





## DANH MỤC CÁC BẢNG

<u>Bảng 2.1: Các công cụ phái sinh ngoại hối đang áp dụng tại các chi nhánh NHTM trên địa bàn thành phố Huế tính đến 31/12/2016.....</u>	<u>29</u>
<u>Bảng 2.2: Một số quy định về công cụ phái sinh ngoại hối đang áp dụng tại các NHTM Việt Nam tính đến 31/12/2016 .....</u>	<u>30</u>
<u>Bảng 2.3: Doanh số giao dịch phái sinh ngoại hối của các chi nhánh NHTM trên địa bàn thành phố Huế giai đoạn 2014 – 2016.....</u>	<u>31</u>
<u>Bảng 2.4: Lĩnh vực kinh doanh .....</u>	<u>38</u>
<u>Bảng 2.5 : Loại hình doanh nghiệp .....</u>	<u>39</u>
<u>Bảng 2.6: Hoạt động của doanh nghiệp có liên quan đến ngoại hối hay không .....</u>	<u>39</u>
<u>Bảng 2.7: Nhận thức của doanh nghiệp về rủi ro tỷ giá .....</u>	<u>40</u>
<u>Bảng 2.8: Mức độ sử dụng hợp đồng kỳ hạn .....</u>	<u>41</u>
<u>Bảng 2.9: Mức độ sử dụng Hợp đồng hoán đổi .....</u>	<u>41</u>
<u>Bảng 2.10: Mức độ sử dụng Hợp đồng quyền chọn.....</u>	<u>42</u>
<u>Bảng 2.11: Mức độ sử dụng Hợp đồng giao sau .....</u>	<u>42</u>
<u>Bảng 2.12:Nhu cầu của doanh nghiệp về sản phẩm phái sinh ngoại hối .....</u>	<u>43</u>
<u>Bảng 2.13:Nhân tố thúc đẩy doanh nghiệp sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối.....</u>	<u>44</u>
<u>Bảng 2.14: Các nhân tố cản trở doanh nghiệp sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối.....</u>	<u>45</u>
<u>Bảng 2.15: Tổng hợp các mức độ quan trọng của các nhân tố cản trở doanh nghiệp sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối .....</u>	<u>46</u>

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: 1.5 lines

**Formatted:** Normal, Tab stops: Not at 15.98 cm

**Formatted:** Check spelling and grammar

Tr  
ng

## DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1: Thống kê vị trí đang làm việc tại ngân hàng .....	32
Biểu đồ 2.2: Thống kê kinh nghiệm làm việc của nhân viên ngân hàng .....	32
Biểu đồ 2.3: Trình độ học vấn của nhân viên ngân hàng .....	33
Biểu đồ 2.4: Tuổi của nhân viên ngân hàng .....	33
Biểu đồ 2.5: Mức độ hiểu biết về sản phẩm phái sinh ngoại hối của ngân hàng .....	34
Biểu đồ 2.6: Đánh giá về sản phẩm phái sinh ngoại hối .....	35
Biểu đồ 2.7: Những ưu điểm của sản phẩm phái sinh ngoại hối .....	36
Biểu đồ 2.8: Nguyên nhân cản trở việc phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối tại ngân hàng .....	37
Biểu đồ 2.9: Mức độ đồng ý với những đề xuất nhằm phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối tại ngân hàng .....	38
Biểu đồ 2.10: Mức độ sử dụng các sản phẩm phái sinh ngoại hối .....	40

**Formatted:** Tab stops: 15.98 cm, Right, Leader: ...

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: 1.5 lines

**Formatted:** Tab stops: 15.98 cm, Right, Leader: ...

Tr  
ng  
i h c xinh h

## DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

- FXD : Foreign exchange derivative – Công cụ phái sinh ngoại hối  
NHNN : Ngân hàng Nhà nước  
NHTM : Ngân hàng thương mại  
TCTD : Tổ chức tín dụng

Tr  
ng  
i h  
C Kinh t  
Hu

## PHẦN 1: ĐẶT VẤN ĐỀ

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày 2/10/2015, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã ban hành thông tư số 15/2015/TT - NHNN hướng dẫn giao dịch ngoại tệ trên thị trường ngoại tệ của các tổ chức tín dụng được phép hoạt động ngoại hối. Đây là xu hướng tất yếu, phản ánh sự hội nhập quốc tế và xu hướng tự do hóa thị trường tài chính Việt Nam. Các sản phẩm phái sinh ngoại hối không còn xa lạ gì với các thị trường phát triển, tuy nhiên, sản phẩm này còn nhiều mới mẻ đối với hầu hết các thành viên tham gia thị trường ở Việt Nam. Hai nghiệp vụ ra đời sớm nhất cũng như được sử dụng phổ biến nhất hiện nay là giao dịch ngoại hối kỳ hạn và giao dịch ngoại hối hoán đổi. Giao dịch ngoại hối quyền chọn ra đời muộn hơn nhưng lại có một bước phát triển mạnh mẽ và mang lại nhiều nguồn lợi nhuận đáng kể cho các NHTM ở Việt Nam. So với thế giới, mức độ phát triển của giao dịch phái sinh ở Việt Nam hoàn toàn chỉ đang ở giai đoạn đầu, với các công cụ cơ bản chưa có sự khác biệt sản phẩm về loại tiền giao dịch, số lượng ngoại tệ giao dịch, chủ thể ký kết hợp đồng, mức ký quỹ... Doanh số giao dịch ngoại hối phái sinh hằng ngày ở Việt Nam vào khoảng 200-300 triệu USD/ ngày (2015). Con số này được đánh giá là tăng đáng kể so với cùng thời điểm năm 2013 ( 150 triệu USD/ngày). Quy mô giao dịch thị trường ngoại hối phái sinh ở Việt Nam từ 2011-2015 tăng đáng kể do cơ chế điều chỉnh tỷ giá “thả nổi có quản lý” của nhà nước.

Thị trường phái sinh ngoại hối ở Việt Nam ra đời sau, các hoạt động trên thị trường đều ở mức sơ khai và chưa đi vào quy cũ, mặc dù NHNN đã có văn bản định hướng hoạt động thị trường theo mục tiêu an toàn, nhưng ngược lại, về phía NHTM luôn có xu thế lách luật kiếm lời. Trên thực tế, đã xuất hiện một số vấn đề như: chưa thực hiện được chức năng phòng ngừa rủi ro tỷ giá theo đúng yêu cầu của doanh nghiệp, thực tế, đã có NHTM đã lạm dụng giao dịch ngoại hối phái sinh để đầu cơ, lách trần quy định về tỷ giá, lãi suất, che giấu lỗ kinh doanh.

Phát triển các nghiệp vụ phái sinh ngoại hối là bước đi quan trọng và có tính quyết định đến với sự phát triển thị trường ngoại hối trong bối cảnh thị trường phái sinh ngoại hối đang phát triển mạnh mẽ trên thế giới và Việt Nam đang hội nhập kinh tế thế giới. Các doanh nghiệp có thể sử dụng các công cụ phái sinh ngoại hối để phòng

Formatted: S1, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

ngừa rủi ro tỷ giá và cả đầu tư sinh lời. Tuy nhiên, ở Việt Nam hiện nay doanh số nghiệp vụ phái sinh ngoại hối vẫn luôn chiếm một tỷ trọng rất nhỏ trong giao dịch ngoại hối của các NHTM, chưa đến 10%, thậm chí doanh nghiệp nhiều khi mong muốn phòng ngừa rủi ro tỷ giá, nhưng không thể tiếp cận được ngân hàng.

Trên địa bàn thành phố Huế, các nghiệp vụ phái sinh ngoại hối vẫn còn sơ khai, kém phát triển thể hiện ở doanh số giao dịch thấp, thậm chí ở một số ngân hàng thương mại mặc dù đã triển khai nghiệp vụ hoán đổi và quyền chọn ngoại hối nhưng không có giao dịch. Chính vì vậy, việc phát triển nghiệp vụ này tại các ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế là cần thiết. Do đó, chúng tôi đã quyết định chọn đề tài: ***“Phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế”***.

## **2. Mục tiêu của đề tài**

Mục tiêu chung: khái quát hóa cơ sở lý luận về nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại, phân tích thực trạng phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế; trên cơ sở đó, đề xuất các giải pháp nhằm phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế.

Mục tiêu cụ thể:

- Khái quát về nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại
- Thực trạng phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế giai đoạn 2014 – 2016
- Phân tích các nguyên nhân cản trở việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối từ các chi nhánh ngân hàng thương mại và từ phía các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Huế
- Đề xuất các giải pháp nhằm phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế.

## **3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu**

\* Đối tượng nghiên cứu: Nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế

\* Phạm vi nghiên cứu:

Nghiên cứu được tiến hành tại địa bàn thành phố Huế

Thời gian từ 2014 đến 2016

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

#### 4. Cách tiếp cận, phương pháp nghiên cứu

\* Cách tiếp cận: Nghiên cứu này tập trung vào việc thu thập và khai thác ý kiến đánh giá từ các đối tượng liên quan đến nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế

\* Phương pháp nghiên cứu:

- **Phương pháp điều tra:** thu thập thông tin qua bảng hỏi với 2 mẫu điều tra.

Mẫu 1: Điều tra cán bộ ngân hàng thực hiện nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế.

Mẫu 2: Điều tra khách hàng là các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Huế. Đối tượng phỏng vấn được xác định theo phương pháp ngẫu nhiên thuận tiện.

Kích thước mẫu hợp lý sẽ phụ thuộc số mục hỏi đưa ra trong bảng hỏi (Theo nghiên cứu của Bollen, mỗi mục hỏi cần ít nhất là 5 mẫu)

- **Phương pháp thống kê:** nhằm tập hợp các số liệu về nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế cụ thể là số lượng công cụ phái sinh được áp dụng, doanh số giao dịch và tiến hành đánh giá thực trạng chung.

- **Sử dụng phương pháp thống kê Mean và thống kê mô tả các yếu tố quan trọng** để nghiên cứu các nhân tố “thúc đẩy” và “cản trở” nhằm đưa ra các giải pháp phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế.

#### 5. Tình hình nghiên cứu thuộc lĩnh vực của đề tài

\* **Ngoài nước**

Một số nghiên cứu gần đây và tiêu biểu về phái sinh ngoại hối gồm có:

1. Chandra Thapa, Suman Neupane, Andrew Marshall (2016), “*Market liquidity risks of foreign exchange derivatives and cross-country equity portfolio allocations*”, J. of Multi. Fin. Manag. 34 (2016) 46–64. Các công cụ phái sinh ngoại hối (FXD) là những công cụ quan trọng để phòng ngừa rủi ro ngoại hối (FX) và tăng lợi nhuận của danh mục đầu tư quốc tế. Tuy nhiên, khả năng sử dụng FXD có thể bị hạn chế bởi chi phí giao dịch cao hơn và rủi ro thanh khoản của FXD ở các thị trường hoặc các loại tiền tệ khác nhau giữa các quốc gia. Trong nghiên cứu này, nhóm tác giả đã sử dụng một tập dữ liệu rộng lớn của 40 quốc gia và một số thông số kỹ thuật thay thế để khảo

Formatted: S2, None, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single, Don't keep with next

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single



sát xem rủi ro thanh khoản thị trường của các công cụ phái sinh ngoại hối có liên quan đến quyết định phân bổ danh mục vốn cổ phần đa quốc gia. Nghiên cứu cho thấy rằng các nhà đầu tư có khuynh hướng phân bổ đầu tư vào các nước có thanh khoản FXD cao và có hiệu quả về chi phí để sử dụng FXD. Kết quả cho thấy cải cách quy định nhằm phát triển thị trường FXD có thể là một biện pháp chính sách tiềm năng để thu hút cao hơn mức đầu tư danh mục cổ phiếu đầu tư nước ngoài.

2. Lee C. Adkins, David A. Carter, and W. Gary Simpson (2007), “*Managerial incentives and the use of foreign-exchange derivatives by banks*”, *The Journal of Financial Research* • Vol. 30, No. 3 • Pages 399–413 • Fall 2007. Nghiên cứu kiểm tra tác động của bồi thường quản lý và quyền sở hữu đối với việc sử dụng các công cụ phái sinh ngoại hối của các công ty nắm giữ ngân hàng tại Mỹ. Nghiên cứu tập trung vào việc các công cụ phái sinh ngoại hối được sử dụng cho các mục đích không phải là giao dịch để điều tra việc sử dụng chúng trong bảo hiểm rủi ro. Nhóm tác giả cho thấy rằng quyền sở hữu đối với việc sử dụng FXD có liên quan nghịch đến tác động của bồi thường quản lý. Cuối cùng, kết quả cho thấy quyền sở hữu đối với việc sử dụng FXD khuyến khích các nhà quản lý các công ty lớn để phòng ngừa rủi ro.

3. Stephen D. Makar, Stephen P. Huffman, “*Foreign exchange derivatives, exchange rate changes, and the value of the firm: U.S. multinationals’ use of shortterm financial instruments to manage currency risk*”, *Journal of Economics and Business* 53 (2001) 421–437. Nghiên cứu này xem xét về công cụ phái sinh ngoại hối, thay đổi tỷ giá và giá trị của công ty: việc sử dụng các công cụ tài chính ngắn hạn của các công ty đa quốc gia Mỹ để quản trị rủi ro tiền tệ. Nghiên cứu cho thấy những thay đổi tỷ giá ở nước ngoài liên quan đến việc sử dụng công cụ phái sinh ngoại hối ngắn hạn có ảnh hưởng đến giá trị của các công ty đa quốc gia Mỹ. Sự thay đổi tỷ giá góp phần giải thích lợi ích bất thường của người sử dụng FXD thấp, bất kể quy mô công ty hay mức độ tham gia của nước ngoài.

4. Chris Adcock, Xiuping Hua, Khelifa Mazouz & Shuxing Yin (2014), “*Derivative activities and Chinese banks’ exposures to exchange rate and interest rate movements*”, *The European Journal of Finance*. Nghiên cứu này khảo sát tác động của các hoạt động phái sinh của các ngân hàng Trung Quốc có ảnh hưởng đến lãi suất và thay đổi lãi suất. Phân tích sâu hơn cho thấy việc sử dụng các công cụ tài chính phái

sinh làm giảm rủi ro về tỷ giá hối đoái của các ngân hàng, nhưng không ảnh hưởng đến tỷ lệ lãi suất. Các sản phẩm phái sinh có nhiều khả năng được sử dụng như một phần tích hợp của hệ thống quản lý rủi ro của các ngân hàng Trung Quốc, có thể giúp ổn định hệ thống ngân hàng.

**\* Trong nước**

1. Luận án “*Phát triển giao dịch phái sinh hàng hóa phi tài chính tại Việt Nam*” của NCS Nguyễn Phước Kinh Kha bảo vệ năm 2015 tại Đại học Ngân hàng Tp Hồ Chí Minh. Luận án đã trình bày tổng thể các điều kiện để phát triển giao dịch phái sinh hàng hóa tại Việt Nam, thực trạng hoạt động các sản giao dịch hàng hóa tại Việt Nam, khảo sát nhà cung cấp sản phẩm phái sinh hàng hóa và phía có nhu cầu cũng như các chuyên gia. Luận án đã đề xuất được các giải pháp toàn diện để phát triển giao dịch phái sinh hàng hóa phi tài chính tại Việt Nam.

2. Nguyễn Thị Châu Long, Trần Thụy Ái Phương (2014), “*Sử dụng các công cụ phái sinh tín dụng nhằm giảm thiểu rủi ro tín dụng tại ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam*”.

3. Đinh Thị Thanh Long (2013), “*Thực trạng giao dịch ngoại hối phái sinh ở Việt Nam*”, Học viện Ngân hàng. Bài báo trình bày bức tranh toàn cảnh phân tích thực trạng giao dịch ngoại hối phái sinh ở Việt Nam, nhưng tìm ra được các nguyên nhân, do đó chưa đề xuất được các giải pháp cụ thể để phát triển giao dịch ngoại hối phái sinh ở Việt Nam.

4. Nguyễn Thị Loan (2013), “*Phát triển công cụ tài chính phái sinh tiền tệ tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*”, Đại học Ngân hàng Tp Hồ Chí Minh. Bài báo đã đánh giá thực tế về sự phát triển các công cụ tài chính phái sinh tiền tệ tại các NHTM Việt Nam, từ đó đề xuất được các biện pháp cụ thể góp phần thúc đẩy sự phát triển của các công cụ này tại Việt Nam.

Tổng quan về tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy đã có không ít đề tài nghiên cứu về vấn đề này, tuy nhiên đây là một vấn đề lớn và khá mới mẻ nên các nghiên cứu trên chỉ đi vào nghiên cứu tổng thể về công cụ phái sinh nói chung tại Việt Nam. Đặc biệt, cho đến nay, trên địa bàn thành phố Huế chưa từng có công trình khoa học nào nghiên cứu cụ thể và đầy đủ về vấn đề này. Do đó, việc nghiên cứu đề tài này là cần thiết và rất có ý nghĩa về mặt thực tiễn.

## PHẦN 2: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ PHÁI SINH NGOẠI HỐI TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

#### 1.1. Nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại

##### 1.1.1. Khái niệm

###### \* Ngoại hối

Trong điều kiện kinh tế thị trường khi thực hiện thanh toán giữa các nước với nhau, cần thiết phải sử dụng đồng tiền nước này hay nước khác, nói chung là phải sử dụng đến ngoại tệ cũng như các phương tiện có thể thay cho ngoại tệ.

*Ngoại hối là một thuật ngữ dùng để chỉ các phương tiện có giá trị được sử dụng trong thanh toán giữa các quốc gia.*

Khái niệm ngoại hối thường được hiểu theo luật định và tương đối thống nhất giữa các quốc gia. Tại Việt Nam, ngoại hối được quy định theo Pháp lệnh ngoại hối số 28 được Quốc hội thông qua ngày 13/12/2005.

Ngoại hối bao gồm:

+ Ngoại tệ: là đồng tiền của các quốc gia được lưu thông trên thị trường quốc tế. Ngoại tệ được thể hiện dưới hình thức tiền mặt hay các số dư trên tài khoản tiền gửi ngoại tệ tại ngân hàng.

+ Các giấy tờ có giá ghi bằng ngoại tệ như: hối phiếu, lệnh phiếu, séc thương mại, trái phiếu, cổ phiếu và các giấy tờ có giá khác.

+ Vàng tiền tệ: đây là vàng được sử dụng với vai trò là tiền (phương tiện thanh toán) trong thanh toán quốc tế.

+ Đồng nội tệ được sử dụng trong thanh toán quốc tế hoặc được chuyển ra hay chuyển vào lãnh thổ của một quốc gia.

###### \* Công cụ phái sinh ngoại hối

Có nhiều quan niệm về công cụ phái sinh như sau:

Theo John Downes và Jordan Elliot Goodman thì “công cụ phái sinh là một hợp đồng có giá trị phụ thuộc vào kết quả hoạt động của một tài sản, tài chính gốc, một chỉ số hoặc các công cụ đầu tư khác.”

Trong giáo trình đào tạo của học viện chứng khoán Australia thì “công cụ phái sinh là một hợp đồng có xác định thời gian thực hiện cụ thể để mua hoặc bán một hàng hóa cụ thể (như lúa mì hoặc len...) hoặc một công cụ tài chính (như cổ phiếu hoặc chỉ số...)”

Formatted: S1, Left, Line spacing: single

Formatted: S1, Left, None, Line spacing: single, Don't keep with next

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Sản phẩm phái sinh là một sản phẩm tài chính mà kết quả của nó được tạo ra từ kết quả của một sản phẩm khác (*tài sản cơ sở*).

Trong tập tài liệu “Một số câu hỏi về thị trường chứng khoán phái sinh tại Việt Nam” của Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội thì “Chứng khoán phái sinh là một công cụ tài chính, trong đó giá trị của chứng khoán phái sinh phụ thuộc vào giá trị của một hay nhiều loại tài sản cơ sở”. Chứng khoán phái sinh có dạng hợp đồng tài chính trong đó quy định quyền lợi và/hoặc nghĩa vụ của các bên tham gia hợp đồng đối với việc thanh toán hoặc/và chuyển giao tài sản cơ sở với một mức giá được thỏa thuận trước vào một thời điểm nhất định trong tương lai. Tài sản cơ sở của chứng khoán phái sinh được chia thành hai dạng chính:

+ Hàng hóa: thực phẩm/nông sản ( ngũ cốc, thịt, cà phê, hồ tiêu v.v..), kim loại (vàng, bạc, kẽm, v.v...), năng lượng (khí đốt, dầu, v.v...), khác (thời tiết, kết quả bầu cử, v.v...)

+ Công cụ tài chính: cổ phiếu (chỉ số cổ phiếu, cổ phiếu đơn lẻ), trái phiếu (trái phiếu Chính phủ, trái phiếu chính quyền địa phương, trái phiếu doanh nghiệp), lãi suất (lãi suất ngân hàng, lãi suất ngoại tệ), tiền tệ (USD, Yên Nhật, Euro, v.v..), chứng khoán phái sinh

Từ các nghiên cứu trên có thể hiểu: công cụ phái sinh ngoại hối là một công cụ tài chính, bắt nguồn từ một tài sản cơ sở (ngoại hối) đã có từ trước đó. Các công cụ phái sinh ngoại hối gồm: hợp đồng ngoại hối kỳ hạn, hợp đồng ngoại hối hoán đổi, hợp đồng ngoại hối hoán đổi, hợp đồng ngoại hối quyền chọn và hợp đồng ngoại hối tương lai.

### **1.1.2. Các nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại**

#### **1.1.2.1. Nghiệp vụ hối đoái có kỳ hạn (Forward Operation)**

##### **\* Khái niệm**

Nghiệp vụ hối đoái có kỳ hạn là nghiệp vụ trong đó hai bên cam kết mua, bán với nhau một khoản ngoại tệ nhất định theo một mức tỷ giá được xác định ngay khi hợp đồng được ký kết, song việc chuyển giao ngoại tệ sẽ được thực hiện vào một thời điểm trong tương lai đã được xác định trước.

Ở Việt Nam, giao dịch hối đoái có kỳ hạn chính thức ra đời từ khi Ngân hàng Nhà nước ban hành Quy chế hoạt động giao dịch hối đoái kèm theo Quyết định số

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

17/1998/QĐ-NHNN7 ngày 10 tháng 01 năm 1998. Theo quy chế này, *giao dịch hối đoái có kỳ hạn là giao dịch trong đó hai bên cam kết sẽ mua, bán với nhau một số lượng ngoại tệ theo một mức giá xác định và việc thanh toán sẽ được thực hiện trong tương lai.*

**\* Các loại hợp đồng có kỳ hạn**

Trên thị trường quốc tế nói chung có hai loại hợp đồng hối đoái có kỳ hạn:

- Hợp đồng outright là sự thỏa thuận giữa một ngân hàng và khách hàng không phải ngân hàng nhằm mục đích phòng ngừa rủi ro hối đoái cho khách hàng. Về nguyên tắc, trước khi hợp đồng đến hạn chưa có việc chuyển giao tiền tệ giữa các bên tham gia hợp đồng. Tuy nhiên, ngân hàng có thể yêu cầu khách hàng ký quỹ với một mức tối thiểu nào đó hoặc thế chấp tài sản để đảm bảo cho việc thực hiện hợp đồng.

- Hợp đồng swap là loại hợp đồng có kỳ hạn giữa hai ngân hàng, theo đó hai bên đồng ý hoán đổi một số lượng ngoại tệ nhất định vào một ngày xác định và sau đó hoán đổi ngược lại ở một ngày trong tương lai theo một tỷ giá khác với tỷ giá hoán đổi lần đầu. Như vậy, hợp đồng swap gồm hai lần hoán đổi ngoại tệ, trong đó phần lớn hoán đổi lần đầu là giao dịch giao ngay và hợp đồng như vậy gọi là hợp đồng hoán đổi giao ngay – có kỳ hạn.

Ở Việt Nam, hợp đồng kỳ hạn mặc dù đã được chính thức đưa ra thực hiện năm 1998 nhưng đến nay nhu cầu giao dịch loại hợp đồng này vẫn chưa nhiều.

Trên thị trường hối đoái có kỳ hạn, tỷ giá thường được niêm yết theo bội số của 30 ngày và năm tài chính thường có 360 ngày nên để tiện sử dụng và chính xác, thời hạn của hợp đồng có kỳ hạn thường là một tháng, hai tháng, ba tháng...

**\* Yết giá có kỳ hạn**

Có hai loại hợp đồng kỳ hạn nên cũng có hai cách yết giá có kỳ hạn.

