

## **Giải pháp phát triển thị trường quyền chọn ngoại tệ và quyền chọn chứng khoán (Bài 7)**

Bài này thuộc sự kiện/chuyên đề: Thực trạng thị trường quyền chọn ngoại tệ và chứng khoán ở Việt Nam hiện nay

Bên cạnh các giải pháp vĩ mô của nhà nước, các tổ chức tài chính, đặc biệt là các NHTM, công ty chứng khoán..., dưới góc độ là người trực tiếp tham gia cung ứng, môi giới sản phẩm quyền chọn cho thị trường, cần tuân thủ theo các quy định của nhà nước và thực hiện một số giải pháp vi mô sau để góp phần vào sự hình thành và phát triển thị trường quyền chọn ngoại tệ và quyền chọn cổ phiếu trên thị trường phi tập trung ở Việt Nam.

### ***1. Chủ động giới thiệu, quảng bá thông tin về các sản phẩm, dịch vụ quyền chọn đến khách hàng***

Ngày nay, thị trường tài chính cạnh tranh ngày một gay gắt. Các định chế tài chính chuyên nghiệp như NHTM, công ty chứng khoán xuất hiện ngày càng nhiều. Việc tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu sản phẩm, dịch vụ cơ bản của mỗi tổ chức tài chính là cần thiết để có thể thu hút các đối tượng khách hàng. Đối với công cụ options ngoại tệ và options cổ phiếu, một trong những loại hình dịch vụ mới, khá phức tạp đối với khách hàng, việc làm này càng trở nên cần thiết, thiết thực hơn, nhằm tạo ra sự nhận thức và hiểu biết cho khách hàng, nhà phát hành và nhà hoạch định chính sách về công dụng, lợi ích và cách thức sử dụng các công cụ options, từ đó phát triển nhu cầu sử dụng sản phẩm, dịch vụ options này.

Để thực hiện điều đó, các ngân hàng, công ty chứng khoán cần rút kinh nghiệm và thay đổi cách tiếp thị chào bán các sản phẩm phái sinh nói chung và quyền chọn

nói riêng, theo hướng là lựa chọn và huấn luyện kiến thức tiếp thị, bán hàng cho những nhân viên thật sự am hiểu về sản phẩm để trực tiếp giới thiệu và chào bán cho khách hàng. Ngoài ra, về lâu dài, các NHTM, công ty chứng khoán... cần lập ra bộ phận chuyên phân tích, tư vấn và hỗ trợ cho khách hàng tìm kiếm thông tin, cách thức sử dụng các công cụ options cho cả hai mục tiêu kinh doanh và hạn chế rủi ro.

Phối hợp với các bộ, ngành như Bộ Tài Chính, Giáo Dục, Truyền Thông, NHNN, UBCK... để tăng cường hơn nữa công tác quảng bá và giới thiệu sản phẩm quyền chọn đến các khách hàng doanh nghiệp và nhà đầu tư, trong đó chú trọng đầu tư cho hình thức quảng bá trên các website của các NHTM, công ty chứng khoán...

Tổ chức các buổi tư vấn hướng dẫn thực hành tham gia vào giao dịch quyền chọn ngoại tệ và cổ phiếu cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư. Trong đó đưa ra cho các tình huống mẫu để khách hàng thử ứng dụng. Từ đó, phân tích cho các khách hàng thấy lợi ích của việc sử dụng công cụ quyền chọn trong bảo hiểm rủi ro tỷ giá, giá cả chứng khoán và tìm kiếm lợi nhuận trong các hoạt động đầu tư của mình.

## ***2. Không ngừng cải tiến chất lượng, đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ quyền chọn tới khách hàng***

Theo thực trạng hiện nay tại các NHTM như Eximbank, Techcombank, BIDV..., các NHTM này chỉ mới đóng vai trò là nhà môi giới trung gian giữa các doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng hợp đồng quyền chọn ngoại tệ với các ngân hàng cung cấp dịch vụ ở nước ngoài. Do đó, cần phải xem xét đến việc nghiên cứu ứng dụng các chiến lược kinh doanh như đứng tự đứng ra phát hành các quyền chọn thích hợp tới khách hàng nhằm thể hiện tính chuyên nghiệp chứ không chỉ dừng lại ở hoạt động môi giới.

Để đáp ứng đòi hỏi ngày càng cao của nghiệp vụ kinh doanh quyền chọn ngoại tệ và quyền chọn cổ phiếu, các NHTM, công ty chứng khoán... cần nhanh chóng chuẩn hóa tổ chức các phòng, ban kinh doanh liên quan đến quyền chọn của mình. Tăng thẩm quyền trực tiếp kinh doanh và thẩm quyền quyết định cho các cán bộ kinh doanh quyền chọn.

Ngoài ra, các NHTM, công ty chứng khoán nên tìm hiểu, nghiên cứu sâu các mô hình chiến lược liên quan đến giao dịch quyền chọn, cùng sự hỗ trợ từ những công cụ kỹ thuật như các phần mềm tiên tiến, cũng như bám sát diễn biến của thị trường để dự báo xu hướng biến động tỷ giá, giá cả chứng khoán, lãi suất trong tương lai. Từ đó, vận dụng các chiến lược một cách chính xác trong từng trường hợp, để tư vấn, hỗ trợ khách hàng, giúp các khách hàng hiện tại ngày càng tin tưởng vào việc thực hiện hợp đồng options, đồng thời thu hút thêm các khách hàng mới tham gia giao dịch.

