

GIẢI PHÁP ĐA DẠNG HOÁ SẢN PHẨM DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

Nguyễn Thanh Phong

Hội nhập quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng là sự mở cửa hoạt động ngân hàng nhằm gắn kết hệ thống ngân hàng trong nước với hệ thống ngân hàng khu vực và thế giới theo một khuôn khổ luật pháp phù hợp và thống nhất, từng bước đi đến xóa bỏ sự phân biệt giữa ngân hàng trong nước với ngân hàng nước ngoài (NHNNg).

Trong khuôn khổ Hiệp định thương mại giữa VN và Mỹ (BTA) được ký kết vào ngày 10/12/2001, việc hạn chế quyền của một chi nhánh ngân hàng Mỹ nhận tiền gửi bằng đồng VN từ các pháp nhân mà ngân hàng không có quan hệ tín dụng được bãi bỏ kể từ năm 2009, làm cho mức độ cạnh tranh trong lĩnh vực huy động vốn của ngân hàng sẽ tăng lên đáng kể. Mặt khác, các nhà cung ứng dịch vụ tài chính Mỹ được phép cung ứng 12 phân ngành dịch vụ ngân hàng theo lộ trình 7 mốc, lộ trình này cho thấy mức độ tham gia cung ứng các loại hình dịch vụ ngân hàng của các nhà cung ứng dịch vụ Mỹ tại VN sẽ tăng dần.

Năm 2007, VN chính thức là thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và bắt đầu thực hiện các cam kết với WTO theo một lộ trình nhất định.

- Ngoài các loại hình như văn phòng đại diện, chi nhánh NHNNg, ngân hàng liên doanh, kể từ 01/04/2007, các tổ chức tài chính nước ngoài được thành lập ngân hàng 100% vốn đầu tư nước ngoài tại VN.

- Trong vòng 5 năm sau khi gia nhập WTO, VN có thể giới hạn quyền của các chi nhánh NHNNg trong việc nhận tiền gửi bằng tiền đồng VN từ người tiêu dùng VN theo mức độ giảm dần. Những chi nhánh NHNNg chưa có quan hệ tín dụng với khách hàng là người VN thì mức độ huy động vốn so với vốn pháp định được thực hiện theo lộ trình

sau: từ ngày 1/1/2007 được huy động gấp khoảng 6 lần so với vốn pháp định đã góp đủ, từ năm 2008 gấp 8 lần, năm 2009 gấp 9 lần, năm 2010 gấp 10 lần, từ năm 2011 được hưởng chế độ đối xử quốc gia.

Như vậy, khi hội nhập ngày càng sâu rộng thì các hạn chế đối với các NHNNg trong việc tham gia vào các hoạt động ngân hàng ở VN sẽ dần dần được loại bỏ. Điều này đồng nghĩa với ngân hàng VN sẽ phải cạnh tranh với các đối thủ mạnh hơn mình ở nhiều mặt: vốn, công nghệ, trình độ quản lý v.v.. Để nâng cao năng lực cạnh tranh, ngoài việc tăng vốn các Ngân hàng thương mại Việt Nam (NHTMVN) cần phải nỗ lực hơn nữa cho việc đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ ngân hàng (DVNH). Trong bài viết này tác giả đi vào phân tích thực trạng một số dịch vụ chủ lực của NHT-MVN để làm cơ sở đề xuất các giải pháp đa dạng hoá sản phẩm DVNH trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

1. Dịch vụ tài chính, dịch vụ ngân hàng

- Theo Hiệp định chung về thương mại dịch vụ (GATS):

“Dịch vụ tài chính là bất kỳ dịch vụ nào có tính chất tài chính do một nhà cung cấp dịch vụ tài chính của một thành viên thực hiện. Dịch vụ tài chính bao gồm: mọi dịch vụ bảo hiểm và dịch vụ liên quan tới bảo hiểm; mọi DVNH và dịch vụ tài chính khác”. Trong đó DVNH bao gồm:

- Nhận tiền gửi, đặt cọc và các khoản tiền có thể thanh toán khác của công chúng;
- Cho vay dưới các hình thức, bao gồm tín dụng tiêu dùng, tín dụng thế chấp, bao tiêu nợ và tài trợ các giao dịch thương mại;
- Thuê mua tài chính;
- Mọi dịch vụ thanh toán và chuyển tiền, bao

gồm thẻ tín dụng, thẻ thanh toán và báo nợ, séc du lịch và hối phiếu ngân hàng;

- Bảo lãnh và cam kết;

- Kinh doanh tài khoản của mình hoặc của khách hàng, dù tại sở giao dịch và trên thị trường không chính thức, hoặc các giao dịch khác về: công cụ thị trường tiền tệ (gồm séc, hóa đơn, chứng chỉ tiền gửi); ngoại hối; các sản phẩm tài chính phái sinh, bao gồm nhưng không hạn chế; các hợp đồng kỳ hạn (futures) hoặc hợp đồng quyền chọn (options); các sản phẩm dựa trên tỷ giá hối đoái và lãi suất, gồm các sản phẩm như hoán vụ (swaps), hợp đồng tỷ giá kỳ hạn; chứng khoán có thể chuyển nhượng; các công cụ có thể chuyển nhượng khác và tài sản tài chính, kể cả kim loại quý.

- Tham gia vào việc phát hành mọi loại chứng khoán, kể cả bảo lãnh phát hành và chào bán như đại lý (dù công khai hoặc theo thỏa thuận riêng) và cung cấp dịch vụ liên quan tới việc phát hành đó;

- Môi giới tiền tệ;

- Quản lý tài sản, như tiền mặt hoặc quản lý danh mục đầu tư, mọi hình thức quản lý đầu tư tập thể, quản lý quỹ hưu trí, dịch vụ bảo quản, lưu giữ và tín thác;

- Các dịch vụ thanh toán và quyết toán tài sản tài chính, bao gồm chứng khoán, các sản phẩm tài chính phái sinh và các công cụ thanh toán khác;

- Cung cấp và chuyển thông tin về tài chính, xử lý dữ liệu tài chính và phần mềm liên quan của các nhà cung cấp dịch vụ tài chính khác;

- Các dịch vụ về tư vấn, trung gian môi giới và các dịch vụ tài chính phụ trợ khác liên quan, kể cả tham khảo và phân tích tín dụng, nghiên cứu, tư vấn đầu tư và danh mục đầu tư, tư vấn mua sắm và về cơ cấu lại hoặc chiến lược doanh nghiệp.

- Theo Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO):

“Dịch vụ tài chính bao gồm dịch vụ bảo hiểm và các dịch vụ liên quan đến bảo hiểm; DVNH và các dịch vụ tài chính khác; dịch vụ chứng khoán”.

- Theo Luật các tổ chức tín dụng của VN:

Hiện nay, Luật các tổ chức tín dụng (TCTD) của VN chưa đưa ra khái niệm cụ thể về dịch vụ ngân hàng mà chỉ đề cập đến hoạt động ngân hàng. “Hoạt động ngân hàng 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 các dịch vụ thanh

toán”.

Tóm lại “DVNH là một bộ phận của dịch vụ tài chính, là các dịch vụ tài chính gắn liền với hoạt động kinh doanh ngân hàng, được ngân hàng thực hiện nhằm tìm kiếm lợi nhuận và chỉ có các ngân hàng mới có thể cung ứng các dịch vụ này một cách tốt nhất cho khách hàng”, bao gồm một số dịch vụ cơ bản: dịch vụ huy động vốn; dịch vụ tín dụng; dịch vụ đầu tư tài chính và đầu tư khác; dịch vụ thanh toán; dịch vụ kinh doanh vàng và ngoại hối; dịch vụ phát hành và thanh toán thẻ; dịch vụ tư vấn và cung cấp thông tin, v.v..

