

**LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của tôi. Các thông tin, số liệu trong luận án là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng, cụ thể. Kết quả nghiên cứu trong luận án là trung thực, khách quan, chưa từng có ai công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu khác.

**Nghiên cứu sinh**

**Vũ Thị Xuân Hương**

## MỤC LỤC

<b>LỜI CAM ĐOAN</b> .....	2
<b>DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CÁC CHỮ VIẾT TẮT</b> .....	4
<b>DANH MỤC CÁC BẢNG</b> .....	5
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	6
<b>TỔNG QUAN VỀ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU</b> .....	10
<b>CHƯƠNG 1: PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TRONG TẬP ĐOÀN KINH TẾ</b> .....	14
1.1 Tổng quan về tập đoàn kinh tế.....	14
1.2 Những vấn đề lý luận về dịch vụ tài chính .....	21
1.3 Phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế.....	33
1.4 Kinh nghiệm phát triển dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế trên thế giới .....	49
<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TRONG TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM</b> .....	60
2.1 Khái quát về tập đoàn bưu chính viễn thông việt nam.....	60
2.2 Thực trạng phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn bưu chính viễn thông việt Nam.....	68
2.3 Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn bưu chính viễn thông việt nam.....	90
<b>CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TRONG TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM</b> .....	114
3.1 Căn cứ đề xuất các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn bưu chính viễn thông việt nam.....	114
3.2 Giải pháp phát triển dịch vụ tài chính của tập đoàn bcvt việt nam .....	126
3.3 Các kiến nghị .....	171
<b>KẾT LUẬN</b> .....	175
<b>DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ</b> .....	178
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	179
<b>PHỤ LỤC</b> .....	185

## DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CÁC CHỮ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Tiếng Việt	Tiếng Anh
BC-VT	Bưu chính - Viễn thông	
BHBD	Bảo hiểm Bưu điện	
CDIT	Trung tâm Công nghệ thông tin	
CNTT	Công nghệ thông tin	
CPH	Cổ phần hoá	
CTCK	Công ty chứng khoán	
GDP	Tổng sản phẩm trong nước	
IMF	Quỹ tiền tệ quốc tế	International Monetary fund
NHLD	Ngân hàng liên doanh	
NHNN	Ngân hàng Nhà nước Việt Nam	
NHNNg	Ngân hàng nước ngoài	
NHTM	Ngân hàng thương mại	
PHBC	Phát hành báo chí	
POSTEF	Nhà máy thiết bị Bưu điện	
PTF	Công ty Tài chính Bưu điện	
PTI	Công ty Cổ phần Bảo hiểm Bưu điện	
QTDND	Quỹ tín dụng nhân dân	
RSHBS	Ngân hàng cổ phần nông thôn	
TC	Tài chính	
TĐKT	Tập đoàn Kinh tế	
TKBD	Tiết kiệm Bưu điện	
TMĐT	Thương mại điện tử	
TTCK	Thị trường chứng khoán	
TTCT	Trung tâm chuyển tiền	
TTLNH	Thanh toán liên ngân hàng	
UBCKNN	Ủy ban chứng khoán Nhà nước	
UPU	Tổ chức Bưu chính thế giới	Universal postal Union
VBARD	Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn	
VBP	Ngân hàng tín dụng chính sách	
VDC	Công ty điện toán và truyền số liệu	
VNPT	Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam	
VPSC	Công ty dịch vụ tiết kiệm Bưu điện	
VTN	Công ty viễn thông liên tỉnh	
WB	Ngân hàng thế giới	World Bank
WSBI	Hiệp hội Ngân hàng tiết kiệm thế giới	World Saving Bank Institute
WTO	Tổ chức thương mại thế giới	World trade Organization
XHCN	Xã hội chủ nghĩa	
CHXHCNVN	Cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam	

## DANH MỤC CÁC BẢNG

<b>Bảng 2.1:</b> Tổng vốn huy động qua các năm.....	72
<b>Bảng 2.2:</b> Vốn huy động theo hình thức đồng tài trợ.....	73
<b>Bảng 2.3:</b> Vốn huy động theo hình thức nhận uỷ thác cho vay.....	74
<b>Bảng 2.4:</b> Tổng vốn chuyển giao cho Quỹ hỗ trợ phát triển.....	74
<b>Bảng 2.5:</b> Tình hình cho vay của PTF.....	76
<b>Bảng 2.6:</b> Doanh số chuyển tiền qua Bưu điện.....	78
<b>Bảng 2.7:</b> Doanh số nhận chuyển tiền quốc tế.....	79
<b>Bảng 2.8:</b> Kết quả hoạt động tư vấn của PTF.....	81
<b>Bảng 2.9:</b> Báo cáo doanh thu bảo hiểm gốc từ 2001 – 2006.....	84
<b>Bảng 2.10:</b> Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của PTI từ 2001 – 2006....	85
<b>Bảng 3.1:</b> Kết quả dự báo dịch vụ TCT và ĐCT.....	125
<b>Bảng 3.2:</b> Kết quả dự báo dịch vụ chuyển tiền nhanh.....	125
<b>Bảng 3.3:</b> Kết quả dự báo nhu cầu dịch vụ tiết kiệm bưu điện.....	126

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của luận án

Ở Việt Nam cùng với công cuộc đổi mới nền kinh tế, các tập đoàn kinh tế đã được thí điểm thành lập với mô hình các Tổng công ty Nhà nước theo Quyết định số 91/TTg ngày 07/03/1994 của Thủ tướng Chính phủ. Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam cũng ra đời trong bối cảnh đó.

Để tăng cường tiềm lực kinh tế nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường, thực hiện chủ trương đổi mới doanh nghiệp của Chính phủ, Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam đã thành lập một số định chế tài chính như Công ty Tài chính Bưu điện, Công ty Tiết kiệm Bưu điện và Công ty Cổ phần Bảo hiểm Bưu điện, nhằm mục đích kinh doanh các dịch vụ tài chính, giúp Tổng công ty tìm kiếm khơi thông nguồn vốn trong nước, thu hút vốn đầu tư nước ngoài, quản lý một cách tối ưu các nguồn vốn đầu tư, hạn chế thấp nhất việc thất thoát vốn, bước đầu đã mở ra một triển vọng mới cho sự phát triển của Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

Tuy nhiên hoạt động kinh doanh các dịch vụ tài chính của các định chế tài chính trong Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam còn rất hạn chế, đơn lẻ, qui mô nhỏ, dịch vụ tài chính nghèo nàn, chưa phát huy hết năng lực của các định chế tài chính. Để đáp ứng yêu cầu phát triển sản xuất kinh doanh cũng như khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, Chính phủ có chủ trương tập đoàn hoá các tổng công ty mạnh ở Việt Nam. Theo đó Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) đã được thí điểm thành lập theo Quyết định số 58/2005/QĐ-TTg ngày 23/03/2005 của Thủ tướng Chính phủ. Do vậy việc phát triển các dịch vụ tài chính thông qua việc xây dựng hệ thống các định chế tài chính trong Tập đoàn Bưu chính Viễn Thông Việt Nam là một yêu cầu khách quan trong quá trình hình thành và phát triển của Tập đoàn. Tập đoàn có phát triển mạnh hay không phụ thuộc vào năng lực tài chính của Tập đoàn, vì vậy cần thiết phải huy động và sử dụng đa dạng

các nguồn lực trong nội bộ Tập đoàn cũng như của các thành phần kinh tế xã hội để đảm bảo đáp ứng đầy đủ kịp thời nhu cầu vốn tín dụng - đầu tư. Mặt khác kinh doanh các dịch vụ tài chính là một lĩnh vực kinh doanh quan trọng nhằm đa dạng hoá các hoạt động kinh doanh của Tập đoàn. Đây không chỉ là vấn đề thời sự quan trọng mà còn mang tính chiến lược lâu dài được Chính phủ, các cấp Bộ, Ngành và lãnh đạo Tập đoàn quan tâm. Xuất phát từ thực trạng trên tác giả đã lựa chọn đề tài: “Phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam” để nghiên cứu.

## **2. Mục đích nghiên cứu của luận án**

Nghiên cứu những vấn đề lý luận chung về phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế nói chung, chỉ ra những điều kiện để phát triển dịch vụ tài chính và chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế. Trên cơ sở đó nghiên cứu ứng dụng về khả năng phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt nam, đánh giá kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế để từ đó có những giải pháp nhằm phát triển các dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

- Đối tượng nghiên cứu của luận án: Dịch vụ tài chính và sự phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam.

- Phạm vi nghiên cứu: Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam mới đang trong quá trình thí điểm thành lập, vì vậy luận án chỉ tập trung nghiên cứu sự phát triển dịch vụ tài chính của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam kể từ khi thành lập các định chế tài chính đến giai đoạn chuyển đổi từ tổng công ty 91 sang tập đoàn kinh tế.

## **4. Phương pháp nghiên cứu**

- Luận án sử dụng phương pháp hệ thống hoá, phân tích thống kê, so sánh, tổng hợp... làm phương pháp luận cơ bản cho việc nghiên cứu, đánh giá sự phát triển dịch vụ tài chính của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

- Ngoài ra luận án còn sử dụng phương pháp khảo sát thực tế tại các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính của VNPT và phương pháp mô hình toán để dự báo

nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính của Tập đoàn làm căn cứ đề xuất những giải pháp nhằm phát triển các dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bru chính Viễn thông Việt Nam.

### **5. Những đóng góp của luận án:**

- Trên cơ sở tổng quan về mặt lý thuyết các quan niệm, đặc điểm và các loại hình dịch vụ tài chính (ngân hàng, bảo hiểm, chứng khoán), luận án đã phát hiện ra bốn vai trò của dịch vụ tài chính trong kinh tế thị trường (đặc biệt là tập trung và phân bổ có hiệu quả vốn đầu tư, giám sát các hoạt động của chủ thể kinh tế, phân tán và giảm thiểu rủi ro).

- Trên cơ sở phát hiện sự cần thiết khách quan của phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế, luận án đã phân tích và đề xuất năm loại chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế (loại chỉ tiêu về chủ thể cung cấp dịch vụ, đối tượng sử dụng dịch vụ, số lượng, chất lượng và giá cả của sản phẩm dịch vụ, khả năng tiếp cận dịch vụ và cuối cùng là chỉ tiêu khả năng cạnh tranh của dịch vụ). Những đề xuất này thể hiện nội dung mới về mặt lý thuyết của luận án.

- Trên cơ sở nghiên cứu về ứng dụng dịch vụ tài chính của các tập đoàn lớn như Siemens, Samsung, GE, CNOOC, v.v... luận án đã thể hiện tư duy đúc rút và phát hiện ra bài học kinh nghiệm đối với phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế ở Việt Nam (dịch vụ tài chính là một động lực quan trọng của tập đoàn, cần có sự lựa chọn các loại hình dịch vụ tương thích với hoạt động của tập đoàn, cần có trật tự ưu tiên trong đầu tư phát triển dịch vụ, cần tính đến khả năng nắm giữ cổ phần chi phối đối với định chế tài chính quan trọng của tập đoàn). Những bài học kinh nghiệm này được xem là nội dung mới của luận án.

- Trên cơ sở khảo sát và phân tích khoa học thực trạng hoạt động các dịch vụ tài chính ở Tập đoàn Bru chính Viễn thông Việt Nam, luận án đã phát hiện ra được các bất cập lớn nhất đang hạn chế sự phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn này (đó là các bất cập về mô hình tổ chức của các chủ thể cung cấp dịch vụ, quan điểm phát triển dịch vụ chưa tương thích, điều kiện pháp lý chưa được hoàn thiện, tiềm lực tài chính còn yếu, v.v... ).

- Trên cơ sở những nghiên cứu ở phần trên, luận án đã tập trung đề xuất chi tiết một hệ thống giải pháp nhằm phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn Bưu chính Viễn thông, trong đó nổi lên một số nội dung mới, đó là:

+ Hoàn thiện mô hình tổ chức: đối với Công ty dịch vụ tiết kiệm bưu điện cần phải chuyển đổi thành ngân hàng thương mại đa năng dựa vào lợi thế của bưu chính viễn thông để phục vụ nhu cầu phát triển tập đoàn cũng như công chúng; đối với Công ty tài chính bưu điện cần gấp rút cổ phần hoá để nâng cao tiềm lực tài chính và hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con trong tập đoàn tránh được hoạt động hữu danh vô thực như hiện nay.

+ Tăng vốn điều lệ thông qua việc cổ phần hoá và phát hành cổ phiếu bổ sung cho các định chế tài chính trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông.

+ Đa dạng hoá các dịch vụ: Tiết kiệm, tín dụng, các dịch vụ tài chính vi mô gắn với tiết kiệm trong dân cư nông thôn Việt Nam qua hoạt động của Bưu điện, phát triển các dịch vụ thanh toán, chuyển tiền và dịch vụ tư vấn, v.v...

+ Hiện đại hoá cơ sở hạ tầng, công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin, làm cơ sở cho phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn.

+ Hướng tới thành lập một “Trung tâm thanh khoản” trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam. Trung tâm này sẽ có ý nghĩa rất lớn đối với toàn bộ nền kinh tế quốc dân bên cạnh trung tâm thanh toán của Ngân hàng nhà nước. Luận án đã lập luận khá chi tiết về đề xuất này. Trong thực tế, đây là đề xuất rất mới và có ý nghĩa khoa học thiết thực của luận án.

## **6. Kết cấu của đề tài**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phần nội dung gồm 3 chương:

**Chương 1:** Phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế.

**Chương 2:** Thực trạng phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

**Chương 3:** Giải pháp phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.



## TỔNG QUAN VỀ VẤN ĐỀ NGHIÊN CỨU

Trên thế giới, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra hết sức sâu rộng, bởi vậy các nghiên cứu về dịch vụ tài chính trong vài thập kỷ trở lại đây của các nhà nghiên cứu đều xoay quanh vấn đề tự do hóa dịch vụ tài chính. Tự do hóa dịch vụ tài chính là kết quả của quá trình tự do hóa tài chính của một quốc gia khi tham gia hội nhập kinh tế quốc tế.

Các nhà nghiên cứu đã lập luận rằng sở dĩ tự do hóa tài chính có tác động tích cực đến nền kinh tế chính là nhờ tác động lợi thế của kinh tế quy mô (Economy of scale), do vậy các tổ chức tài chính có thể hạ giá thành dịch vụ. Bên cạnh đó, việc loại bỏ yếu tố độc quyền, tăng sự cạnh tranh là nhân tố có tính quyết định trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa các loại hình sản phẩm và mở rộng cơ hội lựa chọn cho người tiêu dùng.

- Nghiên cứu của Jayaratune and Strahan năm 1996 thực hiện ở Mỹ nhằm xem xét tác động của cải cách trong lĩnh vực ngân hàng theo hướng mở cửa thị trường vào những năm 1970 và 1980 đã cho thấy: việc cải cách đã góp phần làm tăng trưởng khoảng 0,5 đến 1,2% tổng sản phẩm quốc nội trong khoảng thời gian 10 năm sau khi cải cách được thực hiện.

- Năm 1997, Bộ trưởng Ngân khố Mỹ Robert E. Rubin đưa ra kế hoạch nhằm hiện đại hóa hệ thống dịch vụ tài chính ở Mỹ và phác thảo lợi ích của kế hoạch trên những tính toán thực tế: “thời gian trước đây, khi chúng ta cho phép cạnh tranh mạnh hơn trong lĩnh vực dịch vụ tài chính, người tiêu dùng đã được hưởng những lợi ích đáng kể. Năm 1995 giới tiêu dùng Mỹ chi phí khoảng 300 tỷ đô la Mỹ vào các hoạt động bảo hiểm, dịch vụ ngân hàng và môi giới chứng khoán. Giả sử rằng, do kết quả cạnh tranh của kế hoạch hiện đại hóa hoạt động dịch vụ tài chính mà chi phí dịch vụ đối với ngành tiêu dùng có thể giảm 1% thì cũng đã tiết kiệm được khoảng 3 tỷ đô la một năm. Tuy nhiên dựa trên những cơ sở thực tế, tỷ lệ tiết kiệm chi phí hoàn toàn có thể đạt đến mức 5% - tức là khoảng 15 tỷ đô la mỗi năm - một con số hoàn toàn không nhỏ đối với nền kinh tế” (Nghiên cứu bởi Robin - 1997).

- Tương tự như vậy, một loạt các nghiên cứu thực tiễn ở châu Âu và Mỹ cũng chỉ ra rằng: ngành ngân hàng có thể giảm bớt chi phí, nâng cao lợi nhuận khoảng từ 20 đến 50% thông qua việc nâng cao hiệu quả các loại hình dịch vụ được cung cấp. Các cơ quan quản lý và kiểm soát ngân hàng quốc gia cũng có thể nâng cao hiệu quả với mức độ tương tự do phát huy lợi thế của kinh tế quy mô trong hoạt động chi trả và thanh toán (nghiên cứu của Berger, Hunter và Timme năm 1993).

Bên cạnh những yếu tố tích cực thì tự do hóa tài chính hay nói cách khác là tự do hóa dịch vụ tài chính cũng có những mặt trái nhất định.

- Năm 1995, hai nhà nghiên cứu Kamisky và Reihart đã xác định một loạt các nhân tố đằng sau những vụ đổ vỡ ngân hàng trên thế giới, đó là: sự không ổn định có tính vĩ mô như sự thất thường của hoạt động thương mại; tính áp đặt trong chính sách về tỷ giá và lãi suất; sự bùng nổ của hoạt động cho vay; sự sụt giảm tài sản; sự du nhập vốn một cách ồ ạt; sự chuẩn bị chưa kỹ lưỡng để sẵn sàng tiến hành mở cửa và sự không tuân thủ tính logic và trình tự của những cải cách hành chính.

Ngoài ra còn có một số tác giả nghiên cứu vấn đề tự do hóa tài chính như: Dobson.W và Jaquet.P năm 1998 - Viện nghiên cứu kinh tế thế giới - Washington DC đã nghiên cứu vấn đề này khi ra nhập tổ chức thương mại thế giới (WTO); hay Qian.Y năm 2000 đã có nghiên cứu về tự do hóa dịch vụ tài chính và hiệp định chung về thương mại dịch vụ, phân tích những cam kết của hiệp định chung về thương mại dịch vụ khi tham gia WTO.

Nhìn chung những nghiên cứu này đều xoay quanh vấn đề hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực dịch vụ tài chính.

Bên cạnh những nghiên cứu có tính vĩ mô về phát triển dịch vụ tài chính trên thế giới còn có một số tác giả với những nghiên cứu thiên về dịch vụ tài chính vi mô. Đó là nghiên cứu của Adams, D.W and R.C.Vogel (1986) về thị trường tài chính nông thôn; hay nghiên cứu của APRACA (Thái Lan - 1996) về việc cho vay theo nhóm của tài chính nông thôn ở châu Á; nghiên cứu của Hans

Dieten Seible (1996) về phát triển hệ thống tài chính vi mô; nghiên cứu của Robinson. M (1996) về tài chính vi mô ở Việt Nam. Tất cả nghiên cứu của các tác giả này đều xoay quanh vấn đề dịch vụ tài chính vi mô, kinh nghiệm phát triển của các nước đang phát triển ở châu Á, cũng như các hoạt động tài chính vi mô nhìn nhận từ giác độ tài chính và thể chế, vấn đề tín dụng cho người nghèo.

Tất cả những nghiên cứu của các tác giả trên đây là tài liệu vô cùng quý giá cho tác giả luận án trong quá trình nghiên cứu. Tuy nhiên không có một nghiên cứu nào đi sâu vào vấn đề phát triển dịch vụ tài chính của các tập đoàn kinh tế trên thế giới. Các website của các tập đoàn lớn chỉ nói tới việc phát triển các định chế tài chính của các tập đoàn này gắn liền với kết quả kinh doanh của các Tập đoàn trong từng thời kỳ.

Ở Việt Nam, nghiên cứu về phát triển dịch vụ tài chính cũng là một vấn đề rất mới, nhất là khi Việt Nam thực hiện chính sách mở cửa nền kinh tế và chính thức ra nhập các tổ chức quốc tế như: Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (1995) kèm theo là những cam kết tham gia khu vực mậu dịch tự do châu Á (AFTA) và đặc biệt khi Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới WTO năm 2006. Có một số công trình nghiên cứu liên quan tới đề tài của tác giả như sau:

(i) Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ của Vụ Chế độ kế toán – Học viện tài chính, “Giải pháp phát triển dịch vụ tài chính – kế toán trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế”. Nội dung cơ bản: nghiên cứu những vấn đề cơ bản về dịch vụ tài chính trong điều kiện hội nhập kinh tế; chủ yếu đi sâu phân tích thực trạng dịch vụ tài chính-kế toán ở Việt Nam trong thời gian qua và kinh nghiệm của một số nước.

Đánh giá kết quả đạt được: Đề tài đã nghiên cứu khá sâu sắc những vấn đề lý luận về dịch vụ tài chính trong nền kinh tế thị trường và điều kiện để phát triển dịch vụ tài chính, đồng thời đưa ra các giải pháp thiết thực, cụ thể nhằm phát triển dịch vụ tài chính Việt Nam trong quá trình hội nhập.

Đánh giá mặt hạn chế: Đây là một đề tài nghiên cứu vấn đề phát triển dịch vụ tài chính ở tầm vĩ mô, đề cập đến rất nhiều vấn đề, tuy nhiên nội dung đánh giá thực trạng còn chung chung, một số vấn đề đề cập còn sơ sài.

(ii) PGS.TS Thái Bá Cẩn – ThS Trần Nguyên Nam - Học viện Tài chính (2004) với nghiên cứu về phát triển thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập. Đây là một nghiên cứu đã khái quát hoá đầy đủ về thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam nhằm cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp trong việc tiếp cận và sử dụng dịch vụ tài chính, đồng thời đưa ra hệ thống các giải pháp phát triển thị trường dịch vụ tài chính ở Việt Nam.

Ngoài ra còn có một số các đề án, đề tài, luận án thạc sỹ, tiến sỹ nghiên cứu từng lĩnh vực dịch vụ tài chính, chẳng hạn đề án “Phát triển dịch vụ tài chính, ngân hàng trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn 2006 - 2010” năm 2001; Luận án tiến sỹ kinh tế năm 2006 “Phát triển dịch vụ tài chính hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam” của tác giả Nguyễn Minh Tuấn. Luận án thực chất là nghiên cứu về việc phát triển các dịch vụ ngân hàng cho doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam và đưa ra các giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ ở góc độ từ phía các ngân hàng và từ phía các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Bên cạnh đó còn có một số các luận án thạc sỹ, đề tài nghiên cứu khoa học cấp viện về dịch vụ tài chính bưu chính. Tất cả các đề tài, luận án nghiên cứu trên chỉ đề cập một cách riêng lẻ từng dịch vụ tài chính của Tổng công ty (nay là Tập đoàn) hoặc chỉ thiên về các dịch vụ tài chính bưu chính, chưa có một nghiên cứu đề cập một cách tổng thể, toàn diện những dịch vụ tài chính của Tập đoàn.

Hơn nữa, mô hình tập đoàn kinh tế ở Việt Nam đang trong giai đoạn thử nghiệm. Đây là mô hình rất mới đối với nước ta. Việc phát triển các dịch vụ tài chính trong tập đoàn nhằm đa dạng hoá các hoạt động kinh doanh của tập đoàn, tiến tới thành lập trung tâm tài chính của tập đoàn nhằm xây dựng và phát triển thành công các tập đoàn kinh tế là một vấn đề rất mới xong cũng rất quan trọng đối với các tập đoàn kinh tế, trong đó có VNPT.

Với những nghiên cứu trong lĩnh vực dịch vụ tài chính ở tầm vĩ mô và vi mô trên thế giới cũng như ở Việt Nam đã là nguồn tư liệu quan trọng trong quá trình nghiên cứu luận án của tác giả, giúp tác giả vận dụng vào việc nghiên cứu những vấn đề có tính lý luận trong việc phát triển các dịch vụ tài chính của Tập đoàn, vận dụng đánh giá sự phát triển dịch vụ tài chính của VNPT và đưa ra hệ thống các giải pháp có tính khả thi với điều kiện của VNPT và Việt Nam.

## CHƯƠNG 1

### PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TRONG TẬP ĐOÀN KINH TẾ

#### 1.1 TỔNG QUAN VỀ TẬP ĐOÀN KINH TẾ

##### 1.1.1 Quan niệm và các hình thức chủ yếu của Tập đoàn kinh tế

###### *1.1.1.1 Quan niệm về Tập đoàn kinh tế*

Tập đoàn kinh tế (TĐKT) là một hình thức tổ chức tiên tiến đại diện cho trình độ phát triển cao của lực lượng sản xuất và nền kinh tế xã hội đang trở thành một hình thức phổ biến, có tác động mạnh mẽ làm thay đổi khuynh hướng sản xuất và tiêu dùng của thế giới. Mặc dù có vai trò quan trọng như vậy nhưng hiện nay chưa có khái niệm thống nhất về tập đoàn kinh tế. Tùy theo mục đích nghiên cứu và cách tiếp cận khác nhau mà các nhà nghiên cứu đã đưa ra những khái niệm khác nhau về tập đoàn kinh tế. Có quan điểm cho rằng tập đoàn kinh tế là một cơ cấu tổ chức, một loại hình tổ chức kinh tế [6, tr 4]. lại có quan điểm cho rằng tập đoàn kinh tế là “Một thực thể kinh tế thực hiện sự liên kết kinh tế giữa các thành viên là các doanh nghiệp có quan hệ với nhau về công nghệ và lợi ích đang được gọi bằng các tên khác nhau như: Hiệp hội, liên hiệp xí nghiệp, Tổng công ty theo mô hình tập đoàn, Tập đoàn kinh tế”. [40, tr 5]

Hay có nghiên cứu cho rằng “Tập đoàn kinh tế (hay các công ty: Group of companies) là một tổ hợp các công ty độc lập về mặt pháp lý nhưng tạo thành một tập đoàn gồm một công ty mẹ và một hay nhiều công ty hoặc chi nhánh góp vốn cổ phần chịu sự kiểm soát của công ty mẹ vì công ty mẹ chiếm hơn 1/2 vốn cổ phần” [55, tr 256]

Mỗi quan niệm trên đều phản ánh cách nhìn nhận và tiếp cận khác nhau của các nhà nghiên cứu về đặc điểm của tập đoàn. Quan điểm thứ nhất thiên về cấu trúc của tập đoàn, quan điểm thứ hai lại thiên về mối quan hệ liên kết giữa các đơn vị thành viên trong tập đoàn, quan điểm thứ ba lại thiên về cơ cấu tổ chức và tư cách pháp nhân của tập đoàn. Cho dù có nhiều ý kiến khác nhau như vậy, nhưng trong quá trình nghiên cứu theo tác giả của luận án, xin đưa ra một khái

niệm về tập đoàn kinh tế, khái niệm này phản ánh đầy đủ đặc điểm chung nhất về một tập đoàn kinh tế như sau:

*“Tập đoàn kinh tế là tổ chức kinh tế có quy mô lớn, có cơ cấu sở hữu, tổ chức và kinh doanh đa dạng, nó vừa có chức năng sản xuất kinh doanh vừa có chức năng liên kết kinh tế giữa các doanh nghiệp thành viên có tư cách pháp nhân dựa trên nền tảng sự liên kết về mặt tài chính, lợi ích kinh tế, công nghệ, thị trường và chiến lược kinh doanh, nhằm tăng cường, tích tụ, tập trung, tăng khả năng cạnh tranh và tối đa hoá lợi nhuận”.*

Để hiểu được đầy đủ về bản chất của tập đoàn kinh tế, chúng ta đi sâu nghiên cứu những hình thức tồn tại của chúng trong thực tiễn và rút ra những đặc điểm cơ bản về tập đoàn kinh tế.

#### ***1.1.1.2 Các hình thức chủ yếu của tập đoàn kinh tế:***

Nghiên cứu các tập đoàn kinh tế trên thế giới, chúng tôi thấy rằng việc phân chia tập đoàn kinh tế thành các loại hình tổ chức khác nhau theo nhiều tiêu chí sau đây là hai cách phân loại chủ yếu về hình thức của tập đoàn kinh tế.

*a. Căn cứ vào các hình thức liên kết và hình thức tổ chức của tập đoàn phân ra ba hình thức chủ yếu sau:*

- Hình thức thứ nhất: Quan hệ liên kết giữa các thành viên tương đối lỏng lẻo thông qua các thoả thuận hoặc các cam kết hợp tác.

Trong hình thức này, các doanh nghiệp thành viên tham gia tập đoàn chỉ chịu sự ràng buộc tương đối lỏng lẻo, các thành viên có tính độc lập cao thông thường cơ sở tồn tại của loại hình tập đoàn này là các thoả thuận hoặc hợp đồng tạo ra sự liên kết “mềm” giữa các thành viên để tăng thêm lợi thế cho nhóm các thành viên đó. Hình thức liên kết này đã có từ rất sớm, phôi thai từ đầu thế kỷ XIX, các loại hình Cartel là thuộc hình thức này. Hình thức của liên kết rất đa dạng, các doanh nghiệp có thể thoả thuận về một số mặt hợp tác trong một số lĩnh vực như: Chính sách giá cả, khối lượng sản phẩm cung cấp, tiêu chuẩn kỹ thuật, hợp tác về công nghệ, thị trường tiêu thụ (phân chia, tránh cạnh tranh trực tiếp).

- Hình thức thứ hai: Mỗi liên kết giữa các doanh nghiệp thành viên rất chặt chẽ, mức độ phụ thuộc lẫn nhau rất cao, các đơn vị thành viên bị hạn chế tính độc lập.

Với hình thức này, cơ sở kinh tế của sự liên kết là quyền sở hữu. Mỗi liên kết giữa các thành viên trong tập đoàn rất chặt chẽ thông qua việc nắm giữ cổ phiếu của nhau hoặc có một doanh nghiệp mạnh nhất đứng ra chi phối cả tập đoàn. Về mặt cấu trúc có thể có 3 dạng khác nhau của hình thức này:

Dạng thứ nhất: Các doanh nghiệp thành viên có sự liên kết dọc về công nghệ và sử dụng sản phẩm đầu ra của nhau. Ví dụ điển hình một Tập đoàn gồm các công ty khai khoáng, luyện kim, chế tạo máy và sản xuất cấu kiện kim loại như Tập đoàn Mitsubishi.

Dạng thứ hai: Tập đoàn có liên kết theo chiều ngang, trong loại này các doanh nghiệp có quan hệ với nhau về sản phẩm hay dịch vụ hỗ trợ cho nhau hoặc các sản phẩm cho cùng một nhóm khách hàng hoặc cùng nhóm mục tiêu sử dụng. Ví dụ trong Tập đoàn LG (Hàn Quốc) có doanh nghiệp sản xuất máy tính, doanh nghiệp sản xuất máy in, máy văn phòng, doanh nghiệp sản xuất giấy... các doanh nghiệp này có thể liên kết lại thành một tổ hợp để tạo lợi thế chung.

Dạng thứ ba: Kiểu liên kết hạt nhân, giữa các doanh nghiệp thành viên có sự liên kết về công nghệ hoặc thị trường... nhưng xoay quanh một nhóm sản phẩm mũi nhọn.

- Hình thức thứ ba: Tập đoàn có hạt nhân liên kết là công ty tài chính. Do sự phát triển cao của thị trường tài chính và công nghệ thông tin cho phép một doanh nghiệp chi phối một hoặc nhiều doanh nghiệp khác thông qua quyền sở hữu cổ phiếu. Do đó, các doanh nghiệp thành viên trong tập đoàn không nhất thiết có mối liên hệ về sản phẩm, công nghệ hay kỹ thuật. Trong hình thức này hạt nhân liên kết là công ty tài chính, được gọi là công ty mẹ. Thường thì với loại hình tập đoàn này là những tập đoàn đa ngành.

*b. Căn cứ vào hình thức biểu hiện và tên gọi trong thực tiễn, các tập đoàn kinh tế có các hình thức chủ yếu sau:*

***Một là: Cartel***

Là loại hình tập đoàn kinh tế bao gồm các doanh nghiệp thành viên hoạt động trong cùng một ngành, lĩnh vực, thậm chí có cùng sản phẩm giống nhau. Mối liên kết giữa các doanh nghiệp thành viên trong cartel chỉ thuần túy là sự cam kết đối với một số điều khoản nhất định nhằm tránh cạnh tranh trực tiếp với nhau, nhưng các doanh nghiệp thành viên vẫn giữ nguyên tư cách pháp nhân và tính độc lập của chúng.

Cartel thường dẫn đến độc quyền, hạn chế cạnh tranh và đi ngược lại nguyên tắc cơ bản của cơ chế thị trường là tự do cạnh tranh. Bởi vậy, Chính phủ nhiều nước ngăn cấm hoặc hạn chế hình thành dạng Tập đoàn này bằng cách dùng các đạo luật chống độc quyền.

***Hai là: Syndicate***

Đây là một dạng đặc biệt của Cartel. Các doanh nghiệp thành viên của Syndicate vẫn giữ nguyên tính độc lập về sản xuất nhưng mất tính độc lập về thương mại, vì trong Syndicate có một văn phòng thương mại chung được thành lập do một ban quản trị chung điều hành và tất cả các doanh nghiệp thành viên phải tiêu thụ hàng hoá của họ qua kênh của văn phòng này.

***Ba là: Trust***

Là một trong những hình thức liên minh độc quyền của các tổ chức sản xuất kinh doanh. Loại hình tập đoàn này tập hợp trong nó một loạt doanh nghiệp công nghiệp và do một ban quản trị thống nhất điều khiển, vì vậy các doanh nghiệp này bị mất quyền độc lập về sản xuất và thương mại, các nhà tư bản tham gia Trust trở thành cổ đông. Mục tiêu của việc thành lập các tập đoàn loại này nhằm thu lợi nhuận độc quyền cao, chiếm nguồn nguyên liệu và khu vực đầu tư

***Bốn là: Consortium***

Đây là một trong những hình thức của các tổ chức độc quyền ngân hàng nhằm mục đích chia nhau mua trái khoán trong và ngoài nước hoặc tiến hành công việc buôn bán. Đứng đầu Consortium thường là ngân hàng lớn có vai trò điều hành toàn bộ hoạt động của tổ chức này.



***Năm là: Concern***

Concern không có tư cách pháp nhân, các doanh nghiệp thành viên vẫn giữ nguyên tính độc lập về mặt pháp lý nhưng giữa chúng có mối quan hệ với nhau dựa trên cơ sở những thoả thuận về lợi ích chung đó là phát minh sáng chế, nghiên cứu khoa học công nghệ, hợp tác sản xuất kinh doanh chặt chẽ, có hệ thống tài chính chung. Trong Concern người ta thành lập công ty mẹ điều hành hoạt động của Tập đoàn. Doanh nghiệp này thực chất là một công ty cổ phần nắm giữ cổ phần vốn góp của các doanh nghiệp thành viên, doanh nghiệp này điều hành các hoạt động tài chính của Tập đoàn mà không quan tâm tới lĩnh vực sản xuất.

Các doanh nghiệp thành viên trong Concern liên kết lại với nhau nhằm tạo ra một thế lực tài chính lớn, phát triển kinh doanh và gây ảnh hưởng tới chính trị, xã hội nhằm đảm bảo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của Concern. Ngoài ra Concern còn đầu tư vào nhiều lĩnh vực nhằm phân tán rủi ro, hỗ trợ mạnh mẽ trong việc nghiên cứu ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ và phương thức quản lý hiện đại.

Các doanh nghiệp thành viên trong Concern, hoạt động đa ngành, nhưng các ngành này thường có mối quan hệ gần gũi với nhau về công nghệ sản xuất và Concern thường có một ngành chủ chốt. Trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh các doanh nghiệp thành viên luôn chú trọng tới lợi ích của mình và của “công ty mẹ” trên cơ sở các mối liên kết theo chiều dọc hay chiều ngang thông qua những hợp đồng kinh tế, hiệp định hay các khoản cho vay tín dụng. Trong cơ cấu của Concern còn có cả một hệ thống các viện nghiên cứu, các trung tâm khoa học, phòng thí nghiệm, phòng thiết kế nhằm bảo đảm cho các thành viên luôn được sử dụng công nghệ tiên tiến.

Các doanh nghiệp thành viên trong Concern có mối quan hệ tài chính phụ thuộc tương đối lớn vào Tập đoàn và phụ thuộc lẫn nhau, do vậy việc kiểm tra tài chính giữa chúng được thực hiện rất chặt chẽ. Trong Tập đoàn thường có một ngân hàng tham gia và thực hiện việc hỗ trợ đặc lực cho hoạt động đầu tư kinh

doanh của các thành viên thông qua việc huy động vốn từ công ty thành viên khác và các tổ chức, cá nhân ngoài Tập đoàn.

***Sáu là: Conglomerate***

Đây là một Tập đoàn đa ngành, đa lĩnh vực, các doanh nghiệp thành viên ít có mối quan hệ công nghệ sản xuất gần gũi, thậm chí không có mối quan hệ nào về mặt công nghệ sản xuất, chủ yếu ở đây là mối quan hệ về mặt hành chính và tài chính. Loại hình Tập đoàn này hình thành bằng cách thu hút cổ phần của những công ty có lợi nhuận cao nhất, đặc biệt là những công ty đang ở vào giai đoạn phát triển cao. Trong Tập đoàn không có ngành nào là chủ chốt. Thông qua hoạt động mua bán chứng khoán trên thị trường, cơ cấu sản xuất của Tập đoàn có xu hướng chuyển đến ngành có lợi nhuận cao và nhờ hoạt động tích cực trên thị trường chứng khoán, nó đã thôn tính dần các doanh nghiệp có lợi nhuận cao làm cho cơ cấu sản xuất thay đổi nhanh chóng. Đặc điểm của loại hình Tập đoàn này là thu hút vốn từ thị trường vốn thông qua phát hành tín phiếu và trái phiếu, hoạt động chủ yếu nhằm mở rộng phạm vi kiểm soát tài chính do đó nó có mối quan hệ rất chặt chẽ với ngân hàng.

***Bảy là: Các Tập đoàn kinh tế xuyên quốc gia***

Đó là sản phẩm của sự liên minh giữa các nhà tư bản có thế lực nhất, có quy mô mang tầm cỡ quốc tế, có hệ thống chi nhánh dày đặc ở nước ngoài hoạt động với mục đích nâng cao tỷ suất lợi nhuận thông qua việc bành chướng quốc tế. Cơ cấu tổ chức gồm hai bộ phận đó là công ty mẹ thuộc sở hữu của các nhà tư bản nước chủ nhà và một hệ thống các công ty chi nhánh ở nước ngoài. Mối quan hệ giữa công ty mẹ và các doanh nghiệp thành viên là mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau về tài chính, công nghệ kỹ thuật. [6], [40]

Trên đây là các hình thức Tập đoàn điển hình đã tồn tại trong lịch sử phát triển của các Tập đoàn trên thế giới. Tuy nhiên, tùy theo điều kiện môi trường pháp lý của từng nước, trong từng thời kỳ lịch sử khác nhau mà các Tập đoàn kinh tế ra đời dưới hình thức nào trên đây cho phù hợp quy mô và phạm vi hoạt động của Tập đoàn. Dù được hình thành dưới bất kỳ hình thức nào với các tên gọi khác nhau thì các Tập đoàn kinh tế đều có những đặc điểm chung nhất sau đây:

## **1.1.2 Đặc điểm của tập đoàn kinh tế**

### ***1.1.2.1 Quy mô của tập đoàn***

Tập đoàn kinh tế có quy mô rất lớn về vốn, lao động, doanh thu và thị trường. Nhiều tập đoàn có chi nhánh văn phòng đại diện ở khắp các quốc gia trên thế giới, phạm vi hoạt động của tập đoàn doanh nghiệp rất rộng không chỉ tính phạm vi lãnh thổ một quốc gia mà ở nhiều nước hoặc phạm vi toàn cầu.

### ***1.1.2.2 Cơ cấu tổ chức của tập đoàn***

Đa số các tập đoàn kinh tế là sự kết hợp của nhiều đơn vị thành viên. Các doanh nghiệp thành viên chịu sự chi phối của công ty mẹ, thông qua việc công ty mẹ nắm cổ phần chi phối các doanh nghiệp thành viên về mặt tài chính và chiến lược phát triển, công nghệ, thị trường. Tuy nhiên các doanh nghiệp thành viên cũng có thể nắm cổ phần của nhau tạo ra mối quan hệ đan xen, chi phối lẫn nhau và gắn kết chặt chẽ. Thông thường sự chi phối này chịu sự tác động của mức độ phát triển thị trường tài chính.

### ***1.1.2.3 Ngành nghề kinh doanh của tập đoàn***

Đa số các tập đoàn kinh tế đều hoạt động kinh doanh đa ngành, đa lĩnh vực hoặc phát triển từ đơn ngành lên đa ngành, chiến lược sản phẩm và hướng đầu tư luôn thay đổi phù hợp với sự phát triển của tập đoàn và môi trường kinh doanh, nhưng mỗi ngành đều có định hướng chủ đạo, lĩnh vực đầu tư mũi nhọn với những sản phẩm đặc trưng của tập đoàn. Bên cạnh những đơn vị sản xuất hoặc thương mại, các tập đoàn doanh nghiệp mở rộng các hoạt động sang lĩnh vực khác như tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, nghiên cứu khoa học.

Tập đoàn kinh tế hoạt động đa ngành, đa lĩnh vực là để phân tán rủi ro, mạo hiểm vào các mặt hàng, các lĩnh vực kinh doanh khác nhau đảm bảo cho hoạt động của tập đoàn luôn được bảo toàn và hiệu quả. Tuy nhiên, lại có hạn chế là khó tập trung được năng lực mũi nhọn, thiếu tính chuyên sâu. Đối với tập đoàn kinh tế đơn ngành thì có ưu thế là phát triển theo chuyên môn hoá sâu, khai thác được thế mạnh về chuyên môn, bí quyết về công nghệ, uy tín trong ngành nhưng lại có hạn chế về phạm vi thị trường dễ bị rủi ro khi ngành đó bị khủng hoảng hay vì một lý do khách quan nào đó.

#### ***1.1.2.4 Tư cách pháp nhân của tập đoàn***

Các tập đoàn kinh tế có tính đa dạng về tư cách pháp nhân. Có những tập đoàn kinh tế là pháp nhân kinh tế do Nhà nước thành lập gồm nhiều doanh nghiệp thành viên có quan hệ với nhau về sản xuất, kinh doanh, tài chính trên quy mô lớn. Có những tập đoàn không phải là một pháp nhân kinh tế mà mỗi đơn vị thành viên là các pháp nhân độc lập. Như vậy, tùy theo cách thức thành lập mà tập đoàn có thể có tư cách pháp nhân hoặc không.

#### ***1.1.2.5 Quản lý và điều hành của tập đoàn***

Về mặt điều hành, các tập đoàn kinh tế thường xây dựng một “ *Holding company*” hoặc một ngân hàng độc quyền lớn hoặc một công ty tài chính. Do là dạng các công ty không chế, nắm cổ phần chi phối với các công ty thành viên. Tập đoàn doanh nghiệp tiến hành hoạt động và quản lý tập trung vào một số mặt như: Điều hoà, huy động vốn, quản lý vốn, xây dựng chiến lược phát triển, chiến lược thị trường, chiến lược sản phẩm, chiến lược đầu tư, đào tạo nhân sự... cho tập đoàn. Các chiến lược này được soạn thảo từ cơ quan đầu não của tập đoàn và thực hiện thống nhất trong các công ty thành viên. Việc thực hiện chiến lược chung tổng quát vừa tạo ra sự năng động, linh hoạt của các công ty thành viên trong việc lựa chọn chiến lược phát triển riêng cho mình và tự chủ trong sản xuất kinh doanh vừa tạo ra sức mạnh tập trung. [6], [40]

## **1.2. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ DỊCH VỤ TÀI CHÍNH**

### **1.2.1 Quan niệm dịch vụ tài chính**

Trong nền kinh tế thị trường, các nguồn tài chính vận động từ những người cung cấp tài chính đến những người có nhu cầu tài chính. Nguồn tài chính được vận động theo hai phương thức:

- *Tài trợ trực tiếp*: Là hình thức vận động của các nguồn tài chính một cách trực tiếp từ người cung tài chính đến người cầu tài chính. Nguồn tài chính này có thể tài trợ trực tiếp qua người môi giới và tài trợ trực tiếp không qua người môi giới. Biểu hiện cụ thể của loại dịch vụ này là dịch vụ môi giới đầu tư chứng khoán, dịch vụ tư vấn, dịch vụ đại lý bảo hiểm, dịch vụ vay mượn trên thị trường tự do.

- *Tài trợ gián tiếp*: Là hình thức vận động của nguồn tài chính từ người cung tài chính tới người cầu tài chính qua một trung gian tài chính. Các trung gian tài chính huy động nguồn tài chính từ những người cung tài chính và trả cho họ một khoản phí nhất định dưới dạng lãi tiền gửi. Sau đó phân phối lại nguồn tài chính này đến những người có nhu cầu tài chính và thu từ họ một khoản phí nhất định dưới dạng tiền lãi vay. Hình thức tài trợ gián tiếp này người cầu về tài chính không trả phí sử dụng nguồn tài chính trực tiếp cho người cung cấp tài chính mà trả cho các trung gian tài chính.

Nguồn tài chính được chuyển từ người cung tài chính đến người cầu tài chính hoặc bằng con đường trực tiếp, hoặc con đường gián tiếp qua các trung gian tài chính hoặc trung gian môi giới. Các trung gian này thực thi các dịch vụ tài chính. Theo cách hiểu này, các hoạt động giao dịch tài chính được thực hiện qua các trung gian (bao gồm cả trung gian tài chính và trung gian môi giới) được gọi là dịch vụ có tính chất tài chính.

Vậy, dịch vụ tài chính là những dịch vụ có tính chất tài chính, được cung cấp bởi nhà cung cấp dịch vụ tài chính. Dịch vụ tài chính bao gồm: Dịch vụ ngân hàng, dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ chứng khoán và các dịch vụ tài chính khác.[2], [5], [16]

### **1.2.2 Đặc điểm của dịch vụ tài chính**

Nói chung các dịch vụ tài chính có những đặc điểm chung là:

- *Tính vô hình*: Là đặc điểm chính để phân biệt sản phẩm dịch vụ tài chính với các sản phẩm của các ngành sản xuất vật chất khác trong nền kinh tế quốc dân. Sản phẩm dịch vụ tài chính thường được thực hiện theo một qui trình, vì vậy khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính do các chủ thể cung cấp thường gặp khó khăn trong việc ra quyết định lựa chọn, sử dụng sản phẩm. Bởi chất lượng sản phẩm chỉ có thể được đánh giá trong và sau khi sử dụng, thậm chí việc đánh giá chất lượng sản phẩm dịch vụ tài chính trở nên khó khăn ngay cả khi khách hàng đang sử dụng chúng.

Từ đặc tính vô hình của sản phẩm nên trong kinh doanh phải dựa vào lòng tin. Các nhà cung cấp dịch vụ thường chú ý tới việc củng cố niềm tin đối với

khách hàng bằng cách nâng cao chất lượng dịch vụ, nâng cao hình ảnh, uy tín, tạo điều kiện để khách hàng tham gia vào hoạt động tuyên truyền cho tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính.

- *Tính không thể tách biệt hay không chia cắt*: Quá trình cung cấp dịch vụ tài chính và quá trình tiêu dùng dịch vụ xảy ra đồng thời và có sự tham gia của khách hàng. Mặt khác, quá trình cung ứng dịch vụ này được tiến hành theo những quy trình nhất định. Ví dụ: Dịch vụ cho vay bao gồm cả một quá trình từ khâu thẩm định, xét duyệt hồ sơ, ký kết hợp đồng tín dụng, giải ngân và thu nợ (gốc và lãi). Như vậy sản phẩm dịch vụ tài chính không có sản phẩm dở dang, dự trữ lưu kho, mà sản phẩm được cung ứng trực tiếp cho người sử dụng khi và chỉ khi khách hàng có nhu cầu. Đặc tính này sẽ chi phối khi giá (lãi, phí) của dịch vụ tài chính cung cấp sao cho người sử dụng dịch vụ tồn tại và phát triển, tổ chức cung ứng dịch vụ cũng tồn tại và phát triển bền vững.

- *Tính không ổn định và khó xác định*: Một sản phẩm dịch vụ tài chính dù lớn hay bé (xét về qui mô) đều không đồng nhất thời gian thực hiện, điều kiện thực hiện. Vì vậy rất khó xác định, ví dụ: Một sản phẩm dịch vụ tài chính được cấu thành bởi nhiều yếu tố như công nghệ, trình độ cán bộ, khách hàng v.v. Những yếu tố này ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ, nhưng lại thường xuyên biến động. Vì vậy nó không ổn định, khó xác định chính xác.[2], [5]

### **1.2.3 Các loại dịch vụ tài chính**

Theo Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), các loại dịch vụ tài chính được chia thành các loại sau:

#### **1.2.3.1 Dịch vụ ngân hàng**

- *Dịch vụ tiết kiệm tiền gửi*: Bao gồm tài khoản tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi tiết kiệm dưới hình thức phát hành các giấy tờ có giá như: Kỳ phiếu, tín phiếu, trái phiếu, chứng chỉ tiền gửi...

- *Dịch vụ cho vay*:

+ Cho vay bằng tiền dưới các hình thức: Cho vay từng lần, cho vay theo mức tín dụng, cho vay ký quỹ, thấu chi, đồng tài trợ, chiết khấu giấy tờ có giá.

+ Cho thuê tài chính: Là hình thức tài trợ trung và dài hạn thông qua việc cho thuê máy móc thiết bị, phương tiện vận chuyển và các bất động sản khác trên cơ sở hợp đồng cho thuê giữa bên cho thuê và bên thuê. Bên cho thuê cam kết mua máy móc thiết bị... theo yêu cầu của bên thuê và nắm giữ quyền sở hữu đối với tài sản cho thuê, bên đi thuê sử dụng tài sản thuê và thanh toán tiền thuê theo thoả thuận.

- *Dịch vụ thanh toán*: Thực hiện thanh toán không dùng tiền mặt, chuyển tiền, thẻ tín dụng. Dịch vụ thanh toán bao gồm: Dịch vụ thanh toán trong nước và dịch vụ thanh toán quốc tế.

- *Môi giới và đầu tư*: Môi giới và đầu tư chứng khoán.

- *Dịch vụ kinh doanh ngoại tệ*: Thực hiện thông qua các nghiệp vụ trao ngay, kỳ hạn, hoán đổi, quyền chọn và nghiệp vụ tương lai.

- *Dịch vụ tư vấn tài chính*: Dịch vụ tư vấn quản lý tài chính doanh nghiệp đang được các ngân hàng cung cấp có một vị trí rất quan trọng, nó giúp các nhà quản lý doanh nghiệp trong việc điều hành và quản trị doanh nghiệp. Hoạt động tư vấn của ngân hàng có thể tập trung vào các lĩnh vực sau: Về xây dựng một dự án khả thi, về qui trình thẩm định dự án đầu tư; Về thị trường tiêu thụ sản phẩm; Về môi trường đầu tư; Tư vấn quản lý rủi ro hối đoái...

Ngoài ra còn có các dịch vụ giao dịch trên thị trường ngoại hối, thị trường tiền tệ.

### ***1.2.3.2 Dịch vụ bảo hiểm và các dịch vụ liên quan đến bảo hiểm***

- *Bảo hiểm là một loại hình dịch vụ tài chính*. Người cung cấp dịch vụ này (người bán bảo hiểm) không bán sản phẩm hữu hình mà bán một loại sản phẩm vô hình - đó là sự cam kết thực hiện trách nhiệm tài chính - chi trả tiền bảo hiểm khi sự kiện bảo hiểm xảy ra.

+ Giá cả của dịch vụ bảo hiểm là phí bảo hiểm mà người mua bảo hiểm trả cho doanh nghiệp bảo hiểm về dịch vụ mà mình lựa chọn.

+ Lợi ích của dịch vụ bảo hiểm là sự cam kết và thực hiện cam kết trả tiền bảo hiểm - tiền bồi thường mà doanh nghiệp trả cho bên mua bảo hiểm theo những điều khoản qui tắc bảo hiểm đã được qui định thống nhất giữa hai bên.

+ Lợi ích của dịch vụ bảo hiểm có hình thức là tiền bảo hiểm được chi trả cho bên mua bảo hiểm nên nó được xếp là một loại dịch vụ tài chính.

- *Dịch vụ bảo hiểm bao gồm:* Các loại dịch vụ bảo hiểm trực tiếp về tài sản, trách nhiệm dân sự và con người. Các dịch vụ phụ trợ liên quan đến bảo hiểm như dịch vụ tư vấn, dịch vụ đánh giá rủi ro, khiếu nại, đại lý bảo hiểm...

### **1.2.3.3 Dịch vụ chứng khoán**

Trên thị trường chứng khoán để phục vụ nhu cầu của khách hàng, công ty chứng khoán (CTCK) cung cấp các dịch vụ sau: Dịch vụ môi giới chứng khoán; Dịch vụ bảo lãnh phát hành chứng khoán; Dịch vụ quản lý danh mục đầu tư chứng khoán; Dịch vụ lưu ký chứng khoán; Dịch vụ cho vay, ký quỹ...

- **Môi giới chứng khoán:** Là hoạt động trung gian, trong đó có một CTCK đại diện mua, bán chứng khoán cho khách hàng để hưởng hoa hồng. Nó bao gồm việc ra lệnh giao dịch và thanh toán các giao dịch. Khi thực hiện vai trò của người môi giới, CTCK phải đảm bảo thực hiện lệnh của khách hàng một cách nhanh chóng, khách quan và được ưu tiên trước các lệnh khác của công ty.

Dịch vụ bảo lãnh và đại lý phát hành: Bảo lãnh phát hành là việc một hay một nhóm ngân hàng, tổ chức tài chính và các công ty chứng khoán (CTCK) thực hiện các thủ tục trước khi chào bán chứng khoán và nhận bao tiêu chứng khoán cho các tổ chức phát hành. Tùy theo mỗi hình thức bảo lãnh mà trách nhiệm và lợi ích mà tổ chức bảo lãnh được hưởng sẽ khác nhau.

- **Đại lý phát hành:** Là nghiệp vụ phát hành chứng khoán được thực hiện thông qua các tổ chức đại lý hưởng hoa hồng, như: Các CTCK, công ty tài chính, các ngân hàng thương mại (NHTM). Trường hợp không bán hết chứng khoán, tổ chức đại lý được trả số chứng khoán còn lại cho tổ chức phát hành.

Dịch vụ quản lý danh mục đầu tư: Quản lý danh mục đầu tư là việc quản lý vốn của khách thông qua việc mua bán và nắm giữ các chứng khoán vì quyền lợi của khách hàng lựa chọn nên danh mục đầu tư nhằm phân tán, hạn chế rủi ro đến mức thấp nhất và gia tăng lợi nhuận ở mức tối đa.

- **Dịch vụ tư vấn:** được các CTCK thực hiện dưới nhiều hình thức là tư vấn phát hành, tư vấn niêm yết, tư vấn tài chính, tư vấn cổ phần hoá và tư vấn đầu tư



chứng khoán. Dịch vụ này nhằm hướng tới các đối tượng là các công ty cổ phần có nhu cầu phát hành, niêm yết... và các nhà đầu tư chứng khoán. Để thực hiện được dịch vụ tư vấn đòi hỏi người tư vấn phải có trình độ cao hơn người được tư vấn, có cái nhìn sâu và rộng về lĩnh vực tư vấn mới có thể đưa ra những luận điểm thuyết phục. Hơn nữa, tính chuyên nghiệp phải thể hiện cả ở phong cách giao tiếp với khách hàng làm sao để đạt được sự tin nhiệm và tin cậy cao đối với họ.

- **Tư vấn phát hành chứng khoán:** Mục đích của tư vấn phát hành chứng khoán là giúp đỡ cho tổ chức phát hành lựa chọn công cụ và phương thức phát hành chứng khoán có lợi nhất. Ngoài ra CTCK còn thực hiện tư vấn và hỗ trợ doanh nghiệp trong việc hoàn tất thủ tục phát hành theo qui định của cơ quan quản lý thị trường. Có thể nói rằng, tư vấn phát hành là giai đoạn khởi đầu của hoạt động bảo lãnh phát hành.

- **Tư vấn niêm yết chứng khoán:** Khi thực hiện dịch vụ này, yêu cầu đặt ra đối với các CTCK là làm như thế nào để các doanh nghiệp thấy được lợi ích khi tham gia niêm yết chứng khoán để họ chủ động và tích cực tham gia thị trường. Chiến lược của các CTCK là: “lấy ngắn nuôi dài”, tức là chấp nhận tư vấn với mức phí thấp nhất để thu hút khách hàng, đặc biệt là khách hàng lớn, tạo điều kiện lôi kéo thêm khách hàng mới và có thể thu phí từ những dịch vụ khác phát sinh trong tương lai của các đơn vị niêm yết, như: Phát hành cổ phiếu mới, cơ cấu lại tài chính doanh nghiệp...

Tư vấn đầu tư chứng khoán: Bao gồm các hoạt động tư vấn đầu tư chứng khoán trực tiếp cho nhà đầu tư trên cơ sở phân tích và đưa ra những khuyến nghị liên quan đến mua bán chứng khoán; Hoạt động phát hành các báo cáo phân tích, đánh giá về môi trường kinh tế vĩ mô, về các ngành và về từng loại chứng khoán. Tư vấn đầu tư bao gồm tư vấn mua bán chứng khoán, tạo dựng danh mục đầu tư và quản trị điều hành tài sản đầu tư.

- **Tư doanh:** Là một loại hình kinh doanh dịch vụ trong đó CTCK mua bán chứng khoán bằng vốn của mình. Do vậy công ty phải gánh chịu mọi rủi ro có thể xảy ra. Điều này khác với nghiệp vụ môi giới, rủi ro liên quan đến mua bán

chúng khoán do nhà đầu tư gánh chịu. Đồng thời thông qua nghiệp vụ tự doanh trong chừng mực nào đó CTCK còn là người góp phần tạo nên thị trường, bình ổn giá cả khi giá chứng khoán biến động mạnh.[2], [5], [16]

#### **1.2.4 Chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính**

Tham gia cung cấp dịch vụ tài chính gồm có các chủ thể sau:

- *Các chủ thể nhận tiền gửi*: Dịch vụ tài chính cơ bản mà các trung gian tài chính cung cấp là dịch vụ ngân hàng và các dịch vụ liên quan đến ngân hàng, trong đó quan trọng nhất là dịch vụ nhận tiền gửi và cho vay. Các tổ chức nhận tiền gửi bao gồm: Ngân hàng thương mại; Ngân hàng đầu tư và phát triển; Ngân hàng chính sách xã hội; Ngân hàng tiết kiệm; Hiệp hội tín dụng. Trong các tổ chức này, ngân hàng thương mại được thực hiện đầy đủ các dịch vụ tiền gửi, như: Nhận tiền gửi không kỳ hạn, có kỳ hạn ngắn và dài hạn.

