

# Phát triển dịch vụ tài chính của hệ thống ngân hàng Việt Nam

HÀ QUANG ĐÀO  
VÕ THỊ KIM PHƯỢNG

Hiện nay, rõ ràng là, phát triển dịch vụ đang trở nên có tính cấp bách đối với hệ thống ngân hàng Việt Nam. Không những vậy, nó còn có tính cấp bách đứng từ góc độ đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế. Tuy nhiên trong lĩnh vực nghiên cứu còn có những ý kiến không hoàn toàn trùng khớp nhau về khái niệm dịch vụ tài chính, dịch vụ ngân hàng, phân loại và nội hàm của các dịch vụ đó. Còn trong thực tiễn thì giữa các NHTM (ngân hàng thương mại) chưa có sự hợp tác chặt chẽ trong việc phát triển và nâng cao hiệu quả các loại hình dịch vụ cung cấp cho khách hàng.

## 1. Khái niệm dịch vụ tài chính

Cho đến nay chưa có khái niệm chung nhất về dịch vụ tài chính. Tại Việt Nam trong các cuốn: Đại từ điển Kinh tế thị trường, Từ điển Kinh tế học, Từ điển Tài chính - Ngân hàng và Từ điển Tiếng Việt,... chưa thấy đề cập đến hoặc đề cập chưa rõ về khái niệm dịch vụ tài chính. Song dịch vụ tài chính thường được nói đến gắn liền với ngân hàng. Tại Mỹ, NHTM được định nghĩa là công ty kinh doanh chuyên cung cấp dịch vụ tài chính và hoạt động trong ngành dịch vụ tài chính. Nhưng tại Pháp thì NHTM được quy định là những NH (ngân hàng) hay cơ sở nào thường xuyên nhận của công chúng dưới hình thức ký thác hay những hình thức khác các khoản tiền mà họ dùng cho chính họ vào nghiệp vụ chiết khấu, tín dụng hay dịch vụ tài chính khác. Tại Ấn Độ thì khái niệm NHTM là NH nhận các khoản ký thác để cho vay hay tài trợ và đầu tư.... Còn tại Thổ Nhĩ Kỳ, NHTM được hiểu là một loại hình công ty trách nhiệm hữu hạn được thiết lập nhằm mục đích nhận tiền ký

thác và thực hiện các nghiệp vụ hối đoái, nghiệp vụ hối phiếu, chiết khấu và những hình thức vay mượn hay tín dụng khác. Như vậy, dù ở quốc gia nào đi nữa, với các khái niệm hay quy định cụ thể khác nhau thì NH thường gắn liền với các dịch vụ tài chính.

Luật các TCTD (tổ chức tín dụng) của Việt Nam không đưa ra một khái niệm cụ thể hoặc giải thích từ ngữ đối với khái niệm dịch vụ ngân hàng mà chỉ đề cập đến thuật ngữ "hoạt động ngân hàng" trong khoản 7, điều 20: "là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng với nội dung thường xuyên là nhận tiền gửi, sử dụng số tiền này để cấp tín dụng và cung ứng dịch vụ thanh toán", Luật các TCTD cũng dành các mục 1, 2, 3, 4 của Chương III nêu các điều khoản về hoạt động của TCTD. Theo đó, có thể hiểu hoạt động NH được chia theo 4 mảng lớn: huy động vốn; tín dụng; thanh toán và ngân quỹ; và các hoạt động khác. Trong nghiên cứu lý luận và hoạt động thực tiễn ở Việt Nam, đã có những quan niệm khác nhau về dịch vụ NH. Có quan điểm cho rằng hoạt động NH được chia làm hai loại: hoạt động nghiệp vụ, tức hoạt động có tính chất "nghề nghiệp" - kinh doanh tiền tệ và hoạt động dịch vụ - "làm thuê" theo yêu cầu của khách hàng; hoặc lại phân chia dịch vụ NH thành những nhóm dịch vụ: nhóm dịch vụ gắn với kinh doanh tiền tệ; nhóm dịch vụ gắn với thanh toán; nhóm dịch vụ ngân quỹ. Mặc dù vậy, bản thân việc giải thích thuật ngữ hoạt động NH nói trên cũng chưa rõ về dịch vụ ngân hàng, chưa bao quát các hoạt động NH