Hiện nay, sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ và nền tảng công nghệ hiện đại đã tạo điều kiện thuận lợi để các ngân hàng thương mại (NHTM) mở rộng hoạt động cung ứng dịch vụ cho khách hàng. Một số dịch vụ được cung ứng cho khách hàng mà không cần có sự tiếp xúc giữa nhân viên ngân hàng và khách hàng, chỉ thực hiện thông qua đường truyền Internet, mạng vô tuyến. Những dịch vụ đó được gọi là dịch vụ ngân hàng điện tử.

2. Thực trạng cung ứng sản phẩm dịch vụ của NHTMVN trong thời gian qua

So với giai đoạn 2001-2005, DVNH hiện nay có sự thay đổi rất lớn cả về số lượng lẫn tiện ích cho người sử dụng, cụ thể như sau:

- Dịch vụ huy động vốn:

Nhiều sản phẩm huy động vốn mang tính đặc thù, đặc biệt là tiền gửi tiết kiệm, đã góp phần mở rộng đối tượng và gia tăng số lượng khách hàng giao dịch, đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng vốn huy động của hệ thống ngân hàng trong thời gian vừa qua.

Bảng 1. Tình hình huy động vốn từ nền kinh tế giai đoạn 2003 - 2009

Năm	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Tổng vốn huy động	321	428	569	777	1.147	1.409	1.814
Tốc độ tăng (%)	25,80	33,20	32,08	36,53	47,64	22,87	28,70

Đvt: Nghìn tỷ VND

Nguồn: Tổng hợp báo cáo của NHNN

- Dịch vụ tín dụng:

Sự ổn định của nền kinh tế là điều kiện thuận lợi để các NHTM mở rộng cung ứng tín dụng đến

NGHIÊN CỨU & TRAO ĐỔI

nhiều lĩnh vực của nền kinh tế, đến nhiều đối tượng khách hàng. Ngoài các sản phẩm dịch vụ tín dụng truyền thống như: cho vay; chiết khấu; cho thuê, v.v..các NHTM rất chú trọng phát triển các sản phẩm mới: tín dụng thấu chi, bao thanh toán, tài trợ xuất nhập khẩu, tài trợ dự án, v.v.. Kết quả của hoạt động tín dụng của toàn hệ thống ngân hàng trong thời gian vừa qua cho thấy mức độ đa dạng và phong phú của dịch vụ tín dụng.

Bảng 2. Tổng dư nợ tín dụng đối với nền kinh tế 2003 – 2009

Đvt : Nghìn tỷ VND

Năm	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009*
Dư nợ tín dụng	297	421	551	692	1.064	1.335	1.839
Tốc độ tăng (%)	28,41	41,65	31,04	25,44	53,89	25,43	37,73

Bảng 3. Hoạt động thanh toán qua ngân hàng giai đoạn 2003-2008

Đơn vị tính: tỷ VND

Nguồn: Tổng hợp báo cáo của NHNN

- Dịch vụ thanh toán:

Dịch vụ thanh toán trong thời gian vừa qua phát triển rất nhanh nhưng chủ yếu vẫn là các hình thức thanh toán truyền thống: ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu, séc, thẻ thanh toán. Các hình thức thanh toán

điện tử như Home Banking, Phone Banking, Mobile Banking cũng chỉ mới bắt đầu triển khai thực hiện. Sự phát triển của dịch vụ thanh toán phụ thuộc vào khả năng ứng dụng công nghệ hiện đại vào hoạt động ngân hàng và mức độ hoàn thiện của hệ thống ngân hàng thương mại.

Ngày 29/12/2006, Chính phủ phê duyệt “Đề án thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2006-2010 và định hướng đến năm 2020”, làm cho dịch vụ thanh toán qua ngân hàng ngày trở nên phổ biến. Dịch vụ thanh toán qua ngân hàng hiện nay không còn giới hạn ở khách hàng doanh nghiệp mà đã mở rộng đến đại bộ phận khách hàng cá nhân.

