

# "SỔ TAY GIAO DỊCH NGÂN HÀNG" CAM KẾT ĐẢM BẢO CHO HOẠT ĐỘNG GIAO DỊCH NGÂN HÀNG CÔNG BẰNG, MINH BẠCH

ThS. Đặng Đình Tân

Đấy mạnh phát triển mạng lưới giao dịch đang được coi là một trong những nhiệm vụ hết sức quan trọng của các ngân hàng ở nước ta hiện nay. Nhiệm vụ đó luôn được các ngân hàng thực hiện với một kỳ vọng rõ ràng là sẽ gia tăng được số lượng khách hàng trong thời gian sắp tới. Tuy vậy, với không ít ngân hàng, mặc dù mạng lưới có được mở rộng, song những bất cập trong hoạt động giao dịch với khách hàng có thể là rào cản lớn đối với việc duy trì và phát triển lượng khách hàng của mình.

Có thể thấy, điểm yếu rõ nét nhất trong hoạt động giao dịch với khách hàng của ngân hàng hiện nay là *tình không công bằng (fair)*. Tình không công bằng này, có thể có gốc rễ sâu xa từ ... thời bao cấp, luôn đặt khách hàng ở vị thế thấp so với ngân hàng, và như một "quán tũn", các ngân hàng nhiều lúc cũng không cảm thấy hết nghĩa vụ của mình khi giao dịch với khách hàng - đặc biệt là với khách hàng cá nhân. Nhiều khiêu nại, tranh chấp giữa ngân hàng và khách hàng đã phát sinh cũng chính từ việc thiếu công bằng về quyền và nghĩa vụ của hai bên trong hoạt động giao dịch. Đơn cử một ví dụ, khi ngân hàng phát hành thẻ ATM cho khách hàng thường giao dịch viên chỉ nói về những tiện lợi mà không giải thích rõ về những trách nhiệm, rủi ro cũng như cung cấp những hướng dẫn cụ thể về những biện pháp tự bảo vệ cho khách hàng. Có thể, điều mà ngân hàng (giao dịch viên) quan tâm (và cũng muốn

khách hàng quan tâm) là khách hàng sẽ phải chịu mọi trách nhiệm đối với tiền trong tài khoản được rút ra hay thanh toán chuyển khoản từ việc sử dụng thẻ, bất kể giao dịch đó là hợp lệ hay gian lận! Đối với nhiều khách hàng, điều đó không có vấn đề, vì họ thậm chí còn chẳng nghĩ ra có cách nào để có thể lấy tiền trái phép từ thẻ vốn luôn cất kỹ trong túi của mình! Và rồi khi có thiệt hại (mất tiền), thì khách hàng... lãn đừ, trong khi đáng ra những thiệt hại ấy đối với khách hàng có thể được giảm nhẹ hoặc thậm chí không thể xảy ra nếu ngay từ đầu ngân hàng thể hiện trách nhiệm đối với việc huấn luyện kỹ năng thích hợp cho khách hàng!

Tình không công bằng trong hoạt động giao dịch ngân hàng hiện nay còn thể hiện ở việc giao tiếp (truyền thông), liên lạc giữa ngân hàng với khách hàng còn nhiều yếu kém. Nhiều ngân hàng hầu như không có liên lạc gì với khách hàng gửi tiền hoặc sử dụng dịch vụ của ngân hàng nếu khách hàng không chủ động liên lạc. Có trường hợp khách hàng mở tài khoản, đăng ký mở thẻ ATM song không đến nhận thẻ hơn một năm trời mà ngân hàng cũng không nhắc và không biết. Vậy mà khi đến hạn thu phí thường niên thì bộ phận dịch vụ lại gọi điện thoại cho khách hàng thông báo yêu cầu nộp phí! Đối với các sản phẩm tiền gửi (kể cả tiền gửi tiết kiệm) hầu như không có việc ngân hàng thông báo những thay đổi về lãi suất kịp thời cho khách hàng. Chẳng hạn, các sổ tiết kiệm có

kỳ hạn khi đến hạn mà khách hàng không đến rút ra thì ngân hàng sẽ tự động chuyển sang kỳ hạn mới với *lãi suất tại ngày bắt đầu kỳ hạn mới*, bất kể lãi suất này có bị thay đổi thấp hơn so với kỳ hạn trước. Lẽ ra, với những thay đổi bất lợi cho khách hàng như thế này, ngân hàng cần phải thông báo trước để khách hàng có quyết định thích hợp.

