

Vai trò phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

THS. NCS. ĐÀO LÊ KIỀU OANH & THS. NCS. PHẠM ANH THỦY

Ngày nay, dịch vụ phi tín dụng ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong hoạt động của các ngân hàng trên thế giới. Trong điều kiện nền kinh tế mở, tự do hóa thương mại và tự do hóa tài chính, nhu cầu về các dịch vụ phi tín dụng sẽ ngày càng gia tăng. Các ngân hàng hàng đầu thế giới đã phát triển mạnh về dịch vụ tín dụng đều nhận định rằng hoạt động tín dụng có thể tạo ra nguồn thu ổn định tuy nhiên nguy cơ rủi ro rất cao. Trong khi hoạt động phi tín dụng mang lại nguồn doanh thu cao, chắc chắn, ít rủi ro. Vì vậy, các ngân hàng đều hy vọng rằng dịch vụ phi tín dụng sẽ ngày càng chiếm tỷ trọng cao trong tổng doanh số của họ và trong bối cảnh hoạt động tín dụng hiện nay còn nhiều khó khăn, thì việc nhấn mạnh vai trò của phát triển dịch vụ phi tín dụng và làm sao để đẩy mạnh các dịch vụ này là điều cần thiết. Dịch vụ phi tín dụng mang lại rất nhiều lợi ích cho cả phía nhà cung cấp dịch vụ và cả phía khách hàng. Nói cách khác, dịch vụ phi tín dụng đã mang lại lợi ích cho toàn xã hội và cho cả nền kinh tế. Nền kinh tế tăng trưởng, trong đó có phần đóng góp của ngành tài chính – ngân hàng mà trong đó dịch vụ phi tín dụng là một trong những thành tố quan trọng.

Từ khoá: Dịch vụ phi tín dụng, ngân hàng thương mại VN, ngành tài chính-ngân hàng.

1. Phát triển dịch vụ phi tín dụng

- Dịch vụ phi tín dụng là bất cứ dịch vụ hoặc sản phẩm nào cung cấp bởi ngân hàng hoặc các tổ chức tài chính mà không phải là những dịch vụ tín dụng. Dịch vụ phi tín dụng là dịch vụ được ngân hàng cung cấp tới khách hàng đáp ứng nhu cầu về tài chính, tiền tệ của khách hàng nhằm trực tiếp hoặc gián tiếp đem lại cho ngân hàng một khoản thu nhập nhất định, không bao gồm dịch vụ tín dụng.

- Phát triển dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng có thể được hiểu một cách đơn giản là việc gia tăng các loại hình dịch vụ phi tín dụng đồng thời mở rộng thị phần, đối tượng khách hàng kết hợp nâng cao chất lượng các loại hình dịch vụ phi tín

dụng của ngân hàng thương mại (NHTM) để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

- Gia tăng dịch vụ phi tín dụng của NHTM là mở rộng, đáp ứng nhu cầu của khách hàng bằng việc gia tăng về mặt số lượng các loại hình dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng.

- Nâng cao chất lượng dịch vụ phi tín dụng ngân hàng là việc ngân hàng không ngừng làm cho chất lượng dịch vụ phi tín dụng mà ngân hàng cung cấp ngày càng tốt hơn thông qua việc áp dụng công nghệ hiện đại và nâng cao trình độ của các cán bộ ngân hàng, nhằm thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng. Kết quả là các dịch vụ phi tín dụng ngân hàng cung cấp cho khách hàng ngày càng tiện ích,

nhanh chóng, chính xác hơn.

2. Vai trò phát triển dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng thương mại

- Đối với các ngân hàng thương mại: Sự phát triển dịch vụ phi tín dụng có vai trò rất quan trọng, quyết định sự tồn tại của một ngân hàng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, cụ thể là: (i) Góp phần đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, từ đó thu hút và mở rộng đến nhiều đối tượng khách hàng; (ii) Phát triển sản phẩm dịch vụ phi tín dụng góp phần nâng cao uy tín và vị thế của NHTM. Do đó, phát triển dịch vụ phi tín dụng để đáp ứng tối ưu nhu cầu mà nền kinh tế yêu cầu, góp phần củng cố sự lớn mạnh và nâng cao uy tín, vị thế của NHTM trong nền kinh tế.