Ngày 18/11/2008, hệ thống thanh toán liên ngân hàng giai đoạn II đã được vận hành chính thức thay thế giai đoạn I, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán qua ngân hàng. Theo báo cáo của Cục Công nghệ thông tin của NHNN tại Banking 2009, đã có 92/97 TCTD đã hoàn thành xong Core banking, trong đó có 90 thành

viên với hơn 694 đơn vị thành viên là các TCTD tham gia hệ thống thanh toán quốc gia, thời gian thanh toán được rút ngắn còn 10 giây/ lượt thanh toán, mỗi ngày có đến từ 60.000 đến 85.000 lượt thanh toán được thực hiện với tổng giá trị thanh toán lên đến khoản 60.000 đến 90.000 tỷ đồng.

Trong các hình thức thanh toán qua ngân hàng thì thanh toán bằng ủy nhiệm chi chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng khối lượng thanh toán qua ngân hàng vì đây là hình thức thanh toán dễ thực hiện, ít rủi ro. Thanh toán bằng séc chiếm tỷ trọng nhỏ nhất trong tổng khối lượng thanh toán qua ngân hàng do khung pháp lý cho thanh toán séc hiện nay còn một số bất cập nhất định.

Hình thức thanh toán	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ủy nhiệm chi	2.421.216	3.512.613	3.863.874	4.829.844	6.520.287	9.128.402
Ủy nhiệm thu	106.923	132.192	142.767	164.181	188.811	217.133
TT séc	17.763	28.350	35.439	46.068	59.430	76.665
TT thẻ	27.117	34.290	55.770	87.807	124.686	182.042
Tổng	2.573.019	3.707.445	4.097.850	5.127.900	6.893.214	9.604.241

Nguồn: Tổng hợp báo cáo NHNN

Thanh toán thẻ là hình thức thanh toán mới nhưng có tốc độ phát triển nhanh nhất trong những năm gần đây. Số lượng thẻ phát hành, số lượng máy ATM và POS, số tài khoản cá nhân trong những năm gần đây tăng lên đáng kể.

Bảng 4. Số lượng ATM và POS năm 2007 – 2009

Năm	2007	2008	2009
ATM (cái)	4.813	7.051	9.000
POS (cái)	12.548	29.215	27.000
Tổng số thẻ (triệu thẻ)	9,2	13,4	19

Nguồn: BCTN của Hội thẻ Việt Nam, Cục CNTT NHNN

- Dịch vụ ngoại hối:

Thực hiện những cam kết trong lộ trình hội nhập, NHNN đã từng bước đưa ra những quy định điều chỉnh các hoạt động liên quan đến ngoại hối cho phù hợp với thông lệ quốc tế, cụ thể: Pháp lệnh ngoại hối ngày 21/12/2005; Nghị định

160/2006/NĐ-CP; Thông tư 03/2008/TT-NHNN; Quyết định 622/2009/QĐ-NHNN; v.v.. Chính sách quản lý tỷ giá càng trở nên linh hoạt, thông thoáng hơn, tạo được thế chủ động cho các ngân hàng khi thực hiện các dịch vụ kinh doanh ngoại hối. Dịch vụ ngoại hối tại các NHTM Việt Nam hiện nay bao gồm: mua bán ngoại tệ giao ngay; mua bán ngoại tệ kỳ hạn; hoán đổi ngoại tệ; quyền chọn

nước ngoài tại VN. Đây là cơ hội rất tốt để các NHTM Việt Nam rút ngắn được thời gian đầu tư nghiên cứu đổi mới công nghệ, nghiên cứu phát triển các sản phẩm dịch vụ mới.