Hà Quang Đào, TS. Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh; Võ Thị Kim Phượng - National Bank Saigon.

nói chung và dịch vụ NH nói riêng, chưa phù hợp với thông lệ quốc tế, cũng như định nghĩa của WTO ( Tổ chức Thương mại thế giới) và Hiệp định thương mại Việt - Mỹ mà Việt Nam cam kết thực hiện. Còn trên thực tế, xét ở tầm vĩ mô, thì đối với cả nền kinh tế, hoạt động NH được coi là hoạt động dịch vụ vì không trực tiếp làm ra của cải, vật chất. Còn ở góc độ vi mô, ta thấy trong nền kinh tế thị trường, các hoạt động kinh tế nói chung đều nhằm đến mục tiêu lợi nhuận. Như vậy, việc phân định rõ ranh giới giữa hoạt động nghiệp vụ và hoạt động dịch vụ là không nhiều ý nghĩa, hơn nữa trên thực tế ranh giới này đang mờ nhạt bởi sự gắn kết, đan xen quá mật thiết giữa nghiệp vụ và dịch vụ trong hoạt động NH hiện đại. Cùng với tiến trình phát triển kinh tế - xã hội với quy mô và tốc độ rất cao hiện nay trên thế giới, hoạt động NH cũng ngày càng trở nên đa dạng, phức tạp hơn bởi khách hàng của NH ngày càng có nhu cầu cao hơn, tiện lợi hơn đối với những gì mà NH có thể cung cấp cho họ. Vai trò và bản chất của hoạt động NH thì vẫn vậy nhưng quy mô và ý nghĩa của hoạt động đã phần nào khác đi. Mối quan hệ NH - khách hàng cũng đã phát triển lên một vị thế mới. Nếu như trước kia, khách hàng đến NH để mong được cung cấp dịch vụ NH: nhận tiền gửi, cho vay, thanh toán, chuyển tiền..., thì hiện nay các NH đang ngày càng phải cạnh tranh, giữ thị trường và khách hàng.

Khái niệm về dịch vụ tài chính gắn liền với khái niệm về NHTM cũng trở nên bao quát hơn cùng với khái niệm về hoạt động NHTM. Nếu như trước đây, nền kinh tế chưa phát triển, hoạt động NHTM bó hẹp, không phức tạp, đơn điệu, người ta thấy được sự tách bạch giữa đâu là hoạt động có tính sản xuất, kinh doanh, đâu là hoạt động có tính dịch vụ, mang tính hỗ trợ. Nhưng theo sự vận động của tiến trình lịch sử, của các trào lưu phát triển kinh tế - xã hội đang diễn ra hết sức đa dạng, với sự trợ giúp của khoa học, công nghệ trong quá trình toàn cầu hoá ngày nay, khi mà lĩnh vực thương

mại và dịch vụ đã có những bước phát triển vượt bậc, người ta thấy rằng bên cạnh quá trình sản xuất hàng hóa thì sự hiện diện của hoạt động dịch vụ ngày càng lớn và ngược lại. Với quan niệm như vậy, WTO đã chia mảng dịch vụ thành 12 lĩnh vực và 155 tiểu ngành với 4 phương thức cung cấp dịch vụ là: *cung cấp qua biên giới; tiêu dùng dịch vụ ngoài lãnh thổ; hiện diện thương mại và hiện diện thể nhân, trong đó có hoạt động NH*. Theo đó, các hoạt động của NHTM là việc cung cấp các dịch vụ tài chính.