(iii) Phân tán rủi ro cho ngân hàng. Nếu như hoạt động tín dụng chứa nhiều rủi ro thì hoạt động phi tín dụng chứa rất ít rủi ro và mang lại nguồn thu ổn định cho ngân hàng; (iv) Làm tăng lợi nhuận của NHTM. Trong hoạt động của một NHTM hiện đại, lợi nhuận không chỉ tập trung chủ yếu từ sản phẩm tín dụng mà còn được khai thác từ các sản phẩm dịch vụ khác; và (v) Thúc đẩy quan hệ hợp tác, hội nhập kinh tế quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng. Để phát triển dịch vụ ngân hàng theo hướng hiện đại, các ngân hàng buộc phải có sự liên kết hợp tác với nhau. Cùng với xu thế hội nhập toàn cầu cho phép các ngân hàng trên toàn thế giới có cơ hội hợp tác, liên kết để cùng phát triển, một ngân hàng có thể hoạt động cung cấp dịch vụ đến khắp nơi trên toàn thế giới thông qua sự liên kết với các ngân hàng quốc tế và các tổ chức kinh tế quốc tế.

- Đối với khách hàng: Dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ phi tín dụng nói riêng đều có những lợi ích to lớn đối với người tiêu dùng, thể hiện ở góc độ sau: (i) Giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và chi phí. Khi các dịch vụ phi

tín dụng của ngân hàng phát triển sẽ phục vụ cho hoạt động đời sống cũng như sản xuất kinh doanh của các cá nhân, tổ chức giúp cho họ tiết kiệm được thời gian và chi phí do khắc phục được khó khăn về không gian và thời gian, cũng như năng lực tài chính; (ii) Cung cấp thông tin kịp thời và hiệu quả thông qua các dịch vụ phi tín dụng mà ngân hàng cung cấp, khách hàng không chỉ được đáp ứng các nhu cầu đơn nhất của mình mà còn được tư vấn hay nhanh chóng tiếp cận thông tin tin cậy, kịp thời từ đó có thể đưa ra quyết định kinh doanh đúng đắn đem lại hiệu quả cao; và (iii) Giúp khách hàng nâng cao trình độ hiểu biết sử dụng dịch vụ. Các dịch vụ phi tín dụng do ngân hàng cung cấp thường hàm chứa các yếu tố tri thức cao, vì vậy kích thích người tiêu dùng tìm hiểu và tiếp cận với những yếu tố công nghệ hiện đại, giúp nâng cao trình độ nhận thức và hiểu biết của khách hàng.

- Đối với nền kinh tế xã hội: (i) Góp phần tăng cường sự luân chuyển của dòng vốn trong nền kinh tế thúc đẩy sản xuất, tăng trưởng kinh tế. Dịch vụ ngân hàng cung cấp có tác động tới tổng thể

các lĩnh vực khác nhau của nền kinh tế, từ công nghiệp, nông nghiệp, thương mại, dịch vụ, xuất nhập khẩu,... và (ii) Thúc đẩy nền kinh tế quốc gia nhanh chóng hội nhập vào nền kinh tế thế giới. Ngày nay, xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế đã được coi là tất yếu. Trong xu hướng đó, từng quốc gia không ngừng khai thác những nguồn lực của mình, chủ động hội nhập vào nền kinh tế chung của khu vực và thế giới. Dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng thúc đẩy nền kinh tế phát triển theo xu hướng nền kinh tế tri thức, bởi nó ứng dụng nhiều thành tựu của công nghệ thông tin.

Ngoài ra xét một góc độ nào đó thì phát triển dịch vụ phi tín dụng còn có thể được coi là góp phần đẩy mạnh quá trình minh bạch hóa tài chính trong nền kinh tế, tiết kiệm đóng góp tích cực vào việc ngăn chặn các tệ nạn kinh tế xã hội như: tham nhũng, trốn thuế, rửa tiền, tạo điều kiện cho dịch vụ ngân hàng trong việc điều hành chính sách tiền tệ, lành mạnh hóa nền kinh tế, thúc đẩy nền kinh tế quốc gia hội nhập vào nền kinh tế thế giới ngày càng sâu, rộng hơn.

3. Vai trò của dịch vụ phi tín dụng tại các NHTM VN

Phát triển dịch vụ phi tín dụng là cách thức có hiệu quả nhất để thay đổi cơ cấu kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Ngân hàng kinh doanh theo cách thức cổ điển, doanh thu chủ yếu từ hoạt động tín dụng, thu dịch vụ chỉ chiếm một tỷ trọng rất nhỏ. Với điều kiện thị trường ngày càng phức tạp, hoạt động tín dụng có quá nhiều rủi ro nên nếu chỉ dựa vào nguồn thu từ tín dụng sẽ rất bấp bênh. Chính vì vậy NHTM VN đẩy nhanh phát triển dịch vụ phi tín dụng để gia tăng nguồn thu dịch vụ trong cơ cấu thu nhập của mình.

