

Khái niệm dịch vụ ngân hàng bán lẻ

Dịch vụ ngân hàng bán lẻ (NHBL) là các dịch vụ dành cho thể nhân như chuyển tiền, tài khoản tiền gửi, cho vay tiêu dùng, thanh toán điện tử, dịch vụ ATM.

Theo Học viện công nghệ châu Á – AIT, dịch vụ NHBL là cung ứng sản phẩm, dịch vụ ngân hàng tới từng cá nhân riêng lẻ, các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua mạng lưới chi nhánh, khách hàng có thể tiếp cận trực tiếp với sản phẩm và dịch vụ ngân hàng thông qua các phương tiện điện tử viễn thông và công nghệ thông tin.

Dễ thấy rằng đối tượng của dịch vụ NHBL là khách hàng cá nhân và hộ kinh doanh nhỏ, đảm bảo cho ngân hàng quản lý rủi ro một cách hữu hiệu, cung ứng dịch vụ chất lượng cao cho khách hàng, định hướng kinh doanh, thị trường sản phẩm mục tiêu, giúp ngân hàng đạt được hiệu quả kinh doanh tối ưu.

Trên thực tế, dịch vụ ngân hàng bán lẻ không hề mới đối với thị trường tài chính VN. Tuy nhiên, đối với đại bộ phận dân cư thì việc tiếp cận và sử dụng dịch vụ bán lẻ, đặc biệt là dịch vụ cho vay tiêu dùng của ngân hàng vẫn còn hạn chế.

Vai trò của dịch vụ NHBL

Dịch vụ NHBL mang lại rất nhiều ích lợi cho cả phía nhà cung cấp dịch vụ và cả phía khách hàng. Nói cách khác, dịch vụ NHBL đã mang lại lợi ích cho toàn xã hội và cho cả nền kinh tế. Nền kinh tế tăng trưởng, trong đó có phần đóng góp của ngành tài chính – ngân hàng mà trong đó dịch vụ NHBL là một trong những thành tố quan trọng.

Xét trên giác độ tài chính và quản trị ngân hàng, dịch vụ NHBL mang lại nguồn thu ổn định, chắc chắn cho các NHTM, hạn chế những rủi ro hình thành bởi các nhân tố bên ngoài vì đây là lĩnh vực ít chịu ảnh hưởng của chu kỳ kinh tế. Ngoài

Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại các ngân hàng thương mại VN

TRẦN HUY HOÀNG (*)



ra, dịch vụ NHBL còn 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, góp phần đa dạng hóa hoạt động ngân hàng.

Đối với khách hàng, dịch vụ NHBL đem đến sự thuận tiện, an toàn, tiết kiệm cho khách hàng trong quá trình thanh toán và sử dụng nguồn thu nhập của mình.

Hoạt động NHBL ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong hoạt động của các NHTM trên thế giới, các NHBL toàn cầu sẽ đóng vai trò chủ đạo trong danh sách 20 ngân hàng toàn cầu hàng đầu theo xếp hạng của tạp chí *The Banker* vào năm 2015.

Việc phát triển các dịch vụ NHBL tại các ngân hàng VN hiện nay có thể cho rằng đã phù hợp với

xu thế phát triển chung, tất yếu của thế giới. Chiến lược này giúp các ngân hàng có thể phục vụ đối tượng khách hàng là cá nhân và hộ kinh doanh nhỏ, đảm bảo cho các ngân hàng quản lý rủi ro hữu hiệu, cung ứng dịch vụ chất lượng cao cho khách hàng, định hướng kinh doanh, thị trường sản phẩm mục tiêu, giúp ngân hàng đạt hiệu quả kinh doanh tối ưu.

Những thuận lợi

Thứ nhất, nhìn vào cơ cấu dân số học VN thấy rằng người trẻ chiếm phần lớn và thu nhập đang gia tăng. Người dân VN đã có thói quen mở tài khoản và chi tiêu cho mua sắm ngày càng nhiều hơn.

Thứ hai, mật độ phục vụ của hệ thống ngân hàng ở VN còn rất thấp so với các nước trong khu vực. Hiện nay mật độ sử dụng hệ thống ngân

(*) Phó giáo sư, tiến sĩ, Đại học kinh tế TP HCM

hàng ở VN trung bình chỉ đạt 5-6%, ở một số đô thị mật độ này cao hơn, khoảng 22%. Trong khi đó, mật độ này ở Thái Lan hay Malaysia là 70-80%. Điều này cho thấy cơ hội của thị trường của ngân hàng bán lẻ ở VN là rất lớn.

