

# GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN INTERNET BANKING TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

ThS. Nguyễn Thị Hoàng Mỹ  
ThS. Lưu Đức Thịnh  
NHTM Cổ phần An Bình

**N**gân hàng điện tử (NHĐT) là dịch vụ ngân hàng hiện đại cung cấp cho khách hàng hệ thống các kênh phân phối điện tử để cung ứng các sản phẩm, dịch vụ đa dạng như: Internet banking, Home banking, Mobile/SMS banking, ATM, POS, Telephone banking... Mục đích NHĐT là mang dịch vụ thân thiện, tiện dụng, tiết kiệm thời gian và chi phí giao dịch tại trụ sở ngân hàng qua đó nâng cao hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. Trong vài năm trở lại đây, các ngân hàng tại Việt Nam đang đẩy mạnh đầu tư vào các kênh phân phối NHĐT để thu hút khách hàng, chiếm lĩnh thị phần, trong đó chú trọng phát triển mạnh nhất phải kể đến là kênh Internet banking (dịch vụ ngân hàng qua internet). Trong bài viết này, tác giả giới thiệu đôi nét về Internet banking, đánh giá những nhân tố tác động đến khả năng phát triển Internet banking tại Việt Nam và đưa ra các giải pháp phát triển.

## Internet banking

Internet banking là dịch vụ cung cấp tự động các thông tin sản phẩm và dịch vụ ngân hàng thông qua đường truyền internet. Đây là một kênh phân phối rộng các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng tới khách hàng ở bất cứ nơi đâu và ở bất cứ thời gian nào. Với máy tính kết nối internet, khách hàng có thể truy cập vào website của ngân hàng để được cung cấp các thông tin, hướng dẫn đầy đủ các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng. Với mã số truy cập và mật khẩu được cấp, khách hàng có thể xem số dư tài khoản, in sao kê, chuyển khoản, thanh toán hóa đơn... Internet banking còn là một kênh

phản hồi thông tin hiệu quả giữa khách hàng và ngân hàng, Internet banking sẽ phát triển mạnh khi các thế hệ trẻ dần tham gia vào thị trường[4].

Trên thế giới, Internet banking đã phát triển qua ba cấp độ: (i) Cấp độ 1: cung cấp thông tin cơ bản về sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng cho khách hàng; (ii) Cấp độ 2: cung cấp các giao dịch cơ bản thông qua internet/trang web, nộp đơn cho các dịch vụ, kiểm tra tài khoản, nhưng chưa thực hiện bất kỳ thanh toán nào qua tài khoản; (iii) Cấp độ 3: cung cấp các giao dịch cao cấp thông qua internet/trang web, cho phép khách hàng chuyển khoản tài khoản trong hoặc ngoài

hệ thống, thanh toán hóa đơn và tiến hành các giao dịch ngân hàng khác.

Để phát triển Internet banking cần có sự phát triển của thương mại điện tử, sự đầy đủ của hành lang pháp lý về thương mại điện tử, sự liên kết giữa các ngân hàng với nhà cung cấp, sự phát triển của hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt, sự phát triển và bảo mật của hệ thống công nghệ thông tin...

## Đánh giá thực trạng và khả năng phát triển Internet banking của các ngân hàng thương mại (NHTM) tại Việt Nam

Trong thời gian qua, các NHTM tại Việt Nam đã có sự đầu tư mạnh mẽ giải

pháp Internet banking để Internet banking trở thành một kênh giao dịch không kém hấp dẫn so với các ngân hàng nước ngoài. Tuy nhiên, trong số các NHTM cung cấp Internet banking, đi đầu vẫn là nhóm các NHTM cổ phần, điển hình là ngân hàng ACB, Techcombank, DongAbank, Sacombank, LienVietbank... các Ngân hàng Nhà nước hoặc nhà nước nắm giữ phần lớn vốn như Agribank, Vietcombank và Vietinbank thì mới triển khai một vài tính năng cơ bản. BIDV đang trong giai đoạn khẩn trương triển khai. Trong khi đó, các ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam như HSBC, ANZ đã và đang cung cấp các kênh giao dịch này một cách rất chuyên nghiệp trên thị trường Việt Nam.

