

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

BỘ TÀI CHÍNH

HỌC VIỆN TÀI CHÍNH



ĐINH VĂN CHỨC

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG CỦA CÁC NGÂN
HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Ở VIỆT NAM**

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Hà Nội, 2021

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

BỘ TÀI CHÍNH

HỌC VIỆN TÀI CHÍNH



ĐINH VĂN CHỨC

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG CỦA CÁC NGÂN
HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Ở VIỆT NAM**

Chuyên ngành: Tài chính - Ngân hàng

Mã số: 9.34.02.01

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

**Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS, TS. Phạm Ngọc Dũng
2. TS. Chu Thị Thủy Chung**

Hà Nội, 2021

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong những năm vừa qua, cùng với những thay đổi của môi trường kinh doanh, công nghệ, nhu cầu sử dụng các sản phẩm dịch vụ tài chính của người dân, vốn đầu tư nước ngoài, chính sách tài chính hay việc tái cơ cấu hệ thống ngân hàng, sự chuyển dịch mô hình kinh doanh theo hướng giảm bớt sự phụ thuộc vào hoạt động tín dụng và tăng thu nhập từ hoạt động dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam đã trở thành xu hướng tất yếu khách quan.

Dịch bệnh Covid-19 từ cuối năm 2019 đến nay với phạm vi ảnh hưởng trên toàn thế giới vừa đặt yêu cầu bức thiết, đồng thời cũng là động lực để đẩy mạnh tiến trình phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTMCP, đa dạng hóa và hướng tới số hóa dân các nghiệp vụ phi tín dụng. Việc giảm tăng trưởng tín dụng cũng là cơ hội tốt để các ngân hàng điều chỉnh danh mục cho vay hướng tới một khâu vị rủi ro mới an toàn và bền vững hơn, giảm tỷ trọng tín dụng, tăng tỷ trọng dịch vụ phi tín dụng.

Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt gắn với quá trình hội nhập và tự do hoá tài chính hiện nay, việc phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTM nhà nước đang gặp phải nhiều hạn chế, thách thức. Do vậy, việc nghiên cứu và phát triển các dịch vụ phi tín dụng được coi là một chiến lược cạnh tranh và điều kiện để tồn tại và phát triển bền vững của các NHTM. Xuất phát từ tình hình và những đòi hỏi khách quan của thực tiễn, Nghiên cứu sinh (NCS) đã chọn đề tài: **“Phát triển dịch vụ phi tín dụng của các Ngân hàng thương mại cổ phần ở Việt Nam”**.

2. Tổng quan các công trình nghiên cứu có liên quan

2.1 Các công trình nghiên cứu ở nước ngoài

- Reynold E.Byers, Phillip J.Lederer (2015), *A Model of Traditional, Electronic, and Mixed Distribution Choices* [70] Nghiên cứu nhận định thiết kế chiến lược phát triển dịch vụ NHBL gồm mô hình NH truyền thống, NH số và sự kết hợp giữa NH truyền thống và NH số đóng vai trò quan trọng đối với ngành ngân hàng.

- Ilias Santouridis, Maria Kyritsi (2014)- *Investigating the Determinants of Internet Banking Adoption in Greece*. [60] Nghiên cứu tập trung vào các sản phẩm dịch vụ ngân hàng ứng dụng Internet cùng những thay đổi căn bản việc ứng dụng

Internet tạo ra trong cách thức hoạt động kinh doanh của các NHTM.

- Chien-Chiang Lee, Shih-Jui Yang, Chi-Hung Chang (2014) - *Non-interest income, profitability, and risk in banking industry. A cross-country analysis* [52]

Nghiên cứu đã được nhóm tác giả lựa chọn thực hiện trên một mẫu tương đối lớn gồm 967 NHTMCP nhằm chỉ ra mối quan hệ giữa thu nhập từ hoạt động DVPTD

- Tiago Oliveira, Miguel Faria, Manoj Abraham Thomas, Ales Popovic (2014)- *Extending the understanding of mobile banking adoption: When UTAUT meets TTF and ITM* [76] Nghiên cứu của nhóm tác giả tập trung vào mô hình về tầm quan trọng và mối quan hệ giữa nhận thức của người sử dụng Mobile Banking (Mbanking), tin tưởng ban đầu trong dịch vụ Mbanking, và sự phù hợp giữa công nghệ và Mbanking.

- Valeria Arina Balaceanu (2011), *Promoting banking services and products*, Luận án tiến sĩ kinh tế [78] Luận án của tác giả đã phân tích các yếu tố của các DV Ngân hàng, sự phát triển của DV Ngân hàng và thị trường DV Ngân hàng.

- Cassy Glesson và Akua Soadwa (2008), *Survey of retail bank services in New York*. [50] Nghiên cứu đã tiến hành khảo sát 207 NHBL tại New York để hiểu rõ thêm về các hàng hóa và SPDV mà các NH này cung cấp.

- Brunner, A.Decressin, J.Hardy, D.Kudela (2004), *Germany's threepillar banking system: Cross-country perspectives in Europe* [49] Nghiên cứu làm rõ khái niệm về dịch vụ NHBL và đưa ra những nghiên cứu định lượng về đóng góp của dịch vụ này trong sự tăng trưởng của các ngân hàng thương mại.

2.2 Tổng quan các công trình nghiên cứu trong nước

2.2.1. Các nghiên cứu về dịch vụ ngân hàng, dịch vụ phi tín dụng của NHTM

- Nguyễn Thị Hồng Yến (2015), *Phát triển dịch vụ Ngân hàng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và phát triển Việt Nam*, Luận án tiến sĩ. [45] Luận án đã đi sâu phân tích việc phát triển dịch vụ Ngân hàng nói chung tại Ngân hàng BIDV.

- Tô Khánh Toàn (2014), *Phát triển dịch vụ Ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng thương mại cổ phần Công thương Việt Nam*, Luận án tiến sĩ. [41] Nghiên cứu tập trung vào các dịch vụ Ngân hàng bán lẻ truyền thống và hiện đại.

- Luận án tiến sĩ của tác giả Nguyễn Thành Công với đề tài “*Chất lượng dịch vụ Tài chính – Ngân hàng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*”(2017) [2] trên

cơ sở vận dụng mô hình SERVQUAL để nghiên cứu chất lượng dịch vụ tại hệ thống ngân hàng thương mại Việt nam.

- TS. Nguyễn Thị Hồng Yến, ThS. Nguyễn Chí Dũng với bài viết “*Một số kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng*”, tạp chí tài chính tháng 04/2017 [46] Bài viết dựa trên những nghiên cứu kinh nghiệm phát triển bền vững của một số NHTM tiêu biểu nước ngoài; đồng thời chỉ ra thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng của một số ngân hàng ở Việt Nam để rút ra những bài học về phát triển dịch vụ của các NHTMVN

2.2.2. Các nghiên cứu về phát triển dịch vụ phi tín dụng của Ngân hàng Thương mại.

- Phan Thị Linh (2015), *Phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các ngân hàng thương mại nhà nước*, Luận án tiến sĩ kinh tế [17] Luận án đã hệ thống toàn diện cơ sở lý luận và phân tích thực trạng về dịch vụ phi tín dụng của hệ thống ngân hàng thương mại nhà nước.