- Tỷ giá kỳ hạn theo kiểu outright đơn giản là giá cả của một đồng tiền này tính bằng một số đơn vị đồng tiền kia. Kiểu này tương tự như kiểu yết tỷ giá giao ngay, chỉ khác là tỷ giá được thỏa thuận hiện tại nhưng sẽ được áp dụng trong tương lai.

- Tỷ giá theo kiểu swap: thị trường chỉ công bố các điểm kỳ hạn. Dựa vào tỷ giá giao ngay và các điểm kỳ hạn để tính ra tỷ giá mua kỳ hạn và bán kỳ hạn.

Trên thị trường hối đoái có kỳ hạn, tỷ giá thường được niêm yết theo bội số của 30 ngày và năm tài chính thường có 360 ngày nên để tiện sử dụng và chính xác, thời hạn của hợp đồng có kỳ hạn thường là một tháng, hai tháng, ba tháng...

Ở Việt Nam, do số lượng khách hàng có nhu cầu giao dịch kỳ hạn chưa nhiều nên ngân hàng thương mại chưa thường xuyên niêm yết tỷ giá có kỳ hạn như ở các nước mà chỉ xác định và chào cho khách hàng khi nào khách hàng có nhu cầu giao dịch.

#### \* Cách xác định tỷ giá có kỳ hạn

Tỷ giá có kỳ hạn là tỷ giá áp dụng trong tương lai nhưng được xác định ở hiện tại. Tỷ giá này áp dụng cho các giao dịch mua bán ngoại tệ có kỳ hạn và được xác định dựa trên cơ sở tỷ giá giao ngay và lãi suất trên thị trường tiền tệ.

#### - Công thức chung

Gọi:

- F: là tỷ giá có kỳ hạn
- S: là tỷ giá giao ngay
- $R_d$ : là lãi suất của đồng tiền định giá
- $R_y$ : là lãi suất của đồng tiền yết giá.

Ta có tỷ giá kỳ hạn được xác định bởi công thức sau:

$$(1) \quad F = S \left( \frac{1 + R_d}{1 + R_y} \right)$$

Công thức (1) được xác định dựa trên cơ sở thuyết cân bằng lãi suất – IRP. Lý thuyết này nói rằng chênh lệch lãi suất giữa hai quốc gia phải được bù đắp bởi chênh lệch tỷ giá giữa hai đồng tiền để những người kinh doanh chênh lệch giá không thể sử dụng hợp đồng có kỳ hạn kiếm lợi nhuận trên cơ sở chênh lệch lãi suất.

Dựa vào công thức (1), chúng ta có thể rút ra một số nhận xét như sau:

+ Nếu lãi suất đồng tiền định giá lớn hơn lãi suất đồng tiền yết giá:

$R_d > R_y \Rightarrow 1 + R_d > 1 + R_y \Rightarrow (1 + R_d) / (1 + R_y) > 1 \Rightarrow F > S$ . Khi đó, người ta nói có điểm gia tăng tỷ giá kỳ hạn.

+ Nếu  $R_d < R_y \Rightarrow 1 + R_d < 1 + R_y \Rightarrow (1 + R_d) / (1 + R_y) < 1 \Rightarrow F < S$ . Khi đó, người ta nói có điểm khấu trừ tỷ giá kỳ hạn.

+ Kết hợp hai trường hợp trên chúng ta thấy rằng tỷ giá có kỳ hạn có thể tóm tắt như sau:

**Tỷ giá kỳ hạn = Tỷ giá giao ngay + Điểm kỳ hạn**

Trong đó, điểm kỳ hạn có thể dương hoặc âm.

Từ công thức (1) có thể viết lại như sau:

$$F = S \left( \frac{1 + Rd}{1 + Ry} \right) = S \left( \frac{1 + Rd + Ry - Ry}{1 + Ry} \right) = S \left( \frac{(1 + Ry) + (Rd - Ry)}{1 + Ry} \right) = S + S \left( \frac{Rd - Ry}{1 + Ry} \right)$$

Vì lãi suất  $R_y$  thường nhỏ nên  $1 + R_y \approx 1$ . Khi đó, công thức trên có thể viết lại thành:

$$F = S + S(R_d - R_y) \quad (2)$$

Ở đây lãi suất tính theo đơn vị phần trăm một năm. Nếu chuyển đổi lãi suất thành đơn vị phần trăm cho kỳ hạn  $n$  ngày và năm có 360 ngày thì ta sẽ có công thức:

$$F = S + S \left( \frac{(R_d - R_y)N}{360 \times 100} \right) \quad (3)$$

Trong đó điểm kỳ hạn được xác định theo công thức:

Điểm kỳ hạn =  $S \left( \frac{(R_d - R_y)N}{360 \times 100} \right)$ , với  $N$  là số ngày của kỳ hạn giao dịch.

**- Cách tính tỷ giá mua và bán kỳ hạn**

Từ công thức chung tính tỷ giá có kỳ hạn (3), ta tính được tỷ giá mua có kỳ hạn và tỷ giá bán có kỳ hạn. Để tiện việc tính toán, chúng ta đặt:

$F_m, S_m$  lần lượt là tỷ giá mua có kỳ hạn và tỷ giá mua giao ngay.

$F_b, S_b$  lần lượt là tỷ giá bán có kỳ hạn và tỷ giá bán giao ngay.

$R_{tgd}, R_{cvd}$ : lần lượt là lãi suất tiền gửi và lãi suất cho vay đồng tiền định giá.

$R_{tgy}, R_{cvy}$ : lần lượt là lãi suất tiền gửi và lãi suất cho vay đồng tiền yết giá.

$N$  là số ngày của hợp đồng có kỳ hạn

Từ đó, công thức áp dụng tỷ giá mua và tỷ giá bán kỳ hạn thường được áp dụng như sau:

1. Tỷ giá mua có kỳ hạn

$$F_m = S_m + \frac{S_m(R_{tgd} - R_{cvy})N}{100 \times 360} \quad (4)$$

## 2. Tỷ giá bán có kỳ hạn

$$Fb = Sb + \frac{Sb(R_{cvd} - R_{tgy})N}{100 \times 360} \quad (5)$$

Trong công thức (4) và (5), người ta giả định năm tài chính là 360 ngày và lãi suất được tính theo %/năm.

Hầu hết các ngân hàng thương mại ở Việt Nam áp dụng cách tính tỷ giá kỳ hạn như trên.

### **Nhân xét**

#### **- Ưu điểm**

+ Giao dịch hối đoái kỳ hạn được coi như công cụ phòng chống rủi ro khi tỷ giá biến động cho các đối tượng tham gia thị trường hối đoái.

+ Đa dạng hóa các nghiệp vụ kinh doanh

+ Tăng thu nhập cho ngân hàng thương mại, cân đối trạng thái ngoại hối trong kinh doanh đảm bảo trạng thái ngoại hối.

+ Các doanh nghiệp xuất nhập khẩu, các nhà đầu tư xác định chi phí, doanh thu ngay từ lúc ban đầu để họ có thể lựa chọn và đưa ra quyết định kinh doanh chính xác và có lợi cho mình.

#### **- Hạn chế**

Giao dịch kỳ hạn có thể mang lại các khoản lỗ cho nhà đầu tư, nếu như dự đoán biến động tỷ giá diễn ra không đúng như mong đợi của nhà đầu tư.

### **1.1.2.2. Nghiệp vụ hoán đổi tiền tệ (Currency Swaps)**

#### **\* Khái niệm**

Giao dịch hoán đổi (Swap) bao gồm hoán đổi tiền tệ và hoán đổi lãi suất. Hai nghiệp vụ này đều dựa trên nguyên tắc cơ bản nghiệp vụ như nhau nhưng chúng có đặc thù kỹ thuật trên các thị trường riêng biệt. Trong phạm vi chương này, chúng ta tập trung chủ yếu vào lĩnh vực kinh doanh tiền tệ nên chỉ xem xét hoán đổi tiền tệ.

*Giao dịch hoán đổi tiền tệ* (hay giao dịch hoán đổi ngoại hối) là sự kết hợp của một giao dịch trao ngay với một giao dịch kỳ hạn – *đổi một lượng cố định ngoại tệ này lấy một lượng biến đổi ngoại tệ khác trong thời gian xác định bằng cách cùng một lúc ký hai hợp đồng: một hợp đồng ký mua – bán giao ngay và một hợp đồng bán – mua kỳ hạn tương ứng.*



Ở Việt Nam, giao dịch hoán đổi chính thức ra đời từ khi Ngân hàng Nhà nước ban hành Quy chế hoạt động giao dịch hối đoái kèm theo Quyết định số 17/1998/QĐ-NHNN7 ngày 10 tháng 01 năm 1998. Theo quyết định này, *giao dịch hoán đổi* là giao dịch hối đoái bao gồm đồng thời cả hai giao dịch: giao dịch mua và giao dịch bán cùng một số lượng đồng tiền này với đồng tiền khác, trong đó kỳ hạn thanh toán của hai giao dịch khác nhau và tỷ giá của hai giao dịch được xác định tại thời điểm ký hợp đồng.

**\* Đặc điểm**

- Hoán đổi tiền tệ cho phép kết hợp đối ngược nhau giữa giao dịch giao ngay với giao dịch kỳ hạn. Việc mua, bán ngoại tệ xảy ra cùng một lúc với một số lượng ngoại tệ đã được xác định của một đồng tiền này để đổi lấy đồng tiền khác với hai ngày giá trị khác nhau.

- Swap gồm 2 chiều giao dịch, bạn có thể bán giao ngay và mua kỳ hạn (sell spot and buy forward – **S/B**) hoặc bạn có thể mua giao ngay và bán kỳ hạn (buy spot and sell forward – **B/S**).

- Một hợp đồng hoán đổi tiền tệ được mô tả thông qua các nội dung: ngày giao dịch, loại giao dịch (hoán đổi), các bên đối tác tham gia (bên mua, bên bán), hướng giao dịch, các đồng tiền, tỷ giá giao ngay, điểm kỳ hạn, số tiền được trao đổi, ngày đáo hạn, ngày giá trị, các chỉ thị thanh toán, các điều khoản khác.

- Giao dịch hoán đổi tiền tệ được tiến hành mua, bán với cùng một đối tác khách hàng. Với 2 giao dịch đối ngược nhau nhưng liên kết với nhau, mỗi giao dịch tương ứng với một chân của sự hoán đổi giao ngay hoặc kỳ hạn.

Thay vì thực hiện giao dịch giao ngay và giao dịch kỳ hạn riêng biệt, ngân hàng kết hợp hai loại giao dịch này lại trong một hợp đồng gọi là hợp đồng hoán đổi tiền tệ. Trong hợp đồng giao dịch hoán đổi, hai bên ngân hàng và khách hàng thỏa thuận với nhau một số nội dung chính sau đây:

- Thời hạn giao dịch: có thể từ 3 ngày đến 6 tháng. Nếu ngày đáo hạn rơi vào ngày Chủ nhật hoặc ngày lễ thì hai bên sẽ thỏa thuận chọn một ngày đáo hạn thích hợp và thời hạn hợp đồng sẽ tính trên số ngày thực tế.

- Điều kiện thực hiện: Giao dịch hoán đổi áp dụng đối với khách hàng có đầy đủ các điều kiện sau: có giấy phép kinh doanh, xuất trình các chứng từ chứng minh nhu cầu sử dụng ngoại tệ, mở tài khoản ngoại tệ và tài khoản VND ở ngân hàng, trả phí

giao dịch theo quy định, duy trì một tỷ lệ đặt cọc tối đa không quá 5% trị giá hợp đồng để đảm bảo việc thực hiện hợp đồng và ký hợp đồng giao dịch hoán đổi với ngân hàng.

- Ngày thanh toán bao gồm hai loại ngày. Ngày hiệu lực là ngày thực hiện thanh toán giao dịch giao ngay trong khi ngày đáo hạn là ngày thực hiện thanh toán giao dịch có kỳ hạn.

- Xác định tỷ giá hoán đổi, liên quan đến hai loại tỷ giá: tỷ giá giao ngay và tỷ giá có kỳ hạn.

#### **Quy trình thực hiện giao dịch hoán đổi**

Tại ngân hàng thương mại, quy trình thực hiện giao dịch hoán đổi tiến hành qua các bước sau đây:

- Khách hàng có nhu cầu thực hiện giao dịch hoán đổi đến liên hệ với phòng kinh doanh tiền tệ của ngân hàng.

- Căn cứ vào cung cầu mua bán ngoại tệ, phòng kinh doanh ngoại tệ sec chào tỷ giá bán và kỳ hạn cụ thể cho khách hàng.

- Nếu khách hàng đồng ý giá cả thì hai bên sẽ ký hợp đồng hoán đổi.

#### **Nhận xét**

##### **- Ưu điểm**

Trong giao dịch hoán đổi, các bên tham gia đều có những lợi ích nhất định:

- + Khách hàng thỏa mãn được nhu cầu ngoại tệ hoặc nội tệ của mình ở thời điểm hiện tại, đồng thời cũng thỏa mãn nhu cầu mua hoặc bán ngoại tệ vào ngày đáo hạn, do đó bảo hiểm được rủi ro biến động tỷ giá.

- + Ngân hàng một mặt đáp ứng được nhu cầu cho khách hàng góp phần nâng cao uy tín và gia tăng giá trị thương hiệu của mình. Mặt khác, ngân hàng có thể kiếm được lợi nhuận từ chênh lệch giá mua và bán ngoại tệ.

##### **- Hạn chế**

Nó là hợp đồng bắt buộc yêu cầu các bên phải thực hiện khi đáo hạn bất chấp tỷ giá giao ngay trên thị trường lúc đó như thế nào. Điều này có thể đánh mất cơ hội kinh doanh nếu như tỷ giá biến động trái với dự đoán của khách hàng.

### 1.1.2.3. Nghiệp vụ quyền chọn (Options operation)

#### \* Khái niệm

Quyền chọn tiền tệ là một công cụ tài chính mà cho phép người mua có quyền, **nhưng không bắt buộc**, được mua (call) hay bán (put) một số lượng tiền tệ ở một mức giá và thời hạn được xác định trước.

Giao dịch quyền chọn được Sở giao dịch chứng khoán Philadelphia đưa ra đầu tiên vào năm 1983. Ngày nay, quyền chọn tiền tệ chiếm khoảng 7% doanh số giao dịch hàng ngày trên thị trường ngoại hối toàn cầu.

Giao dịch quyền chọn được Eximbank thực hiện lần đầu tiên vào năm 2002 tại Việt nam, sau đó được nhiều ngân hàng thương mại như ACb, Techcombank, Citi Bank áp dụng cho các khách hàng là các doanh nghiệp kinh doanh thương mại quốc tế hàng hóa, dịch vụ.

#### \* Để hiểu và vận dụng phương thức giao dịch quyền chọn, một số điểm cần lưu ý:

- **Giao dịch quyền chọn:** cho phép người mua hợp đồng có quyền (không phải nghĩa vụ) mua hoặc bán tiền tệ tại một mức tỷ giá đã thỏa thuận trước gọi là tỷ giá quyền chọn.

#### - **Hợp đồng quyền chọn cho phép người mua quyền được lựa chọn:**

+ Tiến hành giao dịch thanh toán theo tỷ giá đã thỏa thuận cố định từ trước, nếu thấy có lợi cho mình.

+ Để cho hợp đồng tự hết hạn mà không tiến hành bất cứ một giao dịch nào, nếu thấy như vậy ít tổn kém nhất.

Ngược lại, đối với người bán hợp đồng quyền chọn không có bất cứ sự lựa chọn nào khác, ngoài việc sẵn sàng giao dịch khi người mua muốn.

- **Giao dịch quyền chọn có thể thực hiện dưới hai hình thức:** Quyền chọn mua (Call options) hoặc quyền chọn bán (Put options).

+ Quyền chọn mua là hợp đồng quyền chọn mà người mua quyền chọn có quyền thực hiện hay từ bỏ quyền được mua một số lượng ngoại tệ với tỷ giá cố định vào một thời điểm trong tương lai.

+ Quyền chọn bán là hợp đồng quyền chọn mà người mua quyền chọn có quyền thực hiện hay từ bỏ quyền được bán một số lượng ngoại tệ với một tỷ giá cố định vào một thời điểm trong tương lai.

- **Tiền tệ cơ sở:** là đồng tiền lựa chọn để giao dịch. Giá của tiền tệ cơ sở là căn cứ để xác định giá trị quyền chọn.

- **Tỷ giá thực hiện:** là tỷ giá cụ thể của đồng tiền cơ sở sẽ được áp dụng khi người mua quyền chọn yêu cầu thực hiện quyền chọn.

- **Thời hạn của quyền chọn:** là thời hạn có hiệu lực của hợp đồng quyền chọn, từ khi ký hợp đồng đến ngày đến hạn. Quá thời hạn này, quyền không còn giá trị.

- **Giao dịch quyền chọn kiểu Hoa Kỳ và giao dịch quyền chọn kiểu Châu Âu**

+ Giao dịch quyền chọn kiểu Hoa Kỳ cho phép người mua quyền chọn được thực hiện hợp đồng vào bất cứ thời điểm nào nằm trong giới hạn của quyền chọn.

+ Giao dịch quyền chọn theo kiểu Châu Âu chỉ cho phép người mua quyền chọn thực hiện hợp đồng khi đến ngày đến hạn.

- **Phí quyền chọn:** là khoản chi phí mà người mua quyền chọn phải trả cho người bán quyền chọn, thường được trả trước. Phí quyền chọn thường được quy định bằng tỷ lệ phần trăm (%) so với tổng giá trị hợp đồng quyền chọn khi thực hiện các giao dịch quyền chọn với ngân hàng hoặc bằng một số lượng nội tệ so với một ngoại tệ giao dịch quyền chọn.

- **Lãi, lỗ hoặc hòa vốn của giao dịch quyền chọn**

Một hợp đồng quyền chọn mà tỷ giá thực hiện ngang bằng tỷ giá giao ngay của đồng tiền cơ sở thì sẽ hòa vốn. Hợp đồng quyền chọn sẽ sinh lời nếu tỷ giá giao ngay trên thị trường diễn biến thuận lợi theo đúng dự báo của người mua quyền chọn. Hợp đồng quyền chọn mua sẽ sinh lời nếu tỷ giá thực hiện thấp hơn tỷ giá giao ngay hiện tại khi đến hạn và hợp đồng quyền chọn bán sẽ sinh lời nếu tỷ giá thực hiện cao hơn tỷ giá giao ngay hiện tại khi đến hạn. Ngược với trường hợp trên, hợp đồng quyền chọn có thể bị lỗ. Hợp đồng quyền chọn mua sẽ lỗ khi tỷ giá thực hiện cao hơn tỷ giá giao ngay hiện tại trên thị trường và hợp đồng quyền chọn bán sẽ lỗ khi tỷ giá thực hiện thấp hơn tỷ giá giao ngay trên thị trường.

**Nhân xét**

- Giao dịch quyền chọn là một công cụ để các doanh nghiệp kinh doanh thương mại quốc tế tự bảo hiểm rủi ro do biến động tỷ giá.

- Giao dịch quyền chọn khắc phục được nhược điểm của các giao dịch có kỳ hạn là tính bắt buộc thực hiện khi đến hạn.

- Giao dịch quyền chọn còn được sử dụng vào mục đích đầu cơ.

#### **1.1.2.4. Nghiệp vụ tương lai (Futures operation)**

##### **\* Khái niệm**

Giao dịch tương lai là một thỏa thuận mua bán một số lượng ngoại tệ nhất định theo tỷ giá cố định tại một thời điểm cố định được xác định bởi trung tâm giao dịch. Giao dịch tương lai (còn gọi là giao dịch giao sau) cũng tương tự như giao dịch các loại hàng hóa.

Giao dịch tương lai được thực hiện bởi thị trường tiền tệ quốc tế Chicago (International Monetary Market (IMM) of Chicago) lần đầu tiên năm 1972 như là một bộ phận của Sở giao dịch hàng hóa Chicago. Đến 1985, hợp đồng giao dịch giữa Sở giao dịch tiền tệ Singapore (Singapore International Monetary Exchange – SIMEX). Hiện nay, giao dịch tương lai đã được thực hiện bởi nhiều Sở giao dịch tiền tệ như New York Futures Exchange, London International Financial Futures Exchange) và nhiều quốc gia khác trên thế giới. Giao dịch tương lai hiện chưa được thực hiện tại Việt Nam.

##### **\* Đặc trưng cơ bản của giao dịch giao sau**

Đặc trưng cơ bản của giao dịch này là tiêu chuẩn hóa trên các phương diện sau:

- **Đồng tiền giao dịch:** Chỉ áp dụng cho một số ngoại tệ là AUD, GBP, CAD, JPY, CHF, EUR,

- **Qui mô hợp đồng:** Trên thị trường Chicago, qui mô hợp đồng là 100.000AUD, 62.500GBP, 100.000CAD, 12.500.000 JPY, 125.000 EUR, 125.000 CHF.

- **Phương pháp yết tỷ giá:** Yết giá là kiểu Hoa Kỳ được sử dụng trên thị trường Chicago, nghĩa là giá USD của một đơn vị ngoại tệ.

- **Ngày hết hạn:** Trên thị trường Chicago, các hợp đồng đến hạn vào thứ Tư tuần thứ Ba của các tháng 1, tháng 3, tháng 4, tháng 6, tháng 7, tháng 9, tháng 10 và tháng 12.

- **Ký quỹ:** Người mua phải ký quỹ một khoản ban đầu như khoản bảo đảm thực hiện hợp đồng (Performance Bond) bằng thư tín dụng ngân hàng (Bank's letter of credit), trái phiếu kho bạc hoặc tiền mặt. Đồng thời người mua cũng phải ký quỹ một khoản để duy trì hợp đồng.

- **Thanh khoản hợp đồng:** Chỉ khoản 5% số hợp đồng tương lai đã ký được thanh khoản khi đến kỳ hạn bằng cách chuyển tiền giữa người mua và người bán, số hợp đồng còn lại thường được người mua và bán thanh khoản bù trừ hằng ngày trước

khi hết hạn. Hợp đồng tương lai có thể được thanh khoản hằng ngày và thực hiện nghiệp vụ ký hợp đồng bồi hoàn (Offset contract).

- **Hoa hồng:** Khách hàng phải trả hoa hồng cho người môi giới tại các sở giao dịch để nối kết các hợp đồng tương lai. Tại các sở giao dịch chỉ niêm yết một tỷ giá cho người mua và người bán giao dịch, điều này khác với thị trường liên ngân hàng niêm yết tỷ giá mua, tỷ giá bán và không thu phí.

- **Phòng giao hoán (Clearing House):** Tất cả các hợp đồng tương lai đều phải ký kết giữa các khách hàng với phòng giao hoán, các khách hàng không trực tiếp ký hợp đồng tương lai với nhau. Điều này đảm bảo rằng tất cả các hợp đồng tương lai đều được thực hiện, không một bên tham gia hợp đồng nào tự ý phá bỏ hợp đồng dù rủi ro xảy ra.

## 1.2. Phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại

### 1.2.1. Quan niệm về phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại

Trong phép biện chứng duy vật, khái niệm phát triển dùng để chỉ quá trình vận động theo chiều hướng đi lên của sự vật: từ trình độ thấp lên trình độ cao hơn. Phát triển chỉ quá trình biến đổi theo chiều hướng tăng lên cả về chất và về lượng của sự vật.

Và đồng quan điểm của Bùi Thụy Nam (2010) với quan điểm về phát triển công cụ phái sinh trên thị trường chún khoán, có thể hiểu: *phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại chính là quá trình đưa dần những công cụ phái sinh ngoại hối vào giao dịch tại các ngân hàng thương mại nhằm phòng ngừa rủi ro, tìm kiếm lợi nhuận cho các nhà đầu tư; song hành với việc đưa công cụ phái sinh ngoại hối vào giao dịch đó là việc tăng trưởng quy mô giao dịch thông qua số lượng hợp đồng giao dịch, giá trị hợp đồng, số lượng thành viên tham gia vào các giao dịch phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại tăng lên... Trên cơ sở đó cũng tạo điều kiện đa dạng hóa sản phẩm của các NHTM đáp ứng nhu cầu đầu tư của xã hội, của nền kinh tế.*

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Formatted: Expanded by 0.3 pt

Formatted: Font: Not Bold, Expanded by 0.3 pt

Formatted: Expanded by 0.3 pt

### **1.2.2. Cơ sở pháp lý liên quan đến sự phát triển các công cụ phái sinh ngoại hối tại các NHTM Việt Nam**

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Trên cơ sở Luật Các Tổ chức tín dụng (TCTD), Pháp lệnh Ngoại hối, Ngân hàng nhà nước (NHNN) đã ban hành các quy định làm nền tảng cho triển khai các công cụ tài chính phái sinh, tỷ giá giao dịch và quy định nhằm ngăn ngừa, hạn chế rủi ro đối với các ngân hàng thông qua yêu cầu về trạng thái ngoại hối.

