

DỊCH VỤ NGÂN HÀNG - HỘI NHẬP VÀ PHÁT TRIỂN

PGS., TS. Nguyễn Thị Nhung
ThS. Đoàn Vĩnh Tường

Dịch vụ tài chính - ngân hàng (TC-NH) ra đời trong cơ sở nhu cầu của đời sống kinh tế - xã hội, nhu cầu ngày càng đa dạng, phong phú, phức tạp và tinh vi hơn cho nên dịch vụ TC-NH không chỉ ngày càng có vị trí quan trọng hơn trong đời sống kinh tế xã hội mà còn đứng trước những đòi hỏi cao hơn, khắt khe hơn. Phải thừa nhận rằng trong thời gian qua, với những cố gắng nỗ lực của ngành, dịch vụ TC-NH ở nước ta có nhiều đổi mới và những chuyển biến quan trọng, song bên cạnh đó cũng còn nhiều vấn đề bất cập về loại hình dịch vụ và tính đa dạng của nó, về năng lực cán bộ thực hiện và khả năng hấp thụ các dịch vụ mới, về những điều kiện để thực hiện các dịch vụ và chất lượng của các dịch vụ cung ứng... Mặt khác, vấn đề hội nhập kinh tế quốc tế cũng đặt ra những bức xúc mới cho yêu cầu phải phát triển dịch vụ TC-NH. So với nhiều nước trên thế giới, Việt Nam vẫn đang là nước đi sau cả về tốc độ phát triển, về thu nhập, về chất lượng cuộc sống... Dịch vụ TC-NH cũng trong tình trạng tương tự, vậy mà các chi nhánh ngân hàng nước ngoài - những ngân hàng có trình độ cao hơn hẳn, mở tại Việt Nam đang ngày một gia tăng, không thể

chủ quan được, nếu muốn hòa nhập, muốn tồn tại và phát triển trong cạnh tranh, không có cách nào khác, các ngân hàng Việt Nam phải cải thiện, phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ của mình. Trong bài viết này, chúng tôi mong muốn được góp thêm những ý kiến về vấn đề này.

MỘT SỐ NHẬN XÉT VỀ CÁC DỊCH VỤ HIỆN CÓ

Sự phát triển với tốc độ khá nhanh của nền kinh tế đã tạo nên một môi trường thuận lợi cho các dịch vụ ngân hàng (DVNH) phát triển, đó là nhu cầu về số lượng và chất lượng các DVNH ngày càng tăng lên, cơ sở vật chất cho các DVNH ngày càng phát triển, cơ hội tiếp xúc, học hỏi kinh nghiệm của các nước phát triển về DVNH ngày càng mở rộng... Vì vậy hệ thống DVNH đã có những cải thiện đáng kể cả về số lượng và mức độ đa dạng, cả về hình thức và chất lượng dịch vụ. Trong hệ thống tài chính, hệ thống ngân hàng đã thực sự là kênh huy động các nguồn lực tài chính chủ chốt và tài trợ vốn chủ yếu cho sự phát triển của cơ sở hạ tầng, sự phát triển của các thành phần kinh tế, các ngành nghề, thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa... góp

phần tạo nên những thành tựu kinh tế - xã hội của đất nước trong thời gian qua. Trong giai đoạn 2000-2004, dư nợ tín dụng tăng trưởng bình quân 27%/năm, đạt quy mô tương đương 65% GDP vào thời điểm cuối năm 2004, huy động vốn tăng trưởng bình quân 25%/năm, đạt quy mô 62% GDP tại thời điểm 2004. Nhờ phát triển hệ thống thanh toán điện tử, doanh số thanh toán tăng nhanh, với tốc độ bình quân gần 50%/năm, đạt hơn 8,7 triệu tỷ đồng vào năm 2004, gấp hơn 12 lần GDP. Năm 2005 tuy nền kinh tế có những khó khăn nhất định song vẫn tiếp tục ổn định và phát triển, hoạt động TC-NH cũng có những khởi sắc đáng ghi nhận, mức lạm phát được kiểm soát thấp hơn năm 2004, vốn huy động tăng 23%, tín dụng cho nền kinh tế tuy thấp hơn so với mục tiêu đề ra nhưng vẫn đạt tỷ lệ tăng 19% so với 2004 theo xu hướng nâng dần tỷ trọng cho vay các doanh nghiệp ngoài quốc doanh, tỷ lệ nợ xấu xoay quanh mức 5%. Hãy điểm lại những kết quả đáng ghi nhận trong hoạt động dịch vụ ngân hàng:

1. Huy động tiền gửi: Nếu như trước đây các loại tiền gửi rất đơn điệu và nhàm chán thì đến nay dịch vụ tiền gửi đã làm cho ta phải thay đổi nhận định của

mình. Những thay đổi về dịch vụ tiền gửi có thể kể như sau:

- Các loại hình tiền gửi tiết kiệm đa dạng hơn. Trước đây tiền gửi tiết kiệm đơn giản chỉ là tiền để dành của cá nhân, ai có tiền để dành, muốn thu về một số thu nhập từ lãi suất thì gửi vào ngân hàng, đến hạn rút tiền ra cả vốn và lãi.... Hiện nay đi kèm với tiền tiết kiệm có nhiều hình thức để khách hàng có thể lựa chọn: tiền gửi có đảm bảo, tiền gửi có mục đích, tiết kiệm dự thưởng, tiết kiệm bạc thang, tiết kiệm có quay số số, gửi một nơi lãnh nhiều nơi....

- Kỳ hạn tiền gửi phong phú hơn.

- Đa dạng về cách nhận tiền (nhận tiền một lần hoặc gửi dần).

- Đa dạng về cách rút tiền, điều kiện rút tiền.

- Đa dạng về cách tính lãi....

2, Dịch vụ cho vay: Trước đây cho vay là hoạt động độc quyền của các ngân hàng, mức độ độc quyền cao bao nhiêu thì mức độ cửa quyền cũng sẽ càng cao bấy nhiêu, các doanh nghiệp thật sự khó khăn mỗi khi cần phải gõ cửa ngân hàng để vay vốn.

Ngày nay, các doanh nghiệp có thể thỏa mãn nhu cầu vốn của mình bằng cách tìm nó trong các hoạt động thương mại, trên thị trường vốn.... Mặt khác, quy mô của các ngân hàng ngày càng lớn, mạng lưới chi nhánh ngày càng phát triển, thành phần kinh tế trong hoạt động ngân hàng cũng đa dạng... vì thế việc cho vay của ngân hàng không còn chỉ là thỏa mãn nhu cầu của

khách hàng mà chính nó là nhu cầu của các ngân hàng. Đây chính là nguyên nhân làm cho dịch vụ cho vay có những bước chuyển khá quan trọng, đó là:

- Các loại cho vay ngày càng đa dạng. Trước đây, cho vay hầu như chỉ có một cách phân loại duy nhất là phân loại theo thời gian (cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn), ngay cả loại cho vay chiết khấu đã có mặt rất lâu đời cũng không có cơ hội để xuất hiện. Hiện nay, bên cạnh việc cho vay trực tiếp cho các doanh nghiệp, ta có thể kể ra nhiều loại cho vay khác như: Chiết khấu thương phiếu, thấu chi, cho vay tiêu dùng, cho thuê tài chính, tài trợ dự án....

- Thủ tục cho vay ngày càng gọn nhẹ hơn.

- Mối quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng ngày càng hợp lý hơn, phản ánh đúng hơn bản chất của thị trường.

3, Dịch vụ thanh toán: Các hình thức thanh toán phi tiền mặt của người Việt Nam mới dừng lại chủ yếu là séc, ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu, thẻ thanh toán... trong khi thanh toán điện tử đã trở thành phổ biến, quen thuộc đối với hầu hết mọi người dân ở các nước phát triển từ khá lâu như Internet Banking, E-Banking, Home Banking, Phone Banking, Mobile Banking.... Tuy nhiên cũng phải thừa nhận rằng: đã có sự đổi mới trong hệ thống thanh toán qua ngân hàng ở Việt Nam, sự đổi mới tuy có phần chậm trễ song với tốc độ khá nhanh. Một trong những thay đổi lớn nhất trong