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

- *Các trung gian đầu tư*: Dịch vụ cơ bản mà các trung gian đầu tư cung cấp ra thị trường là dịch vụ đầu tư gián tiếp thông qua các công cụ tài chính và các dịch vụ có liên quan khác. Các trung gian đầu tư này gồm: Quỹ đầu tư (quỹ đầu tư chứng khoán, quỹ đầu tư thị trường), công ty tài chính, công ty cho thuê tài chính. Hoạt động chủ yếu của các tổ chức này là phát hành các công cụ tài chính như: Cổ phiếu, trái phiếu, tín phiếu, chứng chỉ quỹ đầu tư..., sau đó đầu tư trở lại nền kinh tế thông qua thị trường chứng khoán, thị trường tín dụng.

- *Các nhà môi giới và tổ chức nghề nghiệp*: Các nhà môi giới và các tổ chức nghề nghiệp cũng tham gia vào việc cung cấp dịch vụ tài chính nhằm thúc đẩy quá trình luân chuyển các nguồn tài chính trong nền kinh tế nhằm nâng cao hiệu quả của công tác kiểm tra, kiểm soát, đảm bảo tính an toàn, công bằng và minh bạch trong các hoạt động chuyển giao vốn của nền kinh tế. Các chủ thể cung cấp dịch vụ này gồm: Công ty chứng khoán, công ty kiểm toán, công ty tư vấn tài chính...

### **1.2.5. Chủ thể cầu dịch vụ tài chính**

Bên cạnh các chủ thể cung dịch vụ tài chính, phải kể đến các chủ thể cầu dịch vụ tài chính. Các chủ thể này rất đa dạng gồm: Chính phủ, doanh nghiệp và dân cư. Chính phủ tham gia vào thị trường dịch vụ tài chính trong trường hợp cần huy động các nguồn tài chính phục vụ mục tiêu phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Ví dụ: Chính phủ phát hành trái phiếu Chính phủ, trái phiếu chính quyền địa phương. Các doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế xã hội là khách hàng quan trọng nhất trong việc tiếp cận dịch vụ tài chính trên cả hai phương diện cung và cầu về các nguồn tài chính. Một mặt họ tham gia vào các dịch vụ gửi tiền, tham gia bảo hiểm, đầu tư chứng khoán, mặt khác họ tiếp cận một cách có hiệu quả các tiện ích từ các dịch vụ tín dụng như: Vay vốn để sản xuất kinh doanh, đi thuê tài sản, vay tiêu dùng...

### **1.2.6 Giá cả dịch vụ tài chính**

Giá cả dịch vụ tài chính là một vấn đề quan trọng, có tác động lớn đến sự phát triển của thị trường cũng như các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính. Nếu giá dịch vụ quá cao, khách hàng sẽ khó khăn trong việc tiếp cận và sử dụng dịch vụ này. Nếu giá dịch vụ quá thấp thì các chủ thể cung cấp dịch vụ sẽ gặp khó khăn trong kinh doanh, dẫn đến thua lỗ, phá sản. Giá cả của dịch vụ tài chính được thể hiện dưới dạng lãi suất huy động, lãi suất cho vay, phí môi giới đầu tư chứng khoán, phí tư vấn đầu tư.

Giá cả các loại dịch vụ tài chính là do quan hệ cung - cầu về các loại dịch vụ tài chính trên thị trường xác định. Giá cả các loại dịch vụ tài chính tăng khi cung nhỏ hơn cầu và ngược lại sẽ giảm khi cung lớn hơn cầu. Các chủ thể cung cấp dịch vụ và khách hàng sẽ căn cứ vào quan hệ cung - cầu các loại dịch vụ tài chính trên thị trường để thương lượng hình thành nên giá cả các loại dịch vụ một cách hợp lý.

Bên cạnh yếu tố quan hệ cung - cầu về các loại dịch vụ tài chính trên thị trường, giá cả các loại dịch vụ này còn chịu sự quản lý và điều chỉnh của Nhà nước, thậm chí trong một số trường hợp nhất định Nhà nước có thể quyết định

mức giá một số loại dịch vụ tài chính nhất định. Nhà nước cần thiết phải can thiệp chính sách giá cả các loại dịch vụ tài chính một cách chặt chẽ, liên tục nhằm:

- *Ngăn chặn khả năng xảy ra tình trạng độc quyền về giá cả.* Nếu giá cả các loại dịch vụ tài chính chỉ phụ thuộc vào quan hệ cung - cầu các loại dịch vụ tài chính trên thị trường, trong trường hợp chênh lệch cầu vượt cung quá lớn sẽ dẫn đến hiện tượng hình thành giá độc quyền. Nếu giá các loại dịch vụ tài chính hoàn toàn do các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính quyết định thì khách hàng sẽ gặp bất lợi khi buộc phải chấp nhận mức giá cả dịch vụ cao hoặc không sử dụng được dịch vụ.

- *Bảo vệ quyền lợi của chủ thể tham gia thị trường, ngăn chặn khả năng xảy ra tình trạng cạnh tranh không lành mạnh.* Trong trường hợp cung lớn hơn cầu nhiều lần, các chủ thể cung cấp dịch vụ cạnh tranh nhau quyết liệt thông qua chính sách giảm dịch vụ để lôi kéo khách hàng, tại một số thời điểm nhất định giá cả các loại dịch vụ tài chính có thể giảm thấp hơn giá thành thực tế của nó dẫn đến sự phá sản hàng loạt các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính. Khi đó chắc chắn sẽ xảy ra khủng hoảng trên thị trường dịch vụ tài chính không lành mạnh dưới hình thức cá lớn nuốt cá bé. Đó là trường hợp các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính có tiềm lực dồi dào sẽ thực hiện chiến lược cắt giảm giá các loại dịch vụ tài chính, thậm chí xuống thấp hơn giá thành trong một thời gian nhất định, chấp nhận thua lỗ trong thời gian này để buộc các chủ thể cung cấp dịch vụ khác không đủ tiềm lực phải rút lui khỏi thị trường. Lúc đó trên thị trường chỉ còn lại một số ít các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính lớn, họ sẽ thao túng toàn bộ thị trường, áp dụng chính sách độc quyền các loại dịch vụ tài chính.

Định hướng chính sách giá cả phục vụ mục tiêu phát triển toàn diện nền kinh tế - xã hội. Phát triển dịch vụ tài chính là một khâu trung gian rất quan trọng trong việc phân bổ sử dụng có hiệu quả toàn bộ các nguồn lực của nền kinh tế - xã hội, tuy nhiên các hoạt động của nhà cung cấp dịch vụ này cũng tuân theo qui luật thị trường hết sức khắc nghiệt là chỉ các ngành, các khu vực... có hiệu quả cao mới nhận được sự đầu tư các nguồn lực của nền kinh tế. Vì vậy, nếu không

có sự điều tiết của Nhà nước thông qua chính sách giá cả thì các khu vực, các ngành kinh tế có hiệu quả kinh tế thấp sẽ không có khả năng tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính.

Như vậy mặc dù giá cả các loại dịch vụ tài chính chủ yếu được hình thành trên cơ sở thị trường, song vẫn cần có sự quản lý và can thiệp của Nhà nước. Tuy nhiên, trong nền kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước theo định hướng XHCN, Nhà nước chủ yếu sử dụng các công cụ can thiệp gián tiếp vĩ mô để tác động đến việc hình thành giá cả các loại dịch vụ tài chính trên cơ sở qui luật của thị trường, ví dụ: Để điều chỉnh chính sách lãi suất của các tổ chức tín dụng, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) có thể sử dụng công cụ dự trữ bắt buộc, nghiệp vụ thị trường mở, lãi suất tái chiết khấu. Trong trường hợp đặc biệt, nhất là trong trường hợp cần ngăn chặn nguy cơ xảy ra khủng hoảng, Nhà nước có thể áp dụng chính sách can thiệp trực tiếp vào việc xác định giá cả một số loại dịch vụ tài chính.

### **1.2.7 Vai trò của dịch vụ tài chính trong nền kinh tế thị trường**

Các dịch vụ tài chính trong nền kinh tế thị trường có vai trò là: Phân tán và giảm thiểu rủi ro; Giám sát hoạt động của các tổ chức kinh tế, kiểm soát các nhà quản lý; Nghiên cứu, thẩm định và phân bổ vốn đầu tư hiệu quả; Huy động tiết kiệm trong xã hội; Tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch mật dịch

- *Phân tán và giảm thiểu rủi ro*: Rủi ro trong thực tiễn tồn tại dưới nhiều dạng: Rủi ro kinh doanh, rủi ro tài chính. Tuy nhiên, vấn đề đang được các nhà kinh tế học chú ý là rủi ro thanh khoản, rủi ro đặc thù và rủi ro gây ra những thiệt hại vật chất và con người.

Bằng việc định giá các rủi ro trong việc cung cấp các dịch vụ tài chính, các tổ chức tài chính đã tạo ra cơ chế tập hợp, giảm thiểu và chuyển giao rủi ro. Chẳng hạn, với việc tạo ra các công cụ tài chính hấp dẫn như tiền gửi không kỳ hạn, các hợp đồng lựa chọn (options), hợp đồng tương lai (futures), các tổ chức trung gian tài chính có thể giúp cho các cá nhân quản lý rủi ro có hiệu quả, qua đó thúc đẩy mối quan hệ tương tác giữa người tiết kiệm và người đầu tư. Có thể

nói quốc gia nào có hệ thống cung cấp dịch vụ tài chính phát triển sẽ giảm được rủi ro thanh khoản, khuyến khích phân bổ nguồn lực có hiệu quả.

Với sự phát triển của thị trường dịch vụ tài chính, hàng loạt các dịch vụ tài chính khác nhau đã và đang hình thành, phát triển; Các loại dịch vụ tài chính này có mức độ rủi ro khác nhau, từ rủi ro rất thấp đến rủi ro rất cao. Điều này tạo điều kiện cho cả các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính và các khách hàng có điều kiện lựa chọn tham gia vào nhiều loại dịch vụ tài chính khác nhau cùng một lúc, tránh được rủi ro khi chỉ sử dụng một loại dịch vụ duy nhất, ví dụ: Đối với cá nhân có tiền vốn tạm thời nhàn rỗi, thay vì chỉ có thể gửi tiết kiệm ngân hàng, nhờ sự phát triển của thị trường chứng khoán, họ có thể tham gia đầu tư trên thị trường chứng khoán dưới nhiều hình thức đầu tư như trái phiếu chính phủ, trái phiếu doanh nghiệp, cổ phiếu, tham gia vào hệ thống các quỹ đầu tư... Như vậy khi có một số rủi ro xảy ra đối với một số loại dịch vụ tài chính nhất định (như ngân hàng bị phá sản), các cá nhân này không bị mất vốn hoàn toàn mà chỉ bị thiệt hại một phần, hoặc vẫn thu được lợi nhuận do các khoản đầu tư vào các dịch vụ tài chính khác mang lại.

- *Thúc đẩy nâng cao tiết kiệm, tập trung và đầu tư vốn*: Sự phát triển của dịch vụ tài chính sẽ mang lại hiệu ứng quan trọng nhất là huy động các nguồn lực trong xã hội cho việc tài trợ các dự án, cung cấp vốn cho thị trường tài chính. Thông qua hàng loạt các dịch vụ tài chính đa dạng với rất nhiều các sản phẩm dịch vụ tài chính, mọi nguồn tài chính tạm thời nhàn rỗi đều được đưa vào tiết kiệm dưới các hình thức khác nhau như đầu tư cổ phiếu, trái phiếu, gửi tiết kiệm... Nói cách khác, sự phát triển các loại dịch vụ tài chính đã góp phần thúc đẩy hoạt động tiết kiệm dưới mọi hình thức của các tầng lớp dân cư, các tổ chức kinh tế - xã hội; Đồng thời các nguồn vốn nhỏ lẻ trong nền kinh tế được tích tụ, tập trung thành các quỹ tài chính lớn phục vụ nhu cầu đầu tư lớn, dài hạn trong nền kinh tế như dịch vụ tiết kiệm Bưu điện...

Mặt khác sự phát triển của các dịch vụ tài chính trên thị trường tài chính đã tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ doanh nghiệp dễ dàng và nhanh chóng tìm đ-

ược nguồn tài chính với chi phí và chất lượng phù hợp nhu cầu đầu tư sản xuất kinh doanh của mình. Ngoài nguồn vốn của chủ sở hữu, vay ngân hàng truyền thống, còn có thể huy động vốn qua thị trường chứng khoán (TTCK), huy động vốn từ các tổ chức bảo hiểm..., chính vì vậy hoạt động đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh trong nền kinh tế được đẩy mạnh nhờ yếu tố về vốn được thuận lợi hơn. Như vậy, thông qua các dịch vụ tài chính, khả năng cung ứng về vốn cho đầu tư trong nền kinh tế tăng lên.

- *Nghiên cứu, thẩm định và phân bổ hiệu quả vốn đầu tư*: Các trung gian tài chính khi cung cấp các dịch vụ tài chính đã có khả năng tốt hơn so với những nhà đầu tư trong việc thu thập, thẩm định thông tin, đánh giá và phân bổ vốn. Bởi những nhà đầu tư khi đã ra quyết định đầu tư cho một công ty hay một dự án họ không có phương tiện thu thập, xử lý thông tin về doanh nghiệp, thị trường và các điều kiện kinh tế xã hội khác, những chủ thể đầu tư này chỉ có thể dựa vào kết quả đánh giá của các trung gian tài chính để đầu tư tiết kiệm, phân bổ vốn một cách hiệu quả hơn qua đó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

- *Giám sát hoạt động của các chủ thể kinh tế*: Trong việc cung cấp dịch vụ tài chính, các tổ chức trung gian tài chính bắt buộc khách hàng phải thực hiện các hoạt động sao cho có lợi nhất cho các cổ đông, các chủ nợ. Nói cách khác, các trung gian tài chính giúp những người tiết kiệm giám sát những người đi vay bằng việc kiểm soát chặt chẽ hoạt động của các tổ chức này. Việc giám sát tốt hoạt động của những người đi vay sẽ tạo điều kiện để phân bổ vốn hiệu quả, vì vậy những người có tiết kiệm sẽ tin tưởng và tăng cường đầu tư, qua đó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế dài hạn

- *Tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển mậu dịch*: Ngày nay các dịch vụ tài chính được cung cấp ngày một hiện đại hơn nhờ các công cụ tài chính như: Séc, thẻ tín dụng và các cơ chế thanh toán, từ đó đã đơn giản hoá các hoạt động trao đổi mậu dịch. Ở hầu hết các nước phát triển, cá nhân và doanh nghiệp đều cho rằng khả năng xác lập và giải quyết các giao dịch tài chính là chuyện tất yếu. Tuy nhiên nếu không có các phương tiện tin cậy để tiến hành giao dịch thì sẽ làm

cản trở rất nhiều đến hoạt động kinh tế. Điều này có thể được chứng minh bằng hình ảnh ngược lại trong các nền kinh tế chưa phát triển, ở đó các phương tiện thanh toán chưa hoàn thiện đã gây trở ngại rất lớn cho hoạt động giao dịch thương mại. Nói tóm lại, nếu dịch vụ tài chính phát triển sẽ làm cho trao đổi mậu dịch trở nên dễ dàng hơn và nhờ đó sẽ kích thích sự phát triển của cả nền kinh tế.[2], [5], [34]

### **1.3 PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TRONG TẬP ĐOÀN KINH TẾ**

#### **1.3.1 Sự cần thiết phải phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế**

##### ***1.3.1.1 Phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế nhằm hỗ trợ các hoạt động kinh doanh của tập đoàn***

Nghiên cứu đặc điểm của các tập đoàn kinh tế trên thế giới chúng ta có thể thấy: Tập đoàn kinh tế thường có quy mô rất lớn về vốn, các tập đoàn kinh tế thường hoạt động đa ngành, đa lĩnh vực. Mỗi tập đoàn kinh tế đều có định hướng ngành chủ đạo, lĩnh vực kinh doanh mũi nhọn, bên cạnh các đơn vị sản xuất, thường có các tổ chức tài chính, ngân hàng, bảo hiểm... xu hướng chung là các tổ chức tài chính, ngân hàng ngày càng được chú ý hơn vì nó là đòn bẩy cho sự phát triển của tập đoàn kinh tế. Mặt khác tập đoàn kinh tế tiến hành hoạt động và quản lý tập trung một số mặt như: huy động, điều hòa, quản lý vốn, xây dựng chiến lược phát triển, chiến lược thị trường, chiến lược đầu tư...

Từ những đặc điểm trên cho thấy thành lập các tập đoàn kinh tế là một đòi hỏi thực tế khách quan nhằm khắc phục khả năng hạn chế về vốn của từng công ty cá biệt. Trong tập đoàn kinh tế nguồn vốn được huy động từ các công ty thành viên và được tập trung đầu tư vào những công ty, những dự án có hiệu quả nhất, khắc phục tình trạng vốn bị phân tán nằm ở từng công ty nhỏ. Nguồn vốn tập trung sẽ là cơ sở cho việc thành lập các holding company. Đây là công ty thực hiện chức năng huy động vốn từ các công ty thành viên và điều hòa vốn đầu tư vào những lĩnh vực cần phát triển. Thông qua việc đầu tư của Holding Company, các công ty thành viên sẽ được chia lãi theo cổ phần mà nó đóng góp. Holding



Company còn có thể huy động vốn bằng cách vay từ các công ty thành viên với lãi suất thỏa thuận. Như vậy thông qua Holding Company đóng vai trò như một công ty tài chính của tập đoàn, nó có vai trò hết sức quan trọng trong việc tập trung huy động vốn cho đầu tư phát triển của tập đoàn và điều hòa nguồn vốn giữa các công ty thành viên sao cho có hiệu quả nhất.

Cơ chế khai thác nguồn vốn nội bộ là một phương thức tạo nguồn vốn được áp dụng khá phổ biến trong các tập đoàn kinh tế trên thế giới, nhờ đó các tập đoàn phát huy được nguồn lực của chính mình giảm bớt sự phụ thuộc vào bên ngoài nhất là khi có sự biến động trên thị trường tài chính. Khai thác các nguồn vốn nội bộ thông qua sự lưu chuyển vốn giữa các đơn vị thành viên của tập đoàn hoặc giữa công ty mẹ với các công ty thành viên dưới các hình thức khác nhau như: tín dụng nội bộ, trao đổi các tài sản, đầu tư nội bộ, điều hòa vốn... tạo ra khả năng sử dụng tối ưu nguồn lực tài chính của tập đoàn. Đây là một trong những đặc trưng về tài chính chỉ có ở tập đoàn kinh tế mà các doanh nghiệp độc lập không có được. Để các tập đoàn kinh tế thực hiện cơ chế khai thác và lưu chuyển các nguồn tài chính nội bộ có hiệu quả thì vai trò của các công ty tài chính trong tập đoàn là hết sức quan trọng. Rõ ràng việc huy động vốn trong các tập đoàn kinh tế có vai trò đặc biệt quan trọng đối với quá trình hình phát triển tập đoàn vì tập đoàn có vững mạnh hay không là phụ thuộc vào năng lực tài chính của tập đoàn mà năng lực tài chính lại phụ thuộc trước hết vào các nguồn vốn huy động được. Nếu hoạt động huy động vốn và cơ chế tạo vốn không đáp ứng được yêu cầu về tài chính của từng doanh nghiệp thành viên thì sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động sản xuất kinh doanh của tập đoàn. Cơ chế huy động vốn không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của các doanh nghiệp trong ngắn hạn mà còn đối với sự tồn tại phát triển dài hạn của tập đoàn.

Do vậy để có thể đạt được mục tiêu huy động vốn cho đầu tư phát triển tập đoàn thì các tập đoàn phải gắn mình vào hệ thống tài chính tiền tệ thông qua các định chế tài chính trong tập đoàn. Các định chế này chính là cầu nối tập đoàn với thị trường tài chính. Các định chế tài chính trong tập đoàn thực hiện kinh doanh

các dịch vụ tài chính sẽ tạo thế chủ động cho các tập đoàn trong công cuộc thu hút vốn và sử dụng có hiệu quả nguồn tài chính của tập đoàn. Để các định chế tài chính trong tập đoàn có thể trở thành công cụ tài chính đặc lực của tập đoàn, đảm bảo huy động và thu xếp nhu cầu vốn cho tập đoàn với chi phí hợp lý, nâng cao hiệu quả luân chuyển các dòng tài chính trong nội bộ tập đoàn thì các định chế tài chính này phải được đa dạng hóa hoạt động kinh doanh dịch vụ tài chính mà mình cung cấp, nâng cao chất lượng các dịch vụ, nâng cao tiềm lực tài chính và sức cạnh tranh của các định chế này trên thị trường tài chính. Có như vậy các định chế tài chính trong tập đoàn mới thực hiện được một chức năng là phục vụ tập đoàn như mục tiêu thành lập, đồng thời thực hiện chức năng của trung gian tài chính trên thị trường tài chính.

Như vậy các tập đoàn có phát triển mạnh hay không phụ thuộc vào năng lực tài chính của tập đoàn. Phát triển các dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế là một hướng đi quan trọng trong việc nâng cao tiềm lực tài chính cho tập đoàn nhằm hỗ trợ các hoạt động kinh doanh của tập đoàn. Mặt khác kinh doanh dịch vụ tài chính là một lĩnh vực kinh doanh nhằm đa dạng hóa các hoạt động kinh doanh của tập đoàn. Quy luật phát triển các tập đoàn kinh tế trên thế giới cho thấy khi phát triển đến một giai đoạn nào đó các tập đoàn thường mở rộng kinh doanh sang lĩnh vực tài chính, tiền tệ.

### ***1.3.1.2 Phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế là xuất phát từ yêu cầu phát triển của chính các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính***

Phát triển dịch vụ tài chính tạo ra nguồn thu nhập đáng kể cho các đơn vị cung cấp dịch vụ. Vì thông qua các dịch vụ mới các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính thu được phí và thu hút được khách hàng. Do đó đơn vị cung cấp dịch vụ có điều kiện nâng cao hiệu quả kinh doanh góp phần vào sự tồn tại và phát triển của đơn vị, giúp cho đơn vị đáp ứng tốt hơn các nhu cầu của thị trường.

Mặt khác phát triển các dịch vụ tài chính làm tăng khả năng cạnh tranh của dịch vụ. Trong môi trường cạnh tranh hiện nay các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính nào có dịch vụ mới hơn, hiện đại hơn, giá cả hợp lý, chất lượng tốt đáp

ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng sẽ có sức thu hút khách hàng hơn. Chính vì vậy đa dạng hoá các dịch vụ tài chính, nâng cao chất lượng dịch vụ, cải tiến phương thức cung cấp dịch vụ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của tất cả khách hàng sẽ tạo cho đơn vị cung cấp dịch vụ có ưu thế nổi trội và đứng vững trong cạnh tranh. Để có thể đứng vững trên thị trường trong nước và khu vực trong điều kiện cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt, không còn cách nào khác là các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính phải nhanh chóng tìm ra các giải pháp để phát triển dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu của chính bản thân các tập đoàn kinh tế và nhu cầu của xã hội. Có như vậy các đơn vị này mới mong tồn tại và phát triển.

### ***1.3.1.3 Phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế là do yêu cầu khách quan của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế***

Hội nhập quốc tế đã và đang trở thành yêu cầu tất yếu đối với mỗi quốc gia trong điều kiện của xu thế toàn cầu hoá mọi hoạt động thương mại dịch vụ. Hội nhập kinh tế đồng nghĩa với việc mở cửa nền kinh tế và hoà nhập nền kinh tế của các nước riêng lẻ vào nền kinh tế chung của thế giới. Nó tạo ra những cơ hội để phát triển nền kinh tế cũng như đặt ra các thách thức đối với các nước tham gia vào quá trình hội nhập, đặc biệt là đối với các nước đang phát triển và kém phát triển. Trước yêu cầu thực tế của xu thế toàn cầu hoá, cách lựa chọn duy nhất trong quá trình hội nhập của các nước này là: “bước đi”, lộ trình thực hiện sao cho thích hợp với hoàn cảnh cụ thể của mình. Việc phát triển dịch vụ tài chính cũng không nằm ngoài quy luật này. Phát triển dịch vụ tài chính trong điều kiện hội nhập sẽ tạo ra cơ hội tiếp thu và vận dụng những thông lệ quốc tế vào điều kiện cụ thể của từng nước; tạo cơ hội cho các tổ chức cung cấp các loại hình dịch vụ tài chính học hỏi được những kinh nghiệm quản lý, tiếp thu những công nghệ hiện đại, những dịch vụ đa dạng, phong phú của các tổ chức tài chính nước ngoài thông qua việc trao đổi hợp tác giữa các bên. Điều đó sẽ bắt buộc các nhà cung cấp dịch vụ tài chính trong nước phải tự nâng cao năng lực cạnh tranh, nếu không sẽ bị loại bỏ. Hơn nữa, việc phát triển dịch vụ tài chính trong quá trình hội

nhập kinh tế sẽ tạo ra một môi trường cạnh tranh gay gắt nhưng bình đẳng, nền kinh tế sẽ có thêm nhiều các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính, tạo ra các kênh chu chuyển vốn hiệu quả đáp ứng nhu cầu sử dụng dịch vụ này cho sự tăng trưởng kinh tế, đồng thời góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực Việt Nam, chính điều đó sẽ tác động trở lại cho hệ thống các nhà cung cấp dịch vụ tài chính trong nước, giúp các tổ chức này phát triển hơn.

Như vậy, phát triển dịch vụ tài chính trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế là xu hướng tất yếu của mỗi quốc gia trong đó có Việt Nam. Dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế ở Việt Nam là một bộ phận của thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam. Bởi vậy việc phát triển dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế ở Việt Nam là yêu cầu khách quan, cần thiết của quá trình hội nhập, nó giúp cho các tập đoàn kinh tế ở Việt Nam có thể đủ điều kiện để cạnh tranh không chỉ ở thị trường trong nước mà còn ở cả thị trường quốc tế.[22], [35]

### **1.3.2 Chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế**

Tự thân mỗi một tập đoàn kinh tế đều có dịch vụ tài chính. Nhưng tập đoàn kinh tế đó có phát triển dịch vụ tài chính thông qua việc sử dụng các định chế tài chính làm công cụ của mình hay không là phụ thuộc vào nội lực của mỗi tập đoàn, không phải tập đoàn kinh tế nào cũng có điều kiện để phát triển dịch vụ tài chính. Phát triển dịch vụ tài chính của một tập đoàn kinh tế là phát triển các chủ thể cung cấp dịch vụ, đối tượng sử dụng dịch vụ; phát triển dịch vụ cả về số lượng và chất lượng; nâng cao khả năng tiếp cận dịch vụ của mọi đối tượng trong xã hội và khả năng cạnh tranh của dịch vụ tài chính trên thị trường, làm sao cho việc phát triển dịch vụ tài chính không những chỉ đáp ứng nhu cầu của chính các tập đoàn mà còn góp phần phát triển thị trường dịch vụ tài chính quốc gia. Sau đây chúng ta đi nghiên cứu các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ tài chính của tập đoàn.

#### **1.3.2.1 Chủ thể cung cấp dịch vụ**

Đó là các công ty trong tập đoàn với các loại hình sở hữu khác nhau tham gia cung cấp dịch vụ tài chính. Các chủ thể cung cấp dịch vụ này phải có qui mô

hoạt động rộng khắp cả về phạm vi và lĩnh vực cung cấp dịch vụ, đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách hàng, tạo được uy tín với khách hàng trong việc cung cấp dịch vụ.

Số lượng các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính trong tập đoàn tăng, phản ánh mức độ phát triển dịch vụ tài chính của tập đoàn theo chiều rộng ngày càng lớn; càng có nhiều chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính trên thị trường, tính cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ càng cao. Tuy nhiên không phải chỉ chạy theo số lượng các chủ thể cung cấp dịch vụ mà tập đoàn cần có các chủ thể cung cấp dịch vụ có tiềm lực tài chính mạnh, có khả năng cung cấp một số lượng lớn các dịch vụ tài chính có chất lượng cao, có khả năng cạnh tranh trên thị trường, đặc biệt là các chủ thể có khả năng cung cấp một số dịch vụ tài chính mới, hiện đại.

### ***1.3.2.2 Đối tượng sử dụng dịch vụ***

Chính là các chủ thể cầu về dịch vụ tài chính. Đối tượng này rất đa dạng và phong phú từ Chính phủ, doanh nghiệp đến khu vực dân cư. Khi dịch vụ tài chính do các chủ thể của tập đoàn cung cấp đến được với mọi tầng lớp trong xã hội, thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng, tức là dịch vụ tài chính của Tập đoàn đã có bước phát triển đáng kể về chiều rộng. Tuy nhiên xác định được đâu là đối tượng chính sử dụng dịch vụ tài chính do tập đoàn cung cấp để có chiến lược khách hàng hợp lý là một việc làm hết sức cần thiết đối với tập đoàn kinh tế. Bởi mục tiêu phát triển dịch vụ tài chính của tập đoàn không chỉ cung cấp cho các đơn vị thành viên của tập đoàn mà còn cho các đối tượng khác của xã hội.

### ***1.3.2.3 Sản phẩm, dịch vụ***

- Số lượng sản phẩm, dịch vụ: Nói lên tính đa dạng về chủng loại của dịch vụ tài chính mà tập đoàn cung cấp.

- Chất lượng dịch vụ: Đây là yếu tố quan trọng quyết định khả năng cạnh tranh của dịch vụ tài chính trên thị trường. Chất lượng của một sản phẩm dịch vụ tài chính thể hiện ở khả năng thỏa mãn nhu cầu của khách hàng trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ đó. Chất lượng của dịch vụ tài chính phụ thuộc vào tiềm lực tài chính của chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính. Tiềm lực tài chính của chủ

thể cung cấp dịch vụ có mạnh thì doanh nghiệp mới có khả năng đầu tư cho phát triển sản phẩm, cho nghiên cứu triển khai và thiết kế dịch vụ mới. Chất lượng của dịch vụ tài chính còn phụ thuộc vào khả năng tiếp cận và ứng dụng công nghệ mới hiện đại vào quá trình cung cấp sản phẩm dịch vụ. Ngoài ra nó còn phụ thuộc vào trình độ lực lượng lao động trong doanh nghiệp cung ứng dịch vụ tài chính, vào phương thức cung cấp dịch vụ và khả năng tiếp thị marketing về sản phẩm dịch vụ tài chính trên thị trường.

- Giá cả dịch vụ: Giá cả dịch vụ tài chính linh hoạt, phù hợp với cung cầu về dịch vụ tài chính trên thị trường. Giá cả có sức cạnh tranh cao trên cơ sở chi phí để sản xuất và quản lý dịch vụ thấp là điều kiện để sản phẩm dịch vụ tài chính phát triển và có sức cạnh tranh.

#### ***1.3.2.4 Khả năng tiếp cận dịch vụ***

Khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính của các chủ thể trong nền kinh tế phụ thuộc vào nhiều yếu tố cả từ phía người cung cấp dịch vụ, người sử dụng dịch vụ và môi trường vĩ mô (Luật pháp, cơ chế chính sách...). Tại các nước có thị trường dịch vụ tài chính còn trong giai đoạn sơ khai như nước ta, khả năng tiếp cận các dịch vụ tài chính của các chủ thể thuộc các thành phần kinh tế cũng khác nhau, các doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp tư nhân còn gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận các dịch vụ tài chính đó là những hạn chế về cơ chế chính sách, thiếu thông tin,... Thị trường dịch vụ tài chính càng phát triển thì việc tiếp cận các dịch vụ tài chính của các chủ thể trong nền kinh tế càng thuận lợi và bình đẳng hơn.

#### ***1.3.2.5 Khả năng cạnh tranh của dịch vụ***

Là năng lực tồn tại, duy trì và gia tăng thị phần, lợi nhuận của dịch vụ tài chính đó trên thị trường dịch vụ tài chính trong nước và quốc tế. Năng lực cạnh tranh của dịch vụ tài chính là bộ phận có mối liên hệ chặt chẽ với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh của quốc gia.

### **1.3.3 Các yếu tố tác động đến sự phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế**

#### **1.3.3.1 Yếu tố khách quan**

*a) Môi trường kinh tế, chính trị, xã hội:*

- **Môi trường kinh tế:**

Dịch vụ tài chính phát triển không những chỉ là tác nhân mà còn là kết quả của sự phát triển kinh tế. Thật vậy, kinh tế phát triển tạo ra nhiều tích lũy cá nhân và các cá nhân đều có nhu cầu đầu tư. Đồng thời sự tăng trưởng kinh tế sẽ kéo theo nhu cầu vốn cho các doanh nghiệp. Chính hai nhu cầu này đã tạo ra một điều kiện hết sức thuận lợi cho các trung gian tài chính thực hiện chức năng chu chuyển vốn giữa người thừa và người thiếu vốn và chuyên hoá thời hạn của các công cụ tài chính.

Mặt khác, phát triển kinh tế đồng nghĩa với việc phát triển các giao dịch thương mại. Quá trình trao đổi mậu dịch, đặc biệt trong nền kinh tế hiện đại, đòi hỏi việc thanh toán phải nhanh chóng, đơn giản và an toàn. Để thoả mãn nhu cầu này, các công cụ thanh toán tinh vi, hiện đại sẽ được các tổ chức trung gian tài chính nghiên cứu áp dụng. Nói cách khác, mậu dịch phát triển sẽ kích thích sự phát triển các công cụ tài chính.

Đồng thời, tăng trưởng kinh tế cũng làm xuất hiện nhiều rủi ro có nguồn gốc từ chính nó, dẫn đến nhu cầu chuyển giao rủi ro tăng lên. Đây là điều kiện cho các tổ chức trung gian tài chính thực hiện chức năng chuyển giao rủi ro của nền kinh tế.

Tăng trưởng và phát triển kinh tế ổn định, bền vững sẽ tạo ra nhu cầu sử dụng các loại dịch vụ tài chính khác nhau ngày càng tăng. Quy mô nền kinh tế càng lớn thì nhu cầu này càng lớn và càng tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển dịch vụ tài chính. Ổn định nền kinh tế vĩ mô trước hết là ổn định giá trị của đồng tiền. Nếu đồng tiền mất giá, lạm phát gia tăng làm cho lãi suất thực tế giảm đi, người dân có xu hướng không tích lũy và tiết kiệm bằng tiền đồng mà chuyển sang tích lũy bằng vàng, ngoại tệ hay bất động sản là những thứ ít tham gia sinh

lời bởi vậy nhu cầu sử dụng các dịch vụ tài chính sẽ giảm đi. Mặt khác lạm phát luôn đi kèm với thất nghiệp và trì trệ sản xuất. Các doanh nghiệp phải thu hẹp sản xuất thậm chí phá sản. Điều này làm giảm số lượng khách hàng có nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính. Sự phát triển dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế cũng không nằm ngoài quy luật này.

- **Môi trường chính trị:**

Chế độ chính trị là một nhân tố quan trọng tác động đến sự phát triển dịch vụ tài chính ở mỗi quốc gia. Cho tới nay các chuyên gia nghiên cứu chưa nhấn mạnh nhiều tới sự tác động này. Tuy nhiên, qua sự phân tích đơn giản giữa kinh tế thị trường và kinh tế kế hoạch hoá, chúng ta sẽ có sự đánh giá về kết luận này một cách khách quan.

Trong nền kinh tế kế hoạch hoá thuần túy việc huy động nguồn tài chính cần thiết cho đầu tư hoàn toàn phụ thuộc vào Chính phủ thông qua nguồn thu thuế từ lợi tức của các xí nghiệp quốc doanh và vay nợ nước ngoài của Chính phủ. Tích lũy cá nhân là không đáng kể và khu vực tư nhân hầu như không tồn tại. Do vậy, trong bối cảnh đó các dịch vụ tài chính mặc dù có tồn tại xong chỉ phát triển mờ nhạt.

Ngược lại, trong cơ chế thị trường vai trò của các dịch vụ tài chính lớn hơn nhiều, do việc huy động tích lũy tư nhân, chức năng trung gian tài chính và chuyển hoá thời hạn của các công cụ tài chính đã giúp tạo ra nguồn vốn cho các nhà đầu tư vay, sự tham gia của Chính phủ vào các hoạt động tài chính chỉ ở mức độ tối thiểu.

Như vậy, thể chế chính trị của một quốc gia đã kích thích sự phát triển mạnh khu vực tài chính hoặc kìm hãm nó.

Mặt khác, sự ổn định của hệ thống chính trị quốc gia cũng có tác động không nhỏ đến sự phát triển dịch vụ tài chính của quốc gia đó. Một quốc gia có nền chính trị ổn định, sẽ làm cho những nhà đầu tư trong và ngoài nước tin tưởng vào các tổ chức trung gian tài chính, họ sẵn sàng gửi tiền và thực hiện kế hoạch đầu tư. Các tổ chức trung gian có điều kiện để huy động và cho vay vốn một cách tốt nhất.



Hơn nữa, chính trị ổn định sẽ tạo điều kiện cho kinh tế tăng trưởng và phát triển, các giao dịch thương mại cũng ngày càng mở rộng. Từ đó dẫn tới nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính ngày càng tăng. Rõ ràng, nền kinh tế thị trường rất cần có một nền chính trị ổn định thì mới thúc đẩy được sự phát triển của các dịch vụ tài chính.

- **Môi trường xã hội:**

Xã hội càng phát triển, đời sống của người dân ngày một nâng cao, ngoài việc đáp ứng nhu cầu cuộc sống, họ còn có tích lũy. Chính điều này đã tạo cho các dịch vụ tài chính phát triển. Mặt khác xã hội phát triển đã giúp cho việc tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính của người dân và các doanh nghiệp ngày càng tăng. Nhu cầu của xã hội ngày một cao, họ cần những dịch vụ tài chính hiện đại, thuận tiện và nhanh chóng. Thói quen sử dụng tiền mặt trong thanh toán sẽ được thay dần bằng các phương thức hiện đại. Chính sự phát triển của xã hội đã giúp cho mọi tầng lớp trong xã hội có điều kiện hiểu biết các tiện ích của dịch vụ tài chính và tham gia tích cực giúp cho các dịch vụ này phát triển.

- b) **Môi trường pháp lý:**

Mọi hoạt động kinh doanh đều cần có một môi trường pháp lý thuận lợi, đồng bộ tạo điều kiện cho sự phát triển. Đối với việc phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh doanh ở Việt Nam lại càng cần có một môi trường pháp lý đồng bộ và thông thoáng.

Các quyết định của chính phủ hoặc sẽ tạo điều kiện cho sự phát triển các dịch vụ tài chính của các tập đoàn kinh tế hoặc sẽ kìm hãm sự phát triển. Bởi lẽ, hệ thống khung pháp luật mà Nhà nước thiết lập nhằm quy định các nguyên tắc hoạt động cơ bản của thị trường dịch vụ tài chính nói chung và dịch vụ tài chính trong các tập đoàn nói riêng, là căn cứ để các đối tượng tham gia vào thị trường dịch vụ tài chính tiến hành mua bán, trao đổi các dịch vụ tài chính đồng thời chính phủ tổ chức thực hiện chức năng quản lý Nhà nước đối với các hoạt động của thị trường và xử lý tranh chấp giữa các bên trong quá trình hoạt động. Để đáp ứng được các yêu cầu trên thì hệ thống khung pháp luật phải đảm bảo thống

nhất ổn định, rõ ràng, minh bạch, vận dụng được các tiêu chí trên phạm vi quốc tế đó là:

+ Tính thống nhất của các văn bản quy phạm pháp luật, phải phù hợp nhau, cùng theo một chuẩn mực nhất định, đồng thời văn bản của các Bộ, ngành khác nhau cùng điều chỉnh một đối tượng phải thống nhất.

+ Tính ổn định trong một thời gian tương đối, phải tính tới sự phát triển của nền kinh tế để đảm bảo lòng tin và quyền lợi cho các chủ thể tham gia trên thị trường.

+ Tính minh bạch, rõ ràng, dễ hiểu tránh vận dụng tùy tiện.

+ Vận dụng được các tiêu chuẩn quốc tế được thừa nhận.

Mặt khác Nhà nước cần có khung pháp lý điều tiết hoạt động của các định chế tài chính trong các Tập đoàn kinh tế, tạo điều kiện cho các định chế này thực hiện chức năng kinh doanh vốn tiền tệ trong các Tập đoàn như các Tập đoàn kinh tế trên thế giới. Cụ thể, Nhà nước sớm nghiên cứu cấp phép hoạt động cho các định chế tài chính trong các tập đoàn. Có như vậy việc đa dạng hoá các hoạt động kinh doanh dịch vụ tài chính của các tập đoàn mới được thực hiện.

*c) Môi trường cạnh tranh và hội nhập kinh tế quốc tế.*

Thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam trong những năm qua đã được hình thành và có tốc độ tăng trưởng khá cao, đang từng bước hội nhập với thị trường dịch vụ tài chính khu vực và thế giới. Môi trường cạnh tranh của dịch vụ tài chính trong đó có dịch vụ tài chính do các Tập đoàn cung cấp đang diễn ra ngày càng gay gắt: Số lượng các chủ thể cung cấp dịch vụ ngày càng gia tăng, ngoài chủ thể trong nước còn có các chủ thể nước ngoài. Sự tham gia của mọi thành phần kinh tế vào việc cung cấp dịch vụ làm cho thị trường dịch vụ tài chính ngày càng trở lên sôi động. Giá cả dịch vụ càng ngày càng được tự do hoá và cạnh tranh giữa các chủ thể cung cấp dịch vụ thông qua giá cả dịch vụ cũng quyết liệt hơn.

Một môi trường kinh doanh bình đẳng, ổn định, minh bạch, thông thoáng sẽ tạo điều kiện cho các chủ thể cung cấp dịch vụ phát triển các dịch vụ tài chính hiệu quả hơn.

Hội nhập kinh tế quốc tế đang diễn ra khá sâu sắc. Hội nhập toàn cầu sẽ đưa đến sự tự do hoá về dịch vụ trong đó có dịch vụ tài chính. Ngoài tác dụng thúc đẩy kinh tế phát triển hơn từ đó kích thích sự phát triển các dịch vụ tài chính, tự do hoá còn là điều kiện trực tiếp cho sự gia tăng cung cấp dịch vụ này là vì:

+ Tự do hoá làm tăng số lượng chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính, các công ty nước ngoài như: Ngân hàng, bảo hiểm sẽ xâm nhập thị trường nội địa bằng việc thành lập các chi nhánh để cung cấp dịch vụ. Đồng thời, các trung gian tài chính trong nước cũng vươn ra nước ngoài để thành lập chi nhánh nhằm cung cấp dịch vụ.

+ Phương thức cung cấp dịch vụ cũng được đa dạng hoá dưới nhiều hình thức: Cung cấp qua biên giới, cung cấp cho người nước ngoài, thiết lập đại diện thương mại tại một nước hoặc di chuyển tạm thời thể nhân sang một nước khác để cung cấp dịch vụ tại đó. Chính sự đa dạng hoá phương thức cung cấp dịch vụ đã làm tăng khả năng cung cấp cho tất cả các chủ thể trong một môi trường cạnh tranh quốc tế diễn ra mạnh mẽ và bình đẳng hơn.

+ Sự trao đổi, học hỏi công nghệ, kinh nghiệm lẫn nhau giữa chủ thể cung cấp dịch vụ là điều kiện để kích thích sự phát triển của khu vực này.

Tóm lại: Môi trường cạnh tranh và hội nhập kinh tế quốc tế là một điều kiện cho sự phát triển dịch vụ tài chính của các tập đoàn kinh tế trong sự phát triển chung của thị trường dịch vụ tài chính của quốc gia. Bên cạnh những thuận lợi các chủ thể cung cấp dịch vụ trong nước sẽ phải đối mặt với những thách thức rất lớn trước sự cạnh tranh của các tập đoàn tài chính của các nước phát triển. Thực tế đó đòi hỏi các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính phải tìm biện pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ mà mình cung cấp, đó là điều kiện tốt cho sự phát triển và đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ. Kết quả là nhiều loại hình dịch vụ tài chính mới được cung cấp cho xã hội với chất lượng ngày càng cao. Khách hàng càng ngày càng có nhiều cơ hội để lựa chọn nhà cung cấp đáp ứng được mong muốn của mình.

*d) Xu hướng phát triển khoa học công nghệ:*

Trong những năm gần đây, sự bùng nổ mạnh mẽ của công nghệ viễn thông và tin học đã và đang tác động vào mọi mặt của đời sống. Nó là nền tảng cho việc phát triển các dịch vụ mới trong thanh toán, điều chuyển tiền tệ một cách nhanh chóng, thuận tiện. Chẳng hạn qua mạng E-banking hoặc internet, khách hàng có thể mở tài khoản tại Ngân hàng, có thể thực hiện các hình thức giao dịch, thanh toán, chuyển tiền trong thời gian rất ngắn ở bất cứ đâu, giúp khách hàng vượt qua những hạn chế về không gian và thời gian.

Sự phát triển của khoa học công nghệ là cơ sở cho việc hiện đại hoá công nghệ trong lĩnh vực dịch vụ tài chính (chủ yếu là công nghệ thông tin, đặc biệt là các phần mềm chuyên dụng).

Với những tiến bộ vượt bậc của khoa học công nghệ, trong tương lai không xa, nhu cầu của khách hàng về việc sử dụng các dịch vụ tài chính (trong đó có dịch vụ tài chính mà các tập đoàn cung cấp) không chỉ dừng như hiện nay mà đòi hỏi phải có các dịch vụ đa dạng, phong phú, tiện lợi, hiện đại mà lại chất lượng cao và giá cả phù hợp. Chính nhu cầu này của khách hàng đòi hỏi các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính phải luôn luôn đổi mới công nghệ, phát triển các dịch vụ mới nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

**1.3.3.2 Yếu tố chủ quan**

Bên cạnh những yếu tố khách quan có ảnh hưởng tới sự phát triển dịch vụ tài chính của các Tập đoàn kinh tế thì những yếu tố chủ quan thuộc chính bản thân các Tập đoàn cũng là những yếu tố cơ bản quyết định khả năng phát triển các dịch vụ tài chính trong các Tập đoàn kinh tế đó là những yếu tố sau:

*a) Tiềm lực tài chính của các chủ thể cung cấp dịch vụ:*

Nói đến tiềm lực tài chính của các chủ thể là nói tới quy mô vốn tự có của đơn vị. Nó là một trong các yếu tố đầu vào quan trọng nhất của doanh nghiệp là điều kiện cần thiết để tiến hành các hoạt động kinh doanh. Đồng thời vốn là điều kiện cần để doanh nghiệp đổi mới công nghệ, đầu tư cơ sở hạ tầng cung cấp dịch vụ và là điều kiện đảm bảo quyền lợi của các khách hàng mua dịch vụ tài chính khi có rủi ro xảy ra đối với đơn vị cung cấp dịch vụ.

Mặt khác tình hình tài chính của chủ thể cung cấp dịch vụ còn nói lên tiềm lực tài chính của họ có vững mạnh hay không? Một chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính có tình hình tài chính lành mạnh, công khai minh bạch đó là cơ sở niềm tin cho khách hàng khi tham gia mua dịch vụ.

Đặc biệt trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, khi mà môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt thì các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính phải có một tiềm lực tài chính vững mạnh mới hy vọng nâng cao khả năng cạnh tranh, phát triển được các dịch vụ tài chính mới đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

*b) Cơ sở vật chất, kỹ thuật, công nghệ:*

Là điều kiện cần thiết để đảm bảo khả năng cung cấp dịch vụ của các chủ thể trên thị trường. Đồng thời cơ sở vật chất kỹ thuật còn cho phép đánh giá quy mô của các chủ thể cung cấp dịch vụ. Một chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính có cơ sở vật chất kỹ thuật tốt, đó là điều kiện hết sức thuận lợi để mở rộng khả năng cung cấp dịch vụ đồng thời tạo được niềm tin cho khách hàng khi tham gia mua dịch vụ. Ngày nay do sự tiến bộ không ngừng của khoa học và công nghệ, các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính có cơ sở vật chất tốt mới có điều kiện để đưa các công nghệ hiện đại vào trong quá trình cung cấp dịch vụ, tạo ra những sản phẩm có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Đặc biệt, để mở rộng mạng lưới cung cấp dịch vụ tài chính và phát triển thêm nhiều dịch vụ mới, tiện ích hơn thì việc nâng cấp cơ sở vật chất của các chủ thể đóng vai trò rất lớn. Như vậy cơ sở vật chất, kỹ thuật, công nghệ là một trong các điều kiện để phát triển dịch vụ tài chính của các chủ thể nói chung và các chủ thể trong các tập đoàn nói riêng.

*c) Mô hình tổ chức, cơ chế quản lý và cung cấp dịch vụ:*

Đây là một trong những điều kiện có ảnh hưởng tới sự phát triển các dịch vụ tài chính trong các tập đoàn. Bởi các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính là các đơn vị thành viên của tập đoàn, do vậy mô hình tổ chức của các chủ thể này phải phù hợp đảm bảo cho các chủ thể cung cấp dịch vụ được quyền chủ động trong việc nghiên cứu, triển khai và áp dụng các loại dịch vụ tài chính mới trong quá

trình cung cấp dịch vụ, tránh hiện tượng chòng chéo với các ban chức năng của tập đoàn trong quá trình ban hành cơ chế quản lý và cung cấp dịch vụ, tập đoàn chỉ đóng vai trò định hướng chiến lược, có như vậy các đơn vị cung cấp dịch vụ mới có điều kiện phát triển các dịch vụ mới.

Cơ chế quản lý dịch vụ giữa đơn vị cung cấp dịch vụ với các đại lý, chi nhánh phải thật rõ ràng minh bạch là điều kiện để xác định chính xác các loại chi phí trong quá trình kinh doanh dịch vụ cũng là một yếu tố tác động tới khả năng phát triển các dịch vụ mới. Bởi lẽ trên cơ sở chi phí để sản xuất và quản lý dịch vụ thấp thì giá cả dịch vụ sẽ có sức cạnh tranh cao là điều kiện để sản phẩm dịch vụ có sức cạnh tranh trên thị trường.

Để dịch vụ tài chính có thể cung cấp một cách nhanh chóng, phong phú, khả năng quản lý dịch vụ một cách thống nhất trên toàn mạng lưới thì mô hình tổ chức, cơ chế quản lý và cung cấp dịch vụ đóng vai trò rất quan trọng.

*d) Công tác Marketing của đơn vị cung cấp dịch vụ:*

+ Hoạt động Marketing có ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của dịch vụ tài chính trong các đơn vị cung cấp dịch vụ. Trong công tác marketing hiện đại bao gồm 5 yếu tố: product (sản phẩm); price (giá cả); place (kênh phân phối mạng lưới); promotion (khuyến thị); và person (con người). thì sản phẩm dịch vụ phong phú đa dạng có chất lượng cao là yếu tố đầu tiên nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ trên thị trường. Vì vậy nâng cao chất lượng của dịch vụ, đa dạng hoá các sản phẩm là điều kiện để phát triển các dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế. Muốn vậy doanh nghiệp phải thường xuyên nghiên cứu thị trường, nắm bắt được thị hiếu của khách hàng đối với sản phẩm dịch vụ từ đó thiết kế những sản phẩm mới phù hợp với nhu cầu khách hàng.

+ Giá cả dịch vụ là một yếu tố không thể thiếu được của chiến lược marketing, nó là yếu tố quan trọng tạo nên sức cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ. Để giá cả thực sự trở thành một công cụ cạnh tranh đặc lực của doanh nghiệp thì xây dựng một chính sách giá cả hợp lý với từng đối tượng khách hàng, vùng miền là cần thiết đối với đơn vị cung cấp dịch vụ và cũng là một yếu tố quan trọng đánh giá khả năng phát triển dịch vụ tài chính trên thị trường.

+ Phương thức cung cấp dịch vụ quyết định khả năng tiếp cận dịch vụ của khách hàng. Đối với chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính, phương thức cung cấp dịch vụ hợp lý (mạng lưới cung cấp rộng lớn, đa dạng hoá kênh phân phối dưới các hình thức khác nhau để cho người cung cấp trong việc quản lý, giám sát, đồng thời thuận lợi cho người sử dụng dịch vụ sẽ thu hút được nhiều khách hàng tham gia mua dịch vụ). Vì vậy, chính sách phân phối sản phẩm dịch vụ cũng là yếu tố ảnh hưởng tới sự phát triển các dịch vụ.

+ Công tác quảng cáo, khuyến mại, chăm sóc khách hàng có ảnh hưởng lớn tới nhu cầu sử dụng dịch vụ của khách hàng, nhất là đối với các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính trong các tập đoàn khi mà tính chuyên nghiệp còn chưa cao thì công tác quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng giúp người dân hiểu biết về dịch vụ do các tổ chức này cung cấp cũng là một cách để có khả năng phát triển sản phẩm dịch vụ. Hiện nay dịch vụ tài chính đang có cạnh tranh rất mạnh, các đơn vị cung cấp dịch vụ này phải đặc biệt chú trọng tới công tác chăm sóc khách hàng, khuyến mại, xúc tiến bán hàng trực tiếp thông qua các hội nghị khách hàng và các chiến dịch quảng bá rầm rộ, đó là điều kiện tốt để khách hàng trung thành với doanh nghiệp. Đó cũng là một cách để phát triển dịch vụ tài chính của các tập đoàn.

+ Trình độ đội ngũ lao động của chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính:

Một trong các nhân tố chủ quan thuộc về doanh nghiệp có tác động tới sự phát triển của doanh nghiệp là yếu tố con người. Đây là yếu tố quan trọng nhất quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Các dịch vụ tài chính phát triển đánh giá khả năng cạnh tranh của dịch vụ trên thị trường tài chính, mà năng lực cạnh tranh của dịch vụ tài chính là một bộ phận có mối quan hệ chặt chẽ với năng lực cạnh tranh của chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính.

Các dịch vụ tài chính phát triển cũng không nằm ngoài quy luật này. Nó chịu ảnh hưởng bởi trình độ của người lao động trong doanh nghiệp. Đó là đội ngũ những cán bộ quản lý đóng vai trò quan trọng trong việc đề ra các chiến lược kinh doanh và phát triển sản phẩm dịch vụ. Vị trí này đòi hỏi những cán bộ

quản lý phải có trình độ, nhanh nhạy với thị trường, hiểu biết và dám nghĩ, dám làm có như vậy mới đưa ra được những quyết định chính xác cho việc đầu tư, phát triển các dịch vụ tài chính hiện đại, phù hợp với nhu cầu khách hàng. Mặt khác vai trò của người lao động trực tiếp tham gia vào quá trình cung cấp dịch vụ cũng không kém phần quan trọng bởi chính họ quyết định chất lượng của dịch vụ. Đó là trình độ của các nhân viên, là thái độ phục vụ khách hàng. Trình độ của nhân viên sẽ tác động tới sự an toàn, tính chính xác của các giao dịch tài chính, còn thái độ phục vụ của họ sẽ tạo cho khách hàng thêm tin tưởng và gắn bó với việc sử dụng dịch vụ.

Tất cả các yếu tố trên tạo nên những điều kiện cần thiết cho sự phát triển các sản phẩm dịch vụ tài chính của tập đoàn kinh tế.

## **1.4 KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TRONG CÁC TẬP ĐOÀN KINH TẾ TRÊN THẾ GIỚI**

### **1.4.1 Kinh nghiệm phát triển dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế**

Các tập đoàn kinh tế trên thế giới hiện nay đều kinh doanh đa ngành, đa lĩnh vực. Để kinh doanh dịch vụ tài chính, các tập đoàn thường thành lập các định chế tài chính trong tập đoàn với mục đích riêng của từng tập đoàn. Sau đây là một số các tập đoàn lớn và việc thành lập các định chế tài chính để phát triển dịch vụ tài chính của họ.

#### **• Tập đoàn Siemens:**

Tập đoàn Siemens được thành lập năm 1847 tại Đức, hiện nay xếp thứ 21 trong 500 công ty hàng đầu thế giới. Siemens là tập đoàn đa quốc gia có 119 công ty con trực thuộc và 4 công ty liên doanh với số nhân viên của tập đoàn khoảng 500.000 người; Lĩnh vực hoạt động chính của Siemens gồm mạng thông tin, truyền thông, điện và thiết bị điện, phân phối và truyền tải điện, thiết bị y tế, thiết bị tự động hoá và điều khiển, vận tải, thiết bị chiếu sáng, kinh doanh tài chính và bất động sản; thị trường hoạt động trên 190 nước khác nhau.

Trong quá trình phát triển, năm 1997, các Công ty tài chính Siemens bắt đầu được thành lập với vai trò là trung tâm tài chính tiền tệ của Tập đoàn,



chuyên môn hoá hoạt động kinh doanh và đầu tư tài chính, quản lý các rủi ro tài chính của Tập đoàn. Công ty tài chính Siemens hoạt động trên 80 nước khác nhau trên thế giới với hơn 1.376 nhân viên. Các sản phẩm dịch vụ chính của công ty này bao gồm: Tài trợ đầu tư và kinh doanh, ngân khố và dịch vụ tài chính khác như quản lý quỹ, bảo hiểm, thuê mua tài chính, quản lý danh mục đầu tư, chuyển hoá rủi ro, tư vấn... Năm 2002, tổng tài sản có của Công ty là 83.681 triệu EURO, doanh thu 600 triệu EURO và lợi nhuận trước thuế là 216 triệu EURO. Khách hàng của Công ty bao gồm thành viên của Tập đoàn và các doanh nghiệp công nghiệp cùng ngành khác.

• **Tập đoàn SAMSUNG:**

Tập đoàn SAMSUNG được thành lập vào năm 1938 tại Hàn Quốc. Hiện nay SAMSUNG là một trong những tập đoàn hàng đầu ở Hàn Quốc với 29 công ty con hoạt động chủ yếu trên 5 lĩnh vực là công nghiệp điện tử, công nghiệp nặng và cơ khí, công nghiệp hoá chất, dịch vụ tài chính, thương mại, du lịch, khách sạn, kinh doanh tổ hợp thể thao, xuất bản... SAMSUNG là tập đoàn xuyên quốc gia với 305 chi nhánh hoạt động trên 65 quốc gia, hiện công ty có 193.000 nhân viên, tổng doanh thu của SAMSUNG năm 2003 khoảng 72 tỷ USD, tổng giá trị tài sản đạt 91,5 tỷ USD.

Trong Tập đoàn, các công ty cung cấp dịch vụ tài chính gồm: Công ty bảo hiểm nhân thọ (SAMSUNG Life Insurance Co., Ltd); Công ty bảo hiểm hoả hoạn và hàng hải (SAMSUNG Fire and Marine Insurance Co., Ltd); Công ty thẻ (SAMSUNG Card Co., Ltd); Công ty quản lý vốn uỷ thác đầu tư (SAMSUNG Investment Trust Co., Ltd); Hàng năm các định chế này đóng góp trên 25% tổng doanh thu của Tập đoàn. Năm 2002, các định chế này được thống nhất lại dưới hình thức Tập đoàn tài chính SAMSUNG.