- Trình độ dân trí ngày càng được cải thiện, mức sống người dân ngày càng được nâng cao. Yếu tố này cho thấy hiện nay khách hàng hoàn toàn đủ khả năng tiếp cận với các sản phẩm mới, các sản phẩm phát triển trên nền tảng công nghệ hiện đại.

- Khối lượng khách hàng tiềm năng còn rất lớn, chủ yếu là khách hàng cá nhân, đối tượng khách hàng đang được các ngân hàng chú ý để phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ.

Bảng 5. Doanh số dịch vụ kinh doanh ngoại hối giai đoạn 2003-2008

Đvt: tỷ VND

Năm	2004	2005	2006	2007	2008
Doanh số	1.273.536	1.906.668	4.137.867	7.673.085	9.850.500
Tốc độ tăng (%)		49,71	117,02	85,44	28,38

ngoại tệ; chi trả kiều hối và thu đổi ngoại tệ.

Nguồn: Tổng hợp báo cáo NHTM

3. Những thuận lợi và khó khăn của NHTM trong quá trình cung ứng dịch vụ

• Thuận lợi:

- Chế độ chính trị ổn định và trật tự an toàn xã hội được đảm bảo. Việt Nam là một trong những quốc gia được đánh giá có tình hình chính trị ổn định, ít xảy ra mâu thuẫn về sắc tộc, tôn giáo, đảng phái v.v.. Yếu tố này đã tạo nên lòng tin vững chắc của người dân đối với Nhà nước, tạo nên lợi thế khách quan cho NHTM trong việc cung ứng dịch vụ cho khách hàng.

- Hành lang pháp lý cho hoạt động ngân hàng ngày càng hoàn thiện. Các văn bản pháp lý được sửa đổi bổ sung thường xuyên, liên tục sao cho phù hợp với điều kiện kinh tế hiện tại. Mức độ hoàn thiện của hành lang pháp lý trong thời gian qua đã tạo nên sự an toàn tương đối trong quá trình cung ứng dịch vụ.

- Môi trường kinh tế vĩ mô ít biến động. Mặc dầu kinh tế thế giới có những biến động mạnh nhưng Việt Nam vẫn giữ được môi trường kinh tế vĩ mô ít biến động. Chính vì vậy Việt Nam được đánh giá là điểm đến rất an toàn cho nhà đầu tư nước ngoài.

- Có nhiều cơ hội tiếp nhận vốn, công nghệ, giao lưu học hỏi trao đổi kinh nghiệm từ các ngân hàng và các TCTC nước ngoài để mở rộng việc cung ứng sản phẩm dịch vụ ngân hàng. Với sự tham gia của các TCTC nước ngoài tại thị trường Việt Nam dưới các hình thức: thành lập chi nhánh; góp vốn liên doanh với NHTM Việt Nam; mua cổ phần của NHTM cổ phần, thành lập ngân hàng 100% vốn

• Khó khăn:

- Ảnh hưởng cơ chế hoạt động của mô hình ngân hàng một cấp. Ngân hàng Việt Nam có một thời gian dài tổ chức theo mô hình ngân hàng một cấp, hoạt động trong cơ chế kinh tế tập trung bao cấp. Khi chuyển sang hoạt động theo cơ chế kinh tế thị trường đã gặp những khó khăn nhất định về tổ chức quản lý, về nhân sự, hình thức tổ chức cung ứng dịch vụ cho khách hàng.

- Hệ thống ngân hàng Việt Nam là hệ thống ngân hàng mới thành lập. Ngân hàng Việt Nam được thành lập 06/05/1951, chỉ có khoảng 60 năm hoạt động, nhưng mới chuyển sang tổ chức theo mô hình ngân hàng 2 cấp từ năm 1990 nên mức vốn còn thấp, công nghệ còn lạc hậu, trình độ quản lý còn yếu kém nhiều mặt, kinh nghiệm cung ứng và phát triển sản phẩm mới chưa nhiều.

