

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC VIỆT NAM

Phan Thị Linh*, Lê Quốc Hội**

Bài viết này phân tích thực trạng phát triển dịch vụ phi tín dụng của các ngân hàng thương mại (NHTM) nhà nước của Việt Nam trong giai đoạn 2009-2012. Kết quả nghiên cứu cho thấy dịch vụ phi tín dụng có sự phát triển nhanh cả về quy mô và chất lượng, qua đó góp phần làm tăng thu nhập, giảm rủi ro cho các NHTM nhà nước. Ngoài ra, dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng còn góp phần nâng cao giá trị gia tăng và tiện ích đối với quá trình sản xuất kinh doanh và đời sống xã hội. Tuy nhiên, việc phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTM nhà nước vẫn còn chưa đa dạng, chất lượng và tính cạnh tranh của dịch vụ phi tín dụng còn thấp. Bên cạnh đó, định hướng và chiến lược phát triển dịch vụ phi tín dụng còn mang tính tự phát, mô hình tổ chức hoạt động theo từng loại hình dịch vụ còn riêng lẻ... Xuất phát từ thực tế đó, bài viết đã đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện và phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTM nhà nước trong thời gian tới.

Từ khóa: dịch vụ phi tín dụng, ngân hàng thương mại, Việt Nam.

1. Đặt vấn đề

Dịch vụ phi tín dụng là một dịch vụ ngày càng chiếm ưu thế trong các hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại (NHTM) do dịch vụ tín dụng luôn tiềm ẩn những rủi ro cho ngân hàng. Để tối đa hóa lợi nhuận cũng như để tồn tại và phát triển trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, các NHTM luôn cố gắng trong việc cung cấp các dịch vụ phi tín dụng đa dạng, phong phú với mức độ tiện ích cao nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của mọi đối tượng khách hàng. Sự phát triển của khoa học kỹ thuật, công nghệ thông tin và viễn thông đã thúc đẩy sự phát triển nhanh hơn của nhiều dịch vụ phi tín dụng mới.

Phát triển dịch vụ phi tín dụng của NHTM là việc gia tăng các loại hình dịch vụ phi tín dụng đồng thời mở rộng thị phần, đối tượng khách hàng kết hợp nâng cao chất lượng các loại hình dịch vụ phi tín dụng để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Phát triển dịch vụ phi tín dụng được thể hiện trên hai khía cạnh chiều rộng và chiều sâu. Phát triển dịch vụ phi tín dụng theo chiều rộng là việc tăng qui mô,

số lượng các dịch vụ phi tín dụng đã có và phát triển thêm dịch vụ phi tín dụng mới, gắn liền với việc đa dạng hóa các loại hình dịch vụ phi tín dụng ngân hàng. Phát triển dịch vụ phi tín dụng theo chiều sâu là hoàn thiện dịch vụ phi tín dụng đã có gắn liền với việc nâng cao chất lượng dịch vụ phi tín dụng như tính chính xác, kịp thời, tiện ích... mà dịch vụ phi tín dụng có thể mang lại cho khách hàng.

Từng bước chuyển dịch mô hình kinh doanh của các NHTM theo hướng giảm bớt sự phụ thuộc vào hoạt động tín dụng và tăng thu nhập từ hoạt động dịch vụ phi tín dụng là một trong các nội dung cơ cấu lại hoạt động tài chính của các tổ chức tín dụng theo Đề án “Cơ cấu lại hệ thống các tổ chức tín dụng giai đoạn 2011-2015” được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 54/QĐ-TTg ngày 01/03/2012. Trong những năm vừa qua, dịch vụ phi tín dụng ở các NHTM nhà nước Việt Nam đã có những những bước phát triển vượt bậc cả chiều rộng và chiều sâu. Dịch vụ phi tín dụng đã khẳng định được vai trò quan trọng trong việc nâng cao giá trị gia tăng và tiện ích của dịch vụ ngân hàng đối với

quá trình sản xuất kinh doanh và đời sống xã hội. Tuy nhiên, trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt gắn với quá trình hội nhập và tự do hoá tài chính hiện nay, việc phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTM nhà nước đang gặp phải nhiều hạn chế, thách thức. Do vậy, việc nghiên cứu và phát triển các dịch vụ phi tín dụng được coi là một chiến lược cạnh tranh và điều kiện để tồn tại và phát triển bền vững của các NHTM. Bài viết này tập trung phân tích thực trạng phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTM nhà nước của Việt Nam trong thời gian qua từ đó đề xuất một số giải pháp hoàn thiện và phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTM trong thời gian tới.

2. Thực trạng phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTM nhà nước

2.1. Quy mô phát triển dịch vụ phi tín dụng

Số liệu ở bảng 1 cho thấy quy mô phát triển dịch vụ phi tín dụng của hệ thống NHTM nhà nước đều tăng qua các năm. Điều này được thể hiện qua mức độ tăng trưởng của số món giao dịch và số tiền thu được khi thực hiện các giao dịch. Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn (NHNN&PTNT) với lợi thế với mạng lưới giao dịch lớn nhất Việt Nam có số lượng và doanh số giao dịch dịch vụ phi tín dụng đạt cao nhất trong hệ thống NHTM nhà nước. Nếu năm 2009 lượng giao dịch phi tín dụng qua ngân hàng này chỉ đạt 31.268.000 giao dịch với doanh số đạt 4.238,76 tỷ đồng, thì đến năm 2012

khối lượng giao dịch tăng lên 40.563.000 giao dịch với doanh số đạt 8.324,58 tỷ đồng. Bình quân giai đoạn 2009-2012, mức tăng trưởng bình quân năm của số lượng và doanh số giao dịch dịch vụ phi tín dụng đạt lần lượt là 9,3% và 25,2%. Từ năm 2009 NHNN&PTNT đã thực hiện hiện đại hóa hệ thống thanh toán thành công toàn hệ thống làm cơ sở triển khai các sản phẩm dịch vụ dựa trên nền tảng công nghệ, kết hợp với các sản phẩm dịch vụ truyền thống. NHNN&PTNT cũng đã bổ sung thêm 16 sản phẩm dịch vụ mới thuộc nhóm sản phẩm dịch vụ hiện đại, góp phần đa dạng hóa hệ thống sản phẩm dịch vụ. Những hoạt động đó đã tạo nên sự gia tăng nhanh số lượng và giá trị dịch vụ phi tín dụng qua ngân hàng này.

Hoạt động dịch vụ phi tín dụng của Ngân hàng TMCP ngoại thương (VCB) chiếm khối lượng giao dịch đứng thứ hai sau NHNN&PTNT với mức tăng trưởng bình quân năm của khối lượng giao dịch là 13,67%. Doanh số giao dịch tăng từ 3.157,43 tỷ đồng năm 2009 lên 6.051,88 tỷ đồng năm 2012, bình quân tăng 24,52%/năm. VCB là một ngân hàng có thế mạnh về công nghệ nên khối lượng giao dịch của hệ thống ngân hàng này chủ yếu là giao dịch của các dịch vụ ngân hàng hiện đại. VCB cũng là ngân hàng luôn đi đầu trong ứng dụng công nghệ hiện đại vào hoạt động dịch vụ ngân hàng. Nhờ đó, cơ sở khách hàng vẫn duy trì phát triển mạnh về số lượng cả với khách hàng cá nhân và doanh nghiệp.

Ngân hàng TMCP cổ phần công thương (Viet-

Bảng 1: Quy mô các giao dịch dịch vụ phi tín dụng của các NHTM nhà nước giai đoạn 2009 -2012

	2009	2010	2011	2012
Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam				
Số món	25.657.000	28.453.000	32.547.000	37.674.000
Tăng trưởng (%)		10,89	14,38	15,75
Số tiền (Tỷ đồng)	3.157,43	3.788,91	4.420,40	6.051,88
Tăng trưởng (%)		19,99	16,66	36,91
Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam				
Số món	22.435.000	25.897.000	28.832.000	34.842.000
Tăng trưởng (%)		15,43	11,33	20,84
Số tiền (Tỷ đồng)	2.267,38	2.720,86	3.174,34	3.627,82
Tăng trưởng (%)		20,01	16,66	14,28
Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam				
Số món	23.546.000	27.875.000	30.982.000	34.452.000
Tăng trưởng (%)		18,38	11,14	11,21
Số tiền (Tỷ đồng)	2.867,42	3.578,90	4.014,39	4.897,87
Tăng trưởng (%)		24,81	12,16	22,01
Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam				
Số món	31.268.000	37.521.000	38.653.000	40.563.000
Tăng trưởng (%)		19,99	3,01	4,94
Số tiền (Tỷ đồng)	4.238,76	5.086,51	6.503,82	8.324,58
Tăng trưởng (%)		19,99	27,86	27,99

Nguồn: Báo cáo thường niên của các NHTM Việt Nam

inbank) và Ngân hàng TMCP đầu tư và phát triển (BIDV) là hai ngân hàng có mức tăng trưởng về khối lượng và doanh số giao dịch dịch vụ phi tín dụng thấp hơn so với NHNN&PTNT. Doanh số giao dịch hàng năm của Vietinbank và BIDV lần lượt tăng bình quân là 16,98% và 19,66%. Trong giai đoạn 2009- 2010, Vietinbank và BIDV đã triển khai các dịch vụ ngân hàng hiện đại như phát hành thêm thẻ mới (Vietinbank đã phát hành thêm 02 thẻ mới và BIDV phát hành thêm 03 thẻ mới) và phát triển thêm dịch vụ ngân hàng điện tử mới (Vietinbank phát triển thêm 03 dịch vụ mới, BIDV phát triển thêm 02 dịch vụ mới).

2.2. Doanh thu từ dịch vụ phi tín dụng

Giai đoạn 2009 - 2012, dịch vụ phi tín dụng đã và đang mang lại một khoản thu nhập lớn cho các NHTM nhà nước. Trong các loại dịch vụ phi tín dụng, tỷ lệ tăng trưởng có xu hướng thiên về dịch vụ phi tín dụng hiện đại. Cụ thể, dịch vụ quản lý tiền mặt có mức tăng trưởng bình quân 35,7%; dịch vụ tư vấn và cung cấp thông tin đạt mức tăng trưởng 42,6%; dịch vụ bảo lãnh đạt mức tăng trưởng 28,1%. Trong những năm gần đây các giao dịch công cụ tài chính phái sinh đạt mức tăng trưởng cao nhất trong nhóm dịch vụ phi tín dụng hiện đại với mức tăng trưởng 95,9%. Ngược lại dịch vụ bảo hiểm mặc dù ra đời khá sớm ở các ngân hàng nhưng lại tăng chậm nhất do yếu tố tâm lý của khách hàng Việt Nam. Mức tăng trưởng dịch vụ này là thấp nhất trong toàn hệ thống, năm 2012 doanh thu từ dịch vụ bảo hiểm chỉ tăng 5,2% so với năm 2011.

Cho dù dịch vụ phi tín dụng hiện đại đang phát triển và mang lại khoản thu nhập khá lớn cho ngân hàng nhưng các dịch vụ phi tín dụng truyền thống

cũng góp phần không nhỏ trong tổng thu từ dịch vụ phi tín dụng. Trong nhóm dịch vụ phi tín dụng truyền thống, dịch vụ thanh toán mang lại nguồn thu nhập cao nhất. Năm 2012 dịch vụ này đạt tốc độ tăng 112,5% so với năm 2009. Đặc biệt, phải kể đến là dịch vụ ủy thác đạt mức tăng trưởng rất cao (tăng 6,5 lần trong giai đoạn 2009-2012), điều này chứng tỏ hệ thống NHTM nhà nước có sự tín nhiệm lớn từ khách hàng với khả năng quản lý tài sản tốt.

2.3. Thu nhập từ dịch vụ phi tín dụng

Các khoản thu – chi chính của hệ thống NHTM nhà nước chủ yếu là từ hoạt động tín dụng. Tuy nhiên theo sự phát triển của nền kinh tế thì hệ thống NHTM nhà nước đã vận dụng tối đa tiềm lực sẵn có để tăng thu từ dịch vụ phi tín dụng. Nếu như những năm trước 2009 tỷ trọng thu dịch vụ phi tín dụng chỉ chiếm không quá 10% trên tổng thu nhập thì từ 2009 đến nay tỷ trọng này đã tăng nhanh từ 13,08% năm 2009 lên 17,34% năm 2012. Sự gia tăng nhanh các khoản thu từ dịch vụ phi tín dụng những năm gần đây xuất phát từ những tiến bộ công nghệ ngân hàng và sự đa dạng hóa các loại hình dịch vụ phi tín dụng.

2.4. Chất lượng dịch vụ phi tín dụng

Chất lượng các dịch vụ phi tín dụng truyền thống ngày càng hoàn thiện và nâng cao. Cùng với sự phát triển của khoa học công nghệ hiện đại, các dịch vụ phi tín dụng hiện đại đã ra đời và phát triển mạnh như dịch vụ thẻ, dịch vụ ngân hàng điện tử (home banking, internet banking, mobile banking...). Hiện nay, các NHTM nhà nước đã đưa ra mục tiêu phát triển dịch vụ chăm sóc khách hàng 24/7 bằng cách thành lập các trung tâm dịch vụ khách hàng để tiếp

Bảng 2: Doanh thu từ các dịch vụ phi tín dụng chủ yếu của các NHTM nhà nước giai đoạn 2009 - 2012

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	2009	2010	2011	2012
DV thanh toán	6.007.493	8.362.615	10.137.895	12.769.324
DV bảo lãnh	2.005.125	2.910.499	3.191.528	4.126.789
DV ngân quỹ	369.511	692.944	777.999	835.463
DV ủy thác & ĐL	325.061	587.639	1.836.381	2.135.786
DV tư vấn	329.658	709.010	732.833	802.435
DV bảo hiểm	15.826	42.445	138.018	145.627
Phí NV chiết khấu	90.818	97.687	51.965	49.562
DV bảo quản tài sản, cho thuê kết sắt	33.856	97.041	63.321	67.098
KD ngoại tệ	28.573.088	42.901.143	35.886.249	36.452.367
KD vàng	12.823.499	2.692.617	3.171.436	4.567.235
Công cụ tài chính phái sinh	3.396.197	5.302.703	11.875.259	24.673.528
Thu khác	1.948.567	3.706.974	3.346.038	3.023.678

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo tài chính của các NHTMNN

Bảng 3: Cơ cấu thu – chi từ dịch vụ phi tín dụng của các NHTM nhà nước giai đoạn 2009 - 2012*Đơn vị tính: Tỷ đồng*

Chỉ tiêu	2009	2010	2011	2012
Chi về dịch vụ phi tín dụng	2.213	3.457	4.325	5.237
Thu về dịch vụ phi tín dụng	5.591	6.809	7.120	7.658
Tổng thu nhập	73.130	46.129	108.793	132.789
Tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ phi tín dụng trên tổng thu nhập (%)	13,08	14,76	15,08	17,34

Nguồn: Báo cáo kết quả tài chính qua các năm của các NHTMNN

nhận và giải đáp, hỗ trợ khách hàng trong quá trình sử dụng sản phẩm dịch vụ của mình. Đồng thời đây cũng là một kênh bán hàng và tác nghiệp các dịch vụ ngân hàng điện tử. Tuy nhiên, có thể thấy các ngân hàng vẫn còn chú trọng nhiều đến tăng trưởng về số lượng các dịch vụ phi tín dụng, còn chất lượng vẫn chưa thực sự được quan tâm tương xứng. Thực tế cho thấy chất lượng dịch vụ phi tín dụng do các NHTM nhà nước cung cấp còn chưa cao (thể hiện ở tốc độ xử lý nghiệp vụ, độ an toàn, chính xác, tính tiện lợi...) và thủ tục giao dịch còn khá phức tạp. Một số dịch vụ mà khách hàng thường xuyên sử dụng thì mức độ hài lòng của khách hàng còn thấp. Ví dụ như dịch vụ thẻ ghi nợ ATM, đa số khách hàng không được hài lòng với lý do hệ thống máy ATM hiện nay chưa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, trong các dịp lễ tết khó rút được tiền, mất phí cho mỗi lần giao dịch in hóa đơn...

2.5. Tính cạnh tranh của dịch vụ phi tín dụng

Các NHTM nhà nước với nhiều thế mạnh như mạng lưới rộng, tiềm lực tài chính mạnh, có bề dày hoạt động, công nghệ khá, thương hiệu và uy tín mạnh... nên giữ vai trò tiên phong thúc đẩy cạnh tranh mạnh mẽ trong hoạt động dịch vụ phi tín dụng. Tuy nhiên, tính cạnh tranh của các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng của các NHTM hiện nay chưa cao. Do các ngân hàng tung ra quá nhiều các loại sản phẩm, thậm chí là đưa ra các sản phẩm mà các ngân hàng khác đang cung cấp, dẫn đến sản phẩm không tiện ích, chất lượng không cao, chưa xác định sản phẩm lõi và gia tăng tiện ích cho sản phẩm đó. Hiện nay các dịch vụ phi tín dụng của NHTM chủ yếu cạnh tranh bằng giá cả và mạng lưới hoạt động. Cạnh tranh bằng chất lượng và thương hiệu chưa phải là phổ biến. Chính điều này đã tạo ra thị trường dịch vụ phi tín dụng kém bền vững, làm tăng chi phí và phải mở rộng mạng lưới.

2.6. Quản lý rủi ro hoạt động dịch vụ phi tín dụng

Các NHTM nhà nước đã chủ động kiểm soát được rủi ro trong hoạt động dịch vụ phi tín dụng và không để xảy ra các sự cố rủi ro lớn trong phạm vi một ngân hàng và toàn hệ thống. Các NHTM đã thực hiện nguyên tắc phân cấp, ủy quyền, quy định rõ quyền và trách nhiệm cho từng vị trí cán bộ, từng cấp quản lý đảm bảo tính tuân thủ cao trong hoạt động dịch vụ phi tín dụng trên phạm vi một ngân hàng. Hệ thống quản lý thông tin khách hàng được tập trung hóa nhằm phát huy hiệu quả tích cực giúp các ngân hàng quản lý tốt rủi ro. Các ngân hàng còn ban hành văn bản, hướng dẫn, các quy định chi tiết các chính sách định hướng của Chính phủ, các quy định của ngân hàng nhà nước, xây dựng các chỉ tiêu, thực hiện kiểm tra định kỳ hoặc đột xuất các hoạt động dịch vụ phi tín dụng. Cơ sở vật chất phục vụ việc các hoạt động của dịch vụ phi tín dụng được tăng cường. Hệ thống dự phòng được chuẩn bị đảm bảo an toàn trong hoạt động. Mô hình tổ chức đang được triển khai theo hướng có bộ phận chuyên trách kiểm tra các hoạt động của dịch vụ phi tín dụng.

3. Một số giải pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTM nhà nước

Các NHTM nhà nước hiện đang phải đương đầu với môi trường cạnh tranh gay gắt bao gồm cả đối thủ trong nước và nước ngoài trên nhiều phương diện. Vì vậy để tồn tại và phát triển, các NHTM nhà nước cần phải chú trọng và tăng cường phát triển dịch vụ phi tín dụng bằng việc thực hiện các giải pháp sau đây.

Thứ nhất, hoạch định chiến lược phát triển dịch vụ phi tín dụng mang tầm dài hạn. Chiến lược cần đảm bảo những yêu cầu sau: (i) Chỉ ra được lộ trình phát triển dịch vụ phi tín dụng; (ii) Dựa trên các điều kiện thực tiễn và kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ phi tín dụng hàng năm của ngân hàng; (iii) Xuất phát từ việc nghiên cứu, phân tích đánh giá nhu cầu hiện tại của khách hàng và xu hướng phát triển nhu cầu trong tương lai; (iii) So sánh với đối

thủ cạnh tranh để thấy được điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức từ đó đề ra mục tiêu phát triển. Trên cơ sở chiến lược đã hoạch định, các NHTM cần cụ thể hóa các giải pháp của từng giai đoạn thực hiện trên cơ sở phân giao đến từng chi nhánh dựa vào đặc thù, thế mạnh của chi nhánh để có thể đạt được hiệu quả tối ưu.

Thứ hai, đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ phi tín dụng theo hướng nâng cao chất lượng dịch vụ truyền thống và phát triển các dịch vụ mới. Đối với các dịch vụ phi tín dụng truyền thống, các NHTM cần phải duy trì và nâng cao chất lượng theo hướng: Hoàn thiện quá trình cung cấp dịch vụ, đảm bảo tính công khai, minh bạch, đơn giản thủ tục, dễ tiếp cận và hấp dẫn khách hàng. Đối với dịch vụ phi tín dụng mới, các NHTM cần thực hiện: Nâng cao năng lực marketing; Tạo điều kiện khách hàng hiểu biết, tiếp cận và sử dụng có hiệu quả các dịch vụ ngân hàng; Nâng cao tính tiện ích của các dịch vụ. Đối với những dịch vụ là thế mạnh của ngân hàng đòi hỏi cần có sự quan tâm, đầu tư về chiều sâu để giữ được vai trò đầu tàu trong hoạt động dịch vụ của ngân hàng và tăng cường thị phần dịch vụ. Ngoài ra các NHTM cần xây dựng chiến lược phát triển các dịch vụ phi tín dụng phù hợp trong từng thời kỳ, nghiên cứu lợi thế và bất lợi của từng dịch vụ, giúp thỏa mãn khách hàng ở mức cao nhất.

Thứ ba, tăng cường chỉ đạo điều hành trong hoạt động kinh doanh dịch vụ phi tín dụng. Các NHTM cần chú trọng từ khâu lập kế hoạch kinh doanh tới việc tổ chức thực hiện kế hoạch theo mục tiêu hướng tới khách hàng và quản lý tới từng sản phẩm dịch vụ. Bên cạnh đó, cần phải thực hiện phân giao kế hoạch theo dòng sản phẩm dịch vụ và gắn trách nhiệm phát triển sản phẩm đến từng cán bộ, phù hợp năng lực, trình độ, sở trường. Đồng thời, xây dựng cơ chế gắn trách nhiệm của người quản lý với sự phát triển của từng sản phẩm dịch vụ được giao quản lý bằng cách xây dựng cơ chế quản lý và có chương trình hỗ trợ việc quản lý theo từng sản phẩm dịch vụ theo từng khách hàng, nhóm khách hàng để có thể theo dõi và đánh giá được sự phát triển và hiệu quả chung của toàn hệ thống và làm cơ sở cho việc áp dụng chính sách khách hàng đồng bộ trong toàn hệ thống.

Thứ tư, tăng cường hoạt động marketing. Hoạt động marketing của NHTM đối với dịch vụ phi tín dụng cần tập trung vào các nội dung: Nghiên cứu thị trường và khách hàng sử dụng dịch vụ; Phân đoạn thị trường dịch vụ ngân hàng; Định vị dịch vụ trên thị trường; Tăng cường hoạt động marketing quảng bá sản phẩm dịch vụ; Xây dựng thương hiệu của

ngân hàng với những điểm khác biệt, độ nhận diện cao và đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

Thứ năm, phát triển công nghệ ngân hàng. Các NHTM cần phải xây dựng một chiến lược phát triển công nghệ dài hạn đi đôi với phát triển nguồn lực hiện có. Chiến lược công nghệ kỹ thuật cần phải đi sâu về các mặt như trình độ công nghệ kỹ thuật, khả năng cải tiến, nghiên cứu và phát triển sản phẩm dịch vụ, ứng dụng, khai thác công nghệ thông tin, kỹ thuật số, điện tử và viễn thông trong hoạt động kinh doanh (giao dịch, thanh toán, quản trị điều hành...) của ngân hàng. Phát triển công nghệ ngân hàng phải đảm bảo tính an toàn trong vận hành. Cần xây dựng qui trình, qui định về thẩm quyền của từng bộ phận chức năng, từng cá nhân trong việc vận hành và sử dụng hệ thống công nghệ thông tin của ngân hàng nhằm tạo độ an toàn và tính bảo mật trong hệ thống cơ sở dữ liệu. Thường xuyên có kế hoạch kiểm tra và bảo trì hệ thống đảm bảo sự ổn định.

Thứ sáu, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Vì đặc thù của dịch vụ ngân hàng là dễ bắt chước nên nếu như trình độ công nghệ của các ngân hàng là tương đương thì chất lượng nguồn nhân lực sẽ tạo ra sự khác biệt về chất lượng sản phẩm dịch vụ giữa các ngân hàng. Do đó trong phát triển dịch vụ phi tín dụng đòi hỏi người cung cấp dịch vụ phải có trình độ hiểu biết về công nghệ và trình độ chuyên môn. Các NHTM cần xây dựng các chính sách thu hút nhân tài và giữ nguồn nhân lực giỏi, gắn bó và cống hiến cho sự phát triển của ngân hàng. Cần đào tạo, bồi dưỡng nhân viên mới tuyển dụng thông qua các lớp học về quy trình nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp và kỹ năng giải quyết tình huống phù hợp với các chức danh, vị trí được tuyển dụng.

Thứ bảy, hạn chế các rủi ro trong phát triển dịch vụ phi tín dụng. Việc quản lý và phòng ngừa các loại rủi ro là điều hết sức cần thiết và quan trọng, nó ảnh hưởng rất lớn đến uy tín của ngân hàng và mức độ tin cậy của khách hàng khi sử dụng dịch vụ. Các NHTM cần thực hiện các giải pháp nhằm hạn chế rủi ro trong phát triển dịch vụ phi tín dụng như: Xác định rõ trách nhiệm của nhân viên trong việc giám sát xây dựng và duy trì các chính sách an ninh của ngân hàng; Thực hiện kiểm tra trực tiếp đầy đủ để ngăn ngừa các hành vi truy cập thực tế chưa được phép trong môi trường máy tính; Giám sát chặt chẽ các mối quan hệ với các đối tác thứ ba; Trích lập dự phòng rủi ro. □

Tài liệu tham khảo:

Báo cáo thường niên của các NHTM nhà nước Việt Nam.

Bùi Thị Thùy Dương và Đàm Văn Huệ (2013), *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại các Ngân hàng thương mại*, Tạp chí kinh tế và phát triển, số 188, tháng 02/2013.

Chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng đến năm 2010 và tầm nhìn 2020. Hội thảo khoa học do NHNN thực hiện năm 2004. Nhà xuất bản Phương Đông, Hà Nội.

Đề án “*Phát triển ngành ngân hàng Việt Nam đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020*”. QĐ số 112/2006/QĐ-TTg, Thủ tướng Chính phủ.

Lộ trình chiến lược phát triển khu vực ngân hàng Việt Nam đến năm 2020. Do NHNN phối hợp với Cục kinh tế Liên bang Thụy Sĩ (SECO) thực hiện. Tháng 4, năm 2013.

Phạm Hoài Bắc (2010), *Quan điểm và giải pháp đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành ngân hàng Việt Nam*, Tạp chí ngân hàng số 24 tháng 12 năm 2010.

Phùng Việt Hà (2012), *Phát triển cung ứng dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại các ngân hàng thương mại nhà nước*, Tạp chí Thương mại số 29, năm 2012.

Developing non-credit services of state-owned commercial banks in Vietnam.

Abstract:

This paper analyzes the status of the development of non-credit services in state-owned commercial banks of Vietnam in the period 2009-2012. The research results show that non-credit services are fastly growing in both scale and quality, thereby contributing to increase incomes, reduce risks for the state-owned commercial banks. In addition, non-credit services also contribute to improving the value and utility of business and social life. However, non-credit services of state-owned commercial banks are not diversified. Quality and competitiveness of the services is poor. Besides, orientation and development strategy for non-credit services are spontaneous... This paper proposes a number of measures to improve and develop non-credit services of state-owned commercial banks in the future.

Thông tin tác giả:

* **Phan Thị Linh**, Thạc sĩ, nghiên cứu sinh

- Nơi công tác: Giảng viên tại Trường cao đẳng lương thực thực phẩm Đà Nẵng

- Lĩnh vực nghiên cứu chuyên sâu: Tài chính, ngân hàng

- Một số tác tạp chí đã đăng tải: Tạp chí Thương mại, Tạp chí Quản lý kinh tế, Tạp chí Kinh tế và dự báo.

Email: anhlinh260308@gmail.com

****Lê Quốc Hội**, Phó giáo sư, tiến sĩ

- Nơi công tác: Phó Tổng biên tập Tạp chí Kinh tế và Phát triển, trường Đại học Kinh tế quốc dân.

- Lĩnh vực nghiên cứu chuyên sâu: Kinh tế vĩ mô, tăng trưởng kinh tế, đói nghèo, bất bình đẳng, đầu tư trực tiếp nước ngoài.

- Một số tạp chí đã đăng tải: Journal of the Asia Pacific Economy, ASEAN Economic Bulletin, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, Tạp chí Nghiên cứu kinh tế, Tạp chí Phát triển kinh tế, Tạp chí những vấn đề kinh tế và chính trị thế giới.

Email: hoilq@neu.edu.vn