy tiềm năng tiết kiệm - đầu tư của Trung Quốc lớn hơn Việt Nam đến mức nào.

Hàm ý của sự phân tích trên là: Việt Nam sẽ khó tăng trưởng hơn các nước phát triển cao hơn vì tiềm lực tài chính của Việt Nam mỏng hơn. Điều đó dẫn tới gợi ý: Tăng FDI và nâng cao hiệu quả sử dụng vốn là yếu tố đóng vai trò quyết định dài hạn trong việc nâng cao vị thế và sức cạnh tranh của Việt Nam trong giai đoạn hội nhập trước mắt

Báo cáo năng lực cạnh tranh toàn cầu 2007-2008 xếp Việt Nam đứng thứ 68 về chỉ số năng lực cạnh tranh tăng trưởng và thứ 76 về chỉ số năng lực cạnh tranh kinh doanh. Điều này chứng tỏ năng lực cạnh tranh của Việt Nam kém hơn so với một số nước châu Á, trừ Philippin. Một trong những yếu tố của năng lực cạnh tranh các ngành dịch vụ là thể mạnh của môi trường luật pháp trong nước. Như vậy, rõ ràng là Việt Nam vẫn còn đứng sau các nước đối thủ cạnh tranh chủ yếu về mặt khuôn khổ luật pháp và điều tiết và sự nhất quán trong thực hiện. Theo bảng xếp hạng, chỉ số năng lực cạnh tranh về luật pháp của Việt Nam đứng thứ 70, đứng sau tất cả các nước trong khu vực trừ Philipine. Chỉ số năng lực cạnh tranh về cơ sở hạ tầng Việt Nam còn có thứ hạng thấp hơn nữa, theo báo cáo đánh giá năm 2007 - 2008 Việt Nam đứng thứ 89. Một trong những chỉ số cạnh tranh nữa có tác động lớn đến các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu dịch vụ đó là chỉ số về tiêu chuẩn kế toán và kiểm toán, theo báo cáo đánh giá, Việt Nam đứng thứ 93 trong bảng xếp hạng.

2.3.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Đối với các NHTM Việt Nam, năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu dịch vụ được thể hiện trên 5 mặt: (1) Đối thủ tiềm năng, mới tham gia thị trường; (2) Đối thủ thay thế; (3) Người gửi tiền; (4) Khách hàng đi vay, sử dụng dịch vụ Ngân hàng; (5) Mức độ cạnh tranh (Đối thủ cạnh tranh trực tiếp), cụ thể như sau:

2.3.2.1. Đối thủ tiềm năng, mới tham gia thị trường

Số lượng ngân hàng tăng nhanh tập trung vào 2 khối ngân hàng TMCP và chi nhánh ngân hàng nước ngoài cho thấy sức hấp dẫn của lĩnh vực ngân hàng Việt Nam đối với các nhà đầu tư trong nước cũng như các tổ chức tài chính quốc tế.

Khối NHTMCP: Hầu hết các NHTMCP đều có chiến lược phát triển tập trung vào thị trường ngân hàng bán lẻ. Một số NHTMCP dẫn đầu như ACB, STB có định hướng mở rộng thành các tập đoàn tài chính đa năng trong đó ngân hàng thương mại là cốt lõi. Đối tượng khách hàng chủ yếu của khối này là các doanh nghiệp vừa và nhỏ và khách hàng cá nhân. Một số NHTMCP đã thực hiện bán cổ phần cho đối tác chiến lược là các Ngân hàng lớn trên thế giới nhằm mục đích nâng cao năng lực tài chính và quản trị.

Khối NHNN&LD: Các ngân hàng nước ngoài có mặt tại Việt Nam hiện tại đều là những tên tuổi nằm trong Top 100 ngân hàng lớn nhất thế giới như Citibank, HSBC, ANZ,... Các ngân hàng này có chiến lược tập trung vào đối tượng khách hàng đặc thù là các doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài, công ty liên doanh, các doanh nghiệp Quốc doanh lớn và các khách hàng cá nhân nước ngoài.

2.3.2.2. Đối thủ thay thế

Sự cạnh tranh tiềm tàng từ các tổ chức tài chính khác. Hoạt động của các ngân hàng hiện chịu sự cạnh tranh nhẹ từ các tổ chức tài chính không phải là ngân hàng như các Công ty tài chính, đặc biệt là các công ty tài chính thuộc các Tập đoàn, Tổng công ty (đối với hoạt động thu xếp vốn vay, tín dụng, huy động vốn); các công ty Chứng khoán có quy mô lớn (đối với các hoạt động ngân hàng đầu tư như bảo lãnh phát hành, tư vấn sáp nhập, đầu tư ...). Tuy nhiên trong tương lai nếu

các mô hình này thành công, đây sẽ là những đối thủ cạnh tranh trực tiếp với các ngân hàng trên từng mảng hoạt động, đặc biệt là sự cạnh tranh từ các công ty Chứng khoán độc lập có quy mô lớn lên hoạt động ngân hàng đầu tư.

Nhiều điều kiện cấp phép mới được áp dụng. Kể từ ngày 01/04/2007, theo cam kết gia nhập WTO, Việt Nam chính thức cho phép thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài. Ngành ngân hàng là ngành có tính đặc thù và được đánh giá là có mức độ cạnh tranh cao nên việc thành lập ngân hàng mới phải đáp ứng những quy định khắt khe. Ngân hàng mới thành lập phải có vốn điều lệ tối thiểu 1.000 tỷ đồng và phải đạt 3.000 tỷ đồng vào năm 2010. Room đối với nhà đầu tư nước ngoài vẫn hạn chế ở mức 30%. Các cổ đông chiến lược nước ngoài chỉ được nắm giữ tối đa 20% vốn điều lệ và các tổ chức này phải có tổng tài sản tối thiểu 20 tỷ USD.

2.3.2.3. Người gửi tiền

Bên cạnh sự tăng trưởng về số lượng, quy mô hoạt động của hệ thống ngân hàng cũng tăng trưởng mạnh mẽ. Năm 2006, tổng tài sản toàn hệ thống đã tăng lên hơn 1.700 ngàn tỷ đồng tương đương hơn 130% GDP 2008. Sự tăng trưởng hệ thống tập trung vào 2 mảng hoạt động truyền thống là cho vay và huy động. Tốc độ tăng trưởng hoạt động huy động tiền gửi ở mức rất cao, đạt trung bình trên 35%/năm trong suốt giai đoạn 2002 - 2008. Chưa có sự dịch chuyển tiền gửi mạnh mẽ giữa khối các NHTMQD và NHTMCP sang khối NHNN&LD do khối này chịu quy định hạn chế đối với việc huy động vốn bằng đồng VND từ khách hàng cá nhân. Tuy nhiên sự chuyển dịch giữa NHTMQD và NHTMCP lại diễn ra rất mạnh. Trong những năm tới, dịch vụ ngân hàng bán lẻ phát triển mạnh là tiền đề để khối NHNN&LD gia tăng thị phần tiền gửi.

2.3.2.4. Khách hàng đi vay, sử dụng dịch vụ Ngân hàng

Hoạt động Ngân hàng truyền thống được dự báo sẽ tăng trưởng chậm lại: Mặc dù gặp nhiều khó khăn trong năm 2008 và 2009 nhưng nền kinh tế Việt Nam vẫn được nhiều tổ chức đánh giá có tốc độ tăng trưởng tốt trong những năm tới. Theo dự báo của BMI, tốc độ tăng trưởng GDP của Việt Nam vẫn đạt mức bình quân 8% trong giai đoạn 2010 - 2012. Đây là yếu tố quan trọng cho sự phát triển của hệ thống Ngân hàng.

Các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng bán lẻ có tiềm năng tăng trưởng mạnh cùng với sự tăng trưởng kinh tế: Theo IMF, số lượng tài khoản ngân hàng tại Việt Nam trong năm 2006 ước tính chỉ ở mức hơn 8 triệu tài khoản chiếm khoảng 9,4% dân số và tập trung chủ yếu vào những đối tượng có thu nhập cao tại các khu đô thị và các doanh nghiệp. Phương thức thanh toán tiền mặt vẫn là phương thức thanh toán khá phổ biến. Mặc dù tỷ lệ Tiền mặt/Tổng phương tiện thanh toán (M2) có xu hướng giảm dần nhưng tỷ lệ này của Việt Nam vẫn là cao nhất trong khu vực. Điều này mở ra tiềm năng ngành Ngân hàng khi các sản phẩm, dịch vụ thanh toán đã tương đối hoàn thiện đồng thời Chính phủ có chủ trương đẩy mạnh thanh toán qua Ngân hàng.

Khối NHTMQD: hiện vẫn đang chiếm thị phần chi phối trên các mảng hoạt động chính. Tuy nhiên thị phần của khối này đang có xu hướng thu hẹp do sự cạnh tranh mạnh mẽ từ khối NHTMCP và NHNN&LD. Trong 2 năm 2008 - 2009, thị phần của khối này giảm mạnh là do các NHTMQD không tập trung nhiều vào tăng trưởng hoạt động mà tập trung vào việc tăng cường năng lực tài chính cũng như quản lý chất lượng tín dụng để chuẩn bị cho quá trình cổ phần hóa.

Khối NHTMCP: thị phần tăng nhanh đặc biệt là trong 3 năm trở lại đây cho thấy sự phát triển nhanh chóng và sức cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ của khối này trên thị trường.

Khối NHNN&LD: đây là khối có sự tăng trưởng nhanh và khá đều đặn về số lượng ngân hàng. Thị phần hoạt động của khối CN NHNN & LD khá ổn định là do khả năng mở rộng thị phần bị hạn chế.

2.3.2.5. Mức độ cạnh tranh (Đối thủ cạnh tranh trực tiếp)

* Quy mô và năng lực tài chính của các đối thủ:

Quy mô tài sản và vốn chủ sở hữu của các ngân hàng Việt Nam trong những năm qua đã có sự tăng trưởng mạnh tuy nhiên còn thấp hơn nhiều so với mức trung bình trong khu vực. Khối NHTMQD có quy mô vượt trội, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng chậm hơn so với khối NHTMCP.

Sự tăng trưởng nhanh về quy mô vốn giúp các Ngân hàng cải thiện đáng kể năng lực tài chính. Hệ số an toàn vốn (CAR) trung bình của các NHTMQD tăng từ

7% trong năm 2006 lên 8,5% trong năm 2009, tỷ lệ này của các NHTMCP bình quân trên 12%. Trong khi đó, tỷ lệ này của khu vực Châu Á Thái Bình Dương là 13,1%, của khu vực Đông Á là 12,3%. Theo quy định của NHNN, CAR của các ngân hàng phải đạt tối thiểu là 8%. Do đó, trong những năm tới xu hướng tăng vốn của các Ngân hàng sẽ tiếp tục diễn ra đặc biệt là đối với khối NHTMQD.

* Tốc độ tăng trưởng của ngành:

Tốc độ tăng trưởng tín dụng và tiền gửi cao hơn nhiều lần so với tốc độ tăng trưởng GDP thực tế. Tăng trưởng tín dụng nhanh khiến ngành ngân hàng có nguy cơ đối mặt với rủi ro lớn hơn khi tỷ lệ tín dụng/tiền gửi toàn ngành luôn ở mức trên 90%, cao hơn mức trung bình trong khu vực (khoảng 83%).

Độ sâu tài chính cũng đã có sự thay đổi đáng kể khi các tỷ lệ tín dụng/GDP và tiền gửi/GDP của Việt Nam tăng nhanh qua các năm và đạt lần lượt 71% và 78% vào cuối năm 2009. Điều này cho thấy mức độ phát triển rất nhanh chóng của hệ thống ngân hàng Việt Nam. Tuy nhiên, tỷ lệ này vẫn ở mức thấp hơn so với mức trung bình trong khu vực

Dự báo tốc độ tăng trưởng hoạt động tín dụng và huy động vốn sẽ chậm lại so với giai đoạn 2004 - 2009, tuy nhiên vẫn ở mức cao gấp hơn 2 lần tốc độ tăng GDP thực tế.

* Sự tham gia của các tổ chức Quốc tế/toàn cầu:

Một số ngân hàng lớn đã có mặt tại Việt Nam từ lâu như HSBC, ANZ, Citibank cũng hướng đến các đối tượng khách hàng cá nhân có thu nhập cao. Các ngân hàng này đã triển khai nhiều sản phẩm ngân hàng bán lẻ hiện đại nhằm thu hút khách hàng như dịch vụ cho vay qua mạng, qua điện thoại di động, tài trợ mua nhà và các sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế

* Chi phí vốn (hiệu quả hoạt động):

Hệ thống ngân hàng Việt Nam đã có sự tăng trưởng rất nhanh trong những năm qua với tốc độ tăng trưởng bình quân 35%/năm. Bên cạnh sự tăng trưởng, hiệu quả hoạt động của các NHTM cũng được nâng lên rõ rệt, đặc biệt là khối NHTMCP. Năm 2009, tỷ lệ ROA trung bình của toàn hệ thống đạt 1,18%, ROE đạt 12,52% so với mức trung bình trong khu vực lần lượt là 1,19% và 16,47%.

Tỷ lệ nợ xấu (impaired loans) của toàn hệ thống ngân hàng trong đã giảm từ 14% năm 2006 xuống 3,5% năm 2008, tính theo chuẩn Quốc tế (IFRS) tỷ lệ này lần lượt là 30% năm 2006 và 6% năm 2008. Tuy tỷ lệ nợ xấu (impaired loans) giảm mạnh nhưng hiện vẫn cao hơn nhiều so với các chi nhánh Ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam.

Thời gian qua, tốc độ tăng trưởng của khối NHTMQD chậm hơn khá nhiều so với các NHTMCP. Các chỉ tiêu sinh lời ROA, ROE của các NHTMQD còn thấp. Nguyên nhân là do khối này tập trung vào việc tái cấu trúc và xử lý nợ xấu nhằm mục tiêu lành mạnh hóa tài chính để chuẩn bị cho quá trình cổ phần hóa.

2.4. Kết luận về thực trạng xuất khẩu dịch vụ của các ngân hàng thương mại Việt Nam

Một là, qui mô xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam tăng trưởng khá nhanh. VCB, BIDV và Sacombank là các ngân hàng điển hình cho xu hướng này. Như đã phân tích ở trên, hầu hết các NHTM Việt Nam đều hướng tới việc cung cấp các dịch vụ trọn gói, dịch vụ hoàn hảo, đặc biệt là các dịch vụ ngân hàng quốc tế theo tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế nhờ đó mà qui mô xuất khẩu ngày càng tăng trưởng và phát triển.

Hai là, hai phương thức xuất khẩu dịch vụ chủ yếu của các NHTM Việt Nam là cung cấp dịch vụ qua biên giới (Phương thức 1) và hiện diện thương mại (Phương thức 3). Đối với phương thức tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài (phương thức 2) đã được các NHTM khá quan tâm nhưng giá trị và tỷ trọng vẫn chiếm một tỷ lệ rất nhỏ, còn phương thức hiện diện của thể nhân (Phương thức 4) hầu như chưa được quan tâm hoặc cũng chỉ là hoạt động cung cấp dịch vụ mang tính hỗ trợ cho các hoạt động và các phương thức khác cũng như làm đa dạng hóa hoạt động ngân hàng.

Thứ ba, các dịch vụ ngân hàng quốc tế ngày càng đa dạng với đầy đủ các phương thức xuất khẩu, giá trị xuất khẩu ngày càng tăng. Việc lựa chọn thị trường xuất khẩu luôn gắn liền với khách hàng xuất khẩu, đặc biệt là thị trường hiện diện thương mại khá phù hợp với thế mạnh của từng NHTM, giúp cho các NHTM Việt Nam trở nên cạnh tranh hơn và có thể tận dụng ngay được lợi thế của chính mình.

Thứ tư, thiếu chiến lược xuất khẩu dịch vụ từ các NHTM Việt Nam. Thực tế cho thấy, hầu hết các NHTM Việt Nam đều chưa xây dựng cho mình một chiến lược tổng thể xuất khẩu dịch vụ mà chỉ thực hiện trên cơ sở các kế hoạch chi tiết, đơn lẻ và thiếu đồng bộ.

Thứ năm, cạnh tranh xuất khẩu dịch vụ của NHTM Việt Nam còn yếu. Với năng lực nội tại của các NHTM Việt Nam việc cạnh tranh với các NHTM bản địa và Ngân hàng nước ngoài tại nước nhập khẩu sẽ luôn là những thách thức rất lớn đối với các Ngân hàng thực hiện xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng.

Thứ sáu, sự liên kết hợp tác giữa các NHTM Việt Nam trong việc xuất khẩu dịch vụ còn hạn chế. Hoạt động tham gia chéo về vốn, quản trị điều hành giữa các NHTM Việt Nam hầu như không có.

Thứ bảy, nguồn cung cho xuất khẩu dịch vụ của NHTM chưa đa dạng. Đến thời điểm hiện nay, vẫn chỉ các NHTM Nhà nước và một số NHTM cổ phần có qui mô lớn tạo nguồn cung cho xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng nhưng dịch vụ cung cấp còn đơn điệu và còn nhiều hạn chế trong nghiên cứu và phát triển dịch vụ mới.