Thứ ba, nhiều ngân hàng lớn không muốn tham gia vào khu vực tín dụng cá nhân nên thị trường này vẫn còn chứa đựng nhiều tiềm năng và triển vọng cho những ngân hàng ngay từ bây giờ cần phải mở rộng mạng lưới như một điều kiện tiên quyết để giành lấy thị trường trước khi quá muộn.

Thứ tư, theo dự đoán của các chuyên gia ngân hàng, trong vòng 10 năm tới, tốc độ tăng trưởng của ngân hàng bán lẻ sẽ là 30-40% và sẽ đạt mật độ sử dụng dịch vụ ngân hàng của người dân sẽ ngang bằng với Thái Lan hay Malaysia. Ngoài ra, Chính phủ VN cũng đang có những chủ trương khuyến khích ngân hàng thương mại ngoài quốc doanh, kể cả ngân hàng nước ngoài, tham gia sâu hơn vào hoạt động NHBL tại VN.

Khó khăn

Khó khăn lớn nhất hiện nay là nền tảng về công nghệ của các ngân hàng trong nước vẫn còn kém phát triển. Khi dịch vụ NHBL phát triển, số lượng khách hàng cá nhân lớn, cơ sở hạ tầng chưa được đầu tư đầy đủ, thông tin khách hàng không dễ tra cứu khiến các ngân hàng lo ngại. Mặt khác, do lưu lượng công việc qua các hệ thống ngân hàng tăng lên, khiến các NHTM phải tính đến xây dựng hệ thống phần mềm sao cho đáp ứng được hoạt động quản lý khách hàng. Điều này đã buộc ngân hàng đầu tư vốn lớn khi mở rộng hệ thống phục vụ khách hàng cá nhân.

Ngoài yếu tố kỹ thuật nêu trên, các ngân hàng cũng phải tính đến quy trình đưa ra những sản phẩm mới nhằm đa dạng hoá sản phẩm, dịch vụ: Đây là yếu tố tiên quyết, tạo nên lợi thế cạnh tranh, tạo nên sự

khác biệt của các NHTM. Các NHTM vẫn chưa quan tâm phát triển các sản phẩm, dịch vụ có hàm lượng công nghệ cao, đặc biệt là các sản phẩm, dịch vụ phục vụ thanh toán phi tiền mặt như thẻ, tài khoản,... chưa đẩy mạnh công tác tiếp thị và chăm sóc khách hàng, thúc đẩy các hoạt động bán và phát triển các kênh bán sản phẩm.

Một vấn đề khác là khó bỏ được thói quen chỉ phân phối "qua quầy" của các NHTM trong nước. Với thói quen này, thời gian qua, trong quá trình đa dạng hoá kênh phân phối, các NHTM đã lựa chọn giải pháp mở rộng mạng lưới các chi nhánh, các phòng giao dịch mà không chú ý phát triển thêm các kênh phân phối hiện đại như: đầu tư hệ thống máy ATM, phát triển loại hình giao dịch tại nhà, qua điện thoại, Internet,... Tại các nước phát triển, một xu hướng rõ rệt đã xuất hiện đó là việc đóng dần các chi nhánh ngân hàng, thay vào đó các ngân hàng tăng cường các dịch vụ ngân hàng tự phục vụ (như ATM, self-service outlets...), tăng cường các kênh ngân hàng điện tử (qua Internet, mobile, phone,...).

Một thách thức nữa là tỷ lệ nợ quá hạn của các ngân hàng được quy định chung không quá 5%, mà chưa có tỷ lệ áp dụng riêng cho lĩnh vực DVNH bán lẻ. Quy định này đã trở thành rào cản cho sự phát triển của dịch vụ NHBL ở VN.

Vẫn còn thiếu một hành lang pháp lý đồng bộ cho việc phát triển dịch vụ NHBL:

Nhà nước cần tạo một hành lang pháp lý đồng bộ, tạo điều kiện cho dịch vụ bán lẻ phát triển nhằm gia tăng lợi thế cạnh tranh của các ngân hàng thương mại nội địa, bên cạnh sự nỗ lực của chính DN ngân hàng. Liên quan đến dịch vụ bán lẻ tức là liên quan đến quan hệ dân sự giữa người đi vay và người cho vay. Quan hệ dân sự này cần được thể chế rõ ràng, minh bạch trong quy định, nghĩa vụ của người vay. Luật dân sự,

văn bản hướng dẫn Luật dân sự, Luật đất đai... cần có những quy định cụ thể để bảo vệ quyền lợi của người cho vay. Đồng thời, các cơ quan thực thi pháp luật cũng phải chú ý giải quyết các vụ tranh chấp, hỗ trợ, giúp ngân hàng thu hồi nợ tồn đọng. Bên cạnh đó, về phía thị trường cần hình thành thị trường mua bán lại (thị trường thứ cấp) các khoản nợ nhỏ lẻ trong cho vay tiêu dùng.

