

Bước ngoặt của thị trường ngân hàng Việt Nam

TS. LÂM THỊ HỒNG HOA

Ngày 9 tháng 9 năm 2008 Thống đốc ngân hàng Nhà nước (NHNN) Việt Nam đã trao hai giấy phép lập ngân hàng con 100% vốn ngoại cho ban lãnh đạo của HSBC và Standard Chartered Bank và sau đó chỉ một ngày ngân hàng ANZ cũng được cấp phép thành lập. Đây không chỉ là bước ngoặt cho các ngân hàng nước ngoài đang hoạt động tại Việt Nam trong nhiều năm qua ở cấp chi nhánh mà đây còn là mốc góp phần khởi đầu cho một thời kỳ mới trên thị trường ngân hàng Việt Nam: cạnh tranh bình đẳng và toàn diện hơn giữa các ngân hàng trong và ngoài nước. Việc các ngân hàng thương mại (NHTM) nước ngoài lần lượt được phép mở ngân hàng con tại Việt Nam (tiếp theo sẽ là 5 ngân hàng được cấp giấy phép) là một tín hiệu đáng mừng vì chỉ còn 4 tháng nữa các doanh nghiệp nước ngoài được phép kinh doanh bán lẻ và phân phối hàng hóa cũng như một số các dịch vụ khác tại Việt Nam chính thức hoạt động.

Việc các ngân hàng 100% vốn ngoại được cấp phép hoạt động sẽ mang lại những cơ hội tốt cho cho toàn bộ nền kinh tế và dân chúng, song cũng từ đây cuộc cạnh tranh trên thị trường ngân hàng tại Việt Nam đã bắt đầu một cách thực sự, đòi hỏi các ngân hàng trong nước phải có những hành động cụ thể, kịp thời chứ không chỉ là vấn đề quan tâm nghiên cứu nữa.

Nhắc lại lợi thế của các ngân hàng nước ngoài và những điểm yếu của ngân hàng trong nước vẫn là cần thiết cho đến thời điểm này, và cần hơn là những dự báo trong tương lai gắn đối với thị trường ngân hàng Việt Nam để các ngân hàng nội địa có chiến lược phát triển hợp lý, ngăn chặn những nguy cơ làm mất lợi thế của mình.

Trước hết, là lợi thế về vốn của các ngân hàng con 100% vốn ngoại (thuộc 100% sở hữu của ngân hàng “mẹ”).

Khi được cấp giấy phép thành lập ngân hàng con ngân hàng mẹ phải vượt qua các tiêu chí kiểm soát chính như phải có tổng tài sản tối thiểu 10 tỷ USD vào cuối năm trước thời điểm nộp hồ sơ, nếu muốn mở thêm chi nhánh ngân hàng mẹ phải có tài sản trên 20 tỷ USD và vốn tối thiểu mỗi chi nhánh sẽ là 15 triệu USD...

Thực tế tổng giá trị tài sản của Tập đoàn HSBC

là 2.547 tỉ đô la Mỹ tính đến ngày 30 tháng 6 năm 2008, có 100 triệu khách hàng trên toàn thế giới tín nhiệm gửi tiền vào ngân này với số tiền gửi tới 1,2 nghìn tỷ đô la, tỷ lệ vốn cấp 1 là 8,8%, tỷ lệ vốn vay/ tiền gửi là 90% tính đến ngày 30 tháng 6 năm 2008... Những con số đầy ấn tượng nếu so sánh với tài sản của các ngân hàng Việt Nam (Tính đến 31/12/2007 Ngân hàng ngoại thương Việt Nam có 197.804 tỷ đồng tài sản, với vốn chủ sở hữu 13.351 tỷ đồng, chiếm 6,7% tài sản, tương đương 730 triệu USD hiện đang là ngân hàng có tài sản và vốn lớn nhất trong các ngân hàng Việt Nam)