Năm 1998, NHNN Việt Nam đã ban hành quy chế giao dịch hối đoái theo Quyết định số 17/1998/QĐ-NHNN7 ngày 10 tháng 01 năm 1998 tạo điều kiện cho sự ra đời của công cụ tài chính phái sinh tại Việt Nam. Giao dịch hối đoái có kỳ hạn chính thức ra đời từ khi Ngân hàng Nhà nước ban hành Quy chế hoạt động giao dịch hối đoái kèm quyết định này. Theo đó, các giao dịch kỳ hạn được thực hiện trong hợp đồng mua bán USD và VND giữa NHTM với doanh nghiệp xuất nhập khẩu hoặc với các NHTM khác được phép của NHNN.

Giao dịch hoán đổi đã có cơ sở pháp lý từ những năm 90, cụ thể là Quyết định số 430/QĐ-NHNN13 ngày 24/12/1997, Quyết định số 17/1998/QĐ-NHNN7 ngày 10 tháng 01 năm 1998, sửa đổi, bổ sung Quyết định số 893/2001 /QĐ-NHNN ngày 17/7/2001. Tiếp đến là Quyết định số 1133/QĐ-NHNN ngày 30/09/2003 về quy chế thực hiện giao dịch hoán đổi lãi suất cho phép mở rộng danh mục các NHTM và các TCTD, các doanh nghiệp được sử dụng công cụ hoán đổi lãi suất. Hoán đổi lãi suất được thực hiện đối với cả VND và ngoại tệ giữa các ngân hàng với doanh nghiệp vay vốn tại ngân hàng; giữa ngân hàng với những doanh nghiệp vay vốn tại các tổ chức tín dụng khác, kể cả vay vốn nước ngoài; giữa các ngân hàng trong nước với nhau và giữa các NHTM trong nước với các TCTD nước ngoài.

Giao dịch quyền chọn tiền tệ được thực hiện theo Quyết định số 1452/2004/QĐ-NHNN của Thống đốc NHNN, chỉ bao gồm giao dịch giữa các ngoại tệ (không liên quan đến VND). Đối tượng được tham gia giao dịch hối đoái bao gồm TCTD được phép, tổ chức kinh tế, tổ chức khác, cá nhân và NHNN Việt Nam. TCTD được duy trì tổng giá trị hợp đồng quyền chọn không có giao dịch đối ứng tối đa là 10% so với vốn tự có. Cũng trong Quyết định này, các TCTD không được mua quyền chọn của tổ chức kinh tế, tổ chức khác và cá nhân mà họ chỉ được phép bán quyền chọn cho các đối tượng này mà thôi.

Về tỷ giá giao dịch, năm 1999, NHNN Việt Nam đã ban hành Quyết định số 65/1999/QĐ-NHNN 7 ngày 25/2/1999 quy định nguyên tắc xác định tỷ giá mua bán ngoại tệ của các tổ chức tín dụng được phép kinh doanh ngoại tệ, sau đó được sửa đổi bởi quyết định 289/2000/QĐ-NHNN 7 ngày 20/8/2000. Quyết định số 648/2004 do Thống đốc NHNN ban hành ngày 28/5/2004 quy định kỳ hạn của giao dịch kỳ hạn (Forward) và giao dịch hoán đổi (Swap). Và gần đây nhất, Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam vừa ban hành thông tư số 15/2015/TT-NHNN hướng dẫn giao dịch ngoại tệ trên thị trường ngoại tệ của các tổ chức tín dụng được phép hoạt động ngoại hối. Theo Thông tư này, đối với giao dịch kỳ hạn trong giao dịch hoán đổi, ngày thanh toán là ngày cuối cùng của kỳ hạn giao dịch. Mà kỳ hạn của giao dịch kỳ hạn, giao dịch kỳ hạn trong giao dịch hoán đổi giữa VND với ngoại tệ được thông tư quy định tối thiểu từ 3 ngày đến 365 ngày kể từ ngày giao dịch. Điều này có nghĩa, nếu thời điểm khách hàng cần ngoại tệ để thanh toán trong phạm vi 2 ngày làm việc thì được mua - bán theo giao dịch giao ngay, từ ngày thứ 3 trở lên ngân hàng chỉ được bán ngoại tệ kỳ hạn. Còn doanh nghiệp chưa có nhu cầu thanh toán ngay (trong vòng 2 ngày) sẽ không được mua ngoại tệ giao ngay để giữ và phòng thủ như thời gian qua. Khi mua bán ngoại tệ kỳ hạn, kỳ hạn tối đa được xác định là 365 ngày, tối thiểu là 3 ngày nói trên.

Cũng theo thông tư này, tỷ giá kỳ hạn giữa VND với USD trong giao dịch kỳ hạn, giao dịch kỳ hạn trong giao dịch hoán đổi do các bên tham gia giao dịch thỏa thuận nhưng không vượt quá mức tỷ giá được xác định trên cơ sở: tỷ giá giao ngay vào ngày giao dịch; chênh lệch giữa hai mức lãi suất hiện hành là lãi suất tái cấp vốn do Ngân hàng Nhà nước công bố và lãi suất mục tiêu USD của Cục Dự trữ Liên bang Mỹ; kỳ hạn của giao dịch. Quy định về cách thức tính tỷ giá kỳ hạn này đã tiến gần với thông lệ quốc tế và là tiền đề pháp lý quan trọng cho sự phát triển của thị trường ngoại hối Việt Nam nói chung và giao dịch ngoại hối kỳ hạn nói riêng.

Các giao dịch mua bán ngoại tệ của NHTM làm chuyển giao quyền sở hữu về ngoại tệ, từ đó, làm phát sinh trạng thái ngoại tệ trường (dương) hoặc đoán (âm). NHTM sẽ có khả năng rủi ro khi duy trì trạng thái ngoại tệ mở và tỷ giá trên thị trường biến động. Nói cách khác, nếu NHTM duy trì trạng thái ngoại tệ trường sẽ gặp rủi ro hối đoái nếu như tỷ giá ngoại tệ trong tương lai giảm giá; và ngược lại, ngân hàng sẽ gặp rủi ro khi ngoại tệ tăng giá trong trường hợp NHTM đó duy trì trạng thái ngoại tệ



đoàn. Để kiểm soát và giới hạn rủi ro cho NHTM, Quyết định số 1081/2002/QĐ-NHNN ban hành ngày 7/10/2002 và Quyết định 1168/2003/QĐ-NHNN ban hành ngày 2/10/2003 quy định giới hạn trạng thái ngoại tệ đối với các NHTM Việt Nam, ngân hàng liên doanh và công ty tài chính. Theo đó, các ngân hàng phải thực hiện tổng trạng thái ngoại tệ dương hoặc âm cuối ngày không được vượt quá 30% vốn tự có của mình.

Trên nền tảng các cơ sở pháp lý trên, các NHTM Việt Nam nói chung và ở thành phố Huế nói riêng đã triển khai hoạt động kinh doanh tiền tệ và thực hiện các công cụ phái sinh ngoại hối đạt một số kết quả nhất định với những mức độ khác nhau.

### **1.2.3. Ý nghĩa của việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại**

#### ***- Phòng ngừa rủi ro ngoại hối và tăng lợi nhuận cho các ngân hàng thương mại***

Trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng thương mại, rủi ro ngoại hối là rủi ro xuất hiện thường xuyên, loại rủi ro này làm tăng chi phí vay nợ của ngân hàng hoặc có thể làm giảm kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Các công cụ phái sinh ngoại hối là những công cụ hữu hiệu để phòng ngừa rủi ro trên, đồng thời có thể cho ngân hàng xác định trước và chính xác chi phí vay nợ nhằm lên kế hoạch kinh doanh cho phù hợp. Các ngân hàng thương mại có thể sử dụng các công cụ phái sinh ngoại hối để có thể tự phòng ngừa rủi ro tỷ giá, hơn nữa, các công cụ này còn đảm bảo số lượng ngoại tệ bất thường cho ngân hàng, giúp ngân hàng đảm bảo tính thanh khoản.

Bên cạnh đó, nghiệp vụ phái sinh ngoại hối còn giúp các NHTM kiếm lời từ chênh lệch tỷ giá, và thu phí dịch vụ như phí từ hoạt động tư vấn cho khách hàng về cách sử dụng các loại hình dịch vụ phái sinh của ngân hàng, phí quyền chọn,...

#### ***- Cung cấp dịch vụ bảo hiểm rủi ro cho khách hàng***

Công cụ phái sinh ngoại hối là một trong những phương tiện rất hiệu quả giúp doanh nghiệp phòng chống lại rủi ro tỷ giá. Nhu cầu sử dụng các công cụ phái sinh để phòng vệ cũng như đầu cơ của các doanh nghiệp ngày càng lớn, các NHTM có thể thu được lợi nhuận khi cung cấp đa dạng các loại hợp đồng phái sinh ngoại hối đến khách hàng. Thông thường, mọi loại hình dịch vụ kinh doanh của ngân hàng liên quan đến công cụ phái sinh ngoại hối ngoài thu phí, lấy lãi ra đều mang tính chất bảo hiểm rủi ro.

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

### **- Công cụ quan trọng cho mục đích đầu cơ của các NHTM và các doanh nghiệp**

Đầu cơ vào các công cụ phái sinh ngoại hối là tham gia vào một vị thế trong hợp đồng phái sinh nhằm hưởng lợi trên sự biến đổi về giá trị của tài sản cơ sở. Các NHTM cũng như doanh nghiệp chủ yếu sử dụng hợp đồng quyền chọn và hợp đồng tương lai cho mục đích đầu cơ của mình.

### **1.2.4. Các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối của các ngân hàng thương mại**

#### **1.2.4.1. Chỉ tiêu định tính**

Sự phát triển của nghiệp vụ phái sinh ngoại hối có thể đánh giá thông qua các tiêu chí như: sự hài lòng của khách hàng, uy tín của ngân hàng trong giao dịch phái sinh ngoại hối, sự lựa chọn của khách hàng tương lai, sự đóng góp của giao dịch phái sinh ngoại hối thông qua các khoản thu thuế và phí cho ngân sách Nhà nước....

#### **1.2.4.2. Chỉ tiêu định lượng**

Bên cạnh các chỉ tiêu định tính, sự phát triển của nghiệp vụ phái sinh ngoại hối còn được đo lường thông qua các chỉ tiêu định lượng như: doanh số giao dịch phái sinh ngoại hối cả về giá trị và số lượng, tốc độ mở rộng thị phần giao dịch ngoại hối phái sinh, các khoản phí dịch vụ thu được, số lượng các công cụ phái sinh ngoại hối được áp dụng tại các ngân hàng thương mại. Các chỉ tiêu định lượng có giá trị càng cao càng phản ánh sự phát triển của giao dịch phái sinh ngoại hối.

### **1.2.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối của các ngân hàng thương mại**

#### **1.2.5.1. Các nhân tố khách quan**

##### **- Xuất phát từ phía khách hàng**

Nhu cầu đầu tư, mục đích đầu tư, năng lực tài chính, hiểu biết của khách hàng đối với công cụ phái sinh ngoại hối có ý nghĩa quyết định trong việc phát triển các công cụ phái sinh ngoại hối trên thị trường. Khi nói đến nhu cầu đầu tư là nói đến sự cần thiết phải có một sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của xã hội và là khởi nguồn của mọi quá trình phát triển.

##### **- Môi trường kinh tế**

Môi trường kinh tế được đề cập đến như: tình hình thu nhập, tốc độ tăng trưởng kinh tế, chu kỳ tăng trưởng kinh tế, tình hình lạm phát, việc làm, vai trò của Chính phủ trong việc ổn định kinh tế vĩ mô...

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

- Môi trường pháp lý

Một hệ thống pháp lý hoàn chỉnh và chặt chẽ thì hệ thống pháp lý đó phải đảm bảo các yêu cầu đầu sau: bảo vệ nhà đầu tư, đảm bảo thị trường công bằng, ổn định và hiệu quả, đảm bảo sự phát triển của thị trường phái sinh, giảm rủi ro hệ thống...

-Môi trường công nghệ

Hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin phục vụ thị trường đóng vai trò quan trọng, ảnh hưởng rất lớn tới việc xây dựng và phát triển công cụ phái sinh ngoại hối. Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin phát triển đồng bộ tạo thuận tiện cho các nhà đầu tư. Phát triển cơ sở hạ tầng và có thể thu hẹp, loại bỏ sự khác biệt về giá, tiến đến thị trường hoạt động hiệu quả là kết quả của sự lưu chuyển vốn dễ dàng giữa các giao dịch phái sinh ngoại hối của các ngân hàng thương mại.

Ngoài ra, giao dịch phái sinh ngoại hối cũng cần có mức thanh khoản cao. Cho nên, trong việc phát triển công cụ phái sinh ngoại hối, việc ưu tiên là tập trung đến các cơ quan quan trọng như trung tâm lưu ký và thanh toán bù trừ. Từ đó, việc triển khai phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các NHTM dễ dàng hơn.

**1.2.5.2. Các nhân tố chủ quan**

- Về nhân lực và chính sách đào tạo

Nếu NHTM có được nguồn nhân lực tốt và chính sách đào tạo hợp lý thì sẽ thúc đẩy sự phát triển của nghiệp vụ phái sinh ngoại hối của ngân hàng mình và ngược lại. Đội ngũ cán bộ có kiến thức và kinh nghiệm về thị trường ngoại hối và thị trường tiền tệ quốc tế, kỹ năng phân tích kỹ thuật, phân tích cơ bản trên cơ sở chọn lọc, tổng hợp và phân tích thông tin để dự đoán xu hướng diễn biến của thị trường thì sẽ giúp sử dụng các công cụ phái sinh ngoại hối một cách hiệu quả nhất, đồng thời, thông qua đó để có thể tư vấn, hướng dẫn, giúp đỡ cho khách hàng của mình hiểu biết hơn về thị trường ngoại hối, từ đó sẽ thúc đẩy nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các NHTM phát triển.

- Phương tiện, thiết bị của NHTM

Ngoài những phương tiện, thiết bị hiện có, cần trang bị thêm phần mềm xử lý, quản lý rủi ro và tính phí đối với các nghiệp vụ phái sinh ngoại hối. Mở rộng quan hệ hợp tác với các ngân hàng nước ngoài trên thị trường ngoại hối quốc tế, để tranh thủ sự

hỗ trợ về kiến thức, về hệ thống phân tích quản lý rủi ro đối với các công cụ phái sinh nói chung và công cụ quyền chọn ngoại hối, công cụ tương lai ngoại hối nói riêng.

- Uy tín của NHTM

Uy tín của ngân hàng được tạo thành từ uy tín trong các hoạt động dịch vụ mà ngân hàng cung cấp. Một NHTM có uy tín là ngân hàng có các hoạt động đa dạng cả về quy mô lẫn chất lượng, điều này sẽ thu hút một số lượng lớn khách hàng đến với ngân hàng. Không những thế, một ngân hàng có uy tín sẽ dễ dàng mở rộng được thị trường trong nước và quốc tế, điều này sẽ rất thuận lợi khi thực hiện các nghiệp vụ ngoại hối phái sinh.

- Mô hình quản lý, tổ chức điều hành giao dịch ngoại hối phái sinh

Một hệ thống điều hành thống nhất từ Trung ương đến Chi nhánh theo một quy trình cụ thể, gọn nhẹ, giao quyền chủ động cho Chi nhánh sẽ tiết kiệm được chi phí, thời gian giao dịch và an toàn là các tác nhân thu hút khách hàng tìm đến giao dịch với ngân hàng nhiều hơn.

Ngoài ra còn có các yếu tố khác như: quy mô hoạt động, chiến lược kinh doanh, các nghiệp vụ hỗ trợ khác ... cũng là nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển giao dịch phái sinh ngoại hối của các NHTM.

### **1.3. Bài học kinh nghiệm của các nước trong việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối**

#### **1.3.1. Kinh nghiệm của các nước trong việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối**

- *Tại Mỹ*

Hệ thống các văn bản pháp lý điều chỉnh giao dịch phái sinh nói chung và ngoại hối nói riêng được coi là điều kiện quan trọng trong việc thúc đẩy và đảm bảo sự phát triển ổn định của hệ thống thị trường các công cụ phái sinh. Mỹ là nước có thị trường CCPS nói chung và ngoại hối nói riêng rất phát triển, nhưng năm 2008 cũng đã chịu ảnh hưởng nặng nề từ cuộc khủng hoảng tài chính mà nhiều nhà nghiên cứu cho rằng, nguyên nhân sâu xa bắt nguồn từ các chứng khoán phái sinh có tài sản thế chấp. Trước khi xảy ra khủng hoảng, Mỹ cũng đã có hệ thống pháp luật điều chỉnh CCPS khá phong phú và toàn diện. Thị trường CCPS được quản lý bởi nhiều cơ quan, bộ phận khác nhau: gồm Ủy ban giao dịch chứng khoán SEC, Ủy ban giao dịch tương lai hàng

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

hóa (CFTC), Cơ quan giám sát tiết kiệm (OTS), Tập đoàn Bảo hiểm tiền gửi Liên bang (FDIC) và Tập đoàn bảo vệ nhà đầu tư chứng khoán (SIPC). Ngoài ra, hiện nay còn có thêm 4 tổ chức nữa cũng đóng vai trò trong quản lý hoạt động giao dịch phái sinh trên thị trường Mỹ, bao gồm ISDA, NASD, CFMA và SDNY. Ngày 21/7/ 2010, Đạo luật Dodd-Frank đã được chính thức thông qua, làm thay đổi hoạt động trên thị trường tài chính Mỹ nói chung và thị trường CCPS nói riêng. Đạo luật Dodd-Frank được thông qua vào thời điểm thị trường tài chính của Mỹ thể hiện những bất cập trong cơ chế điều hành thị trường. Trong một thời gian dài, Mỹ ủng hộ và theo đuổi cơ chế thị trường tự do quá mức, thiếu sự giám sát của Chính phủ và các cơ quan quản lý, kích thích xu hướng phát triển các hoạt động có rủi ro cao đã làm cho thị trường tài chính và cả nền kinh tế bị ảnh hưởng nghiêm trọng. Việc thông qua đạo luật Dodd-Frank cho thấy Mỹ đã chủ động trong việc cập nhật và hoàn thiện các hệ thống quy định pháp luật cũng như hệ thống giám sát tài chính để theo kịp sự phát triển của các định chế tài chính và các công cụ phái sinh. Hầu hết các nước đều nhắm đến việc tăng cường giám sát và giải quyết vấn đề rủi ro hệ thống đối với khu vực tài chính-ngân hàng, tăng cường quy định pháp lý điều chỉnh hoạt động ngân hàng và lĩnh vực giám sát, đảm bảo tính minh bạch và hạn chế rủi ro đối với các CCPS. Ngoài ra, nhóm nước G20 (trong đó có Anh, Mỹ, Nhật Bản, Úc, Canada...) đã ký thỏa thuận về việc sẽ tăng cường giám sát thị trường CCPS nói chung và thị trường CCPS ngoại hối nói riêng để đảm bảo sự phát triển bền vững cho toàn thị trường

#### **- Tại Singapore**

Thị trường chứng khoán phái sinh Singapore được hình thành từ năm 1984 với việc thành lập thị trường trao đổi tiền tệ quốc tế Singapore (SIMEX), sản phẩm chủ yếu là hợp đồng tương lai của chỉ số Nikkei 225. Tới tháng 12/1999, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho công tác quản lý đồng thời tiết kiệm được nguồn lực để xây dựng cơ sở hạ tầng và tập trung được nguồn nhân lực có chất lượng cao, 3 thị trường phái sinh hàng hóa (SICOM), phái sinh chứng khoán (SIMEX) và phái sinh tiền tệ (SES) đã hợp lại thành một Sở giao dịch chứng khoán chung là Singapore Exchange (SE). SE là một tổ chức độc lập, đồng thời cơ quan này cũng chịu sự giám sát của cơ quan quản lý tiền tệ Singapore. Ngay từ khi mới thành lập, các nhà quản lý thị trường đã có một quyết định hợp lý khi cho phép TTCK phái sinh Singapore được liên thông với thị trường

Chicago (TTCK phái sinh có lịch sử lâu đời nhất và phát triển nhất trên thế giới), nhờ đó, nhà đầu tư (NĐT) được phép giao dịch giữa 2 thị trường mà không tốn chi phí.

Bên cạnh đó, điều kiện tham gia thị trường cũng được SE quy định cụ thể cho từng nhóm đối tượng: (i) Đối với thành viên giao dịch là cá nhân: phải là một nhà kinh doanh phái sinh chuyên nghiệp, có đầy đủ kiến thức, hiểu biết về chứng khoán phái sinh, không yêu cầu vốn tối thiểu; (ii) Đối với thành viên thanh toán: phải có mức vốn tối thiểu 5 triệu đô la Singapore, có giấy phép cung cấp dịch vụ thị trường vốn và đáp ứng những chuẩn mực tài chính cao nhất. Quy định này đã thu hút nhiều nhà đầu tư tham gia thị trường trong thời gian đầu thành lập, tạo lập nền tảng giúp TTCK phái sinh phát triển nhanh và bền vững. Từ năm 2004, Singapore bắt đầu đưa thêm quyền chọn cổ phiếu vào giao dịch và tiếp tục gặt hái nhiều thành công nhờ nhiều cơ chế chính sách nhằm tạo thuận lợi cho các NĐT như: Thay thế hệ thống khớp lệnh tại sàn bằng hệ thống giao dịch điện tử trực tuyến; Miễn yêu cầu về cáo bạch; Giảm bớt các tiêu chuẩn niêm yết quyền chọn.

#### **- Tại Hàn Quốc**

Năm 1993 đánh dấu sự kiện quan trọng TTCK phái sinh Hàn Quốc chính thức ra đời. Tháng 5/1996, lần đầu tiên các công cụ phái sinh và chỉ số các hợp đồng chứng khoán tương lai (KOSPI 200) được đưa ra dựa trên việc tính toán chỉ số giá cổ phiếu trên Sở Giao dịch Chứng khoán Hàn Quốc. Chỉ sau một tháng hoạt động, thị trường quyền chọn KOSPI 200 đã cho thấy rõ hiệu quả hoạt động và sự cần thiết có một thị trường các công cụ phái sinh chính thức. Nhờ sự thành công khi đưa thị trường này vào hoạt động, các cơ quan quản lý ngành chứng khoán Hàn Quốc quyết định đưa thị trường quyền chọn KOSPI 200 vào hoạt động tháng 7/1997. Sau đó, vào tháng 4/1999, Sở giao dịch các hợp đồng tương lai Hàn Quốc (KOFEX) được thành lập. Ngoài các công cụ phái sinh đang được giao dịch trên KSE, các sản phẩm quyền chọn và hợp đồng tài chính tương lai đều được giao dịch trên KOFEX. Hàng hóa được niêm yết trên Sở này là: Quyền chọn và hợp đồng tương lai Trái phiếu kho bạc Hàn Quốc, Hợp đồng tương lai lãi suất Trái phiếu ổn định tiền tệ và chỉ số tương lai KOSDAQ 50, quyền chọn và hợp đồng tương lai phát hành với mệnh giá tính bằng USD...

Kinh nghiệm cho thấy, để có được thành công trên: (i) Hàn Quốc đã xây dựng được một cơ chế pháp lý chặt chẽ và có các ưu đãi nhất định ban đầu đối với những

thành viên tham gia TTCK, cụ thể là ưu đãi thuế; (ii) Tạo dựng được một cơ sở hạ tầng hiện đại, đáp ứng được yêu cầu giao dịch khớp lệnh nhanh chóng. Chấp nhận giao dịch trực tuyến ngay từ khi đưa TTCK phái sinh vào hoạt động; (iii) Áp dụng phương pháp ký quỹ chặt chẽ khi thực hiện các giao dịch chứng khoán phái sinh nhằm ngăn ngừa rủi ro thanh khoản, việc ký quỹ được thực hiện dựa trên 2 quy chế là mức ký quỹ ban đầu và ký quỹ duy trì.