Một vấn đề nữa cần được các ngân hàng nhận thức đúng đắn liên quan đến hoạt động giao dịch đó là *cung cách* giao dịch với khách hàng. Đấy không chỉ bao hàm sự hòa nhã, ân cần, khẩn trương, trách nhiệm... mà nhiều ngân hàng hiện nay đang nêu thành khẩu hiệu để thực hiện.

Trên hết thấy, ngân hàng, thông qua nhân viên của mình ở mọi cấp, phải thể hiện một *tinh cảm* (chứ không chỉ lý trí) của mình trong quá trình giao dịch với khách hàng. Tinh cảm ở đây tuyệt nhiên không phải là sự thiên vị (do quen biết chẳng hạn), mà đó là cái cách ngân hàng (nhân viên, cán bộ quản lý ngân hàng) phải lo cùng với nỗi lo của khách hàng, phải hành động trên cơ sở *cảm nhận được lợi ích (thiệt hại) của khách hàng như lợi ích (thiệt hại) của chính cá nhân mình*. Xin đơn cử một ví dụ để thấy khoảng cách không nhỏ giữa yêu cầu này với thực tế đang diễn ra tại các ngân hàng. Công ty nợ mở tài khoản trả lương lĩnh bằng thẻ ATM cho nhân viên tại một ngân hàng lớn ở Việt Nam. Trong số nhân viên công ty, có hai người trùng tên họ và một trong hai người ấy, rui

thay, bị mất thẻ ATM, điện thoại đi động cùng với nhiều thứ giấy tờ tùy thân, nhưng không liên hệ được với ngân hàng bên nhờ một đồng nghiệp ừm cách báo cho ngân hàng biết để khóa thẻ. Người đồng nghiệp gọi điện thoại đến bộ phận thẻ thông báo việc mất thẻ và đề nghị tạm thời khóa thẻ lại, nhưng giao dịch viên đã lạnh lùng từ chối việc này vì yêu cầu phải cung cấp thêm số chứng minh nhân dân mới xác định được đúng thẻ của khách hàng nào để khóa, trong khi người đồng nghiệp kia *đường ngoi không yên* vì không làm sao liên hệ được để hỏi số chứng minh nhân dân! Sự việc này nói lên rằng, mặc dù nhân viên ngân hàng đã làm rất đúng quy trình, nhưng anh (chị) ta vẫn chưa cảm nhận được nỗi lo mất tiền của khách hàng, chứ đừng nói gì đến việc cảm nhận đó như nỗi lo của chính bản thân mình! Nhiều ngân hàng lấy khẩu hiệu kinh doanh (slogan) như "người bạn", "người đồng hành" ... của khách hàng, song nếu có ngân hàng nào đặt slogan cho mình là "*Ngân hàng của bạn - Gia đình của bạn*" thì đấy có khi lại là một ý tưởng xuất sắc, vì chắc sẽ có nhiều khách hàng cho rằng chỉ có như ở gia đình thì người ta mới có thể quan tâm sâu sắc đến lợi ích của bản thân mình.

Thật ra, rào cản khiến khách hàng chậm chấp nhận các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng, hay nói khác đi là rào cản đối với việc ngân hàng mở rộng, phát triển thị phần sản phẩm và dịch vụ của mình chính là sự "ngờ vực" của khách hàng, hay nói cách khác chính là tình trạng khách hàng thiếu thông tin về sản phẩm, dịch vụ cũng như các quy trình xử lý của ngân hàng. Điều này đặc biệt thấy rõ đối với các sản phẩm, dịch vụ "cao cấp" như thanh toán thẻ,

hiện các cam kết của mình đối với khách hàng, qua đó cho thấy hoạt động giao dịch tại ngân hàng đã được tiến hành trên cơ sở công bằng, minh bạch:

-Cam kết về việc quảng cáo trung thực;

-Cam kết về việc cung cấp thông tin rõ ràng về mọi sản phẩm, dịch vụ khách hàng quan tâm;

-Cam kết về việc cung cấp thông tin về hoạt động giao dịch của khách hàng và những thay đổi về lãi suất, hoặc các điều kiện giao dịch;

-Cam kết về cung cách giao dịch với khách hàng, đặc biệt là trong những trường hợp có sự cố;

-Cam kết về việc bảo mật thông tin khách hàng.