Các NHTM hiện còn bị gò bó vì môi trường chính sách của Nhà nước là chưa đồng bộ, chưa tạo điều kiện cho dịch vụ NHBL phát triển. Thời gian qua các NHTM vẫn phải hoạt động trong môi trường pháp lý chồng chéo và thậm chí lạc hậu. Nhiều ngân hàng muốn đổi mới đã phải tính đến chuyện "lách luật". Các quy định thiên về thủ tục, giấy tờ khiến cho các NHTM dù muốn vẫn khó lòng giản tiện các quy trình, thủ tục cho khách hàng. Sự liên kết giữa các ngân hàng trong phân phối sản phẩm bán lẻ vẫn còn lỏng lẻo.

Có thể thấy các NHTM trong nước chưa có sự liên kết trong việc cung ứng các sản phẩm, dịch vụ NH bán lẻ dù trong từng ngân hàng đều có các sản phẩm, dịch vụ này, đặc biệt là các sản phẩm thẻ (ngoại trừ liên minh thẻ VCB cùng 17 NHTM cổ phần). Thẻ do ngân hàng nào phát hành thì chỉ thanh toán được trên hệ thống ATM và POS của ngân hàng đó đã gây không ít khó khăn cho người sử dụng. Nguyên nhân có thể kể ra như trình độ và năng lực công nghệ của các NH còn hạn chế, vai trò của NH nhà nước còn mờ nhạt...

Giải pháp phát triển

1. Hoàn thiện các quy định pháp lý về nghiệp vụ và dịch vụ NH:

Các quy định pháp lý điều chỉnh hoạt động ngân hàng do nhiều cấp và nhiều cơ quan ban hành, điều này đòi hỏi phải hoàn thiện môi trường pháp lý một cách đầy đủ, đồng bộ và thống nhất về các loại hình dịch vụ theo hướng đơn giản, dễ hiểu, dễ phổ cập,

phù hợp với thông lệ và chuẩn mực quốc tế, vừa bảo vệ lợi ích chính đáng của khách hàng vừa bảo vệ quyền lợi của ngân hàng.

2. Đa dạng hóa các kênh phân phối và thực hiện phân phối có hiệu quả:

Trong xu thế hội nhập, cạnh tranh trên thị trường NHBL ngày càng gay gắt, phát triển dịch vụ NHBL được xác định là một định hướng chiến lược quan trọng của các NHTM VN. Ngoài việc phát triển các kênh phân phối truyền thống như mở rộng các chi nhánh, các phòng giao dịch, các NHTM cần nghiên cứu và ứng dụng các kênh phân phối hiện đại, đồng thời tăng cường quản lý phân phối nhằm tối đa hóa vai trò của từng kênh phân phối, đáp ứng được yêu cầu giao dịch ở mọi lúc, mọi nơi như:

Tăng cường hiệu quả và khả năng tự phục vụ của hệ thống ATM nhằm cung cấp nhiều loại dịch vụ khác nhau với chi phí rẻ hơn, nâng cấp hệ thống ATM thành những "ngân hàng thu nhỏ" trải đều khắp các tỉnh, thành phố. Đồng thời, phát triển mạng lưới các điểm chấp nhận thẻ và tăng cường liên kết giữa các NHTM để nâng cao hiệu quả và mở rộng khả năng sử dụng thẻ ngân hàng.

Phát triển loại hình ngân hàng điện tử (e.Banking) bao gồm Internet banking, Home banking, Mobile banking, Phone banking...

Mở rộng các kênh phân phối qua các đại lý như: đại lý chi trả kiểu hối, đại lý phát hành thẻ ATM, đại lý thanh toán.

3. Thành lập bộ phận nghiên cứu chuyên trách phát triển sản phẩm:

Để có thể đa dạng hóa sản phẩm là điểm mạnh và mũi nhọn để phát triển dịch vụ ngân hàng cá nhân, các NH cần hình thành bộ phận nghiên cứu chuyên trách phát triển sản phẩm. Trong đó, tập trung vào những sản phẩm có hàm lượng

công nghệ cao, có đặc điểm nổi trội trên thị trường nhằm tạo sự khác biệt trong cạnh tranh, tận dụng các kênh phân phối mới để đa dạng hóa sản phẩm, mở rộng và phát triển tín dụng tiêu dùng.