Thứ tám, nguồn lực cho phát triển xuất khẩu dịch vụ của NHTM Việt Nam còn hạn chế. Đa số các NHTM Việt Nam qui mô vốn còn nhỏ, chất lượng tài sản thấp, nguồn nhân lực còn chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển hệ thống ngân hàng hiện đại và hội nhập quốc tế.

Thứ chín, cơ chế chính sách của Nhà nước cho phát triển xuất khẩu dịch vụ chưa đáp ứng được yêu cầu thực tế. Hệ thống các văn bản qui phạm pháp luật tạo hành lang pháp lý cho xuất khẩu dịch vụ chưa kịp thời và còn nhiều bất cập, chưa khuyến khích các NHTM Việt Nam xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Trong Chương 2 luận án nêu ra một số phân tích tổng quan về thực trạng xuất khẩu dịch vụ tài chính ngân hàng của Việt Nam, đi sâu vào phân tích và đánh giá thực trạng xuất khẩu dịch vụ theo các phương thức xuất khẩu của các NHTM Việt Nam, đặc biệt phân tích và đánh giá thực trạng xuất khẩu dịch vụ của Ngân hàng TMCP ngoại thương Việt Nam (Đại diện cho NHTM NN đã cổ phần hóa), Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam (Đại diện cho NHTM NN chưa cổ phần hóa), Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín (Đại diện cho NHTMCP ngoài nhà nước) giai đoạn 2005 - 2009.

Tác giả cũng đã đánh giá và phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu dịch vụ của các NHTM. Từ đó, luận án đã đặt ra những vấn đề cần giải quyết trong phát triển xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam trong giai đoạn 2011 - 2020.

CHƯƠNG 3: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU DỊCH VỤ CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

3.1. Quan điểm và phương hướng phát triển xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

3.1.1. Quan điểm phát triển xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Từ nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản về xuất khẩu dịch vụ của các NHTM, tình hình thực tế ở Việt Nam và kinh nghiệm xuất khẩu dịch vụ của một số NHTM lớn trên thế giới, xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế cần phải quán triệt các quan điểm cơ bản sau:

Quan điểm 1, xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam phải trở thành hướng ưu tiên trong chiến lược kinh doanh của các NHTM lớn của Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020.

Từ thực trạng dịch vụ của các NHTM Việt Nam đã nêu ở mục 2.1.2 Chương 2 cho thấy, thị phần cung cấp dịch vụ (như: dịch vụ huy động vốn, dịch vụ cho vay, dịch vụ thanh toán, ...) của các NHTM Việt Nam tại thị trường Việt Nam đều đã chiếm đến trên dưới 90%. Do vậy việc gia tăng thị phần cung cấp dịch vụ của các NHTM Việt Nam là một hướng đi bắt buộc, trong khi các NHTM Việt Nam luôn có sức ép tăng trưởng về qui mô và hiệu quả kinh doanh với tốc độ cao hơn nhiều so với tốc độ tăng trưởng chung của nền kinh tế nhằm đứng vững trong xu thế hội nhập kinh tế Quốc tế. Để giải quyết được mục tiêu của các NHTM Việt Nam đặc biệt là các NHTM lớn thì việc định hướng chiến lược xuất khẩu dịch vụ là rất cần thiết và cấp bách trong giai đoạn 2011-2020.

Quan điểm 2, đa dạng hóa loại hình dịch vụ và bảo đảm chất lượng dịch vụ xuất khẩu của các NHTM Việt Nam, từng bước xây dựng các thương hiệu mạnh của Việt Nam trong lĩnh vực tài chính ngân hàng.

Trong bốn phương thức xuất khẩu dịch vụ thì đa số các NHTM Việt Nam chỉ thực hiện theo phương thức 1 (Cung cấp dịch vụ qua biên giới) và phương thức 2 (tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài), chỉ có một số ít NHTM thực hiện được xuất khẩu dịch vụ theo phương thức 3 (Hiện diện thương mại), đối với phương thức 4 (hiện diện của thể nhân) thì các NHTM Việt Nam đều chưa thể thực hiện được. Đối với mỗi phương thức xuất khẩu sẽ gắn với một hoặc một số các dịch vụ khác nhau, số lượng và giá trị các dịch vụ xuất khẩu sẽ có xu hướng gia tăng theo thời gian và ngày càng được hoàn thiện về chất lượng dịch vụ. Để hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam thực sự trở thành hướng ưu tiên trong chiến lược kinh doanh của mình thì các NHTM Việt Nam nhất thiết phải nâng cao chất lượng dịch vụ xuất khẩu với các loại hình dịch vụ đa dạng gắn với đầy đủ cả 4 phương thức xuất khẩu.

Quan điểm 3, lựa chọn thị trường thích hợp trong xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam bảo đảm phát triển vững chắc, có trọng điểm.

Định hướng ưu tiên chiến lược xuất khẩu dịch vụ giai đoạn 2011-2020 là rất quan trọng và cần thiết nhưng việc tìm kiếm và lựa chọn thị trường xuất khẩu mục tiêu cũng quan trọng không kém. Tại sao một số Ngân hàng tập trung vào thị trường Châu Á (như: Lào, Campuchia, ...), trong khi có Ngân hàng mạnh dạn khám phá thị trường Châu Âu (như Đức, Nga, ...), Châu Mỹ (như: Mỹ, Canada, ...). Việc lựa chọn thị trường chính là thể hiện tầm nhìn chiến lược gắn với những thế mạnh cụ thể của từng NHTM Việt Nam. Đối với thị trường Châu Á thì mục tiêu chính là song hành với các doanh nghiệp Việt Nam sẵn sàng và có đủ khả năng vươn sang thị trường Châu Á như: Tập đoàn Hoàng Anh Gia Lai, Tập đoàn Sông Đà, Tập đoàn Điện lực Việt Nam, Đối với thị trường Châu Âu, Châu Mỹ đó chính là hoạt động giao thương song phương và đa phương giữa các nước trong lĩnh vực Ngân hàng được cụ thể hoá bằng các hoạt động hợp tác cụ thể và rõ nét hơn. Việc khám phá thị trường Đức của VietinBank, thị trường Nga của BIDV, thị trường Mỹ và Canada của VCB là nền tảng để NHTM Việt Nam hiện diện thương mại tại Châu Âu và Châu Mỹ. Chính vì vậy, các NHTM Việt Nam cần phải tìm kiếm, lựa chọn

thị trường thích hợp, có trong điểm gắn với thế mạnh của từng NHTM nhằm đảm bảo cho hoạt động xuất khẩu dịch vụ đạt hiệu quả.

Quan điểm 4, phát triển hoạt động liên kết giữa các NHTM Việt Nam và tăng cường hợp tác với các ngân hàng nước ngoài trong xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam.

Hệ thống NHTM Việt Nam hiện nay có rất nhiều Ngân hàng qui mô còn nhỏ, vốn điều lệ chưa đạt mức tối thiểu 3.000 tỷ đồng. Vì vậy trong thời gian tới, làn sóng liên kết sát nhập và/hoặc thu hút đối tác chiến lược nước ngoài sẽ tiếp tục diễn ra.

Các NHTM CP của Việt Nam luôn hấp dẫn các nhà đầu tư nước ngoài bởi sự tăng trưởng nhanh chóng và khả năng sinh lời cao. Một số NHTM CP đã thực hiện bán cổ phần cho đối tác chiến lược là các Ngân hàng lớn trên thế giới nhằm mục đích nâng cao năng lực tài chính và quản trị. Các ngân hàng nước ngoài có mặt tại Việt Nam hiện tại đều là những tên tuổi nằm trong Top 100 ngân hàng lớn nhất thế giới như Citibank, HSBC, ANZ,...

Các NHTM Việt Nam muốn phát triển xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng thì nhất thiết phải liên kết lại với nhau, đồng thời phải tăng cường hợp tác với các Ngân hàng nước ngoài để tạo ra những dịch vụ xuất khẩu theo tiêu chuẩn Quốc tế và phù hợp với nhu cầu của khách hàng.

Quan điểm 5, xây dựng, triển khai và áp dụng các chuẩn mực Quốc tế trong xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam.

Ngoài việc xác định hướng ưu tiên trong chiến lược kinh doanh của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020 là xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng, đa dạng hoá loại hình dịch vụ xuất khẩu, lựa chọn thị trường xuất khẩu, liên kết hợp tác trong xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng thì các NHTM Việt Nam cần phải xây dựng các dịch vụ theo chuẩn Quốc tế; triển khai và áp dụng theo các chuẩn mực Quốc tế và thông lệ Quốc tế thì mới có thể đảm bảo dịch vụ cung cấp ra phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng trên nhiều Quốc gia khác nhau, được khách hàng trong nước và Quốc tế thừa nhận và sử dụng.

Từ những quan điểm phát triển xuất khẩu dịch vụ, các NHTM Việt Nam cần có mục tiêu cụ thể cho từng giai đoạn phát triển xuất khẩu dịch vụ, phần đầu giai đoạn từ nay đến năm 2015 tốc độ tăng trưởng xuất khẩu dịch vụ bình quân đạt từ 15%/năm đến 16%/năm, đến năm 2015 giá trị xuất khẩu đạt 500 triệu USD; giai đoạn từ 2015 đến 2020 tốc độ tăng trưởng từ 17%/năm đến 18% năm, đến năm 2020 giá trị xuất khẩu đạt tối thiểu 1 tỷ USD.

3.1.2. Phương hướng phát triển xuất khẩu dịch vụ của các ngân hàng thương mại Việt Nam đến năm 2020

Hệ thống các NHTM Việt Nam hiện nay phát triển rất nhanh cùng với công nghệ hiện đại. Một số NHTM Việt Nam đã bỏ ra rất nhiều công sức và tiền của để nghiên cứu thị trường, nghiên cứu sản phẩm dịch vụ, đánh giá khả năng cung cấp dịch vụ Ngân hàng Quốc tế nhưng kết quả mang lại không như mong muốn, hiệu quả không cao. Trong thời gian tới, để hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam đạt hiệu quả, cần phải tập trung vào một số phương hướng sau:

3.1.2.1. Phương hướng phát triển dịch vụ xuất khẩu của các Ngân hàng thương mại Việt Nam.

Các NHTM Việt Nam hiện nay đang nhìn thấy một xu hướng rất rõ nét là đề tồn tại và phát triển nhất thiết phải phát triển các dịch vụ Ngân hàng, đặc biệt là dịch vụ xuất khẩu. Mặc dù các dịch vụ ngân hàng ở nước ta hiện nay đang phát triển hết sức nhanh chóng, đem lại tiện ích cho người dân, thúc đẩy chu chuyển vốn trong xã hội và thúc đẩy nền kinh tế phát triển nhưng trong thời gian tới, các NHTM Việt Nam vẫn cần phải rà soát đánh giá lại những dịch vụ xuất khẩu hiện tại đồng thời nghiên cứu triển khai các dịch vụ xuất khẩu mới.

Đối với những dịch vụ xuất khẩu hiện tại, việc rà soát và đánh giá lại cần tập trung vào một số nội dung sau:

- Điểm mạnh, điểm yếu của từng dịch vụ cụ thể, kể cả những dịch vụ truyền thống và những dịch vụ mới phát triển gần đây như: dịch vụ kinh doanh vàng trên tài khoản ở nước ngoài; dịch vụ Option về kinh doanh cà phê kỳ hạn trên thị trường London; dịch vụ bao thanh toán - Factoring, quyền chọn tiền tệ - option, hoán đổi

lãi suất,...; đại lý phát hành và thanh toán thẻ tín dụng quốc tế; dịch vụ chuyển tiền kiều hối; Trên cơ sở các điểm mạnh và điểm yếu, phát huy và gia tăng các điểm mạnh đồng thời tìm ra các giải pháp khắc phục các điểm yếu để dịch vụ thực sự được các khách hàng trên toàn cầu hài lòng và sử dụng.

- Đáp ứng các hiệp định song phương, đa phương với các Quốc gia, các tổ chức tài chính Quốc tế; các cam kết gia nhập WTO cũng như các thông lệ Quốc tế về dịch vụ xuất khẩu.

- Các tiện ích gia tăng, các dịch vụ đi kèm cần phải hoàn thiện, bổ sung và điều kiện thực hiện.

Đối với các dịch vụ xuất khẩu mới: Nền kinh tế Thế giới luôn luôn biến động, các xu hướng vận động của nền kinh tế luôn luôn đổi mới. Song hành với nền kinh tế Thế giới là các dịch vụ Ngân hàng đi kèm. Để nắm bắt, tiếp cận các nhu cầu mới, các NHTM Việt Nam cần phải không ngừng nắm bắt xu thế, nghiên cứu, học tập kinh nghiệm từ các NHTM lớn trên Thế giới để tìm ra các dịch vụ mới nhằm đón đầu các nhu cầu về dịch vụ Ngân hàng Quốc tế.

3.1.2.2. Phương hướng phát triển các phương thức xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Hội nhập kinh tế Quốc tế là điều kiện để các NHTM Việt Nam phát triển dịch vụ xuất khẩu. Mỗi phương thức xuất khẩu dịch vụ đều có những đặc điểm riêng và khả năng thực hiện khác nhau. Do vậy, từng phương thức xuất khẩu dịch vụ cần phải có định hướng phát triển cụ thể:

Phương thức 1 (Cung cấp dịch vụ qua biên giới): Để phát triển dịch vụ theo phương thức này, các NHTM Việt Nam phải xây dựng được một hệ thống cơ sở hạ tầng đồng bộ và kết nối Quốc tế, đáp ứng được các tiêu chuẩn và thông lệ Quốc tế. Trong thời gian tới, các NHTM Việt Nam cần phải tăng cường xây dựng hệ thống điểm giao dịch Ngân hàng, Auto Bank, Ngân hàng online, mạng lưới các cơ sở chấp nhận thẻ trải rộng trên khắp lãnh thổ tạo nên sự thuận tiện trong giao thanh toán, chuyển tiền, mua bán ngoại tệ,

Phương thức 2 (tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài): Phát triển trên cơ sở tăng cường mối quan hệ hợp tác giữa các NHTM các nước nhằm phối hợp cung cấp dịch vụ đến khách hàng được nhanh chóng, thuận tiện, an toàn và phù hợp với thông lệ Quốc tế.

Phương thức 3 (Hiện diện thương mại): Việc thiết lập hiện diện thương mại tại các các Quốc gia khác cần phải có lộ trình thực hiện hết sức cụ thể và triển khai theo từng bước đảm bảo sự chắc chắn và an toàn. Cụ thể như: Khảo sát thị trường về mọi mặt (về thị trường, văn hoá, đối thủ cạnh tranh, sản phẩm dịch vụ,...); thiết lập văn phòng đại diện (nghiên cứu qui định pháp lý, thông lệ quốc gia, quốc tế, thủ tục thành lập,); xúc tiến hiện diện thương mại (lộ trình cấp phép, hình thức hiện diện thương mại, dịch vụ cung cấp ngay, dịch vụ cung cấp cho những giai đoạn tiếp theo, ...). Đây là phương thức mà các NHTM Việt Nam cần phải hết chú trọng và thúc đẩy mạnh trong thời gian tới.

Phương thức 4 (hiện diện của thể nhân): Hình thành đội ngũ chuyên gia về lĩnh vực tài chính Ngân hàng với kinh nghiệm hoạt động toàn cầu, am hiểu Quốc tế hoạt động độc lập và chủ động. Đây là đội ngũ chuyên gia sẵn sàng tham mưu, tư vấn chính sách cho bất kỳ NHTM nào, đặc biệt là các NHTM trong khu vực như: Lào, Campuchia, Myanmar, ...

3.1.2.3. Phương hướng liên kết hợp tác Quốc tế trong phát triển xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam

Chủ động hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng theo lộ trình và bước đi phù hợp với khả năng của hệ thống ngân hàng Việt Nam (năng lực cạnh tranh của các TCTD và khả năng kiểm soát hệ thống của NHNN) nhằm thúc đẩy quá trình cải cách bên trong và hiện đại hoá hệ thống ngân hàng Việt Nam; đồng thời gắn hội nhập quốc tế với cải cách hệ thống ngân hàng để giảm thiểu rủi ro.

Từng bước nới lỏng quyền tiếp cận thị trường dịch vụ ngân hàng (trong nước và nước ngoài) đối với cả bên cung cấp và bên sử dụng dịch vụ ngân hàng (trong nước và nước ngoài). Các đối tượng trong nước và nước ngoài có nhu cầu cung cấp dịch vụ ngân hàng và đáp ứng đầy đủ các điều kiện theo qui định của pháp luật Việt

Nam đều có thể được cấp phép cung ứng dịch vụ ngân hàng. Tạo điều kiện thuận lợi cho các TCTD trong nước mở rộng hoạt động ra thị trường nước ngoài thông qua các hình thức cung cấp trong khuôn khổ WTO, đặc biệt là hiện diện thương mại và cung cấp qua biên giới.