- Công ty bảo hiểm nhân thọ SAMSUNG: Là công ty hàng đầu trong lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ tại Hàn Quốc. Các lĩnh vực kinh doanh chủ yếu của Công ty bao gồm các sản phẩm liên quan đến lĩnh vực bảo hiểm nhân thọ và đầu tư tài chính. Trên cơ sở nguồn thu phí bảo hiểm, Công ty thực hiện kinh doanh tài

chính và đầu tư bất động sản. Số nhân viên của Công ty hiện nay là 6.550 người, doanh thu năm 2001 là 17.199 tỷ USD.

- Công ty bảo hiểm cháy nổ SAMSUNG: Số nhân viên là 3.712 người, doanh thu năm 2001 là 53,17 triệu Won. Các sản phẩm chủ yếu là bảo hiểm ô tô, xe máy, bảo hiểm cháy nổ, bảo hiểm con người tham gia du lịch...

- Công ty thẻ SAMSUNG: Được thành lập năm 1988, đến nay là một trong những công ty thẻ hàng đầu Hàn Quốc, có tới 15 triệu chủ thẻ trên 1000 đại lý, doanh số giao dịch hàng năm hơn 3 tỷ won. Doanh thu năm 2002 là 15,135 tỷ won, lợi nhuận 1.686 tỷ won và tổng tài sản là 72,760 tỷ Won. Phạm vi hoạt động của Công ty là phát hành các loại thẻ tín dụng, thẻ thanh toán, dịch vụ tiền mặt và các dịch vụ hỗ trợ như các dịch vụ có liên quan đến du lịch, cho vay thông qua phát hành thẻ, chiết khấu chứng từ, tài trợ đổi mới công nghệ.

- Công ty chứng khoán SAMSUNG: Thành lập năm 1982 có chức năng kinh doanh chứng khoán, trái phiếu, chứng từ có giá, quản lý quỹ đầu tư, mua bán thương phiếu và các giấy tờ thương mại. Hiện nay, công ty đứng thứ nhất trong số các công ty chứng khoán tại Hàn Quốc về hiệu quả hoạt động. Công ty có 113 chi nhánh trong nước và 5 chi nhánh tại nước ngoài. Doanh thu năm 2001 của Công ty là 1.088 tỷ Won.

- Công ty vốn SamSung: Thành lập tháng 2 - 1995. Chức năng của Công ty tập trung vào tài trợ tín dụng bao gồm: Tài trợ doanh nghiệp, tài trợ tiêu dùng mua nhà trả góp... Số lượng khách hàng của Công ty hiện nay khoảng 8 triệu khách hàng, với 10.000 điểm giao dịch, phòng giao dịch, 58 chi nhánh cả trong nước và nước ngoài. Tổng tài sản của Công ty là 7.276 tỷ Won, vốn điều lệ 665 triệu Won. Doanh thu năm 2002 của Công ty 1.513 tỷ Won, lợi nhuận trước thuế là 24,1 tỷ Won.

- Công ty quản lý vốn uỷ thác đầu tư SamSung: Được thành lập tháng 9 - 1998. Vốn điều lệ là 73,2 tỷ Won. Cổ đông lớn nhất của Công ty là Công ty chứng khoán và Công ty Bảo hiểm SamSung. Hiện Công ty đứng vị trí hàng đầu về quản lý vốn đầu tư tại Hàn Quốc, quản lý trên 41,5 nghìn tỷ Won vốn uỷ thác.

Lĩnh vực hoạt động của Công ty là nhận uỷ thác đầu tư, quản lý vốn uỷ thác, quản lý các quỹ và tư vấn đầu tư. Thị phần hoạt động chiếm trên 15,14% tại Hàn Quốc. Doanh thu năm 2001 của Công ty là 32,4 triệu USD.

- Công ty đầu tư mạo hiểm SamSung: Được thành lập tháng 8 - 1999 có chức năng đầu tư vốn vào các lĩnh vực công nghệ mới, nghiên cứu, tìm kiếm cơ hội đầu tư và trực tiếp đầu tư vốn vào các doanh nghiệp mới thành lập, các doanh nghiệp cần vốn để đổi mới công nghệ, các doanh nghiệp sản xuất các sản phẩm mới hoặc cung cấp vào các thị trường mới. Sở hữu vốn của Công ty chủ yếu là các doanh nghiệp thuộc Tập đoàn SamSung. Tổng tài sản của Công ty cuối năm 2002 là 36,873 tỷ Won, doanh thu là 7,885 tỷ Won.

- **Tập đoàn GE (General Electric Corporation)**

- Tập đoàn GE được thành lập năm 1878 tại NewYork (Mỹ) với tên ban đầu là Edison Electric Corporation, đến năm 1892 sát nhập với Thomson Electric Corporation thành lập Tập đoàn GE như ngày nay. GE là Tập đoàn xuyên quốc gia hoạt động trên 100 nước trên thế giới. GE sản xuất động cơ máy bay, các thiết bị công nghiệp, dịch vụ truyền thống, y tế, dịch vụ tài chính... Doanh thu năm 2002 của Tập đoàn là 131,7 tỷ USD, tổng tài sản là 575 tỷ USD, đứng thứ 9/500 công ty hàng đầu thế giới.

- Tổng công ty Tài chính GE là doanh nghiệp do Tập đoàn GE sở hữu 100% vốn, chuyên cung cấp các dịch vụ tín dụng thương mại, tín dụng tiêu dùng, quản lý tài sản và bảo hiểm, factoring, tư vấn xử lý nợ và cấu trúc tài chính. Tổng công ty này có tổng tài sản trên 425 tỷ USD, hoạt động ở hơn 47 nước khác nhau là một trong số nhà phát hành trái phiếu lớn nhất trên thế giới.

Tập đoàn LG (Lucky Goldstar): Được thành lập năm 1947, là công ty hoá chất đầu tiên của Hàn Quốc với tên gọi là Lak Hui Chemical Industry (nay là LG Chemical Ltd). Năm 1958, LG thành lập Công ty Goldstar (nay là LG Electronics) để mở rộng sản xuất sang lĩnh vực điện tử và viễn thông. Hiện nay, LG là Tập đoàn lớn thứ hai ở Hàn Quốc với 44 công ty thành viên hoạt động trong 4 lĩnh vực chính là hoá chất và năng lượng, điện tử và viễn thông, dịch vụ

tài chính và các dịch vụ khác. LG là tập đoàn xuyên quốc gia với 300 chi nhánh và hơn 140.000 nhân viên hoạt động trên toàn thế giới. Tính đến cuối năm 2001, tổng doanh thu của LG là 70.000 tỷ Won.

Để kinh doanh các dịch vụ tài chính trong Tập đoàn LG có các định chế tài chính sau:

- Công ty Chứng khoán và đầu tư LG (LG Investment & Securities Co., Ltd, LGIS): Được thành lập năm 1969, là một trong những công ty chứng khoán hàng đầu ở Hàn Quốc với 107 đại lý, phòng giao dịch trong nước, 03 chi nhánh ở HongKong, NewYork và London, 02 văn phòng khu vực ở Tokyo và Thượng Hải. Vốn cổ đông lớn nhất của LGIS bao gồm các công ty thành viên trong Tập đoàn LG như công ty điện tử LG, công ty quốc tế LG, công ty thiết kế và xây dựng LG. Số nhân viên của công ty trên toàn thế giới là 2.565 người. LGIS có vốn điều lệ 638 triệu USD, tổng tài sản có cuối năm 2001 là 5,1 tỷ USD và doanh thu là 759 triệu USD. LGIS là cổ đông chiếm cổ phần chi phối của một số định chế tài chính khác trong Tập đoàn LG: Công ty quản lý vốn uỷ thác đầu tư LG (LG Investment Trust Management Co., Ltd), Công ty kỳ hạn (LG Futures Co., Ltd), Công ty dịch vụ tài chính LG (LG Capital Services Co., Ltd).

- Công ty quản lý vốn uỷ thác đầu tư LG (LG Investment Trust Management Co., Ltd): Được thành lập năm 1988, vốn điều lệ là 23 triệu USD, doanh thu là 19 triệu USD, có 62 nhân viên. Hình thức ban đầu của công ty là công ty tư vấn tài đầu tư LG, đến năm 1996 đổi tên thành công ty quản lý vốn uỷ thác đầu tư LG. Nội dung hoạt động của công ty là cung cấp dịch vụ quản lý vốn, uỷ thác đầu tư, quản lý quỹ đầu tư, tư vấn đầu tư, đầu tư tài sản bên Nợ - Có, chuyên nghiên cứu kinh tế thế giới, kinh tế quốc gia và thị trường tài chính, chứng khoán.

- Công ty kỳ hạn LG (LG Futures Co., Ltd): Được thành lập năm 1992 với tên gọi là Seoul Futures, đến năm 1994 trở thành thành viên của LG và năm 1996 đổi tên thành LG Futures. Hiện nay, LG Futures đã trở thành công ty kinh doanh kỳ hạn, giao dịch hoán đổi có mức tăng trưởng hàng đầu tại Hàn Quốc.

Công ty cung cấp các sản phẩm dịch vụ liên quan đến giao dịch kỳ hạn như hoán đổi, mua bán ngoại tệ kỳ hạn, quyền chọn, hoán đổi giá cả hàng hoá,... Vốn điều lệ của công ty là 17 triệu USD (khoảng 25 tỷ Won), doanh thu năm 2000 là trên 11 triệu USD.

- Công ty dịch vụ tài chính LG (LG Capital Services Co., Ltd): Được thành lập năm 1988 với hoạt động ban đầu là công ty thẻ LG - LG Credit Card Co., Ltd, cung cấp các dịch vụ liên quan đến thẻ tín dụng (có 2 loại thẻ có tiếng trên thị trường Hàn Quốc là LG 2030 và LG Lady). Số cổ đông của công ty khi mới thành lập là 140.000 đến nay đã tăng lên 10 triệu cổ đông. Công ty là một trong những tổ chức tài chính hàng đầu của Hàn Quốc với 31 chi nhánh, 26 văn phòng đại diện với hơn 3.500 nhân viên. Các dịch vụ chủ yếu LG Capital Services cung cấp là thẻ tín dụng, cho vay trả góp, tài trợ tiêu dùng, bảo lãnh, cho thuê, đầu tư tài chính... Tổng tài sản của công ty ở mức xấp xỉ 8.000 tỷ Won, vốn điều lệ là 4.536 tỷ Won.

- Ngân hàng tiết kiệm Pusan (Savings Bank in Pusan): Được thành lập năm 1969, vốn điều lệ hiện nay là 13,012 triệu USD. Các sản phẩm huy động bao gồm tiền gửi ghi sổ, tiền gửi kỳ hạn, tiền gửi với lãi suất thay đổi, tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi tích lũy... Đồng thời công ty cũng cung cấp các dịch vụ tài chính khác như: Chiết khấu chứng từ, cho vay chiết khấu các khoản tiền gửi, cho vay doanh nghiệp và hộ gia đình. Doanh thu năm 2001 là 38,5 triệu USD.

• **Tổng công ty CNOOC (China National Offshore Oil Corporation):**

- Tổng công ty CNOOC: Là tổng công ty thăm dò khai thác dầu khí biển quốc gia Trung Quốc. Hiện nay, Tổng công ty đã mở rộng hoạt động ra tất cả các lĩnh vực trung nguồn và hạ nguồn. Tổng công ty CNOOC là doanh nghiệp.

- Công ty tài chính CNOOC (CNOOC Finance Co., Ltd): Là tổ chức tài chính phi ngân hàng được thành lập tháng 6 năm 2002 với vốn pháp định là 1,415 tỷ Nhân dân tệ (tương đương 50 triệu USD) có chức năng cung cấp dịch vụ tài chính cho các thành viên trong Tổng công ty và nền kinh tế, các dịch vụ tài chính của công ty bao gồm tiền gửi tiết kiệm, tín dụng, thanh toán nội bộ Tập đoàn,

bảo lãnh, quản lý vốn và tài sản, đầu tư chứng khoán và các dịch vụ tư vấn tài chính. Hiện nay, công ty tài chính CNOOC có số dư tiền gửi là 15,730 tỷ Nhân dân tệ. Sau một năm hoạt động, lợi nhuận ròng của Công ty đạt ở mức 51,56 triệu USD.

- Công ty đầu tư CNOOC (CNOOC Investment Co., Ltd): Thực hiện nhiệm vụ điều hành các dự án dài hạn không thuộc ngành kinh doanh chính của Tổng công ty. Công ty tiếp nhận việc chuyển giao quản lý các dự án này của Tổng công ty từ năm 2001. Sau 1 năm hoạt động, công ty đạt mức lợi nhuận ròng trên 100 triệu Nhân dân tệ. Trong thời gian tới, công ty sẽ tập trung phát triển hoạt động trong lĩnh vực tài chính bao gồm việc nghiên cứu, lựa chọn và đầu tư vào các ngân hàng, chứng khoán, bảo hiểm.

- Theo định hướng phát triển của Tổng công ty về đầu tư tài chính, năm 2002 công ty đầu tư CNOOC đã góp vốn liên doanh với AEGON (1 công ty của Hà Lan, đứng hàng 500 công ty hàng đầu thế giới) thành lập công ty liên doanh bảo hiểm Nhân thọ với số vốn góp mỗi bên tỷ lệ 50:50.

- Công ty đầu tư CNOOC còn tham gia mua cổ phần trong ngân hàng phát triển Phở Đông. Giá cổ phiếu của Ngân hàng mà công ty này nắm giữ đã đạt mức 310% vốn đầu tư ban đầu và làm tăng giá trị tài sản của Tổng công ty góp phần phát triển hoạt động của Tập đoàn trong lĩnh vực tài chính.

#### **1.4.2 Bài học kinh nghiệm đối với việc phát triển dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế ở Việt Nam**

Thông tin về hệ thống các định chế tài chính được thành lập để phát triển các dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế trên thế giới được đề cập ở trên tuy chưa toàn diện nhưng có thể rút ra một số kinh nghiệm đối với các tập đoàn ở Việt Nam như sau:

*Một là:* Các tập đoàn kinh tế trong quá trình hình thành và phát triển mở rộng hoạt động sản xuất, thường kinh doanh đa ngành, đa lĩnh vực xong bao giờ cũng mở rộng sang lĩnh vực tài chính. Việc phát triển các dịch vụ tài chính thông qua việc xây dựng hệ thống các định chế tài chính trong các tập đoàn kinh tế là

một tất yếu khách quan trong quá trình hình thành và phát triển tập đoàn. Để đáp ứng nhu cầu về vốn phục vụ cho việc đầu tư phát triển tập đoàn thì ngoài việc huy động các nguồn lực trong nội bộ tập đoàn còn cần phải huy động các nguồn lực của các thành phần kinh tế trong xã hội. Chính các định chế tài chính là cầu nối tập đoàn với thị trường tài chính, chỉ gắn mình vào hệ thống tài chính, tiền tệ quốc gia các tập đoàn mới thực sự lớn mạnh.

*Hai là:* Mỗi một tập đoàn kinh tế có những đặc điểm hoạt động và chiến lược phát triển riêng. Vì vậy, lựa chọn thành lập định chế tài chính nào để kinh doanh loại dịch vụ tài chính gì? là do từng tập đoàn xem xét lựa chọn cho phù hợp với môi trường kinh doanh và quy định của pháp luật. Nhưng dù là định chế tài chính nào đi nữa thì để phát triển được các dịch vụ tài chính của tập đoàn, các định chế tài chính phải thực hiện được đồng thời 2 chức năng đó là: Phục vụ tập đoàn như một nhiệm vụ chính trị đáp ứng mục tiêu của tập đoàn khi xây dựng và phát triển các trung gian tài chính của mình. Các dịch vụ tài chính do các định chế này cung cấp trước tiên phải phục vụ các đơn vị thành viên của tập đoàn, sau đó phải hoà nhập có hiệu quả vào thị trường dịch vụ tài chính. Để đạt được mục tiêu trên, các định chế tài chính kinh doanh dịch vụ tài chính phải thực hiện tốt 2 chức năng:

+ Các định chế phải là công cụ tài chính đặc lực của tập đoàn, đảm bảo huy động và thu xếp nhu cầu vốn của tập đoàn với chi phí hợp lý nhất, quản lý tập trung các nguồn tài chính và nâng cao hiệu quả luân chuyển các dòng tài chính trong nội bộ tập đoàn.

+ Đồng thời các định chế tài chính phải là tổ chức kinh doanh tiền tệ trên thị trường tài chính tiền tệ, phấn đấu trở thành một ngành kinh doanh chiếm doanh thu và lợi nhuận lớn trong hoạt động của tập đoàn, thực hiện chức năng vốn có của các trung gian tài chính.

*Ba là:* Để phát triển các dịch vụ tài chính, các tập đoàn cần xây dựng chiến lược phát triển của loại dịch vụ này, ưu tiên phát triển loại dịch vụ nào trước thì

đầu tư xây dựng các định chế tài chính kinh doanh loại dịch vụ đó. Tuy nhiên, việc xây dựng các định chế tài chính trong tập đoàn phải mang tính hệ thống, có sự liên kết ràng buộc, đóng vai trò là mắt xích thiết yếu trong dây chuyền vận hành của tập đoàn.

Thực tế cho thấy không có một trung gian tài chính nào là hoàn hảo tuyệt đối về tổ chức cũng như hoạt động và cùng một lúc có thể phát huy tất cả các nghiệp vụ kinh doanh để đáp ứng đầy đủ các dịch vụ tài chính trong khi nhu cầu về các dịch vụ này lại rất đa dạng và phong phú, yêu cầu về chất lượng và tính chuyên nghiệp ngày một cao. Chính vì vậy, các tập đoàn tùy thuộc vào điều kiện thực tế có thể thành lập các trung gian tài chính khác nhau tạo điều kiện giảm bớt hạn chế đối với hoạt động của từng định chế, giúp cho việc kinh doanh các dịch vụ tài chính có hiệu quả hơn. Chẳng hạn, có thể thành lập các công ty tài chính, công ty thuê mua, công ty chứng khoán, công ty bảo hiểm, công ty quản lý quỹ,... Thậm chí thành lập các ngân hàng (Thương mại hoặc đầu tư).

Để phát triển các dịch vụ tài chính do các định chế cung cấp, cần phát triển và mở rộng mạng lưới hoạt động của các định chế tài chính bằng cách thành lập các chi nhánh, văn phòng đại diện tại các nơi có hoạt động kinh doanh của tập đoàn và các trung tâm tài chính tiền tệ lớn cả ở địa bàn có trụ sở của Tập đoàn và trên thế giới. Nhiều tập đoàn đã hình thành hệ thống định chế tài chính hoạt động xuyên quốc gia theo thị trường hoạt động của tập đoàn, có như vậy mới có khả năng và điều kiện khai thác lợi thế của từng khu vực khác nhau nhằm đáp ứng công cuộc đầu tư và phát triển của tập đoàn.

*Bổn là:* Tập đoàn sở hữu vốn và chi phối các trung gian tài chính về tài chính, chiến lược phát triển và các quyết định quan trọng. Để phát huy vai trò điều hoà vốn tập trung, nhằm đưa hoạt động kinh doanh dịch vụ tài chính của các trung gian tài chính trong tập đoàn theo đúng mục tiêu và định hướng phát triển của tập đoàn thì với những định chế tài chính quan trọng tập đoàn nên giữ cổ phần chi phối hoặc tập đoàn sở hữu 100%; khuyến khích, tạo điều kiện để định chế tài chính này tham gia góp vốn vào định chế khác theo mô hình công ty mẹ - công ty con.



Hiện nay, các tập đoàn kinh tế ở Việt Nam phần lớn đều được thành lập trên cơ sở chuyển đổi từ các tổng công ty 91 (mô hình thí điểm tập đoàn kinh tế ở Việt Nam). Để xây dựng các tập đoàn kinh tế có tiềm lực tài chính vững mạnh, cần phải có sự đổi mới trong cơ chế quản lý tài chính, từng bước nghiên cứu, xây dựng và phát triển hệ thống các định chế tài chính nhằm mục tiêu thu xếp tài chính, quản trị vốn trên nguyên tắc sinh lời, thực hiện kinh doanh các dịch vụ tài chính có hiệu quả. Ngoài một số các định chế tài chính như Công ty tài chính, Công ty bảo hiểm, Tiết kiệm Bưu điện được thành lập trong các tổng công ty 91 trước đây, cần phải phát triển các định chế tài chính mới nhằm mục đích đưa việc kinh doanh các dịch vụ tài chính thành một nghề chuyên nghiệp trong tập đoàn.[18], [24]

\*

\*            \*

Trên thế giới, các tập đoàn kinh tế đã ra đời tồn tại và phát triển từ lâu trong lịch sử phát triển kinh tế. Trong xã hội công nghiệp, các tập đoàn kinh tế đã nắm giữ phần lớn nguồn lực sản xuất của mỗi quốc gia, là trái tim của hệ thống kinh tế. Sự hình thành và phát triển các tập đoàn kinh tế trên thế giới là một tất yếu khách quan trong quá trình phát triển kinh tế của nhân loại. Các tập đoàn kinh tế ra đời có vai trò, ý nghĩa to lớn trong nền kinh tế thị trường. Ở Việt Nam, các tập đoàn kinh tế đang trong quá trình hình thành và phát triển. Nghiên cứu các tập đoàn kinh tế trên thế giới để rút ra những kinh nghiệm trong quá trình hình thành các tập đoàn kinh tế ở Việt Nam. Thực tế phát triển của các tập đoàn kinh tế trên thế giới cho thấy trong quá trình phát triển các tập đoàn kinh tế thường mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh theo hướng kinh doanh đa ngành, đa lĩnh vực xong bao giờ cũng mở rộng sang lĩnh vực dịch vụ tài chính.

Nghiên cứu những vấn đề lý luận chung về dịch vụ tài chính, bao gồm các loại dịch vụ tài chính, đặc điểm của dịch vụ, chủ thể cung cấp dịch vụ, giá cả

dịch vụ tài chính, các nhân tố tác động tới chất lượng dịch vụ tài chính để thấy được vai trò của dịch vụ tài chính trong nền kinh tế thị trường... đặc biệt là với các tập đoàn kinh tế, từ đó chỉ ra sự cần thiết phải phát triển dịch vụ tài chính, chỉ tiêu để đánh giá sự phát triển dịch vụ tài chính ở tầm quốc gia và ở các tập đoàn kinh tế; điều kiện để phát triển dịch vụ tài chính và vận dụng vào việc phân tích thực trạng dịch vụ tài chính của Tập đoàn Bảo chính Viễn thông Việt Nam. Trên cơ sở đó đánh giá khả năng phát triển dịch vụ tài chính của VNPT cả về mặt lợi thế và bất lợi, từ đó có những giải pháp hữu hiệu nhằm phát triển các dịch vụ tài chính trong Tập đoàn một cách có hiệu quả.

Mặt khác nghiên cứu kinh nghiệm phát triển dịch vụ tài chính của các tập đoàn kinh tế trên thế giới thông qua quá trình xây dựng phát triển các định chế tài chính của các tập đoàn này, nhằm rút ra bài học kinh nghiệm cho các tập đoàn kinh tế của Việt Nam nói chung và Tập đoàn Bảo chính Viễn thông Việt Nam nói riêng trong quá trình hình thành và phát triển với mục đích kinh doanh các dịch vụ tài chính thành công.

## CHƯƠNG 2

### THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TRONG TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM

#### 2.1 KHÁI QUÁT VỀ TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM

##### 2.1.1 Khái quát tập đoàn kinh tế ở Việt Nam

Thực hiện đường lối đổi mới của Đảng, xây dựng nền kinh tế thị trường theo định hướng XHCN, từng bước hội nhập nền kinh tế quốc tế. Ngày 07 tháng 3 năm 1994, Chính phủ đã ban hành Quyết định số 91/TTg về việc tổ chức lại các liên hiệp xí nghiệp, các tổng công ty hiện có và thí điểm thành lập một số tổng công ty theo hướng mô hình tập đoàn kinh tế trong những ngành kinh tế quan trọng của nền kinh tế quốc dân nhằm tích tụ, tập trung, chuyên môn hoá, nâng cao sức cạnh tranh.

Sau một thời gian hoạt động theo mô hình tổng công ty 91, các tổng công ty nhà nước đã có nhiều đóng góp cho việc thúc đẩy phát triển kinh tế, làm nòng cốt góp phần khẳng định vai trò chủ đạo của kinh tế nhà nước. Mô hình trên đã bộc lộ nhiều nhược điểm, làm chậm quá trình tích tụ tập trung vốn, giảm tốc độ tăng trưởng và khả năng cạnh tranh; không phát huy được tính độc lập tự chủ của các doanh nghiệp thành viên, chưa tạo được động lực cho người lao động.

Trong khi các TĐKT trên thế giới phổ biến là sở hữu hỗn hợp, hoạt động trên nhiều lĩnh vực, kinh doanh đa ngành và thực hiện mối liên kết giữa các thành viên trong tập đoàn bằng sở hữu vốn thì các tổng công ty 91 thí điểm theo mô hình tập đoàn kinh tế hầu hết chỉ bao gồm các doanh nghiệp nhà nước, dựa vào cơ chế vận hành theo mối quan hệ cấp trên, cấp dưới; nhiều tổng công ty về thực chất chỉ là tập hợp theo quyết định hành chính, ghép nối các doanh nghiệp hoạt động trong cùng một ngành nghề, lĩnh vực hoặc trên cùng một địa bàn. Quan hệ vốn, tài sản giữa tổng công ty với các đơn vị thành viên là mối quan hệ giao - nhận. Các đơn vị thành viên trong tổng công ty còn nhiều chông chéo về

chức năng nhiệm vụ, thị trường dẫn đến tình trạng cạnh tranh lẫn nhau làm suy yếu nội bộ. Điểm yếu nhất trong quản lý tài chính của các tổng công ty đó là chưa có một mô hình hạch toán phù hợp với mô hình tổng công ty, chưa tập trung huy động, điều chuyển được nguồn vốn trong nội bộ tổng công ty. Tổng công ty không phải là người đầu tư vốn cho các đơn vị thành viên, không có sự phối hợp về tài chính với các doanh nghiệp thành viên do đa số là hạch toán độc lập, thì vai trò của “người cầm đầu” sẽ rất yếu.

Việc hỗ trợ về công nghệ, tạo thị trường tiêu thụ sản phẩm cho các công ty thành viên của tổng công ty cũng không đạt được hiệu quả như mong muốn. Nhiều tổng công ty còn chờ vào sự hỗ trợ của nhà nước, chưa chủ động tháo gỡ khó khăn để kinh doanh có hiệu quả, tăng năng lực cạnh tranh với các đối thủ trong và ngoài nước.

Để từng bước đổi mới, phát triển và nâng cao hiệu quả kinh doanh của các tổng công ty nhà nước, Chính phủ đã thực hiện chủ trương chuyển một số tổng công ty có quy mô lớn sang hoạt động theo mô hình tập đoàn kinh tế. Tính đến tháng 9/2006, Thủ tướng Chính phủ đã có quyết định phê duyệt đề án thí điểm hình thành 4 tập đoàn từ các tổng công ty 91 đó là: Than - Khoáng sản; Bưu chính - Viễn thông; Tài chính - Bảo hiểm; Dệt may. Tất cả các tập đoàn này đều hoạt động theo nguyên tắc mô hình Công ty mẹ - Công ty con. Từ nay đến hết năm 2006, Ban Đổi mới doanh nghiệp Nhà nước Trung ương đang phối hợp với các Bộ chuẩn bị đề án thí điểm thêm tập đoàn: Công nghiệp tàu thủy, Công nghiệp cao su, Điện lực và Dầu khí.

Như vậy, việc chuyển đổi các tổng công ty Nhà nước thành các tập đoàn kinh tế ở Việt Nam còn trong giai đoạn thí điểm để rút kinh nghiệm. Theo tác giả luận án, nếu quá trình chuyển đổi các tổng công ty 91 thành các TĐKT không dựa trên cơ sở củng cố, cơ cấu lại các tổng công ty, sau đó chọn “hạt nhân” để hình thành TĐKT, mà cứ tiến hành ở ạt thí điểm thì thật là sai lầm. Điều quan trọng cần nhận biết một cách sâu sắc là TĐKT so với tổng công ty nhà nước không chỉ khác về quy mô vốn, mạng lưới, ngay cả tư cách pháp nhân, môi liên

kết nội bộ đặc biệt và nội dung sở hữu, cơ cấu vốn và cơ chế quản lý. Vì vậy, việc hình thành các TĐKT ở Việt Nam vừa có quá trình tự nhiên vừa kết hợp quá trình tổ chức lại doanh nghiệp nhà nước, nhưng điều cốt lõi là Nhà nước tạo môi trường “tự nó” phát triển, tránh gò ép, phong trào. Có như vậy chúng ta mới hy vọng xây dựng thành công các TĐKT mạnh đủ sức đương đầu với thách thức trong quá trình hội nhập.[6], [40]

### **2.1.2 Quá trình phát triển của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt nam**

Với chủ trương đổi mới và sắp xếp lại doanh nghiệp Nhà nước nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh, đáp ứng yêu cầu của xu thế hội nhập và phát triển. Ngày 7/3/1994, Thủ tướng Chính phủ đã ra quyết định 91/TTg v/v “Thí điểm thành lập các tập đoàn kinh doanh”, Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam đã được lựa chọn là một trong những tổng công ty mạnh thực hiện thí điểm theo quyết định này. Thực hiện chủ chương của Đảng và Nhà nước theo tinh thần quyết định 91/TTg và để tiếp tục hoàn thiện cơ chế quản lý của Ngành Bưu Điện, ngày 29/4/1995, Thủ tướng Chính phủ ra quyết định số 249/TTg thành lập Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam (VNPT) trên cơ sở tổ chức, sắp xếp lại các đơn vị dịch vụ, công nghiệp, thương mại và sự nghiệp của Tổng cục Bưu Điện. Với quyết định này, chức năng quản lý Nhà nước của Tổng cục Bưu Điện và chức năng sản xuất kinh doanh của Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam được phân định rõ ràng. Tổng công ty thực sự là một đơn vị sản xuất kinh doanh, thực hiện hạch toán tổng hợp toàn ngành theo nguyên tắc lấy thu bù chi và có lãi.

VNPT có nhiệm vụ kinh doanh và phục vụ về bưu chính, viễn thông theo qui hoạch, kế hoạch và chính sách phát triển của Nhà nước. Hoạt động sản xuất kinh doanh của Tổng công ty gồm: Phát triển, quản lý và khai thác mạng lưới bưu chính, viễn thông công cộng và quốc gia; đảm bảo thông tin liên lạc phục vụ sự chỉ đạo của Đảng, Nhà nước, phục vụ công ích, quốc phòng, an ninh, ngoại giao; sản xuất công nghiệp và tư vấn về bưu chính, viễn thông; xuất nhập khẩu và cung ứng vật tư, thiết bị bưu chính, viễn thông,...

Với nhiệm vụ và hoạt động như vậy, VNPT được tổ chức thành các ban chức năng và các đơn vị thành viên dưới sự quản lý của Hội đồng quản trị và sự điều hành của ban Tổng giám đốc. Sau hơn 10 năm hình thành và phát triển, đổi mới theo tinh thần các Nghị quyết Trung ương, hoạt động của Tổng công ty được phát triển mở rộng cả chiều rộng và chiều sâu. Kết quả hoạt động của Tổng công ty được đánh giá trên các mặt sau:

- Với vai trò là Tổng công ty 91, VNPT đã tập hợp được các nguồn lực tài chính, đất đai, nhân lực, cơ sở vật chất, kỹ thuật... có qui mô lớn, đa dạng hoá và mở rộng thêm nhiều ngành nghề kinh doanh.

- Nhờ cơ chế quản lý tập trung, Tổng công ty đã có điều kiện hỗ trợ các đơn vị hạch toán phụ thuộc về vốn, công nghệ, và khai thác dịch vụ, nhất là các Bưu điện tỉnh chưa tự cân đối được thu chi; tạo thị trường tiêu thụ các sản phẩm của các đơn vị thuộc khối công nghiệp, thương mại, tư vấn, xây lắp; gắn kết với việc phát triển mạng lưới của Tổng công ty; có điều kiện đầu tư phát triển các dịch vụ nghiên cứu, đào tạo và y tế, chăm sóc sức khoẻ cho toàn thể cán bộ công nhân viên ngành Bưu điện; phát huy truyền thống của ngành Bưu điện Việt Nam, thực hiện chính sách đền ơn đáp nghĩa và các chính sách xã hội khác.

- VNPT được đánh giá là doanh nghiệp sử dụng vốn đầu tư ban đầu của Nhà nước có hiệu quả cao. Trong những năm đổi mới vừa qua VNPT đã chủ động thực hiện cơ chế tự vay, tự trả, thu hút nhiều nguồn vốn trong và ngoài nước. Đến nay tổng giá trị tài sản của VNPT đã đạt khoảng 30.000 tỷ đồng. VNPT đã hoàn thành mục tiêu tăng tốc, phát triển và đang tiếp tục đổi mới theo yêu cầu phát triển bền vững, hội nhập kinh tế quốc tế. Có thể nói tách Bưu chính, Viễn thông và cổ phần hoá các đơn vị thành viên là những bước đi đầu tiên giúp VNPT đẩy nhanh quá trình hình thành Tập đoàn Bưu chính Viễn thông.

Với những kết quả đã đạt được ngày 23/03/2005, Thủ tướng Chính phủ ký ban hành Quyết định số 58/2005/QĐ-TTg, phê duyệt đề án thí điểm hình thành Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam và các đơn vị thành viên. Đây là tập đoàn kinh tế đầu tiên được Thủ tướng Chính phủ cho phép thành lập. Ngày

09/01/2006 Thủ tướng Chính phủ ký quyết định về việc thành lập công ty mẹ - Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

### **2.1.3 Mô hình tổ chức, đặc điểm hoạt động sản xuất kinh doanh**

Quá trình thử nghiệm xây dựng trở thành tập đoàn kinh tế đã được VNPT chuẩn bị và xúc tiến từ một vài năm trước. Khởi đầu là việc tách Bưu chính, Viễn thông nhằm mục tiêu tách bạch giữa phục vụ công ích và sản xuất kinh doanh, xoá bỏ cơ chế bù chéo từ Viễn thông sang cho Bưu chính tạo điều kiện cho Viễn thông phát triển mạnh hơn, nâng cao năng suất lao động, từng bước giảm giá thành dịch vụ và tăng cường năng lực cạnh tranh, đồng thời để Bưu chính có thể tự đứng vững trên đôi chân của mình. Năm 2003 việc triển khai tách Bưu chính và Viễn thông đã bắt đầu được thực hiện. Thực tế cho thấy cả Bưu chính và Viễn thông đều tiếp tục phát triển nhanh, doanh thu không ngừng được nâng cao. Trong những năm qua VNPT đã chú trọng tới công tác cổ phần hoá, tính đến cuối năm 2005 các đơn vị công nghiệp, xây lắp, thương mại đã cổ phần hoá toàn bộ. Đồng thời VNPT cũng đang tiến hành cổ phần hoá các đơn vị Viễn thông, Tin học không nằm trong diện Nhà nước giữ 100% vốn. Các đơn vị thành viên của VNPT sau khi cổ phần hoá đều phát triển tốt và phát huy mọi nguồn lực. Có thể nói tách Bưu chính, Viễn thông và cổ phần hoá các đơn vị thành viên là những bước đi đầu tiên giúp VNPT đẩy nhanh quá trình hình thành tập đoàn.

Tuy nhiên trong quá trình chuẩn bị cho sự chuyển đổi thành tập đoàn kinh tế, VNPT cũng gặp không ít khó khăn vì đây là mô hình mới chưa có tiền lệ tại Việt nam, nên quá trình tổ chức thành lập cần phải có thời gian nghiên cứu để đi vào hoạt động. Bên cạnh đó hành lang pháp lý như Luật doanh nghiệp, Luật Bưu chính Viễn thông, các qui chế tài chính...vv hiện còn chưa hoàn thiện, Nhà nước cũng đang còn nhiều vấn đề cần phải giải quyết trong công tác xây dựng mô hình và chỉ đạo. Hơn nữa VNPT là tổng công ty lớn có nhiều đơn vị thành viên nên việc xây dựng mô hình tập đoàn không chỉ ở Tổng công ty mà còn gắn với tất cả các đơn vị thành viên, đòi hỏi phải làm từng bước và rất thận trọng để không ảnh hưởng tới cả Tổng công ty lớn. Vì vậy cho dù ngày 23/03/2005 Thủ tướng Chính

phủ ký ban hành Quyết định số 58/2005/QĐ-TTg phê duyệt đề án thí điểm hình thành Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt nam nhưng phải đến ngày 17/11/2006 Thủ tướng Chính phủ mới phê duyệt điều lệ tổ chức và hoạt động của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt nam. Trong thời gian nghiên cứu của đề tài thì việc chuyển đổi VNPT từ tổng công ty 91 sang tập đoàn kinh tế chưa có gì khác biệt còn đang trong giai đoạn tách Bưu chính và Viễn thông. Mô hình tổ chức của các định chế tài chính trong VNPT tham gia kinh doanh dịch vụ tài chính vẫn giữ nguyên như khi VNPT còn là tổng công ty 91. Dưới đây là mô hình tổ chức và đặc điểm hoạt động sản xuất của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam:

Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam (dưới đây gọi tắt Tập đoàn) là một tập đoàn kinh tế Nhà nước hoạt động theo mô hình Công ty mẹ - Công ty con. Hội đồng quản trị quản lý và điều hành Tập đoàn có 9 thành viên do Thủ tướng Chính phủ bổ nhiệm theo đề nghị của Bộ trưởng Bộ Bưu chính Viễn thông. Tập đoàn có trách nhiệm kế thừa các quyền và nghĩa vụ hợp pháp của VNPT theo qui định của pháp luật.

Về tổ chức, công ty mẹ của Tập đoàn là công ty Nhà nước, có chức năng đầu tư tài chính vào các doanh nghiệp khác, giữ quyền chi phối các công ty con thông qua vốn, nghiệp vụ, công nghệ, thương hiệu, thị trường; trực tiếp quản lý, kinh doanh mạng lưới viễn thông đường trục và đảm bảo thực hiện nhiệm vụ công ích do Nhà nước giao. Các đơn vị thành viên của Tập đoàn gồm: Tổng công ty Bưu chính Việt Nam là Tổng công ty do Nhà nước quyết định thành lập và giao vốn thông qua Tập đoàn; kinh doanh đa ngành, trong đó dịch vụ Bưu chính là ngành kinh doanh chính; bảo đảm cung cấp các dịch vụ Bưu chính công cộng theo qui định của pháp lệnh Bưu chính Viễn thông và các nhiệm vụ Bưu chính công ích khác do Nhà nước giao. Các công ty con của Tập đoàn bao gồm:

- Các công ty do Tập đoàn nắm giữ 100% vốn điều lệ gồm: Các công ty Viễn thông, Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên Điện toán và Truyền số liệu, Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên Phát triển Phần mềm và Truyền thông.



- Các công ty do Tập đoàn nắm giữ trên 50% vốn điều lệ gồm: Công ty cổ phần Thông tin di động, Công ty cổ phần Dịch vụ Viễn thông, cùng 9 công ty cổ phần khác; công ty trách nhiệm hữu hạn nhiều thành viên khác được hình thành từ cổ phần hoá, chuyển đổi sở hữu doanh nghiệp.

- Các công ty liên kết do Tập đoàn nắm dưới 50% vốn điều lệ bao gồm các công ty hoạt động trong lĩnh vực sản xuất thiết bị công nghiệp, phần mềm, xây lắp, thương mại, cung cấp dịch vụ giá trị gia tăng, bảo hiểm du lịch và các ngành nghề khác theo quy định của pháp luật gồm 15 công ty.

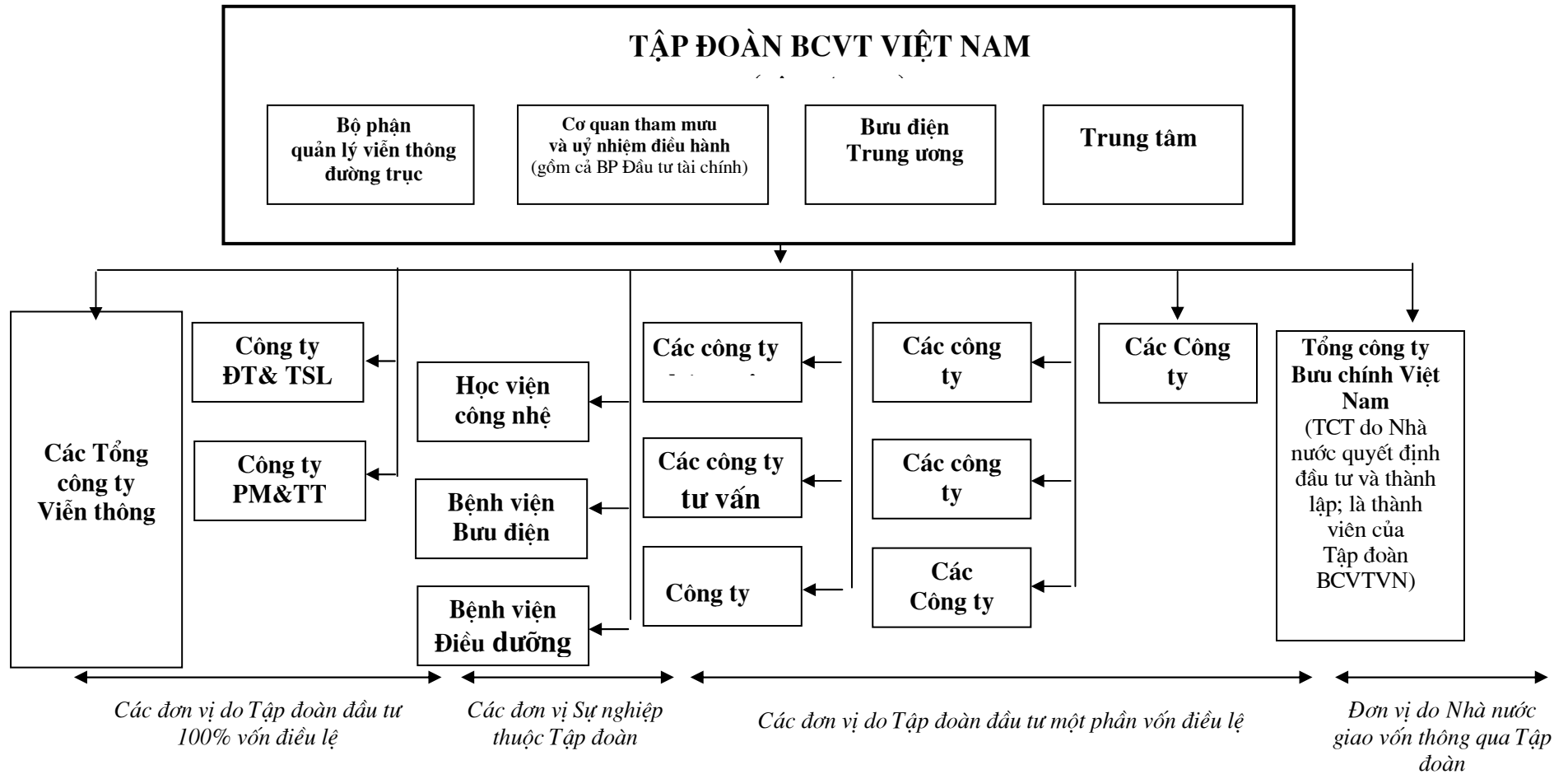
- Các đơn vị sự nghiệp gồm: Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông; 3 bệnh viện Bưu điện đặt ở Hà Nội, TP Đà Nẵng, TP Hồ Chí Minh; 3 bệnh viện điều dưỡng và phục hồi chức năng I, II, III. Các đơn vị sự nghiệp trên sẽ chuyển sang hoạt động theo cơ chế doanh nghiệp do Thủ tướng Chính phủ quyết định theo đề nghị của Hội đồng quản trị Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

Việc hình thành Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam sẽ tạo sự gắn kết chặt chẽ giữa sản xuất - nghiên cứu - ứng dụng. Mạng lưới sẽ được phát triển đồng bộ, hiện đại chất lượng cao, tổ chức mạng hợp lý, đẩy nhanh tốc độ phát triển mạng đường trục để tạo ra hạ tầng thông tin quốc gia làm nền tảng cho việc ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

Với mô hình Công ty mẹ - Công ty con, việc cạnh tranh giữa các doanh nghiệp sẽ được thúc đẩy mạnh mẽ hơn. Các đơn vị trong Tập đoàn đều là các doanh nghiệp hạch toán độc lập và tự chủ trong kinh doanh nên họ phải cạnh tranh với nhau cũng như cạnh tranh với các doanh nghiệp ngoài Tập đoàn. Chính sự cạnh tranh này sẽ giúp các doanh nghiệp trong Tập đoàn mạnh hơn.

Để xây dựng thành công Tập đoàn Bưu chính Viễn thông, VNPT đang chuyển dần sang chiến lược kinh doanh đa ngành nghề bao gồm cả tài chính, du lịch, bảo hiểm, công nghiệp sản xuất thiết bị Bưu chính - Viễn thông... nhưng nhiệm vụ kinh tế chủ đạo của VNPT vẫn là kinh doanh các sản phẩm, dịch vụ bưu chính, viễn thông và công nghệ thông tin.[44], [45], [47], [48].

## MÔ HÌNH TỔ CHỨC TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG QUỐC GIA VIỆT NAM



## **2.2 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TRONG TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM**

### **2.2.1. Sự cần thiết phải phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt nam.**

Thực tế phát triển dịch vụ tài chính do các chủ thể của tập đoàn Bưu chính Viễn thông cung cấp trong thời gian qua cho thấy đã bước đầu góp phần hỗ trợ cho các dịch vụ kinh doanh khác của tập đoàn. Chẳng hạn với sự phát triển của dịch vụ tiết kiệm Bưu điện, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ thanh toán, dịch vụ bảo hiểm đã làm phong phú thêm các dịch vụ cung cấp của Tổng công ty Bưu chính Việt Nam, đã tạo ra một khoản doanh thu đáng kể cho khối Bưu chính chiếm 8% doanh thu Bưu chính), góp phần tạo nên thương hiệu của tập đoàn. Đặc biệt với sự phát triển của dịch vụ tiết kiệm Bưu điện đã trở thành một kênh huy động vốn quen thuộc đối với người dân nông thôn. Bên cạnh đó sự phát triển của các dịch vụ tín dụng do PTF cung cấp, dịch vụ tư vấn tài chính đã góp phần đáp ứng nhu cầu vốn tín dụng cho đầu tư phát triển của Tập đoàn và giúp các đơn vị trong Tập đoàn trong quá trình đổi mới doanh nghiệp. Đồng thời thông qua các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính đã tiếp tục khẳng định được vị trí, vai trò của VNPT trên thị trường tài chính, góp phần ổn định sản xuất kinh doanh và nâng cao sức mạnh tài chính của tập đoàn.

Trong xu hướng toàn cầu hóa, quốc tế hóa đang diễn ra hết sức mạnh mẽ, Việt Nam đã chính thức ra nhập WTO, với lộ trình thực hiện các cam kết và hiệp định quốc tế về mở cửa thị trường Bưu chính Viễn thông cho các doanh nghiệp nước ngoài, với xu hướng phát triển công nghệ Bưu chính Viễn thông trên thế giới là hội tụ Viễn thông - Công nghệ thông tin - Phát thanh truyền hình và truyền thông đa phương tiện, xu hướng tích hợp các dịch vụ cố định, Internet, di động, dịch vụ công nghệ thông tin và truyền hình trên cùng một hạ tầng cơ sở duy nhất.

Với tiến trình mở cửa hội nhập trên khiến VNPT phải đối mặt với cạnh tranh không chỉ các nhà khai thác trong nước mà cả các nhà khai thác nước ngoài. Sự phát triển nhanh về công nghệ, dịch vụ là một sức ép rất lớn đặt VNPT

trước nguy cơ tụt hậu về công nghệ so với các nước trên thế giới và khu vực. Để theo kịp xu hướng chung của thế giới VNPT cần có sự chuyển đổi mạng, công nghệ, phải nhanh chóng nghiên cứu triển khai các ứng dụng hiện đại, phải có chiến lược đa dạng hóa dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ giá trị gia tăng. Trước tình hình trên, để đáp ứng yêu cầu phát triển sản xuất kinh doanh Bưu chính Viễn thông đòi hỏi VNPT phải có một lượng vốn đầu tư khá lớn, dự kiến giai đoạn 2006 - 2010 là 75.000 tỷ đồng cho đầu tư phát triển kinh doanh Bưu chính Viễn thông. Để đáp ứng yêu cầu vốn cho đầu tư phát triển Tập đoàn thì các định chế tài chính đóng một vai trò rất quan trọng. Bên cạnh kênh huy động vốn qua công ty tài chính Bưu điện, qua Bảo hiểm Bưu điện thì dịch vụ tiết kiệm Bưu điện cũng là một kênh huy động vốn rất lớn nếu VNPT được phép chuyển đổi tiết kiệm Bưu điện thành một ngân hàng. Mặt khác việc phát triển các dịch vụ tài chính như dịch vụ chứng khoán, quản lý quỹ đầu tư sẽ giúp Tập đoàn huy động vốn thông qua thị trường chứng khoán.

Như vậy phát triển các dịch vụ tài chính sẽ tạo điều kiện hỗ trợ cho Tập đoàn trong quá trình thu hút vốn đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh Bưu chính, Viễn thông.

Hơn nữa trong tình hình kinh doanh Bưu chính, Viễn thông đang bị cạnh tranh gay gắt, xu hướng giảm cước có ảnh hưởng tới thị phần và doanh thu kinh doanh Bưu chính, Viễn thông của Tập đoàn. Phát triển dịch vụ tài chính sẽ tạo ra nguồn thu đáng kể cho Tổng công ty Bưu chính, giúp Tổng công ty có điều kiện mở rộng sản xuất kinh doanh, đa dạng hóa dịch vụ cung cấp tại các bưu cục.

Với những lý do trên, phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt nam là cần thiết trong quá trình phát triển của Tập đoàn, nhằm nâng cao tiềm lực tài chính và sức mạnh của Tập đoàn trên thị trường tài chính.

## **2.2.2 Thực trạng phát triển các dịch vụ tài chính trong VNPT**

### **2.2.2.1 Dịch vụ ngân hàng**

*- Về chủ thể cung cấp dịch vụ:*

Cho đến nay, tham gia cung cấp dịch vụ này gồm có hai định chế tài chính trong VNPT là Công ty Tiết kiệm Bưu điện (VPSC) là đơn vị hạch toán phụ thuộc Tập đoàn và Công ty Tài chính Bưu điện (PTF) là đơn vị hạch toán độc lập.

- Về khách hàng sử dụng dịch vụ

**+ Dịch vụ tiết kiệm Bưu điện (TKBD):**

Đây là một loại hình dịch vụ mới trên thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam, mới xuất hiện 8 năm nhưng đã được sự chú ý của nhiều bộ phận dân cư và doanh nghiệp. Khách hàng gửi tiền tiết kiệm của Bưu điện chủ yếu là đối tượng dân cư có thu nhập thấp và trung bình. Do số tiền mỗi lần gửi tối thiểu là 50.000đ nên rất phù hợp với tầng lớp sinh viên và dân cư có thu nhập thấp.

**+ Dịch vụ chuyển tiền:**

Thực tế kinh doanh dịch vụ chuyển tiền những năm qua của VNPT cho thấy khách hàng sử dụng dịch vụ chuyển tiền của Bưu điện không phải là khách hàng lớn so với khách hàng của ngân hàng thương mại và chủ yếu là phục vụ nhu cầu của cá nhân, hộ gia đình và hộ kinh doanh nhỏ. Trong số các đối tượng khách hàng gửi tiền có thể phân thành hai nhóm:

Nhóm khách hàng là cá nhân: Nhóm này chiếm phần lớn trong số khách hàng của Bưu điện, họ sử dụng dịch vụ chuyển tiền chủ yếu cho mục đích chi tiêu gia đình, kinh doanh nhỏ, số lượng tiền cho một lần gửi không lớn, tuy nhiên tần suất sử dụng dịch vụ lại thường xuyên.

Nhóm khách hàng là tổ chức, doanh nghiệp: Số tiền cho một lần gửi lớn hơn, tuy nhiên nhóm này chỉ chiếm khoảng 30% tổng số khách hàng chủ yếu là các tòa soạn báo gửi nhuận bút cho tác giả và cộng tác viên, một số ít là các doanh nghiệp tư nhân hay công ty trách nhiệm hữu hạn gửi tiền với số lượng không lớn để giao dịch thanh toán. Ngoài ra còn có các tổ chức từ thiện, các cơ quan đơn vị sử dụng dịch vụ để giúp đỡ, cứu trợ đồng bào lũ lụt. Còn đối tượng khách hàng lớn, họ thường tin tưởng và sử dụng dịch vụ của ngân hàng vì họ cho rằng ngân hàng chuyên sâu trong lĩnh vực tiền tệ hơn Bưu điện. Vì vậy, để có thể thu hút được đối tượng này, VNPT phải có nhiều biện pháp đa dạng hoá dịch vụ, hiện đại hoá dịch vụ nhằm tạo được uy tín đối với nhóm khách hàng này.[12]

**+ Dịch vụ cho vay:**

Hiện nay khách hàng của VNPT mới chủ yếu là các đơn vị trong ngành, các đơn vị ngoài ngành rất ít. Hình thức cho vay của PTF cũng chủ yếu là dưới hình

thức đồng tài trợ và ủy thác cho vay, việc cho vay từ vốn của PTF chủ yếu là vay ngắn hạn, còn cho vay trung và dài hạn là hai hình thức đồng tài trợ và ủy thác cho vay. Do PTF hạn chế về vốn điều lệ, mặt khác hạn mức cho vay của luật các tổ chức tín dụng cũng bó buộc ở mức 15% vốn tự có của tổ chức tín dụng nên PTF rất khó khăn trong việc huy động vốn vì có huy động được cũng không được phép cho vay. Trong tương lai khách hàng có nhu cầu sử dụng dịch vụ này của PTF vẫn rất lớn, chỉ tính riêng các đơn vị trong ngành chưa kể khách hàng ngoài ngành và tư nhân. Tuy nhiên vấn đề là PTF có đáp ứng được các yêu cầu của khách hàng hay không thì đòi hỏi PTF phải có giải pháp phát triển dịch vụ này nhằm thoả mãn được nhu cầu của khách hàng.[13]

**+ *Dịch vụ tư vấn tài chính:***

Khách hàng của dịch vụ này bao gồm các đơn vị thành viên trong Tập đoàn, các đơn vị ngoài ngành, tuy nhiên khách hàng ngoài ngành còn rất hạn chế .

*- Về sản phẩm dịch vụ:*

\* *Số lượng các sản phẩm, dịch vụ:* Đây là dịch vụ tài chính quan trọng và phát triển nhất trên thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam. Tuy nhiên các định chế tài chính trong VNPT đều là các tổ chức tài chính phi ngân hàng nên các định chế này chỉ được làm một số các dịch vụ của ngân hàng cụ thể là:

*a) Dịch vụ tiết kiệm:*

Dịch vụ tiết kiệm Bưu điện ra đời đã tạo nên một kênh huy động vốn mới bên cạnh kênh huy động vốn của các ngân hàng thương mại và các tổ chức tài chính trung gian khác. Lần đầu tiên tại Việt Nam việc huy động tiền gửi tiết kiệm được thực hiện thông qua hệ thống các bưu cục rộng khắp trên toàn quốc cùng với sự ra đời của VPSC, một hệ thống các bưu cục thực hiện dịch vụ tiết kiệm Bưu điện đã dần dần được hình thành và ngày càng mở rộng để thu hút và huy động tiền nhàn rỗi từ khu vực dân cư. Song không chỉ tận dụng lợi thế về mạng lưới, để không ngừng nâng cao vai trò của mình, VPSC còn rất năng động trong việc triển khai các nghiệp vụ. Công ty đã mạnh dạn áp dụng nhiều hình thức thu hút tiền gửi tiết kiệm bao gồm: hình thức tiết kiệm gửi góp; hình thức

tiết kiệm không kỳ hạn; gửi một nơi rút nhiều nơi; hình thức tiết kiệm có kỳ hạn 3, 6, 9, 24 tháng, dịch vụ tài khoản cá nhân. Với các hình thức thu hút tiền gửi tiết kiệm trên đã huy động được một số lượng vốn tương đối khả quan, kết quả huy động vốn qua các năm như sau:

**BẢNG 2.1: TỔNG VỐN HUY ĐỘNG QUA CÁC NĂM**

*Đơn vị tính: Tỷ đồng*

Năm Chỉ tiêu	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Tổng
	1. Tiết kiệm gửi góp	37	67	90	116	130,7	146	158
- Kỳ hạn 6 tháng	14	22	31	45	51,3	58,2	60,8	285,3
- Kỳ hạn 12 tháng	14	27	39	51	80,9	69,5	80,7	364,1
- Kỳ hạn 18 tháng	1	3	2	2	1,5	2	6,5	18,18
- Kỳ hạn 24 tháng	8	15	18	18	16,97	16,150	10	103,12
2. Tiết kiệm không kỳ hạn (số dư bình quân)	3	5	6	5	8	12	14	55
3. Tiết kiệm có kỳ hạn	2523	3736	5812	7323	10198	10735	12.584	53.537
- Kỳ hạn 3 tháng	792	1197	2472	3834	5361	5237	6.150	25.283
- Kỳ hạn 6 tháng	745	1067	1514	1995	2613	3067	2.380	13.558
- Kỳ hạn 12 tháng	986	1319	1447	1368	2020	2233	3.844	13.426
- Kỳ hạn 24 tháng		153	379	126	204	197	210	1269
4. Tổng	2.563	3.808	5.908	7.444	10.336	10.893	12.756	54.342
% năm sau so với năm trước		148%	155%	126%	139%	105%	117%	

*(Nguồn: Báo cáo hoạt động huy động vốn các năm 2000 – 2006 của VNPT)*

Kết quả trên cho thấy: Nguồn vốn thu hút qua TKBD không ngừng tăng lên, mỗi năm trung bình thêm gần 2.000 tỷ đồng. Số tiền huy động được từ 2.563 tỷ đồng năm 2000 đã tăng lên 12.756 tỷ đồng năm 2006 gấp 4,98 lần. Số vốn huy động được chủ yếu tập trung ở tiết kiệm có kỳ hạn chiếm 98% trong tổng số vốn huy động qua TKBD. Để đạt được số vốn huy động tăng liên tục qua các

năm không chỉ do mạng lưới dịch vụ TKBD ngày càng mở rộng, thủ tục thanh toán nhanh chóng, an toàn, mà còn do chính sách lãi suất của dịch vụ luôn bám sát thị trường tài chính tiền tệ trong từng thời kỳ. Với những kết quả trên, dịch vụ TKBD đã được Chính phủ đánh giá là một kênh thu hút hiệu quả vốn nhân rồi trong dân cư, đầu tư kịp thời cho các công trình phát triển hạ tầng, góp phần đa dạng hoá các dịch vụ tài chính ngân hàng của Việt Nam.

Ngoài hình thức huy động vốn từ dân cư thông qua tiết kiệm Bưu điện, VNPT còn huy động vốn dưới hình thức đồng tài trợ và hình thức nhận uỷ thác cho vay qua Công ty Tài chính Bưu điện, đã đáp ứng được phần nào nhu cầu cho đầu tư phát triển của VNPT. Sau đây là kết quả huy động vốn của PTF dưới hai hình thức đồng tài trợ và uỷ thác cho vay.

