

# GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

● TRẦN NGỌC VÂN

## TÓM TẮT:

Trong những năm gần đây, các ngân hàng thương mại Việt Nam đang tích cực nâng cao tính cạnh tranh và khai thác tối đa các cơ hội từ thị trường mang lại, đặc biệt là ở mảng dịch vụ ngân hàng bán lẻ. Thách thức lớn nhất ở lĩnh vực này là việc áp lực cạnh tranh gia tăng ngay trên thị trường nội địa khi Việt Nam mở cửa hội nhập và nhu cầu hay thay đổi của khách hàng. Bằng cách ứng dụng công nghệ ngân hàng hiện đại, các NHTM Việt Nam đã cho ra đời một phương thức cung ứng sản phẩm dịch vụ mới, đó là việc cung ứng sản phẩm và dịch vụ thông qua kênh phân phối bằng mạng lưới viễn thông và internet, được gọi là “ngân hàng điện tử”. Bài viết phân tích thực trạng dịch vụ ngân hàng điện tử tại các ngân hàng thương mại Việt Nam và triển vọng, giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

**Từ khóa:** Dịch vụ ngân hàng điện tử, ngân hàng thương mại.

## 1. Thực trạng dịch vụ ngân hàng điện tử tại các ngân hàng thương mại Việt Nam

### 1.1. Thực trạng hoạt động của E-Banking tại các NHTM Việt Nam

Dịch vụ E-Banking không mới trên thế giới. Triết lý để các ngân hàng đưa ra dịch vụ này là dựa trên nền tảng công nghệ cao, mạng internet, điện thoại di động và các thiết bị tự động hiện tại khác như ATM, máy nhân tiền, đổi tiền... Thực tế đã chứng minh, dịch vụ này sẽ rất khả quan bởi vì những lợi ích mà thanh toán điện tử mang lại và nó cũng là xu thế tất yếu. Vì vậy, cùng với thương mại điện tử, thanh toán điện tử góp phần thúc đẩy sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp để thu được nhiều lợi ích nhất. Điều này đặc biệt quan trọng trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, khi các doanh nghiệp trong nước phải cạnh

tranh một cách bình đẳng với các doanh nghiệp nước ngoài.

Cùng với sự bùng nổ nhanh chóng của internet và các thiết bị di động cá nhân (điện thoại di động, máy tính bảng...), các ngân hàng trong nước đang đẩy mạnh phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại. Trong đó, dịch vụ ngân hàng điện tử được đánh giá là hướng đi mới cho sự phát triển của các ngân hàng trong tương lai. Trong những năm gần đây, các ngân hàng trong nước và cả nước ngoài cũng đã tăng cường áp dụng nhiều hình thức khác nhau của E-Banking để phục vụ khách hàng tốt hơn, làm giảm nhiều chi phí, làm cho lượng tiền tệ của quốc gia lưu thông dễ dàng hơn và đã đạt được những thành công nhất định.

Theo báo cáo của Ngân hàng Vietinbank, trong năm 2017, hoạt động kinh doanh các sản

phẩm ngân hàng điện tử tại Vietinbank tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ với nhiều kết quả ấn tượng. Trong đó, dịch vụ VietinBank iPay được đánh giá là thế mạnh của VietinBank trong hệ thống sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử dành cho khách hàng cá nhân. Năm 2014, VietinBank đã và đang tiến hành kết nối cùng nhiều đối tác, mở rộng thanh toán hóa đơn đa dịch vụ (hóa đơn tiền điện, nước, truyền hình cáp, truyền hình kỹ thuật số,...) và đã thu hút hàng trăm ngàn khách hàng đăng ký sử dụng. Cùng với sự phát triển về số lượng khách hàng đăng ký, dịch vụ iPay cũng đạt được hiệu quả kinh doanh ấn tượng. Tổng số lượng giao dịch tài chính qua các kênh của ngân hàng điện tử đạt hơn 2,2 triệu lượt giao dịch, tăng 383% so với cùng kỳ năm 2013, trong đó tỷ trọng của nhóm khách hàng cá nhân đạt 96%. Tổng giá trị giao dịch đạt 76,6 ngàn tỷ đồng, trong đó tỷ trọng nhóm khách hàng doanh nghiệp là 88%, khách hàng cá nhân 12%, tăng trưởng 20% so với cùng kỳ năm trước.

