

Lời nói đầu

Trong những thập niên gần đây, sự phát triển của khoa học công nghệ mà đặc biệt là công nghệ thông tin và khoa học viễn thông đã làm một cuộc cách mạng trong thương mại. Các phương pháp kinh doanh truyền thống đã và đang dần dần được thay thế bằng một phương pháp mới. Đó chính là thương mại điện tử mà "xương sống" của nó là công nghệ thông tin và Internet.

Thương mại điện tử đã đưa ra một giải pháp hữu hiệu, một hướng đi trực tiếp trong việc trao đổi thông tin, hàng hoá, dịch vụ và mở rộng quy mô thị trường, thị trường không biên giới. Chính cuộc cách mạng về quy mô thị trường này đã trở thành động lực cho một cuộc cách mạng trong ngành ngân hàng hướng tới một hệ thống thanh toán phù hợp với yêu cầu của thị trường thương mại điện tử. Điều này đã tạo ra một dịch vụ ngân hàng mới, dịch vụ ngân hàng điện tử.

Để hội nhập với các tổ chức khu vực và quốc tế như ASEAN, AFTA, APEC chuẩn bị cho tiến trình ra nhập WTO, việc tìm kiếm một giải pháp toàn diện chuyên nghiệp nhằm tiến hành thương mại điện tử, hoà nhập với nền kinh tế toàn cầu là một điều hết sức bức thiết đối với đất nước ta. Đi đôi với xu hướng chiến lược toàn cầu của quốc gia, ngành ngân hàng Việt Nam cũng đã có những bước đi đáng kể. Đầu tiên phải kể đến là sự xoá bỏ độc quyền nhà nước trong hệ thống ngân hàng. Tiếp đến là công cuộc đổi mới cải tiến hệ thống ngân hàng. Bên cạnh dịch vụ tín dụng truyền thống, dịch vụ ngân hàng tiêu dùng đã xuất hiện và đạt được những thành công đáng kể. Dịch vụ tài chính cho cá nhân này rất đa dạng, bao gồm rút tiền tự động, chuyển tiền,

thanh toán thẻ, thanh toán qua mạng...Đó chính là bằng chứng của sự hình thành và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở Việt Nam.

Trong bài khoá luận này, tôi xin trình bày một số khái niệm cơ bản về dịch vụ ngân hàng điện tử, hoạt động dịch vụ ngân hàng điện tử ở Việt Nam, đồng thời đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy dịch vụ ngân hàng điện tử ở Việt Nam.

Tôi xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn, giúp đỡ của cô giáo Lê Thị Thanh trong thời gian tôi thực hiện khoá luận.

Chương I: Tổng quan về ngân hàng điện tử

I. Sơ lược về ngân hàng điện tử

1. Sự thay đổi cơ bản trong ngành ngân hàng và khái niệm về dịch vụ ngân hàng điện tử

Công nghệ ngân hàng ngày nay đã và đang thay đổi với tốc độ chóng mặt. Rất nhiều nhân tố dẫn tới sự thay đổi này được đưa ra trong quá trình nghiên cứu thị trường ngân hàng thế giới.

Ngày nay, một sợi cáp quang mảnh bằng sợi tóc trong một giây có thể truyền một lượng thông tin chứa đựng trong 90 nghìn cuốn từ điển bách khoa. Ngành công nghệ thông tin ngày càng chiếm tỷ trọng cao trong nền kinh tế các quốc gia. Riêng về máy tính điện tử, cứ 18 tháng tổng công suất tính toán của các máy lại tăng gấp đôi. Ước tính toàn thế giới có khoảng 1 tỷ đường dây thuê bao điện thoại, 340 triệu người sử dụng điện thoại di động. Ở Mỹ hiện nay, 90% dân số sử dụng Internet.

Nhân loại đang sống trong thời kỳ "tin học xã hội hoá". Sự phát triển công nghệ thông tin đã gây một ảnh hưởng vô cùng lớn tới hệ thống ngân hàng, nhân viên ngân hàng và người sử dụng dịch vụ ngân hàng. Internet và máy tính đã mở ra cho chúng ta một hệ thống thanh toán rộng khắp toàn thế giới, tiến tới một thế giới thanh toán không dùng tiền mặt, nhanh gọn, an toàn và chính xác.

Thuật ngữ "Ngân hàng điện tử" đối với nhiều người có vẻ khó hiểu và xa lạ. Thực ra rất nhiều ứng dụng của "Ngân hàng điện tử" đang phục vụ cho bạn. Bạn rút tiền từ một máy rút tiền tự động, trả tiền cho hàng hoá và dịch vụ bằng thẻ tín dụng, kiểm tra số dư tài khoản qua mạng hay điện thoại, công ty của bạn giao dịch với các đối tác qua thư điện tử, điện tín, fax, điện thoại..., tất cả những hoạt động tương tự như vậy đều có thể gọi là dịch vụ "Ngân hàng điện tử".

Càng ngày, các ngân hàng và các tổ chức tài chính trên thế giới càng nhận thấy tầm quan trọng của việc cung cấp dịch vụ "Ngân hàng điện tử" để củng cố và nâng cao khả năng cạnh tranh của họ trên thị trường.

Vậy "Ngân hàng điện tử" là gì và vì sao nó lại có tầm quan trọng và được ứng dụng rộng khắp thế ?

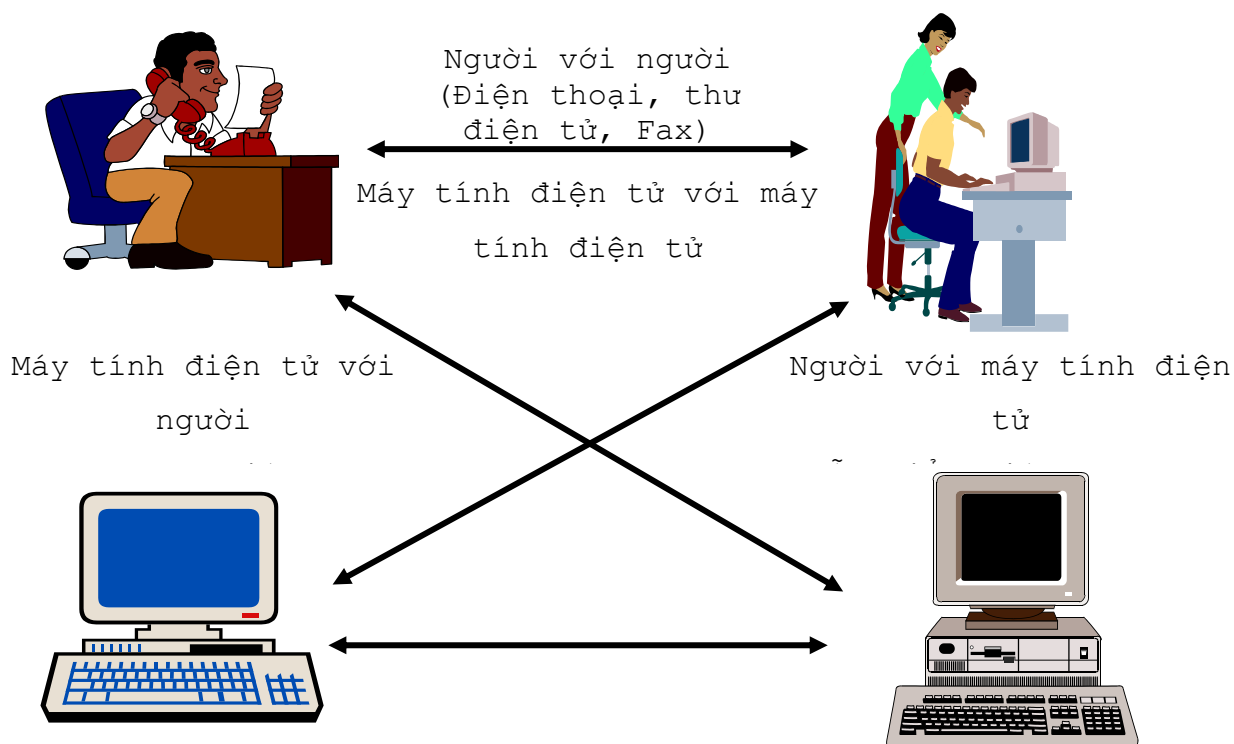
"Ngân hàng điện tử" tiếng Anh là Electronic Banking, viết tắt là E-Banking. Có rất nhiều cách diễn đạt khác nhau về "Ngân hàng điện tử", song nhìn chung "Ngân hàng điện tử" được hiểu là một loại hình thương mại về tài chính ngân hàng có sự trợ giúp của công nghệ thông tin, đặc biệt là máy tính và công nghệ mạng. Nói ngắn gọn, ***"Ngân hàng điện tử" là hình thức thực hiện các giao dịch tài chính ngân hàng thông qua các phương tiện điện tử.***