**BẢNG 2.2: VỐN HUY ĐỘNG THEO HÌNH THỨC ĐỒNG TÀI TRỢ**

Chi tiêu	Năm					
	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1.Số HĐ đồng tài trợ	1	1	1	2	2	4
2.Tổng giá trị HĐ tài trợ (tr.đ)	80.000	3.825	100.000	110.000	180.000	506.500
3.Số đối tác	2	2	2	3	3	4

(Nguồn: Báo cáo hoạt động tín dụng các năm 2001 – 2006 của PTF)

Với hình thức huy động vốn đồng tài trợ cũng không đủ đáp ứng nhu cầu vốn cho các đơn vị trong Tập đoàn vì số đối tác chưa nhiều và số hợp đồng cũng không lớn, vì vậy công ty đã phải tìm kiếm và chuyển sang cách thức huy động vốn mới đó là nhận uỷ thác cho vay của các ngân hàng thương mại. Theo đó, Công ty PTF hợp tác, ký hợp đồng nhận uỷ thác với các ngân hàng và thực hiện các thủ tục thay ngân hàng cho vay đối với các dự án của Bưu chính Viễn thông. Các hợp đồng Công ty nhận uỷ thác cho vay đã ký kết với ngân hàng qua các năm được phản ánh cụ thể qua bảng sau:



**BẢNG 2.3: VỐN HUY ĐỘNG THEO HÌNH THỨC NHẬN ỦY THÁC CHO VAY**

Năm Chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	1.Số HĐ nhận uỷ thác cho vay	8	9	5	8	6
2.Tổng giá trị HĐ nhận uỷ thác (Tr.đồng)	570.000	437.500	218.181	420.800	510.400	684.500
3.Số đối tác	3	5	8	7	4	6

(Nguồn: Báo cáo hoạt động tín dụng các năm 2001 – 2006 của PTF)

*b) Dịch vụ cho vay:*

Cũng như dịch vụ tiết kiệm Bưu điện ở hầu hết các quốc gia trên thế giới, công ty dịch vụ tiết kiệm Bưu điện của VNPT được thành lập với mục đích huy động vốn cho ngân sách quốc gia. VPSC đã huy động tiết kiệm từ dân để cho vay quỹ hỗ trợ phát triển với các kỳ hạn 1 năm, 2 năm, 3 năm và 5 năm với kết quả như sau:

**BẢNG 2.4: TỔNG VỐN CHUYỂN GIAO CHO QUỸ HỖ TRỢ PHÁT TRIỂN**

*Đơn vị tính: Tỷ đồng*

Chỉ tiêu Năm	Kế hoạch	Thực hiện				Tổng
		Kỳ hạn 1 năm	Kỳ hạn 2 năm	Kỳ hạn 3 năm	Kỳ hạn 5 năm	
1999	475	100	200	100	75	475
2000	1.200	240	480	240	245	1.205
2001	1.400	280	380	560	280	1.500
2002	1.700	340	540	560	510	1.950
2003	1.850	345	545	570	550	2.010
2004	2.500		700	950	850	2.500
2005	2.800		840	420	545	1.805
2006	2.500		637	580	393	1.610

Chỉ tiêu Năm	Kế hoạch	Thực hiện				
		Kỳ hạn 1 năm	Kỳ hạn 2 năm	Kỳ hạn 3 năm	Kỳ hạn 5 năm	Tổng
Tổng	11.925	1.305	4.322	3.980	3.448	13.055

(Nguồn: Báo cáo tình hình cho vay Quỹ HTPT các năm 1999- 2006 của VPSC)

Trong những năm qua số vốn mà VPSC chuyển giao cho Quỹ Hỗ trợ phát triển liên tục đạt và vượt chỉ tiêu đề ra. Qua 8 năm hoạt động TKBD đã chuyển cho Quỹ Hỗ trợ phát triển với tổng số vốn là 13.055 tỷ đồng để đầu tư phát triển đất nước.

PTF được thành lập với mục đích tạo cho VNPT một công cụ hữu hiệu trong việc huy động vốn nhằm đáp ứng đủ và kịp thời nhu cầu về vốn cho VNPT và các đơn vị thành viên. Vì vậy từ năm 1999 công ty chính thức được giao kế hoạch huy động vốn phục vụ nhu cầu đầu tư phát triển của VNPT và các đơn vị thành viên. VNPT là một đơn vị có tới 74% số thành viên là đơn vị hạch toán phụ thuộc. Mà theo luật các tổ chức tín dụng và quy định của Ngân hàng Nhà nước, các thành viên hạch toán phụ thuộc và Tổng công ty chỉ được coi là một khách hàng với hạn mức cho vay là 15% vốn tự có của tổ chức tín dụng. Do đó việc cho vay đáp ứng vốn cho các dự án của VNPT từ hạn mức của PTF là rất hạn chế. Thực tế này yêu cầu PTF phải huy động thêm vốn và phải tìm cách thức huy động sao cho việc cho vay có thể hạn chế hoặc tránh tính vào hạn mức tín dụng của PTF.[12]

Để khắc phục hạn chế đặc thù của VNPT, từ năm 1999 PTF đã kết hợp với các Ngân hàng thương mại thực hiện cho vay đồng tài trợ các dự án của VNPT. Bằng cách này chỉ cần một lượng vốn “mồi” chiếm tỷ lệ (2% - 4%), PTF đã huy động một lượng vốn hàng trăm tỷ đồng cho các dự án của ngành. Với cách thức cho vay này ngoài lãi suất được hưởng trên phần vốn của công ty, PTF còn hưởng phí cho các thủ tục mà công ty đứng làm đại diện thực hiện cho các bên cho vay.

Huy động vốn bằng đồng tài trợ cũng không thể đáp ứng đủ nhu cầu vốn hàng trăm tỷ đồng mỗi năm cho VNPT, vì vậy PTF phải tìm kiếm và chuyển sang cách huy động vốn mới đó là nhận uỷ thác cho vay của các ngân hàng thương mại. Kể từ năm 2000 công ty đã ký hợp đồng nhận uỷ thác với các ngân hàng và thực hiện các thủ tục thay ngân hàng cho vay đối với các dự án của VNPT và nhận phí uỷ thác do ngân hàng trả.

Kết quả cho vay của PTF như sau:

**BẢNG 2.5: TÌNH HÌNH CHO VAY CỦA PTF**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

Chỉ tiêu \ Năm	Năm						
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1. Cho vay trực tiếp							
- Ngắn hạn:							
+ Dư nợ bình quân	1.368	9.075	13.714	11.179	41.373	69.560	83.390
+ Doanh thu	173	560	959	922	3.640	6.775	8.341
- Trung, dài hạn							
+ Dư nợ bình quân		215	4.302	5.476	7.441	16.142	57.555
+ Doanh thu	19	208	307	563	645	3.077	5.139
2. Cho vay uỷ thác							
- Uỷ thác cho vay							
+ Dư nợ bình quân	0	0	0	0	437	3.684	0
+ Doanh thu	0	0	0	0	801	2.912	0
- Nhận uỷ thác cho vay							
+ Dư nợ bình quân	7.938	124.311	411.703	672.253	687.595	500.666	202.909
+ Doanh thu	491	499	1.695	2.426	2.510	1.735	1.116
3. Cho vay đồng tài trợ							
- Góp đồng tài trợ							
+ Dư nợ bình quân	-	-	-	2.091	21.802	28.044	28.255
+ Doanh thu	414	447	390	561	1.152	1.139	1.036
- Nhận đồng tài trợ							
+ Dư nợ bình quân	123.346	209.916	222.064	181.276	152.226	115.357	-
+ Doanh thu	673	1.115	1.131	870	755	447	-
4. Bảo lãnh							
+ Doanh số	-	-	-	3.230	30.771	80.000	237.723
+ Doanh thu	-	-	-	7	156	777	2.500
Cộng doanh thu	1.770	2.829	4.482	5.350	9.673	15.435	33.147

(Nguồn: Báo cáo hoạt động tín dụng các năm 2000 - 2006 của PTF)

Dư nợ cho vay chủ yếu là cho vay trực tiếp ngắn, trung và dài hạn, nhận ủy thác cho vay, còn các hình thức khác thì chưa nhiều. Ngoài việc cho vay các đơn vị trong ngành, PTF còn thực hiện vai trò của một trung gian tài chính trong nền kinh tế, công ty đã mở rộng phạm vi hoạt động tín dụng cho khách hàng ngoài VNPT kể từ năm 2003 do có sự tháo gỡ về cơ chế. Tuy nhiên số lượng khách hàng còn rất hạn chế và giá trị hợp đồng cũng chưa cao, chẳng hạn năm 2005 có 4 hợp đồng với tổng giá trị là 15.000 triệu đồng; năm 2006 có 8 hợp đồng với tổng giá trị là 486.525 triệu đồng.

*c) Dịch vụ chuyển tiền:*

Chuyển tiền qua Bưu điện là dịch vụ truyền thống lâu đời của Bưu chính - Viễn thông Việt Nam, đội ngũ giao dịch viên của Bưu điện đã khá quen với loại dịch vụ này. Hiện nay có hai loại dịch vụ chuyển tiền gồm:

**✓ Dịch vụ chuyển tiền truyền thống:**

Dịch vụ chuyển tiền trong nước: gồm có thư và điện chuyển tiền nhằm đáp ứng nhu cầu xã hội, trợ giúp thân nhân (gửi tiền học, giúp đỡ ốm đau, rủi ro, già yếu...) với lượng tiền nhỏ chủ yếu từ các trung tâm kinh tế như thành phố, thị xã đến các vùng nông thôn hoặc từ các tỉnh gửi về trung tâm văn hoá- giáo dục.

Thư chuyển tiền (TCT): Là một dịch vụ có bề dày truyền thống, ra đời từ rất lâu, đã quen thuộc với nhiều tầng lớp dân cư, tuy thời gian toàn trình dài nhưng vẫn chiếm lĩnh được thị trường do giá cước rẻ, mạng phục vụ rộng khắp, thích hợp với nhu cầu chuyển tiền là quà tặng, quà biếu, trợ cấp... không đòi hỏi tốc độ cao.

Điện chuyển tiền (ĐCT): Ra đời sau thư chuyển tiền và có chất lượng phục vụ cao, cước phí cũng cao hơn. Tuy nhiên sản lượng của dịch vụ này thấp do phạm vi hoạt động hẹp hơn thư chuyển tiền, tốc độ phục vụ tuy có khá hơn nhưng chưa thoả mãn nhu cầu của người sử dụng và chưa đủ sức thuyết phục người tiêu dùng từ bỏ dịch vụ thư chuyển tiền để sử dụng dịch vụ điện chuyển tiền.

Dịch vụ chuyển tiền quốc tế: Nhằm phục vụ nhu cầu chuyển tiền của thân nhân người Việt Nam từ nước ngoài gửi tiền về nước. Hiện nay dịch vụ chuyển tiền quốc tế của VNPT chỉ thực hiện chiều về, không có chiều đi và chỉ ký hợp đồng với Bưu chính 13 nước trên thế giới là chủ yếu, với các công ty ngoài chỉ mới ký hợp đồng với AMEX của Mỹ.

Hình thức chủ yếu của chuyển tiền quốc tế là thư chuyển tiền trong đó phiếu chuyển tiền được trao đổi giữa Bưu chính Việt Nam với Bưu chính các nước bằng đường thư. Ngoài ra còn có hình thức chuyển tiền nhanh quốc tế trong đó phiếu chuyển tiền được trao đổi giữa Bưu chính Việt Nam với Bưu chính các nước và các nhà cung cấp dịch vụ chuyển tiền nhanh (CTN) quốc tế bằng phương thức điện tử. MoneyGram: Hiện nay Bưu chính Việt Nam chỉ cung cấp dịch vụ chuyển tiền điện tử đến thông qua sự hợp tác với mạng lưới Travelers Express. MoneyGram được điều hành bởi Payment Systems Inc. MoneyGram cho phép cá nhân ở nước ngoài chuyển tiền tới người nhận ở Việt Nam để người nhận có thể lĩnh tiền tại một Bưu cục gần nhất.

✓ **Dịch vụ chuyển tiền nhanh:** Là dịch vụ được mở từ đầu năm 1994 nhằm thoả mãn nhu cầu hoạt động kinh doanh của các cơ quan, xí nghiệp, tư nhân. Khách hàng sử dụng dịch vụ chuyển tiền nhanh chủ yếu tập trung tại các trung tâm kinh tế như Hà Nội, Hải Phòng, Lạng Sơn, Quảng Ninh, TP Hồ Chí Minh, Vũng Tàu, Đồng Nai, Đà Nẵng...

Sau đây là doanh số hoạt động chuyển tiền Bưu điện qua các năm:

**BẢNG 2.6: DOANH SỐ CHUYỂN TIỀN QUA BƯU ĐIỆN**

*Đơn vị: triệu đồng*

Năm	Thư chuyển tiền	Điện chuyển tiền	Chuyển tiền nhanh	Tổng cộng	Tăng trưởng năm sau so với năm trước
1999	2.393,620	792,560	4.504,066	7.690,246	
2000	2.961,832	934,135	5.548,748	9.444,715	123%
2001	3.372,531	1.052,041	6.559,883	10.984,455	116%
2002	4.037,692	1.210,459	7.720,912	12.969,063	118%
2003	4.725,623	1.437,112	8.857,731	15.020,466	116%
2004	5.103,670	1.544,040	9.300,620	15.948,330	106%
2005	5.714,581	1.775,650	10.061,432	17.551,663	110%
2006	6.257,466	2.042,002	10.846,223	19.145,691	109%

*(Nguồn: Tập đoàn BCVTVN)*

Nhìn chung, dịch vụ chuyển tiền phát triển với tốc độ tăng trưởng về tiền gửi hàng năm khá cao khoảng từ 6% đến 18%. Đây là dịch vụ chịu cạnh tranh gay gắt bởi các ngân hàng thương mại, các công ty tư nhân và các tổ chức có làm dịch vụ chuyển tiền. So với các ngân hàng thương mại, cước dịch vụ chuyển tiền qua Bưu điện tương đối cao tuy nhiên dịch vụ này vẫn có chỗ đứng trên thị trường.

**BẢNG 2.7: DOANH SỐ NHẬN CHUYỂN TIỀN QUỐC TẾ**

*Đơn vị: triệu đồng*

<b>Năm</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
Doanh số	198,572	173,079	188,580	240,085	250,197	298,039	366,587
Tăng trưởng năm sau so với năm trước		87%	109%	127%	104%	119%	123%

*(Nguồn: Tập đoàn BCVTVN)*

Chuyển tiền quốc tế là một dịch vụ đầy tiềm năng nhưng trong những năm qua VNPT chưa khai thác được thế mạnh của mình trong lĩnh vực này. Kết quả về doanh số chuyển tiền qua Bưu điện trong các năm từ năm 2000 đến 2006 cho thấy mặc dù tốc độ tăng trưởng của dịch vụ năm sau có cao hơn so với năm trước nhưng so với tiềm năng của thị trường thì VNPT còn rất khiêm tốn trong loại hình dịch vụ này. Chẳng hạn cách đây 10 năm chuyển tiền quốc tế của Bưu điện chiếm khoảng 20 - 25% lượng ngoại tệ chuyển về nước, nhưng đến nay dịch vụ này bị giảm sút nghiêm trọng. Trong gần 4 tỷ USD chuyển về nước năm 2004 (theo ước tính của Ngân hàng Nhà nước), lượng tiền chuyển qua Bưu điện chỉ chiếm khoảng 35 triệu USD (chưa bằng 1%). Mặc dù đến năm 2005, 2006 tỷ lệ này có tăng lên nhưng so với thị trường thì còn rất thấp.

*d) Dịch vụ thanh toán:*

Nền kinh tế càng phát triển thì thanh toán không dùng tiền mặt càng tăng, vai trò của các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán (trong đó có TKBD) càng lớn. Kể từ tháng 06/2003 TKBD đã bắt đầu thử nghiệm dịch vụ thanh toán qua tài khoản cá nhân, bước đầu VPSC được nhiều khách hàng tin dùng. Một số dịch

vụ tài chính Bưu chính thu cước mà VPSC cung cấp được khách hàng đánh giá cao đó là: Dịch vụ chuyển tiền qua tài khoản cá nhân, dịch vụ trích chuyển tự động, dịch vụ trả lương qua tài khoản tiết kiệm Bưu điện. Tính đến tháng 12/2006, số tài khoản cá nhân(TKCN) tham gia trả lương chiếm 38,8% tổng số TKCN toàn mạng. Con số này vẫn là thấp so với tỷ lệ hơn 50% số TKCN mở tại các ngân hàng đã sử dụng thẻ. Trong tương lai khi VPSC đưa các dịch vụ gia tăng khác như phát hành và thanh toán bằng thẻ thông minh, dịch vụ nhờ thu nhận trả phí bảo hiểm, tiền điện nước, cước điện thoại thì số lượng TKCN sẽ còn tăng rất lớn, đó là một triển vọng của VPSC.

*e) Dịch vụ tư vấn tài chính:*

Từ cuối năm 1999 PTF bắt đầu triển khai dịch vụ này, thực hiện chủ trương đổi mới và sắp xếp lại doanh nghiệp Nhà Nước, ngành Bưu chính- Viễn thông đặt mục tiêu trong giai đoạn 1999-2005 thực hiện cổ phần hoá 31 doanh nghiệp. Nắm được chủ trương đó, PTF đã sớm tiếp cận nghiệp vụ tư vấn cổ phần hoá cho hầu hết các công ty thuộc diện chuyển đổi sở hữu của ngành (tư vấn đổi mới doanh nghiệp).

Từ năm 2000 tới nay, PTF đã cung cấp dịch vụ tư vấn trợ giúp một số đơn vị thành viên trong ngành về lĩnh vực: tư vấn phát hành cổ phiếu, bán đấu giá cổ phần, làm đại lý giúp doanh nghiệp tổ chức phát hành cổ phiếu hay bảo lãnh cho việc phát hành cổ phiếu của doanh nghiệp. Ngoài ra công ty còn cung cấp dịch vụ tư vấn quản lý bao gồm: trợ giúp xây dựng các quy định, quy chế cho quản lý, điều hành doanh nghiệp và tư vấn các phương án, cách giải quyết đối với các vấn đề lao động, tiền lương và các vấn đề khác thuộc lĩnh vực quản lý. Mặt khác công ty còn cung cấp dịch vụ tư vấn thẩm định nhằm hỗ trợ Ban Kế toán – Tài chính của Tổng công ty trong việc thẩm định quyết toán các dự án đầu tư xây dựng cơ bản hoàn thành của các đơn vị trong ngành, công ty đã thực hiện cho tất cả các dự án tồn đọng từ năm 1998 cho đến nay.

Năm 2003, 2004 PTF lại thực hiện thêm dịch vụ tư vấn soát xét báo cáo tài chính và tư vấn xử lý tài chính cho các đơn vị sau khi có quyết định cổ phần hoá.

Đây là hoạt động tư vấn tương đối mới song rất cần thiết đối với các doanh nghiệp, không chỉ doanh nghiệp trong Ngành Bưu chính - Viễn thông, PTF đã bắt đầu có các khách hàng ngoài ngành từ hoạt động tư vấn này. Kết quả tư vấn của công ty được thể hiện trên bảng sau:

**BẢNG 2.8: KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG TƯ VẤN CỦA PTF**

*Đơn vị tính: Triệu đồng*

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>
a, Tư vấn đổi mới DN						
+ Số hợp đồng	1	1	9	10	17	35
+ Doanh thu	100	45	347	975	729	494.2
b, Tư vấn quản lý						
+ Số hợp đồng	7	3	6	8	8	14
+ Doanh thu	217	67	137	179	484	2.361
c, Tư vấn thâm định						
+ Số dự án	426	465	387	324	900	1400
+ Doanh thu	227	219	353	733	2,000	4,800
d, Tư vấn khác						
+ Số hợp đồng		19	11	23	39	42
+ Doanh thu	10	32	56	48	48	89
Cộng doanh thu	554	363	893	1935	1263	2.949

*(Nguồn: Báo cáo hoạt động tư vấn của công ty PTF từ năm 2001-2006)*

*\* Về chất lượng dịch vụ:*

Hiện nay các sản phẩm dịch vụ dịch vụ tiết kiệm bưu điện do các đơn vị của VNPT cung cấp được thiết kế đơn giản theo dạng đơn nguyên, do đó dễ hiểu đối với nhân viên giao dịch và người tham gia sử dụng dịch vụ, phù hợp với đối tượng khách hàng có thu nhập trung bình và thấp.

Thời gian qua chất lượng dịch vụ chuyển tiền được cải thiện rõ rệt do được đầu tư, nâng cấp mạng, đường truyền dẫn, chính vì thế mà chất lượng dịch vụ được nâng lên và thời gian toàn trình của việc cung cấp dịch vụ được rút ngắn lại, tạo lợi thế cạnh tranh với các đối thủ khác. Các dịch vụ chuyển tiền trong



nước của VNPT được ra đời và phát triển đều dựa vào nhu cầu của xã hội và dựa vào sự phát triển của khoa học kỹ thuật để nâng cao chất lượng dịch vụ. Quá trình phát triển của mỗi dịch vụ gắn liền với sự phân loại khách hàng. Các hình thức phát triển của dịch vụ chuyển tiền được phân loại từ thấp đến cao (thư chuyển tiền, điện chuyển tiền và chuyển tiền nhanh). VNPT đã nghiên cứu và đưa ra dịch vụ chuyển tiền tương ứng với từng giai đoạn, đảm bảo dịch vụ sau được kế thừa và phát huy đặc tính tích cực của dịch vụ trước đó, tuy nhiên dịch vụ sau phải có những đặc tính ưu việt hơn. Mỗi một hình thức dịch vụ tồn tại đáp ứng được một phần nhu cầu của thị trường, hỗ trợ và cùng phát triển với các dịch vụ khác.

Với dịch vụ dịch vụ tư vấn tài chính PTF thực hiện tương đối hiệu quả và chất lượng, đã giúp VNPT và các đơn vị thành viên giải quyết được nhiều vướng mắc khi tham gia các hoạt động trên thị trường tài chính cũng như trong việc xử lý các vấn đề tài chính, quản lý nội bộ của đơn vị mình do PTF là một đơn vị thành viên của VNPT nên có điều kiện hiểu biết về các công ty thành viên và hoạt động của ngành. Trong tương lai khả năng cung cấp dịch vụ này của PTF sẽ càng phát triển do các công ty trong Tập đoàn sẽ chuyển đổi sang hình thức cổ phần nên vai trò tư vấn, phát hành cổ phiếu bán đấu giá cổ phần và tư vấn phát hành chứng khoán của PTF sẽ càng phát triển.

#### *2.2.2.1.4 Về giá cả dịch vụ*

Lãi suất của một số sản phẩm tiết kiệm truyền thống đảm bảo khả năng cạnh tranh với các sản phẩm tiết kiệm cùng kỳ hạn của hệ thống ngân hàng thương mại. Mức cước phí hợp lý, hạn chế các loại cước phải thu đối với khách hàng. VNPT chỉ xây dựng và ban hành một số loại cước chính. Đây là điểm làm hài lòng khách hàng nhưng cũng là hạn chế đối với việc tăng lợi nhuận cho vnpt, bởi vì phát triển dịch vụ thu cước ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển các dịch vụ ngân hàng. Chẳng hạn, đối với dịch vụ truyền thống là dịch vụ Tiết kiệm bưu điện, VNPT chỉ thu cước cấp lại sổ, thẻ do bị mất, hỏng, trong khi hệ thống ngân hàng thương mại còn thu một số loại cước khác như: cước đếm

tiền nếu khách hàng rút tiền trong vòng 03 ngày sau khi gửi, cước xác nhận số dư sổ, thẻ; cước chuyển quyền sở hữu sổ, thẻ; cước báo mất và phong tỏa sổ, thẻ.

#### *2.2.2.1.5 Về khả năng tiếp cận dịch vụ ngân hàng:*

Với mạng lưới bưu cục rộng khắp, dịch vụ TKBD cũng như các dịch vụ giá trị gia tăng khác đã đến được với mọi người dân kể cả các vùng núi cao, hải đảo. Dù vốn lớn hay nhỏ người dân đều có cơ hội tiếp cận với loại hình dịch vụ tài chính này để nâng cao khả năng sinh lời cho vốn và có thêm được các tiện ích từ dịch vụ thanh toán.

Dịch vụ chuyển tiền đã được triển khai hầu hết các bưu cục trong cả nước, với tốc độ tăng trưởng khá cao ngày càng đáp ứng nhu cầu của người dân. Hình thành thế mạnh về mạng lưới rất lớn trong việc cung cấp các loại hình dịch vụ thanh toán cho khách hàng như nhờ thu, nhờ trả tiền lương, tiền bảo hiểm, tiền điện thoại, tiền nước, chuyển tiền mặt, kiều hối... việc cung cấp các loại hình dịch vụ trên sẽ đảm bảo phù hợp với chính sách của Nhà nước về khuyến khích các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt trong dân cư, đồng thời thu hút được nguồn vốn nhàn rỗi lớn trên các tài khoản của khách hàng mở tại dịch vụ TKBD.

#### **2.2.2.2 Dịch vụ Bảo hiểm**

##### *- Về chủ thể cung cấp dịch vụ*

Tham gia cung cấp dịch vụ này trong VNPT chỉ duy nhất có công ty cổ phần bảo hiểm Bưu Điện, là một doanh nghiệp hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực bảo hiểm phi nhân thọ và VNPT làm đại lý cung cấp dịch vụ bảo hiểm nhân thọ với công ty Prevoir.

##### *- Về khách hàng sử dụng dịch vụ:*

Đối với dịch vụ bảo hiểm phi nhân thọ, hiện nay khách hàng sử dụng dịch vụ vẫn chủ yếu là các doanh nghiệp, các tổ chức nói chung. Đại bộ phận các cá nhân ở Việt nam chưa biết đến việc ký kết hợp đồng bảo hiểm trực tiếp với công ty để bảo vệ tài sản, trách nhiệm dân sự và tính mạng cho mình. Hơn nữa PTI cũng chưa tập trung đầu tư thiết kế các sản phẩm đáp ứng nhu cầu của cá nhân. Bảo hiểm Bưu điện không chỉ có các khách hàng là các đơn vị trong ngành mà

còn có nhiều các đối tượng khách hàng ngoài ngành. Tuy nhiên đối tượng khách hàng sử dụng dịch vụ bảo hiểm Bưu điện vẫn mới chỉ tập trung vào các thành phố lớn, trung tâm dân cư, đối tượng là cá nhân, các doanh nghiệp ở các vùng sâu, vùng xa còn ít. Tính đến cuối năm 2006 tỷ trọng doanh thu ngoài ngành của Công ty chiếm 50% trong tổng doanh thu.

Bảo hiểm nhân thọ Bưu chính là sản phẩm mới của VNPT trong đó VNPT là đại lý cung cấp dịch vụ. Khách hàng sử dụng dịch vụ chủ yếu là cá nhân. Hiện nay dịch vụ đang được cung cấp tại các bưu cục trên toàn quốc.

- Về sản phẩm, dịch vụ

a) Bảo hiểm phi nhân thọ:

Trong bối cảnh thị trường dịch vụ tài chính nói chung và thị trường bảo hiểm Việt Nam nói riêng ngày càng phát triển mạnh mẽ, PTI ra đời ngày 01/8/1998 đã đáp ứng nhu cầu bảo hiểm ngày càng lớn của thị trường và góp phần thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam. Đến nay PTI đã tạo được chỗ đứng vững chắc trên thị trường bảo hiểm Việt Nam với tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm với mức ổn định 30% năm. Kết quả kinh doanh 2001 - 2006, như sau:

**BẢNG 2.9: BÁO CÁO DOANH THU BẢO HIỂM GỐC TỪ 2001 – 2006**

*Đơn vị: Tỷ đồng*

STT	Tên nghiệp vụ	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1	Tài sản kỹ thuật	65,865	83,898	101,072	117,387	132,846	122,446
2	Hàng hoá	6,850	8,192	15,840	22,278	21,712	23,867
3	Phi hàng hải	20,323	26,183	38,014	68,755	111,024	130,788
	Tổng cộng	93,038	118,273	154,926	208,420	265,024	277,101
	% tăng năm sau so với năm trước		127%	131%	134%	127%	105%

*(Nguồn: Báo cáo kết quả KD của PTI từ năm 2001-2006)*

Theo kế hoạch chiến lược kinh doanh giai đoạn 2001 – 2006 của PTI, doanh thu phí bảo hiểm gốc đến năm 2006 phải tăng gấp hai lần rưỡi so với năm 2001 tức đạt 232,6 tỷ đồng. Theo số liệu thực tế đến ngày 31/12/2006 doanh thu bảo hiểm gốc của PTI đạt 277,101 tỷ đồng vượt 44.5 tỷ đồng so với kế hoạch năm 2006, gấp 2,97 lần doanh thu năm 2001. Như vậy PTI đã hoàn thành chỉ tiêu kế hoạch giai đoạn 2001 – 2006 vượt mức là 71 tỷ đồng. Về thị phần, mặc dù thị trường bảo hiểm trong giai đoạn này có tốc độ phát triển cao tăng gấp 2,3 lần so với năm 2001, bằng tốc độ phát triển của Công ty nên PTI vẫn giữ được thị phần ở mức 4,3% bằng năm 2001.

**BẢNG 2.10: BÁO CÁO KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH  
CỦA PTI TỪ 2001 – 2006**

*Đơn vị: Tỷ đồng*

ST T	Nội dung	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1.	Thu kinh doanh bảo hiểm	83,191	104,482	135,426	189,671	202,840	243,450
2.	Chi kinh doanh bảo hiểm	74,185	86,410	119,291	177,171	190,882	242,439
3.	Lợi nhuận thuần hoạt động KD	8,948	18,072	16,135	12,500	11,958	1,011
4.	Lợi nhuận hoạt động KD khác	7,315	10,115	17,417	16,671	20,567	23,496
5.	Tổng lợi nhuận trước thuế	16,223	28,187	33,550	29,171	32,525	23,289
6.	Thuế thu nhập doanh nghiệp	5,191	9,549	11,611	8,081	8,857	6,521
7.	Lợi nhuận sau thuế TNDN	11,032	18,638	21,939	21,090	23,668	17,988
8.	Lợi nhuận chia cổ đông	7,076	8,159	9,016	10,555	11,834	8,994
9.	Nguồn vốn chủ Sở hữu	74,575	84,800	105.409	114,522	108,530	120,347
10.	Tỷ suất lợi nhuận Trước thuế/ nguồn vốn chủ sở hữu	21%	33%	31%	25%	30%	

*(Nguồn: Báo cáo kết quả KD của PTI từ năm 2001-2006)*

Qua 8 năm liên tiếp Bảo hiểm Bưu điện luôn hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ kinh doanh: Mức tăng trưởng hoạt động kinh doanh bảo hiểm đạt 35% vượt 13% kế hoạch, tổng số nộp ngân sách Nhà nước giai đoạn 2001-2006 là 144,9 tỷ đồng. Thu kinh doanh bảo hiểm năm 2006 đạt 243,45 tỷ đồng trong khi năm 2001 con số này chỉ 83 tỷ đồng, tổng thu từ hoạt động đầu tư tài chính là 24,7 tỷ đồng. Tổng lợi nhuận sau thuế của cả giai đoạn 2001-2006 là 114,39 tỷ đồng. Mặc dù vốn thực góp của công ty tăng từ 52,4 tỷ năm 2001 lên 70 tỷ năm 2004 nhưng chỉ tiêu lợi nhuận trước thuế vẫn đảm bảo tăng bình quân 1,2% năm. So sánh với các ngành kinh tế nói chung và ngành bảo hiểm nói riêng, chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận của công ty đạt mức tương đối cao.

Hiện nay sản phẩm bảo hiểm của PTI là 44 sản phẩm. Tuy số lượng chưa nhiều nhưng cũng là một cố gắng lớn của công ty. Trong thời gian tới, công ty sẽ đầu tư vào việc nghiên cứu để thiết kế các sản phẩm bảo hiểm mới, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường

Về hoạt động đầu tư số liệu thống kê cho thấy phần lớn vốn được đầu tư vào tiền gửi tại các ngân hàng. Nhìn tổng thể cơ cấu đầu tư còn đơn điệu, công ty mới chủ yếu tập trung vào các tài sản đầu tư tài chính ngắn hạn có tính thanh khoản cao. Số dư đến ngày 31/12/2006 các khoản đầu tư tài chính ngắn hạn là 238,300 tỷ đồng. Trong khi đó các khoản đầu tư tài chính dài hạn là 15,64 tỷ đồng cho thấy sự mất cân đối giữa tài sản- nguồn trong chính sách đầu tư của PTI. Các tài sản đầu tư chiến lược là chứng khoán và cho vay chưa được Công ty quan tâm đúng mức, số liệu thống kê cho thấy tỷ lệ này còn quá nhỏ trong khi môi trường pháp lý đã có nhiều thông thoáng hơn.[11]

*b) Dịch vụ trung gian bảo hiểm:*

Kể từ tháng 4 năm 2006. VNPT chính thức triển khai dịch vụ Bảo hiểm nhân thọ Bưu chính mang tên Phước An Gia do VNPT hợp tác với Prevoir - Một Tập đoàn Bảo hiểm với 100 năm kinh nghiệm về Bảo hiểm nhân thọ tại Châu Âu. Đây là một loại hình Bảo hiểm mới lần đầu tiên có mặt tại Việt Nam. Khách hàng mua Bảo hiểm này sẽ được hưởng dịch vụ “2 trong 1”: Vừa bảo hiểm vừa

tiết kiệm. Khi mua bảo hiểm khách hàng sẽ được hưởng lãi suất tiết kiệm ước tính khoảng 7%/năm. Ngoài ra dịch vụ còn bảo hiểm 24/24 giờ trước mọi tai nạn. Khi tham gia Bảo hiểm nhân thọ Bưu chính, khách hàng không phải mất thời gian với những thủ tục khai báo rườm rà, cũng không cần khai báo sức khỏe và kiểm tra y tế mà chỉ cần điền thông tin vào đơn đề nghị tham gia bảo hiểm theo mẫu có sẵn và xuất trình giấy chứng minh nhân dân. Mọi thủ tục phát nhận hồ sơ - ký kết hợp đồng sẽ được thực hiện tại Bưu cục.

Đây là một dịch vụ của Bưu điện do VNPT chịu trách nhiệm, mọi giao dịch diễn ra ngay tại Bưu cục nên khách hàng hoàn toàn yên tâm, hình thức đóng Bảo hiểm cũng được triển khai linh hoạt và thông thoáng theo hướng có lợi cho người tiêu dùng. Với mức phí tham gia ban đầu tối thiểu là 2,5 triệu đồng, nếu chẳng may gặp rủi ro, tai nạn, khách hàng có nhiều mức bảo hiểm để chọn lựa: 20 triệu đồng, 50 triệu đồng và 100 triệu đồng tùy theo mức phí bảo hiểm tai nạn đăng ký. Khách hàng chỉ trả 5,5% phí quản lý hợp đồng tương đương 137.500 đồng/1 lần cho suốt thời hạn hợp đồng (15 năm). Sau khi trừ tiếp tiền phí bảo hiểm (26.000 đồng/năm đối với mức bảo hiểm 20 triệu đồng); số tiền còn lại khách hàng được tính lãi suất tiết kiệm. Sau một năm tham gia Bưu điện sẽ tạo điều kiện cho khách hàng rút tiền bất cứ lúc nào mà không có hình thức khấu trừ, vẫn được bảo toàn số tiền tiết kiệm hưởng lãi từ khoản tiền đó.

Tuy nhiên để bảo đảm quyền lợi bảo hiểm, số tiền còn lại trong tài khoản luôn không được thấp hơn 2,5 triệu đồng. Ngoài ra, khách hàng còn được hưởng quyền lợi là không phải đóng phí hàng tháng, được tự do xác định mức tiết kiệm và chủ động trong việc góp tiền tiết kiệm vào Quỹ tiết kiệm Bảo hiểm. Với cách làm này người mua bảo hiểm dễ dàng thay đổi mức bảo hiểm cho từng năm theo nhu cầu của bản thân. Đây là một dịch vụ tài chính mới của VNPT trong đó VNPT làm đại lý cung cấp dịch vụ. Nhưng đến 31/12/2006 đã có 627 hợp đồng được phát hành với số tiền là 1,689 tỷ đồng.

*- Về chất lượng dịch vụ*

Sản phẩm bảo hiểm nhân thọ bưu chính do VNPT hợp tác với Previa - Tập đoàn bảo hiểm với 100 năm kinh nghiệm về bảo hiểm nhân thọ tại châu Âu.

Vì vậy mặc dù sản phẩm bảo hiểm chưa nhiều nhưng thủ tục đơn giản, tiện lợi và hình thức đóng bảo hiểm linh hoạt cho khách hàng. Khách hàng dễ dàng rút tiền, không cần khai báo về sức khỏe và kiểm tra y tế, bảo hiểm 24/24 trước mọi tai nạn trong cuộc sống. Ngoài ra còn cho phép khách hàng tuy đăng ký bảo hiểm ở một nơi nhưng lại có thể gửi tiền hoặc rút ở nhiều nơi. Đây là lợi thế mà không phải công ty bảo hiểm nào cũng có được.

Bảo hiểm phi nhân thọ chất lượng phục vụ ngày càng được nâng cao, BHBĐ luôn được khách hàng đánh giá cao bởi việc thu xếp chu đáo các chương trình bảo hiểm an toàn và sát cánh cùng khách hàng trong suốt quá trình bảo hiểm, tạo sự an tâm để khách hàng phát triển kinh doanh, hình ảnh và thương hiệu Bảo hiểm Bưu điện đã được khách hàng xác nhận.

*- Về giá cả dịch vụ*

Bảo hiểm nhân thọ mức lãi suất và đóng phí linh hoạt, tạo thuận lợi cho khách hàng. Khách hàng mua bảo hiểm nhân thọ bưu chính sẽ được hưởng dịch vụ “2 trong 1” vừa bảo hiểm, vừa tiết kiệm ước tính với lãi suất khoảng 7% năm. Với bảo hiểm nhân thọ bưu chính, người mua bảo hiểm dễ dàng thay đổi mức bảo hiểm cho từng năm theo nhu cầu của bản thân

*- Về khả năng tiếp cận dịch vụ*

Công ty đã tập trung phát triển mạng lưới, chi nhánh nhằm mở rộng địa bàn hoạt động tới tất cả các vùng kinh tế trong cả nước, tăng khả năng tiếp cận của khách hàng với dịch vụ bảo hiểm Bưu điện. Từ năm 2001 đến năm 2006 công ty đã thành lập được 23 chi nhánh trong cả nước. Tính đến ngày 31/ 03/ 2006 công ty có 1574 đại lý trên toàn quốc. PTI không chỉ phục vụ tốt nhu cầu bảo hiểm của khách hàng trong ngành Bưu chính - Viễn thông mà đã mở rộng khai thác các khách hàng ngoài ngành. Kết quả kinh doanh của PTI trong những năm qua cho thấy mặc dù còn non trẻ và gặp nhiều khó khăn trong giai đoạn phát triển ban đầu nhưng với những kết quả đạt được giai đoạn 2001 - 2006 đã phần nào khẳng định được tên tuổi và vị thế của PTI trên thị trường bảo hiểm Việt Nam. Điều đó cũng khẳng định một hướng đầu tư mới của VNPT vào việc phát triển

các định chế tài chính cung cấp các dịch vụ tài chính trong Tập đoàn là một hướng đi đúng nhằm xây dựng thành công Tập đoàn BC-VT.

Dịch vụ bảo hiểm nhân thọ Bưu chính đã chính thức triển khai trên mạng lưới bưu cục từ ngày 28/3/2006 tại 32 bưu cục ở 12 bưu điện tỉnh, thành phố.

### ***2.2.2.3 Dịch vụ chứng khoán***

Thị trường chứng khoán tập trung đầu tiên ở Việt Nam mới được khai trương và chính thức đi vào hoạt động ngày 27/7/2000. Vì vậy so với các dịch vụ tài chính khác, dịch vụ chứng khoán là một loại hình kinh doanh dịch vụ tài chính khá mới mẻ ở Việt Nam. Các dịch vụ chứng khoán thường được thực hiện bởi các công ty chứng khoán hoặc các Ngân hàng thương mại và các tổ chức tài chính phi Ngân hàng. Mặc dù VNPT có các tổ chức tài chính phi ngân hàng, nhưng cho đến nay mới chỉ có công ty PTF trong VNPT đã thực hiện dịch vụ tư vấn phát hành chứng khoán. Công ty đã thực hiện dịch vụ tư vấn trợ giúp các đơn vị thành viên trong ngành phát hành cổ phiếu, bán đấu giá cổ phần, làm đại lý giúp doanh nghiệp tổ chức phát hành cổ phiếu hay bảo lãnh cho việc phát hành cổ phiếu của doanh nghiệp. Tính đến cuối năm 2006, toàn VNPT có 32 doanh nghiệp và bộ phận doanh nghiệp nằm trong danh sách cổ phần hoá (CPH) giai đoạn 2003 - 2006 được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt về cơ bản hoàn thành xong các bước chuyển thành công ty cổ phần, 100% doanh nghiệp hoàn thành việc xác định giá trị doanh nghiệp, 19 doanh nghiệp chính thức hoạt động theo mô hình công ty cổ phần, trong đó có 3 doanh nghiệp là: SACOM, VTC, HASINCO đã tham gia niêm yết trên TTCK, cổ phiếu thu hút được nhiều nhà đầu tư nên quy mô hoạt động ngày càng được mở rộng. Theo quy mô hiện hành VNPT còn có 6 doanh nghiệp CPH đủ điều kiện niêm yết trên thị trường chứng khoán.

Đây là cơ hội bước đầu cho việc tham gia vào thị trường chứng khoán của Tập đoàn BC-VT Việt Nam, tạo ra một triển vọng lớn cho việc thu hút vốn đầu tư nhằm phát triển và hiện đại hoá mạng lưới BC-VT và CNTT.



## **2.3 ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TRONG TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM**

### **2.3.1 Những kết quả đạt được**

Mặc dù dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp ra đời rất muộn xong sự phát triển dịch vụ chính của tập đoàn trong những năm qua đã đạt được những kết quả sau:

*Thứ nhất:* Đã tạo ra một kênh huy động vốn phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của tập đoàn và đáp ứng nhu cầu vốn cho đầu tư phát triển của Nhà nước

Dịch vụ TKBD ra đời và phát triển đã tạo ra một kênh huy động vốn mới, khác biệt hẳn và có nhiều ưu thế so với kênh huy động vốn qua ngân hàng thương mại và các tổ chức tài chính trung gian khác. Dịch vụ TKBD đã huy động mọi nguồn vốn nhàn rỗi trong dân cư với chi phí huy động rẻ (do tận dụng mạng lưới bưu cục sẵn có đến tận làng xã của Tập đoàn BC-VT Việt Nam) để chuyển vốn dài hạn cho tín dụng đầu tư phát triển của Nhà nước. Từ chỗ chỉ có gần 200 bưu cục cung cấp dịch vụ vào cuối năm 1999 đến tháng 12/2006 dịch vụ TKBD đã triển khai rộng khắp, an toàn và hiệu quả tại 837 bưu cục trên phạm vi cả nước, trong đó có 187 bưu cục được nối mạng tin học, đã thu hút hơn 2.471.026 lượt giao dịch, số lượng tài khoản cá nhân đang lưu hành là 101.164 tài khoản với tổng số tiền giao dịch đạt trên 25.249 tỷ đồng.

Dịch vụ TKBD đã mở rộng các hình thức huy động tiết kiệm và tăng cường sử dụng các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt, góp phần nâng cao tính cạnh tranh giữa các chủ thể huy động tiền gửi. Sự có mặt của dịch vụ TKBD đã tạo thêm một kênh huy động tiền gửi tiết kiệm làm đa dạng hoá các hình thức huy động vốn trong xã hội, góp phần ổn định đời sống dân cư. Dịch vụ TKBD đã làm tăng thêm hiệu suất sử dụng mạng lưới Bưu chính góp phần nâng cao hình ảnh về một Tập đoàn BC-VT năng động và có uy tín với khách hàng trên thị trường Việt Nam.

Dịch vụ TKBD đã luôn đáp ứng kịp thời cho nhu cầu vay vốn của quỹ hỗ trợ phát triển cả về số lượng, kỳ hạn và thời điểm giải ngân. Tính đến ngày

31/12/2006 tổng số vốn dịch vụ tiết kiệm đã chuyển giao cho vay dài hạn quỹ hỗ trợ phát triển được 13.055 tỷ đồng, dư nợ cho vay là 6.878 tỷ đồng, đáp ứng nhu cầu vốn ngày càng cao cho đầu tư phát triển của Nhà nước.

Dịch vụ cho vay của công ty Tài chính Bưu điện đã đáp ứng được phần nào nhu cầu về vốn đầu tư cho Tập đoàn, tính đến ngày 31/12/2006 tổng dư nợ cho vay cả ngắn trung và dài hạn là 153.198 triệu đồng, cam kết bảo lãnh cho khách hàng là 110.877 triệu đồng, cam kết tài trợ cho khách hàng là 7.200 triệu đồng.

Hoạt động kinh doanh dịch vụ bảo hiểm của VNPT trong thời gian qua đã đóng vai trò tích cực đến việc ổn định nền kinh tế- xã hội và đời sống nhân dân, đã tạo lập nguồn vốn dài hạn đầu tư cho các dự án của Tập đoàn.

*Thứ hai:* Dịch vụ tài chính của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam giúp mở rộng khả năng tiếp cận của người dân với các dịch vụ tài chính

VNPT đã xây dựng được mạng lưới cung cấp dịch vụ tài chính rộng khắp, bao phủ toàn quốc dựa trên mạng lưới bưu cục của Bưu chính Việt Nam với hơn 900 bưu cục cung cấp dịch vụ tiết kiệm bưu điện đến tận các huyện, xã; hơn 5000 điểm cung cấp dịch vụ chuyển tiền. Với mạng lưới đó, VNPT đã đưa dịch vụ đến gần hơn với nhu cầu sử dụng của người dân, rút ngắn bớt bán kính phục vụ từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ, khẳng định được vị trí của mình trên thị trường kinh doanh dịch vụ tài chính. Hiện tại bán kính phục vụ bình quân của VNPT đạt 3,2 km, số dân phục vụ bình quân đạt 8000 người/ 1 bưu cục. Đây là một con số mà chưa một doanh nghiệp cung cấp dịch vụ tài chính nào có được.

Thời gian cung cấp dịch vụ tại quầy giao dịch thường kéo dài hơn so với ngân hàng, bắt đầu từ 6h30 đến 18h30 kể cả ngày Thứ bảy và Chủ nhật. Với thời gian giao dịch như vậy, đây được xem là một trong những lợi thế cạnh tranh với các ngân hàng và tổ chức tài chính khác, phương thức phục vụ tại các bưu cục mang tính thân thiện.

Bảo hiểm Bưu điện đã tập trung phát triển mạng lưới với 23 chi nhánh, 1574 đại lý nhằm mở rộng địa bàn hoạt động tới tất cả các vùng kinh tế trong cả nước,

tạo điều kiện cho khách hàng có thể tiếp cận dịch vụ bảo hiểm một cách thuận tiện, hình ảnh và thương hiệu Bảo hiểm Bưu điện đã được khách hàng xác nhận.

*Thứ ba:* Dịch vụ tài chính của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam giúp Tập đoàn đa dạng hoá các dịch vụ cung cấp, tăng doanh thu, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội và là cầu nối giữa Tập đoàn với thị trường tài chính.

*Thứ tư:* Tăng thu nhập cho VNPT.

### **2.3.2 Những hạn chế**

#### ***2.3.2.1 Các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính còn ít, tiềm lực tài chính yếu***

Trong Tập đoàn số lượng chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính còn rất khiêm tốn mới chỉ có 3 đơn vị. Dịch vụ mà các chủ thể tài chính của VNPT cung cấp còn rất hạn hẹp, quy mô nhỏ. Hoạt động của các chủ thể này còn rất đơn lẻ. Tiềm lực tài chính của các chủ thể yếu, quy mô của các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính của VNPT còn nhỏ bé, vốn điều lệ lúc mới thành lập thấp (Công ty TKBD vốn điều lệ 50 tỷ đồng, Công ty Tài chính Bưu điện vốn điều lệ 70 tỷ đồng, Công ty cổ phần bảo hiểm Bưu điện vốn điều lệ 70 tỷ đồng). Các quỹ dự trữ bổ xung vốn điều lệ, quỹ dự phòng tài chính, quỹ đầu tư phát triển nghiệp vụ và lợi nhuận không chia đều không lớn, do đó vốn tự có của các chủ thể này cũng thấp. Với mức vốn tự có thấp như vậy rất khó khăn cho các công ty trong việc mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh, đầu tư cơ sở vật chất và phát triển các sản phẩm dịch vụ mới, hiện đại.

Với tiềm lực tài chính của các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính ở VNPT còn nhiều hạn chế như vậy, để có thể đứng vững trong môi trường cạnh tranh và hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng gay gắt đòi hỏi VNPT phải có một chiến lược đầu tư rõ ràng trong việc nâng cao tiềm lực tài chính cho các chủ thể này, mới hy vọng nâng cao khả năng cạnh tranh, phát triển các sản phẩm, dịch vụ mới đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Trong VNPT còn thiếu các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính mới. Để có thể thu hút được nguồn vốn đầu tư cho mục tiêu xây dựng Tập đoàn vững mạnh thì Tập đoàn phải có kế hoạch và lộ trình phát triển dịch vụ tài chính thông qua

việc xây dựng và phát triển các định chế tài chính, có như vậy mới đa dạng hoá được các hình thức huy động vốn nhằm xây dựng và phát triển Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông Việt Nam trong tương lai.

### ***2.3.2.2 Các dịch vụ tài chính còn chưa đa dạng, chất lượng dịch vụ thấp***

- Dịch vụ ngân hàng:

Các dịch vụ ngân hàng mà VNPT tham gia cung cấp còn rất nghèo nàn, mới ở xuất phát điểm tiếp cận với các dịch vụ truyền thống của các ngân hàng thương mại. Hình thức huy động vốn còn đơn điệu, chưa áp dụng các hình thức huy động và nhận tiền gửi mới, phù hợp với nhu cầu của người dân. Dư nợ các dịch vụ cho vay đồng tài trợ, ủy thác cho vay, bảo lãnh còn rất nhỏ. Các dịch vụ thanh toán còn trong giai đoạn thử nghiệm, một số dịch vụ tài chính mới chưa được cấp phép theo Quyết định 270 QĐ/ TTG, cụ thể:

- ✓ *Đối với dịch vụ tiết kiệm Bưu điện:*

Dịch vụ cung cấp chưa chọn gói(chỉ nhận tiền gửi của cá nhân mà không nhận tiền gửi của các tổ chức, doanh nghiệp; chỉ chuyển giao vốn huy động được cho Ngân hàng phát triển Việt Nam và Ngân hàng chính sách xã hội mà không cho vay các đối tượng khác) hoặc chưa liên hoàn(ví dụ như gửi tiền - thanh toán - cho vay - đầu tư - bảo hiểm - tư vấn). Dịch vụ được xây dựng đơn nguyên, do đó bị hạn chế trong việc xây dựng các dịch vụ mới theo dạng dịch vụ hỗn hợp, tức là dịch vụ mới phải có sự kết hợp của hai hay nhiều các dịch vụ cũ. Chưa có các dịch vụ hợp tác với hệ thống các NHTM, do đó một mặt khách hàng chưa được hưởng tối đa lợi ích do dịch vụ mang lại, mặt khác TKBD lại chưa tận dụng được khách hàng và mạng lưới của các ngân hàng.

Chủng loại dịch vụ ít, chưa có nhiều dịch vụ gia tăng trên dịch vụ TKBD. Để huy động vốn các ngân hàng đã thiết kế thêm rất nhiều sản phẩm hấp dẫn thu hút khách hàng như: Tiết kiệm dự thưởng, tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm chống trượt giá USD, tiết kiệm có kỳ hạn hỗ trợ vay vốn trong khi đó TKBD vẫn chỉ có TK không kỳ hạn,TK có kỳ hạn trả lãi sau, TK gửi góp.Mặt khác đối với hình thức tiết kiệm truyền thống các ngân hàng cũng mở rộng nhiều kỳ hạn hơn như 7

tháng, 5 tháng, 2 tháng, 1 tháng, thậm chí là 1 tuần, 2 tuần trong khi các kỳ hạn của TKBD vẫn cố định, kém linh hoạt so với các đối thủ cạnh tranh. Các bưu cục cung cấp dịch vụ bao gồm bưu cục online và offline, do đó dịch vụ cung cấp trên mạng chưa được đồng bộ.

✓ *Đối với dịch vụ chuyển tiền:*

Dịch vụ chuyển tiền trong nước của VNPT có tính cạnh tranh kém hơn so với các ngân hàng và tư nhân do loại hình dịch vụ còn ít, thủ tục chi trả tiền của Bưu điện tương đối rườm rà, gây phiền hà cho khách hàng trong khi thủ tục của ngân hàng và các công ty tư nhân rất đơn giản kể cả khâu gửi và khâu nhận.

Hiện nay dịch vụ chuyển tiền quốc tế của VNPT chỉ thực hiện chiều về, không có chiều đi, thực hiện ký hợp đồng với Bưu chính các nước (13 nước) là chủ yếu, với các công ty nước ngoài mới chỉ ký hợp đồng với AMEX của Mỹ. Trong khi đó các ngân hàng và các đại lý chuyển tiền quốc tế chiếm thế chủ động và chiếm lĩnh thị trường, chẳng hạn đại lý của Western Union hay hệ thống thanh toán của ngân hàng Ngoại thương đã cung cấp dịch vụ trả tiền nguyên tệ dựa trên phương thức thanh toán trực tuyến

VNPT chưa có mục tiêu dài hạn nhằm phát triển dịch vụ này. Các mục tiêu phát triển dịch vụ chuyển tiền đều ghép chung với mục tiêu, chiến lược phát triển Bưu chính nói chung. Trong tương lai, VNPT mới chỉ có dự định mở rộng phạm vi cung cấp dịch vụ chuyển tiền trong nước, chưa chú ý tới việc đa dạng hoá dịch vụ và nâng cao chất lượng của dịch vụ.

Cơ chế điều tiết và tiếp quỹ chuyển tiền chưa linh hoạt: Trong phạm vi Bưu điện Tỉnh, thành phố cơ chế điều tiết và tiếp quỹ các bưu cục đã thể hiện tính thiếu linh hoạt và bất hợp lý cần phải có sự điều chỉnh. Nếu xét trên toàn mạng thì hiện nay vấn đề điều tiết, tiếp quỹ và hạch toán quỹ ngân vụ còn quá nhiều bất cập, nhất là sau năm 1995 khi tài khoản vãng lai (tài khoản hạch toán riêng về dòng tiền ngân vụ) bãi bỏ và nhập chung vào tài khoản kinh doanh của các đơn vị thành viên, do kế toán kinh doanh phụ trách. Việc nhập chung này có ưu điểm là giải quyết được tình trạng điều chỉnh quỹ chi trả kịp thời khi lưu lượng

lớn, nhưng cũng nảy sinh nhiều khó khăn khi quản trị quỹ ngân vụ nếu kế toán viên hạch toán dòng tiền ngân vụ (khi VNPT tiếp quỹ và khi đơn vị nộp quỹ về VNPT) lẫn lộn vào tài khoản kinh doanh.

✓ *Dịch vụ cho vay của VNPT:*

Dịch vụ này còn kém phát triển, chủ yếu cho vay bằng hình thức đồng tài trợ và ủy thác cho vay với số lượng không nhiều trong khi nhu cầu vốn đầu tư trong ngành là rất lớn, TKBD chưa được cung cấp dịch vụ cho vay, toàn bộ tiền thu hút được phải chuyển cho Ngân hàng phát triển và Ngân hàng chính sách xã hội.

- Dịch vụ bảo hiểm:

✓ *Đối với dịch vụ Bảo hiểm nhân thọ Bru chính:* Nói chung sản phẩm bảo hiểm nhân thọ Bru chính do VNPT phối hợp cung cấp đơn giản, tiện lợi cho khách hàng, nhưng chủng loại sản phẩm đưa ra chưa nhiều.

✓ *Đối với dịch vụ Bảo hiểm phi nhân thọ:* Các sản phẩm bảo hiểm của công ty PTI còn chậm được cải tiến, đa dạng hóa để phù hợp với nhu cầu ngày một đa dạng của khách hàng. Trong cùng một nghiệp vụ bảo hiểm, chưa có nhiều loại sản phẩm khác nhau về gam sản phẩm (điều kiện bảo hiểm, biểu phí...) để cho khách hàng sử dụng dịch vụ dễ dàng lựa chọn. Còn thiếu các dịch vụ bảo hiểm cung cấp cho cá nhân. Hiện nay số sản phẩm của công ty là 44 sản phẩm, trong khi các tổ chức bảo hiểm khác cung cấp hàng trăm sản phẩm do đó tính cạnh tranh của sản phẩm do PTI cung cấp là thấp.

### **2.3.2.3 Giá cả của các dịch vụ tài chính còn nhiều bất cập**

- Dịch vụ ngân hàng:

✓ *Dịch vụ tiết kiệm Bru điện:*

Chênh lệch lãi suất cho vay và huy động của VPSC thấp. Mặt khác ngoài các dịch vụ TKBD truyền thống, VPSC chưa phát hành chứng chỉ tiền gửi và các giấy tờ có giá, do đó tại nhiều thời điểm mặt bằng lãi suất TKBD không hấp dẫn khách hàng đến gửi tiền.

Do đặc thù quản lý tập trung, thống nhất toàn quốc nên việc xây dựng và ban hành cơ chế lãi suất cũng như cước phí mang tính thống nhất trên toàn hệ

thống, không phân biệt vùng, miền, khu vực. Trong khi đó hệ thống các NHTM đều có các chính sách lãi suất, cước phí riêng cho từng tỉnh, thành, khu vực. Điều này sẽ hạn chế sự cạnh tranh dịch vụ tại một số địa bàn quan trọng mà VPSC cần tập trung, cần ưu đãi.

Chưa tối đa hoá các dịch vụ có thể thu cước. Mặt khác, tiến độ phát triển các dịch vụ gia tăng có thu cước đúng như tiềm năng của công ty cũng như mục tiêu trở thành định chế tài chính hàng đầu cung cấp các dịch vụ ngân hàng bán lẻ còn chậm. Điều này có ảnh hưởng lớn đến việc cải thiện cơ cấu nguồn thu nhập của VPSC, đặc biệt trong bối cảnh cơ chế xác định lãi suất cho vay bất lợi như hiện nay còn chưa thể thay đổi trong nhiều năm tới.

Nhiều dịch vụ TKBD cung cấp đi sau ngân hàng nên đòi hỏi cước phí phải mang tính cạnh tranh hơn ngân hàng (cước phí thấp), trong khi đó tổng các chi phí để triển khai dịch vụ mới là lớn. Sự sụt giảm của doanh thu cước sẽ gây ảnh hưởng đến tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của VPSC.