- Phạm Anh Thủy (2013), *Phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*, Luận án tiến sĩ [40] Luận án đã hệ thống một cách toàn diện cơ sở lý luận về DVPTD ngân hàng, phân tích thực trạng phát triển DVPTD của hệ thống NHTMVN, luận án sử dụng mô hình để đo lường sự hài lòng của KH.

- TS. Đỗ Quang Trị với bài viết “*Xu hướng tăng quy mô và tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ phi tín dụng trong tổng thu nhập của ngân hàng thương mại Việt Nam*”, tạp chí ngân hàng số 23/2018 [42] Bài viết chỉ rõ xu hướng phát triển các dịch vụ ngân hàng tiện ích và hiện đại

- Tác giả Đoàn Thị Hồng Nga với bài viết “*Nghiên cứu sự biến đổi của sản phẩm dịch vụ ngân hàng thời kỳ Cách mạng công nghiệp 4.0*” [22], tạp chí tài chính tháng 07/2019. Trong bài viết này, tác giả đã chỉ rõ những cơ hội, thách thức của cuộc Cách mạng công nghiệp 4.0 đến dịch vụ sản phẩm ngân hàng ngành Ngân hàng

2.3. Đánh giá tình hình nghiên cứu của các công trình đã công bố, khoảng trống nghiên cứu và các câu hỏi cần giải quyết

2.3.1. Những kết quả nghiên cứu có thể kế thừa và phát triển

- Thứ nhất, các kết quả nghiên cứu ở nước ngoài đã chỉ ra được cơ sở lý luận, thực trạng dịch vụ phi tín dụng và chất lượng dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP.

- Thứ hai, đối với các nghiên cứu tại Việt Nam, đa số các công trình nghiên cứu đi sâu nghiên cứu về các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng và mối tương quan giữa các sản phẩm DVPTD với hiệu quả hoạt động, doanh thu, chi phí và lợi nhuận của NHTM.

2.3.2. Khoảng trống nghiên cứu

2.3.2.1. Về mặt lý luận

Hầu hết các nghiên cứu trên thế giới đều đưa ra rất nhiều những khái niệm khác nhau, theo nhiều quan điểm chuẩn mực khác nhau về DVPTD. Đối với những nghiên cứu ở Việt Nam, hầu hết cũng chưa khái quát được một khái niệm thuần Việt. Điều đó gây hạn chế cho việc đưa ra hệ thống tiêu chí đánh giá, đo lường mức độ phát triển của dịch vụ phi tín dụng tại các NHTMCP.

2.3.2.2. Về mặt thực tiễn

- Hầu hết các nghiên cứu chỉ tập trung vào một hoặc một nhóm Ngân hàng như nhóm các NHTM Nhà nước mà chưa có một nghiên cứu nào theo sự hiểu biết của tác giả nghiên cứu tổng quan về toàn bộ thị trường Ngân hàng Việt Nam hoặc nghiên cứu về 11 Ngân hàng tiêu biểu trong ngành Ngân hàng.

- Các nghiên cứu tập trung phân tích tổng thể hoạt động phi tín dụng tại các tổ chức NHTMCP nói chung trong khoảng thời gian trước 2011.

Vì vậy, đề tài **“Phát triển dịch vụ phi tín dụng của các Ngân hàng thương mại cổ phần ở Việt Nam”** được phát triển nhằm bổ sung phần nghiên cứu về cơ sở lý luận và từ cơ sở lý luận trên vận dụng trong điều kiện thực tiễn thực hiện tại các NHTMCP Việt Nam từ năm 2015 - 2019, từ đó đề xuất các giải pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTMCP Việt Nam cho giai đoạn 2021- 2025 và tầm nhìn đến năm 2030.

3. Mục tiêu nghiên cứu

Đề xuất các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ phi tín dụng của các Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu chính của luận án là các vấn đề lý luận và thực tiễn về việc phát triển DVPTD của các NHTMCP Việt Nam.

- Phạm vi nghiên cứu:

+ Phạm vi không gian: Luận án tập trung phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ phi tín dụng của hệ thống Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam; mà đặc biệt chú trọng vào 11 NHTMCP Việt Nam.

+ Phạm vi thời gian: Nghiên cứu được thực hiện giai đoạn từ năm 2015-2019

+ Phạm vi nội dung: Nghiên cứu tập trung vào các DVPTD tiêu biểu đang tồn tại trong hệ thống NHTMCP Việt Nam. Giới hạn nghiên cứu là tại ngân hàng mẹ.

5. Phương pháp nghiên cứu

NCS sử dụng các phương pháp:

- + Phương pháp phân tích – tổng hợp
- + Phương pháp so sánh – đối chiếu
- + Phương pháp thống kê phân tích
- + Phương pháp hệ thống hóa
- + Phương pháp suy luận logic
- + Phương pháp thực nghiệm

5. Những đóng góp mới của Luận án

- Về mặt lý luận: từng bước luận giải nhằm góp phần đưa ra và làm rõ nhất khái niệm phát triển dịch vụ phi tín dụng Ngân hàng, từ đó xây dựng bộ tiêu chí đánh giá đầy đủ cho sự phát triển dịch vụ phi tín dụng Ngân hàng

- Về mặt thực tiễn:

+ Luận án đã sử dụng tối đa nguồn số liệu thứ cấp để phân tích thực trạng phát triển dịch vụ phi tín dụng tại 11 Ngân hàng TMCP Việt Nam điển hình trong khoảng giai đoạn từ năm 2015-2019;

+ Việc nghiên cứu không chỉ rộng về mặt số lượng Ngân hàng nghiên cứu mà còn đi sâu phân tích được một cách đầy đủ nhất theo từng nhóm sản phẩm dịch vụ

cung ứng tương đồng của các Ngân hàng trên thị trường.

+ Quá trình xây dựng luận án được tiến hành dựa trên một khảo sát lớn với 550 khách hàng (gồm nhiều đối tượng khách hàng khác nhau với cả khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp) và một khảo sát chuyên gia với 110 cán bộ làm công tác quản lý tại 11 Ngân hàng điển hình được lựa chọn.

6. Kết cấu của luận án

Ngoài phần mở đầu và kết luận cùng các danh mục bảng, danh mục hình,... luận án được bố cục thành 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP

Chương 2: Thực trạng phát triển DVPTD của các NHTMCP Việt Nam

Chương 3: Giải pháp phát triển DVPTD của các NHTMCP ở Việt Nam

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. LÝ LUẬN VỀ DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG CỦA NHTM

1.1.1. Dịch vụ ngân hàng

1.1.1.1. *Khái niệm dịch vụ ngân hàng*

Dịch vụ ngân hàng là các nghiệp vụ ngân hàng cung cấp cho khách hàng những tiện ích theo nhu cầu của khách hàng như nhận tiền gửi, cho vay, thanh toán, các dịch vụ về ngoại hối, bảo lãnh, tư vấn...

