



PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG BÁN LẺ TẠI VIỆT NAM

HOÀNG THỊ NGỌC THUY

Dự báo trong giai đoạn 2021-2025, lĩnh vực Ngân hàng tiếp tục có sự tăng trưởng mạnh mẽ, trong đó có phần khúc dịch vụ ngân hàng bán lẻ. Nhu cầu về các dịch vụ ngân hàng bán lẻ của doanh nghiệp và người dân ngày càng tăng cao, khiến định hướng tập trung phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ đang trở thành xu hướng tất yếu, đây được coi là chiến lược phát triển trọng tâm của nhiều ngân hàng nhằm đa dạng nguồn thu, giảm thiểu rủi ro hoạt động và đạt hiệu quả kinh doanh tối cao. Bài viết trao đổi về vai trò của dịch vụ ngân hàng bán lẻ, thực trạng dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam, đồng thời đưa ra một số kiến nghị để thúc đẩy dịch vụ này phát triển trong thời gian tới.

Từ khóa: Ngân hàng thương mại, dịch vụ ngân hàng bán lẻ, doanh nghiệp

DEVELOPING RETAIL BANKING IN VIETNAM

Hoang Thi Ngoc Thuy

It is forecasted that in the period 2021-2025, the banking industry will probably reach 2-3 times the GDP growth rate of the country, of which the key is retail banking services. The business and individual demands for retail banking are increasing quickly, making the focus on developing retail banking services an inevitable trend. It is determined a development strategy of the banks to diversify income sources, reduce operational risks and achieve high business efficiency. The article discusses the role of retail banking, the current situation of retail banking in Vietnam and proposes recommendations.

Keywords: Commercial banking, retail banking services, enterprises

Ngày nhận bài: 16/2/2021

Ngày hoàn thiện biên tập: 2/3/2021

Ngày duyệt đăng: 9/3/2021

Xu hướng tất yếu trong phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Hoạt động ngân hàng bán lẻ luôn hoạt động cốt lõi của các ngân hàng thương mại (NHTM). Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ làm đa dạng hóa các loại hình dịch vụ, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của các chủ thể trong xã hội, thúc đẩy nền kinh tế tăng trưởng, phát triển bền vững. Trong nền kinh tế thị trường, nhu cầu về dịch vụ ngân hàng, đặc biệt là

dịch vụ ngân hàng bán lẻ ngày càng cao. Mục tiêu của dịch vụ ngân hàng bán lẻ là khách hàng cá nhân, hộ gia đình, doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNNVV) nên các dịch vụ thường đơn giản, dễ thực hiện và thường xuyên, tập trung vào dịch vụ tiền gửi và tài khoản, vay vốn mua xe hơi, nhà, mở thẻ tín dụng... Nhờ đó, một lượng rất lớn dân cư chưa được biết đến các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng bán lẻ trong tương lai sẽ tham gia vào lĩnh vực này. Đặc biệt, xu thế này sẽ được củng cố khi có hàng triệu các khách hàng mới từ nông thôn tới đô thị đang tiếp cận các sản phẩm tài chính mới. Có thể khẳng định, việc phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ đang trở thành xu hướng tất yếu của các NHTM tại Việt Nam, bởi những tác động tích cực của xu thế này trên các phương diện sau:

Đối với nền kinh tế

Việc phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ sẽ mang lại nhiều lợi ích cho nền kinh tế, cụ thể:

- Gia tăng quá trình luân chuyển vốn, góp phần thúc đẩy tăng trưởng, phát triển của nền kinh tế và đảm bảo chủ động hội nhập kinh tế quốc tế.
- Góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế ngành, cơ cấu kinh tế vùng và các thành phần kinh tế theo hướng tiến bộ và hiện đại; hình thành các ngành kinh tế mới có giá trị gia tăng cao, các khu vực, vùng kinh tế phát triển năng động, hiệu quả, bền vững.
- Đẩy nhanh quá trình luân chuyển tiền tệ, tận dụng tiềm năng to lớn về vốn để phát triển kinh tế. Dịch vụ ngân hàng bán lẻ sẽ làm rút ngắn thời gian giao dịch giữa ngân hàng và khách hàng, làm cho tiền tệ có thể nhanh chóng chuyển từ tay khách hàng đến ngân hàng và ngược lại.