### 1.3.2. Bài học rút ra cho các NHTM Việt Nam

Trước hết công cụ phái sinh ngoại hối ra đời là để bảo hiểm rủi ro tỷ giá. Tỷ giá biến động theo một biên độ lớn và ngẫu nhiên, phản ánh quan hệ cung cầu về ngoại tệ trên thị trường là điều kiện tiên quyết cho việc sử dụng các công cụ phòng chống rủi ro. Trên thị trường ngoại hối, bên cạnh việc phản ánh quan hệ cung cầu về ngoại tệ thì thị trường còn ẩn chứa các yếu tố đầu cơ và chênh lệch giá về ngoại tệ. Đây cũng là những yếu tố quan trọng trong việc làm cho tỷ giá hối đoái trên thị trường ngoại hối biến động một cách khó dự đoán. Chính vì sự không dự đoán trước được những thay đổi của tỷ giá trên thị trường mà các doanh nghiệp cũng như các NHTM luôn có mong muốn bảo hiểm rủi ro để chống lại những tổn thất có thể xảy ra đối với các dòng tiền ngoại tệ của mình.

Thị trường phái sinh và công cụ phái sinh ngoại hối rất đa dạng, phức tạp đòi hỏi các giao dịch viên là các cán bộ ngân hàng phải có trình độ chuyên môn cao về lĩnh vực ngoại hối, am hiểu các kỹ thuật nghiệp vụ phái sinh ngoại hối. Đặc biệt là cán bộ giao dịch phải có khả năng vận dụng linh hoạt các công cụ phòng chống rủi ro tỷ giá đối với danh mục đầu tư bằng ngoại tệ của bản thân ngân hàng. Ngoài ra họ còn phải có khả năng phát triển (hay bán) các sản phẩm phái sinh tới các doanh nghiệp có hoạt động thương mại quốc tế. Bên cạnh điều kiện về trình độ cán bộ thì vấn đề công nghệ ngân hàng cũng là điều kiện cần thiết để ứng dụng nghiệp vụ phái sinh ngoại hối. Vì các công cụ phái sinh nói chung và công cụ phái sinh ngoại hối nói riêng được xây dựng trên cơ sở sử dụng các thuật toán phức tạp để dự đoán về các khả năng biến động của tỷ giá hối đoái trong tương lai. Do đó đòi hỏi các NHTM cần phải có các phần mềm hiện đại để xử lý giao dịch cũng như quản lý và tính phí đối với các công cụ phái sinh.

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

## **Chương 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ PHÁI SINH NGOẠI HỐI TẠI CÁC CHI NHÁNH NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HUẾ**

Formatted: S1, Left, Line spacing: single

### **2.1. Tình hình kinh tế, xã hội trên địa bàn thành phố Huế**

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Thành phố Huế nói riêng và tỉnh Thừa Thiên Huế nói chung là một cực tăng trưởng của vùng kinh tế trọng điểm miền Trung. Trong những năm qua (từ năm 2010 đến năm 2016), kinh tế của thành phố Huế luôn đạt tốc độ phát triển khá cao, trên 10%, đặc biệt trong 9 tháng đầu năm 2017, tình hình kinh tế - xã hội của thành phố có chuyển biến khả quan, tích cực. Tổng thu ngân sách thành phố ước đạt 872,5 tỷ đồng (đạt 75,2% kế hoạch). Tình hình sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp đạt gần 5.130 tỷ đồng (tăng 12,9% so với cùng kỳ). Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng ước đạt trên 16.800 tỷ đồng (tăng 10,1% so với cùng kỳ). 9 tháng qua, tổng lượt khách đến Huế khoảng 1,9 triệu lượt khách, trong đó khách lưu trú khoảng trên 1,35 triệu lượt (tăng 2,9% so với cùng kỳ). Ngoài ra, giải ngân vốn đầu tư xây dựng cơ bản đạt gần 159 tỷ đồng (đạt 69,4% kế hoạch).

Một số chương trình, dự án quan trọng cơ bản của thành phố đã hoàn thành. Đặc biệt là khai trương tuyến phố đi bộ về đêm tại khu phố Tây: Chu Văn An - Võ Thị Sáu - Phạm Ngũ Lão và tổ chức thành công Festival nghệ truyền thống Huế 2017. Tình hình đót rai vàng mã trên địa bàn thành phố chuyên biến tốt. Tập trung giải quyết dứt điểm một số vụ việc kéo dài. Lĩnh vực văn hóa - xã hội được quan tâm, an sinh xã hội đảm bảo. Tình hình an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội được giữ vững.

Thành phố Huế nằm ở trung tâm quốc gia, có đường quốc lộ 1A và đường sắt đi qua nên rất thuận lợi cho việc vận chuyển hàng hóa, lưu thông và đi lại của người dân. Từ Huế, việc di chuyển đi Lào, Thái Lan được thực hiện dễ dàng bằng đường bộ thông qua tuyến đường nối liền hành lang kinh tế Đông - Tây. Đối với đường không Huế cũng có thuận lợi khi cảng hàng không Phú Bài trở thành sân bay quốc tế, đây chính là điều kiện thuận lợi giúp cho ngành du lịch Huế có điều kiện phát triển. Ngoài ra, cách thành phố Huế khoảng 12 km về phía bắc là cảng Thuận An và cách 50 km về phía nam là cảng Chân Mây nên thuận tiện có việc xuất nhập khẩu hàng hóa, góp phần thúc đẩy kinh tế của thành phố Huế phát triển.



Về hoạt động xuất nhập khẩu: năm 2017, kim ngạch xuất khẩu ước đạt 800 triệu USD, tăng 12,12% và đạt 100% kế hoạch; cơ cấu hàng hóa xuất khẩu có sự chuyển dịch theo hướng tích cực, tăng tỷ trọng của các mặt hàng có giá trị gia tăng cao như tùy sản chế biến, xơ sợi dệt,... Các nhóm hàng xuất khẩu chủ yếu: công nghiệp chế biến đạt 715,5 triệu USD, chiếm tỷ trọng 89,44%; nông thủy sản 61,5 triệu USD, chiếm 7,69%. Ngoài thị trường truyền thống như Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, EU, Đài Loan, Trung Quốc, ... đã có thêm 1 số thị trường và đối tác xuất khẩu mới như: Slovakia, Campuchia, Srilanka... Hoa Kỳ vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất, chiếm tỷ trọng khoảng 44%. Kim ngạch nhập khẩu ước đạt 522 triệu USD, tăng 12,6% và đạt 100% kế hoạch. Các nhóm hàng cần nhập khẩu ước đạt 427,4 triệu USD, chiếm tỷ trọng 85,48%. Nhóm hàng cần kiểm soát nhập khẩu ước đạt 9,1 triệu USD (linh kiện phụ tùng ô tô), nhóm hàng hóa khác (thạch cao, thép, hóa chất, linh kiện điện tử...) ước đạt 63,5 triệu USD. Trung Quốc vẫn là thị trường nhập khẩu lớn nhất.

Hoạt động ngân hàng: tổng vốn huy động ước đến cuối năm 2017 đạt 38.800 tỷ đồng, tăng 12,4% so với đầu năm, trong đó vốn huy động bằng VND chiếm tỷ trọng 97%. Tổng dư nợ ước đạt 38.100 tỷ đồng, tăng 14% so với đầu năm. Nợ xấu toàn địa bàn dự kiến ở mức 360 tỷ đồng, chiếm tỷ lệ 0,94% trong tổng dư nợ. Chi trả kiều hối trong năm đạt 130 tỷ đồng, tăng 16,1% so với năm 2016.

Các lĩnh vực dịch vụ khác tăng khá so với cùng kỳ.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, kinh tế - xã hội của thành phố vẫn còn những hạn chế, khó khăn nhất định như: Công tác trật tự đô thị - xây dựng tuy có chuyển biến nhưng hiệu quả chưa cao, thiếu tính ổn định. Cải cách hành chính còn chậm, hỗ trợ doanh nghiệp trong sản xuất kinh doanh chưa tốt...

## **2.2. Thực trạng phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế**

### **2.2.1. Về công cụ giao dịch**

Hiện nay, các chi nhánh NHTM trên địa bàn thành phố Huế đã triển khai các sản phẩm phái sinh theo sự điều hành của Hội sơ chính. Các sản phẩm phái sinh đang áp dụng tại các chi nhánh NHTM trên địa bàn bao gồm các công cụ phái sinh cơ bản: hợp đồng kỳ hạn, hoán đổi và quyền chọn.

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

**Bảng 2.1: Các công cụ phái sinh ngoại hối đang áp dụng tại các chi nhánh NHTM trên địa bàn thành phố Huế tính đến 31/12/2016**

Formatted: Bang, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Ngân hàng	Kỳ hạn	Hoán đổi		Quyền chọn	
	Ngoại tệ	Tiền tệ	Lãi suất	Ngoại tệ	VND
Vietcombank	x	x	x	x	x
Vietinbank	x	x		x	
BIDV	x	x		x	
Agribank	x	x		x	
ACB	x	x		x	x
Maritimebank	x	x		x	
Sacombank	x	x		x	x
SHB	x	x		x	
MB	x	x	x	x	
Eximbank	x	x		x	
Techcombank	x	x	x	x	

*Nguồn: Các chi nhánh NHTM ở Huế*

Các sản phẩm phái ngoại hối chưa có sự khác biệt sản phẩm về loại tiền giao dịch, số lượng ngoại tệ giao dịch, chủ thể ký kết hợp đồng, mức ký quỹ thực hiện hợp đồng...., sự khác biệt chủ yếu là số lượng ngoại tệ giao dịch tối thiểu trong hợp đồng quyền chọn tiền tệ.

**Bảng 2.2: Một số quy định về công cụ phái sinh ngoại hối đang áp dụng tại các NHTM Việt Nam tính đến 31/12/2016**

Formatted: Bang, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Tiêu chí	Kỳ hạn	Hoán đổi	Quyền chọn
Khách hàng	- Doanh nghiệp - Doanh nghiệp và cá nhân: (Eximbank, ACB, Sacombank, Maritimebank)	Doanh nghiệp	- Doanh nghiệp - Doanh nghiệp và cá nhân: (Eximbank, ACB, Sacombank, Maritimebank)
Loại tiền giao dịch	7 ngoại tệ mạnh AUD, GBP, JPY, CAD, EUR, CHF, USD với VND		7 ngoại tệ mạnh AUD, GBP, JPY, CAD, EUR, CHF, USD. Không bao gồm quyền chọn giữa USD và VND
Số lượng ngoại tệ giao dịch	Không quy định		Giá trị hợp đồng tối thiểu là 100.000 USD (Eximbank); 50.000 USD (Maritime Bank, ACB); tương đương 10.000 USD hoặc 100 triệu VND (Techcombank)
Thời hạn hợp đồng	Từ 3 đến 365 ngày		
Mức ký quỹ	- Từ 0 - 10% trị giá hợp đồng - Tính theo tỷ lệ % trị giá hợp đồng (Sacombank)		- Tính theo tỷ lệ % trị giá hợp đồng

Nguồn: Các chi nhánh NHTM ở Huế

Các sản phẩm phái sinh ngoại hối đang áp dụng ở các ngân hàng đang ở giai đoạn đầu, chưa có tính phức tạp. Các chi nhánh chủ yếu sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối để làm quen với sản phẩm, học hỏi kinh nghiệm, vừa kiếm lời chút ít bởi nền kinh tế của tỉnh kém sôi động, hoạt động xuất nhập khẩu chưa phát triển so với các tỉnh thành khác.

### 2.2.2. Về doanh số giao dịch phái sinh ngoại hối

Mặc dù tất cả các chi nhánh NHTM ở thành phố Huế đều có sản phẩm phái sinh ngoại hối, tuy nhiên hầu hết các ngân hàng đều không có phát sinh giao dịch, chỉ trừ một vài ngân hàng như: Vietcombank Huế, ACB Huế và Maritimebank Huế.

**Bảng 2.3: Doanh số giao dịch phái sinh ngoại hối của các chi nhánh NHTM trên địa bàn thành phố Huế giai đoạn 2014 – 2016**

*Đơn vị tính: nghìn USD*

Chỉ tiêu	Năm	Năm	Năm	2015/2014		2016/2015	
	2014	2015	2016	+/-	%	+/-	%
Vietcombank Huế	2.950	2.800	3.000	150	-5,08	200	7,14
Maritimebank Huế	1.750	2.600	3.100	850	48,57	500	19,23
ACB Huế	950	1.200	1.100	250	26,32	-100	8,33

*Nguồn: Các chi nhánh NHTM ở Huế*

Bảng 2.3 cho thấy doanh số giao dịch phái sinh ngoại hối tại Maritimebank tăng dần qua các năm tuy nhiên về tốc độ tăng trưởng thì lại giảm, trong khi đó Vietcombank Huế và ACB Huế tăng giảm qua các năm, riêng ACB Huế đang có xu hướng giảm trở lại. Năm 2016, Maritimebank vươn lên vị trí dẫn đầu về doanh số giao dịch phái sinh ngoại hối. Nhìn chung, hoạt động phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh NHTM ở Huế đang kém phát triển, tổng doanh số giao dịch phái sinh ngoại hối chưa đến 7% tổng doanh số giao dịch ngoại tệ (theo chi nhánh NHNN Huế).

**2.3. Phân tích các nguyên nhân cản trở việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối từ các chi nhánh ngân hàng thương mại và phía các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Huế**

#### 2.3.1. Khảo sát các nhân viên ngân hàng

\* Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu các nhân viên ngân hàng

Đối tượng điều tra là các nhân viên ngân hàng chịu trách nhiệm mảng hoạt động phái sinh ngoại hối hoặc có biết đến nghiệp vụ này tại các ngân hàng. Nhóm tác giả đã tiến hành khảo sát 10 chi nhánh NHTM trên địa bàn thành phố Huế và đã thu về được 41 phiếu trả lời trong đó có 35 phiếu hợp lệ. Kết quả khảo sát làm nhằm tìm ra các nhân tố cản trở việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối từ đó đề xuất các giải pháp phát triển nghiệp vụ này. Với 35 mẫu hợp lệ thu được, bằng phương pháp thống

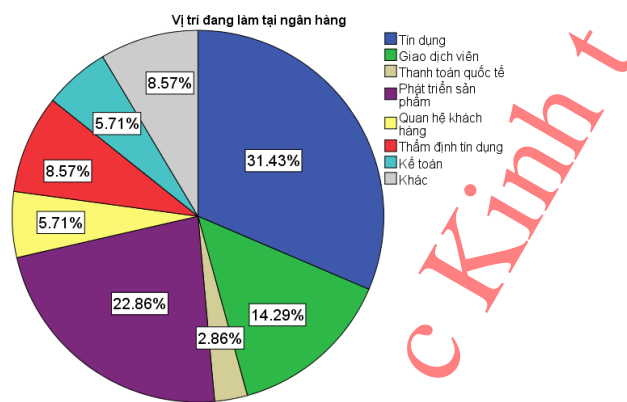
Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Formatted: Bang, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

kê mô tả giá trị trung bình của các nhân tố nhằm mục tiêu cuối cùng tìm hiểu xem nhân tố nào cản trở việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối, đồng thời có căn cứ để đề xuất một số giải pháp mang tính khả thi.

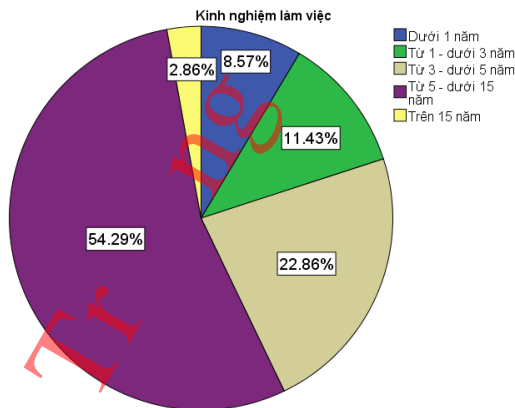
Về vị trí đang làm việc tại ngân hàng, kết quả khảo sát cho thấy cao nhất 31,43% nhân viên được hỏi làm ở bộ phận tín dụng, tiếp đến là phát triển sản phẩm, giao dịch viên, thẩm định tín dụng, kế toán, quan hệ khách hàng thanh toán quốc tế và các bộ phận khác; điều này cho thấy đối tượng được khảo sát hầu hết đang làm ở bộ phận có liên quan đến việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối.



**Biểu đồ 2.1: Thống kê vị trí đang làm việc tại ngân hàng**

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra

Về kinh nghiệm làm việc của nhân viên ngân hàng được thiết kế thành 5 nhóm từ dưới 1 năm, từ 1- dưới 3 năm, từ 3 – dưới 5 năm, từ 5 – dưới 15 năm và trên 15 năm.



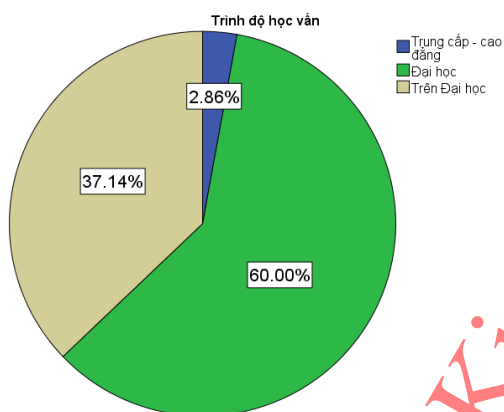
**Biểu đồ 2.2: Thống kê kinh nghiệm làm việc của nhân viên ngân hàng**

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra

Formatted: Bd, Left, Line spacing: single

Formatted: Bd, Left, Line spacing: single

Theo thống kê, đa số nhân viên được hỏi đều làm việc khá lâu năm trong ngân hàng, thời gian làm việc trên 5 năm chiếm hơn 55% số phiếu được hỏi. Nhóm nhân viên này thường là những người có kinh nghiệm làm việc, có sự hiểu biết khá đầy đủ về các sản phẩm và từ đó có thể đưa ra các ý kiến đánh giá phù hợp và có tính tin cậy cao.

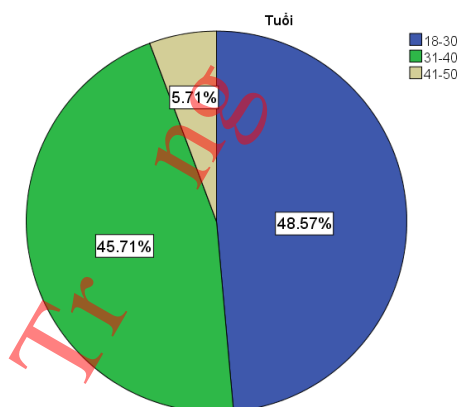


**Biểu đồ 2.3: Trình độ học vấn của nhân viên ngân hàng**

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra

Về trình độ học vấn của nhân viên ngân hàng chiếm tỷ trọng lớn nhất là trình độ đại học (60%), tiếp đến là trên đại học (37,14%) và chiếm một tỷ trọng rất nhỏ là trình độ trung cấp – cao đẳng. Với mẫu điều tra như trên, trình độ học vấn của nhân viên ngân hàng chủ yếu là đại học và sau đại học, là những người có trình độ học vấn cao nên ý kiến của họ đưa ra sẽ có ý nghĩa trong kết quả điều tra.

Formatted: Bd, Left, Line spacing: single



**Biểu đồ 2.4: Tuổi của nhân viên ngân hàng**

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra

Formatted: Bd, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Về tuổi của nhân viên ngân hàng thì độ tuổi chiếm tỷ trọng lớn nhất là từ 18-30 tuổi, tiếp đến là từ 31 – 40 tuổi và chiếm tỷ trọng rất nhỏ là từ 41 – 50 tuổi. Như vậy, đa số nhân viên ngân hàng được khảo sát chiếm hơn một nửa là từ 31 tuổi trở lên, đây là độ tuổi có độ ổn định và có nhiều kinh nghiệm làm việc để có thể đưa ra các ý kiến đúng đắn, sát với thực tế và có ý nghĩa tham khảo.

\* Khảo sát về phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối

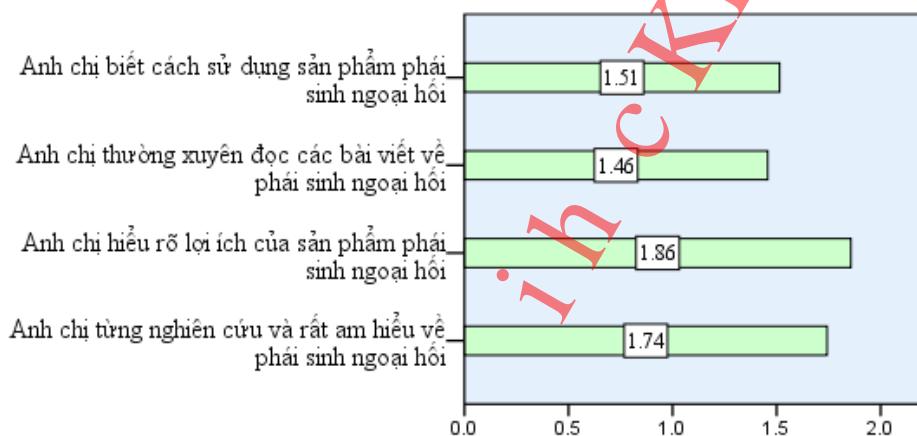
Theo ý nghĩa giá trị trung bình (Mean) trong thang đo khoảng, với thang đo Likert 3 khi đó: Giá trị khoảng cách = (Maximum – Minimum) / n = (3-1)/3 = 0,67. Ý nghĩa các mức như sau:

1,00 đến 1,67: Không đồng ý

1,68 đến 2,33: Trung lập

2,34 đến 3,00: Đồng ý

**- Về mức độ hiểu biết về sản phẩm phái sinh ngoại hối của ngân hàng**



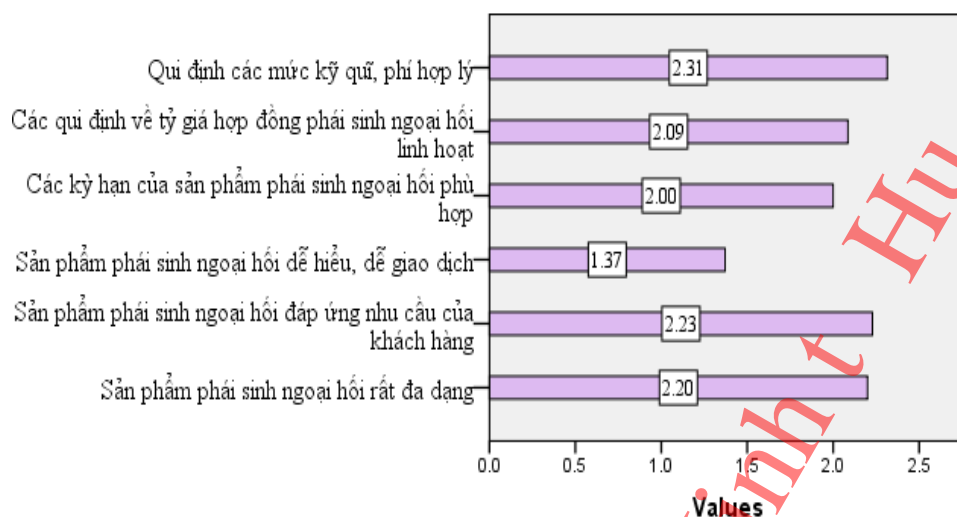
**Biểu đồ 2.5: Mức độ hiểu biết về sản phẩm phái sinh ngoại hối của ngân hàng**

*Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra*

Với giá trị trung bình đều dưới 2,34 cho thấy hầu hết các nhân viên ngân hàng vẫn chưa am hiểu về sản phẩm phái sinh ngoại hối, chưa hiểu rõ lợi ích cũng như cách sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối, điều này ảnh hưởng rất lớn đến việc quảng bá sản phẩm đến với khách hàng. Đồng thời cũng cho thấy các ngân hàng chưa thật sự quan tâm và đầu tư đúng mức để triển khai có hiệu quả các công cụ phái sinh ngoại hối.

