

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

-----***-----

Trần Tuấn Ngọc



**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG
TMCP VIỆT NAM DƯỚI TÁC ĐỘNG CỦA CUỘC KHỦNG HOẢNG
TÀI CHÍNH VÀ SUY THOÁI KINH TẾ TOÀN CẦU**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

HÀ NỘI - 2010

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

-----***-----

Trần Tuấn Ngọc



**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG
TMCP VIỆT NAM DƯỚI TÁC ĐỘNG CỦA CUỘC KHỦNG HOẢNG
TÀI CHÍNH VÀ SUY THOÁI KINH TẾ TOÀN CẦU**

Chuyên ngành: Kinh tế thế giới và quan hệ kinh tế quốc tế

Mã số: 60.31.07

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
PGS, TS NGUYỄN HỮU KHẢI**

HÀ NỘI - 2010

MỤC LỤC

MỤC LỤC	1
KÝ HIỆU VIẾT TẮT	3
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU	5
MỞ ĐẦU	6
CHƯƠNG I: LÝ LUẬN LIÊN QUAN ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI. KHÁI LƯỢC VỀ KHỦNG HOẢNG KINH TẾ	12
1.1. Tổng quan về các ngân hàng TMCP Việt Nam.....	12
1.1.1. Khái niệm về ngân hàng, ngân hàng thương mại, ngân hàng nhà nước	12
1.1.2. Phân loại ngân hàng thương mại	13
1.1.3. Vai trò - vị trí của ngân hàng TMCP	15
1.2. Lý luận về năng lực cạnh tranh ngành ngân hàng	20
1.2.1. Khái niệm cạnh tranh và năng lực cạnh tranh	20
1.2.2. Tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh ngành ngân hàng	27
1.2.3. Nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh	38
1.3. Khái quát về khủng hoảng kinh tế	43
1.3.1. Khái niệm về khủng hoảng kinh tế	43
1.3.2. Cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu 2008-2009	44
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM	50
2.1. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP trước khủng hoảng	50
2.1.1. Chỉ tiêu quy mô vốn chủ sở hữu và tổng tài sản.....	50
2.1.2. Chỉ tiêu tăng trưởng thị phần (huy động và dư nợ tín dụng).....	51
2.1.3. Chỉ tiêu hiệu quả hoạt động.....	54
2.1.4. Chỉ tiêu chất lượng sản phẩm, dịch vụ.....	56
2.1.5. Chỉ tiêu tốc độ đổi mới và khả năng thay đổi để đáp ứng nhu cầu thị trường ..	60
2.1.6. Chỉ tiêu về mở rộng mạng lưới và đa dạng hoá lĩnh vực hoạt động.....	61
2.1.7. Chỉ tiêu về khả năng thu hút các yếu tố đầu vào	63
2.1.8. Chỉ tiêu về khả năng liên kết và hợp tác	65
2.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP Việt Nam sau khủng hoảng	66
2.2.1. Năng lực tài chính	66
2.2.2. Thị phần và hệ thống mạng lưới	67
2.2.3. Hiệu quả hoạt động	70
2.2.4. Năng lực về công nghệ.....	72
2.2.5. Nguồn nhân lực	73
2.3. Khả năng cạnh tranh của các NHTMCP Việt Nam theo mô hình S.W.O.T.	74
2.3.1. Điểm mạnh (Strengths)	74
2.3.2. Điểm yếu (Weaknesses)	75

2.3.3. Cơ hội (Opportunities)	75
2.3.4. Thách thức (Threats).....	76
CHƯƠNG III: NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA SAU KHỦNG HOẢNG, GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐỐI VỚI CÁC NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM	77
3.1. Một số vấn đề đặt ra sau khủng hoảng.....	77
3.1.1. Tác động của cuộc khủng hoảng đối với nền kinh tế Việt Nam.....	77
3.1.2. Tác động của cuộc khủng hoảng đối với năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP Việt Nam.....	78
3.2. Giải pháp về phía nhà nước.....	83
3.2.1. Thúc đẩy tín dụng, hỗ trợ lãi suất	83
3.2.2. Điều chỉnh chính sách tỷ giá linh hoạt theo biên độ	85
3.2.3. Kiểm chế lạm phát, bình ổn giá cả.....	86
3.2.4. Đảm bảo an toàn cho thanh khoản ngân hàng	86
3.3. Giải pháp của các ngân hàng TMCP Việt Nam	87
3.3.1. Tăng trưởng dư nợ	87
3.3.2. Cơ cấu lại các khoản nợ	88
3.3.3. Xúc tiến chính sách cho vay hỗ trợ lãi suất.....	90
3.3.4. Quản lý tốt rủi ro tín dụng và rủi ro thanh khoản	91
3.3.5. Tăng năng lực tài chính	93
3.3.6. Hiện đại hóa công nghệ ngân hàng	93
3.3.7. Đào tạo phát triển nguồn nhân lực	95
3.3.8. Tăng cường liên kết, hợp tác trong nước	95
3.3.9. Liên doanh, liên kết với các ngân hàng nước ngoài	96
3.3.10. Xây dựng chiến lược kinh doanh trong dài hạn.....	97
3.4. Kiến nghị.....	100
3.4.1. Về phía Ngân hàng Nhà nước.....	100
3.4.2. Về phía Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam	100
3.4.3. Về phía chính bản thân các ngân hàng TMCP Việt Nam	101
KẾT LUẬN.....	102
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	104
PHỤ LỤC 1.1.....	107
PHỤ LỤC 1.2.....	111
PHỤ LỤC 1.3.....	114
PHỤ LỤC 1.4.....	115
PHỤ LỤC 2.1.....	117
PHỤ LỤC 3.1.....	120

KÝ HIỆU VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Từ đầy đủ	Diễn giải
AIG	American International Group, Inc.	Tập đoàn tài chính quốc tế Mỹ bao gồm các công ty con hoạt động ở nhiều lĩnh vực như: ngân hàng, bảo hiểm, đầu tư tài chính, v.v...
ATM	Automatic Teller Machine	Máy rút tiền tự động
BLĐ	Ban lãnh đạo	
CDO	Collateralized debt obligations	Chứng chỉ nợ: chứng khoán định giá theo tài sản thế chấp
CITAD	Centre for Information Technology and Development	Trung tâm thanh toán điện tử liên ngân hàng
CPI	Consumer Price Index	Chỉ số giá tiêu dùng
CRM	Customer Relationship Management	Quản trị quan hệ khách hàng
EMV	Europay, MasterCard and VISA	3 liên minh thẻ lớn nhất thế giới gồm Europay, Master Card và Visa
EPS	Earnings per Share	Tỷ suất lợi nhuận trên mỗi cổ phần
EU	European Union	Liên minh Châu Âu
FDI	Foreign direct investment	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FED	Federal Reserve System	Cục Dự trữ Liên bang Hoa Kỳ
FPI	Foreign port-folio investment	Đầu tư gián tiếp nước ngoài
GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
GNP	Gross National Product	Tổng sản phẩm và/hoặc thu nhập quốc gia
HDQT	Hội đồng quản trị	
M&A	Mergers and Acquisitions	Mua bán và Sáp nhập

MIS	Management Information System	Hệ thống thông tin quản trị
NHTMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần	
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development	Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế
POS	Point of Sales	Điểm chấp nhận thẻ ATM
QLTD	Quản lý tín dụng	
ROA	Returns on Assets	Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên tổng tài sản
ROE	Returns on Equity	Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu
SMS	Short Message Services	Dịch vụ tin nhắn ngắn
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats	Điểm mạnh, Điểm yếu, Cơ hội và Thách thức
TARP	Troubled Asset Relief Program	Chương trình của Chính phủ Mỹ nhằm hỗ trợ mua lại tài sản và/hoặc cổ phiếu bị mất giá của các định chế tài chính
Tên viết tắt các ngân hàng		Xem chi tiết trong phần <u>Phu lục 1.1</u> (Danh sách ngân hàng tại Việt Nam)
TMCP	Thương mại cổ phần	
UNCTAD	United Nation Conference on Trade and Development	Hội nghị của Liên Hiệp Quốc về Thương mại và Phát triển
VCSH	Vốn chủ sở hữu	
VILC	Vietnam International Leasing Company	Công Ty Cho Thuê Tài Chính Việt Nam
VMB	Vietnam Model Bank	Ngân hàng mẫu Việt Nam
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại Thế giới
XNK	Xuất nhập khẩu	

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

Số hiệu	Tên bảng, biểu	Trang
Bảng 1.1	So sánh chỉ tiêu năng lực cạnh tranh tổng hợp của hai ngân hàng	114
Bảng 2.1	Chỉ tiêu kết quả hoạt động một số ngân hàng TMCP	50
Bảng 2.2	Chỉ tiêu hiệu quả hoạt động một số ngân hàng TMCP	54
Bảng 2.3	Chỉ tiêu dẫn đầu về dịch vụ của các ngân hàng TMCP năm 2007	58
Bảng 2.4	Chỉ tiêu thu hút đầu vào của một số ngân hàng TMCP	63
Hình 2.1	Đồ thị so sánh năng lực cạnh tranh của một số ngân hàng TMCP về quy mô tổng tài sản, nguồn vốn, dư nợ và lợi nhuận (năm 2008)	51
Hình 2.2	Thị phần huy động vốn của hệ thống ngân hàng Việt Nam	52
Hình 2.3	Thị phần dư nợ cho vay của hệ thống ngân hàng Việt Nam	53
Hình 2.4	Đồ thị so sánh chỉ tiêu R.O.E của một số ngân hàng TMCP qua các năm 2007 và 2008	55
Hình 2.5	Đồ thị so sánh chỉ tiêu E.P.S của một số ngân hàng TMCP qua các năm 2007 và 2008	56
Hình 2.6	Tỷ lệ các chi nhánh và phòng giao dịch của các ngân hàng	62
Hình 2.7	Biểu đồ đánh giá năng lực cạnh tranh của một số ngân hàng TMCP qua hai chỉ tiêu: huy động vốn và nhân lực	63

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài:

Trong nền kinh tế toàn cầu hoá nói chung và điều kiện của nền kinh tế mới nổi đang trong giai đoạn mở cửa hội nhập như Việt Nam nói riêng, hệ thống ngân hàng vẫn giữ vai trò rất quan trọng, là một trong những kênh huy động và điều hòa nguồn vốn chính của nền kinh tế, đồng thời cũng là công cụ quan trọng trong việc ổn định thị trường tài chính và quản lý kinh tế của nhà nước. Tại thời điểm hiện tại, hệ thống ngân hàng, chủ yếu là các NHTMCP tư nhân và các ngân hàng TMCP được hình thành từ các ngân hàng thương mại nhà nước cổ phần hoá, vẫn đang là “xương sống” của nền kinh tế Việt Nam. Sự tăng trưởng và phát triển của hệ thống các ngân hàng TMCP tác động trực tiếp và mạnh mẽ đến sự tăng trưởng của toàn nền kinh tế. Tuy nhiên, trên thực tế sự tăng trưởng này lại đang vấp phải trăm ngàn khó khăn, trong đó có cả những nguyên nhân nội tại của nền kinh tế và những nguyên nhân sâu xa của tiến trình toàn cầu hoá kinh tế thế giới. Các ngân hàng TMCP Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức không nhỏ của mở cửa và hội nhập kinh tế khu vực và thế giới, những tác nhân có nguy cơ làm suy giảm trực tiếp năng lực cạnh tranh và lợi thế cạnh tranh, từ đó đe dọa nghiêm trọng đến năng lực cạnh tranh và hiệu quả hoạt động của ngành tài chính – ngân hàng nói riêng và toàn nền kinh tế Việt nam nói chung.

Theo cam kết với Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và các Hiệp định song phương, Việt Nam bắt đầu từng bước phải dỡ bỏ các rào cản trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng đối với các nhà đầu tư nước ngoài tại thị trường nội địa kể từ thời điểm tháng 1 năm 2008. Đặc biệt, theo lộ trình đến cuối năm 2011, khi các ngân hàng nước ngoài được đối xử ngang bằng với các ngân hàng TMCP Việt Nam thì các ngân hàng trong nước sẽ phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các đối thủ cạnh tranh là các ngân hàng và định chế tài chính 100% vốn nước ngoài.

Khó khăn hơn, năm 2008 – 2009, khủng hoảng tài chính bắt đầu từ Mỹ đã lan ra toàn Thế giới và trở thành khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Tất cả những thách thức trên đã đòi hỏi các ngân hàng TMCP Việt Nam phải nâng cao năng lực cạnh tranh, thực hiện tốt chức năng: tăng trưởng dư nợ và cho vay tín dụng trong nước, thanh toán bù trừ liên ngân hàng nội địa, thanh toán quốc tế, chủ yếu là phục vụ cho hoạt động của các doanh nghiệp XNK, v.v... Do vậy đề tài: **“Nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP Việt Nam dưới tác động của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu”** có tính cấp thiết, có ý nghĩa trên cả phương diện lý luận và thực tiễn.

2. Tình hình nghiên cứu:

Tính đến thời điểm cuối năm 2009, trong nước đã có một số công trình nghiên cứu khoa học có liên quan đến vấn đề nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại như:

- Luận văn Thạc sĩ kinh tế, đề tài "Tăng cường năng lực cạnh tranh của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế" của tác giả Ths. Trịnh Thuý Hằng, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, năm 2007.
- Luận văn Thạc sĩ kinh tế, đề tài "Nâng cao năng lực cạnh tranh Ngân hàng TMCP Phát triển nhà thành phố Hồ Chí Minh" của tác giả Ths. Phạm Nguyễn Hoàng Thụy Khanh, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, năm 2007.
- Luận văn Thạc sĩ kinh tế, đề tài "Năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP tại thành phố Hồ Chí Minh trong thời kỳ hội nhập kinh tế quốc tế" của tác giả Ths. Trần Thị Út Hiền, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, năm 2008.
- ...

Tuy nhiên, với đề tài: **“Nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP Việt Nam dưới tác động của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế**

toàn cầu”, tác giả khẳng định tính kế thừa, độc lập khách quan và có sự khác biệt trong mục đích và phạm vi nghiên cứu. Luận văn thạc sĩ lần này cũng là một đề tài khoa học nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của các ngân hàng, tuy nhiên phạm vi nghiên cứu sẽ chỉ tập trung vào đối tượng chính là các ngân hàng TMCP Việt Nam, thêm vào đó, giới hạn về thời gian nghiên cứu là các năm 2005-2007 (nền kinh tế khởi sắc, trước khi có cuộc khủng hoảng) và đặc biệt hai năm 2008-2009 (các nền kinh tế bị ảnh hưởng nặng nề nhất bởi cuộc khủng hoảng tài chính)

Bên cạnh đó, cũng tính đến thời điểm cuối năm 2009, trong nước đã có một số công trình nghiên cứu khoa học có liên quan đến cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu như:

- Bài phân tích, đề tài "Tác động của khủng hoảng tài chính Mỹ và Thế giới đến nền kinh tế Việt Nam" của tác giả PGS-TS. Trần Hoàng Ngân, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, năm 2008.
- Luận văn Thạc sĩ kinh tế, đề tài "Khủng hoảng tài chính Thế giới và kinh tế Việt Nam 2008 - 2009" của tác giả Ths. Đinh Thế Hiện, Trường Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh, năm 2009.
- Và còn rất nhiều những bài viết, phân tích của các chuyên gia kinh tế trên các tạp chí chuyên ngành, báo đài, v.v... có nội dung liên quan đến khủng hoảng kinh tế.

Ngoài ra, trong quá trình học tập và nghiên cứu cao học, tác giả đã có bài viết tiểu luận Môn Tài chính quốc tế với đề tài "*Khủng hoảng tài chính ở Mỹ và những ảnh hưởng đối với kinh tế Việt Nam*". Trong bài tiểu luận này, tác giả đã có những nghiên cứu sơ bộ về cuộc khủng hoảng tài chính ở Mỹ, đánh giá và tổng kết được những ảnh hưởng cơ bản nhất của cuộc khủng hoảng này tới nền kinh tế Việt Nam. Tuy nhiên, do nằm trong khuôn khổ của một bài tiểu luận hết môn, nên về mặt lý luận và thực tiễn nó còn rất nhiều hạn chế. Trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam nói riêng và nền kinh tế thế giới nói chung đang chịu ảnh hưởng sâu rộng của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, tác giả muốn có một cái

nhìn tổng thể và một nghiên cứu sâu sắc hơn về năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP Việt Nam.

Do đó, có thể nói luận văn thạc sĩ lần này có nội dung không trùng lặp với tiểu luận của chính tác giả, cũng như tất cả các công trình nghiên cứu khoa học trong và ngoài nước từ trước tới nay. Trái lại, nó có tính kế thừa, phát triển cao hơn những nghiên cứu về cuộc khủng hoảng tài chính - kinh tế toàn cầu để có thể đưa ra những đánh giá sát thực, cũng như những bài học kinh nghiệm bổ ích cho các ngân hàng TMCP Việt Nam trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh.

3. Mục đích nghiên cứu:

Trên cơ sở hệ thống một số vấn đề lý luận và thực tiễn, mục đích của đề tài nhằm đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngân hàng TMCP Việt Nam, góp phần giúp các ngân hàng TMCP Việt Nam vượt qua cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu.

4. Nhiệm vụ nghiên cứu:

- Hệ thống một số vấn đề lý luận có liên quan đến năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP Việt Nam
- Phân tích cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu 2008-2009, những tác động chủ yếu của nó đối với hoạt động của các ngân hàng TMCP Việt Nam
- Phân tích thực trạng tình hình hoạt động kinh doanh của hệ thống các ngân hàng TMCP Việt Nam trước, trong và sau khủng hoảng
- Đề xuất giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngân hàng TMCP Việt Nam trong giai đoạn hiện nay

5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu là năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP Việt Nam và những tác động của cuộc khủng hoảng tài chính - suy thoái kinh tế toàn cầu, làm suy giảm năng lực cạnh tranh của hệ thống ngân hàng TMCP Việt Nam.

Phạm vi nghiên cứu về thời gian, tác giả lấy mốc thời điểm diễn ra khủng hoảng là đầu năm 2008, để chia làm hai giai đoạn chính là trước khi khủng hoảng diễn ra tức là giai đoạn từ cuối năm 2007 trở về trước và sau khi có khủng hoảng tài chính, từ đầu năm 2008 trở về sau, chủ yếu là hai năm 2008-2009, giai đoạn khủng hoảng diễn ra sâu sắc nhất. Phạm vi về không gian, tác giả chỉ nghiên cứu các đối tượng ngân hàng TMCP nằm trong lãnh thổ nước Việt Nam. Phạm vi về nội dung, tác giả sẽ tìm hiểu những nguyên nhân và tác động của cuộc khủng hoảng đối với năng lực cạnh tranh, phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh, từ đó đề xuất giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho hệ thống các ngân hàng TMCP Việt Nam trong thời kỳ hậu khủng hoảng.

6. Phương pháp nghiên cứu:

Nghiên cứu tài liệu, những bài viết của các chuyên gia kinh tế trong và ngoài nước về cuộc khủng hoảng tài chính bắt nguồn từ nước Mỹ, sau lan rộng ra thành cuộc đại suy thoái kinh tế toàn cầu. Từ đó, tác giả sẽ phân tích - tổng hợp những ảnh hưởng của nó đối với nền kinh tế Việt Nam nói chung và ngành ngân hàng nói riêng. Trong đó, tác giả đặc biệt hướng sự tập trung nghiên cứu, sử dụng hình thức tư duy biện chứng và suy luận logic, để làm rõ năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP Việt Nam trước và trong khủng hoảng. Xem xét đánh giá một cách toàn diện diễn biến sự suy giảm năng lực cạnh tranh của các ngân hàng này để từ đó rút ra những bài học kinh nghiệm, cũng như đề xuất các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh, nhằm giúp các ngân hàng TMCP Việt Nam "vượt cạn" và khởi sắc thời hậu khủng hoảng

7. Kết cấu của luận văn:

Ngoài phần mục lục, ký hiệu viết tắt, danh mục các bảng biểu, mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, luận văn chia làm 3 chương:

***Chương 1: Lý luận liên quan đến năng lực cạnh tranh của ngân hàng thương mại.
Khái lược về khủng hoảng kinh tế***

Chương 2: Thực trạng năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP Việt Nam

Chương 3: Những vấn đề đặt ra sau khủng hoảng, giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh đối với các ngân hàng TMCP Việt Nam

CHƯƠNG I: LÝ LUẬN LIÊN QUAN ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI. KHÁI LƯỢC VỀ KHỦNG HOẢNG KINH TẾ

1.1. Tổng quan về các ngân hàng TMCP Việt Nam

1.1.1. Khái niệm về ngân hàng, ngân hàng thương mại, ngân hàng nhà nước

Ngân hàng bắt nguồn từ một công việc rất đơn giản là giữ các đồ vật quý cho những người sở hữu nó tránh mất mát, đổi lại người chủ sở hữu phải trả cho người cầm giữ hộ một khoản tiền công. Khi xã hội phát triển, thương mại phát triển, nhu cầu về tiền ngày càng lớn thì ngân hàng trở thành nơi giữ tiền cho những người có tiền và cung cấp tiền cho những người cần tiền. Ngân hàng là một định chế tài chính trung gian, sẽ huy động vốn nhàn rỗi trong xã hội và dùng chính tiền đó cho các cá nhân và tổ chức vay lại, và rất hiếm khi có tình trạng cùng một lúc tất cả chủ tiền gửi đến đòi nợ ngân hàng, đó chính là nguyên tắc cơ bản đảm bảo cho hoạt động của ngân hàng.

Ngân hàng thương mại là tổ chức tín dụng thể hiện nhiệm vụ cơ bản nhất của ngân hàng đó là huy động vốn và cho vay vốn. Ngân hàng thương mại là cầu nối giữa các cá nhân và tổ chức, hút vốn từ nơi nhàn rỗi và bơm vào nơi khan thiếu. Hoạt động của ngân hàng thương mại nhằm mục đích kinh doanh một hàng hóa đặc biệt đó là "vốn- tiền", trả lãi suất huy động vốn thấp hơn lãi suất cho vay vốn, và phần chênh lệch lãi suất đó chính là lợi nhuận của ngân hàng thương mại. Hoạt động của ngân hàng thương mại phục vụ cho mọi nhu cầu về vốn của mọi tầng lớp dân chúng, loại hình doanh nghiệp và các tổ chức khác trong xã hội.

Khác hẳn với ngân hàng thương mại, ngân hàng Nhà nước (ngân hàng Trung ương) không hoạt động vì mục đích lợi nhuận và cũng không kinh doanh tiền tệ. Mỗi một quốc gia chỉ có một ngân hàng Nhà nước duy nhất, có thể gọi là ngân hàng

mẹ có chức năng phát hành tiền, quản lý, thực thi và giám sát các chính sách tiền tệ; và có rất nhiều ngân hàng thương mại, có thể coi là các ngân hàng con có chức năng thực hiện lưu chuyển tiền trong nền kinh tế. Trong trường hợp ngân hàng thương mại đứng trên bờ vực phá sản, ngân hàng Trung ương sẽ là nguồn cấp vốn cuối cùng mà ngân hàng thương mại tìm đến. [36]

1.1.2. Phân loại ngân hàng thương mại

Có thể phân chia ngân hàng theo các tiêu chí khác nhau tùy theo yêu cầu và mục đích quản lý.

1.1.2.1. Các loại hình ngân hàng thương mại chia theo hình thức sở hữu

i. Ngân hàng sở hữu cá nhân

Là ngân hàng do cá nhân thành lập bằng vốn của cá nhân. Loại ngân hàng thường nhỏ, phạm vi hoạt động trong từng địa phương. Các ngân hàng này thường gắn liền với doanh nghiệp và cá nhân ở địa phương. Chủ ngân hàng thường rất am hiểu tình hình của người vay, vì vậy hạn chế được sự lừa đảo của khách. Tuy nhiên, do kém đa dạng, nên khi địa phương đó gặp rủi ro (ví dụ thiên tai, mất mùa...) ngân hàng thường không tránh được tổn thất.

ii. Ngân hàng sở hữu của các cổ đông (ngân hàng cổ phần)

Ngân hàng này được thành lập thông qua phát hành các cổ phiếu. Việc nắm giữ cổ phiếu cho phép người sở hữu có quyền tham gia quyết định các hoạt động của ngân hàng, tham gia chia cổ tức từ thu nhập của ngân hàng đồng thời phải gánh chịu các tổn thất có thể xảy ra. Do vốn sở hữu được hình thành thông qua sự tập trung, các ngân hàng cổ phần có khả năng tăng vốn nhanh chóng, vì vậy thường là các ngân hàng lớn. Các tổ hợp ngân hàng lớn nhất thế giới hiện nay là các ngân hàng cổ phần. Các ngân hàng cổ phần thường có phạm vi hoạt động rộng, hoạt động đa năng, có nhiều chi nhánh hoặc các công ty con. Khả năng đa dạng hoá cao nên các ngân hàng cổ phần có thể giảm rủi ro gây nên bởi tính chuyên môn hoá (thiên tai của một vùng, sự suy thoái của một ngành hoặc một quốc gia...), song chúng

thường phải gánh chịu các rủi ro từ cơ chế quản lý phân quyền (nhiều chi nhánh được phân quyền lớn và hoạt động tương đối độc lập với trụ sở ngân hàng mẹ, giám đốc các chi nhánh này có thể có hành vi lạm dụng hoặc bất cẩn gây tổn thất cho ngân hàng).

iii. Ngân hàng sở hữu Nhà nước

Đây là loại hình ngân hàng mà vốn sở hữu do Nhà nước cấp, có thể là Nhà nước Trung ương hoặc Tỉnh, Thành phố. Các ngân hàng này thường được thành lập nhằm thực hiện một số mục tiêu nhất định, thường là do chính sách của chính quyền Trung ương hoặc địa phương quy định. Tại các nước đi theo con đường phát triển Xã hội chủ nghĩa, Nhà nước thường quốc hữu hoá các ngân hàng tư nhân hoặc cổ phần lớn, hoặc tự xây dựng nên các ngân hàng. Những ngân hàng sở hữu Nhà nước thường được Nhà nước hỗ trợ về tài chính và bảo đảm phát hành giấy nợ, do vậy rất ít khi bị phá sản. Tuy nhiên trong nhiều trường hợp, các ngân hàng này phải thực hiện các chính sách của Nhà nước có thể gây bất lợi cho hoạt động kinh doanh.

Theo đà phát triển chung, các ngân hàng thương mại nhà nước đang dần từng bước được cổ phần hoá, nhằm nâng cao năng lực hoạt động của các ngân hàng, thu hút nguồn vốn từ các nhà đầu tư và giảm gánh nặng ngân sách để tập trung cho đầu tư phát triển kinh tế đất nước.

iv. Ngân hàng liên doanh

Ngân hàng này được hình thành dựa trên việc góp vốn của hai hoặc nhiều bên, thường là giữa ngân hàng trong nước với ngân hàng nước ngoài để tận dụng các ưu thế của nhau: ưu thế am hiểu thị trường trong nước của ngân hàng bản địa; ưu thế về vốn, công nghệ và kinh nghiệm quản lý của ngân hàng nước ngoài, v.v...

v. Ngân hàng 100% vốn nước ngoài

Ngân hàng nước ngoài hay ngân hàng 100% vốn đầu tư nước ngoài là loại hình ngân hàng có 100% vốn đầu tư do pháp nhân là các ngân hàng nước ngoài bỏ ra, thành lập và hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con trên địa bàn địa phương của một quốc gia nhất định. [36]

1.1.2.2. Các loại hình ngân hàng thương mại chia theo tính chất hoạt động

i. Tính chất đơn năng

Ngân hàng hoạt động theo hướng đơn năng: loại ngân hàng này chỉ tập trung cung cấp một số dịch vụ ngân hàng ví dụ như chỉ cho vay đối với xây dựng cơ bản, hoặc đối với nông nghiệp; hoặc chỉ cho vay (không bảo lãnh hoặc cho thuê)... Tính chuyên môn hoá cao cho phép ngân hàng có được đội ngũ cán bộ giàu kinh nghiệm, tinh thông nghiệp vụ. Tuy nhiên loại ngân hàng thường gặp rủi ro lớn khi ngành, hoặc lĩnh vực hoạt động mà ngân hàng phục vụ sa sút. Ngân hàng đơn năng có thể là ngân hàng nhỏ, phạm vi hoạt động hẹp, trình độ cán bộ không đa dạng, hoặc là những ngân hàng sở hữu của công ty (nhiều tập đoàn công nghiệp tổ chức ngân hàng để phục vụ cho các thành viên của tập đoàn).

ii. Tính chất đa năng

Ngân hàng cung cấp mọi dịch vụ ngân hàng cho mọi đối tượng. Đây là xu hướng hoạt động chủ yếu hiện nay của các ngân hàng thương mại. Ngân hàng đa năng thường là ngân hàng lớn (hoặc sở hữu công ty). Tính đa dạng sẽ giúp ngân hàng tăng thu nhập và hạn chế rủi ro.

iii. Ngân hàng cung cấp dịch vụ bán buôn

Dịch vụ ngân hàng cung cấp cho Chính phủ, các định chế tài chính và các doanh nghiệp lớn. Giá trị dịch vụ lớn và thường do Hội sở chính cung cấp.

iv. Ngân hàng cung cấp dịch vụ bán lẻ

Dịch vụ ngân hàng cung cấp cho hàng triệu khách hàng cá nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ dựa trên việc sử dụng e-banking... [36]

1.1.3. Vai trò - vị trí của ngân hàng TMCP

Tính đến hết tháng 10 năm 2009, hệ thống ngân hàng nước ta có 5 ngân hàng thương mại nhà nước (ngân hàng chính sách – phát triển), 1 quỹ tín dụng nhân dân trung ương, 39 ngân hàng TMCP, 40 chi nhánh ngân hàng nước ngoài, 5 ngân hàng

liên doanh, 5 ngân hàng 100% vốn nước ngoài, 17 công ty tài chính và 13 công ty cho thuê tài chính, 926 tổ chức tín dụng nhân dân và 53 văn phòng đại diện của các ngân hàng nước ngoài (Tham khảo chi tiết **Danh sách ngân hàng tại Việt Nam ở Phụ lục 1.1**). Trong đó, không thể phủ nhận vị trí số một của hệ thống các ngân hàng TMCP Việt Nam dựa trên những vai trò cơ bản và quan trọng của hệ thống này:

(1). Hệ thống ngân hàng TMCP ở Việt Nam đóng vai trò quan trọng trong việc đẩy lùi và kiềm chế lạm phát, từng bước duy trì sự ổn định giá trị đồng tiền và tỉ giá, góp phần cải thiện kinh tế vĩ mô, môi trường đầu tư và sản xuất kinh doanh.

Khi thực hiện chức năng trung gian tín dụng, hệ thống ngân hàng TMCP có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo môi trường đầu tư và sản xuất kinh doanh thuận lợi vì nó đáp ứng nhu cầu vốn để đảm bảo quá trình tái sản xuất được thực hiện liên tục và mở rộng quy mô sản xuất. Để thực hiện tốt vai trò cho vay tín dụng đối với mọi thành phần kinh tế, các ngân hàng TMCP đã huy động và tập trung phần lớn nguồn vốn nhân rỗi trong khu vực dân cư và doanh nghiệp. Khi đạt chỉ tiêu huy động vốn đặt ra, các ngân hàng TMCP mới có điều kiện, tiền đề tốt để đáp ứng được nhu cầu vốn của nền kinh tế, phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh kịp thời.

Bên cạnh đó, các ngân hàng TMCP còn có chức năng tạo tiền. Chức năng tạo tiền không giới hạn trong hành động in thêm tiền và phát hành tiền mới của Ngân hàng Nhà nước. Bản thân các ngân hàng TMCP trong quá trình thực hiện các chức năng của mình vẫn có khả năng tạo ra tiền tín dụng (hay tiền ghi sổ) thể hiện trên tài khoản tiền gửi thanh toán của khách hàng tại ngân hàng. Đây chính là một bộ phận của lượng tiền được sử dụng trong các giao dịch. Với chức năng này, hệ thống ngân hàng TMCP đã làm tăng tổng phương tiện thanh toán trong nền kinh tế, đáp ứng nhu cầu thanh toán, chi trả của xã hội. Mức mở rộng tiền gửi phụ thuộc vào hệ số mở rộng tiền gửi. Hệ số này đến lượt nó chịu tác động bởi các yếu tố: tỷ lệ dự trữ bắt buộc, tỷ lệ dự trữ vượt mức và tỷ lệ giữ tiền mặt so với tiền gửi thanh toán của công chúng.

Với chức năng tạo nguồn tiền gửi thanh toán, các ngân hàng TMCP rõ ràng tạo được nguồn tài nguyên về vốn dồi dào, nguồn "huyết mạch" duy trì và thúc đẩy hoạt động của các thành phần kinh tế. Tuy nhiên, nếu lượng tiền vượt xa so với nhu cầu lưu thông cần thiết của nền kinh tế thì sẽ tạo ra nguy cơ lạm phát. Do đó, xét trên tầm vĩ mô, khi ngân hàng Nhà nước có quyết định rút bớt lượng tiền trong lưu thông bằng quy định tăng tỷ lệ dự trữ bắt buộc, thì kênh điều chỉnh có hiệu quả nhất cũng chính là thông qua các ngân hàng TMCP. Quy định này buộc các ngân hàng TMCP phải thu hẹp lượng tiền lưu thông, giảm hệ số mở rộng tiền gửi thanh toán vãng lai, v.v... Từ đó chính sách vĩ mô mới phát huy được hết tác dụng của nó để duy trì sự ổn định giá trị đồng tiền và tỉ giá.

(2). Các ngân hàng TMCP góp phần thúc đẩy hoạt động đầu tư, phát triển sản xuất kinh doanh và hoạt động xuất nhập khẩu. Đây là kết quả tác động nhiều mặt của đổi mới hoạt động ngân hàng, nhất là những cố gắng của ngành ngân hàng trong việc cổ phần hoá, huy động các nguồn vốn trong nước cho đầu tư phát triển, trong việc đổi mới chính sách cho vay và cơ cấu tín dụng theo hướng căn cứ chủ yếu vào tính khả thi và hiệu quả của từng dự án, từng lĩnh vực ngành nghề để quyết định cho vay. Dịch vụ ngân hàng cũng phát triển cả về chất lượng và chủng loại, góp phần thúc đẩy sản xuất kinh doanh.

Khi làm trung gian thanh toán, hệ thống ngân hàng TMCP tạo ra những công cụ lưu thông và độc quyền quản lý các công cụ đó (séc, uỷ nhiệm chi, thẻ thanh toán, lệnh chuyển tiền quốc tế...) đã tiết kiệm cho xã hội rất nhiều về thời gian, chi phí lưu thông, đẩy nhanh tốc độ luân chuyển vốn, thúc đẩy quá trình lưu thông hàng hóa và luân chuyển tiền tệ. Do đó, khi sử dụng các công cụ thanh toán hiện đại qua ngân hàng, các chủ thể kinh tế có cơ hội dành nhiều thời gian và nguồn lực hơn cho các khía cạnh đầu tư và phát triển sản xuất kinh doanh.

Hiện nay ở các nước công nghiệp phát triển việc sử dụng hình thức chuyển tiền bằng điện tử là chuyện bình thường và chính điều này đưa đến việc không sử dụng séc ngân hàng mà dùng thẻ như thẻ tín dụng. Họ thanh toán bằng cách nối mạng các máy vi tính của các ngân hàng trong nước nhằm thực hiện chuyển vốn từ

tài khoản người này sang người khác một cách nhanh chóng. Việt Nam chúng ta một khi đã gia nhập vào "sân chơi chung" WTO thì rõ ràng phải chấp nhận hình thức thanh toán phổ biến này không sớm thì muộn. Chính các ngân hàng TMCP sẽ là đầu tàu trong việc ứng dụng công nghệ ngân hàng hiện đại để doanh nghiệp và người tiêu dùng được hưởng hạ tầng đó. Điều này còn có ý nghĩa đặc biệt hơn đối với những doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu, bởi vì họ phải giao dịch, ký kết và thực hiện hợp đồng ngoại thương hàng ngày, hàng giờ với đối tác nước ngoài. Hoạt động thanh toán quốc tế qua các ngân hàng TMCP có tốt thì mới có cơ sở để phát triển mạnh hoạt động ngoại thương nước nhà.

Ngoài ra, các ngân hàng TMCP còn thực hiện chức năng là thủ quỹ của doanh nghiệp. Thông qua các nghiệp vụ thanh toán, thu chi hộ và quản lý dòng tiền cho doanh nghiệp, ngày nay các ngân hàng TMCP không chỉ khẳng định vai trò là "ví tiền điện tử" của doanh nghiệp trong thời đại thương mại điện tử, mà chính ngân hàng còn chủ động được trong việc thực hiện các nghiệp vụ cho vay đối với những đối tượng, thành phần kinh tế khác.

(3). Là một ngành kinh tế dịch vụ "trẻ" theo hai nghĩa: có lịch sử phát triển chưa lâu, có đội ngũ nhân viên chủ yếu trẻ về tuổi đời và tuổi nghề, các ngân hàng TMCP đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc tạo ra nhiều công ăn việc làm và thu hút một lực lượng lao động không nhỏ, góp phần cải thiện thu nhập và giảm nghèo bền vững.