Các nghiên cứu về thị trường ngân hàng còn cho thấy rằng khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng truyền thống đang nhanh chóng được thay thế bởi một thế hệ khách hàng mới, có trình độ học vấn cao, và đòi hỏi cao về các dịch vụ tài chính ngân hàng.

Bạn rất bận rộn với công việc kinh doanh của mình. Trong đó, phần lớn thời gian là để dành cho các công việc giao dịch và quản lý tài chính. Bạn rất ngại trước việc hoàn tất một lô giấy tờ thủ tục khi giao dịch với ngân hàng. Bao nhiêu rủi ro khi đi giao dịch với một số lượng lớn tiền mặt... Còn các ngân hàng thương mại trong quá trình cạnh tranh và mở rộng mạng lưới của họ thì phải đối mặt với vấn đề thuê văn phòng làm việc, thuê thêm nhiều nhân viên để làm các công việc đơn giản tẻ nhạt như đếm tiền hay trực điện thoại.

"Ngân hàng điện tử" sẽ mang lại cho một hướng giải quyết hiệu quả cho cả người cung cấp lẫn người sử dụng dịch vụ ngân hàng.

SƠ ĐỒ TỔNG QUÁT CỦA GIAO DỊCH "NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ"



2. Các phương tiện kỹ thuật của dịch vụ "Ngân hàng điện tử"

Ngân hàng điện tử là một ngành dịch vụ đòi hỏi một cơ sở công nghệ kỹ thuật cao, vốn lớn. Ngành dịch vụ này thường đi đôi với một nền kinh tế phát triển trình độ dân trí phát triển ở một mức độ nhất định.

2.1 Điện thoại, điện thoại di động

Điện thoại là một phương tiện phổ thông, dễ sử dụng, và thường mở đầu cho các cuộc giao dịch thương mại nói chung và ngân hàng nói riêng. Trong sự gia tăng của số lượng thuê bao điện thoại và điện thoại di động, ngân hàng thương mại với trang thiết bị "hộp thư trả lời tự động" kết nối với máy chủ ngân hàng có thể cung cấp dịch vụ ngân hàng qua điện thoại như cung cấp số dư tài khoản, báo mất thẻ tín dụng... Với sự phát triển của điện thoại di động, liên lạc qua vệ tinh, ứng dụng của điện thoại đang và sẽ trở nên rộng rãi hơn. Tuy nhiên, công cụ điện thoại có mặt hạn chế là chỉ truyền tải được âm thanh, kết thúc giao dịch vẫn phải dùng nhiều giấy tờ. Ngoài ra, chi phí giao dịch điện thoại, nhất là điện thoại đường dài, quốc tế vẫn còn cao.

Điện báo, Fax có thể truyền tải được âm thanh, hình ảnh, lời văn. Nhưng chúng cũng có một số mặt hạn chế như không thể truyền tải được hình ảnh động, hình ảnh ba chiều và các hình ảnh phức tạp.

2.2 Thiết bị thanh toán điện tử

Một trong những mục tiêu quan trọng của nước ta cũng như trên thế giới là nền kinh tế với hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt.

Một thiết bị điện tử có đầu đọc dải điện tử được kết nối với mạng ngân hàng, mạng liên ngân hàng cho phép truyền tải, kiểm tra các thông tin từ tấm thẻ nhựa của người mua hàng từ các địa điểm bán hàng, nơi lắp đặt máy, về các ngân hàng của chủ thẻ đó và thực hiện các giao dịch thanh toán. Với tấm thẻ nhựa (thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, thẻ thông minh...) bạn có thể mua hàng

hoặc dịch vụ mà không cần tiền mặt. Ngân hàng sẽ thay mặt bạn thanh toán với nơi bán hàng.

Một thiết bị điện tử quan trọng khác đó là máy rút tiền tự động. Nó cho phép bạn gửi tiền vào tài khoản, chuyển tiền và rút tiền tự động.

2.3 Máy tính, mạng nội bộ, mạng liên nội bộ, mạng liên ngân hàng

Mạng nội bộ là toàn bộ mạng thông tin của một ngân hàng và các liên lạc mọi kiểu giữa các máy tính trong ngân hàng đó. Đó có thể gọi là mạng kết nối các máy tính gần nhau (mạng cục bộ - LAN) hoặc kết nối các máy tính trong khu vực diện rộng (mạng miền rộng - WAN).

Các ngân hàng và tổ chức tài chính liên hệ với nhau bằng mạng liên ngân hàng (Interbank, SWIFT...)

2.4 Internet và Web

Một cách tổng quát, Internet là một mạng diện rộng. Là tập hợp hàng ngàn các mạng máy tính trải khắp thế giới. Internet giúp cho hàng triệu người dùng trên trái đất có thể thông tin liên lạc với nhau. Nó là nguồn tài nguyên thông tin vô giá. Sự phát triển nhanh chóng của nó đã khiến cho nó có thêm một cái tên mới là "Siêu lộ thông tin".

Lịch sử ra đời của Internet có thể xem như được bắt đầu từ năm 1969 với dự án ARPANET của Bộ quốc phòng Mỹ. Mô hình này nhanh chóng được người Mỹ nhân rộng ra các lĩnh vực khác với quy mô ngày càng lớn. Và

khi có sự liên kết các mạng máy tính thuộc các lĩnh vực khác nhau, khu vực và các quốc gia khác nhau thì mạng Internet toàn cầu ra đời.

