



**BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY**
CÁP SAINT JACQUES

TẠP CHÍ KHOA HỌC TRƯỜNG ĐẠI HỌC BÀ RỊA - VŨNG TÀU

website: www.bvu.edu.vn

ISSN 2734 - 9802
No. 03 - 07/2022

SCIENTIFIC JOURNAL OF BARIA VUNGTAU UNIVERSITY

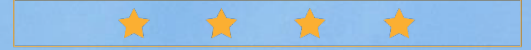
BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY
CÁP SAINT JACQUES



BARIA VUNGTAU
UNIVERSITY
CAP SAINT JACQUES



STARSTM
RATING SYSTEM





Tòa soạn: 80 Trương Công Định, phường 3,
Tp.Vũng Tàu, tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu
ĐT: 0254.7305456 – 3040
Fax: 0254.353.2233
Email: bvujournal@bvu.edu.vn

TẠP CHÍ XUẤT BẢN
BỐN THÁNG MỘT LẦN

SỐ 04
05/2024

PHỤ TRÁCH

TS MAI XUÂN THIỆU

BAN BIÊN TẬP

PGS.TS.LS NGUYỄN THỊ HOÀI PHƯƠNG

GS.TS HOÀNG VĂN CHÂU

GS.TS TRẦN NGỌC THÊM

PGS.TS TRƯƠNG VĂN CHUNG

TS NGUYỄN THỊ ĐỨC LOAN

TS LÊ THỊ VĨNH THANH

TS PHẠM HẢI LONG

Giấy phép xuất bản:

Số 436/GP-BTTTT

ngày 13/07/2021

ISSN 2734 - 9802

MỤC LỤC

Nghiêm Phúc Hiếu, Võ Thị Như Hảo, Lê Kim Ngân, Phạm Tú Anh, Phạm Phương Linh - Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định mua xe máy điện của sinh viên Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.....	1
Nguyễn Thị Ánh Hoa - Thẩm định giá bất động sản theo phương pháp so sánh tại Việt Nam.....	11
Đỗ Thị Bích Hồng - Các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động dịch vụ ngân hàng bán lẻ của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam..	21
Hồ Thị Yến Ly, Đỗ Thị Bích Hồng - Kết quả thực hiện chính sách tín dụng sinh viên của Ngân hàng Chính sách xã hội Việt Nam.....	30
Nguyễn Văn Rõ - Quy định pháp luật về ưu đãi tài chính đối với chủ đầu tư xây dựng nhà ở xã hội tại Việt Nam, thực trạng và hướng hoàn thiện.....	39
Hoàng Văn Tú1, Phạm Thị Thùy Linh, Nguyễn Văn Quang - Kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam, những thách thức mới và khuyến nghị (trong giai đoạn tới 2030, tầm nhìn đến 2045)	48
Lưu Hoàng Điều khiển động cơ không đồng bộ dùng mô hình nội và mạng hồi quy.....	57
Nguyễn Thị Nga Đặc trưng ẩm thực theo mùa ở Hàn Quốc thông qua tục ngữ 한국 속담을 통해 계절 음식에 대한 특징	68

CONTENTS

- Nghiem Phuc Hieu, Vo Thi Nhu Hao, Le Kim Ngan, Pham Tu Anh, Pham Phuong Linh** - Factors affecting the intention to buy electric motorbikes of students at Ba Ria - Vung Tau University.....1
- Nguyen Thi Anh Hoa** - Real estate valuation according to comparison method in Vietnam11
- Do Thi Bich Hong** - Solutions to improve the efficiency of retail banking services of commercial banks in Vietnam21
- Ho Thi Yen Ly, Do Thi Bich Hong** - Results of implementation of student credit policy of Vietnam Bank for Social Policies 30
- Nguyen Van Ro** - Legal regulations on financial incentives for investors building social housing in Vietnam, current situation and direction for improvement 39
- Hoang Van Tu, Pham Thi Thuy Linh, Nguyen Van Quang** - Socialist-oriented market economy in Vietnam, new challenges and recommendations (in the period up to 2030, vision to 2045)48
- Luu Hoang** - Control of Asynchronous Motor Using Internal Model and Recurrent Neural Network57
- Nguyen Thi Nga** - Seasonal Culinary Features in Korea through Proverbs.....68



SCIENTIFIC JOURNAL OF
BARIA VUNGTAU UNIVERSITY

*Scientific Journal of
Baria VungTau University*

Head Office: 80 Truong Cong Dinh street,
Ward 3, Vungtau city,
Baria Vungtau province
Tel: 0254.7305456 – 3040
Fax: 0254.353.2233
Email: bvujournal@bvu.edu.vn