Tùy theo thế mạnh của mỗi ngân hàng, sẽ xuất hiện những ngân hàng TMCP hoạt động theo hướng chuyên môn hóa như ngân hàng bán buôn, ngân hàng bán lẻ, ngân hàng đầu tư, đồng thời hình thành một số ngân hàng qui mô lớn, có tiềm lực tài chính và kinh doanh hiệu quả. Kinh doanh theo nguyên tắc thị trường cũng buộc các ngân hàng này phải có cơ chế quản lý và sử dụng lao động thích hợp, đặc biệt là chính sách đãi ngộ và đào tạo nguồn nhân lực nhằm thu hút lao động có trình độ, qua đó nâng cao hiệu quả hoạt động và sức cạnh tranh trên thị trường tài chính.

Cùng với xu thế toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế, các ngân hàng TMCP đang gấp rút chuẩn bị cho mình một đội ngũ nhân viên trang bị tốt kiến thức,

giàu kinh nghiệm trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, để trở thành đối thủ xứng tầm quốc tế với những ngân hàng 100% vốn nước ngoài đã "đặt chân" hoặc sắp có kế hoạch "đổ bộ" vào thị trường Việt Nam.

Ngoài ra, các ngân hàng TMCP còn đóng vai trò rất quan trọng trong xã hội hoá giải quyết việc làm cho người lao động, đặc biệt là những đối tượng chính sách xã hội. Cụ thể, thông qua nguồn vốn tín dụng cho các chương trình và dự án phát triển sản xuất kinh doanh, hàng năm hệ thống ngân hàng TMCP đã cùng với Ngân hàng Chính sách xã hội, góp phần tạo thêm được nhiều việc làm mới, nhất là tại các vùng nông thôn. Việc sử dụng nguồn vốn ngân hàng cho mục đích này ngày càng có tính chuyên nghiệp, minh bạch và hiệu quả, nhất là từ khi tín dụng chính sách được tách bạch với tín dụng thương mại và giao cho Ngân hàng Chính sách xã hội đảm nhiệm.

(4). Khối các ngân hàng TMCP ngoài ra còn góp phần tích cực vào việc bảo vệ môi trường sinh thái, đảm bảo phát triển bền vững. Đóng góp này được thể hiện qua công tác thẩm định dự án, quyết định cho vay vốn ngân hàng đối với các dự án và giám sát thực hiện một cách chặt chẽ sau khi cho vay. Các ngân hàng TMCP luôn chú trọng yêu cầu các khách hàng đảm bảo an toàn và hiệu quả trong việc sử dụng vốn vay, tuân thủ các cam kết quốc tế và các qui định về bảo vệ môi trường.

Đứng trên tầm vĩ mô, khi ngân hàng Nhà nước muốn đưa ra một chính sách hỗ trợ sản xuất kinh doanh có lợi cho môi trường, ngân hàng này có thể thông qua hai kênh phân phối là Ngân hàng chính sách xã hội và hệ thống các ngân hàng TMCP. Tuy nhiên, kênh thứ nhất lại khó tiếp cận những đối tượng có nhu cầu vay vốn đúng mục đích, do có quá ít khách hàng tiềm năng. Trong khi đó, kênh thứ hai, chính là hệ thống ngân hàng TMCP lại có thể thực hiện điều này một cách dễ dàng, do hệ thống này có mạng lưới khách hàng áp đảo, rộng khắp và có thể nói là lớn nhất trong ngành ngân hàng hiện nay.

Các ngân hàng TMCP có thể quyết định cho vay đối với những dự án nhằm nâng cao chất lượng môi trường, phù hợp với điều kiện nước ta là nước nông nghiệp, như: trồng rừng đầu nguồn, xây dựng các công trình thủy lợi canh nông,

phát triển lâm ngư nghiệp, hỗ trợ nuôi trồng cây con giống, v.v... Ngược lại, các ngân hàng cũng có thể từ chối hỗ trợ tín dụng cho vay đối với những dự án gây nguy hại đến môi trường sống của con người và môi trường sinh thái của vật nuôi, cây trồng như: các dự án đóng tàu, xây dựng các công trình thủy điện, thăm dò mặt đất, khai khoáng và khai thác mỏ, v.v...

Tóm lại, không thể phủ nhận vai trò và vị trí tối quan trọng của các ngân hàng TMCP trong hệ thống ngân hàng Việt Nam. Các ngân hàng TMCP vừa là trung gian tài chính để giúp ngân hàng Trung ương thực thi có hiệu quả các chính sách vĩ mô, quản lý kinh tế của nhà nước, đồng thời cũng là những chủ thể của nền kinh tế hoạt động trong lĩnh vực tài chính – tiền tệ, đóng góp vào thu nhập quốc dân, làm tăng tổng thu ngân sách và luôn đóng vai trò là ngành mũi nhọn, đi đầu trong công tác xây dựng xã hội chủ nghĩa ở nước ta. [27]

1.2. Lý luận về năng lực cạnh tranh ngành ngân hàng

1.2.1. Khái niệm cạnh tranh và năng lực cạnh tranh

1.2.1.1. Khái niệm về cạnh tranh

Cạnh tranh là một hiện tượng kinh tế - xã hội phức tạp, do cách tiếp cận khác nhau, nên có nhiều quan niệm khác nhau về cạnh tranh. Tuy nhiên, cạnh tranh có thể hiểu như sau: cạnh tranh là quan hệ kinh tế mà ở đó các chủ thể kinh tế ganh đua nhau, tìm mọi biện pháp, cả nghệ thuật lẫn thủ đoạn để đạt mục tiêu kinh tế của mình, thông thường là chiếm lĩnh thị trường, giành lấy khách hàng cũng như các điều kiện sản xuất, thị trường có lợi nhất. Mục đích cuối cùng của các chủ thể kinh tế trong quá trình cạnh tranh là tối đa hoá lợi ích. Đối với người sản xuất kinh doanh là lợi nhuận, đối với người tiêu dùng là lợi ích tiêu dùng và sự tiện lợi. [14]

1.2.1.2. Phân loại các loại hình cạnh tranh

Dựa vào các tiêu thức khác nhau, cạnh tranh được phân ra thành nhiều loại.

i. Xét theo chủ thể tham gia thị trường: Cạnh tranh được chia làm ba loại.

+ Cạnh tranh giữa người mua và người bán: Người bán muốn bán hàng hoá của mình với giá cao nhất, còn người mua muốn mua hàng với giá thấp nhất. Giá cả cuối cùng được hình thành sau quá trình thương lượng/mặc cả giá giữa hai bên.

+ Cạnh tranh giữa những người mua với nhau: Mức độ cạnh tranh phụ thuộc vào quan hệ cung-cầu trên thị trường. Khi cung nhỏ hơn cầu thì cuộc cạnh tranh trở nên gay gắt, giá cả hàng hoá và dịch vụ sẽ tăng lên, người mua phải chấp nhận giá cao để mua được hàng hoá mà họ cần.

+ Cạnh tranh giữa những người bán với nhau: Là cuộc cạnh tranh nhằm giành giật khách hàng và thị trường, kết quả là giá cả giảm xuống và có lợi cho người mua. Trong cuộc cạnh tranh này, doanh nghiệp nào tỏ ra đuối sức, không chịu được sức ép sẽ phải rút lui khỏi thị trường, nhường thị phần của mình cho các đối thủ mạnh hơn.

ii. Xét theo phạm vi ngành kinh tế: Cạnh tranh được phân thành hai loại.

+ Cạnh tranh trong nội bộ ngành: Là cuộc cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong cùng một ngành, cùng sản xuất ra một loại hàng hoá hoặc dịch vụ. Kết quả của cuộc cạnh tranh này là làm cho kỹ thuật-công nghệ phát triển.

+ Cạnh tranh giữa các ngành: Là cuộc cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong các ngành kinh tế với nhau nhằm thu được lợi nhuận cao nhất. Trong quá trình này có sự phân bổ vốn đầu tư một cách tự nhiên giữa các ngành, kết quả là hình thành tỷ suất lợi nhuận bình quân.

iii. Xét theo mục tiêu kinh tế của các chủ thể: Cạnh tranh được phân thành hai loại.

+ Cạnh tranh dọc: Là cạnh tranh giữa các doanh nghiệp có mức chi phí bình quân thấp nhất khác nhau. Cạnh tranh dọc làm cho thay đổi giá bán và doanh nghiệp sẽ có "điểm dừng". Sau một thời gian nhất định sẽ hình thành một giá thị trường thống nhất và doanh nghiệp nào có chi phí bình quân cao sẽ bị phá sản, còn các

doanh nghiệp có chi phí bình quân thấp nhất sẽ thu được lợi nhuận siêu ngạch và phát triển

+ Canh tranh ngang: Là cạnh tranh giữa các doanh nghiệp có mức chi phí bình quân thấp nhất như nhau. Do đặc điểm này nên sẽ không có doanh nghiệp nào bị loại ra khỏi thị trường, song giá cả thấp ở mức tối đa, chỉ có người mua hưởng lợi nhiều nhất còn lợi nhuận doanh nghiệp giảm dần. Sau một thời gian nhất định sẽ xuất hiện khuynh hướng: hoặc liên minh với nhau bán hàng giá cao, giảm lượng bán – tiến tới độc quyền, hoặc tìm cách giảm chi phí bằng cách nâng cao năng lực quản lý, tổ chức và hiện đại hoá công nghệ..., tức là chuyển sang cạnh tranh dọc, như nêu trên.

iv. Xét theo sự khác biệt về sở hữu tư liệu sản xuất của chủ thể kinh tế

Các thành phần kinh tế đều nằm trong tổng thể nền kinh tế quốc dân, có mối liên hệ thống nhất và mâu thuẫn với nhau. Chính từ sự thống nhất và mâu thuẫn này làm nảy sinh cạnh tranh giữa các thành phần kinh tế với nhau.

v. Xét theo tính chất của phương thức cạnh tranh

Trong cạnh tranh, các chủ thể kinh tế sẽ dùng tất cả các biện pháp, cả nghệ thuật lẫn thủ đoạn, để đạt được mục tiêu kinh tế của mình. Có những biện pháp cạnh tranh hợp pháp hay cạnh tranh lành mạnh (healthy competition). Ngược lại, có những thủ đoạn phi pháp, nhằm tiêu diệt đối phương chứ không phải bằng nỗ lực vươn lên của mình, gọi là cạnh tranh bất hợp pháp hay cạnh tranh không lành mạnh (unfair competition).

vi. Xét theo hình thái cạnh tranh: có ba loại cạnh tranh

+ Cạnh tranh hoàn hảo (perfect competition): Là hình thức cạnh tranh giữa nhiều người bán trên thị trường trong đó không có người nào có đủ ưu thế không chế giá cả trên thị trường. Các sản phẩm bán ra đều được người mua xem là đồng nhất, tức là không khác nhau về quy cách, phẩm chất, mẫu mã, người bán và người mua đều có đủ thông tin về các điều kiện của thị trường. Để chiến thắng trong cuộc cạnh tranh, các doanh nghiệp buộc phải tìm cách giảm chi phí, hạ giá thành hoặc

làm khác biệt hoá sản phẩm của mình so với các đối thủ cạnh tranh. Trên thực tế đời sống kinh tế, ít tồn tại hình thái cạnh tranh hoàn hảo này.

+ Cạnh tranh không hoàn hảo (imperfect competition): Là hình thức cạnh tranh giữa những người bán có các sản phẩm không đồng nhất với nhau. Ở đó, các nhà sản xuất bán hàng đủ mạnh để chi phối giá cả các sản phẩm của mình trên thị trường hoặc từng nơi, từng khu vực cụ thể. Mỗi sản phẩm đều mang hình ảnh hay uy tín khác nhau cho nên để giành được ưu thế trong cạnh tranh, người bán phải sử dụng các công cụ hỗ trợ bán như: quảng cáo, khuyến mại, cung cấp dịch vụ, ưu đãi giá cả, đây là loại hình cạnh tranh phổ biến trong giai đoạn hiện nay.

+ Cạnh tranh độc quyền (monopolistic competition): Trên thị trường chỉ có một hoặc một số ít người bán một sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó, giá cả của sản phẩm hoặc dịch vụ đó trên thị trường sẽ do họ quyết định không phụ thuộc vào quan hệ cung-cầu.

vii. Xét theo các công đoạn của quá trình kinh doanh hàng hoá

Xét theo các công đoạn của quá trình kinh doanh hàng hoá, ta có các công đoạn: cạnh tranh trước khi bán hàng, trong khi bán hàng và sau khi bán hàng.

Ngoài các loại hình cạnh tranh đã nêu trên, người ta còn xét theo một số tiêu chí khác nữa: điều kiện không gian, lợi thế tài nguyên, nhân lực, đặc điểm tập quán sản xuất, tiêu dùng, văn hoá, ở từng dân tộc, khu vực, từng quốc gia khác nhau mà phân loại thành cạnh tranh giữa các nước và các khu vực trên thế giới, cạnh tranh trong và ngoài nước, cạnh tranh giữa cộng đồng, các vùng có bản sắc dân tộc và tập quán sản xuất tiêu dùng khác nhau. [14]

1.2.1.3. Khái niệm về năng lực cạnh tranh

Theo các tài liệu trong và ngoài nước có rất nhiều cách quan niệm về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp:

Một là, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng duy trì và mở rộng thị phần, thu lợi nhuận của doanh nghiệp. Đây là cách quan niệm khá phổ biến hiện nay, theo đó năng lực cạnh tranh là khả năng tiêu thụ hàng hoá, dịch vụ so với các

đôi thủ và khả năng "thu lợi" của doanh nghiệp. Cách quan niệm như vậy có thể gặp trong các công trình nghiên cứu của Mehra (1998), Ramasamy (1995), Buckley (1991), Schealbach (1989) hay ở trong nước như của CIEM (2003) 1, Ủy ban Quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2003) 2. Cách quan niệm như vậy tương đồng với cách tiếp cận thương mại truyền thống như nêu trên. Hạn chế trong cách quan niệm này là chưa bao hàm các phương thức, các yếu tố duy trì và nâng cao năng lực cạnh tranh, chưa phản ánh một cách bao quát năng lực kinh doanh của doanh nghiệp.

Hai là, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng chống chịu trước sự tấn công của các doanh nghiệp khác, Chẳng hạn, Hội đồng Chính sách năng lực cạnh tranh của Mỹ đã ra định nghĩa: Năng lực cạnh tranh là năng lực kinh tế về hàng hoá và dịch vụ của một nền sản xuất có thể vượt qua thử thách trên thị trường thế giới... Ủy ban Quốc gia về hợp tác kinh tế có trích dẫn khái niệm năng lực cạnh tranh theo Từ điển Thuật ngữ chính sách thương mại (1997). Theo đó, năng lực cạnh tranh là năng lực của một doanh nghiệp không bị doanh nghiệp khác đánh bại về năng lực kinh tế. Quan niệm về năng lực cạnh tranh như vậy mang tính chất định tính, khó có thể định lượng được.

Ba là, năng lực cạnh tranh đồng nghĩa với năng suất lao động. Theo Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD), năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là sức sản xuất ra thu nhập tương đối cao trên cơ sở sử dụng các yếu tố sản xuất có hiệu quả làm cho các doanh nghiệp phát triển bền vững trong điều kiện cạnh tranh quốc tế. Theo M.Porter (1990), năng suất lao động là thước đo duy nhất về năng lực cạnh tranh. Tuy nhiên, các quan niệm này chưa gắn với việc thực hiện các mục tiêu và nhiệm vụ của doanh nghiệp.

Bốn là, năng lực cạnh tranh đồng nghĩa với duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh. Chẳng hạn, tác giả Vũ Trọng Lâm (2006) cho rằng, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng tạo dựng, duy trì, sử dụng và sáng tạo mới các lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, tác giả Trần Sửu (2005) cũng có ý kiến tương tự "Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng tạo ra lợi thế cạnh tranh, có khả

năng tạo ra năng suất và chất lượng cao hơn đối thủ cạnh tranh, chiếm lĩnh thị phần lớn, tạo ra thu nhập cao và phát triển bền vững".

Tóm lại, từ những quan niệm khác nhau về năng lực cạnh tranh nêu trên, chúng ta có thể hiểu một cách khái quát: năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh trong việc tiêu thụ sản phẩm, mở rộng mạng lưới tiêu thụ, thu hút và sử dụng có hiệu quả các yếu tố sản xuất nhằm đạt lợi ích kinh tế cao và bền vững. Như vậy, năng lực cạnh tranh không phải là chỉ tiêu đơn nhất mà mang tính tổng hợp, bao gồm nhiều chỉ tiêu cấu thành và có thể xác định được cho nhóm doanh nghiệp (ngành) và từng doanh nghiệp. [14]

1.2.1.4. Các cấp độ của năng lực cạnh tranh

Năng lực cạnh tranh có thể được phân chia thành bốn cấp độ cơ bản:

i. Năng lực cạnh tranh cấp độ quốc gia:

Năng lực cạnh tranh cấp độ quốc gia thể hiện ở điều kiện hay tình trạng về nhân tố sản xuất, bao gồm: nguồn nhân lực, tài nguyên thiên nhiên, vốn, kết cấu hạ tầng, tiềm năng khoa học kỹ thuật, v.v... qua đó, nó thể hiện vị thế của một quốc gia trên trường quốc tế.

Năng lực cạnh tranh cấp độ quốc gia chịu tác động chủ yếu từ môi trường kinh doanh của mỗi quốc gia, trong đó hai chỉ tiêu quan trọng nhất là: cơ sở hạ tầng kinh tế kỹ thuật (bao gồm: hạ tầng máy móc - thiết bị, giao thông vận tải, thông tin liên lạc, công nghệ sản xuất và dịch vụ, v.v...) và kiến trúc thượng tầng của nền kinh tế (bao gồm: hệ thống luật pháp, chính sách thu hút đầu tư nước ngoài, các chính sách, đường lối kinh tế - xã hội nói chung...). Một quốc gia có hạ tầng phát triển cao, cộng với một chính sách có độ mở lớn cho thu hút đầu tư nước ngoài, đương nhiên được xếp vào hàng các cường quốc có năng lực cạnh tranh ở trình độ cao hơn so với các nước trong khu vực và trên thế giới. Điều này luôn luôn là niềm mong ước được nêu trong bản báo cáo và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của nhiều quốc gia, đặc biệt là các nước đang phát triển như Việt Nam.

ii. Năng lực cạnh tranh cấp độ ngành:

Năng lực cạnh tranh cấp độ ngành thể hiện ở năng lực duy trì được lợi nhuận và thị phần trên các thị trường trong và ngoài nước. Các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh cấp độ ngành bao gồm: năng suất lao động, năng lực và trình độ công nghệ, chi phí các yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất, giá cả, chất lượng và sự đa dạng của các chủng loại sản phẩm.

Yếu tố hàng đầu có tính nền tảng quyết định đến khả năng sinh lợi của doanh nghiệp chính là mức độ hấp dẫn của ngành. Trong bất cứ ngành nghề nào, cho dù là ở phạm vi trong nước hay quốc tế, ngành sản xuất hay dịch vụ, năng lực cạnh tranh cấp độ ngành cũng chịu ảnh hưởng từ 5 nguồn áp lực: sự xuất hiện của các đối thủ cạnh tranh mới, nguy cơ từ các sản phẩm, dịch vụ thay thế, áp lực từ khách hàng, áp lực từ nhà cung cấp, và áp lực từ các đối thủ cạnh tranh hiện tại.

iii. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp:

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là vị thế tương đối của doanh nghiệp trong ngành nghề. Định vị doanh nghiệp sẽ xác định khả năng thu lợi của doanh nghiệp đó cao hơn hay thấp hơn mức trung bình của toàn ngành. Một doanh nghiệp có khả năng tự định vị tốt sẽ có thể thu lợi nhiều hơn ngay cả khi cấu trúc ngành bất lợi và theo đó, khả năng sinh lợi của ngành cũng khá khiêm tốn. Nền tảng cơ bản để hoạt động của doanh nghiệp đạt mức trên trung bình trong dài hạn là lợi thế cạnh tranh bền vững. Cho dù doanh nghiệp có vô số điểm mạnh và điểm yếu trước các đối thủ khác, tựu trung lại có hai loại lợi thế cạnh tranh mà doanh nghiệp có thể sở hữu: chi phí thấp hoặc khác biệt hoá.

iv. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm hàng hoá và dịch vụ:

Khả năng cạnh tranh của sản phẩm hàng hoá và dịch vụ là sự vượt trội của nó về các chỉ tiêu so với hàng hoá, dịch vụ cùng loại do các đối thủ khác cung cấp trên cùng một thị trường. Một cách rõ ràng hơn thì "Khả năng cạnh tranh của hàng hoá, dịch vụ chính là năng lực nắm giữ và nâng cao thị phần trong một thời gian nhất định bởi những tính năng vượt trội của nó so với hàng hoá, dịch vụ cùng loại trên thị trường". Khả năng cạnh tranh của sản phẩm dịch vụ được phản ánh qua các

tiêu chí: giá cả, chất lượng dịch vụ, các dịch vụ gia tăng phụ trội, tốc độ phục vụ, thái độ phục vụ, phong cách chuyên nghiệp, sự độc đáo hay tính chất truyền thống của dịch vụ, phù hợp thị hiếu tiêu dùng của dân cư, v.v...

Năng lực cạnh tranh ở bốn cấp độ nói trên có mối tương quan mật thiết với nhau, phụ thuộc lẫn nhau. Do đó, khi xem xét, đánh giá và đề ra giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nói chung, của ngân hàng nói riêng cần thiết phải đặt nó trong mối tương quan chung giữa các cấp độ năng lực cạnh tranh nêu trên.

Một mặt, tổng số năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp của một nước tạo thành năng lực cạnh tranh của nền kinh tế quốc gia đó. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bị hạn chế khi năng lực cạnh tranh cấp quốc gia và của sản phẩm doanh nghiệp đó đều thấp. Mặt khác, năng lực cạnh tranh quốc gia thể hiện qua môi trường kinh doanh, cạnh tranh quốc tế và trong nước (đặc biệt trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế). Trong đó, các cam kết về hợp tác kinh tế quốc tế, các chính sách kinh tế vĩ mô và hệ thống luật pháp có ảnh hưởng rất lớn đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, của ngành và của sản phẩm hàng hoá và dịch vụ trong quốc gia đó. [14]

1.2.2. Tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh ngành ngân hàng

1.2.2.1. Quy mô vốn chủ sở hữu

Vốn chủ sở hữu (Equity) là nguồn vốn thuộc sở hữu của chủ ngân hàng và/hoặc các cổ đông ngân hàng (đối với ngân hàng TMCP) và/hoặc các bên liên doanh (đối với ngân hàng góp vốn liên doanh). Nếu xét theo nguồn vốn thì vốn chủ sở hữu được tạo nên từ ba nguồn chính: số tiền góp vốn của các nhà đầu tư/cổ đông, tổng số tiền tạo ra từ kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh (lợi nhuận chưa phân phối) và chênh lệch đánh giá lại tài sản.

Nếu xét theo kết quả hoạt động kinh doanh ngân hàng, vốn chủ sở hữu bao gồm: vốn kinh doanh (vốn góp và lợi nhuận chưa chia), chênh lệch đánh giá lại tài

sản, các quỹ của ngân hàng như: quỹ phát triển, quỹ dự trữ, quỹ khen thưởng phúc lợi... Ngoài ra, vốn chủ sở hữu còn gồm vốn đầu tư xây dựng cơ bản và kinh phí sự nghiệp (kinh phí do ngân sách Nhà nước cấp phát không hoàn lại...). Theo đó, ta có cách tính vốn chủ sở hữu của một ngân hàng TMCP:

*Công thức 1.1:

$$\begin{aligned} \text{Vốn chủ sở hữu (VCSH)} = & \text{Cổ phần thưởng (vốn góp, vốn được cấp)} \\ & + \text{Cổ phần ưu đãi vĩnh viễn} \\ & + \text{Lợi nhuận bổ sung (quỹ tích lũy)} \\ & + \text{Quỹ thặng dư (giá bán cổ phiếu – mệnh giá)} \\ & + \text{Các quỹ dự phòng, quỹ đánh giá lại tài sản} \end{aligned}$$

(nguồn: Sách *Quản trị ngân hàng thương mại*, trang 293, PGS.TS. Phan Thị Thu Hà, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Nhà xuất bản Giao thông vận tải, 2009)

Ngoài ra, vốn chủ sở hữu còn có thể tính theo giá trị sổ sách hoặc giá trị thị trường với công thức đơn giản hơn:

*Công thức 1.2:

$$\text{Vốn chủ sở hữu (VCSH)} = \text{Tổng tài sản} - \text{Các khoản nợ}$$

(nguồn: Sách *Quản trị ngân hàng thương mại*, trang 293-4, PGS.TS. Phan Thị Thu Hà, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Nhà xuất bản Giao thông vận tải, 2009)

Thực chất, cách tính vốn chủ sở hữu này dựa trên quan niệm những giá trị nào không phải hoàn trả theo cam kết điều thuộc sở hữu của chủ ngân hàng.

i. Quy mô vốn chủ sở hữu trong quan hệ với tiền gửi

Nhiều quan điểm cho rằng tỷ lệ VCSH trên tiền gửi càng cao, ngân hàng càng có năng lực cạnh tranh cao, xét ở khía cạnh an toàn vốn. Do quy mô tiền gửi phản ánh trách nhiệm chi trả, nên nếu tiền gửi càng lớn, yêu cầu chi trả càng cao khi ngân hàng bị phá sản. Các cơ quan quản lý ngân hàng ở nhiều nước đã quy định tỷ lệ tối thiểu VCSH/tiền gửi, và coi đó như là một tiêu thức xác định mức độ an toàn trong thanh khoản. Ví dụ, ở nhiều nước quy định tỷ lệ này tối thiểu là: 1/13, 1/20 hoặc 1/80... Ngân hàng Nhà nước Việt Nam quy định tỷ lệ này là 1/20 bắt buộc đối với các ngân hàng thương mại.

ii. Quy mô vốn chủ sở hữu trong quan hệ với tổng tài sản

Tỷ lệ VCSH trên tổng tài sản cũng có thể là một tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của một ngân hàng. Nó thay thế tỷ lệ VCSH trên tiền gửi trong việc xác định mối quan hệ giữa VCSH với tất cả các khoản nợ. Hay nói cách khác, nó phản ánh khả năng bù đắp các tổn thất đối với mọi cam kết hoàn trả của ngân hàng (bao gồm cả cổ tức được chia cho các cổ đông sau khi ngân hàng đã thực hiện mọi khoản nợ với các chủ nợ, thực hiện nghĩa vụ thuế với cơ quan nhà nước, trả lương cán bộ công nhân viên, trích lập các quỹ và trích lập dự phòng). [36]

1.2.2.2. Tăng trưởng thị phần

Đến nay, đây vẫn là chỉ tiêu tổng hợp, quan trọng, phản ánh năng lực cạnh tranh theo kết quả đầu ra của ngân hàng, cho dù đó là cạnh tranh trong nước hay cạnh tranh quốc tế. Tiêu chí này gồm hai tiêu chí thành phần là thị phần và tốc độ tăng thị phần của ngân hàng.

Thị phần là tiêu chí thể hiện vị thế cạnh tranh của ngân hàng. Nếu một ngân hàng có thị phần lớn hơn các ngân hàng khác thì có nghĩa là năng lực cạnh tranh của ngân hàng đó lớn hơn. Tiêu chí này thường được đo bằng tỷ lệ doanh thu hay tổng dư nợ của ngân hàng, trong một giai đoạn nhất định, tương ứng so với tổng doanh thu hay tổng dư nợ toàn ngành ngân hàng như Công thức 1.3. [14]

*Công thức 1.3:

$$tp_i = \frac{D_i}{D} \times 100\%$$

Trong đó:

tp_i : Thị phần của ngân hàng i

D_i : Doanh thu hoặc dư nợ của ngân hàng i

D : Tổng doanh thu hoặc tổng dư nợ của toàn ngành ngân hàng

(nguồn: *Tài liệu Bồi dưỡng về hội nhập kinh tế quốc tế - Nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, trang 48, Trường Đào tạo, bồi dưỡng cán bộ công thương trung ương, Bộ Công thương, 2009)

Công thức này phản ánh rõ vị thế cạnh tranh chiếm lĩnh thị phần dịch vụ tài chính-tín dụng của một ngân hàng tại một thời điểm nhất định. Tuy nhiên, chỉ tiêu này không phải khi nào cũng tính được, đặc biệt là trong trường hợp ngân hàng có thị phần quá bé hoặc các ngân hàng nội địa rất khó tính toán thị phần của mình trên thị trường quốc tế. Hơn nữa, chỉ tiêu này mang tính chất "tĩnh", phản ánh năng lực cạnh tranh tại một thời điểm trong quá khứ.

Do vậy, để thấy được sự biến chuyển của năng lực cạnh tranh theo thời gian, người ta thường xem xét sự biến đổi chỉ số thị phần của ngân hàng qua một số năm, thường là từ 3-5 năm. Trong trường hợp không tính được thị phần và tốc độ tăng trưởng thị phần thì người ta có thể sử dụng chỉ tiêu tốc độ tăng trưởng doanh thu hay dư nợ để thay thế. Chỉ tiêu này phản ánh sự biến đổi thị phần của ngân hàng theo thời gian và được tính theo Công thức 1.4. Chỉ tiêu này có tính "động" và có thể tính toán cho từng ngân hàng tại mọi thời điểm và có thể so sánh mức độ thay đổi thị phần giữa các ngân hàng, tuy nhiên nó không phản ánh được vị thế của từng ngân hàng trong tổng thể toàn ngành ngân hàng. [14]

*Công thức 1.4:

$$r_t = \frac{D_t}{D_{t-1}} \times 100\%$$

Trong đó:

r_t : Tốc độ tăng doanh thu hoặc dư nợ của ngân hàng i

D_t : Doanh thu hoặc dư nợ của ngân hàng trong kỳ hiện tại

D_{t-1} : Doanh thu hoặc dư nợ của ngân hàng trong kỳ trước

(nguồn: *Tài liệu Bồi dưỡng về hội nhập kinh tế quốc tế - Nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, trang 48, Trường Đào tạo, bồi dưỡng cán bộ công thương trung ương, Bộ Công thương, 2009)

1.2.2.3. Hiệu quả hoạt động

Để đánh giá hiệu quả hoạt động của một ngân hàng, thông thường người ta thường xem xét, phân tích nhóm các chỉ tiêu sinh lời:

i. Doanh thu từ hoạt động chính của ngân hàng (doanh thu tín dụng)

*Công thức 1.5:

$$\text{Chênh lệch thu, chi từ lãi} = \text{Doanh thu lãi} - \text{Chi phí trả lãi}$$

(nguồn: Sách **Quản trị ngân hàng thương mại**, trang 319, PGS.TS. Phan Thị Thu Hà, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Nhà xuất bản Giao thông vận tải, 2009)

Chênh lệch thu, chi từ lãi phản ánh quy mô sinh lời từ hoạt động cơ bản của ngân hàng: Huy động vốn để cho vay và đầu tư. Chênh lệch càng lớn, thu nhập ròng của ngân hàng càng cao. Chênh lệch thu - chi khác đang ngày càng đóng vai trò quan trọng đối với ngân hàng khi mà chênh lệch thu – chi từ lãi có xu hướng giảm.

ii. Thu nhập ròng sau thuế

*Công thức 1.6:

$$\text{Thu nhập ròng sau thuế} = \text{Doanh thu từ lãi} - \text{Chi phí trả lãi} + \text{Doanh thu khác} - \text{Chi phí khác} - \text{Thuế thu nhập}$$

(nguồn: Sách **Quản trị ngân hàng thương mại**, trang 319, PGS.TS. Phan Thị Thu Hà, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Nhà xuất bản Giao thông vận tải, 2009)

Thu nhập ròng sau thuế là chỉ tiêu kết quả, phản ánh tập trung nhất mức sinh lời của ngân hàng. Tất nhiên, ngân hàng có thu nhập ròng càng cao thì ngân hàng làm ăn càng có lãi. Điều này cũng đồng nghĩa với việc năng lực cạnh tranh của ngân hàng là cao, ngân hàng có uy tín trên thị trường tài chính.

iii. Các tỷ suất sinh lời

*Công thức 1.7:

$$ROA = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế}}{\text{Tổng tài sản}}$$

(nguồn: Sách **Quản trị ngân hàng thương mại**, trang 320, PGS.TS. Phan Thị Thu Hà, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Nhà xuất bản Giao thông vận tải, 2009)

Trong đó, ROA (Returns on Assets) là tỷ suất sinh lời của tổng tài sản

*Công thức 1.8:

$$EPS = \frac{\text{Lợi nhuận sau thuế} - \text{Lợi nhuận sau thuế cổ phiếu - u đãi d- ợc h- ợng}}{\text{Tổng số cổ phiếu th- ợng phát hành}}$$

(nguồn: Bách khoa toàn thư mở Wikipedia)

Tỷ suất thu nhập trên cổ phần hay gọi tắt là EPS (tiếng Anh: earnings per share), là chỉ số nói lên phần lợi nhuận thu được trên mỗi cổ phần. EPS là một chỉ số tổng hợp xác định khả năng lợi nhuận, qua đó phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng TMCP, giúp các nhà đầu tư cá nhân và pháp nhân, cũng như các nhà phân tích kinh tế dễ dàng hiểu và so sánh giữa các loại cổ phiếu.

iv. Hiệu quả VCSH (ROE: Returns on equity)

Với mục tiêu chủ yếu là tối đa hoá lợi ích chủ sở hữu, ROE (Returns on equity – Tỷ suất sinh lời của VCSH) là chỉ tiêu sinh lời được các chuyên gia phân tích tài chính-ngân hàng và nhà đầu tư quan tâm nhất.

*Công thức 1.9:

$$ROE = \frac{\text{Lợi nhuận ròng sau thuế}}{VCSH} \\ = \frac{(\text{Thu từ lãi} - \text{Chi trả lãi}) + (\text{Thu khác} - \text{Chi khác}) \times (1 - \text{Thuế suất})}{VCSH}$$

(nguồn: Sách *Quản trị ngân hàng thương mại*, trang 320, PGS.TS. Phan Thị Thu Hà, Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Nhà xuất bản Giao thông vận tải, 2009)

Trong đó, VCSH được tính bình quân.

Hiệu quả VCSH phản ánh tư duy của chủ sở hữu về tính sinh lời của VCSH. Khi sử dụng VCSH theo giá trị thị trường, VCSH có thể tăng, hoặc giảm phụ thuộc vào phương pháp định giá thị trường của cổ phiếu ngân hàng. Vì vậy, nhiều ngân hàng sử dụng VCSH tính theo giá trị sổ sách trong trường hợp không đủ điều kiện để đánh giá lại tài sản và nợ để tính hiệu quả. [36]

1.2.2.4. Chất lượng sản phẩm, dịch vụ

Dịch vụ ngân hàng được hiểu là các nghiệp vụ ngân hàng về vốn, tiền tệ, thanh toán,... mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng đáp ứng nhu cầu kinh doanh, sinh lời, sinh hoạt cuộc sống, cất trữ tài sản,... và ngân hàng thu chênh lệch lãi suất, tỷ giá hay thu phí thông qua dịch vụ ấy. Sản phẩm dịch vụ Ngân hàng được chia làm hai loại:

i. Dịch vụ cơ bản

Đây là dịch vụ chính, nếu thay đổi hay loại bỏ dịch vụ cơ bản coi như thay đổi nghề. Đó là ba nghiệp vụ cơ bản của nghề ngân hàng: Nghiệp vụ huy động vốn – Nghiệp vụ sử dụng vốn – Nghiệp vụ thanh toán

ii. Dịch vụ ngoại vi

Đây là dịch vụ mang tính bổ trợ, bổ sung làm tăng thêm giá trị của dịch vụ cơ bản, và có thể tạo ra sự khác biệt giữa các ngân hàng. Dịch vụ ngoại vi bao gồm các dịch vụ tư vấn cho khách, dịch vụ thông tin theo nhu cầu, dịch vụ kết, v.v...