Sự bùng nổ trong sử dụng Internet có lẽ nhờ một phần của cái gọi là dịch vụ tra cứu văn bản, dịch vụ thông tin toàn cầu gọi là Web. Web được Tim Berners Lee triển khai lần đầu tiên vào năm 1989 tại phòng thí nghiệm vật lý hạt nhân Châu Âu (CERN) ở Geneva, Thụy Sĩ. Các nhà phát triển tại CERN đã làm cho Web bao trùm hầu hết các hệ thống mạng trước đó. Cho đến 1993 Web mới bắt đầu được chấp nhận rộng rãi.

Thương mại thế giới nói chung và "Ngân hàng điện tử" nói riêng đang trong tiến trình toàn cầu hoá và hiệu quả hoá. Internet và Web là các phương tiện đã đạt được quốc tế hoá cao độ và có hiệu quả sử dụng cao.

3. Những tiến bộ do dịch vụ Ngân hàng điện tử mang lại

Sự ra đời và phát triển của dịch vụ "Ngân hàng điện tử" là một xu hướng tất yếu phù hợp với nhu cầu và sự phát triển của xã hội. Vậy chúng ta hãy xem xét những tiến bộ do ngành dịch vụ này mang lại.

3.1 Lợi ích cho ngân hàng

Các tiến bộ của công nghệ thông tin đã nhanh chóng được áp dụng trong ngành ngân hàng nhằm nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh của các ngân hàng.

3.1.1 Giảm chi phí tăng hiệu quả kinh doanh

"Ngân hàng điện tử" giúp giảm chi phí trước hết là chi phí văn phòng. Các văn phòng ít giấy tờ chiếm diện tích nhỏ hơn rất nhiều. Mạng, máy chủ và các máy tính cá nhân giúp rút ngắn thời gian cho công việc làm thủ tục, tìm kiếm và chuyển giao tài liệu. Tiếp đến là chi phí nhân viên. Một máy rút tiền tự động có thể làm việc 24 trên 24 giờ và thay cho rất nhiều nhân viên.

Bằng phương tiện Internet/Web Ngân hàng và khách hàng có thể tìm hiểu thông tin, giao dịch thường xuyên hơn, cập nhật hơn. mà do vậy làm giảm chi phí bán hàng và tiếp thị.

Bảng 1: Tốc độ và chi phí truyền gửi

(Dành cho một đơn vị bộ tài liệu 40 trang, khoảng 100g)

ĐƯỜNG TRUYỀN	THỜI GIAN	CHI PHÍ (USD)
<i>New York đi Tokyo</i>		
Qua bưu điện thông thường	5 ngày	7,40
Chuyên phát nhanh	24 giờ	26,25
Fax	31 phút	28,83
Internet	2 phút	0,10
<i>New York đi Los Angeles</i>		
Qua bưu điện thông thường	2-3 ngày	3,00
Chuyên phát nhanh	24 giờ	15,50
Fax	31 phút	9,36
Internet	2 phút	0,10

(Nguồn: Ban thương mại điện tử, Bộ Thương Mại)

Hệ thống mạng phá bỏ sự ràng buộc về không gian và thời gian. Các ngân hàng có thể mở nhiều chi nhánh ở các nước khác nhau mà không gặp khó khăn gì trong việc theo dõi quản lý tình hình hoạt động của các chi nhánh.

3.1.2. Đa dạng hoá dịch vụ và sản phẩm

Nói đến dịch vụ ngân hàng, người ta nghĩ ngay đến việc vay, cho vay, gửi tiền và các dịch vụ bán buôn khác như thanh toán xuất nhập khẩu và mua bán ngoại tệ. Do vậy mà sự khác biệt giữa dịch vụ ngân hàng này với ngân hàng khác là rất ít.

Ngày nay, dịch vụ ngân hàng đang vươn tới từng người dân. Đó là dịch vụ ngân hàng tiêu dùng và bán lẻ. Rõ ràng, lợi nhuận thu được từ dịch vụ bán lẻ không thể bằng bán buôn. Hơn thế nữa, chi phí cho việc cung cấp một dịch vụ tài khoản của một cá nhân cũng chẳng nhỏ hơn cho một công ty là bao. "Ngân hàng điện tử", với sự trợ giúp của công nghệ thông tin cho phép tiến hành các giao dịch bán lẻ với tốc độ cao và liên tục. Nếu như trước kia các ngân hàng chỉ phục vụ một số lượng nhất định các công ty, thì nay, một thị trường hàng tỷ dân đang mở ra trước mắt họ. Và thế là các ngân hàng đua nhau hiện đại hoá hệ thống tin học của họ, tung ra thị trường một loạt các dịch vụ mới như "phone banking"; "Internet banking", chuyển và rút tiền tự động...làm cho dịch vụ ngân hàng trở nên phong phú và phổ biến rộng rãi.

3.1.3. Cạnh tranh và tồn tại

"Ngân hàng điện tử" giúp các ngân hàng tạo và duy trì một hệ thống khách hàng rộng rãi và bền vững. Bạn sẽ sẵn sàng từ bỏ một ngân hàng mà nơi đó bạn phải xếp hàng rất lâu chờ rút tiền để đi tới một máy rút tiền tự động của một ngân hàng khác và thực hiện nhiệm vụ này trong vài phút. Bạn sẽ tới một ngân hàng mà nơi đó sẵn sàng giúp bạn thực hiện các giao dịch với đối tác nhanh gọn và chính xác.

3.2. Lợi ích cho khách hàng

Có thể nói hầu hết tất cả những gì tiến bộ hơn mà dịch vụ "Ngân hàng điện tử" mang lại chính là lợi ích cho khách hàng.

"Ngân hàng điện tử" với công cụ chủ yếu là Internet/Web và các thiết bị điện tử, đem lại sự hiện diện toàn cầu cho người cung cấp và sự lựa chọn toàn cầu cho người tiêu dùng, bỏ qua khoảng cách địa lý giữa các quốc gia. Một ngân hàng có thể cung cấp dịch vụ cho nhiều người ở bất cứ nơi nào trên thế giới tại bất cứ thời điểm nào. Một khách hàng có thể kiểm tra và quản lý tài chính của mình vào bất cứ lúc nào. Dĩ nhiên chi phí cho dịch vụ này rất rẻ, không chỉ vì số tiền hợp lý phải trả cho dịch vụ mà còn vì tiết kiệm thời gian đi lại và hoàn tất các thủ tục giấy tờ mà các giao dịch vẫn được thực hiện an toàn và chính xác.

Tuy nhiên những lợi ích này có lợi chủ yếu là đối với các nước phát triển. Đối với các nước đang và kém phát triển, giá dịch vụ "Ngân hàng điện tử" có khi rất đắt so với thu nhập bình quân người tiêu dùng. Nguyên nhân là do vốn đầu tư lớn vào các trang thiết bị và công nghệ thông tin dẫn tới giá thành sản phẩm cao. Trong khi đó mức sống người dân các nước này lại rất thấp.

3.3. Lợi ích đối với toàn thể nền kinh tế

Ngoài những lợi ích chính đối với các bên tham gia "Ngân hàng điện tử" nói trên, "Ngân hàng điện tử" còn đem lại những lợi ích to lớn tiềm tàng đối với toàn thể nền kinh tế.