THIS JOURNAL IS ISSUED
EVERY FOUR MONTHS

No. 04
05/2024

EDITOR-IN-CHEF

Dr MAI XUAN THIEU

EDITORIAL BOARD

Assoc Prof. Dr NGUYEN THI HOAI PHUONG

Prof. Dr HOANG VAN CHAU

Prof. Dr TRAN NGOC THEM

Assoc Prof. Dr TRUONG VAN CHUNG

Dr. NGUYEN THI DUC LOAN

Dr. LE THI VINH THANH

Dr. PHAM HAI LONG

Press Licence:

No. 436/GP-BTTTT
dated 13/07/2021
ISSN 2734 - 9802

Các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động dịch vụ ngân hàng bán lẻ của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam

Solutions to improve the efficiency of retail banking services of commercial banks in Vietnam

Đỗ Thị Bích Hồng

Trường Đại học Bà Rịa-Vũng Tàu
Email tác giả liên hệ: [hongdtb@bv.u.edu.vn]

THÔNG TIN

Ngày nhận: 24/10/2022

Ngày nhận lại: 23/11/2022

Duyệt đăng:

Từ khóa:

Ngân hàng bán lẻ, dịch vụ ngân hàng, ngân hàng thương mại, hiệu quả hoạt động.

Keywords:

Retail banking, banking services, commercial banking, operational efficiency.

TÓM TẮT

Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ ngày nay đã trở thành mối quan tâm hàng đầu của các ngân hàng thương mại (NHTM) tại Việt Nam. Để gia tăng hiệu quả dịch vụ từ ngân hàng bán lẻ, các NHTM cần phải có những nghiên cứu và đưa ra những chính sách thích hợp để phát triển dịch vụ bán lẻ một cách khoa học và hiệu quả. Bài viết này tác giả nhằm phân tích thực trạng hoạt động và phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của các NHTM Việt Nam trong giai đoạn 2017-2021, từ đó tác giả ghi nhận những kết quả các ngân hàng đã đạt được cùng như chỉ ra những tồn tại các ngân hàng cần phải khắc phục để nâng cao hiệu quả hoạt động của các dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại các ngân hàng thương mại Việt Nam.

ABSTRACT

Developing retail banking services today has become the top concern of commercial banks in Vietnam. In order to increase the efficiency of services from retail banks, commercial banks need to research and devise appropriate policies to develop retail services in a scientific and effective manner. In this article, the author aims to analyze the current situation of operation and development of retail banking services of Vietnamese commercial banks in the period of 2017-2021, from which the author recognizes the results that banks have achieved along with points out the shortcomings that banks need to overcome in order to improve the operational efficiency of retail banking services at Vietnamese commercial banks.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam hòa nhập vào nền kinh tế thế giới đã đặt ra nhiều cơ hội cũng như thách thức cho nền kinh tế nói chung và cho ngành tài chính ngân hàng nói riêng, đó là sự tham gia của các tập đoàn tài chính đa quốc gia có thế mạnh về tài chính, kỹ thuật và công nghệ tiên tiến. Đứng trước tình hình cạnh tranh ngày càng khốc liệt, bắt buộc các NHTM có những bước cải cách trong định hướng phát triển chiến lược kinh doanh của

minh. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để có đủ sức đứng vững khi có sự cạnh tranh, đó thật sự là một thách thức rất lớn đối với các NHTM Việt Nam. Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ (NHBL) đã được các NHTM lựa chọn là xu thế phát triển lâu dài và bền vững. Đây là một lựa chọn đúng đắn và phù hợp xu hướng vì thực tế cho thấy NHTM nào nắm bắt cơ hội trong việc mở rộng cung cấp các dịch vụ NHBL đến đối tượng khách hàng là cá nhân, các hộ gia đình, các tổ chức và các doanh nghiệp vừa và nhỏ hiện nay đang rất thiếu các dịch vụ tài chính, thì sẽ dễ dàng chiếm lĩnh được thị trường, gia tăng thị phần cũng như đem lại nguồn thu bền vững cho ngân hàng.

Tổng quan nghiên cứu

Thời gian qua, có nhiều nghiên cứu liên quan đến hoạt động của ngân hàng bán lẻ, hiệu quả của ngân hàng bán lẻ và những dịch vụ của ngân hàng bán lẻ. Phát triển dịch vụ NHBL là chủ đề thu hút được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu. Các nghiên cứu về hiệu quả hoạt động của các NHBL đã sử dụng nhiều phương pháp nghiên cứu khác nhau về việc sử dụng kỹ thuật đánh giá và tập hợp số liệu, nhưng đa số các nghiên cứu này chủ yếu tập trung ở các nước đã phát triển có nền kinh tế tài chính vững chắc và hệ thống ngân hàng phát triển cao. Hiện tại tại Việt Nam, có một vài nghiên cứu về chủ đề phát triển dịch vụ NHBL cũng được một số nhà khoa học quan tâm như Bùi Thị Diệp (2020), Nguyễn Thanh Bình (2021), Nguyễn Quốc Anh (2022).

