

PHÂN TÍCH SWOT

về môi trường kinh doanh nghiệp vụ ngân hàng quốc tế của các ngân hàng thương mại Việt Nam



ThS. Nguyễn Thị Cẩm Thủy
và Lê Bích Ngọc *

Ngày 7 tháng 11 năm 2006, Việt Nam chính thức là thành viên thứ 150 của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), điều này mang lại cho nền kinh tế Việt Nam nói chung và hoạt động của hệ thống ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam nói riêng nhiều thuận lợi nhưng cũng không ít khó khăn nếu như không có sự nỗ lực, cố gắng. Sự mở cửa hệ thống ngân hàng với những quy định nói lỏng và một lộ trình giảm dần sự bảo hộ của Chính phủ đang và sẽ tạo điều kiện cho các ngân hàng nước

ngoài tham gia, mở rộng hoạt động kinh doanh tại Việt Nam.

Các ngân hàng nước ngoài có nhiều lợi thế hơn các NHTM Việt Nam về vốn, công nghệ, trình độ quản lý và đặc biệt là cung ứng những sản phẩm dịch vụ ngân hàng quốc tế hoàn hảo. Do đó, khi tham gia hoạt động kinh doanh tại thị trường Việt Nam, các ngân hàng nước ngoài sẽ đi vào phát huy những sản phẩm dịch vụ này. Trong khi đó, mảng nghiệp vụ ngân hàng quốc tế (NHQT) ở các NHTM Việt Nam ngoại trừ một số ngân hàng như VCB, ACB, BIDV, Techcombank... thì hầu

hết chưa được quan tâm chú trọng phát triển. Ngoài ra, cùng với các sản phẩm ngân hàng quốc tế, các ngân hàng nước ngoài sẽ đưa ra các sản phẩm dịch vụ nội địa đi kèm mang tính cạnh tranh cao dựa vào đó thu hút thêm nhiều khách hàng lớn, mở rộng thị phần kinh doanh, tăng lợi nhuận. Tình hình này đặt ra cho các NHTM Việt Nam phải có chiến lược phát triển lâu dài để thích nghi với sự cạnh tranh gay gắt đó. Vì vậy, việc phân tích SWOT về môi trường kinh doanh nghiệp vụ

* Khoa Ngân hàng - Học viện Ngân hàng



NHQT của các NHTM Việt Nam là đặc biệt quan trọng, đây là cơ sở để các NHTM Việt Nam phát huy những tiềm năng cũng như khắc phục những điểm hạn chế để phát triển trở thành những ngân hàng đa năng, hiện đại.

I- KHÁI QUÁT VỀ NGHIỆP VỤ NGÂN HÀNG QUỐC TẾ CỦA NHTM

Nghiệp vụ NHQT bao gồm tất cả các dịch vụ do khách hàng yêu cầu có liên quan đến thương mại quốc tế, đầu tư quốc tế, du lịch quốc tế..., hay nói cách khác, đó là việc ngân hàng thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư và cung ứng các dịch vụ tài chính ngân hàng trên thị trường quốc tế nhằm mục đích sinh lời. Trong thực tế, đó là sự mở rộng phạm vi hoạt động nghiệp vụ ngân hàng đối nội ra phạm vi thế giới.

Nghiệp vụ ngân hàng quốc tế có các đặc điểm sau đây:

- Nghiệp vụ NHQT có tác động qua lại và quan hệ mật thiết với các hoạt động kinh tế quốc tế. Hoạt động kinh tế quốc tế có phát triển thì mới kéo theo sự phát triển của nghiệp vụ NHQT và ngược lại, nghiệp vụ NHQT phát triển tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình trao đổi giao thương quốc tế.

- Nghiệp vụ NHQT là dịch vụ

mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng ngoài phạm vi quốc gia, do đó, nó không chỉ chịu sự điều chỉnh của luật pháp quốc gia nơi ngân hàng đó được thành lập và đặt trụ sở chính mà còn phải tuân thủ theo luật pháp quốc tế, thông lệ quốc tế trong kinh doanh nghiệp vụ NHQT.

- Các chủ thể tham gia vào nghiệp vụ NHQT rất đa dạng, bao gồm các khách hàng ở các quốc gia khác nhau, vì vậy, các ngân hàng phục vụ cũng ở các quốc gia khác nhau. Giữa các chủ thể này tiềm ẩn nhiều lợi ích, mâu thuẫn và tập quán khác nhau đòi hỏi được dung hòa và giải quyết.

- Do khách hàng của ngân hàng ở các quốc gia khác nhau nên trong nghiệp vụ NHQT sẽ sử dụng nhiều loại tiền tệ khác nhau miễn sao các bên chấp nhận, vì vậy, nghiệp vụ NHQT có quan hệ mật thiết với thị trường ngoại hối và chịu sự tác động mạnh mẽ của yếu tố tỷ giá, dự trữ ngoại tệ của

mỗi quốc gia...

- Ngân hàng cung ứng các nghiệp vụ NHQT luôn phải đương đầu với rủi ro cao, tiềm ẩn, phức tạp, khó kiểm soát cả trong và ngoài nước. Tuy nhiên, rủi ro luôn tỷ lệ thuận với lợi nhuận. Thực tế lợi nhuận từ nghiệp vụ NHQT thường rất cao và chiếm một tỷ lệ không nhỏ trong thu nhập của NHTM.