Bên cạnh đó, song song với việc triển khai các sản phẩm quyền chọn thuần nhất, các TCTC nên có những tiếp cận đối với các sản phẩm lai tạp, đặc biệt là lai tạp với quyền chọn như: quyền chọn hợp đồng hoán đổi ngoại tệ, cổ phiếu (currency, stock swaptions), quyền chọn hợp đồng kỳ hạn, tương lai ngoại tệ, cổ phiếu (currency, stock forwards options, futures options)... Từ đó, sẽ là cơ sở để có thể định giá các sản phẩm quyền chọn hiệu quả nhất.

### ***3. Thay đổi cách tính phí quyền chọn***

Như đã đề cập ở trên, đối với quyền chọn ngoại tệ, hầu hết các NHTM Việt Nam hiện nay chỉ cung cấp dịch vụ quyền chọn với tư cách là nhà môi giới, làm đại lý cho các ngân hàng nước ngoài, thực hiện tái bảo hiểm trên thị trường quốc tế, chỉ sử dụng phí quyền chọn của ngân hàng nước ngoài, cộng với phí dịch vụ để tính phí cho khách hàng. Điều này gây khó khăn cho các doanh nghiệp Việt Nam và cả

các ngân hàng vì việc này đẩy phí quyền chọn lên cao ảnh hưởng đến lựa chọn của khách hàng và ảnh hưởng đến lợi nhuận của các ngân hàng. Do đó, việc thay đổi cách tính phí quyền chọn là cần thiết.

Dựa vào các điều kiện, khả năng của mình, các ngân hàng, công ty chứng khoán nên tự đứng ra cung cấp và phát hành quyền chọn trực tiếp cho khách hàng, tìm hiểu và vận dụng mô hình Black-Scholes để tính phí quyền chọn cho khách hàng một cách hợp lý. Nhanh chóng triển khai ứng dụng các mô hình chiến lược kinh doanh quyền chọn, từ đó tạo nền tảng đề ra một mức phí mang tính cạnh tranh hơn.

Trong tình hình hiện tại, rất cần một số ngân hàng có thế mạnh trong lĩnh vực kinh doanh ngoại tệ đi tiên phong thử nghiệm các mô hình tính phí mới, từ đó giúp các ngân hàng, công ty chứng khoán khác đi sau học hỏi kinh nghiệm và tiến tới triển khai nghiệp vụ quyền chọn ngoại tệ và quyền chọn cổ phiếu có hiệu quả hơn.

#### **4. Nâng cao trình độ chuyên môn và đạo đức nghề nghiệp của đội ngũ cán bộ kinh doanh quyền chọn**

Trong mọi hoạt động dịch vụ, nhân tố con người đóng vai trò rất quan trọng. Do bản chất của nghiệp vụ kinh doanh quyền chọn vốn là một công việc phức tạp, căng thẳng, chứa đựng nhiều rủi ro... Do đó, đòi hỏi cán bộ kinh doanh quyền chọn ngoại tệ, quyền chọn cổ phiếu tại các tổ chức không chỉ có chuyên môn về các nghiệp vụ mà còn phải năng động, nhạy bén, am hiểu thị trường tài chính, có khả năng phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ giá, giá cả chứng khoán, lãi suất...; đồng thời phải là những người có đạo đức nghề nghiệp, trung thực trong kinh doanh.

Vì vậy, các TCTC cung cấp dịch vụ quyền chọn (NHTM, công ty chứng khoán...)

nên thường xuyên tổ chức các lớp đào tạo chuyên sâu về nghiệp vụ và ngoại ngữ chuyên ngành cho nhân viên của mình, thông qua các khóa học đào tạo ngắn hạn ở trong nước và nước ngoài để vừa nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ vừa tạo cơ hội làm quen với môi trường kinh doanh sôi động và hiện đại của thị trường quyền chọn quốc tế. Ngoài ra, cần có những chính sách đãi ngộ thích đáng để thu hút và giữ chân nhân tài, tránh để xảy ra tình trạng chảy máu chất xám trong tổ chức của mình.

## 5. Tăng cường hợp tác quốc tế với các tổ chức tài chính khu vực và thế giới

Các nước trong khu vực như Malaysia, Thái Lan... có các điều kiện kinh tế xã hội khá tương đồng với Việt Nam hay các nước như Singapore, Hàn Quốc, Hồng Kông... thì có điều kiện phát triển vượt bậc so với chúng ta. Do đó, các NHTM, công ty chứng khoán và các TCTC khác cần mở rộng hợp tác, học hỏi thêm nhiều kinh nghiệm về trang bị hạ tầng kỹ thuật, công tác điều hành, quản lý thị trường quyền chọn, cũng như kiến thức chuyên môn cho đội ngũ nhân lực về lĩnh vực này với các ngân hàng, công ty chứng khoán lớn trong khu vực và thế giới trong quá trình tạo lập và phát triển thị trường quyền chọn ngoại tệ và quyền chọn cổ phiếu ở Việt Nam.

Nói tóm lại, trên đây có thể xem như là một số giải pháp cơ bản và thiết yếu mà các nhà cung cấp dịch vụ quyền chọn ngoại tệ và quyền chọn cổ phiếu có thể thực hiện để góp phần vào sự phát triển thị trường quyền chọn phi tập trung ở Việt Nam. Tùy thuộc khả năng, chiến lược kinh doanh riêng của mỗi NHTM, công ty chứng khoán... mà họ có thể ưu tiên thực hiện những giải pháp nào, chú trọng vào giải pháp nào hơn các giải pháp còn lại.