1.1.1.2. *Đặc điểm của sản phẩm dịch vụ ngân hàng*

- Tính vô hình
- Tính không thể tách biệt
- Tính không ổn định và khó xác định
- Tính không đồng nhất
- Dòng thông tin hai chiều
- Tính đa dạng phong phú và không ngừng phát triển

1.1.1.3. *Phân loại dịch vụ ngân hàng theo tính chất nguồn thu*

- **Dịch vụ tín dụng:** là hoạt động cấp tín dụng cho các tổ chức dưới các hình thức: Cho vay, chiết khấu, bảo lãnh, cho thuê tài chính và các hình thức khác
- **Dịch vụ phi tín dụng:** là những dịch vụ được ngân hàng cung cấp tới khách hàng để đáp ứng nhu cầu về tài chính, tiền tệ của khách hàng nhằm trực tiếp hoặc gián tiếp đem lại cho ngân hàng một khoản thu nhập bằng các khoản phí xác định thu được từ khách hàng, không bao gồm dịch vụ tín dụng.

1.1.2. Dịch vụ phi tín dụng

1.1.2.1. *Khái niệm dịch vụ phi tín dụng*

Dịch vụ phi tín dụng là các dịch vụ tài chính, tiền tệ được ngân hàng cung cấp, đáp ứng nhu cầu của khách hàng nhằm trực tiếp hoặc gián tiếp đem lại cho ngân hàng một khoản thu nhập, không bao gồm dịch vụ tín dụng.

1.1.2.2. Các loại hình dịch vụ phi tín dụng

- + Dịch vụ tiền gửi, tài khoản thanh toán và ngân quỹ
- + Dịch vụ thẻ
- + Dịch vụ ngân hàng điện tử
- + Dịch vụ kinh doanh ngoại hối
- + Dịch vụ bảo lãnh (thu phí)
- + Dịch vụ ủy thác
- + Dịch vụ tư vấn
- + Dịch vụ ngân hàng giám sát
- + Dịch vụ môi giới tiền tệ
- + Các dịch vụ phi tín dụng khác

1.2. QUAN NIỆM VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG

1.2.1. Khái niệm phát triển dịch vụ phi tín dụng

- + Phát triển cả chiều rộng và chiều sâu
- + Phát triển phù hợp với khả năng kiểm soát và nhu cầu thị trường

1.2.2. Vai trò của phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các ngân hàng thương mại

+ Đối với ngân hàng

- Dịch vụ phi tín dụng có khả năng đem lại lợi nhuận cao cho các ngân hàng do chi phí thấp.
- Dịch vụ phi tín dụng không đòi hỏi các ngân hàng sử dụng nhiều nguồn vốn
- Dịch vụ phi tín dụng giúp các ngân hàng hạn chế rủi ro vì tương đối an toàn và rủi ro thấp
- Dịch vụ phi tín dụng giúp các ngân hàng quan tâm việc tuyển chọn và đào tạo lại cán bộ
- Dịch vụ phi tín dụng giúp các ngân hàng quan tâm quảng bá thương hiệu và khảo sát nhu cầu thị trường
- Phát triển dịch vụ phi tín dụng là phù hợp với xu thế phát triển của ngành ngân hàng

- Dịch vụ phi tín dụng giúp các ngân hàng hợp tác cùng phát triển

+ Đối với nền kinh tế:

- Đáp ứng nhu cầu về các dịch vụ ngân hàng đang ngày một tăng cao của nền kinh tế

- Yêu cầu hiện đại hóa hoạt động ngân hàng đáp ứng yêu cầu xây dựng, phát triển nền kinh tế hiện đại

1.2.3. Nhân tố tác động đến phát triển dịch vụ phi tín dụng

Những nhân tố tác động đến phát triển dịch vụ phi tín dụng của NHTMCP chia thành 2 nhóm:

+ Nhân tố xuất phát từ phía ngân hàng gồm các nhân tố: năng lực tài chính, hạ tầng công nghệ thông tin, năng lực quản trị điều hành và chiến lược nguồn nhân lực hiệu quả, kênh phân phối, chính sách khách hàng, danh tiếng và thương hiệu của ngân hàng cung cấp

+ Nhân tố xuất phát từ môi trường bên ngoài gồm các nhân tố: cơ sở pháp lý, mức độ hội nhập kinh tế quốc tế và cạnh tranh trong nội bộ ngành, tăng trưởng phát triển kinh tế và môi trường xã hội, tình hình chính trị và trật tự an toàn xã hội, nhu cầu của khách hàng, chính sách của chính phủ, đối thủ cạnh tranh

1.2.4. Các chỉ tiêu phản ánh sự phát triển dịch vụ phi tín dụng

Mức độ phát triển dịch vụ phi tín dụng được đo lường bằng các tiêu chí sau:

Thứ nhất, nhóm các chỉ tiêu phản ánh phát triển dịch vụ phi tín dụng về quy mô gồm: mức độ gia tăng doanh số và thu nhập cho ngân hàng, sự gia tăng số lượng khách hàng và thị phần, mức tăng số lượng dịch vụ, mức độ tăng trưởng số lượng kênh phân phối hiện đại

Thứ hai, nhóm các chỉ tiêu phản ánh phát triển dịch vụ phi tín dụng về chất lượng dịch vụ gồm tăng tiện ích và an toàn cho sản phẩm, mức độ đáp ứng nhu cầu khách hàng.

1.4. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG CỦA MỘT SỐ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VÀ BÀI HỌC CHO CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM

Luận án phân tích kinh nghiệm phát triển dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng Hang Seng Bank (Hong Kông), ngân hàng Standard Chartered và ngân hàng Citibank (Nhật Bản) từ đó rút ra 5 bài học kinh nghiệm cho các NHTMCP Việt Nam

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Trong chương 1, luận án đã trình bày tổng hợp có hệ thống những lý luận cơ bản về dịch vụ ngân hàng, dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP, kinh nghiệm phát triển dịch vụ phi tín dụng của một số NHTMCP trên thế giới và bài học cho các NHTMCP Việt Nam.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM

2.1. Khái quát về các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam

Trong nội dung này, luận án khái quát về lịch sử hình thành và phát triển, cơ cấu tổ chức, mạng lưới hoạt động của hệ thống các NHTMCP Việt Nam và kết quả hoạt động kinh doanh của các NHTMCP Việt Nam giai đoạn 2015 – 2019

2.2. Thực trạng phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam giai đoạn 2015 – 2019 theo các tiêu chí định lượng

2.2.1 Thực trạng phát triển từng dịch vụ phi tín dụng

2.2.1.1 Dịch vụ tài khoản tiền gửi, thanh toán, ngân quỹ

a. Dịch vụ tài khoản tiền gửi

Các sản phẩm huy động vốn cơ bản của các NHTMCP Việt Nam hiện nay là:

Bảng 2.1 Các sản phẩm huy động vốn của các NHTMCP Việt Nam

| Hình thức huy động | Khách hàng cá nhân | Khách hàng doanh nghiệp |
|--------------------------------|--|--|
| 1. Tiền gửi | Tiền gửi thanh toán (VND,USD), Tiền gửi thanh toán linh hoạt (VND, USD), Tiền gửi lãi suất thả nổi - Tiền gửi đầu tư trực tuyến, Tiền gửi có kỳ hạn (VND và USD), Tiền gửi ký quỹ bảo đảm thanh toán thẻ. | Tiền gửi thanh toán (VND và USD), Tiền gửi thanh toán linh hoạt (VND, USD), Tiền gửi lãi suất thả nổi - Tiền gửi đầu tư trực tuyến, Tiền gửi có kỳ hạn (VND và USD), Tiền gửi ký quỹ Tài khoản chuyên thu, chuyên chi Tài khoản đầu tư tự động |
| 2. Tiết kiệm | Tiết kiệm KKH (VND, USD), Tiết kiệm có kỳ hạn (VND, USD), Tiết kiệm trực tuyến Tiết kiệm kỳ hạn linh hoạt Tích lũy kiểu hồi Tiết kiệm thường Tiết kiệm tự động Tiết kiệm trả lãi định kỳ Tiết kiệm trả lãi trước Tiết kiệm lãi suất thả nổi | |
| 3. Phát hành giấy tờ có giá | Kỳ phiếu Chứng chỉ tiền gửi Trái phiếu | Kỳ phiếu Chứng chỉ tiền gửi Trái phiếu |
| 4. Các hình thức huy động khác | Các công cụ tài chính phái sinh tiền tệ Các khoản phải trả | Các công cụ tài chính phái sinh tiền tệ Các khoản phải trả |

Nguồn: Tổng hợp của NCS từ [25] [26] [27] [28] [29] [30] [31] [32] [33] [34][35]

- Về tiện ích và chất lượng dịch vụ:

Song song với việc đa dạng hóa các loại hình tiền gửi nhằm đáp ứng nhu cầu của các đối tượng khách hàng khác nhau, các ngân hàng thương mại cổ phần không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ và cải tiến tiện ích dịch vụ.

- Về kết quả huy động vốn:

Các NHTMCP Việt Nam luôn xác định công tác huy động vốn là một trong những nhiệm vụ trọng tâm hàng đầu xuyên suốt trong năm.

b. Dịch vụ thanh toán

Trong những năm gần đây, các ngân hàng TMCP hết sức chú trọng đến việc đẩy mạnh doanh thu từ dịch vụ thanh toán.

c. Dịch vụ ngân quỹ

Bảng 2.2 Lãi thuần từ dịch vụ ngân quỹ nhóm 11 NHTMCP Việt Nam

ĐVT: tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm | | | | |
|--|------|------|------|------|------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Thu nhập dịch vụ ngân quỹ | 309 | 526 | 589 | 794 | 868 |
| Chi phí dịch vụ ngân quỹ | 90 | 220 | 217 | 218 | 228 |
| Lãi thuần dịch vụ ngân quỹ | 219 | 306 | 372 | 576 | 640 |
| Tỷ suất lãi thuần/thu nhập dịch vụ ngân quỹ (%) | 67,7 | 58,2 | 63,2 | 72,5 | 73,7 |
| Tốc độ tăng giảm lãi thuần dịch vụ ngân quỹ so với năm trước (%) | | 39,7 | 21,5 | 54,8 | 11,1 |

Nguồn: Tổng hợp của NCS từ [25] [26] [27] [28] [29] [30] [31] [32] [33] [34][35]

Qua bảng trên ta nhận thấy lãi thuần từ dịch vụ ngân quỹ luôn vụ mang lại tỷ suất lợi nhuận rất cao cho các NHTMCP Việt Nam, đạt mức từ 58% đến 74%. Tính trung bình theo giai đoạn từ năm 2015 đến năm 2019, tỷ suất lãi thuần từ dịch vụ ngân quỹ của các NHTMCP Việt Nam đạt 68,47% .

2.2.1.2. Dịch vụ thẻ

Việt Nam được đánh giá là thị trường thẻ thanh toán đầy tiềm năng, với dân số trẻ, trình độ ứng dụng công nghệ thông tin nhanh.

2.2.1.3. Dịch vụ ngân hàng điện tử

Xu thế số hóa đang là xu thế toàn cầu. Trong cuộc cách mạng khoa học, công nghệ 4.0 hiện nay, đầu tư và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là một yêu cầu tất yếu đối với mọi ngân hàng nhằm tạo ra dấu ấn, nâng tầm vị thế của mình trên thị trường liên ngân hàng nhiều cạnh tranh, thu hút được một lượng đông đảo

các khách hàng với mong muốn sử dụng dịch vụ ngân hàng hiện đại, tiết kiệm thời gian, chi phí

2.2.1.4. Dịch vụ bảo lãnh

- Về sản phẩm của dịch vụ bảo lãnh: Các dịch vụ bảo lãnh hiện các NHTMCP Việt Nam đang cung cấp là bảo lãnh vay vốn, bảo lãnh thanh toán, bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh thanh toán thuế đối với hàng hóa xuất nhập khẩu, bảo lãnh hoàn thanh toán, bảo lãnh bảo đảm chất lượng sản phẩm theo hợp đồng, bảo lãnh cho các mục đích chuyên biệt...

2.2.1.5. Dịch vụ ủy thác

Trong những năm gần đây, các NHTMCP tại Việt Nam còn đang chạy đua mở rộng dịch vụ này cho cá nhân. Các sản phẩm ủy thác cho cá nhân có thể kể đến như: quản lý di sản, quản lý tài sản theo hợp đồng ký kết, ủy thác giám hộ, dịch vụ đại diện... đối với khách hàng doanh nghiệp, các sản phẩm ủy thác bao gồm: quản lý quỹ hưu trí của doanh nghiệp, thụ thác theo kế ước, quản lý ngân quỹ...

2.2.1.6. Dịch vụ tư vấn

Bảng 2.3 Lãi thuần từ dịch vụ tư vấn nhóm 11 NHTMCP VN

Đvt: tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm | | | | |
|---|------|------|------|------|------|
| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| Thu nhập dịch vụ tư vấn | 536 | 489 | 862 | 694 | 936 |
| Chi phí dịch vụ tư vấn | 515 | 461 | 776 | 629 | 813 |
| Lãi thuần dịch vụ tư vấn | 21 | 28 | 86 | 65 | 123 |
| Tỷ suất lãi thuần/thu nhập dịch vụ tư vấn (%) | 3,9 | 5,7 | 9,9 | 9,3 | 13,1 |

Nguồn: Tổng hợp của NCS từ [25] [26] [27] [28] [29] [30] [31] [32] [33]

[34][35]

Xét về mặt quy mô, thu nhập từ dịch vụ tư vấn chưa đóng góp nhiều trong tổng thu nhập từ hoạt động phi tín dụng của ngân hàng. Trong thời gian tới, khi nền kinh tế phát triển, nhu cầu tư vấn từ các cá nhân, chủ thể trong nền kinh tế có chiều hướng sẽ gia tăng, các NHTMCP trong nước nên chú trọng bồi dưỡng nguồn

nội lực nhằm phát triển dịch vụ tư vấn của ngân hàng.