Một đặc điểm nổi bật đối với dịch vụ ngân hàng là khách hàng không phân biệt đâu là dịch vụ cơ bản, đâu là dịch vụ ngoại vi. Họ có phản ứng với tổng thể dịch vụ ngân hàng. Bởi vậy, các ngân hàng thường phải chú ý đến chất lượng của tổng thể dịch vụ trong cung ứng sản phẩm thay vì chỉ chú trọng vào nâng cao chất lượng dịch vụ cơ bản. [36]

Cũng như các sản phẩm và dịch vụ khác cung ứng trên thị trường, để đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng cần có một số chỉ tiêu nhất định. Qua nghiên cứu thực tiễn, có thể nêu lên một số chỉ tiêu vừa có tính chất định tính, vừa có tính chất định lượng:

- Quan trọng nhất là sự thoả mãn, sự hài lòng của khách hàng.
- Sự hoàn hảo của dịch vụ. Nó được hiểu là giảm thiểu các sai sót trong giao dịch với khách hàng và rủi ro trong kinh doanh dịch vụ của ngân hàng.
- Quy mô và tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ của ngân hàng.
- Một số chỉ tiêu khác. Đó là khả năng cạnh tranh về dịch vụ ngày càng được nâng lên, thị phần của từng loại dịch vụ của ngân hàng không ngừng được giữ vững và tăng lên. Thí dụ như: kinh doanh ngoại tệ, thanh toán quốc tế, thanh toán thẻ,.... Để đạt được mục tiêu đó, tất nhiên là còn tùy thuộc vào sự đa dạng dịch vụ, nghiệp vụ Marketing, uy tín và danh tiếng của ngân hàng, quy mô và mạng lưới của ngân hàng. Song đương nhiên là chất lượng dịch vụ sẽ tạo nên danh tiếng, uy tín lâu dài cho ngân hàng, thu hút khách hàng. [28]

1.2.2.5. Tốc độ đổi mới

Kinh doanh trong điều kiện kinh tế thị trường, theo xu hướng toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế với nhiều biến động, đòi hỏi ngân hàng có khả năng thích ứng cao và đổi mới nhanh chóng. Đây là một chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh "động" của ngân hàng. Ngân hàng phải thích ứng với sự thay đổi của thị trường tài chính trong nước và quốc tế (sở thích – nhu cầu tiêu dùng, giá cả dịch vụ cạnh tranh, chất lượng dịch vụ luôn cải thiện và đổi mới thường xuyên theo hướng đa dạng hoá, v.v...). Ngoài ra, ngân hàng cũng phải có chiến lược – sách lược để thích ứng với những thay đổi trong môi trường kinh doanh như chính sách của nhà nước, sự thay đổi của ngân hàng bạn và của đối thủ cạnh tranh, v.v... Điều đó đòi hỏi ngân hàng phải phản ứng linh hoạt và hiệu quả. Chỉ tiêu này được xác định bởi một số chỉ tiêu thành phần như: số lượng cải tiến – sáng tạo bao gồm cả việc đưa ra những sản phẩm – dịch vụ mới, cải tiến công nghệ ngân hàng và quy trình dịch vụ, tái cơ cấu tổ chức ngân hàng, v.v... [41]

1.2.2.6. Khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng

Vì ngành ngân hàng là một ngành dịch vụ đặc biệt và nhạy cảm, nên công tác phục vụ khách hàng về mọi mặt và liên tục làm thỏa mãn khách hàng cần được coi trọng và đánh giá cao nhất. Nếu một ngân hàng không thể thỏa mãn nhu cầu khách hàng tại một thời điểm nào đó hoặc chỉ kém trong một khâu nào đó để thỏa mãn nhu cầu khách hàng thì kết quả cũng đã rất tồi tệ.

Theo bản báo cáo về “Các vấn đề của người tiêu dùng” (Consumer Affairs) của TARP được đệ trình lên Quốc Hội Mỹ thì:

- 90% khách hàng không hài lòng chẳng bao giờ họ than phiền về việc bị đối xử bất lịch sự và khiếm nhã.

- 90% hoặc hơn số khách hàng không thỏa mãn với dịch vụ mà họ đã được cung cấp sẽ không mua hàng nữa hoặc không trở lại giao dịch.

- Mỗi khách hàng không thỏa mãn sẽ kể vụ việc của họ cho ít nhất là 9 người khác biết.

- 13 % trong số các khách hàng không thỏa mãn trước đây sẽ kể vụ việc của họ cho ít nhất là 20 người khác biết.

Một ngân hàng chú trọng việc quản lý chất lượng phục vụ khách hàng thì cần phải theo dõi, và xem như mục tiêu cần đạt và chuẩn so sánh, các vấn đề có liên quan đến khách hàng như sau:

- Thời gian xử lý các sản phẩm và dịch vụ chủ yếu như cho vay, mở tài khoản mới, thẻ ATM, thẻ tín dụng, chi trả séc;

- Thời gian chờ đợi như thời gian máy chạy chậm hoặc bị sự cố phải sửa chữa và thời gian xếp hàng;

- Thư hoặc lời khiếu nại của khách hàng;

- Năng lực và tính cách thân thiện của nhân viên;

- Sự chính xác và kịp thời của bảng thông báo tài khoản và hồ sơ giao dịch;

- Lãi suất phù hợp, bao gồm cho tất cả mọi dịch vụ và các khoản phí không thông báo khác;

- Sự sốt sắng trong việc đáp ứng các yêu cầu của khách hàng như trong việc trả lời qua điện thoại, chuông đổ mấy lần mới nhắc máy, chuyển tiếp cuộc gọi mấy lần thì người gọi mới gặp được người cần gặp;

- Tài khoản và khách hàng bị mất đi.

Các chỉ số này cần được kiểm tra, đánh giá một cách đều đặn và kỹ lưỡng giống như kiểm toán viên nội bộ kiểm toán việc lưu chuyển tiền mặt, các giao dịch và bảng cân đối tài khoản. [38]

Phân tích thêm về đo lường chỉ số hài lòng của khách hàng (CSI: Customer Satisfaction Index) có trong ***Phụ lục 1.2*** (**Mô hình lý thuyết về chỉ số hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực ngân hàng**).

1.2.2.7. Khả năng thu hút các yếu tố đầu vào

Khả năng thu hút các yếu tố đầu vào (vốn, công nghệ, nhân lực...) không chỉ nhằm đảm bảo điều kiện cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng diễn ra bình thường, mà còn thể hiện năng lực cạnh tranh thu hút đầu vào của ngân hàng đó. Đây là một tiền đề nhằm đảm bảo nâng cao năng lực cạnh tranh trong dài hạn.

- Về mặt nhân lực, ngày nay, các ngân hàng nói riêng và các định chế tài chính nói chung cạnh tranh nhau rất gay gắt trong việc thu hút nhân tài về làm việc trong tổ chức của mình.

- Về mặt công nghệ, các ngân hàng TMCP đang cạnh tranh nhau rất quyết liệt trong việc triển khai áp dụng Hệ thống ngân hàng lõi (Core Banking). Đây là một phần mềm quản trị ngân hàng, cho phép các ngân hàng quản lý tốt hệ thống trên nhiều mặt như: tiêu chuẩn chất lượng ISO 9001:2000, quy trình xử lý tác nghiệp các lệnh giao dịch trực tuyến, quản lý thanh khoản, quản lý rủi ro thanh toán và rủi ro lãi suất, v.v...

- Về mặt huy động vốn, các ngân hàng TMCP đang đi theo hướng cạnh tranh để thu hút vốn từ nhiều nguồn khác nhau như: tiết kiệm dân cư, tiền gửi các tổ chức – doanh nghiệp, cổ phiếu, trái phiếu, vốn trên thị trường liên ngân hàng và thị trường tài chính quốc tế, v.v...

1.2.2.8. Khả năng liên kết và hợp tác

Cạnh tranh trong điều kiện hiện nay là cạnh tranh lành mạnh, không dẫn đến tiêu diệt lẫn nhau mà đặt trong sự liên kết và hợp tác để cạnh tranh cao hơn. Do vậy, khả năng liên kết, hợp tác được coi là tiền đề cho hoạt động kinh doanh hiệu quả, đồng thời đây cũng là một tiêu chí định tính của năng lực cạnh tranh của ngân hàng. Trong điều kiện của Việt Nam, các ngân hàng TMCP chủ yếu có quy mô vừa và nhỏ thì việc liên kết, hợp tác có ý nghĩa chiến lược để tồn tại, phát triển kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng. Tiêu chí này thể hiện qua số lượng và chất lượng các mối quan hệ với các đối tác, các liên doanh, hệ thống mạng lưới

ngân hàng theo lãnh thổ. Các mối liên kết và hợp tác của ngân hàng chủ yếu diễn ra ở hai góc độ: liên kết – hợp tác trong nước và với các đối tác nước ngoài. [14]

1.2.2.9. Chỉ tiêu tổng hợp về năng lực cạnh tranh

Để có thể so sánh năng lực cạnh tranh giữa các ngân hàng, người ta thường tính chỉ tiêu tổng hợp năng lực cạnh tranh của ngân hàng, dựa trên 8 tiêu chí bộ phận nêu trên: Tăng trưởng thị phần, Quy mô vốn chủ sở hữu, Hiệu quả hoạt động, Chất lượng sản phẩm - dịch vụ, Tốc độ đổi mới, Khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng, Khả năng thu hút các yếu tố đầu vào, Khả năng liên kết và hợp tác. Trong đó, ba chỉ tiêu đầu là định lượng theo nghĩa có thể đo lường được bằng các con số tuyệt đối, năm chỉ tiêu sau là định tính. Tuy nhiên, người ta có thể lượng hoá và chuẩn hoá các chỉ tiêu, kể cả định lượng và định tính, bằng cách cho điểm và đặt trọng số cho từng chỉ tiêu đó. Theo đó, chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp được tính theo Công thức 1.10 [14]:

*Công thức 1.10:

$$C_x = \sum_{i=1}^n (k_i \times M_i)$$

Trong đó:

C_x : Chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp của ngân hàng X;

M_i : Điểm đánh giá của chỉ tiêu thành phần thứ i;

k_i : Trọng số của chỉ tiêu thứ i

(nguồn: *Tài liệu Bồi dưỡng về hội nhập kinh tế quốc tế - Nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, trang 52, Trường Đào tạo, bồi dưỡng cán bộ công thương trung ương, Bộ Công thương, 2009)

Bảng 1.1 trong phần **Phụ lục 1.3** là một ví dụ cụ thể về cách tính chỉ tiêu tổng hợp năng lực cạnh tranh của Ngân hàng thương mại cổ phần quân đội (MB: Military Bank) so với Ngân hàng TMCP các doanh nghiệp ngoài quốc doanh Việt Nam (VP Bank).

1.2.3. Nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh

1.2.3.1. Lợi thế so sánh và đối thủ cạnh tranh

Nhóm nhân tố đầu tiên ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực cạnh tranh của một ngân hàng là lợi thế so sánh và đối thủ cạnh tranh. Nhóm các yếu tố lợi thế so sánh đầu vào của ngân hàng chủ yếu được xếp vào một trong ba nhóm sau: lợi thế về vốn, lợi thế về công nghệ và lợi thế về con người. [14]

i. Vốn

Nếu nói về vốn thì rõ ràng các ngân hàng thương mại quốc doanh (sở hữu nhà nước) có lợi thế hơn hẳn các ngân hàng TMCP ngoài quốc doanh (sở hữu tư nhân hay tập thể) trong khối ngân hàng thương mại. Những ngân hàng quốc doanh được nhà nước cấp phát vốn hoạt động vào đầu mỗi chu kỳ kinh doanh (thường là một năm). Với lợi thế so sánh tuyệt đối, nguồn vốn ngân sách thường là những khoản tiền vay có giá trị lớn, thời gian ưu đãi vay dài, rõ ràng, chỉ các ngân hàng thương mại quốc doanh mới có khả năng đầu tư hay tái đầu tư vào những hạng mục đòi hỏi vốn huy động rất lớn hoặc những dự án chính sách xã hội.

Tuy nhiên, lợi thế này đang dần dần mất đi vì một số lý do cơ bản:

- Một là, xu thế toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế thế giới đã khiến vốn có tính "động" hơn. Nó không chỉ có khả năng dịch chuyển trong phạm vi một quốc gia, giữa các ngành dọc với nhau và trong nội bộ ngành..., mà còn di chuyển nhanh hơn giữa các nước trên thế giới theo mô hình các tập đoàn ngân hàng, định chế tài chính – tín dụng.

- Hai là, tiến trình cổ phần hoá các ngân hàng thương mại quốc doanh đang diễn ra theo một lộ trình nhất định đã biến những ngân hàng này thành một loạt các ngân hàng TMCP lớn và có hiệu quả hoạt động kinh doanh cao hơn.

- Ba là, cùng với lộ trình dỡ bỏ những rào cản kỹ thuật và hạn chế thương mại, trong cam kết hội nhập của Chính phủ Việt Nam khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới – WTO, thị trường tài chính – ngân hàng Việt Nam đang ngày một sôi

động hơn khi có sự tham gia của rất nhiều các ngân hàng liên doanh và ngân hàng 100% vốn nước ngoài.

Một mặt, tất cả những lý do trên cũng tạo ra áp lực gia tăng vốn chủ sở hữu đối với các ngân hàng TMCP ngoài quốc doanh để có thể nâng cao năng lực cạnh tranh trong thời đại toàn cầu hoá kinh tế.

ii. Công nghệ

Xét về khía cạnh công nghệ thì một điều khá rõ là các ngân hàng liên doanh hay đặc biệt là các ngân hàng 100% vốn nước ngoài được thành lập dưới hình thức ngân hàng thương mại ở Việt Nam có lợi thế cao hơn hẳn. Các loại hình ngân hàng này có hạ tầng công nghệ phát triển ở trình độ cao hơn các ngân hàng TMCP trong nước khác bởi lẽ chúng được thừa hưởng một nền công nghệ tiên tiến và hiện đại của phía ngân hàng đối tác, hoặc của ngân hàng mẹ ở nước ngoài. Đây thực sự vừa là cơ hội, vừa là thách thức đối với các ngân hàng TMCP nội địa, trong việc thúc đẩy phát triển nền tảng công nghệ ngân hàng nước nhà, để nâng cao năng lực cạnh tranh trong thời hội nhập.

iii. Con người

Nếu như ngân hàng TMCP nội địa có được lợi thế về nguồn nhân lực trong nước dồi dào và rẻ (Dân số Việt Nam tính đến năm 2009 vào khoảng 85 triệu người, dân số trẻ, tỷ lệ người trong độ tuổi lao động cao, thị trường lao động với nguồn cung lớn và tình hình biến động cao; trong khi tổng thu nhập quốc dân bình quân đầu người (GNP/người) thấp dưới 1000 USD/năm), thì đối thủ cạnh tranh của họ - ngân hàng thương mại liên doanh hoặc ngân hàng 100% vốn nước ngoài lại có lợi thế về nguồn nhân lực giàu kinh nghiệm quản lý, cũng như được đào tạo một cách bài bản và chuyên nghiệp hơn trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng.

Ngày nay, hầu hết các ngân hàng TMCP đều theo đuổi chiến lược phát triển nhân tài như một trong các mục tiêu mũi nhọn để duy trì và phát triển. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là các ngân hàng phải xây dựng chiến lược thu hút người tài về làm việc như thế nào để tránh tình trạng "chảy máu chất xám" ngay tại thị trường nhân lực trong nước. Một chính sách thu hút nhân tài tốt, tối thiểu phải thoả mãn được

hai mục tiêu cơ bản: cân đối ngân sách đầu tư cho nhân tài trong tổng thể nguồn vốn ngân hàng; phát triển nguồn nhân lực mạnh cả về chất và lượng. [41]

1.2.3.2. Môi trường kinh doanh

Môi trường kinh doanh của ngân hàng xét về tổng thể bao gồm rất nhiều các yếu tố như: Các yếu tố nội lực của ngân hàng; Các đơn vị hỗ trợ cho hoạt động ngân hàng; Đối thủ cạnh tranh; Khách hàng của ngân hàng; v.v... Tuy nhiên, trong mục này, tác giả chỉ muốn đề cập chủ yếu đến môi trường vĩ mô điều chỉnh hoạt động kinh doanh của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam.

i. Chính sách bao cấp của chính phủ

Trước đây, vốn thấp thường hạn chế các ngân hàng TMCP Việt Nam tiếp cận với các khách hàng có nhu cầu vay lớn (những khách hàng có nhu cầu vay lớn thường tìm đến các ngân hàng thương mại quốc doanh). Như thế, năng lực cạnh tranh về mặt tài chính của ngân hàng quốc doanh luôn được đánh giá cao hơn do cơ chế cũ.

Giảm và xoá bao cấp của nhà nước đối với ngân hàng đã tạo sân chơi bình đẳng cho mọi loại hình ngân hàng, buộc các ngân hàng phải thực sự kinh doanh trên cơ sở phục vụ khách hàng, "lời ăn lỗ chịu", tự chịu trách nhiệm trước kết quả hoạt động kinh doanh của mình. Do đó, đường lối chính sách của Đảng và nhà nước đã có những ảnh hưởng nhất định đến các ngân hàng thương mại Việt Nam, thúc đẩy ngân hàng không ngừng đổi mới, gia tăng năng lực cạnh tranh, để có thể trụ vững trên thị trường tài chính.

ii. Chính sách điều hành tỷ giá và lãi suất của ngân hàng trung ương

Chính sách tài chính - tiền tệ của ngân hàng nhà nước đặc biệt là chính sách lãi suất, chính sách tỷ giá, chính sách tín dụng đều có liên quan và ảnh hưởng mạnh đến hoạt động ngân hàng. Khi ngân hàng Nhà nước hạ lãi suất có thể dẫn đến các ngân hàng thương mại không thu hút được vốn tiền mặt và có thể mất khả năng thanh toán. Như vậy, một chính sách tài chính – tiền tệ khi đưa ra sẽ có ảnh hưởng

rất lớn đối với năng lực cạnh tranh của ngân hàng, theo hướng làm suy giảm năng lực cạnh tranh hoặc thúc đẩy tính cạnh tranh cho thị trường tài chính.

iii. Những quy định của ngân hàng nhà nước về vốn chủ sở hữu tối thiểu, tỷ lệ dự trữ bắt buộc

Vốn chủ sở hữu và tỷ lệ dự trữ bắt buộc có chức năng quan trọng là chống đỡ rủi ro cho những người gửi tiền. Do vậy, mức tối thiểu của vốn chủ sở hữu cũng như tỷ lệ dự trữ bắt buộc luôn được các cơ quan chức năng kiểm soát ngân hàng quan tâm. Rất nhiều các chỉ tiêu hoạt động của ngân hàng bị ràng buộc với vốn chủ sở hữu và tỷ lệ dự trữ, như mức huy động tối đa, mức cho vay tối đa cho một khách hàng...

Khi kinh tế thị trường phát triển, những quy định mới về tăng vốn điều lệ (vốn pháp định) của ngân hàng trung ương đang thực sự tạo động lực, thúc đẩy khối ngân hàng TMCP, kể cả quốc doanh và ngoài quốc doanh, gia tăng vốn chủ sở hữu không ngừng, trong tình hình mới, để mở rộng quy mô hoạt động và phát triển các dịch vụ tài chính - ngân hàng hiện đại. [36, 41]

1.2.3.3. Nhu cầu của thị trường

Nhu cầu của thị trường tài chính – tiền tệ rõ ràng là một nhân tố quan trọng thúc đẩy năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại. Sự cạnh tranh trong lĩnh vực dịch vụ tài chính đang ngày càng trở nên quyết liệt, khi ngân hàng và các đối thủ cạnh tranh mở rộng danh mục sản phẩm - dịch vụ cung cấp, nhằm thoả mãn nhu cầu đa dạng của khách hàng. Sự gia tăng áp lực cạnh tranh của thị trường đòi hỏi ngân hàng không ngừng đa dạng hoá các sản phẩm - dịch vụ như phát triển thêm các dịch vụ ngân hàng bán buôn, cung cấp tài chính cho các tổ chức tài chính, các công ty mẹ trong các tập đoàn kinh tế, hay phát triển thêm các dịch vụ ngân hàng bán lẻ, cung cấp dịch vụ ngân hàng 24 giờ, đa tiện ích cho hàng triệu khách hàng, v.v... [21]

1.2.3.4. Chiến lược phát triển

Chiến lược phát triển của một ngân hàng thường gắn liền với hai nhóm mục tiêu cơ bản:

- Mục tiêu bên trong là các mục tiêu về vốn, con người, công nghệ, quy mô các chi nhánh cấp 1 và phòng giao dịch, v.v...

- Mục tiêu bên ngoài là các mục tiêu về thị phần, dư nợ, lợi tức, cổ tức, mục tiêu về vị trí thống lĩnh trên phân đoạn thị trường nhất định, mục tiêu về số lượng đối thủ cạnh tranh, mục tiêu về phát triển thị trường và thoả mãn nhu cầu khách hàng mới, v.v...

Chiến lược phát triển là nhân tố quyết định, ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của một ngân hàng theo nghĩa: nếu ngân hàng lập kế hoạch tốt và thực hiện đúng mục tiêu đề ra thì ngân hàng đó không những tồn tại mà ngày càng phát triển thịnh vượng, đi lên. Ngược lại, nếu ngân hàng lập kế hoạch không tốt, không thực hiện hoặc thực hiện sai những mục tiêu đã đặt ra, thì ngân hàng đó bị suy giảm năng lực cạnh tranh nghiêm trọng và có thể dẫn đến hậu quả là bị phá sản, "loại bỏ khỏi cuộc chơi". Để quản trị tốt chiến lược phát triển, ngân hàng phải có một quy trình đầy đủ bao gồm bốn bước: lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, giám sát hoạt động và đánh giá kết quả đạt được. [14, 36]

1.2.3.5. Văn hoá doanh nghiệp và triết lý kinh doanh

i. Văn hoá doanh nghiệp

Văn hoá doanh nghiệp tác động đến năng lực cạnh tranh của ngân hàng theo nghĩa: tạo sự gắn bó đoàn kết giữa các tầng lớp lãnh đạo, cán bộ và nhân viên ngân hàng, để cùng nhau chung sức, phấn đấu vì một ngân hàng vững mạnh. Văn hoá doanh nghiệp làm gia tăng nội lực cho ngân hàng theo hướng tạo sức mạnh đoàn kết cho tập thể, từ đó giúp cải thiện đáng kể năng lực cạnh tranh về nhân lực, một trong ba yếu tố quan trọng trong chiến lược phát triển của hầu hết các ngân hàng TMCP hiện nay (vốn, công nghệ và con người). Khi xây dựng văn hoá doanh nghiệp, ngân

hàng thường chú trọng về: sứ mệnh, tầm nhìn, khẩu hiệu, lô-gô, giá trị cốt lõi, người hùng, v.v... [14]

ii. Triết lý kinh doanh

Triết lý kinh doanh tác động đến năng lực cạnh tranh của ngân hàng theo nghĩa: đặt ra mục tiêu chất lượng dịch vụ, khẳng định cam kết phục vụ khách hàng một cách tốt nhất, để đưa ngân hàng tiến lên thành một định chế tài chính vững mạnh. [14]

Tham khảo **Phụ lục 1.4**: Ví dụ cụ thể về việc xây dựng văn hoá doanh nghiệp và triết lý kinh doanh ở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội (MB) – trích số liệu Báo cáo thường niên MB năm 2008.

1.3. Khái quát về khủng hoảng kinh tế

1.3.1. Khái niệm về khủng hoảng kinh tế

Trong học thuyết Kinh tế chính trị của Mác-Lênin: "*Khủng hoảng kinh tế* là sự suy giảm các hoạt động kinh tế kéo dài và trầm trọng hơn cả suy thoái trong chu kỳ kinh tế. Từ ngữ này để chỉ khoảng thời gian biến chuyển rất nhanh sang giai đoạn suy thoái kinh tế. Khủng hoảng kinh tế đề cập đến quá trình tái sản xuất đang bị suy sụp tạm thời. Thời gian khủng hoảng làm những xung đột giữa các giai tầng trong xã hội thêm căng thẳng, đồng thời nó tái khởi động một quá trình tích tụ tư bản mới."

Ngày nay, *khủng hoảng tài chính* xảy ra khi nhu cầu tiền vượt quá so với nguồn cung. Nhu cầu về tiền mặt của người dân hay các nhà đầu tư nước ngoài đã gây sức ép cho hệ thống ngân hàng và thị trường tài chính, khiến cho hệ thống ngân hàng và thị trường chứng khoán có thể sụp đổ. [36]

1.3.2. Cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu 2008-2009

1.3.2.1. Những diễn biến chính của cuộc khủng hoảng

Thứ hai, ngày 15 tháng 9 năm 2008, sau khi những nỗ lực huy động vốn bị thất bại do Chính phủ Mỹ từ chối bảo lãnh, Lehman Brothers, ngân hàng đầu tư hàng đầu trên thế giới với 158 năm lịch sử và trên 26.000 nhân viên, tuyên bố phá sản. Sự kiện này chính thức châm ngòi cho một cuộc khủng hoảng tài chính và đại suy thoái kinh tế có quy mô lớn nhất toàn cầu trong vòng 60 năm trở lại đây.

Cùng thời điểm Lehman Brothers sụp đổ, Merrill Lynch được mua lại bởi Bank of America sau khi đổi mặt với những khoản lỗ khổng lồ. 24 giờ sau, đại gia bảo hiểm AIG cũng phải nhờ vào khoản vay khẩn cấp 85 tỷ USD từ Bộ Tài chính Mỹ để tồn tại. AIG lâm vào cảnh khốn đốn do tham gia bảo hiểm cho các khoản vay thế chấp.

i. Hoảng loạn tài chính

Lehman Brothers chỉ là một trong hàng loạt các công ty hàng đầu nước Mỹ sụp đổ khi khủng hoảng bong bóng bất động sản Mỹ bùng nổ từ mùa hè năm 2007. Countrywide Financial, công ty tài chính từng nắm giữ 20% thị trường cho vay bất động sản Mỹ, chỉ trong vài tháng đã bị đẩy đến sát bờ vực phá sản và buộc phải bán lại cho Bank of America vào tháng 1 năm 2008. Hai tháng sau đó, sự sụt giá không kiểm soát nổi của các khoản đầu tư tài chính – bất động sản đã gần như khiến Bear Stearns, một trong năm ngân hàng đầu tư lớn nhất của Mỹ, tê liệt và buộc phải chấm dứt hoạt động sau 85 năm tồn tại.

Cuộc khủng hoảng bất động sản nhanh chóng làm suy yếu hệ thống tài chính - ngân hàng Mỹ và lan rộng ra toàn thế giới. Sự sụt giá trên thị trường bất động sản và các khoản đầu tư tài chính – bất động sản nhanh chóng làm hao hụt nguồn vốn và hạ thấp chỉ số tín dụng của các tập đoàn tài chính – ngân hàng.

Chỉ tính đến tháng 7 năm 2008, các tập đoàn này đã báo mất trên 435 tỉ đô la. Hơn thế nữa, không còn một ai dám chắc về giá trị đích thực của các khoản đầu tư tài chính – bất động sản được ước tính là hàng ngàn tỉ đô la vẫn nằm trên sổ sách của các tập đoàn tài chính – ngân hàng.

Ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tín dụng nhanh chóng vượt khỏi biên giới nước Mỹ. Các ngân hàng đầu tư tại Australia cũng nhanh chóng ghi nhận lỗ. Họ ngừng bán ra trái phiếu trong khi hồi hộp chờ đợi diễn biến thị trường.

Nghiêm trọng hơn, nỗi lo sợ về khả năng vỡ nợ hàng loạt đã khiến các ngân hàng và công ty tài chính xiết chặt hầu bao, đẩy lãi suất ngân hàng và lãi suất liên ngân hàng tăng vọt từng giờ. Các nguồn cung về tài chính bỗng trở nên cạn kiệt, dẫn đến nguy cơ sụp đổ hoàn toàn của hệ thống tài chính – ngân hàng.

ii. Tín dụng đóng băng

Chính lòng tham đã đẩy các tổ chức tài chính của Mỹ như Morgan Stanley, Lehman Brothers vào cuộc khủng hoảng đang diễn ra. Hầu hết các chuyên gia đều cho rằng nguyên nhân của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu bắt nguồn từ hoạt động cho vay thế chấp dưới chuẩn tại Mỹ. Tuy nhiên, lại có ý kiến khác cho rằng thủ phạm chính cho hàng loạt cuộc sụp đổ các đại công ty tài chính và ngân hàng đầu tư trong vòng có hai tuần là giới đầu cơ với công cụ mua bán khống. Một khi giới này tin chắc cổ phiếu của những tập đoàn dính líu đến cho vay dưới chuẩn sẽ sụt giảm, họ ồ ạt vay những cổ phiếu này rồi ồ ạt bán ra, tạo nên một áp lực giảm giá lớn không gì cứu vãn nổi. Sau khi giá giảm đến một mức nào đó, họ sẽ mua và trả lại nơi cho vay cộng thêm một ít phí, còn bao nhiêu tiền chênh lệch họ sẽ hưởng trọn.

Các ngân hàng của nước này đã cho phép những khách hàng có độ rủi ro tín dụng cao như vậy được phép vay tiền. Những khoản vay này, cùng với trái phiếu và tài sản thế chấp khác trở thành các Chứng chỉ nợ (CDO) - một loại hàng hóa được ưa chuộng trên thị trường tài chính toàn cầu. Tuy nhiên, việc nhà đất trượt dốc trong khi lãi suất ngân hàng tăng khiến nhiều khách hàng mất khả năng trả nợ. CDO cũng vì thế mà kém sức hút đối với nhà đầu tư.

Như một hiệu ứng "đô-mi-nô", các ngân hàng do không thể vay được tiền từ người dân, đành miễn cưỡng quay sang vay nợ lẫn nhau, trong khi không biết đối tác đang sở hữu bao nhiêu nợ xấu.

Cục Dự trữ liên bang Mỹ và Ngân hàng trung ương châu Âu nhanh chóng nhảy vào cuộc bằng cách nới lỏng chính sách cho vay đối với các ngân hàng. Tỷ lệ lãi suất cũng được cắt giảm trong nỗ lực cứu vãn thị trường tín dụng.

Tín dụng rơi tự do sau khi ngân hàng BNP Paribas thông báo rằng 2 trong số những quỹ lớn nhất của họ "hoàn toàn mất thanh khoản" đối với những tài sản liên quan đến chứng khoán. Ngân hàng trung ương châu Âu buộc phải bơm khoảng 170 tỷ Euro vào thị trường ngân hàng, trong khi FED cố gắng cắt giảm tỷ lệ lãi suất. Tuy nhiên, Ngân hàng trung ương Anh vẫn từ chối can thiệp vào thị trường tín dụng.

iii. Tổng cầu suy sụp

Trong nỗ lực tìm kiếm một giải pháp lâu dài, ngày 3/9/2008, Chính phủ Mỹ đồng ý thông qua gói cứu trợ trị giá 700 tỷ USD giúp mua lại nợ xấu của Phố Wall. Kế hoạch này thực chất là việc Chính phủ nước này vay tiền từ thị trường tài chính thế giới. Họ hy vọng có thể trả được những khoản vay này một khi thị trường nhà đất ổn định trở lại.

Nước Anh cũng thực hiện một kế hoạch tương tự bằng việc bơm khoảng 400 tỷ Bảng (660 tỷ USD) cho 8 ngân hàng hàng đầu nước này. Đổi lại, Chính phủ sẽ nắm một lượng cổ phần nhất định của các ngân hàng này.

Tuy nhiên, những biện pháp ngắn hạn như tung ra các gói cứu trợ kinh tế nêu trên, không thể giúp các ngân hàng giải bài toán thanh khoản. Nguồn tiền cho vay không có sẵn, khiến các công ty, cá nhân và ngay chính các ngân hàng lâm vào tình trạng khốn đốn. Người ta nhìn thấy những dấu hiệu của suy thoái như thất nghiệp, vỡ nợ hay giá tiêu dùng tăng vọt.

Tiếp theo thị trường tài chính, chứng khoán bắt đầu phản ứng trước những tin tức không mấy tốt lành. Niềm tin của các nhà đầu tư lung lay, cổ phiếu ngành ngân hàng trượt giá do nợ xấu, trong khi các hãng bán lẻ cũng ở tình trạng tương tự

do sức mua sụt giảm. Nhiều chuyên gia nhận định, cuộc khủng hoảng tài chính đã bước sang giai đoạn suy thoái kinh tế toàn cầu như một kết quả tất yếu.

Các nền kinh tế lớn trên thế giới nhanh chóng chịu ảnh hưởng dây chuyền của cuộc khủng hoảng tài chính tít dụng. Nhiều chính sách đối phó được đưa ra. Chính phủ Pháp hay Iceland tiến hành quốc hữu hóa một số ngân hàng, trong khi tại Canada, ngân hàng trung ương cố gắng cắt giảm lãi suất xuống khoảng 0,5%.

Tháng 12/2008, Cục dự trữ liên bang Mỹ cắt giảm tỷ lệ lãi suất xuống còn từ 0 đến 0.25% trong nỗ lực tránh suy giảm sâu cho nền kinh tế. Đây là mức lãi suất thấp nhất mà FED từng công bố trong lịch sử của mình. Cơ quan này cũng bắt đầu kế hoạch bơm tiền vào nền kinh tế, giúp việc vay tiền của cá nhân và doanh nghiệp thuận lợi hơn.

Ngày 14/2/2009, gói kích thích kinh tế 787 tỷ USD được Mỹ thông qua. Tân Tổng thống Obama có được thành công đầu tiên khi thuyết phục quốc hội thực hiện kế hoạch mà theo ông, sẽ giúp kinh tế Mỹ phục hồi. Phần lớn khoản tiền này được sử dụng nhằm tạo việc làm mới cũng như dành cho chi tiêu công, đầu tư vào hệ thống giao thông, trường học và năng lượng xanh.

Một trong những vấn đề được đặt ra trong quá trình hậu khủng hoảng là nhiệm vụ tái cơ cấu của các nền kinh tế. Tại Mỹ, tỷ lệ dự trữ tiết kiệm tính đến tháng 9/2009, đã đạt mức 5% so với xấp xỉ 0% một năm về trước. Do đặc điểm nền kinh tế Mỹ trước khủng hoảng là người dân chi tiêu nhiều hơn tiết kiệm – đầu tư, thậm chí sẵn sàng vay nợ để tiêu dùng, đã làm cho nền kinh tế Mỹ suy kiệt nghiêm trọng. Do vậy, Chính phủ và người dân Mỹ đang nỗ lực giảm sức tiêu thụ của nền kinh tế, giúp làm vơi bớt gánh nặng nợ nước ngoài đang ở mức kỷ lục của quốc gia này.

Ngược lại, tăng nhu cầu tiêu thụ nội địa đang trở thành mục tiêu của kinh tế Đức hay Trung Quốc. Giảm bớt tình trạng xuất siêu, không chỉ giúp các nước này tái cân bằng cơ cấu kinh tế, mà còn giúp các quốc gia phát triển khác, thoát khỏi tình trạng đình trệ sản xuất, do tổng cầu nội địa giảm tới mức thấp kỷ lục. [32, 44]

1.3.2.2. Những ảnh hưởng chủ yếu của khủng hoảng đối với nền kinh tế thế giới

i. Thâm hụt ngân sách nghiêm trọng

Những khoản chi tốn kém trong thời kỳ khủng hoảng đã khiến nước Anh phải chịu mức thâm hụt ngân sách nặng nề nhất trong lịch sử, khoảng 175 tỷ Bảng. Tổng số nợ của chính phủ nước này có thể lên tới gần 1.000 tỷ Bảng vào năm 2014. Các quan chức cao cấp cho rằng, nước Anh cần 10 năm để trở về với tình trạng ngân sách trước khủng hoảng.

Hơn một năm sau khi cuộc khủng hoảng chính thức bắt đầu, trong nỗ lực duy trì đà vượt dốc, các chính phủ cũng bắt đầu phải quan tâm đến thiệt hại tất yếu, thâm hụt ngân sách trầm trọng, mà họ phải gánh chịu khi tung ra những gói tài chính kích xù nhằm giải cứu nền kinh tế.

ii. Sự giảm vốn đầu tư nước ngoài

Khoản tiền đầu tư trực tiếp FDI (foreign direct investment) và đầu tư gián tiếp FPI (foreign port-folio investment) thường là dầu bôi trơn vận hành bộ máy tài chính tinh vi và phức tạp của Mỹ. Nay với sự tàn phá nặng nề của cơn bão tài chính, chắc chắn trong tương lai gần, giới đầu tư châu Á và các châu lục khác sẽ phải tính toán lại chiến lược. Ngân hàng trung ương các nước châu Á vẫn còn mua trái phiếu chính phủ Mỹ nhưng với mức ngày càng thấp dần. Đây là điểm gây lo lắng cho nhiều nhà phân tích vì, một khi xu hướng này diễn ra, khủng hoảng tài chính ở Mỹ sẽ kéo dài, khó tìm lối thoát dài hạn.

Báo cáo Đầu tư thế giới năm 2009 của Hội nghị liên hợp quốc về thương mại và phát triển (UNCTAD) với tiêu đề “Các tập đoàn siêu quốc gia, Sản xuất nông nghiệp và Phát triển” ngày 17/9 chỉ ra rằng: các dòng FDI đổ vào khu vực châu Á đã giảm 1/3 trong quý I năm 2009 so với cùng kỳ.

iii. Giảm mạnh thị trường xuất khẩu

Về thị trường xuất khẩu của các nước châu Á, do Mỹ còn chiếm vị trí khá cao nên xuất khẩu và sản xuất của những nước này sẽ bị đình trệ, tuy rằng những

nền kinh tế lớn ở Á châu như Nhật và Trung Quốc trong những năm gần đây đã giảm đáng kể độ tùy thuộc vào thị trường Mỹ. Chẳng hạn vào năm 2002 thị trường Mỹ chiếm tới 27% xuất khẩu của Nhật nhưng đến năm 2007 chỉ còn độ 20%. Hiện nay Trung Quốc là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Nhật, không phải Mỹ. Đối với Trung Quốc từ năm 2007 thị trường xuất khẩu lớn nhất cũng đã chuyển từ Mỹ sang EU. Dĩ nhiên tuy đã giảm, vị trí của Mỹ vẫn còn cao và thị trường ở nước thứ ba (như Âu châu) bị ảnh hưởng của khủng hoảng ở Mỹ thì xuất khẩu từ Á châu cũng gián tiếp bị ảnh hưởng.

