

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ TÀI CHÍNH VI MÔ THÔNG QUA MÔ HÌNH NGÂN HÀNG BƯU ĐIỆN: KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

Nguyễn Đức Hương*, Phạm Bích Liên**

Ngày nhận: 9/8/2014

Ngày nhận bản sửa: 10/9/2014

Ngày duyệt đăng: 22/9/2014

Tóm tắt:

Tài chính vi mô đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế - xã hội và giảm nghèo. Có nhiều mô hình tổ chức cung cấp tài chính vi mô, trong đó mô hình ngân hàng bưu điện có nhiều lợi thế do đặc trưng riêng. Một số kinh nghiệm được rút ra đối với mô hình này là: (i) Tận dụng hệ thống phân phối rộng khắp, giảm chi phí giao dịch cho khách hàng; (ii) Dễ dàng thiết kế và phát triển dịch vụ tài chính vi mô phù hợp với nhu cầu khách hàng; (iii) Chuyên nghiệp hóa và luôn tập trung vào phân đoạn thị trường bán lẻ đã lựa chọn; (iv) Chính phủ đóng vai trò quan trọng trong hỗ trợ hoạt động ban đầu (v) Tư nhân hóa, tái cơ cấu và tăng khả năng cạnh tranh. Mô hình này đã bắt đầu được triển khai tại Việt Nam và đã đạt được những thành tựu ban đầu, nhưng vẫn còn nhiều hạn chế. Các khuyến nghị nhằm phát triển hoạt động tài chính vi mô thông qua mô hình ngân hàng bưu điện cần được thực hiện sớm.

Từ khóa: Bán lẻ, Giảm nghèo, Mạng lưới, Ngân hàng Bưu điện, Tài chính vi mô.

1. Giới thiệu

Tầm quan trọng của tài chính vi mô được khẳng định qua nhiều nghiên cứu lý thuyết và cũng đã được khẳng định trong thực tế đối với phát triển kinh tế xã hội. Tại Việt Nam, việc cung cấp dịch vụ tài chính vi mô mặc dù đã đạt được những kết quả nhất định, nhưng vẫn chưa đáp ứng đủ nhu cầu dịch vụ tài chính ngày càng gia tăng. Trong khu vực chính thức, các tổ chức cung cấp các dịch vụ tài chính vi mô ở Việt Nam tương đối đa dạng, mỗi tổ chức có các chính sách, công cụ phát triển tài chính vi mô riêng. Một số ngân hàng thương mại đã và đang bắt đầu quan tâm đến phân khúc thị trường rộng lớn và đầy tiềm năng này. Môi trường kinh tế thị trường có tính cạnh tranh và năng động tạo điều kiện cho phát triển hoạt động tài chính vi mô phát triển cả về chất và về lượng. Mô hình ngân hàng bưu điện với các đặc trưng sản phẩm dịch vụ tài chính đa dạng nhưng thủ tục đơn giản, chi phí thấp và dễ sử dụng, kênh giao dịch rộng khắp thông qua mạng lưới bưu chính sẵn có, rất phù hợp cho phát triển tài chính vi mô. Bài viết tập trung (i) khái quát vai trò và các nhân tố tác động tới sự phát triển tài chính vi

mô; (ii) tổng kết kinh nghiệm quốc tế về phát triển dịch vụ tài chính vi mô thông qua mô hình ngân hàng bưu điện; (iii) đánh giá thực trạng và đề xuất một số kiến nghị nhằm phát triển dịch vụ này trong thời gian tới.

2. Dịch vụ tài chính vi mô: vai trò và các mô hình phát triển

Dịch vụ tài chính vi mô bao gồm các loại dịch vụ ngân hàng như tiền gửi, cho vay, dịch vụ thanh toán, chuyển tiền và bảo hiểm cho người nghèo và hộ gia đình có thu nhập thấp và các doanh nghiệp nhỏ (ADB, không năm xuất bản). Thông qua các nghiên cứu lý thuyết (Ledgerwood, 1999; Littlefield và cộng sự, 2003; de Aghion, B. và Morduch, 2005) và các trường hợp nghiên cứu cụ thể (Khandker, 2003; Nguyễn Kim Anh và cộng sự, 2011; Nguyễn Kim Anh và Lê Thanh Tâm, 2013), tài chính vi mô được đánh giá là đóng vai trò hết sức quan trọng đối với việc phát triển kinh tế - xã hội, đặc biệt là công cuộc giảm nghèo. Tuy vậy, việc phát triển dịch vụ tài chính vi mô chỉ phù hợp với một số mô hình cụ thể. Một tổ chức tín dụng chỉ có thể tham gia thành công

thị trường tài chính vì mô nếu thực hiện đầy đủ 12 nguyên tắc cơ bản¹, trong đó có một số nguyên tắc đặc trưng của phổ cập tài chính vì mô như: học hỏi từ sự cạnh tranh ở khu vực không chính thức, thiết lập hình thức phân phối hợp lý, dịch vụ phù hợp với nhu cầu khách hàng thu nhập thấp (Ledgerwood, 2001).

Các hình thức cung cấp dịch vụ tài chính vì mô có hiệu quả bao gồm (i) cung cấp trực tiếp trên mạng lưới các chi nhánh của ngân hàng, (ii) dựa nhiều hơn vào các tổ chức trung gian, hoạt động giống như ngân hàng bán buôn hơn bán lẻ, (iii) thành lập các quỹ kinh doanh, các quỹ này có thể nhận được sự trợ giúp về công nghệ và vốn từ ngân hàng để thiết lập những bộ phận cho vay vì mô (Ledgerwood, 2001).

3. Ngân hàng Bưu điện trên thế giới: mô hình phù hợp cho phát triển dịch vụ tài chính vì mô

Ngân hàng Bưu điện (NHBD) là mô hình ngân

hàng triển khai các hoạt động trực tiếp đến các khách hàng thông qua mạng lưới bưu chính sẵn có. Các định chế tài chính theo mô hình ngân hàng bưu điện đã hình thành có thể khác nhau về cách thức sở hữu, phương thức hợp tác, triển khai,...nhưng không thể phủ nhận những thành công đáng kinh ngạc, đặc biệt trong việc khai thác sức mạnh kết hợp ngân hàng và bưu chính trong chiến lược kinh doanh ngân hàng bán lẻ dành cho mọi đối tượng khách hàng. Các điểm mạnh – điểm yếu – cơ hội – thách thức của mô hình này so với ngân hàng thương mại truyền thống trong phát triển dịch vụ tài chính vì mô khá tương đồng như sau.

Các kinh nghiệm chính để phát triển dịch vụ tài chính vì mô thông qua mô hình NHBD của các quốc gia trên thế giới bao gồm:

3.1. Tận dụng hệ thống phân phối rộng khắp, giảm chi phí giao dịch cho khách hàng

Tất cả các NHBD đều có mạng lưới có quy mô

Bảng 1: SWOT phát triển dịch vụ tài chính vì mô thông qua mô hình ngân hàng bưu điện

Điểm mạnh	Điểm yếu
<ul style="list-style-type: none"> Mạng lưới bưu điện rộng khắp, khách hàng dễ dàng tiếp cận Số lượng khách hàng tiềm năng lớn Phí dịch vụ và tiền đặt cọc nhỏ Đội ngũ nhân viên dày dặn kinh nghiệm với khối lượng nghiệp vụ lớn Có các đối tác ngân hàng và các tổ chức tài chính chiến lược quan tâm Danh tiếng của bưu điện (thường tích cực) (Ở một số nước) được sự đảm bảo của nhà nước và/hoặc miễn giảm thuế đối với các khoản tiền gửi tiết kiệm 	<ul style="list-style-type: none"> Quản lý mạng lưới và chất lượng dịch vụ có thể yếu kém Có nhiều tài khoản không giao dịch Chuỗi sản phẩm và dịch vụ rời rạc nghèo nàn Hệ thống phân bổ chi phí yếu kém hoặc không có, tính hiệu quả không cao Sự đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ, quản lý tài sản và cơ chế đầu tư có thể bị hạn chế (đầu tư nguồn lực vào kho bạc nhà nước/trái phiếu) Thiếu các kỹ năng về công nghệ, ngân hàng và marketing Xung đột nội bộ tiềm năng giữa việc cung cấp dịch vụ tài chính và dịch vụ bưu điện do mâu thuẫn về nhiệm vụ
Cơ hội	Thách thức
<ul style="list-style-type: none"> Thị trường dịch vụ ngân hàng bán lẻ chưa phát triển nhưng tiềm năng tăng trưởng nhanh Có thể đa dạng hóa dịch vụ thông qua ngân hàng điện tử hoặc chi trả lương. Tận dụng nguồn khách hàng sẵn có để bán các sản phẩm mới Có điều kiện tiếp cận với Internet, thương mại điện tử và dịch vụ chính phủ điện tử Dịch vụ tiền gửi từ quốc tế, trong nước và địa phương Có thể tăng cường hợp tác công-tư 	<ul style="list-style-type: none"> Dịch vụ cạnh tranh từ những tổ chức tài chính cá nhân nhỏ lẻ Chi phí đầu tư cao để cải thiện cơ sở hạ tầng, công nghệ, an ninh và nhân lực Sự can thiệp của Chính phủ và mối quan hệ giữa người lao động có thể ảnh hưởng tới quá trình cải tổ Tỷ lệ thu hồi vốn đầu tư ban đầu thấp

Nguồn: World Bank (2006)

cực lớn xét cả về số lượng điểm giao dịch và mức độ phủ kín về mặt địa lý, tạo nên lợi thế tiếp cận khách hàng với chi phí giao dịch thấp. Ngân hàng tiết kiệm bưu điện Hàn Quốc đã tận dụng 2.000 bưu cục cung cấp nhiều dịch vụ ngân hàng hiện đại tới khu vực nông thôn, huy động tiền gửi năm 2013 đạt hơn 61,5 tỷ USD, đứng thứ 7 trên toàn quốc. Ngân hàng tiết kiệm Đức có tới 1100 chi nhánh, với 14,5 triệu khách hàng, là ngân hàng lớn nhất tính theo số lượng khách hàng. Ngân hàng Bưu chính Nhật Bản sử dụng 25.000 bưu cục để nhận các khoản tiền gửi tiết kiệm được Chính phủ bảo lãnh và bán bảo hiểm nhân thọ. NHBĐ Trung Quốc là một trong 07 ngân hàng thương mại lớn nhất tại Trung Quốc với mạng lưới 39,000 chi nhánh rộng khắp trên toàn quốc và hơn 400 triệu khách hàng (LienVietPostBank, 2014).

3.2. Dễ dàng thiết kế và phát triển dịch vụ tài chính vì mô phù hợp với nhu cầu khách hàng

NHBĐ có đặc trưng là (i) các sản phẩm được thiết kế chủ yếu có thời hạn vay ngắn, phù hợp với cấu trúc thu nhập và chi tiêu của khách hàng; các khoản vay tuần hoàn dựa trên uy tín vay vốn của khách hàng, đơn giản thủ tục với các khoản vay nhỏ, phương pháp tiếp cận thân thiện với khách hàng vì mô. Trong phân tích, dòng tiền của khách hàng mới là yếu tố đầu tiên để xem xét cho vay, thế chấp và bảo lãnh chủ yếu chỉ là động cơ thúc đẩy và niềm tin, ít ý nghĩa về mặt kết quả thu hồi vốn. Ví dụ, NHBĐ Thái Lan đã thiết kế sản phẩm tiết kiệm đặc biệt với lãi suất ưu đãi, hỗ trợ cho vay nhà ở cho sinh viên, người nghèo; hay sản phẩm phát hành thẻ tiết kiệm nhiều tính năng. NHBĐ Srilanka có hơn 4.000 bưu cục và trở thành cánh tay nối dài giúp người dân khu vực nông thôn tiếp cận được các sản phẩm dịch vụ NH chính thống, hình thành thói quen tiết kiệm của người dân trong thời gian dài. Thông qua hệ thống bưu cục, hàng năm đã có hàng triệu USD được giao dịch qua dịch vụ chuyển tiền ngoại hối, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ tăng lên nhanh chóng, góp phần quan trọng khôi phục kinh tế (LienVietPostBank, 2014).

3.3. Chuyên nghiệp hóa và luôn tập trung vào phân đoạn thị trường bán lẻ đã lựa chọn

Việc chuyên nghiệp hóa hoạt động ngân hàng chỉ tập trung vào khách hàng thu nhập thấp, ở các vùng khó tiếp cận với dịch vụ ngân hàng chính thức đã mang lại thành công cho mô hình NHBĐ. Khách hàng của NHBĐ thường có số lượng lớn, mặc dù quy mô giao dịch nhỏ. Các NHBĐ phát triển mạnh sau khi thực hiện chuyên nghiệp hóa, và liên kết với dịch vụ bưu điện. Ví dụ, NHBĐ Đức được thành lập năm 1990, tách ra từ bộ phận tiết kiệm bưu điện của Bưu chính Đức (hai thể nhân khác gồm: Bưu chính

(Deutsche Post), Viễn thông (Deutsche Telekom) và Postbank); đồng thời mua lại Deutsche Postbank của Đông Đức ngay sau đó. Ngày nay, Deutsche Postbank đã trở thành một trong những tổ chức dịch vụ tài chính lớn nhất ở Đức (LienVietPostBank, 2014; Postbank, 2014 và Banks around the World, 2014).

3.4. Chính phủ đóng vai trò quan trọng trong hỗ trợ hoạt động ban đầu

Hầu hết các NHBĐ khi thành lập đều có sự hỗ trợ ban đầu rất lớn từ phía Chính phủ. Trung Quốc từ 2007 đã thành lập Ngân hàng Bưu điện (Postal Savings Bank of China) (PSBC) với đầy đủ các sản phẩm dịch vụ từ thanh toán, tiết kiệm đến tín dụng. PSBC có 100% vốn thuộc sở hữu của Tổng Công ty Bưu chính Trung Quốc. Đối với các nhà chức trách Trung Quốc, PSBC là nhân tố quyết định để tăng quy mô và chất lượng tiếp cận dịch vụ ngân hàng, từ đó giúp cho việc cân bằng phát triển kinh tế giữa trung tâm thành phố ven biển rộng lớn và các thành phố và khu vực kém phát triển trong lục địa. Đặc biệt, PSBC thành công rất lớn trong hoạt động cung ứng tín dụng vi mô. NHBĐ Hàn Quốc được Chính phủ xem là công cụ quan trọng để huy động nguồn lực quốc gia trên mọi địa bàn nhằm tái thiết nền kinh tế.

3.5. Tư nhân hóa, tái cơ cấu và tăng khả năng cạnh tranh

Mô hình NHBĐ thường tăng khả năng cạnh tranh thông qua tư nhân hóa. Ngân hàng Bưu chính Nhật Bản (Japan Post) có sự thay đổi về cấu trúc tổ chức khi được tư nhân hóa năm 2007. Ngân hàng đã ký thỏa thuận hợp tác với các bưu cục, theo đó các bưu cục hoạt động như đại lý của Ngân hàng. Sau khi hoạt động theo mô hình mới, Ngân hàng Bưu điện Nhật Bản đã thực hiện tái cơ cấu, tập trung vào mảng thị trường bán lẻ khách hàng thu nhập trung bình và thấp thông qua chiến lược sau:

- Hoàn thiện các mô hình kinh doanh và hoạt động quản lý nợ và tài sản;
- Thực hiện các mô hình kinh doanh bán lẻ;
- Phát triển và lựa chọn các sản phẩm riêng biệt;
- Tạo ra sức mạnh từ việc liên kết với mạng lưới bưu cục;
- Xây dựng hoạt động marketing kết hợp tư vấn;
- Tăng cường kiểm soát nội bộ;
- Củng cố hoạt động quản lý.

Trong những năm gần đây, Ngân hàng Bưu điện Nhật Bản liên tục nằm trong danh mục một trong 15 ngân hàng có tổng tài sản lớn nhất trên thế giới (Tính đến 31/03/2014 đứng ở vị trí thứ 13 với 1.968 tỷ USD).²

Nhìn chung, các kinh nghiệm và đánh giá quốc tế đều cho thấy: tận dụng mạng lưới bưu điện để phát triển dịch vụ tài chính vi mô là cách làm hiệu quả, chi phí thấp, tăng khả năng tiếp cận dịch vụ của khách hàng khu vực nông nghiệp nông thôn, vùng sâu vùng xa. Từ đó, một số vấn đề phát triển kinh tế - xã hội, giảm nghèo, giảm bất bình đẳng giữa các khu vực được xử lý dễ dàng hơn.

4. Thực trạng phát triển dịch vụ tài chính vi mô tại Việt Nam

Việt Nam có dân số trên 90 triệu người, trong đó khoảng 2/3 dân cư sinh sống ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, số lượng người dân có tài khoản ngân hàng còn rất thấp. Hiện, thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội chiếm tỷ trọng xấp xỉ 55% trong tổng dư nợ cho vay của cả hệ thống ngân hàng thương mại; còn lại các địa phương (61 đơn vị cấp tỉnh) chiếm tỷ trọng xấp xỉ 45%³; cả một vùng rộng lớn như hai khu vực Bắc Trung Bộ và Đông Bắc Bộ chưa được 10%, Tây Nguyên mới hơn 3%, thậm chí vùng Tây Bắc chỉ có 2% trong tổng dư nợ cho vay của hệ thống ngân hàng thương mại. Do vậy, phát triển dịch vụ tài chính vi mô là lựa chọn hiệu quả nhằm tăng quy mô tiếp cận dịch vụ tài chính ngân hàng chính thức ở Việt Nam. Trong những năm qua, khu vực tài chính vi mô chính thức (gồm Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam Agribank, Ngân hàng Chính sách Xã hội Việt Nam (NHCSXH), hệ thống quỹ tín dụng nhân dân gồm Ngân hàng Hợp tác xã và các Quỹ Tín dụng nhân dân cơ sở (HTQTDND), các tổ chức tài chính vi mô (TCTCVM) đã có sự phát triển tương đối ấn tượng, nhưng khả năng tiếp cận dịch vụ tài chính, ngân hàng ở khu vực nông thôn, khu vực nghèo đói còn rất thấp.

Hiện tại, các tổ chức cung ứng tài chính vi mô hầu hết đều tập trung vào tín dụng, trong đó Ngân hàng Chính sách Xã hội Việt Nam (được bao cấp) lớn nhất trên thị trường về số lượng khách hàng với khoảng 6,9 triệu khách hàng chiếm khoảng 70% tổng số khách hàng cho vay/gửi tiền, Các tổ chức tài chính vi mô tiếp cận thấp nhất với số lượng khách hàng khoảng 0,5 triệu khách chiếm 5% tổng số khách hàng cho vay/gửi tiền. Đối với dư nợ cho vay năm 2013, tương tự tỉ lệ khách hàng, Ngân hàng Chính sách Xã hội Việt Nam dẫn đầu với 66% thị phần, tiếp theo là Agribank và hệ thống quỹ tín dụng nhân dân có thị phần tương đối là 17% và 16%, thấp nhất là tổ chức tài chính vi mô với thị phần 1%. Tuy nhiên, đối với số dư tiền gửi hệ thống quỹ tín dụng nhân dân dẫn đầu với tỷ lệ 51% tổng số dư tiền gửi vi mô năm 2013 của các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính vi mô, tiếp theo là Ngân hàng nông nghiệp và Phát triển nông thôn chiếm 41%, các tổ chức còn lại chiếm 5%.

5. Thực tiễn cung cấp dịch vụ tài chính vi mô qua Ngân hàng Bưu điện tại Việt Nam

Khảng định Việt Nam đã có đủ các điều kiện cần và đủ cho việc thành lập một định chế tài chính được kết hợp hài hòa giữa sự năng động, hiện đại, chuyên nghiệp của một ngân hàng thương mại cổ phần và một mạng lưới hoạt động sâu, rộng, một mạng lưới có thể đưa trực tiếp các sản phẩm dịch vụ tài chính tới từng thôn, bản, từng người dân trên toàn quốc. Đó chính là ngân hàng thương mại hoạt động theo mô hình “ngân hàng bưu điện”.

Năm 2011, Thủ tướng Chính phủ đã chấp thuận cho Tổng Công ty Bưu chính Việt Nam góp vốn vào Ngân hàng Thương mại Cổ phần Liên Việt (LienVietBank) bằng giá trị Công ty Dịch vụ Tiết

Bảng 2: Bức tranh toàn cảnh dịch vụ tài chính vi mô Việt Nam

Tổ chức	Số khách hàng vay (triệu)				Dư nợ (triệu USD)				Số khách hàng gửi tiền (triệu)		Số dư tiền gửi (triệu USD)	
	2010	2012	2013	% Tổng 2013	2010	2012	2013	% Tổng 2013	2012	2013	2012	2013
NHCSXH	7.8	5.76	6.98	69%	4398	4142	5350	66%	4.61	6.88	109.87	132.72
Agribank	3.2	1.63	1.49	15%	3500	1452	1390	17%	1.13	1.05	1,251.57	1,164.35
HTQTDND	0.95	1.07	1.12	11%	1006	1051	1294	16%	1.26t	1.31	1,217.83	1,466.90
Các TCTCVM	0.6	0.48	0.50	5%	75	108	113	1%	0.51	0.561	43.59	47.949
LienVietPost Bank	-	-	-	-	-	-	-	-	0.01	0.013	9.50	13.62
Tổng	12.55	8.94	10.09	100%	8979	6753	8147	100%	7.52	9.81	2,632.36	2,825.54

Nguồn: Nhóm Công tác Tài chính vi mô Việt Nam (2014); ADB (2013); LienVietPostBank (2014)

kiệm Bưu điện (VPSC) và bằng tiền mặt, Ngân hàng Liên Việt được phép đổi tên thành Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt (LienVietPostBank). Đây là thương vụ M&A đầu tiên và đặc biệt trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng Việt Nam. Sau 2 năm hoàn thiện quy chế, quy trình và mô hình quản trị, cho tới năm 2013, LienVietPostBank và Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam (Vietnam Post) đã thống nhất xây dựng một ngân hàng bưu điện đúng nghĩa theo chuẩn mực quốc tế với kỳ vọng hơn 10.000 bưu cục và điểm bưu điện - văn hóa xã có thể cung cấp các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng đầy đủ cho tất cả khách hàng với chất lượng được cam kết cao nhất. Điều này nhằm thực hiện tham vọng của LienVietPostBank là cánh tay nối dài của Chính phủ Việt Nam trong việc phục vụ người dân, đặc biệt là vùng sâu, vùng xa. Với quyết tâm đó, vào tháng 10/2013, Vietnam Post và LienVietPostBank đã ký Hợp đồng tư vấn kỹ thuật và chuyển giao công nghệ để đẩy nhanh quá trình xây dựng mô hình ngân hàng bưu điện theo chuẩn mực quốc tế mà trọng tâm là xây dựng mô hình Phòng Giao dịch

Bưu điện kiểu mẫu, tận dụng kinh nghiệm quốc tế sâu rộng và lâu đời của La Poste Group trong việc thực hiện mô hình quản trị của Tập đoàn này với ngân hàng con của mình là La Banque Postale. Thương vụ “tay ba” này được giới chuyên gia đánh giá là bước đi khôn ngoan của LienVietPostBank, đặc biệt là quy mô mạng lưới “1 năm = 100 năm”. Kết quả đạt được của Lienviet Post Bank sau khi triển khai mô hình ngân hàng bưu điện sau 3 năm cho thấy, ngoài những giá trị tăng lên về thương hiệu, diện mạo của các phòng giao dịch bưu điện đã được thiết kế đồng bộ, hiện đại và thân thiện, được đầu tư công nghệ thông tin. Kết quả kinh doanh qua hệ thống Tiết kiệm Bưu điện cũng tăng lên đáng kể, cụ thể như bảng 3.

Trong số các định chế chính thức cung cấp dịch vụ tài chính vi mô, LienVietPostBank là Ngân hàng TMCP ngoài quốc doanh tiên phong trong việc triển khai chương trình tín dụng cho Tam nông. Sau khi sáp nhập với Công ty Tiết kiệm Bưu điện năm 2011, tính đến thời điểm 31/12/2013, tổng tài sản của

Bảng 3: Hệ thống Tiết kiệm Bưu điện Việt Nam trước và sau khi sáp nhập với Ngân hàng Liên Việt

Nội dung	Trước khi sáp nhập (Tính đến thời điểm 01/07/2011)	Thời điểm 15/05/2014
Nguồn vốn	6.552 tỷ đồng	17.765 tỷ đồng.
Số tài khoản	~360.000	~527.000
Phòng Giao dịch Bưu điện (PTOs)	207 PTOs được kết nối online 590 PTOs không được kết nối online	1081 PTOs được kết nối online thông qua hệ thống corebanking của ngân hàng.
Sản phẩm đa dạng	1 sản phẩm TGTK thường lĩnh lãi cuối kỳ, rút gốc một lần	Sản phẩm TGTK , nhiều loại như tiết kiệm rút gốc linh hoạt, sản phẩm tiền gửi tiết kiệm với phương thức lĩnh lãi theo tháng hoặc theo quý, sản phẩm tiết kiệm gửi góp định kỳ, gửi góp linh hoạt, bậc thang. Tín dụng: cho vay cán bộ nhân viên của Tổng Công ty Bưu điện Việt Nam, các khoản cho vay cầm cố sổ tiết kiệm thông qua mạng lưới các phòng giao dịch bưu điện; các sản phẩm cho vay khách hàng là cán bộ công nhân viên chức, lực lượng vũ trang, thầu chi cho khách hàng cá nhân và đặc biệt là các khoản cho vay khách hàng vi mô để mua nhà trên hệ thống phòng giao dịch bưu điện. Các dịch vụ thanh toán, chuyển tiền, thanh toán lương, thu hộ và dịch vụ ngân hàng điện tử (thẻ) đã và đang được triển khai trên hệ thống phòng giao dịch bưu điện.

Nguồn: LienVietPostBank (2014).

LienVietPostBank đạt 79.594 tỷ đồng, vốn điều lệ 6.460 tỷ đồng, là ngân hàng thương mại có mạng lưới nổi bật nhất trên 80 điểm giao dịch ngân hàng và quyền khai thác dịch vụ tiết kiệm bưu điện tại hơn 10.000 điểm giao dịch bưu điện phủ rộng tới cấp xã, phường trên 63 tỉnh, thành của Việt Nam. Đây là lợi thế, là nền tảng vững chắc để LienVietPostBank thúc đẩy các hoạt động huy động tiết kiệm và tài chính vi mô, hỗ trợ người dân nghèo trên cả nước. Tuy vậy, LienVietPostBank mới dừng lại ở tiết kiệm vi mô và cho vay nông nghiệp nông thôn với tỷ lệ dư nợ nông nghiệp nông thôn chiếm 40% tổng dư nợ tuy nhiên tập trung ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long, đến thời điểm hiện tại Ngân hàng Bưu điện Liên Việt chưa thực sự hoạt động như một “ngân hàng bưu điện”.

Trung bình số tiền gửi mỗi khách hàng tại khu vực nông thôn khoảng 600 USD/người. Với 600 nghìn khách hàng cá nhân, LienVietPostBank đã huy động lượng tiền gửi gần 1 tỷ USD. Với nguồn vốn dồi dào này, LienVietPostBank đầu tư cho vay lại khách hàng khu vực nông nghiệp, nông thôn rất hiệu quả. Với mạng lưới rộng lớn, các diễn giả tại Hội nghị WSBI nhấn mạnh cần phải tận dụng lợi thế mô hình ngân hàng bưu điện để phát triển tài chính vi mô (TCVM) tại Việt Nam vì thời gian qua, nhiều chính sách ưu đãi đối với lĩnh vực này và được đánh giá rất tiềm năng nhưng hiệu quả vẫn chưa được tương xứng.

6. Một số khuyến nghị

Để học hỏi kinh nghiệm quốc tế, tận dụng các điểm mạnh cũng như cơ hội, giảm thiểu các điểm yếu và các thách thức nhằm phát triển dịch vụ tài chính vi mô thông qua mô hình ngân hàng bưu điện, một số khuyến nghị như sau cần được thực hiện trong thời gian tới:

6.1. Đối với LienVietPostBank

LienVietPostBank cần mở rộng khả năng tiếp cận của khách hàng đối với các dịch vụ tài chính vi mô thông qua: (i) xây dựng chiến lược kinh doanh luôn đặt lợi ích của người dân lên hàng đầu; (ii) khai thác và tận dụng mạng lưới bưu chính để phát triển thị trường tài chính vi mô một cách hiệu quả; (iii) chú trọng hơn tới việc thiết kế và phát triển các sản phẩm, dịch vụ tài chính vi mô đáp ứng nhu cầu của người dân, đặc biệt là người dân khu vực nông thôn; (iv) tăng cường hệ thống công nghệ thông tin để sẵn sàng ứng phó với thách thức, giảm chi phí giao dịch và hiện đại hóa dịch vụ tài chính theo xu hướng toàn cầu; (v) tăng cường bảo vệ khách hàng; (vi) thường xuyên đào tạo để nâng cao nhận thức cho cán bộ nhân viên về tài chính vi mô.

6.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước

Để phát triển tài chính vi mô Việt Nam trong giai đoạn hiện nay, Ngân hàng nhà nước Việt Nam cần:

(i) Đưa mô hình “đại lý ngân hàng” vào hệ thống văn bản pháp luật Việt Nam vì các đại lý ngân hàng là cánh tay nối dài cho ngân hàng để mô hình tiết kiệm và bưu điện phát triển, theo đó cần có quyết sách về vấn đề đại lý ngân hàng để làm sao khắc phục có 50% trên tổng số 90 triệu người dân Việt Nam có tài khoản ngân hàng.

(ii) Xây dựng khuôn khổ pháp lý hoàn chỉnh, phù hợp với hoạt động tài chính vi mô (ví dụ như: quy định về vốn khi muốn mở thêm dịch vụ bảo hiểm vi mô, thông tư về xây dựng mạng lưới chi nhánh tổ chức; hệ thống văn phòng, kho quỹ; chính sách thuế...) trong mỗi quốc gia, khu vực sẽ thúc đẩy sự phát triển bền vững cho ngân hàng bán lẻ tiết kiệm, cũng như xóa bỏ rào cản e ngại tiếp cận vốn của những người nghèo ở vùng nông thôn.

(iii) Đẩy mạnh công tác tuyên truyền về các chủ trương, chính sách và pháp luật, phổ cập kiến thức về tài chính vi mô cho các đối tượng trong ngành cũng như toàn xã hội để mọi người có được những hiểu biết đúng đắn về lĩnh vực này, nhận thức rõ về vai trò, ý nghĩa của hoạt động này và lấy ví dụ: nhiều người dân đã nghĩ khoản vay tài chính vi mô là hoạt động từ thiện nhiều hơn là khoản vay thương mại hoặc người nghèo thường ngại tiếp cận tài chính vi mô vì e ngại lãi suất quá cao...

6.3. Đối với các cơ quan hữu quan khác

Đối với Chính phủ

Nhằm phát triển dịch vụ tài chính vi mô, góp phần giảm nghèo đói và bất bình đẳng xã hội tại Việt Nam, Chính phủ cần giải quyết những vấn đề sau đây:

(i) Hoàn thiện khung pháp lý phù hợp nhằm tạo cơ chế để thúc đẩy Tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính vi mô phát triển rộng khắp, dỡ bỏ cơ chế ưu đãi về lãi suất để tạo sân chơi bình đẳng cho các tổ chức cung ứng dịch vụ đến đối tượng khách hàng vi mô.

(ii) Phát triển các định chế tài chính vi mô đa dạng về sở hữu và loại hình tổ chức, đặc biệt hướng đến khu vực tập trung nhiều người nghèo như khu vực nông nghiệp, miền núi, vùng sâu, vùng xa: Trong thời gian qua hầu hết các ngân hàng thương mại cổ phần nông thôn đã chuyển đổi thành ngân hàng thương mại cổ phần đô thị. Thị trường tài chính khu vực nông nghiệp, miền núi, vùng sâu, vùng xa dường như ít dần đi các nhà cung ứng dịch vụ. Bởi vậy ngoài việc đề “ngân hàng bưu điện” phát triển và thúc đẩy tài chính vi mô thì cần có

chính sách hợp lý, minh bạch để khuyến khích hoạt động chủ yếu và lâu dài trên thị trường tài chính những vùng khó khăn.

Đối với với Bộ Tài chính

Mặc dù tài chính vi mô là một nội dung trong hoạt động ngân hàng và các tổ chức tài chính vi mô cũng như hoạt động của họ chịu sự quản lý trực tiếp của Ngân hàng nhà nước, nhưng trong nội dung hoạt động vẫn có khá nhiều vấn đề liên quan đến và chịu sự tác động của Bộ Tài chính. Bộ Tài chính cũng giữ một vai trò nhất định trong quá trình phát triển ngành tài chính vi mô ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay. Bộ Tài chính cần phải thực hiện những nội dung cơ bản sau đây:

(i) Phối kết hợp chặt chẽ với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam trong việc tạo dựng hành lang pháp lý cũng như hoạt động quản lý các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính vi mô và hoạt động của họ. Hạn chế đến mức tối đa sự xuất hiện của những văn bản pháp luật chồng chéo, thậm chí mâu thuẫn nhau giữa hai cơ quan.

(ii) Nghiên cứu, đề xuất và tiến tới xây dựng quy chế pháp lý phù hợp cho hoạt động bảo hiểm vi mô - một trong những nội dung mà hiện nay các chương trình, dự án có hoạt động tài chính vi mô đang thực hiện - tạo điều kiện cho hoạt động này phát triển theo hướng chuyên nghiệp. Điều này sẽ giúp cho hoạt động bảo hiểm vi mô có điều kiện để phát triển, đóng góp vào sự phát triển của ngành tài chính vi mô.

(iii) Nghiên cứu, đề xuất và xây dựng, đưa vào áp dụng chính sách thuế ưu đãi đối với các tổ chức cung ứng dịch vụ tài chính vi mô. Điều này là một

nội dung hết sức quan trọng cho sự phát triển bền vững của ngành tài chính vi mô ở Việt Nam hiện nay bởi chính tính đặc thù của lĩnh vực này, không đơn thuần chỉ là một lĩnh vực kinh doanh mà còn là một lĩnh vực phát triển kinh tế - xã hội.

7. Kết luận

Trong những thập kỷ qua, dựa vào thực tiễn triển khai trên thế giới và Việt Nam, tài chính vi mô đã chứng minh rằng người nghèo, những khách hàng thu nhập thấp, khách hàng doanh nghiệp quy mô nhỏ, siêu nhỏ là những khách hàng khả thi của dịch vụ tài chính. Kết quả là, biên giới giữa tài chính vi mô truyền thống và hệ thống tài chính lớn đang trở nên mờ dần. Ở cấp cơ sở, các tổ chức tài chính vi mô đang mở rộng tầm với của họ, trong khi các ngân hàng thương mại và các tổ chức tài chính vi mô chính thức khác đang ngày càng di chuyển vào thị trường tài chính vi mô để tiếp cận được nhiều khách hàng hơn nữa với quy mô nhỏ nhưng là những khách hàng trung thành.

Mặc dù đã đạt được những thành tựu đáng kể nhưng tài chính vi mô Việt Nam vẫn còn cả một chặng đường dài mới có thể lấp đầy khoảng cách cung - cầu, đặc biệt ở những khu vực nông thôn, khi mà tình hình cung cấp các dịch vụ tài chính còn gặp nhiều thách thức và khó khăn. Trong điều kiện hiện nay chưa cho phép các ngân hàng mở nhiều chi nhánh tại khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa; để khắc phục điều này, mô hình “Ngân hàng Bưu điện” hoạt động hiệu quả tại nhiều nước trên thế giới khi tận dụng mạng lưới bưu chính để phát triển thị trường của các ngân hàng là một trong những giải pháp thúc đẩy tài chính vi mô Việt Nam. □

Ghi chú:

1. 12 nguyên tắc chi tiết gồm: (1) Đảm bảo sự quản lý thích hợp; (2) Xác định chiến lược và mục tiêu của tổ chức; (3) Học hỏi từ sự cạnh tranh ở khu vực không chính thức; (4) Tìm ra những dịch vụ nào khách hàng thực sự cần; (5) Thiết lập hình thức phân phối hợp lý; (6) Trang trải chi phí giao dịch; (7) Trang trải chi phí với tỷ lệ lãi suất cho vay dương hợp lý; (8) Những khoản vay theo đơn đặt hàng và điều kiện cho mục tiêu khách hàng; (9) Quan sát và duy trì chất lượng tài sản; (10) Quản lý và đa dạng hóa rủi ro; (11) Huy động nguồn tiết kiệm trong thị trường; và (12) Khuyến khích nhân viên và đầu tư vào đào tạo nhân viên. Nguồn: Legderwook (2001).
2. Nguồn: Kết quả phỏng vấn trực tiếp đại diện Ngân hàng Bưu chính Nhật Bản tại Hội nghị thường niên các ngân hàng tiết kiệm khu vực châu Á - Thái Bình Dương lần thứ 20, 2014; Banks around the World (2014), <http://www.relbanks.com/worlds-top-banks/assets>, http://www.jp-bank.japanpost.jp/en_index.html
3. Trung tâm thông tin tín dụng, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, 2010.

Tài liệu tham khảo

ADB [Asian Development Bank] (không năm xuất bản), *Microfinance*, truy cập ngày 25/08/2014, <<http://www.adb.org/sectors/finance/microfinance>>.

Aghion, Armendáriz de B. và Morduch, J. (2005), *The Economics of Microfinance*, The MIT Press Cambridge, Massachusetts London, England, truy cập ngày 20/08/2014, từ <http://www-wds.worldbank.org/servlet/WDSContentServer/WDSP/IB/2003/02/15/000094946_03013104041165/Rendered/PDF/multi0page.pdf>

Banks around the World (2014), ‘Top Banks in the World 2014’, truy cập ngày 20/08/2014, từ <<http://www.rel>

- banks.com/worlds-top-banks/assets>
- Khandker, S.R. (2003), *Micro-finance and Poverty: Evidence Using Panel Data from Bangladesh*, the World Bank, 1818, H Street NW, Washington, DC, truy cập ngày 20/08/2014, từ <http://www.wds.worldbank.org/servlet/WDSContentServer/WDSP/IB/2003/02/15/000094946_03013104041165/Rendered/PDF/multi0page.pdf>
- Ledgerwood, J. (1999), *Microfinance Handbook: An Institution and Financial Perspective*, The World Bank, Washington, D.C.
- Ledgerwood, J. (2001), *Cẩm nang hoạt động tài chính vi mô nhìn nhận từ góc độ tài chính và thể chế*, được dịch bởi Trung tâm bồi dưỡng và tư vấn về tài chính vi mô – Đại học Kinh tế Quốc dân, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội
- LienVietPostBank [Ngân hàng Thương mại Cổ phần Bưu điện Liên Việt] (2014), ‘Bưu điện và Liên Việt se duyên, Postbank ra đời!’, truy cập ngày 25/08/2014, từ <<http://www.lienvietpostbank.com.vn/tap-doan/sap-nhap-tiet-kiem-buu-dien-vao-ngan-hang-lien-viet/content/buu-dien-va-lien-viet-se-duyen->>
- Littlefield, K., Morduch, J. và Hashemi, S. (2003), ‘Is Microfinance an Effective Strategy to Reach the Millennium Development Goal?’, CGAP Focus Note. 24, January, 2003, truy cập ngày 20/08/2014, từ <<http://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Focus-Note-Is-Microfinance-an-Effective-Strategy-to-Reach-the-Millennium-Development-Goals-Jan-2003.pdf>>
- Nguyễn Kim Anh và Lê Thanh Tâm (đồng chủ biên) (2013), *Mức độ bền vững của các tổ chức tài chính vi mô Việt Nam: Thực trạng và một số khuyến nghị*, Nhà xuất bản Giao thông vận tải
- Nguyễn Kim Anh, Ngô Văn Thứ, Lê Thanh Tâm và Nguyễn Thị Tuyết Mai (2011), *Tài chính vi mô với giảm nghèo tại Việt Nam – kiểm định và so sánh*, Nhà xuất bản Thống kê.
- Nhóm Công tác Tài chính vi mô Việt Nam (2014), ‘Đặc điểm cơ bản về TCVM Việt Nam’, *Hội thảo Tài chính vi mô bền vững và trách nhiệm tại Việt Nam*, Nhóm Công tác Tài chính vi mô Việt Nam, World bank Group, TYM, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Hiệp hội doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam, 19/08/2014.
- Postbank (2014), ‘One of Germany’s largest banks for private customers’, truy cập ngày 25/08/2014, từ <https://www.postbank.com/postbank/en/au_profile_the_postbank.html>
- World Bank (2006), *The Role of Postal Networks in Expanding Access to Financial Service*, Discussion Paper, Volume I, truy cập ngày 20/08/2014, từ <<http://siteresources.worldbank.org/EXTINFORMATIONANDCOMMUNICATIONANDTECHNOLOGIES/Resources/PostalFinSvcDiscussion.pdf>>

Developing the microfinance service via postal bank model: International experiences and lessons for Vietnam

Abstract:

Microfinance plays an important role in economic - social development and poverty reduction in developing countries. There are many models of providing microfinance, of which postal bank has several advantages thanks to its specific characteristics. Main advantages include: (i) Taking advantage of system-wide distribution to reduce transaction costs for customers; (ii) Easily designing and developing microfinance services tailored to customers’ needs; (iii) Professionalizing and always focusing on selected retail market segments; (iv) Government plays an important role in the initial establishment and operation; and (v) Privatizing, restructuring and increasing competitiveness. This model has been applied in Vietnam and has gained initial achievement, but some problems are remaining. The paper provides some recommendations for developing microfinance services via postal bank model.

Thông tin tác giả:

* **Nguyễn Đức Hương**, Tiến sỹ

- Tổ chức tác giả công tác: Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ E-mail: huongnd@lienvietpostbank.com.vn

** **Phạm Bích Liên**, Thạc sỹ, nghiên cứu sinh

- Tổ chức tác giả công tác: Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ E-mail: lienpb@lienvietpostbank.com.vn, phambichlien2009@gmail.com