Trong nền kinh tế thị trường, đặc biệt trong giai đoạn chuẩn bị cho hội nhập và toàn cầu hoá hiện nay, đòi hỏi phải sớm tiếp cận thống nhất với các thông lệ, chuẩn mực quốc tế đang được chấp nhận rộng rãi ngay từ những khái niệm. Tuy nhiên, để có thể đánh giá rõ hơn về mức độ ứng dụng và phát triển dịch vụ trong mỗi hệ thống NHTM, cần phải xem xét các loại hình NH truyền thống và hiện đại cũng như cụ thể các mối quan hệ giữa các mảng hoạt động huy động, cho vay; tín dụng và phi tín dụng; thu nhập từ lãi và ngoài lãi, các khoản thu phí và lãi... trong hệ thống các NHTM.

Như vậy, *khái niệm dịch vụ tài chính có thể được hiểu chung nhất đó là các công việc trung gian về tiền tệ của các tổ chức nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng về sinh lời, đầu tư, giữ hộ hay bảo đảm an toàn, đem lại nguồn thu phí cho tổ chức cung ứng dịch vụ.*

Khái niệm trên cho phép phân biệt giữa hoạt động tín dụng và dịch vụ của các NH ở nước ta hiện nay. Theo đó, hoạt động tín dụng đem lại nguồn thu nhập từ chênh lệch lãi suất cho vay thu được và lãi suất đầu vào phải trả; còn các hoạt động khác: bảo lãnh, thanh toán, tư vấn, chiết khấu hối phiếu và chứng từ có giá,... thu phí, thì được coi là các hoạt động dịch vụ.

Vậy giữa dịch vụ tài chính và dịch vụ NH có gì khác nhau không? Theo ngôn ngữ và cách hiểu của Việt Nam thì dịch vụ NH là các công việc nói trên do ngân hàng thực

hiện để tìm kiếm lợi nhuận, phục vụ các nhu cầu của doanh nghiệp và cá nhân. Còn dịch vụ tài chính thì có phạm vi rộng hơn, nó còn bao hàm cả dịch vụ tài chính đối với nguồn tài sản tài chính từ ngân sách nhà nước.

## **2. Phân loại dịch vụ tài chính**

Nghiên cứu về dịch vụ tài chính, nếu phân loại theo đối tượng phục vụ, thì gồm có: dịch vụ tài chính công, dịch vụ tài chính doanh nghiệp và dịch vụ tài chính hộ gia đình, dịch vụ tài chính cá nhân. Nếu phân loại theo lĩnh vực, thì dịch vụ tài chính gồm có: ngân quỹ, đầu tư, tư vấn, chứng khoán, bảo hiểm, bảo lãnh, chiết khấu,...

### **• Các dịch vụ truyền thống của ngân hàng**

- *Thực hiện trao đổi ngoại tệ:* lịch sử cho thấy rằng một trong những dịch vụ NH đầu tiên được thực hiện là trao đổi ngoại tệ, một nhà NH đứng ra mua, bán một loại tiền này, chẳng hạn USD lấy một loại tiền khác.

- *Chiết khấu thương phiếu và cho vay thương mại.*

- *Nhận tiền gửi:* cho vay được coi là hoạt động sinh lời cao, do đó các NH đã tìm kiếm mọi cách để huy động nguồn vốn cho vay.

- *Bảo quản vật có giá:* ngày nay, nghiệp vụ bảo quản vật có giá cho khách hàng thường do phòng "Bảo quản" của NH thực hiện.

- *Tài trợ các hoạt động của chính phủ:* thông thường, NH được cấp giấy phép thành lập với điều kiện là họ phải mua trái phiếu chính phủ theo một tỷ lệ nhất định trên tổng lượng tiền gửi mà NH huy động được.

- *Cung cấp các tài khoản giao dịch:* cuộc cách mạng công nghiệp ở châu Âu và châu Mỹ đã đánh dấu sự ra đời những hoạt động và dịch vụ NH mới. Một dịch vụ mới, quan trọng nhất được phát triển trong thời kỳ này là tài khoản tiền gửi giao dịch, một tài khoản tiền gửi cho phép người gửi tiền viết séc thanh toán cho việc mua hàng hóa và dịch vụ.