Formatted: Bd, Left, Line spacing: single

### - Đánh giá về sản phẩm phái sinh ngoại hối



**Biểu đồ 2.6: Đánh giá về sản phẩm phái sinh ngoại hối**

*Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra*

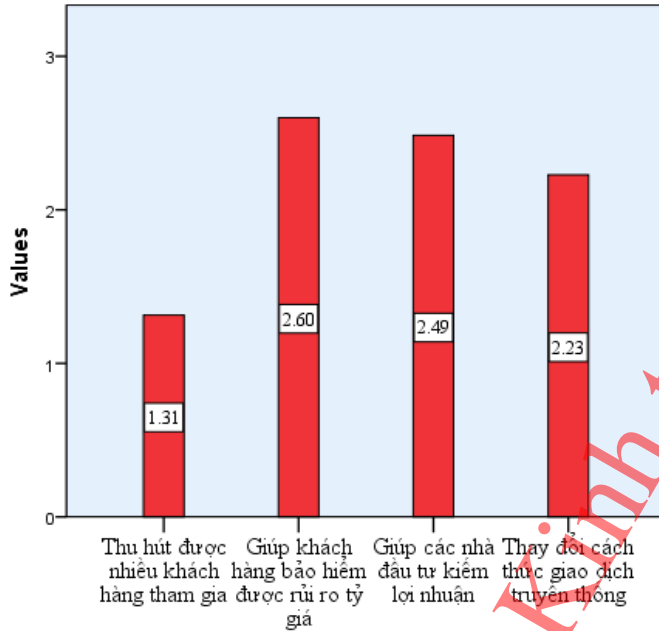
Với mean chỉ 1,37, đa số kết quả khảo sát đều không đồng ý sản phẩm phái sinh ngoại hối dễ hiểu, dễ giao dịch. Chính vì điều này mà hầu hết khách hàng đều ngại giao dịch phái sinh ngoại hối, do đó để đưa sản phẩm phái sinh ngoại hối đến gần hơn với khách hàng thì ngân hàng cần phải tăng cường đào tạo về sản phẩm cả cho nhân viên ngân hàng và khách hàng.

### - Về ưu điểm của sản phẩm phái sinh ngoại hối

Ưu điểm lớn nhất của sản phẩm phái sinh ngoại hối chính là giúp khách hàng bảo hiểm được rủi ro tỷ giá với mean đạt 2,60. Trong điều kiện lạm phát và tỷ giá có sự biến động, ngân hàng nên tư vấn cho khách hàng lựa chọn các sản phẩm phái sinh ngoại hối để bảo hiểm rủi ro tỷ giá. Đồng thời, ưu điểm lớn nữa của sản phẩm này là giúp các nhà đầu tư tìm kiếm lợi nhuận. Với các giao dịch có tính linh hoạt cao như quyền chọn, khách hàng có thể lựa chọn để đầu cơ tìm kiếm lợi nhuận.

Formatted: Bd, Left, Line spacing: single





**Biểu đồ 2.7: Những ưu điểm của sản phẩm phái sinh ngoại hối**

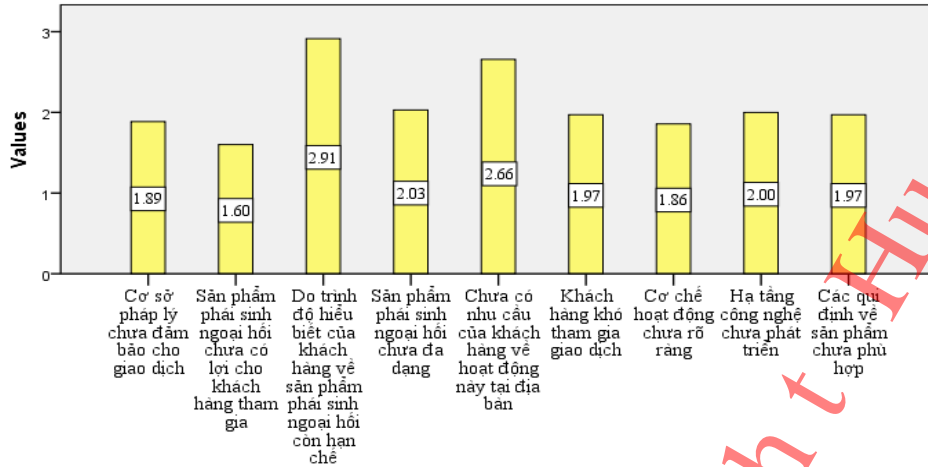
*Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra*

Mặc dù có nhiều ưu thế như vậy nhưng hầu hết kết quả khảo sát đều không đồng ý sản phẩm này thu hút được nhiều khách hàng tham gia (mean 1,31), các chi nhánh cần có sự nghiên cứu sâu hơn để xác định cụ thể nguyên nhân nhiều người chưa mặn mà với sản phẩm này là do sản phẩm chưa phù hợp, do điều kiện tham gia giao dịch còn khó khăn hay do thông tin chưa xuyên suốt hay cơ bản là ít có nhu cầu sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối tại địa bàn...

**- Nguyên nhân cản trở việc phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối tại ngân hàng**

Theo phân tích trên, hầu hết ý kiến cho rằng sản phẩm phái sinh ngoại hối chưa thu hút được nhiều người tham gia. Điều này được lý giải phần nào thông qua việc phân tích nguyên nhân cản trở việc phát triển phái sinh ngoại hối tại thành phố Huế.

Formatted: Bd, Left, Line spacing: single



**Biểu đồ 2.8: Nguyên nhân cản trở việc phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối tại ngân hàng**

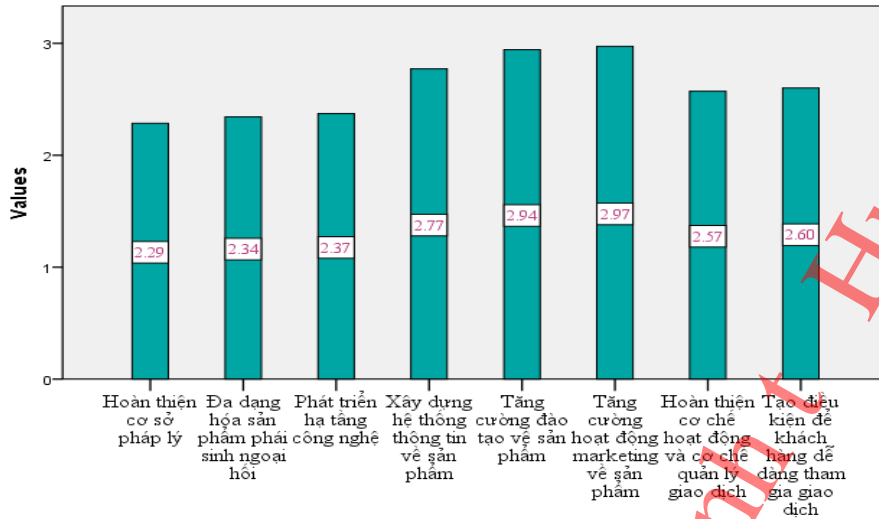
Formatted: Bd, Left, Line spacing: single

*Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra*

Nguyên nhân hàng đầu cản trở việc phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối tại ngân hàng theo khảo sát chính là do trình độ hiểu biết của khách hàng về sản phẩm phái sinh ngoại hối còn hạn chế (với mean 2,91) và chưa có nhu cầu của khách hàng về hoạt động này tại địa bàn (với mean 2,66). Hầu hết ý kiến điều không đồng ý sản phẩm phái sinh ngoại hối chưa có lợi cho khách hàng tham gia (với mean 1,60). Như vậy, sản phẩm phái sinh ngoại hối về cơ bản đã có lợi cho khách hàng tham gia vậy làm sao để thu hút khách hàng tiềm năng, điều này đòi hỏi phía cung phải xác định rõ đối tượng khách hàng và có các biện pháp quảng bá, thu hút khách hàng.

**- Về mức độ đồng ý của nhân viên ngân hàng với những đề xuất nhằm phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh NHTM trên địa bàn**

Thông qua việc phỏng vấn, lấy ý kiến chuyên gia và tổng hợp kết quả các nghiên cứu trước, nhóm tác giả đã tập hợp các đề xuất nhằm phát triển các sản phẩm phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh NHTM trên địa bàn. Qua khảo sát ý kiến các nhân viên ngân hàng trực tiếp tham gia mảng phái sinh ngoại hối và có liên quan hoặc biết đến sản phẩm này, hầu hết đều đồng ý với 7 đề xuất mà nghiên cứu đã đề ra với mean đều đạt trên 2,34, chỉ duy nhất việc hoàn thiện cơ sở pháp lý lại ít được đồng ý hơn cả với mean chỉ đạt 2,29.



**Biểu đồ 2.9: Mức độ đồng ý với những đề xuất nhằm phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối tại ngân hàng**

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra

Qua khảo sát, có thể thấy có 2 đề xuất được đông đảo nhân viên ngân hàng đồng ý để phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối tại ngân hàng là tăng cường hoạt động marketing về sản phẩm (mean 2,97) và tăng cường đào tạo về sản phẩm (mean 2,94), các chi nhánh nên lưu ý để triển khai thực hiện.

### 2.3.2. Khảo sát các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Huế

\* Thống kê mô tả mẫu nghiên cứu về khách hàng

Về lĩnh vực kinh doanh

**Bảng 2.4: Lĩnh vực kinh doanh**

	Số DN	%
Thương mại dịch vụ	16	64.0
Xuất nhập khẩu	7	28.0
Nông lâm thủy sản	2	8.0
Tổng	25	100.0

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS

Trong số các doanh nghiệp được điều tra thì có đến 64% (tương ứng với 16 doanh nghiệp) thuộc lĩnh vực thương mại dịch vụ, 28% kinh doanh xuất nhập khẩu và 8% còn lại hoạt động trong lĩnh vực nông lâm thủy sản.

**Bảng 2.5 : Loại hình doanh nghiệp**

Loại hình	Số doanh nghiệp	%
Tư nhân	4	16.0
Công ty TNHH	13	52.0
Công ty cổ phần	8	32.0
Tổng	25	100.0

*Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS*

Trong cơ cấu mẫu điều tra có 13 doanh nghiệp là công ty TNHH chiếm 52%, 8 doanh nghiệp là công ty cổ phần chiếm 32% và 16% còn lại là công ty tư nhân.

**Bảng 2.6: Hoạt động của doanh nghiệp có liên quan đến ngoại hối hay không**

	Số doanh nghiệp	Tỷ lệ %
Có	24	96.0
Không	1	4.0
Tổng	25	100.0

*Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS*

Trong số 25 doanh nghiệp được điều tra thì có 24 doanh nghiệp (tức 96%) trả lời hoạt động của họ có liên quan đến ngoại hối. Điều này cho thấy trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế mạnh mẽ như hiện nay thì hoạt động của các doanh nghiệp cũng ngày càng thay đổi thích ứng với môi trường kinh doanh mới. Đặc biệt tại thành phố Huế với kinh tế chưa phát triển được như các thành phố lớn thì việc ngày càng nhiều doanh nghiệp tham gia trong hoạt động buôn bán với nước ngoài là dấu hiệu tốt.

**Formatted:** Bang, Left, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

**Formatted:** Bang, Left, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

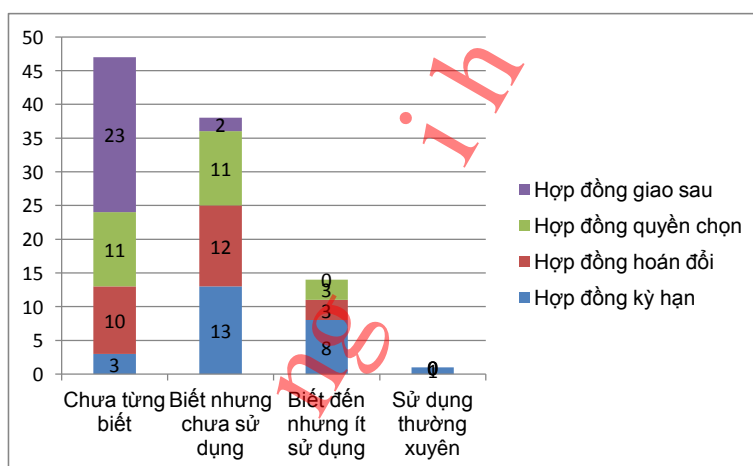
**Bảng 2.7: Nhận thức của doanh nghiệp về rủi ro tỷ giá**

Nhận thức về rủi ro tỷ giá	Tần suất	Tỷ lệ %
Chưa từng biết	2	8.0
Biết nhưng không quan tâm	11	44.0
Nhận thức được rủi ro tỷ giá	12	48.0
Tổng	25	100.0

Formatted: Bang, Left, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS

Mặc dù gần 100% số doanh nghiệp được điều tra đều hoạt động có liên quan đến ngoại hối nhưng khi được hỏi về rủi ro tỷ giá thì chỉ có 12 doanh nghiệp (48%) trả lời rằng họ nhận thức được rủi ro tỷ giá thực sự. Trong khi đó có 44% doanh nghiệp không quan tâm đến điều này, con số này khá lớn cho thấy các doanh nghiệp trên địa bàn vẫn chưa thấy rõ công tác bảo hiểm rủi ro tỷ giá trong kinh doanh ngoại hối là điều hết sức quan trọng. Đáng lưu ý là có 8% doanh nghiệp còn chưa từng biết đến loại rủi ro này.



**Biểu đồ 2.10: Mức độ sử dụng các sản phẩm phái sinh ngoại hối**

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý Excel

Qua biểu đồ trên cho thấy sự nổi trội của kết quả điều tra đó là số doanh nghiệp chưa từng biết đến 4 sản phẩm phái sinh ngoại hối của ngân hàng là lớn nhất. Số doanh nghiệp biết nhưng chưa sử dụng cũng chiếm khá lớn trong mẫu điều tra. Điều

Formatted: Bđ, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

này cho thấy tại địa bàn thành phố Huế cho đến nay thì sản phẩm này dường như quá mới mẻ đối với các doanh nghiệp mặc dù sản phẩm này triển khai khá sớm ở Việt Nam. Cũng từ biểu đồ cho thấy số doanh nghiệp sử dụng thường xuyên các sản phẩm này chỉ có 1 doanh nghiệp. Qua đó có thể nhận thấy công tác Marketing của ngân hàng đối với các sản phẩm này còn chưa hiệu quả.

**Xét riêng từng sản phẩm cho thấy:**

**Bảng 2.8: Mức độ sử dụng hợp đồng kỳ hạn**

Mức độ sử dụng	Tần suất	%
Chưa biết đến	3	12.0
Biết nhưng chưa sử dụng	13	52.0
Biết nhưng ít sử dụng	8	32.0
Sử dụng thường xuyên	1	4.0
Tổng	25	100.0

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS

Đối với hợp đồng kỳ hạn thì có 12% doanh nghiệp chưa từng biết đến, 52% biết nhưng chưa từng sử dụng, 32% tương ứng 8 doanh nghiệp ít sử dụng và chỉ có 1 doanh nghiệp cho biết họ sử dụng một cách thường xuyên. Qua kết quả trên cho thấy dường như hợp đồng kỳ hạn được các doanh nghiệp biết đến khá nhiều và cũng sử dụng nhiều nhất trong số các sản phẩm phái sinh của ngân hàng cung cấp.

**Bảng 2.9: Mức độ sử dụng Hợp đồng hoán đổi**

Mức độ	Tần suất	%
Chưa biết đến	10	40.0
Biết nhưng chưa sử dụng	12	48.0
Biết đến nhưng ít sử dụng	3	12.0
Tổng	25	100.0

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS

Formatted: Bang, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

Formatted: Centered

Formatted: Centered

Formatted: Centered

Formatted: Centered

Formatted: Centered

Formatted: Centered

Formatted: Font: 4 pt

Formatted: Font: 3 pt

Formatted: Justified

Formatted: Bang, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Font: 2 pt

Formatted: Line spacing: Multiple 1.4 li

Từ bảng số liệu và biểu đồ cho thấy đối với hợp đồng hoán đổi thì chưa từng có doanh nghiệp nào sử dụng thường xuyên, nhưng cũng có 12% doanh nghiệp có sử dụng sản phẩm này. Số doanh nghiệp chưa từng biết đến chiếm tỷ lệ khá cao đến 40% và có 48% chưa từng sử dụng. Kết quả này cho thấy sản phẩm này vẫn chưa phổ biến đối với các doanh nghiệp trên địa bàn. Điều này cũng dễ hiểu bởi vì sản phẩm này khá mới mẻ và cách sử dụng khá phức tạp hơn hợp đồng giao ngay truyền thống đòi hỏi các doanh nghiệp phải có sự hiểu biết nhất định về sản phẩm.

**Bảng 2.10: Mức độ sử dụng Hợp đồng quyền chọn**

	Tần suất	%	Lũy kế
Chưa biết đến	11	44.0	44.0
Biết nhưng chưa sử dụng	11	44.0	88.0
Biết đến nhưng ít sử dụng	3	12.0	100.0
Tổng	25	100.0	

*Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS*

Đối với sản phẩm phái sinh hợp đồng quyền chọn thì cũng có đến 88% doanh nghiệp chưa từng biết và có biết nhưng chưa sử dụng, con số quá lớn. Chỉ có 12% doanh nghiệp đã từng sử dụng. Con số trên cho thấy đây cũng là sản phẩm chưa thật sự được các doanh nghiệp quan tâm sử dụng để bảo vệ mình khỏi rủi ro tỷ giá. Nguyên nhân là do hợp đồng quyền chọn cũng có những đặc điểm riêng biệt và cấu trúc sản phẩm phức tạp, khó tiếp cận cho các doanh nghiệp trong giai đoạn đầu sử dụng, hơn nữa khi sử dụng hợp đồng quyền chọn, doanh nghiệp phải mất một khoản phí quyền chọn ban đầu, dù sau này khách hàng có từ bỏ hay thực hiện hợp đồng thì khoản phí này vẫn phải đóng ngay từ đầu cho ngân hàng. Tuy nhiên, sản phẩm quyền chọn ngoại hối lại linh hoạt, doanh nghiệp có thể lựa chọn từ bỏ hay thực hiện hợp đồng chứ không như tất cả các công cụ phái sinh ngoại hối khác, do đó, ngoài phòng ngừa rủi ro tỷ giá, doanh nghiệp còn có thể tận dụng công cụ này để đầu cơ cho những khoản tiền nhàn rỗi của doanh nghiệp. Trong thời gian tới, các chi nhánh nên chú trọng quảng bá, giới thiệu sản phẩm này đến khách hàng.

**Bảng 2.11: Mức độ sử dụng Hợp đồng giao sau**

	Tần suất	%
Chưa biết đến	23	92.0

**Formatted:** Bang, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

**Formatted:** Indent: Hanging: 0.05 cm

**Formatted:** Centered, Indent: Hanging: 0.05 cm

**Formatted Table**

**Formatted:** Indent: Hanging: 0.05 cm

**Formatted:** Centered, Indent: Hanging: 0.05 cm

**Formatted:** Indent: Hanging: 0.05 cm

**Formatted:** Centered, Indent: Hanging: 0.05 cm

**Formatted:** Indent: Hanging: 0.05 cm

**Formatted:** Centered, Indent: Hanging: 0.05 cm

**Formatted:** Indent: Hanging: 0.05 cm

**Formatted:** Centered, Indent: Hanging: 0.05 cm

**Formatted:** Font: 4 pt

**Formatted:** Font: 3 pt

**Formatted:** Line spacing: Multiple 1.4 li

**Formatted:** Bang, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

Biết nhưng chưa sử dụng	2	8.0
Tổng	25	100.0

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS

Đây là một dạng hợp đồng kỳ hạn đã được chuẩn hóa, niêm yết và giao dịch tại thị trường tập trung (Sở Giao dịch chứng khoán). Hợp đồng giao sau là một thỏa thuận giữa hai bên tham gia về việc mua và bán một tài sản tại một thời điểm nhất định trong tương lai với mức giá được xác định trước tại ngày giao dịch. Hợp đồng giao sau là sản phẩm phái sinh đặc trưng của ngân hàng ở các nước phát triển bởi vì tính hữu ích của sản phẩm này đối với khách hàng. Tuy nhiên, tại các NHTM Việt Nam hiện nay chưa xuất hiện hợp đồng giao sau về ngoại hối, các doanh nghiệp có biết đến sản phẩm này chủ yếu là trên lý thuyết. Qua điều tra cho thấy, có 23 doanh nghiệp tương ứng 92% doanh nghiệp được điều tra chưa từng biết đến sản phẩm này, 8% còn lại có biết đến nhưng chưa sử dụng. Như vậy, có một số doanh nghiệp khi tìm hiểu về nghiệp phái sinh ngoại hối có biết đến sản phẩm này, do đó, trong thời gian tới các ngân hàng trên địa bàn cần kiến nghị lên Hội sở chính để xem xét đưa hợp đồng giao sau ngoại hối vào giao dịch. Tuy nhiên, để có thể triển khai áp dụng sản phẩm này, đòi hỏi phải có sự phối hợp giữa các NHTM, NHNN và các cấp quản lý vĩ mô nền kinh tế.

**Bảng 2.12: Nhu cầu của doanh nghiệp về sản phẩm phái sinh ngoại hối**

	Tần suất	%
Chưa quyết định	7	28.0
Có ý định sử dụng	15	60.0
Total	22	88.0

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS

Theo kết quả điều tra thì có 3 doanh nghiệp chưa từng biết về sản phẩm phái sinh nào nên dừng điều tra tiếp. Như vậy còn lại 22 doanh nghiệp là có biết đến sản phẩm. Trong đó, có 68,18% trả lời rằng họ có ý định sử dụng sản phẩm phái sinh trong thời gian tới, 31,82% doanh nghiệp đang phân vân chưa có quyết định và không có doanh nghiệp nào không có ý định sử dụng sản phẩm này. Đây là tín hiệu đáng mừng cho các ngân hàng bởi vì các doanh nghiệp có nhu cầu thực sự với sản phẩm này chiếm tỷ lệ khá cao. Điều quan trọng là tại sao nhu cầu có mà mức độ sử dụng chưa nhiều?

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Font: 3 pt

Formatted: Bang, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Font: 2 pt



Nghịch lý này là do vẫn còn nhiều nhân tố cản trở việc các doanh nghiệp này tiếp cận các sản phẩm phái sinh ngoại hối tại ngân hàng. Nhiệm vụ của các ngân hàng là phải tìm ra và giải quyết hợp lý thì mới có thể phát triển sản phẩm này tốt hơn.

**Bảng 2.13: Nhân tố thúc đẩy doanh nghiệp sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối**

Điều kiện sử dụng sản phẩm PSNH	Trả lời		Ty trọng trong mẫu
	Số DN	%	
Tổ chức hội thảo, hội nghị giới thiệu sản phẩm	17	28.8%	77.3%
Doanh nghiệp có được sự lựa chọn tỷ giá mong muốn	9	15.3%	40.9%
Giảm mức ký quỹ/phí	15	25.4%	68.2%
Nhân viên ngân hàng tư vấn	18	30.5%	81.8%
Tổng	59	100.0%	268.2%

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS

Qua bảng số liệu 2.13 cho thấy muốn doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận và sử dụng các sản phẩm phái sinh ngoại hối thì có đến 18 doanh nghiệp (tương ứng chiếm 81,8% doanh nghiệp) cho là họ cần nhân viên ngân hàng tư vấn nhiều hơn nữa. Điều này là dễ hiểu bởi vì các sản phẩm này thực sự phức tạp và doanh nghiệp không thể sử dụng khi mà họ chưa am hiểu về nó. Do đó, các ngân hàng cần chú trọng hơn nữa vấn đề này khi giới thiệu sản phẩm đến cho các doanh nghiệp trên địa bàn. Nhân tố thứ hai được các doanh nghiệp đánh giá là cần ngân hàng thực hiện đó là tổ chức các hội thảo, hội nghị để giới thiệu sản phẩm này (có 17 doanh nghiệp yêu cầu chiếm 77,3%). Hiện nay, với xu hướng hội nhập sâu vào thương mại thế giới thì các doanh nghiệp cũng hết sức năng động trong kinh doanh, ngân hàng là người luôn sát cánh cùng doanh nghiệp trong nhiều hoạt động nên rất cần những hội thảo như vậy để giúp doanh nghiệp tự tin hơn khi hội nhập. Ngoài ra, một số doanh nghiệp cũng yêu cầu được giảm mức ký quỹ và phí khi thực hiện các giao dịch này để tiết giảm chi phí cho họ (68,2% doanh nghiệp). Cũng từ kết quả cho thấy việc được lựa chọn tỷ giá mong muốn cũng được các doanh nghiệp khá quan tâm nhưng không đáng kể.