- Xuất phát từ tính rủi ro và lợi nhuận cao của nghiệp vụ NHQT, nên những NHTM hoạt động trong lĩnh vực này đòi hỏi phải có một đội ngũ cán bộ có trình độ, kinh nghiệm, giỏi ngoại ngữ, am hiểu nhiều lĩnh vực khác nhau, nhạy bén với mọi biến động của thị trường tiền tệ trong nước và quốc tế.

II- PHÂN TÍCH SWOT VỀ MÔI TRƯỜNG KINH DOANH NGHIỆP VỤ NHQT CỦA CÁC NHTM VIỆT NAM

Để phân tích thực trạng môi

Bảng 1: Số lượng chi nhánh và phòng giao dịch của một vài NHTM Việt Nam từ năm 2005 - 2008

Ngân hàng	Năm 2005	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008
AB Bank	8	13	52	66
VCB	125	146	208	273
BIDV	254	297	331	383

(Nguồn: Báo cáo thường niên của AB Bank, VCB, BIDV qua các năm)

Bảng 2. Phần mềm hệ thống các NHTM Việt Nam áp dụng

STT	Ngân hàng	Hệ thống phần mềm áp dụng	Xếp hạng từ năm 2004 đến 2009
1	BIDV, VCB, Vietinbank, MSB	SIBS (Silverlake Integrated Banking Solutions)	9,9,9,8,9,10
2	Techcombank, Sacombank, VP bank.... (gần 20 NH)	Temenos T24	1,2,1,1,1,1
3	Habubank, Liên Việt, Tiên Phong...	Symbol System Access	12,10,9,10,9,10

Nguồn: http://www.inntron.com/core_banking.html

trường kinh doanh nghiệp vụ NHQT tại các NHTM Việt Nam, nhóm tác giả sử dụng mô hình SWOT nhằm phân tích các yếu tố môi trường bên ngoài mà ngân hàng (NH) phải đối mặt (các cơ hội và thách thức) cũng như các yếu tố thuộc môi trường nội bộ NH (các điểm mạnh, điểm yếu).

1. Điểm mạnh (S - Strength)

- Thứ nhất: Các NHTM Việt

Nam trong những năm qua không những gia tăng mạng lưới hoạt động mà tốc độ tăng của vốn điều lệ cũng rất cao

Tăng nhanh vốn điều lệ không chỉ tăng uy tín của ngân hàng với khách hàng mà còn là cơ sở quan trọng giúp các NHTM Việt Nam phát triển, mở rộng quy mô hoạt động kinh doanh an toàn và hiệu quả. Trong thời gian qua, nhiều NH đã có tốc độ tăng vốn rất cao

như: Eximbank vốn điều lệ năm 2009 là 8.762 tỷ đồng, tăng 18,7% so với năm 2008; ACB vốn điều lệ năm 2009 là 7.705 tỷ đồng tăng 21% so với năm 2008. Bên cạnh đó, tốc độ gia tăng nhanh mạng lưới chi nhánh, với mạng lưới rộng khắp này các NH có thể tiếp cận đến đại đa số khách hàng ở khắp mọi miền đất nước. (Bảng 1)

BIDV là một tổ chức tín dụng Nhà nước có mạng lưới chi nhánh rộng khắp. Số lượng phòng giao dịch của BIDV tăng nhanh trong những năm gần đây. Với tốc độ tăng trung bình khoảng gần 20%/năm. Điều đó đã chứng tỏ BIDV rất tích cực trong việc mở rộng địa bàn hoạt động của mình.

AB Bank là ngân hàng thương mại cổ phần (NHTMCP) còn khá non trẻ, tuy nhiên, trong những năm qua, số lượng chi nhánh và phòng giao dịch cũng đã tăng đáng kể, từ 8 chi nhánh năm 2005

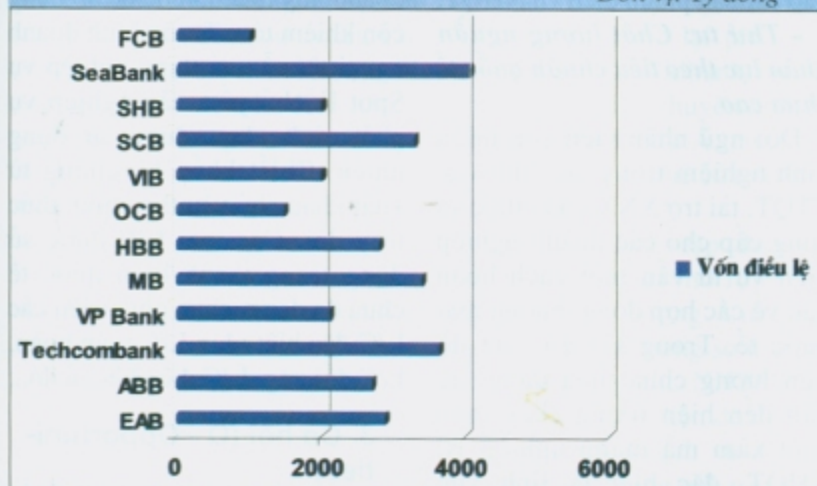
Bảng 3: Biểu phí dịch vụ thanh toán L/C của VCB và Standard Chartered bank