Việc tiêu dùng chủ yếu bằng tiền mặt có rất nhiều điều hạn chế. Nhà nước phải bỏ ra một chi phí nhất định hàng năm trong việc in và quản lý số lượng tiền in ra cho thị trường. Việc khó xác định chính xác lượng tiền lưu hành trong dân khiến cho nhà nước gặp nhiều khó khăn trong việc đưa ra các chính sách tài khoá nhằm đảm bảo một thị trường tài chính ổn định. "Ngân hàng điện tử" với sự phổ biến sử dụng tài khoản cá nhân và tiền điện tử sẽ góp phần không nhỏ trong việc tháo gỡ khó khăn này. Chính tiền điện tử và giao dịch tài khoản làm cải thiện khả năng thanh toán trong thị trường tài chính.

"Ngân hàng điện tử" giúp cho nhà nước có thông tin đầy đủ về việc thực hiện thu nộp thuế một cách nhanh chóng và cập nhật.

Cùng với xu hướng toàn cầu hoá và sự phát triển rộng khắp trên toàn thế giới của thương mại điện tử, "Ngân hàng điện tử" chính là chiếc cầu nối cho sự hội nhập của nền kinh tế trong nước với nền kinh tế quốc tế mà không đòi hỏi quá nhiều nỗ lực của chính phủ.

II. Đối tượng và những điều kiện tiên quyết tham gia dịch vụ ngân hàng điện tử

Qua các phương tiện kỹ thuật của dịch vụ "Ngân hàng điện tử" đã được giới thiệu ở trên, chúng ta sẽ xem xét đặc điểm và điều kiện của các bên tham gia dịch vụ này.

Tham gia dịch vụ "Ngân hàng điện tử" có ba thành phần chính. Đó là hệ thống ngân hàng thương mại, người tiêu dùng và các quy định của nhà nước.

1 Các ngân hàng thương mại

1.1. Vai trò của các ngân hàng thương mại

Hệ thống ngân hàng thương mại là người cung cấp dịch vụ "Ngân hàng điện tử". Do vậy họ giữ vai trò chính.

Các nhà kinh tế đã coi dịch vụ "Ngân hàng điện tử" như là một cuộc cải cách tài chính do các ngân hàng tiến hành. Nó đã mang lại nhiều dịch vụ có khả năng sinh lời lớn.

Rất nhiều các ngân hàng và các tổ chức tài chính đã nhận ra rằng phương thức cũ mà họ đang sử dụng trong kinh doanh không còn có khả năng mang lại lợi nhuận cao. Các dịch vụ tài chính mà họ bán ra trên thị trường không còn hấp dẫn người tiêu dùng. Thêm vào đó, các quy định về thủ tục tài chính đã trở nên nặng nề. Để tồn tại trong môi trường tài chính mới, các ngân hàng đã phải tìm kiếm và phát triển những sản phẩm dịch vụ mới. ***Cải cách trong ngân hàng là tất yếu nhằm đáp lại sự thay đổi của nhu cầu khách hàng.***

Trong khi đó, sự phát triển công nghệ thông tin đang mang lại cho thương mại nói chung và ngành ngân hàng nói riêng những cơ hội lớn lao. Mạng và hệ thống máy tính không những giúp cho ngân hàng giảm chi phí giao dịch mà còn tạo điều kiện cho họ có khả năng đưa ra những dịch vụ mới. Do vậy, ***cải cách ngân hàng cũng là sự đáp lại sự thay đổi của cung.***

1.2. Điều kiện tiên quyết để tham gia hệ thống dịch vụ "Ngân hàng điện tử" của các ngân hàng thương mại

Một trong những yếu tố dẫn đến thành công của "Ngân hàng điện tử" là phải xây dựng một cơ sở hạ tầng hiện đại ở một mức nhất định. Cơ sở này dựa trên tiến bộ của công nghệ máy tính, công nghệ thông tin viễn thông. Điều này đòi hỏi vốn đầu tư lớn mà không phải ngân hàng nào cũng có khả năng đáp ứng. Dưới đây một số yêu cầu tối thiểu cho dịch vụ "Ngân hàng điện tử":

1.2.1 Hạ tầng cơ sở công nghệ

"Ngân hàng điện tử" phát triển trên cơ sở kỹ thuật số hoá, công nghệ thông tin, mà trước hết là kỹ thuật máy tính điện tử. Vì thế chỉ có thể thực sự có và thực sự tiến hành "Ngân hàng điện tử" hiệu quả khi đã có một hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin vững chắc.

Nó bao gồm hệ thống điện thoại, máy tính, máy chủ, modem, mạng nội bộ, mạng liên nội bộ, thiết bị thanh toán điện tử (POS, ATM, CDM), vv... và các dịch vụ truyền thông (thuê bao điện thoại, phí nối mạng, truy cập mạng).

Chi phí phần cứng cho một hệ thống máy tính văn phòng, máy chủ, mạng nội bộ khoảng USD 100,000. Một máy đọc thẻ thanh toán đặt tại các điểm bán hàng giá khoảng USD50 một chiếc. Một máy rút tiền tự động giá khoảng USD40,000 một chiếc. Chi phí phần mềm cho hệ thống này khoảng USD 200,000 tới USD 300,000. Còn phải kể đến chi phí tham gia các tổ chức thanh toán quốc tế, chi phí bảo dưỡng, nâng cấp hệ thống. Ước tính tổng vốn đầu tư có thể lên tới USD 10 triệu cho một ngân hàng.

Ngoài ra, hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin này chỉ có thể có và hoạt động tin cậy trên nền tảng một nền công nghiệp điện năng, bưu chính viễn thông đảm bảo cung cấp điện năng, thông tin liên lạc đầy đủ, ổn định với mức

giá hợp lý. Thiết lập một nền công nghiệp như vậy nằm ngoài tầm kiểm soát của các ngân hàng. Nó đòi hỏi sự đầu tư cả về vốn lẫn thời gian của nhà nước. Điều này đặc biệt khó khăn với các nước đang và kém phát triển.

1.2.2 Vấn đề an toàn và bảo mật

Giao dịch bằng phương tiện điện tử đặt ra đòi hỏi rất cao về bảo mật và an toàn, nhất là hoạt động qua mạng. Nhiều người sợ không dám mua bán qua mạng, thanh toán bằng thẻ qua máy điện tử, máy rút tiền. Người mua thì lo các chi tiết của thẻ tín dụng của mình bị lộ, và kẻ xấu sẽ lợi dụng mà rút tiền, người bán thì lo người mua không thanh toán cho các hợp đồng hay giao dịch đã được "ký kết theo kiểu điện tử".

Điều lo sợ ấy là có căn cứ, vì số vụ tấn công vào Internet hay các vụ làm và sử dụng thẻ giả ngày càng gia tăng. "Giặc máy tính" dùng nhiều thủ đoạn khác nhau: mạo quan hệ, bẻ mật khẩu, tạo vi rút máy tính, giả mạo địa chỉ Internet, dập thẻ giả, móc nối với người bán hàng tạo ra các giao dịch "ảo"...

Kỹ thuật mã hoá hiện đại, với khoá dài tối thiểu 1024 bit thậm chí 2048 bit cộng với các công nghệ SSL (Secure Socket Layer), SET (Secure Electronic Transaction) đang giúp giải quyết vấn đề này. Các ngân hàng phát hành thẻ đang khuyến khích phát hành và sử dụng thẻ có các "chip" điện tử thay thế cho các dải từ. Một chiến lược về mã hoá và giải mã kèm theo các chương trình bảo vệ an toàn thông tin cho ngân hàng và khách hàng phải luôn được đặt ra và cập nhật.