Trong tình hình đó, cầu nội địa sẽ đóng vai trò quan trọng hơn. Cầu nội địa có lẽ không tăng đủ để bù vào chỗ giảm sút trong xuất khẩu, do vậy, tăng trưởng kinh tế tại châu Á sẽ giảm tốc. Tuy nhiên, không thể có chuyện suy sụp như ở Mỹ.

iv. Tăng nhanh tỷ lệ thất nghiệp

Theo báo cáo của Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) được công bố ngày 16/9, tính từ cuối 2007 - tức là từ khi khủng hoảng mở màn, đã có thêm 15 triệu người bị mất việc trong số 30 thành viên của Tổ chức. Đáng quan ngại hơn hết là trong những tháng tới, sẽ có thêm 10 triệu người bị gạt ra ngoài thị trường lao động. Như vậy là trong khối 30 nước thành viên OECD tỷ lệ thất nghiệp hiện đã ở mức cao nhất từ năm 1945 đến nay (8,3%) sẽ còn tiếp tục tăng thêm và có khả năng đạt tới ngưỡng tâm lý 10% vào năm 2010.

Đơn giản là vì tại một số quốc gia như Hoa Kỳ, Tây Ban Nha hay Ai Len, nơi tỷ lệ thất nghiệp đột ngột tăng vọt trong 12 tháng qua, ngân sách của các hộ gia đình bị mất việc giảm tới 40% và theo Tổ chức này, thất nghiệp là trở ngại để quay lại với con đường tăng trưởng.

Nạn nhân đầu tiên là giới trẻ, những người lao động nhập cư và những ai làm việc với hợp đồng ngắn hạn. 37% người thất nghiệp thuộc thành phần nghèo khó.

[22, 25, 32]

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM

2.1. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP trước khủng hoảng

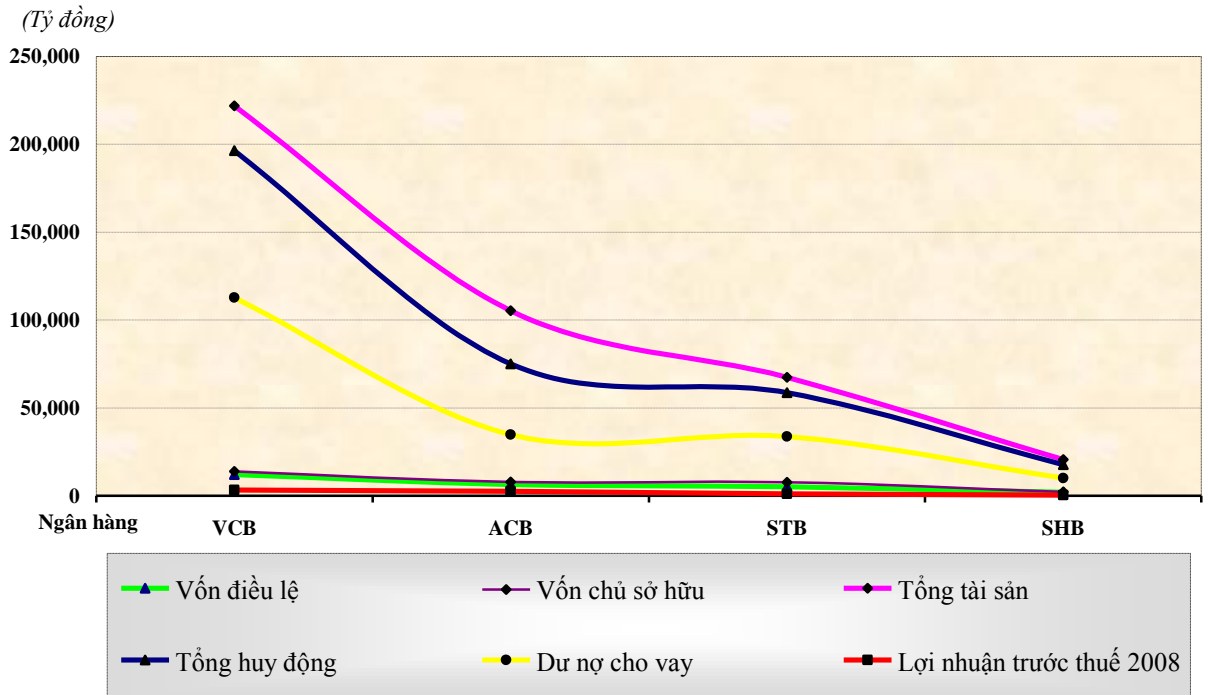
2.1.1. Chỉ tiêu quy mô vốn chủ sở hữu và tổng tài sản

Bảng dưới đây đưa ra so sánh khái quát về quy mô và kết quả hoạt động, cũng như tầm ảnh hưởng của những ngân hàng thương mại đã có cổ phiếu niêm yết, tới thị trường tài chính – ngân hàng tính đến cuối năm 2008.

Bảng 2.1: Chỉ tiêu kết quả hoạt động một số ngân hàng TMCP

Chỉ tiêu kết quả hoạt động	VCB	ACB	STB	SHB
Vốn điều lệ (tỷ đồng)	12.101	6.322	5.116	2.000
Vốn chủ sở hữu (tỷ đồng)	13.790	7.766	7.638	2.267
Tổng tài sản (tỷ đồng)	221.950	105.306	67.469	20.503
Tổng huy động (tỷ đồng)	196.507	75.113	58.635	17.749
Dư nợ cho vay (tỷ đồng)	112.793	34.833	33.708	10.050
Lợi nhuận trước thuế 2008 (tỷ đồng)	3.325	2.561	1.110	336

(*Nguồn website: <http://cafef.vn/vcb-STB-ACB-SHB--22476/co-phieu-ngan-hang-nhung-tru-cot-cua-thi-truong.chn>)



(*Nguồn: Số liệu từ **Bảng 2.1**)

Hình 2.1: Đồ thị so sánh năng lực cạnh tranh của một số ngân hàng TMCP về quy mô tổng tài sản, nguồn vốn, dư nợ và lợi nhuận (năm 2008)

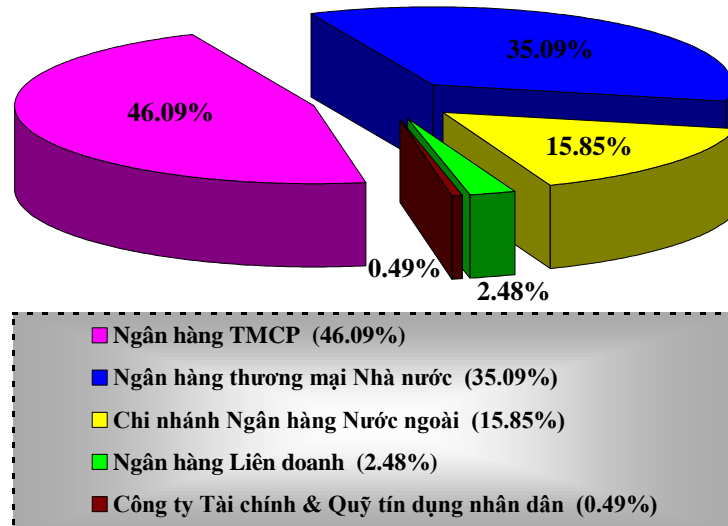
Xét trên một số tiêu chí hoạt động như tổng tài sản, vốn chủ sở hữu, huy động, dư nợ... thì Vietcombank (VCB) có quy mô lớn hơn rất nhiều so với ACB và Sacombank (STB). Trong khi đó, đây lại là hai ngân hàng lớn nhất trong số các ngân hàng TMCP tư nhân. Tính đến 31/12/2008, tổng tài sản của VCB đạt 222 nghìn tỷ đồng, gấp đôi ACB (105 nghìn tỷ) và gấp 3 lần STB (67 nghìn tỷ). Với tổng tài sản chỉ đạt hơn 20 nghìn tỷ, SHB thuộc nhóm có quy mô vốn nhỏ trong số các ngân hàng TMCP. [20]

2.1.2. Chỉ tiêu tăng trưởng thị phần (huy động và dư nợ tín dụng)

Nếu như những năm 2003-2006, các ngân hàng thương mại cổ phần còn yếu thế, thị phần hoạt động chỉ bằng một nửa so với các ngân hàng thương mại nhà nước, thì tính đến thời điểm tháng 12/2007 những ngân hàng này đã vượt lên trên. Trong khi các ngân hàng thương mại cổ phần có tốc độ tăng trưởng thị phần bền vững từ 60% - 120% mỗi năm, thì các ngân hàng thương mại nhà nước dường như

đang bị hụt hơi, tăng trưởng ì ạch với tốc độ bình quân chỉ khoảng dưới 20% mỗi năm.

Ước tính đến hết tháng 12/2007, tổng số vốn huy động của các ngân hàng thương mại cổ phần đạt 204.411 tỷ đồng, chiếm 46,09% tổng thị phần huy động vốn của các ngân hàng; trong khi đó vốn của các ngân hàng thương mại Nhà nước, 4 năm trở về trước, còn chiếm trên 50% thị phần, thì đến cuối năm 2007 chỉ còn chiếm 35,09%. Các chi nhánh ngân hàng nước ngoài trước năm 2007 thường chỉ chiếm 12-13%, thì đến hết năm 2007 đã chiếm 15,85%. Các ngân hàng liên doanh chỉ chiếm 2,48%; còn lại là các công ty tài chính và quỹ tín dụng nhân dân.

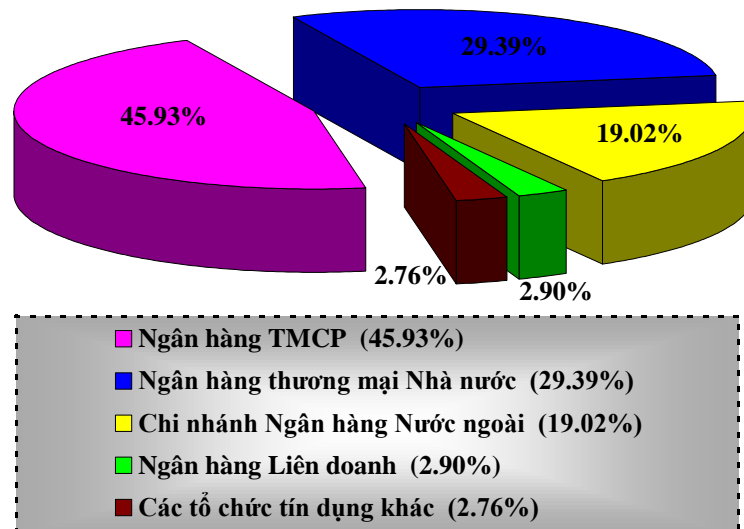


(*Nguồn website VnEconomy: <http://www.vneconomy.vn/63569P6C602/thi-phan-ngan-hang-co-phan-vuot-quoc-doanh.htm>)

Hình 2.2: Thị phần huy động vốn của hệ thống ngân hàng Việt Nam (Tính đến 12/2007, tổng huy động toàn hệ thống đạt 443.504 tỷ đồng)

Thị phần huy động vốn trong năm 2007 của các ngân hàng thương mại cổ phần tăng lên có nguyên nhân chủ yếu là do lãi suất và chính sách khuyến mãi hấp dẫn hơn, mạng lưới được mở rộng, hoạt động quảng bá thương hiệu được triển khai hiệu quả. Đặc biệt là uy tín, lòng tin của người dân, của khách hàng đối với khối ngân hàng này tăng lên đáng kể so với trước.

Cũng ước tính đến hết tháng 12/2007, dư nợ cho vay của các ngân hàng thương mại cổ phần đạt 159.354 tỷ đồng, chiếm 45,93% tổng thị phần cho vay. Trong khi đó, thị phần của các ngân hàng thương mại nhà nước chỉ chiếm 29,39%. Thị phần của các chi nhánh ngân hàng nước ngoài cũng tăng mạnh, từ tỷ lệ 12% - 14% các năm trước, đến 2007 đã tăng lên 19,02%. Các ngân hàng liên doanh chiếm tỷ trọng 2,90%, tỷ trọng thị phần còn lại thuộc về các tổ chức tín dụng khác. Một số ngân hàng thương mại cổ phần mới chuyển từ nông thôn lên thành ngân hàng thương mại cổ phần đô thị, như An Bình, có tốc độ tăng trưởng tín dụng tới 400 - 800% so với năm trước.



(*Nguồn website VnEconomy: <http://www.vneconomy.vn/63569P6C602/thi-phan-ngan-hang-co-phan-vuot-quoc-doanh.htm>)

Hình 2.3: Thị phần dư nợ cho vay của hệ thống ngân hàng Việt Nam (Tính đến 12/2007, tổng dư nợ cho vay toàn hệ thống đạt 346.950 tỷ đồng)

Thị phần tín dụng của các ngân hàng thương mại cổ phần tăng mạnh trong năm 2007 là do cùng với lợi thế đã phân tích ở trên, thì sự năng động tìm kiếm khách hàng, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, linh hoạt trong cho vay, đa dạng hoạt động tín dụng tiêu dùng, đổi mới quản trị điều hành tín dụng,... cũng là những nguyên nhân quan trọng. Trong khi đó, các ngân hàng thương mại Nhà nước thì kém linh hoạt, bị khống chế tăng trưởng dư nợ, một số chi nhánh có nợ xấu cao

phải tập trung cho nâng cao chất lượng tín dụng, cơ chế tiền lương và thu nhập không có tính chất khuyến khích cho vay... đang làm cho khối ngân hàng này dường như "bị hụt hơi" trong cạnh tranh trên thị trường tín dụng. [29]

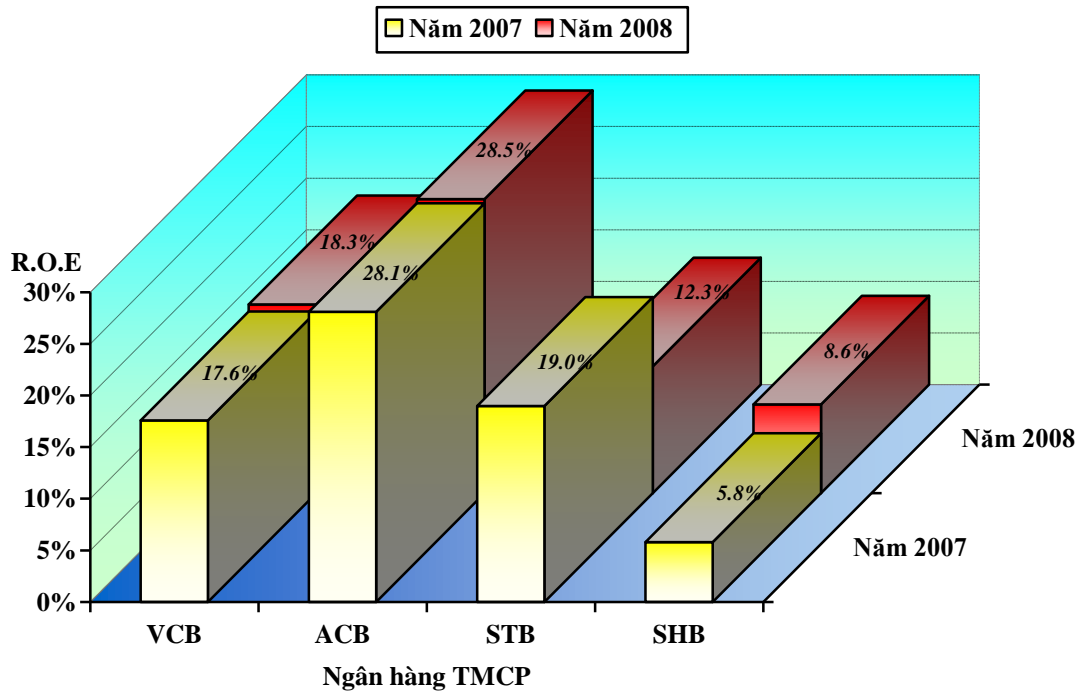
2.1.3. Chỉ tiêu hiệu quả hoạt động

Bảng dưới đây đưa ra chỉ tiêu khái quát hiệu quả hoạt động của những ngân hàng TMCP đã có cổ phiếu niêm yết, trong 2 năm 2007 và 2008.

Bảng 2.2: Chỉ tiêu hiệu quả hoạt động một số ngân hàng TMCP

Chỉ tiêu	Ngân hàng	2007	2008
ROE (tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu)	VCB	17,6%	18,3%
	ACB	28,1%	28,5%
	STB	19,0%	12,3%
	SHB	5,8%	8,6%
EPS (tỷ suất lợi nhuận trên mỗi cổ phần)	VCB	-	975
	ACB	6.692	3.478
	STB	2.732	1.869
	SHB	2.457	974

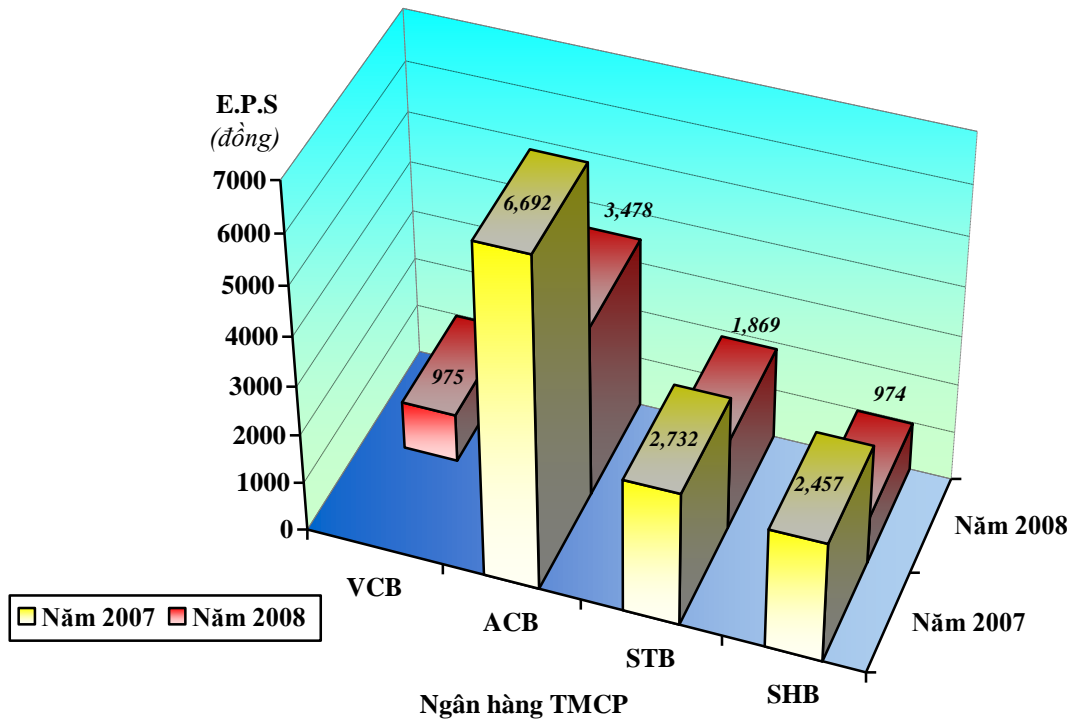
(*Nguồn website: <http://cafef.vn/vcb-STB-ACB-SHB--22476/co-phieu-ngan-hang-nhung-tru-cot-cua-thi-truong.chn>)



(*Nguồn: Số liệu từ **Bảng 2.2**)

Hình 2.4: Đồ thị so sánh chỉ tiêu R.O.E của một số ngân hàng TMCP qua các năm 2007 và 2008

Trong giai đoạn từ 2005-2008, ACB luôn thể hiện năng lực cạnh tranh cao trong khối ngân hàng TMCP với việc duy trì được tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu (ROE) ở trên mức 28%. Đây là một tỷ lệ cao so với các ngân hàng khác. Năm 2008, ROE của ACB đạt 28,5%, cao hơn nhiều so với VCB (18,3%) và STB (12,3%).



(*Nguồn: Số liệu từ Bảng 2.2)

Hình 2.5: Đồ thị so sánh chỉ tiêu E.P.S của một số ngân hàng TMCP qua các năm 2007 và 2008

Về chỉ tiêu lợi nhuận trên mỗi cổ phiếu (EPS), ACB cũng dẫn đầu. Năm 2008, EPS của ACB và STB đạt lần lượt 3.478 đồng và 1.869 đồng. Đối với VCB, trong 7 tháng hoạt động dưới hình thức ngân hàng TMCP (từ 1/6/2008 đến 31/12/2008), EPS đạt 975 đồng.

Không những có quy mô vốn nhỏ mà các chỉ tiêu sinh lời của SHB cũng khá thấp, với ROE năm 2008 chỉ đạt 8,6% và EPS đạt 974 đồng. EPS năm 2007 đạt trên 2.400 đồng là do vốn điều lệ bình quân thấp. Rõ ràng, năng lực cạnh tranh của ngân hàng này thấp hơn nhiều so với ngân hàng ACB "đàn anh". [20]

2.1.4. Chỉ tiêu chất lượng sản phẩm, dịch vụ

Chỉ tiêu chất lượng dịch vụ của các ngân hàng TMCP được đánh giá chủ yếu qua ba tiêu chí: sự thoả mãn của khách hàng, sự hoàn hảo của dịch vụ và quy mô tỷ trọng nguồn thu từ dịch vụ của ngân hàng. [38]

i. Sự thoả mãn của khách hàng

Sự thoả mãn của khách hàng đối với dịch vụ giao dịch ngân hàng được hiểu là sự hài lòng trong khoảng thời gian khách hàng có phát sinh giao dịch trực tiếp với ngân hàng, kể cả sự có mặt hoặc không có mặt của nhân viên giao dịch. Trong 2 năm 2006-2007, các ngân hàng TMCP đã tích cực nâng cao nền tảng công nghệ áp dụng trong việc cung ứng dịch vụ ngân hàng. Những công nghệ giao dịch tiên tiến này đã được các nước tiên tiến sử dụng từ lâu, đến nay được các ngân hàng TMCP đưa vào phát triển ở Việt Nam, như: thanh toán điện tử, Internet Banking, thanh toán thẻ, chuyển tiền điện tử, v.v... Kết quả của việc ứng dụng nền tảng công nghệ hiện đại vào hoạt động ngân hàng đã giúp đẩy nhanh đáng kể tốc độ dịch vụ ngân hàng, tiết kiệm chi phí nhân công, chi phí cho dịch vụ, mở rộng giao diện với khách hàng và quản lý tốt hơn dữ liệu về khách hàng, đáp ứng yêu cầu của khách hàng tốt hơn về chất lượng và tốc độ phục vụ.

Về dịch vụ thẻ, sự kiện đáng chú ý nhất trong năm 2007 là Ngân hàng TMCP Các doanh nghiệp ngoài quốc doanh - VP Bank đã tung ra thị trường hai sản phẩm thẻ là VPBank Platinum và EMV MasterCard với hai hình thức: thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng. Với sản phẩm thẻ này, VPBank là ngân hàng thương mại đầu tiên tại Việt Nam phát hành thẻ chip theo chuẩn EMV quốc tế. Đây là ngân hàng thương mại đầu tiên tung ra thị trường Việt Nam sản phẩm thẻ Platinum, hạng cao cấp nhất trên thế giới.

Tuy nhiên, tính đến hết năm 2007, vị trí dẫn đầu về dịch vụ thẻ trong khối ngân hàng thương mại cổ phần vẫn thuộc về Ngân hàng TMCP Đông Á. Ngân hàng này đã có số lượng máy ATM được đưa vào sử dụng lên tới 1.000 máy với 2 triệu thẻ ATM được phát hành cho đông đảo các khách hàng khác nhau trong cả nước.

[4]

Bảng 2.3: Chỉ tiêu dẫn đầu về dịch vụ của các ngân hàng TMCP năm 2007

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>Ngân hàng đứng đầu hoặc đi đầu trong việc ứng dụng</i>			
	VPBank	DongABank	Techcombank	MBBank
<i>Thẻ chip chuẩn EMV quốc tế</i>	✓			
<i>Thẻ Platinum, hạng cao cấp nhất trên thẻ giới</i>	✓			
<i>Số lượng khách hàng sử dụng thẻ ATM đông nhất</i>		✓		
<i>Dịch vụ Internet Banking</i>			✓	
<i>Active Plus, thẻ ghi nợ đầu tiên tại Việt Nam</i>				✓
<i>Chủ thẻ ATM được hưởng dịch vụ bảo hiểm cá nhân</i>				✓

(*Nguồn trích từ website: http://tintuc.xalo.vn/04445830054/lan_song_canh_tranh_dich_vu_ngan_hang.html)

Về dịch vụ thanh toán nội địa, trong thời gian qua, Ngân hàng TMCP Kỹ thương - Techcombank đã trở thành ngân hàng thương mại đầu tiên của Việt Nam chính thức đưa vào sử dụng dịch vụ Internet Banking đối với khách hàng. Với sản phẩm F@st i - Bank, khách hàng truy cập qua Internet và thực hiện các dịch vụ trên tài khoản của mình như: chuyển khoản, thanh toán tiền cho các tài khoản trong hệ thống Techcombank, tài khoản tại ngân hàng khác, cập nhật giao dịch tài khoản... thông qua một máy tính nối mạng Internet ở bất cứ đâu. Internet Banking thực sự đã làm thoả mãn nhiều khách hàng khó tính, đặc biệt là đối tượng khách hàng cá nhân, bởi nó đã biến giao dịch ngân hàng tại quầy trở thành giao dịch ngân hàng tại nhà một cách đơn giản hoá và rút ngắn thời gian đi lại cho cá nhân và doanh nghiệp.

Về các sản phẩm - dịch vụ truyền thống, đến cuối năm 2007, Ngân hàng Quân đội - MB đã tiến hành đa dạng hoá các loại hình cung ứng dịch vụ ngân hàng, để đáp ứng tốt nhu cầu của các cá nhân và tổ chức như: nhận tiền gửi, tài trợ thương mại, bảo lãnh, v.v... Ngoài ra, MB còn cung cấp nhiều loại hình cho vay, bao gồm: cho vay sản xuất, kinh doanh, đầu tư phát triển, chiết khấu chứng từ, vốn lưu động, tài trợ xuất nhập khẩu, v.v... Với định hướng phát triển mảng thị trường bán lẻ, MB đã cung cấp các dịch vụ cho vay cá nhân, vay tiêu dùng, mua nhà, mua ô tô, cho vay du học, cho vay cầm cố giấy tờ có giá... [21, 41]

ii. Sự hoàn hảo của dịch vụ

Sự hoàn hảo của dịch vụ được hiểu là giảm thiểu các sai sót trong giao dịch với khách hàng và rủi ro trong kinh doanh dịch vụ của ngân hàng. Chất lượng dịch vụ của ngân hàng ngày càng hoàn hảo, giảm các sai sót trong giao dịch của ngân hàng với khách hàng, giảm thiểu những lời phàn nàn và khiếu kiện, khiếu nại của khách hàng đối với ngân hàng. Sự hoàn hảo trong chất lượng dịch vụ ngân hàng phải được đánh giá dựa trên sự thoả mãn, hài lòng tối đa của khách hàng. [38]

Trong năm 2006-2007, thị trường chưa chứng kiến một ngân hàng nào đứng ra công bố hay cam kết cung cấp tới người tiêu dùng dịch vụ tài chính – ngân hàng hoàn hảo. Điều này cũng phù hợp với tình hình chung của các ngân hàng TMCP nước ta, còn non trẻ, đang trong giai đoạn phát triển. Các ngân hàng phát triển chạy theo xu hướng tăng nhanh về quy mô và số lượng (tăng vốn chủ sở hữu, mở mới chi nhánh, phòng giao dịch, tuyển dụng thêm nhân viên), chứ chưa đầu tư nhiều cho chất lượng (công tác thị trường, thăm dò ý kiến khách hàng, dịch vụ ngân hàng trọn gói, trung tâm giải đáp thắc mắc khiếu nại khách hàng - contact center 24/7, v.v...).

iii. Quy mô và tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ của ngân hàng

Đây là kết quả tổng hợp của sự đa dạng dịch vụ, sự phát triển dịch vụ và đương nhiên là cả chất lượng dịch vụ của ngân hàng tăng lên. Song, chất lượng dịch vụ có tính nổi trội hơn cả. Bởi vì nếu như chất lượng dịch vụ không đảm bảo, không được nâng cao, thì sự đa dạng các dịch vụ và phát triển các dịch vụ sẽ không có ý nghĩa vì không được khách hàng chấp nhận. [38]

Đối với ngân hàng TMCP vừa và nhỏ, nguồn thu từ tín dụng chiếm tới 90% trong những năm qua. Cho vay vẫn là mảng hoạt động chính tại các ngân hàng này với mức bình quân chiếm hơn 50% tổng tài sản.

Tỷ trọng thu nhập dịch vụ trong tổng thu nhập năm 2007, Ngân hàng TMCP Đông Á - EAB là 22% từ dịch vụ, tăng trưởng 100% so với 2006. Tiếp theo là Ngân hàng TMCP Kỹ thương - Techcombank 15% (tăng 54%), Ngân hàng TMCP Nhà Hà Nội - Habubank là 12% (tăng 157%), Ngân hàng Ngoại thương - VCB 10% (tăng 11%), Ngân hàng TMCP Quân đội – MB và Ngân hàng TMCP Á châu - ACB

cùng 9% (tăng trưởng 83 – 87%), Ngân hàng Đầu tư phát triển Việt Nam - BIDV và Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín - Sacombank cùng 8%. Những ngân hàng mới mở rộng hoạt động trong năm 2007 như Ngân hàng TMCP Đông Nam Á - SeaBank, Ngân hàng TMCP An Bình, Ngân hàng Phát triển nhà đồng bằng sông Cửu Long- MHB tỷ trọng dịch vụ chỉ chiếm 1 – 2% trong tổng thu nhập.

Thực trạng này cho thấy tỷ trọng thu nhập dịch vụ trong tổng thu nhập của các ngân hàng còn quá thấp. Trong khi trên thế giới, ở các ngân hàng thương mại, tỷ trọng thu nhập các hoạt động ngoài tín dụng thường phải từ 25% trở lên, và ở những ngân hàng lớn, tỷ trọng này chiếm vị trí áp đảo. [10]

2.1.5. Chỉ tiêu tốc độ đổi mới và khả năng thay đổi để đáp ứng nhu cầu thị trường

Chỉ tiêu này ở các ngân hàng TMCP là chưa nổi bật trong giai đoạn trước khủng hoảng tài chính. Trong các năm từ 2005 đến 2007, thị trường tài chính – ngân hàng đã chứng kiến sự thay đổi của hệ thống ngân hàng TMCP, có nhưng chưa thực sự mạnh mẽ, trên một số mặt cơ bản như: hiện đại hoá công nghệ ngân hàng, đơn giản hoá quy trình giao dịch, đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, v.v...

Về công nghệ, một số ngân hàng TMCP đã tiên phong áp dụng công nghệ cao trong giao dịch ngân hàng hiện đại. Một số điển hình như: Ngân hàng TMCP Đông Á đã trang bị hệ thống máy rút tiền tự động ATM công nghệ cao, cho phép người dùng vừa rút tiền, vừa gửi tiền tự động qua máy mà không phải đến quầy giao dịch tại ngân hàng; Ngân hàng TMCP Kỹ thương ứng dụng thành công dịch vụ ngân hàng di động (Mobile Banking) và ngân hàng điện tử (Internet Banking) cho phép người dùng có thể truy vấn số dư tài khoản trên điện thoại di động, chuyển khoản trong và ngoài hệ thống ở bất cứ đâu chỉ bằng một máy tính nối mạng internet duy nhất; Ngân hàng TMCP Quân đội, Ngân hàng TMCP Đông Nam Á và một số ngân hàng nữa, đã từng bước chuyển đổi thành công hệ thống sang ứng dụng công nghệ ngân hàng lõi T24-Globus của hãng Temenos (Thụy Sĩ) trong hai năm

2006 và 2007 – đây là công nghệ ngân hàng lõi (core banking) hiện đại nhất bây giờ.

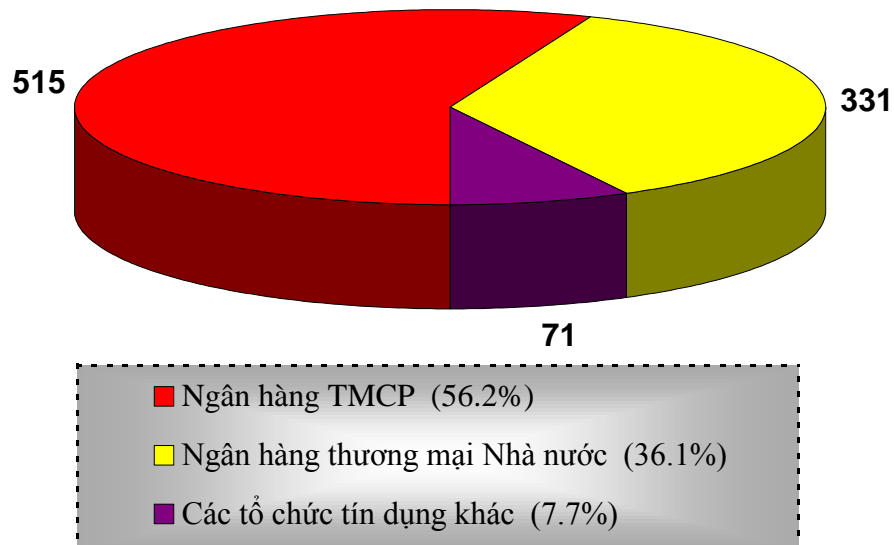
Về quy trình – thủ tục, một số ngân hàng TMCP đã đổi mới theo hướng đơn giản hoá tối đa các bước giao dịch với khách hàng. Nhiều ngân hàng đã ứng dụng giao dịch "một cửa", thí điểm ở một hoặc một số chi nhánh, phòng giao dịch cụ thể, như ở Ngân hàng TMCP Quân đội, Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín, v.v... Ngân hàng TMCP Á châu đã đưa dịch vụ đăng ký và làm thủ tục vay vốn qua mạng Internet, dịch vụ làm thủ tục cho vay vốn trong vòng 24 giờ, khách hàng không phải đến ngân hàng.

Về đa dạng hoá các dịch vụ thanh toán, cuối năm 2007, trên thị trường liên ngân hàng, Ngân hàng TMCP Kỹ thương (Techcombank) là một trong những ngân hàng có tốc độ đổi mới cao và năng động nhất. Techcombank đã cung ứng các sản phẩm ngoại hối, giao dịch vốn, chiết khấu chứng từ có giá, các công cụ phái sinh và quản trị rủi ro cho rất nhiều khách hàng trong nước trên cơ sở hợp tác với các tổ chức quốc tế và sản giao dịch lớn trên thế giới.

Về đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng, Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á châu (ACB), ngân hàng có quy mô lớn nhất trong khối ngân hàng cổ phần, liên tục thực hiện chiến lược đổi mới. Trong năm 2007, ACB đưa sản giao dịch vàng vào hoạt động, thành lập Công ty cho thuê tài chính ACBL... [4, 41]

2.1.6. Chỉ tiêu về mở rộng mạng lưới và đa dạng hoá lĩnh vực hoạt động

Đến hết tháng 12/2007, các ngân hàng có tổng số 917 chi nhánh, phòng giao dịch và điểm giao dịch, thì riêng các ngân hàng thương mại cổ phần có 515 chi nhánh và phòng giao dịch, chiếm tới 56,2%. Các ngân hàng thương mại Nhà nước chỉ có 331 chi nhánh và phòng giao dịch. Trong năm 2007, một số ngân hàng thương mại nhà nước không mở thêm được chi nhánh nào, còn phòng giao dịch thì cũng rất hiếm được thành lập.



(*Nguồn website VnEconomy: <http://www.vneconomy.vn/63569P6C602/thi-phan-ngan-hang-co-phan-vuot-quoc-doanh.htm>)

Hình 2.6: Tỷ lệ các chi nhánh và phòng giao dịch của các ngân hàng (Đến hết 12/2007, các ngân hàng có tổng số 917 chi nhánh, phòng giao dịch)

Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín (Sacombank) có mạng lưới rộng nhất trong khối ngân hàng thương mại cổ phần, với gần 180 chi nhánh và phòng giao dịch trong cả nước. Ngân hàng Nhà nước cũng đã chấp thuận cho Sacombank mở văn phòng đại diện tại Trung Quốc và đang xúc tiến mở văn phòng đại diện tại Campuchia.