- *Cung cấp dịch vụ uỷ thác:* theo đó, NH sẽ thu phí trên cơ sở giá trị của tài sản hay

quy mô vốn họ quản lý. Chức năng quản lý tài sản này được gọi là dịch vụ uỷ thác. Hầu hết các NH đều cung cấp cả hai loại: dịch vụ uỷ thác thông thường cho cá nhân, hộ gia đình; và uỷ thác thương mại cho các doanh nghiệp.

### **• Những dịch vụ mới phát triển theo xu hướng NH hiện đại**

- *Tài trợ tiêu dùng:* cho tới những năm 1920 và 1930, nhiều NH lớn do Citicorp và Bank of America dẫn đầu đã thành lập những phòng tín dụng tiêu dùng lớn mạnh. Sau Chiến tranh thế giới lần thứ hai, tín dụng tiêu dùng đã trở thành một trong những loại hình tín dụng cao, mức tăng trưởng nhanh nhất. Mặc dầu vậy, tốc độ tăng trưởng này gần đây đã chậm lại do cạnh tranh về tín dụng tiêu dùng ngày càng trở nên gay gắt trong khi nền kinh tế đã phát triển chậm lại.

- *Tư vấn tài chính.*

- *Quản lý ngân quỹ.*

- *Dịch vụ cho thuê tài chính:* dịch vụ này mới chỉ phát triển vài chục năm gần đây trên thế giới, đã làm cho NH thoát khỏi nghiệp vụ chỉ cho vay vốn trực tiếp đơn thuần.

- *Tài trợ dự án:* các NH ngày càng trở nên năng động trong việc tài trợ cho chi phí xây dựng nhà máy mới, đặc biệt là trong các ngành công nghệ cao.

- *Cung cấp các dịch vụ bảo hiểm:* từ nhiều năm nay, các NH đã cung cấp các dịch vụ bảo hiểm, khởi đầu bằng việc bán bảo hiểm tín dụng cho khách hàng, điều đó bảo đảm việc hoàn trả trong trường hợp khách hàng vay vốn bị chết hay bị tàn phế. Hiện nay tại Mỹ, NH thường bảo hiểm cho khách hàng thông qua các liên doanh hoặc các thoả thuận đại lý kinh doanh độc quyền, theo đó một công ty bảo hiểm đồng ý đặt một văn phòng đại lý tại hành lang của NH và NH sẽ nhận một phần thu nhập từ các dịch vụ ở đó.

- *Cung cấp các kế hoạch hưu trí.*

- *Cung cấp dịch vụ môi giới đầu tư chứng khoán:* trên thị trường tài chính hiện nay,

nhiều NH đang phấn đấu để trở thành một "bách hoá tài chính" thực sự, cung cấp đủ các dịch vụ tài chính cho phép khách hàng thoả mãn mọi nhu cầu tại một địa điểm.

- Cung cấp dịch vụ quỹ tương hỗ và trợ cấp.

- Cung cấp dịch vụ ngân hàng đầu tư, dịch vụ kinh doanh chứng khoán và ngân hàng bán buôn.

- Cung cấp các dịch vụ NH quốc tế.

Ngày nay thực sự NH đã trở thành "bách hoá tài chính", hay có người còn gọi là "siêu thị dịch vụ NH" ở kỷ nguyên hiện đại. Tuy theo cách phân loại, người ta thống kê được rằng có tới gần 3.000 dịch vụ NH, song cũng có người cho rằng phải có tới 6.000 dịch vụ tài chính khác nhau. Ngược lại, có ý kiến cho rằng chỉ có khoảng 320 dịch vụ. Công việc hợp nhất các dịch vụ NH, bảo hiểm, môi giới chứng khoán, đầu tư, thẻ tín dụng,... dưới một mái nhà chính là xu hướng mà người ta thường gọi là Universal Banking ở Mỹ, Canada và Anh; là Allfinanz Bank ở Đức và là Bancassurance ở Pháp. Tại các quốc gia khác nhau, tùy mỗi nước có thể đưa ra những mô hình cung cấp các dịch vụ tài chính như bảo hiểm, chứng khoán dưới góc độ các liên doanh, chi nhánh riêng biệt, các công ty chuyên doanh hay cung cấp đồng thời tổng hợp các dịch vụ tài chính tại ngay một chi nhánh hoặc cả hai.