Từ đầu năm 2015, Ngân hàng Vietcombank đã bắt đầu triển khai dịch vụ ngân hàng điện tử, bắt đầu từ kênh Ngân hàng trực tuyến trên internet VCB-iBanking và dịch vụ Ngân hàng qua tin nhắn VCB-SMS Banking. Trải qua gần 5 năm, đến nay, hàng loạt các dịch vụ mới như VCB-Phone Banking, VCB-Mobile Banking và Mobile BankPlus cùng rất nhiều tính năng, tiện ích với đa dạng các nhà cung cấp dịch vụ khác nhau đã được Vietcombank giới thiệu đến với đông đảo khách hàng.

Theo The Asian Banker, với thị phần đạt trên 28%, Vietcombank đã xác lập vị thế dẫn đầu trong lĩnh vực thẻ và các dịch vụ ngân hàng điện tử để khẳng định sự tăng trưởng đột phá trong lĩnh vực cốt lõi - bán lẻ. Cuối năm 2018 vừa qua, Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank) cũng đã đầu tư gần 4 triệu USD với sự hợp tác của Infosys (một trong những tổ chức hàng đầu thế giới trong lĩnh vực tư vấn kỹ thuật, sản xuất phần mềm ngân hàng điện tử) để chính thức triển khai hệ thống ngân hàng điện tử mới (Sacombank iBanking) với nhiều tính năng ưu việt, thân thiện và an toàn nhằm đa dạng hóa các dịch vụ và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng trong lĩnh vực ngân hàng điện tử.

Tại nhiều ngân hàng khác như HDBank, Bản Việt, Á Châu, Đông Á, Techcombank... việc phát triển các dịch vụ ngân hàng điện tử cũng được chú trọng đầu tư nhằm nâng cao sức cạnh tranh để gia tăng thị phần trong mảng kinh doanh nhiều tiềm năng này.

Ở Việt Nam, hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng CITAD là một minh chứng cho thành công lớn của hệ thống thanh toán điện tử. Từ chỗ hoàn toàn thanh toán bù trừ với nhau thông qua Ngân hàng Nhà nước, giao dịch thường mất cả ngày, CITAD đã làm thay đổi tất cả. Hiện nay, các ngân hàng không thể cạnh tranh trong dịch vụ thanh toán liên ngân hàng nếu không sử dụng CITAD, giao dịch bù trừ chỉ còn rất ít.

### 1.2. Triển vọng phát triển E-Banking ở Việt Nam

Có một vài thách thức đang tồn tại đối với sự phát triển ngân hàng trực tuyến tại Việt Nam. Trước hết đó là khách hàng có nhiều sự lựa chọn thay thế như đến giao dịch tại chi nhánh hay thanh toán trực tiếp (ví dụ như các hóa đơn thanh toán tại nhà). Một rào cản nữa đó là sự thiếu tự tin trong việc sử dụng công nghệ đối với các vấn đề liên quan đến tài chính của phần đông người Việt Nam. Bên cạnh đó, số lượng người sử dụng các dịch vụ ngân hàng của Việt Nam chưa nhiều như một số các nước phát triển khác.

Tuy nhiên, trong tương lai không xa, những người sử dụng Internet banking sẽ tăng lên do xu hướng sử dụng internet và điện thoại thông minh ngày càng tăng. Bên cạnh đó, Việt Nam có dân số trẻ, họ rất cởi mở với những công nghệ mới, điều này là một lợi thế đối với các ngân hàng. Nhiều ngân hàng hiện nay đã đầu tư xây dựng nền tảng và chuẩn bị cơ sở hạ tầng tối để sẵn sàng đem đến dịch vụ ngân hàng trực tuyến (bao gồm Internet Banking và Mobile Banking) với nhiều tiện ích cho khách hàng. Có thể tin rằng sẽ có ngày càng nhiều khách hàng hứng thú với sự thuận tiện và khả năng kiểm soát (24/7) mà dịch vụ này đem lại.