✓ *Dịch vụ chuyển tiền:*

Giá cước dịch vụ chuyển tiền của VNPT được qui định theo nấc tiền gửi nên cách tính cước cũng theo từng nấc. Với cách tính cứng nhắc như vậy khiến cho dịch vụ này không khuyến khích và khó thu hút được khách hàng trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt. Trong khi tư nhân tính cước chuyển tiền theo đơn vị là “gói tiền” chứ không tính theo giá trị của số tiền cần gửi.

So sánh với các NHTM và tư nhân có thể thấy cước phí của Bru điện cho nấc tiền gửi từ 3-5 triệu đồng cao hơn nhiều (phụ lục 3), mặc dù với nấc tiền gửi trên 100 triệu thì cước phí của VNPT còn thấp hơn Ngân hàng. Tuy nhiên đối tượng khách hàng gửi tiền ở mức dưới 100 triệu lại chiếm đa số (khoảng 80% tổng số khách hàng). Mặt khác khách hàng của ngân hàng chủ yếu là các doanh nghiệp và các tổ chức có mức tiền/lần giao dịch lớn, có mở tài khoản tại hệ thống các ngân hàng, đây chính là khách hàng mục tiêu của ngân hàng vì vậy VNPT khó có thể “chen chân” vào đoạn thị trường này.

- Dịch vụ bảo hiểm:

Cũng như các doanh nghiệp bảo hiểm khác trên thị trường bảo hiểm Việt nam, giá phí bảo hiểm của PTI hình thành dựa trên cơ sở tính toán thống kê để xác định mức phí sàn và thêm vào đó là các chi phí để ấn định mức phí dịch vụ vì vậy phí bảo hiểm không phản ánh đúng yếu tố rủi ro của thị trường. Một sự bất hợp lý trong công tác định phí là tỷ trọng chi phí ký kết hợp đồng và chi phí quản lý trong phí bảo hiểm rất lớn không cho phép doanh nghiệp có điều kiện để giảm giá dịch vụ, nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm.

### ***2.3.2.3 Khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp của khách hàng còn hạn chế***

Khả năng tiếp cận các dịch vụ ngân hàng mà VNPT cung cấp của khách hàng rất hạn chế. Một mặt do dịch vụ tiết kiệm Bưu điện chỉ được huy động vốn từ dân cư và cũng chỉ cho Ngân hàng Phát triển và ngân hàng Chính sách Xã hội vay, nên các tổ chức và doanh nghiệp chưa có cơ hội để tiếp cận với dịch vụ TKBD. Mặt khác dịch vụ cho vay của công ty Tài chính Bưu điện cũng rất hạn chế do vốn điều lệ của công ty thấp, mà hạn mức cho vay đối với một khách hàng bị khống chế bởi tỷ lệ của Ngân hàng Nhà nước, nên cả hai dịch vụ này của VNPT đều chưa có khả năng tiếp cận được với mọi đối tượng khách hàng.

Một yếu tố nữa làm hạn chế khả năng tiếp cận của dịch vụ ngân hàng là do thế mạnh về hệ thống mạng lưới sẵn có của Tập đoàn chưa được khai thác hết. Hiện tại dịch vụ TKBD mới được cung cấp tại 837 bưu cục trong tổng số hơn 3.000 bưu cục được triển khai đến tận huyện, xã của Tập đoàn. Các bưu cục cung cấp dịch vụ được nối mạng online chỉ chiếm khoảng 22.3% (187 bưu cục trong tổng số 837 bưu cục), năng lực phục vụ của mạng lưới không đồng bộ. Với các dịch vụ thanh toán qua TKTKCN, dịch vụ nhờ thu, nhận trả, các doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp ngoài quốc doanh chưa sử dụng hoặc sử dụng rất hạn chế do thói quen sử dụng tiền mặt trong thanh toán.

Kênh phân phối sản phẩm bảo hiểm của VNPT còn chưa đa dạng. Đối với bảo hiểm nhân thọ chủ yếu là thông qua các bưu cục. Đối với bảo hiểm phi nhân



thọ chủ yếu phân phối sản phẩm một cách trực tiếp, hoặc thông qua các đại lý. Các hình thức kết hợp giữa đại lý - môi giới - bán trực tiếp chưa được hình thành đồng bộ. Mạng lưới kinh doanh bảo hiểm còn chưa được phát triển đến các vùng sâu, vùng xa.

Hiện nay các dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp đang bị cạnh tranh rất mạnh bởi các ngân hàng và các tổ chức tư nhân, nhưng VNPT chưa quan tâm thỏa đáng tới hoạt động quảng cáo, do đó chưa khuyến khích được khách hàng sử dụng dịch vụ. Hoạt động quảng cáo còn rất nghèo nàn cả về nội dung lẫn hình thức. Quảng cáo mới chủ yếu tập trung giới thiệu tại các bưu cục, quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng khác ít được quan tâm chú ý. Chưa có những hoạt động quảng cáo toàn diện tập trung vào những thị trường mục tiêu và khách hàng trọng điểm. Chẳng hạn, với dịch vụ bảo hiểm nhân thọ là dịch vụ mới triển khai nhưng VNPT cũng như công ty Prevoir Việt Nam chưa có bất kỳ một hoạt động quảng cáo, khuyến khích trưng sản phẩm, do đó hạn chế khả năng tiếp cận của khách hàng đối với dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp.

#### ***2.3.2.4 Khả năng cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp chưa cao***

Sản phẩm dịch vụ tài chính mà VNPT cung cấp còn quá nghèo nàn, ít về chủng loại so với các đối thủ cạnh tranh, dịch vụ thu phí ít. Chẳng hạn đối với dịch vụ Tiết kiệm Bưu điện VNPT cung cấp cho khách hàng 20 dịch vụ trong khi đó các ngân hàng trong nước cung cấp 200 dịch vụ, các ngân hàng nước ngoài cung cấp khoảng 3.000 dịch vụ. Khả năng phát triển các dịch vụ đi kèm trên nền các dịch vụ đang cung cấp còn thấp, trong khi các ngân hàng tổ chức cung cấp các dịch vụ đầu ra rất phong phú trên cơ sở những dịch vụ tài khoản, dịch vụ tiết kiệm. Tính liên thông giữa các dịch vụ của ngân hàng tạo thuận lợi cho khách hàng, trong khi dịch vụ TKBD không có được ưu điểm đó. Đây là điểm yếu nhất của dịch vụ TKBD, ví dụ: Dịch vụ tài khoản của VPSC chỉ cho phép chuyển tiền từ ngoài vào tài khoản và chuyển tiền giữa 2 tài khoản của TKBD. Thời gian triển khai dịch vụ mới thường lâu do VPSC còn có những hạn

ché trong việc thiết kế các dịch vụ mới, công tác đầu tư, marketing... vì VPSC là đơn vị hạch toán phụ thuộc VNPT. Tuy thời gian giao dịch đối với dịch vụ TKBD tại bưu cục dài hơn ngân hàng, nhưng các ngân hàng lại có thuận lợi mà TKBD không có được, đó là hệ thống ATM với thời gian phục vụ là 24/24 và 7 ngày/tuần.

Dịch vụ chuyển tiền ngoài việc sử dụng mạng lưới bưu chính cho thư chuyển tiền, mạng lưới viễn thông cho điện chuyển tiền, còn có sự tham gia của các đối tượng ngoài hệ thống. Đó là hệ thống ngân hàng với mục đích là sử dụng tài khoản tại ngân hàng để lưu giữ và điều chuyển tiền. Như vậy, dịch vụ chuyển tiền của VNPT không những cạnh tranh với dịch vụ chuyển tiền của ngân hàng mà còn là một bộ phận phụ thuộc vào ngân hàng. Điều này ảnh hưởng tới ưu thế cạnh tranh của dịch vụ chuyển tiền bưu chính. VNPT chưa có sự đầu tư máy tính đồng bộ trên toàn mạng. Hiện tại mới chỉ có mạng máy tính nối giữa các bưu điện tỉnh, thành phố, còn từ tỉnh xuống các bưu cục thì phần lớn vẫn phải dùng hệ thống điện thoại, máy fax để tác nghiệp. Trong qui trình dịch vụ có một số công đoạn bị trùng lặp, không khoa học, dẫn tới chỉ tiêu về tốc độ dịch vụ chưa cao. Đối với dịch vụ thư chuyển tiền xảy ra tình trạng khai thác lại tại mỗi cấp bưu cục là không cần thiết, gây chậm trễ về thời gian. Đối với dịch vụ chuyển tiền nhanh việc đối soát chứng từ thực hiện tại các trung tâm đầu mỗi tỉnh vẫn bắt buộc thực hiện lại tại trung tâm chuyển tiền gây lãng phí thời gian lao động.

Đối với dịch vụ bảo hiểm, VNPT cung cấp 44 sản phẩm trong khi các Công ty Bảo hiểm khác cung cấp đến 100 sản phẩm bảo hiểm.

Giá cả các dịch vụ tài chính mà VNPT cung cấp chưa linh hoạt, tính cạnh tranh thấp. Chẳng hạn, lãi suất huy động của dịch vụ Tiết kiệm Bưu điện ngang bằng thậm chí cao hơn một số NHTM. Với lãi suất thu hút vốn cao trong khi lãi suất chuyển giao cho Ngân hàng phát triển và Ngân hàng chính sách chỉ được ngang bằng lãi suất trái phiếu Chính phủ cùng kỳ hạn, thấp hơn nhiều so với lãi suất cho vay trên thị trường. Các kỳ hạn thu hút tiền gửi tiết kiệm cũng chưa nhiều trong khi các NHTM lại thu hút khách hàng bằng cả các kỳ hạn ngắn như

tuần và kỳ hạn dài 5 năm. Phí dịch vụ chuyển tiền cũng cao hơn nhiều so với các NHTM. Đây là một trong những hạn chế khả năng phát triển các dịch vụ tài chính mới của VNPT.

Chưa tận dụng hết thế mạnh về mạng lưới Bưu chính sẵn có của VNPT trong việc phát triển dịch vụ tài chính mới, cả dịch vụ ngân hàng lẫn dịch vụ bảo hiểm. Các bưu cục cung cấp dịch vụ được nối mạng online chỉ chiếm 23%, năng lực phục vụ của mạng lưới chưa đồng bộ. Chưa tận dụng thế mạnh về hạ tầng cơ sở của Ngành Bưu chính Viễn thông là có một mạng lưới viễn thông và tin học hiện đại để phát triển các dịch vụ tài chính mới như thương mại điện tử.

Hoạt động quảng cáo, khuyến mại và chăm sóc khách hàng chưa được quan tâm chú trọng đúng mức, còn manh mún, mạnh đơn vị nào đơn vị đó quảng cáo. Chưa được quy hoạch có bài bản, mới chỉ thực hiện quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo chí, truyền hình, chưa áp dụng các hình thức để tăng khả năng tiếp cận với khách hàng. Trong khi đó các NHTM thực hiện đa dạng hóa các phương thức quảng bá thương hiệu như quảng cáo, tài trợ, tổ chức hội nghị khách hàng, hội thảo nhằm giới thiệu sản phẩm, dịch vụ, công nghệ ngân hàng hiện đại nhằm kích cầu và tạo niềm tin cho khách hàng.

Đội ngũ cán bộ quản lý và khai thác dịch vụ còn nhiều hạn chế chưa theo kịp sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật. Tỷ lệ lao động có trình độ cao trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ tài chính còn thấp. Tính chuyên nghiệp trong việc cung cấp dịch vụ tài chính của VNPT kém cạnh tranh so với các đối thủ khác, nhất là ngân hàng một mặt là do trình độ của đội ngũ cán bộ quản lý và khai thác dịch vụ.

Việc ứng dụng tin học vào quá trình quản lý, khai thác dịch vụ còn manh mún, riêng lẻ, cục bộ chỉ phù hợp với điều kiện và khả năng của từng chủ thể cung cấp dịch vụ, vẫn chưa có một quy hoạch tổng thể về việc tin học hoá mạng lưới cung cấp dịch vụ tài chính của Tập đoàn từ dịch vụ Tiết kiệm Bưu điện, chuyển tiền, thanh toán, đến dịch vụ cho vay và dịch vụ Bảo hiểm. Do vậy chất lượng dịch vụ còn thấp làm hạn chế tính cạnh tranh của dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp so với các đối thủ khác trên thị trường tài chính Việt nam.

Tất cả các yếu tố trên đã làm cho dịch vụ tài chính của VNPT có tính cạnh tranh kém so với ngân hàng và các đối thủ khác trên thị trường tài chính Việt Nam.

### **2.3.3 Nguyên nhân dẫn đến hạn chế**

#### ***2.3.3.1 Từ góc độ hệ thống văn bản pháp lý***

Hệ thống các văn bản pháp luật quan trọng điều chỉnh hoạt động dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp thời gian qua còn có một số bất cập sau:

Đối với dịch vụ tiết kiệm Bưu điện do VNPT cung cấp, để đảm bảo thúc đẩy dịch vụ tiết kiệm Bưu điện hoạt động Thủ tướng Chính phủ đã thay thế Quyết định số 215/1998/QĐ-TTg bằng Quyết định số 270/2005/QĐ-TTg ngày 31/12/2005 về việc tổ chức huy động, quản lý và sử dụng nguồn tiền gửi tiết kiệm Bưu điện. Quyết định này đã mở ra cho VPSC một hướng đi mới, vươn sâu hơn vào lĩnh vực ngân hàng. Tuy nhiên Quyết định số 270/2005/QĐ-TTg mới chỉ mở rộng đầu vào cho VNPT chứ chưa mở rộng đầu ra cho VNPT vì VNPT vẫn chưa được thực hiện nghiệp vụ cho vay đối với các đối tượng khác ngoài chuyển giao số vốn huy động được cho Ngân hàng Phát triển và Ngân hàng Chính sách xã hội. Trong khi các ngân hàng thương mại chủ yếu thực hiện hoạt động cho vay các doanh nghiệp, cá nhân, tổ chức có nhu cầu thì VNPT lại chỉ cho vay hai ngân hàng trên, đó là một hạn chế rất lớn ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh và phát triển dịch vụ của VPSC.

Tại khoản 3 điều 2 của Quyết định 270/2005/QĐ-TTg có quy định: “Tổng công ty Bưu chính Viễn thông chuyển vốn cho Quỹ Hỗ trợ Phát triển và Ngân hàng Chính sách xã hội theo mức lãi suất trái phiếu Chính phủ cùng kỳ hạn, phát hành theo phương thức đấu thầu gần nhất trong tháng. Trường hợp trong tháng không có đợt phát hành trái phiếu Chính phủ cùng loại, Quỹ Hỗ trợ Phát triển và Ngân hàng Chính sách xã hội làm việc cụ thể với Tổng công ty Bưu chính Viễn thông để xác định mức lãi suất bảo đảm không vượt quá mức trần lãi suất trái phiếu Chính phủ của tháng đó do Bộ Tài chính thông báo cho Quỹ Hỗ trợ Phát triển và Ngân hàng Chính sách xã hội”.

Rõ ràng theo quy định này mức lãi suất hoàn toàn phụ thuộc vào mức lãi suất trái phiếu Chính phủ và phụ thuộc vào việc Bộ Tài chính thông báo cho Quỹ

hỗ trợ Phát triển và Ngân hàng Chính sách xã hội mức lãi suất trái phiếu Chính phủ của tháng đó. Với cách quy định như vậy, VPSC không thể chủ động và linh hoạt trong việc điều chỉnh lãi suất và chi trả khách hàng. Mà mức lãi suất phù hợp sẽ là một trong những yếu tố quan trọng thu hút khách hàng, nâng cao tính cạnh tranh của dịch vụ.

Hơn nữa trong Thông tư số 02 ngày 16/01/2006 hướng dẫn thi hành Quyết định số 270, tại điểm 8 mục II có ghi: “Hàng năm Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam có trách nhiệm xây dựng kế hoạch tài chính về hoạt động dịch vụ tiết kiệm Bưu điện gửi cho các cơ quan theo quy định hiện hành”. Thực tế hoạt động trong thời gian qua mặc dù VPSC là đơn vị chủ dịch vụ tiết kiệm Bưu điện nhưng vẫn là một đơn vị hạch toán phụ thuộc của VNPT nên tính tự chủ còn chưa cao trong việc phát triển sản xuất kinh doanh. Chẳng hạn khi muốn phát triển thêm dịch vụ mới hay phát triển thêm các chi nhánh, VPSC phải lập phương án kinh doanh trình VNPT... Do đó thời gian triển khai dịch vụ kéo dài, làm giảm tính cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ.

Cho đến nay hoạt động của các công ty tài chính trong Tập đoàn kinh tế (trong đó có PTF), là tổ chức tài chính tín dụng phi ngân hàng đồng thời chịu sự điều chỉnh của 2 luật: Luật Doanh nghiệp và Luật các tổ chức tín dụng. Hiện nay trong Luật Doanh nghiệp chưa nêu rõ quyền tự chủ của các doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất kinh doanh đặc biệt là quyền quyết định về huy động vốn và sử dụng vốn do đó hạn chế khả năng phát triển dịch vụ tài chính của các công ty tài chính.

Hiện nay Nghị định 79/2002/CP ngày 4/10/2002 về tổ chức và hoạt động của công ty tài chính bên cạnh các yếu tố thuận lợi là các công ty tài chính đã được đa dạng hóa và nội dung hoạt động của các công ty tài chính cũng được điều chỉnh rộng hơn thì còn một số những bất cập về mô hình tổ chức, hoạt động của PTF cũng như của các công ty tài chính trong tập đoàn kinh tế. Nhà nước cần làm rõ mô hình tổ chức và hoạt động của các công ty tài chính trong tập đoàn kinh tế, tạo điều kiện cho các công ty tài chính phát huy được vai trò là

công cụ tài chính đặc lực phục vụ cho hoạt động và phát triển chung của Tập đoàn. Xét về tính chất sở hữu, mô hình phổ biến của các công ty tài chính trong tập đoàn kinh tế là dạng công ty cổ phần, trong đó Tập đoàn tham gia với tư cách là một cổ đông sẽ là mô hình công ty ưu việt hơn.

Theo qui định của Ngân hàng Nhà nước mức vốn cho vay đối với một khách hàng của công ty tài chính là 15% vốn tự có. Đây là tỷ lệ khá thấp so với nhu cầu về vốn đầu tư cho các dự án của Tập đoàn trong khi khách hàng chủ yếu của công ty tài chính chỉ là các đơn vị trong Tập đoàn. Do hạn chế bởi tỷ lệ cho vay và khả năng về vốn nên Công ty Tài chính Bưu điện trong Tập đoàn chỉ làm được nhiệm vụ là người thu xếp vốn cho các dự án của Tổng công ty (nay là Tập đoàn) không được đứng ra làm đầu mối để tổ chức hợp vốn vì vậy hạn chế rất lớn tới việc phát triển các dịch vụ của Công ty tài chính. Cũng theo quy định hiện hành, PTF không được cho thuê tài chính, không được làm dịch vụ thanh toán trong khi nhu cầu thanh toán giữa các đơn vị trong Tập đoàn là rất lớn, nhất là nhu cầu điều hòa vốn. Tất cả việc giải ngân, thu nợ, thanh toán lãi đều phải thông qua ngân hàng thương mại, điều này gây khó khăn không nhỏ cho hoạt động của công ty tài chính.

Môi trường pháp lý cho sự phát triển các dịch vụ bảo hiểm trong đó có dịch vụ bảo hiểm của VNPT cung cấp còn có một số bất cập (chẳng hạn các quy định tự do xem xét, cho vay phí tự động, cho vay theo hợp đồng... trong bảo hiểm nhân thọ); có những qui định chưa phù hợp với tập quán kinh doanh bảo hiểm trên thế giới (chẳng hạn quy định về các xử lý khi thông báo tuổi sai trong bảo hiểm nhân thọ). Các quy định pháp luật về bảo hiểm chưa đồng bộ, đầy đủ, việc thực thi các quy định này trên thực tế chưa nghiêm chỉnh; vai trò quản lý Nhà nước về bảo hiểm còn yếu. Một hiện tượng khá phổ biến hiện nay là các doanh nghiệp bảo hiểm trả hoa hồng cho khách hàng, đây là hành vi bị cấm bởi pháp luật nhưng cho đến nay tình trạng này chưa có chiều hướng cải thiện.

### ***2.3.3.2 Từ góc độ quản lý của tập đoàn đối với các hoạt động dịch vụ tài chính***

#### ***a) Mô hình tổ chức, quản lý cung cấp dịch vụ tài chính còn chưa hợp lý***

Hiện nay VNPT cung cấp các dịch vụ tài chính theo 2 mô hình:

Mô hình 1 - đó là mô hình tổ chức quản lý cung cấp các dịch vụ tài chính có sử dụng mạng Bưu chính công cộng của VNPT. Việc tổ chức quản lý cung cấp các dịch vụ này được thực hiện theo 3 cấp: Cấp Tổng công ty (nay là Tập đoàn), cấp công ty, cấp các Bưu điện tỉnh, thành phố và các công ty доч. Cấp Tập đoàn bao gồm các Ban chức năng, chuyên môn nghiệp vụ thực hiện việc xây dựng quy định dịch vụ và điều hành dịch vụ trên toàn mạng, tổ chức thực hiện triển khai cung cấp dịch vụ, nghiên cứu và phát triển các dịch vụ mới. Cấp công ty thực hiện điều hành hoạt động dịch vụ tài chính trên toàn mạng, tổ chức và quản lý mạng lưới thông tin, hướng dẫn nghiệp vụ. Các Bưu điện tỉnh thành phố và các công ty доч trực tiếp cung cấp dịch vụ tài chính cho khách hàng, thực hiện các công đoạn tác nghiệp. Mô hình này đã tận dụng khai thác được thế mạnh của VNPT so với các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính khác trên thị trường Việt Nam đó là hệ thống mạng lưới điểm cung cấp dịch vụ tài chính được trải rộng trên toàn quốc, tới cả các vùng sâu, vùng xa, với bán kính phục vụ nhỏ, thời gian cung cấp dịch vụ tại các bưu cục kéo dài hơn so với các ngân hàng và tổ chức cung cấp dịch vụ khác. Tuy nhiên mô hình này còn có những bất cập sau:

- Việc tổ chức quản lý cung cấp dịch vụ tài chính trên mạng lưới bưu chính của VNPT theo 3 cấp như trên dẫn đến VPSC là đầu mối quản lý, điều hành dịch vụ nhưng lại không được phép ban hành quy trình quản lý, khai thác dịch vụ. Mọi sửa đổi, bổ sung, ban hành quy trình mới đều phải thông qua các ban chức năng của VNPT, do vậy quy trình thường không theo kịp thực tiễn tổ chức sản xuất cũng như kế hoạch, phát triển, cung cấp sản phẩm mới. Trong khi đó công tác điều hành, hướng dẫn của các ban chức năng của VNPT đối với việc ban hành quy trình cung cấp dịch vụ, thực hiện nghiệp vụ và chế độ kế toán còn chậm và thiếu đồng bộ do vậy gây khó khăn cho việc thực hiện triển khai tại các đơn vị.

- Với mô hình tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính như trên dẫn đến VPSC là công ty chủ dịch vụ nhưng lại tách rời với mạng lưới cung cấp dịch vụ. Mạng lưới trực tiếp cung cấp dịch vụ là các bưu điện tỉnh thành phố và các công ty доч. Các nhân viên thực hiện việc giao dịch tại các đơn vị này hưởng lương do bưu điện tỉnh và các công ty доч trả chứ không phải do VPSC trả. Họ thực hiện đồng thời cả việc cung cấp dịch vụ bưu chính và dịch vụ tài chính tại các bưu cục, nên tính chuyên nghiệp trong phục vụ không cao, trình độ chuyên môn hạn chế so với nhân viên của ngân hàng và đại lý bảo hiểm, thời gian để họ tiếp cận tìm hiểu khách hàng, giới thiệu sản phẩm dịch vụ không nhiều vì vậy phần nào hạn chế tính hấp dẫn của dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp đối với khách hàng.

- Hơn nữa các bưu điện tỉnh, thành phố là những đơn vị trực tiếp cung cấp dịch vụ tiết kiệm bưu điện, họ được hưởng phí cố định/lần giao dịch và % doanh thu một lần giao dịch do vậy các bưu điện tỉnh, thành phố chưa quan tâm đến việc duy trì số dư trên tài khoản tiết kiệm dẫn tới là kết quả kinh doanh dịch vụ này chưa cao.

- Dịch vụ tài chính hiện tại được cung cấp bởi các đơn vị hạch toán phụ thuộc (công ty VPSC, các Bưu điện tỉnh, thành phố) vì vậy việc hạch toán kết quả kinh doanh dịch vụ chưa được thực hiện rõ ràng, đầy đủ do vậy chưa xác định được chính xác chi phí cũng như hiệu quả kinh doanh dịch vụ dẫn đến hạn chế rất nhiều trong việc phát triển các dịch vụ này.

Mô hình 2 - đó là mô hình tổ chức quản lý cung cấp các dịch vụ tài chính không sử dụng mạng Bưu chính công cộng của VNPT mà thông qua các công ty hạch toán độc lập là Công ty tài chính Bưu điện và Công ty Cổ phần Bảo hiểm Bưu điện. Khi đó việc tổ chức, quản lý cung cấp dịch vụ tài chính chỉ bao gồm hai cấp, cấp Tổng công ty (nay là Tập đoàn) và cấp công ty. Cấp Tập đoàn gồm các ban chức năng tham mưu giúp lãnh đạo Tập đoàn trong việc phê duyệt kế hoạch, kiểm tra thực hiện kế hoạch và hoạt động của công ty ; phê duyệt quyết toán tài chính hàng năm của công ty.

Cấp công ty có trách nhiệm quản lý và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực



của Nhà nước và VNPT giao cho gồm có vốn tự có, đất đai, tài nguyên, các nguồn vốn đầu tư vào doanh nghiệp khác, nhằm phát triển kinh doanh, bảo toàn phát triển vốn và các nguồn lực đã giao; xây dựng, tổ chức thực hiện kế hoạch, chiến lược kinh doanh các dịch vụ tài chính của công ty phù hợp với kế hoạch và chiến lược phát triển của VNPT theo chức năng và nhiệm vụ của công ty đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt, trực tiếp tổ chức quản lý việc cung cấp dịch vụ tài chính.

Theo mô hình hiện tại, với công ty tài chính Bru điện, VNPT còn can thiệp quá sâu vào hoạt động điều hành của công ty thể hiện trong việc VNPT quyết định lãi suất cho vay và huy động vốn, ấn định mức phí ủy thác mà PTF được hưởng từ hoạt động ủy thác đầu tư, phê duyệt các phương án cho vay hoặc đầu tư tài chính ra ngoài VNPT. Với công ty cổ phần Bảo hiểm Bru điện VNPT là cổ đông sáng lập chính với tỷ lệ vốn góp là 49,23%. VNPT cử người đại diện tham gia quản lý công ty đó là Chủ tịch hội đồng quản trị và Tổng giám đốc. Lúc này vai trò của VNPT đối với PTI được thông qua người đại diện phần vốn của VNPT tại PTI để quản lý hoạt động kinh doanh của PTI theo đúng nhiệm vụ và quyền hạn của Chủ tịch hội đồng quản trị và Tổng giám đốc. Mô hình công ty cổ phần đã tạo cho lãnh đạo công ty chủ động trong việc điều hành hoạt động sản xuất kinh doanh, được quyền quyết định chiến lược đầu tư của công ty một cách hiệu quả không phụ thuộc vào cấp quản lý như các mô hình khác. Đây là mô hình mà các đơn vị kinh doanh dịch vụ tài chính của VNPT đang hướng tới.

*b) Quan điểm của Tập đoàn trong việc phát triển các dịch vụ tài chính:*

Việc thành lập các định chế tài chính trong Tổng công ty Bru chính viễn thông Việt nam (nay là Tập đoàn BC-VT) trước hết với mục đích huy động vốn cho các dự án đầu tư phát triển của Tập đoàn, giúp Tập đoàn và các đơn vị thành viên nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, kinh doanh các dịch vụ tài chính và là cầu nối giữa Tập đoàn với thị trường tài chính. Kể từ khi ra đời và hoạt động cho đến nay, những kết quả mà các định chế tài chính tài chính trong Tập đoàn mang lại đã khẳng định chủ trương đúng đắn của Tập đoàn trong việc phát triển các định

chế tài chính nhằm mục đích kinh doanh các dịch vụ tài chính. Bước đầu PTF đã xây dựng được mối quan hệ bền vững với hầu hết các đơn vị thành viên VNPT thông qua việc đáp ứng nhu cầu vay vốn ngắn hạn với lãi suất thấp cho các đơn vị hạch toán độc lập; giảm bớt các khâu trong quy trình thẩm định đối với cho vay trung và dài hạn nhưng vẫn đảm bảo tuân thủ đúng các quy định của pháp luật; phối hợp chặt chẽ với các đơn vị thành viên trong việc lập kế hoạch giải ngân, thủ tục giải ngân, thủ tục thanh toán và nhận nợ giữa chủ đầu tư với bên nhận thầu, tạo điều kiện thuận lợi cho các đơn vị thành viên. PTF là đơn vị trong ngành, nên hiểu rất rõ các đơn vị thành viên, do vậy các dịch vụ tư vấn tài chính như: Tư vấn cổ phần hóa các doanh nghiệp, xây dựng quy trình phát hành trái phiếu..., quản lý tài chính đã rất phát triển, được các đơn vị thành viên tin tưởng. Ngoài các đơn vị thành viên trong VNPT, PTF đã mở rộng hoạt động ra các đơn vị ngoài ngành. Đã thiết lập được mối quan hệ tốt với nhiều tổ chức tài chính trên thị trường tài chính Việt Nam. Công ty TKBD đã huy động và đáp ứng đầy đủ và kịp thời một lượng vốn lớn cho đầu tư phát triển của Nhà nước. Công ty Cổ phần bảo hiểm Bưu điện đã thu hút được một lượng vốn lớn để đầu tư vào các dự án của Ngành.

Bên cạnh những kết quả đã đạt được thì sự phát triển các dịch vụ tài chính trong Tập đoàn thông qua việc phát triển các định chế tài chính còn nhiều hạn chế, nguyên nhân của những hạn chế trên một mặt là do quan điểm của Tập đoàn trong việc phát triển các định chế tài chính này:

*Thứ nhất:* Các nhà hoạch định chính sách của Tập đoàn chưa xây dựng được chiến lược phát triển các dịch vụ tài chính trong Tập đoàn thông qua việc phát triển các định chế tài chính. Hiện nay các định chế tài chính trong Tập đoàn tự hoạch định chiến lược phát triển dịch vụ tài chính của đơn vị mình do vậy trong Tập đoàn có sự chòng chéo giữa các đơn vị trong việc phát triển các dịch vụ tài chính. Thậm chí có những đơn vị không có thế mạnh về kinh doanh dịch vụ tài chính cũng tham gia kinh doanh, điều đó có thể sẽ làm suy yếu thế mạnh của Tập đoàn trong hoạt động Bưu chính Viễn thông. Thực tế cho thấy không có

một định chế tài chính nào là hoàn hảo tuyệt đối về tổ chức cũng như hoạt động và có thể cùng một lúc phát huy tất cả các nghiệp vụ kinh doanh để đáp ứng đầy đủ các dịch vụ tài chính trong khi nhu cầu về các dịch vụ này lại rất đa dạng và phong phú, yêu cầu về tính chuyên nghiệp ngày một cao, vì vậy Tập đoàn cần xây dựng chiến lược phát triển các dịch vụ này, ưu tiên phát triển dịch vụ nào trước thì đầu tư xây dựng các định chế tài chính kinh doanh dịch vụ đó và tạo cơ hội cũng như đầu tư đủ điều kiện cho nó phát triển.

*Thứ hai:* Tập đoàn chưa đánh giá đúng tầm quan trọng của các định chế tài chính này trong việc kinh doanh các dịch vụ tài chính. Do đó kế hoạch hàng năm Tập đoàn giao cho các đơn vị này chỉ mang tính cầm chừng để nó tồn tại chứ không tạo điều kiện cho nó phát triển. Chính vì vậy trong quá trình điều hành hoạt động của các đơn vị có sự chông chéo chức năng giữa các ban chuyên môn của Tập đoàn với chức năng của các định chế tài chính này chẳng hạn:

- PTF được thành lập với mục đích làm đầu mối huy động vốn cho VNPT và các đơn vị thành viên nhưng hiện tại cùng với hoạt động huy động vốn của PTF, VNPT vẫn trực tiếp huy động vốn từ các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước (bình quân trên 1000 tỷ/năm) theo hình thức Ban Tài chính Kế toán đứng ra vay dẫn đến trong nhiều trường hợp, VNPT và PTF cùng tiến hành giao dịch huy động vốn với một ngân hàng, làm ngân hàng không hiểu rõ cơ chế quản lý của VNPT, điều đó tạo ra nhiều khó khăn cho PTF trong việc tiếp xúc với ngân hàng.

- Việc VNPT và cả PTF cùng làm đầu mối cấp vốn cho các đơn vị thành viên đã tạo ra sự chưa thống nhất, rõ ràng về cơ chế này, dẫn đến các đơn vị thành viên chỉ muốn vay trực tiếp từ VNPT theo cơ chế cấp phát “xin-cho” vì không phải làm thủ tục vay vốn, không phải trả lãi suất vốn vay đối với khoản vay trung và dài hạn do VNPT trả lãi vay tập trung tại Tập đoàn hoặc phải trả lãi vay thấp theo lãi suất vay nội bộ đối với các khoản vay ngắn hạn, từ đó dẫn đến các đơn vị thành viên không muốn vay PTF theo cơ chế vay - trả.

- Các hoạt động đầu tư tài chính của VNPT hiện nay vẫn được tiến hành trực tiếp qua các Ban chức năng của TCT (nay là Tập đoàn). Cụ thể như Ban Kế

toán Thống kê Tài chính đối với đầu tư gián tiếp trong nước, Ban Khoa học công nghệ - Công nghiệp đối với đầu tư vào các công ty liên doanh, Ban Hợp tác quốc tế đối với các hoạt động đầu tư gián tiếp ra nước ngoài, hoặc do các đơn vị thành viên của VNPT đảm nhiệm. Hiện nay trong Tập đoàn xuất hiện hội chứng "đầu tư tài chính". Đơn vị chuyên kinh doanh Bưu chính, Viễn thông cũng tham gia đầu tư tài chính. Tình trạng các đơn vị trong Tập đoàn thành lập các công ty cổ phần để tham gia đầu tư tài chính diễn ra tràn lan. Tình trạng này cảnh báo sớm một hiện tượng là Tập đoàn sẽ bỏ rơi cái gọi là lợi thế của mình để chuyển sang lĩnh vực không phải là lợi thế. Tập đoàn muốn vững mạnh Tập đoàn phải làm chủ được nguồn lực tài chính, phải có định hướng cho các đơn vị thành viên trong việc đầu tư. Khuyến khích họ đầu tư và những lĩnh vực là thế mạnh để họ chủ động về công nghệ, kỹ thuật. Tập đoàn lựa chọn đơn vị nào để thay mình đi đầu tư là một vấn đề rất quan trọng để đảm bảo được lợi thế của nhà đầu tư đòi hỏi các nhà hoạch định chính sách của Tập đoàn phải quan tâm xem xét.

- Hiện tại, VNPT chưa có chính sách quản lý điều hành tập trung nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi tại Tập đoàn và các đơn vị thành viên hạch toán phụ thuộc. Hầu hết các đơn vị có nguồn vốn tạm thời nhàn rỗi như các khoản doanh thu phải nộp điều tiết về VNPT chưa nộp, các quỹ tạm thời chưa sử dụng... thường gửi vào các tài khoản mở tại các tổ chức tín dụng để hưởng lãi suất thấp hoặc không có lãi suất, trong khi các đơn vị thành viên khác đang thiếu vốn phục vụ sản xuất kinh doanh lại phải đi vay các Ngân hàng Thương mại với lãi suất cao dẫn tới hiệu quả sử dụng vốn tạm thời nhàn rỗi trong VNPT thấp.

Thực sự vai trò người đại diện vốn chủ sở hữu của Tập đoàn chưa phát huy hết khả năng trong việc quản lý và điều hành hoạt động có hiệu quả phần vốn góp của Tập đoàn ở các công ty cổ phần mà Tập đoàn có đầu tư vốn.

*Thứ ba:* Tập đoàn chưa thấy được vai trò thực sự của việc phát triển các dịch vụ tài chính trong Tập đoàn thông qua việc phát triển các định chế tài chính nên rất thận trọng trong việc phát triển các dịch vụ này. Nhưng thực tế cho thấy thị trường dịch vụ tài chính Việt nam đang rất phát triển, cơ hội cho các nhà đầu

tư đang rất thuận lợi, nếu không cảm nhận được thị trường, chớp lấy cơ hội thì Tập đoàn sẽ đi sau các nhà đầu tư khác. Mặc dù kênh thu hút tiền gửi từ TKBD trong những năm qua đã rất phát triển nhưng Tập đoàn vẫn rất chậm chạp trong việc đề xuất với Chính phủ cho phép Tập đoàn được sử dụng nguồn vốn này cho đầu tư phát triển của Tập đoàn bằng hình thức thành lập Ngân hàng Bưu điện, cho đến nay phương án đó mới đang được tiến hành.

### ***2.3.3.3 Chủ quan từ phía các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính***

*- Đối với công ty VPSC và Trung tâm chuyển tiền (TTCT):*

Hiện nay VPSC và TTCT được Tập đoàn giao nhiệm vụ là chủ dịch vụ, nhưng VPSC mới chỉ thực hiện nhiệm vụ liên quan đến việc điều hành tác nghiệp dịch vụ hàng ngày, còn các nhiệm vụ khác liên quan đến cơ chế thúc đẩy phát triển dịch vụ vẫn chưa được thực hiện, như các nghiên cứu về thị trường dịch vụ, nghiên cứu về đối thủ cạnh tranh, nghiên cứu cải tiến dịch vụ, chính sách marketing... chưa được quan tâm đúng mức, do vậy các phản ứng với thị trường chưa linh hoạt và kịp thời.

Hoạt động quảng cáo, khuyến mại của các công ty chưa được quan tâm đúng mức. Hoạt động khuyến mại chủ yếu tập trung vào những khách hàng gửi thường xuyên, có doanh thu cước lớn; các hình thức khuyến mại còn rất nghèo nàn, chưa có kế hoạch cụ thể. Hoạt động khuyến thị không thường xuyên, rời rạc, chưa có sự kết nối với nhau theo một lộ trình mà chủ yếu là bám sát những sự kiện của VNPT và dịch vụ.

Các biện pháp tiếp thị sản phẩm, dịch vụ trong giai đoạn này được thực hiện không nhiều, chủ yếu dừng ở mức quảng cáo, tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng và một số phương tiện khác như tờ rơi, phong bì thư phổ thông; công tác xúc tiến bán hàng trực tiếp, tổ chức các hội nghị khách hàng, tiến hành các chiến dịch quảng bá rầm rộ chưa được thực hiện hoặc thực hiện không nhiều và không đều.

Công tác chăm sóc khách hàng chưa được bài bản, cụ thể, còn mang tính chất manh mún, đặc biệt là những khách hàng lớn, khách hàng thường xuyên.

Mặc dù các đơn vị thường xuyên thống kê khách hàng lớn theo định kỳ tháng hoặc quý nhưng việc sử dụng cơ sở dữ liệu này trong nghiên cứu, đánh giá nhu cầu khách hàng còn rất hạn chế, chủ yếu để trích thưởng. Nếu VNPT không có biện pháp chăm sóc khách hàng tốt thì sẽ mất dần những khách hàng lớn như dịch vụ TKBD, CTN hiện nay đã mất đa số những khách hàng lớn về phía các NHTM. Thiếu hình thức tư vấn cho khách hàng, đó là hạn chế lớn nhất của mô hình giao dịch tại các bưu cục hiện nay của VNPT. Tại hầu hết các quầy giao dịch của bưu điện đều bố trí các dãy bàn cao, có vách kính ngăn, khách hàng phải đứng ngoài để giao dịch. Khi đến các bưu cục sử dụng dịch vụ, khách hàng tuân theo các bảng hướng dẫn treo trong các bưu cục chứ không được giới thiệu, tư vấn trực tiếp về dịch vụ, vì vậy phát sinh nhiều khiếu nại của khách hàng.

Đội ngũ nhân lực trong kinh doanh dịch vụ tài chính bao gồm: Đội ngũ nhân lực tham gia quản lý cũng như khai thác dịch vụ tài chính trên mạng bưu chính vẫn còn tình trạng thiếu hiểu biết về kinh doanh và ứng dụng kỹ thuật công nghệ mới. Tỷ lệ lao động có trình độ cao trong đội ngũ cán bộ thực hiện khai thác dịch vụ tài chính bưu chính còn thấp. Đội ngũ cán bộ công nhân viên chưa chuyên sâu trong lĩnh vực tài chính, tiền tệ; số cán bộ được đào tạo chuyên về lĩnh vực tài chính, tiền tệ không nhiều. Trong hệ thống dịch vụ TKBD, ngoài một số cán bộ có chuyên môn, nghiệp vụ từ các ngân hàng chuyển sang, còn lại đều là mới nên gặp rất nhiều khó khăn trong công việc. Đây là hạn chế lớn nhất trong quá trình cung cấp dịch vụ tài chính của VNPT khi phải cạnh tranh với hệ thống NHTM. Giao dịch viên tại các bưu cục cùng lúc phải cung cấp nhiều dịch vụ và giao dịch với nhiều khách hàng, nhưng hiểu biết về các loại dịch vụ chưa chuyên sâu, do đó chất lượng dịch vụ chưa cao.

*- Đối với công ty bảo hiểm Bưu điện:*

Việc phát triển mạng lưới chi nhánh, mạng lưới đại lý của Công ty tuy đã đạt mục tiêu kế hoạch nhưng so với sự phát triển chung của thị trường thì vẫn còn chậm dẫn đến chưa đáp ứng được yêu cầu của khách hàng, chất lượng phục vụ khách hàng cải thiện chưa đáng kể.

Việc nghiên cứu, thiết kế các sản phẩm mới đáp ứng yêu cầu của khách hàng còn hạn chế, chưa có các sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường.

Việc triển khai ứng dụng công nghệ thông tin và quản lý chậm, chưa đáp ứng yêu cầu quản lý của Công ty.

Các hoạt động đầu tư vốn của Công ty chưa được chú trọng.

Thiếu đội ngũ cán bộ làm công tác bảo hiểm chuyên nghiệp, có kinh nghiệm trong việc định phí bảo hiểm.

*- Đối với Công ty Tài chính Bưu điện*

Đội ngũ cán bộ, chuyên viên của công ty còn trẻ và thiếu kinh nghiệm, đặc biệt là sự am hiểu về ngành Bưu điện nên hạn chế trong việc tư vấn cho khách hàng.

Công tác marketing và giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của công ty còn yếu nên khách hàng chưa biết đến sản phẩm của công ty.

Chưa ứng dụng công nghệ hiện đại trong quản lý và khai thác dịch vụ

Công ty chưa có biện pháp để đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ tài chính mới như cho vay tiêu dùng...

\*

\*

\*

Để đáp ứng yêu cầu phát triển sản xuất kinh doanh cũng như khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, Chính phủ có chủ trương Tập đoàn hoá các Tổng công ty mạnh ở Việt Nam, theo đó Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam đã được thành lập.

Hiện nay Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam đang trong quá trình hoàn thiện dần tổ chức theo hướng kinh doanh đa ngành, đa lĩnh vực, trong đó Bưu chính - Viễn thông là ngành kinh doanh chính. Để có thể xây dựng thành công Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, việc huy động và sử dụng đa dạng các nguồn lực trong nội bộ Tập đoàn cũng như các thành phần kinh tế trong

xã hội, đảm bảo đáp ứng đầy đủ và kịp thời nhu cầu vốn tín dụng đầu tư cho Tập đoàn là một việc làm có ý nghĩa thiết thực. Để đạt được mục tiêu trên, việc nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn để thấy được những kết quả đã đạt được, những hạn chế và nguyên nhân của các hạn chế từ đó có những giải pháp nhằm khắc phục những hạn chế này là một việc làm có ý nghĩa sâu sắc.

Qua phân tích thực trạng dịch vụ tài chính của Tập đoàn Bru chính Viễn thông Việt Nam cho thấy dịch vụ tài chính mà Tập đoàn cung cấp đã bước đầu giúp Tập đoàn tìm kiếm khơi thông nguồn vốn trong nước, thu hút vốn đầu tư nước ngoài, quản lý một cách tối ưu các nguồn vốn đầu tư, hạn chế việc thất thoát vốn, mở ra cho Tập đoàn Bru chính Viễn thông Việt Nam một triển vọng mới cho sự phát triển của Tập đoàn. Tuy nhiên hoạt động kinh doanh các dịch vụ tài chính của Tập đoàn còn rất hạn chế, đơn lẻ, quy mô nhỏ, dịch vụ tài chính còn nghèo nàn. Xét về khả năng để phát triển các dịch vụ tài chính thì tiềm lực tài chính của các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính còn hạn chế, vốn điều lệ thấp, quy mô nhỏ, cơ sở vật chất còn chưa được hiện đại hoá, mô hình tổ chức quản lý dịch vụ còn nhiều bất cập, phụ thuộc quá nhiều vào các Ban chức năng của Tập đoàn; công tác marketing chưa thật bài bản, chưa được quan tâm đúng mức; trình độ đội ngũ cán bộ quản lý và nhân viên cung cấp dịch vụ còn chưa theo kịp sự phát triển của thị trường.

Xuất phát từ thực tế trên đòi hỏi VNPT phải có những giải pháp để khắc phục những hạn chế trên, nhằm phát triển các dịch vụ tài chính, coi đó là một cách lựa chọn tốt nhất cho việc xây dựng và phát triển Tập đoàn.



### **CHƯƠNG 3**

## **GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TRONG TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM**

### **3.1 CĂN CỨ ĐỀ XUẤT CÁC GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH TRONG TẬP ĐOÀN BƯU CHÍNH VIỄN THÔNG VIỆT NAM**

#### **3.1.1 Quan điểm và định hướng của Đảng và Nhà nước ta về việc phát triển dịch vụ tài chính**

Dịch vụ tài chính gắn liền với nền kinh tế thị trường. Dịch vụ tài chính đóng vai trò quan trọng trong quá trình chuyển đổi cơ cấu kinh tế, nó giúp cho việc tăng cường chuyên môn hoá trong nền kinh tế, đồng thời tạo ra sự thay đổi lớn trong việc xoá dần và chuyển độc quyền cung cấp dịch vụ của Nhà nước sang các thành phần kinh tế khác; Là quá trình làm gia tăng giá trị của sản phẩm phục vụ cho tiêu dùng. Chính vì vậy trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2001-2010 của Văn kiện đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X của Đảng chỉ rõ:

Mở rộng các dịch vụ tài chính - tiền tệ như: tín dụng, bảo hiểm, kiểm toán, chứng khoán ; từng bước hình thành trung tâm dịch vụ tài chính lớn trong khu vực ; phát triển mạnh các dịch vụ kỹ thuật, dịch vụ tư vấn, dịch vụ phục vụ đời sống, đáp ứng nhu cầu đa dạng trong sản xuất, kinh doanh và đời sống xã hội. Tạo lập đồng bộ các yếu tố thị trường, đổi mới và nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước. Hình thành đồng bộ và tiếp tục phát triển, hoàn thiện các loại thị trường đi đôi với xây dựng khuôn khổ pháp lý và thể chế, để thị trường hoạt động năng động, có hiệu quả, có trật tự, kỷ cương trong môi trường cạnh tranh lành mạnh, công khai minh bạch, hạn chế và kiểm soát độc quyền kinh doanh. Phát triển thị trường vốn và tiền tệ, nhất là thị trường vốn trung và dài hạn. Tổ chức và vận hành an toàn, hiệu quả thị trường chứng khoán, thị trường bảo hiểm, từng bước mở rộng qui mô và phạm vi hoạt động, kể cả việc thu hút vốn nước ngoài. Phát

triển các loại thị trường dịch vụ khoa học, công nghệ, sản phẩm trí tuệ, dịch vụ bảo hiểm, các dịch vụ tư vấn và phục vụ sản xuất kinh doanh. Như vậy có thể nói rằng, thị trường dịch vụ tài chính theo quan niệm của Đảng là bộ phận trong tổng thể tất cả các loại thị trường đã, đang và sẽ xây dựng, phát triển trong quá trình phát triển nền kinh tế hàng hoá nhiều thành phần theo cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước, theo định hướng XHCN, thậm chí là những thị trường quan trọng trong hệ thống các thị trường cần xây dựng và phát triển. Do đó trong thời gian tới quan điểm phát triển thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam vẫn được tiếp tục. Vấn đề đặt ra trong tương lai là cần có sự tổng kết đánh giá và đúc rút các bài học kinh nghiệm, trên cơ sở đó đề ra các giải pháp thực hiện trong điều kiện hội nhập và cạnh tranh của nền kinh tế thế giới sao cho có hiệu quả cao nhất. Do đó định hướng phát triển dịch vụ tài chính trong thời gian tới là:

- Tiếp tục đẩy mạnh phát triển các loại dịch vụ tài chính về số lượng, chất lượng và chủng loại; phát triển số lượng và khả năng cung ứng dịch vụ của các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính đảm bảo thoả mãn mọi nhu cầu về dịch vụ tài chính trong nền kinh tế quốc dân, đảm bảo sự cân đối quan hệ cung cầu về dịch vụ tài chính trên thị trường.

- Tiếp tục xây dựng, hoàn thiện và phát triển thị trường chứng khoán, thị trường tiền tệ v.v., để tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển các loại dịch vụ tài chính.

- Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện cơ chế, chính sách quản lý Nhà nước đối với thị trường dịch vụ tài chính phù hợp với trình độ phát triển của nền kinh tế - xã hội, trong đó cần quán triệt nguyên tắc cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước. Tách bạch rõ ràng chức năng quản lý vĩ mô của Nhà nước với chức năng kinh doanh dịch vụ tài chính của các doanh nghiệp, Nhà nước không can thiệp vào hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp mà thông qua hệ thống pháp luật và các công cụ thị trường tạo ra môi trường kinh doanh bình đẳng, thuận lợi cho mọi chủ thể tham gia thị trường. Trên cơ sở đó chúng ta cần hoàn thiện hệ thống quản lý Nhà nước đối với thị trường dịch vụ tài chính thông qua

việc hoàn thiện và nâng cao hiệu lực pháp lý của hệ thống khung pháp luật; thành lập và phân định rõ ràng chức năng nhiệm vụ của các cơ quan quản lý Nhà nước. Nâng cao tính cạnh tranh lành mạnh trên thị trường, lấy cạnh tranh làm động lực thúc đẩy thị trường phát triển, hạn chế tối đa tình trạng độc quyền trên thị trường.

- Từng bước mở cửa thị trường dịch vụ tài chính trong nước, hội nhập vào thị trường dịch vụ tài chính khu vực và quốc tế phù hợp với lộ trình cam kết tham gia các tổ chức khu vực và quốc tế của Chính phủ Việt Nam, đồng thời đảm bảo sự phát triển ổn định và lành mạnh của thị trường nội địa.[7], [9], [10], [17]

### **3.1.2 Định hướng phát triển của Tập đoàn BC-VT Việt Nam**

Cụ thể hoá định hướng phát triển kinh tế - xã hội của Đảng, Nhà nước vào ngành BC-VT, Tập đoàn BC-VT Việt Nam có những định hướng phát triển như sau:

- Xây dựng trở thành Tập đoàn có quy mô lớn, trình độ công nghệ, quản lý hiện đại và chuyên môn hoá cao; kinh doanh đa ngành, trong đó BC-VT và CNTT là các ngành kinh doanh chính; gắn kết chặt chẽ giữa sản xuất kinh doanh với khoa học công nghệ; nghiên cứu triển khai; đào tạo có sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế.

- Trở thành tập đoàn kinh tế có tiềm lực tài chính mạnh, thu hút sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế; giữ vững vị trí nhà khai thác dịch vụ BC-VT và CNTT hàng đầu Việt Nam. Mở rộng lĩnh vực kinh doanh sang các ngành nghề khác như du lịch, bảo hiểm, tài chính ngân hàng...

- Tập hợp đội ngũ nhân lực trình độ chuyên môn cao, lành nghề, năng động thích ứng với điều kiện sản xuất hiện đại, sức ép công việc cao. Thực hiện quy chế phân phối thu nhập hợp lý.

- Tạo được hình ảnh ấn tượng đối với cộng đồng, từng bước đưa thương hiệu Tập đoàn trở thành quen thuộc với công chúng và bạn hàng trên thế giới.

- Hướng ra thị trường khu vực và thế giới.

Với định hướng chiến lược phát triển của Tập đoàn BC-VT Việt Nam như vậy thì mục tiêu đa dạng hoá các ngành nghề kinh doanh trong đó BC-VT là

ngành chính mở rộng sang các ngành bảo hiểm, tài chính, ngân hàng... là hướng đi hoàn toàn đúng đắn. Để có thể phát triển được nghề kinh doanh các dịch vụ tài chính, Tập đoàn phải nghiên cứu các giải pháp để hoàn thiện các định chế tài chính của Tập đoàn một cách nghiêm túc có như vậy mới hy vọng có được kết quả như mong muốn.[44], [45]

### **3.1.3 Những yêu cầu cơ bản của việc phát triển dịch vụ tài chính trong điều kiện hội nhập**

Việc phát triển dịch vụ tài chính Việt Nam trong điều kiện hội nhập đặt ra rất nhiều yêu cầu, trong khi đó chúng ta có những khó khăn rất lớn: Xuất phát điểm thấp; tính cấp bách của hội nhập; sự khác biệt với các nước về mối quan hệ và phân định quyền hạn quản lý giữa các cơ quan quản lý Nhà nước và các tổ chức nghề nghiệp;... Do vậy, chúng ta buộc phải tiến hành và giải quyết đồng bộ các yêu cầu đặt ra và phải có lộ trình thích hợp cho việc “mở cửa” dịch vụ tài chính.

Những yêu cầu cơ bản của việc phát triển dịch vụ tài chính của Việt Nam là:

+ Yêu cầu về thị trường (xác định “cầu” về dịch vụ tài chính): Ngoài việc mở rộng thị trường trong nước phải vươn lên mở mang cả thị trường ngoài nước; Phải mở rộng thị trường trong nước bằng việc mở rộng diện doanh nghiệp, tổ chức có nhu cầu “thuê” dịch vụ tài chính;

+ Yêu cầu về khả năng cung cấp dịch vụ tài chính (xác định “cung” về dịch vụ): Nhu cầu tăng về số lượng các doanh nghiệp tổ chức cung dịch vụ tài chính trong những năm trước mắt là rất lớn (tăng gấp vài chục lần so với số hiện có);

+ Yêu cầu nâng cao chất lượng dịch vụ tài chính: Trình độ nhân viên chuyên nghiệp để cung cấp dịch vụ tài chính phải ngang tầm với khu vực và thế giới;

+ Yêu cầu về tính đa dạng của các sản phẩm dịch vụ tài chính: Nền kinh tế thị trường là “chiếc nôi” sản sinh ra các loại hoạt động kinh tế đa dạng đòi hỏi dịch vụ tài chính phải có các sản phẩm dịch vụ đa dạng;

+ Yêu cầu quản lý nghề nghiệp: Phải được nâng cao phù hợp với thông lệ quốc tế, tránh sự can thiệp quá sâu của cơ quan quản lý vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

+ Yêu cầu khung pháp lý chuẩn: Đảm bảo tính đầy đủ, hoàn thiện của khung pháp lý, tiếp thu được các thông lệ quốc tế vào điều kiện cụ thể của Việt Nam, tạo môi trường pháp lý để giải quyết các yêu cầu nêu trên.

Trên đây là những yêu cầu cơ bản của việc phát triển dịch vụ tài chính Việt Nam trong quá trình hội nhập. Vì vậy các giải pháp phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn BC-VT Việt Nam phải đáp ứng được các yêu cầu trên.

### **3.1.4 Khả năng phát triển dịch vụ tài chính của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam**

Để đánh giá khả năng phát triển dịch vụ tài chính của Tập đoàn chúng ta đi phân tích những lợi thế của VNPT khi phát triển các dịch vụ tài chính:

*Thứ nhất:* Mạng lưới cung cấp dịch vụ

Mạng lưới cung cấp dịch vụ giữ một vị trí đặc biệt quan trọng đối với việc phát triển dịch vụ tài chính vì nó giúp tăng khả năng tiếp cận khách hàng của VNPT, tạo điều kiện thuận tiện cho khách hàng trong quá trình giao dịch. Hiện nay, VNPT đang sở hữu mạng lưới bưu chính với 17.118 điểm trong đó có hơn 3.000 Bưu cục, 7.534 điểm BĐ-VHX, 6.549 đại lý bưu điện và 57 ki ốt trải khắp các Tỉnh, Thành phố trong cả nước. Trong đó có 930 bưu cục mở dịch vụ TKBD (số bưu cục cung cấp dịch vụ là 837 bưu cục) chiếm 31% tổng số bưu cục; 1.738 bưu cục cung cấp dịch vụ chuyên tiền nhanh; 5.928 điểm cung cấp dịch vụ thư chuyển tiền, điện chuyên tiền.

Với hệ thống bưu cục được triển khai đến tận các huyện, xã của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, nếu tất cả các Bưu cục nói trên đều tham gia vào mạng lưới thì đây sẽ trở thành mạng lưới cung cấp dịch vụ tài chính số một Việt Nam. Các bưu cục được đặt tại cả những nơi đã có chi nhánh ngân hàng và những nơi chỉ có kênh cung cấp dịch vụ tài chính không chính thức và đại lý.

Căn cứ vào số liệu về mạng lưới hoạt động của hệ thống ngân hàng (phụ lục 4) cho thấy số lượng các bưu cục nhiều hơn số lượng các chi nhánh ngân hàng. Chính vì vậy nếu đưa một số dịch vụ tài chính mới vào kinh doanh ở tất cả các hệ thống bưu cục thì VNPT sẽ tận dụng được chính cơ sở vật chất sẵn có của

mạng lưới bưu cục và các điểm phục vụ rộng lớn, không phải đầu tư xây dựng mới nên tiết kiệm được chi phí đầu tư. Trong khi đó nếu các NHTM muốn mở thêm một chi nhánh phải thuê địa điểm, đầu tư trang thiết bị rất tốn kém.

Mặt khác VNPT có thể tận dụng mạng lưới Bưu chính để vận chuyển các hóa đơn và chứng từ thanh toán đến các bưu cục đã được lựa chọn, những nơi đã được nối mạng điện tử, thực hiện khối lượng giao dịch thanh toán lớn cùng một lúc mà gần như không một ngân hàng nào trong số đó có ý định thực hiện. Các dự án thử nghiệm do VPSC của VNPT và một số ngân hàng thực hiện đã cho thấy người dân có nhu cầu sử dụng các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt và VNPT với mạng lưới bưu cục rộng khắp trên toàn quốc có thể đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển thị trường thanh toán không dùng tiền mặt cho các giao dịch thanh toán có giá trị thấp, tạo điều kiện cho người dân nông thôn và dân nghèo thành thị khả năng tiếp cận và sử dụng các dịch vụ tài chính cơ bản. Tuy nhiên, điều này đòi hỏi phải có một khung cơ chế rõ ràng cho VPSC hoạt động qua các bưu cục và phải tài trợ cho một chương trình cải thiện quá trình kinh doanh theo hướng áp dụng công nghệ thông qua các bưu cục.