1.2.3 Hệ thống tuyên truyền giáo dục khách hàng

Một nhân tố quan trọng khác dẫn đến thành công trong "Ngân hàng điện tử" hệ thống phân phối sản phẩm, tuyên truyền và giáo dục khách hàng. Điều này đòi hỏi một đội ngũ nhân viên tiếp thị chuyên nghiệp trang bị với các kiến thức nhất định về tin học.

Với mục tiêu "giành lấy lòng tin của khách hàng", các ngân hàng phải đặt ra một chiến lược tuyên truyền, quảng cáo, thực hiện, từng bước thuyết phục khách hàng về tính an toàn và tiện lợi của dịch vụ "Ngân hàng điện tử".

2. Khách hàng

2.1. Đặc điểm chung hiện nay của người tiêu dùng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử

"Ngân hàng điện tử" chủ yếu phục vụ cho hệ thống khách hàng cá nhân hay nói cách khác nó là hệ thống dịch vụ ngân hàng bán lẻ.

Những khảo sát gần đây cho thấy điển hình của khách hàng sử dụng dịch vụ "Ngân hàng điện tử" là những người có trình độ học vấn cao, trẻ và có thu nhập tương đối cao. Với kiến thức tin học cao, khả năng tiếp thu nhanh những vấn đề tiến bộ, họ là những người tham gia dịch vụ "Ngân hàng điện tử" đầu tiên. Đa phần trong số họ thuộc thành phần trí thức tự do, những người thành đạt trong sự nghiệp, những doanh nhân, tầng lớp trung lưu trong xã hội.

Giao dịch với họ thường có giá trị tương đối cao, rủi ro ít vì họ có học và có thu nhập cao. Thứ nữa là cơ hội cung cấp dịch vụ trong một thời gian

dài vì họ là những người trẻ tuổi. Cuối cùng là họ là những người năng động, giao dịch nhiều, cơ hội đi lại qua các quốc gia, nên ở điểm này, "Ngân hàng điện tử" có thể chứng minh tính ưu việt của nó đó là cung cấp dịch vụ liên tục và toàn cầu.

2.2. Các nhân tố ảnh hưởng tới quyết định của người tiêu dùng

Việc đưa vào thị trường một sản phẩm hay dịch vụ mới đòi hỏi nghiên cứu hành vi ứng xử người tiêu dùng. Người tiêu dùng phải trải qua các giai đoạn từ chỗ nhận thức sự sẵn có của sản phẩm, dịch vụ tới việc sử dụng thử và cuối cùng là chấp nhận sản phẩm và dịch vụ đó.

Do tính chất cách mạng, "Ngân hàng điện tử" là một khái niệm rất mới đối với đại bộ phận người tiêu dùng. Không phải ai cũng có cái nhìn đầy đủ về "Ngân hàng điện tử". Một trong những trở ngại lớn nhất của "Ngân hàng điện tử" là thái độ hoài nghi, lưỡng lự khi chuyển đổi từ hình thức giao dịch cũ truyền thống sang hình thức mới. Chính vì vậy việc quảng cáo, tuyên truyền và giáo dục khách hàng về dịch vụ "Ngân hàng điện tử" là một thách thức lớn đối với các ngân hàng thương mại.

Xây dựng hệ thống khách hàng đã khó, duy trì nó còn khó hơn. Khách hàng sau khi đã nhận thức được "Ngân hàng điện tử" họ sẵn lòng dùng thử. Song, sẽ trở nên khó khăn cho họ khi hệ thống thanh toán "Ngân hàng điện tử" không ổn định và sẵn có. Một khách hàng sau khi mua thẻ tín dụng sẽ thấy nghi ngờ dịch vụ "Ngân hàng điện tử" nếu thẻ của họ thường xuyên bị từ chối vì lý do trục trặc kỹ thuật của thiết bị thanh toán điện tử hay chán nản vì không phải địa điểm bán hàng nào cũng sẵn có thiết bị chấp nhận thẻ tín dụng. Bạn sẽ rất bức mình khi kiểm tra số dư tài khoản qua điện thoại mà điện

thoại ngân hàng bị hỏng. Bạn sẽ vô cùng hoang mang số thẻ tín dụng của mình bị đánh cắp sau một lần mua hàng qua Internet.

Đây là những vấn đề đặt ra cho các ngân hàng, đòi hỏi tính sẵn có của hệ thống thanh toán điện tử và các dịch vụ sau bán hàng như xử lý tranh chấp, bảo vệ khách hàng...

3. Các quy định của Nhà nước

Nhà nước đóng vai trò thiết lập "luật chơi". Do vậy, việc tạo ra một môi trường cạnh tranh lành mạnh, một hàng lang pháp lý và các quy định khung có ảnh hưởng lớn tới các thành viên tham gia dịch vụ này, từ đó quyết định sự phát triển nhanh và đúng hướng của dịch vụ "Ngân hàng điện tử".

"Ngân hàng điện tử" chỉ có thể thành công rực rỡ khi giới cần quyền ở tất cả các quốc gia đồng ý cho phép tạo điều kiện và bảo vệ loại hình dịch vụ này

Trước hết chính phủ phải quyết định xem xét thương mại điện tử nói chung và "Ngân hàng điện tử" nói riêng là cơ hội hay hiểm họa. Điều đó không dễ vì không phải quốc gia nào cũng đồng ý với ý tưởng "toàn cầu hoá". Ngay một nước hiện đại như Pháp cũng phải tới năm 97-98 mới quyết định tuyên bố Internet là một cơ hội.

Còn ở Việt Nam, do một số lý do chính trị mà nền kinh tế nước ta chưa thực sự "mở". Để bảo hộ nền công nghiệp còn quá non trẻ trước sự cạnh tranh khốc liệt, để duy trì một môi trường tài chính ổn định, Chính phủ nước ta đã phải đưa ra các quy định về quản lý ngoại hối. Mà các quy định này

cũng ảnh hưởng không nhỏ tới "Ngân hàng điện tử" nơi diễn ra các hoạt động tài chính qua biên giới.

Việc đầu tiên phải làm của Chính phủ đối với "Ngân hàng điện tử" là:

- Thừa nhận tính pháp lý của các giao dịch "Ngân hàng điện tử"
 - Thừa nhận tính pháp lý của chữ ký điện tử (tức chữ ký dưới dạng số đặt vào một thông điệp dữ liệu), chữ ký số hoá (tức biện pháp biến đổi nội dung một thông điệp dữ liệu, khi dùng mã khoá để giải mới thu được nội dung thật của thông điệp dữ liệu) và có các thiết chế pháp lý, cơ quan pháp lý thích hợp cho việc xác nhận chữ ký điện tử và chữ ký số hoá.
 - Bảo vệ pháp lý các thanh toán điện tử (bao gồm cả pháp chế hoá các tổ chức phát hành và chấp nhận các loại thẻ thanh toán).
 - Bảo vệ pháp lý đối với mạng thông tin, chống tội phạm, chống gian lận.
- Nhà nước sẽ phải định hình một chiến lược chung về hình thành phát triển "Ngân hàng điện tử", tiếp đó là các chính sách, đạo luật và các quy định cụ thể tương ứng được phản ánh trong toàn bộ chỉnh thể của hệ thống luật.