STT	Dịch vụ	Mức phí	
		VietcomBank	Standard Chartered
	Thư tín dụng		
1	L/C nhập khẩu		
1.1	Phát hành L/C	Ký quỹ 100% 0.05% giá trị L/C Min:50USD;Max:500USD	0.1% giá trị L/C Min 45USD + Điện phí
		Ký quỹ dưới 100% Phần ký quỹ: 0.05% Phần chưa ký quỹ: 0.05%/tháng	Với L/C dài: Như trên + 25USD
1.2	Hủy L/C theo yêu cầu	20USD + Phí trả NHNN nếu có	50USD
1.3	Thanh toán L/C	0.2% Min: 20USD; Max: 500USD	0.125% Min:25USD
2	L/C xuất khẩu		
2.1	Thông báo L/C	20USD	25USD
2.2	Thông báo sửa đổi L/C	10USD	20USD
2.3	Xác nhận L/C	0.15%/tháng/trị giá L/C Min:50USD	Báo giá từng giao dịch

(Nguồn: VCB, Standard Chartered)

Biểu 1: Vốn điều lệ của một số NHTM Việt Nam tính đến tháng 10 năm 2009

Đơn vị: Tỷ đồng



(Nguồn: www.sbv.gov.vn)

lên 66 chi nhánh năm 2008, tăng gấp 8 lần so với năm 2005.

- **Thứ hai: Các NHTM Việt Nam đều đang từng bước hiện đại hóa, ứng dụng những phần mềm công nghệ hiện đại trong việc quản lý ngân hàng nói chung và trong hoạt động nghiệp vụ NHQT nói riêng.**

Hiện nay, nhiều NHTMCP Việt Nam như Techcombank, VP bank, MB... rất quan tâm và đầu tư lớn vào công nghệ ngân hàng. Chỉ trong vòng 2 năm gần đây, riêng VP bank đã đầu tư gần 10 triệu USD cho công nghệ ngân hàng bao gồm việc nâng cấp và sử dụng hệ thống Core Banking T24 của hãng Temenos (Thụy Sĩ) – hiện là hệ thống được đánh giá cao nhất trong hệ thống các phần mềm ngân hàng. Với những sự đầu tư này sẽ giúp các NH đáp ứng được sự đa dạng về nhu cầu của khách hàng, nâng cao khả năng cạnh tranh trong các nghiệp vụ NHQT.

- **Thứ ba: Tích cực trong việc đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ NHQT**

Nhiều ngân hàng đã nghiên cứu và triển khai những dịch vụ

mới như bảo lãnh, bao thanh toán trong tài trợ xuất nhập khẩu, hợp đồng ngoại hối tương lai, hợp đồng ngoại hối quyền chọn trong nghiệp vụ mua bán ngoại tệ. Hiện nay, có khoảng 80% NHTM Việt Nam đầu tư mạnh mẽ vào lĩnh vực thanh toán quốc tế (TTQT).

- **Thứ tư: Am hiểu khách hàng trong nước và có một lượng lớn khách hàng truyền thống**

Công tác mở rộng chăm sóc và quan hệ với khách hàng đã được nâng cao, đặc biệt là công tác mở rộng và thu hút khách hàng là những doanh nghiệp vừa và nhỏ. Thị phần trong TTQT của các NHTM Việt Nam vẫn chiếm khoảng trên 80%. Trong đó, vị trí số một là của VCB, đứng thứ hai là BIDV. Doanh số trong TTQT và doanh số mua bán ngoại tệ của các NHTM Việt Nam cũng tăng mạnh trong những năm gần đây.

- **Thứ năm: Phí dịch vụ của các NHTM Việt Nam là tương đối thấp so với các ngân hàng nước ngoài**

Xem xét biểu phí dịch vụ TTQT bằng L/C của VCB và Standard Chartered bank, có thể thấy phí dịch vụ của của VCB chỉ

vào khoảng 70% so với Standard Charter bank. Điều này cũng là một lợi thế của các NHTM Việt Nam khi thực hiện dịch vụ, thu hút thêm khách hàng. Tuy nhiên, trong TTQT, giá trị của những hợp đồng ngoại thương thường có giá trị cao, vì vậy, đối với phần lớn khách hàng, tính an toàn trong giao dịch được đặt lên hàng đầu. Họ sẽ lựa chọn NH có uy tín, thương hiệu, chất lượng sản phẩm dịch vụ tốt, do đó, bên cạnh việc duy trì mức phí cạnh tranh với các NH nước ngoài thì các NHTM Việt Nam cần tích cực trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo uy tín thương hiệu. (Bảng 3)

2. Điểm yếu (W-Weaknesses)

- **Thứ nhất: Năng lực của các NHTM Việt Nam còn quá thấp so với yêu cầu hội nhập**

Theo Nghị định số 141/2006/NĐ-CP của Chính phủ ban hành ngày 22/11/2006, mức vốn pháp định áp dụng cho các NHTMCP Việt Nam đến năm 2010, là 3.000 tỷ đồng. Năm 2010, áp lực tăng vốn theo Nghị định trên đối với nhiều ngân hàng là không nhỏ. Nhiều ngân hàng đến nay mức vốn điều lệ cũng chỉ khoảng từ 1.000-2.000 tỷ đồng. Đa số các ngân hàng có mức vốn điều lệ dưới 3.000 tỷ đồng. Đây là mức vốn rất khiêm tốn so với các ngân hàng trong khu vực và trên thế giới. (Biểu 1)

Với mức vốn điều lệ thấp sẽ làm giảm khả năng triển khai các nghiệp vụ NHQT như bảo lãnh, tài trợ xuất nhập khẩu (XNK)...; cũng như tăng khả năng cạnh tranh với các ngân hàng nước ngoài