- Góp phần hạn chế thanh toán tiền mặt, qua đó thúc đẩy chủ trương thanh toán không dùng tiền mặt, hạn chế tình trạng lạm phát cung tiền.

Đối với ngân hàng thương mại

- Giữ vai trò quan trọng trong việc mở rộng thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh, tạo nguồn vốn trung và dài hạn chủ đạo cho ngân hàng.

- Hỗ trợ đa dạng hóa hoạt động ngân hàng, đem lại doanh thu chắc chắn, ít rủi ro, đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ phi ngân hàng, từ đó gia tăng, phát triển mạng lưới khách hàng hiện tại và tiềm năng của các NHTM.

- Dịch vụ ngân hàng bán lẻ là cầu nối vững chắc giữa ngân hàng và khách hàng trong hiện tại và tương lai. Qua đó, góp phần giữ vững lượng khách ổn định, giúp vượt qua khó khăn trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt và dịch bệnh diễn biến phức tạp.

Đối với khách hàng

- Dịch vụ ngân hàng bán lẻ đem lại sự thuận tiện, an toàn, tiết kiệm cho DN và người dân trong quá trình thanh toán và sử dụng nguồn thu nhập của mình. Các dịch vụ ngân hàng bán lẻ phát triển sẽ tạo điều kiện tốt để các DNNVV, các hộ kinh doanh cá thể có điều kiện tiếp cận với nguồn vốn tín dụng và các dịch vụ ngân hàng bán lẻ tiên tiến khác.

- Dịch vụ ngân hàng bán lẻ góp phần thúc đẩy các DNNVV phát triển, tạo nên tính năng động, hiệu quả trong phát triển loại hình DN này. Với vai trò rất quan trọng của các DNNVV trong việc phát triển kinh tế và an sinh xã hội, các NHTM lớn hiện nay tại Việt Nam đều hết sức quan tâm, dành các nguồn lực tài chính, ưu tiên cán bộ có năng lực trình độ, phát triển các sản phẩm dịch vụ đa dạng nhằm hướng tới đối tượng khách hàng tiềm năng là các DNNVV.

Thực trạng dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam

Hiện nay, tại Việt Nam, hầu hết các NHTM đều có định hướng đẩy mạnh dịch vụ ngân hàng bán lẻ trước tiềm năng to lớn của thị trường trong nước. Nổi bật trong số này phải kể đến NHTM cổ phần Ngoại thương (Vietcombank). Nằm trong chiến lược phát triển Vietcombank đến năm 2025 trở thành ngân hàng số 1 tại Việt Nam, một trong 100 ngân hàng lớn nhất khu vực châu Á, một trong 300 tập đoàn tài chính ngân hàng lớn nhất thế giới, hoạt động bán lẻ tiếp tục là một trong các trụ cột kinh doanh của Vietcombank.

Năm 2020, Vietcombank tập trung triển khai mạnh mẽ 03 trụ cột kinh doanh Bán lẻ - Dịch vụ - Đầu tư. Với

mục tiêu hướng tới là ngân hàng số 1 về sự hài lòng của khách hàng, cung ứng những trải nghiệm số hiện đại nhất, mang lại sự thuận tiện và an tâm cho khách hàng, Vietcombank đã triển khai dự án chuyển đổi mô hình hoạt động bán lẻ (RTOM) nhằm chuyển đổi toàn diện hoạt động của bán lẻ, với định hướng xuyên suốt lấy khách hàng là trung tâm, hướng tới trải nghiệm số và gắn kết khách hàng. Trên cơ sở đó, Vietcombank đã thực hiện sắp xếp lại Khối Bán lẻ theo hướng tinh gọn, hiệu quả, phù hợp với chức năng nghiệp vụ.