III. Xu hướng và kinh nghiệm phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử trên thế giới

1. "Ngân hàng điện tử" trên thế giới

Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin và khoa học viễn thông cùng với tiến trình toàn cầu hoá đã gây một ảnh hưởng lớn trong ngành tài chính ngân hàng. Ngành ngân hàng đã đóng một vai trò quan trọng trong việc cho ra đời một loạt các dịch vụ sản phẩm mới như tiền điện tử, "ví điện tử". Đến lượt "Ngân hàng điện tử" lại giúp cho ngành ngân hàng vượt qua những hạn chế mà hình thức dịch vụ ngân hàng truyền thống không thể làm được. "Ngân hàng điện tử" là một xu hướng tất yếu nhằm tạo ra cho các ngân hàng một sức cạnh tranh trong kỷ nguyên bùng nổ công nghệ thông tin này. "Ngân hàng điện tử" chính là cuộc cách mạng trong ngành ngân hàng.

"Ngân hàng điện tử", đặc biệt là Internet banking, sản phẩm mới nhất gần đây được tung ra sẽ gây một ảnh hưởng đáng kể trong thị trường tài chính ngân hàng.

Internet là một công nghệ phát triển nhanh. Nó làm thay đổi hoàn toàn Cách sống và làm việc của tất cả mọi người. Năm 1991 mới có 31 nước nối mạng Internet, tới năm 1997 đã có 171 nước; số trang Web vào giữa năm 1993 là 130, tới cuối năm 1998 đã lên tới 3,69 triệu; giữa năm 1996 có 12,9 triệu địa chỉ Internet với khoảng 67,5 triệu người sử dụng, giữa năm 1998 đã có 36,7 triệu địa chỉ Internet với khoảng 100 triệu người sử dụng. Theo dự báo, số người sử dụng Internet trên toàn thế giới năm 2005 sẽ lên tới 1 tỷ người. Dịch vụ ngân hàng qua Internet bắt đầu xuất hiện vào cuối những năm 90. Tới nay, chủ yếu các giao dịch ngân hàng là qua Internet.

"Ngân hàng điện tử" đã tìm ra thị trường đầy tiềm năng và tương lai rực rỡ của nó. Dĩ nhiên là bởi những tiến bộ của nó mang lại. Ngày nay, mỗi người mua hàng hoá hay dịch vụ, nhận tiền lương thưởng chỉ cần ghi lại trong tài khoản của họ. Đồng tiền ngày nay đơn giản chỉ là những thông tin được truyền tự động. Sự thống trị của đồng tiền điện tử trên thị trường thương mại điện tử thế giới chính là bằng chứng của sự phát triển "Ngân hàng điện tử".

Theo thống kê của International Data Corp (IDC), có tới 10 triệu người sử dụng "Ngân hàng điện tử". Con số này dự tính lên tới 30 triệu người trong vòng vài năm tới. Doanh số trung bình dịch vụ "Ngân hàng điện tử" vào năm 1997 là USD 8 tỷ, 1998 là USD 14 tỷ, 1999 là USD 31 tỷ và tới 2002 là USD 90 tỷ.

Tuy nhiên, do hoàn cảnh đặc thù về chính trị xã hội, một số nước vẫn còn có các hoạt động kiểm soát Internet. Do vậy làm hạn chế sự phát triển của "Ngân hàng điện tử".

2. Dịch vụ "Ngân hàng điện tử" ở một số nước

2.1 Trung Quốc

Nỗ lực của Trung Quốc tập trung chủ yếu vào xây dựng hạ tầng cơ sở cho công nghệ thông tin. Công suất sản xuất máy tính điện tử cá nhân năm 1998 đạt tới 8,5 triệu cái/năm. 4 công ty máy tính điện tử hàng đầu của Trung Quốc đều có sức cạnh tranh với IBM, COMPAQ, HP, trên thị trường nội địa. Công nghệ phần cứng đạt tốc độ tăng khoảng 45%/năm. Công nghệ phần mềm tăng 20%/năm.

Tuy vậy, Trung Quốc bước vào "Ngân hàng điện tử" rất chậm. Cuối năm 1997 mới chính thức ra nhập Internet. Trung Quốc đòi hỏi người sử dụng Internet phải đăng ký với công an.

Do chính sách bảo hộ công nghiệp và kiểm soát ngoại tệ, các dịch vụ phát hành và thanh toán thẻ ở Trung Quốc cũn bị hạn chế. Tỷ lệ thanh toán thẻ tăng 7,8%/năm.

2.2 Các nước ASEAN

"Ngân hàng điện tử" ở các nước A SEAN phát triển hơn.

2.2.1. Singapore

Singapore, là một trong những nước áp dụng thanh toán điện tử đầu tiên trên thế giới. Tháng 12/1996, nhân phiên họp khai mạc cấp bộ trưởng WTO tổ chức ở Singapore, Singapore đã chính thức khai trương việc ứng dụng toàn diện các loại thẻ, thẻ ghi nợ, thẻ tiền mặt internet, thẻ thông minh, thẻ mua hàng điện tử, túi tiền điện tử. Hệ thống giao dịch điện tử an toàn mạnh tính quốc tế (Network for Electronic Transfers) thành lập tháng 4/1997 đã được đưa vào sử dụng toàn diện cuối năm 1998. Singapore đã đưa lên internet 30 chương trình phần mềm ứng dụng chuyên phục vụ thương mại điện tử.

Có tới hơn 10,000 điểm bán hàng trên hòn đảo này được lắp đặt thiết bị thanh toán thẻ ghi nợ.

Tuy nhiên, phát hành thẻ tín dụng lại hạn chế. Chính sách quản lý tiền tệ ở Singapore quy định cá nhân từ 21 tuổi trở lên và có thu nhập SGD 30,000

/năm mới được mua thẻ tín dụng. Hạn mức tín dụng tối đa là 2 tháng lương. Cho tới năm 2000, số lượng thẻ tín dụng phát hành là 2,5 triệu thẻ. Ngoài ra còn có các thẻ khác như thẻ thông minh, thẻ mua hàng... Thanh toán điện tử là một phần nằm trong "kế hoạch tổng thể về thương mại điện tử ở Singapore. Một loạt các văn kiện quan trọng có liên quan đã ra đời nhằm điều chỉnh hoạt động này như "Luật giao dịch điện tử, "luật chống lạm dụng máy tính điện tử... Luật bản quyền cũng được sửa đổi lại.

2.2.2. Malaysia

Thanh toán điện tử ở nước này rất phát triển. Đặc biệt là thanh toán thẻ. 3,5 triệu thẻ tín dụng được phát hành. Ngân hàng có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 55% thị phần. Nhưng hệ thống dày đặc máy rút tiền tự động là của các ngân hàng trong nước.

Tuy nhiên, tỷ lệ gian lận trong thanh toán thẻ ở nước này được xếp vào loại cao trong khu vực Asia Pacific.

2.2.3. Philippin

Internet thâm nhập vào Philippin khá sớm: năm 1996, ở Philippin có 53,000 người sử dụng Internet, năm 1997 đã lên tới 85,000 người và 2001 có tới 0,7 triệu người sử dụng Internet.