- **Thứ hai: Mức phát triển công nghệ của các NHTM Việt Nam chưa đồng đều**

Nhìn vào *bảng 2* có thể thấy các NHTM Việt Nam đã có sự đầu tư lớn vào lĩnh vực công nghệ ngân hàng, tuy nhiên, mức độ còn chưa đồng đều. Nhiều NH đã áp dụng những công nghệ hàng đầu thế giới nhưng còn nhiều NH vẫn áp dụng trình độ công nghệ ở mức thấp, điều này gây khó khăn cho các NH trong việc phối kết hợp việc triển khai các sản phẩm dịch vụ đòi hỏi có sự liên minh liên kết cao như kết nối sử dụng thẻ giữa các NH, đại lý bao thanh toán, kinh doanh ngoại tệ...

- Thứ ba: Năng lực quản lý, điều hành trong lĩnh vực nghiệp vụ NHQT còn nhiều hạn chế

Ngoài một số NHTM Nhà nước và cổ phần lớn được thành lập cách đây nhiều năm thì một số lượng không nhỏ các NH mới được thành lập trong thời gian gần đây đều là từ các tập đoàn, các công ty góp cổ phần hoạt động ngoài lĩnh vực tài chính ngân hàng. Vì vậy, có thể nói các NH này còn rất thiếu kinh nghiệm quản lý, đặc biệt là trong các nghiệp vụ NHQT, một lĩnh vực hoạt động nhiều rủi ro không chỉ giới hạn trong nước mà triển khai ra khắp thế giới. Vì vậy, đây cũng chính là lý do mà một số các NHTM Việt Nam chỉ tập chung

vào các sản phẩm dịch vụ truyền thống và thiếu mạnh dạn đầu tư vào các sản phẩm dịch vụ NHQT.

- Thứ tư: Chất lượng nguồn nhân lực theo tiêu chuẩn quốc tế chưa cao

Đội ngũ nhân viên còn thiếu kinh nghiệm trong các lĩnh vực TTQT, tài trợ XNK chưa thực sự cung cấp cho các doanh nghiệp dịch vụ tư vấn một cách hoàn hảo về các hợp đồng thương mại quốc tế. Trong khi đó, chế độ tiền lương chưa thỏa đáng, dễ dẫn đến hiện tượng chảy máu chất xám mà mảng nghiệp vụ NHQT, đặc biệt là lĩnh vực TTQT rất cần những cán bộ giỏi về trình độ chuyên môn nghiệp

bao thanh toán, cho thuê tài chính... vào hoạt động kinh doanh, tuy nhiên, mức độ áp dụng còn khiêm tốn. Trong kinh doanh ngoại tệ, vẫn sử dụng nghiệp vụ Spot là chủ yếu, các nghiệp vụ phái sinh chưa được sử dụng nhiều. Chiết khấu bộ chứng từ xuất khẩu chủ yếu theo hình thức truy đòi. Các loại L/C được sử dụng trong thanh toán quốc tế chưa đa dạng, chưa phát triển các L/C đặc biệt như: L/C tuần hoàn, L/C đối ứng, L/C điều khoản đổ...

3. Cơ hội (O - Opportunities)

- Thứ nhất: Việc Việt Nam gia nhập WTO sẽ làm tăng uy tín và

Bảng 4. Số lượng ngân hàng đại lý của một số NHTM Việt Nam năm 2009

Ngân hàng	BIDV	VCB	Vietinbank	Agribank	Eximbank
Số lượng ngân hàng đại lý	800	1.400	850	931	600

(Nguồn: www.BIDV.com.vn, www.agribank.com.vn, www.icb.com.vn, www.Eximbank.com.vn, www.Vietcombank.com.vn).

vụ và ngoại ngữ.

- Thứ năm: Mức độ đa dạng của nghiệp vụ NHQT chưa cao, chưa đồng đều ở các NH

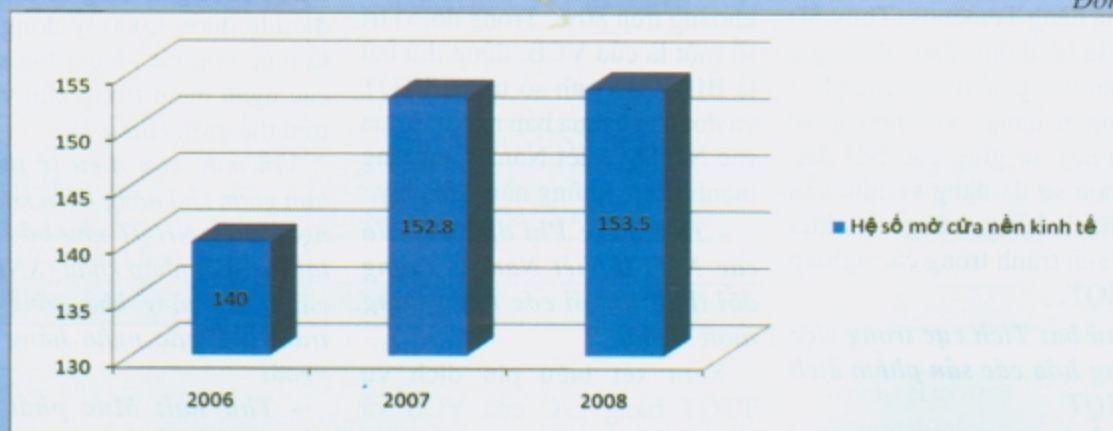
Nhiều NH đã đưa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại như

vị thế của các NHTM Việt Nam trên thị trường thế giới

Việt Nam là thành viên của WTO đã tạo điều kiện cho nền kinh tế nói chung và ngành Ngân hàng nói riêng có những bước