ACB là ngân hàng trong nước có sự đầu tư mạnh mẽ nhất giải pháp Internet banking, cho phép khách hàng có thể giao dịch nhiều tiện ích khác nhau. Để thực hiện được dịch vụ đa dạng trên, ACB là ngân hàng đầu tiên ứng dụng Core-banking vào năm 2001 và bắt đầu trực tuyến hóa các giao dịch ngân hàng từ tháng 10/2001 thông qua hệ quản trị nghiệp vụ ngân hàng bán lẻ (TCBS- The Complete Banking Solution), đây cũng là điều kiện thuận lợi để ngân hàng sớm phát triển Internet banking hơn các ngân hàng khác[2]. Năm 2007, Techcombank cũng đã bắt đầu cung cấp dịch

vụ Internet banking vì theo ngân hàng này đầu tư cho hoạt động của NHĐT là đầu tư cho tương lai.

Về tính năng bảo mật: khi khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ trực tuyến Internet banking, ngân hàng cung cấp cho khách hàng mật khẩu giao dịch hoặc mật khẩu một lần (OTP) bằng cách gửi tin nhắn có mã xác thực đến số điện thoại đã đăng ký của khách hàng hoặc thẻ xác thực hoặc thiết bị Token key là thiết bị tự động sinh mật khẩu (mã bảo mật) ngẫu nhiên gồm 6 chữ số và chỉ hoạt động với

mỗi mã số khách hàng tương ứng. Một số ngân hàng trong nước hiện nay đang sử dụng thiết bị bảo mật token key (Bảng 1). Với thiết kế nhỏ gọn, khách hàng có thể luôn mang bên mình để sử dụng mọi lúc mọi nơi có một máy tính kết nối internet. Mỗi mật khẩu sinh ra trên Token Key chỉ được sử dụng một lần duy nhất và không trùng lặp.

Ngoài những nỗ lực của các ngân hàng, nhiều nhân tố khác cũng hỗ trợ cho sự phát triển Internet banking ở Việt Nam như sự phát triển của kinh tế xã hội, sự hoàn chỉnh

**Bảng 1: Tiện ích Internet banking của một số NHTM**

STT	Tiện ích	Các ngân hàng trong và ngoài nước hoạt động tại Việt Nam						
		Sacom bank	ACB	Vietco- mbank	DongABan k	Tech- combank	HSBC	ANZ
<b>A- Dịch vụ truyền thống</b>								
1	Tra cứu thông tin tài khoản, thông tin giao dịch	x	x	x	x	x	x	x
2	Chuyển khoản cùng hệ thống	x	x	x	x	x	x	x
3	Chuyển khoản khác hệ thống		x			x	x	x
4	Gửi tiết kiệm					x	x	x
5	Thanh toán trực tuyến hóa đơn	x	x	x	x	x	x	x
<b>B- Dịch vụ nâng cao</b>								
1	Chuyển tiền đến người nhận bằng chứng minh nhân dân, Passport		x					
2	Yêu cầu cung cấp hồi phiếu						x	
3	Tạo, cập nhật, tắt toán tài khoản tiền gửi		x					
4	Vay, thanh toán tiền vay trực tuyến		x			x		
5	Giao dịch liên quan sản phẩm thẻ: đăng ký làm thẻ, gia hạn, bảo mật, nạp tiền, tăng giảm hạn mức		x					
6	Mua bán ngoại tệ, quyền lựa chọn mua bán ngoại tệ		x					
7	Chuyển khoản ra nước ngoài						x	x
8	Doanh nghiệp trả lương cho nhân viên							x
<b>C- Tính năng bảo mật</b>								
1	Mã xác thực	x	x	x		x		x
2	Thẻ xác thực			x	x			
3	OTP SMS, Token key	x	x		x	x	x	x
4	Smart card hoặc chứng thư điện tử		x	x				

\*X-có tiện ích.

Nguồn: website các Ngân hàng Sacombank, Á Châu, Vietcombank, Đông Á, Techcombank, HSBC và ANZ và tìm hiểu thông tin qua Call Center các ngân hàng[5].

của hành lang pháp lý, sự tiến bộ của công nghệ thông tin đảm bảo cho Internet banking có thể phát triển

dùng internet sẽ tiếp tục tăng trong 10 năm tới với mức tăng trung bình năm là 10% mỗi năm. Do đó, tiềm năng

Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam.

- Quyết định số 35/2006/QĐ-NHNN, ngày 31/07/2006 của Ngân hàng Nhà nước ban hành Quy định về các nguyên tắc quản lý rủi ro trong hoạt động NHĐT.