- Thiếu sự phối hợp đồng bộ giữa các ngân hàng trong quá trình cung ứng dịch vụ. Điều này đã gây ra những khó khăn rất lớn cho cả nhà cung ứng và người sử dụng dịch vụ. Ngân hàng phải mất một chi phí đầu tư lớn nhưng không khai thác hết tính năng của khoản mục đầu tư, hiệu quả mang lại cho ngân hàng không như mong đợi.

- Sự đầu tư và phát triển công nghệ thông tin không đồng đều giữa các cơ quan, các tổ chức kinh tế xã hội, giữa các vùng kinh tế cũng là một yếu tố gây khó khăn cho khách hàng trong việc tiếp cận các dịch vụ ngân hàng đặc biệt là những dịch vụ chạy trên nền tảng công nghệ hiện đại.

- Thói quen sử dụng dịch vụ ngân hàng của đại bộ phận dân cư chưa hình thành, chỉ mới ở giai đoạn bắt đầu tiếp cận với DVNH.

4. Giải pháp đa dạng hoá sản phẩm DVNH trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế

Đa dạng hóa sản phẩm DVNH là việc mở rộng phát triển các sản phẩm mới, tạo thêm nhiều tiện ích đối với các sản phẩm dịch vụ hiện tại, nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ đáp ứng kịp thời nhu cầu, thị hiếu của khách hàng. Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, đa dạng hóa sản phẩm DVNH là một yêu cầu tất yếu đối với tất cả các NHTM. Đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, phân tán rủi ro và nâng cao hiệu quả kinh doanh, đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng. Quá trình đa dạng hoá sản phẩm DVNH chịu sự tác động của nhiều nhân tố như: vốn, công nghệ, nguồn nhân lực, kênh giao dịch, chiến lược quảng bá sản phẩm, nhu cầu, thị hiếu của khách hàng, tình hình kinh tế, tình hình chính trị và trật tự an toàn xã hội, mức độ hội nhập của nền kinh tế. Xuất phát từ những luận cứ trên tác giả mạnh dạn đề nghị các giải pháp đa dạng hoá sản phẩm DVNH như sau:

Thứ nhất, tăng vốn tự có

Vốn tự có càng lớn càng chứng tỏ lợi thế về năng lực tài chính của NHTM. Năng lực tài chính càng mạnh, NHTM đủ khả năng đối phó với những rủi ro trong kinh doanh, tạo được niềm tin ở khách hàng khi sử dụng sản phẩm DVNH. Vốn tự có càng lớn, ngân hàng càng có lợi thế trong nghiên cứu ứng dụng công nghệ mới phục vụ cho hoạt động cung ứng dịch vụ ngân hàng. Hiện nay, vốn tự có của các NHTMVN còn quá thấp so với các ngân hàng khu vực và thế giới, chính vì vậy tăng vốn là yêu cầu thiết thực. Tuy nhiên các NHTM phải lựa chọn được thời điểm thích hợp và phương thức hợp lý để đảm bảo hiệu quả, chẳng hạn:

- Đề nghị Chính phủ xem xét cho phép NHTM gia tăng tỷ lệ lợi nhuận giữ lại để trích lập các quỹ được tính vào vốn tự có (quỹ dự trữ bổ sung vốn điều lệ, quỹ dự phòng tài chính, quỹ đầu tư phát triển...).

- Chủ động xem xét và đề xuất với Ngân hàng Nhà nước (NHNN) về kế hoạch thường xuyên phát hành trái phiếu dài hạn, trái phiếu chuyển đổi để thu hút nguồn vốn trong nước đồng thời cũng xem xét đến phương pháp phát hành trái phiếu trên thị trường quốc tế để thu hút nguồn vốn từ nước ngoài.

- Các NHTM nhà nước phải xem xét đẩy nhanh tiến độ cổ phần hoá theo đề án cổ phần hoá các doanh nghiệp nhà nước đã được Chính phủ phê duyệt.