Với số vốn từ ngân hàng mẹ lớn nên các ngân hàng con có điều kiện để mở thêm chi nhánh, thực hiện các nghiệp vụ, hoặc tạo sản phẩm độc quyền dành lợi thế trong kinh doanh, xây dựng cơ sở hạ tầng hiện đại hơn các ngân hàng Việt Nam với mục tiêu mở rộng thị phần một cách nhanh chóng nhờ sự hỗ trợ từ ngân hàng mẹ mà không phải lo lắng đến việc kêu gọi vốn từ bên ngoài trong những năm đầu. Theo kế hoạch, Standard Chartered Bank sẽ thành lập 20 - 30 chi nhánh tại Việt Nam trong vòng 3 - 4 năm tới kể từ ngày được cấp giấy phép thành lập ngân hàng con và lắp đặt trên 250 máy ATM từ nay cho đến hết năm 2010. Đây mới chỉ là số chi nhánh của một ngân hàng con, trong khi từ nay đến hết năm 2008, theo kế hoạch của NHNN có thể có thêm 4 hoặc 5 ngân hàng nữa được cấp phép thành lập ngân hàng 100% vốn ngoại.

Cũng vì có hậu thuẫn lớn nên các ngân hàng này có khả năng chịu đựng chi phí do những biến động bất lợi của lãi suất trên thị trường và vì thế năng lực cạnh tranh về lãi suất sẽ lớn hơn các ngân hàng Việt Nam, trong khi đó qua nhiều năm thực tế trên thị trường ngân hàng Việt Nam cho thấy lãi suất vẫn là một công cụ cạnh tranh chủ yếu và những ngân hàng có quy mô nhỏ khá lao đao khi các ngân hàng có quy mô lớn cứ tăng lãi suất huy động vốn.

Thứ hai, các ngân hàng ngoại có sản phẩm dịch vụ cung ứng phong phú và khả năng đưa các sản phẩm mới vào thị trường khá thuận lợi do đã có kinh nghiệm thực tiễn từ ngân hàng mẹ. Chỉ cần được phép thực hiện là các ngân hàng này dễ dàng triển khai, chí ít thì cũng không mất thời gian tìm hiểu sản phẩm, ban hành quy trình tác nghiệp, ban

hành các chế độ để thi hành và kiểm soát sản phẩm vì họ có thể vận dụng các quy trình đã có sao cho phù hợp với thị trường Việt Nam. Trong điều kiện hiện nay, khi mà khách hàng chủ yếu của các ngân hàng ngoại là các công ty liên doanh với nước ngoài hoặc các công ty 100% vốn nước ngoài hoạt động tại Việt Nam thì việc chào bán sản phẩm mới là không khó đối với các ngân hàng ngoại dù họ mới được cấp phép hoạt động với tư cách là một ngân hàng độc lập. Lợi thế này còn được phát huy hơn nữa bởi mối quan hệ với thị trường nước ngoài của các ngân hàng ngoại đã được thiết lập rộng rãi và bền vững, dành được độ tin nhiệm cao hơn hẳn so với các ngân hàng Việt Nam là có mạng lưới toàn cầu, do vậy các khách hàng thực hiện các giao dịch với thị trường thế giới có khả năng được cung cấp các gói sản phẩm dịch vụ có giá trị gia tăng cao hơn. Lợi thế này các ngân hàng Việt Nam khó có thể dành được trong một thời gian ngắn và vì thế có thể một số khách hàng với 100% vốn trong nước nhưng có quan hệ với các thị trường nước ngoài cũng sẽ chuyển sang mua sản phẩm của các ngân hàng ngoại.

Việc các sản phẩm mới được đưa vào thị trường đòi hỏi phải được kiểm soát chặt chẽ bởi các cấp quản lý nhằm hạn chế cạnh tranh không lành mạnh, tăng độ rủi ro cho thị trường, trong đó bước đầu tiên là các điều kiện pháp lý cần được ban hành kịp thời. Tuy nhiên cho đến nay nhiều yếu kém trong việc tạo lập một môi trường pháp lý chặt chẽ vẫn chưa được khắc phục một cách có hiệu quả, nhiều trường hợp phải xử lý những sự kiện đã rồi, chẳng hạn như không có chỉ số kiểm soát cho vay cầm cố chứng khoán để đến khi thấy bất ổn mới ban hành tiêu chí kiểm soát mang tính hành chính gây phản ứng không có lợi trên thị trường... Không thể nói trước được rằng Việt Nam sẽ rút kinh nghiệm từ cuộc khủng hoảng tài chính Mỹ để không bao giờ

có “nợ dưới chuẩn” và không có những tình huống phản ứng dây chuyền giữa các ngân hàng, quỹ đầu tư, bảo hiểm... như thị trường Mỹ. Nhiều bài viết từ các độc giả trên diễn đàn của các trang báo điện tử đã đánh giá rằng tuy Việt Nam không có khoản nợ dưới chuẩn từ cho vay mua nhà nhưng các khoản nợ hiện hành cũng không hoàn toàn đủ chuẩn, và tôi cho rằng đánh giá đó có phần chính xác nếu chúng ta phân loại nợ đúng theo yêu cầu chuẩn mực kế toán quốc tế.

Thứ ba, với năng lực quản trị vượt trội cộng với một thời gian hoạt động tại Việt Nam khá dài trước khi được cấp phép thành lập, các ngân hàng 100% vốn nước ngoài đã hiểu được thị trường Việt Nam, về tâm lý khách hàng, nhu cầu sản phẩm; mặt khác các ngân hàng này cũng thu hút được nguồn nhân lực có chất lượng cao không chỉ nhờ chính sách lương thưởng mà còn nhờ có môi trường làm việc, học tập tốt cả trong nước và nước ngoài. Nguồn nhân lực chất lượng cao không chỉ có ở nhóm sinh viên học tập ở nước ngoài về, các sinh viên trong nước có trình độ tốt nghiệp đại học trong nước mà quan trọng hơn là nguồn từ các ngân hàng trong nước, vì khi họ sang ngân hàng nước ngoài làm việc họ sẽ mang theo cả khách hàng lẫn sự hiểu biết về khách hàng Việt Nam, vì thế một yếu tố được nhiều người đánh giá là thế mạnh của các ngân hàng Việt Nam khi hội nhập “có một thị trường quen thuộc” sẽ bị giảm dần.

Do có bề dày hoạt động trong lĩnh vực tài chính ngân hàng trên thế giới, lại có cơ sở hạ tầng tốt nên việc dự báo diễn biến thị trường của các ngân hàng này cũng nhạy bén hơn, khả năng kiểm soát và xử lý rủi ro kinh doanh, rủi ro thị trường cao hơn, linh hoạt hơn. Trong quá trình quản lý kinh doanh, quản lý rủi ro đó có thể xuất hiện các ng-

**TẠP CHÍ Công nghệ
ngân hàng**

PHIẾU ĐẶT BÁO DÀI HẠN

To: Tạp chí Công nghệ ngân hàng
36 Tôn Thất Đạm, Phường Nguyễn Thái Bình,
Quận 1, TP. Hồ Chí Minh

70C 1207 - 0145G

Bạn đọc không cần
dán tem



hiệp vụ gây bất lợi cho thị trường Việt Nam nhưng được che dưới hình thức xử lý rủi ro mà nếu các nhà quản lý ngân hàng Việt Nam thiếu hiểu biết và thiếu kinh nghiệm khó có thể phát hiện, tương tự như các hành vi chuyển giá.

Mặc dù thị phần của các ngân hàng nước ngoài còn nhỏ, chỉ chiếm khoảng 10% nhưng khả năng mở rộng của các ngân hàng này trong tương lai sẽ lớn hơn, tuy không thể vượt quá mức 20% trong vài năm tới (theo đánh giá chủ quan) nhưng điều quan trọng không phải chỉ ở tỷ trọng thị phần mà là giá trị gia tăng mang lại cho các ngân hàng này. Có thể số lượng khách hàng không lớn nhưng khoản thu cho ngân hàng từ việc cung cấp các dịch vụ vượt trội cho các khách hàng này lại lớn, nhất là thị trường ngân hàng bán lẻ...

Chỉ cần xem xét một vài khía cạnh trên cũng thấy ngay rằng: sự cạnh tranh để giữ và phát triển thị phần ngày càng gia tăng mức độ gay gắt, là bài toán không đơn giản đối với các ngân hàng Việt Nam dù có lợi thế "sân nhà". Mặc dù các ngân hàng Việt Nam cũng đã dự báo điều này nhưng khi đi đến bước ngoặt các ngân hàng Việt Nam còn lúng túng khi tìm kiếm cách đi của mình sao cho đạt được tốc độ nhanh hơn các ngân hàng ngoại, trong khi các ngân hàng ngoại cứ âm thầm triển khai kế hoạch chiếm lĩnh thị phần của mình một cách hiệu quả do có sự chuẩn bị đường đi, nước bước một cách thận trọng, có cơ sở chắc chắn.