Trong những năm qua, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng kinh tế tương đối ổn định, các chính sách pháp luật đã có những thay đổi tích cực để phù hợp với nền kinh tế hội nhập, tình hình an ninh chính trị ổn định, đây là tiền đề quan trọng cho sự phát triển thị trường ngân hàng tại Việt Nam. Các NHTM đã có những định hướng chung trong lộ trình phát triển là lựa chọn dịch vụ NHBL theo đó là chiến lược kinh doanh lâu dài. Tuy nhiên, việc mở rộng phát triển các dịch vụ NHBL chưa thật sự chuyển biến mạnh mẽ, các dịch vụ bán lẻ của một số NHTM ít được khách hàng biết đến, do đó mức đóng góp vào hiệu quả hoạt động kinh doanh của các ngân hàng còn tương đối mang tính chất khiêm tốn. Bài viết này tác giả nhằm đề xuất một số giải pháp cho việc nâng cao hiệu quả hoạt động dịch vụ NHBL tại các NHTM Việt Nam.

Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thu thập dữ liệu: Tác giả đã sử dụng phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp từ các bài báo, tạp chí, các công trình nghiên cứu khoa học của các nhà khoa học, các giảng viên và một số trang Web để thu thập thông tin số liệu liên quan đến phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam.

Phương pháp xử lý dữ liệu: Trên cơ sở dữ liệu thu thập có được về thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam trong giai đoạn 2017-2021, tác giả đã tổng hợp các số liệu thông tin nhằm đánh giá thực trạng và từ đó đưa ra một số giải pháp để phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam trong thời gian tới.

2. Cơ sở lý luận về ngân hàng bán lẻ

2.1. Khái niệm về ngân hàng bán lẻ

Hiện nay, chưa có một khái niệm chính xác về dịch vụ ngân hàng bán lẻ. Tùy theo từng quan điểm và cách tiếp cận khác nhau sẽ có nhiều khái niệm khác nhau về ngân hàng bán lẻ.

Thuật ngữ “Ngân hàng bán lẻ” có từ gốc tiếng Anh là Retail banking. Theo nghĩa đen, cung cấp dịch vụ ngân hàng bán lẻ nghĩa là cung cấp các sản phẩm đến tận tay người tiêu dùng với số lượng nhỏ. Nó ngược với bán buôn là việc cung cấp cho người trung gian với số lượng lớn.

Theo Frederic S. Mishkin, “Dịch vụ ngân hàng bán lẻ là dịch vụ ngân hàng được cung cấp đến từng cá nhân riêng lẻ, các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thông qua mạng lưới chi nhánh hoặc khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với các sản phẩm dịch vụ ngân hàng thông qua các phương tiện thông tin điện tử viễn thông”.

Theo khái niệm của WTO - Tổ chức thương mại thế giới, “Ngân hàng bán lẻ là nơi khách hàng cá nhân có thể đến giao dịch tại những điểm giao dịch của ngân hàng để thực hiện các dịch vụ như gửi tiền tiết kiệm, kiểm tra tài khoản, thế chấp vay vốn, thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ và các dịch vụ khác đi kèm”.

Theo các chuyên gia của học viện Công nghệ Châu Á - AIT, “Ngân hàng bán lẻ là ngân hàng cung ứng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng tới từng cá nhân riêng lẻ, các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua mạng lưới chi nhánh, hoặc là việc khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với sản phẩm dịch vụ ngân hàng thông qua các phương tiện công nghệ thông tin, điện tử viễn thông”.

Theo từ điển Ngân hàng và tin học, “Retail banking - dịch vụ ngân hàng bán lẻ là dịch vụ ngân hàng dành cho đông đảo quần chúng, thường là một nhóm các dịch vụ tài chính gồm cho vay trả dần, cho vay thế chấp, tín dụng chứng khoán, nhận tiền gửi và các tài khoản cá nhân khác ...”.

Từ đó thấy rằng, dịch vụ NHBL cung ứng các sản phẩm dịch vụ tài chính tới từng cá nhân riêng lẻ, các doanh nghiệp nhỏ và vừa, thông qua mạng lưới chi nhánh hoặc việc khách hàng tiếp cận trực tiếp với sản phẩm dịch vụ ngân hàng thông qua phương tiện thông tin, điện tử viễn thông.

2.2. Đặc điểm của dịch vụ ngân hàng bán lẻ

- Số lượng khách hàng lớn: Đối tượng phục vụ của NHBL là các khách hàng cá nhân, hộ gia đình, các DN vừa và nhỏ. Do đó, đối tượng phục vụ rất lớn, gồm nhiều thành phần trong xã hội, ngân hàng cũng phải tìm hiểu khách hàng là ai, cần gì để đưa ra những sản phẩm và chính sách chăm sóc khách hàng phù hợp nhất.