Mặc dù, phải đối mặt với những khó khăn, thách thức từ dịch Covid-19 nhưng quy mô hoạt động của Vietcombank vẫn tăng trưởng cao (tổng tài sản, huy động vốn, tín dụng tăng tương ứng 8%, 11%, 14%); Cơ cấu hoạt động chuyển dịch tích cực, đúng định hướng; chất lượng tín dụng được kiểm soát chặt chẽ, tỷ lệ nợ xấu ở mức 0,6%, thấp nhất trong hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam; và quy mô lợi nhuận được duy trì ở mức tương đương năm 2019, hiệu suất sinh lời ROE đạt 21%.

Với xếp hạng top 5 ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam và top 70 ngân hàng bán lẻ mạnh nhất châu Á (The Asian Banker), NHTM cổ phần Tiên Phong (TPBank) đã dần hiện thực hoá mục tiêu trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu Việt Nam. TPBank gặt hái nhiều thành công nhờ tập trung vào hai hoạt động bán lẻ chính là cho vay mua ô tô và cho vay mua nhà. TPBank thường xuyên đưa ra chương trình ưu đãi lãi suất cho khách hàng, nhờ đó dư nợ cho vay bán lẻ của TPBank liên tục tăng, từ 38,6% tổng cho vay khách hàng năm 2015 lên 53,3% năm 2019. Theo đánh giá, TPBank là ngân hàng bán lẻ hiện đại, am hiểu công nghệ với thể mạnh chủ chốt trong thị trường cho vay mua nhà và ô tô, sử dụng phương pháp cho vay theo chuỗi giá trị.

Khái quát lại có thể thấy, thành công của các NHTM Việt Nam trong việc phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ thể hiện trên các phương diện như:

- Đẩy mạnh hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, phát triển các loại hình dịch vụ mới, đa tiện ích và đã được xã hội chấp nhận như máy giao dịch tự động (ATM), internet banking, home banking, PC banking, mobile banking...

- Các hình thức huy động vốn ngày càng đa dạng và linh hoạt hơn như tiết kiệm lãi suất bậc thang, tiết kiệm dự thưởng, tiết kiệm rút lãi và gốc linh hoạt, tiết kiệm lãi suất theo số dư tiết kiệm kết hợp bảo hiểm, tiết kiệm gửi góp, phát hành giấy tờ có giá, dịch vụ gửi một nơi-giao dịch tại nhiều nơi.

- Các hình thức cho vay cũng được mở rộng hơn:



cho vay mua nhà, mua xe ô tô, du học, chứng minh tài chính, cho vay cán bộ công nhân viên, thấu chi... tạo điều kiện cải thiện đời sống nhân dân khi tích lũy chưa đủ. Nhiều loại hình dịch vụ ngân hàng bán lẻ đã được triển khai thực hiện như dịch vụ tài khoản, séc, thẻ, quản lý tài sản, tín dụng, cầm cố.

Tuy nhiên, theo Bùi Thị Diệp (2020), dịch vụ ngân hàng bán lẻ của các NHTM Việt Nam còn nhiều bất cập, đó là các ngân hàng chưa xây dựng được phương án phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ một cách đồng bộ và hiệu quả. Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán lẻ chưa phong phú, chưa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Tại một số địa phương, vùng sâu, vùng xa, các dịch vụ ngân hàng bán lẻ hiện đại chưa được quan tâm triển khai...

Đề xuất, kiến nghị

Nhằm thúc đẩy dịch vụ ngân hàng bán lẻ phát triển trong bối cảnh kinh tế số đang phát triển mạnh mẽ cùng với sự tác động của dịch Covid-19, cần chú trọng một số nội dung sau:

Đối với cơ quan quản lý

- Xây dựng hệ thống cơ sở hạ tầng tài chính bền vững, hoàn thiện các hệ thống hỗ trợ thanh toán điện tử, hoàn thiện cơ sở dữ liệu thông tin quốc gia thống nhất, cho phép ngân hàng thương mại được khai thác, phục vụ quá trình cung cấp sản phẩm dịch vụ cho khách hàng.