Biểu 2. Hệ số mở cửa nền kinh tế của Việt Nam

Đơn vị: %



(Nguồn: Báo cáo World Bank)

phát triển nhanh chóng. Các NHTM Việt Nam có nhiều cơ hội tăng cường các mối quan hệ với các NH nước ngoài tạo uy tín, xây dựng thương hiệu, mở rộng thị trường kinh doanh đến nhiều quốc gia trên thế giới. Điều đó thể hiện ở số lượng NH đại lý của một số NH tăng đều qua các năm. (Bảng 4)

Số lượng NH đại lý nhiều nhất hệ thống thuộc về VCB, con chim đầu đàn trong TTQT, NH này trong nhiều năm liền được Tạp chí "The Banker" của Anh đánh giá là NH hoạt động trong lĩnh vực TTQT tốt nhất Việt Nam, thương hiệu VCB đã được nhiều thị trường quốc tế biết đến như Nga, Hồng Kông...

- Thứ hai: Mở cửa nền kinh tế giúp các NHTM Việt Nam mở rộng quan hệ hợp tác, liên doanh, liên kết với các NH nước ngoài

Trong thời gian qua, nhiều ngân hàng trong nước đã có những cơ hội trong việc hợp tác với các ngân hàng nước ngoài trong việc góp vốn, mở rộng thị trường, phát triển các sản phẩm dịch vụ mới. Như Sacombank có đối tác chiến lược là ANZ của Australia nắm giữ 10% vốn cổ phần và 20% thuộc về Công ty tài chính quốc tế IFC thuộc WB và Dragon Financial Holdings của Anh. Standard Chartered bank của Anh mua 8,56% cổ phần của ACB, hơn 21% vốn cổ phần của đối tác nước ngoài còn lại thuộc về Connaught Investor (Jardine Matheson Group) và IFC thuộc WB. Hay Citibank là một tập đoàn ngân hàng nổi tiếng, đứng hàng lớn nhất thế giới của Mỹ đã ký hợp đồng hợp tác với NH Đông Á phát triển dịch vụ bán lẻ, kết nối hệ thống thanh toán thẻ của Đông Á với hệ thống thẻ của Citibank, với sự hợp tác

này tạo điều kiện cho Citibank có điều kiện mở rộng hoạt động dịch vụ ngân hàng hiện đại tiện ích ở Việt Nam, ngược lại phát triển khách hàng của Citibank tại Mỹ, nhất là Việt kiều chuyển kiều hối về nước qua Đông Á, cũng như mở rộng dịch vụ thẻ của Đông Á tại Mỹ.

Việc các NH, tập đoàn tài chính nước ngoài mở rộng hoạt động tại thị trường Việt Nam thông qua con đường sở hữu vốn cổ phần trong các NHTM Việt Nam hay hợp tác liên doanh phát triển sản phẩm dịch vụ đem lại nhiều lợi ích trong quá trình phát triển của cả hai bên. Về phía các NH nước ngoài, không tốn kém chi phí để mở chi nhánh mới, có sẵn mạng lưới, cơ sở vật chất kỹ thuật, nguồn nhân lực, số lượng khách hàng dồi dào của các NHTM Việt Nam... Về phía các NHTM Việt Nam, không những nâng cao được năng lực tài chính mà còn hiện đại hóa được công nghệ, nâng cao trình độ quản lý, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực... theo tiêu chuẩn quốc tế và mở rộng kinh doanh trên thị trường quốc tế.

- Thứ ba: Hội nhập kinh tế vừa là động lực vừa là sức ép, buộc các NHTM Việt Nam phải nâng cao năng lực phát triển nghiệp vụ NHQT

Trong điều kiện hiện nay, với sự mở cửa hệ thống ngân hàng, các NH nước ngoài theo lộ trình sẽ dần dần được nới lỏng hoạt động và đối xử bình đẳng trong kinh doanh, các NHTM Việt Nam không thể chỉ tập trung vào các nghiệp vụ ngân hàng truyền thống với những khách hàng truyền thống mà phải hướng vào phát triển các sản phẩm dịch vụ mới như bảo lãnh, bao thanh toán, các hợp đồng phái sinh... để trở thành những ngân hàng đa năng, hiện

đại. Có như vậy mới tăng được khả năng cạnh tranh của mình, đồng thời giữ được khách hàng và mở rộng thị phần kinh doanh.

- Thứ tư: Hoạt động xuất nhập khẩu Việt Nam phát triển mạnh mẽ, đây là cơ sở thúc đẩy các nghiệp vụ NHQT phát triển, đặc biệt là thanh toán quốc tế và tài trợ XNK

Hệ số mở cửa nền kinh tế là hệ số tính bằng tỷ lệ giữa doanh số XNK trên GDP. (Biểu 2)

Năm 2008, so với GDP, xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ bằng 69,5%, nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ bằng 84%, tổng doanh số XNK bằng 153,5%. Sang năm 2009, do tác động của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, kim ngạch XNK năm 2009 có dấu hiệu giảm sút, tuy nhiên, báo cáo tổng kết năm 2009 của Chính phủ cho thấy Việt Nam vẫn nằm trong top các quốc gia dẫn đầu thế giới về tăng trưởng kinh tế (5,32%) và thu hút vốn đầu tư của nước ngoài. Điều này cho thấy nền kinh tế Việt Nam có độ mở cửa lớn và tốc độ mở cửa nhanh, đây chính là một cơ hội để các NHTM Việt Nam phát triển các sản phẩm dịch vụ NHQT, đặc biệt là TTQT và tài trợ XNK.