### 3. Sự phát triển dịch vụ thẻ của NH

Hoạt động nghiệp vụ thẻ thanh toán qua NH trên thế giới ra đời từ năm 1946. Nhưng nó chỉ thực sự trở thành bước ngoặt trong ngành dịch vụ tài chính - NH vào năm 1949, Frank Mc Namara, một chủ doanh nghiệp người Mỹ phát minh ra tấm thẻ thanh toán mang tên Diner's club. Với tấm thẻ này, chủ thẻ có thể thanh toán tiền mua hàng hoá, chi trả tiền dịch vụ, hay rút tiền mặt tự động thông qua máy đọc thẻ - POS, hay các máy rút tiền tự động ATM. Công nghệ thanh toán thẻ với nhiều ưu việt nổi trội của nó so với thanh toán bằng tiền mặt, như: không lãng phí vốn trong nền kinh tế, giảm thiểu rủi ro, chống tham nhũng và chống

trốn thuế,... nên thẻ thanh toán đã nhanh chóng đi vào đời sống.

Thẻ là một sản phẩm dịch vụ tiện ích, an toàn của NH dựa trên cơ sở công nghệ thông tin hiện đại cung cấp cho khách hàng, nhằm hạn chế việc thanh toán bằng tiền mặt khi mà dân số ngày càng tăng nhanh, các giao dịch thanh toán và khối lượng thanh toán ngày càng lớn. Ngày nay, với sự ra đời của các loại thẻ từ, thẻ chip và thẻ thông minh, mang lại tiện ích mới hơn nữa cho người sử dụng, đồng thời tăng nguồn thu nhập từ dịch vụ và nâng cao khả năng cạnh tranh cho mỗi NH.

Không chỉ dừng ở các bước phát triển trên, ngày nay, trong thế kỷ XXI, người ta đang chứng kiến sự lên ngôi của thẻ thanh toán thay thế séc trong lĩnh vực thanh toán qua NH. Theo lịch sử phát triển của công nghệ thẻ và thị trường sử dụng thẻ, ngày nay, bên cạnh các NH phát hành thẻ của mình, thì còn có sự ra đời và phát triển của các tổ chức thẻ quốc tế, như: Master, VISA, AMEX,... với các sản phẩm thẻ thông minh, như: Visa Card, Master Card, Amex, JCB, Diner's club,... đã được triển khai trên toàn cầu. Các tổ chức thẻ quốc tế cũng chủ yếu thông qua các NH làm đại lý phát hành và thanh toán thẻ của mình. Dịch vụ thẻ đã được sử dụng rộng rãi tại 134 quốc gia và vùng lãnh thổ. Số lượng thẻ đã phát hành và đang sử dụng vào khoảng trên 2 tỷ, với trên 21 triệu đại lý chấp nhận thanh toán thẻ, hơn 700.000 máy rút tiền tự động ATM. Doanh số thanh toán thẻ toàn thế giới đạt bình quân trên 3.000 tỷ USD trong 2 năm gần đây, thực hiện trên 36 tỷ giao dịch thẻ. Hai loại thẻ được phát hành và sử dụng nhiều nhất là Visa Card và Master Card; trong đó Visa chiếm 50% thị phần về phát hành và 45% doanh số thanh toán; Master chiếm 30% phát hành và 25% thanh toán. Đây cũng chính là hai loại thẻ người Việt Nam biết đến nhiều nhất.