Các phương tiện truyền thông khác cũng phát triển. Ví dụ 1996 toàn quốc có 1,35 triệu thuê bao điện thoại, năm 1998 đã lên tới 5,49 triệu. Tỷ trọng người mua hàng bán lẻ qua Internet chiếm 1,8% với tổng giá trị USD 151 triệu. 17 triệu thẻ được phát hành bao gồm thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ... Hệ thống ATM và thiết bị chấp nhận thẻ rất phổ biến. Tuy nhiên hệ thống luật và một chiến lược đặc thù về ngân hàng điện tử thì chưa có một cách rõ ràng.

"Ngân hàng điện tử" ở các nước ASEAN bắt đầu xuất hiện. Nhưng chỉ phát triển mạnh ở một số nước và chủ yếu vẫn còn trong lĩnh vực nội địa. Nhìn chung các nước thành viên còn đang đứng trước tình trạng yếu kém về cơ sở hạ tầng thông tin, cơ sở hạ tầng pháp lý tài chính. "Ngân hàng điện tử" của ASEAN đang còn trong giai đoạn "nghiên cứu" để tìm đường phối hợp chuyển giao công nghệ và hợp tác kỹ thuật với nhau, thực sự tham gia thanh toán điện tử với nhau và với các nước khác.

Chương II: Năng lực của hệ thống ngân hàng Việt Nam trong việc triển khai dịch vụ ngân hàng điện tử

I. Sơ lược hệ thống các ngân hàng Việt Nam

1. Cơ cấu và tổ chức của các ngân hàng Việt Nam

Vào cuối những năm 80, trước khi có các chính sách "đổi mới", ngân hàng nhà nước chiếm vai trò chủ đạo. Mọi giao dịch tài chính ngân hàng đều thực hiện bởi ngân hàng nhà nước. Qua quá trình "đổi mới", nhằm thúc đẩy đầu tư trong nước và nước ngoài, hệ thống ngân hàng Việt Nam đã dần dần phát triển đi đôi với việc hình thành các quy định khung về tài chính ngân hàng.

Năm 1988, hệ thống ngân hàng Việt Nam chia thành hai cấp: Ngân hàng Trung ương và các ngân hàng thương mại. Năm 1990, Chính phủ đã tiến hành nhiều các chính sách cải cách ngân hàng nhằm mở rộng cơ cấu hệ thống và nâng cao hoạt động hiệu quả của hệ thống ngân hàng Việt Nam. Cho tới nay, đã có 4 ngân hàng thương mại quốc doanh, 43 ngân hàng thương mại cổ phần, 4 ngân hàng liên doanh, 27 chi nhánh ngân hàng nước ngoài, 53 văn phòng đại diện các ngân hàng nước ngoài và 153 quỹ tín dụng nhân dân đang hoạt động.

Bốn ngân hàng quốc doanh đứng vai trò chủ đạo trong ngành ngân hàng, chiếm 74 % thị trường cho vay (chủ yếu là cho các doanh nghiệp nhà nước vay). Các ngân hàng cổ phần, sau 3 năm hợp lý hoá theo hướng của ngân hàng nhà nước chiếm 15% thị trường cho vay (chủ yếu là các doanh

ng nghiệp tư nhân). Các ngân hàng khác và quỹ tín dụng nhân dân chỉ chiếm một thị phần nhỏ.

Hệ thống ngân hàng quốc doanh chiếm ưu thế trên thị trường không chỉ bởi quy mô lớn mà còn bởi họ có những đặc quyền do chính phủ phân định. Họ được hưởng nhiều các chính sách ưu đãi, được sự đầu tư hỗ trợ của chính phủ. Điều này dẫn đến cơ cấu hiện nay là họ nắm giữ phần lớn vốn đầu tư và các khoản tiền gửi lớn của doanh nghiệp nhà nước và các doanh nghiệp tư nhân.

Năm 1992, Các ngân hàng nước ngoài được phép mở chi nhánh hoạt động tại Việt Nam. Mặc dù vậy, sự tham gia của ngân hàng nước ngoài vào thị trường tài chính Việt Nam còn bị hạn chế rất nhiều do các chính sách bảo hộ ngân hàng trong nước của chính phủ Việt Nam. Phần lớn các khoản vay đều dành cho các doanh nghiệp quốc doanh và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Thời hạn đăng ký hoạt động tại Việt Nam của các ngân hàng nước ngoài là 20 năm, của các ngân hàng liên doanh (vốn đầu tư nước ngoài chiếm tối đa là 50%) là 30 năm. Việc gia hạn giấy phép hoạt động kinh doanh sẽ do chính phủ xét duyệt trong từng trường hợp. Hiện nay, các chi nhánh ngân hàng nước ngoài không được phép huy động tiền gửi ngoại tệ từ cá nhân người Việt Nam. Kể từ tháng 11 năm 2001, các ngân hàng liên doanh được phép huy động tiền gửi ngoại tệ cá nhân người Việt Nam song không quá 50% vốn.

Các ngân hàng thương mại cổ phần đang trong quá trình cơ cấu lại nhằm giải quyết một số vấn đề về tài chính như đọng vốn, nợ khó đòi... Một số các ngân hàng nhỏ được sáp nhập lại thành ngân hàng lớn hơn nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động. Trong những năm qua, 8 ngân hàng thương mại cổ phần đã được sáp nhập làm tổng số ngân hàng cổ phần giảm từ 51 ngân hàng

còn 43 ngân hàng. Chính phủ cũng đã tiến hành cơ cấu lại vốn cho các ngân hàng cổ phần. Ngoài các ngân hàng có số vốn từ 200 đến 300 tỷ đồng, Vốn trung bình của các ngân hàng ở thành thị là 100 tỷ đồng và các ngân hàng ở nông thôn là 5 tỷ đồng. Theo Thống Đốc Ngân Hàng Nhà Nước Việt Nam, số lượng các ngân hàng cổ phần trong những năm tới chỉ còn từ 25 đến 30 ngân hàng. Việc này khuyến khích các ngân hàng nhỏ sáp nhập lại nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động.

Hiện đại hóa hệ thống ngân hàng Việt Nam đang là một vấn đề hết sức bức thiết. Hệ thống ngân hàng Việt Nam đang đòi hỏi một sự hỗ trợ tạo ra một lực mới nhằm đáp ứng những thách thức mới trong quá trình tự do hoá thương mại.

2. Sơ lược hoạt động của hệ thống ngân hàng Việt Nam

Hoạt động hệ thống ngân hàng Việt Nam không lấy gì sáng sủa. Theo lời mời của chính phủ nước ta, phái đoàn FITCH đã đến thăm Việt Nam vào tháng 4 năm 2002. Theo đánh giá của FITCH, rất nhiều ngân hàng Việt Nam rơi vào loại yếu kém.

Xếp loại E là ngân hàng Đầu Tư và Phát Triển (BIDV) và ngân hàng Công Thương Việt Nam (VIETINCOMBANK). Ngân Hàng Ngoại Thương Việt Nam (Vietcombank) xếp loại D. Nghĩa là cao hơn hai ngân hàng kia một chút cả về năng lực tài chính lẫn quản lý. Loại D cũng đánh giá cho ngân hàng Sai Gòn Thương Tín (Sacombank), Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu (ACB) và VID Public bank. Ngân Hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn không được đưa ra xếp loại vì nó chưa hoàn toàn tách khỏi ngân hàng dành cho người nghèo.