Thêm vào đó, Sacombank còn tiến hành mở rộng và đa dạng hoá mô hình hoạt động theo hướng thành lập các công ty chuyên kinh doanh trong một số lĩnh vực dịch vụ. Hiện tại Sacombank đang có hai công ty: Công ty Leasing và Công ty Chứng khoán Sacombank hoạt động rất hiệu quả. Mới đây, Sacombank đã thành lập Công ty Vàng bạc đá quý, đi vào hoạt động cuối năm 2007. Sacombank còn cùng với các đơn vị: Công ty địa ốc Sacombank, Công ty Toàn Thịnh Phát, Công ty Thành Thành Công... thành lập Công ty Cổ phần Đầu tư Sài Gòn Thương Tín, với số vốn điều lệ 300 tỷ đồng. [29, 41]

2.1.7. Chỉ tiêu về khả năng thu hút các yếu tố đầu vào

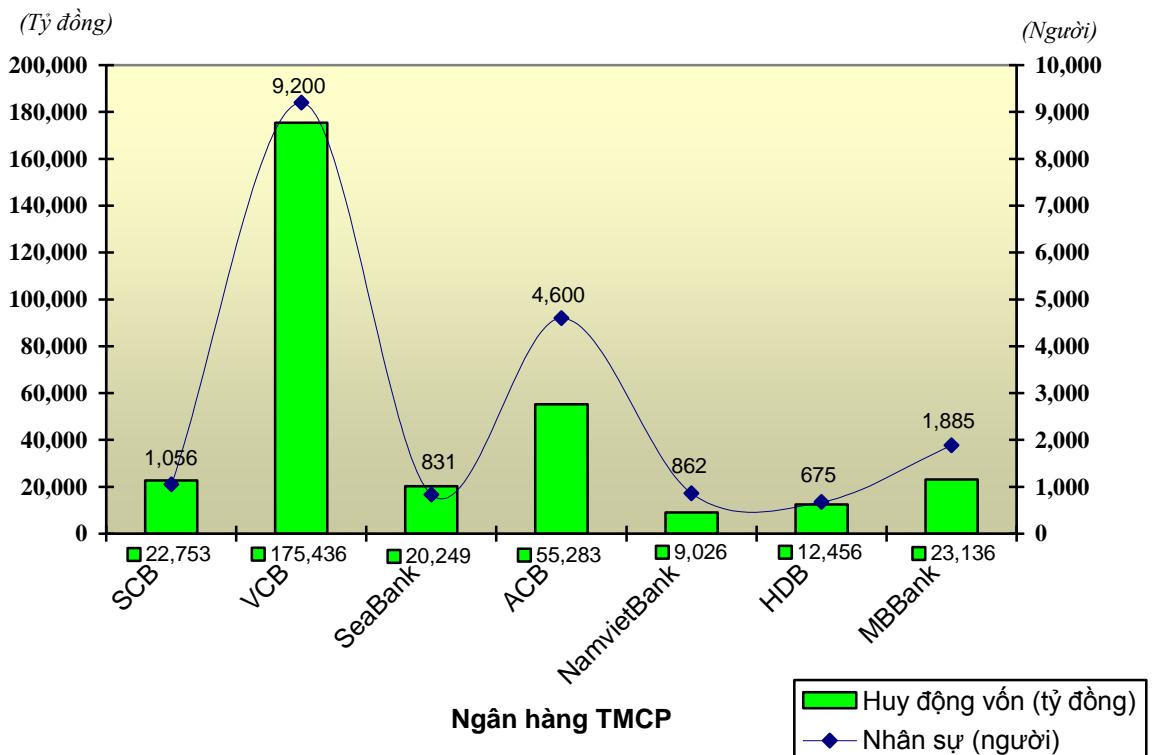
Bảng dưới đây đưa ra số liệu so sánh chỉ tiêu khả năng thu hút các yếu tố đầu vào của một số ngân hàng thương mại cổ phần thời điểm cuối năm 2007.

Bảng 2.4: Chỉ tiêu thu hút đầu vào của một số ngân hàng TMCP

Chỉ tiêu	SCB	VCB	SeaBank	ACB	NamvietBank	HDB	MBBank
Huy động vốn (tỷ đồng)	22.753	175.436	20.249	55.283	9.026	12.456	23.136
Nhân sự (người)	1.056	9.200	831	4.600	862	675	1.885
Công nghệ (core-banking)	Temenos (Thụy Sĩ)	-	Temenos (Thụy Sĩ)	TCBS (Mỹ) ^(*)	-	-	Temenos (Thụy Sĩ)

(*)TCBS: The Complete Banking Solution (Giải pháp ngân hàng toàn diện) của Open Solutions Inc. (OSI) (Hoa Kỳ)

(*Nguồn: Trích từ các nguồn báo cáo tài chính năm 2007 của một số ngân hàng TMCP)



(*Nguồn: Số liệu từ Bảng 2.4)

Hình 2.7: Biểu đồ đánh giá năng lực cạnh tranh của một số ngân hàng TMCP qua hai chỉ tiêu: huy động vốn và nhân lực

Dựa vào biểu đồ trên, có thể thấy Ngân hàng Ngoại thương do được thừa hưởng một thị phần huy động vốn lớn truyền thống của một ngân hàng thương mại nhà

nước, nên ngân hàng này chiếm thị phần đáng kể trong việc huy động vốn: khoảng 175.436 tỷ đồng; gấp hơn 3 lần so với dư nợ huy động của Ngân hàng TMCP Á châu (ACB); gấp 7-8 lần mức vốn huy động của Ngân hàng TMCP Sài Gòn (SCB), Ngân hàng TMCP Quân đội (MBBank) và Ngân hàng TMCP Đông Nam Á (SeaBank); gấp 14 lần con số huy động được của Ngân hàng TMCP Phát triển nhà Tp. Hồ Chí Minh (HDB); gấp hơn 19 lần so với của Ngân hàng TMCP Nam Việt (NamvietBank). HDB và NamvietBank là những ngân hàng TMCP nông thôn mới chuyển đổi hình thức kinh doanh sang ngân hàng TMCP đô thị. Do vậy, quy mô của 2 ngân hàng này cũng được phản ánh khá rõ qua mức huy động vốn thấp nháp trong số những ngân hàng được so sánh năng lực cạnh tranh.

Về khả năng thu hút nguồn nhân lực, rõ ràng có thể thấy dẫn đầu vẫn là VCB với tổng số lượng cán bộ ngân hàng xấp xỉ gần 9.200 người. ACB đứng ở vị trí thứ hai với số lượng nhân sự là 4.600. ACB đứng đầu trong khối ngân hàng TMCP về số lượng cán bộ công nhân viên được tuyển dụng vào làm việc. Các ngân hàng TMCP có quy mô nhân sự trong khoảng 1.000 – 2.000 người là: SCB và MBBank. Ba ngân hàng còn lại (SeaBank, NamvietBank và HDB) đều có quy mô nhỏ dưới 1.000 người.

Về mặt công nghệ, thị trường đã thấy xuất hiện một số ngân hàng TMCP mạnh lên trong việc ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động quản trị ngân hàng, điển hình là các ngân hàng TMCP: SCB, SeaBank và MBBank với ứng dụng công nghệ ngân hàng lõi T24-Globus của hãng Temenos (Thụy Sĩ). Ngân hàng ACB cũng không chịu thua kém khi đưa vào ứng dụng công nghệ ngân hàng lõi TCBS: The Complete Banking Solution (Giải pháp ngân hàng toàn diện) của Tập đoàn Open Solutions (OSI) - Hoa Kỳ. [15]

2.1.8. Chỉ tiêu về khả năng liên kết và hợp tác

Hợp tác với các đối tác chiến lược để thông qua đó khai thác thế mạnh của các bên, cung ứng dịch vụ ngân hàng cho các công ty trong lĩnh vực thương mại, đầu tư và tài chính... Đó cũng là một tiêu chí được nhiều ngân hàng thương mại cổ phần dùng để đánh giá năng lực cạnh tranh trong chiến lược kinh doanh của mình.

Năm 2007, Ngân hàng TMCP Xuất nhập khẩu - Eximbank đã ký kết thoả thuận bán 500 tỷ đồng vốn điều lệ cho 15 đối tác chiến lược trong nước là các tập đoàn kinh doanh có uy tín, có đông đảo khách hàng, có mạng lưới kinh doanh rộng và thuận tiện. Hợp tác với các doanh nghiệp đối tác này, Eximbank cung cấp các dịch vụ thu hộ tiền mặt, thanh toán, cho vay hợp vốn, tài trợ vốn cho các dự án, tài trợ vốn tiêu dùng, phát hành thẻ, lắp đặt máy ATM, triển khai hệ thống máy thanh toán thẻ cho hàng trăm nghìn khách hàng cá nhân trong toàn quốc.

Ngân hàng TMCP Quốc tế - VIB và Tổng công ty Bảo hiểm dầu khí - PVI ký kết thoả thuận hợp tác toàn diện đem lại lợi ích cho cả hai bên, nhất là việc sử dụng có hiệu quả nguồn vốn và vốn đầu tư, thu phí bảo hiểm và thanh toán.

Ngân hàng TMCP An Bình (ABBank) và Công ty Thông tin viễn thông điện lực (EVN Telecom) đã ký kết hợp đồng về việc ABBank thực hiện dịch vụ tư vấn, phát hành, đại lý phát hành và bảo lãnh phát hành trái phiếu EVN Telecom. ABBank cũng thực hiện dịch vụ thanh toán tiền điện của khách hàng qua mạng lưới giao dịch của ABBank.

Sacombank cùng với Ngân hàng ANZ thành lập Công ty Liên doanh Thẻ, dựa trên sự hợp tác trước đó giữa hai ngân hàng về dịch vụ thẻ. Công ty này ra đời và đi vào hoạt động cuối năm 2007. [41]

2.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP Việt Nam sau khủng hoảng

2.2.1. Năng lực tài chính

Do hệ thống tài chính - ngân hàng Việt Nam dường như chưa hội nhập chung với hệ thống tài chính toàn cầu, chúng ta chỉ mới mở cửa tài khoản vốn vào mà hầu như chưa mở cửa dòng ra, do vậy lượng tiền Việt Nam đầu tư ra bên ngoài dường như không đáng kể và dòng vốn gián tiếp đổ vào Việt Nam chưa nhiều, nên hệ thống này thực sự không chịu nhiều tác động từ cuộc khủng hoảng tài chính so với các nước có mức độ hội nhập tài chính sâu rộng. Do đó, năng lực tài chính của các ngân hàng TMCP trong nước không bị suy giảm do tác động trực tiếp của khủng hoảng tài chính toàn cầu.

Mặt khác, nguồn vốn chủ sở hữu của các ngân hàng TMCP ở Việt Nam đa phần đều được hình thành từ các cổ đông trong nước là các pháp nhân (công ty, tập đoàn, ngân hàng...) và thể nhân. Bởi vậy, mặc dù có khủng hoảng tài chính xảy ra, nhưng các ngân hàng TMCP không chịu sức ép về tài chính gây ra do hiện tượng các cổ đông rút vốn đầu tư hay bán tháo cổ phiếu hàng loạt.

Thực tế trong thời gian khủng hoảng tài chính diễn ra, nhất là giai đoạn trong năm 2008, thị trường chứng khoán đã chứng kiến sự sụt giá của cổ phiếu "vua" (cổ phiếu ngân hàng), làm suy giảm một cách tương đối năng lực tài chính của một số ngân hàng TMCP có kết quả hoạt động kinh doanh khả quan. Điều này được lý giải là do yếu tố tâm lý nhiều hơn là do yếu tố kỹ thuật.

Đối với thị trường chứng khoán, có khả năng nhà đầu tư nước ngoài phải bán chứng khoán để bảo toàn và thu hồi vốn về nước. Động thái này tác động đến dự trữ ngoại hối và giá cả trên thị trường chứng khoán. Nhà đầu tư nước ngoài bán ra nhiều hơn mua vào. Do hiệu ứng đám đông, các nhà đầu tư trong nước cũng sẽ bán tháo cổ phiếu theo. Hành vi này sẽ làm giảm giá chứng khoán của Việt Nam nói

chung và giá cổ phiếu của một số ngân hàng TMCP nói riêng, làm ảnh hưởng gián tiếp tới năng lực tài chính của những ngân hàng này.

Tuy nhiên, như trên đã đề cập, hiệu ứng giảm giá cổ phiếu của một số ngân hàng TMCP chỉ là kết quả của yếu tố tâm lý và chỉ diễn ra trong ngắn hạn. Năng lực tài chính của những ngân hàng này không bị ảnh hưởng nhiều bởi biến động giá cổ phiếu trên thị trường chứng khoán. Trên thực tế, năng lực tài chính phụ thuộc chủ yếu vào kế hoạch góp vốn của các cổ đông, hoạt động đầu tư và kết quả kinh doanh của từng ngân hàng TMCP riêng lẻ. [25, 41, 42]

2.2.2. Thị phần và hệ thống mạng lưới

i. Thị trường huy động và dư nợ trong nước

Thống kê của Ngân hàng Nhà nước cho thấy, nhóm ngân hàng TMCP hiện chiếm khoảng 20% tổng vốn huy động và thị phần tín dụng. Nhóm ngân hàng nước ngoài, chi nhánh ngân hàng nước ngoài và liên doanh hiện chiếm khoảng 10% tổng vốn huy động và thị phần tín dụng. Nhóm ngân hàng này hiện chủ yếu phục vụ cho khách hàng là cá nhân, công ty nước ngoài đang đầu tư tại Việt Nam. Các chuyên gia cũng dự báo, trong 5 - 10 năm tới, phần lớn thị phần ngân hàng của Việt Nam vẫn nằm trong tay các ngân hàng trong nước với tỷ lệ 80 - 85%. Ngân hàng nước ngoài vẫn chỉ nắm thị phần khiêm tốn từ 15 - 20%. [17]

Cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu đã tác động đến dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài theo hướng suy giảm, tuy nhiên vẫn có chọn lọc lĩnh vực đầu tư và quốc gia để đầu tư. Lĩnh vực đầu tư tài chính – ngân hàng có hệ số đầu tư an toàn và hiệu quả, tại quốc gia ít chịu tác động của khủng hoảng như Việt Nam, được xem là điểm đến lý tưởng cho các ngân hàng ngoại.

Tuy âm thầm nhưng rất quyết liệt, các ngân hàng nước ngoài trong hai năm 2008 – 2009, lao vào “cuộc chiến” giành thị phần và mở rộng tầm ảnh hưởng tại thị trường tài chính Việt Nam, nơi được coi là “Con hổ mới của châu Á” với khoảng 87 triệu dân, nhưng chỉ có 10% mở tài khoản tại ngân hàng, trong đó có hơn 2/3 là dân số trẻ. Với thế mạnh của những ngân hàng hiện đại, công nghệ cao, cung cấp nhiều

sản phẩm tiện ích đa dạng, ngân hàng nước ngoài đang có ưu điểm vượt trội hơn các ngân hàng TMCP trong nước. Nếu so sánh với các đối thủ “ngoại” trên phân khúc dịch vụ ngân hàng bán lẻ, các ngân hàng “nội” còn nhiều hạn chế về sản phẩm dịch vụ, vốn, công nghệ thông tin, thiếu sự phối hợp giữa các ngân hàng với nhau và giữa ngân hàng với các đơn vị kinh tế có liên quan. [5]

Thực tế cho thấy ngân hàng TMCP nào cũng đặt mục tiêu sớm trở thành một trong những ngân hàng bán lẻ hoặc ngân hàng đa năng hàng đầu. Từ đây, cuộc chạy đua mở rộng thị phần hoạt động giữa các ngân hàng TMCP ngày càng tăng nhiệt. Hiện nay, trên thị trường, các ngân hàng TMCP đều hiểu rõ nếu lấy tín dụng để cạnh tranh thì dễ, chỉ cần giảm lãi suất là có thể cạnh tranh được. Tuy nhiên, số lượng khách hàng mới thực sự là tài sản của ngân hàng.

Về thị trường huy động và dư nợ tín dụng, mức tăng trưởng tín dụng trên 33% tính đến hết tháng 10/2009 đã vượt khá xa so với nguồn tài trợ cho nó là tiền gửi của công chúng, mới chỉ tăng được 25,72%. Điều này đang gây ra tình trạng căng thẳng về thanh khoản đối với một số ngân hàng do ngân hàng nhà nước chủ trương không “bơm” thêm tiền mặt cho các ngân hàng, buộc các ngân hàng phải tự tìm cách huy động trong công chúng để cân đối dư nợ cho vay. Thực tế, các NHTMCP đã và đang tiến hành liên tiếp các cuộc đua tăng lãi suất huy động cùng các chiêu khuyến mại; đường cong lãi suất bị “đuổi thẳng” ở ngưỡng 9,99%/năm. Một số ngân hàng đang quay sang phát hành các giấy tờ nợ khác như chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu ngân hàng... [10, 23]

Trong cuộc khủng hoảng tài chính, thị trường trong nước còn chứng kiến sự cạnh tranh gay gắt của hai đối thủ: chứng khoán và ngân hàng. Khi giá cả giao dịch trên thị trường của các cổ phiếu ngân hàng vượt xa so với mệnh giá (giá in trên cổ phiếu) và giá trị thực (giá trị vốn hoá) - hiện tượng "bong bóng" chứng khoán, chứng khoán càng trở nên lộ diện là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với các ngân hàng về mặt huy động vốn trong dân. Trước kia chưa có chứng khoán thì người dân sẽ gửi tiền nhàn rỗi của mình vào các ngân hàng nhằm kiếm các khoản lợi tức. Nhưng nay, chứng khoán đã làm giảm lượng huy động vốn nhàn rỗi của các ngân hàng.

Những người dân có tiền nhàn rỗi họ sẵn sàng lao vào đầu tư chứng khoán với hi vọng kiếm lời cao hơn là gửi tiền vào ngân hàng (tuy có rủi ro cao hơn). Bên cạnh đó, các doanh nghiệp ngoài kênh huy động vốn là vay mượn các ngân hàng họ còn có cách là phát hành cổ phiếu ra thị trường. Đây cũng là một cách tốt để huy động vốn.

Như vậy, có thể thấy sau khủng hoảng, thị phần huy động vốn của các ngân hàng TMCP bị chia sẻ rất nhiều bởi các ngân hàng nước ngoài và thị trường chứng khoán trong nước. Ngoài ra, bất động sản và vàng cũng là những kênh đầu tư hấp dẫn, thu hút một khối lượng đáng kể nguồn tiền gửi tiết kiệm ngân hàng trong dân cư, mặc dù hai kênh này chứa đựng nhiều rủi ro về biến động giá trong thời gian vừa qua.

Thêm vào đó, 6 tháng cuối năm 2009, thị trường cho vay trong nước của các ngân hàng TMCP cũng dần dần bị thu hẹp do các quy định của ngân hàng nhà nước về trần lãi suất cho vay, thắt chặt tín dụng, hạn chế cho vay, đặc biệt đối với lĩnh vực đầu tư bất động sản và chứng khoán... Khó khăn lại chồng chất khó khăn hơn. [13, 16, 19]

ii. Thị trường ở nước ngoài

Trong bối cảnh cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu đang có những tác động xấu đến nền kinh tế Việt Nam, làm giảm cầu nội địa và do đó làm trì trệ nền sản xuất nước nhà, một số ngân hàng TMCP như: Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín, Ngân hàng TMCP Quân đội... đã tìm ra hướng đi để vượt ra khủng hoảng, đó là tìm kiếm nhu cầu ở các nước lân cận, để phát triển hệ thống mạng lưới vươn ra thị trường nước ngoài.

Việc Sacombank được phép khai trương chi nhánh tại Thủ đô Phnôm Pênh, Campuchia vào cuối tháng 6/2009, trong bối cảnh nền kinh tế hai nước nói riêng và tình hình thế giới nói chung đang phải tiếp tục đối diện với tình trạng suy thoái kinh tế toàn cầu là một thử thách. Tuy nhiên, Sacombank nhận thấy, đây chính là cơ hội để có thể nghiêm túc nhìn nhận lại những yếu kém nội tại của nền kinh tế cùng những bất cập của bản thân mỗi ngân hàng TMCP trong quá trình hội nhập. Chính

vì thế, bước đầu Sacombank đã cơ bản vượt qua được khó khăn thách thức và tiếp bước trên lộ trình chiến lược đã định sẵn. [41]

Kế đến là Ngân hàng TMCP Quân đội, ngân hàng này đã có chiến lược phối hợp mở chi nhánh ở các nước như Lào, Campuchia bằng việc cho đối tác Viettel (Tổng Công ty Viễn thông Quân đội) tham gia vào hoạt động kinh doanh của ngân hàng (Tham khảo thêm trong phần ***Phụ lục 2.1: Tóm tắt nội dung Đại hội cổ đông Ngân hàng Quân đội (MB) – 22/6/2009***).

2.2.3. Hiệu quả hoạt động

Cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu đang diễn ra không có nhiều ảnh hưởng trực tiếp đến hệ thống tài chính Việt Nam nói chung và các ngân hàng TMCP nói riêng. Tuy nhiên, nền kinh tế nước ta đã chịu tác động suy giảm ít nhiều và do đó là một bộ phận không thể tách rời của nền kinh tế, các ngân hàng cũng chịu những tác động gián tiếp làm suy giảm hiệu quả hoạt động.

Thứ nhất, thâm hụt thương mại gia tăng sẽ làm cho các ngân hàng TMCP thiếu nguồn thu ngoại tệ. Tình trạng suy thoái kinh tế, tốc độ tăng trưởng giảm sút của các nước phát triển trên thế giới, dẫn đến hệ lụy là cầu đối với các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam sẽ giảm (hơn 50% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam là sang thị trường Mỹ, EU và Nhật Bản), trong khi cung đối với các mặt hàng nhập khẩu sẽ tăng do các nhà sản xuất bị giảm thị trường ở các nước phát triển sẽ tìm cách mở rộng các thị trường khác. Như vậy, kim ngạch xuất khẩu bị giảm mạnh, trong khi nhập khẩu nếu có giảm cũng sẽ giảm ít hơn so với xuất khẩu. Điều này làm cho thâm hụt ngoại thương của Việt Nam vốn đã cao, lại càng gia tăng, nhất là trong điều kiện nền kinh tế Việt Nam đã rất mở, với tổng kim ngạch xuất nhập khẩu vượt quá 160% GDP.

Như trên đã đề cập, khi doanh nghiệp xuất khẩu gặp khó khăn thì ngân hàng cũng sẽ gặp khó khăn. Hệ quả là, các ngân hàng thiếu ngoại tệ thì hoạt động thanh toán quốc tế sẽ kém hiệu quả và nguồn thu từ các dịch vụ như: mua bán kinh doanh ngoại tệ, quản lý ngân quỹ, thanh toán, bảo lãnh bằng ngoại tệ, v.v... cũng sẽ kém

đi. Mặc dù khi thiếu ngoại tệ thì các ngân hàng vẫn có thể tài trợ bằng đồng nội tệ cho các phương án xuất khẩu có hiệu quả, song các ngân hàng khó có thể tài trợ, cũng như cung cấp đủ ngoại tệ cho hoạt động của các doanh nghiệp nhập khẩu.

Ngoài ra, thâm hụt cán cân thương mại sẽ buộc ngân hàng trung ương phải tăng tỷ lệ dự trữ ngoại tệ lên và có những quy định thắt chặt, để đề phòng rủi ro tỷ giá. Do đó, nguồn cung ngoại tệ trên thị trường liên ngân hàng trở nên khan hiếm, thanh khoản ngoại tệ của các ngân hàng TMCP lại càng khó khăn hơn.

Thứ hai, sụt giảm đầu tư do sự giảm sút của dòng vốn từ bên ngoài chảy vào, cũng làm cho nguồn cung ngoại tệ của các ngân hàng TMCP ngày càng khan hiếm. Nhìn vào số liệu quá khứ sẽ thấy dòng vốn từ bên ngoài gồm: vốn đầu tư trực tiếp, vốn đầu tư gián tiếp, vay nợ và kiều hối chiếm một tỷ trọng đáng kể trong tổng vốn đầu tư của Việt Nam.

Với tình hình hiện tại, do chi phí vốn trở nên đắt đỏ hơn và thị trường xuất khẩu bị thu hẹp, nên dòng vốn đầu tư chảy vào Việt Nam cũng bị giảm sút. Hầu hết các dự án đầu tư nói chung, dự án FDI nói riêng, phần nợ vay thường chiếm một tỷ trọng rất lớn trong tổng vốn đầu tư nên khi mà các tổ chức tài chính đang gặp khó khăn sẽ làm cho nhiều hợp đồng vay vốn sẽ không được ký kết hoặc không thể giải ngân. Mặt khác, lượng kiều hối với doanh số trung bình 8-10 tỷ USD/năm là một nguồn thu rất quan trọng của Việt Nam, tuy nhiên do phần còn lại của thế giới gặp khó khăn, thu nhập của người lao động giảm sút, cuộc sống khó khăn hơn nên lượng kiều hối chuyển về cũng sẽ giảm. Tất cả những nguyên nhân này đã làm cho ngân hàng thiếu hụt ngoại tệ trong thời gian khủng hoảng diễn ra vừa qua.

Thứ ba, sản xuất đình trệ và một số ngành dịch vụ phá sản, kéo theo một số người có khả năng mất việc làm, hay chí ít là thu nhập bị cắt giảm, cộng với dòng kiều hối chảy vào sụt giảm, nên việc các hộ gia đình thắt chặt chi tiêu cũng là điều dễ hiểu. Nhu cầu tiêu dùng giảm sút khiến các ngân hàng TMCP lúng túng trong việc cho vay và do đó chi phí vốn bị tăng lên.

Cuối cùng, xét về tổng thể nền kinh tế, với khả năng giảm chi tiêu công và tiêu dùng cá nhân, sụt giảm đầu tư và xuất khẩu, trong khi nhập khẩu tăng hoặc

giảm chậm hơn, sẽ tác động làm cho GDP sụt giảm và đương nhiên nhiều người có khả năng mất việc làm, nhiều người nghèo đi hoặc mất khả năng trả nợ, nhiều doanh nghiệp có nguy cơ làm ăn thua lỗ, dẫn tới phá sản. Chịu hậu quả cuối cùng chính là các ngân hàng. Do đó, khả năng nợ xấu gia tăng sau khủng hoảng là có thể nhìn thấy trước. [41, 42, 44]

2.2.4. Năng lực về công nghệ

Suy thoái kinh tế khiến cho các khoản đầu tư hạ tầng bị cắt giảm, và ngành ngân hàng cũng không tránh khỏi thực trạng này. Tuy nhiên, cũng chính khủng hoảng kinh tế đã buộc các ngân hàng TMCP trong nước phải tìm đến sự trợ giúp của công nghệ thông tin để đổi mới chính mình nhằm mang lại những lợi ích thiết thực hơn cho khách hàng.

Theo thống kê của Ngân hàng nhà nước Việt Nam, tuy tỉ lệ ứng dụng công nghệ thông tin trong các ngân hàng TMCP đã cải thiện rõ rệt trong thời gian qua, nhưng nói chung vẫn còn nhiều bất cập chưa được giải quyết. Việc triển khai công nghệ thông tin đã và đang được đẩy mạnh trong ngành ngân hàng nói chung và là mối quan tâm hàng đầu của các ngân hàng TMCP nói riêng. Mặc dù vậy, không phải ngân hàng nào cũng đủ quyết tâm và tiềm lực để thực hiện việc này, nhất là các ngân hàng TMCP có quy mô nhỏ và vừa. Việc ứng dụng công nghệ thông tin trong ngân hàng không đồng đều, chỉ những ngân hàng lớn mới đủ mạnh để thực hiện việc này, song khi tiến hành triển khai thường thiếu liên kết và không đồng bộ.

Trong bối cảnh suy thoái kinh tế, những ngân hàng TMCP biết đầu tư cho công nghệ là những ngân hàng tập trung phát triển công nghệ quản lý rủi ro hoạt động và công nghệ nền tảng để phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại. Trong đó, hướng ưu tiên về công nghệ ngân hàng tập trung chính vào các vấn đề như: tăng cường giám sát, nâng cao tính ổn định của hệ thống kết nối, giảm thiểu những rủi ro tiềm ẩn về bảo mật, những rủi ro ngày càng lớn thuộc về yếu tố con người; phát triển các công cụ thanh toán hiện đại; giữ vững và nâng cao năng lực cạnh tranh, vị thế của ngân hàng, v.v... [7, 8]

2.2.5. Nguồn nhân lực

Sau khủng hoảng, hệ thống ngân hàng nói chung và các ngân hàng TMCP ở Việt Nam nói riêng đang lo thiếu nhân lực có chuyên môn cao để phát triển các nghiệp vụ phòng ngừa rủi ro. Do sau khủng hoảng, chắc chắn nhu cầu về sản phẩm phòng ngừa rủi ro và những yêu cầu an toàn cho ngân hàng sẽ ngày càng khắc nghiệt. Nhưng công tác đào tạo nhân lực cho lĩnh vực này lại không rầm rộ như đào tạo nhân sự cho chứng khoán, nên thiếu hụt là điều chắc chắn và có thể thấy trước.

Nghiên cứu của khoa Tài chính doanh nghiệp, trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh trong năm 2007 cũng cho thấy rằng vấn đề nhân sự cũng là một trở ngại khi triển khai sản phẩm phái sinh. Nhiều ngân hàng TMCP cũng thiếu luôn nhân lực lo chuyện sáp nhập, mua lại. Hiện nay, dù một số ngân hàng TMCP có dùng dịch vụ tư vấn thuê ngoài, cũng vẫn cần có người trong nội bộ thạo về chuyên môn để đáp ứng được yêu cầu.

Cuối cùng là thiếu nhân sự có khả năng dự báo. Bây giờ dự báo kém đã trở thành chủ đề của kinh tế quốc gia chứ không chỉ riêng ngành tài chính - ngân hàng. Qua một năm mà người ta cảm thấy tác hại của dự báo kém đến mức nào thì điều đó chứng tỏ công tác dự báo chính xác trở nên quan trọng như thế nào. Các ngân hàng TMCP trong nước cũng hiểu rằng phải đầu tư nhiều hơn cho lực lượng chuyên gia dự báo định lượng giỏi, về lãi suất, về tỷ giá và chính sách kinh tế nói chung. Nước ngoài thì tuyển chuyên gia tài chính, toán... được đào tạo từ các trường lớn, và đã làm nghiên cứu nhiều về các lĩnh vực dự báo định lượng. Việt Nam thì lĩnh vực đào tạo này mới trở nên được quan tâm rộng rãi không lâu.

Do đó, trong giai đoạn hậu khủng hoảng, thị trường lao động ngành tài chính – ngân hàng rất có thể sẽ xảy ra “làn sóng nhân sự”. Ngành ngân hàng khủng hoảng thiếu nhân lực giỏi là chuyện từ lâu rồi. Tuy nhiên, sau khủng hoảng, bên cạnh xu hướng co cụm và củng cố của hệ thống ngân hàng, cũng là một cuộc chiến giành giật người tài của các ngân hàng để chuẩn bị cuộc chiến sau khủng hoảng. Điều này dường như cũng đang diễn ra ở Mỹ, khi mà khu vực quỹ đầu cơ (hedge funds), ngân

hàng (banking) và một số định chế tài chính khác cũng đi "săn người" loanh quanh của nhau. Và những tên tuổi mới lên thay thế người cũ giữ vị trí quan trọng và chủ chốt trong một số ngân hàng TMCP ở Việt Nam gần đây hóa ra vẫn là “người quen” trong nghề.

Thật vậy, cuộc chạy đua phát triển giữa các ngân hàng TMCP đã kéo theo nhu cầu nhân lực rất lớn cho ngành ngân hàng. Điều này tất yếu dẫn tới tình trạng thiếu nhân lực, đặc biệt là các cán bộ quản lý cấp cao. Nhiều ngân hàng lớn thừa nhận gần đây phổ biến tình trạng ngân hàng TMCP nhỏ hút nhân sự của ngân hàng lớn. Mặc dù, đã có sự phòng bị từ trước nhưng điều này cũng gây khó khăn không ít cho các ngân hàng lớn. Bởi khi kéo được nhân sự giỏi, các ngân hàng có thể kéo cả một lượng khách hàng tiềm năng từ ngân hàng khác qua ngân hàng mình. [17, 31, 39, 41]

2.3. Khả năng cạnh tranh của các NHTMCP Việt Nam theo mô hình S.W.O.T.

Dưới đây là số liệu khảo sát lấy ý kiến khách quan của hơn 100 cán bộ công chức ngành tài chính ngân hàng theo mô hình S.W.O.T., qua đó ghi nhận những đánh giá về điểm mạnh (Strengths), điểm yếu (Weaknesses), cơ hội (Opportunities), thách thức (Threats) của các ngân hàng TMCP Việt Nam. [6]

2.3.1. Điểm mạnh (Strengths)

Nội dung	Tỷ lệ (%)
1. Có hệ thống mạng lưới chi nhánh rộng khắp	100
2. Am hiểu về thị trường trong nước	100
3. Đội ngũ khách hàng của NHTMCP Việt Nam khá đông đảo	100
4. Chiếm thị phần lớn về hoạt động tín dụng, huy động vốn và dịch vụ	100
5. Đội ngũ nhân viên tận tụy, ham học hỏi và có khả năng tiếp cận nhanh các kiến thức, kỹ thuật hiện đại	75
6. Hầu hết đều đang thực hiện hiện đại hóa ngân hàng	60

2.3.2. Điểm yếu (Weaknesses)

Nội dung	Tỷ lệ (%)
1. Năng lực quản lý, điều hành còn nhiều hạn chế so với yêu cầu của ngân hàng TMCP hiện đại, bộ máy quản lý công kênh, không hiệu quả	90
2. Chính sách xây dựng thương hiệu còn kém	90
3. Chất lượng nguồn nhân lực kém, chính sách tiền lương chưa thỏa đáng, dễ dẫn đến chảy máu chất xám	90
4. Các tỷ lệ về chi phí nghiệp vụ và khả năng sinh lời của phần lớn các ngân hàng TMCP Việt Nam đều thua kém các ngân hàng trong khu vực	70
5. Sản phẩm dịch vụ chưa đa dạng và chưa đáp ứng nhu cầu toàn diện của khách hàng	80
6. Thiếu sự liên kết trong khối các ngân hàng thương mại nhà nước và giữa các ngân hàng TMCP với nhau	50
7. Lĩnh vực kinh doanh chủ yếu là tín dụng, nợ quá hạn cao, nhiều rủi ro	80
8. Quy mô vốn hoạt động còn nhỏ nên chưa thực hiện được mục tiêu kinh doanh một cách hoàn chỉnh	90
9. Việc thực hiện chương trình hiện đại hóa của các ngân hàng chưa đồng đều, nên sự phối kết hợp trong việc phát triển các sản phẩm dịch vụ chưa thuận lợi, chưa tạo được nhiều tiện ích cho khách hàng, như kết nối sử dụng thẻ giữa các ngân hàng	80

2.3.3. Cơ hội (Opportunities)

Nội dung	Tỷ lệ (%)
1. Có điều kiện tranh thủ vốn, công nghệ và đào tạo đội ngũ cán bộ, phát huy lợi thế so sánh của mình để theo kịp yêu cầu cạnh tranh quốc tế và mở rộng thị trường ra nước ngoài	80
2. Có cơ hội học hỏi được nhiều kinh nghiệm trong hoạt động ngân hàng của các ngân hàng nước ngoài. Các ngân hàng trong nước sẽ phải nâng cao trình độ quản lý, cải thiện chất lượng dịch vụ để tăng cường độ tin cậy đối với khách hàng	90
3. Mở ra cơ hội trao đổi, hợp tác quốc tế giữa các ngân hàng TMCP trong hoạt động kinh doanh tiền tệ, đề ra giải pháp tăng cường giám sát và phòng ngừa rủi ro, từ đó nâng cao uy tín và vị thế của hệ thống ngân hàng Việt Nam trong các giao dịch quốc tế. Từ đó, có điều kiện tiếp cận với các nhà đầu tư nước ngoài để hợp tác kinh doanh, tăng nguồn vốn cũng như doanh thu hoạt động	70
4. Chính hội nhập quốc tế cho phép các ngân hàng nước ngoài tham gia tất cả các dịch vụ ngân hàng tại Việt Nam buộc các ngân hàng TMCP nội địa phải chuyên môn hoá sâu hơn về nghiệp vụ ngân hàng, quản trị ngân hàng, quản trị tài sản nợ, quản trị tài sản có, quản trị rủi ro, cải thiện chất lượng tín dụng, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn vốn, dịch vụ ngân hàng và phát triển các dịch vụ ngân hàng mới mà các ngân hàng nước ngoài dự kiến sẽ áp dụng ở Việt Nam	80

2.3.4. Thách thức (Threats)

Nội dung	Tỷ lệ (%)
1. Do khả năng cạnh tranh thấp, việc mở cửa thị trường tài chính sẽ làm tăng số lượng các ngân hàng có tiềm lực mạnh về tài chính, công nghệ, trình độ quản lý làm cho áp lực cạnh tranh tăng dần	95
2. Hệ thống pháp luật trong nước, thể chế thị trường chưa đầy đủ, chưa đồng bộ và nhất quán, còn nhiều bất cập so với yêu cầu hội nhập quốc tế về ngân hàng	100
3. Khả năng sinh lời của hầu hết các ngân hàng TMCP Việt Nam còn thấp hơn các ngân hàng trong khu vực, do đó hạn chế khả năng thiết lập các quỹ dự phòng rủi ro và quỹ tăng vốn tự có	65
4. Trong quá trình hội nhập, hệ thống ngân hàng Việt Nam cũng chịu tác động mạnh của thị trường tài chính thế giới, nhất là về tỷ giá, lãi suất, dự trữ ngoại tệ, trong khi phải thực hiện đồng thời nhiều nghĩa vụ và cam kết quốc tế	65
5. Các ngân hàng TMCP Việt Nam đầu tư quá nhiều vào doanh nghiệp nhà nước, trong khi phần lớn các doanh nghiệp này đều có thứ bậc xếp hạng tài chính thấp, và thuộc các ngành có khả năng cạnh tranh yếu. Đây là nguy cơ tiềm tàng rất lớn đối với các ngân hàng	75
6. Hội nhập kinh tế, quốc tế làm tăng các giao dịch vốn và rủi ro của hệ thống ngân hàng, trong khi cơ chế quản lý và hệ thống thông tin giám sát ngân hàng còn rất sơ khai, chưa phù hợp với thông lệ quốc tế	85
7. Việc đào tạo và sử dụng cán bộ, nhân viên còn bất cập so với nhu cầu của nghiệp vụ mới, đặc biệt còn coi nhẹ hoạt động nghiên cứu chiến lược và khoa học ứng dụng làm cho khoảng cách tụt hậu về công nghệ ngân hàng của Việt Nam còn khá xa so với khu vực. Nền văn minh tiền tệ của nước ta do đó chưa thoát ra khỏi một nền kinh tế tiền mặt	85
8. Hội nhập kinh tế quốc tế mở ra cơ hội tiếp cận và huy động nhiều nguồn vốn mới từ nước ngoài nhưng đồng thời cũng mang đến một thách thức không nhỏ cho các ngân hàng TMCP Việt Nam là làm như thế nào để huy động vốn hiệu quả. Vì khi đó, ngân hàng Việt Nam thua kém các ngân hàng nước ngoài về nhiều mặt như công nghệ lạc hậu, chất lượng dịch vụ chưa cao... sẽ ngày càng khó thu hút khách hàng hơn trước	95
9. Thách thức lớn nhất của hội nhập không đến từ bên ngoài mà đến từ chính những nhân tố bên trong của hệ thống. Vấn đề cần quan tâm hàng đầu là nguồn nhân lực và các cơ chế khuyến khích làm việc tại ngân hàng TMCP nội địa hiện nay. Chảy máu chất xám là vấn đề khó tránh khỏi khi mở cửa hội nhập. Các ngân hàng cần có chính sách tiền lương và chế độ đãi ngộ hợp lý để lôi kéo và giữ chân các nhân viên giỏi và cán bộ quản lý xuất sắc	100

CHƯƠNG III: NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA SAU KHỦNG HOẢNG, GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH ĐỐI VỚI CÁC NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM

3.1. Một số vấn đề đặt ra sau khủng hoảng

3.1.1. Tác động của cuộc khủng hoảng đối với nền kinh tế Việt Nam

Năm 2009 vẫn là năm đầy thách thức đối với Việt nam với GDP ước tính thấp hơn vài điểm phần trăm so với tiềm năng phát triển của Việt Nam. Về kinh tế, tăng trưởng GDP của quý I ở mức thấp nhất trong nhiều năm qua và ước tính vẫn thấp hơn vài điểm phần trăm so với tiềm năng phát triển của Việt Nam. Về khía cạnh xã hội, mất việc làm đã trở nên phổ biến đối với lao động phổ thông và mang tính thời vụ, hoặc nhiều người lao động tuy có việc làm nhưng thu nhập giảm và không có thu nhập thêm ngoài giờ.