- Quy mô giao dịch: Số lượng các giao dịch lớn nhưng giá trị những khoản giao dịch lại nhỏ. Số lượng giao dịch lớn là do phạm vi khách hàng rộng, đa dạng; còn giá trị các khoản giao dịch nhỏ vì mục đích cung cấp dịch vụ chủ yếu phục vụ cho tiêu dùng. Tuy nhiên, muốn mở rộng quy mô của giao dịch thì phải thu hút khách hàng bởi sự đa dạng về chủng loại giao dịch và có nhiều hình thức khuyến mại cũng như nhiều tiện ích đi kèm.

- Nhu cầu khách hàng mang tính thời điểm: Đối tượng khách hàng của NHBL chủ yếu là cá nhân. Khách hàng này không giống như các tổ chức kinh tế thường xuyên có nhu cầu đối với ngân hàng. Cá nhân thì ngược lại, nhu cầu của họ mang tính thời điểm do họ không biết trước được trong tương lai sẽ phát sinh nhu cầu gì như đi du học, mua xe ô tô, hoặc khi có những món tiền nhàn rỗi gửi vào ngân hàng.

- Độ phức tạp cao: Nền tảng các sản phẩm NHBL dựa vào sự hỗ trợ rất nhiều của hệ thống công nghệ hiện đại, độ phức tạp cao, các công nghệ mới như: Internet, mobile phone.... Do đó, đòi hỏi nhân viên ngân hàng phải có kỹ năng và kiến thức để có thể ứng dụng tốt sản phẩm dựa trên nhiều công nghệ cao. Bên cạnh đó, những sản phẩm dịch vụ này cần độ bảo mật cao để đảm bảo an toàn trong mọi giao dịch ngân hàng cũng như quyền lợi của khách hàng. Đối với khách hàng, những sản phẩm dịch vụ của NHBL rất đa dạng và dựa trên công nghệ cao nên đòi hỏi phải có kiến thức nhất định để có thể sử dụng sản phẩm một cách hiệu quả nhất.

- Hệ thống kênh phân phối: Để cung ứng sản phẩm dịch vụ cho một phạm vi khách hàng rộng khắp, các ngân hàng cần phải có nhiều chi nhánh, phòng giao dịch, điểm giao

dịch, cùng số lượng nhân viên đủ để tiếp cận và đáp ứng nhu cầu lớn của khách hàng. Bên cạnh các kênh phân phối truyền thống, các NHBL hiện nay cần phát triển những kênh phân phối mới nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng và giảm chi phí cố định cho ngân hàng.

2.3. Sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Dịch vụ ngân hàng bán lẻ bao gồm dịch vụ huy động vốn bán lẻ, tín dụng bán lẻ, thẻ, ngân hàng điện tử, thanh toán.

Huy động vốn: NHBL tập trung huy động nguồn vốn nhân rỗi từ khu vực dân cư, hộ gia đình và những doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tuy nhiên, nguồn tiền gửi huy động chủ yếu từ khách hàng cá nhân và các hộ gia đình. Đây là nguồn tiền được sử dụng để tiết kiệm, thanh toán, chi trả các nhu cầu thông thường.

Tín dụng bán lẻ: Là sản phẩm truyền thống của NHTM, góp phần tăng thu nhập của các NHTM. Cùng với sự phát triển của nền kinh tế xã hội, tỷ trọng cho vay bán lẻ trong tổng dư nợ vay của các NHTM ngày càng cao. Điều này đồng nghĩa với việc gia tăng nguồn thu nhập ổn định cho ngân hàng. Dịch vụ tín dụng bán lẻ bao gồm: cho vay cá nhân (cho vay du học, cho vay mua nhà trả góp, cho vay mua ô tô, bất động sản,...), cho vay hộ gia đình và cho vay các doanh nghiệp vừa và nhỏ (cho vay từng lần, cho vay thấu chi, cho vay theo hạn mức,...).

Dịch vụ thanh toán: Trong nền kinh tế ngày càng phát triển và toàn cầu hóa, dịch vụ thanh toán luôn giữ vai trò quan trọng trong mọi hoạt động giao dịch giữa khách hàng và ngân hàng, giữa các ngân hàng và giữa các khách hàng với nhau. Hiện NHTM đang cung cấp dịch vụ thanh toán cho các khách hàng có tài khoản giao dịch tại NHTM bao gồm tài khoản tiền gửi thanh toán và tiền gửi tiết kiệm dưới nhiều hình thức khác nhau. Khi đó, khách hàng được đáp ứng các nhu cầu thanh toán thông qua các sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

Dịch vụ thẻ: Dịch vụ thẻ là một trong những nguồn thu phí dịch vụ quan trọng của các ngân hàng hiện nay. Bên cạnh các dịch vụ thanh toán khác, thẻ ngân hàng đã và đang được khách hàng sử dụng như một công cụ thanh toán thông minh và ngày càng đáp ứng các nhu cầu thông thường của khách hàng. Thẻ có thể sử dụng để rút tiền, gửi tiền, cấp tín dụng, thanh toán hoá đơn dịch vụ hay để chuyển khoản. Ngoài ra, thẻ cũng được sử dụng cho nhiều dịch vụ phi tài chính như truy vấn thông tin tài khoản, các khoản chi phí sinh hoạt,...