Đã đến lúc thiết lập môi trường giao dịch ngân hàng (đặc biệt là giữa ngân hàng và các khách hàng cá nhân) công bằng hơn, minh bạch hơn. Điều đó không chỉ nhằm bảo vệ lợi ích của khách hàng, thể hiện văn minh trong hoạt động giao dịch ngân hàng mà nó còn phù hợp với thông lệ quốc tế, điều mà các ngân hàng Việt Nam cần đặc biệt quan tâm thực hiện trong bối cảnh Việt Nam sắp sửa gia nhập WTO. Hiệp hội ngân hàng Việt Nam (VBA) cần sớm có tiếng nói trong vấn đề này, có thể thông qua việc thiết lập một khuôn mẫu của *Sổ tay giao dịch ngân hàng* và thiết lập một "hiệp ước" tuân thủ khuôn mẫu đó trên cơ sở khuyến khích các ngân hàng *tự nguyện* tham gia. Cuối cùng, thực hiện công bằng, minh bạch trong giao dịch ngân hàng cũng chính là một biện pháp quản lý rủi ro hữu hiệu đối với hoạt động kinh doanh ngân hàng, và vì thế mà các ngân hàng, các tổ chức nghề nghiệp và nhà quản lý cần sớm có những sự quan tâm đúng mức ■

ví điện tử, giao dịch ngân hàng trực tuyến, vốn đòi hỏi khách hàng những kỹ năng "cao cấp" nhiều hơn là giao dịch ngân hàng truyền thống chỉ có mỗi việc ký tên và nộp (nhận) tiền! Như vậy, khi đưa ra những sản phẩm, dịch vụ cao cấp, ngân hàng phải dự tính những khó khăn, cung cấp đầy đủ những thông tin cần thiết cũng như huấn luyện kỹ năng thích hợp cho khách hàng. Có như vậy thì khách hàng mới có niềm tin khi chấp nhận sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng vì họ nhận thức được và biết cách để hạn chế rủi ro, và nhờ vậy mà được hưởng lợi ích nhiều hơn từ những sản phẩm, dịch vụ mới của ngân hàng so với sản phẩm, dịch vụ truyền thống. Nói khác đi, cùng với việc trao khả năng thực hiện giao dịch lớn hơn cho khách hàng, ngân hàng cần phải hướng dẫn khách hàng thích hợp nhằm thực hiện quyền đó an toàn cho chính khách hàng, đặc biệt là các giao dịch thẻ và trực tuyến, tránh những trường hợp khách hàng bị thiệt hại mà cứ ngỡ như là không phải trách nhiệm của mình.

Để thúc đẩy cho hoạt động giao dịch ngân hàng công bằng, minh bạch, không có phương cách nào hiệu quả hơn là các ngân hàng cần sớm ban hành một "*Sổ tay giao dịch ngân hàng*", nó như một cẩm nang cho khách hàng và nhân viên ngân hàng định hướng hành xử trong quá trình thực hiện giao dịch ngân hàng. *Sổ tay giao dịch ngân hàng* sẽ bao hàm trong đó những cam kết, quy định, quy trình xử lý đối với những sản phẩm, dịch vụ chủ yếu của ngân hàng như:

-Tài khoản thanh toán.

-Tiền gửi tiết kiệm.

-Dịch vụ thanh toán, ngoại hối.

-Thẻ và các mật mã.

-Cho vay và thấu chi....

Điểm đặc biệt quan trọng trong *Sổ tay* là ngân hàng phải thể