Mạng Bưu chính có thể đóng vai trò quan trọng như là một mắt xích cuối cùng trong một chuỗi mắt xích trung gian giữa người chuyển và người nhận về chuyển tiền kiều hối. Đây là một thị trường tiềm năng chưa được triển khai triệt để của các ngân hàng, các tổ chức tài chính. Mặt khác, theo chủ trương của Tổ chức Bưu chính thế giới (UPU) là kết nối tất cả các bưu cục của các nước đối với dịch vụ chuyển tiền. Đây sẽ là một thuận lợi với dịch vụ chuyển tiền quốc tế vì theo chủ trương này hệ thống các bưu cục trong UPU sẽ có trách nhiệm kết nối và tạo điều kiện để dịch vụ này cung cấp cho khách hàng một cách nhanh nhất.

*Thứ hai:* Là một đơn vị chủ lực có uy tín trong ngành BC-VT

VNPT trước đây là Tổng công ty 91 (nay là Tập đoàn) hoạt động có uy tín trong ngành Bưu chính - Viễn thông, khách hàng đã quen với việc sử dụng các dịch vụ Bưu chính - Viễn thông nên khi VNPT phát triển thêm các dịch vụ mới thì những dịch vụ này sẽ dễ dàng được người dân chấp nhận và sử dụng. Bởi lẽ

sản phẩm tiết kiệm của VNPT nhỏ với quy định số tiền gửi tối thiểu thấp. VPSC của VNPT được người dân coi như một tổ chức phi ngân hàng mà họ đặc biệt tin tưởng bởi không có danh mục nợ xấu và chưa từng sai sót trong thanh toán với khách hàng. Đây cũng là một lợi thế rất quan trọng mà VNPT có được so với các đối thủ cạnh tranh khác trong việc triển khai dịch vụ mới.

*Thứ ba:* VNPT có tiềm lực tài chính mạnh với hệ thống thiết bị công nghệ hiện đại

Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam có ưu thế về mặt hạ tầng cơ sở vật chất liên quan đến việc triển khai, xây dựng và vận hành mạng lưới Internet. Từ nhiều năm qua VNPT đã không ngừng đầu tư mở rộng công suất mạng lưới, nhiều máy móc và trang thiết bị hiện đại được lắp đặt và đưa vào sử dụng nhằm nâng cao năng lực và hiệu suất phục vụ của mạng lưới Bưu chính, Viễn thông. Không những thế, để đáp ứng được những chủ trương phát triển tin học và phần mềm ứng dụng của Nhà nước, VNPT đã đưa nhiệm vụ sản xuất phần mềm tăng nhanh, nhiều phần mềm ứng dụng của Công ty Điện toán và truyền số liệu(VDC), Trung tâm công nghệ thông tin (CDIT) được đưa vào triển khai sử dụng và mang lại hiệu quả tốt. Các dịch vụ tài chính phát triển sau sẽ tận dụng được những thành công về công nghệ tiên tiến để đưa các phần mềm ứng dụng vào quản lý nhằm xử lý nhanh các dữ liệu, đảm bảo độ chính xác và giảm bớt chi phí.

Hơn nữa hiện nay VNPT có hai đơn vị thành viên đang sản xuất và cung cấp các sản phẩm dịch vụ phục vụ cho hoạt động thanh toán thương mại điện tử (TMĐT). Đó là Nhà máy thiết bị Bưu điện (POSTEF) đang sản xuất sản phẩm thẻ từ và các loại thẻ ATM cho một số ngân hàng trong nước và VDC đang làm đại diện duy nhất tại Việt Nam của tổ chức chứng thực quốc tế VERISIGN chuyên cung cấp dịch vụ chứng thực điện tử. Khách hàng có thể đăng ký sử dụng chứng thực điện tử của VERISIGN thông qua VDC. Với chứng thực điện tử này, khách hàng sẽ được xác nhận toàn cầu và được bảo vệ nghiêm ngặt khi thực hiện các giao dịch trực tuyến. Đây là một lợi thế rất lớn cho VNPT nếu được triển khai các hoạt động thanh toán trong TMĐT.

Như vậy, VNPT có sẵn những nguồn lực quan trọng để có thể mở rộng hoạt động kinh doanh sang lĩnh vực dịch vụ tài chính đặc biệt là phát triển TMĐT ở Việt Nam. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là làm sao để VNPT giữ vững được vị thế của mình trong điều kiện môi trường kinh doanh, các tiến bộ công nghệ và nhu cầu khách hàng đang thay đổi không ngừng.

Với một Tập đoàn có tiềm lực như VNPT, với uy tín và thế mạnh của mình trong một thị trường rộng lớn, VNPT hoàn toàn có khả năng và cơ hội để phát triển các dịch vụ tài chính nhằm đa dạng hóa các loại hình dịch vụ, nâng cao hiệu quả kinh doanh và khẳng định vị thế của mình trong lĩnh vực kinh doanh các dịch vụ tài chính, đặc biệt là tham gia vào TMĐT đang ngày càng phát triển ở Việt Nam.

### **3.1.5 Nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp**

#### ***3.1.5.1 Các yếu tố tác động đến nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp***

Cũng như bất kỳ một loại dịch vụ nào, nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp phụ thuộc vào các yếu tố sau:

##### *- Yếu tố kinh tế:*

Kinh tế của Việt Nam trong những năm qua đã, đang và ngày càng phát triển và không ngừng đổi mới, tạo ra nhiều nhu cầu mới cho xã hội. Do kinh tế ngày càng phát triển, thu nhập của tầng lớp dân cư ngày một tăng, đời sống được cải thiện hơn nên nhu cầu gửi tiền tiết kiệm cũng tăng lên. Xu hướng thích đi du lịch ngày một tăng, làm phát sinh nhu cầu lưu trữ tiền tệ và tránh mang theo tiền mặt, giảm rủi ro mất mát. Trong lúc việc thanh toán bằng thẻ ngân hàng chưa được phổ biến thì việc gửi tiền một nơi rút tiền nhiều nơi của VNPT là một dịch vụ kịp thời đáp ứng yêu cầu của nhiều đối tượng khách hàng.

Thư chuyển tiền và điện chuyển tiền là các dịch vụ truyền thống đáp ứng được nhu cầu chủ yếu của các tầng lớp dân cư là gửi tiền cho con, em đang đi học; gửi tiền cho người thân, ốm đau... Hiện nay xu hướng con em đi học xa nhà, người nông thôn ra thành phố lao động đang ngày một gia tăng. Vì vậy nhu



cầu chuyển tiền theo hai hình thức này vẫn còn rất lớn, mặc dù số tiền gửi một lần thường ít nhưng thường xuyên và chủ yếu tập trung ở nông thôn ra thị xã, thành phố và ngược lại.

Dịch vụ chuyển tiền nhanh ra đời do xu hướng phát triển kinh tế, ngày càng có nhiều DN, cá nhân có nhu cầu chuyển tiền vì mục tiêu thương mại, kinh doanh với số tiền gửi lớn, yêu cầu phải nhanh chóng, lượng khách hàng này chủ yếu tập trung tại các thành phố lớn.

Kinh tế xã hội càng phát triển thì nhu cầu vốn đầu tư cho việc phát triển BC-VT càng lớn. Dự kiến trong 5 năm tới nhu cầu vốn đầu tư của Tập đoàn BC-VT là 80.000 tỷ. Đây là một con số rất lớn, mặc dù Tập đoàn đã có phương án huy động vốn từ nhiều nguồn khác nhau nhưng rõ ràng là nhu cầu được đầu tư từ những đơn vị trong ngành là vô cùng quan trọng. Khi đó vai trò điều hoà vốn trong Tập đoàn BC-VT cần phải được phát huy.

Kinh tế xã hội phát triển, nhu cầu bảo hiểm của các doanh nghiệp, tổ chức và cá nhân ngày một tăng cao bởi bảo hiểm chính là một hình thức phòng ngừa rủi ro. Ngược lại hoạt động kinh doanh bảo hiểm cũng đóng vai trò tích cực ổn định nền kinh tế - xã hội và đời sống nhân dân. Việc giải quyết bồi thường tốt tạo môi trường đầu tư cho phát triển kinh tế - xã hội. Xu hướng kinh tế càng phát triển nhu cầu bảo hiểm sẽ ngày một nhiều, nhất là BC-VT là một ngành kinh tế kỹ thuật công nghệ cao nhu cầu được bảo hiểm tài sản cũng như bảo hiểm rủi ro cho máy móc thiết bị là một nhu cầu không thể thiếu được.

*- Yếu tố về tập quán tiêu dùng và dân số:*

Dân số Việt Nam đông có tới 70% là sống ở nông thôn, thu nhập thấp thói quen và tập quán của người Việt Nam vẫn là chắt bóp dành dụm nên nhu cầu gửi tiết kiệm theo hình thức gửi góp với mức tối thiểu 50.000đ là hết sức phù hợp với người dân. Bởi vậy dịch vụ TKBD đã thu hút được một số lượng rất lớn người dân gửi tiền.

Mặt khác người dân nông thôn đã quá quen với tập quán là nhận và gửi thư qua Bưu điện. Dịch vụ thư chuyển tiền là dịch vụ có bề dày truyền thống của

ngành Bưu điện. Với cước phí rẻ, điểm phục vụ rộng khắp mọi miền, người dân có nhu cầu chuyển tiền làm quà biếu, trợ cấp, tặng không đòi hỏi tốc độ cao. Hơn nữa thu nhập của đại bộ phận dân cư là thấp, họ rất e dè khi giao dịch với ngân hàng; bởi vậy nhu cầu sử dụng dịch vụ chuyển tiền bằng hình thức thư chuyển tiền và điện chuyển tiền của VNPT sẽ vẫn được người dân dùng nhiều trong tương lai.

Hiện nay người dân Việt nam còn chưa hiểu biết lợi ích của việc tham gia bảo hiểm. Xu hướng xã hội phát triển, trình độ dân trí ngày một cao, người dân sẽ hiểu được lợi ích thiết thực của việc tham gia bảo hiểm. Bởi vậy tương lai bảo hiểm Việt Nam sẽ còn phát triển cũng như bảo hiểm Bưu điện sẽ ngày càng phát triển. Nhất là khi PTI tận dụng mạng lưới các bưu cục rộng khắp trên cả nước làm đại lý cho PTI. Để có thể tận dụng được mạng lưới bưu cục đòi hỏi PTI phải thiết kế được những sản phẩm mới phù hợp với người dân. Trong những năm tới bảo hiểm Bưu điện sẽ phải đổi mới tổ chức, quản lý, triển khai ứng dụng CNTT vào quản lý và khai thác bảo hiểm đáp ứng nhu cầu ngày một cao của toàn xã hội.

### ***3.1.5.2. Xu hướng nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp***

Qua việc phân tích các yếu tố tác động tới nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp, chúng ta có thể đánh giá xu hướng nhu cầu sử dụng dịch vụ như sau:

Nhu cầu sử dụng dịch vụ TKBĐ còn rất lớn do dịch vụ TKBĐ có nhiều lợi thế riêng so với tiết kiệm do các ngân hàng cung cấp bởi mạng lưới cung cấp dịch vụ được phủ rộng khắp toàn quốc tới cả các vùng núi cao, hải đảo. Đối tượng chính của TKBĐ vẫn là tầng lớp dân cư có thu nhập trung bình và thấp. Mục tiêu mà TKBĐ hướng tới là trở thành một đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính bán lẻ số 1 Việt nam. Để đạt được điều này thì yêu cầu các loại hình TKBĐ phải phong phú hơn, quy trình cung cấp dịch vụ phải được hiện đại hoá, TKBĐ phải được quảng bá rộng rãi hơn nữa với người dân, phải phấn đấu trở thành một thương hiệu có uy tín và thân thiết với người dân Việt Nam. Có như vậy thì tiềm năng phát triển dịch vụ TKBĐ sẽ còn rất lớn.

Đối với dịch vụ chuyển tiền đây vẫn là dịch vụ tiềm năng mà VNPT có khả năng phát triển. Đặc biệt thời gian tới nhu cầu sử dụng dịch vụ chuyển tiền nhanh, chuyển tiền siêu nhanh và chuyển tiền quốc tế bắt đầu tăng và có xu hướng bùng phát trong những năm tới do sự phát triển kinh tế, hội nhập quốc tế, thương mại và du lịch. Đối tượng khách hàng có nhu cầu sẽ ngày càng mở rộng bao gồm cả các công ty nước ngoài, trong nước và đặc biệt là kiều bào ở nước ngoài gửi tiền về cho thân nhân ở Việt Nam và người đi lao động ở nước ngoài gửi tiền về cho người thân.

Nhu cầu sử dụng các dịch vụ thanh toán bằng thẻ, dịch vụ ngân hàng trực tuyến, thanh toán trực tuyến của xã hội ngày một tăng. Các ngân hàng trong nước đang cạnh tranh rất mạnh ở những dịch vụ này. Đây sẽ là một tiềm năng mới cho VNPT, vì vậy VNPT cần phải nghiên cứu triển khai những dịch vụ này nhằm tận dụng thế mạnh của mạng viễn thông và công nghệ thông tin để đáp ứng nhu cầu của xã hội.

Nhu cầu sử dụng dịch vụ tín dụng của VNPT là rất lớn. Vấn đề là VNPT sẽ tiến hành tổ chức, quản lý tạo điều kiện cho đơn vị cung cấp dịch vụ phát huy khả năng như thế nào để đáp ứng nhu cầu tín dụng của ngành ngày một cao.

Đối với dịch vụ tư vấn tài chính: Các doanh nghiệp hiện nay đang trong quá trình cổ phần hóa rất mạnh vì vậy nhu cầu tư vấn về quản lý tài chính, về xử lý các vấn đề tài chính sau cổ phần, tư vấn đổi mới doanh nghiệp... sẽ càng nhiều đòi hỏi PTF phải đổi mới để đáp ứng nhu cầu cung cấp dịch vụ này, đặc biệt là khi các doanh nghiệp tham gia phát hành cổ phiếu và bán đấu giá cổ phần thì nhu cầu tư vấn phát hành chứng khoán của công ty sẽ ngày càng nhiều, lúc đó PTF sẽ có cơ hội để phát huy năng lực của mình.

Đối với dịch vụ bảo hiểm: Bước vào giai đoạn 2007 - 2012, khả năng phát triển dịch vụ bảo hiểm của VNPT sẽ có nhiều hứa hẹn bởi các yếu tố sau: Thị trường tiềm năng bảo hiểm Việt Nam hiện nay và trong tương lai là rất lớn do sự hội nhập và phát triển kinh tế kéo theo sự phát triển các ngành kinh tế mũi nhọn, vai trò của hoạt động bảo hiểm càng được phát huy nhằm bảo vệ cho sự ổn định

của nền kinh tế. Đặc biệt BC-VT và CNTT là ngành kinh tế mũi nhọn sẽ tham gia vào thị trường bảo hiểm nhiều hơn, khi đó thời cơ rất lớn cho Bảo hiểm Bưu Điện (BHBD) phát triển và hội nhập với ngành bảo hiểm của các nước trong khu vực và thế giới; Bảo hiểm Bưu điện sẽ còn có điều kiện để mở rộng ra các vùng sâu, vùng xa có BC-VT phát triển với các loại nghiệp vụ bảo hiểm cho Nông nghiệp, Thủy, Hải sản, bảo hiểm trách nhiệm nghề nghiệp v.v. Đối tượng tham gia BHBD cũng sẽ mở rộng ra các cá nhân.

### **3.1.5.3 Dự báo nhu cầu dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp**

Căn cứ vào phần dự báo (phụ lục 5) ta có kết quả dự báo nhu cầu sử dụng một số dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp như sau:

**BẢNG 3.1: KẾT QUẢ DỰ BÁO DỊCH VỤ TCT VÀ ĐCT**

<b>Năm</b>	<b>Sản lượng TCT và ĐCT (1000 cái)</b>	<b>Năm sau tăng so với năm trước (%)</b>	<b>Số tiền gửi qua TCT và ĐCT (Triệu đồng)</b>	<b>Năm sau tăng với năm trước (%)</b>
2008	6.920	10.61	8.793,958	10.69
2009	7.320	10.57	9.369,225	10.65
2010	7.720	10.54	9.944,491	10.61
2011	8.120	10.63	10.519.758	10.57
2012	8.520	10.49	11.095,025	10.54

**BẢNG 3.2: KẾT QUẢ DỰ BÁO DỊCH VỤ CHUYỂN TIỀN NHANH**

<b>Năm</b>	<b>Sản lượng chuyển tiền nhanh (1000 phiếu)</b>	<b>Năm sau tăng so với năm trước (%)</b>	<b>Số tiền gửi qua chuyển tiền nhanh (Triệu đồng)</b>	<b>Năm sau tăng với năm trước (%)</b>
2008	3.844,005	19.7	12,486	6.9
2009	4.543,312	16.5	13,290	6.4
2010	5.242,619	14.1	14,094	6.1
2011	5.941,927	12,4	14,899	5.7
2012	6.641,234	11,0	15,703	5.4

**BẢNG 3.3: KẾT QUẢ DỰ BÁO NHU CẦU DỊCH VỤ TIẾT KIỂM BƯU ĐIỆN**

<b>Năm</b>	<b>Số tiền huy động qua dịch vụ TKBD</b>	<b>Năm sau tăng so với năm trước (%)</b>
2008	19.989	13.7
2009	2.405	12.1
2010	24.821	10.8
2011	27.237	9.7
2012	15.157	8.5

Kết quả dự báo cho thấy doanh thu, sản lượng của các dịch vụ chuyển tiền cũng như tình hình huy động vốn của dịch vụ TKBD hiện đang được cung cấp trên mạng lưới bưu chính của VNpost từ nay đến năm 2012 vẫn đạt tốc độ tăng trưởng nhưng không cao, cũng giống như kinh nghiệm tham khảo của bưu chính các nước, điều này cho thấy sự cần thiết đối với VNpost trong việc phải phát triển các dịch vụ TCBC mới và các hình thức TTĐT mới nhằm đạt hiệu quả trong việc kinh doanh các dịch vụ TCBC

### **3.2 GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH CỦA TẬP ĐOÀN BCVT VIỆT NAM**

#### **3.2.1 Hoàn thiện mô hình tổ chức, quản lý cung cấp dịch vụ tài chính**

##### **3.2.1.1 Hoàn thiện mô hình tổ chức của các chủ thể cung cấp dịch vụ**

###### *a) Đối với Công ty tiết kiệm Bưu điện:*

Như đã phân tích ở phần thực trạng, mô hình tổ chức, quản lý và cung cấp dịch vụ tài chính của VNPT theo mô hình một - Mô hình có sử dụng mạng lưới bưu chính công cộng còn nhiều bất cập. Việc tổ chức, quản lý cung cấp dịch vụ theo ba cấp rất công kênh. Đơn vị chủ dịch vụ lại không được trực tiếp điều hành mạng lưới cung cấp dịch vụ vì cung cấp dịch vụ là do các Bưu điện Tỉnh, thành phố quyết định. Mặt khác, các quy định nghiệp vụ, quy định triển khai dịch vụ mới, chính sách lãi suất lại do VNPT quyết định. Với các lý do trên dẫn tới tình trạng các quyết định quản lý không theo kịp thị trường ảnh hưởng tới sự phát

triển các dịch vụ tài chính. Bởi vậy trong tương lai để phát triển được các dịch vụ tài chính có sử dụng mạng bưu chính công cộng, VNPT phải chuyển đổi mô hình tổ chức cho Công ty dịch vụ tiết kiệm bưu điện. Theo chúng tôi lý do để chuyển đổi Công ty dịch vụ tiết kiệm Bưu điện thành một Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện là do:

Hiện nay VPSC là một thành viên trong Bưu chính Việt Nam, trong cơ cấu Tập đoàn VPSC sẽ thuộc quyền quản lý của Bưu chính Việt Nam. VPSC đang quản lý mạng lưới cung cấp dịch vụ tài chính lớn thứ hai tại Việt Nam, trong quá trình hoạt động VPSC gặp phải một số hạn chế về cơ sở pháp lý sau:

+ VPSC chưa phải là một ngân hàng được cấp phép, mà chỉ hoạt động dựa trên cơ sở quyết định đặc biệt của Thủ tướng Chính phủ. Về cơ bản VPSC chỉ có thể thu hút vốn tại các Bưu cục đáp ứng được các yêu cầu nhất định, VPSC không thể phát triển các dịch vụ tài chính trọn gói cho khách hàng.

+ Tiền thu hút được chuyển thành tài sản có không theo quyết định quản lý của VPSC, mà theo hướng dẫn của Bộ Tài chính, phần lớn sẽ được chuyển cho Quỹ Hỗ trợ phát triển (nay là Ngân hàng phát triển) và Ngân hàng chính sách xã hội. Các đơn vị này thường thu hút vốn với lãi suất thấp hơn lãi suất thị trường và chủ yếu cho nông dân vay lại. Hiện tại số tiền VPSC chuyển cho quỹ hỗ trợ phát triển trong 5 năm qua chiếm xấp xỉ là 14,59% tổng số tiền huy động trong nước của Quỹ Hỗ trợ phát triển. Đối với Quỹ hỗ trợ phát triển chi phí huy động tiền từ nguồn trái phiếu chính phủ dường như ít tốn kém và hiệu quả hơn so với VPSC. Điều này chỉ ra rằng phải xem xét đánh giá việc huy động vốn cho quỹ hỗ trợ phát triển qua VPSC có hợp lý không? và xem xét các giải pháp đầu tư, thay thế cho VPSC.

+ VPSC chưa được kết nối với hệ thống thanh toán liên ngân hàng mặc dù mạng lưới Bưu chính đang xử lý luồng tiền thanh toán bán tiền mặt đáng kể và có thể đóng vai trò quan trọng trong việc chuyển đổi từ một xã hội dùng tiền mặt hiện nay sang một hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt trong 10-20 năm nữa. Để được kết nối với hệ thống thanh toán liên ngân hàng, VPSC cần phải được cấp phép trở thành ngân hàng.

+ VPSC được đặc quyền sử dụng các bưu cục: phân bổ, bù trừ chi phí, cả đầu tư vào các bưu cục; trách nhiệm, thủ tục và hệ thống báo cáo chưa được xây dựng một cách minh bạch vẫn có thể bao cấp lẫn nhau. Mặt khác sự tăng trưởng nhanh chóng của VPSC đã tạo thêm một khoản thu nhập đáng kể cho hệ thống Bưu chính, góp phần chi trả các chi phí cố định.

+ Khả năng sinh lời của VPSC không được ổn định, do lãi suất được Quỹ hỗ trợ trả thấp hơn lãi suất thị trường trong khi cần trả chi phí và phải đầu tư cho các bưu cục.

+ VPSC chưa được tiếp cận với các nguồn vốn tài trợ nâng cấp hệ thống Bưu chính và tham gia hiệu quả vào mạng lưới Bưu chính.

Với hạn chế trên khả năng phát triển trong tương lai của VPSC có thể sẽ gặp rào cản giảm nhịp độ phát triển. Xét với thực tế phát triển của ngành tài chính Việt Nam cần phải cấp thiết chuyển đổi khuôn khổ pháp lý cho VPSC. Việc chuyển đổi nhằm mục đích:

+ Tiếp tục và mở rộng các dịch vụ của VPSC bằng việc cấp phép hoạt động ngân hàng và tuân thủ theo các quy định của ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Tập đoàn sớm trình Thủ tướng Chính phủ xin cấp phép hoạt động ngân hàng cho VPSC. Lúc đó VPSC sẽ là một Ngân hàng cổ phần thương mại thuộc Tổng công ty Bưu chính, khi đó việc khai thác các dịch vụ của VPSC sẽ cùng một sân chơi với các ngân hàng thương mại khác ở Việt Nam.

+ Hoạt động thanh toán của VPSC là một thành viên trong hệ thống thanh toán liên ngân hàng.

+ Đa dạng hoá danh mục tài sản có của VPSC và chuyển từ cấp vốn cho ngân hàng phát triển sang cấp cho các ngân hàng, tổ chức tài chính và cuối cùng là các khách hàng vay.

+ Tập đoàn cần minh bạch hoá mối quan hệ giữa VPSC với các Bưu cục về trách nhiệm, nghĩa vụ, chế độ và hệ thống báo cáo, công nghệ. Tập đoàn cần cải cách hệ thống bưu cục chuyển quyền sở hữu những bưu cục nhỏ sang cho tư nhân theo các hợp đồng đại lý hoặc cấp quyền.

+ Tập đoàn sớm có kế hoạch đầu tư nâng cấp mạng lưới Bưu chính công cộng nhằm tạo điều kiện cho việc hiện đại hóa các dịch vụ tài chính trên mạng Bưu chính quốc gia.

Trong quá trình nghiên cứu chúng tôi cho rằng việc thành lập Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện sẽ có những cơ hội sau:

+ Ngân hàng Bưu điện có tiềm năng khuyến khích xu hướng tiết kiệm, tăng tiết kiệm và cung cấp các dịch vụ ngân hàng cho người dân nghèo ở nông thôn do có hệ thống mạng lưới dựa trên mạng Bưu cục hiện nay được mở trong cả nước thậm chí cả các vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo.

+ Với chiến lược marketing phù hợp và cải cách hiệu quả, Ngân hàng Bưu điện chắc chắn sẽ là lực lượng đáng kể trong việc cung cấp các dịch vụ ngân hàng bán lẻ và là lực lượng chính trong quá trình chuyển đổi các khoản thanh toán nhỏ bằng tiền mặt sang không dùng tiền mặt. Ngân hàng Bưu điện cũng có những cơ hội lớn phát triển thành một kênh cung cấp dịch vụ chuyển tiền, tiết kiệm, tín dụng.

+ Trong trung hạn, các dịch vụ bảo hiểm nhân thọ Bưu chính đầy tiềm năng sẽ được phát triển qua mạng lưới bưu Bưu chính gắn với các tài khoản tiết kiệm, thanh toán hiện có.

+ Việt Nam có một số lượng lớn ngân hàng tầm trung với mạng lưới nhỏ, các ngân hàng này có thể hỗ trợ thành đối tác của VPSC.

Tuy nhiên bên cạnh những cơ hội, thì VPSC khi chuyển đổi thành Ngân hàng Bưu điện sẽ gặp phải những thách thức không nhỏ:

+ Chiến lược cải cách Bưu chính chưa rõ ràng; mối quan hệ giữa VPSC và mạng lưới bưu chính bị áp lực của việc tách Bưu chính ra khỏi Viễn thông và bắt buộc phải tăng doanh thu. Hiện nay VPSC nằm trong Bưu chính và chưa có giấy phép hoạt động ngân hàng. Đây sẽ là một rủi ro cho việc VPSC vẫn tiếp tục phát triển Tiết kiệm bưu điện.

+ Với cơ chế hiện tại chưa thể ngăn được sự thiếu minh bạch trong quan hệ về chi phí giữa VPSC và Bưu chính cũng như trong việc cho VPSC vay.



Cải cách cơ chế hoạt động của VPSC đòi hỏi sự trợ giúp từ Bộ Tài chính, đơn vị hiện tại cấp vốn cho Ngân hàng phát triển. VPSC có tham vọng là nhanh chóng phát triển và sẽ sớm được đứng vào danh sách 10 Ngân hàng lớn nhất Việt Nam - nếu được trở thành ngân hàng. Tuy nhiên sau thời gian đầu phát triển rất nhanh, VPSC hiện nay đang vấp phải sự trì trệ, chủ yếu là do các cơ sở pháp lý làm hạn chế hiệu quả thương mại và kinh tế của công ty này. Đòi hỏi phải có một số thay đổi từ phía Chính phủ để duy trì khả năng phát triển của VPSC và duy trì vai trò Bru điện trong việc cung cấp các dịch vụ tài chính cơ bản.

Tóm lại: Cùng với việc cải cách và làm minh bạch về mặt tổ chức, VPSC có khả năng phát triển các dịch vụ tài chính thông qua các Bru cục và mở rộng phạm vi các Bru cục cũng như đáp ứng được phần nào sự thiếu hụt của thị trường tài chính.

*b) Đối với Công ty Tài chính Bru điện:*

Công ty Tài chính Bru điện trực thuộc Tập đoàn BCVT Việt Nam được thành lập với tư cách là một trung gian tài chính giữ vai trò cung cầu vốn, điều hòa vốn phục vụ sản xuất và kinh doanh của Tập đoàn, quản lý phần vốn của Tập đoàn đầu tư vào các đơn vị thành viên và thực hiện chức năng là cầu nối để Tập đoàn và các đơn vị thành viên của Tập đoàn tiếp cận với thị trường chứng khoán, thị trường tài chính và thị trường vốn trong và ngoài nước.

Tuy nhiên, với mô hình tổ chức quản lý như hiện tại, Công ty Tài chính Bru điện chưa phát huy đầy đủ vai trò của mình như mục tiêu thành lập nó. Chính vì vậy, Tập đoàn cần có nhận thức đầy đủ về vai trò của Công ty Tài chính Bru điện trong Tập đoàn, trên cơ sở đó có các biện pháp hoàn thiện mô hình tổ chức, hoạt động của công ty tài chính, tạo đủ điều kiện để nó phát huy hiệu quả, thực sự là một công cụ tài chính hữu hiệu của Tập đoàn.

Trước mắt hoạt động của PTF trong Tập đoàn cần tập trung vào cung cấp các dịch vụ tài chính như hoạt động đầu tư tài chính của Tập đoàn, hỗ trợ các hoạt động kinh doanh chủ yếu của Tập đoàn như huy động vốn, quản lý vốn ủy thác đầu tư, điều hòa vốn nhân rỗi giữa các đơn vị thành viên trong Tập đoàn, tư

vấn hoặc đại lý phát hành trái phiếu của Tập đoàn trên thị trường tài chính. Để hoạt động của công ty tài chính có hiệu quả cần chuyển đổi hình thức sở hữu cho PTF từ công ty Nhà nước hạch toán độc lập trong Tập đoàn thành công ty cổ phần trong đó Tập đoàn giữ cổ phần vốn góp chi phối thông qua người đại diện phần vốn của Tập đoàn tại công ty, hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con, trong đó PTF là công ty mẹ, nắm giữ cổ phần, vốn góp chi phối các công ty con là công ty chứng khoán, công ty quản lý quỹ, công ty khai thác tài sản, ngân hàng cổ phần bưu điện, công ty cổ phần bảo hiểm Bưu điện. Tiến tới VNPT sẽ xây dựng một hệ thống định chế tài chính hoàn chỉnh trong đó PTF là trung tâm để tập trung nguồn lực bảo đảm nhu cầu vốn cho đầu tư phát triển của Tập đoàn và mục tiêu kinh doanh tài chính. Giai đoạn trước mắt nhanh chóng chuyển đổi sở hữu cho công ty tài chính sang hình thức cổ phần. Trên cơ sở đó, căn cứ và đặc điểm hoạt động của loại hình công ty tài chính là hoạt động chuyên sâu với mục tiêu dài hạn, tài trợ cho các dự án của Tập đoàn, nên bên cạnh nguồn vốn tự có, nguồn vốn huy động bằng việc phát hành các công cụ nợ (kỳ phiếu, trái phiếu...) là nguồn chủ yếu; cần có quy định và hướng dẫn rõ ràng để các công ty tài chính có thể huy động vốn bằng các hình thức này thuận lợi, dễ dàng.

Để thực hiện chức năng điều hòa vốn tập trung tạm thời nhàn rỗi trong Tập đoàn từ đơn vị thừa vốn đến đơn vị thiếu vốn, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn của Tập đoàn. Ngân hàng Nhà nước cho phép các công ty tài chính thực hiện chức năng thanh toán nội bộ cho Tập đoàn và giữa các doanh nghiệp thành viên trong Tập đoàn. Khi đó PTF sẽ trực tiếp quản lý quỹ điều hòa vốn tập trung của Tập đoàn. Mặt khác công ty tài chính Bưu điện sớm có điều kiện để phát triển hoạt động cung cấp các dịch vụ tài chính, tiền tệ phù hợp với điều kiện và khả năng như: dịch vụ tư vấn và đại lý phát hành cổ phiếu; trái phiếu; dịch vụ tư vấn đầu tư dự án hoặc đầu tư chứng khoán; dịch vụ cho vay đối với Tập đoàn, các đơn vị thành viên, các tổ chức kinh tế và tầng lớp dân cư, tiến tới nâng cao vai trò của PTF trong Tập đoàn và trên thị trường tài chính.

**Tóm lại:** Công ty tài chính Bru điện chỉ có thể đại diện cho sức mạnh tài chính của Tập đoàn BC-VT Việt Nam để hoạt động trên thị trường tài chính trong nước và quốc tế khi nó dựa trên nền tài chính của Tập đoàn thông qua một trung tâm tài chính với nhiều công ty con kinh doanh các dịch vụ tài chính.

### ***3.2.1.2 Nâng cao hiệu lực quản lý của Tập đoàn đối với các hoạt động dịch vụ tài chính***

Để nâng cao hiệu lực quản lý của Tập đoàn đối với các hoạt động dịch vụ tài chính, trước mắt các nhà hoạch định chiến lược phát triển Tập đoàn nên có cách nhìn nhận khách quan về vai trò của các định chế tài chính trong Tập đoàn từ đó có kế hoạch phát triển tổng thể và đồng bộ các định chế này nhằm mục đích phát triển các dịch vụ tài chính. Khi đã có kế hoạch phát triển tổng thể Tập đoàn nên tạo cơ hội và đầu tư đủ điều kiện cho các định chế này phát triển. Ưu tiên phát triển dịch vụ nào trước thì đầu tư phát triển định chế cung cấp dịch vụ tài chính đó. Tiếp đó Tập đoàn nên tiến hành:

*a) Sửa đổi bổ sung cơ chế, chính sách của Tập đoàn cho phù hợp với điều kiện hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế*

- Nâng cao tính tự chủ của các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính, giảm sự can thiệp của Tập đoàn vào hoạt động kinh doanh của các chủ thể.

Đổi mới cơ chế quản lý để các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính tự chủ, tự chịu trách nhiệm; Nâng cao hiệu quả dịch vụ cung cấp, bình đẳng giữa các chủ thể thuộc các thành phần kinh tế cung cấp dịch vụ tài chính trong Tập đoàn

- Hoàn thiện cơ chế quản lý, giám sát hoạt động của các chủ thể cung cấp dịch vụ. Xây dựng hệ thống các chỉ tiêu cảnh báo sớm, qua đó giúp các bộ phận quản lý giám sát có hiệu quả, nâng cao tính chủ động, trách nhiệm của các tổ chức quản lý trong Tập đoàn về dịch vụ tài chính.

- Xử lý nghiêm các hành vi, vi phạm pháp luật.

*b) Nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác kiểm tra, giám sát*

- Để nâng cao hiệu quả, hiệu lực công tác kiểm tra, giám sát của Tập đoàn cần phải kiện toàn và tăng hiệu quả của hệ thống thanh tra, giám sát của Tập đoàn.

- Ban hành các qui định, chế độ có liên quan đến hoạt động cung cấp dịch vụ tài chính.

- Giám sát các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính thực hiện các qui định của Nhà nước, các qui định của ngành và của bản thân các chủ thể về quản lý tài chính

- Nghiêm cấm cạnh tranh bất hợp pháp gây mất ổn định thị trường. Giám sát hoạt động của các chủ thể về cung cấp thông tin trung thực cho khách hàng, đảm bảo quyền và nghĩa vụ của các bên cung cấp và sử dụng dịch vụ.

Để thực hiện được các nội dung trên, phải hoàn thiện hệ thống thanh tra, giám sát của Tập đoàn.

+ Hoàn thiện các qui định pháp lý, chấn chỉnh bộ máy tổ chức và cơ chế hoạt động của bộ phận giám sát của Tập đoàn.

+ Để thực hiện chuẩn hoá về công tác thanh tra, giám sát hoạt động của các đơn vị, trong đó có các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính ban thanh tra và giám sát nội bộ của Tập đoàn cần phải được cơ cấu lại theo hướng sau:

Về nguyên tắc kiểm tra, giám sát Ban kiểm soát của Tập đoàn kiểm tra, giám sát việc tuân thủ pháp luật và qui định của Tập đoàn, tính hợp pháp và trung thực trong quản lý, điều hành hoạt động kinh doanh, trong ghi chép sổ kế toán, báo cáo tài chính và việc chấp hành điều lệ Tập đoàn, nghị quyết và quyết định của Hội đồng quản trị, quyết định của chủ tịch Hội đồng quản trị đối với Tổng công ty Bưu chính Việt Nam, và các công ty con do Tập đoàn sở hữu 100% vốn điều lệ; đối với người đại diện vốn của Tập đoàn tại các doanh nghiệp khác.

Nhiệm vụ thanh tra, giám sát dựa chủ yếu vào kết quả kiểm toán độc lập, kiểm toán nội bộ và kết quả phân tích giám sát từ xa.

### *c) Củng cố tổ chức bộ máy quản lý của Tập đoàn*

Tổ chức bộ máy phải hợp lý, hoàn chỉnh; quản lý Tập đoàn theo pháp luật. Qui chế của Tập đoàn không can thiệp trực tiếp vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Phân rõ trách nhiệm, quyền hạn của các ban chức năng của Tập đoàn. Có qui trình quản lý giám sát, kiểm tra rõ ràng, minh bạch và nhất quán, xử lý kịp thời các hoạt động bất thường để bảo vệ quyền lợi của các bên.

Trong đó đặc biệt là đổi mới về cơ cấu tổ chức và hoạt động của các Ban Kế hoạch - Đầu tư; Ban kế toán doanh nghiệp; Ban đầu tư tài chính; Ban kiểm tra giám sát nội bộ; tránh tình trạng chồng chéo về chức năng, nhiệm vụ. Cơ cấu lại tổ chức của các Ban chức năng này nhằm mục tiêu chủ yếu là thực hiện tốt hơn, hữu hiệu hơn chức năng nhiệm vụ của ban giám sát nội bộ như: Quản lý tốt hơn về công tác báo cáo tài chính, kế toán của các đơn vị; giám sát hoạt động của các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính trong Tập đoàn, nâng cao hiệu quả quản lý của Tập đoàn đối với các hoạt động cung cấp dịch vụ tài chính.

### **3.2.2 Nâng cao tiềm lực tài chính cho các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính trong Tập đoàn**

Như đã phân tích trong phần thực trạng tiềm lực tài chính của các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính của VNPT còn rất nhỏ bé; vốn điều lệ thấp, các quỹ dự trữ bổ sung vốn điều lệ không nhiều. Để phát triển các dịch vụ tài chính cần phải nâng cao tiềm lực tài chính cho các chủ thể, tiềm lực tài chính có vững mạnh các chủ thể mới có khả năng đa dạng hoá các loại hình dịch vụ tài chính cung cấp cho thị trường.

#### ***3.2.2.1 Đối với Công ty Dịch vụ Tiết kiệm Bưu điện***

Được giao là chủ quản dịch vụ tài chính Bưu chính lớn là chuyển tiền và tiết kiệm với số vốn quản lý và điều hành lên tới gần 2 tỷ USD, nhưng không phải là tổ chức tín dụng, chưa được tham gia vào thị trường liên ngân hàng. Vốn điều lệ của VPSC ban đầu chỉ có 50 tỷ đồng Việt Nam, kể từ tháng 5/2005 VNPT đã tăng vốn điều lệ cho VPSC lên 113 tỷ đồng, bước đầu đã tạo điều kiện cho công ty trong việc triển khai thử nghiệm một số dịch vụ mới. Để có thể đáp ứng nhu cầu điều chuyển tiền ngân vụ trên toàn mạng, thì VPSC cần phải được tăng vốn điều lệ lên 300 tỷ đồng Việt Nam. Mục tiêu của giải pháp này nhằm nâng cao tiềm lực tài chính cho VPSC, trên cơ sở đó tạo điều kiện cho VPSC có thể mở rộng đầu tư, tin học hoá các bưu cục cung cấp dịch vụ, thử nghiệm các dịch vụ mới hiện đại, đáp ứng nhu cầu cung cấp các dịch vụ thanh toán mới và áp dụng thanh toán thương mại điện tử trong thời gian tới.

Chẳng hạn đối với dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt mà bằng thẻ thanh toán do VPSC cung cấp, đây là dịch vụ tài chính rất phát triển trên thế giới và sẽ trở nên quan trọng đối với nền kinh tế xã hội của nước ta trong tương lai. Song điều kiện để thực hiện được dịch vụ này là hệ thống máy rút tiền tự động, công nghệ thông tin và tin học hiện đại đòi hỏi sự đầu tư tài chính rất lớn, do đó nếu VPSC không có tiềm lực về tài chính sẽ không thể thực hiện được dịch vụ này.

Hay VPSC có thể xây dựng và triển khai Call center để chăm sóc khách hàng thì cần có một tiềm lực tài chính, mới có thể thực hiện được các dự án trên. Do vậy, nâng cao năng lực tài chính cho VPSC là việc mà Tập đoàn BC - VT Việt Nam cần phải tiến hành trong thời gian tới, nhằm tạo điều kiện cho VPSC nâng cao khả năng cung cấp dịch vụ tiết kiệm, chuyên tiền và triển khai dịch vụ thanh toán.

### **3.2.2.2 Công ty tài chính Bưu điện (PTF)**

PTF được thành lập với mục đích trở thành đầu mối huy động vốn cho các đơn vị trong Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam vay với chi phí thấp nhất. Nhưng qua 8 năm hoạt động vai trò đầu mối huy động vốn của PTF còn chưa thực sự hiệu quả, so với nhu cầu vốn đầu tư của VNPT thì số vốn mà PTF cho vay còn quá khiêm tốn. Nguyên nhân của hạn chế trên một mặt do PTF chưa có nhiều cách thức huy động vốn, mặt khác do tiềm lực tài chính của PTF còn hạn chế. Mà theo luật các tổ chức tín dụng và quyết định 296/1999/QĐ-NHNN5, ngày 25/8/1999 của Ngân hàng Nhà nước thì hạn mức cho vay đối với một khách hàng là 15% vốn tự có của Tổ chức tín dụng. Khi đó với vốn điều lệ là 70 tỷ đồng, PTF không thể cho một khách hàng vay bằng vốn của mình quá 10,5 tỷ đồng. Hơn nữa VNPT với 74 % các đơn vị hạch toán phụ thuộc chỉ được coi là một khách hàng. Khó khăn này đã hạn chế PTF rất nhiều trong việc lựa chọn cách thức huy động vốn. Bởi vì PTF có thể huy động vốn bằng cách nhận tiền gửi trên một năm hay phát hành kỳ phiếu, trái phiếu cũng không “được phép” có đầu ra. Để hạn chế khó khăn trên cho PTF chỉ bằng cách VNPT tăng vốn điều lệ cho PTF.

Để PTF có thể đứng vững trên thị trường như một trung gian tài chính của Tập đoàn, PTF cần phải đầu tư đổi mới và ứng dụng công nghệ hiện đại trong lĩnh vực tài chính tiền tệ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của Tập đoàn và xã hội, khi đó đòi hỏi PTF phải có một tiềm lực tài chính vững mạnh. Để đạt được điều đó cần phải có sự đầu tư từ phía Tập đoàn thông qua việc chuyển đổi PTF thành công ty cổ phần để tận dụng nguồn vốn đầu tư từ các cổ đông chiến lược trong đó VNPT là cổ đông sáng lập.

### ***3.2.2.3 Công ty cổ phần bảo hiểm Bưu điện***

Cũng giống như các doanh nghiệp bảo hiểm khác trên thị trường bảo hiểm Việt Nam, năng lực tài chính của Bảo hiểm Bưu điện còn hạn chế. Nếu căn cứ theo các chuẩn mực quốc tế, số vốn hiện có của các doanh nghiệp bảo hiểm hoạt động trên thị trường Việt Nam mới chỉ đủ để đảm bảo giữ lại 40% phí bảo hiểm đối với các nghiệp vụ bảo hiểm có tái bảo hiểm. Chỉ tính riêng trong năm 2006, PTI khoảng 26,5% (74.590,734 triệu đồng/281.193,135 triệu đồng) tổng số phí thu được đã tái bảo hiểm. Do vậy, một trong những biện pháp để nâng cao tiềm lực tài chính cho PTI là tăng vốn điều lệ bằng cách phát hành thêm cổ phần, tạo điều kiện cho PTI có thể mở rộng hoạt động đầu tư, hiện đại hoá công nghệ quản lý kinh doanh, mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội là cung cấp các sản phẩm bảo hiểm đạt tiêu chuẩn quốc tế.

## **3.2.3 Phát triển các định chế tài chính trong VNPT theo hướng hình thành trung tâm thanh khoản trong Tập đoàn BC-VT Việt Nam**

### ***3.2.3.1 Cơ sở đề xuất giải pháp***

Căn cứ vào Quyết định 291/2006/QĐ-TTg ngày 29/12/2006 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đề án thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2006 - 2010 và định hướng đến năm 2020 tại Việt Nam.

Căn cứ vào kinh nghiệm tổ chức hệ thống thanh toán qua ngân hàng của một số nước trên thế giới cho thấy các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán bù trừ thường có Bưu điện tham gia.

Căn cứ vào kinh nghiệm tổ chức trung tâm thanh khoản ở các nước phát triển( chẳng hạn nhà thanh khoản viễn thông Mach tại Luxembourg).

Căn cứ vào nhu cầu sử dụng dịch vụ thanh khoản của các nhà khai thác viễn thông tại thị trường Việt nam.

Căn cứ vào năng lực hiện tại của VNPT đó là:

VNPT là nhà khai thác viễn thông lớn nhất tại Việt nam. Hiện tại VNPT đang có một trung tâm thanh khoản trực thuộc Công ty Viễn thông liên tỉnh(VTN). Trung tâm này đang làm chức năng thu thập, xử lý số liệu cuộc gọi; đối soát số liệu cuộc gọi; tính cước kết nối và quản lý biên bản xác nhận số liệu cuộc gọi. Mặc dù hiện nay trung tâm này chưa thực hiện được chức năng thanh toán bù trừ giữa các nhà khai thác viễn thông tại Việt nam. Nhưng trong tương lai khi Tập đoàn có sự quan tâm đúng mức tới sự phát triển của loại hình dịch vụ này thì dịch vụ thanh khoản sẽ có cơ hội để phát triển và được tổ chức hoạt động như một lĩnh vực kinh doanh có lãi của Tập đoàn.

VNPT có hạ tầng cơ sở và trang thiết bị kỹ thuật viễn thông hiện đại với mạng lưới viễn thông ngang tầm các nước trong khu vực, với đường truyền Intranet của Tập đoàn có các cổng giao tiếp để kết nối với các nhà khai thác trong Tập đoàn; với đường truyền ADSL sẵn có Trung tâm thanh khoản sẽ dùng thêm kết nối VPN thông qua dịch vụ Megawan trong quá trình trao đổi số liệu với các nhà khai thác khác, làm nền tảng vững chắc cho việc hiện đại hóa mạng lưới cung cấp các dịch vụ thanh khoản sau này.

VNPT có đội ngũ cán bộ, công nhân viên đang làm công nghệ BC - VT và CNTT làm dịch vụ thanh khoản sẽ rất thuận lợi.

Với những căn cứ trên, chúng tôi đề xuất nên thành lập trung tâm thanh khoản tại VNPT là hoàn toàn phù hợp. Trung tâm này là một tổ chức trung gian thực hiện chức năng đối soát số liệu và thanh khoản tài chính giữa các nhà khai thác viễn thông trong nội bộ Tập đoàn; giữa Tập đoàn với các nhà khai thác khác và giữa các nhà khai thác khác với nhau; giữa các nhà khai thác trong nước với các nhà khai thác viễn thông quốc tế có quan hệ kết nối.



Với chức năng trên thì hoạt động của Trung tâm thanh khoản bao gồm:

- Quản lý việc thu thập, xử lý số liệu cuộc gọi của khách hàng của các nhà khai thác viễn thông trên lãnh thổ Việt nam có nhu cầu thanh khoản theo thoả thuận cung cấp dịch vụ thanh khoản giữa các nhà khai thác viễn thông và Trung tâm thanh khoản.

- Quản lý việc tính cước kết nối: Trên cơ sở số liệu thu thập, phân tích theo từng loại hình dịch vụ và áp cước kết nối theo các văn bản hướng dẫn hiện hành của Nhà nước, Tập đoàn và theo thoả thuận kết nối giữa các nhà khai thác viễn thông.

- Quản lý việc đối soát số liệu: Trung tâm thực hiện đối soát tổng hợp toàn bộ số liệu hoặc chi tiết số liệu để sử dụng trong việc tính cước kết nối ứng với từng loại hình dịch vụ. Khi tỷ lệ đối soát tổng hợp lớn hơn tỷ lệ chênh lệch thoả thuận thì thực hiện đối soát chi tiết, số liệu dùng để đối soát chi tiết căn cứ theo thoả thuận giữa Trung tâm thanh khoản với các nhà khai thác viễn thông.

- Quản lý biên bản xác nhận số liệu tính cước kết nối và đối soát giữa Trung tâm thanh khoản với các nhà khai thác viễn thông.

- Thanh toán bù trừ cước kết nối và các khoản cước chia khác giữa các đơn vị thành viên trong Tập đoàn, giữa Tập đoàn với các nhà khai thác viễn thông khác trong và ngoài nước và giữa các nhà khai thác viễn thông khác với nhau.

- Thay mặt các nhà khai thác viễn thông hoàn tất các thủ tục liên quan đến thanh khoản trong đàm phán kết nối, đàm phán roaming giữa các mạng di động trong nước và các thoả thuận khác...

### 3.2.3.2 Lựa chọn mô hình

Chúng tôi cho rằng nên thành lập Trung tâm thanh khoản dưới dạng công ty cổ phần là phù hợp nhất vì:

*Thứ nhất:* Trung tâm thanh khoản sẽ được hình thành trên cơ sở chuyển đổi một trong các định chế tài chính của VNPT. Nhờ vậy Trung tâm thanh khoản sẽ kế thừa, phát huy được kinh nghiệm quý báu về kinh doanh tài chính - tiền tệ,

mạng lưới cơ sở vật chất, đội ngũ nhân viên, quan hệ truyền thống với khách hàng của định chế tài chính này.

*Thứ hai:* Hình thức công ty cổ phần đem lại hiệu quả kinh tế nên việc thành lập Trung tâm thanh khoản là phù hợp với xu thế phát triển của nền kinh tế thị trường và chiến lược phát triển của VNPT đó là phát triển theo hướng trở thành Tập đoàn kinh tế kinh doanh đa ngành, đa dịch vụ, thực hiện đa sở hữu.

*Thứ ba:* Trong cơ cấu vốn cổ phần của Trung tâm thanh khoản, VNPT và các đơn vị thành viên trong VNPT sẽ chiếm cổ phần chi phối, cổ đông sáng lập sẽ mời các nhà khai thác viễn thông lớn trên thị trường Việt nam, các tập đoàn kinh tế, các doanh nghiệp lớn tham gia sáng lập nhằm tranh thủ vốn, uy tín và kinh nghiệm cũng như các mối quan hệ với các tổ chức này.

### **3.2.3.3 Các bước đi thích hợp**

- Bước 1: Thực hiện tách Bưu chính và Viễn thông, phân định hoạt động kinh doanh và hoạt động công ích, tiến tới hạch toán theo từng dịch vụ nhằm xác định chi phí của các dịch vụ một cách chính xác.

- Bước 2: Thực hiện chuyển đổi các định chế tài chính trong VNPT theo như đề xuất của đề tài: Công ty Dịch vụ Tiết kiệm Bưu điện thành Ngân hàng Bưu điện; công ty Tài chính Bưu điện thành công ty cổ phần dịch vụ tài chính.

- Bước 3: Chuẩn bị các điều kiện về cơ sở vật chất; đội ngũ cán bộ, nhân viên; các mối quan hệ với khách hàng trên cơ sở phát triển dịch vụ thanh khoản từ dịch vụ hiện nay trung tâm thanh khoản thuộc VTN đang làm.

- Bước 4: Xây dựng đề án thành lập Trung tâm thanh khoản chuyển đổi từ Trung tâm thanh khoản thuộc VTN hiện nay.

### **3.2.4. Đa dạng hoá các loại hình dịch vụ tài chính, phát triển các dịch vụ tài chính mới do các chủ thể của VNPT cung cấp**

Như phần thực trạng phát triển dịch vụ tài chính của Tập đoàn đã nêu, cho thấy dịch vụ tài chính mà Tập đoàn tham gia cung cấp còn rất hạn chế mới chỉ tập trung vào một số các dịch vụ là tiết kiệm Bưu điện, dịch vụ tín dụng, dịch vụ tư vấn tài chính, dịch vụ chuyển tiền và dịch vụ bảo hiểm, còn một số các dịch

vụ như dịch vụ thanh toán, dịch vụ trên thị trường chứng khoán hầu như chưa phát triển, có dịch vụ chỉ mới trong giai đoạn thử nghiệm, thậm chí một số dịch vụ mới chỉ ra đời trên hệ thống văn bản pháp luật.

Bởi vậy cần đẩy mạnh phát triển đa dạng các loại hình dịch vụ tài chính trên cơ sở củng cố và hoàn thiện các dịch vụ tài chính hiện có, hình thành và phát triển các dịch vụ tài chính mới còn rất tiềm năng. Nhanh chóng tổng kết các loại dịch vụ tài chính đang áp dụng thử nghiệm như dịch vụ thẻ thanh toán, tài khoản cá nhân, tín dụng tiêu dùng... để trên cơ sở đó áp dụng rộng rãi và có kế hoạch triển khai đại trà các loại dịch vụ này. Đồng thời tiếp tục xây dựng nhằm tiến tới hình thành và phát triển thêm các loại dịch vụ mới đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng trong nền kinh tế như dịch vụ kinh doanh tài sản bằng tiền, dịch vụ kinh doanh thương phiếu...v.v.

*a) Đối với dịch vụ ngân hàng:*

- Dịch vụ tiết kiệm:

Đa dạng hóa các hình thức huy động vốn theo hướng thỏa mãn tối đa nhu cầu gửi tiền của khách hàng. Xu hướng đa dạng hóa hình thức huy động vốn hiện nay là làm mới các sản phẩm đang có như vận dụng phương thức trả lãi và gốc linh hoạt: có thể trả lãi trước, tiết kiệm có kỳ hạn rút từng phần (rút gốc nhiều lần, trả lãi một lần khi tắt toán). Ngoài ra để tăng cường huy động nguồn vốn dài hạn, Công ty có thể khuyến khích khách hàng bằng cách cho hưởng một tỷ lệ lãi suất nhất định (cao hơn lãi suất không kỳ hạn) nếu khách hàng rút trước hạn nhưng gần đủ thời hạn. Đối với các kỳ hạn từ 3 năm trở lên, Công ty có thể áp dụng phương thức trả lãi gộp (cuối mỗi năm sẽ tính lãi nhập vào gốc) hoặc lãi suất thả nổi (từ năm thứ hai trở đi lãi suất thay đổi theo thời điểm).

Mở rộng nhiều hình thức huy động tiền gửi tiết kiệm với nhiều thời hạn, nhiều loại lãi suất, nhiều phương thức gửi và thanh toán khác nhau, gửi một nơi lấy ở nhiều nơi; mở sổ tiết kiệm không cần chứng minh nhân dân. Mở rộng hình thức huy động vốn thông qua việc phát hành chứng chỉ tiền gửi và giấy tờ có giá. Huy động bằng hình thức nhận tiền gửi có kỳ hạn từ 1 năm trở lên đối với các tổ

chức và cá nhân, vay các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước, tổ chức tài chính quốc tế bằng nội và ngoại tệ (đối với công ty PTF).

Tiếp tục nghiên cứu đưa ra các sản phẩm huy động vốn mới có hàm lượng công nghệ cao và mang nhiều tiện ích cho khách hàng như: Sản phẩm tiết kiệm tích lũy; tiết kiệm bậc thang; tiết kiệm bảo hiểm; tiết kiệm dự thưởng; huy động vốn chi trả tại nhà với mức từ 50 triệu đồng trở lên. Trong đó chú trọng tới việc giảm chi phí huy động vốn, cải cách các thủ tục giao dịch ngân hàng đảm bảo nhanh, gọn, an toàn và hiệu quả.

Đa dạng hóa các dịch vụ Ngân hàng bán lẻ và các dịch vụ ngân hàng hiện đại trên cơ sở phát triển của công nghệ thông tin như thẻ ATM, ví điện tử, Ngân hàng điện tử, Internet Bank, phone bank, Mobile Banking, dịch vụ mua hàng qua mạng... Tuy nhiên VNPT phải xây dựng chiến lược đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng phù hợp với tình hình thực tế và khả năng của VNPT cũng như những lợi thế và bất lợi của từng dịch vụ để giúp dịch vụ đến gần với khách hàng, giúp họ sử dụng dịch vụ ngân hàng mà VNPT cung cấp một cách tốt nhất.

- Dịch vụ tín dụng:

Mở rộng hình thức cho vay bằng hình thức chiết khấu, tái chiết khấu đối với các tổ chức và cá nhân bằng nội và ngoại tệ, cầm cố thương phiếu, trái phiếu và giấy tờ có giá.

Phát triển một số các dịch vụ mới như bao thanh toán, tài trợ cho vay tiêu dùng, cho vay thấu chi, cho vay mua cổ phần, chứng khoán...v.v.

Tham gia góp vốn, mua cổ phần của các đơn vị trong ngành đang tiến hành cổ phần hoá. Mở rộng hoạt động cấp tín dụng cho các đơn vị ngoài ngành.

Phát triển các dịch vụ tài chính tín dụng tiêu dùng như cho vay thế chấp nhà, cho vay tín chấp, cho vay trả góp, cho vay thấu chi qua thẻ tín dụng, cho vay cầm cố sổ tiết kiệm... cần có một chính sách khách hàng nhất quán để có thể quản lý tập trung và phân đoạn khách hàng theo từng mạng lưới chi nhánh.

Phát triển các sản phẩm tín dụng mới dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại như: Tài khoản cá nhân kết hợp với các dịch vụ gia tăng như trả lương, thẻ, sao

kê, trả hóa đơn dịch vụ; các sản phẩm đầu tư, quản lý tài sản, tài khoản đầu tư tự động, quản lý vốn tập trung; phát triển các tiện ích mới của thẻ ATM, phát triển các dịch vụ cho vay bảo lãnh, cho vay thế chấp, cầm cố.