Tuy nhiên, hoạt động thanh toán thẻ mới bắt đầu xuất hiện ở Việt Nam vào đầu thập kỷ 90 của thế kỷ trước, khi công cuộc đổi

mới nền kinh tế và đổi mới hoạt động NH diễn ra sôi động, nhiều tập đoàn NH xuyên quốc gia và các NH trong khu vực thiết lập chi nhánh hoạt động ở nước ta. Lúc đầu mới chỉ có NH Ngoại thương Việt Nam - VCB, sau đó cùng với sự thâm nhập, đi vào hoạt động cả một loạt chi nhánh NH nước ngoài tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh và NH liên doanh, các chi nhánh NH nước ngoài, NH liên doanh cũng triển khai mạnh mẽ dịch vụ thẻ, sau đó có thêm NHTM cổ phần Á châu - ACB. Song thị trường này ở nước ta mới thực sự bắt đầu phát triển từ đầu những năm 2000, đến nay có trên 20 NH trong nước đã và đang triển khai dịch vụ này. Tuy nhiên dẫn đầu vẫn là NH ngoại thương Việt Nam.

#### 4. Thực trạng phát triển dịch vụ của các NHTM Việt Nam

Trong chiến lược phát triển dịch vụ của các NHTM Việt Nam hiện nay có 2 loại, dịch vụ do các chi nhánh và sở giao dịch thực hiện bên cạnh nghiệp vụ cho vay, đó là: dịch vụ thanh toán, chuyển tiền, hối đoái, đổi tiền, dịch vụ thẻ, tư vấn,... Đồng thời một số dịch vụ khác do công ty kinh doanh độc lập thực hiện.

Về sự ra đời và phát triển công ty kinh doanh dịch vụ tài chính của NHTM Việt Nam. Trong giai đoạn thực hiện hai Pháp lệnh Ngân hàng, các NHTM ở nước ta hầu như không có các công ty hạch toán độc lập, mà tập trung chủ yếu là huy động vốn, cho vay và dịch vụ thanh toán, mặc dù một số NHTM cũng đã tính đến hoặc thành lập các phòng chuyên môn, hay ban trụ bị thành lập công ty dịch vụ tài chính. Song từ khi thực hiện hai Luật Ngân hàng, tháng 10-1998, các NHTM mới thực sự chú ý đến việc thành lập và đưa vào hoạt động các công ty hạch toán độc lập. Đến nay ở nước ta hầu hết các NHTM nhà nước, các NHTM cổ phần có quy mô lớn đã có các công ty 100% vốn của pháp nhân chính kinh doanh trên các lĩnh vực khác nhau, hoặc là góp vốn cổ phần, hoặc liên doanh với các đối tác trong

và ngoài nước để hoạt động. Các công ty hạch toán độc lập hay liên doanh thường là: cho thuê tài chính, bảo hiểm, chứng khoán, thương mại dịch vụ,... Cụ thể, các NHTM có các công ty hạch toán độc lập hay liên doanh trong các lĩnh vực sau:

- NH Ngoại thương Việt Nam có các công ty: Công ty TNHH chứng khoán, Công ty cho thuê tài chính, Công ty liên doanh tháp Vietcombank Tower, Công ty quản lý nợ và khai thác tài sản, đại lý bảo hiểm,...

- NH Công thương Việt Nam có các công ty: Công ty TNHH chứng khoán, Công ty quản lý nợ và khai thác tài sản, Công ty cho thuê tài chính, Công ty liên doanh bảo hiểm,...

- NH Đầu tư - Phát triển Việt Nam có các công ty: Công ty TNHH chứng khoán, Công ty liên doanh bảo hiểm, Công ty cho thuê tài chính I và Công ty cho thuê tài chính II, Công ty quản lý và khai thác tài sản,...

- NHNo&PTNT Việt Nam có 7 loại hình công ty đó là: hai Công ty cho thuê tài chính I và II, Công ty vàng bạc đá quý thành phố Hồ Chí Minh, Công ty kinh doanh mỹ nghệ vàng bạc đá quý, Công ty trách nhiệm hữu hạn chứng khoán, Công ty in - đầu tư thương mại dịch vụ ngân hàng, Công ty du lịch và dịch vụ Vũng Tàu, Công ty quản lý nợ và khai thác tài sản.