- Đối với những ngân hàng có khối lượng tài sản cố định tương đối lớn cũng nên xem xét đến phương án định giá lại tài sản cố định để làm tăng thêm vốn tự có của ngân hàng.

Thứ hai, đẩy mạnh đầu tư đổi mới công nghệ, nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ mới.

Trong điều kiện hội nhập, các ngân hàng thương mại phải hướng đến chiến lược đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ ngân hàng trên nền tảng công nghệ hiện đại, đặc biệt là dịch vụ ngân hàng bán lẻ. Các NHTM VN đã nỗ lực rất lớn trong việc đầu tư đổi mới công nghệ, hầu hết các NHTM đã hoàn thành cơ bản về hạ tầng kỹ thuật công nghệ thông tin; đã có 92/97 TCTD triển khai xong phần mềm Core banking, trong đó có 90 thành viên với hơn 694 đơn vị thành viên là các TCTD tham gia hệ thống thanh toán quốc gia. Tuy nhiên, theo đánh giá việc đầu tư công nghệ tại các NHTM VN hiện nay vẫn chưa đạt được mức tiêu chuẩn của khu vực, việc đầu tư đổi mới công nghệ tại các ngân hàng chỉ mới dừng lại ở mức độ nối kết giao dịch trong toàn hệ thống chứ chưa ứng dụng hiệu quả cho việc cung ứng sản phẩm dịch vụ ra công chúng.

Để nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ cho quá trình cung ứng sản phẩm DVNH đòi hỏi các NHTM phải:

- Tiếp tục nâng cấp cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, mở rộng băng thông, lắp đặt thêm đường truyền tốc độ cao, đảm bảo xử lý dữ liệu và cung ứng dịch vụ từ xa một cách hiệu quả và nhanh chóng.

- Đẩy mạnh quá trình liên kết giữa các ngân hàng trong việc ứng dụng công nghệ hiện đại, nhằm giảm thiểu chi phí đầu tư, nâng cao hiệu quả ứng dụng công nghệ.

- Phải có phương án dự phòng để khắc phục sự cố xảy ra trong các giao dịch ngân hàng.

Thứ ba, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Nguồn nhân lực là nhân tố tạo nên sự khác biệt về chất lượng sản phẩm dịch vụ giữa các NHTM, do đó đa dạng hóa sản phẩm DVNH phải gắn liền với việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Hiện nay, chất lượng nguồn nhân lực do thị trường lao động cung cấp tương đối đáp ứng được

yêu cầu tuyển dụng của ngân hàng. Để tạo ra các sản phẩm đặc thù với chất lượng cao đòi hỏi các NHTM phải:

- Thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ, trang bị những kỹ năng cần thiết để hình thành một phong cách làm việc chuyên nghiệp.

- Phải có chế độ đãi ngộ hợp lý đối với nhân viên ngân hàng, thưởng phạt minh bạch rõ ràng, lấy thước đo mức độ hoàn thành công việc để quyết định mức thù lao xứng đáng.

Thứ tư, đa dạng hình thức giao dịch và các kênh phân phối sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

Các NHTM đã chú trọng đến việc thay đổi hình thức giao dịch và mở rộng kênh phân phối sản phẩm dịch vụ đến với khách hàng. Hiện nay, khách hàng có thể tiếp cận với ngân hàng dễ dàng hơn thông qua mạng lưới hoạt động của ngân hàng rộng khắp cả nước, khách hàng không chỉ giao dịch trực tiếp với nhân viên ngân hàng mà khách hàng có thể sử dụng dịch vụ ngân hàng bằng các lệnh online qua mạng Internet, điện thoại, v.v.. Khi giao dịch với ngân hàng khách hàng không phải tiếp xúc với nhiều bộ phận mà đã được ngân hàng cung ứng dịch vụ qua hình thức giao dịch một cửa. Tuy nhiên, mạng lưới hoạt động của ngân hàng phân bố chưa đồng đều, chủ yếu tập trung ở các trung tâm kinh tế, đô thị. Giao dịch qua mạng chỉ ở giai đoạn thử nghiệm, chưa trở nên phổ biến. Yêu cầu đặt ra cho các NHTM là phải:

- Điều chỉnh, phân bổ các chi nhánh và các phòng giao dịch một cách hợp lý để có thể khai thác hiệu quả thị trường tiềm năng.