Dịch vụ bảo lãnh: Bảo lãnh ngân hàng là cam kết của ngân hàng bảo lãnh được lập trên một văn bản để cam kết với bên có quyền. Đây là hình thức tín dụng bằng văn bản, không thực hiện giải ngân ngay khi phát hành nhưng mức độ rủi ro không thấp và tùy vào từng loại hình bảo lãnh. Dịch vụ bảo lãnh đáp ứng chủ yếu nhu cầu của doanh nghiệp vừa và nhỏ. Một số loại hình bảo lãnh: bảo lãnh dự thầu, thực hiện hợp đồng, hoàn tiền ứng trước, thanh toán, bảo hành,...; trong đó bảo lãnh thanh toán có mức độ rủi ro tương đương một khoản vay thông thường.

Dịch vụ khác: Cùng với việc phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng cũng từng bước được hiện đại hóa. Nhiều ngân hàng đã cho ra đời các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại với nhiều tiện ích nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của các khách hàng là cá nhân, hộ gia đình và doanh nghiệp vừa và nhỏ. Một số sản phẩm dịch vụ NHBL điển hình đang triển khai mạnh trong thời gian qua như: Dịch vụ tư vấn tài chính; Dịch vụ quản lý ủy thác đầu tư; Dịch vụ ngân hàng tự động qua điện thoại - Mobile Banking; Dịch vụ ngân hàng qua Internet - Internet Banking.

2.4. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Hiệu quả hoạt động dịch vụ NHBL được đánh giá dựa trên tiêu chuẩn đánh giá hiệu quả kinh tế, thể hiện mối quan hệ tối ưu giữa kết quả kinh tế đạt được và chi phí bỏ ra để đạt được kết quả đó. Bộ chỉ tiêu này được chia ra làm hai nhóm gồm các chỉ tiêu định lượng tương đối, các chỉ tiêu định lượng tuyệt đối. Trong đó:

Các chỉ tiêu định lượng tuyệt đối bao gồm:

- Chỉ tiêu về doanh số;
- Chỉ tiêu về thu nhập.

Các chỉ tiêu định lượng tương đối bao gồm:

- Chỉ tiêu về Lợi nhuận hoạt động kinh doanh NHBL/Doanh thu hoạt động kinh doanh NHBL;
- Chỉ tiêu Tỷ lệ chi phí hoạt động kinh doanh NHBL/Doanh thu hoạt động kinh doanh NHBL;
- Chỉ tiêu Tỷ lệ doanh thu hoạt động kinh doanh NHBL/Tổng doanh thu;
- Chỉ tiêu Lợi nhuận hoạt động kinh doanh NHBL/Tổng tài sản;
- Chỉ tiêu tỷ lệ Doanh thu hoạt động kinh doanh NHBL/Tổng tài sản;
- Tỷ trọng Lợi nhuận từ dịch vụ NHBL/Chi phí dịch vụ NHBL

3. Thực trạng hiệu quả hoạt động kinh doanh dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại các ngân hàng thương mại Việt Nam theo các tiêu chí

3.1. Các chỉ tiêu doanh số

Hoạt động huy động vốn từ dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại các NHTM tại Việt Nam có tốc độ tăng trưởng nhanh trong giai đoạn 2017-2021, nhưng tốc độ tăng trưởng không ổn định qua các năm và đang có xu hướng giảm dần tỷ trọng trong tổng vốn huy động của các ngân hàng. Sản phẩm tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn vẫn là sản phẩm chủ đạo trong danh mục huy động vốn của các NHTM.

3.2. Hoạt động tín dụng bán lẻ

Giai đoạn 2017-2021, các ngân hàng có tăng trưởng dư nợ bán lẻ các năm đạt cao hơn 10% trong đó năm 2021 dư nợ tín dụng bán lẻ đạt 66.321 tỷ đồng là năm có dư nợ tín dụng bán lẻ cao nhất trong 5 năm trở lại đây, với mức tăng trưởng 11,09%, chiếm 40,42% tổng dư nợ tín dụng của các ngân hàng thương mại (số liệu Bảng 1).

Các ngân hàng thương mại Việt Nam có những kết quả nhất định trong hoạt động tín dụng bán lẻ nhưng mức tăng trưởng cho vay bán lẻ có dấu hiệu chậm và chững lại qua các năm. Cụ thể tăng trưởng dư nợ bán lẻ năm 2017-2019 dao động từ 30,77% đến 32,30%, nhưng các năm 2020-2021 chỉ tiêu này lần lượt là 20,34% và 11,09%. Trong khi đó, tăng trưởng dư nợ tại các NHTM cuối năm 2021 tăng 22,69% nhưng phân khúc bán lẻ có tốc độ tăng chỉ bằng ½ mức tăng trưởng dư nợ (tức chỉ đạt 11,09%), điều này cho thấy rằng, mức độ tăng trưởng chậm hơn so với hoạt động tín dụng doanh nghiệp. Tỷ lệ nợ nhóm 1 luôn chiếm hơn 99% tổng dư nợ phân khúc bán lẻ.