- Nghị định số 57/2006/NĐ-CP, ngày 09/06/2006 của Chính phủ về Thương mại điện tử.

- Quyết định số 04/2006/QĐ-NHNN, ngày 18/01/2006 của Ngân hàng Nhà nước ban hành Quy chế an toàn, bảo mật hệ thống công nghệ thông tin trong ngành ngân hàng.

- Nghị định số 27/2007/NĐ-CP, ngày 23/02/2007 của Chính phủ và Thông tư số 78/2008/TT-BTC ngày 15/09/2008 của Bộ Tài chính về Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính và Hướng dẫn thi hành nội dung Nghị định số 27/2007/NĐ-CP.

- Nghị định số 35/2007/NĐ-CP, ngày 08/03/2007 của Chính phủ về Giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng.

- Nghị định số 26/2007/NĐ-CP, ngày 15/02/2007 của Chính phủ chi tiết thi hành Luật giao dịch điện tử và chữ ký số về dịch vụ chứng thực chữ ký số.

• Cơ sở hạ tầng công nghệ: hạ tầng công nghệ ngành ngân hàng đã có những bước tiến vượt bậc thời gian qua, tiếp cận với công nghệ tiên tiến trên thế giới. Việc đầu tư cho công nghệ thông tin hiện nay được coi là mũi nhọn, là giải pháp cần thiết để thực

**Bảng 2: Tốc độ tăng trưởng GDP và thu nhập bình quân đầu người Việt Nam, dân số Việt Nam giai đoạn 2006-2010**

Theo giá thực tế	Đơn vị	2006	2007	2008	2009	2010
GDP theo VND	Ngh.tỷ đồng	974	1.144	1.485	1.685	1.980
Tổng GDP qui USD	Tỷ USD	61	71	90	92	105
GDP bình quân đầu người	USD	730	843	1.052	1.064	1.214
Dân số	triệu người	83	84	85	86	86,5
Chỉ số phát triển con người (HDI- Human Development Index)		0.718	0.725	0.572 (*)	0.566(*)	0.572(*)

Nguồn: Tổng cục Thống kê, UNDP [6].

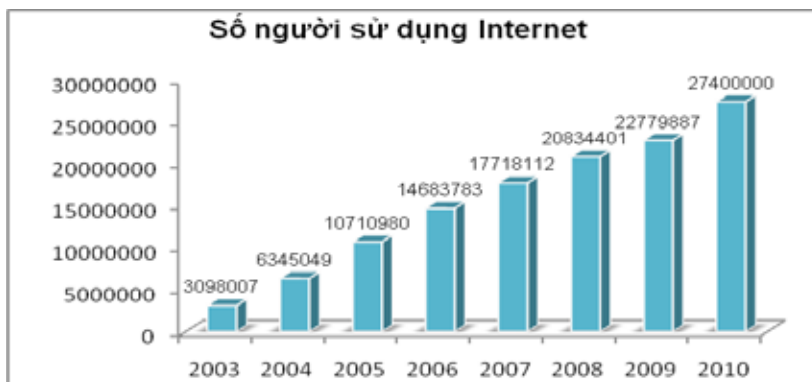
tại Việt Nam trong giai đoạn sắp tới.

• Mức độ phát triển của kinh tế, xã hội như: dân số

phát triển trong lĩnh vực dịch vụ Internet banking là rất cao (Biểu đồ 1).

• Cơ sở pháp lý: việc ra đời

**Biểu đồ 1: Số người sử dụng internet tại Việt Nam qua các năm**



Nguồn: Trang <http://www.thongkeinternet.vn/jsp/trangchu/index.jsp>

trẻ, tăng trưởng GDP ở mức cao, thu nhập bình quân đầu người tăng, dân số tăng đi kèm trình độ dân trí ngày một cao là thị trường rộng lớn và rất phù hợp cho các ngân hàng Việt Nam trong việc đầu tư phát triển kênh phân phối Internet banking (Bảng 2).