Formatted: Bang, Justified, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: Left: 48 px, First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Font: 2 pt

**Bảng 2.14: Các nhân tố cản trở doanh nghiệp sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối**

Nhân tố	Giá trị
Doanh nghiệp chưa am hiểu về sản phẩm	21
Biến động lãi suất, tỷ giá không đủ lớn	20
Tâm lý ngại trách nhiệm	9
Doanh nghiệp chưa nhận thức đủ về sản phẩm	22
Sản phẩm không đáp ứng nhu cầu	6
Quy định pháp lý chưa rõ ràng	5
Quy định hạch toán thuế bất lợi cho doanh nghiệp	5
Thiếu dịch vụ hỗ trợ từ phía ngân hàng	21
Chưa có nhu cầu bảo hiểm biến động tỷ giá	6
Sản phẩm quá phức tạp, khó tham gia	16
Lý do khác	0

*Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS*

Bảng 2.14 cho thấy nhân tố được lựa chọn nhiều nhất là “Doanh nghiệp chưa nhận thức đủ về sản phẩm” (22 doanh nghiệp), “Doanh nghiệp chưa am hiểu về sản phẩm” và “Thiếu dịch vụ hỗ trợ từ phía ngân hàng” được 21 doanh nghiệp lựa chọn. 20 doanh nghiệp cho rằng “Biến động lãi suất, tỷ giá không đủ lớn”. 16 doanh nghiệp cho rằng “Sản phẩm quá phức tạp, khó tham gia”. Các nhân tố còn lại không được lựa chọn nhiều. Chúng tôi các nhân tố nói trên có ảnh hưởng nhiều nhất đến việc sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối của các doanh nghiệp trên địa bàn. Ta sẽ xem xét tiếp mức độ quan trọng của từng nhân tố nói trên để có thể đưa ra giải pháp đúng đắn nhất.

**Formatted:** Bang, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Centered, Indent: First line: 0 px

**Bảng 2.15: Tổng hợp các mức độ quan trọng của các nhân tố cản trở doanh nghiệp sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối**

Formatted: Bang, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single, Adjust space between Latin and Asian text, Adjust space between Asian text and numbers

Các yếu tố cản trở	Quan trọng nhất		Quan trọng nhì		Quan trọng ba		Quan trọng tư	
	Tần số	Phần trăm (%)	Tần số	Phần trăm (%)	Tần số	Phần trăm (%)	Tần số	Phần trăm (%)
Doanh nghiệp chưa am hiểu về sản phẩm	11	44	2	8	3	12	4	16
Biến động lãi suất, tỷ giá không đủ lớn	0	0	7	28	2	8	6	24
Tâm lý ngại trách nhiệm	0	0	0	0	0	0	0	0
Doanh nghiệp chưa nhận thức đủ về sản phẩm	5	20	8	32	6	24	3	12
Sản phẩm không đáp ứng nhu cầu	0	0	1	4	1	4	1	4
Quy định pháp lý chưa rõ ràng	0	0	0	0	0	0	1	4
Quy định hạch toán thuế bất lợi cho doanh nghiệp	0	0	0	0	1	4	1	4
Thiếu dịch vụ hỗ trợ từ phía ngân hàng	0	0	3	12	4	16	3	12
Chưa có nhu cầu bảo hiểm biến động tỷ giá	0	0	0	0	1	4	2	8
Sản phẩm quá phức tạp, khó tham gia	6	24	1	4	4	16	1	4
Lý do khác	0	0	0	0	0	0	0	0

Nguồn: Kết quả tổng hợp từ xử lý SPSS

Từ bảng tổng hợp trên cho thấy, nhân tố được các doanh nghiệp cho là quan trọng nhất cản trở việc sử dụng các sản phẩm phái sinh của họ là do “*chưa am hiểu về sản phẩm*” (11 doanh nghiệp lựa chọn tương ứng 44%) và “*Sản phẩm quá phức tạp, khó tham gia*” chiếm 24% tức 6 doanh nghiệp lựa chọn, nhân tố cũng được cho là quan trọng nhất bởi 5 doanh nghiệp tức chiếm 20% đó là “*Doanh nghiệp chưa nhận thức đủ về sản phẩm*”. Các nhân tố còn lại không có doanh nghiệp nào cho rằng quan trọng nhất. Qua đây có thể thấy rằng sản phẩm này đúng là quá mới và các doanh nghiệp trên địa bàn chưa nắm rõ về sản phẩm và do đó họ chưa tham gia được. Các ngân hàng phải có giải pháp để giúp doanh nghiệp hiểu và từ đó mới có thể gia tăng doanh số.

Nhân tố quan trọng thứ hai và thứ ba được các doanh nghiệp lựa chọn nhiều nhất đó cũng chính là “*Doanh nghiệp chưa nhận thức đủ về sản phẩm*” (có 8 doanh nghiệp tương ứng 32% và 6 doanh nghiệp tương ứng 24%). Ngoài ra, có 7 doanh nghiệp (tức 28%) cũng cho rằng tỷ giá biến động không đủ lớn để họ có thể cần đến sản phẩm này là nhân tố cản trở quan trọng thứ hai.

“*Thiếu dịch vụ hỗ trợ từ ngân hàng*” nên chưa sử dụng sản phẩm là trả lời của 4 doanh nghiệp tương ứng 16%. Đây cũng được xem là nhân tố cản trở quan trọng thứ ba mà các ngân hàng cần lưu ý.

Nhân tố quan trọng thứ tư được chọn nhiều nhất là “*Biến động lãi suất, tỷ giá không đủ lớn*” với 6 doanh nghiệp chọn. Thời gian qua với sự điều hành của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam nên tỷ giá tương đối ổn định, do đó các doanh nghiệp chưa thật sự cần đến phương án phòng ngừa rủi ro tỷ giá. Tuy nhiên, với sự diễn biến phức tạp của kinh tế thế giới và các đồng tiền thường xuyên thay đổi giá trị như USD, EUR, CNY, JPY... nên trong thời gian tới rất khó dự đoán được chiều hướng thay đổi sẽ như thế nào. Do đó, các doanh nghiệp nên thay đổi suy nghĩ về vấn đề này.

Ngoài các nhân tố trên, còn một số nhân tố khác cũng được đánh giá là quan trọng cản trở các doanh nghiệp nhưng tỷ trọng khá thấp như tâm lý ngại trách nhiệm, quy định hạch toán thuế bất lợi cho doanh nghiệp.... Các ngân hàng nên chú trọng vào các nhân tố theo thứ tự mà các doanh nghiệp quan tâm để có thể giải quyết triệt để vấn đề này.

## **2.4. Đánh giá chung về phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế**

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

### **2.4.1. Những thành tựu đạt được**

Qua kết quả phân tích trên có thể thấy việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh NHTM trên địa bàn thành phố Huế đã đạt được một số kết quả nhất định như sau:

- Có 3 chi nhánh NHTM trên địa bàn (Maritimbank Huế, Vietcombank Huế và ACB Huế) đã có giao dịch phái sinh ngoại hối với tổng doanh số giao dịch phái sinh ngoại hối có xu hướng tăng dần qua các năm từ 2014 đến 2016

- Hầu hết các chi nhánh NHTM trên địa bàn đều đã đưa sản phẩm phái sinh ngoại hối vào nghiệp vụ kinh doanh của ngân hàng mình và bước đầu có một số chi nhánh triển khai có hiệu quả.

- Có nhiều loại sản phẩm phái sinh được đưa vào triển khai áp dụng với mức ký quỹ và phí khác nhau đó là: hợp đồng kỳ hạn, hợp đồng hoán đổi và hợp đồng quyền chọn; sản phẩm phái sinh đã góp phần bảo hiểm rủi ro tỷ giá và giúp nhà đầu tư tìm kiếm lợi nhuận.

### **2.4.2. Hạn chế và nguyên nhân**

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

#### **2.4.2.1. Hạn chế**

Bên cạnh những thành tựu đạt được, thực trạng phát triển sản phẩm này tại địa bàn vẫn còn gặp không ít trở ngại, bất cập, cản trở sự phát triển của nó trên địa bàn như:

Formatted: Expanded by 0.3 pt

— Các giao dịch mua bán ngoại tệ tại các chi nhánh NHTM trên địa bàn thành phố Huế đều chủ yếu là giao dịch giao ngay, còn giao dịch phái sinh chỉ chiếm một tỷ trọng rất nhỏ (chưa đến 7% tổng giao dịch).

— Các sản phẩm phái sinh ngoại hối mới ở giai đoạn ban đầu, còn giản đơn, hơn nữa, các quy định chặt chẽ của NHNN, các sản phẩm ngoại hối phái sinh chưa có sự khác biệt sản phẩm về loại tiền giao dịch, số lượng ngoại tệ giao dịch, chủ thể ký kết hợp đồng, mức ký quỹ thực hiện hợp đồng... Sự khác biệt chủ yếu là số lượng ngoại tệ giao dịch tối thiểu trong hợp đồng quyền chọn tiền tệ.

— Việc hoạch định tỷ giá, mức ký quỹ, phí... điều do Hội sở chính của từng NHTM đảm nhận, Chi nhánh chỉ thực hiện theo và hầu hết không tự điều chỉnh được.

— Phần lớn các chi nhánh đều chưa quan tâm và đầu tư đúng mức để triển khai có hiệu quả các công cụ phái sinh ngoại hối nên chưa thu hút được khách hàng tham gia.

— Hầu hết nhân viên ngân hàng và khách hàng đều chưa có sự am hiểu về nghiệp vụ phái sinh ngoại hối, chưa biết cách thức giao dịch và sử dụng các sản phẩm phái sinh ngoại hối.

#### **2.4.2.2. Nguyên nhân**

— Nguyên nhân hàng đầu cản trở việc phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối tại ngân hàng theo khảo sát chính là do trình độ hiểu biết của cả nhân viên ngân hàng và khách hàng về sản phẩm phái sinh ngoại hối còn hạn chế. Hầu hết ý kiến của doanh nghiệp đều cho rằng nguyên nhân cản trở việc thực hiện giao dịch phái sinh là do doanh nghiệp chưa am hiểu và hiểu chưa đầy đủ về sản phẩm phái sinh ngoại hối. Như vậy, sản phẩm phái sinh ngoại hối về cơ bản đã có lợi cho khách hàng tham gia vậy làm sao để thu hút khách hàng tiềm năng, điều này đòi hỏi phía các chi nhánh NHTM phải xác định rõ đối tượng khách hàng và có các biện pháp quảng bá, thu hút khách hàng. Thực tế tại các chi nhánh NHTM trên địa bàn thành phố Huế cho thấy hầu hết các nhân viên ngân hàng đều chưa được đào tạo thực tế về nghiệp vụ phái sinh ngoại hối nên chính các nhân viên cũng không am hiểu về nghiệp vụ này, do đó khó mà quảng bá, giới thiệu đến khách hàng được.

— Thứ hai là các chi nhánh chưa quan tâm và đầu tư đúng mức để triển khai sản phẩm phái sinh ngoại hối có hiệu quả. Hầu hết các chi nhánh chưa chú trọng đào tạo nghiệp vụ cho nhân viên và quảng bá sản phẩm phái sinh ngoại hối đến với khách hàng, hơn nữa Hội sở chính chưa đầu tư nghiên cứu, phát triển thêm các sản phẩm phái sinh ngoại hối mới với nhiều tiện ích hơn, chưa đa dạng sản phẩm, chỉ chủ yếu là các sản phẩm phái sinh ngoại hối truyền thống, cơ bản.

— Thứ ba là các chi nhánh vẫn chưa tạo điều kiện để khách hàng tham gia giao dịch phái sinh ngoại hối, không hỗ trợ mức ký quỹ, phí cho khách hàng và tỷ giá vẫn không điều chỉnh linh hoạt được, một phần lý do của vấn đề này là do các chi nhánh phải chịu sự quản lý của Hội sở chính, đa số các chi nhánh không được phép thay đổi tỷ giá, phí, mức ký quỹ... nên khó điều chỉnh cho phù hợp với khách hàng trên địa bàn mình.

Formatted: Expanded by 0.3 pt

Thứ năm là thiếu thông tin về sản phẩm phái sinh ngoại hối, hầu hết thông tin về sản phẩm phái sinh ngoại hối đều là từ khách hàng tự tìm đến nhân viên ngân hàng để tư vấn, chưa có một công thông tin chính thức nào về sản phẩm này được giới thiệu đầy đủ trên hệ thống các phương tiện truyền thông của các chi nhánh NHTM. Phần lớn các chi nhánh chưa chuẩn bị nguồn lực, hệ thống công nghệ để triển khai công cụ tài phái sinh ngoại hối.

–Thứ sáu là do có sự khác nhau trong nhận định về nhu cầu giao dịch phái sinh ngoại hối giữa nhân viên ngân hàng và khách hàng. Theo khảo sát, một trong những nguyên nhân chính khiến doanh số giao dịch phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh thấp theo nhân viên ngân hàng là do khách hàng chưa có nhu cầu, nhưng qua khảo sát các doanh nghiệp thì có trên 68% có nhu cầu giao dịch phái sinh ngoại hối. Do đó, hầu hết các chi nhánh vẫn chưa chú trọng tìm kiếm khách hàng, phát triển các sản phẩm phái sinh ngoại hối đến khách hàng, mà chỉ thực hiện các giao dịch ngoại hối truyền thống như giao ngay, thực tế này đòi hỏi các chi nhánh cần thay đổi nhận thức, chủ động tìm kiếm khách hàng.

–Thứ bảy là do biến động tỷ giá chưa đủ lớn, điều này làm giảm cho khách hàng không có nhu cầu bảo hiểm rủi ro tỷ giá bằng các hợp đồng phái sinh ngoại hối.

Thứ tám là tâm lý ngại trách nhiệm, sợ tính phí, thuế và sản phẩm phái sinh ngoại hối khá mới mẻ, khách hàng cảm thấy phức tạp, khó tham gia; cho nên mặc dù có nhu cầu bảo hiểm rủi ro tỷ giá, vẫn ít khách hàng tìm đến ngân hàng để thực hiện các giao dịch phái sinh ngoại hối.

Ngoài ra, còn có một số nguyên nhân khác như: cơ sở pháp lý cho hoạt động kinh doanh ngoại hối vẫn chưa hoàn thiện, chưa có quy định rõ ràng, chính xác về đối tượng tham gia, loại ngoại hối giao dịch, khối lượng, phí... đối với mỗi công cụ phái sinh ngoại hối, chưa có văn bản hướng dẫn giải quyết khi có tranh chấp xảy ra.

### **Chương 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGHIỆP VỤ PHÁI SINH NGOẠI HỐI TẠI CÁC CHI NHÁNH NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HUẾ**

Giao dịch phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh NHTM trên địa bàn thành phố Huế mới chỉ ở giai đoạn sơ khai, đơn giản nhất. Từ kết quả phân tích và thảo luận ở trên, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh NHTM trên địa bàn như sau:

#### **3.1. Nhóm giải pháp chính**

##### **3.1.1. Tăng cường hoạt động marketing, quảng bá về sản phẩm phái sinh ngoại hối**

Qua khảo sát, hầu hết các doanh nghiệp đều không am hiểu (11 doanh nghiệp cho rằng điều này là nguyên nhân quan trọng nhất cản trở việc sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối) hoặc nhận thức chưa đầy đủ về sản phẩm phái sinh ngoại hối, từ đó họ cảm thấy sản phẩm này phức tạp, khó tham gia, điều này đòi hỏi các chi nhánh NHTM phải tăng cường không chỉ hướng đến khách hàng doanh nghiệp mà cả khách hàng cá nhân có nhu cầu đầu cơ tìm kiếm lợi nhuận.

Thực tế, các doanh nghiệp trên địa bàn vẫn có nhu cầu về các sản phẩm phái sinh ngoại hối (có đến 68,18% doanh nghiệp được hỏi có ý định sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối trong thời gian tới). Điều này cũng bởi hàng năm, các doanh nghiệp trên địa bàn đều phải vay ngoại tệ hàng trăm nghìn USD hoặc EUR để đầu tư vào các dự án, sản xuất kinh doanh, các doanh nghiệp này sau khi vay ngoại tệ thường bán số ngoại tệ này chuyển sang VND để tiến hành hoạt động đầu tư dự án, sản xuất kinh doanh đến kỳ trả nợ họ phải mua lại số ngoại tệ đó bằng VND. Trong thời gian tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh, rõ ràng sẽ có sự biến động về cả lãi suất cho vay và cả tỷ giá hối đoái. Nếu sử dụng công cụ phái sinh như hoán đổi lãi suất hoặc công cụ kỳ hạn hay quyền chọn về ngoại tệ thì các doanh nghiệp sẽ bảo hiểm được rủi ro lãi suất trong trường hợp nếu lãi suất vay là thả nổi và khi lãi suất thị trường đã tăng lên như hiện nay hoặc bảo hiểm được rủi ro tỷ giá khi ngoại tệ có xu hướng giảm xuống vào thời điểm doanh nghiệp bán ngoại tệ. Do đó, các chi nhánh cần tiếp cận khách hàng, tổ chức hội thảo để giới thiệu và tư vấn nhằm mục đích vừa nâng cao nhận thức

Formatted: S1, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Formatted: Font: 1 pt

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single



của khách hàng về rủi ro tỷ giá vừa giúp cho khách hàng hiểu biết về các công cụ phái sinh ngoại hối. Việc phát triển các công cụ phái sinh và thị trường phái sinh là giúp cho các doanh nghiệp có thêm cơ hội lựa chọn loại hình giao dịch hối đoái phù hợp với mục tiêu kinh doanh. Khi sử dụng các công cụ phái sinh doanh nghiệp có được sự lựa chọn về tỷ giá mong muốn. Đồng thời, tư vấn cho khách hàng hiểu ngoài bảo hiểm rủi ro tỷ giá, doanh nghiệp vẫn có thể sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối để đầu cơ tìm kiếm lợi nhuận cho những khoản ngoại hối tạm thời nhàn rỗi.

Ngoài khách hàng doanh nghiệp, các ngân hàng trên địa bàn cũng nên mở rộng đối tượng sang khách hàng cá nhân, bởi theo điều tra, hiện nay ngân hàng có doanh số giao dịch phái sinh ngoại hối lớn nhất trên địa bàn là Maritime bank Huế thì khách hàng chủ yếu là cá nhân, với việc giao dịch quyền chọn để đầu cơ tìm kiếm lợi nhuận. Đây là một xu hướng khá mới mà hầu hết các chi nhánh ngân hàng khác lại không hướng đến.

Đây mạnh hoạt động marketing trước hết là tạo nhận thức sản phẩm phái sinh ngoại hối thông qua quảng bá trên báo chí, tivi, internet, ... từ đó thúc đẩy nhu cầu sử dụng sản phẩm.

Đồng thời, các chi nhánh cần tập trung vào lựa chọn khách hàng mục tiêu đó là các doanh nghiệp xuất nhập khẩu và cả các cá nhân có nguồn thu về ngoại hối (như kiều hối) hoặc có thu nhập cao trên địa bàn. Cần phân loại khách hàng theo hướng khách hàng thường xuyên và không thường xuyên sử dụng sản phẩm để từ đó xác định phí giao dịch cụ thể đối với từng khách hàng. Chủ động tìm kiếm khách hàng như nhờ khách hàng cũ giới thiệu khách hàng mới, lập ra nhóm marketing đi tìm khách hàng...

Ngoài ra, các chi nhánh cần có chính sách chăm sóc khách hàng một cách tốt nhất, luôn luôn duy trì mối quan hệ với khách hàng, khuyến khích, có những quà tặng đối với những khách hàng có doanh số giao dịch cao và thường xuyên với ngân hàng.

### **3.1.2. Tăng cường đào tạo và nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ, nhân viên về nghiệp vụ phái sinh ngoại hối**

Qua khảo sát, chỉ có 5 nhân viên ngân hàng (chiếm 14,3%) có am hiểu về nghiệp vụ phái sinh ngoại hối, còn lại là không hiểu (chiếm 40%) hoặc trung lập (45,7%), đây là một hạn chế rất lớn để phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại ngân hàng. Thị trường phái sinh và công cụ phái sinh ngoại hối rất đa dạng, phức tạp đòi hỏi các giao

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

dịch viên là các cán bộ ngân hàng phải có trình độ chuyên môn cao về lĩnh vực ngoại hối, am hiểu các kỹ thuật nghiệp vụ phái sinh ngoại hối. Đặc biệt là cán bộ giao dịch phải có khả năng vận dụng linh hoạt các công cụ phòng chống rủi ro tỷ giá đối với danh mục đầu tư bằng ngoại tệ của bản thân ngân hàng. Ngoài ra, họ còn phải có khả năng phát triển (hay bán) các sản phẩm phái sinh ngoại hối tới các doanh nghiệp có hoạt động thương mại quốc tế. Do đó, việc tăng cường đào tạo về sản phẩm phái sinh ngoại hối cho toàn bộ các nhân viên tại các chi nhánh là rất quan trọng để họ có sự hiểu biết về sản phẩm, từ đó mới có thể tư vấn cho khách hàng, chủ động giới thiệu sản phẩm đến khách hàng từ đó phát triển hơn nữa sản phẩm này trên địa bàn.

Đặc biệt, đối với cán bộ trực tiếp làm nghiệp vụ kinh doanh ngoại hối, cần tập trung ưu tiên đào tạo và bồi dưỡng cho các cán bộ trực tiếp kinh doanh trên thị trường hối đoái quốc tế về các công cụ phái sinh nói chung và phái sinh ngoại hối nói riêng, vì đây là những sản phẩm mới, phức tạp cả về lý thuyết lẫn thực tiễn áp dụng. Ngoài ra, cần trang bị thêm những kiến thức và kinh nghiệm về thị trường ngoại hối và thị trường tiền tệ quốc tế, kỹ năng phân tích kỹ thuật, phân tích cơ bản trên cơ sở chọn lọc, tổng hợp và phân tích thông tin để dự đoán xu hướng diễn biến của thị trường nhằm sử dụng các công cụ phái sinh một cách hiệu quả nhất. Thông qua đó để có thể tư vấn, hướng dẫn, giúp đỡ cho khách hàng của mình hiểu biết hơn về thị trường ngoại hối.

Đối với các cấp quản lý tại các chi nhánh phải không ngừng được tập huấn, nâng cao kiến thức về kinh doanh ngoại hối.

Đồng thời, các chi nhánh cần lên kế hoạch cụ thể việc kết hợp giữa con người và công việc, phân tích xem đội ngũ nhân viên có được bố trí công việc đúng sở trường của họ chưa. Từ đó có thể sắp xếp lại công việc cho phù hợp nhằm nâng cao năng suất làm việc của nhân viên. Bên cạnh đó, các chi nhánh cần tuyển dụng nhân viên mới có trình độ chuyên môn cao trong lĩnh vực kinh doanh ngoại hối với mức lương cao để tăng hiệu quả thực hiện nghiệp vụ kinh doanh ngoại hối.

Ngoài ra, các chi nhánh cần thường xuyên đánh giá năng lực thực hiện công việc của nhân viên, có chế độ lương thưởng phù hợp đối với những nhân viên đạt thành tích tốt trong việc triển khai, phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối.

Formatted: Font: Not Italic, Expanded by 0.3 pt

### **3.1.3. Tạo điều kiện để khách hàng dễ dàng tham gia giao dịch.**

Theo khảo sát, nhân tố thúc đẩy sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối được các doanh nghiệp trên địa bàn lựa chọn nhiều nhất (81,8%) là “nhân viên ngân hàng tư vấn”, tiếp đến là “tổ chức hội nghị, hội thảo giới thiệu sản phẩm” (77,3%). Do đó, để tạo điều kiện cho khách hàng dễ dàng tham gia giao dịch, các chi nhánh NHTM cần tăng cường hội thảo, tư vấn khách hàng theo chuyên đề về những lợi ích mang lại của công cụ tài chính phái sinh tiền tệ để mở rộng khách hàng áp dụng. NHTM cần tư vấn cho khách hàng cách phân tích, đánh giá nhiều yếu tố để có quyết định về mặt tài chính thông qua các sản phẩm phái sinh vì việc lựa chọn các sản phẩm phái sinh một mặt mang lại lợi ích cho khách hàng, nhưng khách hàng cần phải hiểu biết về sản phẩm và có biện pháp bảo hiểm rủi ro đi kèm.

Điều kiện để phát triển thành công sản phẩm phái sinh ngoại hối đòi hỏi sự sẵn sàng từ phía các chi nhánh với đầy đủ điều kiện con người, cơ sở vật chất và quy trình. Biện pháp các chi nhánh nên thực hiện nhằm tác động mạnh nhất tới việc sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối của khách hàng là “mở lớp đào tạo”, điều mà cho đến thời điểm này chưa có chi nhánh nào trên địa bàn thực hiện.

Các chi nhánh cần phải yêu cầu nhân viên chuyên trách của ngân hàng nghiên cứu chuyên sâu vào các doanh nghiệp, công ty, cá nhân... hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu, kinh doanh ngoại tệ để nắm bắt được các thành phần có nhu cầu phòng ngừa rủi ro tỷ giá và kinh doanh ngoại tệ để tìm kiếm lợi nhuận. Trên cơ sở đó, tiến hành giới thiệu, tư vấn cho khách hàng thấy được những lợi ích của công cụ phái sinh ngoại hối. Khi họ đã hiểu và nhận thấy được lợi ích của các công cụ phái sinh ngoại hối, họ sẽ thân thiện hơn với các công cụ này.