hoạt động ngân hàng là sự thay đổi về công nghệ thanh toán. Các phương thức thanh toán mới có những bước phát triển đáng kể đã góp phần nâng cao tỷ lệ thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng lên một cách rõ rệt. Sau nhiều năm, tỷ lệ thanh toán không dùng tiền mặt luôn duy trì ở mức độ thấp thì đến nay, tỷ lệ thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng đã nâng lên khoảng trên 80% so với tổng phương tiện thanh toán. Doanh số thanh toán không dùng tiền mặt gia tăng mạnh mẽ, tỷ trọng tiền mặt trong tổng phương tiện thanh toán tiến theo xu hướng giảm dần, từ 32,2% năm 1997 xuống còn 21,4% năm 2005.

Những thay đổi trong dịch vụ thanh toán:

- Hệ thống thanh toán điện tử ra đời, đây là dấu mốc quan trọng, có ý nghĩa quyết định trong việc làm tăng nhanh tốc độ và nâng cao hiệu quả của hoạt động thanh toán.

- Tài khoản thanh toán cá nhân tuy chưa thực sự phổ biến song ở chừng mức nhất định cũng tạo được sức hút khá mạnh mẽ nguồn vốn thanh toán trong xã hội.

- Thẻ thanh toán tuy còn rất mới mẻ so với các phương tiện thanh toán khác, song phải thừa nhận rằng thị trường thẻ ngày càng được mở rộng và đang dần chiếm vị trí đáng kể trong hệ thống thanh toán. Nếu như năm 2000 trở về trước, thanh toán thẻ còn khá trầm lắng với sự tham gia của 5 ngân hàng thương mại (NHTM), thì đến năm 2004 đã

có 15 ngân hàng tham gia phát hành và thanh toán thẻ. Đến cuối năm 2005, con số này đã lên tới trên 20 ngân hàng. Theo điều tra mới đây của Visa international và Hiệp hội ngân hàng Việt Nam cho thấy: Tại thị trường Việt Nam, lượng thẻ tín dụng và thẻ thanh toán quốc tế của các tổ chức phát hành thẻ hàng đầu thế giới như Visa Master Card đã tăng với tốc độ khoảng 50%/năm trong vòng 4 năm trở lại đây. Những đáng kể vẫn là thị trường thẻ nội địa, trong 2 năm vừa qua, số lượng chủ thẻ nội địa đã tăng khoảng 200%, doanh số thanh toán thẻ nội địa của năm 2004 tăng gấp 56 lần so với năm 2002. Cuối năm 2005 số lượng ATM là 1777 máy (so với 101 máy năm 2002), số lượng đơn vị chấp nhận thẻ khoảng 12.000 (so với 8789 đơn vị chấp nhận thẻ năm 2003). Những con số đã cho ta thấy được sức hút của thẻ khá mạnh mẽ.

- Các dịch vụ liên quan đến hoạt động thanh toán ngày được chú ý hơn, đặc biệt là các dịch vụ liên quan đến thẻ, như thanh toán tiền mua hàng hóa, chi trả dịch vụ ở các trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng, thanh toán tiền điện, phí bảo hiểm, trả tiền internet, thẻ điện thoại, chuyển khoản, rút tiền mặt qua thẻ, cho vay giải ngân qua thẻ.... Các dịch vụ này đã góp phần làm tăng số tài khoản cá nhân một cách nhanh chóng, từ 135.000 tài khoản năm 1997 lên tới 5 triệu tài khoản năm 2005 với số dư khoảng 20.000 tỷ đồng.

4. Các dịch vụ hỗ trợ khác, ngoài những thay đổi đáng ghi

nhận trong hoạt động của các nghiệp vụ cơ bản thuộc về bản chất của nghề ngân hàng, các dịch vụ khác do ngân hàng thực hiện như tư vấn tài chính, cho thuê kết sất, môi giới chứng khoán... nếu như trước đây hầu như không được các ngân hàng chú ý thì hiện nay đã có sự quan tâm khá thỏa đáng, vì vậy các hoạt động này cũng có những đổi mới không kém phần quan trọng. Sự thay đổi được thể hiện cả về hình thức lẫn nội dung, cả về quy mô lẫn chất lượng....