4. Thách thức (T-Threats)

- Thứ nhất: Mở cửa hội nhập kinh tế quốc tế làm tăng số lượng các ngân hàng có tiềm lực mạnh về tài chính, công nghệ, trình độ quản lý

Điều này sẽ gây áp lực rất lớn đối với hệ thống các ngân hàng trong nước. Các chi nhánh ngân hàng nước ngoài hiện hoạt động tại Việt Nam đều là những thương hiệu nổi tiếng trên thị trường tài chính thế giới như HSBC, Citibank, ANZ... Trong khi nhiều NHTM Việt Nam có mức vốn điều lệ chưa tới 3.000 tỷ đồng thì

ngân hàng con 100% vốn nước ngoài HSBC đã chính thức đi vào hoạt động từ ngày 5/01/2009 với vốn điều lệ 3.000 tỷ đồng. Các ngân hàng nước ngoài liên tục mở rộng mạng lưới hoạt động của mình. Tại TP. Hồ Chí Minh, ngoài trụ sở chính và Sở giao dịch tại tòa nhà Metropolitan, HSBC còn có 3 phòng giao dịch. Tại Hà Nội, HSBC cũng có 1 chi nhánh và 3 phòng giao dịch. Cũng giống như HSBC, ANZ cũng đang mở rộng mạng lưới giao dịch tại Việt Nam với 01 Sở giao dịch tại Hà Nội, 01 chi nhánh tại TP. Hồ Chí Minh và 6 phòng giao dịch.

- Thứ hai: Trong quá trình hội nhập, hệ thống ngân hàng Việt Nam phải chịu tác động rất lớn của thị trường tài chính thế giới.

Khủng hoảng tài chính toàn cầu đã gây ra những ảnh hưởng rất lớn tới hệ thống ngân hàng trên toàn thế giới và các NHTM Việt Nam cũng chịu sự tác động không nhỏ. Số lượng các ngân hàng đại lý và ngân hàng có quan hệ tài khoản với các NHTM Việt Nam sẽ giảm xuống. Nếu các NHTM Việt Nam không tỉnh táo, quan hệ với các ngân hàng có tình hình tài chính suy yếu thì sẽ gặp rủi ro và đánh mất uy tín của mình.

Khủng hoảng tài chính thế giới kéo theo kim ngạch XNK của các nước trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng giảm mạnh. Kim ngạch XNK giảm, ảnh hưởng rất lớn đến các nghiệp vụ NHQT của các NHTM Việt Nam. Lũy kế 5 tháng đầu năm 2009, doanh số thanh toán XNK của Vietcombank đạt 9,851 tỷ USD, so với 5 tháng đầu năm 2008 là 13,834 tỷ USD, thì doanh số thanh toán này đã giảm 29%. Trong khi đó, tổng kim ngạch XNK trong 6 tháng đầu năm 2009 của Việt Nam giảm 10% so với cùng kỳ năm ngoái.

- Thứ ba: Tỷ giá hối đoái còn biến động

Do tình hình kinh tế trong nước và thế giới có những diễn biến bất thường nên tỷ giá của VND và các đồng tiền khác liên tục thay đổi. Thị trường ngoại tệ tiền mặt Việt Nam phát triển khá mạnh. Thị trường ngầm tiền mặt ngoại tệ phục vụ cho bộ phận nhập khẩu lậu qua đường biên giới cộng với nhu cầu thích sử dụng ngoại tệ tiền mặt của dân chúng nên thị trường này rất sôi động. Tỷ giá ở thị trường này luôn cao hơn ngân hàng. Ngoài ra, chênh lệch giá mua và giá bán ngoại tệ của các ngân hàng ở Việt Nam luôn ở mức cao. Điều này đã làm cho các doanh nghiệp xuất khẩu khi có thu ngoại tệ không muốn bán cho các ngân hàng mà bán qua thị trường chợ đen. Nguồn thu ngoại tệ của các ngân hàng vì thế cũng khan hiếm theo. Khi không có nguồn thu ngoại tệ đảm bảo thì rất khó khăn cho các NHTM trong việc thanh toán hàng nhập khẩu cho các nhà nhập khẩu.

III- MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC NGHIỆP VỤ NHQT TẠI CÁC NHTM VIỆT NAM

Trên cơ sở phân tích SWOT về môi trường kinh doanh nghiệp vụ NHQT của các NHTM Việt Nam, nhóm tác giả mạnh dạn đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực nghiệp vụ này tại các NHTM Việt Nam với mục tiêu phát huy nội lực hạn chế điểm yếu nắm bắt cơ hội và khắc phục những thách thức đặt ra.

1. Nâng cao năng lực tài chính

Để nâng cao năng lực tài chính, các ngân hàng nên thực hiện một số biện pháp như: Khẩn trương

tăng vốn điều lệ và xử lý dứt điểm nợ tồn đọng nhằm lành mạnh hóa tình hình tài chính, nâng cao khả năng cạnh tranh và chống rủi ro.