- Kết hợp với đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng kỹ thuật công nghệ để giao dịch qua mạng thật sự là hình thức giao dịch phổ biến đối với khách hàng.

Thứ năm, mở rộng chiến lược quảng bá thương hiệu, sản phẩm dịch vụ.

Quảng bá thương hiệu, sản phẩm dịch vụ là một nhân tố không thể thiếu được trong quá trình đa dạng hoá sản phẩm DVNH. Các NHTM đã từng bước đưa marketing thành hoạt động thường xuyên của ngân hàng, cụ thể: Tất cả các ngân hàng đã xây dựng hoàn thiện website riêng để giới thiệu những thông tin về sản phẩm dịch vụ; các ngân hàng đã hình thành bộ phận bán hàng trực tiếp tìm kiếm và tư vấn cho khách hàng; tài trợ cho các chương trình sự kiện...Theo nhận định chung, tần suất và dung lượng quảng bá sản phẩm

của ngân hàng chưa thường xuyên, chưa đủ độ ngấm, chưa lan toả đến đại bộ phận công chúng. Để khắc phục hạn chế này các ngân hàng thương mại cần phải:

- Xác định được đối tượng khách hàng mục tiêu của ngân hàng, để tiến hành phân khúc thị trường.

- Lựa chọn kênh truyền dẫn thông tin thích hợp với đối tượng khách hàng mục tiêu để thông tin quảng cáo đến với khách hàng một cách đầy đủ hơn.

- Tăng thời gian và dung lượng quảng cáo nhưng phải nằm trong mức chi phí cho phép để hình ảnh ngân hàng luôn nằm trong tiềm thức của khách hàng.

Thứ sáu, thực hiện nghiên cứu nhu cầu thị hiếu của khách hàng.

Chiến lược đa dạng hoá sản phẩm DVNH không chỉ xây dựng trên cơ sở phân tích nguồn lực của ngân hàng, mà các NHTM còn phải nghiên cứu thị trường. Phương châm của ngân hàng là cung ứng những sản phẩm dịch vụ mà khách hàng có nhu cầu. Các NHTM đã có bộ phận nghiên cứu phát triển sản phẩm nhưng hoạt động của bộ phận này chưa lấy nghiên cứu nhu cầu và thị hiếu của khách hàng làm trọng tâm. Để đáp ứng được nhu cầu và thị hiếu của khách hàng đòi hỏi ngân hàng phải thường xuyên có những cuộc điều tra, khảo sát tiếp nhận thông tin phản hồi từ khách hàng, hình thành những kênh tiếp nhận thông tin trực tiếp từ khách hàng.

Thứ bảy, hoạch định chiến lược kinh doanh dài hạn.

Điểm yếu của NHTMVN là thiếu chiến lược kinh doanh dài hạn. Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, đa dạng hoá sản phẩm DVNH đòi hỏi các NHTM phải có chiến lược kinh doanh dài hạn để hạn chế những rủi ro phát sinh từ sự biến động của môi trường kinh tế vĩ mô■

(*) Số liệu ước tính

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo thường niên của NHNN
2. Phân tích ngành ngân hàng của BSVC
3. Tạp chí *Kinh tế phát triển*
4. Tạp chí *Ngân hàng*
5. Chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng giai đoạn 2006 - 2010
6. Báo cáo tham luận tại Banking 2009 tại TP.HCM
7. Báo cáo Cục CNTT NHNN