MỘT SỐ VẤN ĐỀ CẦN LƯU Ý

Có thể nói rằng hệ thống DVNH ở nước ta đã có những bước tiến đáng trân trọng cả về quy mô và trình độ phát triển song trong xu thế phát triển mới, để có thể hòa nhập mà vẫn tồn tại và phát triển, cần phải có một chiến lược tổng thể về hệ thống DVNH, trong đó lưu ý một số điểm như sau:

1. Việc đề ra chiến lược phát triển DVNH hiện nay đã được các ngân hàng rất quan tâm và trong đó mở rộng mạng lưới chi nhánh là vấn đề có lẽ dành được phần chú ý đặc biệt. Tất nhiên đó là xu hướng phát triển đúng, song thiết nghĩ cần phải có sự cân nhắc, suy xét thật kỹ lưỡng vì việc mở rộng quy mô là cần thiết nhưng đi kèm với nó phải là hiệu quả, là các điều kiện về con người, về cơ sở vật chất.... Hiện nay, ở một số ngân hàng, việc mở thêm các chi nhánh mới được tiến hành mở đồng loạt, rộng khắp, sự chấp vá về cán bộ, kể cả nhân viên nghiệp vụ -

đội ngũ này chưa được đào tạo bài bản, kỹ càng... chắc chắn sẽ hạn chế khả năng cung ứng dịch vụ và có thể làm cho chất lượng dịch vụ của ngân hàng bị suy giảm dưới con mắt của khách hàng, vì các hoạt động của chi nhánh dù là chi nhánh mới vẫn là bức tranh phản ánh chung cho cả ngân hàng, nếu sự quan tâm chưa thực sự đầy đủ thì việc mở rộng quy mô sẽ không có ý nghĩa, thậm chí sẽ phản tác dụng.

2. Tinh chuyên nghiệp chưa cao, tính chuyên nghiệp được thể hiện ở cách thức, quy trình, tốc độ xử lý công việc, cung cách giao tiếp, thậm chí hình thức bên ngoài, cách sắp xếp, bài trí, kể cả vị trí tiếp khách và nơi làm việc của mỗi nhân viên.... cũng cần được lưu tâm vì nó thể hiện khả năng tổ chức công việc có chuyên nghiệp hay không, có tạo được lòng tin cho khách hàng hay không. Hệ thống ngân hàng Việt Nam những năm gần đây đã có sự quan tâm đến vấn đề này, sự đổi mới đặc biệt được thể hiện rõ nét ở một số NHTM cổ phần hàng đầu, tuy nhiên về mức độ vẫn mới chỉ là bước đầu, cần có sự quan tâm hơn nữa. Với hình thức bề ngoài thiếu Khang trang, không hiện đại, thái độ của nhân viên còn hách dịch, kè cả, tác phong làm việc lè mề, ăn nói dùng đĩnh, chưa được lịch sự, giao tiếp thiếu tự tin... không thể tạo được sức hút đối với khách hàng. Những biểu hiện này tuy không còn phổ biến hiện nay tuy nữa nhưng vẫn hiện hữu ở một vài bộ phận của một số NHTM nhà nước mà đặc biệt khá phổ

biến ở một số lĩnh vực. Nếu chăm thay đổi, thị phần ngân hàng chắc chắn sẽ chuyển dịch theo xu hướng nghiên cứu về các chi nhánh ngân hàng nước ngoài.

3. *Vấn còn khá đơn điệu, nghèo nàn về chủng loại sản phẩm.* Hầu hết các dịch vụ ngân hàng truyền thống như huy động tiền gửi để cho vay trực tiếp và thanh toán hiện đang là những sản phẩm chủ yếu được cung ứng trong hệ thống các NHTM Việt Nam. Những sản phẩm mới như Internet banking, Phone banking, Home banking... đã bắt đầu được quan tâm ở một số ngân hàng song cũng còn nhiều giới hạn, trong khi đó những sản phẩm này lại đang có sức hút khá mạnh mẽ đặc biệt đối với lớp trẻ, với giới trí thức - thị phần tiềm năng của các ngân hàng. Các nghiệp vụ phái sinh tiền tệ, tỷ giá, lãi suất như hoán đổi, ký hạn, quyền chọn... đã được nhắc đến một cách thường xuyên hơn song trên thực tế vẫn mới chỉ dừng lại ở giai đoạn triển khai. Phần nào đó có thể

dụng công nghệ trong phát triển sản phẩm thấp thì sẽ rất khó khăn cho việc đưa các sản phẩm dịch vụ mới vào hoạt động.