- Phát triển dịch vụ tài chính vi mô:

Theo lời phát biểu của ông Chris De Noose, Chủ tịch Hiệp hội Ngân hàng Tiết kiệm Thế giới (WSBI) tại cuộc hội thảo với chủ đề “chiến lược ngân hàng bán lẻ tại khu vực Châu Á - Thái Bình Dương” vào tháng 7/2005 tại Hà Nội về sự cần thiết phải có một kênh phân phối hiệu quả để mọi tầng lớp dân cư cũng như doanh nghiệp nhỏ và vừa đều có thể tiếp cận được dịch vụ tài chính là một yếu tố quan trọng trong việc phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam nói riêng và bất kỳ quốc gia nào trên thế giới nói chung. “Tiếp cận dịch vụ tài chính là một khái niệm mang tính toàn cầu và có liên quan mật thiết đến chính sách xóa đói, giảm nghèo... nên không có gì khó hiểu khi Liên hợp quốc chọn năm 2005 là năm tài chính vi mô”, ông Chris De Noose giải thích. Thực tế nghiên cứu mới đây của WSBI đã cho thấy phần nào sự cần thiết nói trên: Ở các nước phát triển có tới 80% dân số tiếp cận được dịch vụ tài chính, 20% dân số còn lại không có khả năng hoặc không thể tiếp cận được. Tuy nhiên với các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam thì tỷ lệ này lại ngược lại. Do vậy vai trò của TKBD rất quan trọng trong việc thu hẹp khoảng cách này và TKBD không đơn thuần chỉ vì vấn đề lợi nhuận mà cần hướng tới việc tăng cường sự tiếp cận của người dân với các dịch vụ tài chính.

Chúng ta đi phân tích thị trường tài chính vi mô để thấy được vai trò của TKBD trong việc phát triển dịch vụ tài chính vi mô ở Việt Nam. Cơ cấu thị trường tài chính vi mô ở Việt Nam theo phân đoạn thị trường gồm 3 loại: Thị trường chính thức, bán chính thức và không chính thức:

+ Thị trường tài chính vi mô chính thức được cung cấp bởi bốn đối tượng chính là: Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (VBARD); Ngân hàng tín dụng chính sách (VBP); Quỹ tín dụng nhân dân (PCF); Ngân hàng cổ phần nông thôn (RSHBs); phục vụ 8,3 triệu các hộ nông dân. Thị trường tài chính

chính thức cung cấp khoảng 70% các dịch vụ tài chính vi mô. VBARD là tổ chức tài chính lớn nhất cung cấp các dịch vụ cho nông dân qua một mạng lưới rộng khắp đất nước khoảng 1.900 điểm, thị phần khoảng 60% vào cuối năm 2004 và cung cấp dịch vụ cho 35% các hộ gia đình có thu nhập thấp. VBP được biết đến như một ngân hàng phục vụ các hộ gia đình nghèo. PCF là một mạng lưới các tổ chức tài chính và hợp tác xã có chức năng trung gian tài chính tích cực. RSHBs là kết quả của việc tái cơ cấu các hợp tác xã tín dụng nông thôn và có 10% cổ phần của Chính phủ, nhưng các Ngân hàng này có thị phần rất nhỏ.

+ Các dịch vụ tài chính vi mô bán chính thức được cung cấp bởi 3 nhóm bao gồm: các chương trình của Chính phủ, các tổ chức xã hội và của các tổ chức phi chính phủ quốc tế.

+ Các nhà cung cấp dịch vụ tài chính vi mô không chính thức bao gồm những cá nhân cho vay lãi, họ hàng, các hiệp hội tín dụng nông thôn truyền thống, các tổ chức tương tự ROSCAs (Hiệp hội tiết kiệm và tín dụng)

Tài chính vi mô được coi là một chiến lược quan trọng trong việc xóa đói giảm nghèo và phát triển kinh tế ở Việt Nam. Vì vậy Nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc mở rộng các dịch vụ tài chính, hình thành môi trường và điều kiện cung cấp các dịch vụ này. Sự áp đặt của Nhà nước trong quản lý tài chính vi mô đã cản trở sự phát triển của nó thành một ngành công nghiệp thương mại tiềm năng. Các chính sách có ảnh hưởng kéo dài bao gồm chính sách lãi suất đi vay của khách hàng, đó là chính sách bao cấp, hoặc cấp vốn phi thương mại thiếu coi trọng việc huy động tiết kiệm (đòi hỏi chênh lãi suất huy động và lãi suất cho vay ở mức thấp).

Thị trường tài chính vi mô không chính thức vẫn giữ vai trò rất quan trọng ở nông thôn Việt Nam. Lãi suất cho vay trên thị trường này cao gấp 2 hoặc 3 lần so với lãi suất cho vay của các ngân hàng quốc doanh. Các ngân hàng quốc doanh chủ yếu tập trung cho vay các hộ gia đình giàu có dù với lãi suất thấp. Phần lớn các hộ gia đình ở Việt Nam chỉ vay được rất ít hoặc không vay được vốn từ các tổ chức tín dụng chính thức. Có nhiều lý do khiến bộ phận dân nghèo

của Việt Nam vẫn phải tiếp tục sử dụng dịch vụ của thị trường vay không chính thức như không có vật thế chấp, do ở vùng sâu, vùng xa, do hạn chế việc cho vay để mở rộng sản xuất....

Mặc dù trong thập niên 90 của thế kỷ trước, Nhà nước đã có một số chính sách cải cách về pháp lý có tác động đến thị trường tài chính vi mô như chính sách lãi suất thực, chính sách tạo thể chủ động cho các ngân hàng thương mại trong việc quyết định cho vay vốn bằng thế chấp và một số chính sách khác; thị trường huy động tiết kiệm ở Việt Nam vẫn tụt hậu, chưa đến một nửa các tổ chức tài chính vi mô cung cấp dịch vụ thu hút tiết kiệm từ các hộ gia đình. Những nghiên cứu của Tạp chí Tài chính toàn cầu năm 1999 cho thấy có khoảng 6,1 triệu khách hàng với số dư tiền vay 1,76 triệu USD và giá trị trung bình mỗi khoản vay là 150 USD, với khoảng 2.700 điểm giao dịch; cũng theo nghiên cứu của tổ chức này cho thấy chính sách duy trì lãi suất cho vay thấp là nguyên nhân chính làm cho các tổ chức tài chính vi mô không muốn cung cấp dịch vụ huy động tiết kiệm.

Nói chung các tổ chức phi chính phủ không quan tâm đến việc cung cấp các dịch vụ thu hút tiết kiệm cho dân nghèo ở Việt Nam. Các chính sách khác của Chính phủ cũng làm cho việc huy động tiết kiệm bị hạn chế, như việc quy định số tiền gửi tối thiểu tại các NHTM. Tiền gửi thu hút được của VBARD ở thành thị vượt xa vùng nông thôn. Một lý do khác là thiếu các sản phẩm tiết kiệm được thiết kế phù hợp cho việc huy động vốn từ dân cư.

Với bối cảnh trên về thị trường tài chính vi mô ở Việt Nam theo chúng tôi mạng Bưu chính của VNPT và TKBD có thể lấp đầy chỗ trống trên thị trường và góp phần vào quá trình chuyển đổi thị trường tài chính vi mô phi chính thức sang chính thức ở Việt Nam.

Để có thể thiết kế được những sản phẩm tài chính vi mô thích hợp ở Việt Nam, chúng ta đi sâu phân tích đặc điểm của các hộ nghèo ở Việt Nam:

Các hộ gia đình, đặc biệt là hộ nghèo cần nhiều sản phẩm và dịch vụ tiết kiệm. Kết quả nghiên cứu của một số tổ chức phi chính phủ chỉ ra rằng người

nghèo thường tìm cách giảm nguy cơ dễ bị rủi ro bằng cách mở rộng các cơ hội tiết kiệm bằng tiền. Thế nhưng hiện nay trong khu vực tài chính chính thức không dễ dàng có được bất kỳ một loại hình tiết kiệm có thể đáp ứng được các nhu cầu gửi tiết kiệm của người nghèo. Với khu vực tài chính nông thôn nói chung thì việc kiểm soát lãi suất có ảnh hưởng đến việc khuyến khích các tổ chức tài chính chính thức thu hút tiết kiệm. Trợ cấp lãi suất cho vay làm cho lãi suất tiết kiệm thấp, giảm sức thu hút của tiết kiệm tiền gửi ngân hàng so với các hình thức sử dụng tiền mặt dư thừa khác. Kinh nghiệm từ các nước khác cho thấy lãi suất chỉ là một trong hàng loạt yếu tố ảnh hưởng đến nhu cầu về các dịch vụ tiết kiệm. Các yếu tố khác bao gồm: Sự an toàn, tính thuận tiện, đây là một trong những điểm mà TKBD nên khai thác để tận dụng lợi thế của mình.

Việc gửi tiết kiệm với lãi suất thực dương tại các tổ chức tài chính có lợi cho người nghèo cũng như việc họ được vay với lãi suất hợp lý. Không thể nói rằng tất cả hộ nghèo đều không có khả năng tích lũy. Bởi vậy cung cấp các phương tiện tiết kiệm phải đi kèm với đầu tư tín dụng vào các hoạt động mang lại lợi nhuận, theo cách này hộ nghèo có thể tích lũy vốn từ những hoạt động đem lại lợi nhuận và cuối cùng sẽ tự bù đắp được chi phí cho các đầu tư tiếp theo. Do khoản tích lũy ban đầu còn ít, khả năng tiếp cận các cán bộ ngân hàng, cũng như khả năng rút tiền dễ dàng và nhanh chóng đóng vai trò quan trọng trong các dịch vụ gửi tiền.

Do vậy để phát triển các dịch vụ tiết kiệm cho người nghèo ở nông thôn, VNPT cần phải:

Thiết lập được môi trường, chính sách để các dịch vụ trên có thể phát triển được. Các lĩnh vực cần được quan tâm đặc biệt bao gồm các vấn đề liên quan đến việc bảo vệ an toàn tiền gửi tiết kiệm như: lãi suất thấp phải bằng tỷ lệ lạm phát; các tổ chức cung cấp dịch vụ tài chính phải được quản lý và điều tiết tốt; trách nhiệm và quyền lợi của người gửi phải rõ ràng.

VPSC nên trao quyền tự chủ ở mức cao hơn nữa cho các chi nhánh trong hệ thống TKBD trong việc quyết định cơ cấu kỳ hạn nợ và các sản phẩm tiết kiệm mới.



Do vậy chương trình cung cấp tín dụng vi mô cũng phải được gắn liền với chương trình huy động tiết kiệm trong dân cư ở nông thôn Việt Nam, như một bộ phận hữu cơ của hệ thống hoàn chỉnh. Tiết kiệm nên được đưa ra như một yêu cầu bắt buộc đối với người nghèo khi muốn vay vốn từ VPSC. Cần nâng cao khả năng huy động vốn của VPSC bằng cách đa dạng hóa hình thức gửi tiền và thiết lập các mạng lưới tiếp cận của người dân bằng cách mở rộng các bưu cục cung cấp dịch vụ TKBD.

Trong hoạt động huy động tiết kiệm VPSC cần thiết kế và áp dụng hình thức tài khoản tiền gửi không kỳ hạn với nhiều mức lãi suất khác nhau tùy thuộc vào số dư trên tài khoản. Sản phẩm này sẽ kết hợp được nhiều điểm lợi như khả năng rút tiền dễ dàng (không kỳ hạn); mức lãi suất tăng dần (khuyến khích tiết kiệm); có tính hấp dẫn cao đối với người nghèo (không quy định số dư tối thiểu) và các đối tượng khách hàng khác.

Các hình thức khuyến khích người gửi tiền như phát hành xổ số, trao giải thưởng, tặng quà... đã tỏ ra rất thành công trong việc khuyến khích tăng tiết kiệm tại các nước đang phát triển, vì vậy các hình thức này cũng cần được VPSC nghiên cứu, xem xét. Các hình thức xổ số cần được thiết kế theo hướng khuyến khích gửi tiền không kỳ hạn cũng như gửi tiền trung và dài hạn. Các nỗ lực huy động tiết kiệm cần được hỗ trợ bởi quá trình quảng cáo, trong đó nhấn mạnh đến khả năng tiếp cận dễ dàng tại các Bưu cục, đơn giản, tính an toàn của khoản tiền gửi, dễ rút tiền khi cần thiết.

Bên cạnh các hình thức thu hút tiết kiệm từ người nghèo thì VPSC cũng đồng thời phát triển cơ chế cho vay thích ứng với điều kiện của người nghèo. Chẳng hạn VPSC cần đa dạng hóa và đưa ra thị trường các công cụ được cải tiến phù hợp nhằm tăng cường khả năng tiếp cận người nghèo đó là áp dụng các phương thức, thông lệ quốc tế có hiệu quả nhất với hoạt động cho vay theo nhóm nhằm đảm bảo lợi thế về chi phí thu được từ quy mô hoạt động.

VPSC nên triển khai thí điểm cho vay đối với hộ nghèo qua các hợp tác xã sau khi được cấp phép hoạt động ngân hàng. Điều này trong thời gian trước mắt

giúp VPSC giải quyết được hạn chế liên quan đến tư cách pháp nhân của nhóm và giảm chi phí giao dịch. Đồng thời khuyến khích người vay trả nợ theo hình thức trả góp từng phần hơn là trả nợ một lần như hiện nay; đặc biệt khi người nghèo gặp khó khăn trong việc gửi các khoản tiền tiết kiệm nhỏ của họ một cách an toàn; Bên cạnh đó cần có một cơ chế thống nhất khuyến khích họ trả nợ đúng hạn. Kinh nghiệm cho vay đối với hộ nghèo ở các nước trong khu vực và qua các chương trình của các tổ chức phi Chính phủ đã cho thấy người nghèo có thể trả nợ tốt theo phương thức trả góp từng phần hơn là phương thức trả toàn bộ nợ gốc một lần khi khoản vay đến hạn.

- Phát triển các dịch vụ thanh toán:

Phát triển mạnh các dịch vụ thanh toán qua Bưu điện, trên cơ sở tận dụng mạng lưới viễn thông hiện đại của ngành BC - VT. Đầu tư nâng cấp, tin học hóa toàn bộ hệ thống các bưu cục cung cấp dịch vụ chuyên tiền, tiến tới thành lập trung tâm thanh toán bù trừ thuộc VNPT. Trên cơ sở dịch vụ thanh toán mà VNPT đang cung cấp là chuyển tiền trong nước và quốc tế, nâng cao các tiện ích thanh toán qua bưu điện để khuyến khích các thành phần kinh tế, đặc biệt là các tầng lớp dân cư đã quen sử dụng dịch vụ thanh toán qua bưu điện nhằm giảm thiểu lưu thông tiền mặt.

Cùng với sự phát triển kinh tế, hình thức thanh toán không dùng tiền mặt đã ngày càng phát triển. Nhu cầu của người gửi tiền không chỉ vì mục tiêu hưởng lãi mà còn đòi hỏi nhiều dịch vụ thanh toán hỗ trợ khác cho người gửi tiền như: chuyển khoản, nhờ thu, nhận trả, truy vấn tài khoản, thanh toán qua tin nhắn điện thoại di động SMS và qua điện thoại (telephone payment), gửi rút bằng thẻ thông minh (tất cả được gọi là dịch vụ tài chính bưu chính). Tiết kiệm bưu điện có thể tận dụng mạng lưới bưu chính để phát triển các dịch vụ thanh toán trên đó là ưu thế của tiết kiệm bưu điện so với các ngân hàng thương mại.

+ Đối với những dịch vụ như: Thẻ thông minh, tài khoản cá nhân, dịch vụ trả lương VPSC nhanh chóng tổng kết kinh nghiệm để có hướng triển khai rộng các dịch vụ này.

+ Đa dạng hoá dịch vụ nhờ thu, nhận trả: phí bảo hiểm, tiền điện, tiền nước, cước điện thoại. Hoàn thiện qui trình nghiệp vụ nhờ thu, nhận trả sẵn sàng triển khai trên diện rộng.

+ Cung ứng các phương tiện thanh toán mới: séc rút tiền mặt; thẻ thanh toán ghi nợ; ủy nhiệm chi; ủy nhiệm thu, séc TKBD,...

- Séc rút tiền mặt: Tất cả khách hàng có số dư trên tài khoản tiết kiệm cá nhân đều được đáp ứng nhu cầu rút tiền mặt tại bất kỳ điểm giao dịch cung cấp dịch vụ.

- Ủy nhiệm chi: là lệnh chi tiền của chủ tài khoản được lập theo mẫu in sẵn, để trích tài khoản của mình trả cho người thụ hưởng. Nó dùng để thanh toán các khoản hàng hóa dịch vụ hoặc để chuyển tiền.

- Ủy nhiệm thu: Được lập bởi người thụ hưởng, nhờ Bưu điện thu hộ tiền hàng hóa hoặc dịch vụ trên cơ sở hợp đồng thoả thuận trước giữa bên mua và bên bán.

- Thẻ thanh toán: Do đơn vị cung cấp dịch vụ của VNPT phát hành cho khách hàng trên cơ sở số dư trên tài khoản tiết kiệm cá nhân. Dùng thẻ thanh toán khách hàng có thể thanh toán hàng hóa, dịch vụ gửi tiền vào tài khoản cá nhân hoặc rút tiền mặt. Đây là một sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại, đa tiện ích, thẻ ngân hàng ra đời đã làm thay đổi cách thức chi tiêu, giao dịch thanh toán của cộng đồng xã hội. Hiện nay cạnh tranh mạnh mẽ và sôi động nhất là phát triển thị trường dịch vụ ngân hàng bán lẻ hiện đại trong dân cư và cung cấp cho các doanh nghiệp. Các NHTM đầu tư cho hiện đại hóa công nghệ, cạnh tranh mở rộng phạm vi phát hành và thanh toán các loại thẻ bao gồm: thẻ tín dụng quốc tế, thẻ tín dụng nội địa, thẻ rút tiền mặt, nhất là những người có thu nhập khá, doanh nghiệp có đông người lao động, giới trẻ... Hiện tại cạnh tranh giữa các ngân hàng về dịch vụ thẻ đang diễn ra ở phí dịch vụ nhưng lợi nhuận từ thẻ lại không phải từ tiền phí mà từ nguồn tiền nhàn rỗi khổng lồ trên tài khoản cá nhân. Do đó VPSC cũng phải nhanh chóng tổng kết chương trình thử nghiệm để triển khai rộng rãi hình thức thanh toán bằng thẻ, đặc biệt phát triển các dịch vụ gia tăng

trên thẻ như thanh toán hàng hóa, dịch vụ tại các cửa hàng, trung tâm thương mại, siêu thị...; thanh toán trực tiếp hoặc tự động các dịch vụ điện, nước, điện thoại, Internet, phí bảo hiểm, nhận chuyển khoản từ các ngân hàng trong và ngoài nước, nhận lương, thưởng,...

Ngoài các phương tiện thanh toán trên, VNPT nhanh chóng nghiên cứu, triển khai các dịch vụ thanh toán điện tử hoàn toàn mới đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của xã hội, tận dụng cơ sở vật chất trang thiết bị hiện có, phát triển các hình thức thanh toán qua tài khoản tiết kiệm cá nhân, nhằm mục đích phát triển thói quen mua hàng qua thương mại điện tử của doanh nghiệp và cá nhân. Có thể tiến hành thí điểm dịch vụ mới này tại một số thành phố lớn, đó là:

- ✓ Dịch vụ thanh toán qua hệ thống máy rút tiền tự động: Sử dụng dịch vụ này khách hàng sẽ được cung cấp các dịch vụ tài chính bưu chính cá nhân, như: rút tiền mặt, ứng tiền mặt, tra cứu thông tin tài khoản, chuyển tiền cá nhân, nộp tiền vào tài khoản, thanh toán hoá đơn... Thông qua hệ thống máy rút tiền tự động, khách hàng có thể thực hiện hầu hết các giao dịch thanh toán bất kỳ lúc nào mà không phải đến bưu cục.

- ✓ Dịch vụ thanh toán điện tử tại điểm bán hàng: Khách hàng sẽ sử dụng máy chuyên tiền điện tử tại nơi giao dịch mua bán hàng hoá và dịch vụ như một bộ phận thanh toán trực tuyến nối thẳng tới Trung tâm tin học của VPSC. Ngay sau khi cung ứng sản phẩm chủ cửa hàng có thể nhận được tiền thanh toán ngay lập tức vào tài khoản của mình, do hệ thống điện tử tại điểm bán hàng đã truyền thông tin về số tài khoản tiết kiệm bưu điện của khách hàng và lượng tiền trả cho hàng hoá và dịch vụ để VPSC tự động ghi nợ cho khách hàng và ghi có cho chủ cửa hàng. Dịch vụ này đóng vai trò là kênh kết nối giữa các nhà cung cấp hàng hoá và người tiêu dùng.

- ✓ Dịch vụ thanh toán qua máy tính cá nhân: Thông qua máy tính cá nhân được kết nối với mạng máy tính của VPSC, bằng cách sử dụng mật khẩu khách hàng có thể gửi lệnh thanh toán đến VPSC mà không phải đến Bưu cục. Dịch vụ này sẽ đáp ứng được tất cả các nhu cầu của khách hàng cùng thực hiện giao dịch tại một thời điểm, giảm bớt gánh nặng chờ đợi của khách hàng.

✓ Dịch vụ thanh toán qua điện thoại: Thông qua các phương tiện viễn thông như: điện thoại cố định, điện thoại di động được kết nối với hệ thống thanh toán của VPSC nên khách hàng có thể thực hiện được giao dịch thanh toán một cách chính xác, nhanh chóng và an toàn. Sau khi hệ thống xác minh được chính xác là yêu cầu thanh toán của chủ tài khoản tiết kiệm cá nhân thông qua các chương trình thông minh, mã hoá nhận dạng giọng nói hệ thống sẽ tự động thực hiện yêu cầu thanh toán đó.

✓ Dịch vụ bán thẻ thông minh đa năng: Dịch vụ này sẽ cung cấp cho khách hàng nhiều tính năng khác nhau, như: gửi rút tiền tiết kiệm bưu chính, sử dụng dịch vụ điện thoại trong nước và quốc tế. Ngoài ra khách hàng còn có thể thanh toán cước điện thoại di động, mua thẻ trả trước Internet, thẻ gọi điện thoại trong nước và quốc tế, thẻ gọi điện thoại Internet, thẻ cào Vinaphone và Mobiphone.

✓ Dịch vụ tiết kiệm Bưu điện tại nhà: Sử dụng dịch vụ này khách hàng có thể tiến hành giao dịch và sử dụng các dịch vụ tiết kiệm mà không phải trực tiếp đến Bưu cục. Thông qua môi trường Internet, khách hàng chỉ phải gửi thông tin vào máy chủ của VPSC để yêu cầu cung cấp số dư cập nhật, thực hiện chuyển tiền trên các tài khoản khác nhau của mình hay thanh toán tiền hàng cho khách hàng.

Tiềm năng của các dịch vụ trên đây là rất lớn, tuy nhiên để có phát triển được các dịch vụ trên VPSC phải xây dựng một chiến lược phát triển dịch vụ trên cơ sở cân đối nguồn ngân sách và năng lực của mình.

- Đối với dịch vụ chuyển tiền:

Đây là dịch vụ cạnh tranh nhiều nhất với các ngân hàng thương mại. Trong thời gian tới nhu cầu chuyển tiền của các doanh nghiệp và dân cư vẫn tăng, nên các dịch vụ chuyển tiền truyền thống như: Thư chuyển tiền, điện chuyển tiền, chuyển tiền nhanh và siêu nhanh vẫn phát triển. VPSC phải nâng cao sức cạnh tranh với các ngân hàng thương mại bằng cách nâng cao chất lượng dịch vụ đảm bảo sự an toàn, nhanh chóng và thuận tiện cho khách hàng.

Mở rộng và phát triển hình thức chuyển tiền quốc tế. Hiện nay số tiền kiều hối cá nhân chuyển về Việt Nam có tốc độ tăng trưởng rất nhanh từ 0,7 tỷ USD

năm 1998 lên 1,4 tỷ USD năm 2003, tăng 4 - 4.5 tỷ USD năm 2006 (IMF), tăng 10% so với năm 2005. Với chính sách mở cửa của Nhà nước dự kiến năm 2007 lượng tiền kiều hối chuyển về nước theo đường chính thống có khả năng đạt trên 5 tỷ USD. Con số này chứng tỏ thị trường kiều hối là một thị trường tiềm năng chưa được khai thác triệt để của các ngân hàng, các tổ chức tài chính. Trong năm 2006 số các đơn vị thực hiện dịch vụ kiều hối đã tăng từ 30- 40 đơn vị lên gần 100 đơn vị, tổ chức trong và ngoài nước. Ngoài công ty kiều hối Đông Á - Ngân hàng Á châu và Ngân hàng Eximbank chiếm ưu thế trên thị trường kiều hối thì đã xuất hiện một số gương mặt mới tham gia cung cấp dịch vụ như: Ngân hàng VIB Bank với hai kênh chuyên tiền nhanh qui mô lớn từ gần 100 quốc gia trên thế giới về Việt Nam; công ty thương mại Eden cung cấp dịch vụ chuyển tiền Western Union mở rộng mạng lưới giao dịch lên 1000 điểm chi trả tiền kiều hối khắp cả nước; ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn cũng có 2.200 chi nhánh, điểm chi trả tiền kiều hối trên toàn quốc.

Mặc dù mạng lưới bưu chính rất rộng lớn nhưng không phải là kênh chuyển tiền kiều hối lớn. Việt Nam tham gia vào mạng chuyển tiền châu Âu (EuroGiro) sẽ cho phép các chủ tài khoản chuyển tiền nhanh hơn, an toàn hơn và chi phí rất rẻ, phát triển chuyên tiền kiều hối là mục tiêu chiến lược của VPSC. Hiện nay, VPSC mới chỉ thực hiện chuyển tiền quốc tế chiều đến, để có thể thực hiện được chuyển tiền quốc tế chiều đi đòi hỏi VPSC phải tìm hiểu đối tác đáng tin cậy và phải có một mạng lưới hiện đại. Điều này chỉ có thể thực hiện được nếu tiến hành phát triển sản phẩm và các biện pháp marketing, các bưu cục cần được trang bị và đào tạo có đủ khả năng cung cấp dịch vụ chuyển tiền kiều hối kịp thời. Như vậy đòi hỏi phải nâng cấp công nghệ tại các bưu cục, có biện pháp tiếp thị riêng cho người nhận tiền và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài.

Đa dạng hóa các hình thức chuyển tiền, không chỉ có chuyển tiền quốc tế bằng đường thư, chuyển tiền nhanh mà còn đưa các dịch vụ tiện ích hơn giúp đa dạng hóa sự lựa chọn của khách hàng. Chẳng hạn như dịch vụ chuyển tiền quốc tế qua tài khoản TKBD (khách hàng không nhất thiết phải đến bưu cục nhận tiền mà số tiền được chuyển thẳng vào tài khoản TKBD và được hưởng lãi).

Phát triển các loại hình dịch vụ tài chính khác như: Dịch vụ đại lý bán xổ số, đại lý bán trái phiếu Chính phủ, đại lý thu đổi ngoại tệ, thanh toán séc du lịch cho các ngân hàng và các tổ chức được phép.

Dịch vụ tư vấn tài chính:

Mở rộng các hình thức tư vấn về thuế, tư vấn về rủi ro kinh doanh và rủi ro đầu tư, tư vấn đầu tư ra ngoài lãnh thổ Việt Nam. Phát triển các dịch vụ tư vấn cho các đơn vị ngoài ngành Bưu chính Viễn thông.

*b) Đối với dịch vụ bảo hiểm:*

Đa dạng hóa các dịch vụ bảo hiểm chủ yếu được tập trung vào việc đa dạng hóa các sản phẩm bảo hiểm. Hiện nay bảo hiểm Bưu điện đã có 44 sản phẩm, tập trung chủ yếu ở ba loại hình là: Bảo hiểm tài sản, bảo hiểm phi hàng hải và bảo hiểm hàng hoá. Trong thời gian tới PTI cần tăng cường mở rộng và thực hiện các loại hình dịch vụ bảo hiểm mới và những loại hình bảo hiểm mà tỷ trọng khai thác còn ở mức thấp như: Bảo hiểm tài sản cho doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ trong và ngoài ngành, các dịch vụ bảo hiểm trong lĩnh vực nông, lâm, ngư nghiệp, các dịch vụ bảo hiểm cần công nghệ cao như lĩnh vực rủi ro tài chính.

*c) Đối với dịch vụ chứng khoán*

Thực tế hoạt động của thị trường chứng khoán Việt Nam trong thời gian qua cho thấy tiềm năng phát triển của TTCK Việt Nam là rất sáng sủa. TTCK đã dần từng bước ổn định, hệ thống pháp luật ngày một hoàn thiện tạo điều kiện cho TTCK ngày càng phát triển. Tính đến tháng 6/2006, mức vốn hóa thị trường cổ phiếu đã đạt trên 28.809 tỷ đồng (hay 1,8 tỷ USD); tương đương 3,5% GDP (theo kế hoạch đề ra là khoảng 3% GDP); số công ty tham gia niêm yết trên TTCK tính đến tháng 6/2006 có 37 loại cổ phiếu, chứng chỉ quỹ của 38 công ty với hàng trăm loại trái phiếu giao dịch với giá trị niêm yết đạt gần 60 nghìn tỷ đồng trong đó cổ phiếu đạt trên 4.260 tỷ đồng (theo mệnh giá). Số lượng nhà đầu tư tăng khoảng 60% so với thời điểm cuối năm 2005 tăng 17 lần so với thời điểm cuối năm 2000. Với tình hình trên, việc tham gia kinh doanh dịch vụ chứng

khoán của VNPT cần phải được quan tâm một cách thích đáng để có bước đi phù hợp trong quá trình tham gia vào TTCK Việt Nam.

Xét về đáp ứng các điều kiện pháp lý, khả năng kinh doanh dịch vụ chứng khoán của VNPT như sau:

+ VNPT có thể đáp ứng mức vốn điều lệ kinh doanh từ 1 đến 5 nghiệp vụ chứng khoán (môi giới chứng khoán, tự doanh chứng khoán, bảo lãnh, phát hành chứng khoán và tư vấn đầu tư chứng khoán) với mức vốn tối thiểu là 170 tỷ đồng Việt Nam.

+ Các điều kiện pháp lý khác như: Có đủ cơ sở vật chất kỹ thuật cho kinh doanh chứng khoán, có phương án hoạt động kinh doanh phù hợp với mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội và phát triển ngành chứng khoán. Nhưng điều kiện về nhân lực là chưa thể đáp ứng ngay được bởi việc kinh doanh chứng khoán hoàn toàn không đơn giản chút nào nó đòi hỏi nhân viên công ty chứng khoán phải có sự chuyên sâu về chuyên môn, Ban giám đốc công ty phải có giấy phép hành nghề do Ủy ban Chứng khoán Nhà nước cấp. Để đáp ứng các điều kiện về nhân lực, VNPT sẽ cần phải có thời gian để chuẩn bị mới mong có được kết quả tốt.

Xét về góc độ nhu cầu: Tập đoàn BC-VT Việt Nam có nhu cầu tham gia kinh doanh chứng khoán với các lý do sau:

+ Tham gia kinh doanh chứng khoán, dịch vụ chứng khoán thực chất là việc đa dạng hóa các hoạt động kinh doanh của Tập đoàn nhằm tăng lợi nhuận, giảm thiểu rủi ro. Đây là xu hướng phát triển của các Tập đoàn kinh tế trên thế giới.

+ Hiện nay tất cả các lĩnh vực kinh doanh của Tập đoàn BC-VT Việt Nam như: Bưu chính, viễn thông, xây dựng, thương mại, xây lắp đều đang chịu sự cạnh tranh mạnh mẽ. Sức ép cạnh tranh đang tăng lên cùng với quá trình tự do hóa, hội nhập kinh tế quốc tế, với những thỏa thuận mở cửa thị trường trong nước của các lĩnh vực. Trong bối cảnh trên việc VNPT mở rộng kinh doanh sang lĩnh vực tài chính, tiền tệ là hoàn toàn phù hợp với xu thế chung của các tập đoàn kinh tế trong và ngoài nước.



+ Theo dự báo của các chuyên gia kinh tế, tiềm năng phát triển của TTCK Việt Nam rất sáng sủa. Như vậy kinh doanh chứng khoán, dịch vụ chứng khoán là một lĩnh vực đầy tiềm năng, khả năng sinh lợi cho Tập đoàn là rất khả quan. Đó là nhu cầu, động lực thúc đẩy VNPT tham gia kinh doanh chứng khoán, dịch vụ chứng khoán. Tuy nhiên phương thức tham gia kinh doanh chứng khoán và dịch vụ chứng khoán của VNPT như thế nào cho phù hợp là vấn đề cần phải xem xét một cách thận trọng.

Theo quy định của Luật chứng khoán năm 2006, các doanh nghiệp được quyền tham gia kinh doanh chứng khoán, dịch vụ chứng khoán theo 3 hình thức: công ty chứng khoán, công ty quản lý quỹ và công ty đầu tư chứng khoán. Xét về năng lực tài chính VNPT có thể tham gia kinh doanh trên TTCK với cả 3 loại hình trên. Công ty mẹ Tập đoàn hoàn toàn có đủ khả năng để thành lập hoặc mua cổ phần (góp vốn) chi phối vào các công ty chứng khoán, công ty quản lý quỹ, công ty đầu tư chứng khoán (với cả mức sở hữu là 100% vốn điều lệ).

Tuy nhiên, đứng trên góc độ là một nhà đầu tư có tổ chức, Công ty mẹ - Tập đoàn nên thành lập hoặc mua cổ phần (góp vốn) chi phối vào công ty chứng khoán và công ty quản lý quỹ, chưa nên thành lập công ty đầu tư chứng khoán với lý do: hoạt động đầu tư chứng khoán của Công ty chứng khoán thực chất là hoạt động tự doanh của Công ty chứng khoán. Điều này cũng có nghĩa là nếu Công ty chứng khoán chỉ thực hiện nghiệp vụ tự doanh thì cũng chính là Công ty đầu tư chứng khoán. Nói cách khác, phạm vi hoạt động của Công ty đầu tư chứng khoán hẹp hơn so với Công ty chứng khoán. Công ty chứng khoán thực hiện cả nghiệp vụ kinh doanh chứng khoán và dịch vụ chứng khoán còn Công ty đầu tư chứng khoán chỉ đơn thuần thực hiện nghiệp vụ kinh doanh chứng khoán. Vì vậy, VNPT nên thành lập, mua cổ phần, góp vốn vào Công ty chứng khoán, để khi có nhu cầu mở rộng hoạt động thì chỉ cần xin cấp phép bổ sung các nghiệp vụ khác.

Trong mô hình Tập đoàn có Công ty Cổ phần Dịch vụ Tài chính Bru điện được hình thành trên cơ sở sắp xếp lại, đồng thời tiến hành cổ phần hóa Công ty

Tài chính Bưu điện hiện nay. Cho đến nay vẫn chưa có quy định cụ thể về chức năng, nhiệm vụ của Công ty này. Tuy nhiên về địa vị pháp lý, Công ty này hoàn toàn phù hợp với một Công ty chứng khoán hay Công ty quản lý quỹ. Vì vậy trong tương lai Công ty Cổ phần Dịch vụ Tài chính Bưu điện có thể xin cấp phép hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh chứng khoán và dịch vụ chứng khoán, tiến tới thành lập hoặc góp vốn vào Công ty chứng khoán và Công ty quản lý quỹ, dần thành lập một trung tâm tài chính của Tập đoàn mà Công ty Tài chính đóng vai trò là Công ty mẹ của Tập đoàn tài chính VNPT.

Để có thể tham gia kinh doanh dịch vụ chứng khoán thành công Tập đoàn cần có sự chuẩn bị về nguồn lực và tài chính vì đây là lĩnh vực kinh doanh mới mẻ, đòi hỏi phải được đầu tư thích đáng mới mang lại thành công.

Trong tương lai dịch vụ thanh toán của VPSC phát triển sẽ tạo điều kiện rất thuận lợi cho Tập đoàn BC-VT Việt Nam trong việc mở dịch vụ kinh doanh chứng khoán vì: Thanh toán qua Bưu điện vừa khai thác được mạng lưới vừa phát huy được kinh nghiệm giao dịch Bưu ngân.

### **3.2.5 Nâng cao chất lượng dịch vụ**

#### ***3.2.5.1 Hiện đại hóa cơ sở hạ tầng kỹ thuật và công nghệ***

##### *a) Đối với dịch vụ Ngân hàng*

Có thể nói công nghệ hiện đại là nền tảng, là cơ sở quyết định sự phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng trong điều kiện hiện nay. Đây là vấn đề đã và đang được các tổ chức tín dụng đặc biệt quan tâm. Không phải là vấn đề mới song để triển khai thực hiện và áp dụng công nghệ trong hoạt động kinh doanh dịch vụ ngân hàng điện tử thì không phải tổ chức tín dụng nào cũng thực hiện được. Công nghệ ngân hàng hiện đại ngày nay cho phép các ngân hàng thương mại phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng, hiện đại hóa và tự động hóa các thao tác nghiệp vụ phục vụ cho hoạt động quản lý ngân hàng, và hơn hết nó tạo ra các tiện ích của sản phẩm dịch vụ ngân hàng vượt trội so với các sản phẩm dịch vụ ngân hàng truyền thống. Có thể nói các sản phẩm ngân hàng điện tử ngày nay: ATM, Internet banking, Mobi banking... là kết quả của việc phát triển

và ứng dụng công nghệ ngân hàng hiện đại - Đó là hệ thống kết hợp các công nghệ sau:

- Công nghệ tin học: Các thiết bị tin học và phần mềm quản lý hệ thống, quản lý dữ liệu; xử lý nghiệp vụ...
- Công nghệ viễn thông: Hệ thống viễn thông kết nối thông tin trong toàn hệ thống; hệ thống mạng internet; hệ thống mạng điện thoại.
- Các thiết bị xử lý giao dịch tự động ATM, máy đọc thẻ.

Như vậy xét về mặt kỹ thuật mỗi một ngân hàng có các mức độ và trình độ ứng dụng, phát triển công nghệ khác nhau. Do vậy, để đạt được mục tiêu phát triển các dịch vụ ngân hàng điện tử trong điều kiện hiện nay, các tổ chức cung cấp dịch vụ ngân hàng của VNPT cần tập trung:

*Thứ nhất:* Đầu tư nâng cấp các bưu cục, trên cơ sở tận dụng nguồn vốn tài trợ nâng cấp hệ thống bưu chính và nguồn vốn tài trợ của Chính phủ cho việc phát triển ICT ở nông thôn Việt Nam. Để hiện đại hóa cơ sở giao dịch theo hướng tiện lợi, văn minh đảm bảo các giao dịch nhanh chóng, chính xác, làm thay đổi bộ mặt của Bưu điện với khách hàng bằng cách:

Đầu tư máy móc thiết bị; triển khai phần mềm tin học trên toàn hệ thống bưu cục, thực hiện tin học hóa toàn bộ các bưu cục cung cấp dịch vụ. Chương trình phần mềm phải được thống nhất trong toàn mạng lưới bưu cục, bao gồm chương trình phần mềm chuyên tiền, TKBD và Bảo hiểm nhân thọ. Việc đầu tư trang thiết bị cho công tác tin học hóa phải đảm bảo các chương trình phần mềm phục vụ tại ghi sê được cài đặt chung trong 01 máy, giúp giao dịch viên thao tác chính xác và tiết kiệm được sức lao động.

Nâng cấp các trang thiết bị, máy móc đang sử dụng, đồng thời nâng cao chất lượng các phần mềm tin học nhằm đảm bảo cho các dịch vụ được tuyệt đối an toàn cho tài sản của khách hàng.

Đầu tư lắp đặt hệ thống máy rút tiền tự động và kết nối với hệ thống thanh toán tiền ngân hàng. Cải tiến sổ TKBD trở nên gọn, nhỏ có tác dụng như một ví điện tử.

*Thứ hai:* Phát triển và hoàn thiện hệ thống thông tin, tăng cường hoạt động trao đổi thông tin với khách hàng qua mạng kết nối, qua các trang web. hệ thống thông tin của VNPT phải là thông tin đa năng như: thông tin về khách hàng, về các nghiệp vụ, về quản lý dịch vụ. Áp dụng phần mềm CRM (Customer Relation Ship Management) nhằm quản lý mối quan hệ khách hàng giúp nâng cao khả năng, đáp ứng đòi hỏi của khách hàng và những thay đổi của thị trường, giúp đạt được mục tiêu phát triển hoạt động giao dịch TMĐT. Ngoài ra còn phải áp dụng hệ thống thông minh quản lý mã khách hàng. Sau khi khách hàng sử dụng dịch vụ và thực hiện thanh toán lần đầu, máy sẽ tự động lưu nhớ mã khách hàng, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng khi thực hiện những giao dịch sau này.

*Thứ ba:* Trang bị hiện đại hoá hệ thống công nghệ ngân hàng trực tuyến tiên tiến (core Banking) mà các ngân hàng nước ngoài đã và đang sử dụng. Đây là biện pháp cốt lõi để giữ và phát triển khách hàng. vì hệ thống này quyết định đến việc VNPT có thể mở rộng dịch vụ và cung cấp cho một khối lượng khách hàng lớn. Chẳng hạn đầu tư phát triển hệ thống các kênh giao dịch và thanh toán hiện đại như: Thẻ thanh toán, Telephone banking giao dịch thông qua máy điện thoại), Internet Banking giao dịch thông qua mạng vi tính).

Hệ thống thẻ thanh toán cần có sự liên kết với các ngân hàng để có thể vừa tiết kiệm được vốn đầu tư, đồng thời đảm bảo cho khách hàng có thể gửi tiền một nơi nhưng có khả năng rút tiền ở tất cả các máy trong cùng hệ thống và các hệ thống khác.

Hệ thống Telephone banking phải đảm bảo khách hàng có thể thực hiện hầu hết các giao dịch từ việc truy cứu thông tin đến kiểm tra nhật ký tài khoản, đăng ký sử dụng dịch vụ mới, thanh toán và các giao dịch khác liên quan đến thẻ. Đồng thời hệ thống này phải được xây dựng trên cơ sở bảo mật nhiều tầng, đảm bảo tính an toàn và riêng tư cho các giao dịch.

Hệ thống Internet Banking ngoài việc cho phép khách hàng có thể sử dụng được hầu hết các sản phẩm dịch vụ tài chính Bưu chính truyền thống trong môi trường Internet còn có thể cho phép các sản phẩm dịch vụ mới của ngân hàng điện tử.

Tập trung đầu tư, hiện đại hoá công nghệ ngay chính tại công ty VPSC, Trung tâm chuyển tiền tại mạng lưới giao dịch ở các thành phố lớn và trung tâm công nghiệp. Trong đó ưu tiên hàng đầu là khâu thanh toán, xử lý dữ liệu thông tin. Do hạn chế về vốn đầu tư, về trình độ của đội ngũ nhân viên tham gia cung cấp dịch vụ tài chính nên không thể nôn nóng tiến hành hiện đại hoá công nghệ tràn lan ở tất cả các bưu cục, bởi như vậy sẽ dẫn đến vốn đầu tư quá lớn mà hiệu quả sử dụng lại không cao. Để có thể hiện đại hoá hệ thống bưu cục, VNPT phải tiếp cận được với nguồn vốn tài trợ nâng cấp hệ thống Bưu chính. Trong dài hạn, sẽ có sự tương hỗ lớn nếu hệ thống Bưu chính phát triển ICT, truy cập Internet làm tiền đề cho chính phủ điện tử và thương mại điện tử phát triển. Lúc đó bưu cục có thể trở thành hệ thống cửa hàng liên hoàn tiện ích đầu tiên của đất nước cung cấp các dịch vụ tài chính cơ bản, truyền thông và thương mại bán lẻ.

*b) Đối với dịch vụ bảo hiểm*

Chuyển đổi chương trình quản lý hợp đồng bảo hiểm nhân thọ từ mạng TKBD sang mạng Post Net. Việc chuyển đổi nên áp dụng theo 2 bước. Bước một: chuyển đổi cho 100 bưu cục đang cung cấp dịch vụ hiện nay; Bước hai: chuyển đổi hệ thống để phát triển mới các Bưu cục. Có 2 phương pháp chuyển đổi chương trình quản lý hợp đồng bảo hiểm Alis từ mạng VPSC sang mạng PostNet đó là:

+ Phương pháp 1: Chuyển đổi chương trình quản lý hợp đồng bảo hiểm Alis tại tất cả các Bưu cục có trong danh sách từ mạng VPSC sang mạng PostNet một lần.

+ Phương pháp 2: Phương pháp cuốn chiếu tức là cho phép chương trình quản lý bảo hiểm Alis tại các Bưu cục có trong danh sách chạy song song trên cả 2 mạng VPSC và PostNet trong một thời hạn nhất định. Phương pháp này là cách tốt nhất để có thể duy trì dịch vụ một cách liên tục.

Bảo hiểm phi nhân thọ: Đẩy nhanh việc triển khai ứng dụng công nghệ thông tin vào quản lý hoạt động sản xuất kinh doanh của đơn vị.

### 3.2.5.2 *Chất lượng dịch vụ*

Chất lượng dịch vụ là yếu tố quan trọng quyết định khả năng cạnh tranh của dịch vụ trên thị trường. Vì vậy nâng cao chất lượng dịch vụ là mục tiêu mà các đơn vị cung cấp dịch vụ hướng tới. Để nâng cao chất lượng các dịch vụ tài chính do các chủ thể của VNPT cung cấp cần chú ý các vấn đề sau:

- Đẩy nhanh tốc độ phục vụ của dịch vụ chuyển tiền. Điều này đặc biệt quan trọng đối với dịch vụ chuyển tiền nhanh vì tốc độ chính là yếu tố sống còn để dịch vụ chuyển tiền nhanh của VNPT có thể cạnh tranh được với các đối thủ khác. Để làm được điều đó VNPT cần phải:

*Thứ nhất:* Cải tiến quy trình truyền tin của dịch vụ chuyển tiền nhanh theo phương thức “đồng chuyên”, nghĩa là thông tin của phiếu chuyển tiền nhanh sẽ do đầu mối chuyển tiền của Bưu điện tỉnh phát hành chuyển thẳng cho đầu mối chuyển tiền của Bưu điện tỉnh trả tiền, đồng thời chuyển cho Trung tâm chuyển tiền làm dữ liệu quản lý. Trung tâm chuyển tiền không phải khai thác và chuyển lại cho các Bưu điện tỉnh trả tiền như hiện nay.

*Thứ hai:* Thay đổi phương thức đối soát các dịch vụ chuyển tiền từ “nhập số liệu và đối soát tập trung” tại trung tâm chuyển tiền sang mô hình “nhập số liệu phân tán, đối soát tập trung”; dữ liệu về phát hành và trả tiền do đầu mối các Bưu điện tỉnh nhập vào máy tính và truyền về Trung tâm chuyển tiền để đối soát.

*Thứ ba:* Tổ chức lại mô hình chuyển tiền và hạch toán quỹ. Theo mô hình mới, giám đốc Bưu điện huyện (hoặc Bưu điện trung tâm) chỉ định một số Bưu cục được giao dịch trực tiếp với kế toán Bưu điện huyện để nộp và rút quỹ gọi là “Bưu cục chính”. Các Bưu cục khác được chỉ định giao dịch quỹ thông qua Bưu cục chính gọi là “Bưu cục nhánh”. Bộ phận quản lý nghiệp vụ Bưu điện huyện có trách nhiệm tổng hợp số liệu quỹ do các Bưu cục chính gửi hoặc rút số tiền với bộ phận kế toán Bưu điện huyện.

- Xây dựng hệ thống chỉ tiêu chất lượng tốc độ dịch vụ nhanh; độ chính xác cao; mức độ an toàn lớn; mức độ phục vụ tốt (thể hiện ở mật độ cung cấp dịch vụ, số dân phục vụ bình quân, hệ số mở đồng đều các dịch vụ) thái độ phục vụ

của nhân viên tốt, gây được cảm tình của khách hàng; cuối cùng là thoả mãn được nhu cầu của khách hàng. Sau khi xây dựng được hệ thống chỉ tiêu cần phải xây dựng mức chuẩn cho phép của các chỉ tiêu đó. Việc xây dựng hệ thống chỉ tiêu này có ý nghĩa rất lớn, giúp nhà quản lý kiểm soát tốt tình hình hoạt động của dịch vụ và ra các quyết định quản lý kịp thời.

- Hoàn thiện, bổ sung, nâng cao chất lượng và độ tiện dụng của các dịch vụ tài chính đang cung cấp nhằm thoả mãn nhu cầu ngày một cao của khách hàng bằng cách tin học hoá các cơ sở cung cấp dịch vụ, đặc biệt mức độ tự động hoá cao trong khâu xử lý giao dịch. Tuy nhiên, khi đã đưa máy móc, thiết bị, công nghệ, phần mềm vào hỗ trợ cho hoạt động chuyên môn của con người thì phải đảm bảo hệ thống nối mạng hoạt động tốt, tốc độ kết nối nhanh, hiệu quả, tránh gây phiền hà, bất tiện cho khách hàng khi phải chờ đợi hoặc chuyển sang giao dịch tại các Bureau khác do lỗi kỹ thuật, do kết nối hoặc do chất lượng đường truyền.

### **3.2.6 Hoàn thiện chính sách giá cước**

Giá cước các loại dịch vụ BC - VT nói chung, dịch vụ tài chính nói riêng luôn có những tác động sâu rộng đến đời sống của người dân, đến sự phát triển kinh tế - xã hội. Quan điểm của Bộ Thông tin và Truyền thông và của VNPT là thực hiện lộ trình giảm giá cước các dịch vụ BC- VT nói chung và dịch vụ tài chính nói riêng cho phù hợp với các nước trong khu vực và phù hợp với thu nhập của người dân. Giá cước đưa ra phải căn cứ vào giá thành dịch vụ, dựa trên quan hệ cung cầu và độ co giãn nhu cầu, mức độ cạnh tranh, tính đặc thù của VNPT là một doanh nghiệp nhà nước vừa kinh doanh vừa phục vụ công ích. Vì vậy giá cước các dịch vụ tài chính cần phải thay đổi theo hướng sau:

- Tối đa hoá các dịch vụ thu cước, điều chỉnh lại mức lãi suất, giá cước, phí các dịch vụ tài chính cho phù hợp với mặt bằng của thị trường. Hiện nay giá cước dịch vụ chuyển tiền quá cao so với mức giá của các đối thủ cạnh tranh trên thị trường, trong khi chất lượng dịch vụ do VNPT cung cấp không có gì nổi trội so với các đối thủ khác. Với cơ chế lãi suất và giá cước mang tính thống nhất trên toàn quốc hiện nay của VNPT, không phân biệt vùng, miền đã hạn chế khả

năng cạnh tranh của dịch vụ ở một số địa bàn quan trọng. Chính vì vậy VNPT nên cho phép các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính được linh hoạt ban hành mức cước phí, lãi suất áp dụng riêng cho mỗi khu vực, tỉnh, thành phố, phù hợp với mặt bằng của các đối thủ cạnh tranh khác.

- Đối với những khách hàng lớn và thường xuyên, nên có chế độ ưu đãi về giá cước. Chẳng hạn đối với khách hàng gửi nhiều tiền thì giá cước được áp dụng theo một bảng biểu định sẵn có mức giảm giá tùy thuộc vào lượng tiền gửi.

- Cần linh hoạt giữa việc giảm cước dịch vụ và trích hoa hồng cho khách hàng. Với những khách hàng lớn, thường xuyên sử dụng dịch vụ, không nên áp dụng mức trích thưởng như các đối tượng khác theo một tỷ lệ cố định mà phải tính toán mức chiết khấu và hoa hồng cho những khách hàng này theo một tỷ lệ khác. Những khách hàng đặc biệt lớn phải có mức trích thưởng riêng phù hợp với doanh thu cước mà khách hàng mang lại.

- Cần có chính sách thưởng đối với các khách hàng truyền thống nhằm khuyến khích động viên mọi người dân gửi tiền qua Bưu điện, thông qua những dịch vụ tiện ích, phù hợp với nhu cầu thiết thực của người dân để tạo lên một hình ảnh “gần gũi, thân thuộc” của Bưu điện đối với mọi tầng lớp dân cư.

### **3.2.7 Mở rộng khả năng tiếp cận của khách hàng đối với dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp**

#### *a) Mở rộng mạng lưới cung cấp dịch vụ tài chính*

Mạng lưới cung cấp dịch vụ là một trong những khâu then chốt đưa dịch vụ đến với khách hàng. Như đã phân tích trong chương II, ưu thế lớn nhất của VNPT là có thể tận dụng mạng lưới Bưu cục rộng khắp cả nước để phát triển các dịch vụ tài chính mới với chi phí thấp hơn so với các NHTM và các công ty bảo hiểm, vì đã có sẵn cơ sở vật chất và trang thiết bị tại các Bưu cục chỉ cần đầu tư thêm máy tính, bàn giao dịch là có thể triển khai một điểm phục vụ mới. Tuy nhiên, không phải cứ mở rộng mạng lưới cung cấp dịch vụ một cách tràn lan, mà cần phải nghiên cứu, tổ chức mạng lưới cung cấp dịch vụ một cách khoa học, thu hút được khách hàng, nâng cao hiệu quả phục vụ. Muốn vậy VNPT cần phải:



- Nghiên cứu nhu cầu của khách hàng ở từng vùng, từng khu vực để có hướng đầu tư vào các Bưu cục có vị trí phù hợp nhất. Chẳng hạn, tại các Bưu cục trung tâm hoặc các Bưu cục theo thống kê có khả năng thu hút được nhiều khách hàng sử dụng dịch vụ cần trang bị các phương tiện hiện đại để có thể phục vụ khách hàng nhanh nhất. Tính toán bán kính phục vụ giữa các Bưu cục sao cho hợp lý nhất, cân đối giữa các khu vực đông dân cư và trung tâm buôn bán thương mại có nhu cầu sử dụng dịch vụ nhiều với các vùng nông thôn xa xôi, dân cư thưa thớt. Đối với các Bưu cục phục vụ ở các vùng núi, vùng sâu, vùng xa phải tính toán cung độ sao cho tiện lợi cho các phương tiện giao thông và thói quen đi lại của khách hàng trong khu vực.

- Tăng cường mở rộng mạng lưới các chi nhánh, phòng giao dịch tại các khu chung cư, đô thị mới, khu chế xuất, trường đại học, các thành phố lớn có tiềm năng phát triển dịch vụ. Mở các trung tâm liên hệ giữa các đơn vị cung cấp dịch vụ với khách hàng để phục vụ các tầng lớp dân cư một cách nhiều nhất.

- Sẵn sàng đóng cửa các bưu cục nếu lưu lượng giao dịch thấp, không hiệu quả để đầu tư cho các Bưu cục khác. Hiện nay TKBD có 924 bưu cục mở dịch vụ nhưng thực tế chỉ có 837 Bưu cục hoạt động.

- Nhanh chóng phát triển mạng lưới cung cấp dịch vụ cả về quy mô và khả năng cung cấp dịch vụ, đồng thời xem xét nối mạng tất cả các Bưu cục cung cấp dịch vụ tài chính để đảm bảo các dịch vụ được cung cấp đồng bộ, thống nhất.

#### *b) Đa dạng hoá phương thức cung cấp dịch vụ*

- Bên cạnh phương thức cung cấp dịch vụ trực tiếp cho khách hàng thông qua các Bưu cục; điểm Bưu điện Văn hoá xã; các chi nhánh; với một số loại dịch vụ tài chính, VNPT nên mở rộng phương thức cung cấp dịch vụ dưới dạng đại lý, chẳng hạn dịch vụ chuyển tiền quốc tế, dịch vụ bảo hiểm nhân thọ và phi nhân thọ.

- Thời gian trước mắt VNPT nên phát triển quan hệ đại lý với các công ty chuyển tiền toàn cầu và các ngân hàng quốc tế đối với thị trường chuyển tiền truyền thống.

Thị trường truyền thống được xác định là các nước Mỹ, Anh, Đức, Canada, nơi có đông các kiều bào Việt Nam sinh sống. Việc mở rộng quan hệ đại lý nhằm mục tiêu tiếp cận và tận dụng thế mạnh tài chính, cơ sở vật chất kỹ thuật công nghệ của các công ty toàn cầu hay các Ngân hàng mạnh. Việc mở rộng quan hệ đại lý còn giúp VNPT tiết kiệm được chi phí ra nhập thị trường so với việc VNPT tự triển khai chi nhánh tại các thị trường này.

Đối tác mà VNPT cần quan tâm đó là Western Union, hệ thống chuyển tiền lớn nhất toàn cầu với hơn 130.000 điểm chi trả. Tại Việt Nam Western Union có hơn 2.500 điểm giao dịch tại các ngân hàng như Agribank, ACB, VIBank. Thế mạnh của Western Union không chỉ ở số điểm giao dịch mà còn ở chỗ công ty này đã đầu tư thích đáng để tạo lập một hệ thống giao dịch trực tuyến giữa các đại lý, kết quả là một giao dịch chuyển tiền qua Western Union giữa hai đại lý tại hai quốc gia khác nhau được hoàn tất trong một thời gian từ 5 đến 10 phút. Tuy nhiên khi hợp tác với Western Union thì VNPT không phải là đại lý độc quyền tại Việt Nam nên cần có những giải pháp để trở thành đại lý hàng đầu. Đó là tận dụng thế mạnh về mạng lưới bưu chính để chi trả kiều hối tại nhà, đầu tư nói mạng giao dịch trực tuyến, bổ sung phương thức trả tiền cho người nhận bằng ngoại tệ để tăng sức cạnh tranh.

- Dịch vụ chuyển tiền quốc tế của VNPT nên được mở ở các thị trường mới như các nước Malaysia, Đài Loan, Hàn Quốc, nơi có nhiều lao động Việt Nam làm việc. Cơ sở của việc phát triển thị trường theo hướng chủ động mở chi nhánh hoặc đại lý tại các nước này xuất phát từ xu hướng dịch chuyển của dòng tiền kiều hối do các lao động Việt Nam ở các quốc gia này gửi về gia đình. Số tiền do người Việt Nam định cư ở nước ngoài gửi về nước có xu hướng giảm trong khi đó số tiền do người đi xuất khẩu lao động gửi về ngày một tăng.

- Bảo hiểm Bưu điện cũng nên mở rộng các đại lý cung cấp dịch vụ tới các vùng trong cả nước đặc biệt là vùng sâu, vùng xa.

- Bảo hiểm nhân thọ bưu chính nên tận dụng cơ sở các bưu cục để mở rộng mạng lưới cung cấp tới người dân trên khắp cả nước.

Tiềm năng về việc mở rộng khả năng tiếp cận các dịch vụ bảo hiểm do VNPT cung cấp đối với người dân là rất lớn. Trong thời gian tới VNPT cần có một chiến lược mở rộng khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính của VNPT đến với người dân.

*c) Đẩy mạnh công tác quảng cáo, tiếp thị, tuyên truyền quảng bá các dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp*

Năm 2006 là năm đầu tiên VNPT triển khai chương trình “nhận diện thương hiệu VNPT”. Các hoạt động tuyên truyền, quảng bá về các dịch vụ bưu chính viễn thông nói chung và dịch vụ tài chính bưu điện nói riêng đã bắt đầu được quan tâm. Đây là cơ hội rất tốt để các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính trong VNPT một mặt độc lập triển khai các hoạt động marketing của mình, một mặt lồng ghép việc giới thiệu các dịch vụ tài chính như tiết kiệm bưu điện, chuyển tiền, bảo hiểm, thanh toán,... vào các chương trình truyền thông chung cho tất cả các dịch vụ của VNPT và các Bưu điện tỉnh thành.

