

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG PHI TÍN DỤNG TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Trần Công Hiến*

Những năm gần đây hoạt động ngân hàng tại Tp. HCM phát triển khá sôi động, dẫn đầu cả nước về nhiều mặt hoạt động như cho vay và đầu tư, huy động vốn (chiếm khoảng 25% tổng lượng vốn huy động, dư nợ cho vay và đầu tư của cả hệ thống), thanh toán quốc tế, kinh doanh ngoại tệ, phát hành thẻ thanh toán các loại. Đến 30/06/2005 trên địa bàn Tp. HCM có 17 hội sở chính của các Ngân hàng thương mại (NHTM) Nhà nước và NHTM cổ phần, 4 ngân hàng liên doanh, 20 chi nhánh ngân hàng nước ngoài, 9 quỹ tín dụng, 183 chi nhánh cấp 1, 3.97 chi nhánh cấp 2. Bên cạnh việc mở rộng mạng lưới, quy mô hoạt động, các NHTM đã cố gắng phát triển các dịch vụ ngân hàng (DVNH) phi tín dụng cả về lượng và chất; cải tiến phong cách phục vụ, đơn giản hồ sơ thủ tục, rút ngắn thời gian giải quyết nội bộ, đầu tư cơ sở hạ tầng và ứng dụng công nghệ thông tin vào phát triển dịch vụ, hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, từng bước đưa hoạt động ngân hàng theo thông lệ và chuẩn mực quốc tế. Nhiều dịch vụ ngân hàng phi tín dụng tiên tiến với tiện ích gia tăng đã được các ngân hàng triển khai ứng dụng như: Tiền gửi tiết kiệm dự thưởng; tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm rút gốc linh hoạt, tiền gửi

bảo đảm gốc bằng ngoại tệ, tiền gửi lãi suất cao gắn với ngoại tệ hoặc cổ phiếu; hoán đổi tiền tệ, hoán đổi lãi suất, dịch vụ quyền chọn tiền tệ, vàng, bao thanh toán, dịch vụ Home Banking của ACB; VCB – money, “VCB Online”, Internet Banking....

So với trước đây hệ thống DVNH phi tín dụng hiện nay có nhiều tiến bộ vượt bậc, nhưng xét cả về số lượng, quy mô, chủng loại và chất lượng sản phẩm dịch vụ thì DVNH phi tín dụng trên địa bàn Tp.HCM mới chỉ ở giai đoạn bắt đầu phát triển. Nhiều loại DVNH có giá trị gia tăng cao chưa thực hiện được như: Tư vấn, cung cấp và chuyển giao thông tin tài chính, dịch vụ môi giới tiền tệ, dịch vụ tư vấn và quản lý tài sản, quản lý danh mục đầu tư, thanh quyết toán tài sản tài chính....Việt Nam đang trên đường hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế. Sức ép của hội nhập, cạnh tranh đòi hỏi từng ngân hàng phải phát huy lợi thế sẵn có của mình và phát triển đa dạng sản phẩm dịch vụ ngân hàng để chiếm lĩnh thị trường. Để làm được điều đó cần có chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng phi tín dụng cụ thể phù hợp với nhu cầu thị trường, khả năng tài chính, điều kiện công nghệ, năng lực quản trị, trình độ nguồn nhân lực và với yêu cầu phát triển đúng hướng, tiết

kiệm chi phí, rút ngắn thời gian và phù hợp với xu thế phát triển, khả năng cạnh tranh. Một số giải pháp có thể lựa chọn như sau:

- Phát triển sản phẩm dịch vụ theo định hướng vì khách hàng: lấy khách hàng làm trung tâm để phục vụ, xem khách hàng là mục tiêu tồn tại và phát triển của ngân hàng. Là ngành kinh doanh dịch vụ tiền tệ thì tiêu chí tiện ích cho người sử dụng phải được xem là đầu tiên để lựa chọn. Mỗi sản phẩm dịch vụ mới phải đảm bảo: Đơn giản cho người sử dụng (dễ hiểu đối với mọi đối tượng khách hàng, dễ mua và dễ dùng sử dụng ở mọi nơi, mọi lúc trên nhiều loại phương tiện); xử lý nghiệp vụ bằng mạng máy vi tính với trung tâm dữ liệu tập trung, xử lý trực tuyến, tức thời, chính xác, an toàn cho ngân hàng và khách hàng....

- Có chiến lược phát triển sản phẩm dịch vụ trong trung và dài hạn trong đó có kế hoạch phát triển mạng lưới ngân hàng và khách hàng:

- Phát triển mạng lưới ngân hàng: kế hoạch mở rộng mạng lưới hoạt động, phát triển chi nhánh, phòng giao dịch, điểm giao dịch và hệ thống đại lý cũng như các điểm đặt máy ATM và

Ngân hàng Công Thương TP.HCM(*)