Ngoài ra để tạo điều kiện cho khách hàng tham gia thì các chi nhánh cần nâng cao dịch vụ chăm sóc khách hàng. Hiện nay, các sản phẩm phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng khá giống nhau, chưa có sự chênh lệch về tỷ giá, mức ký quỹ... nên ưu thế cạnh tranh thể hiện ở dịch vụ này.

## **3.2. Nhóm giải pháp hỗ trợ**

### **3.2.1. Xây dựng hệ thống thông tin về sản phẩm.**

Tại địa bàn thành phố Huế, các sản phẩm phái sinh ngoại hối còn khá mới và phức tạp, đòi hỏi các NHTM cũng như các doanh nghiệp phải có hệ thống thông tin đư

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

báo tỷ giá quốc tế nhanh, chính xác, cập nhật liên tục; phải có công cụ đo lường và cảnh báo rủi ro tỷ giá, lãi suất với đội ngũ các nhà quản lý, các giao dịch viên chuyên nghiệp. Thực tế, các thông tin về thị trường ngoại hối này vẫn chưa được các Hội sở chính của các NHTM cung cấp chính xác và kịp thời dẫn đến có nhiều chi nhánh chậm triển khai thực hiện hoặc thực hiện không có hiệu quả. Mặc dù, việc xác định tỷ giá trong các hợp đồng phái sinh ngoại hối hầu hết đều do Hội sở chính báo về, tuy nhiên các chi nhánh NHTM cũng nên tự chủ động xây dựng một hệ thống thông tin về sản phẩm này cho chính chi nhánh mình, thường xuyên cập nhật thông tin trên địa bàn để từ đó có thể kiến nghị với Hội sở chính, thực hiện tốt việc phát triển nghiệp vụ này trên địa bàn.

### **3.2.2. Đa dạng hóa sản phẩm phái sinh ngoại hối, tạo nhiều tiện ích hấp dẫn cho khách hàng**

Việc lựa chọn sản phẩm phái sinh ngoại hối thường là do Hội sở chính đảm nhận, tuy nhiên, các chi nhánh cũng cần đưa ra các ý kiến đóng góp nhằm phát triển sản phẩm. Song song với việc triển khai các công cụ tài chính phái sinh thuần nhất, nên có những tiếp cận đối với các sản phẩm lai tạp. Các chi nhánh có thể đề xuất cho Hội sở chính triển khai kết hợp công cụ tài chính phái sinh có sự kết hợp với các sản phẩm, dịch vụ khác như cho vay, bảo hiểm tỷ giá, lãi suất tạo tiện ích cho khách hàng. Hoặc triển khai rộng rãi các sản phẩm mà Eximbank đã thực hiện và có hiệu quả như: sản phẩm cho vay bằng VND theo lãi suất ngoại tệ, với sản phẩm này khách hàng được ngân hàng cho vay bằng VND với lãi suất ngoại tệ (số tiền cho vay này sẽ được xác định trước bằng một giá trị ngoại tệ khi ký kết hợp đồng tín dụng và giải ngân), khi thực hiện hợp đồng tín dụng, khách hàng trả nợ vay, lãi vay bằng VND theo tỷ giá ngoại tệ vào ngày trả nợ. Tham gia sản phẩm này khách hàng sẽ có lợi khi trả nợ, tỷ giá ngoại tệ giảm so với tỷ giá lúc ký kết hợp đồng tín dụng. Hoặc có thể phát triển thêm sản phẩm cho vay bằng VND theo lãi suất ngoại tệ có bảo hiểm tỷ giá. Sản phẩm này giống như sản phẩm trên nhưng ngân hàng có thực hiện bảo hiểm tỷ giá cho doanh nghiệp, cụ thể khi tỷ giá ngoại tệ tăng trên 2% hoặc 3% so với tỷ giá tại thời điểm giải ngân thì khách hàng chỉ phải thanh toán cho ngân hàng số tiền VND tương ứng với mức tăng tỷ giá 2% - 3%, phần vượt ngân hàng chịu. Với sản phẩm này, khách hàng có thể tính toán được trước mức tối đa mà khách hàng phải thanh toán do tỷ giá tăng.

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

### 3.2.3. Hoàn thiện cơ chế hoạt động và cơ chế giao dịch

Trong vài năm trở lại đây, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) đã cho phép các NHTM được thực hiện nhiều nghiệp vụ mới như quyền chọn ngoại hối, quyền chọn vàng, hoán đổi lãi suất. Tuy nhiên cơ sở pháp lý cho nghiệp vụ phái sinh còn chưa đầy đủ, ngoại trừ chỉ có giao dịch hoán đổi lãi suất đã có quy chế của NHNN là Quyết định số 1133/2003/QĐ-NHNN, ngày 30/09/2003. Mặc dù hiện nay tất cả các NHTM đều được thực hiện nghiệp vụ quyền chọn ngoại tệ, tuy nhiên chỉ được thực hiện quyền chọn giữa ngoại tệ và ngoại tệ, còn quyền chọn giữa ngoại tệ và VND thì phải được sự cho phép từ phía NHNN. Trên thực tế, các doanh nghiệp xuất nhập khẩu thường chuyển đổi ngoại tệ ra VND để phục vụ hoạt động đầu tư sản xuất trong nước mà hầu như không chuyển đổi từ ngoại tệ ra ngoại tệ. Đây cũng là trở ngại lớn đối với các NHTM làm cho doanh số giao dịch quyền chọn rất thấp.

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

### 3.2.4. Phát triển hạ tầng công nghệ

Phát triển hạ tầng công nghệ cũng là một giải pháp quan trọng nhằm triển khai có hiệu quả công cụ phái sinh ngoại hối trên địa bàn. Nếu chỉ có con người, mà không có cơ sở trang thiết bị, hạ tầng công nghệ tiên tiến thì cũng không thể phát triển nghiệp vụ này được. Từ việc giao dịch giữa chi nhánh với khách hàng, hay như để thực hiện giao dịch liên ngân hàng, hay giữa ngân hàng chi nhánh và Hội sở chính về sản phẩm phái sinh ngoại hối thì cần phải có hệ thống máy tính nối mạng và hệ thống Reuters... để giao dịch với các ngân hàng khác. Do đó, yêu cầu phải có một cơ sở hạ tầng phát triển đồng bộ, với hệ thống máy móc, trang thiết bị hiện đại, truyền thông tin nhanh chóng, chính xác sẽ góp phần không nhỏ để phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối.

Formatted: S3, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Ngoài những phương tiện, thiết bị hiện có của Reuters, Thomson, SowJones News hay Metastock, cần trang bị thêm phần mềm xử lý, quản lý rủi ro và tính phí đối với các nghiệp vụ phái sinh. Cần cử các cán bộ chi nhánh tham gia các buổi hội thảo, kiến nghị NHTM Hội sở chính mở rộng quan hệ hợp tác với các ngân hàng nước ngoài trên thị trường ngoại hối quốc tế, để tranh thủ sự hỗ trợ về kiến thức, về hệ thống phân tích quản lý rủi ro đối với các công cụ phái sinh nói chung và công cụ quyền chọn ngoại hối, công cụ tương lai ngoại hối nói riêng.

Nhìn chung, các công cụ phái sinh nói chung và công cụ phái sinh ngoại hối nói riêng được xây dựng trên cơ sở sử dụng các thuật toán phức tạp để dự đoán về các khả

năng biến động của tỷ giá hối đoái trong tương lai. Do đó đòi hỏi các NHTM cần phải có các phần mềm hiện đại để xử lý giao dịch cũng như quản lý và tính phí đối với các công cụ phái sinh, do đó các chi nhánh cũng nên thường xuyên cập nhật phần mềm, xin tư vấn sử dụng từ phía Hội sở chính để triển khai các công cụ phái sinh ngoại hối có hiệu quả.

Tr  
ng  
i h C Kinh t Hu

### Phần 3: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

#### 1. Kết luận

–Phát triển thị trường các công cụ phái sinh ngoại hối cũng như đa dạng hóa các sản phẩm phái sinh ngoại hối là tất yếu của quá trình hội nhập tài chính quốc tế ở Việt Nam. Với các thị trường tài chính phát triển trên thế giới, các giao dịch tài chính phái sinh nói chung và giao dịch ngoại hối phái sinh nói riêng không hề xa lạ đối với các chủ thể tham gia thị trường, mà còn được coi là “một ngành công nghiệp”. Các chủ thể tham gia thị trường ngoại hối phái sinh vừa cung cấp dịch vụ cho khách hàng, vừa phòng ngừa rủi ro tỷ giá cho chính mình và đầu cơ kiếm lời. Do đó, thị trường phái sinh ngoại hối toàn cầu phát triển cả về quy mô giao dịch, chủ thể tham gia, sản phẩm phái sinh ngoại hối truyền thống và sản phẩm phái sinh ngoại lai. Việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các NHTM nên học hỏi kinh nghiệm của các nước trên thế giới để tránh vấp phải những hạn chế mà các thị trường phái sinh ngoại hối trên thế giới gặp phải cũng như giúp việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối được nhanh và chắc chắn.

–Trên cơ sở mục tiêu nghiên cứu đã xác định trước, đề tài “Phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế” đã giải quyết được các vấn đề sau đây:

Đề tài đã khái quát cơ sở lý luận và thực tiễn về nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng thương mại

Phân tích thực trạng phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế giai đoạn 2014 – 2016. Phân tích các nguyên nhân cản trở việc phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối từ các chi nhánh ngân hàng thương mại và từ phía các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Huế.

Đề xuất các giải pháp nhằm phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế.

Tuy nhiên, do nghiệp vụ phái sinh ngoại hối còn quá sơ khai, kém phát triển trên địa bàn nên bên cạnh những đóng góp về lý thuyết và thực tiễn, đề tài cũng có những hạn chế nhất định như: một số chi nhánh NHTM trên địa bàn chưa thống kê được giao dịch phái sinh ngoại hối do hoạt động này tại ngân hàng quá ít, số lượng

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: S1, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

Formatted: Font: 4 pt

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

bảng hỏi khảo sát khách hàng và cán bộ ngân hàng hợp lệ còn hạn chế do nghiệp vụ này khá mới mẻ và nhiều đối tượng điều tra chưa biết đến nên từ chối trả lời; việc chọn mẫu ngẫu nhiên thuận tiện làm giảm tính đại diện của kết quả nghiên cứu. Do đó, nghiên cứu trong tương lai nên tăng quy mô mẫu, mở rộng đối tượng điều tra thêm khách hàng cá nhân vì qua nghiên cứu, hiện nay trên địa bàn khách hàng cá nhân có xu hướng tham gia giao dịch phái sinh ngoại hối để đầu cơ kiếm lợi nhuận ngày càng tăng và mở rộng phạm vi nghiên cứu khảo sát các tỉnh thành lớn ở Việt Nam thì kết quả sẽ chính xác hơn.

## 2 Kiến nghị

### \* Đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Bộ Tài chính

Một trong những nguyên nhân kìm hãm sự phát triển của các công cụ phái sinh ngoại hối đó là tỷ giá biến động chưa đủ lớn. Tỷ giá thị trường phải biến động tới mức đủ để các doanh nghiệp phải quan tâm chú ý tới vấn đề bảo hiểm rủi ro tỷ giá. Các NHTM cũng rất muốn triển khai các sản phẩm dịch vụ mới nhưng không thể “cố ép” khách hàng sử dụng khi thực sự họ không có nhu cầu. Do đó, NHNN cần có cơ chế điều hành tỷ giá linh hoạt hơn, tạo ra một thị trường ngoại hối phản ánh đúng quan hệ cung cầu ngoại tệ. NHNN cần tiếp tục nới rộng biên độ dao động so với tỷ giá bình quân và thường xuyên điều chỉnh linh hoạt biên độ này cho phù hợp với thị trường hơn. Đây là cơ sở để NHTM cũng như doanh nghiệp quen dần với các công cụ phòng chống rủi ro tỷ giá.

Bên cạnh đó, NHNN cần nghiên cứu ban hành những quy tắc cơ bản nhất trong giao dịch phái sinh, các văn bản hướng dẫn nghiệp vụ phù hợp với điều kiện thị trường của Việt Nam hiện nay, để có hành lang pháp lý chung cho hoạt động của các NHTM. Cho phép các NHTM chủ động thực hiện quyền chọn ngoại hối giữa ngoại tệ và VND khi có nhu cầu phái sinh. Tránh để các NHTM thực hiện nghiệp vụ mới một cách riêng lẻ theo sự hiểu biết của ngân hàng, dẫn đến tình trạng không thống nhất, dễ gây ra tranh chấp khi có sự cố xảy ra. Đồng thời, NHNN cần hoàn thiện khung pháp lý cho các giao dịch phái sinh ngoại hối. NHNN và Ủy ban chứng khoán Nhà nước cần xây dựng khung pháp lý hoàn chỉnh, rõ ràng cho công cụ phái sinh ngoại hối như: các quy định, chính sách, hướng dẫn rõ ràng, nhất quán về điều kiện tham gia, các giới hạn cũng như biện pháp xử lý khi xảy ra tranh chấp.

Formatted: S2, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single



NHNN cần tăng cường hơn nữa vai trò trên thị trường ngoại tệ liên ngân hàng. Thị trường ngoại tệ liên ngân hàng do NHNN tổ chức, giám sát và điều hành nhằm hình thành một thị trường mua bán ngoại tệ có tổ chức giữa các tổ chức tín dụng là thành viên thị trường. Ngân hàng Nhà nước tham gia thị trường với tư cách là người mua, người bán cuối cùng, thực hiện can thiệp khi cần thiết vì mục tiêu chính sách tiền tệ quốc gia.

Ngoài ra, NHNN nên tham khảo ý kiến cũng như vận động sự hỗ trợ của các tổ chức quốc tế nhiều kinh nghiệm trong việc triển khai nghiệp vụ phái sinh ngoại hối như Citibank, Goldman Sachs, JPMorgan Chase... để có thể phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối một cách bền vững, tránh gặp phải những hạn chế mà các NHTM trên thế giới gặp phải.

Bộ Tài chính cần nghiên cứu ban hành các chuẩn mực liên quan đến công cụ phái sinh tài chính và ghi nhận kế toán thuế liên quan đến công cụ này đối với các Doanh nghiệp một cách hợp lý nhằm tạo điều kiện cho các Doanh nghiệp mạnh dạn sử dụng công cụ phái sinh ngoại hối mà không bị các rào cản hạch toán kế toán, thuế đem lại.

**\* Đối với Hội sở chính của các NHTM**

Hầu hết các NHTM ở Việt Nam hiện nay đều đã triển khai các sản phẩm phái sinh ngoại hối, tuy nhiên đa số chỉ áp dụng và phát triển được ở Hội sở chính và các chi nhánh ở tỉnh thành lớn, còn với các chi nhánh ở các tỉnh thành khác như thành phố Huế thì lại không phát triển thậm chí là không có giao dịch. Do đó, Hội sở chính nên tăng cường đào tạo về nghiệp vụ này cho các chi nhánh, tăng quyền điều chỉnh tỷ giá, phí mà mức ký quỹ cho các chi nhánh để các chi nhánh có thể điều chỉnh linh hoạt, phù hợp với địa bàn hoạt động của chi nhánh. Ngoài ra, Hội sở chính cũng cần phát triển hơn nữa về chiều rộng và chiều sâu các công cụ phái sinh ngoại hối bằng cách chuẩn bị các điều kiện để không chỉ Hội sở mà các chi nhánh NHTM có thể thực hiện các giao dịch này với khách hàng. Đồng thời, tăng cường hoạt động phân tích, dự báo, giám sát rủi ro thông qua hệ thống hạn mức để giới hạn mức lỗ, ghi nhận kế toán, hạn chế tổn thất cho ngân hàng do thực hiện các giao dịch phái sinh.

Còn đối với NHTM chưa thực hiện công cụ phái sinh ngoại hối, cần chuẩn bị nguồn lực, cơ cấu tổ chức, nghiên cứu kinh nghiệm của các ngân hàng khác để khi đủ điều kiện có thể triển khai có lộ trình từ thí điểm đến mở rộng, góp phần đáp ứng nhu

cầu khách hàng, đa dạng hóa nghiệp vụ và nâng cao thu nhập cho ngân hàng, tránh gặp phải những hạn chế mà các ngân hàng khác gặp phải khi triển khai nghiệp vụ này.

Hội sở chính cũng cần nghiên cứu áp dụng các phương tiện, thiết bị hiện đại trong việc tính toán, quản lý nghiệp vụ phái sinh ngoại hối để áp dụng cho các chi nhánh của mình. Ngoài những phương tiện, thiết bị hiện có của Reuters, Thomson, SowJones News hay Metastock, cần trang bị thêm phần mềm xử lý, quản lý rủi ro và tính phí đối với các nghiệp vụ phái sinh ngoại hối. Mở rộng quan hệ hợp tác với các ngân hàng nước ngoài trên thị trường ngoại hối quốc tế, để tranh thủ sự hỗ trợ về kiến thức, về hệ thống phân tích quản lý rủi ro đối với các công cụ phái sinh nói chung và công cụ quyền chọn ngoại hối, công cụ tương lai ngoại hối nói riêng.

Tr  
ng  
i h  
C Kinh  
Đ

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Tiếng Việt

- [1] Phạm Thị Hoàng Anh (2008), *Ứng dụng công cụ phái sinh tiền tệ trong phòng ngừa rủi ro tỷ giá tại các NHTM Việt Nam*, Tạp chí Ngân hàng số tháng 6/2008.
- [2] Báo cáo kết quả kinh doanh của các Chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế qua 3 năm từ 2014 đến 2016.
- [3] Báo cáo (2017), *Tình hình thực hiện nhiệm vụ năm 2017, Dự kiến phát triển kinh tế - xã hội năm 2018*, Ủy ban nhân dân Tỉnh Thừa Thiên Huế.
- [4] Vũ Bằng (2017), *Chứng khoán phái sinh: Bước phát triển mới của thị trường chứng khoán*, Tạp chí Tài chính Kỳ I, tháng 4/2017.
- [5] Dương Hữu Hạnh (2013), *Quản trị rủi ro ngân hàng trong nền kinh tế toàn cầu*, Nxb Lao động – Xã hội.
- [6] Nguyễn Phước Kinh Kha (2015), *Phát triển giao dịch phái sinh hàng hóa phi tài chính tại Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Đại học Ngân hàng thành phố Hồ Chí Minh.
- [7] Nguyễn Minh Kiều (2011), *Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại*, Nxb Lao động xã hội.
- [8] Bùi Thụy Nam (2010), *Phát triển công cụ phái sinh trên thị trường chứng khoán Việt Nam*, Đại học Đà Nẵng.
- [9] Ngô Thùy Linh (2015), *Thực trạng sử dụng công cụ tài chính phái sinh ở Việt Nam trong phòng ngừa rủi ro*, Khoa Kinh tế
- [10] Nguyễn Thị Loan (2013), *Phát triển công cụ tài chính phái sinh tiền tệ tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*, Tạp chí Khoa học & Đào tạo ngân hàng
- [11] Đinh Thị Thanh Long (2014), *Thực trạng giao dịch ngoại hối phái sinh ở Việt Nam*, Tạp chí Khoa học & Đào tạo ngân hàng, số 151 - tháng 12/2014.
- [12] Trần Hoàng Ngân (2014), *Giáo trình Thanh toán quốc tế*, năm 2014, Nhà xuất bản Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
- [13] Ngân hàng Nhà nước, *Quyết định số 430/QĐ-NHNN13 ngày 24/12/1997, Quyết định số 17/1998/QĐ-NHNN7 ngày 10 tháng 01 năm 1998, sửa đổi, bổ sung Quyết định số 893/2001 /QĐ-NHNN ngày 17/7/2001, Quyết định số 1133/QĐ-NHNN ngày 30/09/2003 Quyết định số 17/1998/QĐ-NHNN7 ngày 10 tháng 01 năm 1998, Quyết định số 1081/2002/QĐ-NHNN ban hành ngày 7/10/2002 và Quyết định 1168/2003/QĐ-NHNN ban hành ngày 2/10/2003, Quyết định số*

Formatted: S1, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single

1452/2004/QĐ-NHNN, thông tư số 15/2015/TT - NHNN

[14] Võ Thị Phương (2016), *Phát triển thị trường chứng khoán phái sinh: Kinh nghiệm từ các nước châu Á*, Tạp chí Tài chính kỳ I, tháng 5/2016

[15] Sở giao dịch chứng khoán Hà Nội (2016), *Một số câu hỏi về thị trường chứng khoán phái sinh tại Việt Nam*

[16] Một số trang Web: [www.thuathienhue.gov.vn](http://www.thuathienhue.gov.vn), <http://www.thongkethuathienhue.gov.vn>...

## Tiếng Anh

[17] Amit Ghost (2017), *How do derivative securities affect bank risk and profitability? Evidence from the US commercial banking industry*, The Journal of Risk Finance, Vol. 18 Issue: 2, pp.186-213.

[18] Chandra Thapa, Suman Neupane, Andrew Marshall (2016), *Market liquidity risks of foreign exchange derivatives and cross-country equity portfolio allocations*, J. of Multi. Fin. Manag. 34 (2016) 46–64.

[19] Chris Adcock, Xiuping Hua, Khelifa Mazouz & Shuxing Yin (2014), *Derivative activities and Chinese banks' exposures to exchange rate and interest rate movements*, The European Journal of Finance.

[20] Don M.Chance, Robert Brooks *An introduction to Derivatives and Risk management*, 9<sup>th</sup> edition, 2013, South-Western, Cengage Learning.

[21] Stephen D. Makar, Stephen P. Huffman, *Foreign exchange derivatives, exchange rate changes, and the value of the firm: U.S. multinationals' use of shortterm financial instruments to manage currency risk*, Journal of Economics and Business 53 (2001) 421–437

Formatted: Font: 13 pt, Not Italic, Condensed by 0.5 pt

Formatted: Default Paragraph Font, Font: 13 pt, Not Italic, English (U.S.), Condensed by 0.5 pt

Formatted: Font: 13 pt, Not Italic, Condensed by 0.5 pt

Formatted: Default Paragraph Font, Font: 13 pt, Not Italic, English (U.S.), Condensed by 0.5 pt

Formatted: Font: 13 pt, Not Italic, Condensed by 0.5 pt

Formatted: Font: 1 pt, Not Italic, Condensed by 0.5 pt

Formatted: Font: 1 pt, Condensed by 0.5 pt

Formatted: Font: 1 pt

Formatted: Indent: First line: 0 px

**PHỤ LỤC**  
**PHỤ LỤC 1: PHIẾU KHẢO SÁT NHÂN VIÊN NGÂN HÀNG**

**PHIẾU KHẢO SÁT**  
**Về cung cấp sản phẩm phái sinh ngoại hối**

Xin chào anh chị, chúng tôi đang làm nghiên cứu với đề tài “*Phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng thương mại trên địa bàn thành phố Huế*”. Với mục đích khảo sát ý kiến từ những người làm ngân hàng để có cơ sở đề xuất các giải pháp thiết thực, chúng tôi kính mong các anh chị đã và đang làm việc có liên quan đến hoạt động phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng trên địa bàn trả lời giúp các câu hỏi sau. Những thông tin này chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu của đề tài và bảo mật thông tin người trả lời. Xin cảm ơn anh chị!

**I. Thông tin chung**

1. Vị trí anh chị đang làm tại ngân hàng là:

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Tín dụng           | <input type="checkbox"/> Giao dịch viên      |
| <input type="checkbox"/> Thanh toán quốc tế | <input type="checkbox"/> Phát triển sản phẩm |
| <input type="checkbox"/> Quan hệ khách hàng | <input type="checkbox"/> Thẩm định tín dụng  |
| <input type="checkbox"/> Kế toán            | <input type="checkbox"/> Khác                |

2. Kinh nghiệm làm việc của anh chị?

- |                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Dưới 1 năm | <input type="checkbox"/> Từ 1 đến dưới 3 năm |
|-------------------------------------|--|

Formatted: Centered

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: S1, Left, Indent: First line: 0 px, Line spacing: single, Widow/Orphan control

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px, No widow/orphan control

Formatted: Font: 3 pt

Formatted: Tab stops: 1.56 cm, Left

Formatted: Tab stops: 1.56 cm, Left

Từ 3 đến 5 năm  Từ 5 đến dưới 15 năm

Trên 15 năm

3. Trình độ học vấn của anh chị?

Trung cấp – cao đẳng

Đại học

Trên đại học

4. Tuổi của anh chị:

Từ 18 đến 30 tuổi

Từ 31 đến 40 tuổi

Từ 41 đến 50 tuổi

Formatted: Tab stops: 1.56 cm, Left

Formatted: Tab stops: 1.56 cm, Left

## II. Khảo sát về phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối

Anh chị vui lòng đánh dấu X vào câu trả lời mà anh chị chọn.