4. Phát triển nguồn nhân lực:

Việc tuyển dụng và đào tạo nhân lực cho phù hợp với chức năng và nghiệp vụ thực hiện dịch vụ NHBL cần được thực hiện theo đúng tiêu chuẩn đã được thương xuyên tổ chức các cuộc tập huấn, nâng cao nghiệp vụ và trình độ của nhân viên ngân hàng.

5. Quảng bá rộng rãi các dịch vụ NHBL:

Do phần lớn đối tượng phục vụ của dịch vụ NHBL là các cá nhân, việc quảng bá, tiếp thị các sản phẩm dịch vụ đóng vai trò cực kỳ quan trọng, có lợi cho cả ngân hàng và khách hàng. Ngành cần phải giúp khách hàng có thông tin cập nhật về dịch vụ NHBL, nắm được cách thức sử dụng và lợi ích của các sản phẩm dịch vụ NHBL; lên các kế hoạch PR, các chương trình dự thưởng khuyến mãi lớn giành cho các đối tượng tham gia sử dụng dịch vụ NHBL; phối hợp với các doanh nghiệp để quảng bá, tiếp thị những tiện ích của dịch vụ NHBL đến các nhân viên, doanh nghiệp đó.

6. Tăng cường nghiệp vụ chăm sóc khách hàng:

Để giữ được khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ NHBL, các ngân hàng cần có bộ phận chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp. Thông qua bộ phận chăm sóc khách hàng, ngân hàng sẽ tìm hiểu các nhu cầu và nguyện vọng của khách hàng, cũng như ưu tiên lựa chọn các dịch vụ từ phía khách hàng. Chính từ những thông tin quý giá này, ngân hàng sẽ có một chiến lược phù hợp để phát triển dịch vụ NHBL.

7. Tập trung phát triển công nghệ thông tin:

Vì đây chính là chìa khóa của chiến lược phát triển dịch vụ NHBL,

làm nền tảng phát triển kinh doanh và mở rộng các loại hình dịch vụ mới theo hướng tăng cường ứng dụng khoa học kỹ thuật và công nghệ tiên tiến. Tăng cường xử lý tự động trong tất cả qui trình tiếp nhận yêu cầu khách hàng, thẩm định và xử lý thông tin, nâng cao chất lượng dịch vụ, đảm bảo tính bảo mật và an toàn trong kinh doanh.

8. Các giải pháp khác:

Các NHTM cần có sự kết nối với nhau để tận dụng về cơ sở vật chất, như máy rút tiền tự động thì 1 thẻ có thể rút ở nhiều máy của nhiều ngân hàng khác nhau, tránh tình trạng gây lãng phí cơ sở vật chất, vốn liếng đầu tư máy móc thiết bị. Ngoài ra, sự liên kết còn giúp cho các NHTM có thể mở rộng phạm vi trang bị máy móc thiết bị, tạo thuận lợi hơn cho khách hàng.

Ngân hàng Nhà nước cần xây dựng danh mục dịch vụ NHBL theo chuẩn mực quốc tế, đảm bảo dịch vụ NHBL phát triển phù hợp với xu thế và không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ.

Các NHTM nhanh chóng xây dựng hệ thống chấm điểm khách hàng cá nhân nhằm giảm thiểu rủi ro và có thể ra quyết định cho vay một cách nhanh chóng, chính xác.

Quá trình phát triển và hoàn thiện NHBL phải được thực hiện từng bước, vững chắc, đồng thời có bước đột phá để tạo đà phát triển nhanh chóng trên cơ sở giữ vững thị phần đã có và mở rộng thị trường, tạo nhiều tiện ích cho người sử dụng dịch vụ, kết hợp hài hòa lợi ích khách hàng với lợi ích của ngân hàng và có lợi cho nền kinh tế ■

Tài liệu tham khảo

- Tài liệu hội thảo khoa học "Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ của các NHTM Việt Nam", Hà Nội ngày 26 tháng 12 năm 2006.
- Tạp chí *The Banker*, "Thị trường dịch vụ ngân hàng bán lẻ - Cuộc cạnh tranh quyết định tương lai của các ngân hàng". Số phát hành ngày 16 tháng 10 năm 2006.
- www.sbv.gov.vn
- www.vneconomy.vn