Thực hiện mở cửa thị trường dịch vụ ngân hàng theo lộ trình cam kết của Hiệp định thương mại Việt - Mỹ, Hiệp định khung về thương mại, dịch vụ ASEAN (AFAS), đồng thời thực hiện các cam kết gia nhập WTO theo yêu cầu của GATS.

Tham gia các điều ước quốc tế, các diễn đàn khu vực và quốc tế về tiền tệ, ngân hàng. Phát triển quan hệ hợp tác đa phương và song phương trong lĩnh vực tiền tệ, ngân hàng nhằm tận dụng nguồn vốn, công nghệ và kỹ năng quản lý tiên tiến của nước ngoài; phối hợp với các cơ quan thanh tra, giám sát tài chính phát hiện, ngăn chặn, phòng ngừa và xử lý rủi ro trên phạm vi khu vực và toàn cầu.

3.1.2.4. Phương hướng phát triển thị trường xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam

Mỗi Quốc gia và vùng lãnh thổ đều có những tiềm năng và lợi thế khác nhau. Trên cơ sở quan hệ hợp tác song phương và đa phương, thực hiện trong khuôn khổ WTO, các NHTM Việt Nam cần nghiên cứu và lựa chọn thị trường xuất khẩu dịch vụ phù hợp với năng lực của mình. Với trình độ phát triển kinh tế nói chung, trình độ phát triển trong lĩnh vực tài chính ngân hàng nói riêng thì thị trường mục tiêu của các NHTM Việt Nam trong thời gian tới chính là các Quốc gia và vùng lãnh thổ có trình độ tương đương hoặc thấp hơn Việt nam.

Đối với các châu lục có nền kinh tế phát triển như: Châu Âu, châu Mỹ, châu Úc, các NHTM Việt Nam cần mở rộng cung cấp dịch vụ thông qua phương thức cung cấp dịch vụ qua biên giới và tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài trên cơ sở các quan hệ hợp tác song phương và đa phương.

Đối với phương thức hiện diện thương mại và hiện diện thể nhân, các NHTM Việt Nam nên tập trung vào chính thị trường Châu Á như: Lào, Campuchia, Myanmar, Philippin,

3.2. Giải pháp phát triển xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

3.2.1. Phát triển cơ sở hạ tầng cho xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Đảm bảo các điều kiện về cơ sở hạ tầng cho phát triển xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam là một nội dung rất cơ bản và cần thiết phù hợp với định hướng chiến lược hội nhập kinh tế Quốc tế trong lĩnh vực Ngân hàng. Để đảm bảo được các điều kiện này, cần phải tập trung vào một số nội dung sau:

- Về thể chế: Cần phải đổi mới căn bản một số nghiệp vụ điều hành và một số nội dung của chính sách tiền tệ trong điều tiết lượng cung tiền VNĐ và ngoại tệ, nhất thể hoá mạng lưới và phương tiện thanh toán Quốc gia. Chuẩn hoá các qui trình và thủ tục quản lý đảm bảo đồng bộ, hiện đại, tự động hoá và phù hợp với thông lệ Quốc tế.

- Nhân lực: Thu hút nguồn nhân lực có chất lượng đáp ứng yêu cầu trong cung cấp dịch vụ xuất khẩu. Tập trung thu hút, xây dựng và phát triển đội ngũ cán bộ có đầy đủ năng lực và phẩm chất nhằm đáp ứng yêu cầu của quá trình phát triển các NHTM, đưa các NHTM Việt Nam trở thành Ngân hàng hiện đại trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập kinh tế quốc tế. Cùng với việc đổi mới cơ chế quản lý tại các NHTM, triển khai việc cơ cấu lại đội ngũ cán bộ theo hướng nâng cao chất lượng và trình độ cán bộ; sắp xếp và hợp lý hoá lực lượng lao động hiện có phù hợp với mô hình tổ chức, cơ chế quản lý mới cũng như yêu cầu phát triển trong quá trình hội nhập. Hoàn thiện hệ thống quy trình, chính sách quản lý lao động đi đôi với xây dựng môi trường làm việc thân thiện, lành mạnh và cơ chế khuyến khích bằng vật chất và cơ hội nghề nghiệp nhằm bảo đảm thu hút lực lượng cán bộ giỏi theo hướng thu nhập bình quân của cán bộ của các NHTM Việt Nam không thấp hơn thu nhập bình quân của cán bộ trong các Ngân hàng nước ngoài đang hoạt động tại Việt Nam.

Thực hiện quản lý cán bộ theo khối lượng và chất lượng công việc chuyên môn được giao. Thực hiện cơ chế đãi ngộ cán bộ theo năng lực thực tế, vị trí công

tác và mức độ hoàn thành chức trách, nhiệm vụ được giao. Cơ chế đãi ngộ, khen thưởng cùng với các biện pháp khuyến khích phi vật chất khác phải được đổi mới căn bản để thực sự trở thành động lực thúc đẩy các đơn vị và cá nhân nâng cao trình độ, phát huy lòng nhiệt tình, hăng hái thi đua, cống hiến năng lực và trí tuệ, nâng cao chất lượng, hiệu quả công việc và gắn bó lâu dài với Ngân hàng. Từng bước thực hiện cơ chế thi tuyển chức danh đối với một số vị trí quản lý, lãnh đạo; bố trí lao động phù hợp với năng lực cán bộ, yêu cầu và tính chất công việc. Tăng cường sử dụng phương thức hợp đồng thuê, khoán lao động và dịch vụ của các tổ chức cung ứng chuyên nghiệp đối với một số công việc hậu cần, phục vụ và công việc có tính thời vụ, không có liên quan đến sự an toàn, bí mật hoạt động của Ngân hàng.

Xây dựng hệ thống bảng điểm chuẩn để đánh giá kết quả công việc tạo thước đo chuẩn mực để đo kết quả thực hiện công việc. Thang, bảng điểm cần được mô tả hết sức chi tiết, đi đúng, đi trúng vào mục tiêu của Ngân hàng trong từng thời kỳ, xác định rõ mức độ tham gia của từng thành viên.

Thực hiện chi trả tiền lương kinh doanh theo kết quả công việc. Việc xây dựng một bảng điểm chuẩn đánh giá kết quả công việc sẽ là động lực thúc đẩy mô hình triển khai vận hành tốt cũng như là sự động viên người lao động tốt nhất. Theo đó người lao động đạt năng suất, chất lượng cao sẽ có mức thu nhập cao hơn so với đồng nghiệp có cùng vị trí lao động. Mô hình này đảm bảo việc tính lương và thu nhập cho người lao động vẫn tuân thủ các quy định của Nhà nước và Bộ tài chính về chi trả tiền lương và vẫn đảm bảo thu hút được nhân tài.

Tiêu chuẩn hoá đội ngũ cán bộ làm công tác cung cấp các dịch vụ Ngân hàng quốc tế, nhất là những cán bộ trực tiếp tham gia vào quá trình đàm phán, ký kết hợp đồng quốc tế, cán bộ thanh tra giám sát và cán bộ chuyên trách làm công tác pháp luật quốc tế, cán bộ sử dụng và vận hành công nghệ mới.

- Công nghệ thông tin: Áp dụng các công nghệ hiện đại, tiên tiến trên thế giới. Khuyến khích các NHTM đầu tư công nghệ thông tin, đặc biệt là công nghệ thông tin phục vụ các nghiệp vụ về tài trợ thương mại. Tập trung gia tăng các tiện ích Ngân hàng, hiện đại hóa hệ thống thanh toán. Việc hiện đại hóa các phương tiện và dịch vụ thanh toán cũng được các NHTM mạnh dạn đầu tư cơ sở hạ tầng, nhiều

phương tiện mới hiện đại, tiện ích như thẻ ngân hàng, Internet banking, Mobile banking, SMS banking, Home banking, ... đã xuất hiện và dần đi vào cuộc sống. Với xu thế phát triển hiện tại, thẻ ngân hàng đã và đang trở thành phương tiện thanh toán phổ biến, được các NHTM chú trọng phát triển. Cùng với việc phát hành thẻ đa tiện ích và đầu tư thêm POS tại các đơn vị chấp nhận thanh toán thẻ, các NHTM cũng quan tâm đến độ an toàn, bảo mật đối với thẻ thanh toán. Một số NHTM đã phát hành các loại thẻ có độ bảo mật, an toàn cao, có khả năng tích hợp đa tiện ích, mang lại nhiều tiện lợi cho khách hàng.

- Thanh toán điện tử: Với hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng giai đoạn 2 đã được triển khai, đánh dấu một giai đoạn mới của hệ thống thanh toán ngân hàng với những thay đổi cơ bản về kỹ thuật, công nghệ tiên tiến, hiệu năng xử lý, qui trình nghiệp vụ hiện đại theo thông lệ quốc tế, đáp ứng nhu cầu thanh, quyết toán tức thời và dung lượng ngày càng cao của nền kinh tế. Đây chính là cơ hội để các NHTM mở rộng các dịch vụ ngân hàng hiện đại, thay đổi tư duy kinh doanh ngân hàng truyền thống. Đối với hệ thống thanh toán bù trừ điện tử vẫn đáp ứng tốt nhu cầu thanh toán với chi phí rẻ và hiệu quả.

- Công nghệ dịch vụ tiên tiến: Phát triển mạng diện rộng, đồng bộ hoá hệ thống thanh toán, hệ thống giao dịch cục bộ, riêng lẻ ở các chi nhánh tương thích với nhau và tích hợp với hệ thống thanh toán và giao dịch toàn hệ thống ngân hàng;

Mua các giải pháp trọn gói để giảm thời gian và giá thành chuyển giao công nghệ. Phần mềm trọn gói có khả năng giao dịch với hệ thống bên ngoài, kết xuất dữ liệu với tiện ích phân phối thông tin, báo cáo và có thể vận hành trên máy chủ đa dạng cũng như các loại mạng khác nhau. Giải pháp trọn gói có thể được triển khai nhanh chóng với chi phí thấp nhất, do đó giảm thiểu nhu cầu phát triển các ứng dụng khoa học công nghệ tốn kém.

3.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ xuất khẩu theo chuẩn Quốc tế

Chất lượng dịch vụ là do người cung cấp và người tiêu dùng cùng đánh giá. Tuy nhiên, để tiêu chuẩn hoá được các dịch vụ xuất khẩu, đảm bảo chất lượng dịch

vụ xuất khẩu phù hợp với thông lệ Quốc tế thì các NHTM Việt Nam cần tập trung vào một số nội dung như sau:

- Áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế trong cung cấp dịch vụ xuất khẩu. Đây là điều kiện cần để các NHTM Việt Nam có thể xuất khẩu được dịch vụ của mình. Đặc biệt là các tiêu chuẩn về thanh toán quốc tế, quản lý rủi ro và phân loại nợ.

Ngay từ năm 2008, NHNN Việt nam đã thúc đẩy triển khai dự án hiện đại hóa tin học ngân hàng, đây là cơ sở cho các NHTM Việt Nam đưa ra thị trường các dịch vụ xuất khẩu theo tiêu chuẩn quốc tế.

Với cơ sở hạ tầng hiện có, chắc chắn các NHTM sẽ tiếp tục phát triển và hiện đại hóa công nghệ kinh doanh ngân hàng, đặc biệt là ngân hàng bán lẻ và ngân hàng điện tử (ngân hàng online).

- Tăng cường quản trị chất lượng dịch vụ xuất khẩu. Nâng cao năng lực quản trị điều hành, tăng cường số lượng và chất lượng đội ngũ cán bộ đáp ứng được yêu cầu công việc. Đồng thời phải nâng cao hiệu quả và chất lượng hoạt động thanh tra, kiểm tra, giám sát nhằm kiểm soát chất lượng dịch vụ xuất khẩu theo thông lệ quốc tế.

3.2.3. Nâng cao năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Có thể thấy rằng nâng cao năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu dịch vụ là vấn đề sống còn của các NHTM trong thời kỳ hội nhập WTO. Từ năm 2010 trở đi, việc mở cửa hoàn toàn lĩnh vực tài chính Ngân hàng là thách thức rất lớn đối với các NHTM Việt Nam. Nâng cao năng lực cạnh tranh theo nguyên tắc thị trường, minh bạch, hạn chế bao cấp và chống độc quyền cung cấp dịch vụ của NHTM để từng bước phát triển thị trường dịch vụ ngân hàng thông thoáng, cạnh tranh lành mạnh, an toàn hiệu quả. Vì vậy, ngay từ bây giờ, các NHTM Việt Nam cần thực hiện một số nội dung sau:

- Xây dựng và thực thi chiến lược xuất khẩu dịch vụ của NHTM. Với tư cách là một ngành dịch vụ đẳng cấp cao và đứng ở “hàng” tiên phong trong cơ chế hội nhập, có thể nói đây là thời điểm thích hợp để nhìn lại nội dung chiến lược xuất

khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam cũng như kiểm tra và hoàn thiện lại hành trang, lộ trình của các NHTM Việt Nam. Ngành Ngân hàng đã xây dựng kế hoạch và lộ trình hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực Ngân hàng. Chiến lược này đã được thiết lập cùng với thời kỳ xây dựng các nội dung cam kết của Việt Nam gia nhập WTO. Các định hướng lớn trong chiến lược cũng nhờ đó rất phù hợp với kết quả đàm phán được trong văn kiện gia nhập WTO. Việc thực thi chiến lược xuất khẩu dịch vụ ngân hàng cần tập trung vào một số dịch vụ, bao gồm:

Dịch vụ huy động vốn: Chủ động tiếp cận thị trường tài chính quốc tế, đặc biệt là nguồn vốn (uỷ thác đầu tư, vay thương mại, ODA, vay ưu đãi, tiền gửi,...) từ các tổ chức tài chính, tổ chức phi ngân hàng, tổ chức phi chính phủ và chính phủ các nước. Tranh thủ huy động các nguồn vốn ưu đãi quốc tế để đầu tư cho các đối tượng chính sách xã hội, phát triển kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội và các chương trình phát triển kinh tế. Cho phép các NHTM Việt Nam có đủ điều kiện phát hành và niêm yết các công cụ huy động vốn, trái phiếu, cổ phiếu ra thị trường tài chính khu vực và quốc tế.

Dịch vụ tín dụng và đầu tư cho nền kinh tế: Áp dụng các thông lệ quốc tế trong hoạt động tín dụng của các NHTM. Đa dạng hoá và nâng cao chất lượng các dịch vụ tín dụng dưới các hình thức cấp tín dụng: cho vay, chiết khấu giấy tờ có giá, bảo lãnh, bao thanh toán, thấu chi, cho thuê tài chính, tạm ứng và các hình thức cấp tín dụng khác để đáp ứng tốt hơn nhu cầu vốn cho đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh và tiêu dùng của nền kinh tế.

Dịch vụ thanh toán: Mở rộng các hình thức thanh toán quốc tế (thư tín dụng, bao thanh toán, chuyển tiền quốc tế,...) nhằm hỗ trợ các hoạt động đầu tư quốc tế và xuất nhập khẩu hàng hoá, dịch vụ. Mở rộng các dịch vụ làm đại lý phát hành và thanh toán thẻ, séc quốc tế, đồng thời từng bước mở rộng phát hành thẻ thanh toán quốc tế của NHTM Việt Nam. Tạo điều kiện thuận lợi phát triển dịch vụ chuyển tiền kiều hối qua hệ thống ngân hàng và có các biện pháp hữu hiệu để thu hút kiều hối qua hệ thống ngân hàng, đồng thời có cơ chế quản lý phù hợp để hạn chế tình trạng đô la hoá. Tổ chức các chương trình tuyên truyền, quảng cáo về dịch vụ kiều hối và chuyển tiền quốc tế. Thiết lập kênh chuyển tiền kiều hối trực tiếp với các

ngân hàng đại lý ở các quốc gia có nhiều người Việt Nam sinh sống và làm việc. Mở rộng các điểm chi trả kiều hối và các phương thức chi trả kiều hối thuận tiện.

Dịch vụ ngoại hối và các dịch vụ khác: Tập trung các nguồn ngoại tệ vào hệ thống ngân hàng để đáp ứng tốt nhất các nhu cầu chính đáng, hợp pháp về ngoại tệ của các doanh nghiệp và cá nhân. Bảo đảm quyền sở hữu, mua, bán và sử dụng ngoại tệ của các doanh nghiệp và cá nhân theo quy định của pháp luật. Cùng cố, chấn chỉnh hoạt động thu đổi ngoại tệ, đồng thời tiếp tục mở rộng hợp lý mạng lưới đại lý, bàn thu đổi ngoại tệ để tạo điều kiện thu hút ngoại tệ trôi nổi trên thị trường và phục vụ nhu cầu của người cư trú và không cư trú. Tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, cá nhân tiếp cận thị trường ngoại hối và các dịch vụ ngoại hối và các NHTM triển khai các dịch vụ quản lý rủi ro và các nghiệp vụ ngân hàng đầu tư và kinh doanh tiền tệ mới, đặc biệt là các nghiệp vụ phái sinh tiền tệ, lãi suất, tỷ giá (giữa VND và các loại ngoại tệ; giữa các loại ngoại tệ, kể cả vàng) trên thị trường tài chính trong nước và quốc tế theo thông lệ quốc tế để góp phần đáp ứng tốt hơn nhu cầu sử dụng ngoại tệ của khách hàng, nâng cao khả năng phòng ngừa rủi ro tỷ giá và lãi suất liên quan đến các tài sản và thu nhập bằng ngoại tệ của các NHTM, doanh nghiệp và cá nhân, đồng thời thúc đẩy thị trường tài chính phát triển.