Formatted: Tab stops: 1.56 cm, Left

Mức độ hiểu biết về sản phẩm phái sinh ngoại hối của ngân hàng				
	Ý kiến	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý
1	Anh chị từng nghiên cứu và rất am hiểu về phái sinh ngoại hối			
2	Anh chị hiểu rõ lợi ích của sản phẩm phái sinh ngoại hối			
3	Anh chị thường xuyên đọc các bài viết về phái sinh hàng hóa			
4	Anh chị biết cách sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối			
Đánh giá về sản phẩm phái sinh ngoại hối				
	Ý kiến	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý
5	Sản phẩm phái sinh ngoại hối rất đa dạng			
6	Sản phẩm phái sinh ngoại hối đáp ứng			

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

	nhu cầu của khách hàng			
7	Sản phẩm phái sinh ngoại hối dễ hiểu, dễ giao dịch			
8	Các kỳ hạn của sản phẩm phái sinh ngoại hối phù hợp			
9	Các qui định về tỷ giá hợp đồng phái sinh ngoại hối linh hoạt			
10	Qui định các mức kỹ quỹ, phí hợp lý			
<b>Những ưu điểm của sản phẩm phái sinh ngoại hối</b>				
	Ý kiến	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý
11	Thu hút được nhiều khách hàng tham gia			
12	Giúp khách hàng bảo hiểm được rủi ro tỷ giá			
13	Giúp các nhà đầu tư kiếm lợi nhuận			
14	Thay đổi cách thức giao dịch truyền thống			
<b>Nguyên nhân cản trở việc phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối tại ngân hàng</b>				
	Ý kiến	Không đồng ý	Trung lập	Đồng ý
15	Cơ sở pháp lý chưa đảm bảo cho giao dịch			
16	Sản phẩm phái sinh ngoại hối chưa có lợi cho khách hàng tham gia			
17	Do trình độ hiểu biết của khách hàng về sản phẩm phái sinh ngoại hối còn hạn chế			
18	Sản phẩm phái sinh ngoại hối chưa đa dạng			

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

19	Chưa có nhu cầu của khách hàng về hoạt động này tại địa bàn				
20	Khách hàng khó tham gia giao dịch				
21	Cơ chế hoạt động chưa rõ ràng				
22	Hạ tầng công nghệ chưa phát triển				
23	Các qui định về sản phẩm chưa phù hợp				
<b>Mức độ đồng ý của anh chị với những đề xuất nhằm phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối tại các ngân hàng trên địa bàn</b>					
	<b>Ý kiến</b>	<b>Không đồng ý</b>	<b>Trung lập</b>	<b>Đồng ý</b>	
24	Hoàn thiện cơ sở pháp lý				
25	Đa dạng hóa sản phẩm phái sinh ngoại hối				
26	Phát triển hạ tầng công nghệ				
27	Xây dựng hệ thống thông tin về sản phẩm				
28	Tăng cường đào tạo về sản phẩm				
29	Tăng cường hoạt động marketing về sản phẩm				
30	Hoàn thiện cơ chế hoạt động và cơ chế quản lý giao dịch				
31	Tạo điều kiện để khách hàng dễ dàng tham gia giao dịch				
Đề xuất giải pháp khác của anh chị nhằm phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối trên địa bàn:					
.....					
.....					
.....					

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

**Trân trọng cảm ơn sự hợp tác của anh chị!**



## PHỤ LỤC 2: PHIẾU KHẢO SÁT KHÁCH HÀNG

Mã số phiếu.....

Formatted: Indent: First line: 0 px

### PHIẾU KHẢO SÁT Ý KIẾN KHÁCH HÀNG

Xin chào Anh/Chị,

Formatted: Font: 2 pt

Hiện nay chúng tôi đang thực hiện đề tài khoa học: “*Phát triển nghiệp vụ phái sinh ngoại hối tại các chi nhánh ngân hàng trên địa bàn thành phố Huế*”. Vậy kính mong các Anh/Chị dành chút ít thời gian để trả lời một số câu hỏi sau đây. Chúng tôi xin cam đoan rằng thông tin các Anh/Chị cung cấp sẽ được giữ kín và chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu.

Rất mong sự hợp tác nhiệt tình từ các Anh/Chị. Xin chân thành cảm ơn!

#### PHẦN I: THÔNG TIN CHUNG

**1. Lĩnh vực kinh doanh:**

- Thương mại dịch vụ  
 Xuất nhập khẩu  
 Nông lâm thủy sản

**2. Loại hình doanh nghiệp:**

ty TNHH

- Tư nhân  Công  
 Công ty cổ phần  DN nhà nước  
 Khác

**3. Hoạt động của quý doanh nghiệp có liên quan đến ngoại hối không?**

- Có  Không

#### PHẦN II: VỀ SẢN PHẨM PHÁI SINH NGOẠI HỐI

**Câu 1. Nhận thức của doanh nghiệp về rủi ro tỷ giá:**

- Doanh nghiệp chưa từng biết  
 Doanh nghiệp có biết nhưng không quan tâm  
 Doanh nghiệp nhận thức được rủi ro tỷ giá

**Câu 2. Mức độ sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối của quý doanh nghiệp**

(vui lòng đánh dấu X vào ô mà anh/chị chọn):

Loại hợp đồng	Doanh nghiệp chưa biết đến	Doanh nghiệp biết đến nhưng chưa sử dụng	Doanh nghiệp biết đến nhưng ít sử dụng	Doanh nghiệp sử dụng thường xuyên
Hợp đồng kỳ hạn				
Hợp đồng hoán đổi				
Hợp đồng quyền chọn				
Hợp đồng giao sau				

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Font: 6 pt

*Nếu chọn cột 1 xin vui lòng dùng điều tra tại đây. Xin cảm ơn anh/chị!*

*Nếu chọn cột 2, 3 và 4 xin mời trả lời tiếp từ câu số 3 trở đi.*

**Câu 3. Điều mà doanh nghiệp anh/chị mong muốn ngân hàng thực hiện để tạo điều kiện sử dụng các sản phẩm phái sinh ngoại hối:**

- Tổ chức hội thảo, hội nghị giới thiệu sản phẩm
- Doanh nghiệp có được sự lựa chọn tỷ giá mong muốn
- Giảm mức ký quỹ/phí
- Nhân viên ngân hàng tư vấn
- Khác ( ghi rõ ).....

**Câu 4. Nhu cầu của doanh nghiệp về sản phẩm phái sinh ngoại hối trong thời gian tới?**

- Có ý định sử dụng
- Không muốn sử dụng
- Chưa quyết định

**Câu 5. Theo Anh/Chị những yếu tố nào sau đây cản trở việc sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối của doanh nghiệp anh/chị?**

- Doanh nghiệp chưa am hiểu
- Biến động lãi suất, tỷ giá không đủ lớn
- Tâm lý ngại trách nhiệm
- Doanh nghiệp chưa nhận thức đầy đủ về sản phẩm phái sinh ngoại hối
- Sản phẩm không đáp ứng nhu cầu

- Qui định pháp lý chưa rõ ràng
- Qui định hạch toán thuế bất lợi cho doanh nghiệp
- Thiếu dịch vụ hỗ trợ từ phía ngân hàng
- Chưa có nhu cầu bảo hiểm rủi ro biến động tỷ giá
- Sản phẩm quá phức tạp, khó tham gia

-  Lý do khác (ghi

rõ).....

.....

.....

*Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của Anh/Chị.*

Tr  
ng  
i h C Kinh t Hu

### PHỤ LỤC 3: KẾT QUẢ XỬ LÝ SỐ LIỆU NGÂN HÀNG

#### Kết quả xử lý SPSS điều tra ngân hàng

##### Vị trí đang làm tại ngân hàng

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tín dụng	11	31.4	31.4	31.4
Giao dịch viên	5	14.3	14.3	45.7
Thanh toán quốc tế	1	2.9	2.9	48.6
Phát triển sản phẩm	8	22.9	22.9	71.4
Valid Quan hệ khách hàng	2	5.7	5.7	77.1
Thẩm định tín dụng	3	8.6	8.6	85.7
Kế toán	2	5.7	5.7	91.4
Khác	3	8.6	8.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

##### Kinh nghiệm làm việc

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Dưới 1 năm	3	8.6	8.6	8.6
Từ 1 - dưới 3 năm	4	11.4	11.4	20.0
Từ 3 - dưới 5 năm	8	22.9	22.9	42.9
Valid Từ 5 - dưới 15 năm	19	54.3	54.3	97.1
Trên 15 năm	1	2.9	2.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

**Trình độ học vấn**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Trung cấp - cao đẳng	1	2.9	2.9	2.9
Đại học	21	60.0	60.0	62.9
Trên Đại học	13	37.1	37.1	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

**Tuổi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-30	17	48.6	48.6	48.6
31-40	16	45.7	45.7	94.3
41-50	2	5.7	5.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Justified, Indent: First line: 0 px

Formatted: Justified, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Justified, Indent: First line: 0 px

Formatted: Justified, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

**Statistics**

	Anh chị từng nghiên cứu và rất am hiểu về phái sinh ngoại hối	Anh chị hiểu rõ lợi ích của sản phẩm phái sinh ngoại hối	Anh chị thường xuyên đọc các bài viết về phái sinh ngoại hối	Anh chị biết cách sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối
N Valid	35	35	35	35
Missing	0	0	0	0
Mean	1.7429	1.8571	1.4571	1.5143

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Minimum	1.00	1.00	1.00	1.00
Maximum	3.00	3.00	3.00	3.00

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Tr ñng i h c Kinh t Hu

### Frequency Table

#### Anh chị từng nghiên cứu và rất am hiểu về phái sinh ngoại hối

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Không đồng ý	14	40.0	40.0	40.0
Trung lập	16	45.7	45.7	85.7
Đồng ý	5	14.3	14.3	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Centered, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

#### Anh chị hiểu rõ lợi ích của sản phẩm phái sinh ngoại hối

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Không đồng ý	13	37.1	37.1	37.1
Trung lập	14	40.0	40.0	77.1
Đồng ý	8	22.9	22.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

#### Anh chị thường xuyên đọc các bài viết về phái sinh ngoại hối

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Không đồng ý	21	60.0	60.0	60.0
Trung lập	12	34.3	34.3	94.3
Đồng ý	2	5.7	5.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

### Anh chị biết cách sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Không đồng ý	23	65.7	65.7	65.7
Trung lập	6	17.1	17.1	82.9
Đồng ý	6	17.1	17.1	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

### Mức độ hiểu biết về sản phẩm phái sinh ngoại hối

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Anh chị từng nghiên cứu và rất am hiểu về phái sinh ngoại hối	35	1.00	3.00	1.7429	.70054
Anh chị hiểu rõ lợi ích của sản phẩm phái sinh ngoại hối	35	1.00	3.00	1.8571	.77242
Anh chị thường xuyên đọc các bài viết về phái sinh ngoại hối	35	1.00	3.00	1.4571	.61083
Anh chị biết cách sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối	35	1.00	3.00	1.5143	.78108
Valid N (listwise)	35				

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px



### Đánh giá về sản phẩm phái sinh ngoại hối

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sản phẩm phái sinh ngoại hối rất đa dạng	35	1.00	3.00	2.2000	.71948
Sản phẩm phái sinh ngoại hối đáp ứng nhu cầu của khách hàng	35	1.00	3.00	2.2286	.64561
Sản phẩm phái sinh ngoại hối dễ hiểu, dễ giao dịch	35	1.00	2.00	1.3714	.49024
Các kỳ hạn của sản phẩm phái sinh ngoại hối phù hợp	35	1.00	3.00	2.0000	.59409
Các qui định về tỷ giá hợp đồng phái sinh ngoại hối linh hoạt	35	1.00	3.00	2.0857	.61220
Qui định các mức kỹ quỹ, phí hợp lý	35	1.00	3.00	2.3143	.58266
Valid N (listwise)	35				

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Font: 5 pt

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

### Ưu điểm của sản phẩm phái sinh ngoại hối

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Thu hút được nhiều khách hàng tham gia	35	1.00	2.00	1.3143	.47101
Giúp khách hàng bảo hiểm được rủi ro tỷ giá	35	1.00	3.00	2.6000	.55307
Giúp các nhà đầu tư kiếm lợi nhuận	35	1.00	3.00	2.4857	.56211
Thay đổi cách thức giao dịch truyền thống	35	1.00	3.00	2.2286	.59832
Valid N (listwise)	35				

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

Formatted: Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.4 li

**Nguyên nhân cản trở việc phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Cơ sở pháp lý chưa đảm bảo cho giao dịch	35	1.00	3.00	1.8857	.63113
Sản phẩm phái sinh ngoại hối chưa có lợi cho khách hàng tham gia	35	1.00	3.00	1.6000	.77460
Do trình độ hiểu biết của khách hàng về sản phẩm phái sinh ngoại hối còn hạn chế	35	2.00	3.00	2.9143	.28403
Sản phẩm phái sinh ngoại hối chưa đa dạng	35	1.00	3.00	2.0286	.61767
Chưa có nhu cầu của khách hàng về hoạt động này tại địa bàn	35	1.00	3.00	2.6571	.68354
Khách hàng khó tham gia giao dịch	35	1.00	3.00	1.9714	.70651
Cơ chế hoạt động chưa rõ ràng	35	1.00	3.00	1.8571	.42997
Hạ tầng công nghệ chưa phát triển	35	1.00	3.00	2.0000	.54233
Các qui định về sản phẩm chưa phù hợp	35	1.00	3.00	1.9714	.38239

Valid N (listwise)

35

Formatted: Indent: First line: 0 px

Tr ñng i h c Kinh t Hu

**Mức độ đồng ý với những đề xuất nhằm phát triển sản phẩm phái sinh ngoại hối trên địa bàn**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Hoàn thiện cơ sở pháp lý	35	1.00	3.00	2.2857	.57248
Đa dạng hóa sản phẩm phái sinh ngoại hối	35	1.00	3.00	2.3429	.59125
Phát triển hạ tầng công nghệ	35	1.00	3.00	2.3714	.59832
Xây dựng hệ thống thông tin về sản phẩm	35	2.00	3.00	2.7714	.42604
Tăng cường đào tạo về sản phẩm	35	2.00	3.00	2.9429	.23550
Tăng cường hoạt động marketing về sản phẩm	35	2.00	3.00	2.9714	.16903
Hoàn thiện cơ chế hoạt động và cơ chế quản lý giao dịch	35	1.00	3.00	2.5714	.60807
Tạo điều kiện để khách hàng dễ dàng tham gia giao dịch	35	1.00	3.00	2.6000	.65079
Valid N (listwise)	35				

**Thống kê phần trăm theo mức độ đồng ý với các đề xuất**

**Đa dạng hóa sản phẩm phái sinh ngoại hối**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Không đồng ý	2	5.7	5.7	5.7
Valid Trung lập	19	54.3	54.3	60.0
Đồng ý	14	40.0	40.0	100.0

Total	35	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

**Phát triển hạ tầng công nghệ**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Không đồng ý	2	5.7	5.7	5.7
Trung lập	18	51.4	51.4	57.1
Đồng ý	15	42.9	42.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 1 px

Formatted: Indent: First line: 1 px

Formatted: Indent: First line: 1 px

Formatted: Indent: First line: 1 px

Formatted: Indent: First line: 1 px

**Xây dựng hệ thống thông tin về sản phẩm**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Trung lập	8	22.9	22.9	22.9
Đồng ý	27	77.1	77.1	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

**Tăng cường đào tạo về sản phẩm**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Trung lập	2	5.7	5.7	5.7
Đồng ý	33	94.3	94.3	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: Hanging: 0.05 cm

Formatted Table

Formatted: Indent: Hanging: 0.05 cm

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: Hanging: 0.05 cm

Formatted: Indent: Hanging: 0.05 cm

Formatted: Font: 5 pt

### Tăng cường hoạt động marketing về sản phẩm

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Trung lập	1	2.9	2.9	2.9
Valid Đồng ý	34	97.1	97.1	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

### Hoàn thiện cơ chế hoạt động và cơ chế quản lý giao dịch

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Không đồng ý	2	5.7	5.7	5.7
Valid Trung lập	11	31.4	31.4	37.1
Đồng ý	22	62.9	62.9	100.0
Total	35	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 1 px

Formatted: Indent: First line: 1 px

### Tạo điều kiện để khách hàng dễ dàng tham gia giao dịch

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Không đồng ý	3	8.6	8.6	8.6
Valid Trung lập	8	22.9	22.9	31.4
Đồng ý	24	68.6	68.6	100.0
Total	35	100.0	100.0	

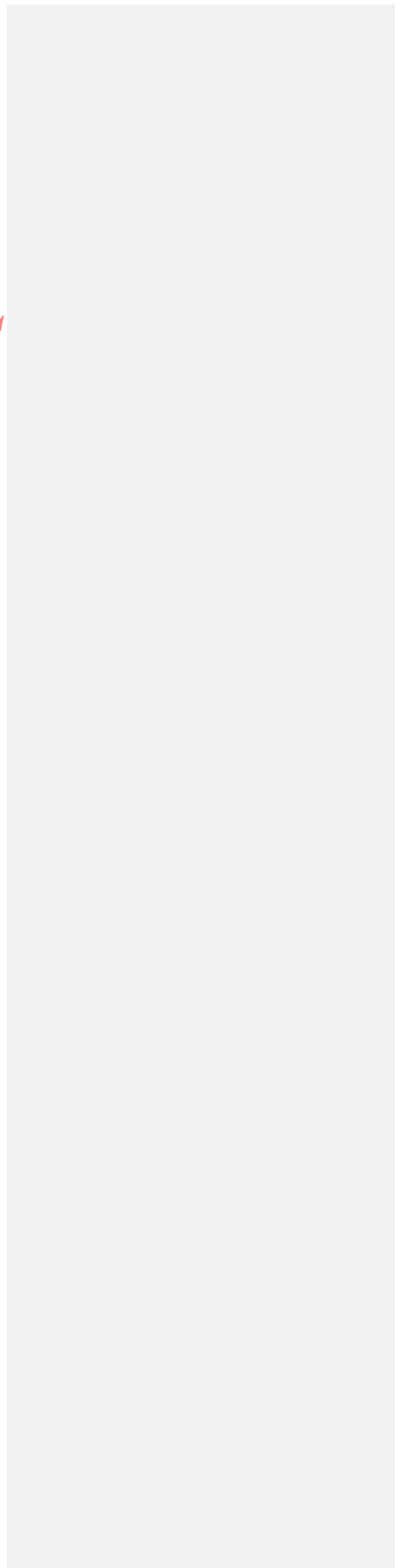
Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 1 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 1 px

Tr ñng i h c Kinh t Hu



## PHỤ LỤC 4: KẾT QUẢ XỬ LÝ SỐ LIỆU KHÁCH HÀNG

Thống kê mô tả điều tra doanh nghiệp

### Lĩnh vực kinh doanh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Thương mại dịch vụ	16	64.0	64.0	64.0
Xuất nhập khẩu	7	28.0	28.0	92.0
Nông lâm thủy sản	2	8.0	8.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

### Loại hình doanh nghiệp

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tư nhân	4	16.0	16.0	16.0
Công ty TNHH	13	52.0	52.0	68.0
Công ty cổ phần	8	32.0	32.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

### Hoạt động của doanh nghiệp liên quan đến ngoại hối

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Có	24	96.0	96.0	96.0
Không	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Font: 4 pt

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Font: 6 pt

Formatted: Font: Bold

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px



**Nhận thức của doanh nghiệp về rủi ro tỷ giá**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Chưa từng biết	2	8.0	8.0	8.0
Biết nhưng không quan tâm	11	44.0	44.0	52.0
Nhận thức được rủi ro tỷ giá	12	48.0	48.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

**Mức độ sử dụng Hợp đồng kỳ hạn**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Chưa biết đến	3	12.0	12.0	12.0
Biết nhưng chưa sử dụng	13	52.0	52.0	64.0
Biết nhưng ít sử dụng	8	32.0	32.0	96.0
Sử dụng thường xuyên	1	4.0	4.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Formatted: Font: 3 pt

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Left, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Left, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Left, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Left, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Left, Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

**Mức độ sử dụng Hợp đồng hoán đổi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Chưa biết đến	10	40.0	40.0	40.0
Biết nhưng chưa sử dụng	12	48.0	48.0	88.0
Biết đến nhưng ít sử dụng	3	12.0	12.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted Table

Formatted: Indent: First line: 0 px

Formatted: Indent: First line: 0 px

**Mức độ sử dụng Hợp đồng quyền chọn**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Chưa biết đến	11	44.0	44.0	44.0
Biết nhưng chưa sử dụng	11	44.0	44.0	88.0
Valid Biết đến nhưng ít sử dụng	3	12.0	12.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

- Formatted: Justified
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted Table
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Left, Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Left, Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Left, Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Left, Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px

**Mức độ sử dụng Hợp đồng giao sau**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Chưa biết đến	23	92.0	92.0	92.0
Valid Biết nhưng chưa sử dụng	2	8.0	8.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted Table
- Formatted: Indent: First line: 0 px

**Nhu cầu của doanh nghiệp về sản phẩm phái sinh ngoại hối**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Chưa quyết định	7	28.0	31.8	31.8
Valid Có ý định sử dụng	15	60.0	68.2	100.0
Total	22	88.0	100.0	
Missing System	3	12.0		
Total	25	100.0		

- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Left, Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Left, Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Left, Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Left, Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px
- Formatted: Indent: First line: 0 px

**Nhân tố thúc đẩy doanh nghiệp sử dụng sản phẩm phái sinh ngoại hối**

	Responses	Percent of Cases
	Percent	
Điều kiện sử dụng sản phẩm PSNH <sup>®</sup>	Tổ chức hội thảo, hội nghị giới thiệu sản phẩm	77.3%
	Doanh nghiệp có được sự lựa chọn mong muốn	40.9%
	Giảm mức ký quỹ/phí	68.2%
	Nhân viên ngân hàng tư vấn	81.8%
	Total	268.2%

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted Table**

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

Tr ng

**Statistics**

	N	
	Responses	Percent of Cases
	Percent	
<u>Tổ chức hội thảo, hội nghị giới thiệu sản phẩm</u>	<u>28.8%</u>	<u>77.3%</u>
<u>Điều kiện sử dụng sản phẩm PSNH<sup>a</sup></u>	<u>15.3%</u>	<u>40.9%</u>
<u>Doanh nghiệp có được sự lựa chọn mong muốn</u>	<u>25.4%</u>	<u>68.2%</u>
<u>Giảm mức ký quỹ/phí</u>	<u>30.5%</u>	<u>81.8%</u>
<u>Nhân viên ngân hàng tư vấn</u>	<u>100.0%</u>	<u>268.2%</u>
<u>Total</u>		

**Statistics**

	N	
	Valid	Missing
<u>Doanh nghiệp chưa am hiểu về sản phẩm</u>	<u>21</u>	<u>4</u>
<u>Biến động lãi suất, tỷ giá không đủ lớn</u>	<u>20</u>	<u>5</u>
<u>Tâm lý ngại trách nhiệm</u>	<u>9</u>	<u>16</u>
<u>Doanh nghiệp chưa nhận thức đủ về sản phẩm</u>	<u>22</u>	<u>3</u>
<u>Sản phẩm không đáp ứng nhu cầu</u>	<u>6</u>	<u>19</u>
<u>Quy định pháp lý chưa rõ ràng</u>	<u>5</u>	<u>20</u>
<u>Quy định hạch toán thuế bất lợi cho doanh nghiệp</u>	<u>5</u>	<u>20</u>
<u>Thiếu dịch vụ hỗ trợ từ phía ngân hàng</u>	<u>21</u>	<u>4</u>
<u>Chưa có nhu cầu bảo hiểm biến động tỷ giá</u>	<u>6</u>	<u>19</u>
<u>Sản phẩm quá phức tạp, khó tham gia</u>	<u>16</u>	<u>9</u>
<u>Lý do khác</u>	<u>0</u>	<u>25</u>

**Formatted:** Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted Table**

**Formatted:** Indent: First line: 0 px

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted:** Indent: First line: 0 px, Line spacing: Multiple 1.3 li, Position: Horizontal: 166 px, Relative to: Page, Vertical: 187 px, Relative to: Margin, Horizontal: 12 px, Wrap Around

**Formatted** ...

**Formatted** ...