Đối với khối NHTM cổ phần thì mới chỉ có một số NHTM cổ phần có quy mô lớn là thành lập một số công ty hạch toán độc lập, như:

- Công ty chứng khoán: hiện nay mới chỉ có NHTM cổ phần Á châu và NHTM cổ phần Quân đội có công ty này.

- Kinh doanh bất động sản và môi giới địa ốc: hiện nay chưa có công ty độc lập, mới chỉ có Trung tâm hay Phòng trực thuộc hội sở ngân hàng.

- Công ty dịch vụ kiều hối: NHTM cổ phần Đông Á.

- Công ty quản lý nợ và khai thác tài sản: NHTM cổ phần Quân đội.

Nhìn chung đối với khối NHTM cổ phần, quy mô còn nhỏ, mạng lưới còn hạn hẹp, trình độ quản trị điều hành còn hạn chế, nên các dịch vụ NH thì tương đối đa dạng tương ứng với NHTM Nhà nước, nhưng các công ty kinh doanh trong lĩnh vực dịch vụ tài chính, hạch toán độc lập còn ít.

### 5. Giải pháp phát triển dịch vụ đối với các NHTM Việt Nam

- Cần xây dựng chiến lược phát triển dịch vụ trên cơ sở dự báo nhu cầu chung của nền kinh tế, dự báo cụ thể từng đối tượng khách hàng, từng loại hình dịch vụ. Trên cơ sở đó, có chiến lược thành lập các công ty chuyên doanh độc lập theo xu hướng chung của quốc tế và phát triển dịch vụ tại các chi nhánh NHTM theo truyền thống.

- Có chiến lược đầu tư công nghệ, máy móc, cán bộ, tiếp thị, quảng cáo... sao cho phù hợp với thực tiễn của Việt Nam, có tính đến sự phát triển trong tương lai gắn về những tiến bộ vượt bậc của công nghệ NH hiện đại.

- Có chiến lược hợp tác có hiệu quả giữa các NHTM Việt Nam trong phát triển dịch vụ. Đầu mối có thể là NHNN, có thể là Hiệp hội NH Việt Nam.

- Mở rộng hợp tác quốc tế về phát triển dịch vụ, trước mắt là các quan hệ NH đại lý

phát hành và thanh toán thẻ, chuyển tiền, đầu tư,... Tiếp đến là thuê chuyên gia tư vấn, đào tạo cán bộ tại chỗ và ở nước ngoài.

- Tích cực bàn và làm việc với các cơ quan, đơn vị cung ứng dịch vụ sẵn sàng hợp tác chấp nhận các dịch vụ thanh toán cho khách hàng của họ, như: Tổng công ty Bưu chính viễn thông, Tổng công ty Điện lực Việt Nam, Tổng công ty Hàng không, Tổng công ty Xăng dầu, Tổng công ty Đường sắt Việt Nam, Tổng công ty Bảo hiểm Việt Nam,....

- Đổi mới nội dung và chương trình đào tạo trong các trường đại học, trung tâm bồi dưỡng theo hướng chuyển sang các nội dung và nghiệp vụ về dịch vụ NH hiện đại.

- Các NHTM và TCTD đầu tư và triển khai có hiệu quả hơn nữa chương trình tuyên truyền, quảng cáo, khuyến mại, tiếp thị cho phát triển dịch vụ NH. Chiến lược đặt ra là chấp nhận thua lỗ trong một số năm đầu và thu lại hiệu quả trong các năm tiếp theo. Các hãng lớn của nước ngoài khi mới vào thị trường Việt Nam cũng thực hiện chiến lược như vậy.

- Tăng cường tính liên kết, hợp tác trong phát triển dịch vụ thẻ, nối mạng ATM, không nên để mạnh NHTM nào NHTM đó làm./.