4. *Vấn còn khoảng cách khá lớn giữa các DVNH và dân chúng.* Gần như đã thành thói quen, đối tượng khách hàng được các ngân hàng Việt Nam quan tâm chủ yếu là các doanh nghiệp, cho đến nay quan niệm này đã có sự thay đổi phần nào song có thể nói khách hàng cá nhân vẫn là thị phần đầy tiềm năng chưa được quan tâm đúng mức, trong thực tế, nhiều người dân chưa hiểu rõ về các hoạt động dịch vụ mà ngân hàng cung cấp, thậm chí không ít người chưa tiếp xúc với ngân hàng. Bài học lý thuyết đã chỉ ra vai trò và tầm quan trọng của khách hàng cá nhân đối với hoạt động ngân hàng tưởng rằng đã cũ nhưng thực ra chưa hẳn đã được thấm nhuần ngay cả trong hệ tư tưởng của những nhà quản trị ngân hàng. Khoảng cách về thời gian, khoảng cách về mức

độ thu - chi của các cá nhân, các hộ gia đình luôn luôn tồn tại chính là kho báu để cho các ngân hàng khai thác, một khi hầu hết cá nhân đều có tài khoản ở ngân hàng thì không chỉ làm tăng nguồn vốn cho ngân hàng mà lúc đó sự di chuyển vốn ngoài xã hội được chuyển vào trong hệ thống ngân hàng, sự di chuyển đó sẽ làm cho nguồn vốn tiền gửi thanh toán có mức độ ổn định đặc biệt. (Nếu số dư tài khoản này giảm xuống, thì số dư tài khoản khác sẽ tăng lên vì thế số dư tiền gửi thanh toán trong toàn hệ thống gần như không thay đổi). Về mặt xã hội, lợi ích mang lại là sự ổn định của hệ thống thanh toán, là hiệu quả xã hội mang lại khi mỗi đồng vốn trong xã hội đều được vận động, là sự tiết kiệm chi phí lao động xã hội (chi phí để tiến mặt là loại chi phí thật khó có thể đưa ra một con số chính xác và độ lớn của nó cũng khó có thể chấp nhận). Để khai thác thị trường tiềm năng này cần



Hướng dẫn khách hàng được kỹ nhờ màn hình tại triển lãm BIC-TC-NH

phải rút ngắn khoảng cách giữa ngân hàng và dân chúng với những nội dung cụ thể sau:

- Trước hết phải khoan vùng thị trường và bằng chiến dịch quảng bá một cách quyết liệt hãy làm cho mọi đối tượng trong thị trường đã được khoan vùng hiểu rõ về nó. Sự tiếp xúc, cọ sát, thường xuyên nghe, thường xuyên thấy sẽ tạo lên một dấu ấn rất quan trọng và đó chính là điều kiện khởi đầu cần thiết làm cho đối tượng có mong muốn được làm quen với sản phẩm của ngân hàng.

- Tất nhiên tiện ích của các dịch vụ mà ngân hàng cung cấp là vấn đề không thể bỏ qua. Cứ hình dung cách làm việc của một người thợ kim hoàn, họ chau chuốt sản phẩm của họ như thế nào thì mỗi sản phẩm ngân hàng cung ứng cho xã hội cũng cần được chau chuốt như thế. Nó phải vừa đẹp, vừa bắt mắt, vừa tiện ích.

- Ngoài lợi ích kinh tế ngân hàng mang lại cho khách hàng thì ngân hàng còn phải làm cho khách hàng không cảm thấy có sự phiền hà khi sử dụng DVNH, không những thế còn phải làm cho họ cảm thấy họ được trân trọng.