- Tăng cường tiềm lực tài chính cho các NHTM Việt Nam. Thực hiện thành công những đề án đã được Chính phủ phê duyệt về chấn chỉnh, sắp xếp lại các NHTM NN, xử lý dứt điểm nợ tồn đọng, tiếp tục bổ sung vốn điều lệ, tiến tới xoá bỏ cơ chế bao cấp và buộc các ngân hàng này phải hoạt động thực sự theo nguyên tắc thị trường, từng bước nói lỏng những hạn chế về tham gia cổ phần của các trung gian tài chính nước ngoài tại Việt Nam theo lộ trình đã cam kết trong các hiệp định song phương, đa phương về thương mại dịch vụ.

Xây dựng đề án tăng cường năng lực tài chính (tăng vốn tự có, xử lý các tồn đọng tài chính, chủ yếu là nợ xấu) của các NHTM nhà nước theo chuẩn mực, thông lệ quốc tế và lộ trình cổ phần hoá các NHTM nhà nước.

Tăng vốn tự có qua nhiều hình thức khác nhau (huy động từ thị trường qua phát hành cổ phiếu, trái phiếu, Nhà nước bổ sung và lợi nhuận để lại) và qui mô tài sản có trên nguyên tắc bảo đảm tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu theo chuẩn mực quốc tế

(8%); nâng cao chất lượng tài sản có (giảm, tỷ trọng tài sản có rủi ro, tăng tỷ trọng tài sản có sinh lời trong tổng tài sản có);

Đẩy mạnh xử lý nợ xấu theo thông lệ và chuẩn mực quốc tế; Giảm nợ xấu đi đôi với xây dựng cơ chế kiểm soát, giám sát hữu hiệu chất lượng tín dụng. Thực hiện phân loại nợ và trích lập dự phòng rủi ro theo thông lệ quốc tế và lập báo cáo tài chính theo tiêu chuẩn báo cáo tài chính quốc tế (IFRS). Xây dựng và triển khai phương án xử lý nợ xấu của các NHTM trên cơ sở chuẩn mực và thông lệ quốc tế về kế toán, phân loại tín dụng và trích lập dự phòng rủi ro;

Đẩy mạnh cổ phần hoá các NHTM NN gắn liền với tăng vốn tự có, đảm bảo tỷ lệ an toàn vốn theo chuẩn mực quốc tế. Triển khai đúng tiến độ cổ phần hoá Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam và Ngân hàng Nhà Đồng bằng sông Cửu Long; xem xét, lựa chọn cho phép các nhà đầu tư nước ngoài, đặc biệt các TCTD có tiềm lực tài chính, công nghệ và quản lý mua cổ phần và tham gia quản trị, điều hành các NHTM nhà nước sau cổ phần hoá. Hoàn thành cổ phần hoá Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam và Ngân hàng Nhà Đồng bằng Sông Cửu Long (trước năm 2011).

Tiếp tục triển khai đề án chấn chỉnh các NHTM cổ phần theo hướng tăng cơ sở vốn và qui định an toàn, cơ cấu lại những ngân hàng yếu kém, nhanh chóng lành mạnh hoá tình hình tài chính, làm sạch bảng cân đối tiền tệ, có biện pháp giải quyết các khoản nợ đầu tư và cho vay không hiệu quả.

Đảm bảo NHTM huy động vốn và phân bổ tín dụng có hiệu quả, an toàn, chủ động trong việc ra quyết định kinh doanh, phát triển các loại hình dịch vụ, tự tìm kiếm khách hàng theo nguyên tắc thị trường, từng bước nâng cao hiệu quả hoạt động, có khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước và vươn ra thị trường quốc tế, đáp ứng yêu cầu công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

- Cơ cấu lại hệ thống Ngân hàng theo hướng giảm dần bảo hộ các NHTM trong nước, đặc biệt về hệ thống tín dụng và cơ chế tái cấp vốn, phân biệt chức năng của NHNN và NHTM Nhà Nước tăng cường quyền tự chủ và tự chịu trách nhiệm của các NHTM trong kinh doanh, giảm dần bao cấp đối với các NHTM Nhà Nước,

áp dụng đầy đủ hơn các thiết chế và chuẩn mực quốc tế về an toàn trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng.

Tiếp tục hoàn thiện hệ thống luật pháp nhằm tạo hành lang pháp lý có hiệu lực, đảm bảo sự bình đẳng, an toàn cho mọi tổ chức dịch vụ hoạt động trên lãnh thổ Việt Nam trong lĩnh vực tín dụng, dịch vụ ngân hàng và những nghiệp vụ tài chính khác, gây sức ép đổi mới và tăng hiệu quả lên các NHTM Việt Nam cũng như giảm chi phí, nâng cao chất lượng dịch vụ, có khả năng tự bảo vệ trước cạnh tranh quốc tế trong quá trình hội nhập.

Chủ động và tích cực chuẩn bị điều kiện tham gia thị trường tài chính quốc tế thông qua hoạt động phát hành cổ phiếu, trái phiếu ngân hàng và các loại giấy tờ có giá khác.

Củng cố và phát triển các hoạt động cung ứng dịch vụ ngân hàng, xây dựng và hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu đánh giá mức độ an toàn và hiệu quả kinh doanh ngân hàng phù hợp với chuẩn mực quốc tế và thực tiễn Việt Nam, tiến tới tạo lập môi trường bình đẳng về quyền kinh doanh cho các định chế tài chính - ngân hàng trong nước và nước ngoài.

Xây dựng kế hoạch chuyển đổi tự do VND, thực hiện thanh toán bằng VND trên lãnh thổ Việt Nam, tạo lập môi trường kinh doanh tiền tệ và cung ứng dịch vụ ngân hàng theo cơ chế thị trường.

3.2.4. Đa dạng hóa các dịch vụ và phương thức xuất khẩu của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Đẩy nhanh quá trình tích tụ vốn và tài sản để hình thành được ít nhất một số tập đoàn tài chính - ngân hàng có qui mô hoạt động lớn, trình độ công nghệ hiện đại, quản trị, điều hành tiên tiến và có khả năng cạnh tranh quốc tế. Khuyến khích một số NHTM lớn có đủ điều kiện và năng lực trở thành thành viên chủ đạo, có vai trò kiến tạo trên các thị trường tiền tệ, đặc biệt là thị trường phái sinh tiền tệ để tăng tính thanh khoản của thị trường tiền tệ, chủ động đa dạng hóa các phương thức xuất khẩu dịch vụ ngân hàng.

Đẩy mạnh triển khai các hoạt động tín dụng trong khuôn khổ các dự án quốc tế (dịch vụ cho vay), đồng thời tiếp tục thu hút các nguồn vốn ODA, vay song phương, hỗ trợ tài chính của Chính phủ và các tổ chức nước ngoài (dịch vụ huy động vốn Quốc tế) để tạo nguồn tài trợ cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các dự án phát triển quốc gia, phát triển nông nghiệp, nông thôn và các đối tượng chính sách xã hội qua hệ thống ngân hàng.

Phát triển các kênh phân phối nước ngoài qua các hình thức hiện diện thương mại (chi nhánh, pháp nhân, đơn vị trực thuộc) của NHTM Việt Nam ở nước ngoài, đặc biệt ở các quốc gia, vùng lãnh thổ có quan hệ đầu tư, thương mại lớn và có tiềm năng phát triển với Việt Nam (Mỹ, EU và Châu á) để từng bước thâm nhập và cạnh tranh cung cấp dịch vụ ngân hàng trên thị trường quốc tế. Mở rộng quan hệ đại lý quốc tế để cung cấp các dịch vụ ngân hàng qua biên giới. Tăng cường tham gia hệ thống chuyển tiền nhanh quốc tế, các hiệp định thanh toán và chuyển tiền song biên và đa biên với các đối tác ở các thị trường có quan hệ trao đổi thương mại và đầu tư lớn với Việt Nam nhằm tạo ra giá trị gia tăng trong xuất khẩu dịch vụ ngân hàng.

Đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam qua biên giới. Trong các hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các NHTM thì hoạt động xuất khẩu qua biên giới là hoạt động dễ dàng và ít tốn kém nhất do các NHTM không cần phải thiết lập trực tiếp hệ thống hoạt động ở nước ngoài mà chỉ thực hiện cung cấp dịch vụ của mình ngay tại trong nước để khách hàng thực hiện các phương án dự án ở nước ngoài.

Hoạt động giao thương hàng hóa và dịch vụ giữa Việt nam và các nước trên Thế giới ngày các phát triển, doanh số hoạt động ngày càng gia tăng. Đây chính là điều kiện cần và đủ để các NHTM Việt Nam có thể đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu dịch vụ qua biên giới.

Việc tăng cường đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các NHTM qua biên giới chính là đồng hành cùng các doanh nghiệp và cá nhân Việt Nam, cung cấp các dịch vụ của ngân hàng thương mại tới các doanh nghiệp và cá nhân Việt Nam như: Cho vay xuất khẩu, cho vay xuất khẩu lao động, thanh toán quốc tế,

Các NHTM Việt Nam cũng cần phải nghiên cứu kỹ những điều kiện để phát triển xuất khẩu dịch vụ theo phương thức tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài và hiện diện của thể nhân (đặc biệt là phương thức hiện diện của thể nhân) nhằm tìm ra những dịch vụ xuất khẩu mới gắn với phương thức tiêu dùng dịch vụ ở nước ngoài và hiện diện của thể nhân phù hợp với thông lệ và tiêu chuẩn Quốc tế.

3.2.5. Tăng cường các hoạt động xúc tiến xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Để có thể tham gia sâu rộng vào thị trường tài chính toàn cầu, việc thúc đẩy các hoạt động nhằm củng cố quan hệ hợp tác với các tổ chức, tài chính tiền tệ quốc tế là hết sức cần thiết nhằm khai thác tối đa sự hỗ trợ của các tổ chức tài chính quốc tế và các đối tác song phương và đa biên cho ngành Ngân hàng.

Thông qua NHNN Việt Nam, các NHTM Việt Nam cần tích cực tham gia vào các Hội nghị thường niên ADB, WB, IMF; các chương trình hợp tác song phương, đa phương trong lĩnh vực tài chính Ngân hàng; hiệp hội các tổ chức tài chính tài trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ nhằm tranh thủ sự hỗ trợ của các tổ chức tài chính quốc tế về lĩnh vực tài chính ngân hàng.

Tăng cường hợp tác quốc tế, tích cực tham gia các chương trình và thể chế hợp tác, giám sát, trao đổi thông tin với các khối liên kết kinh tế khu vực và quốc tế, xây dựng hệ thống thông tin ngân hàng theo tiêu chuẩn quốc tế và xu hướng phát triển hiện nay.

Nâng cao vị thế, thương hiệu và văn hóa của các NHTM Việt Nam thông qua các Hội nghị, các diễn đàn quốc tế và khu vực. Tích cực mở rộng hoạt động ra nước ngoài của các NHTM Việt Nam, đặc biệt là hiện diện thương mại.

3.2.6. Tăng cường liên kết hợp tác trong xuất khẩu dịch vụ của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Hiện nay ở Việt Nam hầu hết các NHTM còn nhỏ bé cả về qui mô và vốn. Việc cung cấp các dịch vụ Ngân hàng, đặc biệt là các dịch vụ Ngân hàng quốc tế còn những hạn chế nhất định. Mỗi Ngân hàng chỉ mạnh về một hoặc một vài dịch vụ. Để tăng cường khả năng cung cấp các dịch vụ Ngân hàng quốc tế, các NHTM

phải tăng cường hợp tác với nhau trong việc cung cấp các dịch vụ Ngân hàng quốc tế. Việc các NHTM liên kết cùng tham gia vào hệ thống Banknet để thực hiện các dịch vụ thẻ tín dụng quốc tế là một minh chứng.

Các dịch vụ khác như hoán đổi ngoại tệ giữa các NHTM, thanh toán quốc tế, thanh toán biên mậu, cần phải tăng cường liên kết cũng như hợp tác nhằm tạo ra sức mạnh tổng thể cạnh tranh trực tiếp với các NHNNg tại Việt Nam cũng như các NHNNg trên Thế giới.

Việc tăng cường liên kết hợp tác giữa các NHTM Việt Nam không những tạo ra được sức mạnh tổng hợp mà còn tạo sự bền vững cho các NHTM Việt Nam trong các hoạt động xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng.

Việc tăng cường sự liên kết, hợp tác giữa các NHTM không chỉ dừng lại ở việc cung cấp các dịch vụ xuất xứ mà còn liên kết hợp tác trong việc nghiên cứu và phát triển sản phẩm, dịch vụ ngân hàng mới, chuyển giao công nghệ, các dịch vụ ngân hàng quốc tế theo nhu cầu thị trường. Phát triển hệ thống dịch vụ ngân hàng đa dạng, gắn kết chặt chẽ với nhau (tín dụng và phi tín dụng; giữa dịch vụ ngân hàng và dịch vụ tài chính phi ngân hàng) để khai thác có hiệu quả năng lực công nghệ, nhân lực và quản trị của các NHTM, cung cấp nhiều dịch vụ ngân hàng có chất lượng theo tiêu chuẩn, thông lệ quốc tế và với giá hợp lý, đồng thời quản lý có hiệu quả chi phí hoạt động và khuyến khích các tổ chức, cá nhân đầu tư và sử dụng có hiệu quả các tài sản. Từng bước tự do hoá gia nhập thị trường và khuyến khích các TCTD cạnh tranh bằng chất lượng dịch vụ, công nghệ, uy tín, thương hiệu thay vì dựa chủ yếu vào giá cả dịch vụ và mở rộng mạng lưới.

3.2.7. Xây dựng và phát triển thương hiệu của các Ngân hàng thương mại Việt Nam

Có thể nói rằng, thương hiệu có vai trò quyết định đến sự tồn tại và phát triển của các ngân hàng, đặc biệt trong thời kỳ suy thoái kinh tế toàn cầu. Sự đổ vỡ hàng loạt các thương hiệu ngân hàng lớn tại Mỹ trong thời gian vừa qua đã rút ra một bài học lớn cho các ngân hàng muốn trụ vững để có thể song hành cùng nền kinh tế vượt qua giai đoạn khó khăn nhất của chu kỳ suy thoái là “các NHTM Việt Nam

cần xây dựng thương hiệu của mình phải có điểm khác biệt, độ nhận diện cao, được quốc tế hóa và truyền tải được những giá trị độc đáo vừa đúng lúc vừa xoáy thẳng vào ước muốn của khách hàng” và đây cũng là định hướng quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu của các NHTM Việt Nam trong thời gian tới.

Tuy nhiên, ở chừng mực nào đó, cho đến nay, hệ thống ngân hàng Việt Nam chưa thực sự có một thương hiệu tốt, chưa một ngân hàng nào tạo được sự “tin cậy” cao cho khách hàng. Nhiều vụ tai tiếng trong lĩnh vực ngân hàng thời gian qua đã có tác động bất lợi đến thương hiệu của ngành Ngân hàng. Có thể có một vài ngân hàng có những sản phẩm dịch vụ được xã hội biết đến, như thanh toán quốc tế, phát hành thẻ của Vietinbank, VCB, ACB, Sacombank, Đông Á, Eximbank...; các sản phẩm bán lẻ của Techcombank; Sacombank; Đối với vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa các hoạt động huy động và vay vốn người dân biết đến là NHNo&PHNT, NH CSXH... Nhưng nhìn chung, thương hiệu của ngành Ngân hàng còn mờ nhạt so với thế giới.

Để xây dựng và phát triển được thương hiệu của các NHTM Việt Nam thì thương hiệu đó phải đạt được mục tiêu:

- Phải xác định được giá trị cốt lõi và định vị được thương hiệu trên thị trường quốc tế, và từng ngân hàng phải định vị được thương hiệu độc nhất của mình trên thị trường trong nước và quốc tế.
- Nhất thể hóa được hình ảnh của NHTM bằng hệ thống nhận diện nhất định, mà hệ thống nhận diện đó thể hiện những giá trị cốt lõi của NHTM.
- Nhất thể hóa ý chí và hành động của cán bộ và lãnh đạo của NHTM trong việc thể hiện ra bên ngoài hình ảnh của ngân hàng.
- Tạo cơ sở nền tảng để quản trị có hiệu quả thương hiệu của ngân hàng tại tất cả các cấp độ trong hệ thống ngân hàng.