Một trong các nội dung cơ cấu lại hoạt động tài chính các tổ chức tín dụng trong đề án “Cơ cấu lại hệ thống các tổ chức tín dụng giai đoạn 2011-2015” được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 254/QĐ-TTg ngày 01/03/2012 là: Từng bước chuyển dịch mô hình kinh doanh của các NHTM theo hướng giảm bớt sự phụ thuộc vào hoạt động tín dụng và tăng thu nhập từ hoạt động dịch vụ phi tín dụng. Trong thời gian qua, các NHTM VN đã nhận thức được vai trò của dịch vụ phi tín dụng mang lại nguồn thu ổn định, an toàn hơn cho các NHTM mặc dù các NHTM phải cạnh tranh gay gắt trong môi trường khốc liệt như hiện nay.

Các NHTM VN đã có nhiều cố gắng trong việc tăng cường tiềm lực tài chính, kênh phân phối hỗ trợ cho việc phát triển dịch vụ phi tín dụng; Chất lượng dịch vụ phi tín dụng từng bước được cải thiện và nâng cao dựa trên nền tảng công nghệ hiện đáp ứng nhu cầu ngày một tăng cao của khách hàng và đặc biệt lợi nhuận từ dịch vụ phi tín

Bảng 1: Tỷ trọng lãi thuần dịch vụ phi tín dụng/Tổng thu nhập hoạt động các NHTM VN ĐVT: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm			
	2008	2009	2010	2011
Lãi thuần từ dịch vụ phi tín dụng	10.722	11.743	14.202	12.707
Tổng thu nhập hoạt động	70.846	79.373	111.535	151.244
Tỷ trọng lãi thuần từ dịch vụ phi tín dụng / Tổng thu nhập hoạt động	15,1%	14,8%	12,7%	8,4%

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo thường niên 35 NHTM VN và xử lý của tác giả

dụng tăng liên tục qua các năm, cụ thể:

Lợi nhuận từ dịch vụ phi tín dụng góp phần không nhỏ vào tổng thu nhập hoạt động của ngân hàng trong điều kiện các hoạt động tín dụng tiềm ẩn nhiều rủi ro, các hoạt động đầu tư và kinh doanh chứng khoán gặp nhiều khó khăn trong thời điểm hiện nay.

Thêm vào đó, các NHTM VN không ngừng tăng cường sức mạnh nguồn nhân lực, phát triển sản phẩm dịch vụ và quan tâm công tác chăm sóc khách hàng. Các NHTM VN quan tâm nâng cao sức mạnh nguồn nhân lực thông qua các chính sách tuyển dụng, chính sách thu nhập, chính sách đào tạo và bổ nhiệm hợp lý. Các NHTM VN không ngừng cải thiện thu nhập của đội ngũ cán bộ nhân viên ngân hàng, chăm lo đời sống vật chất và tinh thần.

Ngoài ra, các NHTM VN có hệ thống mạng lưới rộng khắp, am hiểu thị trường nội địa và đội ngũ khách hàng khá đông đảo. Các NHTM VN nhận được sự quan tâm và bảo hộ đặc biệt từ phía Chính phủ và NHNN. Khi thực hiện cam kết mở cửa thị trường tài chính, Nhà nước luôn có những bước đi thận trọng tạo điều kiện tối đa cho các NHTM VN.

4. Giải pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTM VN:

Có thể nói các NHTM VN hiện nay đang phải đương đầu với môi trường cạnh tranh gay gắt gồm có đối thủ trong nước và nước ngoài trên nhiều phương diện. Vì vậy để tồn tại và phát triển trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, các NHTM VN phải chú trọng và nhanh chóng phát triển các dịch vụ phi tín dụng của mình, từ đó mới có thể đa dạng hoá được các dịch vụ, giữ vững thị phần và đạt kết quả cao trong hoạt động kinh doanh. Những giải pháp các NHTM VN cần phải thực hiện là:

- Nâng cao nhận thức về vai trò phát triển dịch vụ phi tín dụng: Ban lãnh đạo các NHTM VN cần quán triệt vai trò của phát triển dịch vụ phi tín dụng trong đóng góp vào kết quả hoạt động kinh doanh chung. Từ việc nhận thức được sự cần thiết của việc đẩy mạnh dịch vụ phi tín dụng, các NHTM VN phải xây dựng một tỷ trọng lợi nhuận hợp lý trong tổng lợi nhuận của ngân hàng và thường xuyên kiểm soát tỷ trọng hợp lý này theo hướng ngày càng giảm sự phụ thuộc vào dịch vụ tín dụng. Thông qua việc phân tích hiệu quả của từng loại hình dịch vụ trên các góc độ doanh số, lợi nhuận, rủi ro sẽ giúp các ngân hàng xây dựng tỷ trọng giữa hai

loại hình tín dụng và phi tín dụng ngày càng hợp lý hơn.