- Bản chất của con người Việt Nam là sự chung thủy, không dễ dàng thay đổi, ngân hàng hãy khai thác đức tính quý báu đó, nhưng không được lợi dụng để mưu cầu lợi ích riêng cho mình. Đối với khách hàng lợi ích trước mắt là một thước đo cực kỳ quan trọng, và vì thế ngân hàng phải biết hy sinh lợi ích trước mắt để có được lợi ích lâu dài. Những đợt khuyến mãi mở thẻ như hiện

đang làm ở một số ngân hàng là một ví dụ, song hầu như các chương trình khuyến mãi chỉ mới được tung ra mà chưa được quan tâm đầy đủ, giống như một sản phẩm chưa được chau chuốt đã mang ra bán trên thị trường. Biểu hiện rõ nhất là sự thiếu vắng các dịch vụ đi kèm với thẻ ATM, là sự thiếu mối liên kết giữa các ngân hàng trong việc khai thác hiệu quả của máy và tạo tiện ích cho người sử dụng.

5. Nhận thức về quản trị chất lượng của nhân viên ở nhiều ngân hàng chưa được quán triệt một cách cụ thể, trong khi đó chính họ mới là cầu nối tạo sự tiếp xúc giữa khách hàng với các dịch vụ mà ngân hàng cung cấp. Phải đào tạo, ngoài những yêu cầu về chuyên môn phải làm cho mỗi nhân viên thấm nhuần từ trong ý thức về chất lượng sản phẩm dịch vụ mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng và đặc biệt quan trọng là phải xử lý được vấn đề có tính mâu thuẫn, đó là tạo được mối quan hệ gắn kết giữa quyền lợi và trách nhiệm của mỗi con người, mỗi bộ phận trong ngân hàng.

6. Cơ chế điều tiết tổng thể toàn hệ thống dịch vụ chưa hoạt động tốt.

Điều 1 của Luật Ngân hàng Nhà nước (NHNN) có ghi rõ: "Ngân hàng Nhà nước thực hiện chức năng quản lý nhà nước về tiền tệ và hoạt động ngân hàng", bên cạnh đó Điều 5d cũng có nêu nhiệm vụ, quyền hạn của NHNN: "... cấp, thu hồi giấy phép hoạt động ngân hàng của các tổ chức khác.". Với điều luật nêu trên thì phạm vi điều

tiết và can thiệp về tiền tệ và hoạt động ngân hàng chỉ có giới hạn duy nhất là trong lãnh thổ quốc gia, không giới hạn về đối tượng, thành phần chịu sự điều tiết. Nhưng thực tế lại có rất nhiều tổ chức khác có hoạt động ngân hàng như Quỹ hỗ trợ phát triển, Tiết kiệm bưu điện, Quỹ bảo lãnh doanh nghiệp vừa và nhỏ... nằm ngoài tầm kiểm soát của NHNN, không chịu sự quản lý, thanh tra, giám sát... của NHNN, thậm chí NHNN không cấp phép thì hoạt động ngân hàng vẫn cứ được diễn ra bình thường ở các tổ chức này.

Mặt khác, các công cụ điều hành chính sách tiền tệ cũng hoạt động chưa thật hiệu quả, mức độ tác động đến các hoạt động trong kinh tế còn hạn chế, minh chứng rõ nhất là tình hình diễn biến của lãi suất các loại tiền gửi, cho vay ở các NHTM từ đầu năm đến nay có xu hướng tăng khá mạnh, nằm ngoài tầm kiểm soát của NHNN. Mạnh ngân hàng nào ngân hàng đó định giá, chạy theo giá, cho nên có hiện tượng giá chứng lên giá.

Bên cạnh đó sự phối kết hợp giữa các NHTM trong việc ứng dụng công nghệ mới còn lỏng lẻo cũng cho thấy thiếu vắng vai trò điều tiết tổng thể hoạt động DVNH trong toàn hệ thống.

Rõ ràng một cơ chế điều hành thống nhất là một đòi hỏi khách quan và nghiêm túc, chỉ trong điều kiện đó NHNN mới thực hiện tốt nhất vai trò điều phối của mình và thực hiện được chức năng quản lý nhà nước của mình đối với toàn bộ hoạt động tiền tệ ngân hàng như luật đã định ■