• Sự gia tăng số lượng người sử dụng internet: theo ước tính của Trung tâm Internet Việt Nam, số lượng người sử

lượt, các quyết định liên quan các giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính đã tạo cơ sở, điều kiện cho việc phát triển Internet banking theo chiều hướng ngày một thuận lợi và an toàn. Cho đến nay, hoạt động NHĐT chịu sự chi phối của các cơ sở pháp lý sau [3, 6]:

- Luật Giao dịch điện tử số 51/2005/QH11, ngày 29/11/2005 của Quốc hội Nước

hiện đổi mới ngành ngân hàng. Ngoài ra, đứng trước yêu cầu hội nhập WTO, các ngân hàng trong nước đang liên kết nhằm tạo ra các giá trị mới cho lĩnh vực này [1].

Internet banking là dịch vụ nhiều tiện ích và đầy tiềm năng nhưng hiện tại dịch vụ này chưa được nhiều khách hàng sử dụng do một số hạn chế như: tính bảo mật chưa cao; giữa các ngân hàng với nhau và các ngân hàng với nhà cung cấp thiếu sự liên kết; môi trường pháp lý NHĐT chưa hoàn chỉnh; thói quen dùng tiền mặt của người dân; thói quen thanh toán, giao dịch chủ yếu qua trụ sở của ngân hàng [3]...

### **Giải pháp phát triển Internet banking của các ngân hàng Việt Nam**

Các ngân hàng cần tăng cường đầu tư vào mảng công nghệ thông tin để phát triển giải pháp Internet banking với chức năng bảo mật tốt nhất. Theo chuyên gia an ninh mạng thì để tránh tình trạng nguy cơ an toàn bảo mật, các ngân hàng cần xây dựng cho mình hệ thống Internet banking an toàn ngay từ lúc sơ khởi. Theo tính toán, chỉ cần 5-10% chi phí trong tổng số hàng triệu đô la bỏ ra đầu tư xây dựng hệ thống NHĐT là các ngân hàng đã có thể yên tâm về năng lực bảo mật [1].

Bên cạnh đó, để giúp khách hàng hiểu hơn về dịch vụ Internet banking, các ngân hàng cần khuyến khích quảng cáo, cung cấp thông tin về dịch vụ này để giúp người dùng tin cậy, hiểu rõ hơn về tiện ích, tính bảo mật, an toàn của dịch vụ.

Ngoài ra, để tăng cường năng lực cạnh tranh và thị phần, ngân hàng cần tạo ra sản phẩm riêng biệt, đặc thù được phân phối qua kênh Internet banking: chẳng hạn sản phẩm huy động tiền gửi với lãi suất cao dành cho nhân viên ngân hàng, nhân viên cổ đông chiến lược; sản phẩm cho vay cán bộ nhân viên có thanh toán lương qua ngân hàng; sản phẩm quản lý tài khoản đối với khách hàng doanh nghiệp, sản phẩm mở thư tín dụng; các sản phẩm cho vay đặc thù...

Ngành tài chính ngân hàng đang đổi mới hướng đến chuẩn mực quốc tế thông qua việc đầu tư hiện đại hóa công nghệ, tăng cường năng lực quản trị, đa dạng hóa kênh phân phối và sản phẩm dịch vụ. Dịch vụ Internet banking là dịch vụ tương lai, mang lại lợi ích cho khách hàng, giúp ngân hàng nâng cao năng lực cạnh tranh đồng thời góp phần thúc đẩy sự phát triển của ngành ngân hàng nói riêng và kinh tế Việt Nam nói chung ■

### **Tài liệu tham khảo**

1. Đỗ Văn Hữu (2005), *Thúc đẩy phát triển ngân hàng điện tử ở Việt Nam*, Tạp chí Tin học Ngân hàng, ngày 24/06/2005.
2. Lưu Thanh Thảo (2008), *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại NHTM cổ phần Á Châu*, Luận văn thạc sĩ kinh tế.
3. Nguyễn Đình Thắng (2010), *Phó chủ tịch Hiệp Hội Phần mềm Việt Nam (VINASA), Ứng dụng ngân hàng điện tử trong thanh toán không dùng tiền mặt*, Báo cáo tại Đại hội của Hiệp hội doanh nghiệp phần mềm Việt Nam (Vinaso), ngày 3/11/2010.
4. Wally Northway, *ABA Study: Popularity of Online banking growing*, Mississippi Business Journal (10/2010).
5. *Trang web của các NHTM Sacombank, Á Châu, Vietcombank, Đông Á, Techcombank, HSBC và ANZ.*
6. *Các trang web: <http://www.gso.com.vn>, <http://data.un.org>, <http://www.sbv.gov.vn>.*