Tuy nhiên, để khuyến khích khách hàng sử dụng dịch vụ tài chính do các đơn vị trong VNPT cung cấp thì cần phải tiến hành quảng cáo, tiếp thị, tuyên truyền quảng bá dưới nhiều hình thức khác nhau, mọi lúc mọi nơi để khách hàng thấy được lợi ích của việc sử dụng các dịch vụ này. Ngoài việc áp dụng các hình thức quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng hay có các chiến dịch quảng cáo riêng thì VNPT có thể phát triển các hình thức sau:

- Xây dựng trang web và liên tục cập nhật thông tin vào website để tiến hành các hoạt động giao dịch thương mại điện tử. Hiện nay các trang web của các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính trong VNPT đã được xây dựng, tuy nhiên việc cập nhật thông tin còn chưa liên tục và đầy đủ, các trang web còn rất nghèo nàn về nội dung. Các đơn vị có thể tận dụng các trang web này để quảng cáo các dịch vụ mới, các chính sách của doanh nghiệp, các chương trình khuyến mại, tạo sự phong phú cho các trang web, đồng thời cũng là một hình thức quảng cáo rất tốt cho đơn vị.

- Tăng cường quảng cáo trang web trên mạng. Do các dịch vụ tài chính Bưu điện là loại hình dịch vụ gắn liền với các phương tiện công nghệ hiện đại như máy tính và mạng Internet, điện thoại di động... nên khi quảng bá sản phẩm này cần kết hợp nhiều phương pháp, trong đó chú trọng các phương tiện truyền thông trên mạng vì những người có thể tiếp cận với các hình thức quảng cáo trực tuyến cũng là những người có khả năng sử dụng dịch vụ nhất. Các phương pháp quảng bá dịch vụ bao gồm:

+ Đưa website lên các công cụ tìm kiếm. Đưa thông tin về các sản phẩm, dịch vụ trên website của VNPT và các website tìm kiếm nổi tiếng như Google, Yahoo, Excite,... hay các website tìm kiếm ở trong nước như VDC, FPT,... khách hàng tiềm năng của VNPT sẽ tìm kiếm sản phẩm dịch vụ bằng cách vào công cụ tìm kiếm, sử dụng các từ có liên quan như “post” hay “e-payment”, công cụ tìm kiếm có thể lên tới hàng nghìn kết quả nhưng thông thường khách hàng chỉ xem 20 kết quả tìm kiếm đầu tiên. Do vậy cần phải đạt hiệu quả cao trên công cụ tìm kiếm, có rất nhiều cách để làm được việc này như: sử dụng đúng từ khoá, miêu tả tiêu đề đúng cách, mật độ đường liên kết trong webpage,... trong đó sử dụng từ khoá đúng cách là một trong những giải pháp quan trọng để đạt được vị trí cao trên công cụ tìm kiếm.

Quảng cáo website của VNPT và các dịch vụ tài chính bưu điện trên các website khác, đặt logo của VNPT hoặc tiêu đề (banner) trên các trang web có nhiều người truy cập như [www.vnexpress.net](http://www.vnexpress.net),... hoặc liên kết với các website khác để trao đổi logo.

+ Tăng cường gửi email giới thiệu website của đơn vị cung cấp dịch vụ: Đây là hình thức gửi email với số lượng lớn, một lần gửi từ vài nghìn đến vài trăm nghìn mail đến các đối tượng khách hàng tiềm năng mà VNPT hướng tới, thông báo website và cho phép họ kích chuột vào website ngay lập tức. Giải pháp này rất có hiệu quả nếu VNPT đã tiến hành những nghiên cứu thị trường và có được nhóm khách hàng và thị trường mục tiêu.

+ Tăng cường các hình thức quảng cáo ngoài tuyến (offline), quảng cáo trên tạp chí của ngành, các báo và tạp chí khác tùy theo từng loại sản phẩm, chẳng hạn như với thẻ tiết kiệm Bưu điện là sản phẩm dành cho nhóm khách hàng có thu nhập ổn định thì nên quảng cáo trên các tạp chí Heritage của Việt Nam Airline, các tạp chí kinh tế lớn, còn với các dịch vụ tài chính hiện tại thì có thể quảng cáo trên các báo và tạp chí bình thường khác nhưng chú ý đến việc in địa chỉ website và email kèm theo.

Với mục đích để các website quảng cáo cho hoạt động kinh doanh của VNPT thì bản thân hoạt động kinh doanh cũng phải quảng bá cho website đó, địa chỉ của website phải được đưa vào trong tất cả các tài liệu liên quan tới hoạt động kinh doanh như: danh thiếp của cán bộ, tờ rơi quảng cáo, catalogue, quần áo đồng phục, các phương tiện vận tải của đơn vị,...

Mở rộng cơ hội tiếp thị như tận dụng các cuộc triển lãm thương mại của ngành Bưu chính - Viễn thông hoặc ngân hàng để tiến hành quảng cáo các dịch vụ tài chính mà VNPT sắp triển khai để tìm khách hàng tiềm năng.

+ Tích cực quảng cáo thông qua đội ngũ cán bộ của VNPT. Đây là một hình thức quảng cáo trực tiếp, mang lại kết quả cao, dễ truyền tin và thông tin được lan truyền rất nhanh. VNPT bằng cách giáo dục cho cán bộ, nhân viên giao dịch học hỏi nâng cao kiến thức, hiểu biết về các dịch vụ tài chính mới, từ đó có thể tư vấn cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ.

*d) Tăng cường phát triển quan hệ hợp tác quốc tế trong việc cung cấp dịch vụ tài chính*

- Củng cố và phát huy quan hệ hợp tác với các đối tác truyền thống, xây dựng và phát triển các mối quan hệ trên cơ sở hai bên cùng có lợi. Phát triển hợp tác đa phương, tham gia vào hoạt động của các tổ chức khu vực và quốc tế về lĩnh vực dịch vụ tài chính, chủ động tham gia các hoạt động hợp tác kinh tế - kỹ thuật cũng như tham gia vào các hiệp hội, các diễn đàn quốc tế, chẳng hạn gia nhập các tổ chức quốc tế UPU về dịch vụ chuyển tiền để tăng cường chất lượng dịch vụ và mở rộng phạm vi cung cấp dịch vụ ra thị trường quốc tế.

- Thường xuyên phối hợp với các tổ chức, ngân hàng, tài chính trong nước và quốc tế như Hiệp hội ngân hàng tiết kiệm Châu Âu, Liên đoàn ngân hàng tiết kiệm Pháp, Nhật Bản,... thực hiện xây dựng hàng loạt sản phẩm tiết kiệm phù hợp với khách hàng tại Việt Nam, trong đó chú trọng tới nhóm khách hàng nông thôn.

- Thúc đẩy, khuyến khích, mở rộng hợp tác quốc tế về các lĩnh vực nghiên cứu, đào tạo, bồi dưỡng kiến thức, pháp luật, khoa học công nghệ về lĩnh vực tài chính Bưu điện với các nước trong khu vực và trên thế giới.

- Ưu tiên sử dụng vốn vay và viện trợ nước ngoài cho phát triển công nghệ thông tin phục vụ cho Bưu chính nói chung và dịch vụ tài chính nói riêng. Tranh thủ sự hỗ trợ về tài chính, kỹ thuật của các tổ chức tài chính và Bưu chính quốc tế để hiện đại hoá công nghệ và phát triển dịch vụ tài chính mới.

- Tiếp tục làm đại lý cho các tổ chức quốc tế trong việc cung cấp dịch vụ như: bảo hiểm nhân thọ với Prevoir, chuyển tiền cho Western Union để tận dụng công nghệ, đào tạo và kỹ năng quản lý.

- Đẩy mạnh việc liên doanh, liên kết, hợp tác với các tổ chức trong và ngoài nước để phát triển các dịch vụ mới hoặc để tận dụng đầu tư công nghệ.

- Tổ chức các hội thảo quốc tế, mời chuyên gia của các nước về lĩnh vực dịch vụ tài chính để học hỏi kinh nghiệm quản lý, tổ chức hoạt động kinh doanh và phát triển dịch vụ mới. Ngoài ra cử các đoàn cán bộ đi nghiên cứu, học tập kinh nghiệm phát triển dịch vụ tài chính ở các nước có dịch vụ tài chính phát triển.

### **3.2.8. Nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp trên thị trường**

#### ***3.2.8.1 Đẩy mạnh công tác điều tra, nghiên cứu thị trường dịch vụ tài chính***

Trong những năm qua, công tác điều tra, nghiên cứu thị trường dịch vụ tài chính của VNPT cũng như các đơn vị cung cấp dịch vụ tài chính trong VNPT chưa được quan tâm đúng mức, chưa có kế hoạch một cách bài bản, do vậy gây nhiều khó khăn cho doanh nghiệp trong việc đề ra các chiến lược phát triển dịch vụ, đặc biệt trong tình hình thị trường dịch vụ tài chính đang có sự cạnh tranh mạnh mẽ. Đẩy mạnh công tác điều tra, nghiên cứu thị trường dịch vụ tài chính của VNPT nên tập trung vào việc:

- Nghiên cứu nhu cầu của khách hàng đối với dịch vụ tài chính mà VNPT cung cấp để có chiến lược marketing phù hợp. Nghiên cứu nhu cầu của khách hàng là nghiên cứu thói quen tiêu dùng của họ, nghiên cứu đòi hỏi của khách hàng đối với dịch vụ tài chính Bưu điện và nghiên cứu thái độ của khách hàng đối với dịch vụ mà VNPT cung cấp. Trên cơ sở nghiên cứu nhu cầu của khách hàng từ đó nâng cao khả năng thích ứng của dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp nhằm thu hút được khách hàng ngày một đông.

- Tăng cường triển khai và thực hiện các hoạt động nghiên cứu đối thủ cạnh tranh. Trên cơ sở đó đánh giá mặt mạnh, mặt yếu của VNPT so với các đối thủ cạnh tranh trong việc cung cấp dịch vụ tài chính, từ đó có những giải pháp nhằm phát huy thế mạnh và hạn chế những điểm yếu của VNPT trong việc cung cấp dịch vụ tài chính. Ngoài ra còn cần nghiên cứu các yếu tố của thị trường dịch vụ tài chính: khả năng cung, cầu dịch vụ cũng như khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính của khách hàng, từ đó xác định cơ cấu thị trường và các yếu tố tác động đến khả năng phát triển dịch vụ tài chính của VNPT.

- Thường xuyên tổ chức thăm dò ý kiến khách hàng về chất lượng sản phẩm, dịch vụ tài chính mà VNPT cung cấp, từ đó có những biện pháp nâng cao chất lượng dịch vụ đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

- Điều tra, nghiên cứu thị trường để có những đánh giá về thị trường hiện tại và xác định thị trường tiềm năng cho các sản phẩm tài chính Bưu điện; xác định nhu cầu đặc thù của khách hàng ở các vùng nông thôn, khách hàng là đối tượng nghèo và đại bộ phận khách hàng sử dụng dịch vụ thông qua hệ thống bưu cục, từ đó thiết kế các sản phẩm tài chính phù hợp với những đối tượng này.

### ***3.2.8.2 Đẩy mạnh hoạt động khuyến thị và chăm sóc khách hàng***

- Thường xuyên tổ chức hội nghị khách hàng tại các địa phương trên toàn quốc. Đây là dịp để VNPT có thể giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ mới, đồng thời lắng nghe ý kiến đóng góp của khách hàng về việc sử dụng các dịch vụ tài chính mà VNPT cung cấp. Mặt khác cũng thông qua hội nghị này, VNPT có cơ hội để cảm ơn đối với khách hàng, tuyên dương những khách hàng lớn bằng

những phần thưởng, quà tặng tạo niềm tự hào cho họ trước những khách hàng khác, từ đó tạo được sự gắn kết chặt chẽ giữa doanh nghiệp với đối tượng khách hàng này. Cũng thông qua hội nghị VNPT và khách hàng có những cuộc giao lưu để tìm hiểu nhu cầu mới của khách hàng từ đó doanh nghiệp có kế hoạch mới trong việc phát triển các dịch vụ tài chính phù hợp.

- Để chăm sóc khách hàng chu đáo, ấn tượng, VNPT cần nắm được những thông tin về khách hàng như: ngày sinh nhật, ngày thành lập công ty, ngày cưới,... từ đó có những món quà phù hợp nhằm gây được cảm tình từ phía khách hàng.

- Công tác chăm sóc khách hàng còn được thể hiện ở việc giao dịch giữa nhân viên bưu điện và khách hàng. Nhân viên cần có thái độ lịch sự, thân thiện, cởi mở trong quá trình giao tiếp, hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch vụ. Mặt khác, việc bố trí bàn giao dịch thay vì quầy giao dịch cũng là cách tạo sự gần gũi với khách hàng.

- Thường xuyên tổ chức các chương trình khuyến mại cho các khách hàng lớn, thiết kế các sản phẩm đi kèm, tư vấn dịch vụ miễn phí, tặng các vật dụng có ý nghĩa cho khách hàng, đó là cách tốt nhất chăm sóc khách hàng, tạo cho khách hàng sự thoải mái trong quá trình sử dụng dịch vụ, đó cũng là cách giữ khách hàng tốt nhất.

### ***3.2.8.3 Tăng cường năng lực của cán bộ quản lý, khai thác dịch vụ***

Để phát triển các dịch vụ tài chính, coi kinh doanh dịch vụ tài chính là một lĩnh vực kinh doanh quan trọng nhằm tăng doanh thu, lợi nhuận cho Tập đoàn thì một trong những việc quan trọng là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Để có thể nâng cao chất lượng nguồn nhân lực VNPT cần phải:

- Có chiến lược đào tạo nguồn nhân lực một cách bài bản cả về đội ngũ cán bộ quản lý, cán bộ khoa học và nhân viên khai thác dịch vụ. Tăng cường đầu tư cho đào tạo phát triển nguồn nhân lực để có đội ngũ cán bộ, nhân viên trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ tài chính có năng lực chuyên môn, có khả năng làm chủ công nghệ mới và có các kỹ năng tối thiểu để có thể tham gia kinh doanh các dịch vụ tài chính hiện đại với công nghệ ngày càng phát triển.



- VNPT cần tổ chức các lớp đào tạo ngắn, trung và dài hạn, phối hợp với các Trung tâm đào tạo của Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông đưa các môn học, giáo trình về lĩnh vực tài chính, ngân hàng, bảo hiểm vào chương trình giảng dạy, đào tạo trong các Trung tâm đào tạo, các Trường Đại học, các Trường Cao đẳng của VNPT để đào tạo đội ngũ cán bộ am hiểu về lĩnh vực tài chính, ngân hàng.

- Hoàn thiện về nội dung, chất lượng của các chương trình đào tạo:

+ Nội dung đào tạo cần đạt được mục tiêu là nâng cao trình độ về nghiệp vụ thực hiện dịch vụ, marketing dịch vụ, công nghệ của các dịch vụ tài chính, ngân hàng hiện đại. Tổ chức đào tạo theo các lớp chuyên biệt hoặc phối hợp với các lớp tập huấn có liên quan trực tiếp trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng, bảo hiểm giúp đội ngũ nhân viên trong lĩnh vực Bưu chính quen dần với công nghệ thông tin và công nghệ ngân hàng hiện đại.

+ Gắn kết quả đào tạo với việc bố trí sử dụng cán bộ theo đúng người, đúng việc, tích cực luân chuyển cán bộ để sắp xếp công việc phù hợp nhất với năng lực chuyên môn của từng người và tạo động lực phấn đấu cho các nhân viên, khuyến khích người lao động làm việc năng động, sáng tạo thông qua cơ chế lương, thưởng.

- Cùng với đào tạo nâng cao kiến thức cho đội ngũ nhân viên cần có quy hoạch đào tạo các cán bộ quản lý một cách toàn diện cả về nghiệp vụ, kỹ năng quản lý, trình độ tin học và ngoại ngữ mới có thể đáp ứng yêu cầu quản lý trong giai đoạn hiện nay.

- Nâng cao chất lượng tuyển dụng nguồn nhân lực bằng cách:

+ Đưa thông tin tuyển dụng lên các phương tiện thông tin đại chúng với yêu cầu về trình độ và năng lực đối với các vị trí cần tuyển dụng. Thuê các chuyên gia giỏi trong và ngoài ngành thực hiện nội dung thi tuyển để tìm người có năng lực tốt.

+ Đối tượng tuyển dụng là các cán bộ đã được đào tạo chuyên sâu về tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, chứng khoán. Có chính sách riêng về việc tuyển

dụng những vị trí quản lý và chuyên gia nhằm tìm ra những người thực tài và sử dụng đúng người, đúng việc. Đồng thời có chế độ sử dụng và đãi ngộ với những cán bộ giỏi nhằm giữ và thu hút nhân tài trên cơ sở cơ chế trả lương, thưởng theo năng lực công tác.

- Chú trọng phát triển văn hoá doanh nghiệp, tạo cho mỗi cán bộ, công nhân viên niềm tự hào được ở trong doanh nghiệp, để tự họ phấn đấu nâng cao năng lực, trình độ và ứng xử theo văn hoá của doanh nghiệp.

- Đặc biệt quan tâm đến đội ngũ đại lý, cộng tác viên là người Việt Nam sinh sống ngay trong cộng đồng lao động tại các nước để phát triển dịch vụ chuyển tiền quốc tế. Với con số 60.000 lao động Việt Nam xuất khẩu ở nước ngoài cho thấy một tiềm năng rất lớn về dịch vụ kiều hối.

### **3.3 CÁC KIẾN NGHỊ**

#### **3.3.1 Kiến nghị với Nhà nước**

- Để đẩy nhanh tiến trình hội nhập quốc tế, Chính phủ khẩn trương nghiên cứu và xây dựng chiến lược phát triển tổng thể thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam, trong đó cần xác định rõ lộ trình mở cửa cho từng giai đoạn, lĩnh vực, gỡ bỏ dần các hạn chế về giao dịch qua biên giới và sự hiện diện thương mại của các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài... Nhanh chóng hoàn thiện hệ thống khung pháp luật để tạo điều kiện thuận lợi về hành lang pháp lý cho các hoạt động dịch vụ tài chính phát triển.

- Nghiên cứu xem xét điều chỉnh mô hình hoạt động của Dịch vụ tiết kiệm Bưu điện cho phù hợp với khả năng huy động vốn từ dân cư và yêu cầu sử dụng có hiệu quả nguồn vốn này bằng cách cấp phép hoạt động ngân hàng cho VPSC tạo điều kiện cho dịch vụ Tiết kiệm Bưu điện có thể trở thành một ngân hàng Bưu điện, nhằm đảm bảo phát huy tối đa thế mạnh về mạng lưới sẵn có của Tập đoàn BC-VT Việt Nam. Đồng thời tạo điều kiện cho Tập đoàn BC-VT Việt Nam có thể tận dụng kênh huy động vốn này cho đầu tư phát triển mạng Viễn thông và Bưu chính quốc gia ngày càng hiện đại.

- Nhà nước cần có chính sách quản lý giá các loại dịch vụ tài chính như phí các dịch vụ bảo hiểm, tư vấn tài chính, phí thanh toán, phí tư vấn đầu tư chứng khoán v.v. theo hướng Nhà nước xác định mức giá trần đối với từng loại dịch vụ tài chính này, trên cơ sở đó các chủ thể cung cấp dịch vụ cạnh tranh nhau về giá trong phạm vi mức trần cho phép. Bên cạnh đó Nhà nước tạo điều kiện tăng cường tính cạnh tranh trên thị trường để thị trường tự hình thành mức giá phù hợp.

### **3.3.2 Kiến nghị với Bộ Tài chính**

- Sớm ban hành quy chế tài chính quy định cho các tập đoàn kinh tế ở Việt Nam để tạo điều kiện cho các tập đoàn trong đó có Tập đoàn BC- VT Việt Nam hoạt động và phát triển.

- Để đảm bảo cho tiết kiệm Bưu điện hoạt động có hiệu quả, đề nghị Bộ Tài chính thông báo kịp thời mức lãi suất trần huy động trái phiếu Chính phủ hàng tháng cho Ngân hàng phát triển và ngân hàng chính sách xã hội làm căn cứ tính lãi suất cho vay của tiết kiệm Bưu điện với hai tổ chức này.

### **3.3.3 Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước**

- Sớm ban hành các quy định cụ thể cho việc thực thi các nghiệp vụ mà công ty tài chính được thực hiện theo nghị định 79 để công ty triển khai hiệu quả các dịch vụ này.

- Cần hoạch định các chiến lược về phát triển dịch vụ thanh toán điện tử cho toàn hệ thống NHTM và các tổ chức tín dụng.

- Sớm nghiên cứu và triển khai đề án thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2006 - 2010 và định hướng đến năm 2020 nhằm mục tiêu đáp ứng nhu cầu thanh toán của nền kinh tế với các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt an toàn, hiệu quả, sử dụng thuận tiện, có khả năng từng bước thay thế tiền mặt trong lưu thông; tăng cường năng lực cạnh tranh của các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán trên thị trường; góp phần thực thi có hiệu quả chính sách tiền tệ quốc gia; đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế.

### 3.3.4 Kiến nghị với Bộ Thông tin và Truyền Thông

- Sớm phê duyệt điều lệ tổ chức và hoạt động của Tổng công ty Bưu chính, đơn vị quản lý Công ty Dịch vụ tiết kiệm Bưu điện và Công ty cổ phần Bảo hiểm Bưu điện trên cơ sở đó xác định rõ loại hình doanh nghiệp để Tổng công ty Bưu chính có cơ sở xem xét phê duyệt điều lệ tổ chức và hoạt động của công ty VPSC và PTI, tạo điều kiện cho các đơn vị này nâng cao khả năng cung cấp dịch vụ tài chính.

- Bộ Tài chính, Bộ Thông tin và Truyền thông, Ngân hàng Nhà nước cần có qui chế thích hợp qui định cụ thể về mức độ an toàn vốn, khả năng thanh toán và quản lý tài sản của TKBD trên cơ sở kết quả kiểm toán và thanh tra nhằm bảo vệ khách hàng mua và sử dụng dịch vụ TKBD.

\*

\*                    \*

Trên cơ sở quan điểm và định hướng phát triển dịch vụ tài chính của Đảng và Nhà nước ta, Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam đã cụ thể hoá trong định hướng, chiến lược phát triển của Tập đoàn, coi kinh doanh dịch vụ tài chính là một hướng đi đúng đắn cho việc đa dạng hoá các hình thức huy động vốn của Tập đoàn.

Mặt khác, trên cơ sở nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính do Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam cung cấp và khả năng phát triển dịch vụ tài chính của Tập đoàn mà tác giả luận án đã nghiên cứu đề xuất những giải pháp phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam.

Hệ thống các giải pháp phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam phải đáp ứng những yêu cầu cơ bản của việc phát triển dịch vụ tài chính trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế đó là các giải pháp sau:

Hoàn thiện mô hình tổ chức của các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam; Nâng cao hiệu lực quản lý của Tập đoàn đối với các hoạt động dịch vụ tài chính; nâng cao tiềm lực tài chính cho các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính trong Tập đoàn; phát triển các định chế tài chính trong VNPT theo hướng hình thành trung tâm thanh toán bù trừ trong Tập đoàn BC-VT Việt Nam; đa dạng hoá các loại hình dịch vụ tài chính, phát triển các dịch vụ tài chính mới do các chủ thể của VNPT cung cấp; nâng cao chất lượng dịch vụ; hoàn thiện chính sách giá cước; mở rộng khả năng tiếp cận của khách hàng đối với dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp; nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp trên thị trường.

Để thực hiện được các giải pháp trên cần có sự hỗ trợ rất lớn từ phía Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Bộ Thông tin và Truyền thông, Ngân hàng Nhà nước, Bộ Tài chính và Nhà nước. Chính vì vậy tác giả đã đưa ra hàng loạt các kiến nghị với các cơ quan hữu quan, yêu cầu các cơ quan này tạo điều kiện để các giải pháp trên có thể thực hiện một cách khả thi.

## KẾT LUẬN

Trong các tập đoàn kinh tế trên thế giới, hệ thống các định chế tài chính (kinh doanh các dịch vụ tài chính) có vai trò rất quan trọng đến sự tồn tại và phát triển của tập đoàn. Các định chế này có sự liên kết, ràng buộc hình thành trung tâm kinh doanh và đầu tư tài chính của Tập đoàn. Ở Việt Nam, cùng với quá trình đổi mới nền kinh tế, các tập đoàn kinh doanh đã được thí điểm thành lập với mô hình các tổng công ty Nhà nước. Trong các tổng công ty một số định chế tài chính đã được thành lập nhằm mục đích kinh doanh các dịch vụ tài chính. Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam cũng ra đời trong bối cảnh trên.

Hiện nay Tập đoàn BC-VT Việt Nam đang trong quá trình hoàn thiện dần tổ chức theo hướng kinh doanh đa ngành, đa lĩnh vực trong đó BC-VT là ngành kinh doanh chính. Để có thể xây dựng thành công Tập đoàn BC-VT Việt Nam, việc huy động và sử dụng đa dạng các nguồn lực trong nội bộ Tập đoàn cũng như các thành phần kinh tế trong xã hội đảm bảo đáp ứng đầy đủ và kịp thời nhu cầu vốn tín dụng đầu tư cho Tập đoàn là một việc làm có ý nghĩa thiết thực. Để đạt được mục tiêu trên, việc phát triển các dịch vụ tài chính trong Tập đoàn BC-VT Việt Nam cần phải được quan tâm đúng mức.

Với ý nghĩa đó, luận án đã đi sâu phân tích cả về lý luận và thực tiễn vấn đề phát triển dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế, đã bước đầu đạt được một số kết quả sau:

- Hệ thống hóa những vấn đề lý luận chung về dịch vụ tài chính và phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế .

- Nghiên cứu chỉ ra những vấn đề có tính lý luận về sự cần thiết phải phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế, chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ tài chính và điều kiện để phát triển dịch vụ tài chính trong tập đoàn kinh tế.

- Nghiên cứu kinh nghiệm phát triển dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế trên thế giới thông qua việc phát triển các định chế tài chính và rút ra bài học kinh nghiệm cho các tập đoàn kinh tế của Việt Nam.

- Phân tích thực trạng phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bru chính Viễn thông Việt Nam, từ đó đánh giá những kết quả đạt được, những hạn chế và nguyên nhân của các hạn chế.

Trên cơ sở những vấn đề lý luận và thực tiễn về việc phát triển dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế trên thế giới nói chung và Tập đoàn Bru chính Viễn thông Việt Nam nói riêng, căn cứ vào định hướng phát triển dịch vụ tài chính của Đảng và Nhà nước ta; chiến lược phát triển của Tập đoàn Bru chính Viễn thông Việt Nam; khả năng phát triển dịch vụ tài chính của Tập đoàn; nhu cầu sử dụng dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp, tác giả đã đưa ra hệ thống các giải pháp và kiến nghị toàn diện và khả thi nhằm phát triển dịch vụ tài chính của Tập đoàn Bru chính Viễn thông Việt Nam:

*Thứ nhất:* Hoàn thiện mô hình tổ chức của các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính trong Tập đoàn BC - VT Việt Nam; Nâng cao hiệu lực quản lý của Tập đoàn đối với các hoạt động dịch vụ tài chính.

*Thứ hai:* Nâng cao tiềm lực tài chính cho các chủ thể cung cấp dịch vụ tài chính trong Tập đoàn.

*Thứ ba:* Phát triển các định chế tài chính trong VNPT theo hướng hình thành trung tâm thanh toán bù trừ trong Tập đoàn BC-VT Việt Nam.

*Thứ tư:* Đa dạng hoá các loại hình dịch vụ tài chính, phát triển các dịch vụ tài chính mới do các chủ thể của VNPT cung cấp.

*Thứ năm:* Nâng cao chất lượng dịch vụ.

*Thứ sáu:* Hoàn thiện chính sách giá cước.

*Thứ bảy:* Mở rộng khả năng tiếp cận của khách hàng đối với dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp.

*Thứ tám:* Nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ tài chính do VNPT cung cấp trên thị trường.

*Thứ chín:* Các kiến nghị đối với Nhà nước; Bộ Tài chính; Ngân hàng Nhà nước; Bộ Thông tin và Truyền thông.

Các tập đoàn kinh tế ở Việt Nam đang trong quá trình thí điểm thành lập. Bởi vậy nghiên cứu việc phát triển dịch vụ tài chính trong Tập đoàn Bru chính Viễn thông Việt Nam là một vấn đề rất mới, tác giả đã cố gắng tìm tòi, vận dụng thực tiễn phát triển dịch vụ tài chính thông qua việc phát triển các định chế tài chính trong các tập đoàn kinh tế trên thế giới và việc phát triển các dịch vụ tài chính trên thị trường tài chính Việt Nam vào Tập đoàn BC-VT Việt Nam để đưa ra các giải pháp phù hợp với thực tế của Tập đoàn Bru chính Viễn thông Việt Nam, nhưng luận án không tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả luận án kính mong sự đóng góp ý kiến của các thầy cô giáo, các nhà khoa học, các nhà nghiên cứu cũng như các độc giả quan tâm để luận án được hoàn thiện.



**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ**

1. Vũ Thị Xuân Hương (2004), “Giải pháp tài chính - Tín dụng hỗ trợ phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ ở nông thôn Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế & phát triển*, (82), tr. 23-25.
2. Vũ Thị Xuân Hương (2007), “Bàn về khả năng cung cấp dịch vụ tài chính của Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế & Phát triển số chuyên san Khoa Ngân hàng*, tr. 73-75.
3. Vũ Thị Xuân Hương (2007), “Một số suy nghĩ về phát triển dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế ở Việt Nam”, *Tạp chí Ngân hàng*, (2), tr. 32-37.
4. Vũ Thị Xuân Hương (2007), “Điều kiện phát triển dịch vụ tài chính trong các tập đoàn kinh tế”, *Tạp chí thị trường tài chính tiền tệ*, (23), tr. 20-23, 34.
5. Vũ Thị Xuân Hương (2008), “Đánh giá khả năng phát triển dịch vụ tài chính của Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam”, *Tạp chí Ngân hàng*, (5), tr. 39-42.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### I. TÀI LIỆU TIẾNG VIỆT:

1. Bộ Tài chính (2000), *Dự thảo sửa đổi bổ sung Quyết định 215/1998/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ*, Hà nội.
2. Bộ Tài chính (2003), *Giải pháp phát triển dịch vụ Tài chính - Kế toán trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Hà Nội.
3. Bộ Tài chính (2004), *Quyết định số 55/2004/QĐ-BTC ngày 17/6/2004 của Bộ trưởng Bộ Tài chính Về việc ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của công ty chứng khoán*, Hà Nội.
4. Bộ Tài chính (2007), *Tạp chí Tài chính các năm 2000 - 2007*, Hà Nội.
5. Thái Bá Cẩn - Trần Nguyễn Nam (2004), *Phát triển thị trường dịch vụ tài chính Việt Nam trong tiến trình hội nhập*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội.
6. Minh Châu (2005), *Tập đoàn kinh tế và một số vấn đề về xây dựng tập đoàn kinh tế ở Việt Nam*, Nhà xuất bản Bưu điện, Hà Nội.
7. Chính phủ nước CHXHCNVN (2001), *Quyết định số 158/2001/QĐ-TTg ngày 18/10/2001 của Thủ tướng Chính phủ Về việc phê duyệt chiến lược phát triển Bưu chính - Viễn thông Việt Nam đến năm 2020*, Hà Nội.
8. Chính phủ nước CHXHCNVN (2002), *Nghị định số 79/2002/NĐ-CP về tổ chức và hoạt động của công ty tài chính*, Hà nội.
9. Chính phủ nước CHXHCNVN (2003), *Chiến lược phát triển thị trường bảo hiểm Việt Nam từ năm 2003 đến năm 2010*, Hà Nội.
10. Chính phủ nước CHXHCNVN (2004), *Chiến lược tài chính - tiền tệ 2001-2010*, Hà Nội.
11. Công ty Cổ phần Bảo hiểm Bưu điện (2006), *Báo cáo Đại hội cổ đông các năm 2001 - 2006*, Hà Nội.

12. Công ty Dịch vụ Tiết kiệm Bưu điện (2006), *Báo cáo tổng kết các năm 1999-2006*, Hà Nội.
13. Công ty Tài chính Bưu điện (2006), *Báo cáo tài chính các năm 1999 - 2006*, Hà Nội.
14. David Cox (1997), *Nghiệp vụ Ngân hàng hiện đại*, Nhà xuất bản chính trị Quốc gia, Hà Nội.
15. Hồ Diệu (1998), *Các định chế Tài chính*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
16. Đại sứ quán Canada và Bộ Thương mại (2003), *Tài liệu hội thảo tập huấn về đàm phán dịch vụ tài chính trong GATS do đại sứ quán Canada và Bộ Thương mại tổ chức*, Hà Nội.
17. Đảng Cộng sản Việt nam (2005), *Văn kiện đại hội Đảng toàn quốc lần thứ X*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
18. Đàm Minh Đức (2004), “Hệ thống định chế tài chính trong một số tập đoàn kinh doanh trên thế giới”, *Tạp chí thị trường tài chính tiền tệ*, (4), tr. 43-46.
19. Edward W.Reed và Edward K.Gill (1993), *Ngân hàng Thương mại*, Nhà xuất bản Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.
20. Frederic S.Mishkin (1995), *Tiền tệ, ngân hàng và thị trường tài chính*, Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội.
21. Phạm Thị Thi Giang (2004), *Một số vấn đề về Pháp luật chứng khoán và thị trường chứng khoán ở Việt Nam*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
22. Trần Hương Giang (2006), *Nghiên cứu đề xuất giải pháp phát triển dịch vụ tài chính Bưu điện của Tổng công ty Bưu chính Việt Nam*, Đề tài cấp Tổng công ty, Viện Kinh tế Bưu điện, Hà Nội.
23. Trần Thị Thái Hà (2001), *Nghề môi giới chứng khoán*, Nhà xuất bản chính trị Quốc gia, Hà Nội.
24. Võ Đình Hào (1993), *Các công cụ tài chính trong nền kinh tế thị trường*, Viện khoa học tài chính, Hà Nội.
25. Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam (2007), *Tạp chí thị trường tài chính tiền tệ các năm 2000 - 2007*, Hà Nội.

26. Học viện Ngân hàng (1999), *Marketing dịch vụ tài chính*, Nhà xuất bản thống kê, Hà Nội.
27. Đào Văn Hùng (2000), *Báo cáo đánh giá dự án tín dụng nông thôn do ADB tài trợ*, Trung tâm tư vấn và bồi dưỡng về tài chính vi mô, Hà Nội.
28. Đào Văn Hùng (2005), *Phát triển hoạt động tài chính vi mô ở Việt Nam*, Nhà xuất bản lao động xã hội, Hà Nội.
29. Đoàn Thị Thu Hương (2004), *Giải pháp nâng cao vai trò của các tổ chức tài chính phi ngân hàng trong Tổng công ty Bưu chính - Viễn thông Việt Nam*, Luận văn thạc sỹ kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
30. Joanna Ledgerwood (2001), *Cẩm nang hoạt động tài chính vi mô nhìn nhận từ góc độ tài chính và thể chế*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
31. Trương Mộc Lâm (2001), *Một số vấn đề pháp lý trong kinh doanh bảo hiểm*, Tổng công ty Bảo hiểm Việt Nam, Hà Nội.
32. Hồ Kỳ Minh (2002), *Giải pháp hoàn thiện và phát triển hoạt động của Công ty Tài chính Bưu điện Việt Nam*, Luận án tiến sỹ kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
33. Nguyễn Thị Mùi (1999), *Giáo trình quản lý và kinh doanh tiền tệ*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội.
34. Nguyễn Đăng Nam (2003), “Vai trò của các công ty tài chính trong việc phát triển thị trường tài chính ở Việt Nam”, *Tạp chí tài chính*, (12), tr.37-40.
35. Nguyễn Đăng Nam (2004), “Nâng cao năng lực cạnh tranh của các dịch vụ tài chính Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế”, *Tạp chí tài chính*, (12), tr. 39- 41 .
36. Ngân hàng nhà nước Việt Nam (2000), *Các văn bản pháp luật về ngân hàng tập I, II, III*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
37. Ngân hàng nhà nước Việt Nam (2001), *Kế hoạch và chiến lược phát triển hệ thống ngân hàng Việt Nam*, Hà Nội.
38. Ngân hàng nhà nước Việt Nam (2007), *Tạp chí Ngân hàng các năm 2000 - 2007*, Hà Nội.

39. Lê Nguyên (1999), *Bảo lãnh Ngân hàng và tín dụng dự phòng*, Nhà xuất bản Thống kê Tài chính, Hà Nội.
40. Nguyễn Đình Phan (1996), *Thành lập và quản lý các tập đoàn kinh doanh ở Việt Nam*, Nhà xuất bản chính trị Quốc gia, Hà Nội.
41. Đặng Văn Quang (1998), “Hoàn thiện mô hình tổ chức và cơ chế nghiệp vụ ngân hàng phục vụ người nghèo”, *Tạp chí Kinh tế phát triển*, (90), tr. 22-27.
42. Quốc hội nước CHXHCNVN (2000), *Luật kinh doanh Bảo hiểm*, Hà Nội.
43. Thủ tướng Chính phủ nước CHXHCNVN (2005), *Quyết định số 270/2005/QĐ-TTg ngày 31/10/2005 của Thủ tướng Chính phủ Về việc tổ chức huy động, quản lý và sử dụng nguồn gửi tiết kiệm Bưu điện*, Hà Nội.
44. Thủ tướng Chính phủ nước CHXHCNVN (2006), *Quyết định số 06/2006/QĐ-TTg ngày 09/01/2006 của Thủ tướng Chính phủ Về việc thành lập công ty Mẹ tập đoàn Bưu chính - Viễn thông Việt Nam*, Hà Nội.
45. Thủ tướng Chính phủ nước CHXHCNVN (2005), *Quyết định số 58/2005/QĐ-TTg ngày 20/3/2005 của Thủ tướng Chính phủ Về việc phê duyệt Đề án thí điểm hình thành Tập đoàn Bưu chính - Viễn thông Việt Nam*, Hà Nội.
46. Nguyễn Mạnh Tôn (1994), *Công nghệ ngân hàng dành cho các nước đang phát triển*, Ngân hàng Thế giới, Hà Nội.
47. Tổng công ty Bưu chính - Viễn thông Việt Nam (1997), *Các văn bản liên quan đến tổ chức và hoạt động của Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam - Tập I*, Nhà xuất bản Bưu điện, Hà Nội.
48. Tổng công ty Bưu chính - Viễn thông Việt Nam (1998), *Các văn bản liên quan đến tổ chức và hoạt động của Tổng công ty Bưu chính Viễn thông Việt Nam - Tập II*, Nhà xuất bản Bưu điện, Hà Nội.
49. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân (2007), *Tạp chí Kinh tế & Phát triển các năm 2000 - 2007*, Hà Nội.
50. Nguyễn Minh Tuấn (2006), *Phát triển dịch vụ tài chính hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội .

51. Trần Huy Trung (2005), *Government Policy to develop the life insurance in Vietnam*, Luận án thạc sỹ MBA, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
52. Nguyễn Anh Thư (2006), *Phương án tham gia thị trường chứng khoán của các doanh nghiệp trong Tập đoàn Bưu chính Viễn thông Việt Nam*, Đề tài cấp Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông Việt Nam, Viện Kinh tế Bưu điện, Hà Nội.
53. UNDP (1996), *Tài chính vi mô tại Việt Nam*, Hà Nội.
54. Ủy ban Chứng khoán nhà nước (2002), *Chiến lược phát triển thị trường chứng khoán Việt Nam*, Hà Nội.
55. Viện Khoa học Tài chính (1996), *Từ điển thuật ngữ Tài chính tín dụng*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội.
56. Viện Kinh tế và Chính trị thế giới (2007), *Tạp chí Kinh tế thế giới các năm 2000 - 2007*, Hà Nội.

## II. TÀI LIỆU TIẾNG ANH

57. Adams, D.W and R.C Vogel (1986), *Rural Financial Markets in low income Countries: Recent controversies and lessons*, world Development, vol 14.
58. APRACA (1996), *Group lending Approach to rural Financial in Asian countries*, Bangkok - Thailand.
59. Federation of Bankers Associations of Japan(2003), *The Banking system in Japan*,Tokyo.
60. Gupta, K.L and R.Lensinh (1996), *Financial liberation and Investment*, Routledge, NewYork.
61. Harris, J., (1982), *Rural Development: Theory of Peasant Economy and Argarian Change*, Routledge Press, NewYork.
62. Hans Boon (2004), *The role of postal Network in Expanding Access to Financial services*,Financial Intitutions, Amsterdam.
63. Mark J.Scher (2001), *Postal savings and the provision of financial services: Policy issues and Asian experiences in the use of the postal infrastructure for savings mobilization*, Tokyo.

64. Robinson M, *Microfinance in Vietnam (1996): A Preliminary view*, UNDP, HaNoi.
65. Samantha Jane Hung (1997), *saving Mobilisation in Rural Vietnam*, UNICEF, HaNoi.
66. WTO (1997), *ng Markets in Financial services and The role of the GATS*.
67. <http://www.CNooc.com>, 2002.
68. <http://www.ge.com>, 2002.
69. <http://www.lg.com>, 2002.
70. <http://www.Siemens.com>, 2002.
71. <http://www.Samsung.com>, 2002.

**PHỤ LỤC****PHỤ LỤC 1: SO SÁNH CƯỚC DỊCH VỤ CHUYỂN TIỀN***Đơn vị tính: Đồng*

	TCT	ĐCT	CTN	Chuyển tiền qua NHTM	Chuyển tiền dịch vụ ngoài
Giá cước (tính cho mức 3-5 tr.đồng)	51.818	51.818 + 6.180 (cước điện báo)	61.818 (cước đến các tỉnh thành phố)	10.000	10.000
Thời gian	Không thông báo	Không thông báo	Trong thời gian 24h	Trong ngày	Trong ngày
Thủ tục	Giấy báo	Giấy báo	Giấy báo hoặc điện thoại	Điện thoại, khách hàng tự thông báo	Điện thoại, khách hàng tự thông báo

*(Nguồn: Công ty dịch vụ tiết kiệm Bưu điện)***PHỤ LỤC 2 : MẠNG LƯỚI HOẠT ĐỘNG CỦA HỆ THỐNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

NHTM Nhà nước	Chi nhánh		Quan hệ đại lý với các ngân hàng	Điểm giao dịch
	Trong nước	Ngoài nước		
NH NN&PT NT	1.800		> 900	
NH Ngoại thương	28	4	> 1.200 tại 85 nước	
NH Công thương	130		430	700
NH Đầu tư và phát triển	102		565 NH nước ngoài	
NH Phát triển nhà ĐBSCL	100			

*(Nguồn: Ngân hàng Nhà nước Việt nam)*



### PHỤ LỤC 3 : DỰ BÁO NHU CẦU DỊCH VỤ TÀI CHÍNH

#### 1. Dự báo nhu cầu dịch vụ chuyển tiền truyền thống:

- **Các căn cứ để dự báo:**

- Tình hình thu nhập số liệu từ năm 2001 đến năm 2006

Phân tích thực trạng phát triển dịch vụ này ở Việt Nam

Phân tích các dấu hiệu dự báo: Mục đích cần đạt được dự báo là gì? Hiện tượng dự báo có cho phép mô hình hóa ở mức nào, điều kiện thông tin dữ liệu...

Các yếu tố tác động đến thị trường chuyển tiền truyền thống

Qua phân tích chung ta nhận thấy rằng dịch vụ chuyển tiền truyền thống có tốc độ tăng trưởng từ 10% đến 30% tăng dần qua các năm trong giai đoạn 1992-1997, sau đó tốc độ tăng giảm dần. Đến năm 2005, sản lượng dịch vụ bắt đầu có dấu hiệu sụt giảm. Nguyên nhân là do giai đoạn từ năm 1998 trở đi, dịch vụ này gặp phải sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ cạnh tranh của Bưu điện là ngân hàng, các tổ chức tài chính trong nước và nước ngoài kể cả tư nhân...

- **Lựa chọn phương pháp dự báo:**

Sau quá trình tiến hành dự báo bằng các phương pháp khác nhau, chúng tôi đã lựa chọn phương pháp phù hợp với dự báo nhu cầu dịch vụ chuyển tiền truyền thống đó là phương pháp ngoại suy xu thế. Cơ sở khoa học của phương pháp này là dựa trên mối quan hệ kế thừa giữa ba trạng thái phát triển của đối tượng dự báo: quá khứ, hiện tại và tương lai. Ba trạng thái đó chuyển tiếp liên tục cho nhau và hình thành nên quy luật phát triển.

Có nhiều phương pháp để ước lượng hàm xu thế, nhưng phương pháp phổ biến trong thực tế, đảm bảo cơ sở toán học là phương pháp bình phương nhỏ nhất, chúng tôi lựa chọn phương pháp này để ước lượng và dự báo sản lượng và số tiền gửi qua TCT và ĐCT giai đoạn 2007-2012.

Biểu diễn các quan sát của chuỗi thời gian trên tọa độ bằng cách gán cho mỗi năm trong chuỗi thời gian một giá trị tương ứng, có thể thấy hàm xu thế có dạng tuyến tính:

$$\text{San luong-xt} = a_0 + a_1t$$

Trong đó:

$a_0$  và  $a_1$ : các hệ số hồi quy

san luong- xt: sản lượng TCT và ĐCT

t: biến thời gian ( $t=1\div 16$ )

Tiến hành hồi quy mô hình trên theo phương pháp bình phương nhỏ nhất, ta được các tham số ước lượng:  $a_0 = -280$  và  $a_1 = 400$ ;

Mô hình hồi quy là: san luong-xt =  $-280 + 400 * t$

#### • Lựa chọn kết quả dự báo

Căn cứ và xu hướng phát triển các dịch vụ tài chính trong đó dịch vụ chuyển tiền trên thế giới và trong khu vực.

Căn cứ vào thực trạng phát triển dịch vụ trong những năm qua và chiến lược phát triển trong những năm tới.

Các yếu tố tác động đến nhu cầu dịch vụ như yếu tố kinh tế, tập quán tiêu dùng và dân số; yếu tố về chính trị và xã hội,...

Tiến hành các bước trong quy trình dự báo hồi quy, chúng tôi đã xác định và lựa chọn được các giá trị ước lượng sản lượng TCT, ĐCT trong giai đoạn 2007÷2012 theo bảng sau:

**Bảng dự báo sản lượng thư và điện chuyển tiền**

Năm	Thời gian	Sản lượng thư và điện chuyển tiền (1000 cái)	Năm sau tăng so với năm trước (%)
	t	Xt	
1991	1	644	
1992	2	714	10.87
1993	3	806	12.89
1994	4	1.070	32.75
1995	5	1.365	27.57
1996	6	1.779	30.33
1997	7	2.329	30.92
1998	8	2.860	22.80
1999	9	3.421	19.62
2000	10	3.866	13.01
2001	11	4.179	8.10
2002	12	4.684	12.08
2003	13	5.222	11.49
2004	14	5.452	4.41
2005	15	5.405	-0.87
2006	16	6.480	19,89
2007	17	6.520	10.06
2008	18	6.920	10.61
2009	19	7.320	10.57
2010	20	7.720	10.54
2011	21	8.120	10.63
2012	22	8.520	10.49

Tương tự như vậy, tiến hành dự báo số tiền gửi qua TCT và ĐCT bằng phương pháp ngoại suy xu thế thông qua hồi quy mô hình:

$$\text{Soteen- } X_t = b_0 + b_1t$$

Trong đó:  $b_0$  và  $b_1$ : các hệ số hồi quy

Số tiền-xt: số tiền gửi qua TCT và ĐCT

t: biến thời gian ( $t=1\div 16$ )

Các tham số ước lượng thu được  $b_0 = -1.560.844$ ;  $b_1 = 575.267$ .

Mô hình hồi quy: Số tiền-  $xt = -1.560.844 + 575.267 * ta$

Số tiền gửi qua TCT và ĐCT qua các năm 2007-2012 được dự báo trong bảng sau:

**Bảng dự báo số tiền gửi qua thư chuyển tiền và điện chuyển tiền**

Năm	Thời gian	Số tiền gửi qua TCT và ĐCT (Triệu đồng)	Năm sau tăng so với năm trước (%)
	t	Xt	
1991	1	77,505	
1992	2	140,812	81.68
1993	3	438,000	211.05
1994	4	459,566	4.92
1995	5	789,242	71.74
1996	6	1.350,847	71.16
1997	7	1.907,890	41.24
1998	8	2.551,463	33.73
1999	9	3.185,979	24.87
2000	10	3.895,972	22.29
2001	11	4.424,572	13.57
2002	12	5.248,151	18.61
2003	13	6.162,735	17.43
2004	14	7.496,544	21.64
2005	15	7.490,072	-0.09
2006	16	7.864,520	4.99
2007	17	8.218,691	10.45
2008	18	8.793,958	10.69
2009	19	9.369,225	10.65
2010	20	9.944,491	10.61
2011	21	10.519.758	10.57
2012	22	11.095,025	10.54

## 2. Dự báo nhu cầu dịch vụ chuyển tiền nhanh

### • Các căn cứ để dự báo:

Tình hình thu nhập số liệu từ năm 1996-2006

Phân tích các dấu hiệu dự báo.

Các yếu tố tác động đến thị trường chuyển tiền nhanh.

Phân tích thực trạng phát triển dịch vụ này ở Việt Nam cho thấy dịch vụ CTN được ra đời và phát triển từ năm 1996 đến nay với tốc độ tăng trưởng khá cao. Đối tượng sử dụng dịch vụ này chủ yếu là những người có thu nhập trung bình và khá. Nhu cầu sử dụng dịch vụ CTN và siêu nhanh có xu hướng bùng phát trong những năm tới do kinh tế phát triển, thương mại và du lịch cũng ngày càng phát triển. Trong thời gian tới, dịch vụ này sẽ bị cạnh tranh gay gắt bởi các tổ chức nước ngoài và tư nhân cung cấp dịch vụ này.

### • Lựa chọn phương pháp dự báo:

Sau khi tiến hành dự báo bằng các phương pháp khác nhau, chúng tôi đã lựa chọn phương pháp phù hợp với dự báo nhu cầu dịch vụ CTN là phương pháp xu thế san mũ. San mũ là phương pháp được xây dựng trên cơ sở phân tích chuỗi thời gian thông qua việc sử dụng một phương trình dự báo đa thức được ước lượng theo các mức của chuỗi thời gian. Để vận dụng nguyên tắc san mũ cho chuỗi thời gian có xu thế, có thể mô tả chuỗi thời gian bằng một xu thế tuyến tính kết hợp với một biến ngẫu nhiên có dạng:

$$X_{t-i} = a - bi + ut-i$$

Trong đó: Tham số  $a$  – giá trị cơ sở

$b$  - giá trị xu thế

Sản lượng dịch vụ chuyển tiền nhanh thể hiện một xu thế tuyến tính là tăng dần theo thời gian. Do vậy, phương pháp này được sử dụng để tính giá trị dự báo về sản lượng và số tiền của dịch vụ này. Trong mô hình xu thế san mũ, cực tiểu hóa tổng bình phương tham số  $a$  và  $b$ . Lấy đạo hàm riêng của  $Z$  theo  $a$  và  $b$ , qua các phép biến đổi ta được hệ:

$$\begin{cases} a - \frac{1-\alpha}{\alpha} b = S_t^1 \\ \frac{1-\alpha}{\alpha} a - \frac{(1-\alpha)(2-\alpha)}{\alpha^2} b = \frac{S_t^2}{\alpha} - S_t^1 \end{cases}$$

Trong đó  $S_1t$  và  $S_2t$  là các toán tử san cấp 1 và cấp 2 được định nghĩa:

$$S_t^1 = \alpha \sum_{i=0}^{t-1} (1-\alpha)^i X_{t-i}$$

$$S_t^2 = \alpha \sum_{i=0}^{t-1} (1-\alpha)^i S_{t-i}^1$$

Do  $\alpha \sum_{i=0}^{t-1} (1-\alpha)^i$  hội tụ tuyệt đối tới 1 khi  $t \rightarrow \infty$

$\alpha \sum_{i=0}^{t-1} (1-\alpha)^i$  hội tụ tuyệt đối tới  $\frac{1-\alpha}{\alpha}$  khi  $t \rightarrow \infty$

Ta tính được giá trị của  $\alpha$  tối ưu để tiến hành dự báo trong mô hình này là  $\alpha=0,4$  và giá trị của toán tử san năm cơ sở  $S10 = 64.840$  và  $S20 = -233.306$ . Từ đó ta xác định được các giá trị ước lượng  $\hat{a} = 131.799$  và  $\hat{b} = 199.746$ .

Theo phương trình đệ quy:  $S_{kt} = \alpha S_{k,t-1} + (1-\alpha) S_{k,t-1}$

Hàm dự báo là:  $\hat{X}_{t+1} = 2.124.216 + 691.529 \times t$  (với  $t=1,2,3,\dots$ )

Tính toán được các toán tử san và ước lượng hàm dự báo sản lượng chuyển tiền nhanh ở tất cả các thời điểm theo bảng sau:

**Bảng dự báo sản lượng chuyển tiền nhanh**

Năm	t	Sản lượng (1000 cái)	Toán tử san		Tham số		$\hat{X}_{t+1}$	Tốc độ tăng (%)
		Xt	S1	S2	a	b		
			-64,840	-223,306				
1996	1	93,846	-1,366	-134,530	131,799	199,746		
1997	2	199,270	78,889	-49,162	206,940	192,077	331,545	112.3
1998	3	304,914	169,299	38,222	300,376	196,615	399,016	53.0
1999	4	413,642	267,036	129,748	404,324	205,933	496,991	35.7
2000	5	546,603	378,863	229,394	528,332	224,204	610,257	32.1
2001	6	721,935	516,092	344,073	688,110	258,028	752,536	32.1
2002	7	941,009	686,059	480,867	891,250	307,787	946,139	30.3
2003	8	1.294,955	929,617	660,367	1.198,867	403,875	1.199,037	37.6
2004	9	1.721,896	1.246,529	894,832	1.598,226	527,545	1.602,742	33.0
2005	10	2.288,200	1.663,197	1.202,178	2.124,216	691,529	2.125,771	32.9
2006	11	2.453,169	1.979,186	1.512,981	2.445,391	699,307	2.815,745	23.1
2007	12						3.144,698	24.6
2008	13						3.844,005	19.7
2009	14						4.543,312	16.5
2010	15						5.242,619	14.1
2011	16						5.941,927	12,4
2012	17						6.641,234	11,0

Tương tự như vậy ta dự báo được số tiền gửi qua CTN giai đoạn 2007÷2012 qua hàm dự báo:  $\hat{X}_{t+1} = 10.137 + 836 \times l$  (với  $l=1,2,3\dots$ ). Trình bày ở bảng sau:

**Bảng dự báo số tiền gửi bằng chuyển tiền nhanh qua Bưu điện**

Năm	t	Số tiền (tỷ đồng)	Toán tử san		Tham số		$\hat{X}_{t+1}$	Năm sau so năm trước (%)
		Xt	S1	S2	a	b		
			210	-1,128				
1996	1	1,363	786	-171	1,743	957		
1997	2	2,885	1,836	832	2,839	1,003	2,701	111.7
1998	3	4,223	3,029	1,931	4,128	1,098	3,842	46.4
1999	4	4,504	3,767	2,849	4,685	918	5,226	6.7
2000	5	5,549	4,658	3,753	5,562	905	5,603	23.2
2001	6	6,560	5,609	4,681	6,537	928	6,467	18.2
2002	7	7,721	6,665	5,673	7,657	992	7,464	17.7
2003	8	8,858	7,761	6,717	8,805	1,044	8,649	14.7
2004	9	9,322	8,542	7,629	9,454	912	9,850	5.2
2005	10	10,061	9,301	8,465	10,137	836	10,366	7.9
2006	11	10,846	10,074	9,270	10,878	804	10,973	9.1
2007	12						11,682	6.5
2008	13						12,486	6.9
2009	14						13,290	6.4
2010	15						14,094	6.1
2011	16						14,899	5.7
2012	17						15,703	5.4

### 3. Dự báo nhu cầu dịch vụ TKBD:

- Dịch vụ TKBD xuất hiện đầu tiên ở Việt Nam vào tháng 5/1999 sau một thời gian hoạt động, dịch vụ này đã có những bước phát triển mạnh mẽ. Nguồn thu hút TKBD không ngừng tăng lên trung bình mỗi năm 2.000 tỷ đồng. Đây là dịch vụ phải cạnh tranh mạnh mẽ với các NHTM. Nhìn chung, nhu cầu sử dụng dịch vụ TKBD có xu hướng ngày càng tăng và đòi hỏi cao về chất lượng dịch vụ.

- Căn cứ vào thực trạng và xu hướng phát triển dịch vụ TKBD trong nước, khu vực và trên thế giới; theo kinh nghiệm của VPV về dự báo xu hướng phát triển dịch vụ TKBD.

- Qua phân tích số liệu thực tế và kết quả khảo sát của Viện kinh tế Bưu điện năm 2005, chúng tôi đã tiến hành phân tích lựa chọn mô hình dự báo nhu cầu TKBD của Việt Nam theo phương pháp xu thế san mũ. Hàm dự báo được xác định là :

$$\hat{X}_{t+1} = 12.741 + 2.416 \times l \quad (\text{với } l=1, 2, 3, \dots)$$

Theo đó tổng số tiền huy động qua TKBD dự báo cho giai đoạn 2007÷2012 được thể hiện trong bảng sau:

**Bảng dự báo tổng tiền huy động qua TKBD**

Năm	t	Số tiền (tỷ đồng)	Toán tử san		Tham số		$\hat{X}_{t+1}$	Năm sau so năm trước (%)
		$X_t$	S1	S2	a	b		
			-204	-1725				
1999	1	634	173	-871	1,218	1,276		
2000	2	2.563	1,249	83	2,414	1,425	2.101	102.0
2001	3	3.808	2,400	1,126	3,675	1,558	3.133	48.6
2002	4	5.908	3,979	2,410	5,548	1,918	4.414	64.0
2003	5	7.444	5,538	3,817	7,259	2,103	6.923	113.4
2004	6	10.336	7,697	5,563	9,831	2,608	14.301	-14.6
2005	7	10.893	9,135	7,171	11,100	2,401	13.550	8.5
2006	11	12.756	10,765	8,788	12,741	2,416	15.157	12.3
2007	12						17.573	15.9
2008	13						19.989	13.7
2009	14						2.405	12.1
2010	15						24.821	10.8
2011	16						27.237	9.7
2012	17						15.157	8.5

Kết quả dự báo cho thấy doanh thu, sản lượng của các dịch vụ chuyên tiền cũng như tình hình huy động vốn của dịch vụ TKBD hiện đang được cung cấp trên mạng lưới bưu chính của VNpost từ nay đến năm 2012 vẫn đạt tốc độ tăng trưởng nhưng không cao, cũng giống như kinh nghiệm tham khảo của bưu chính các nước, điều này cho thấy sự cần thiết đối với VNpost trong việc phải phát triển các dịch vụ TCBC mới và các hình thức TTĐT mới nhằm đạt hiệu quả trong việc kinh doanh các dịch vụ TCBC.