Bảng 1

Tình hình cho vay bán lẻ của các ngân hàng thương mại Việt Nam giai đoạn 2017-2021

Chỉ tiêu	2017	2018	2019	2020	2021
Tỷ trọng dư nợ bán lẻ/dư nợ	38,64%	39,91%	43,91%	44,64%	40,42%

Nguồn: báo cáo tài chính của các NHTM giai đoạn 2017-2021

3.3. Dịch vụ thẻ và dịch vụ ngân hàng điện tử

Trong năm 2021, số lượng giao dịch thanh toán nội địa qua thẻ thanh toán ngân hàng đạt 993,4 triệu giao dịch với giá trị là 871,5 ngàn tỷ đồng tương đương 22,1% và 9,1% so với năm 2020. Các NHTM tích hợp thêm nhiều tính năng vào thẻ để có thể giúp khách hàng thanh toán thêm nhiều hàng hóa, dịch vụ, sản phẩm song song với việc nâng cao chất lượng dịch vụ, an toàn thanh toán thẻ, công tác chuyển đổi từ thẻ từ sang thẻ chip được triển khai rộng rãi, tích cực, bảo vệ quyền lợi khách hàng theo đúng quy định của ngân hàng Nhà Nước.

Trong năm 2021, 95% các NHTM đang xây dựng cũng như có kế hoạch cụ thể xây dựng chiến lược chuyển đổi số, trong đó 38% các NHTM đã phê duyệt chiến lược chuyển đổi số hoặc tích hợp trong chiến lược phát triển kinh doanh và phát triển công nghệ thông tin; 42% các NHTM đang xây dựng chiến lược chuyển đổi số. Hầu hết cho đến thời điểm hiện tại các NHTM đều ứng dụng các giải pháp kỹ thuật, công nghệ số mới trong hoạt động và cung ứng dịch vụ, trong đó có 9/19 nghiệp vụ đã được số hóa hoàn toàn bao gồm tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi có kỳ hạn, mở và sử dụng tài khoản tiền gửi thanh toán, thẻ ngân hàng, ví điện tử, chuyển tiền, quản lý nhân sự, kế toán và tài chính,... Ngoài ra các giải pháp kỹ thuật công nghệ mới như điện tử đám mây - cloud computing, phân tích dữ liệu lớn - big data analytics, tự động hóa quy trình bằng robot - robotic process automation, trí tuệ nhân tạo - artificial intelligence, Blockchain, nhận biết và định dạng khách hàng bằng phương thức điện tử - eKYC - electronic Know Your Customer,... được các NHTM ứng dụng mạnh mẽ trong các hoạt động nghiệp vụ và cung ứng sản phẩm, dịch vụ.

Bên cạnh đó, việc tích hợp giữa các NHTM và các công ty tài chính công nghệ Fintech thời gian qua đã góp phần mở rộng hệ sinh thái số, đem lại trải nghiệm và nhiều lợi ích thiết thực cho khách hàng. Nhiều NHTM đã xây dựng kho dữ liệu, hạ tầng số tập trung, chuẩn hóa, cho phép chia sẻ, tích hợp tạo ra một hệ sinh thái số trên nhiều ngành nghề, lĩnh vực như hệ sinh thái Mobile banking kết nối với dịch vụ công, tài chính, viễn thông, điện lực, giao thông, mua sắm hàng hóa, dịch vụ trực tuyến.

3.4. Các chỉ tiêu về thu nhập

Số liệu trong Bảng 2 cho thấy tỷ lệ lợi nhuận trên doanh thu của hoạt động dịch vụ NHBL là tương đối cao, tuy nhiên xu hướng biến động không thật sự rõ ràng, xu hướng chung là giảm nhẹ theo thời gian, cụ thể năm 2021 giảm 2,96% so với năm 2020.

Bảng 2

Tổng hợp các chỉ tiêu về thu nhập của các NHTM Việt Nam giai đoạn 2017-2021

Chỉ tiêu	2017	2018	2019	2020	2021
Mức độ đóng góp hoạt động kinh doanh (HĐKD) NHBL	35,91%	40,27%	44,76%	43,44%	40,42%
Mức độ đóng góp từ hoạt động thu phí dịch vụ trong HĐKD NHBL	40,36%	41,84%	40,26%	43,64%	49,21%
Tỷ lệ Lợi nhuận HĐKD NHBL/Doanh thu HĐKD NHBL	22,01%	23,30%	21,90%	20,78%	19,05%
Tỷ lệ Doanh thu NHBL/Tổng doanh thu	38,14%	41,05%	42,51%	43,04%	44,82%
Tỷ lệ Chi phí hoạt động NHBL/Doanh thu hoạt động NHBL	59,56%	58,41%	57,48%	64,09%	68,15%

Chỉ tiêu	2017	2018	2019	2020	2021
Tỷ lệ Lợi nhuận từ hoạt động NHBL/Tổng tài sản	0,67%	0,84%	1,06%	1,33%	1,12%
Tỷ lệ Doanh thu NHBL/ Tổng tài sản	3,03%	3,59%	4,82%	6,41%	5,90%
Tỷ lệ Lợi nhuận từ hoạt động NHBL/ Chi phí hoạt động NHBL	36,95%	39,89%	38,10%	32,42%	27,95%

Nguồn: báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của các NHTM giai đoạn 2017-2021

Bên cạnh đó, hiệu quả hoạt động NHBL của các ngân hàng còn thể hiện ở sự tăng trưởng doanh số hoạt động dịch vụ ngân hàng bán lẻ so với tổng doanh thu hoạt động ngân hàng. Tỷ lệ chi phí hoạt động NHBL/Doanh thu hoạt động NHBL ngày càng tăng. Hoạt động NHBL tại các NHTM ngày càng tạo ra nguồn thu nhập hiệu quả cao, điều này thể hiện thông qua hệ số tỷ lệ Lợi nhuận/Tổng tài sản ngày càng tăng.

Tỷ lệ Lợi nhuận từ dịch vụ/Chi phí dịch vụ NHBL càng lớn thì hoạt động dịch vụ NHBL càng hiệu quả. Tuy nhiên, chỉ tiêu này của các NHTM có xu hướng giảm dần, cụ thể trong giai đoạn 2017-2019 tỷ lệ này đạt từ 36,95%-39,89%, đến năm 2020-2021 tỷ lệ này giảm còn lần lượt là 32,42% và 27,95%. Điều này cho thấy mặc dù thu nhập từ dịch vụ ngân hàng bán lẻ có xu hướng tăng trưởng về quy mô, tuy nhiên chi phí phát sinh để phát triển nguồn lực này ngày càng tốn kém.

4. Một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh dịch vụ ngân hàng bán lẻ cho các ngân hàng thương mại Việt Nam

Do hoạt động kinh doanh của NHTM bị chi phối và điều chỉnh bởi các văn bản quy phạm pháp luật về ngân hàng và nhiều luật khác nhau, cho nên thật khó tránh khỏi tình trạng chồng chéo, mâu thuẫn và chưa cập nhật các vấn đề mới trong nền kinh tế công nghệ số thường xuyên thay đổi... đã làm ảnh hưởng không ít đến hoạt động kinh doanh của các ngân hàng. Từ đó, tác giả xin đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động dịch vụ NHBL của các NHTM Việt Nam cụ thể như sau:

Thứ nhất, cần phải xác lập một chiến lược quản lý chi phí hợp lý. Chi phí chỉ có thể được kiểm soát khi ngân hàng thương mại tuân thủ theo các bước kiểm soát chi phí gồm: Bước 1 - Lập định mức chi phí; Bước 2 - Xác định chi phí thực tế; Bước 3 - Xây dựng ý thức tiết kiệm chi phí.

Thứ hai, đa dạng hóa các sản phẩm tín dụng bán lẻ. Các NHTM nên tiên phong trong việc cung ứng các sản phẩm, dịch vụ mới để thu hút khách hàng gia tăng nền tảng khách hàng của ngân hàng. Xây dựng bộ phận nghiên cứu phát triển những sản phẩm dịch vụ mới chưa có ở Việt Nam nhưng những sản phẩm dịch vụ này đã phát triển hầu hết ở các nước khác rất hiệu quả. Đồng thời, giảm bớt sự lệ thuộc với nhà cung cấp trung gian của các dịch vụ hiện có nhằm giảm chi phí và gia tăng nguồn thu nhập phí dịch vụ từ khách hàng cho ngân hàng.

Thứ ba, quản lý và phát triển phân khúc khách hàng tín dụng bán lẻ. Để khai thác mạnh hơn mảng này, dịch vụ ngân hàng điện tử ngày càng được nâng cấp, hoạt động thanh toán thẻ - thanh toán không dùng tiền mặt. Đồng thời, kết hợp với các siêu thị trung tâm, cửa hàng thực hiện hỗ trợ lãi suất mua sắm trả góp các mặt hàng thiết yếu trong gia đình.