Để đạt được mục tiêu này, Chiến lược kinh doanh của các NHTM Việt Nam phải có mối quan hệ qua lại mật thiết với định hướng xây dựng thương hiệu để đạt được mục tiêu cao nhất, vì vậy, trong chiến lược phát triển kinh doanh của mình các ngân hàng phải đảm bảo:

- Lợi nhuận tăng trưởng vững chắc: Mục tiêu cuối cùng trong hoạt động của NHTM đó là lợi nhuận. Theo đó, ngân hàng phải sử dụng tổng thể các biện pháp để gia tăng về quy mô tài sản nhằm tối đa hoá lợi nhuận. Đây là tiêu chí quan trọng để tạo sự tin cậy của khách hàng;

- Khách hàng ngày càng tăng một cách ổn định: Các khách hàng truyền thống, khách hàng cũ duy trì đều đặn các giao dịch với ngân hàng. Đồng thời lượng khách hàng mới, khách hàng tiềm năng của ngân hàng cũng không ngừng gia tăng. Chính sự hài lòng, sự thỏa mãn về tiện ích, chất lượng, thái độ giao dịch, tính an toàn... của các sản phẩm, dịch vụ mà ngân hàng cung ứng cho khách hàng tạo nên mối quan hệ hiệu quả với khách hàng;

- Các sản phẩm, dịch vụ mới của ngân hàng được chấp nhận nhanh chóng trên thị trường: Các sản phẩm và dịch vụ mới lần đầu được cung cấp ra thị trường sẽ đi kèm với các hoạt động Marketing. Theo đó, khách hàng, thị trường nhanh chóng chấp nhận các sản phẩm dịch vụ đó với mức độ không ngừng gia tăng và mở rộng. Như vậy nó cũng thể hiện giá trị của thương hiệu ngân hàng.

Bên cạnh đó, để đưa ra các định hướng xây dựng thương hiệu có hiệu quả, các ngân hàng cần:

- Tiến hành khảo sát khách hàng và khảo sát nội bộ để định vị thương hiệu hiện tại trên thị trường là nội dung tối cần thiết trước khi tiến hành bất kỳ một hành động nào liên quan đến chiến lược phát triển thương hiệu. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến định hướng phát triển thương hiệu sau này và cũng giúp ích cho chiến lược phát triển kinh doanh của doanh nghiệp;

- So sánh nhóm khách hàng của ngân hàng với thị trường của ngân hàng và khả năng cạnh tranh của ngân hàng để lựa chọn và phát triển thương hiệu một cách thích hợp nhất với mong đợi của khách hàng, đáp ứng được những kỳ vọng của khách hàng thì mới có cơ hội tồn tại. Đồng thời xây dựng thương hiệu phải có tính khác biệt, có nghĩa là phải tạo ra sự khác biệt giữa thương hiệu của một ngân hàng với các ngân hàng khác có cùng đối tượng khách hàng.

- Phát triển và mở rộng năng lực vốn có của ngân hàng để tạo lòng tin với khách hàng và chiếm ưu thế trên thị trường nhờ phát huy thế mạnh của mình. Chỉ những ngân hàng tạo dựng được niềm tin với khách hàng mới duy trì được sự gắn bó, lòng trung thành của khách hàng đối với thương hiệu của mình. Và chỉ có lòng trung thành của khách hàng mới giúp ngân hàng đứng vững trong môi trường cạnh tranh gay gắt.

- Xây dựng Sổ tay thương hiệu, trong đó xác định rõ các yếu tố cốt lõi của thương hiệu; thiết kế hệ thống cơ bản các dấu hiệu nhận diện thương hiệu, biểu tượng thương hiệu, cấu trúc thương hiệu...; xây dựng các văn bản quy phạm cho việc quản lý thương hiệu nội bộ; xây dựng các hướng dẫn cơ bản cho công việc quản lý và phát triển thương hiệu...

- Ngoài ra, các NHTM cần tiến hành định giá thương hiệu. Đây là công việc vô cùng quan trọng để khẳng định thêm giá trị cốt lõi của thương hiệu.

3.2.8. Cơ cấu lại tổ chức của các Ngân hàng thương mại Nhà nước đáp ứng nhu cầu phát triển trong điều kiện hội nhập Quốc tế

Không phải chỉ ở Việt Nam, mà ngay cả những Quốc gia rất coi trọng mô hình Ngân hàng chuyên doanh với qui mô vừa và nhỏ như ở Mỹ, Canada, Anh, ... thì theo qui luật của tập trung và tích tụ tư bản, ở đó vẫn xuất hiện những tập đoàn Ngân hàng đa năng, đa sở hữu. Để các NHTM Nhà nước ở Việt Nam thực sự lớn mạnh, hướng phát triển thành các tập đoàn Ngân hàng đa năng, đa sở hữu, đóng vai trò chủ đạo, chủ lực vẫn rất cần thiết và là xu hướng tất yếu ngay cả khi các Ngân hàng này đã được cổ phần hoá. Để phát triển nhanh các dịch vụ xuất khẩu, các NHTM Nhà nước cần phải cơ cấu lại hoạt động và tổ chức theo hướng:

- Coi trọng tính chuyên nghiệp trong cung cấp dịch Ngân hàng, đặc biệt là dịch vụ xuất khẩu để nắm chắc đặc điểm, động thái của từng nhóm khách hàng, từng loại nghiệp vụ để phát triển thị trường trên nền tảng dịch vụ chuyên nghiệp và phát huy mạnh mẽ thành tựu công nghệ ngày càng hiện đại.

- Chuyển sang mô hình quản trị kinh doanh theo nhóm khách hàng và loại hình dịch vụ, thúc đẩy quá trình phát triển thành các tập đoàn đa năng, đa sở hữu.

- Đổi mới tổ chức bộ máy ở Hội sở chính phù hợp với thông lệ Quốc tế: Hội đồng quản trị phải là cơ quan quyền lực tối cao, có thực quyền đại diện chủ sở hữu, giám sát toàn diện hoạt động ngân hàng và ban điều hành, đồng thời chịu rủi ro cuối cùng về hoạt động của Ngân hàng.

- Phát triển hệ thống các kênh phân phối điện tử (*Như mở tài khoản online, SMS banking, mua hàng hoá qua mạng bằng thẻ Ngân hàng,...*) nhằm năng động hoá quá trình phát triển dịch vụ Ngân hàng, chuyển hướng thị trường hoặc thay đổi nhóm khách hàng mục tiêu.

- Đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ, phát triển sản phẩm dịch vụ Ngân hàng mới dựa trên cơ sở công nghệ tiên tiến về nghiệp vụ bán lẻ, thanh toán và giao dịch trên phạm vi toàn cầu.

3.2.9. Tăng cường năng lực tài chính và quản trị điều hành cho hệ thống các Ngân hàng thương mại cổ phần

Khối các NHTM cổ phần hiện nay vẫn còn nhiều Ngân hàng có qui mô vốn nhỏ, chưa đủ mức vốn tối thiểu theo qui định là 3.000 tỷ đồng; vẫn còn những Ngân hàng yếu kém về hiệu quả kinh doanh. Những NHTM cổ phần có qui mô nhỏ, hiệu quả kinh doanh thấp cần phải tính đến phương án sáp nhập, hợp nhất hoặc bán cho những Ngân hàng lớn, kể cả Ngân hàng nước ngoài.

Đảm bảo quyền kinh doanh của các Ngân hàng và tổ chức tài chính nước ngoài theo các cam kết Quốc tế đã ký kết. Khuyến khích các Ngân hàng và tổ chức tài chính nước ngoài tham gia vốn và quản trị điều hành các NHTM cổ phần trong nước nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và tạo ra các sản phẩm dịch vụ Quốc tế.

Hệ thống các NHTM cổ phần sẽ hoạt động song song, bình đẳng với các tập đoàn Ngân hàng lớn và cùng chịu sự thanh tra giám sát của NHNN nhằm phát triển mạnh các dịch vụ Ngân hàng hiện đại đáp ứng nhu cầu đa tiện ích của khách hàng trên toàn cầu.

3.3. Kiến nghị với Nhà nước

3.3.1. Tăng cường hành lang pháp lý cho hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các ngân hàng thương mại Việt Nam

Tiếp tục nghiên cứu và khẩn trương ban hành những văn bản pháp qui mới liên quan đến các nghiệp vụ mới (chưa được qui định trong pháp luật Việt Nam) cho phù hợp với lộ trình cam kết và các hiệp định song phương, đa phương như mua bán nợ, thanh toán bằng tài sản và séc du lịch, quản lý vốn đầu tư, lưu trữ và uỷ thác, kinh doanh các sản phẩm phái sinh. Để có thể ban hành các văn bản trên một cách kịp thời sau khi nhận được đề nghị xin phép chính thức của các ngân hàng có nhu cầu kinh doanh về những lĩnh vực nêu trên, NHNN sẽ phải đầu tư nhiều thời gian và nguồn lực để tìm hiểu nghiệp vụ, mặt bằng pháp lý hiện hành cũng như qui định của các nước tương đồng về lĩnh vực liên quan. Ngoài ra, với vai trò là cơ quan quản lý toàn ngành, NHNN cần qui định hoặc thông qua một hệ thống chỉ tiêu kinh doanh ngân hàng theo chuẩn mực quốc tế để phòng ngừa rủi ro và đảm bảo an toàn cho hệ thống ngân hàng Việt Nam. Mặt khác, cần thường xuyên tiến hành đánh giá tính khả thi của các văn bản pháp qui đã ban hành, nhất là Luật NHNN, Luật các TCTD và những văn bản pháp lý điều chỉnh các dịch vụ mới để kịp thời chỉnh sửa, hình thành môi trường pháp lý đồng bộ, có hiệu lực, đảm bảo tiến độ thực hiện các cam kết hội nhập và tạo lập môi trường kinh doanh bình đẳng, an toàn cho mọi NHTM (kể cả ngân hàng nước ngoài) hoạt động trên lãnh thổ Việt Nam. Trên cơ sở đó, NHNN có thể quản lý, kiểm soát được.

Tập trung xây dựng và hoàn thiện qui chế hoạt động của thị trường tiền tệ theo hướng mở rộng khả năng phát hành các công cụ có tính thanh khoản cao và các công cụ mới của các NHTM, nâng cao khả năng kiểm soát, điều tiết thị trường của NHNN. Xây dựng thị trường tiền tệ thứ cấp nhằm đảm bảo tính thanh khoản của các công cụ thanh toán của các NHTM, làm cơ sở cho hoạt động thị trường mở, trên cơ sở đó từng bước tự do hoá lãi suất, tỷ giá.

3.3.2. Sử dụng công cụ khuyến khích tăng trưởng xuất khẩu dịch vụ

Sửa đổi cơ bản qui chế quản lý ngoại tệ và cơ chế điều hành tỉ giá theo hướng tự do hoá các giao dịch vãng lai, kiểm soát có lựa chọn các giao dịch tài khoản vốn, làm cho đồng tiền Việt Nam được tự do chuyển đổi, thực hiện trên lãnh thổ Việt Nam chỉ sử dụng tiền Việt Nam, loại bỏ dần những hạn chế về kết hối và bán ngoại tệ, về mở tài khoản thanh toán ngoại tệ ở nước ngoài cũng như sử dụng ngoại tệ trong thanh toán và tiết kiệm nội địa

Đối với hoạt động xuất khẩu nói chung, công cụ đó là tỷ giá hối đoái phù hợp, phản ánh đúng giá trị của nó, không để người xuất khẩu bị thiệt.

Không thể khuyến khích xuất khẩu nếu những đồng ngoại tệ khó khăn mới kiếm được bị mua rẻ, hay nói một cách khác bị tước đoạt một phần, có lúc lên đến trên 5%.

Tỷ giá hối đoái hãy để cho thị trường quyết định. Tỷ giá cao không chỉ khuyến khích xuất khẩu mà còn hạn chế nhập khẩu.

3.3.3. Nâng cao năng lực quản lý của Nhà nước

Thứ nhất, nâng cao năng lực quản lý điều hành. Từng bước đổi mới cơ cấu tổ chức, quy định lại chức năng nhiệm vụ của NHNN nhằm nâng cao hiệu quả điều hành vĩ mô, nhất là trong việc thiết lập, điều hành chính sách tiền tệ quốc gia và trong việc quản lý, giám sát hoạt động của các trung gian tài chính. NHNN cần phải thể hiện rõ năng lực quản lý điều hành thông qua việc quản lý toàn bộ phần vốn của Nhà nước tại các NHTM khi cổ phần hoá.

Thứ hai, phối hợp cùng Bộ Tài chính tham gia xây dựng và phát triển đa dạng thị trường vốn, tạo điều kiện chia sẻ bớt gánh nặng cung cấp vốn hiện nay mà các NHTM đang phải gánh vác.

Thứ ba, NHNN cần nhanh chóng xin phép Chính phủ để đẩy nhanh thực hiện cổ phần hóa các NHTM nhà nước, tạo điều kiện cho các ngân hàng này hoạt động an toàn và hiệu quả hơn.

Thứ tư, NHNN Việt Nam cần nhận thức được việc xuất khẩu dịch vụ ngân hàng là một thách thức rất lớn trong quá trình hội nhập và ngày càng phức tạp nhưng nếu đẩy nhanh quá trình này sẽ giúp ngành ngân hàng tận dụng được cơ hội để phát triển, qua đó nâng cao vị thế, sức cạnh tranh của hệ thống ngân hàng và của các doanh nghiệp Việt Nam trên chính trường quốc tế.

3.3.4. Tăng cường năng lực giám sát của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Cấu trúc lại mô hình và chức năng hệ thống thanh tra theo chiều dọc gồm cả 4 khâu: cấp phép, giám sát từ xa, thanh tra tại chỗ, xử lý vi phạm. Theo đó, thanh tra NHNN chủ yếu chỉ thanh tra, giám sát NHTM trung tâm nhằm nâng cao trách nhiệm của Ban lãnh đạo Ngân hàng; không bố trí nhân viên hoặc các nhóm thanh tra chuyên biệt đối với một Ngân hàng hay nhóm Ngân hàng cố định; nhiệm vụ thanh tra dựa chủ yếu vào kết quả kiểm toán độc lập, kiểm toán nội bộ và kết quả phân tích, giám sát từ xa.

Hoàn thiện quy chế kiểm toán độc lập đối với các TCTD cho phù hợp với thực tiễn Việt Nam và thông lệ quốc tế. Hoàn thiện quy chế về tổ chức và hoạt động của cơ quan kiểm toán nội bộ và hệ thống kiểm soát nội bộ trong các TCTD;

Xây dựng và triển khai khuôn khổ quy trình và phương pháp thanh tra, giám sát dựa trên cơ sở tổng hợp và rủi ro. Xây dựng hệ thống giám sát rủi ro trong hoạt động ngân hàng có khả năng cảnh báo sớm đối với các TCTD có vấn đề và các rủi ro trong hoạt động ngân hàng. Ban hành quy định mới đánh giá, xếp hạng các TCTD theo tiêu chuẩn An toàn Vốn, Chất lượng Tài sản, Quản trị, Lợi tức và Tính Thanh khoản (CAMEL(S));

Tăng cường vai trò và năng lực hoạt động của Trung tâm Thông tin tín dụng trong việc thu thập, xử lý và cung cấp thông tin tín dụng nhằm hỗ trợ hoạt động kinh doanh của các TCTD và hoạt động giám sát của NHNN đối với các TCTD;

Tiếp tục đẩy mạnh hợp tác quốc tế và tham gia các hiệp ước, thoả thuận quốc tế về giám sát ngân hàng và an toàn hệ thống tài chính. Tăng cường trao đổi thông tin với các cơ quan giám sát ngân hàng nước ngoài.

3.3.5. Công tác hạch toán, thống kê dịch vụ theo chuẩn mực quốc tế

Hiện tại, Bộ Tài chính đã ban hành 26 chuẩn mực kế toán Việt Nam. Về cơ bản các chuẩn mực đã đáp ứng được nhu cầu hướng dẫn trong quá trình lập báo cáo tài chính. Tuy nhiên, với xu thế đầu tư nước ngoài gia tăng trong điều kiện hội nhập, các tập đoàn đa quốc gia có cơ sở tại Việt Nam thường yêu cầu các Chi nhánh hoặc Công ty con tại Việt Nam trình bày Báo cáo tài chính phù hợp với Chuẩn mực báo cáo tài chính quốc tế (IFRSs).

Hiện nay, các NHTM Việt Nam, việc theo dõi, thống kê, lưu trữ dữ liệu được thực hiện theo Quyết định 477/2004/QĐ-NHNN ngày 28/04/2004 và Quyết định số 1747/2005/QĐ-NHNN ngày 01/12/2005 chưa đáp ứng được việc theo dõi, thống kê gắn với các phương thức xuất khẩu dịch vụ. Để có dữ liệu lịch sử làm cơ sở theo dõi, phân tích và xây dựng chiến lược xuất khẩu đối với các NHTM Việt Nam, công tác thống kê cần thể hiện rõ các xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam theo từng phương thức xuất khẩu hoặc các dịch vụ xuất khẩu gắn với từng phương thức xuất khẩu theo chuẩn mực Quốc tế. Có như vậy, việc điều hành mới có thể tập trung vào các mục tiêu cụ thể, chính xác.