- Cần đẩy nhanh việc hoàn thiện hành lang pháp lý liên quan đến áp dụng công nghệ số trong hoạt động ngân hàng như: Xác thực khách hàng trực tuyến, ứng dụng điện toán đám mây, blockchain trong hoạt động ngân hàng... Cùng với đó, tăng cường sự kết nối giữa các tổ chức tín dụng, trung gian thanh toán, tổ chức công nghệ tài chính nhằm phục vụ cho các giao dịch thanh toán điện tử trong nền kinh tế.

- Thay đổi cơ chế quản lý theo hướng cho phép thực hiện các môi trường pháp lý dạng thí điểm đối với sản phẩm tài chính mới; quy định về việc cung ứng sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng dựa trên nền tảng công nghệ số, tài khoản điện tử... cũng như các quy định trong đảm bảo an toàn, bảo mật giao dịch điện tử.

Đối với các ngân hàng thương mại

- Dịch Covid-19 khiến tâm lý, hành vi tiêu dùng và đầu tư của khách hàng thay đổi, đòi hỏi các TCTD phải định hình lại cách thức cung cấp sản phẩm, dịch vụ... Thực tế cho thấy, khách hàng ưa thích sử dụng kênh số, thương mại điện tử hơn so với trước đây.

Hoạt động dịch vụ ngân hàng bán lẻ cần gắn nhiều hơn với giao dịch thương mại điện tử.

- Tiếp tục tập trung phát triển mảng bán lẻ dựa trên nền tảng ứng dụng công nghệ số. Đẩy nhanh phát triển các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng trên điện thoại di động và ngân hàng trực tuyến với nhiều tiện ích mới mẻ, thuận tiện, nhanh chóng và ngày càng thân thiện, dễ sử dụng hơn cho khách hàng.

- Cần chú trọng việc tạo ra các trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng để nâng cao sự hài lòng, dẫn đến lòng trung thành và hướng đến mục tiêu đạt được doanh thu cao hơn từ một đối tượng cụ thể. Ngân hàng bán lẻ cũng cần hướng đến mục tiêu xây dựng một hệ sinh thái đa tương tác để gia tăng chất lượng dịch vụ và sự lựa chọn cho khách hàng, cũng như phát triển hoạt động kinh doanh và bán chéo sản phẩm gắn với những tiện ích cuộc sống hằng ngày.

- Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ ngân hàng cho các đối tượng khách hàng. Với mô hình lấy khách hàng làm trung tâm, ngân hàng cần xây dựng các sản phẩm dịch vụ chuyên biệt dành cho từng nhóm đối tượng cụ thể.

- Tăng cường đào tạo nâng cao trình độ chuyên môn và chất lượng dịch vụ. Để cung cấp đến khách hàng các dịch vụ NHBL tốt nhất, công tác đào tạo nhân viên ngân hàng cần chú trọng như: Sản phẩm dịch vụ và quy trình nghiệp vụ; Kỹ luật nghiệp vụ và năng lực quản lý công việc; Các kỹ năng mềm trong công việc; Kỹ năng chăm sóc khách hàng, phân tích, tư vấn và xây dựng chiến lược dịch vụ.

Tài liệu tham khảo:

1. Bùi Thị Diệp (2020), Xu hướng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của các ngân hàng thương mại, Tạp chí Tài chính kỳ 1 tháng 05/2020;
2. Vũ Thị Thái Hà (2020), Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam, Nghiên cứu khoa học kiểm toán, truy cập từ link: <http://www.khoahockiemtoan.vn/273-1-ndt/phot-trien-dich-vu-ngan-hang-ban-le-tai-viet-nam.sav>;
3. Oanh Võ (2020), Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ - xu hướng tất yếu, Chuyên trang Kinh tế - Đầu tư;
4. Thời báo Ngân hàng (2020), TPBank trong top 5 ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam, truy cập từ link: <https://bankingplus.vn/tpbank-trong-top-5-ngan-hang-ban-le-tot-nhat-viet-nam-99276.html>;
5. Xuyên Chi (2021), Vietcombank - Những dấu ấn tiên phong, Tạp chí điện tử Tài chính.

Thông tin tác giả:

ThS. Hoàng Thị Ngọc Thúy

Trường Đại học Kinh doanh và Công nghệ Hà Nội

Email: Khoinguyenthuy@yahoo.com