Thứ tư, triển khai chính sách thu hút khách hàng, có chính sách lãi suất hợp lý với chất lượng dịch vụ tốt nhất. Ngân hàng nên chú trọng hơn vào công tác tiếp thị, danh mục dịch vụ và các chính sách khác về quan hệ ngân hàng và khách hàng. Trên thực tế, chính sách huy động vốn của các NHTM thay đổi theo từng thời điểm, phụ thuộc vào môi trường

kinh tế xã hội, nguồn vốn và nhu cầu thực tế của ngân hàng vào các thời điểm đầu, giữa và cuối mỗi năm hoạt động, hoặc do đặc thù tính chất mùa vụ của lĩnh vực cho vay. Đồng thời, các NHTM cần hỗ trợ, tư vấn cho khách hàng về các vấn đề liên quan đến tài chính - tiền tệ - ngân hàng, hơn nữa nhân viên ngân hàng cần giúp khách hàng có được danh mục đầu tư và lựa chọn các loại hình hoạt động dịch vụ của ngân hàng, từ đó giúp ngân hàng tăng cường mối quan hệ giữa ngân hàng với khách hàng.

Cuối cùng, kiểm soát nợ xấu, rủi ro trong hoạt động tín dụng bán lẻ. Các NHTM cần tuân thủ nghiêm túc các quy chế, quy trình cho vay do các ngân hàng đã ban hành và hướng dẫn, các văn bản, quy tắc, quy định, liên quan đến hoạt động tín dụng phải được tổ chức, đào tạo và quán triệt để đảm bảo tất cả các cán bộ nhân viên có liên quan đều phải nắm vững hoạt động kinh doanh đầy đủ và chính xác. Hoàn thành xếp hạng tín dụng nội bộ và thực hiện các hoạt động kinh doanh liên quan đến tín dụng theo quy định vay yêu cầu của ngân hàng Nhà Nước.

5. Kết luận

Việc phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại các NHTM Việt Nam là xu thế phát triển lâu dài và bền vững. Các NHTM cung cấp các dịch vụ NHBL đến đối tượng khách hàng cá nhân, các hộ gia đình, các tổ chức và các doanh nghiệp vừa và nhỏ làm gia tăng thị phần cũng như đem lại nguồn thu bền vững cho ngân hàng. Các NHTM cần đẩy mạnh và nhanh hơn nữa trong việc phát triển và mở rộng các dịch vụ sản phẩm NHBL cũng như phát triển mạnh công nghệ số để tăng cường thu hút khách hàng, tăng nguồn thu cho ngân hàng. Một số giải pháp được tác giả đề xuất như cần phải xác lập một chiến lược quản lý chi phí hợp lý, đa dạng hóa các sản phẩm tín dụng bán lẻ, quản lý và phát triển phân khúc khách hàng tín dụng bán lẻ, triển khai chính sách thu hút khách hàng, có chính sách lãi suất hợp lý với chất lượng dịch vụ tốt nhất và kiểm soát nợ xấu, rủi ro trong hoạt động tín dụng bán lẻ nhằm giúp các ngân hàng thương mại có thể phát triển dịch vụ NHBL có hiệu quả hơn trong giai đoạn tới.

Tài liệu tham khảo

Tài liệu trong nước

Bùi Thị Diệp (2020). Xu hướng phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của các ngân hàng thương mại. *Tạp chí tài chính*, số 24, trang 268-276, năm 2020.

Khoa, D. T. (2019). *Fintech trong lĩnh vực ngân hàng tại Việt Nam*, Kỷ yếu Hội thảo: Tương lai của Fintech và ngân hàng-Phát triển và đổi mới, 107-114, Đại học Kinh tế Tp.HCM.

Ngân hàng Nhà Nước (2020). *Báo cáo thường niên*. Nhà xuất bản Thông tin và truyền thông, trang 34-37.

Nguyễn Thanh Bình (2021). Ước lượng hiệu quả hoạt động ngân hàng thương mại Việt Nam. *Tạp chí Tài Chính*, số 10, trang 152-156, năm 2021.

Nhung, V. C & Phương, L. C. M. (2021). Fintech và xu hướng hợp tác với hệ thống ngân hàng thương mại tại Việt Nam. *Tạp chí Thị trường Tài chính tiền tệ*, số 20, 192-201.

Thakor, A.V. (2019). Fintech and banking: what do we know?. *Journal of Financial Intermediation*, Vol. 41, p. 100833.

Trị, Đ. Q. (2021). Cơ hội và thách thức phát triển Fintech tại Việt Nam. *Tạp chí Công Thương*, số 27, tháng 12, 69-78.

Tài liệu nước ngoài

Fintech News Singapore (2020). *A Review of Vietnam's Fintech Industry in 2019*. Retrieved 3 January 2022 from: <https://fintechnews.sg/35968/vietnam/a-review-of-vietnams-fintech-industry-in-2019/>.

Gwahula Raphael (2013). Efficiency of Commercial bank in East Africa: A Non Parametric Approach. *International journal of business and management*, số 8, trang 276-280.

Navaretti, G.B., Calzolari, G. & Pozollo, A.F. (2017). Fintech and Banks: Friends or Foes?. *European Economy 2017.2*, pp. 9-30.