Nông nghiệp và xây dựng có bước tăng trưởng tốt trong năm nhưng chưa tới mức trở thành cứu cánh cho toàn bộ nền kinh tế. Kinh tế phục hồi cũng là thời điểm gây áp lực lên cán cân thương mại trong những tháng còn lại của năm khi nhập siêu tăng trở lại. Tín dụng dự kiến cũng sẽ tăng mạnh trở lại. Giá cả quốc tế và trong nước đang biến động theo chiều hướng tạo nguy cơ lạm phát.

Thống kê từ Ngân hàng Nhà nước, nguồn vốn đầu tư cho nền kinh tế từ các tổ chức tín dụng đã tăng đột biến trong tháng 6 đầu năm 2009. Nguồn vốn đầu tư cho nền kinh tế nửa đầu năm ước tăng tới 4,86% so với quý I năm 2009 và tăng 11,16% so với cuối năm 2008. Cơ chế hỗ trợ lãi suất vay vốn tín dụng có tác dụng thiết thực trong giai đoạn đầu của chính sách kích cầu nhưng có thể làm nảy sinh tình trạng thiếu hiệu quả cho vay chính sách trong điều kiện lưu chuyển tín dụng của hệ thống ngân hàng đã được khai thông trở lại. Gói kích cầu “143 nghìn tỷ đồng” có thể đẩy thâm hụt ngân sách tới mức không đủ khả năng đáp ứng về nguồn vốn trong bối cảnh hiện nay. [41, 42]

3.1.2. Tác động của cuộc khủng hoảng đối với năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP Việt Nam

Mặc dù chính sách tiền tệ, tỷ giá tương đối ổn định nhưng thị trường tài chính - ngân hàng năm 2009 vẫn còn quá nhiều diễn biến phức tạp, trong đó nổi lên là các vấn đề căng thẳng ngoại tệ và vàng; huy động vốn và cho vay, đặc biệt cho vay hỗ trợ lãi suất.

3.1.2.1. Năng lực cạnh tranh suy giảm

Trong khi kinh tế nhiều nước bị chững lại do thắt chặt tín dụng từ cuối năm 2008 thì Việt Nam đã gặp khó khăn ngay từ đầu năm. Nền kinh tế Việt Nam là nạn nhân của chính chu kỳ bành trướng và bùng nổ. Lượng vốn đầu tư nước ngoài đổ vào và lợi nhuận cao trong hai năm 2006-2007 đã làm tăng giá bất động sản và giá cả hàng hóa. Lạm phát trong nước dâng cao.

Chống lạm phát bằng biện pháp nâng lãi suất đã gây ra hệ quả là một số doanh nghiệp phá sản, nền kinh tế giảm phát, và trong tình hình từ lạm phát cao chuyển sang giảm phát các ngân hàng trong nước bị ảnh hưởng nặng nề. Theo đó, các tiêu chí về năng lực cạnh tranh của các ngân hàng TMCP đều bị giảm: khả năng sinh lời của đồng vốn chủ sở hữu giảm, tốc độ tăng trưởng thị phần chậm lại, trong khi các ngân hàng đua nhau tăng quy mô vốn điều lệ để đáp ứng nhu cầu khát vốn của nền kinh tế và để phù hợp với các quy định của Ngân hàng Nhà nước. [41]

3.1.2.2. Tăng trưởng dư nợ có nguy cơ sụt giảm trong năm 2010

Bức tranh u ám của kinh tế trong nước và thế giới cuối năm 2008, đầu năm 2009 đã buộc Chính phủ ban hành một loạt biện pháp kích cầu, trong đó hoạt động cho vay được nới lỏng để kích thích sản xuất tiêu dùng. Chính tăng trưởng tín dụng nóng đã khiến Ngân hàng Nhà nước có nhiều biện pháp thắt chặt tiền tệ vào cuối năm 2009, trong đó có việc nâng lãi suất cơ bản. Vì thế, việc tiếp cận với nguồn vốn

ngân hàng của các doanh nghiệp, cá nhân cuối năm gặp rất nhiều khó khăn, nhiều ngân hàng từ chối cho vay dù vẫn còn hạn mức.

Dự kiến năm 2010 chủ trương thắt chặt này vẫn được duy trì, bởi Ngân hàng Nhà nước đã đặt ra mục tiêu tăng dư nợ tín dụng năm tới chỉ ở mức 25%. Một điều có thể thấy trước là các ngân hàng TMCP sẽ gặp khó khăn trong huy động vốn và do đó, hoạt động tín dụng cho vay (hoạt động cơ bản và chủ yếu) cũng chịu ảnh hưởng dây chuyền. Có thể nói, năm 2010 sẽ là năm khó khăn đối với các ngân hàng TMCP trong việc đạt cả hai mục tiêu kế hoạch tăng trưởng huy động và dư nợ tín dụng. [19, 42]

3.1.2.3. Lợi nhuận từ hoạt động tín dụng giảm dần

Cuối năm 2009, tốc độ tăng lợi nhuận của các ngân hàng TMCP đã giảm, do chênh lệch lãi suất đầu vào và đầu ra đang thấp, cả hoạt động cho vay và huy động đều khó khăn từ chủ trương thắt chặt tín dụng.

Đặc biệt, xu hướng và quyết tâm không quá phụ thuộc vào hoạt động tín dụng của các ngân hàng TMCP lớn ngày càng được thể hiện rõ nét. Cụ thể, các ngân hàng này tăng cường phát triển nhiều hơn hoạt động dịch vụ, nên tỷ trọng lợi nhuận từ tín dụng đã giảm từ 80% xuống còn 70%, 60%. Tuy vậy, tại nhiều ngân hàng có quy mô vừa và nhỏ, vẫn bị lệ thuộc nhiều vào hoạt động tín dụng, thì tỷ trọng này vẫn khá cao và cũng vì thế, lợi nhuận năm 2009 khó đạt kế hoạch. [41]

3.1.2.4. Mức độ an toàn vốn giảm

Kinh nghiệm sau khủng hoảng ở các nước châu Á cho thấy là tỷ lệ an toàn vốn của ngân hàng phải tăng lên. Điều này cũng tương ứng với cách nhìn của George Soros là sau khủng hoảng chính phủ các nước sẽ đi từ việc giảm bớt kiểm soát hệ thống ngân hàng trong quá khứ sang kiểm soát quá chặt, nghĩa là nếu điều này cũng diễn ra ở Việt Nam, sẽ ngày càng nhiều ngân hàng gặp khó khăn trong việc đáp ứng các chuẩn an toàn vốn.

Khủng hoảng thực sự là cơ hội để các ngân hàng TMCP trong nước nhìn nhận, đánh giá lại bản thân về việc có đáp ứng khả năng an toàn vốn hay không. Thực tế cho thấy, thời điểm gần cuối năm 2009 vẫn còn có một số ngân hàng TMCP nhỏ, mới tham gia thị trường hoặc mới chuyển đổi từ ngân hàng TMCP nông thôn lên ngân hàng TMCP thành thị trong hai năm 2008 – 2009, chưa đạt đủ vốn điều lệ 1.000 tỉ đồng.

Ngoài ra, nếu chất lượng tài sản và thu nhập của nhiều ngân hàng TMCP trong năm tới giảm đi đáng kể, thì mức độ an toàn vốn của hệ thống này cũng có thể giảm theo tương ứng. Hệ quả là sẽ có nhiều ngân hàng TMCP không đủ khả năng đáp ứng yêu cầu về an toàn vốn và chất lượng hoạt động. [42]

3.1.2.5. Nguồn nhân lực trong ngành tài chính – ngân hàng thiếu hụt trầm trọng

Nhân lực chất lượng cao cho ngành tài chính – ngân hàng luôn là bài toán khó. Theo Bộ Tài chính, đội ngũ cán bộ tài chính - ngân hàng có trình độ quốc tế tại Việt Nam vừa thiếu vừa yếu, và mới chỉ đáp ứng được một phần ba nhu cầu.

Khủng hoảng tài chính toàn cầu đã làm các ngân hàng, tổ chức tài chính trên thế giới phải cắt giảm một số lượng lớn nhân sự, trong khi ở Việt Nam, vốn dĩ lực lượng đội ngũ cán bộ ngân hàng vừa thiếu lại vừa yếu trong quá khứ, thì nay khi khủng hoảng diễn ra, thị trường lao động cho ngành này lại càng thiếu hụt những vị trí chủ chốt và đặc biệt là những vị trí có khả năng quản lý, phân tích và dự báo rủi ro tín dụng và rủi ro thị trường tốt.

Trong thời gian khủng hoảng, cùng với sự gia tăng đột biến về quy mô, và việc ra đời hàng loạt ngân hàng TMCP mới, đã dẫn đến tình trạng trong thời gian ngắn, các tổ chức tín dụng đưa ra quá nhiều chính sách ưu đãi để thu hút nhân lực chất lượng cao, nhất là các vị trí chủ chốt. [39, 41]

3.1.2.6. Hoạt động kinh doanh phi tín dụng gặp khó

Nửa cuối năm 2009, người ta đã phải chứng kiến sự chao đảo của hai thị trường ngoại hối và vàng. Khủng hoảng đã khiến tình hình nhập siêu và thâm hụt cán cân thương mại của Việt Nam tăng nhanh trong hai năm 2008 – 2009, điều này đã gây ảnh hưởng không nhỏ đến tâm lý của người dân chuyển sang tích trữ đô la Mỹ (USD) và vàng để đề phòng suy giảm kinh tế và lạm phát quay trở lại.

Trên thị trường tự do, giá USD nhiều lúc tăng trên 20.000 đồng/USD và kể từ 26/11/2009, với việc Ngân hàng Nhà nước áp dụng biên độ tỷ giá mới cho giao dịch mua bán giao ngay giữa USD và VND là $\pm 3\%$ thì tỷ giá VND/USD trên hệ thống ngân hàng chính thức leo lên mốc kỷ lục mới, mức tỷ giá sàn giao dịch là 17.422 VND/USD và tỷ giá trần giao dịch là 18.500 VND/USD.

Sự căng thẳng và diễn biến tăng giá kỷ lục của đồng đô la Mỹ, tác động không nhỏ tới hoạt động sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng. Trong khi các doanh nghiệp xuất khẩu có phần hưởng lợi từ tỷ giá tăng, thì đa số các doanh nghiệp khác, đặc biệt là các doanh nghiệp nhập khẩu, cùng với các tổ chức, cá nhân... đều chịu áp lực từ sự tăng giá của đồng USD. Việc mua và bán đồng USD theo mức tỷ giá trần do Ngân hàng Nhà nước quy định thực sự đã gây khó khăn cho hoạt động kinh doanh ngoại hối của các ngân hàng TMCP. Có thời điểm ngân hàng có USD nhưng không thể bán cho doanh nghiệp vì mức lỗ quá cao. Ngược lại, có thời điểm ngân hàng thiếu USD và doanh nghiệp (những tổng công ty nhà nước và những tập đoàn lớn) có khá nhiều tiền USD trên tài khoản vãng lai, nhưng ngân hàng vẫn không thể mua được vì tỷ giá mua niêm yết quá thấp so với giá giao dịch trên thị trường tự do.

Trước tình trạng mất cân đối cung cầu do các doanh nghiệp giữ ngoại tệ không bán lại cho các ngân hàng, Thủ tướng Chính phủ đã phải chỉ đạo 6 tập đoàn, Tổng công ty Nhà nước buộc phải bán ngoại tệ cho ngân hàng để tăng cung cho thị trường.

Năm 2009 cũng chứng kiến sự tăng giá điên đảo trên thị trường vàng, khi giá vàng miếng từ 18-19 triệu đồng/lượng hồi đầu năm lên 27-29 triệu đồng/lượng cuối

năm. Loại trừ yếu tố tăng giá của thị trường thế giới do tác động của khủng hoảng, thị trường vàng trong nước cũng diễn biến quá phức tạp, chịu nhiều tác động của tin đồn và tâm lý đám đông. Các ngân hàng TMCP và các công ty trực thuộc có tham gia hoạt động kinh doanh vàng hoặc có cho các nhà đầu tư vay trên sàn giao dịch vàng, đã phải gánh chịu những rủi ro mất khả năng thu hồi nợ, hoặc chí ít, cũng làm tăng nguy cơ nợ xấu do hành vi đầu cơ vàng gây ra. [19, 33, 41]

3.1.2.7. Nguy cơ nợ xấu và đảo nợ tăng

Theo số liệu thống kê toàn ngành, trong năm 2006-2007, các ngân hàng TMCP của Việt Nam phát triển nhanh nhưng chưa hoàn thiện. Tỷ lệ nợ xấu của những ngân hàng này tương đối thấp. Tuy nhiên, thời gian vừa qua, trong bối cảnh kinh tế thế giới khủng hoảng, suy thoái và giảm sâu, nền kinh tế Việt Nam chịu ảnh hưởng nên cũng có nhiều biến động. Trong bối cảnh đó, nhiều doanh nghiệp hoạt động đa ngành nghề hơn, khiến độ rủi ro của doanh nghiệp đang cao lên, dẫn đến nguy cơ tăng nợ xấu cho ngân hàng.

Bên cạnh đó, xuất phát từ tình hình tài chính khó khăn của một bộ phận doanh nghiệp sau khủng hoảng, cộng với sự thiếu liên kết chặt chẽ giữa các ngân hàng nên trên thị trường đã xuất hiện tình trạng "đảo nợ": doanh nghiệp vay hỗ trợ lãi suất ở ngân hàng này để trả tiền vay trước đó không được hỗ trợ lãi suất ở ngân hàng khác. Thực trạng này làm cho khoản vay bị sử dụng sai mục đích, không tới được tay đối tượng cần hỗ trợ lãi suất, do đó gây lãng phí tài nguyên quốc gia. Một mặt, các ngân hàng tham gia hỗ trợ lãi suất cũng bị ảnh hưởng do tiềm ẩn nguy cơ tăng nợ xấu từ các khoản vay hỗ trợ lãi suất sai mục đích và đối tượng.

Kết quả là, cho dù có phòng ngừa đến đâu thì bất cứ ngân hàng nào cũng ít nhiều phải đối mặt với những khoản nợ xấu. Hơn lúc nào hết, tỷ lệ nợ xấu đang có nguy cơ tăng nhanh hơn cùng với sự suy giảm kinh tế nếu các ngân hàng không làm tốt khâu quản lý rủi ro tín dụng. [7, 19]

3.1.2.8. Rủi ro từ trích lập dự phòng tăng

Thời điểm cuối năm 2008, khi khủng hoảng tài chính thế giới nổ ra, song song với chính sách thắt chặt tài khóa của Chính phủ, lãi suất huy động được đẩy lên mức trung bình 18%/năm, thậm chí có ngân hàng lên đến 19%/năm đã đưa lãi suất cho vay tại các ngân hàng xoay quanh mức cao kỷ lục: 21%. Điều này đã tiềm ẩn nguy cơ nợ xấu về khả năng trả nợ của các doanh nghiệp vay vốn ngân hàng. Do đó, biện pháp tức thời của một số ngân hàng TMCP lúc đó là trích lập dự phòng rủi ro tín dụng. Tuy nhiên, việc trích lập dự phòng bắt buộc cùng với việc phải duy trì tỷ lệ nợ xấu cao đã làm cho những ngân hàng này bị giảm điểm khi so sánh năng lực cạnh tranh với các ngân hàng khác có cùng thị trường mục tiêu. [41]

3.2. Giải pháp về phía nhà nước

3.2.1. Thúc đẩy tín dụng, hỗ trợ lãi suất

i. Thực hiện

Ngày 23/1/2009, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 131/QĐ-NHNN về việc hỗ trợ lãi suất cho các tổ chức, cá nhân vay vốn lưu động để sản xuất - kinh doanh. Theo đó, trong năm 2009, Nhà nước hỗ trợ lãi suất cho khách hàng vay để sản xuất - kinh doanh, nhằm giảm giá thành sản phẩm hàng hoá, duy trì sản xuất, kinh doanh và tạo việc làm, trong điều kiện nền kinh tế bị tác động của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế thế giới. Thời hạn vay được hỗ trợ lãi suất tối đa là 8 tháng đối với các khoản vay theo hợp đồng tín dụng được ký kết và giải ngân trong khoảng thời gian từ 1/2/2009 - 31/12/2009. Mức hỗ trợ lãi suất cho khách hàng vay là 4%/năm, tính trên số tiền vay và thời hạn cho vay thực tế nằm trong khoảng thời gian quy định.

Ngày 4/4/2009, Thủ tướng Chính phủ có Quyết định số 443/QĐ-TTg về việc hỗ trợ lãi suất cho các tổ chức, cá nhân vay vốn trung, dài hạn ngân hàng để thực hiện đầu tư mới phát triển sản xuất kinh doanh, kết cấu hạ tầng. Đối tượng áp dụng

của chính sách mới này là các khoản vay trung, dài hạn ngân hàng bằng đồng Việt Nam (theo các hợp đồng tín dụng ký kết trước và sau ngày 1/4/2009 của các tổ chức, cá nhân thực hiện đầu tư mới để phát triển sản xuất kinh doanh, kết cấu hạ tầng) được thực hiện theo quy định của Ngân hàng Nhà nước về chế độ báo cáo thống kê thuộc các ngành và lĩnh vực kinh tế. Thời hạn vay được hỗ trợ lãi suất tối đa là 24 tháng. Việc hỗ trợ lãi suất được thực hiện từ ngày 1/4/2009 đến ngày 31/12/2011. Mức lãi suất hỗ trợ tiền vay là 4%/năm, tính trên số tiền vay và thời hạn cho vay thực tế trong khoảng thời gian nói trên.

ii. Đánh giá

Gói giải pháp ngăn chặn suy giảm kinh tế, được áp dụng từ tháng 12/2008 đến nay đã có tác dụng tích cực, nhất là giải pháp hỗ trợ tín dụng 4% lãi suất vay vốn lưu động theo Quyết định 131/QĐ-NHNN của Thủ tướng Chính phủ và Thông tư 02/2009/TT-NHNN của Ngân hàng Nhà nước; hỗ trợ lãi suất 4% cho các tổ chức, cá nhân vay vốn trung, dài hạn ngân hàng theo Quyết định số 443/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ và Thông tư 05/2009/TT-NHNN của Ngân hàng Nhà nước.

Giải pháp này đã tạo tính thanh khoản mạnh mẽ cho nền kinh tế, làm tăng tổng cầu và tạo điều kiện trực tiếp cho nhiều doanh nghiệp thoát khỏi khó khăn về vốn lưu động để “bám giữ” thị trường, tăng mới số lượng việc làm cho nền kinh tế. Về phía các ngân hàng, gói hỗ trợ bù lãi suất giúp nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng tính thanh khoản cho ngân hàng, cải thiện tình hình tín dụng "đóng băng" trong nhiều tháng.

Tuy nhiên, tất cả những giải pháp đang thực thi cũng chỉ mang “tính chất sơ cứu” của thời kỳ suy giảm tăng trưởng, vấn đề đặt ra là gắn các giải pháp ngắn hạn với mục tiêu kinh tế trung, dài hạn như thế nào mới chính là bài toán của thời kỳ “hậu suy giảm”, nó không chỉ có ý nghĩa cho giai đoạn chống khủng hoảng 2009-2010, mà sẽ tạo tiền đề phát triển cho giai đoạn “tăng tốc” tiếp theo 2011-2015. [12, 34, 37, 45]

3.2.2. Điều chỉnh chính sách tỷ giá linh hoạt theo biên độ

Trên quan điểm bình ổn thị trường tiền tệ, Ngân hàng Nhà nước tiếp tục điều hành chính sách tỷ giá hối đoái một cách linh hoạt, theo tín hiệu cung cầu của thị trường, trong biên độ cho phép, để đảm bảo một "sân chơi bình đẳng" trên thị trường tài chính tiền tệ, đảm bảo cạnh tranh lành mạnh giữa các ngân hàng thương mại trên thị trường nội địa.

Ngày 23/3/2009, Ngân hàng Nhà nước quyết định nâng biên độ tỷ giá giữa VNĐ với USD tăng từ mức $\pm 3\%$ lên mức $\pm 5\%$, có hiệu lực kể từ ngày 24/3/2009. Quyết định nới rộng biên độ tỷ giá được đưa ra trong lúc không phải các yếu tố về lạm phát, thâm hụt thương mại, dự trữ ngoại hối... của Việt Nam "có chiều hướng xấu", mà hầu hết đều ổn định và trong vòng kiểm soát. Mục đích của lần điều chỉnh này là nhằm tạo ra tính linh hoạt cho nền kinh tế. Đồng thời, nó cũng góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại, trong việc đáp ứng nhu cầu ngoại tệ của nền kinh tế nói chung và của các doanh nghiệp kinh doanh xuất nhập khẩu nói riêng.

Theo dự báo trong thời gian tới, nền kinh tế Mỹ sẽ có những dấu hiệu hồi phục tích cực, Cục Dự trữ Liên Bang Mỹ có thể sẽ tiếp tục duy trì chính sách đồng Đô la "yếu". Do vậy, Ngân hàng Nhà nước sẽ chủ động áp dụng các biện pháp nhằm hạn chế tâm lý găm giữ ngoại tệ của cá nhân và doanh nghiệp, đảm bảo việc chu chuyển ngoại tệ lành mạnh trong nền kinh tế. Ngoài ra, Ngân hàng Nhà nước khẳng định cũng sẽ kiên quyết áp dụng các biện pháp xử lý nghiêm khắc đối với mọi hành vi mua bán ngoại tệ giao ngay vượt trần biên độ theo quy định, nghiêm cấm các ngân hàng thương mại găm giữ ngoại tệ, tiếp tay, đồng tình với doanh nghiệp trong việc găm giữ ngoại tệ, hoặc hành vi cho vay đối với doanh nghiệp găm giữ ngoại tệ trên tài khoản tiền gửi nhưng lợi dụng vay VNĐ với lãi suất thấp, đặc biệt là vay để được hưởng chính sách hỗ trợ lãi suất. [18, 41]

3.2.3. Kiểm chế lạm phát, bình ổn giá cả

Suốt từ đầu năm 2009, Ngân hàng Nhà nước vẫn duy trì cơ chế lãi suất cơ bản ổn định ở mức 7%/năm nhằm tạo cho các ngân hàng thương mại điều kiện để điều hành cân đối nguồn vốn huy động và cho vay với mức lãi suất hợp lý, tùy hoàn cảnh riêng của mình mà bảo đảm thanh khoản. Về lãi suất, Ngân hàng Nhà nước yêu cầu các ngân hàng thương mại tiếp tục thực hiện chính sách lãi suất ổn định, không nên kỳ vọng việc nâng lãi suất huy động, sẽ có tác dụng tạo sức ép làm tăng lãi suất cơ bản. Một mặt, Hiệp hội Ngân hàng đã có những biện pháp nhất định, kịp thời để xử lý vấn đề cạnh tranh lãi suất huy động giữa các ngân hàng thương mại, nhằm tạo ra sự đồng thuận và góp phần đảm bảo an toàn hoạt động của hệ thống ngân hàng.

Cùng với đó, Ngân hàng Nhà nước đã có quyết định giảm lãi suất tiền gửi dự trữ bắt buộc lần thứ 2 trong năm. Lần đầu vào tháng 1/2009, giảm từ 8,5%/năm xuống còn 3,6%/năm. Và lần thứ hai, từ 1/8/2009, lãi suất tiền gửi dự trữ bắt buộc giảm từ 3,6% xuống mức 1,2%/năm. Động thái này phát đi thông điệp, các ngân hàng thương mại cần chuẩn bị cho mình tư thế sẵn sàng "bình thường hoá" hoạt động kinh doanh khi chương trình hỗ trợ lãi suất chấm dứt. Điều này là vô cùng quan trọng cho bước ổn định tăng trưởng kế tiếp. [41]

3.2.4. Đảm bảo an toàn cho thanh khoản ngân hàng

Ngày 10/8/2009, Thống đốc Ngân hàng Nhà nước đã ban hành Thông tư số 15/2009/TT-NHNN thắt chặt tỷ lệ tối đa của nguồn vốn ngắn hạn được sử dụng để cho vay trung và dài hạn đối với các tổ chức tín dụng hoạt động tại Việt Nam so với quy định tại Quyết định 457/2005/QĐ-NHNN. Theo các chuyên gia ngân hàng, biện pháp này là rất cần thiết nhằm đảm bảo an toàn cho thanh khoản ngân hàng, đảm bảo an toàn cho hệ thống.

Thông tư 15/2009/TT-NHNN quy định, tổ chức tín dụng phải sử dụng nguồn vốn để cho vay trung, dài hạn theo thứ tự: Sử dụng nguồn vốn trung, dài hạn; sử

dụng nguồn vốn ngắn hạn. Tỷ lệ tối đa của nguồn vốn ngắn hạn được sử dụng để cho vay trung hạn và dài hạn đối với ngân hàng thương mại là 30%; công ty tài chính và công ty cho thuê tài chính là 30%; Quỹ tín dụng nhân dân trung ương: 20%. Quy định tại Thông tư này đã giảm 10% tỷ lệ bình quân sử dụng vốn ngắn hạn để cho vay trung dài hạn so với quy định trong Quyết định số 457/2005/QĐ-NHNN ngày 19/4/2005 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

Việc sửa đổi, bổ sung quy định về tỷ lệ tối đa của nguồn vốn ngắn hạn được sử dụng để cho vay trung hạn và dài hạn là cần thiết, nhằm hỗ trợ, góp phần cùng với quy định về tỷ lệ khả năng chi trả, giúp các ngân hàng, tổ chức tín dụng bảo đảm an toàn thanh khoản, đặc biệt là trong điều kiện hậu khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu. [41]

3.3. Giải pháp của các ngân hàng TMCP Việt Nam

3.3.1. Tăng trưởng dư nợ

Trong tình hình tổng mức cho vay của các tổ chức tín dụng trong nước tăng hơn 17% trong 6 tháng đầu năm 2009, cùng với cảnh báo của một số chuyên gia về khả năng lạm phát quay trở lại, Ngân hàng Nhà nước gần đây đã có những động thái cho thấy sẽ kiểm soát chặt việc tăng trưởng tín dụng. Với mục tiêu kiểm soát tăng trưởng tín dụng dưới 30% trong năm nay, thì 6 tháng cuối năm, tốc độ tăng trưởng dư nợ tín dụng của toàn ngành ngân hàng chỉ còn tối đa 13%. Như vậy, 6 tháng cuối năm, các ngân hàng sẽ không tránh khỏi sự điều chỉnh, đặc biệt trước tác động của các cuộc kiểm tra, thanh tra của Ngân hàng Nhà nước.

Do đó, các ngân hàng TMCP nên tập trung kiểm soát tốc độ tăng trưởng và chất lượng tín dụng để góp phần hiệu quả thực hiện mục tiêu kiểm soát lạm phát, ổn định thị trường tiền tệ, kích cầu thông qua hỗ trợ lãi suất. Các ngân hàng thương mại nhà nước kiểm soát tốc độ tăng trưởng dư nợ năm 2009 khoảng 25%, các ngân hàng TMCP kiểm soát tốc độ tăng trưởng dư nợ phù hợp để vừa đảm bảo mục tiêu

nâng cao năng lực cạnh tranh, tăng trưởng thị phần, đồng thời vẫn đảm bảo được chất lượng tín dụng, chống tiêu cực và nguy cơ rủi ro tín dụng.

Một vấn đề nữa trong đánh giá chất lượng của tín dụng mà các ngân hàng TMCP cần phải chú ý là: Nếu tín dụng dành cho các dự án có hiệu quả về thu hồi vốn, về tạo ra việc làm và có tính lan toả cao trong nền kinh tế thì đó là tín dụng có chất lượng tốt. Nếu tín dụng chỉ tập trung cho những dự án lớn về quy mô nhưng lại không thực sự hiệu quả thì cần phải xem lại. Thêm vào đó, các ngân hàng cũng cần chú ý về cơ cấu tín dụng như huy động vốn ngắn hạn mà cho vay dài hạn. Hiện tượng này tương đối phổ biến. Nếu không xử lý và kiểm soát vấn đề này tốt thì ngân hàng sẽ có rủi ro tín dụng và rủi ro thanh khoản rất cao. [11, 41]

3.3.2. Cơ cấu lại các khoản nợ

Trước tiên và trên hết, các ngân hàng TMCP cần phải tạo điều kiện cho doanh nghiệp có thể tiếp tục hoạt động trong thời hạn khủng hoảng. Không nên vì việc phải tối đa hóa thu hồi nợ trong thời gian ngắn nhất, mà yêu cầu khách hàng đi vay ngân hàng phải hy sinh tất cả nguồn lực, cũng như khả năng hoạt động kinh doanh trong tương lai của họ. Xét về lâu dài, khách hàng chính là nguồn thu nhập chủ yếu của ngân hàng. Việc tạo điều kiện cho khách hàng tiếp tục hoạt động và kinh doanh có hiệu quả chính là tạo cơ hội hỗ trợ cho việc phát triển của ngân hàng trong tương lai.

Thứ hai, ngân hàng cũng cần quan tâm đến việc tối đa hóa tài sản của khách hàng đi vay. Mặc dù ngân hàng cần hỗ trợ khách hàng tồn tại và phát triển, nhưng ngân hàng cũng nên tận dụng tối đa tài sản, nguồn lực của khách hàng nhằm đem lại lợi ích cho mình. Điều này cũng dễ hiểu, vì cuối cùng, các ngân hàng cũng cần phải thu lại lợi ích từ việc tạo điều kiện cho khách hàng cơ cấu lại nợ và hoạt động trong tương lai, qua đó đảm bảo lợi ích của ngân hàng.

Thứ ba, cơ cấu lại nợ luôn đi liền với việc doanh nghiệp phải thực hiện tái cơ cấu tổ chức, hoạt động kinh doanh của mình để có thể tăng khả năng trả nợ và phát triển trong tương lai. Việc tái cơ cấu của các doanh nghiệp là tất yếu do việc cơ cấu

lại nợ sẽ dẫn đến những thay đổi lớn về nguồn vốn, dòng tiền và qua đó ảnh hưởng đến chiến lược phát triển kinh doanh của doanh nghiệp. Các ngân hàng cũng phải nhìn thấy những thay đổi có thể đạt được trong doanh nghiệp, có khả năng trả nợ trong tương lai, từ đó mới có thể tạo điều kiện cho việc cơ cấu lại nợ. Mặt khác, các cán bộ quan hệ khách hàng và tư vấn tín dụng của ngân hàng có thể giúp đỡ doanh nghiệp trong việc thay đổi, nhằm tạo ra các nguồn vốn, tăng thu, giảm chi, tập trung vào những mặt mạnh của doanh nghiệp, từ đó mới có thể tồn tại, phát triển và tăng khả năng trả được nợ cho ngân hàng. Hơn lúc nào hết, sự chung sức - chia sẻ của ngân hàng là sự giúp đỡ đáng kể và kịp thời, do đó sẽ được doanh nghiệp đánh giá cao, còn về phía ngân hàng, có thể tạo được uy tín, nâng cao vị thế với đối thủ cạnh tranh và giữ được khách hàng một cách hiệu quả.

Thứ tư, các ngân hàng TMCP cũng cần quan tâm đến việc tất cả các khách hàng cần được đối xử bình đẳng trong quan hệ tín dụng với ngân hàng. Điều này sẽ có ảnh hưởng rất lớn đến uy tín của ngân hàng trên thị trường. Các thông tin không tốt có thể lan truyền rất nhanh và sẽ ảnh hưởng đến hoạt động của ngân hàng.

Thứ năm, theo Quyết định số 493/2005/QĐ-NHNN của Ngân hàng Nhà nước, ban hành quy định về phân loại nợ, trích lập và sử dụng dự phòng để xử lý rủi ro tín dụng trong hoạt động ngân hàng, thì đối với các ngân hàng thực hiện phân loại nợ theo phương pháp định lượng, việc cơ cấu lại nợ thường ảnh hưởng đến số dự phòng cần phải trích lập trong năm và cuối cùng là lợi nhuận của ngân hàng. Tuy nhiên, Điều 7 của Quyết định 493 tạo điều kiện cho các ngân hàng có thể áp dụng hệ thống xếp hạng tín dụng theo phương pháp định tính (với sự chấp thuận của Ngân hàng Nhà nước), việc cơ cấu lại nợ chỉ là một yếu tố trong quyết định xếp hạng khoản cho vay. Việc tối đa hóa khả năng thu hồi nợ, cũng như khả năng hỗ trợ khách hàng vượt qua khó khăn sẽ tạo điều kiện cho các ngân hàng có cơ sở, cũng như có khả năng cơ cấu lại nợ hơn cho khách hàng của mình.

Thứ sáu, ngân hàng có thể cần đến sự hỗ trợ của các nguồn lực bên ngoài trong việc cân nhắc các giải pháp cơ cấu lại nợ. Các tổ chức tư vấn bên ngoài có nguồn lực, kinh nghiệm và chuyên môn cao trong việc xử lý các khoản vay có vấn

đề. Họ có khả năng đề xuất những phương án khác nhau trong việc cơ cấu lại nợ, đồng thời có trình độ đánh giá các lợi ích, chi phí có liên quan đến từng phương án, để ngân hàng và khách hàng cùng cân nhắc, thống nhất. Việc này vừa nâng cao được tính khách quan, vừa thể hiện được sự chuyên nghiệp để ngân hàng đưa ra các quyết định cơ cấu lại nợ, đảm bảo lợi ích của cả ngân hàng và khách hàng. Trên thế giới, rất nhiều khoản nợ lớn của các ngân hàng đã được cơ cấu lại thành công nhờ có sự hỗ trợ từ phía các tổ chức tư vấn như thế này. [11]

3.3.3. Xúc tiến chính sách cho vay hỗ trợ lãi suất

Chính sách hỗ trợ lãi suất vay vốn lưu động phục vụ sản xuất kinh doanh sẽ hết hạn vào 31/12/2009. Theo dự báo của Ngân hàng Nhà nước, với số tiền hỗ trợ lãi suất 17.000 ngàn tỷ đồng thì vốn cho vay ra sẽ lên đến 420 ngàn tỷ đồng đến khi hết chương trình. Theo lộ trình đến cuối năm 2009, các ngân hàng TMCP sẽ tiếp tục thực hiện chính sách cho vay bù lãi suất 4% đối với các nhu cầu vay vốn ngắn hạn, vốn lưu động, phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của khách hàng, kể cả trường hợp khách hàng có chu kỳ sản xuất kinh doanh liên tục, khi họ trả nợ rồi muốn vay tiếp thì ngân hàng vẫn có thể xem xét hỗ trợ lãi suất để khách hàng ổn định sản xuất, giảm chi phí và giá thành, tăng khả năng tiêu thụ sản phẩm, nâng cao năng lực cạnh tranh.