KẾT LUẬN

Khu vực dịch vụ trong nền kinh tế Việt Nam vẫn đang trong giai đoạn kém phát triển cho dù Việt Nam đã đạt rất nhiều tiến bộ trong phát triển kinh tế trong vòng 16 năm qua, kể từ khi áp dụng chương trình đổi mới trên cả nước. Khu vực dịch vụ của Việt Nam cần nhanh chóng cải thiện tính cạnh tranh của mình khi phải đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng lớn ở cả trong và ngoài nước. Khu vực dịch vụ của Việt Nam hiện nay đóng góp khoảng 40% tổng sản phẩm và sử dụng khoảng 24% lực lượng lao động của đất nước. Mức này còn khá cách biệt rất nhiều với tỷ trọng dịch vụ trong tổng sản phẩm ở các nước đang phát triển có mức thu nhập trung bình (khoảng 55%), và ở các nước công nghiệp thu nhập cao (tỷ trọng của khu vực dịch vụ đạt khoảng 70% tổng sản phẩm). Việc phát triển một khu vực dịch vụ hiệu quả và có tính cạnh tranh quốc tế là điều đặc biệt quan trọng trong chiến lược phát triển quốc gia của Việt Nam.

Hiện nay xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam vẫn chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng giá trị xuất khẩu nhưng việc nhận thức về vai trò của xuất khẩu dịch vụ ở Việt Nam hiện nay vẫn còn hạn chế. Thông qua đề tài này, tác giả mong muốn các doanh nhân Việt Nam nhìn nhận, đánh giá phù hợp và đúng đắn hơn về vai trò của xuất khẩu dịch vụ đặc biệt là xuất khẩu dịch vụ Ngân hàng trong bối cảnh hội nhập là rất quan trọng đối với nước ta. Các NHTM Việt Nam cần phải coi xuất khẩu dịch vụ trở thành hướng ưu tiên trong chiến lược kinh doanh giai đoạn từ nay đến 2020, từ đó có những quan điểm và định hướng rất cụ thể tạo cơ sở cho việc phân bổ nguồn lực (bảo đảm các điều kiện về cơ sở hạ tầng), tổ chức xuất khẩu từng dịch vụ một cách hiệu quả.

Để có thể phát triển xuất khẩu dịch vụ của các NHTM Việt Nam, tác giả đã gợi ý 6 phương hướng có thể phát triển xuất khẩu dịch vụ cũng như những giải pháp song hành trong quá trình triển khai thực hiện. Các NHTM Việt Nam cần phải rà soát, đánh giá lại chính mình để tìm ra các nội lực sẵn có và những điều kiện cần củng cố, bổ sung để có thể cung cấp các dịch vụ xuất khẩu phù hợp với thông lệ và tiêu chuẩn Quốc tế. Mỗi NHTM Việt Nam có thể xây dựng lộ trình triển khai cho

riêng mình gắn với một hoặc nhiều phương hướng khác nhau đảm bảo kiểm soát được các rủi ro có thể xảy ra.

Từ quá trình nhìn nhận vấn đề đến việc thừa nhận vấn đề và đưa vào chương trình hành động cụ thể là cả một quá trình. Xong hy vọng rằng công trình nghiên cứu của tác giả sẽ là một tài liệu hữu ích cho các Doanh nhân, các nhà quản trị trong lĩnh vực tài chính Ngân hàng.

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ

STT	Mã NCS	Tên công trình khoa học	Tên tạp chí	Số tạp chí	Năm xuất bản	Nơi xuất bản
1	NCS28.28TM	Phát triển dịch vụ ngân hàng Việt Nam sang thị trường các nước ASEAN	Tạp chí thương mại	Số 8-2007	2007	Bộ Thương mại
2	NCS28.28TM	Phát triển mạng lưới dịch vụ ngân hàng ra nước ngoài	Thời báo tài chính Việt Nam	Số 145 (3-2007)	2007	Bộ Tài chính
3	NCS28.28TM	Năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu dịch vụ của các ngân hàng thương mại Việt Nam	Tạp chí cộng sản	Số 47 (11-2010)	2010	Trung ương Đảng cộng sản Việt Nam
4	NCS28.28TM	Phương hướng và giải pháp thúc đẩy hoạt động xuất khẩu dịch vụ của các ngân hàng thương mại Việt Nam	Tạp chí thương mại	Số 33-2010	2010	Bộ Thương mại

TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Tiếng việt

1. Bộ công thương, Cục quản lý cạnh tranh (2010), *Báo cáo đánh giá cạnh tranh trong 10 lĩnh vực của nền kinh tế*, Tài liệu hội thảo.
2. Bộ Kế hoạch và Đầu tư, UNDP, Vụ Thương mại Dịch vụ (2004), *Nghiên cứu chuyên đề về chiến lược phát triển của một số ngành dịch vụ Việt Nam: Viễn thông, Tài chính, Vận tải biển, Vận tải hàng không, Du lịch và Ngân hàng*, tài liệu Hội thảo.
3. Bộ tài chính (2006), *Kỷ yếu Hội nghị Bộ trưởng tài chính APEC lần thứ 13*, NXB Hà Nội, Hà Nội.
4. George R. G. Clarke, Robert Cull, and Maria Soledad Martinez Peria (2001), *Sự thâm nhập của ngân hàng nước ngoài có giảm tiếp cận tín dụng tại các nước đang phát triển hay không? Bằng chứng từ việc hỏi những người vay*, Tài liệu nghiên cứu.
5. George Clarke, Robert Cull, Maria Soledad Martinez Peria, and Susana M. Sánchez (2001), *Sự ra nhập của ngân hàng nước ngoài: Kinh nghiệm, bài học cho các nước đang phát triển, và kế hoạch nghiên cứu thêm*, Tài liệu nghiên cứu.
6. Công ty cổ phần chứng khoán Bảo Việt (2008), *Báo cáo phân tích ngành Ngân hàng*, Tài liệu Hội nghị.
7. Huỳnh Nam Dũng (1999), *Hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam: Các thách thức và hội nhập*, Tài liệu nghiên cứu.
8. Nhà xuất bản chính trị Quốc gia (2002), *Hiệp định thương mại giữa Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam với các nước*, NXB CTQG, Hà Nội.
9. Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam (2003), *Báo cáo hội thảo về Hội nhập kinh tế Quốc tế của Ngân hàng Việt nam*, Hà nội.
10. Dương Huy Hoàng (2010), *Thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ của Việt Nam khi là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO)*, Luận án tiến sĩ kinh tế.
11. IMF tại Việt Nam (2003), *Nghiên cứu điều tra về Hệ thống tài chính Việt Nam và các thị trường mới nổi*, Tài liệu tư vấn.

12. Phùng Khắc Kế (2003), *Ra nhập WTO và cải cách ngân hàng tại Việt Nam*, Hà nội.
13. Nguyễn Đại Lai (2004), *Hỗ trợ nghiên cứu phân tích hệ thống các qui định về biện pháp thận trọng trong hoạt động Ngân hàng tại Việt Nam và khả năng thay đổi để đảm bảo an toàn hệ thống và phù hợp với các qui tắc thương mại mà Việt Nam ký kết*, Tài liệu nghiên cứu.
14. Phạm Bảo Lâm (2005), *Tác động đối với dịch vụ Ngân hàng sau khi Việt Nam gia nhập WTO*, Tài liệu nghiên cứu.
15. Aaditya Mattoo (2002), *Các dịch vụ tài chính và các cam kết tự do hoá theo Tổ chức Thương mại Quốc tế của các nền kinh tế đang phát triển và chuyển tiếp*, Tài liệu nghiên cứu.
16. Gianni De Nicoló, Philip Bartholomew, Tahanara Zaman, Mary Zephinin (2003), *Hợp nhất ngân hàng, quốc tế hoá và tập đoàn hoá: Các xu hướng và bài học đối với rủi ro tài chính*, Nghiên cứu của IMF WP/03/158, Hà Nội.
17. Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (2008), *Báo cáo thường niên năm 2008*, Hà nội.
18. Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam (2009), *Báo cáo thường niên năm 2009*, Hà nội.
19. Ngân hàng Liên doanh Việt Lào (2010), *Báo cáo 10 năm Lao - Viet Bank*, Lào.
20. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2009), *Báo cáo kết quả triển khai tiểu dự án thanh toán điện tử liên Ngân hàng giai đoạn II*, Tài liệu Hội nghị.
21. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2007), *Báo cáo tình hình thực hiện nhiệm vụ Ngân hàng năm 2007*, Hà Nội.
22. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2008), *Báo cáo tình hình thực hiện nhiệm vụ Ngân hàng năm 2008*, Hà Nội.
23. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2009), *Báo cáo tình hình thực hiện nhiệm vụ Ngân hàng năm 2009*, Hà Nội.
24. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2008), *Báo cáo thường niên năm 2008*, Hà Nội.
25. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2009), *Báo cáo thường niên năm 2009*, Hà Nội.
26. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2006), *Ngân hàng Việt Nam phát triển và hội nhập*, NXB Thanh Niên, Hà Nội.

27. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Viện nghiên cứu Khoa học Ngân hàng, Vụ Chiến lược Phát triển Ngân hàng và Ngân hàng Công thương Việt Nam (2003), *Những thách thức của Ngân hàng thương mại Việt Nam trong cạnh tranh và hội nhập quốc tế*, Tài liệu hội thảo.
28. Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (2008), *Báo cáo thường niên năm 2008*, Hà Nội.
29. Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (2009), *Báo cáo thường niên năm 2009*, Hà Nội.
30. Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín (2008), *Báo cáo thường niên năm 2008*, Hà Nội.
31. Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín (2009), *Báo cáo thường niên năm 2009*, Hà Nội.
32. Nguyễn Đức Thảo (2004), *Chiến lược cho phát triển các dịch vụ Ngân hàng ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Hà nội.
33. Lê Xuân Quyền (2008), *Phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại tại Ngân hàng Công thương Việt Nam*, Luận văn Thạc sĩ kinh tế.
34. Tổ chức Thương mại Thế giới (1995), *Hiệp định chung về thương mại dịch vụ*, Uruguay.
35. Tổng cục Thống kê (2007), *Niên giám Thống kê năm 2007*, NXB thống kê, Hà Nội.
36. Tổng cục Thống kê (2008), *Niên giám Thống kê năm 2008*, NXB thống kê, Hà Nội.
37. Tổng cục Thống kê (2009), *Niên giám Thống kê năm 2009*, NXB thống kê, Hà Nội.
38. Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế, Bộ Thương mại (2003), *Đề án Quốc gia về nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hoá và dịch vụ Việt Nam: Lĩnh vực dịch vụ*, Đề tài cấp bộ, Hà Nội.
39. Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương và Chương trình phát triển Liên Hiệp Quốc, dự án Vie 01/025 (2003), *Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia*, NXB Giao thông Vận tải, Hà Nội.

B. Tiếng anh

1. CIEM, Friedrich Ebert Stiftung (2004), *Vietnam's active preparations for WTO accession: trade in services*, Culture-Information Publishing House.
2. Deardorff, A (2002), *International provision of trade services, trade, and fragmentation*, World Bank Research Working Paper No. 2548.
3. Fortune (2004), *Global 500 rankings*.
4. IMF (2003), *Vietnam Statistical Appendix*.
5. IMF (2004), *International Financial Statistics*.
6. Industry Commission (1997), *Exports of government services*, Canberra: Australian Government Publishing Services.
7. International Trade Centre UNCTAD/WTO (2004), *Do developing countries export services?*.
8. Singapore Ministry of Trade and Industry (1986), *The Singapore economy: New directions*, Government of Singapore.
9. World Bank (2005), *World Development Report 2005*.
10. World Economic Forum (2004), *The global competitiveness report 2003-2004*, New York: Oxford University Press.
11. World Trade Organization (2004), *World trade report 2004*, Geneva: World Trade Organization.

DANH MỤC PHỤ LỤC

Phụ lục số 1: Các tổ chức tín dụng Nhà nước

Phụ lục số 2: Ngân hàng Thương mại Cổ phần đô thị

Phụ lục số 3: Ngân hàng liên doanh

Phụ lục số 4: Chi nhánh Ngân hàng nước ngoài

Phụ lục số 5: Ngân hàng 100% vốn nước ngoài

Phụ lục số 6: Công ty tài chính

Phụ lục số 7: Công ty cho thuê tài chính

Phụ lục số 8: Văn phòng đại diện Ngân hàng nước ngoài

Phụ lục số 1: Các tổ chức tín dụng Nhà nước

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Địa chỉ trụ sở chính
1	NH Chính sách xã hội Việt Nam	131/2002/QĐ- TTg ngày 04/10/2002	8.988	68 Đường Trường Chinh, Đống Đa, Hà Nội
2	NH Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam	280/QĐ-NH5 ngày 15/01/1996	13.400	Số 2 Láng Hạ, Ba Đình, Hà Nội
3	NH Phát triển nhà Đồng bằng sông Cửu Long	769/TTg ngày 18/09/1997	816	Số 9 Võ Văn Tần - Quận 3 - TP Hồ Chí Minh
4	NH phát triển Việt Nam	108/2006/QĐ- TTg ngày 19/05/2006	5.000	25A Cát Linh, Hà Nội
5	NH Đầu tư và Phát triển Việt Nam	287 /QĐ-NH5 ngày 21/09/1996	8.755	191 Bà Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Phụ lục số 2: Ngân hàng Thương mại Cổ phần đô thị

TT	Tên ngân hàng	Số đăng ký Ngày cấp	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Địa chỉ trụ sở chính
1	An Bình (An Binh Commercial Joint Stock Bank- ABB)	0031/NHGP ngày 15/04/1993 505/NHNN-CNH ngày 24/5/2005	2.705	47 Điện Biên Phủ, Q1, TPHCM
2	Bắc Á (Bac A Commercial Joint Stock Bank)	0052/NHGP ngày 01/09/1994	1.314	117 Quang Trung. TP Vinh. Nghệ An
3	Dầu khí Toàn Cầu (Global Petro Commercial Joint Stock Bank)	0043/NHGP ngày 13/11/1993 31/QĐ-NHNN ngày 11/01/2006	1.000	14 Ngô Quyền-Hà Nội
4	Gia Định (Gia Dinh Commercial Joint Stock Bank)	0025/NHGP ngày 22/08/1992	1.000	135 Phan Đăng Lưu, Q. Phú Nhuận, TPHCM
5	Hàng hải (The Maritime Commercial Joint Stock Bank)	0001/NHGP ngày 08/06/1991	2.240	Tòa nhà VIT 519 Kim Mã, Ba Đình, Hà Nội
6	Kiên Long (Kien Long Commercial Joint Stock Bank)	0054/NHGP ngày 18/09/1995 2434/QĐ-NHNN ngày 25/12/2006	1.000	44 Phạm Hồng Thái TP. Rạch giá- Tỉnh Kiên Giang
7	Kỹ Thương (Vietnam Technological and	0040/NHGP ngày 06/08/1993	3.642	70-72 Bà Triệu. Hà Nội

TT	Tên ngân hàng	Số đăng ký Ngày cấp	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Địa chỉ trụ sở chính
	Commercial Joint Stock Bank-Techcom Bank)			
8	Liên Việt (LienViet Commercial Joint Stock Bank)	91/GP-NHNN ngày 28/3/2008	3.300	32 Nguyễn Công Trứ, TX Vị Thanh, Tỉnh Hậu Giang
9	Miền Tây (Western Rural Commercial Joint Stock Bank)	0061/NHGP ngày 06/04/1992 1199/QĐ-NHNN ngày 05/06/2007	1.000	127 Lý Tự Trọng, P. An Hiệp, Quận Ninh Kiều, TP Cần Thơ
10	Mỹ Xuyên	0022/NHGP ngày 12/09/1992 2037/QĐ-NHNN ngày 16/9/2008	500	248,Trần Hưng Đạo-Phường Mỹ Xuyên-Thị xã Long Xuyên- Tỉnh An Giang
11	Nam Việt (Nam Viet Commercial Joint Stock Bank)	0057/NHGP ngày 18/09/1995 970/QĐ-NHNN ngày 18/5/2006	1.000	343 Phạm Ngũ Lão Q1, TP.HCM
12	Nam Á (Nam A Commercial Joint Stock Bank- NAMA Bank)	0026/NHGP ngày 22/08/1992	1.252	97 bis Hàm Nghi, phường Nguyễn Thái Bình, Q1, TPHCM
13	Ngoài quốc doanh (Vietnam Commercial	0042/NHGP ngày 12/08/1993	2.117	số 8 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà

TT	Tên ngân hàng	Số đăng ký Ngày cấp	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Địa chỉ trụ sở chính
	Joint Stock Bank for private Enterprise- VP Bank)			Nội
14	NH TMCP Công thương Việt Nam	285/QĐ-NH5 ngày 21/09/1996	13.400	108 Trần Hưng Đạo, Hà Nội
15	NH Ngoại thương Việt Nam	286 /QĐ-NH5 ngày 21/09/1996	12.100	198 Trần Quang Khải, Hà Nội
16	NH TMCP Bảo Việt	328/GP-NHNN ngày 11/12/2008	1500	Số 8 Lê Thái Tổ Hoàn Kiếm Hà Nội
17	Nhà Hà Nội (Habubank-HBB)	0020/NHGP ngày 06/06/1992	2.800	15-17 Ngọc Khánh-Ba Đình Hà Nội
18	Phát triển Nhà TPHCM (Housing development Commercial Joint Stock Bank-HD Bank)	0019/NHGP ngày 06/06/1992	1.550	58 Nguyễn Đình Chiểu Q1- TP.HCM
19	Phương Nam	0030/NHGP ngày 17/03/1993	2.027	279 Lý Thường Kiệt. Q11. TP HCM
20	Phương Đông (Orient Commercial Joint Stock Bank-OCB)	0061/NHGP ngày 13/04/1996	1.474	45 Lê Duẩn. Q1. TP HCM
21	Quân Đội (Military	0054/NHGP ngày	3.400	03 Liễu Giai. Q Ba

TT	Tên ngân hàng	Số đăng ký Ngày cấp	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Địa chỉ trụ sở chính
	Commercial Joint Stock Bank- MB)	14/09/1994		Đình. Hà Nội
22	Quốc tế (Vietnam International Commercial Joint Stock Bank- VIB)	0060/NHGP ngày 25/01/1996	2.000	198 B Tây Sơn-Hà Nội
23	Sài Gòn (Saigon Commercial Joint Stock Bank-SCB)	0018/NHGP ngày 06/06/1992	3.299	193- 203 Trần Hưng Đạo, Q1 TPHCM
24	Sài Gòn-Hà Nội (Saigon-Hanoi Commercial Joint Stock Bank- SHB)	0041/NHGP ngày 13/11/1993 93/QĐ-NHNN ngày 20/01/2006	2.000	77 Trần Hưng đạo- Hoàn Kiếm Hà Nội
25	Sài gòn công thương (Saigon bank for Industrial and trade)	0034/NHGP ngày 04/05/1993	1.412	Số 2C Phó Đức Chính,Q1. TPHCM
26	Sài gòn thương tín (Sacombank)	0006/NHGP ngày 05/12/1991	5.115	266-268 Nam kỳ khởi nghĩa. Q3.TPHCM
27	Tiên Phong (TienPhong Commercial Joint Stock Bank)	123/GP-NHNN ngày 05/05/2008	1.000	Tòa nhà FPT, Lô B2 Cụm SX tiểu thủ công nghiệp và công nghiệp nhỏ, P.Dịch Vọng Hậu, Cầu Giấy, Hà Nội

TT	Tên ngân hàng	Số đăng ký Ngày cấp	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Địa chỉ trụ sở chính
28	Việt Nam Thương tín (Viet Nam thuong tin Commercial Joint Stock Bank)	2399/QĐ-NHNN ngày 15/12/2006	1.000	35 Trần Hưng Đạo, TP Sóc Trăng, tỉnh Sóc Trăng
29	Việt Nam Tín Nghĩa (VietNam Tin Nghia Commercial Joint Stock Bank)	0028/NHGP ngày 22/08/1993	1,1	50bis-52 và 46/10 Phạm Hồng Thái, phường Bến thành, Quận 1 TP.HCM
30	Việt hoa (*)	0027/NHGP ngày 15/8/1992	72.9	203 Phùng Hưng- Q5-TPHCM
31	Việt Á (Viet A Commercial Joint Stock Bank)	12/NHGP ngày 09/05/2003	1.359	115-121 Nguyễn Công Trứ.Q1.TP HCM
32	Xuất nhập khẩu (Vietnam Commercial Joint Stock Export- Import Bank- Eximbank)	0011/NHGP ngày 06/04/1992	7.219	7 Lê Thị Hồng Gấm. Q1. TPHCM
33	Xăng dầu Petrolimex (Petrolimex Group Commercial Joint Stock Bank)	0045/NHGP ngày 13/11/1993 125/QĐ-NHNN ngày 12/01/2007	1.000	132-134 Nguyễn Huệ, Thị xã Cao Lãnh-Tỉnh Đồng Tháp
34	Á Châu (Asia Commercial Joint Stock Bank- ACB)	0032/NHGP ngày 24/04/1993	6.355	442 Nguyễn Thị Minh Khai. Q3. TP HCM

TT	Tên ngân hàng	Số đăng ký Ngày cấp	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Địa chỉ trụ sở chính
35	Đông Nam Á (South East Commercial Joint Stock Bank- SeaBank)	0051/NHGP ngày 25/03/1994	4.068	16 Láng Hạ, Đống Đa, Hà Nội
36	Đông Á (Dong A Commercial Joint Stock Bank-EAB)	0009/NHGP ngày 27/03/1992	2.880	130 Phan Đăng Lưu. Q Phú Nhuận. TPHCM
37	Đại Dương (Ocean Commercial Joint Stock Bank)	0048/NHGP ngày 30/12/1993 104/QĐ-NHNN ngày 9/1/2007	2.000	Số 199-Đường Nguyễn Lương Bằng - TP Hải Dương
38	Đại Tín(Great Trust Commercial Joint Stock Bank)	0047/NHGP ngày 29/12/1993 1931/QĐ-NHNN ngày 17/08/2007	1.000	145-147-149 Đường Hùng Vương, phường 2 TX Tân An tỉnh Long An
39	Đại Á (Great Asia Commercial Joint Stock Bank)	0036/NH-GP ngày 23/09/1993 2402/QĐ-NHNN ngày 11/10/2007	1.000	56-58 Đường Cách mạng tháng 8- Thành phố Biên Hoà, ĐN
40	Đệ Nhất (First Joint Stock Commercial Bank-FCB)	0033/NHGP ngày 27/04/1993	1.000	715 Trần Hưng Đạo. Q5. TPHCM

Phụ lục số 3: Ngân hàng liên doanh

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Vốn điều lệ	Địa chỉ
1	INDOVINA BANK LIMITED	135/GP-SCCI ngày 21/11/1990	100 triệu USD	39 Hàm Nghi, Q1, TPHCM
2	NH Việt-Nga VietNam-Ruissia Joint Venture Bank	11/GP-NHNN ngày 30/10/2006	62.5 triệu USD	85 Lý Thường Kiệt, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội
3	SHINHANVINA BANK	10/NH-GP ngày 04/01/1993	64 triệu USD	3-5 Hồ Tùng Mậu, Q.1, TPHCM
4	VID PUBLIC BANK	01/NH-GP ngày 25/03/1992	62.5 triệu USD	53 Quang Trung, Hà Nội
5	VINASIAM BANK (Việt Thái)	19/NH-GP ngày 20/04/1995	20 triệu USD	2 Phó Đức Chính, Q.1, TPHCM

Phụ lục số 4: Chi nhánh NH nước ngoài

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Vốn điều lệ	Địa chỉ
1	NATEXIS (Pháp)	06/NHGP ngày 12/06/1992	15 triệu USD	173 Võ Thị Sáu, Q3, TPHCM
2	ANZ (Australia & New Zealand Banking Group) (Úc)	07/NHGP ngày 15/06/1992	20 triệu USD	14 Lê Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội
3	ANZ (Australia & New Zealand Banking Group) (Úc)	08/NH-GPCN ngày 19/01/1996		TPHCM (CN phụ)
4	CALYON (Pháp)	02/NH-GP ngày 01/04/1992	20 triệu USD	21-23 Nguyễn Thị Minh Khai, TPHCM
5	CALYON (Pháp)	04/NH-GP ngày 27/05/1992		Hà Nội Tower, 49 Hai Bà Trưng, Hà Nội (CN phụ)
6	STANDARD CHARTERED BANK (Anh)	12/NH-GP ngày 01/06/1994	15 triệu USD	49 Hai Bà Trưng, Hoàn Kiếm, Hà Nội
7	Standard Chartered Bank (Anh)- Chi nhánh TP Hồ Chí Minh	12/GP-NHNN ngày 28/12/2005	15 triệu USD	Tầng 2, Saigon Trade Center, Center 37 Tôn Đức Thắng Q1, TPHCM
8	CITY BANK (Mỹ)	13/NH-GP ngày 19/12/1994	20 triệu USD	17 Ngô Quyền, Hà Nội HaNoi
9	CITY BANK (Mỹ)	35/NH-GPCN ngày 22/12/1997		TPHCM(CN phụ) HCM city Brach

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Vốn điều lệ	Địa chỉ
10	CHINFON COMMERCIAL BANK. Co,ltd, (Đài loan)	11/NH-GP ngày 09/04/1993	30 triệu USD	14 Láng Hạ, Ba Đình, Hà Nội HaNoi City Branch
11	CHINFON COMMERCIAL BANK. Co,ltd, (Đài loan)	07/NH-GPCN ngày 24/12/1994		
12	MAY BANK (Malaysia)	22/NH-GP ngày 15/08/1995	15 triệu USD	63 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội
13	MAY BANK (Malaysia)	05/GP-NHNN ngày 29/03/2005	15 triệu USD	Cao ốc Sun Wah Tower, 115 Nguyễn Huệ, Q1, TPHCM
14	ABN Amro Bank(Hà lan)	23/NHGP ngày 14/09/1995	19 triệu USD	Tầng 4. Toàn nhà SunCity 13 Hai Bà Trung
15	Bangkok Bank(Thái lan)	03/NHGP ngày 15/04/1992	15 triệu USD	35 Nguyễn Huệ, Q.1,TPHCM
16	NH Bangkok-Chi nhánh Hà Nội	48/GP-NHNN ngày 06/3/2009	15 triệu USD	Phòng 3 tầng 3 Trung tâm Quốc tế, 17 Ngô Quyền, Quận Hoàn Kiếm Hà Nội
17	Mizuho Corporate Bank(Nhật)	26/NH-GP ngày 03/07/1996	15 triệu USD	63 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội
18	Mizuho Corporate Bank- Chi nhánh TP.HCM	02/GP-NHNN ngày 30/03/2006	15 triệu USD	Tầng 18, Sun Wah, 115 đại lộ Nguyễn Huệ, Q1, TPHCM

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Vốn điều lệ	Địa chỉ
19	BNP (Banque Nationale de Paris) (Pháp)	05/NH-GP ngày 05/06/1992	15 triệu USD	SaiGon Tower, 29 Lê Duẩn, Q.1, TPHCM
20	Shinhan Bank (Hàn Quốc)	17/NH-GP ngày 25/03/1995	15 triệu USD	41 Nguyễn Thị Minh Khai, Q.1, TPHCM
21	Hongkong and Shanghai Banking Corporation (Anh)	15/NH-GP ngày 22/03/1995	15 triệu USD	235 Đồng khởi, Q.1, TPHCM
22	Hongkong Shanghai Banking Corporation (Anh)	01/NHNN-GP ngày 04/01/2005	15 triệu USD	23 Phan Chu Trinh, Q. Hoàn Kiếm, Hà Nội
23	United Overseas Bank (UOB)(Singapore)	18/NH-GP ngày 27/03/1995	15 triệu USD	17 Lê Duẩn, Q.1, TPHCM
24	Deustch Bank (Đức)	20/NH-GP ngày 28/06/1995	24 triệu USD	65 Lê Lợi, Q.1, TPHCM
25	Bank of China, HoChiMinh City Branch (Trung Quốc)	21/NH-GP ngày 24/07/1995	15 triệu USD	115 Nguyễn Huệ, Q.1, TPHCM
26	Bank of Tokyo Mishubishi UFJ (Nhật) Chi nhánh TP.HCM	24/NH-GP ngày 17/02/1996	45 triệu USD	5B Tôn Đức Thắng, Q.1, TPHCM
27	BANK OF TOKYO MISUBISHI UFJ (Nhật) - CN HN	306/NH-GPCN ngày 05/09/1998		Tầng 6, Toà nhà Pacific Place, 83 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội
28	Mega International Bank Co, HoChiMinh City Branch (Đài loan)	25/NH-GP ngày 03/05/1996	15 triệu USD	5B Tôn Đức Thắng, Q.1, TPHCM

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Vốn điều lệ	Địa chỉ
29	OCBC (Singapore)(Keppel)	27/NH-GP ngày 31/10/1996	15 triệu USD	SaiGon Tower, 29 Lê Duẩn, Q.1, TPHCM
30	Woori Bank Chi nhánh Hà Nội (Hàn Quốc)	16/NH-GP ngày 10/07/1997	15 triệu USD	360 Kim Mã, Hoàn Kiếm, Hà Nội
31	Woori Bank (Hàn Quốc)- Chi nhánh TP Hồ Chí Minh	1854/GP-NHNN ngày 20/12/2005	15 triệu USD	115 Nguyễn Huệ, Q1, TP Hồ Chí Minh
32	JP Morgan Chase Bank(Mỹ)	09/NH-GP ngày 27/07/1999	15 triệu USD	29 Lê Duẩn, Q.1, TPHCM
33	Korea Exchange Bank (KEB) (Hàn Quốc)	298/NH-GP ngày 29/08/1998	15 triệu USD	360 Kim Mã, Ba Đình, Hà nội
34	LAO-VIET Bank (Lào), Hanoi Branch	05/NH-GP ngày 23/03/2000	2,5 triệu USD	127 Đê La Thành (Đường Kim Liên mới) Quận Đống Đa- Hà Nội
35	LAO-VIET Bank (Lào), TP.HCM City Branch	08/NHGP ngày 14/4/2003	2,5 triệu USD	181 Hai Bà Trưng, Q1, TPHCM
36	Chinatrust Com.Bank HoChiMinh City Banch (Đài loan)	04/NH-GP ngày 06/02/2002	15 triệu USD	1-5 Lê Duẩn, Q1, TPHCM
37	First Commercial Bank HoChiMinh City Banch (Đài loan)	09/NHNN-GP ngày 09/12/2002	15 triệu USD	88 Đồng Khởi, Q1, TP HCM
38	FENB (Mỹ)	03/NHNN-GP ngày 20/05/2004	15 triệu USD	Số 2A-4A, Tôn Đức Thắng, Q1, TP.HCM

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Vốn điều lệ	Địa chỉ
39	Cathay United Bank ChuLai Branch, VietNam (Đài Loan)	08/GP-NHNN ngày 29/06/2005	15 triệu USD	123 Trần Quý Cáp, Thị xã Tam Kỳ, tỉnh Quảng Nam
40	Sumitomo-Mitsui Banking Corporation (Nhật Bản)(SMBC)	1855/GP-NHNN ngày 20/12/2005	15 triệu USD	Toà nhà The Landmark T9, 5B Tôn Đức Thắng, Q1, TP Hồ Chí Minh

Phụ lục số 5: NH 100% vốn nước ngoài

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Vốn điều lệ	Địa chỉ trụ sở chính
1	NH TNHH 1 Thành viên ANZ (Việt Nam)	268/GP-NHNN 9/10/2008	1.000 tỷ đồng	Toà nhà Suncity, 13 Hai Bà Trưng, Hà Nội
2	NH TNHH 1 Thành viên Hong leong Việt Nam	342/GP-NHNN ngày 29/12/2008	1.000 tỷ đồng	Phòng 1203 Sài Gòn Trade Centre, 37 Tôn Đức Thắng, Quận 1 TP.HCM
3	NH TNHH 1 thành Standard Chartered (Việt Nam)	236/GP-NHNN Ngày 8/9/2008	1.000 tỷ đồng	Toà nhà Hà Nội Towers, 49 Hai Bà Trưng Hà Nội
4	NH TNHH 1 thành viên HSBC (Việt Nam)	235/GP-NHNN ngày 8/9/2008	3.000 Tỷ đồng	235 Đồng Khởi, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM
5	NH TNHH 1 thành viên Shinhan (Việt Nam)	341/GP-NHNN 29/12/2008	1.670 tỷ đồng	Lầu 7, số 41 Nguyễn Thị Minh Khai, Quận 1, TP.HCM

Phụ lục số 6: Công ty tài chính

TT	Tên Công ty	Số và ngày cấp Giấy phép	Vốn điều lệ	Trụ sở chính
1	Cty TNHH một thành viên tài chính PPF Việt Nam (100% vốn nước ngoài)	112/GP-NHNN ngày 18/04/2008	500 tỷ đồng	Tầng 1, Cao ốc Văn phòng 194 Golden Building, 473 Điện Biên Phủ, P.25,Q. Bình Thạnh, TP.HCM
2	Cty TNHH một thành viên tài chính Prudential Việt Nam (Prudential Vietnam Finance Company Limited)	10/GP-NHNN ngày 10/10/2006	370 tỷ đồng	Trung tâm thương mại Sài Gòn, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TPHCM
3	Cty TNHH một thành viên tài chính Việt-Societe Generale (Socié General Viet Finance Company)	05/GP-NHNN ngày 08/05/2007	520 tỷ đồng	Tầng 2, dãy C, Toà nhà Lawrence S.Ting, 801 Nguyễn Văn, Linh,P.Tân Phú,Q.7, Tp HCM
4	Cty tài chính Bưu điện (Post and Telecommunication Finance Company)	03/1998/GP-NHNN ngày 10/10/1998	500 tỷ đồng	Toà nhà Ocean Park, Số 1 Đào Duy Anh, Đống Đa, Hà Nội
5	Cty tài chính Cao su (Rubber Finance Company)	02/1998/GP-NHNN ngày 06/10/1998	1000 tỷ đồng	210 Nam kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3, TP HCM
6	Cty tài chính Dệt may (Textile Finance Company)	01/1998/GP-NHNN ngày 03/08/1998	300 tỷ đồng	32 Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội

TT	Tên Công ty	Số và ngày cấp Giấy phép	Vốn điều lệ	Trụ sở chính
7	Cty tài chính Than- Khoáng sản (Mineral and Coal Finance Company)	02/GP-NHNN ngày 30/01/2007	1.000 tỷ đồng	Toà nhà Việt-Hồng, 58 Trần Nhân Tông, Hai Bà Trưng, Hà Nội
8	Cty tài chính Tàu thủy (Vietnam Shipbuilding Finance Company)	04/GP-NHNN ngày 16/03/2000	1323 tỷ đồng	120 Hàng Trống, Hoàn Kiếm, Hà Nội
9	Cty tài chính cổ phần Handico (Handico Finance Company)	157/GP-NHNN ngày 6/6/2008	350 tỷ đồng	Tầng 3, Toà nhà Thăng Long 105 Láng Hạ, Đống Đa, Hà Nội
10	Công ty TNHH một thành viên tài chính GE Money Việt Nam (GE Money Vietnam Finance Company Limited)	177/GP-NHNN ngày 20/6/2008	300 tỷ đồng	Tầng 7, Saigon Centre, 65 Lê Lợi, Q1, TP.HCM
11	Công ty TNHH một thành viên tài chính Toyota Việt Nam	208/GP-NHNN ngày 24/7/2008	300 tỷ đồng	Tầng 4, Golden Tower, 6 Nguyễn Thị Minh Khai, Q1, TP.HCM
12	Công ty Tài chính cổ phần Hoá chất	340/GP-NHNN ngày 29/12/2008	300 tỷ đồng	Toà nhà Vinachimex, số 4 Phạm Ngũ Lão, phường Phan Chu Trinh, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

TT	Tên Công ty	Số và ngày cấp Giấy phép	Vốn điều lệ	Trụ sở chính
13	Công ty Tài chính cổ phần Vinaconex Viettel	304/GP-NHNN ngày 14/11/2008	1.000 tỷ đồng	Tầng 1 Toà nhà 18T2 khu đô thị Trung hoà-Nhân chính, Phường Nhân Chính, Quận Thanh Xuân- Hà Nội
14	Công ty tài chính cổ phần Sông Đà (SongDa Finance Joint Stock Company)	137/GP-NHNN ngày 23/05/2008	500 tỷ đồng	Số 121 phố Chùa láng, phường láng thượng, quận Đống Đa, Hà Nội
15	Công ty tài chính cổ phần Xi măng (Cement Finance Joint Stock Company)	142/GP-NHNN ngày 29/05/2008	300 tỷ đồng	28 Bà Triệu, phường Hàng Bài, Hoàn Kiếm, Hà Nội
16	Công ty tài chính cổ phần Điện lực	187/GP-NHNN ngày 07/7/2008	2500 tỷ đồng	434 Trần Khát Chân, Hai Bà Trưng, Hà Nội
17	Tổng Cty tài chính cổ phần Dầu khí (Petro Vietnam Finance Joint Stock Corporation)	72/GP-NHNN ngày 17/3/2008	5.000 tỷ đồng	72 Trần Hưng Đạo, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Phụ lục số 7: Công ty cho thuê tài chính

T T	Tên Công ty	Số và ngày cấp Giấy phép	Vốn điều lệ	Trụ sở chính
1	Cty CTTC ANZ-VTRAC (100% vốn nước ngoài) (ANZ/V-TRAC Leasing Company)	14/GP-CTCTTC ngày 19/11/1999	103 Tỷ VND	14 Lê Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội
2	Cty CTTC I - NH Nông nghiệp & PTNT (Agribank No1. Leasing Company)	06/GP-CTCTTC ngày 27/08/1998	200 tỷ VNĐ	Số 4 Phạm Ngọc Thạch, Đống Đa, Hà nội
3	Cty CTTC II - NH Nông nghiệp & PTNT (Agribank No2. Leasing Company)	07/GP-CTCTTC ngày 27/08/1998	350 tỷ VNĐ	422 Trần Hưng Đạo, P2, Quận5, TPHCM
4	Cty CTTC II NH Đầu tư và Phát triển VN (BIDV Leasing Company II)	11/GP-NHNN ngày 17/12/2004	150 tỷ VNĐ	Lầu 6 Cao ốc 146 Nguyễn Công Trứ, Q1, TPHCM
5	Cty CTTC Kexim (KVLC) (100% vốn nước ngoài) (Kexim Vietnam Leasing Company)	02/GP-CTCTTC ngày 20/11/1996	13 Triệu USD	Tầng 9 Diamond Plaza, 34 Lê duẩn, Q1, TPHCM
6	Cty CTTC NH Công thương VN (Leasing Company - Industrial and Commercial Bank of Vietnam)	04/GP-CTCTTC ngày 20/03/1998	300 tỷ VNĐ	18 Phan Đình Phùng, Ba Đình, Hà Nội
7	Cty CTTC NH Ngoại thương VN (VCB Financial Leasing Company)	05/GP-CTCTTC ngày 25/05/1998	300 tỷ VNĐ	Tầng 3, Nhà 10b Tràng Tiền, Hoàn Kiếm, Hà Nội
8	Cty CTTC NH Sài Gòn	04/GP-NHNN	200 tỷ	87A, 89/3, 89/5

T T	Tên Công ty	Số và ngày cấp Giấy phép	Vốn điều lệ	Trụ sở chính
	Thương Tín (Sacombank Leasing Company)	ngày 12/04/2006	VNĐ	Hàm Nghi, Nguyễn Bình Thạnh, Q1, TPHCM
9	Cty CTTC NH Đầu tư và Phát triển VN (BIDV Leasing Company I)	08/GP-CTCTTC ngày 27/10/1998	200 tỷ VNĐ	Tầng 8 Toà nhà CDC Building, 25 Lê Đại Hành, Hai Bà Trưng, Hà Nội
10	Cty TNHH CTTC Quốc tế Chailease (100% Vốn nước ngoài) (Chailease International Leasing Company Limited)	09/GP-NHNN ngày 09/10/2006	10 triệu USD	P2801-04, tầng 28 Saigon Trade Centre, 37 Tôn Đức Thắng, phường Bến Nghé Q1, TPHCM
11	Cty TNHH cho thuê tài chính Quốc tế VN (Vietnam International Leasing Company)	117/GP-NHNN ngày 24/04/2008 (Cấp lại)	100 Triệu VND	Sài gòn Tower, 29 Lê Duẩn, Q1, TPHCM
12	Cty TNHH một thành viên CTTC Công nghiệp tàu thủy (VINASHIN Financial Leasing Company Limited)	79/GP-NHNN ngày 19/03/2008	100 tỷ VNĐ	Tầng 1&2 Tòa nhà 34T, Khu đô thị Trung Hòa- Nhân Chính, Cầu Giấy, Hà Nội
13	Cty TNHH một thành viên CTTC NH Á Châu (ACB Leasing Company)	06/GP-NHNN ngày 22/05/2007	100 tỷ VNĐ	45 Võ Thị Sáu, phường Đa Kao, Q.1, TPHCM

Phụ lục số 8: Văn phòng đại diện NH nước ngoài

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Địa chỉ
1	ABN Amro (Hà Lan)	294/QĐ-NHNN ngày 30/01/2007	162 Pasteur, Q.1 HCM
2	ANZ BANK (Úc)	07/GP-VPĐD ngày 10/04/2003 2313/QĐ- NHNN ngày 20/10/2008	6 Phan Văn Trị Cần Thơ
3	Acom Co., Ltd (Nhật)	06/GP-NHNN ngày 30/05/2006	Tầng M Toà nhà Sun Wah, 115 Nguyễn Huệ, Q1, TPHCM
4	American Express Bank (Mỹ)	1622/QĐ-NHNN ngày 10/11/2005	31 Hai Bà Trưng Hà Nội
5	American Express Bank (Mỹ)	01/GP-NHNN ngày 29/01/2007	Số 8 Nguyễn Huệ, Q1, TPHCM
6	BHF - Bank Aktiengesellschaft (Đức)	293/QĐ-NHNN ngày 30/01/2007	Floor 14th 35 Nguyễn Huệ, Q.1, HCM
7	BNP Paribas (Pháp)	1588/QĐ-NHNN ngày 11/08/2006	6B Tràng Tiền, Hà Nội
8	Bank of India (Ấn Độ)	74/QĐ-NHNN ngày 14/1/2009	Số 2 Thi Sách, Q.1, Tp HCM
9	Bayerische Hypo-und Vereinsbank (Đức)	1991/QĐ-NHNN ngày 20/10/2006	2 Ngô Quyền, Hà Nội
10	Cathay United Bank (Đài Loan)	09/GP-NHNN ngày 06/12/2004	88 Hai bà Trưng Hà Nội
11	Cathay United Bank (Đài Loan)	06/GP-NHNN ngày 12/05/2005	46-48 Phạm Hồng Thái, Q1 TP.HCM

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Địa chỉ
12	Chinatrust Commercial Bank (Đài loan)	711/QĐ-NHNN ngày 12/04/2006	41B Lý Thái Tổ Hà Nội
13	Commerzbank AG (Đức)	03/GP-NHNN ngày 11/04/2006	Floor 7th, Toà nhà Landmark, 5B Tôn Đức Thắng, Q1, TPHCM
14	Commonwealth Bank of Australia (Australia)	1563/QĐ-NHNN ngày 28/10/2005	31 Hai Bà Trưng Hà Nội
15	DEUSTCHE BANK (Đức)	04/GP-NHNN ngày 04/05/2007	Room 503, 63 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội
16	Daewo Capital (Hàn Quốc)	42/GP-NHNN ngày 21/02/2008	Room 2007 Tòa nhà 101 Láng Hạ, Đống Đa, HN
17	Dresdner Bank AG (Đức)	1657/QĐ-NHNN ngày 17/11/2005	31 Hai Bà Trưng Hà Nội
18	E.Sun Commercial Bank (Đài Loan)	03/GP-NHNN ngày 11/04/2007	37 Tôn Đức Thắng, Q1, TPHCM
19	First Commercial Bank (Đài loan)	312/QĐ-NHNN ngày 30/03/2004	Floor 13th. 198 Trần Quang Khải, Hà nội
20	Fortis Bank (Bỉ)	1633/QĐ-NHNN ngày 11/11/2005	115 Nguyễn Huệ, Q.1, HCM
21	Fortis Bank (Bỉ)	08/GP-NHNN ngày 11/09/2006	Toà nhà Daewoo, Ba Đình, Hà Nội
22	Fubon Bank (Hongkong) Limited (Hong Kông)	1530/QĐ-NHNN ngày 24/10/2005	Floor 5rd Toà nhà 194 Gloden, 473 Điện Biên Phủ, P25, Q.Bình Thạnh, TPHCM

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Địa chỉ
23	GE Money (Hong Kông)	05/GP-NHNN ngày 20/04/2006	Phòng 1505, 1508 83B Lý Thường Kiệt, Hà Nội
24	Hana Bank (Hàn Quốc)	56/GP-NHNN ngày 12/11/2007	Floor 10th, Tòa nhà Bitexco, 19-25 Nguyễn Huệ, Q.1, TP.HCM
25	Hongkong & Shanghai Banking Corporation (HSBC) (Anh)	1829/QĐ-NHNN ngày 21/09/2006	12 Đại lộ Hoà Bình, phườn An Cư, Ninh Kiều, Cần Thơ
26	Hua Nan Commercial Bank, Ltd (Đài Loan)	05/GP-VPĐD ngày 11/06/2004	Phòng 303, tầng 3, toà nhà DMC, 535 Kim Mã, Hà Nội
27	Indian Oversea Bank (Ấn Độ)	22/GP-NHNN ngày 25/01/2008	Room 710, Floor 7th Melin Point Tower, 2 Ngô Đức Kế, Q1, TPHCM
28	Industrial Bank of Korea (Hàn Quốc)	10/GP-NHNN-VPĐD ngày 13/10/2005	Đơn vị B2, 2F VIT TOWER, 519 Đường Kim Mã, Quận Ba Đình Hà Nội
29	Intesa Sanpaolo (Italia)	279/GP-NHNN ngày 23/10/2008	Tầng 11, Phòng 1102, 2 Bis-4-6 Lê Thánh Tôn, Phường Bến Nghé, Q1 TP.HCM
30	JP Morgan Chase Bank (Mỹ)	1867/QĐ-NHNN ngày 22/12/2005	P 201 Số 6 Nhà Thờ, Hoàn Kiếm Hà Nội
31	Kookmin Bank (Hàn Quốc)	22/GP-NHNN ngày 21/09/2007	1709A Trung tâm thương mại Sài Gòn, 37 Tôn Đức Thắng, Q1, TPHCM

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Địa chỉ
32	Korea Exchange Bank (Hàn quốc)	06/GP-VPĐD ngày 24/07/2002 1729/QĐ-NHNN ngày 24/7/2007	34 Lê Duẩn, Q.1, Tp HCM
33	Land Bank of Taiwan (Đài Loan)	07/GP-NHNN ngày 12/05/2005	Floor 7th, 5B Tôn Đức Thắng, Q1, TPHCM
34	Landesbank Baden-Wuerttemberg (Đức)	754/QĐ-NHNN ngày 17/04/2006	Floor 3th 27 Lý Thái Tổ Hà Nội
35	MasterCard Asia-Pacific Pte Ltd (singapore)	113/GP/NHNN ngày 21/04/2008	Phòng S08-S09 Tầng 31 Sài Gòn Trade Center, 37 Tôn Đức Thắng Q1.TPHCM
36	Mitsubishi UFJ Lease & Finance Company Limited (Nhật)	17/GP-NHNN ngày 13/09/2007	Floor 9th Toà nhà Sun Wah, 115 Nguyễn Huệ, Q1, TP.HCM
37	Natexis Banque BFCE (Pháp)	1494/QĐ-NHNN ngày 22/11/2004	53 Quang Trung, Hà Nội
38	National Bank of Kuwait (Cô-oét)	1124/QĐ-NHNN ngày 09/09/2004	Sun Wah Tower, 115 Nguyễn Huệ, Q1, TPHCM
39	NH DBS (singapore)	77/GP-NHNN ngày 17/03/2008	Tầng 2, 63 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội
40	Nova Scotia Bank (Canada)	2116/QĐ-NHNN ngày 10/11/2006	
41	RHB (Malaysia)	269/GP-NHNN ngày 9/10/2008	
42	Reiffeisen Zentral Bank Ostreich (RZB) (Áo)	242/QĐ-NHNN ngày 10/03/2005	6 Phùng Khắc Hoan, Q.1, Tp HCM

TT	Tên ngân hàng	Số, ngày cấp giấy phép	Địa chỉ
43	Sinopac Bank (Đài Loan)	1450/QĐ-NHNN ngày 24/07/2006	2A-4A, Tôn Đức Thắng, Q1, TPHCM
44	Société Générale Bank	1590/QĐ-NHNN ngày 11/08/2006	16 Láng hạ, Ba Đình Hà Nội
45	Société Générale Bank (Pháp)	1589/QĐ-NHNN ngày 11/08/2006	2A-4A Tôn Đức Thắng, Q.1, Tp HCM
46	Taishin International Bank (Đài Loan)	02/GP-NHNN ngày 11/01/2005	Floor 7th Số 8 Nguyễn Huệ, Q1, TPHCM
47	Taiwan Shin Kong Commercial Bank (Đài Loan)	23/GP-NHNN ngày 21/09/2007	Floor 3th, Broadway D, 152 Nguyễn Lương Bằng, Q7, TPHCM
48	The Shanghai Commercial and Savings Bank, Ltd (Đài Loan)	11/GP-NHNN ngày 01/12/2005	
49	The Sumitomo Bank, Ltd. (Nhật)	07/GP-NHNN ngày 24/09/2004	44B Lý Thường Kiệt hà Nội
50	Union Bank of Taiwan (Đài Loan)	1290/QĐ-NHNN ngày 30/08/2005	Floo 12th 8 Nguyễn Huệ, Q.1, Tp HCM
51	Visa International (Mỹ)	03/GP-NHNN ngày 01/05/2006	SaiGon Tower, 29 Lê Duẩn, Q.1, TPHCM
52	Wachovia, N.A (Mỹ)	16/GP-VPĐD ngày 08/08/2003 2152/QĐ- NHNN ngày 29/9/2008	235 Đồng Khởi, Quận 1, Tp HCM
53	Wachovia, N.A (Mỹ)	01/GP-NHNN ngày 20/02/2006	P801, Opera Business Center, 60 Lý Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội