

LỜI MỞ ĐẦU

Việt Nam đang ở trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội, nền kinh tế vẫn đang ở trình độ thấp. Trong cơ cấu kinh tế ngành nông nghiệp vẫn chiếm tỷ trọng lớn, ngành công nghiệp lạc hậu chưa có thành tựu nào quan trọng đóng góp cho nền kinh tế quốc dân, ngành dịch vụ vẫn còn non trẻ. Chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá đã được Đảng và Nhà nước ta xác định là con đường tất yếu để Việt Nam nhanh thoát khỏi tình trạng lạc hậu, chậm phát triển để trở thành một quốc gia văn minh, hiện đại.

Trong những năm gần đây, chúng ta đã bước đầu chú trọng phát triển ngành dịch vụ, tạo điều kiện để thúc đẩy ngành dịch vụ trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của đất nước, trong đó hoạt động ngân hàng chiếm vị trí ngày càng quan trọng. Mới chập chững bước vào nền kinh tế thị trường đầy gian khó, phức tạp, ngành ngân hàng tại Việt Nam đòi hỏi sự học tập, tiếp thu kinh nghiệm của nhân loại trên cơ sở cân nhắc, chọn lựa cho phù hợp với hoàn cảnh và điều kiện của nước nhà. Trong quá trình học hỏi đó, triết học Mác-Lênin, đặc biệt là cặp phạm trù triết học cái chung và cái riêng có vai trò là kim chỉ nam cho mọi hoạt động nhận thức. Chính vì lý do đó Nhóm 9 đã chọn nội dung: ***Cái chung, cái riêng và vận dụng mối quan hệ giữa cái riêng, cái chung và cái đơn nhất trong việc phát triển Ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam*** làm đề tài nghiên cứu cho tiểu luận của nhóm.

PHẦN I: NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG

I. Khái niệm

1. Phép biện chứng duy vật và các cặp phạm trù cơ bản

a. Phép biện chứng duy vật:

Ph.Ăngghen định nghĩa “Phép biện chứng là khoa học về sự liên hệ phổ biến”¹ và “Phép biện chứng (...) là môn khoa học về những quy luật phổ biến của sự vận động và sự phát triển của tự nhiên, của xã hội loài người và của tư duy”². V.I.Lênin viết “Phép biện chứng, tức là học thuyết về sự phát triển, dưới hình thức hoàn bị nhất, sâu sắc nhất và không phiên diện, học thuyết về tính tương đối của nhận thức của con người, nhận thức này phản ánh vật chất luôn luôn phát triển không ngừng”³. Hồ Chí Minh đánh giá “Chủ nghĩa Mác có ưu điểm là phương pháp làm việc biện chứng”⁴. Có thể hiểu phép biện chứng duy vật là khoa học về mối liên hệ phổ biến và sự phát triển; về những quy luật chung nhất của sự vận động, phát triển của tự nhiên, xã hội và tư duy.

Phép biện chứng duy vật là sự thống nhất hữu cơ giữa thế giới quan duy vật với phương pháp biện chứng; giữa lý luận nhận thức với logic biện chứng.

Phép biện chứng duy vật có khả năng đem lại cho con người tính tự giác cao trong mọi hoạt động. Mối liên hệ của phép biện chứng duy vật là kết quả của sự nghiên cứu rút ra từ giới tự nhiên, cũng như lịch sử xã hội loài người. Mỗi nguyên lý, quy luật, phạm trù của phép biện chứng đều được khái quát và luận giải trên cơ sở khoa học. Chính vì vậy, phép biện chứng duy vật đã đưa phép biện chứng từ tự phát đến tự giác.

b. Các cặp phạm trù cơ bản

Các mối liên hệ phổ biến giữa các sự vật, hiện tượng được phép biện chứng duy vật khái quát thành các phạm trù cơ bản. Chúng được hình thành

và phát triển trong quá trình hoạt động nhận thức, hoạt động cải tạo tự nhiên, xã hội.

Phạm trù là khái niệm hàm chứa chung nhất, khó xác định trong khuôn khổ một lý thuyết nói riêng hay ngành khoa học nào đó nói chung. *Phạm trù được xem là thành phần kết cấu của sơ đồ phạm trù xác định quy trình tư duy.* Mỗi phạm trù nhờ khả năng giải mã cũng là yếu tố lưu giữ trạng thái quy trình. Phạm trù được dùng trong việc hệ thống hóa kiến thức qua quá trình nhận thức, trong đó chúng đóng vai trò ấn định tên cho đề mục. Cùng với những định nghĩa trên phạm trù còn được công nhận trong sự hình thành siêu ngôn ngữ mà thành phần của nó là các định nghĩa "lớp kiến thức". Phạm trù là đơn vị đặc biệt bảo đảm quá trình chuyển dịch kiến thức (*knowledge transfer*) trong nghiên cứu liên ngành. *Phạm trù ghi giữ các lớp kiến thức, các giai đoạn và các yếu tố của quá trình nhận thức, vì thế nó thuộc về hệ thống quản lý kiến thức. Phạm trù cho phép liên hệ bất cứ kiến thức nào với triết học và ngược lại, liên hệ triết học đến bất kỳ lĩnh vực kiến thức nào.* Tuy có sự chú ý đáng kể đối với phạm trù nhưng ứng dụng chúng vào quá trình nhận biết thế giới vẫn diễn ra ở mức cảm tính

Trong phép biện chứng duy vật có sáu cặp phạm trù cơ bản:

- 1- Cái riêng - cái chung - cái đơn nhất.
- 2- Nguyên nhân - kết quả.
- 3- Tất nhiên - ngẫu nhiên.
- 4- Nội dung - hình thức.
- 5- Bản chất - hiện tượng.
- 6- Khả năng - hiện thực.

2. Cặp phạm trù cái riêng, cái chung, cái đơn nhất và vị trí của cặp phạm trù trong phép biện chứng duy vật:

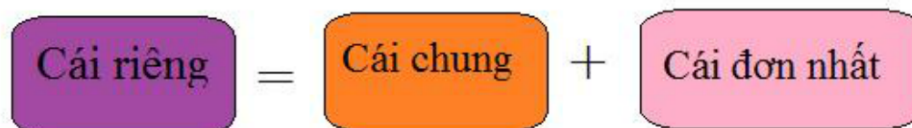
Theo quan niệm của phép biện chứng duy vật, nhận thức bắt đầu từ sự phản ánh những sự vật, hiện tượng cụ thể của thế giới. Nhưng trong quá trình so sánh giữa những sự vật, hiện tượng này với những sự vật, hiện tượng khác; phân biệt chỗ giống nhau và khác nhau giữa chúng, nhận thức đi đến sự phân biệt cái riêng, cái chung.

Cái riêng là phạm trù dùng để chỉ một sự vật, một hiện tượng nhất định và cái đơn nhất.

Cái chung là phạm trù dùng để chỉ những mặt, những thuộc tính lặp lại trong nhiều sự vật, nhiều hiện tượng.

Cái đơn nhất là phạm trù dùng để chỉ những mặt, những đặc điểm chỉ có ở một sự vật, hiện tượng nào đó mà không lặp lại ở các sự vật, hiện tượng khác.

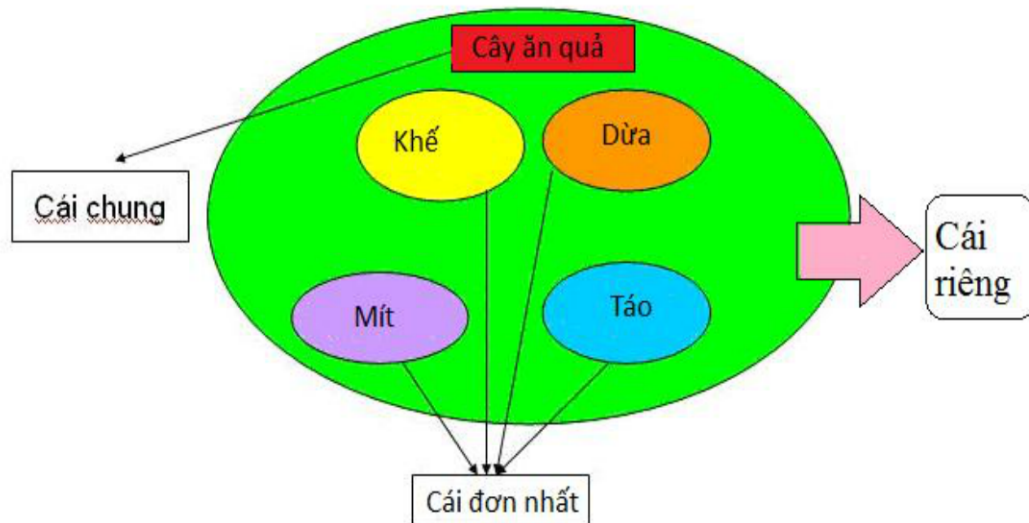
Giữa cái riêng, cái chung và cái đơn nhất có mối liên hệ biện chứng với nhau.



Ta có thể xem ví dụ sau để dễ hiểu hơn:

Ví dụ 1:

- Cái chung: Cái cây.
- Cái đơn nhất: Mít, ổi, na, táo... là cái đơn nhất của mỗi cái cây.
- Cái riêng: Mỗi cây mít, cây ổi, cây na, cây táo là 1 cái riêng.



Với tư cách một bộ môn khoa học, phép biện chứng có một hệ thống phạm trù riêng. Khi diễn đạt phép biện chứng, chúng ta không những cần phải làm rõ nội dung các phạm trù của nó, mà còn phải xác định đúng vị trí của các phạm trù ấy. Điều này là cần thiết cho việc tìm hiểu phép biện chứng, bởi vì sự hiểu biết về phạm trù trước sẽ là cơ sở cho sự hiểu biết phạm trù sau. "Cái riêng" và "cái chung" là một cặp phạm trù, nó chiếm vị trí nào trong hệ thống các phạm trù của phép biện chứng?

Một số tác giả đã trình bày cặp phạm trù "cái riêng" và "cái chung" sau ba phạm trù "mâu thuẫn", "chất lượng", "phủ định của phủ định". Tuy nhiên, khi trình bày nội dung của ba phạm trù này, nội dung của phạm trù "cái chung" lại được sử dụng, chẳng hạn, ở các câu: mâu thuẫn có tính phổ biến, quy luật sự thay đổi về lượng dẫn đến sự thay đổi về chất là "quy luật phổ biến tác động trong tự nhiên, xã hội và tư duy". Sử dụng nội dung của phạm trù "phổ biến" ("cái chung") để giải thích nội dung của các phạm trù "mâu thuẫn", "chất - lượng", trong khi nội dung của phạm trù "cái chung" lại

chưa được giải thích, điều đó, rõ ràng là không phù hợp với tiến trình của nhận thức và gây khó khăn cho những người muốn tìm hiểu phép biện chứng. Về mặt sư phạm, chúng ta không thể lấy cái mà người đọc chưa biết để giải thích cho họ cái họ chưa biết.

Trong một cuốn sách giáo khoa về triết học Mác-Lênin được xuất bản gần đây, các phạm trù "mâu thuẫn", "chất-lượng", "phủ định của phủ định" đã được trình bày sau cặp phạm trù "cái riêng" và "cái chung". Theo chúng tôi, sự trình bày như vậy hợp lý hơn, bởi vì sự hiểu biết về cái riêng và cái chung là cơ sở cho sự tìm hiểu về mâu thuẫn, về chất - lượng, về phủ định của phủ định, chứ không phải ngược lại. Chúng ta có thể và cần phải trình bày về cái riêng và cái chung trước khi trình bày về mâu thuẫn, về chất-lượng, về phủ định của phủ định, còn bởi vì, sự bất đồng về nhiều vấn đề của phép biện chứng đã xảy ra thường có nguyên nhân ở sự mơ hồ và sự không thống nhất trong việc lý giải cái riêng và cái chung. Về điều này, Lênin có nói : "Con người bị rối lên chính là ở trong phép biện chứng của cái riêng và cái chung".

Trong "Bút ký triết học", ở mục "Vấn đề phép biện chứng", Lênin nhận xét rằng, phương pháp trình bày phép biện chứng nói chung phải giống như phương pháp mà C.Mác đã trình bày phép biện chứng của xã hội tư sản, nếu như trong "phép biện chứng của xã hội tư sản", C.Mác phân tích trước hết cái đơn giản nhất, quen thuộc nhất của xã hội tư sản - sự trao đổi hàng hóa, thì trong phép biện chứng nói chung cần phải bắt đầu từ cái đơn giản nhất, quen thuộc nhất là bất cứ mệnh đề nào (chẳng hạn, "I-van là một người"...), nhưng trong bất cứ mệnh đề nào cũng đều đã có phép biện chứng của cái riêng và cái chung rồi. Với nhận xét như vậy, có thể nói chính Lênin cũng đã nghĩ tới việc phải bắt đầu phân tích từ cái riêng và cái chung trong sự trình bày phép biện chứng.

II. Mối quan hệ biện chứng giữa cái riêng, cái chung và cái đơn nhất:

1. Cái chung cái riêng theo trường phái duy thực và duy danh:

Trong lịch sử triết học đã có hai quan điểm trái ngược nhau về mối quan hệ giữa “cái riêng” và “cái chung”:

Phái duy thực đồng nhất thượng đế với cái chung và cho rằng chỉ có cái chung mới tồn tại vĩnh viễn, thật sự độc lập với ý thức của con người, cái riêng chỉ tồn tại tạm thời, thoáng qua, không phải là cái tồn tại vĩnh viễn. Cái chung không phụ thuộc vào cái riêng mà còn sinh ra cái riêng. Ví dụ: Trong trường đại học Kinh tế quốc dân có rất nhiều sinh viên. Mỗi sinh viên này là một cái riêng lẻ và sau 4 năm học các sinh viên này sẽ ra trường, sinh viên khác lại vào và ra như vậy. Nhưng khái niệm “sinh viên” nói chung vẫn tồn tại mãi mãi gắn với trường.

Đối ngược với phái duy thực, các nhà triết học duy danh như P.Abola(1079 – 1142), Đumxcot (1265 – 1308) cho rằng chỉ những sự vật, hiện tượng tồn tại riêng biệt với những chất lượng riêng của chúng mới là có thực còn cái chung là những tên gọi trống rỗng, do tư tưởng con người bịa đặt ra, không phản ánh cái gì trong hiện thực. Chẳng hạn như, họ cho khái niệm con người, giai cấp, đấu tranh giai cấp, sinh viên... không có ý nghĩa gì trong cuộc sống của con người, chỉ là những từ trống rỗng. Ngay cả đến những khái niệm như vật chất, chủ nghĩa duy vật, chủ nghĩa duy tâm, ... họ cũng cho là những từ không có ý nghĩa. Như vậy, ranh giới giữa chủ nghĩa duy vật và chủ nghĩa duy tâm bị xóa nhòa và con người không cần phải quan tâm đến cuộc đấu tranh giữa các quan điểm triết học.

Cả hai quan niệm của phái duy thực và phái duy danh đều sai lầm ở chỗ họ đã tách rời cái riêng khỏi cái chung, tuyệt đối hóa cái riêng, phủ nhận cái chung, hoặc ngược lại. Họ không thấy được sự tồn tại khách quan và mối liên hệ khăng khít giữa chúng. Phép biện chứng duy vật cho rằng cái riêng,

cái chung và cái đơn nhất đều tồn tại khách quan, giữa chúng có mối liên hệ hữu cơ với nhau.

2. Mối quan hệ giữa cái chung, cái riêng, cái đơn nhất:

Thứ nhất, cái chung chỉ tồn tại trong cái riêng, thông qua cái riêng mà biểu hiện sự tồn tại của mình. Nghĩa là không có cái chung thuần túy tồn tại bên ngoài cái riêng. Chẳng hạn, không có sinh viên nói chung nào tồn tại bên cạnh sinh viên ngành Kinh tế đầu tư, sinh viên ngành Kinh tế phát triển, sinh viên ngành Quản trị kinh doanh cụ thể. Nhưng sinh viên ngành Kinh tế đầu tư, sinh viên ngành Kinh tế phát triển... nào cũng phải đến trường học tập, nghiên cứu, thi cử...theo nội quy nhà trường. Những đặc tính chung này lặp lại ở những sinh viên riêng lẻ, và được phản ánh trong khái niệm “sinh viên”. Hay như quy luật bóc lột giá trị thặng dư của nhà tư bản là một cái chung, không thể thì không phải là nhà tư bản, nhưng quy luật đó được thể hiện ra ngoài dưới những biểu hiện của các nhà tư bản (cái riêng).

Thứ hai, cái riêng chỉ tồn tại trong mối liên hệ với cái chung. Nghĩa là không có cái riêng nào tồn tại tuyệt đối độc lập, không có liên hệ với cái chung. Thí dụ, mỗi con người là một cái riêng, nhưng mỗi người không thể tồn tại ngoài mối liên hệ với xã hội và tự nhiên. Không cá nhân nào không chịu sự tác động của các quy luật sinh học và quy luật xã hội. Đó là những cái chung trong mỗi con người. Một thí dụ khác, nền kinh tế của mỗi quốc gia, dân tộc với tất cả những đặc điểm phong phú của nó là một cái riêng. Nhưng nền kinh tế nào cũng bị chi phối bởi quy luật cung – cầu, quy luật quan hệ sản xuất phù hợp với trình độ phát triển của lực lượng sản xuất, đó là cái chung. Như vậy sự vật, hiện tượng riêng nào cũng bao hàm cái chung.

Thứ ba, cái riêng là cái toàn bộ, phong phú hơn cái chung, cái chung là cái bộ phận nhưng sâu sắc hơn cái riêng. Cái riêng phong phú

hơn cái chung vì ngoài những đặc điểm chung, cái riêng còn có cái đơn nhất. Cái chung sâu sắc hơn cái riêng vì cái chung phản ánh những thuộc tính, những mối liên hệ ổn định, tất nhiên, lặp lại ở nhiều cái riêng cùng loại. Do vậy, cái chung là cái gắn liền với cái bản chất, quy định phương hướng tồn tại và phát triển của cái riêng. Có thể khái quát một công thức như sau:

Công thức ***Cái riêng = Cái chung + Cái đơn nhất*** có thể là không hoàn toàn đúng một cách tuyệt đối, nhưng trong một chừng mực nào đó thì nó có thể nói được một cách chính xác quan hệ bao trùm giữa cái chung và cái riêng. Cái chung chỉ giữ phần bản chất, hình thành nên chiều sâu của sự vật, còn cái riêng là cái toàn bộ vì nó là một thực thể sống động. Trong mỗi cái riêng luôn tồn tại đồng thời cả cái chung và cái đơn nhất. Nhờ thế, giữa những cái riêng vừa có sự tách biệt, vừa có thể tác động qua lại với nhau, chuyển hóa lẫn nhau. Sự “va chạm” giữa những cái riêng vừa làm cho các sự vật xích lại gần nhau bởi cái chung, vừa làm cho sự vật tách xa nhau bởi cái đơn nhất. Cũng nhờ sự tương tác này giữa những cái riêng mà cái chung có thể được phát hiện. Về điểm này, LêNin có nói: “...*Cái riêng chỉ có thể tồn tại trong mỗi liên hệ dẫn tới cái chung*”.

Ví dụ: nguyên tử của mọi nguyên tố đều khác nhau, đều là cái riêng, chúng có khối lượng nguyên tử của mình, có hóa trị riêng của mình, có điện tích hạt nhân của mình, có cấu tạo vỏ nguyên tử của mình...Nhưng tất cả mọi nguyên tử đều có cái chung: trong mọi nguyên tử đều có hạt nhân, vỏ điện tử, đều có những hạt nguyên tố...Chính nhờ có những đặc tính chung cho mọi nguyên tử mà khoa học mới có khả năng biến nguyên tử của nguyên tố này thành nguyên tử của một nguyên tố khác. Nguyên tử cũng như bất kỳ sự vật, hiện tượng nào khác trong thế giới khách quan, là sự thống nhất giữa cái giống nhau và cái khác nhau, cái đơn nhất và cái phổ biến.

Thứ tư, cái đơn nhất và cái chung có thể chuyển hóa lẫn nhau trong quá trình phát triển của sự vật. Sở dĩ như vậy vì trong hiện thực cái mới không bao giờ xuất hiện đầy đủ ngay, mà lúc đầu xuất hiện dưới dạng cái đơn nhất. Về sau theo quy luật, cái mới hoàn thiện dần và thay thế cái cũ, trở thành cái chung, cái phổ biến. Ngược lại, cái cũ lúc đầu là cái chung, cái phổ biến nhưng về sau do không phù hợp với điều kiện mới nên mất dần đi và trở thành cái đơn nhất. Như vậy, sự chuyển hóa từ cái đơn nhất thành cái chung là biểu hiện của quá trình cái mới ra đời thay thế cái cũ. Ngược lại, sự chuyển hóa từ cái chung thành cái đơn nhất là biểu hiện của quá trình cái cũ, cái lỗi thời bị phủ định. Thí dụ: Trước Đại hội Đảng VI thì kinh tế thị trường, khoán sản phẩm chỉ là cái đơn nhất, còn cái chung là cơ chế bao cấp; nhưng từ sau Đại hội Đảng VI thì kinh tế thị trường lại dần trở thành cái chung, còn kinh tế tập trung bao cấp thành cái đơn nhất, chỉ còn tồn tại trong một số ngành như An ninh quốc phòng...

Sự phân biệt giữa cái chung và cái đơn nhất nhiều khi chỉ mang tính tương đối. Có những đặc điểm xét trong nhóm sự vật này là cái đơn nhất, nhưng nếu xét trong nhóm sự vật khác lại là cái chung. Ví dụ: quy luật cung – cầu là cái chung trong nền kinh tế thị trường, nhưng trong toàn bộ các hình thức kinh tế trong lịch sử thì nó chỉ là cái đơn nhất, đặc trưng cho nền kinh tế thị trường mà không thể là đặc điểm chung cho mọi hình thức khác như kinh tế tự cung tự cấp chẳng hạn.

Trong quá trình phát triển của sự vật hiện tượng, trong những điều kiện nhất định cái đơn nhất có thể biến thành cái chung và ngược lại cái chung có thể biến thành cái đơn nhất, nên trong hoạt động thực tiễn có thể và cần phải tạo điều kiện thuận lợi để cái đơn nhất có lợi cho con người trở thành cái chung và cái chung bất lợi trở thành cái đơn nhất.

III. Ý nghĩa phương pháp luận

- Vì cái chung là cái sâu sắc, bản chất hơn cái riêng, do đó trong nhận thức và hoạt động thực tiễn muốn biết được cái chung, cái bản chất thì phải xuất phát từ cái riêng, từ những sự vật, hiện tượng riêng lẻ. rồi từ cái chung, vận dụng cái chung để cải tạo cái riêng. Trong hoạt động thực tiễn nếu không hiểu biết những nguyên lý chung (không hiểu biết lý luận), sẽ không tránh khỏi rơi vào tình trạng hoạt động một cách mò mẫm, mù quáng.

Ví dụ: Từ đặc điểm của một số cây như đỗ tương, đỗ đen, đỗ xanh (cái riêng), người ta rút ra đặc điểm chung của các cây họ đỗ (cái chung)

- Vì cái chung chỉ tồn tại trong cái riêng, nên bất kỳ cái chung nào khi áp dụng vào trường hợp riêng cũng cần được chú ý đến các đặc điểm cụ thể. Ngược lại, nếu xem thường cái chung, tuyệt đối hóa cái riêng sẽ rơi vào bệnh cục bộ, địa phương chủ nghĩa

Ví dụ: Trong tiến trình Việt Nam xây dựng chủ nghĩa xã hội, không thể bê nguyên nguyên mẫu chủ nghĩa xã hội của Liên Xô vào áp dụng cho Việt Nam, mà phải tùy vào điều kiện của Việt Nam mà tiến hành chọn lọc áp dụng cho phù hợp, linh hoạt.

- Cần phải tạo điều kiện cho cái đơn nhất và cái chung chuyển hóa lẫn nhau theo chiều hướng tiến bộ, có lợi, tạo điều kiện thuận lợi để "cái đơn nhất" có lợi cho con người trở thành "cái chung" và "cái chung" bất lợi trở thành "cái đơn nhất"

Ví dụ: Quả dưa hấu: phần lớn các giống dưa hấu đều có đặc điểm chung là vỏ xanh, ruột đỏ, hạt đen (cái chung); nhưng có một số giống dưa hấu không có hạt, giá trị kinh tế cao (cái đơn nhất có lợi) -> đem lai tạo giống để tạo ra nhiều loại dưa hấu không có hạt (biến cái đơn nhất thành cái chung)

PHẦN II: VẬN DỤNG MỐI QUAN HỆ GIỮA CÁI RIÊNG, CÁI CHUNG VÀ CÁI ĐƠN NHẤT TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI VIỆT NAM

I. Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ, xu hướng tất yếu của các ngân hàng thương mại (NHTM):

1. Ngân hàng bán lẻ:

Khái niệm ngân hàng:

Chúng ta có thể phân hoạt động của các Ngân hàng thành hai mô hình cụ thể như sau:

- Mô hình Ngân hàng bán buôn: là mô hình ngân hàng tập trung cung cấp một vài sản phẩm cho khách hàng, tuy số lượng sản phẩm không lớn nhưng giá trị của từng sản phẩm là rất lớn. Khách hàng của ngân hàng chủ yếu là các công ty, xí nghiệp có quy mô lớn, các tập đoàn kinh tế, các tổng công ty.

- Mô hình Ngân hàng bán lẻ: là mô hình ngân hàng mà ngân hàng chú trọng đến việc đa dạng hóa các sản phẩm. Số lượng sản phẩm rất nhiều, rất lớn để và tập trung đáp ứng cho nhu cầu của khách hàng là cá nhân và hộ gia đình.

Trong nền kinh tế mở, nhu cầu về dịch vụ ngân hàng ngày càng cao, nhất là dịch vụ ngân hàng bán lẻ (NHBL). Mục tiêu của dịch vụ NHBL là khách hàng cá nhân, nên các dịch vụ thường đơn giản, dễ thực hiện và thường xuyên, tập trung vào dịch vụ tiền gửi và tài khoản, vay vốn, mở thẻ tín dụng... Thị trường bán lẻ là một cách nhìn hoàn toàn mới về thị trường tài chính, qua đó, phần đông những người lao động nhỏ lẻ sẽ được tiếp cận với các sản phẩm DVNH, tạo ra một thị trường tiềm năng đa dạng và năng động.

“Bán lẻ chính là vấn đề của phân phối” (Jean Paul Votron - Ngân hàng Fofies): Cần hiểu đúng nghĩa của bán lẻ là hoạt động của phân phối, trong đó là triển khai các hoạt động tìm hiểu, xúc tiến, nghiên cứu, thử nghiệm, phát hiện và phát triển các kênh phân phối hiện đại- mà nổi bật là kinh doanh qua mạng. Dịch vụ bán lẻ bao gồm ba lĩnh vực chính: thị trường, các kênh phân phối, dịch vụ và đáp ứng dịch vụ. Bán lẻ ngày càng phát triển sang lĩnh vực xuyên quốc gia.

Theo các chuyên gia kinh tế của Học viện Công nghệ Châu á – AIT, dịch vụ NHBL là cung ứng sản phẩm, dịch vụ ngân hàng tới từng cá nhân riêng lẻ, các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua mạng lưới chi nhánh, khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với sản phẩm và dịch vụ ngân hàng thông qua các phương tiện điện tử viễn thông và công nghệ thông tin.

- Hoạt động NHBL ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong hoạt động của các NHTM trên thế giới, các NHBL toàn cầu sẽ đóng vai trò chủ đạo trong danh sách 20 ngân hàng toàn cầu hàng đầu theo xếp hạng của tạp chí The Banker vào năm 2015.

2. Đặc trưng của ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam:

2.1. Đặc điểm thị trường tài chính tại Việt Nam:

- Cạnh tranh về dịch vụ tài chính ngày càng mạnh và khốc liệt tại Việt Nam.

- Ngày càng có nhiều tổ chức phi tài chính tham gia vào lĩnh vực này.

- Sự đa dạng trong hoạt động kinh doanh ngày càng mạnh mẽ.

Hiện nay, các NHTM ở Việt Nam đều hướng tới phát triển dịch vụ NHBL, đây là hướng đi hoàn toàn đúng đắn, bởi lẽ:

- Các NHTM Việt Nam đã và đang phát triển dịch vụ NHBL, đây là xu thế tất yếu, phù hợp với xu hướng chung của các ngân hàng trong khu vực và trên thế giới, phục vụ đối tượng khách hàng cá nhân và hộ kinh

doanh nhỏ, đảm bảo cho các ngân hàng quản lý rủi ro hữu hiệu, cung ứng dịch vụ chất lượng cao cho khách hàng, định hướng kinh doanh, thị trường sản phẩm mục tiêu, giúp ngân hàng đạt hiệu quả kinh doanh tối ưu.

- Dịch vụ NHBL vẫn còn là một trận tuyến mới còn bỏ ngỏ ở một đất nước đông dân, có tiềm năng phát triển cao trong những năm tới, tiêu dùng dân cư có tiềm năng tăng trưởng cao.

- Tại Việt Nam, kinh tế tăng trưởng liên tục, môi trường pháp lý hoàn thiện dần, nhu cầu xã hội ngày càng tăng, thị trường dịch vụ NHBL còn nhiều tiềm năng phát triển.

2.2. Thực trạng của ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam:

2.2.1 Những điểm mạnh của ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam:

Trong những năm gần đây, dưới áp lực cạnh tranh ngày càng tăng do việc áp dụng lộ trình nới lỏng các quy định đối với các tổ chức tài chính nước ngoài, nhất là về việc mở chi nhánh và các điểm giao dịch, việc dỡ bỏ hạn chế về huy động tiền gửi bằng VND, khả năng mở rộng dịch vụ ngân hàng và sự phát triển bùng nổ của CNTT, các NHTM Việt Nam đã đạt được những kết quả đáng khích lệ về phát triển dịch vụ NHBL. Nhìn chung, các ngân hàng bắt đầu quan tâm và tập trung khai thác thị trường bán lẻ như đẩy mạnh hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, phát triển các loại hình dịch vụ mới, đa tiện ích và đã được xã hội chấp nhận như máy giao dịch tự động (ATM), internet banking, home banking, PC banking, mobile banking. Thực tế đó đã đánh dấu bước phát triển mới của thị trường dịch vụ NHBL tại Việt Nam, làm cơ sở cho việc phát triển dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, tỷ trọng nguồn vốn huy động từ dân cư tăng lên đáng kể và chiếm 35-40% tổng vốn huy động. Hình thức huy động ngày càng đa dạng và linh hoạt hơn, lượng kiều hối qua các ngân hàng tăng mạnh.

Các dịch vụ bán lẻ của NHTM Việt Nam ngày càng đa dạng, trở nên đồng đều hơn với việc triển khai của hầu hết các NHTM, tạo cho khách hàng có nhiều cơ hội lựa chọn. Các sản phẩm của ngân hàng điện tử ngày càng trở nên rộng rãi và phổ biến. Dịch vụ thẻ ngày càng trở nên phổ biến trong các tầng lớp dân cư, các doanh nghiệp với nhiều tiện ích, nhiều loại thẻ tín dụng.

Các NHTM Việt Nam đã có những cải thiện đáng kể về năng lực tài chính, công nghệ, quản trị điều hành, cơ cấu tổ chức và mạng lưới kênh phân phối, hệ thống sản phẩm dịch vụ ngân hàng, góp phần phát triển dịch vụ NHBL, đem lại cho khách hàng ngày càng nhiều tiện ích mới và văn minh trong thanh toán.

Các dịch vụ tín dụng tiêu dùng phát triển mạnh cả về danh mục và doanh số, tất cả NHTM của Việt Nam đều có sản phẩm cho vay tiêu dùng, đứng đầu là ACB và Techcombank.

Các sản phẩm liên kết, bán chéo sản phẩm tài chính, được triển khai ngày càng nhiều, ví dụ Bancassurance (liên kết ngân hàng - bảo hiểm), đem lại khoản thu cho ngân hàng, phát triển khách hàng, tạo ra tiện ích đa dạng hơn. Các sản phẩm này được nhiều ngân hàng ứng dụng như BIDV, Vietcombank...

Hầu hết các NHTM đã xây dựng phần mềm NHBL dựa trên nền tảng quy trình xử lý nghiệp vụ thiết kế của Mỹ với mục tiêu giải phóng khách hàng nhanh nhất bằng việc phân chia xử lý nghiệp vụ thành hai bộ phận: Bộ phận giao dịch tại quầy và bộ phận hỗ trợ xử lý nghiệp vụ. Hệ thống này đã tạo ra nhiều giao diện rất tiện ích, tài khoản của khách hàng được kết nối trên toàn hệ thống, tạo nền tảng mở rộng thanh toán không dùng tiền mặt và đưa các sản phẩm dịch vụ NHBL đến tay người tiêu dùng.

Dịch vụ bán lẻ của NHTM phát triển dựa nhiều vào ứng dụng hệ thống công nghệ. Ngày càng nhiều NHTM Việt Nam ứng dụng công nghệ

hiện đại với chi phí lớn và diện phủ sóng rộng. Công nghệ thông tin trở thành kênh phân phối quan trọng và không thể thiếu của các DVNH điện tử nói riêng và hoạt động của ngân hàng nói chung. Các NHTM lớn như Vietinbank sử dụng hệ thống INCAS, Agribank sử dụng hệ thống IPCAS... trong toàn hệ thống.

2.2.2. Những yếu tố hạn chế phát triển dịch vụ NHBL tại Việt Nam

Tuy nhiên, bên cạnh kết quả đạt được, dịch vụ NHBL của các NHTM Việt Nam vẫn còn nhiều bất cập:

- Tính cạnh tranh chưa cao, chủ yếu nhờ mở rộng mạng lưới và cạnh tranh về giá cả và lãi suất, cạnh tranh về chất lượng dịch vụ và công nghệ chưa phổ biến, thị trường dịch vụ NHBL thiếu ổn định, chưa có sự liên kết giữa các ngân hàng trong việc phát hành các loại thẻ và khai thác dịch vụ mới, do các ngân hàng chưa tìm được tiếng nói chung để đi đến thoả thuận kết nối thống nhất nhằm chia sẻ hạ tầng kỹ thuật, gây lãng phí trong việc đầu tư mua sắm máy móc và chưa tạo sự thuận lợi cho khách hàng trong việc sử dụng thẻ;

- Sản phẩm dịch vụ ngân hàng còn mang tính truyền thống, nghèo nàn về chủng loại, chất lượng dịch vụ thấp, tính tiện ích chưa cao, chưa định hướng theo nhu cầu khách hàng;

- Chưa có chiến lược tiếp thị cụ thể trong hoạt động NHBL, thiếu đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp về tiếp thị dịch vụ NHBL, tỷ lệ khách hàng cá nhân tiếp cận và sử dụng dịch vụ ngân hàng vẫn còn ở mức khiêm tốn;

- Kênh phân phối không đa dạng, hiệu quả thấp, phương thức giao dịch và cung cấp các dịch vụ chủ yếu vẫn là giao dịch trực tiếp tại quầy, các hình thức giao dịch từ xa dựa trên nền tảng CNTT chưa phổ biến. Dịch vụ ngân hàng điện tử chưa được triển khai rộng rãi, lượng khách hàng sử dụng còn ít, nhiều ngân hàng mới chỉ hoạt động ở mức độ thử nghiệm, giao dịch

thanh toán thương mại điện tử còn hạn chế, chưa ứng dụng được hình thức thanh toán qua điện thoại di động sử dụng tài khoản ngân hàng;

- Các dịch vụ NHBL phát triển dưới mức tiềm năng. Sau 10 năm làm dịch vụ phát hành và thanh toán thẻ, số người sử dụng thẻ tại Ngân hàng Ngoại thương chỉ đạt trên 1 triệu khách hàng, phần lớn chủ thẻ là thương nhân và những người sống ở các đô thị lớn, dư nợ cho vay cá nhân chỉ chiếm 5-9% tổng dư nợ;

- Hiệu quả của chính sách khách hàng còn thấp, chất lượng dịch vụ chưa cao, thủ tục giao dịch chưa thực sự thuận tiện, bộ máy tổ chức chưa theo định hướng khách hàng, thiếu bộ phận nghiên cứu, thiết kế sản phẩm và phát triển dịch vụ ngân hàng cá nhân, thiếu hệ thống chỉ tiêu định lượng và đánh giá hoạt động NHBL, mức độ ứng dụng CNTT chưa cao.

Nét đặc thù của dịch vụ ngân hàng bán lẻ là nhắm tới đối tượng khách hàng cá nhân, song người dân trong nước chưa biết nhiều về dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ NHBL nói riêng. Do mức thu nhập của phần lớn dân cư còn thấp, thói quen sử dụng tiền mặt còn phổ biến, nên khả năng phát triển và mở rộng dịch vụ NHBL còn hạn chế.

Môi trường pháp lý về hoạt động ngân hàng chưa thực sự phù hợp với tình hình thực tế. Các văn bản pháp quy về hoạt động ngân hàng chủ yếu được xây dựng trên cơ sở các giao dịch thủ công với nhiều loại giấy tờ và quy trình xử lý nghiệp vụ phức tạp. Trong khi đó, phát triển dịch vụ NHBL đòi hỏi phải áp dụng công nghệ mới và quy trình nghiệp vụ hiện đại, nhanh chóng. Với tốc độ phát triển dịch vụ như hiện nay, nhiều quy định pháp lý đã tỏ ra bất cập và không bao hàm hết các mặt nghiệp vụ, gây khó khăn cho các NHTM khi muốn triển khai dịch vụ mới.

Về phía các NHTM, các ngân hàng chưa xây dựng được chiến lược đồng bộ về phát triển dịch vụ NHBL, sản phẩm và dịch vụ NHBL còn đơn

điều, chưa đáp ứng nhu cầu khách hàng, bộ máy tổ chức chưa xây dựng theo định hướng khách hàng, chưa có đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp về nghiệp vụ NHBL, mạng lưới kênh cung cấp dịch vụ còn mỏng, nền tảng công nghệ và khả năng ứng dụng công nghệ mới còn hạn chế.

III. Vận dụng cái chung cái riêng vào việc phát triển dịch vụ NHBL tại các NHTM Việt Nam

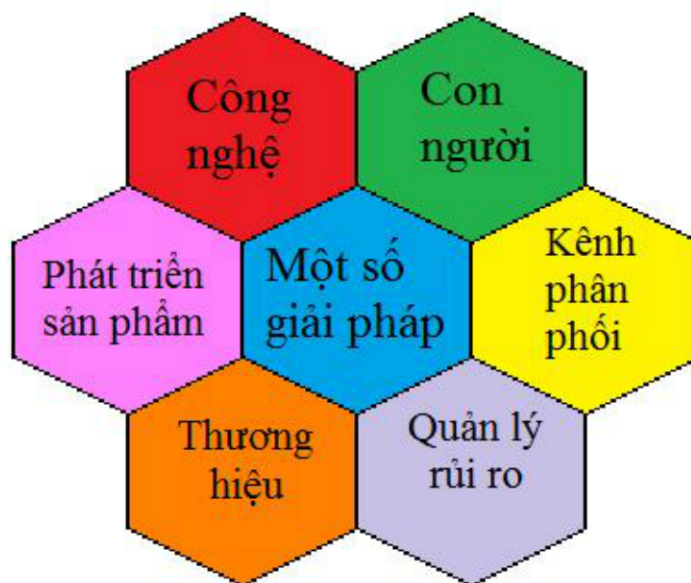
Mỗi sự vật, mỗi hiện tượng đều có những cái chung, những cái riêng. Cái chung và cái riêng trong mỗi sự vật, hiện tượng có quan hệ biện chứng với nhau, không thể tách rời trong đó cái chung là cái sâu sắc, cái bản chất, chi phối mọi cái riêng. Thì trong nhận thức và hoạt động thực tiễn phải phân biệt, phát hiện cái chung vận dụng cái chung để cải tạo cái riêng. Do đó đối với mỗi NHTM Việt Nam hiện nay muốn phát triển hoạt động dịch vụ NHBL thì đều phải xác định được một mô hình phát triển, bao gồm những vấn đề chung cần thực hiện, đề từ đó vận dụng vào cho chính Ngân hàng mình.

Từng hệ thống NHTM xác định chiến lược thực hiện DVNH bán lẻ dựa vào:

- Phát triển mạng lưới của mình,
- Phát triển các dịch vụ mới dựa trên công nghệ.
- Phát triển các nhánh dịch vụ, đặc biệt là các kênh phân phối

- Tạo sự khác biệt trong DVNH bán lẻ: Các NHTMCP có chiến lược tương đối rõ ràng về chiến lược phát triển DVNH bán lẻ tại các đô thị lớn trên nền tảng công nghệ cao, cung cấp dịch vụ tài chính trọn gói cho khách hàng. Như vậy, ở tầm chiến lược, nhận thức về DVNH bán lẻ đã hình thành mà hầu hết các ngân hàng trong nước đều đi theo để phục vụ đối tượng hơn 86 triệu người dân. Để thực hiện được chiến lược này, các ngân hàng cần đến nhiều yếu tố liên quan.

Có thể thấy đối với các NHTM tại Việt nam hiện nay muốn phát triển hoạt động DVNHBL cần chú trọng phát triển những vấn đề chung như sau:



1. Công nghệ:

Theo định nghĩa trên, dịch vụ NHBL chỉ được thực hiện nhờ công nghệ thông tin (CNTT), cụ thể là:

- CNTT là tiền đề quan trọng để lưu giữ và xử lý cơ sở dữ liệu tập trung, cho phép các giao dịch trực tuyến được thực hiện;
- CNTT hỗ trợ triển khai các sản phẩm dịch vụ NHBL tiên tiến như chuyển tiền tự động, huy động vốn và cho vay dân cư dưới nhiều hình thức khác nhau;
- Nhờ khả năng trao đổi thông tin tức thời, CNTT góp phần nâng cao hiệu quả của việc quản trị ngân hàng, tạo điều kiện thực hiện mô hình xử lý tập trung các giao dịch có tính chất phân tán như chuyển tiền, giao dịch thẻ, tiết giảm đáng kể chi phí giao dịch;

- CNTT có tác dụng tăng cường khả năng quản trị trong ngân hàng, hệ thống quản trị tập trung sẽ cho phép khai thác dữ liệu một cách nhất quán, nhanh chóng, chính xác.

Xây dựng các quy định về nghiệp vụ và các dịch vụ một cách đầy đủ, đồng bộ và thống nhất về các loại hình dịch vụ theo hướng đơn giản, dễ hiểu, dễ phổ cập, phù hợp với thông lệ và chuẩn mực quốc tế, đồng thời bảo vệ lợi ích chính đáng của khách hàng và ngân hàng.

2. Kênh phân phối: Đa dạng hóa các kênh phân phối và thực hiện phân phối có hiệu quả

Trong xu thế hội nhập, cạnh tranh trên thị trường NHBL ngày càng gay gắt, phát triển dịch vụ NHBL được xác định là một định hướng chiến lược quan trọng của các NHTM Việt Nam. Trong đó, việc phát triển các kênh phân phối là một trong những giải pháp tiên quyết, đòi hỏi phải tích cực phát triển mạng lưới các chi nhánh cấp I và cấp II, chú trọng mở rộng thêm các phòng giao dịch vệ tinh với mô hình gọn nhẹ. Bên cạnh việc duy trì và mở rộng các kênh phân phối truyền thống như các chi nhánh, các phòng giao dịch, các NHTM cần nghiên cứu và ứng dụng các kênh phân phối hiện đại, đồng thời tăng cường quản lý phân phối nhằm tối đa hóa vai trò của từng kênh phân phối một hiệu quả, đáp ứng yêu cầu giao dịch ở mọi lúc, mọi nơi như:

- Tăng cường hiệu quả và khả năng tự phục vụ của hệ thống ATM nhằm cung cấp nhiều loại dịch vụ khác nhau với chi phí rẻ hơn, nâng cấp hệ thống ATM thành những “ngân hàng thu nhỏ” trải đều khắp các tỉnh, thành phố. Đồng thời, phát triển mạng lưới các điểm chấp nhận thẻ (POS) và tăng cường liên kết giữa các NHTM để nâng cao hiệu quả và mở rộng khả năng sử dụng thẻ ATM và thẻ POS;

- Phát triển loại hình ngân hàng qua máy tính và ngân hàng tại nhà nhằm tận dụng sự phát triển của máy tính cá nhân và khả năng kết nối internet. Trong đó, các NHTM cần sớm đưa ra các loại dịch vụ mới để khách hàng có thể đặt lệnh, thực hiện thanh toán, truy vấn số dư và thông tin về cam kết giữa ngân hàng và khách hàng, v.v;
- Phát triển loại hình ngân hàng qua điện thoại, đây là mô hình phổ biến với chi phí rất thấp, tiện lợi cho cả khách hàng và ngân hàng. Khách hàng có thể thực hiện giao dịch tại bất cứ thời gian, địa điểm nào;
- Mở rộng các kênh phân phối qua các đại lý như, đại lý chi trả kiều hối, đại lý phát hành thẻ ATM, đại lý thanh toán.

Quá trình phát triển và hoàn thiện dịch vụ NHBL phải được thực hiện từng bước, vững chắc, đồng thời có bước đột phá để tạo đà phát triển nhanh chóng trên cơ sở giữ vững thị phần đã có và mở rộng thị trường, tạo nhiều tiện ích cho người sử dụng dịch vụ, kết hợp hài hoà lợi ích khách hàng với lợi ích của ngân hàng và có lợi cho nền kinh tế.

Chìa khóa của Chiến lược NHBL là phát triển CNTT, làm nền tảng phát triển kinh doanh và mở rộng các loại hình dịch vụ mới theo hướng tăng cường ứng dụng khoa học kỹ thuật và công nghệ tiên tiến, phát triển hệ thống giao dịch trực tuyến và từng bước triển khai mô hình giao dịch một cửa, hiện đại hóa tất cả các nghiệp vụ ngân hàng, đảm bảo hòa nhập với các ngân hàng quốc tế trong mọi lĩnh vực. Tăng cường xử lý tự động trong tất cả qui trình tiếp nhận yêu cầu khách hàng, thẩm định và xử lý thông tin, nâng cao chất lượng dịch vụ, đảm bảo tính bảo mật và an toàn trong kinh doanh.

3. Phát triển sản phẩm: Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ

Đa dạng hóa sản phẩm là điểm mạnh và mũi nhọn để phát triển dịch vụ ngân hàng cá nhân, hình thành bộ phận nghiên cứu chuyên trách phát triển sản phẩm. Trong đó, tập trung vào những sản phẩm có hàm lượng công

nghe cao, có đặc điểm nổi trội trên thị trường nhằm tạo sự khác biệt trong cạnh tranh, tận dụng các kênh phân phối mới để đa dạng hóa sản phẩm, mở rộng và phát triển tín dụng tiêu dùng.

Phát triển và mở rộng các sản phẩm dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt nhằm phát huy hiệu quả và tính năng kỹ thuật của công nghệ mới, góp phần hạn chế giao dịch tiền mặt bất hợp pháp, nhanh chóng nâng cao tính thanh khoản của VND và hiệu quả sử dụng vốn trong nền kinh tế. Đẩy mạnh các dịch vụ tài khoản tiền gửi với thủ tục đơn giản, an toàn nhằm thu hút nguồn vốn của cá nhân trong thanh toán và phát triển dịch vụ thanh toán thẻ, séc thanh toán cá nhân, đẩy mạnh huy động vốn qua tài khoản tiết kiệm. Các NHTM cũng cần tăng cường hợp tác với các tổ chức và doanh nghiệp có các khoản thanh toán dịch vụ thường xuyên, ổn định số lượng khách hàng, trả lương như bưu điện, hàng không, điện lực, cấp thoát nước, kinh doanh xăng dầu. NHNN cần sớm ban hành và hoàn thiện các văn bản pháp quy về thanh toán với cơ chế khuyến khích hơn là ngăn cấm như cho phép thu phí giao dịch tiền mặt cao hơn giao dịch chuyển khoản, hiện đại hóa hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng nhằm hình thành hệ thống thanh toán quốc gia thống nhất và an toàn.

Phát triển các sản phẩm, dịch vụ khác như tăng cường thu hút nguồn kiều hối trên cơ sở phối hợp với các công ty xuất khẩu lao động, các công ty dịch vụ kiều hối, tổ chức chuyển tiền ở nước ngoài, các ngân hàng đại lý nước ngoài. Có chính sách khai thác và tạo điều kiện thuận lợi phát triển dịch vụ chuyển tiền kiều hối qua hệ thống ngân hàng. Triển khai dịch vụ quản lý tài sản, ủy thác đầu tư, cung cấp thông tin và tư vấn cho khách hàng. Tăng cường bán chéo sản phẩm dịch vụ giữa ngân hàng và bảo hiểm, vì có tới 50% khách hàng sử dụng một sản phẩm duy nhất là tài khoản nhận lương.

4. Thương hiệu: Tăng cường hoạt động tiếp thị và chăm sóc khách hàng

Do phần lớn đối tượng phục vụ của dịch vụ NHBL là các cá nhân, việc quảng bá, tiếp thị các sản phẩm dịch vụ đóng vai trò cực kỳ quan trọng, có lợi cho cả ngân hàng và khách hàng. Tăng cường chuyển tải thông tin tới công chúng nhằm giúp khách hàng có thông tin cập nhật về năng lực và uy tín của ngân hàng, hiểu biết cơ bản về dịch vụ NHBL, nắm được cách thức sử dụng và lợi ích của các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

5. Các giải pháp khác

- NHNN và các NHTM cần phối hợp với Tổng cục Thống kê trong việc xây dựng danh mục dịch vụ NHBL theo chuẩn mực quốc tế, làm cơ sở để xây dựng hệ thống báo cáo định kỳ về các loại hình dịch vụ cụ thể, góp phần nâng cao chất lượng quản trị, điều hành.

- Xây dựng hệ thống chấm điểm khách hàng cá nhân nhằm giảm nhẹ rủi ro, có thể ra quyết định cho vay một cách nhanh chóng, chính xác. Xây dựng bộ phận quản lý và phân loại khách hàng nhằm xác định mức chi phí và lợi nhuận của từng phân đoạn khách hàng, thực hiện tốt chính sách khách hàng, triển khai mô hình tổ chức kinh doanh theo định hướng khách hàng và chủ động tìm đến khách hàng, xác định nhu cầu của từng nhóm khách hàng, từ đó đưa ra các loại sản phẩm và dịch vụ phù hợp.

- Mỗi NHTM cần thành lập bộ máy điều hành, nghiên cứu và thực thi việc phát triển dịch vụ NHBL, nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng và chú trọng nâng cao trình độ quản lý và chuyên môn nghiệp vụ về hoạt động NHBL.

Trong mối quan hệ giữa cái chung và cái riêng thì cái chung chỉ tồn tại trong cái riêng, như là một bộ phận của cái riêng. Tuy nhiên khi chúng ta rút ra bất cứ cái chung nào khi áp dụng vào từng trường hợp cụ thể cũng cần

được cá biệt hóa (chống bệnh giáo điều, dập khuôn). Tuyệt đối hóa cái riêng sẽ rơi vào bệnh cục bộ địa phương.