- Nâng cao năng lực quản trị điều hành và chất lượng nguồn nhân lực: Yếu tố con người là yếu tố quan trọng nhất mang đến sự thành công cho hoạt động kinh doanh dịch vụ. Vì đặc thù của dịch vụ ngân hàng là dễ bắt chước nên nếu như trình độ công nghệ của các ngân hàng là tương đương thì chất lượng nguồn nhân lực sẽ tạo ra sự khác biệt về chất lượng sản phẩm dịch vụ giữa các ngân hàng. Do đó trong giải pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTM VN không thể bỏ qua việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong đó công tác đào tạo có vai trò quan trọng. Hoạt động đào tạo phải nhằm mục đích nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ và trang bị những kiến thức cũng như kỹ năng bổ trợ, hướng tới việc xây dựng phong cách làm việc chuyên nghiệp, hiện đại. Vì vậy các NHTM VN cần phải xây dựng một chiến lược tuyển dụng đào tạo cán bộ có đủ trình độ để đảm bảo cho yêu cầu kinh doanh trong thời kỳ hội nhập. Ngoài ra, các NHTM VN phải có đội ngũ chuyên viên giỏi về tổ chức nhân sự, biết cách sử dụng nguồn lực con người, tư vấn cho Ban Lãnh đạo trong việc xây dựng và hoàn thiện chính sách phát triển nguồn nhân lực.

- Đổi mới chỉ đạo điều hành trong hoạt động kinh doanh dịch vụ phi tín dụng theo hướng thông lệ của một NHTM hiện đại từ khâu lập kế hoạch kinh doanh tới việc tổ chức thực hiện kế hoạch theo mục tiêu hướng tới khách hàng và quản lý tới từng sản phẩm dịch vụ, muốn vậy cần phải thực hiện phân giao kế hoạch theo



dòng sản phẩm dịch vụ và gắn trách nhiệm phát triển sản phẩm đến từng cán bộ, phù hợp năng lực, trình độ, sở trường, tiếp tục tăng cường đội ngũ cán bộ quản lý sản phẩm cả về số lượng và chất lượng, tạo điều kiện cho cán bộ quản lý sản phẩm được tiếp cận với các kiến thức chuyên ngành phù hợp và tiên tiến, phục vụ cho hoạch định và thực hiện các kế hoạch sản phẩm bắt kịp xu hướng khu vực và thế giới. Đồng thời, xây dựng cơ chế gắn trách nhiệm của người quản lý với sự phát triển của từng sản phẩm được giao quản lý bằng cách xây dựng cơ chế quản lý và có chương trình hỗ trợ việc quản lý theo từng sản phẩm, theo từng khách hàng, nhóm khách hàng để có thể theo dõi và đánh giá được sự phát triển và hiệu quả chung của toàn hệ thống, làm cơ sở cho việc áp dụng chính sách khách hàng đồng bộ trong toàn hệ thống. Những dịch vụ chủ yếu,

là thế mạnh của các NHTM VN, đem lại hiệu quả bền vững đòi hỏi cần có sự quan tâm, đầu tư về chiều sâu để giữ được vai trò đầu tàu trong hoạt động dịch vụ của các NHTM VN và tăng cường thị phần dịch vụ.

- Hoạch định chiến lược phát triển dịch vụ phi tín dụng mang tầm dài hạn: Điểm yếu của NHTM VN là thiếu chiến lược kinh doanh dài hạn. Điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế đòi hỏi các NHTM VN 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. Để hoạch định chiến lược kinh doanh dài hạn một cách hợp lý, phù hợp với xu thế phát triển của kinh tế thị trường, phù hợp với yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế, các NHTM VN phải có tầm nhìn chiến lược. Các NHTM VN phải có một chiến lược dẫn đường cho phát triển dịch vụ phi tín dụng theo một chiến lược được hoạch