2.2.1.7. Dịch vụ kinh doanh ngoại hối

+ **Giao dịch ngoại hối giao ngay:** nhanh chóng đáp ứng nhu cầu mua bán ngoại tệ; áp dụng cho bất kì cặp tiền tệ qui đổi nào; thủ tục nhanh chóng, đơn giản; không giới hạn qui mô giao dịch.

+ **Giao dịch hối đoái kì hạn:** giao dịch cố định ngay tỉ giá, tránh được rủi ro biến động trong tương lai; tính toán ngay được chi phí phát sinh nếu phải chi tiêu bằng ngoại tệ; tránh được rủi ro khan hiếm ngoại tệ trên thị trường.

2.2.1.8. Dịch vụ phi tín dụng khác

Các dịch vụ phi tín dụng khác gồm các sản phẩm phái sinh lãi suất, quản lý danh mục đầu tư, dịch vụ chứng khoán, dịch vụ quản lý quỹ, dịch vụ mua bán, thu hồi và thẩm định, dịch vụ cho thuê, kinh doanh vàng...

2.2.2. Mức độ gia tăng doanh số, chi phí và thu nhập từ dịch vụ phi tín dụng

Bảng 2.4 Doanh số các DVPTD nhóm 11 NHTMCP Việt Nam

Đơn vị tính: tỷ VND; %

| Chỉ tiêu/ năm | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | Mức độ tăng trưởng (%) | | | |
|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------------------|--------|--------|-------|
| | | | | | | 16/15 | 17/16 | 18/17 | 19/18 |
| DV TT | 43.141 | 65.326 | 68.732 | 76.215 | 108.874 | 51,42 | 5,21 | 10,89 | 42,85 |
| DV NQ | 3.091 | 5.264 | 5.895 | 7.943 | 8.682 | 70,30 | 11,99 | 34,74 | 9,30 |
| DV thẻ | 32.721 | 41.618 | 4.865 | 43.561 | 52.897 | 27,19 | -88,31 | 795,40 | 21,43 |
| DV NHĐT | 847.321 | 1.209.610 | 2.136.237 | 2.615.732 | 3.028.951 | 42,76 | 76,61 | 22,45 | 15,80 |
| DV BL | 60.801 | 62.605 | 76.808 | 82.160 | 82.830 | 2,97 | 22,69 | 6,97 | 0,82 |
| DV UT | 6.578 | 7.389 | 8.296 | 10.816 | 10.798 | 12,33 | 12,28 | 30,38 | -0,17 |
| DV TV | 5.369 | 4.898 | 8.628 | 10.694 | 9.366 | -8,77 | 76,15 | 23,95 | - |
| DV KDNT | 67.289 | 96.120 | 93.616 | 116.292 | 131.594 | 42,85 | -2,61 | 24,22 | 13,16 |
| DV KDNTPS | 2.458 | 4.261 | 3.914 | 5.565 | 5.883 | 73,35 | -8,14 | 42,18 | 5,71 |
| DV khác | 8.965 | 9.492 | 10.374 | 11.987 | 10.476 | 5,88 | 9,29 | 15,55 | - |
| Tổng | 1.077.734 | 1.506.583 | 2.417.365 | 2.980.965 | 3.450.351 | 39,79 | 60,45 | 23,31 | 15,75 |

Nguồn: Tổng hợp của NCS từ [25] [26] [27] [28] [29] [30] [31] [32] [33]

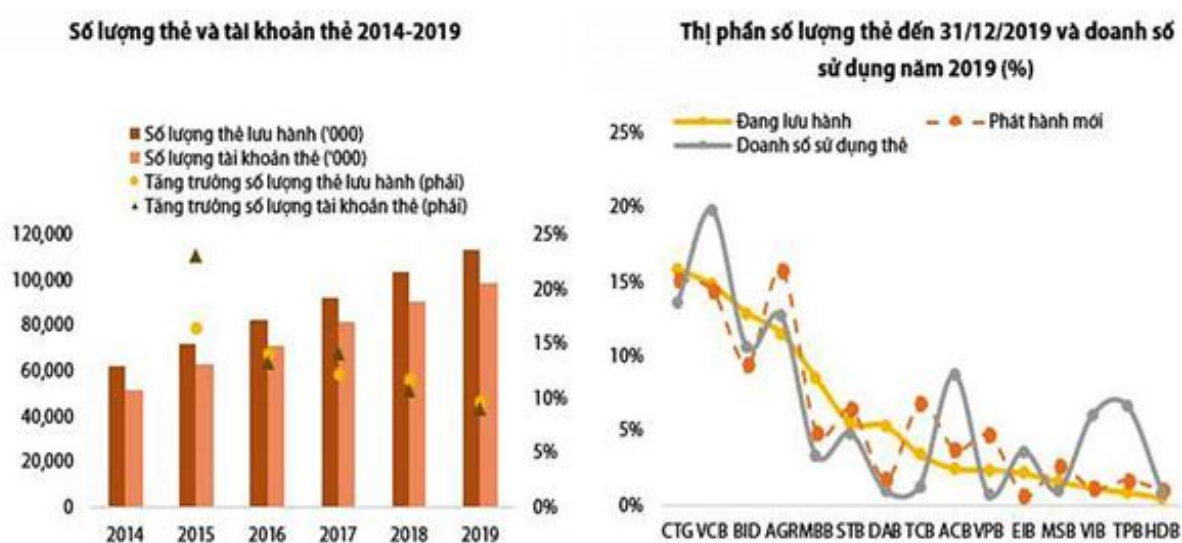
[34][35]

Sự chuyển dịch cơ cấu hoạt động cũng như xu thế chung của nền kinh tế và của hệ thống NHTMCP VN là gia tăng giá trị cả 2 loại hình DVTD và DVPTD. Tỷ trọng DVPTD từ chỗ chỉ đóng góp doanh số và thu nhập phụ cho NH nhưng ngày nay doanh số và thu nhập từ DVPTD ngày càng tăng và chiếm tỷ lệ cao.

2.2.3. Sự gia tăng số lượng khách hàng và thị phần

Trong giai đoạn 2015 – 2019, số lượng khách hàng sử dụng DVPTD của các NHTMCP Việt Nam tiếp tục được tăng lên nhanh chóng, đặc biệt là các dịch vụ hiện đại với nhiều tiện ích phục vụ thị hiếu đa dạng của khách hàng.

Hình 2.1 Số lượng thẻ và thị phần thẻ của các NHTMCP Việt Nam



Nguồn: Tổng hợp của NCS từ [25] [26] [27] [28] [29] [30] [31] [32] [33] [34][35]

2.2.4. Sự gia tăng số lượng dịch vụ và kênh phân phối

Trong giai đoạn 2015 – 2019, số lượng dịch vụ của các NHTMCP đi vào khai thác tiếp tục tăng so với giai đoạn 2010 – 2014. Nhiều sản phẩm dịch vụ mới được các ngân hàng chú trọng khai thác cùng với đó là việc ứng dụng các công nghệ mới, hiện đại.

2.3. Thực trạng phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam giai đoạn 2015 – 2019 về chất lượng

2.3.1. Mô hình nghiên cứu

Trong luận án, tác giả sử dụng mô hình SERVQUAL để đo lường chất lượng dịch

vụ phi tín dụng của các NHTMCP Việt Nam. Theo nghiên cứu này, chất lượng dịch vụ phi tín dụng theo mô hình SERVQUAL gồm năm thành phần: tin cậy (TC), đáp ứng(DU), năng lực phục vụ(PV, đồng cảm (DC) và phương tiện hữu hình(HH).

- **Một số giả thuyết được đặt ra cho mô hình:**

H1.1: Thành phần tin cậy được khách hàng đánh giá càng nhiều thì sự hài lòng của khách hàng càng cao và ngược lại. Hay nói cách khác, thành phần tin cậy và sự hài lòng của khách hàng có quan hệ cùng chiều.

H1.2: Thành phần đáp ứng được khách hàng đánh giá càng cao thì sự hài lòng của khách hàng càng cao và ngược lại. Hay nói cách khác, thành phần đáp ứng và sự hài lòng của khách hàng có quan hệ cùng chiều.

H1.3: Thành phần năng lực phục vụ được khách hàng đánh giá càng cao thì sự thỏa mãn của khách hàng càng cao và ngược lại. Hay nói cách khác, thành phần năng lực phục vụ và sự hài lòng của khách hàng có quan hệ cùng chiều.

H1.4: Thành phần đồng cảm được khách hàng đánh giá càng cao thì sự hài lòng của khách hàng càng cao và ngược lại. Hay nói cách khác, thành phần đồng cảm và sự hài lòng của khách hàng có quan hệ cùng chiều.

H1.5: Thành phần phương tiện hữu hình được khách hàng đánh giá càng cao thì sự hài lòng của khách hàng càng cao và ngược lại. Hay nói cách khác, thành phần phương tiện hữu hình và sự hài lòng của khách hàng có quan hệ cùng chiều.

2.3.2. Quy trình nghiên cứu

Bước 1: Nghiên cứu sơ bộ

Bước 2: Bảng câu hỏi được thiết kế gồm ba phần

Bước 3: Bảng câu hỏi chính thức

Bước 4: Nghiên cứu chính thức (nghiên cứu định lượng)

a. Phương pháp thu thập thông tin và cỡ mẫu

Việc thu thập dữ liệu được thực hiện theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện và theo những tiêu chí sau:

+ Đối tượng khảo sát: Khách hàng cá nhân và doanh nghiệp đang sử dụng

dịch vụ tại một số NHTM có quy mô khá lớn tại Việt Nam gồm 11 ngân hàng.

+ Địa bàn thực hiện khảo sát: Thành phố Hà Nội và Thành Phố Hồ Chí Minh.

+ Kích cỡ mẫu: Để đạt được kích thước mẫu đề ra, 550 bảng câu hỏi được gửi đi phỏng vấn.

b. Thời gian và hình thức khảo sát

Thời gian khảo sát: Từ tháng 5/2019 đến tháng 8/2019.

Hình thức khảo sát: Phiếu khảo sát được gửi trực tiếp cho khách hàng và qua đường bưu điện và email, số lượng phiếu khảo sát phát ra là 550 phiếu.

2.3.3. Kết quả khảo sát

2.3.3.1. Tổng hợp phiếu khảo sát

Tổng số phiếu phát ra là 550 phiếu, tổng số phiếu thu về là 489 phiếu, trong đó có 426 phiếu đáp ứng tiêu chuẩn phân tích.

Kết quả phân tích mẫu thống kê theo thông tin khách hàng được tổng hợp theo Giới tính khách hàng, Độ tuổi, Trình độ học vấn, Thu nhập, Nghề nghiệp, Đối tượng khách hàng và Thời gian sử dụng dịch vụ ngân hàng.

- Kết quả kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha

Kết quả phân tích số liệu bằng phần mềm SPSS cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của các biến số đều lớn hơn 0,7 nên đạt đủ độ tin cậy để làm thang đo chính thức. Xét về hệ số tương quan biến tổng thì nhìn chung giá trị của các thang đo đều đạt yêu cầu (lớn hơn 0,3). Vì vậy, từ kết quả phân tích trên cho thấy tất cả các biến quan sát của 5 thành phần đều đạt đủ độ tin cậy và phù hợp cho việc phân tích EFA ở bước tiếp theo.

- Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

Phân tích nhân tố bằng các thành phần chính, rút gọn các biến số có tương quan lẫn nhau thành những đại lượng thể hiện dưới dạng mối tương quan theo đường thẳng với các tiêu chuẩn phù hợp là: Hệ số $0,5 < KMO < 1$; Sig $< 0,05$, tương ứng với việc chọn giá trị tổng phương sai trích $> 0,5$ (50%) và Eigenvalues > 1 , loại các hệ số tải nhân tố Factor loading nhỏ hơn 0,5, loại các

nhân tố có giá trị phân biệt nhỏ hơn 0,3. Sau đó, sử dụng các nhân tố thỏa mãn điều kiện trên để phân tích hồi qui.

Phân tích nhân tố khám phá EFA lần một: gồm 5 thang đo với 22 biến quan sát, có 02 biến bị loại khỏi mô hình là biến PT2 và DC2 do giá trị phân biệt khi phân tích nhỏ hơn 0,3 (Phụ lục 3).

Phân tích nhân tố khám phá EFA lần hai: Phân tích lại nhân tố khám phá EFA với 20 biến còn lại, rút ngắn thành 5 nhóm gồm 20 biến, tại hệ số KMO là 0,757; hệ số Eigenvalues là 1,102; tổng phương sai trích giải thích được 89,84%, kiểm định Bartlett's Test Sig. 0,000 có ý nghĩa thống kê (Phụ lục 3).

Bảng 2.5: Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA lần hai.

| | |
|--------------|-------|
| KMO | 0.757 |
| Sig. | 0.000 |
| Eigenvalues | 1.102 |
| Cumulative % | 89.84 |

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả phân tích qua phần mềm SPSS

- Kết quả phân tích hồi quy

Bảng 2.6: Tóm tắt các hệ số về mức độ phù hợp mô hình Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin- Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|----------------|
| 1 | .971 ^a | .894 | .899 | .206 | 1.665 |

a. Predictors: (Constant), DU, NL, PT, DC, TC

b. Dependent Variable: HL

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|----------|-------------------|
| 1 | Regression | 380.398 | 5 | 76.089 | 1806.528 | .000 ^b |
| | Residual | 21.671 | 516 | .043 | | |
| | Total | 402.069 | 521 | | | |

a. Dependent Variable: HL

b. Predictors: (Constant), DU, NL, PT, DC, TC

Nguồn: Kết quả phân tích qua phần mềm SPSS

Trị số Adjusted R Square (R2) điều chỉnh là 0,899 cho thấy sự phù hợp của mô hình là 89,9%. Trị số thống kê là 380,398; mức ý nghĩa Sig.0,000 chứng tỏ mô hình hồi quy phù hợp với tập dữ liệu nghiên cứu. Hệ số Durbin- Watson bằng 1,665; gần bằng 2, chứng tỏ phần dư không có tương quan chuỗi bậc nhất. Như vậy có nghĩa là có sự tác động cùng chiều của các nhân tố đến chất lượng dịch vụ trong mô hình nghiên cứu.

Từ kết quả phân tích hồi quy bội cho thấy 4 thành phần trong thang đo chất lượng dịch vụ là Tin cậy, Phương tiện hữu hình, Đồng cảm, Đáp ứng, có ý nghĩa thống kê và có tác động cùng chiều đến sự hài lòng của khách hàng với mức ý nghĩa Sig đều nhỏ hơn 0,05. Riêng thành phần năng lực phục vụ, có mức ý nghĩa Sig > 0,05 nên không có ý nghĩa trong mô hình hồi quy. Do đó mức độ ảnh hưởng của từng thành phần của thang đo chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng của KH như sau:

$$HL = 0,588 TC + 0,532 PT + 0,453 DC + 0,306 DU$$

2.4. Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ phi tín dụng của các Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam

2.4.1. Kết quả đạt được

Thứ nhất, các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam không ngừng tăng cường tiềm lực tài chính hỗ trợ cho việc phát triển dịch vụ phi tín dụng.

Thứ hai, chất lượng dịch vụ phi tín dụng từng bước được cải thiện và nâng cao dựa trên nền tảng công nghệ hiện đáp ứng nhu cầu ngày một tăng cao của khách hàng.

Thứ ba, lợi nhuận từ dịch vụ phi tín dụng mang lại nguồn thu ít rủi ro cho các ngân hàng thương mại.

Cuối cùng, các ngân hàng thương mại Việt Nam không ngừng tăng cường

sức mạnh nguồn nhân lực và phát triển sản phẩm dịch vụ và quan tâm công tác chăm sóc khách hàng.

2.4.2. Các hạn chế và nguyên nhân

a. Các hạn chế

Thứ nhất, thị trường dịch vụ phi tín dụng phát triển chưa tương xứng với tiềm năng vốn có, tính cạnh tranh chưa cao.

Thứ hai, dịch vụ tín dụng vẫn là loại hình dịch vụ chủ yếu của các ngân hàng thương mại Việt Nam.

Thứ ba, các loại hình dịch vụ phi tín dụng còn đơn điệu, nghèo nàn, chất lượng chưa cao và còn mang nặng tính truyền thống.

Thứ tư, chính sách giá cả dịch vụ phi tín dụng chưa hợp lý.

Thứ năm, kênh phân phối dịch vụ phi tín dụng chưa thật sự hiệu quả. *Thứ sáu*, công nghệ ngân hàng đã có bước tiến phát triển song chưa thực sự đồng bộ, tương thích và còn tồn tại nhiều kẽ hở trong việc bảo đảm an ninh, bảo mật.

b. Các nguyên nhân chủ yếu của các hạn chế

Thứ nhất, tiềm lực kinh tế của quốc gia chưa lớn mạnh

Thứ hai, chưa có hành lang pháp lý rõ ràng và đầy đủ tạo điều kiện tốt nhất cho phát triển dịch vụ phi tín dụng của ngân hàng

Thứ ba, hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng còn hạn chế, chưa đủ mạnh để thay đổi thói quen tiêu dùng tiền mặt của người dân

Thứ tư, các giải pháp marketing chưa được NHTMCP chú trọng đúng mức

Thứ năm, hạn chế về nhân lực

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Trong chương 2, trên cơ sở vận dụng khung lý thuyết được xây dựng trong chương 1, luận án tập trung phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTMCP Việt Nam. NCS đã tiến hành khảo sát và nghiên cứu định lượng về chất lượng dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP Việt Nam. Luận án khái quát các kết quả đạt được, các hạn chế và các nguyên nhân hạn chế của việc phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP Việt Nam. Những kết quả

đạt được trong chương 2 là cơ sở khoa học thực tiễn cho các giải pháp và kiến nghị đối với phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTMCP Việt Nam được NCS đề cập trong chương 3.

CHƯƠNG 3:

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM

3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM ĐẾN NĂM 2025 VÀ TẦM NHÌN NĂM 2030

3.1.1. Cơ hội và thách thức phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP Việt Nam trong giai đoạn tới

Trong nội dung này, NCS trình bày bối cảnh kinh tế thế giới và Việt Nam, cũng như phân tích những cơ hội và thách thức trong phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP Việt Nam trong thời gian tới

3.1.2. Định hướng phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP Việt Nam đến năm 2025 và tầm nhìn năm 2030

Trong giai đoạn hiện nay, việc phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTMCP Việt Nam có thể triển khai theo các định hướng sau đây: năng động, sáng tạo trong tiếp cận các dịch vụ phi tín dụng phù hợp với khả năng của từng ngân hàng, phát triển công nghệ, tập trung vào những mục tiêu chính yếu của một ngân hàng hiện đại để dàng cạnh tranh và hội nhập, chú trọng vào phát triển các dịch vụ tài chính phi ngân hàng, chú trọng phát triển nguồn nhân lực

3.2. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ PHI TÍN DỤNG CỦA CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM

3.2.1. Phát triển quy mô dịch vụ phi tín dụng

3.2.1.1. Đa dạng hóa và hoàn thiện sản phẩm dịch vụ hiện có

Với mỗi ngân hàng khác nhau, tùy thuộc vào chiến lược phát triển DVPTD, vào đặc điểm và đối tượng khách hàng mà phương thức phát triển sản phẩm dịch vụ có những điểm khác biệt, tuy nhiên, về cơ bản việc đa dạng hóa và hoàn thiện

các sản phẩm hiện có có thể được thực hiện theo các hướng:

Đơn giản hóa các quy trình cung cấp dịch vụ, trang bị nhiều phương tiện giao dịch đối với các sản phẩm dịch vụ truyền thống.

Số hóa các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng hiện có, đặc biệt là các dịch vụ trực tuyến dựa trên nền tảng ứng dụng công nghệ tài chính

3.2.1.2. Phát triển dịch vụ phi tín dụng mới

+ *Dịch vụ tiền gửi, tài khoản thanh toán và ngân quỹ*

- Phát triển các gói dịch vụ tiền gửi đa tính năng tích hợp tư vấn quản lý tài chính đối với khách hàng cá nhân

- Phát triển các dịch vụ thu thuế, phí, lệ phí, dịch vụ thu hộ đối với khách hàng doanh nghiệp

+ *Dịch vụ thẻ*

Phát triển một số ứng dụng thanh toán thẻ hiện đại như: thanh toán thẻ không tiếp xúc (contactless), rút tiền bằng mã (Cash-by-Code).

+ *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử theo mô hình ngân hàng hợp kênh*

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử theo mô hình ngân hàng hợp kênh là một hướng đi mới cho các NHTMCP Việt Nam. Ngân hàng hợp kênh là một hệ sinh thái đa kết nối, xuyên suốt và liền mạch trên mọi giao dịch, tương tác của khách hàng. Dựa trên nền tảng là các kênh giao dịch điện tử mà các NHTMCP đang cung cấp như: Internet Banking, Mobile Banking, ... Đây là mô hình giao dịch có tính riêng biệt, cho phép khách hàng tối ưu hóa trải nghiệm, sự đồng bộ cũng như thực hiện các giao dịch liền mạch, đồng bộ và xuyên suốt ở nhiều kênh khác nhau.

3.2.1.3. Thâm nhập vào thị trường và thu hút khách hàng

Các NHTMCP hàng đầu phải nhanh chóng lập đề án thâm nhập vào thị trường nước ngoài. Khi mở rộng thị trường sang nước ngoài, các NHTMCP cần quan tâm điều kiện kinh doanh, luật pháp, môi trường kinh doanh của nước sở tại.

3.2.1.4. Nâng tỷ trọng lợi nhuận từ dịch vụ phi tín dụng trong tổng lợi nhuận kế hoạch của ngân hàng

Các NHTMCP Việt Nam cần xây dựng tiêu chí phân bổ các chi phí hoạt động cho các dịch vụ phi tín dụng để tính toán chính xác mức độ đóng góp của các dịch vụ phi tín dụng.

3.2.1.5. Mở rộng thị trường và chăm sóc khách hàng

3.2.2. Nhóm giải pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng về chất lượng dịch vụ nhằm nâng cao sự hài lòng của khách hàng

Luận án đề cập tới các giải pháp gồm : giải pháp gia tăng “Khả năng đáp ứng, giải pháp gia tăng “Sự đồng cảm”, giải pháp gia tăng “Phương tiện hữu hình” , giải pháp gia tăng “Sự tin cậy”

3.2.3. Các biện pháp tổng thể phát triển dịch vụ phi tín dụng

Các biện pháp tổng thể phát triển dịch vụ phi tín dụng gồm: nâng cao năng lực tài chính và sức cạnh tranh, nâng cao năng lực quản trị điều hành và chất lượng nguồn nhân lực, hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, thực hiện tốt chính sách khách hàng, xây dựng chiến lược Marketing, đa dạng hóa hình thức giao dịch và các kênh phân phối dịch vụ phi tín dụng, chuẩn hóa quy trình nghiệp vụ, Xây dựng và kiểm soát tỷ trọng lợi nhuận từ dịch vụ phi tín dụng, đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu khoa học trong các ngân hàng thương mại Việt Nam, đẩy mạnh việc liên kết, hợp tác giữa các ngân hàng

3.2.4. Các biện pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng cho từng loại hình dịch vụ phi tín dụng

Các biện pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng cho từng loại hình dịch vụ phi tín dụng gồm biện pháp đối với dịch vụ tài khoản tiền gửi, biện pháp đối với dịch vụ thẻ, biện pháp đối với dịch vụ ngân hàng điện tử, biện pháp đối với dịch vụ bảo lãnh, biện pháp đối với dịch vụ ủy thác, biện pháp đối với dịch vụ kinh doanh ngoại hối

3.3. CÁC KHUYẾN NGHỊ ĐỐI VỚI CHÍNH PHỦ VÀ NGÂN HÀNG NHÀ NƯỚC

Để thực thi các giải pháp, luận án đã đề xuất một số kiến nghị với chính phủ và với NHNN

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trong chương 3, luận án đã khái quát chiến lược phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP Việt Nam đến năm 2025 và tầm nhìn năm 2030, tiềm năng phát triển dịch vụ phi tín dụng đến năm 2030.

Trên cơ sở các thành tựu, hạn chế và các nguyên nhân đã đề cập ở chương 2, luận án đã đưa ra giải pháp nhằm đẩy mạnh phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTMCP Việt Nam trong thời gian sắp tới

KẾT LUẬN

Với mục tiêu là phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP Việt Nam thời gian qua, bằng việc sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu trên cơ sở lý luận và thực tiễn, luận án đã giải quyết được các vấn đề sau:

Một là, luận án đã tổng hợp lý luận cơ bản về dịch vụ ngân hàng, dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP.

Hai là, luận án phân tích thực trạng hoạt động các NHTMCP Việt Nam nói chung và phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP Việt Nam. NCS tiến hành khảo sát và nghiên cứu định lượng về chất lượng dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP Việt Nam về chất lượng dịch vụ phi tín dụng của các NHTMCP Việt Nam tác động đến sự hài lòng của khách hàng thông qua đánh giá thang đo bằng hệ số Cronbach's Alpha, phân tích EFA và kiểm định mô hình nghiên cứu bằng phân tích hồi quy bội.

Ba là,. Trên cơ sở các thành tựu, hạn chế và các nguyên nhân hạn chế đã đề cập ở chương 2, sang chương 3, luận án khái quát định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng của các NHTMCP Việt Nam đến năm 2025 và tầm nhìn năm 2030, đồng thời, đưa ra giải pháp phát triển dịch vụ phi tín dụng tại các NHTMCP Việt Nam trong thời gian sắp tới. Bên cạnh đó, luận án nêu một vài khuyến nghị đối với Chính phủ và NHNN

**DANH SÁCH CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU KHOA HỌC LIÊN QUAN
ĐẾN LUẬN ÁN**

1. Các bài báo khoa học đã đăng

| STT | Tên bài báo | Tên tạp chí | Tập, số | Trang |
|-----|--|--------------------------|---------|-------|
| 1 | Một số giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở Việt Nam trong thời gian tới | Tạp chí Kinh tế & Dự báo | 03/2020 | 41-43 |
| 2 | Ứng dụng công nghệ thông tin trong phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng ở Việt Nam | Tạp chí tài chính | 08/2020 | 35-37 |

2. Các đề tài nghiên cứu khoa học đã công bố

| STT | Tên đề tài nghiên cứu/ Lĩnh vực ứng dụng | Xếp loại | Cấp quản lý | Năm hoàn thành | Trách nhiệm tham gia trong đề tài |
|-----|--|----------|-------------|----------------|-----------------------------------|
| 1 | Hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu đánh giá chất lượng hoạt động thanh toán quốc tế tại các ngân hàng thương mại Việt Nam | Tốt | Cấp trường | 2014 | Thành viên |
| 2 | Quản lý nợ xấu tại ngân hàng Nông nghiệp và PTNT Việt Nam | Tốt | Cấp trường | 2015 | Thành viên |
| 3 | Nâng cao năng lực cạnh tranh dịch vụ ngân hàng bán lẻ tại ngân hàng TMCP Quân đội. | Tốt | Cấp trường | 2016 | Thành viên |
| 4 | Ảnh hưởng của mô hình tài trợ đến khả năng phá sản của doanh nghiệp nhóm ngành nguyên vật liệu niêm yết trên TTCK Việt Nam | Tốt | Cấp trường | 2017 | Thành viên |
| 5 | Chống thất thu thuế trong lĩnh vực kinh doanh bất động sản tại Cục thuế Thành phố Hà Nội | Tốt | Cấp trường | 2018 | Thành viên |
| 6 | Hoàn thiện cơ cấu nguồn vốn của các CTCP Điện lực niêm yết ở Việt Nam | Tốt | Cấp trường | 2019 | Chủ nhiệm |