- Đối với các NHTM Nhà nước, cần áp dụng các biện pháp thực tế như phát hành cổ phiếu ở mức cần thiết hoặc bán tài sản và thuê lại để bổ sung vốn điều lệ nhằm đạt được tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu 8%, xử lý hết nợ tồn đọng.

- Đối với các NHTMCP, cần tăng vốn điều lệ thông qua sáp nhập, hợp nhất, phát hành cổ phiếu để tăng vốn theo đúng lộ trình.

2. Nâng cao năng lực hoạt động

- Hiện đại hóa ngân hàng

Cần phải trang bị công nghệ đồng bộ đối với hệ thống NHTM Việt Nam. Đối với các NH đã được trang bị công nghệ hiện đại thì cần phải phát huy hết hiệu quả ứng dụng công nghệ đó, tránh tình trạng mua các công nghệ hiện đại về chỉ để đánh bóng tên tuổi, gây lãng phí nguồn lực. Đối với các NH còn hạn chế về công nghệ thì cần xây dựng kế hoạch đầu tư có lựa chọn vào công nghệ hiện đại, tính năng sử dụng hiệu quả, đồng bộ với toàn hệ thống.

Các NH cần phải lập ra phòng, ban chuyên trách nghiên cứu và ứng dụng công nghệ hiện đại. Phòng ban này có trách nhiệm nghiên cứu các công nghệ ngân hàng hiện đại trên thế giới, nghiên cứu khả năng áp dụng công nghệ của ngân hàng mình để có thể đổi mới công nghệ hiệu quả, tiết kiệm thời gian, chi phí.

- Mở rộng mạng lưới hoạt động trong và ngoài nước

Việc gia tăng mạng lưới cũng đồng nghĩa với việc gia tăng chi phí. Do đó, mở rộng đồng thời với

nâng cao hiệu quả hoạt động của từng chi nhánh, phòng giao dịch là điều hết sức cần thiết. Bên cạnh mở rộng mạng lưới, cần phải cân bằng với sự phát triển cũng như nguồn lực của ngân hàng và cũng cần phải cân bằng với việc ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin tiếp cận khách hàng. Các chi nhánh, phòng giao dịch mới cần phải được hiện đại hóa về cơ sở vật chất cũng như nguồn nhân lực.

Bên cạnh việc mở rộng mạng lưới trong nước, các ngân hàng cần củng cố và mở rộng mạng lưới chi nhánh ở nước ngoài, mở rộng quan hệ với các ngân hàng trên thế giới, tăng cường số lượng ngân hàng đại lý. Tăng số lượng ngân hàng đại lý sẽ giúp cho các NHTM Việt Nam tăng uy tín của mình đối với khách hàng trong nước cũng như với khách hàng và các ngân hàng khác trên thế giới. Việt Nam chủ yếu xuất khẩu các mặt hàng may mặc, lúa gạo, thủy hải sản, đồ thủ công mỹ nghệ. Thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam là Asean, Châu Âu, Mỹ, Nhật, Úc... Các ngân hàng phải nghiên cứu thị trường xuất khẩu của Việt Nam, đặc biệt là đối với các mặt hàng chủ yếu này trong quá trình mở rộng hệ thống đại lý của mình để có thể tăng được doanh số, thị phần trong các nghiệp vụ NHQT.

- Phát triển Marketing ngân hàng

- Marketing ngân hàng phải tìm ra những nhu cầu của thị trường, nhu cầu của khách hàng để đưa ra những sản phẩm phù hợp và tiện ích nhất. Marketing ngân hàng cũng phải nghiên cứu thị trường để tìm ra và phát triển thị trường tiềm năng.

- Khi ngân hàng đưa ra sản phẩm của mình, cần phải nhấn mạnh cho khách hàng biết rằng

sản phẩm đó có những tiện ích, công dụng gì vượt trội và khác hẳn với các ngân hàng khác. Đặc biệt với các sản phẩm mới như bao thanh toán, Option, Futures..., ngân hàng cần giới thiệu cho khách hàng để khách hàng hiểu về sản phẩm, hiểu được tính năng và ưu điểm của sản phẩm.

- Thường xuyên tổ chức các hội nghị khách hàng để thúc đẩy mối quan hệ giữa ngân hàng với khách hàng, để giới thiệu sản phẩm, quảng bá hình ảnh của ngân hàng.

- Thường xuyên củng cố mối quan hệ với khách hàng bằng chất lượng sản phẩm cũng như bằng thái độ phục vụ tận tình, chu đáo, có trách nhiệm cao.

- Đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ NHQT

Số lượng sản phẩm dịch vụ của các NHTM Việt Nam so với các ngân hàng trên thế giới là tương đối hạn chế. Đó là chưa kể đến chất lượng của các dịch vụ này. Các dịch vụ ngân hàng quốc tế cũng không nằm ngoài thực tế đó. Những dịch vụ NHQT hiện đại hầu như chưa có khả năng phát triển. Để có thể hội nhập với thị trường thế giới và cạnh tranh với các ngân hàng nước ngoài đang xâm nhập một cách mạnh mẽ vào thị trường Việt Nam thì hơn bao giờ hết các ngân hàng Việt Nam cần phải đa dạng hóa các dịch vụ NHQT của mình, một lĩnh vực được coi là thế mạnh của các ngân hàng nước ngoài.

- Đa dạng hóa các hình thức tài trợ ngoại thương như bao thanh toán, chiết khấu bộ chứng từ miễn truy đòi, hay bảo lãnh.