định bài bản. Chiến lược phải chỉ ra được lộ trình phát triển dịch vụ phi tín dụng. Chiến lược cần đảm bảo những yêu cầu sau: (i) Phải dựa trên các điều kiện thực tiễn của các NHTM VN, kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ phi tín dụng hàng năm xây dựng chiến lược kinh doanh có tính khả thi; (ii) Phải xuất phát từ nhu cầu khách hàng, từ việc nghiên cứu, phân tích đánh giá nhu cầu hiện tại, và xu hướng phát triển nhu cầu trong tương lai để đề ra chiến lược kinh doanh dịch vụ phù hợp; (iii) Phải so sánh với đối thủ cạnh tranh để thấy được điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức từ đó đề ra mục tiêu phát triển; và (iv) Trên cơ sở chiến lược đã hoạch định, từ đó cụ thể hóa các giải pháp của từng giai đoạn thực hiện trên cơ sở phân giao đến từng chi nhánh dựa vào đặc thù, thế mạnh của chi nhánh để có thể đạt được hiệu quả tối ưu.

Giải pháp khác:

- Đa dạng hóa, hoàn thiện sản phẩm dịch vụ hiện có kết hợp phát triển sản phẩm mới. Các ngân hàng luôn quan tâm hoàn thiện và mở rộng các sản phẩm dịch vụ hiện có như dịch vụ huy động vốn, dịch vụ thẻ, dịch vụ thanh toán, dịch vụ chuyển tiền trong và ngoài nước, dịch vụ ngoại hối, dịch vụ ngân quỹ... kết hợp phát triển các sản phẩm mới, hiện đại.

- Xây dựng thương hiệu của các NHTM VN. Thực tế đã chứng minh vai trò của việc phát triển thương hiệu trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ tài chính đặc biệt là dịch vụ phi tín dụng. Khi thị trường tài chính phát triển và cạnh tranh khốc liệt như hiện nay thì thương hiệu sẽ là nhân

tố mang tính quyết định trong việc lựa chọn ngân hàng để gắn bó đối với bất kỳ một cá nhân, tổ chức nào trong nền kinh tế. Vì vậy, các NHTM VN cần xây dựng thương hiệu của ngân hàng mình phải có điểm khác biệt, độ nhận diện cao, và đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

- Đa dạng hóa hình thức giao dịch và các kênh phân phối dịch vụ phi tín dụng. Các NHTM VN cần rà soát lại mạng lưới kênh phân phối hiện tại để điều chỉnh mật độ kênh phân phối cho phù hợp, tránh tình trạng quá nhiều chi nhánh/PGD/máy ATM tập trung khai thác trên cùng một địa bàn. Tăng cường hiệu quả và khả năng tự phục vụ của hệ thống ATM nhằm cung cấp nhiều loại dịch vụ khác nhau với chi phí rẻ hơn, nâng cấp hệ thống ATM thành những “ngân hàng thu nhỏ” trải đều khắp các tỉnh, thành phố. Đồng thời, phát triển mạng lưới các điểm chấp nhận thẻ (POS) và tăng cường liên kết giữa các NHTM để nâng cao

hiệu quả và mở rộng khả năng sử dụng thẻ ATM và POS. Phát triển loại hình ngân hàng qua máy tính và ngân hàng tại nhà nhằm tận dụng sự phát triển của máy tính cá nhân và khả năng kết nối internet. Phát triển loại hình ngân hàng qua điện thoại, đây là mô hình phổ biến với chi phí thấp, tiện lợi cho cả khách hàng và ngân hàng. Khách hàng có thể thực hiện giao dịch tại bất cứ thời gian, địa điểm nào. Mở rộng các kênh phân phối qua các đại lý như đại lý chi trả kiều hối, đại lý phát hành thẻ ATM, đại lý thanh toán. Lắp đặt các kios ngân hàng, đó là việc lắp đặt các trạm làm việc trên đường phố với đường kết nối Internet tốc độ cao.

Tất cả những giải pháp trên đều hướng đến mục tiêu chung là phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTM VN, góp phần vào sự phát triển của các NHTM VN trong quá trình hội nhập●

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Các NHTM VN (2009, 2010, 2011), Báo cáo thường niên năm 2009+2010+2011, Các NHTM VN

Bộ ba bất khả thi ...

(Tiếp theo trang 40)

Obstfeld, M.; Shambaugh, J.; and Taylor, A. (2004), *The Trilemma in History: Tradeoffs among Exchange Rates, Monetary Policies, and Capital Mobility*, NBER Working Paper No. 10396

Patnaik, I., and A. Shah. (2010), *Asia Confronts the Impossible Trinity*, Working Paper 2010-64

Reinhart, C., and Rogoff, K. (2002), *The Modern History of Exchange Rate Arrangements: A Reinterpretation*, NBER Working Paper No. 8963

Trần Ngọc Thơ và Nguyễn Ngọc Định (2011), *Tài chính quốc tế*