Trong bối cảnh Việt Nam là một thị trường mới và năng động, thì ngân hàng trực tuyến sẽ là một dịch vụ cực kỳ quan trọng được cả khách hàng cá nhân cũng như khách hàng doanh nghiệp kỳ vọng. Chúng ta hoàn toàn có thể kỳ vọng rằng ở trung và dài hạn, các khách hàng sẽ không bị hạn chế bởi

phương thức giao dịch truyền thống và sẽ sẵn sàng cân nhắc sử dụng ngân hàng trực tuyến cũng như các giải pháp giao dịch trên nền công nghệ khác.

## **2. Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại các NHTM**

### **2.1. Đẩy mạnh việc quảng bá sản phẩm ngân hàng điện tử**

Với đặc thù văn hóa tiêu dùng và thói quen sử dụng tiền mặt như hiện nay, công tác tuyên truyền, quảng bá, tiếp thị để người dân biết, làm quen, thấy được lợi ích thực sự và chấp nhận các dịch vụ tài chính - ngân hàng là rất quan trọng. NHTM cần làm cho khách hàng hiểu được dịch vụ ngân hàng điện tử là gì, nó mang đến cho họ những tiện ích gì hơn hẳn so với dịch vụ truyền thống mà lâu nay họ vẫn sử dụng thông qua các hình thức sau:

*Thứ nhất*, tổ chức các buổi hội thảo, hội nghị khách hàng. Thông qua các buổi hội thảo, hội nghị này, NHTM có thể giới thiệu các sản phẩm ngân hàng điện tử hiện có, những phát triển trong tương lai và cung cấp cho khách hàng những kiến thức cần thiết về dịch vụ ngân hàng điện tử nhằm để nâng cao nhận thức, dẫn dắt thay đổi thói quen sử dụng tiền mặt xưa nay của họ.

*Thứ hai*, quảng cáo thông qua báo đài. Đối với những khách hàng chưa giao dịch với ngân hàng, những khách hàng không có thời gian tham gia các buổi hội thảo, hội nghị thì các phương tiện truyền thông cũng là một kênh quảng bá sản phẩm đến công chúng rất hữu hiệu.

*Thứ ba*, nhân viên cần chủ động tư vấn dịch vụ ngân hàng điện tử với khách hàng. Qua số liệu thống kê cũng cho thấy, việc nhân viên ngân hàng tư vấn sản phẩm chiếm tỷ lệ khá cao đến quyết định sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của khách hàng.

### **2.2. Phát triển hạ tầng cơ sở và đầu tư các công nghệ hiện đại**

Những vấn đề chính một ngân hàng cần lưu ý khi phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là: vốn và công nghệ, an toàn và bảo mật, quản trị và phòng ngừa rủi ro. Chính vì vậy, việc đầu tư vào công nghệ hiện đại là vấn đề sống còn đối với mỗi ngân hàng.

*Thứ nhất*, vấn đề bảo mật thông tin: NHTM cần chú ý đầu tư vào các công nghệ bảo mật và an toàn dữ liệu từ các nước phát triển, bởi vì công

nghệ bảo mật không ngừng được cải tiến và thay đổi liên tục.

*Thứ hai*, phát triển hạ tầng cơ sở phải không ngừng đầu tư phát triển hạ tầng kỹ thuật mạng, xây dựng một kết cấu hạ tầng CNTT hiện đại. Bên cạnh đó, NHTM cũng cần nâng cấp mở rộng đường truyền với băng thông rộng, dung lượng lớn, tốc độ cao. Việc cải tạo đường truyền là một giải pháp thiết thực nhằm giải quyết khó khăn về mặt truyền tin trên mạng, hạn chế tối đa sự gián đoạn ảnh hưởng đến chất lượng của dịch vụ.