Bên cạnh đó, các ngân hàng TMCP cần tiếp tục triển khai thực hiện chính sách cho vay đối với các nhu cầu vốn trung, dài hạn, để thực hiện đầu tư mới, phát triển sản xuất – kinh doanh, phát triển kết cấu hạ tầng, theo cơ chế tín dụng thông thường và cơ chế hỗ trợ lãi suất theo đúng quy định. Theo đó, ngân hàng không được từ chối hỗ trợ lãi suất nếu khoản vay thuộc đối tượng được hỗ trợ lãi suất, nhưng được quyền từ chối những khoản vay không đúng đối tượng và sai mục đích, tuyệt đối không cho vay mới để trả nợ cho các khoản vay cũ, phải thực hiện việc kiểm tra trước, trong và sau khi cho vay để đảm bảo cho vay hỗ trợ lãi suất theo đúng quy định của pháp luật. Những trường hợp vi phạm, ngân hàng phải yêu cầu thu hồi ngay số tiền lãi vay đã được hỗ trợ trước đó, trường hợp không thu hồi được

thì báo cáo cơ quan nhà nước có thẩm quyền để xử lý theo quy định của pháp luật.
[12, 34, 37]

3.3.4. Quản lý tốt rủi ro tín dụng và rủi ro thanh khoản

3.3.4.1. Rủi ro tín dụng

Rủi ro tín dụng xuất phát từ các hoạt động tín dụng khi khách hàng vay vi phạm các điều kiện của hợp đồng tín dụng làm giảm hay mất giá trị tài sản có của ngân hàng.

Để quản lý tốt rủi ro tín dụng ở mức thấp nhất, các ngân hàng TMCP nên xây dựng một hệ thống phòng ngừa, kiểm soát rủi ro tín dụng có hiệu quả (***Phụ lục 3.1*** là một ví dụ về Mô hình tổ chức Khối Quản lý tín dụng, quy định quyền hạn và trách nhiệm của Trưởng Khối Quản lý tín dụng, nhằm mục tiêu quản lý rủi ro tốt nhất tại Ngân hàng TMCP Quân đội – MB):

Thứ nhất, ngân hàng phải thành lập được một Hội đồng thẩm định tín dụng để chuyên nghiệp hóa công tác quản lý rủi ro tín dụng.

Thứ hai, ngân hàng phải có sự phân cấp rõ ràng trong việc xét duyệt và quyết định các khoản tín dụng và bảo lãnh. Nguyên tắc cấp tín dụng là sự nhất trí 100% của các thành viên xét duyệt.

Thứ ba, ngân hàng phải xây dựng được quy trình cấp tín dụng cho khách hàng có chuẩn mực. Theo đó, các khách hàng vay cá nhân và doanh nghiệp đều phải được xếp hạng tín dụng trong quá trình thẩm định. Sau khi thẩm định, phân tích và định lượng rủi ro, các hạn mức tín dụng hoặc các khoản vay độc lập sẽ được cấp cho từng khách hàng.

Thứ tư, các ngân hàng cũng phải nghiêm túc thực hiện trích lập dự phòng rủi ro tín dụng theo đúng quy định của Ngân hàng Nhà nước, với mức trích lập đủ các khoản nợ quá hạn theo quyết định của Hội đồng quản trị. [7, 11]

3.3.4.2. Rủi ro thanh khoản

Rủi ro thanh khoản là một trong các rủi ro rất quan trọng trong hoạt động ngân hàng, do vậy rủi ro thanh khoản được ngân hàng quan tâm đặc biệt. Để đảm bảo duy trì và nâng cao năng lực cạnh tranh trong việc quản lý rủi ro thanh khoản, các ngân hàng TMCP phải xây dựng được kế hoạch quản lý tổng thể và ứng phó với các sự cố rủi ro thanh khoản. Ngân hàng nên có một bộ phận Phòng/Ban Quản lý rủi ro, để xây dựng đề án, tổ chức thực hiện có hiệu quả theo phân cấp trách nhiệm trong việc đưa ra những đánh giá định tính, định lượng thanh khoản, xây dựng khung quản lý rủi ro thanh khoản và giám sát rủi ro thanh khoản theo các nguyên tắc cụ thể sau:

- Tuân thủ nghiêm các quy định của Ngân hàng Nhà nước về tỷ lệ an toàn vốn và thanh khoản trong hoạt động ngân hàng.

- Duy trì tỷ lệ tối thiểu 25% giữa giá trị các tài sản có, có thể thanh toán ngay và các tài sản nợ, sẽ đến hạn thanh toán trong thời gian một tháng tiếp theo.

- Duy trì tỷ lệ tối thiểu bằng 1 giữa tổng tài sản có, có thể thanh toán ngay trong khoảng thời gian 7 ngày làm việc tiếp theo và tổng tài sản nợ, phải thanh toán trong khoảng thời gian 7 ngày làm việc tiếp theo.

- Tổng hợp và phân tích động thái của khách hàng gửi tiền, xây dựng kế hoạch sử dụng vốn cho hoạt động tín dụng và các hoạt động có rủi ro vốn.

- Thiết lập các định mức thanh khoản như là một công cụ dự phòng tài chính để ứng phó với các đột biến về thanh khoản. Căn cứ khả năng thanh toán ngay và khả năng chuyển đổi thành thanh toán ngay, định mức thanh khoản có thể chia làm nhiều cấp độ từ thấp đến cao. Trong mỗi cấp độ sẽ quy định rõ các loại thanh khoản.

- Xây dựng kế hoạch ứng phó tình trạng khẩn cấp thanh khoản, nhằm cung cấp cho lãnh đạo, trưởng các đơn vị, bộ phận và các nhân viên, phương cách quản lý và ứng phó khi xảy ra sự cố thanh khoản. [7, 11]

3.3.5. Tăng năng lực tài chính

Các ngân hàng TMCP muốn nâng cao năng lực tài chính, phải dựa vào đồng thời ba kênh huy động vốn: thị trường cổ phiếu, tín dụng ngân hàng và thị trường nợ (chủ yếu là phát hành trái phiếu).

Hiện thị trường vốn phát triển chủ yếu ở kênh tín dụng ngân hàng. Doanh nghiệp gần như không huy động được nguồn vốn nào ngoài ngân hàng. Do đó, sức ép lên hệ thống ngân hàng rất lớn. Trong khi đó, ngân hàng (cả Việt Nam và nước ngoài) thường gặp khó khăn trong huy động vốn trung, dài hạn nên lượng vốn cho vay trung, dài hạn cũng hạn chế.

Thứ hai, huy động vốn qua cổ phiếu, về phía nhà đầu tư, họ thường đòi hỏi lợi tức cao hơn so với lãi suất ngân hàng vì rủi ro khi mua cổ phiếu lớn hơn. Do đó, họ kỳ vọng và tạo sức ép cho ngân hàng phải tạo ra lợi nhuận lớn hơn. Về phía ngân hàng huy động vốn từ cổ phiếu chi phí lớn hơn và sẽ đứng trước nguy cơ mất quyền kiểm soát nếu lượng cổ phiếu nhà đầu tư nắm giữ quá cao.

Nếu huy động qua phát hành trái phiếu, ngân hàng sẽ có nguồn vốn trung và dài hạn với một lãi suất cố định trong thời gian khá dài; chi phí lại tương đối ổn định để tự chủ động trong sản xuất kinh doanh... Tùy theo chiến lược kinh doanh, giai đoạn phát triển của ngân hàng và điều kiện thị trường, ngân hàng sẽ có lựa chọn huy động vốn từ thị trường nào để tăng năng lực tài chính. [41]

3.3.6. Hiện đại hóa công nghệ ngân hàng

3.3.6.1. Ứng dụng phần mềm lõi T24-R8 VMB

Với mục tiêu trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu Việt Nam chuyên cung cấp những sản phẩm, dịch vụ ngân hàng hiện đại đến khách hàng, nhiều ngân hàng đang hướng tới nâng cấp phần mềm ngân hàng lõi (core banking) T24 lên phiên bản R8. T24-R8 giúp cho ngân hàng tối ưu hoá được các quy trình hoạt động trong khi vẫn duy trì được sự linh hoạt trước các thay đổi trong kinh doanh.

T24-R8 VMB (Vietnam Model Bank – Ngân hàng mẫu Việt Nam) là một phần mềm ngân hàng lõi trọn gói, cung cấp cho các ngân hàng các chức năng hoạt động phong phú trong một cấu trúc tích hợp theo định hướng cung cấp dịch vụ với hỗ trợ từ front to back office (giao dịch tại quầy đến hậu kiểm), cộng thêm các điều chỉnh cho phù hợp với thị trường Việt Nam. T24-R8 VMB bao gồm các ứng dụng tối ưu nhất, giúp cho ngân hàng tối ưu hoá được các quy trình hoạt động trong khi vẫn duy trì được sự nhạy bén, linh hoạt trước các thay đổi trong kinh doanh trên thế giới cũng như tại thị trường trong nước. Phương thức thực hiện theo hướng tự động hoá cao độ, các giải pháp thực hiện được đưa ra tức thời đem lại hiệu suất hoạt động rất cao cho các ngân hàng của Việt Nam. Các tính năng quản trị khách hàng (Customer Relationship Management - CRM) được tích hợp triệt để và sự thông minh trong kinh doanh là những yếu tố quan trọng giúp ngân hàng hiểu biết sâu sắc về khách hàng, đặc biệt là khách hàng doanh nghiệp kể cả rủi ro và tình hình hoạt động. [41]

3.3.6.2. Chuyển đổi sang công nghệ thẻ chip

Theo thống kê của Ngân hàng Nhà nước, đến hết tháng 6/2009, thị trường thẻ ngân hàng Việt Nam đã có hơn 17 triệu thẻ đang lưu hành với 176 thương hiệu thẻ do 41 tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán phát hành. Hiện nay, đa số thẻ rút tiền tự động (ATM) tại Việt Nam đều áp dụng công nghệ từ tính, chỉ có một số ngân hàng đi sau hoặc các loại thẻ thế hệ sau mới áp dụng công nghệ chip.

Thẻ chip theo chuẩn EMV là chuẩn thẻ thanh toán thông minh, do 3 liên minh thẻ lớn nhất thế giới gồm Europay, Master Card và Visa đưa ra, được kỳ vọng mang lại nhiều lợi ích hơn cho người sử dụng. Các liên minh này đã khuyến cáo các nước về việc cần thiết phải chuyển đổi từ thẻ từ có tính bảo mật thấp sang thẻ chip có tính bảo mật cao hơn rất nhiều.

Trên thị trường hiện cũng đã có một số ngân hàng chuyển đổi thẻ từ sang thẻ chip để phát triển thêm các sản phẩm tiện ích, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh, nâng tầm thương hiệu. Chẳng hạn, Vietcombank là một trong số những ngân hàng

đã chuyển sang thẻ chip theo chuẩn EMV của thẻ quốc tế thành công. Tuy nhiên, việc chuyển sang thẻ chip đòi hỏi phải có thời gian và tốn kém nhiều chi phí đầu tư đồng bộ. [41]

3.3.7. Đào tạo phát triển nguồn nhân lực

- Không ngừng đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn, tính chuyên nghiệp cũng như trách nhiệm, đạo đức nghề nghiệp của đội ngũ cán bộ ngân hàng. Ngoài ra, còn cần bồi dưỡng cho cán bộ tài chính - ngân hàng công nghệ quản lý kinh doanh hiện đại, năng lực đổi mới và nâng cao hiệu quả công tác quản trị ngân hàng, tư vấn tái cơ cấu tổ chức ngân hàng, quy trình quản trị kinh doanh và hệ thống kiểm soát nội bộ.

- Đa dạng hóa các kênh và phương thức đào tạo. Tăng cường tài trợ, hợp tác giữa các trường đại học, các cơ sở nghiên cứu trong và ngoài nước với các bộ, ngành trung ương và địa phương.

- Khuyến khích thu hút và trọng dụng các chuyên gia ngân hàng trình độ cao từ các tổ chức, quốc gia trong khu vực và thế giới vào làm việc tại Việt Nam.

- Xây dựng trên địa bàn thủ đô và một số đô thị lớn một số trung tâm đào tạo tài chính - ngân hàng đạt trình độ khu vực về chương trình và công nghệ giảng dạy. Chuẩn hóa trình độ cán bộ, nhân viên tài chính - ngân hàng theo chuẩn mực quốc tế. [31]

3.3.8. Tăng cường liên kết, hợp tác trong nước

3.3.8.1. Hợp tác phát triển – đầu tư

Trong thời hậu khủng hoảng, các ngân hàng TMCP Việt Nam có thể tìm cách nâng cao năng lực cạnh tranh, nâng cao năng lực tài chính, bằng cách hợp tác phát triển và đầu tư giữa ngân hàng với ngân hàng, giữa ngân hàng với các công ty - tập đoàn kinh tế.

Các hình thức liên kết và hợp tác phổ biến là: đồng tài trợ cho các dự án vốn lớn, đồng bảo lãnh cho các hợp đồng có giá trị cao, đòi hỏi phát hành thư tín dụng có thời hạn dài hoặc tỷ lệ ký quỹ thấp, hợp tác tái tài trợ cho các hạng mục đầu tư theo vốn ngân sách và có tỷ suất sinh lời thấp, theo mục tiêu kinh tế - xã hội nhất định, v.v...

3.3.8.2. Liên kết ngân hàng – bảo hiểm

Cạnh tranh trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng dự báo sẽ ngày càng khốc liệt khi có sự góp mặt của các định chế tài chính nước ngoài. Để không thua trên sân nhà, đồng thời cung cấp những dịch vụ hiện đại mang lại lợi ích tối đa cho khách hàng, các ngân hàng Việt Nam nên đẩy mạnh hơn nữa hợp tác liên kết, nhất là với các công ty bảo hiểm với mục tiêu tăng cường sức mạnh và đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ, nhân đôi sự tiện lợi cho khách hàng. Liên kết của các ngân hàng với các công ty bảo hiểm để tận dụng lợi thế của nhau trong việc bán chéo sản phẩm, cũng như phát triển các sản phẩm liên kết ngân hàng – bảo hiểm (Bancassurance).

Theo nhận định các chuyên gia kinh tế, nếu khai thác tốt các sản phẩm Bancassurance sẽ mang lại giá trị lợi nhuận kinh tế lớn. Để phát huy những ưu điểm, đồng thời khắc phục những hạn chế, các ngân hàng có thể triển khai dưới nhiều hình thức khác nhau với nhiều công ty bảo hiểm tùy vào điều kiện cụ thể của ngân hàng. Đồng thời các ngân hàng cần phải thường xuyên đánh giá hiệu quả để có các giải pháp kịp thời nâng cao hiệu quả sản phẩm. [43]

3.3.9. Liên doanh, liên kết với các ngân hàng nước ngoài

Trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế toàn cầu, các ngân hàng có thể nghiên cứu một số giải pháp liên doanh, liên kết với các đối tác nước ngoài để cấu trúc lại, nhằm thích ứng với tình hình mới – hậu khủng hoảng hoặc tránh bị phá sản trong điều kiện kinh doanh khắc nghiệt.

Những hình thức liên doanh, liên kết phổ biến thường là: mua bán nợ, nhượng quyền thương mại (Franchising), sáp nhập và hợp nhất (Mergers and

Acquisitions: M & A), chuyển nhượng cổ phần để ngân hàng nước ngoài trở thành cổ đông chiến lược, hợp tác đào tạo và chuyển giao công nghệ mới, liên doanh – liên kết trong việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng hiện đại, v.v...

Trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế, Việt Nam đã có những giao dịch sáp nhập và hợp nhất (M&A) đáng chú ý trong ngành ngân hàng như: tháng 8/2008, Societe Generale (Pháp) đã mua 15% cổ phần của Ngân hàng TMCP Đông Nam Á (SeaBank), trong tương lai Societe Generale có thể tăng việc nắm giữ cổ phần lên 20%. Tập đoàn Ngân hàng Hồng Kông - Thượng Hải (HSBC) đã trở thành ngân hàng nước ngoài đầu tiên tại Việt Nam khi nắm giữ 20% cổ phần của Ngân hàng TMCP Kỹ thương (Techcombank). Tháng 10/2008, Ngân hàng United Overseas (UOB) đã tăng tỷ lệ nắm giữ cổ phần tại Ngân hàng TMCP Phương Nam từ 10% lên 15%. Một sự kiện nữa là Deutsche Bank có thể sẽ sớm tăng tỷ lệ sở hữu tại Ngân hàng TMCP Nhà Hà Nội (Habubank) từ 10% lên 15%. Như vậy, tính đến hết tháng 7/2009 đã có 10 ngân hàng TMCP Việt Nam bán cổ phần cho các ngân hàng nước ngoài. [7, 8, 30]

3.3.10. Xây dựng chiến lược kinh doanh trong dài hạn

i. Chiến lược phát triển lấy con người làm trọng tâm

Để cung cấp dịch vụ tài chính chất lượng cao, hầu hết các ngân hàng TMCP trong nước đều tập trung vào phát triển nguồn nhân lực một cách hiệu quả nhất. Thậm chí, nhiều ngân hàng TMCP khi mới thành lập đã đặt ra mục tiêu phát triển là vấn đề nguồn lực. Thành công cũng nhờ nguồn lực nên những ngân hàng này cũng rất tự hào về nguồn lực đã có. Tuy nhiên, vấn đề trăn trở nhất đối với một bộ phận những nhà quản trị xuất sắc, là trong vòng 5 – 10 năm nữa phải đưa ngân hàng TMCP của mình lên vị thế cao hơn, do đó cần phải có nguồn lực tốt về trí tuệ và tâm huyết. Ngoài chất lượng nguồn nhân lực, các nhà quản trị ngân hàng cũng phải chú ý đến sự hài hòa hoá giữa lợi ích của cổ đông và người lao động.

ii. Chiến lược về lợi nhuận

Trong điều kiện nền kinh tế đang gặp khó khăn như hiện nay, sự chênh lệch quá lớn giữa lợi nhuận của các ngân hàng thương mại so với các lĩnh vực kinh doanh khác là không phù hợp và không nhận được sự đồng thuận từ dư luận xã hội, cho dù việc tăng lợi nhuận là cần thiết để ổn định, phát triển hoạt động. Do đó, mỗi một ngân hàng TMCP nên xây dựng cho mình một kế hoạch lợi nhuận riêng, phù hợp với tình hình kinh tế - xã hội và mục đích chung của các cổ đông.

iii. Chiến lược quản lý nợ xấu

Trước đây, các nhà quản trị ngân hàng thường nghĩ: nợ xấu đồng nghĩa với rắc rối và thiệt hại. Tuy nhiên, cùng với cuộc đại suy thoái kinh tế toàn cầu, nợ xấu đã xuất hiện ngày càng phổ biến. Do đó, thay vì tìm cách tránh và giảm tỷ lệ nợ xấu xuống một cách tuyệt đối, các nhà quản trị ngân hàng nên tìm cách kiếm lợi từ những khoản nợ xấu đó.

Mỗi khoản nợ xấu sẽ có những biện pháp giải quyết khác nhau, nhưng các chuyên gia ngân hàng đều có quan điểm chung: không bỏ mặc khách hàng và thực hiện các giải pháp nhanh nhất có thể. Thậm chí, một trong những giải pháp giúp doanh nghiệp (cũng chính là giúp ngân hàng) cần tính đến là khả năng kiếm được lợi nhuận từ các khoản nợ xấu đó. Một trong những cách làm là giúp doanh nghiệp cơ cấu lại (bao gồm thanh lý một số tài sản để trả nợ); chuyển khoản nợ vay thành vốn cổ phần trong doanh nghiệp. Khi đó ngân hàng sẽ có thành viên trong hội đồng tư vấn của doanh nghiệp. Trong trường hợp doanh nghiệp được mua lại hay bán cổ phần cho nhà đầu tư chiến lược thì ngân hàng sẽ được hưởng khoản phí chuyển nhượng nhất định. Không những thế ngân hàng có cơ hội thu được lợi nhuận lớn hơn khi cổ phiếu của doanh nghiệp đó lên giá sau khi được cơ cấu lại.

Tuy nhiên, ngân hàng cũng không nên can thiệp quá sâu vào doanh nghiệp vì chức năng chính của ngân hàng vẫn là đi vay để cho vay. Hơn nữa, lợi nhuận luôn đồng hành và tỷ lệ thuận với rủi ro.

iv. Chiến lược tìm nguồn vốn vay ưu đãi

Về yêu cầu, trước khi ký kết hợp đồng vay vốn tổ chức tín dụng hay định chế tài chính quốc tế, các ngân hàng TMCP phải trải qua quá trình thương thảo rất chặt chẽ, bởi đây là khoản vay tín chấp, nên tất cả các điều khoản trong hợp đồng hoàn toàn dựa trên chiến lược kinh doanh, tình hình tài chính, khả năng quản trị và hệ số tín nhiệm của chính ngân hàng. Ngoài ra, ngân hàng trong nước còn phải đáp ứng được những chuẩn mực quốc tế mà phía đối tác nước ngoài yêu cầu như: phải có báo cáo kiểm toán, minh bạch thông tin, chiến lược rõ ràng, khả năng quản trị rủi ro, tiềm năng phát triển lớn và cam kết sử dụng đúng mục đích số vốn vay (lượn chứng kinh tế kỹ thuật hoặc phương án kinh doanh khả thi, giúp doanh nghiệp hiện đại hóa thiết bị, nhà xưởng, duy trì, mở rộng hoạt động kinh doanh, qua đó tạo thêm nhiều công ăn việc làm...).

Có thể nói, việc tìm kiếm nguồn vốn với giá hợp lý từ các định chế tài chính quốc tế sẽ là hướng đi mới của nhiều ngân hàng TMCP để huy động vốn trung và dài hạn trong tương lai. [7, 19, 41]

3.4. Kiến nghị

3.4.1. Về phía Ngân hàng Nhà nước

Nhìn chung, khi xem xét đề nghị mở chi nhánh của các ngân hàng thương mại, Ngân hàng Nhà nước cần cân nhắc mức độ cần thiết thực tế tại các tỉnh, thành phố, vùng miền. Ngân hàng Nhà nước nên xem xét đánh giá số lượng mạng lưới chi nhánh của các hệ thống ngân hàng thương mại để đảm bảo sự cân đối cần thiết. Ngân hàng Nhà nước không nên hạn chế việc mở chi nhánh một cách cứng nhắc, mà nên xem xét thật khách quan.

Về việc mở rộng nội dung, điều kiện hoạt động cho các công ty tài chính, do công ty tài chính và ngân hàng thương mại là 2 loại hình định chế tài chính khác nhau, vì vậy, 2 loại hình này có những chức năng và phạm vi hoạt động khác nhau. Việc đề nghị cho công ty tài chính được thực hiện một số nghiệp vụ ngân hàng là không phù hợp với quy định của pháp luật hiện hành.

Về vấn đề sáp nhập và hợp nhất (M&A) các ngân hàng, do đặc thù thị trường tài chính - ngân hàng Việt Nam còn quá non trẻ và rất tiềm năng, trong khi đó, cho đến nay khung pháp lý cho hoạt động M&A ngân hàng tại Việt Nam mới chỉ được Ngân hàng Nhà nước dự thảo dưới hình thức Thông tư hướng dẫn việc sáp nhập, hợp nhất các tổ chức tín dụng trên cơ sở kế thừa Quyết định 241/1998/QĐ-NHNN. Do đó, trong thời gian tới, Ngân hàng Nhà nước cần nghiên cứu, đề tư vấn cho Chính phủ, nhằm sớm ban hành Bộ Luật có liên quan đến M&A. [41]

3.4.2. Về phía Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam

Thời gian qua, Hiệp hội Ngân hàng đã phát huy tốt vai trò của Hiệp hội nghề nghiệp. Tuy nhiên, để nâng cao hơn nữa vai trò của mình trong bối cảnh thị trường tiền tệ và hoạt động ngân hàng có nhiều biến động phức tạp, Hiệp hội Ngân hàng cần đảm bảo sự liên kết chặt chẽ hơn giữa các hội viên; xác định, nâng cao ý thức trách nhiệm cộng đồng cho các hội viên và thông báo kịp thời cho các hội viên khi

có những dấu hiệu làm ảnh hưởng đến lợi ích cộng đồng; tạo sự đồng thuận cao, cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng không vì lợi ích cục bộ của mỗi hội viên mà làm phương hại đến uy tín của ngành ngân hàng nói chung. [41]

3.4.3. Về phía chính bản thân các ngân hàng TMCP Việt Nam

Nền kinh tế Việt Nam trong nửa đầu năm 2009 đã có những dấu hiệu phục hồi nhất định, tuy nhiên, tình hình kinh doanh chung của hệ thống ngân hàng TMCP Việt Nam vẫn còn nhiều khó khăn, biến động khôn lường. Do đó, vấn đề cấp bách để nâng cao năng lực cạnh tranh trong thời hậu khủng hoảng là: các ngân hàng TMCP phải xác định được nhiệm vụ trọng tâm trong giai đoạn 2009 – 2010 vẫn là củng cố chất lượng tín dụng, kiểm soát chặt các khoản vay mới (nhất là đối với những khoản vay hỗ trợ lãi suất của Chính phủ), tích cực xử lý nợ xấu, phát triển các hoạt động dịch vụ để tăng các khoản thu ngoài lãi từ hoạt động tín dụng cơ bản, trong đó ưu tiên phát triển các loại hình dịch vụ ngân hàng giá trị gia tăng (nguồn vốn, thanh toán quốc tế, tài trợ thương mại, v.v...), nhằm thoả mãn nhu cầu đa dạng của mọi đối tượng khách hàng.

Bên cạnh đó, có một số điều cần rút ra sau ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế thế giới. Trước hết, các ngân hàng TMCP cần xây dựng hệ thống dự báo rủi ro, đặc biệt chú ý đến hệ thống quản trị rủi ro thị trường và quản trị rủi ro điều hành. Thứ hai, các ngân hàng có thể mở rộng mối quan hệ liên kết, hợp tác với các đối tác để đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ. Thứ ba, các ngân hàng không nên đặt mục tiêu cao trong giai đoạn khủng hoảng, mà chỉ nên đưa ra mục tiêu vừa phải, và tập trung vào việc củng cố hoạt động để phát triển bền vững. [19, 41]

KẾT LUẬN

Dù không chịu tác động trực tiếp, nhưng hệ thống tài chính – ngân hàng Việt Nam nói riêng và các ngân hàng TMCP nói riêng vẫn bị ảnh hưởng nhất định từ cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu. Trong bối cảnh đó, những ngân hàng này cần phải thận trọng hơn trong hoạt động. Hơn lúc nào hết, nâng cao năng lực cạnh tranh trong việc lập kế hoạch và quản trị rủi ro là những việc cần làm ngay đối với ngân hàng để chống khủng hoảng và suy thoái kinh tế. Coi trọng công tác cảnh báo sớm sẽ giúp ngân hàng đảm bảo an toàn cho chính mình và cho hệ thống.

Dự báo kinh tế Việt Nam trong những tháng cuối năm vẫn còn nhiều khó khăn từ cả bên ngoài lẫn những khó khăn nội tại của nền kinh tế. Về điều hành chính sách tiền tệ, Ngân hàng Nhà nước tiếp tục ổn định lãi suất cơ bản và mặt bằng lãi suất thị trường, kiểm soát chặt chẽ lượng tiền cung ứng, điều hành tỷ giá theo hướng ổn định và có những giải pháp thích hợp khi có những biến động của nền kinh tế trong nước và tác động của giá cả, tài chính thế giới; tiếp tục thực hiện các chính sách, giải pháp kích cầu cho vay hỗ trợ lãi suất của Chính phủ đi đôi với bảo đảm an toàn hoạt động của hệ thống ngân hàng nhằm đảm bảo khả năng thanh khoản và ổn định thị trường tiền tệ, góp phần thực hiện mục tiêu duy trì tốc độ tăng trưởng GDP từ 5% trở lên và kiểm soát tốc độ tăng CPI dưới 10%.

Trước tình hình chung đó, các ngân hàng TMCP cần có những biện pháp củng cố hoạt động hướng đến mục tiêu an toàn và hiệu quả, đặc biệt, cần củng cố năng lực cạnh tranh trong việc quản trị rủi ro hệ thống. Theo đó, về quản trị rủi ro tín dụng, thời gian tới các ngân hàng cần tập trung xử lý những rủi ro tiềm ẩn của hoạt động cho vay đầu tư vào chứng khoán và bất động sản. Để hạn chế rủi ro thanh khoản, các ngân hàng cần tập trung hoàn thiện kịch bản dự báo nhu cầu thanh khoản của ngân hàng, qua đó giúp các ngân hàng nâng cao khả năng chủ động dự đoán cung – cầu thanh khoản trong các tình huống xấu. Để quản trị rủi ro tác nghiệp trong phát triển các sản phẩm tài chính ngân hàng mới, các ngân hàng cần xác định và đánh giá được các rủi ro tác nghiệp tiềm ẩn trong mỗi sản phẩm, hoạt động, quy

trình, hệ thống của các sản phẩm mới. Ngoài ra, các ngân hàng TMCP, đặc biệt là các ngân hàng nhỏ hoặc mới thành lập, cần đặc biệt lưu ý việc dự báo và lập kế hoạch dự phòng trước rủi ro lãi suất và tỷ giá. Điều này cũng liên quan đến vấn đề quản trị đủ vốn tự có. Vốn tự có sẽ phải được tính toán không chỉ là "tầm đệm" cho rủi ro tín dụng mà còn phải là tầm đệm cho cả rủi ro thị trường như lãi suất, tỷ giá.

Với một số giải pháp nêu trong chương III, tác giả đã có những đề xuất và kiến nghị cụ thể, hy vọng luận văn sẽ có những đóng góp nhất định, nhằm giúp các ngân hàng TMCP Việt Nam cụ thể hoá việc nâng cao năng lực cạnh tranh của mình trong thời hậu khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu.

Tuy nhiên, do phương pháp nghiên cứu khoa học chủ yếu là tư duy biện chứng, phân tích và tổng hợp, cũng như việc thu thập thông tin, từ những nguồn số liệu thứ cấp, từ tài liệu tham khảo và từ các nguồn báo đài một cách gián tiếp, nên chắc chắn luận văn không thể tránh khỏi những sai sót mang tính chủ quan và hệ thống. Vì vậy, tác giả hy vọng nhận được mọi sự đóng góp quý báu của thầy cô và độc giả để có thể rút kinh nghiệm trong những công trình nghiên cứu khoa học ở cấp cao hơn.

Nhân đây, tác giả cũng chân thành cảm ơn sự giúp đỡ nhiệt tình và quý báu của thầy giáo hướng dẫn, PGS, TS Nguyễn Hữu Khải, các thầy cô trong Khoa Sau Đại học - Trường Đại học Ngoại thương Hà Nội, trong quá trình hoàn thành luận văn thạc sĩ này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. An Hạ (2009), "Kết quả kinh doanh các ngân hàng khá khả quan", *Nguồn website: http://www.tin247.com/ket_qua_kinh_doanh_cac_ngan_hang_kha_kha_quan-3-21427012.html*.
2. Ban biên tập Báo ASSSET.vn (2009), "Kết quả kinh doanh các ngân hàng - không như những gì người ta nghĩ", *Website: <http://taichinh.saga.vn/congty/vanhanhkinhdoanh/ketquakinhdoanh/13678.asset>*.
3. Ban biên tập Báo Đầu tư Tài chính (2009), "Mở rộng thị phần ngân hàng thương mại: Nhỏ tăng tốc, lớn củng cố", *Nguồn website: <http://www.taichinhdientu.vn/Home/Mo-rong-thi-phan-ngan-hang-thuong-mai-Nho-tang-toc-lon-cung-co/200910/65717.dfis>*.
4. Ban biên tập Báo Hà Nội Mới (2007), "Làn sóng cạnh tranh dịch vụ ngân hàng", *Nguồn website: http://tintuc.xalo.vn/04445830054/lan_song_canh_tranh_dich_vu_ngan_hang.html*.
5. Ban biên tập Báo Hà Nội Mới (2008), "Cuộc chiến giành thị phần của các ngân hàng ngoại", *Nguồn website: <http://www6.vnmedia.vn/newsdetail.asp?newsid=143867&catid=25>*.
6. Ban biên tập Báo TapChiKeToan.com (2007), "Ngân hàng thương mại Việt Nam: Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức", *Nguồn website: <http://www.tapchiketoan.com/ngan-hang-tai-chinh/ngan-hang-thuong-mai/ngan-hang-thuong-mai-viet-nam-diem-manh-diem-yeu-co-hoi-va-thach-8.html>*.
7. Ban biên tập Báo Thesaigontimes.vn (2008), "Xu hướng ngân hàng trong khủng hoảng", *Nguồn website: <http://vietchinabusiness.vn/kinh-doanh/thng-mi/1115-xu-huong-ngan-hang-trong-thoi-khung-hoang.html>*.
8. Ban biên tập Báo Thông tấn xã Việt Nam (2009), "Ngân hàng nội sống khỏe bất chấp khủng hoảng", *Nguồn website: <http://www.vise.com.vn/Thongtinthitruong/Tintuc/Chitietintucchung/tabid/8552/ArticleID/99835/tid/8545/Default.aspx>*.
9. Ban biên tập Báo Tổ quốc (2008), "Ngân hàng Việt Nam: Chưa mặn mà xây dựng thương hiệu", *Nguồn website: <http://www.ebrandium.com/tin-tuc/thuong-hieu-marketing/ngan-hang-vn-chua-man-ma-xay-dung-thuong-hieu.html>*.
10. Ban biên tập Báo Xaluan.com (2008), "Tin dụng gặp khó, ngân hàng sống sao?", *Nguồn website: <http://www.xaluan.com/modules.php?name=News&file=article&sid=71457>*.
11. Ban biên tập Báo Xaluan.com (2009), "Cơ cấu lại nợ: Một số vấn đề cần quan tâm", *Báo điện tử Xã luận: <http://www.xaluan.com/modules.php?name=News&file=article&sid=118020>*.
12. Ban biên tập Thời báo Kinh tế (2009), "Mở rộng hỗ trợ lãi suất 4% cho các khoản vay trung và dài hạn", *Nguồn website: <http://atpvietnam.com/vn/thongtinnganh/28600/index.aspx>*.
13. Ban biên tập Thời báo Tài chính số 83 (2009), "Ủy ban Chứng khoán Nhà nước: Quyết liệt chỉ đạo, điều hành nhằm bình ổn và phát triển TTCK", *Nguồn website: <http://mof.gov.vn/Default.aspx?tabid=612&ItemID=61599>*.
14. Bộ Công thương, Trường Đào tạo, bồi dưỡng cán bộ công thương trung ương (2009), *Tài liệu bồi dưỡng về hội nhập kinh tế quốc tế: - Nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế. Hà nội.*

15. Các báo cáo tài chính năm 2007-2008 của một số ngân hàng: ACB, HDB, MBB, NAV, SCB, SEA, VCB, SHB.
16. Đ.Hào (2009), "Mừng - lo cổ phiếu ngân hàng", *Nguồn website: <http://ddd.com.vn/20090423095429467cat106/mung-lo-co-phieu-ngan-hang.htm>*.
17. Đặng Lê Quốc Hoàng (2008), "Tình hình ngân hàng năm 2008 và dự báo 2009", *Nguồn website: <http://www.saga.vn/view.aspx?id=14117>*.
18. Giang Oanh (2009), "Nới rộng biên độ tỷ giá: Thêm tính linh hoạt cho nền kinh tế", *Nguồn website: http://www.binhduong.gov.vn/vn/news_detail.php?id=1361&idcat=17&idcat2=9*.
19. Hữu Thọ (2009), "5 điểm nhấn ngành ngân hàng năm 2009", *Báo điện tử Việt Báo: <http://vietbao.vn/Kinh-te/5-diem-nhan-nganh-ngan-hang-nam-2009/65185331/91/>*.
20. K.A.L, Báo Cafef.vn (2009), "Cổ phiếu ngân hàng: Những trụ cột của thị trường", *Nguồn website: <http://cafef.vn/vcb-STB-ACB-SHB--22476/co-phieu-ngan-hang-nhung-tru-cot-cua-thi-truong.chn>*.
21. K.V, Báo Sggt.com.vn (2008), "Đánh giá các nhóm sản phẩm dịch vụ ngân hàng", *Báo điện tử Sài Gòn tiếp thị: <http://www.sggt.com.vn/detail27.aspx?newsid=37129&fld=HTMG/2008/0708/37129>*.
22. Lan Hương (2009), "FDI vào châu Á đã và đang chậm lại", *Báo điện tử Dân trí: <http://dantri.com.vn/c76/s76-350896/fdi-vao-chau-a-da-va-dang-cham-lai.htm>*.
23. Lê Châu (2009), "Bài toán lãi suất đang là vấn đề khó giải quyết nhất", *Báo điện tử Thời báo Kinh tế Việt Nam: <http://www.vneconomy.vn/20090916101926311P0C6/bai-toan-lai-suat-dang-la-van-de-kho-giai-quyet-nhat.htm>*.
24. Lê Văn Huy, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng (2009), "Sử dụng chỉ số hài lòng của khách hàng trong hoạch định chiến lược kinh doanh ngân hàng: Cách tiếp cận mô hình lý thuyết". Tp. Đà Nẵng.
25. Luca Silipo, Võ Trí Thành, Quách Mạnh Hào (2009), *Hội thảo Khủng hoảng tài chính toàn cầu và tác động tới các nền kinh tế khu vực châu Á*. Ngân hàng TMCP Quân đội. Hà Nội.
26. Minh Tuấn (2009), "Giải mã lợi nhuận của các ngân hàng", *Báo điện tử Dân trí: <http://dantri.com.vn/c76/s76-335795/giai-ma-loi-nhuan-cua-cac-ngan-hang.htm>*.
27. Nghị định 59/2009/NĐ-CP (2009), "Tổ chức và hoạt động của Ngân hàng thương mại", *Nguồn website: <http://www.mediafire.com/?sharekey=45ca4cf287947f58d8f14848abf485dde04e75f6e8ebb871>*.
28. Nguyễn Chí Trung (2006), "Nâng cao chất lượng dịch vụ Ngân hàng trong xu thế hội nhập", *Website Ngân hàng Nhà nước: <http://www.sbv.gov.vn/vn/CdeCNTT/tinCdeCnnt.jsp?tin=316>*.
29. Nguyễn Hà (2007), "Thị phần ngân hàng: Cổ phần vượt quốc doanh", *Thời báo kinh tế điện tử: <http://www.vneconomy.vn/63569P6C602/thi-phan-ngan-hang-co-phan-vuot-quoc-doanh.htm>*.
30. Nguyễn Hùng Mạnh (2009), "Tăng trưởng ngành ngân hàng là một viễn cảnh lạc quan", *Nguồn website: <http://www.infotv.vn/ngan-hang-tai-chinh/tin-tuc/37794-tang-truong-nganh-ngan-hang-la-mot-vien-canh-lac-quan>*.
31. Nguyễn Thị Minh Hạnh (2009), "Phát triển nhân lực ngành tài chính - ngân hàng", *Nguồn website: <http://www.thesaigontimes.vn/Home/taichinh/nganhhang/18522/>*.
32. Nhật Minh (2009), "Kinh tế toàn cầu trong một năm tồi tệ", *Báo Tin nhanh điện tử: <http://www.vnexpress.net/GL/Kinh-doanh/Quoc-te/2009/09/3BA13495/>*.