Bao thanh toán vẫn là một lĩnh vực khá mới mẻ và chưa phát triển tại Việt Nam.

Nguyên nhân là do các ngân hàng vẫn còn dè dặt với nghiệp vụ này. Bên cạnh đó, nó còn khá lạ lẫm với nhiều doanh nghiệp trong nước. Và một nguyên nhân khác nữa, đó là những bất cập về mặt pháp lý. Để phát triển bao thanh toán, các ngân hàng cần phải xây dựng sản phẩm bao thanh toán phù hợp với thị trường. Bên cạnh việc mua lại các khoản phải thu dưới hình thức truy đòi, ngân hàng có thể thực hiện bao thanh toán miễn truy đòi kết hợp với việc cung cấp thêm chức năng bảo hiểm rủi ro đối với bên mua có uy tín cao trên thị trường, có tình hình tài chính tốt. Đối với các doanh nghiệp xuất khẩu, việc nắm rõ tình hình tài chính của nhà nhập khẩu đôi khi rất khó khăn. Do đó, sản phẩm bao thanh toán trên sẽ được rất nhiều nhà xuất khẩu lựa chọn.

Bên cạnh bảo lãnh nhận hàng, ngân hàng có thể cung cấp cho các nhà nhập khẩu bảo lãnh thanh toán thuế nhập khẩu hay thuế giá trị gia tăng (VAT).

- Đa dạng hóa kinh doanh ngoại hối, phát triển các nghiệp vụ ngoại tệ phái sinh như Forward, Option, Swaps, Futures... để đáp ứng nhu cầu cho khách hàng.

- Xây dựng chu trình kinh doanh nghiệp vụ NHQT khép kín

Nghiệp vụ NHQT là mảng nghiệp vụ rất rộng, bao gồm nhiều nghiệp vụ: Thanh toán quốc tế, tài trợ xuất nhập khẩu, kinh doanh ngoại hối. Các nghiệp vụ này không phát triển rời rạc mà có mối quan hệ gắn bó với nhau trong một thể thống nhất.

(Xem tiếp trang 60)

Tạp chí Ngân hàng về nguồn và tặng quà gia đình khó khăn tại Tuyên Quang

Ngày 9/3/2010, Chi hội Nhà báo Tạp chí Ngân hàng phối hợp với Đoàn Thanh niên cơ quan đã tổ chức về nguồn, thăm Khu di tích lịch sử Tân Trào, tỉnh Tuyên Quang. Tại đây, đoàn đã đến thăm các di tích lịch sử và Bia truyền thống ngành Ngân hàng, cùng nhau ôn lại những chặng đường lịch sử của đất nước, trong đó có lịch sử vẻ vang của ngành Ngân hàng trong những năm kháng chiến. Trong chuyến đi về nguồn đầy ý nghĩa này, hưởng ứng Tháng Thanh niên năm 2010, Chi đoàn Tạp chí Ngân hàng đã thăm và tặng quà hai em: Nguyễn Văn Hải (19 tuổi), Trần Thành Quang (20 tuổi) thuộc diện gia đình có hoàn cảnh khó khăn nhưng đã cố gắng vượt qua để học tập tốt, trở thành những gương mặt đoàn viên tiêu biểu của thôn Tân Thành, xã Minh Thanh, huyện Sơn Dương, tỉnh Tuyên Quang.

HL



Đoàn cán bộ ngân hàng trước Nhà bia truyền thống ngành Ngân hàng.



Đại diện Ban chấp hành Chi đoàn Tạp chí Ngân hàng tặng quà hai em có hoàn cảnh khó khăn.

Phân tích SWOT...

(Tiếp theo trang 37)

Với khách hàng có nhu cầu về thanh toán quốc tế như yêu cầu ngân hàng phát hành L/C hay thông báo L/C, ngân hàng có thể tài trợ XNK cho khách hàng. Trong trường hợp khách hàng nhập khẩu yêu cầu mở L/C, ngân hàng có thể cung cấp dịch vụ bảo lãnh nhận hàng hay bảo lãnh thanh toán cho khách hàng. Với khách hàng xuất khẩu yêu cầu thông báo L/C, ngân hàng có thể tài trợ cho khách hàng bằng cách chiết khấu bộ chứng từ hàng xuất hay bao thanh toán. Những nhà XNK thường có nhu cầu mua bán ngoại tệ, ngân hàng có thể cung cấp cho họ những sản phẩm ngoại tệ phái sinh để phòng ngừa rủi ro tỷ giá.

Phát triển nghiệp vụ NHQT là tương lai của

các NHTM Việt Nam khi bước vào hội nhập kinh tế, chú trọng phát triển và nâng cao năng lực hoạt động trong lĩnh vực này sẽ tạo điều kiện cho các NH tăng khả năng cạnh tranh với các NH nước ngoài, mở rộng thị phần, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng trong nền kinh tế. ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- GS.TS Lê Văn Tư, Nghiệp vụ ngân hàng quốc tế, NXB Thanh niên, 2009
- www.sbv.vn, www.inntron.com/core_banking.html, www.BIDV.com.vn, www.agribank.com.vn, www.icb.com.vn, www.Eximbank.com.vn, www.Vietcombank.com.vn, www.vnexpress.vn, www.vnexpress.vn
- Báo cáo thường niên của Ngân hàng Nhà nước.
- Báo cáo thường niên của VCB, BIDV, VP-Bank, ACB...