### **2.3. Đa dạng hóa, phát triển các dịch vụ ngân hàng điện tử**

Để có thể đưa các sản phẩm ngân hàng điện tử ngày càng phổ biến vào đời sống của người dân, trước tiên NHTM cần hoàn thiện các sản phẩm, dịch vụ truyền thống quen thuộc, sẵn có để có thể duy trì lượng khách hàng hiện tại, thu hút các khách hàng mới, khách hàng tiềm năng, từ đó tiến đến việc giới thiệu, quảng bá các sản phẩm mới, sản phẩm ngân hàng điện tử. Khi đã đưa được sản phẩm ngân hàng điện tử vào đời sống của người dân, tạo được lòng tin nơi khách hàng thì việc cung cấp những tiện ích của sản phẩm và sự đa dạng về sản phẩm là một lợi thế cạnh tranh của các ngân hàng. Tuy nhiên, hiện tại các NHTM của Việt Nam mới chỉ phát triển ở mức độ nhất định, đa số các dịch vụ ngân hàng điện tử chủ yếu chỉ dừng lại ở giao dịch vắn tin tài khoản, kiểm tra số dư của tài khoản, thẻ tín dụng, thẻ ngân hàng qua mobile,...

### **2.4. Phát triển nguồn nhân lực**

Trong bối cảnh nền kinh tế hiện đại ngày nay thì trí thức, năng lực của con người trở thành nguồn tài nguyên số một của các quốc gia và chính vì thế tất cả các nước đều chú ý đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Tuy nhiên, để có được đội ngũ cán bộ nhân viên có trình độ năng lực chuyên môn tốt và để tránh tình trạng "chàng mấu chắt xám" khi ngày càng nhiều ngân hàng được thành lập thì đòi hỏi NHTM phải có các chính sách và chế độ đãi ngộ thỏa đáng.

*Thứ nhất*, chính sách đào tạo nhân viên. Một đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, nhiệt tình, năng động là điều mà ngân hàng luôn hướng tới.

*Thứ hai*, chính sách đãi ngộ. Bên cạnh chính sách về đào tạo, NHTM cũng cần có chính sách đãi ngộ nhân tài để có thể giữ chân những nhân

viên giới phục vụ cho ngân hàng một cách lâu dài và thu hút những ứng viên tiềm năng trên thị trường lao động thông qua các biện pháp, như: Xây dựng những hình ảnh, bản sắc riêng mang tính truyền thống hay có thể gọi là “văn hóa doanh nghiệp”, để từ đó có thể thu hút được sự

quan tâm, hào hứng của người mới, người tài đến đầu quân, cũng như để những người hiện đang công tác tại ngân hàng có thể tin tưởng làm việc và gắn bó lâu dài ■

## TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng đến năm 2010 và tầm nhìn 2020 - NXB Phương Đông - Nhiều tác giả.
2. Ngô Minh Hải (2006), Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trong TMDT tại Việt Nam, Luận văn thạc sĩ kinh tế.
3. Nguyễn Minh Kiều (2007), Nghiệp vụ Ngân hàng hiện đại, NXB Thống kê
- 4 TS Nguyễn Sơn, “Xây dựng Thị trường chứng khoán phái sinh Việt Nam”, Ủy ban Chứng khoán nhà nước.

Ngày nhận bài: 7/4/2019

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 17/4/2019

Ngày chấp nhận đăng bài: 27/4/2019

Thông tin tác giả:

ThS. TRẦN NGỌC VÂN

Khoa Tài chính Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật công nghiệp

## SOLUTIONS TO DEVELOP E-BANKING SERVICES AT VIETNAMESE COMMERCIAL BANKS

● Master. **TRAN NGOC VAN**

Faculty of Finance - Banking

University of Economics - Technology for Industries

### ABSTRACT:

In recent years, Vietnamese commercial banks have actively improved their competitiveness and tried to take advantage of opportunities in the market, especially in the retail banking services. The biggest challenge for Vietnamese commercial banks in the retail banking field is the growing competitive pressure on the domestic market when Vietnam integrates into the global economy and customers frequently change their demand. By applying modern banking technology, Vietnamese commercial banks have launched a new method of providing banking products and services. This is the provision of banking products and services via telecommunication networks and the Internet. This provision is known as e-banking. This article analyzes the current situation of e-banking services at Vietnamese commercial banks and the prospects and solutions for developing electronic banking services.

**Keywords:** E-banking services, commercial banks.