33. P.Lan (2009), "Nhu cầu vay vàng đang nóng lên", *Báo Diễn đàn doanh nghiệp số 45 ra ngày 3/6/2009*. Hà Nội.
34. Phạm Huyền (2009), "Tôi thuộc nhóm ủng hộ gói kích cầu thứ 2", *Báo điện tử Vietnamnet*: <http://www.vietnamnet.vn/kinhte/chinhhsach/2009/08/866087/>.
35. Phạm Tuyên (2009), "Cơ cấu lại nền kinh tế, không thể làm trong một năm", *Báo điện tử Tiền phong online*: <http://www.tienphong.vn/Tianyong/Index.aspx?ArticleID=169624&ChannelID=3>.
36. Phan Thị Thu Hà, Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2009), *Quản trị ngân hàng thương mại*. NXB Giao thông vận tải. Tp. Hồ Chí Minh.
37. Quyết định 131/QĐ-TTg (2009), "Nhà nước hỗ trợ mức lãi suất 4%/năm cho khách hàng vay vốn ngân hàng", *Website Ngân hàng Nhà nước*: <http://www.sbv.gov.vn/vn/home/tinHDNH.jsp?tin=4199>.
38. Rene T. Domingo (2006), "Quản lý chất lượng toàn diện trong lĩnh vực ngân hàng", *Nguồn website*: <http://tailieu.vn/xem-tai-lieu/quan-ly-chat-luong-toan-dien-trong-linh-vuc-ngan-hang.3326.html>.
39. Thanh Hà (2009), "Khủng hoảng về lao động chưa chấm dứt", *Nguồn website*: http://www.rfi.fr/actuvi/articles/117/article_5043.asp.
40. Thiên An (2009), "Ngân hàng CP sẽ buộc phải có thành viên HĐQT độc lập", *Nguồn website*: <http://news.sanotc.com/Print.aspx?hl=vi&item=344181>.
41. *Thời báo Ngân hàng các số: 139 ra ngày 31-8-2009, 138 ra ngày 29-8-2009, 137 ra ngày 28-8-2009, 135 ra ngày 24-8-2009, 135 ra ngày 24-8-2009, 134 ra ngày 22-8-2009, 134 ra ngày 22-8-2009, 132 ra ngày 19-8-2009, 128 ra ngày 12-8-2009, 128 ra ngày 12-8-2009, 130+131 ra ngày 15-8-2009, 124 ra ngày 5-8-2009, 125 ra ngày 7-8-2009, 121 ra ngày 31-7-2009, 118 ra ngày 25-7-2009, 115 ra ngày 20-7-2009, 116 ra ngày 22-7-2009, 140 ra ngày 2-9-2009, 140 ra ngày 2-9-2009, 112 ra ngày 15-7-2009, 106 ra ngày 4-7-2009, 102 ra ngày 27-6-2009, 99 ra ngày 22-6-2009, 75 ra ngày 11-5-2009, 61 ra ngày 17-4-2009, 101 ra ngày 26-6-2009, 104 ra ngày 1-7-2009, 166 ra ngày 17-10-2009*. Hà Nội.
42. Tòa soạn Thời báo Kinh tế Việt Nam (2009), "Ảnh hưởng khủng hoảng tài chính đến Việt Nam: Được và mất", *Website*: <http://vneconomy.vn/20081016011018103P0C6/anh-huong-khung-hoang-tai-chinh-den-viet-nam-duoc-va-mat.htm>.
43. Trần Huy Hoàng (2008), "Vận dụng mô hình Bancassurance vào thị trường bảo hiểm ở Việt Nam", *Tạp chí Phát triển kinh tế số 213 phát hành tháng 7/2008*.
44. Trần Văn Thọ, Trần Lê Anh (2008), "Khủng hoảng tài chính Mỹ và những ảnh hưởng", *Nguồn website*: http://tintuc.xalo.vn/04817651943/1956249994XLkhung_hoang_tai_chinh_my_va_nhung_anh_huong.html.
45. Vũ Minh (2008), "Gói kích cầu sẽ hỗ trợ 4% lãi suất cho vay", *Nguồn website*: <http://tinmoi.info/index.php/kinhdoanh/ldquo-goi-kich-cau-rdquo-se-ho-tro-4-lai-suat-cho-vay/75949.sn>.

PHỤ LỤC 1.1

Danh sách ngân hàng tại Việt Nam (*Nguồn: Website Ngân hàng Nhà nước Việt Nam: <http://www.sbv.gov.vn/vn/home/htTCTD.jsp>)

Danh sách bao gồm các ngân hàng thương mại nhà nước, ngân hàng thương mại cổ phần, ngân hàng liên doanh, chi nhánh ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam và ngân hàng 100% vốn nước ngoài tại Việt Nam.

Ngân hàng Chính sách - Phát triển (Thương mại Nhà Nước)

STT	Tên ngân hàng	Vốn điều lệ tỷ đồng	Tên giao dịch tiếng Anh, tên viết tắt	website
1	Ngân hàng Chính sách xã hội Việt Nam	15000	VBSP	http://www.vbsp.org.vn/
2	Ngân hàng Phát triển Việt Nam	10000	VDB	http://www.vdb.gov.vn/ (IT Forum http://vdbank.net)
3	Ngân hàng Đầu tư & Phát triển Việt Nam		BIDV	http://www.bidv.com.vn/
4	Ngân hàng Phát triển nhà ĐBSCL		MHB	http://www.mhb.com.vn/
5	Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam		Agribank	http://www.vbard.com/

Hệ thống Quỹ tín dụng nhân dân Việt Nam

STT	Tên ngân hàng	Vốn điều lệ tỷ đồng	Tên giao dịch tiếng Anh, tên viết tắt	website
1	Quỹ Tín dụng Nhân dân Trung ương	1.112	CCF	

Ngân hàng thương mại cổ phần đô thị

STT	Tên ngân hàng	Vốn điều lệ tỷ đồng	Tên giao dịch tiếng Anh, tên viết tắt	website
1	Ngân hàng Á Châu	7705	Asia Commercial Bank, ACB	http://www.acb.com.vn
2	Ngân hàng Đại Á	500	Dai A Bank	http://www.daiabank.com.vn
3	Ngân hàng Đông Á	2800	DongA Bank, DAB	http://www.dongabank.com.vn
4	Ngân hàng Đông Nam Á	4086	SeABank	http://www.seabank.com.vn
5	Ngân hàng Đại Dương	2000	Ocean Bank	http://www.oceanbank.vn
6	Ngân hàng Đệ Nhất	1000	FICOMBANK	http://www.ficombank.com.vn
7	Ngân hàng An Bình	2300	ABBank	http://www.abbank.vn
8	Ngân hàng Bắc Á	1000	NASBank, NASB	http://www.nasbank.com.vn
9	Ngân hàng Dầu khí Toàn Cầu	1000	GP.Bank	http://www.gpbank.com.vn
10	Ngân hàng Gia Định	1000	GiadinhBank	http://www.giadinhbank.com.vn
11	Ngân hàng Hàng hải Việt Nam	2250	Maritime Bank, MSB	http://www.msb.com.vn
12	Ngân hàng Kỹ Thương Việt Nam	3165	Techcombank	http://www.techcombank.com.vn/
13	Ngân hàng Kiên Long	1000	KienLongBank	http://www.kienlongbank.com/
14	Ngân hàng Nam Á	1200	Nam A Bank	http://www.nab.com.vn/
15	Ngân hàng Nam Việt	1000	NaViBank	http://www.navibank.com.vn/
16	Ngân hàng Các doanh nghiệp Ngoài quốc doanh	2117	VPBank	http://www.vpb.com.vn/
17	Ngân hàng Nhà Hà Nội	2000	Habubank, HBB	http://www.habubank.com.vn/
18	Ngân hàng Phát triển Nhà TPHCM	1500	HDBank	http://www.hdbank.com.vn/
19	Ngân hàng Phương Đông	1100	Oricombank, OCB	http://www.ocb.com.vn/
20	Ngân hàng Phương Nam	2300	Southern Bank, PNB	http://www.southernbank.com.vn/
21	Ngân hàng Quân Đội	3400	Military Bank, MB, MBBank	http://www.mcsb.com.vn
22	Ngân hàng Miền Tây	1000	Western Bank	http://www.westernbank.vn
23	Ngân hàng Quốc tế	2000	VIBBank, VIB	http://www.vib.com.vn
24	Ngân hàng TMCP Sài Gòn	1200	SCB	http://www.scb.com.vn/

25	Ngân hàng Sài Gòn Công Thương	1020	Saigonbank	http://www.saigonbank.com.vn/
26	Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín	5116	Sacombank, STB	http://www.sacombank.com/
27	Ngân hàng Sài Gòn-Hà Nội	2000	SHBank, SHB	http://shb.com.vn/
28	Ngân hàng Việt Nam Tín Nghĩa	1000	Vietnam Tin Nghia Bank	http://www.tinnghiabank.vn/
29	Ngân hàng Việt Á	1000	VietABank, VAB	http://www.vietabank.com.vn/
30	Ngân hàng Bảo Việt	1000	BaoVietBank, BVB	http://www.baovietbank.vn
31	Ngân hàng Việt Nam Thương tín	1000	VietBank	http://www.vietbank.com.vn
32	Ngân hàng Xăng dầu Petrolimex	1000	Petrolimex Group Bank, PG Bank	http://www.pgbank.com.vn
33	Ngân hàng Xuất nhập khẩu	8800	Eximbank, EIB	http://www.eximbank.com.vn
34	Ngân hàng Liên Việt	3650	LienVietBank	http://www.lienvietbank.net
35	Ngân hàng Tiên Phong	1000	TienPhongBank	http://www.tpb.com.vn
36	Ngân hàng TMCP Ngoại thương	12000	Vietcombank, VCB	http://www.vietcombank.com.vn
37	Ngân hàng Mỹ Xuyên	1000	MyXuyenBank, MXB	http://www.mxbank.com.vn/
38	Ngân hàng Đại Tín	504	TrustBank	http://www.trustbank.com.vn/
39	Ngân hàng Công Thương Việt Nam	11252	VietinBank	http://www.vietinbank.vn/

Ngân hàng 100% vốn đầu tư nước ngoài

STT	Tên ngân hàng	Vốn điều lệ tỷ VND	Tên giao dịch tiếng Anh, tên viết tắt	Trang chủ
1	Ngân hàng TNHH một thành viên HSBC Việt Nam	3000	HSBC	http://www.hsbc.com.vn
2	Ngân hàng TNHH một thành viên Standard Chartered Việt Nam	1000	Standard Chartered Bank (Vietnam) Limited, Standard Chartered	http://www.standardchartered.com/vn/
3	Ngân hàng TNHH một thành viên ANZ Việt Nam	1000	ANZ	http://www.anz.com/vietnam/vn/Personal/
4	Ngân hàng TNHH một thành viên Shinhan Việt Nam	1670	Shinhan Vietnam Bank Limited - SHBVN	
5	Ngân hàng TNHH một thành viên Hong Leong Việt Nam	1000	Hong Leong Bank Vietnam Limited - HLBVN	http://www.hlb.com.my/vn

Ngân hàng liên doanh tại Việt Nam

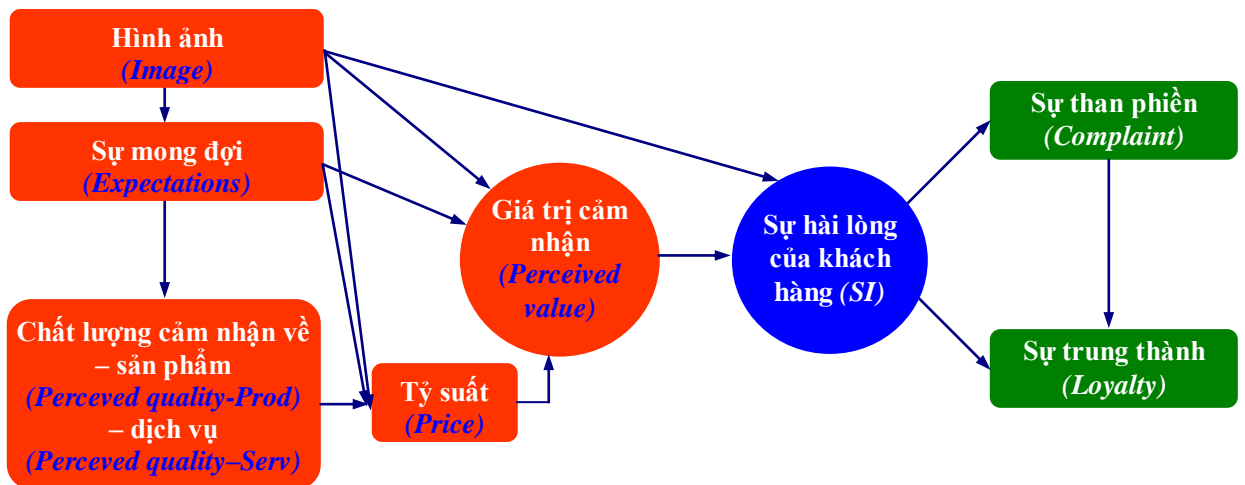
STT	Tên ngân hàng	Vốn điều lệ	Tên giao dịch tiếng Anh, tên viết tắt	Trang chủ
1	INDOVINA BANK LIMITED	100 triệu USD	IVB	http://www.indovinabank.com.vn/
2	VietNam-Russia Joint Venture Bank	62.5 triệu USD	VRB	http://www.vrbank.com.vn/
3	SHINHANVINA BANK	64 triệu USD	SVB	http://www.shinhanvina.com.vn/
4	VID PUBLIC BANK	62.5 triệu USD	VID PB	http://vidpublicbank.com.vn/
5	VINASIAM BANK	20 triệu USD	VSB	http://vsb.com.vn/

PHỤ LỤC 1.2

Mô hình lý thuyết về chỉ số hài lòng của khách hàng trong lĩnh vực ngân hàng (CSI: Customer Satisfaction Index)

Tại một số nước trên thế giới, các nhà nghiên cứu đã phát triển một mô hình về chỉ số hài lòng của khách hàng được ứng dụng chung cho hầu hết các doanh nghiệp hoặc các ngành. Trong điều kiện Việt Nam chưa phát triển mô hình này, trên cơ sở những kết quả nghiên cứu mô hình của các nước và thực tế của lĩnh vực ngân hàng tại Việt Nam, những yếu tố cụ thể (items) để đo lường các biến số được xem xét trong mô hình như sau:

Mô hình lý thuyết về chỉ số hài lòng khách hàng của các ngân hàng



- **Hình ảnh (Image):** Hình ảnh biểu hiện mối quan hệ giữa thương hiệu (nhãn hiệu) và sự liên tưởng của khách hàng đối với các thuộc tính của thương hiệu (nhãn hiệu). Biến số này được thể hiện bởi danh tiếng, uy tín, lòng tin của chính người tiêu dùng đối với thương hiệu. Các nghiên cứu thực tiễn đã khẳng định rằng, đây là nhân tố quan trọng và có tác động trực tiếp đến sự hài lòng của khách hàng. Đồng thời, nó cũng có mối quan hệ đồng biến (positive) đối với sự hài lòng và sự trung thành đối với sản phẩm hoặc thương hiệu. Trong lĩnh vực ngân hàng, hình ảnh đóng vai trò rất quan trọng trong việc quyết định nơi vay hoặc gửi tiền, đòi hỏi các ngân

hàng cần phải định vị và xây dựng hình ảnh của mình trên cơ sở những thuộc tính quan trọng nhằm thiết lập một sự cảm nhận tốt nhất đối với đối thủ cạnh tranh, giúp khách hàng dễ dàng nhận diện được thương hiệu.

- **Sự mong đợi (Expectations):** thể hiện mức độ chất lượng mà khách hàng mong đợi nhận được, các thông số đo lường sự mong đợi gắn liền với những thông số của hình ảnh và chất lượng cảm nhận của sản phẩm và dịch vụ. Đây là kết quả của kinh nghiệm tiêu dùng trước đó hoặc thông tin thông qua những kênh truyền thông đối với sản phẩm hoặc dịch vụ. Trong một số ngành, có thể, biến số này không có mối quan hệ với giá trị cảm nhận, kết quả này cũng được thể hiện trong nghiên cứu của Martensen và cộng sự (2000). Trên thực tế, mong đợi càng cao thì càng dễ có khả năng dẫn đến quyết định mua nhưng mong đợi càng cao thì khả năng ngân hàng thỏa mãn khách hàng đó càng khó.

- **Chất lượng cảm nhận (Perceived quality):** Có 2 loại chất lượng cảm nhận: (1) chất lượng cảm nhận sản phẩm (hữu hình): là sự đánh giá về tiêu dùng sản phẩm gần đây của khách hàng đối với sản phẩm và (2) chất lượng cảm nhận dịch vụ (vô hình) là sự đánh giá các dịch vụ liên quan như dịch vụ trong và sau khi bán, điều kiện cung ứng, giao hàng... của chính sản phẩm. Do vậy, cả hai được tạo thành bởi những thuộc tính quan trọng (important attributes) được kết tinh trong chính sản phẩm – dịch vụ. Với đặc thù vô hình, sản phẩm ngân hàng được xem xét trong trường hợp này là điều kiện cho vay, các điều kiện tín dụng, thời gian từ khi nộp hồ sơ vay đến khi được vay vốn, phong cách của nhà quản lý và các chuyên viên tư vấn, không khí tại quầy giao dịch, các cam kết sau khi vay và các điều kiện ràng buộc khác...

- **Giá trị cảm nhận (Perceived value):** Các nghiên cứu về lý thuyết cho thấy, sự hài lòng của khách hàng phụ thuộc vào giá trị cảm nhận của hàng hóa và dịch vụ. Giá trị là mức độ đánh giá / cảm nhận đối với chất lượng sản phẩm so với giá phải trả hoặc phương diện “giá trị không chỉ bằng tiền” mà khách hàng tiêu dùng sản phẩm đó. Theo Kotler (2003), giá trị dành cho khách hàng là chênh lệch giữa tổng giá trị mà khách hàng nhận được và tổng chi phí mà khách hàng phải trả về một sản

phẩm/dịch vụ nào đó. Đối với ngân hàng, đó là tổng số tiền phải trả (tiền lãi vay, các chi phí đi vay (kể cả chi phí chính thức và phi chính thức), những chi phí về thời gian, công sức và chi phí rủi ro khác so với giá trị dịch vụ (lợi ích hữu hình mang lại), giá trị tâm lí, niềm tin và giá trị nhân lực. Hiệu số giữa giá trị và chi phí bỏ ra chính là giá trị cảm nhận mà dịch vụ ngân hàng mang lại cho khách hàng.

- **Tỷ suất vay (cho vay):** Đây là biến số mới được đề nghị xem xét trong mô hình lý thuyết. Do đặc điểm biến động của thị trường tài chính Việt Nam và những đặc thù của văn hóa kinh doanh, giá cả sản phẩm hay tỉ suất tiền vay (tiền gửi) luôn được khách hàng so sánh, đánh giá giữa các ngân hàng. Tỉ suất của ngân hàng được xem như là yếu tố giá (price) đối với một sản phẩm và biến số này đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa hình ảnh, sự mong đợi và chất lượng cảm nhận với giá trị cảm nhận của khách hàng.

- **Sự trung thành (Loyalty):** là biến số cuối cùng trong mô hình và mang tính quyết định đến sự tồn vong của doanh nghiệp trong tương lai, nó được đo lường bởi ý định tiếp tục mua, lòng tin và sự giới thiệu với người khác về sản phẩm và dịch vụ mà họ đang dùng. Ngược lại với sự trung thành là sự than phiền khi khách hàng không hài lòng với sản phẩm dịch vụ so với những mong muốn của họ. Sự trung thành của khách hàng được xem như một tài sản của doanh nghiệp, vì vậy, các doanh nghiệp cần phải tạo ra sự hài lòng đối với khách hàng hàng nâng cao sự trung thành của họ đối với doanh nghiệp. [24]

PHỤ LỤC 1.3

Bảng 1.1: So sánh chỉ tiêu năng lực cạnh tranh tổng hợp của hai ngân hàng (số liệu chỉ mang tính chất tham khảo)

Tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh	Mức độ quan trọng của chỉ tiêu	MB		VP Bank	
		Xếp loại	Điểm số	Xếp loại	Điểm số
Tăng trưởng thị phần	0.20	1.5	0.30	1.2	0.24
Quy mô vốn chủ sở hữu	0.10	2.0	0.20	3.0	0.30
Hiệu quả hoạt động	0.25	4.0	1.00	3.0	0.75
Chất lượng sản phẩm, dịch vụ	0.15	2.0	0.30	2.0	0.30
Tốc độ đổi mới	0.05	2.0	0.10	4.0	0.20
Khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng	0.10	3.5	0.35	3.0	0.30
Khả năng thu hút các yếu tố đầu vào	0.10	4.0	0.40	3.0	0.30
Khả năng liên kết và hợp tác	0.05	2.0	0.10	3.0	0.15
Tổng	1.00		2.75		2.54

Nhìn vào Bảng 1.1, có thể thấy MB có chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp (2.75) cao hơn VP Bank (2.54).

PHỤ LỤC 1.4

I. Xây dựng văn hoá doanh nghiệp ở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội (MB) – (*Nguồn: trích số liệu Báo cáo thường niên MB năm 2008):

1. Tuyên bố sứ mệnh:

"Ngân hàng Quân đội dành mọi nỗ lực gây dựng một đội ngũ nhân lực tinh thông về chuyên môn, tận tâm trong phục vụ nhằm mang lại cho các doanh nghiệp, cá nhân những giải pháp tài chính- ngân hàng khôn ngoan với sự hài lòng mỹ mãn".

2. Tầm nhìn:

"Là một trong năm ngân hàng bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam".

3. Khẩu hiệu:

"VỮNG VÀNG, TIN CẬY".

4. Lô-gô:



5. Giá trị cốt lõi:

"Tin cậy, Hợp tác trong toàn Ngân hàng, Chăm sóc khách hàng, Sáng tạo, Chuyên nghiệp, Hiệu quả".

6. Giá trị văn hoá:

"Đoàn kết gắn bó, sẵn lòng chia sẻ, trọng tình nghĩa, trung thực là những giá trị mà mỗi cá nhân MB luôn trân trọng và không ngừng trau dồi".

II. Xây dựng triết lý kinh doanh ở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội

(MB) – (*Nguồn: trích số liệu Báo cáo thường niên MB năm 2008):

1. Triết lý chung:

"CHÚ TRỌNG KHÁCH HÀNG VÀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ".

2. Triết lý về khách hàng:

"Khách hàng là người trả lương cho chúng ta".

3. Triết lý "bán hàng":

"**SMART** SALES: bán hàng thông minh" theo các tiêu chí cụ thể:

S: skills > kỹ năng khéo léo - tinh tế,

M: manner > thái độ tận tâm - trung thực,

A: apperance > hình thức diện mạo đẹp - ưa nhìn,

R: relationship > duy trì - mở rộng quan hệ,

T: talent > tài năng - trí tuệ - học thức.

PHỤ LỤC 2.1

Tóm tắt nội dung Đại hội cổ đông Ngân hàng Quân đội (MB) – 22/6/2009

(*Nguồn: Thời báo ngân hàng số 99 ra ngày 22-6-2009, Đại hội cổ đông MB: Khẳng định giá trị mới – Thùy Linh):

Ngân hàng TMCP Quân đội (MB) vừa tổ chức thành công Đại hội cổ đông thường niên năm 2009. Tại Đại hội, các cổ đông đã thống nhất cao với kế hoạch kinh doanh năm 2009 do Hội đồng quản trị (HĐQT) và Ban lãnh đạo (BLĐ) ngân hàng đưa ra. MB cũng đã đánh dấu một năm đầy biến động (năm 2008) bằng một loạt các sự kiện nổi bật: hoàn thành việc tăng vốn điều lệ lên 3.400 tỷ đồng, các chỉ tiêu kinh doanh tăng trưởng tốt, triển khai thành công hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ và giành được nhiều giải thưởng uy tín khác về thương hiệu...

Đại hội đã thông qua phương án tăng vốn điều lệ năm 2009 của MB lên 5.300 tỷ đồng và hoàn toàn nhất trí với các vấn đề mà HĐQT đề xuất. Theo đề xuất, tổng huy động vốn năm 2009 của MB sẽ đạt 44.000 tỷ đồng, tổng tài sản tăng 32%, đạt 55.000 tỷ đồng, dư nợ sẽ tăng 40%, đạt 21.080 tỷ đồng và duy trì mức nợ xấu dưới 2%. Năm 2009, MB sẽ tăng số chi nhánh và phòng giao dịch thêm 24 điểm, nâng tổng số điểm giao dịch của MB lên gần 120 điểm trên cả nước và nghiên cứu việc mở chi nhánh ở Lào. Đặc biệt năm 2009, Đại hội đồng cổ đông MB đã thống nhất lợi nhuận trước thuế của toàn hệ thống MB là 1.000 tỷ đồng trong đó lợi nhuận riêng ngân hàng là 885 tỷ đồng. Cho đến thời điểm này MB đã đạt 50% kế hoạch lợi nhuận của năm 2009.

Theo ông Lê Văn Bé, Phó chủ tịch HĐQT kiêm Tổng giám đốc MB, "MB là một trong những ngân hàng có chính sách quản trị rủi ro thanh khoản tốt, tham gia tích cực vào thị trường liên ngân hàng với vai trò chính là ngân hàng cung tiền cho thị trường, làm giảm khó khăn thanh khoản cho các tổ chức tín dụng khác và nhận được sự biểu dương từ Ngân hàng Nhà nước".

Giải thích về việc bán 10% vốn điều lệ cho Tổng công ty Viễn thông quân đội (Viettel) trong năm 2008, Chủ tịch HĐQT MB Trương Quang Khánh cho biết, trong năm 2008, ngân hàng phát hành riêng lẻ cổ phiếu cho đối tác chiến lược là 500 tỷ đồng trong đó Viettel mua 10% vốn điều lệ giá trị 340 tỷ đồng với giá bằng mệnh giá. Việc Viettel tham gia vào MB là một biểu hiện tích cực bởi theo đó, MB có thể cùng Viettel phối hợp khai thác 30 triệu thuê bao hiện có của Viettel không những ở Việt Nam mà còn có ở Campuchia, Lào... phối hợp mở chi nhánh ở các nước như Lào, Campuchia. Bên cạnh đó, theo chấp thuận của Thủ tướng, Viettel có thể được sở hữu 15% cổ phần của MB, nên dự kiến thời gian tới Viettel sẽ gia tăng tỷ lệ sở hữu tại MB. Thoả thuận về giá sẽ do 2 bên bàn bạc cụ thể theo nguyên tắc không thấp hơn 15% giá thị trường.

Năm 2009, MB cũng xác định mục tiêu chủ yếu là giữ vững sự ổn định, đảm bảo kinh doanh an toàn, tập trung đầu tư tăng năng lực quản trị, phát triển nguồn lực chất lượng cao, khai thác tốt nhất các chương trình hợp tác trong nhóm các công ty thuộc MB. Đồng thời tranh thủ cơ hội để đầu tư vào những lĩnh vực tiềm năng và mở rộng thị phần để tạo tiền đề cho sự phát triển vào năm 2010. Để đạt được các mục tiêu trên, 100% các cổ đông tham dự đại hội đều đồng ý với các giải pháp chủ yếu mà HĐQT đưa ra. Đó là giải pháp củng cố năng lực quản trị, năng lực tài chính và mở rộng quan hệ hợp tác của MB, tiếp tục hoàn thiện chiến lược phát triển 2009-2013.

Bên cạnh đó, MB tiếp tục nâng cao chất lượng tín dụng trên cơ sở kiểm soát chặt chẽ danh mục cho vay, phân khúc lại thị trường và mục tiêu kinh doanh; MB chủ động cơ cấu lại các khoản nợ cũ, điều chỉnh cơ cấu cho vay trong đó cho vay ngắn hạn chiếm 60%, trung dài hạn 40%, cho vay doanh nghiệp 82% và cho vay tiêu dùng 18%. Đồng thời với hoạt động tín dụng, MB sẽ mở rộng các hoạt động dịch vụ nhằm tăng thu từ hoạt động phi tín dụng, trong đó đẩy mạnh phát triển các sản phẩm cá nhân để tăng nguồn thu phí, phấn đấu đạt tỷ lệ trên 20% tổng thu nhập và trên 45% lợi nhuận trước thuế của MB. MB sẽ vẫn đặt giải pháp kiểm soát chặt chẽ rủi ro, hạn chế đến mức thấp nhất tỷ lệ rủi ro trong kinh doanh là một trong

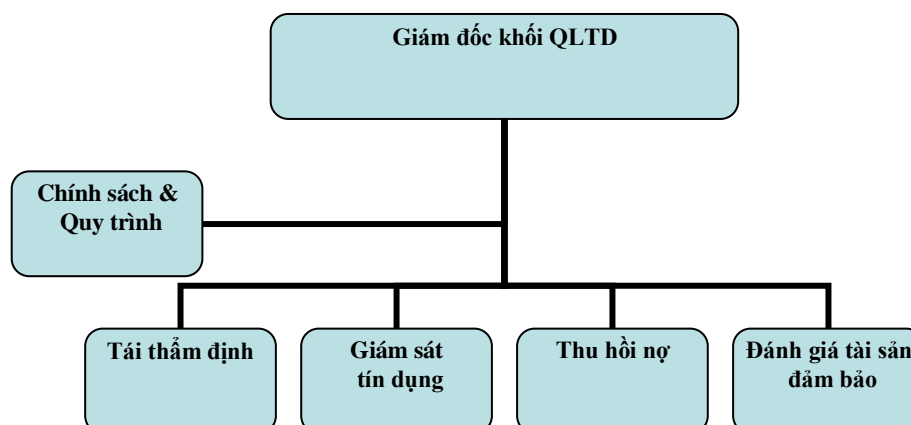
những giải pháp quan trọng để giữ vững thanh khoản, đảm bảo dư nợ chỉ chiếm tối đa 65% tổng huy động từ thị trường I. Năm 2009, MB cũng tiếp tục cơ cấu lại danh mục đầu tư, hoàn thiện các dự án về công nghệ thông tin, hoàn thiện mô hình tổ chức, đẩy mạnh chương trình phát triển thương hiệu, thực hiện tốt giải pháp chống lãng phí, thực hành tiết kiệm, tăng cường ổn định về tổ chức và nhân sự của hệ thống MB từ HĐQT, Ban điều hành đến các đơn vị. Với các giải pháp trên, MB đạt mục tiêu giữ vững vị trí là một trong những ngân hàng TMCP hàng đầu tại Việt Nam.

Đại hội cổ đông thường niên của MB cũng đưa ra 2 phương án tăng vốn điều lệ trong đó phương án thứ nhất là tăng vốn lên 4.400 tỷ đồng bằng cách chuyển đổi 1.000 tỷ đồng trái phiếu năm 2007 sang cổ phiếu. Phương án 2, tăng vốn điều lệ lên 5.300 tỷ đồng thông qua chuyển đổi 1.000 tỷ đồng trái phiếu chuyển đổi năm 2007 và phát hành 90.000.000 cổ phiếu, tương đương 900 tỷ đồng mệnh giá cho các cổ đông chiến lược, cổ đông tiềm năng trong và ngoài nước với giá thỏa thuận và bán cho cán bộ nhân viên với giá bán bằng mệnh giá. Trong trường hợp ngân hàng không lựa chọn được đối tác chiến lược phù hợp hoặc thị trường không thuận lợi thì ngân hàng sẽ chỉ tăng vốn điều lệ lên 4.400 tỷ đồng vào 31/12/2009. Đại hội thống nhất chia cổ tức năm 2008 bằng tiền theo tỷ lệ 18%.

Đại hội đồng cổ đông MB 2009 cũng đã bầu HĐQT nhiệm kỳ 2009-2014. Trung tướng Trương Quang Khánh, Ủy viên Trung ương Đảng, Thứ trưởng Bộ Quốc phòng, nguyên Chủ tịch HĐQT MB, ông Lê Văn Bé, nguyên Phó chủ tịch HĐQT – Tổng giám đốc MB tái đắc cử vào HĐQT. Các thành viên khác của HĐQT là đại diện Tổng công ty bay dịch vụ Việt Nam, đại diện Viettel, đại diện Công ty May 28, đại diện Công ty Tân Cảng và đại diện Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam. [41]

PHỤ LỤC 3.1

Mô hình tổ chức Khối Quản lý tín dụng – (*Nguồn: trích số liệu Báo cáo thường niên MB năm 2008)



1. Đảm bảo một danh mục cho vay đạt chất lượng cao (cho các dịch vụ của khối doanh nghiệp và tiêu dùng) và lợi tức từ danh mục này phải luôn tương xứng với những rủi ro mà Ngân hàng chấp nhận.
2. Quản lý rủi ro tín dụng.
3. Mục tiêu cơ bản là đảm bảo chất lượng tín dụng đồng thời phải đảm bảo mục tiêu tăng trưởng thu nhập.
4. Xây dựng các chính sách và quy trình tín dụng cho các hoạt động tín dụng bán buôn và bán lẻ.
5. Tái thẩm định các dự án đầu tư, liên doanh của Ngân hàng và trình cấp trên phê duyệt.
6. Giám sát các khoản tín dụng sau giải ngân.
7. Tái thẩm định và phê duyệt các khoản tín dụng, bảo lãnh bao gồm cả việc đánh giá tài sản đảm bảo vượt thẩm quyền của chi nhánh trong phạm vi được uỷ quyền hoặc trình duyệt các khoản tín dụng vượt thẩm quyền lên cấp trên.
8. Quản lý các khoản nợ xấu và thu hồi nợ xấu.

9. Chuẩn bị các nội dung báo cáo cho Hội đồng tín dụng và đầu tư.
10. Quản lý hoạt động tín dụng trong toàn hệ thống đảm bảo nguyên tắc phân tách chức năng quản lý tín dụng ra khỏi chức năng bán hàng.