Thị trường bán lẻ sản phẩm ngân hàng còn đang rộng lớn (hiện mới chỉ có khoảng 10% người dân mở tài khoản tại các ngân hàng trong số đó có một số là "bắt buộc" và chủ yếu là người trẻ) và là mục tiêu hướng đến của các ngân hàng nước ngoài, nhưng hình ảnh về các ngân hàng Việt Nam vẫn chưa thật sự tạo được sức hấp dẫn với khách hàng

do đó khách hàng đến ngân hàng chưa nhiều. Một số điểm yếu của các ngân hàng Việt Nam làm cho lợi thế xâm nhập thị trường bán lẻ của các ngân hàng nước ngoài tăng lên đã và đang được nhắc đến, tuy nhiên vẫn cần phải điểm lại như:

- Thông tin về sản phẩm chưa thật minh bạch, đặc biệt khi cho vay. Vẫn có tình trạng khi chào mời sản phẩm thì đưa ra mức lãi suất mà khách hàng có thể chấp nhận nhưng khi làm thủ tục giải ngân lại thu thêm phí làm cho chi phí khoản vay tăng đáng kể khiến khách hàng không hài lòng,
- Cách thức làm việc còn thiếu chuyên nghiệp của các nhân viên giao dịch - mới chỉ dừng ở việc thực hiện nghiệp vụ theo yêu cầu và hiểu biết của khách hàng chứ chưa giới thiệu được các sản phẩm cho khách hàng lựa chọn khi họ có nhu cầu mặc dù sản phẩm đó ngân hàng đã có, xử lý tình huống giao tiếp chưa tốt...
- Cung cấp 1 sản phẩm đại trà cho nhiều khách hàng nhưng cơ sở hạ tầng và cách thức kiểm soát để khách hàng sử dụng sản phẩm thuận tiện chưa hợp lý làm xấu đi hình ảnh về ngân hàng, những kêu ca của khách hàng trong việc sử dụng thể thời gian qua là một ví dụ...

Như vậy, ngoài việc tích cực gia tăng nguồn vốn để đáp ứng quy định của NHNN và thu hút khách hàng bằng sản phẩm tiên gửi với lãi suất hấp dẫn thì việc tạo điều kiện để các khách hàng tiếp cận được với sản phẩm dịch vụ bán lẻ của các ngân hàng một cách thuận lợi với chi phí hợp lý là việc cấp thiết đối với các ngân hàng Việt Nam. Các giải pháp, khuyến nghị đã được các chuyên gia hàng đầu đặt ra nhiều và cụ thể, do đó vấn đề chỉ còn là các ngân hàng Việt Nam làm gì để các giải pháp kiến nghị đó đi vào thực tế ■

TẠP CHÍ Công nghệ ngân hàng

Tôi đồng ý đặt mua Tạp chí Công nghệ Ngân hàng

- 6 kỳ (có số Xuân) (95.000đ) X cuốn/kỳ
- 6 kỳ (không có số Xuân) (90.000đ) X cuốn/kỳ
- 12 kỳ (185.000đ) X cuốn/kỳ

Từ tháng:/200..... đến tháng:/200.....

PHÁT HÀNH MỖI THÁNG 1 KỶ
(Từ tháng 9/2007)

Họ tên :

Chức vụ :

Công ty :

Địa chỉ :

Điện thoại :

Email :

Ngày tháng..... năm 200.....

HƯỚNG DẪN ĐĂNG KÝ:

- Cách 1:** Đăng ký trực tiếp tại tòa soạn.
- Cách 2:** Bạn đọc điền đầy đủ thông tin vào phiếu đặt báo và gửi đến tòa soạn.
Tiền đăng ký vui lòng gửi đến tòa soạn qua:
- Đường bưu điện (dịch vụ chuyển tiền tại các bưu cục).
- Chuyển khoản.

CTK: Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh
STK: 10201000080992
NH: Số giao dịch II Ngân hàng Công thương TP.HCM

Cách 3: Đăng ký tại các bưu cục