Theo FITCH, loại A cho ngân hàng rất mạnh, loại B cho Ngân hàng mạnh, loại C cho ngân hàng trung bình, loại D cho ngân hàng yếu kém và loại E cho ngân hàng thực sự có những vấn đề nghiêm trọng đòi hỏi sự giúp đỡ hỗ trợ.

Nguyên nhân của tình trạng hoạt động yếu kém của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam là do khả năng quản lý kém, sản phẩm dịch vụ nghèo nàn, bộ máy hành chính cồng kềnh, hệ thống quản lý thông tin yếu kém, quy định lỏng lẻo.

Trong nhiều năm gần đây, hệ thống ngân hàng Việt Nam đã tiến hành nhiều biện pháp đổi mới. Một trong những vấn đề được đặt ra là thiếu vốn pháp định. Điều này gây cản trở rất nhiều cho các ngân hàng trong việc cho vay các dự án lớn. Tổng vốn pháp định của 4 ngân hàng thương mại quốc doanh (chiếm 74 % thị trường cho vay) là 3.300 tỷ đồng. Trong khi đó, quy định hiện hành chỉ cho phép vay không quá 15% vốn pháp định. Rất nhiều các dự án cần vốn vay lớn như giao thông, bưu chính viễn thông, điện, xăng dầu và thép.

Một vấn đề khác đó là vốn đầu tư thấp. Đặc biệt là đối với các ngân hàng cổ phần. Điều này không cho phép họ đầu tư vào các công nghệ hiện đại nhằm giảm chi phí và đa dạng hoá sản phẩm. Ví dụ như giá một chiếc máy rút tiền tự động là USD 30.000 (450 triệu đồng). Một ngân hàng với vốn pháp định 65 tỷ đồng thì không thể đầu tư cho một hệ thống ATM. Tuy nhiên tình hình này có phần được cải thiện từ sau khi nhà nước quyết định cơ cấu lại vốn cho các ngân hàng cổ phần.

Mối lo ngại lớn nhất trong hệ thống ngân hàng Việt Nam bây giờ là hoạt động cho vay kém hiệu quả. Hầu hết các khoản vay là của 4 ngân hàng quốc doanh. Những khoản vay này đều là cho các doanh nghiệp nhà nước và thường chẳng mang lại chút lợi nhuận nào. Một nguyên nhân dẫn đến nợ khó đòi là cơ cấu quản lý chòng chéo. Giám đốc ngân hàng thương mại không những chịu sự quản lý của ngân hàng trung ương mà còn bị ảnh hưởng bởi chính quyền địa phương các cấp.

Do vậy hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại đôi khi đi theo hướng kinh tế địa phương. Còn các ngân hàng cổ phần thì vẫn tiếp tục bị áp đặt nhiều chính sách quản lý của ngân hàng nhà nước.

Do chính sách hạn chế, các ngân hàng nước ngoài và ngân hàng liên doanh chỉ chiếm 10,6% tổng số tiền gửi và 9% thị trường cho vay. Ấy vậy mà lợi nhuận nhóm này thu được lại gấp đôi các ngân hàng trong nước.

Thêm vào đó, Hệ thống ngân hàng Việt Nam đang phải đối mặt với sự cạnh tranh khốc liệt. Rất nhiều các tổ chức khác như bảo hiểm, bưu điện cũng tham gia vào việc huy động vốn. Rất nhiều tổ chức tín dụng sử dụng vốn đầu tư vào bất động sản, nguy cơ "đóng băng về vốn" là rất cao.

Nhằm quản lý chặt chẽ toàn bộ ngành ngân hàng, Ngân Hàng Nhà Nước đang xét lại toàn bộ hệ thống báo cáo bắt buộc. Các báo cáo thường niên phải được xuất trình Ngân Hàng Nhà Nước kể từ khi kết thúc năm tài khoá (31 tháng 12) trong vòng 90 ngày đối với ngân hàng trong nước và 180 ngày đối với ngân hàng nước ngoài. Thanh tra nội bộ và thanh tra chéo là bắt buộc. Việc lựa chọn cơ quan kiểm toán là do Ngân Hàng Nhà Nước xét duyệt. Đi đôi với các hoạt động kiểm soát, Ngân Hàng Nhà Nước cho phép

ngân hàng nước ngoài và các ngân hàng cổ phần đăng ký và đưa vào sử dụng một số dịch vụ mới nhằm nâng cao nhận thức về dịch vụ ngân hàng trong dân.

Như trên đã đề cập, hệ thống ngân hàng trung ương và thương mại Việt Nam mới thực sự hoạt động từ năm 1988. Cho tới nay, đó chỉ là một quãng thời gian quá ngắn ngủi so với lịch sử phát triển ngành ngân hàng trên thế giới. Theo ông Nguyễn Thanh Toại, giám đốc ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Á Châu, một ngân hàng phát triển trên thế giới có thể cung cấp khoảng 6000 loại hình dịch vụ và sản phẩm. Trong khi đó hệ thống ngân hàng Việt Nam mới chỉ cung cấp khoảng 200 sản phẩm và dịch vụ. Trong thời gian tới, hi vọng bằng các chính sách cứng rắn và linh hoạt của Chính phủ và Ngân Hàng Nhà Nước, hệ thống ngân hàng Việt Nam sẽ từng bước được cải thiện và hoạt động có hiệu quả.

II. Thực trạng triển khai dịch vụ ngân hàng điện tử tại Việt Nam

1. Quá trình phát triển hệ thống thanh toán của ngân hàng ở Việt Nam

Thanh toán tài chính trực tuyến qua mạng (On-line) cho các dịch vụ ngân hàng ở Việt Nam còn vô cùng non trẻ. Đại bộ phận nhân viên ngân hàng trong những năm đầu thập niên 90 còn vô cùng ngỡ ngàng trước hệ thống máy tính điện tử. Cả người cung cấp và người sử dụng dịch vụ ngân hàng khó có thể bỏ qua một loạt giấy tờ để thay thế đó bằng một chiếc máy tính. Chữ ký điện tử là điều vô cùng xa lạ. Việc rút tiền từ một chiếc máy tự động mà không có sự chứng kiến của nhân viên ngân hàng thì cũng thấy khó yên tâm.

Công nghệ tin học thông tin phát triển như một cơn bão làm thay đổi tất cả, và thanh toán trong hệ thống ngân hàng không nằm ngoài sự phát triển đó.

Năm 1992:

- * Giao dịch thanh toán qua máy tính điện tử đầu tiên ở Việt Nam là ở Ngân hàng Công Thương (Incombank)
- * Tiếp theo là Vietcombank, các ngân hàng khác và Ngân Hàng Nhà Nước.
- * Chính sách “mở cửa” làm xuất hiện chi nhánh của các ngân hàng nước ngoài. Các ngân hàng này mang theo một loạt công nghệ ngân hàng hiện đại của nước ngoài vào Việt Nam. Trước nhu cầu đổi tiền và mua hàng hoá dịch vụ bằng thẻ tín dụng, các ngân hàng nước ngoài đã đi tiên phong trong lĩnh vực này. Kế đến là Vietcombank. Một loạt các đại lý ngân hàng chấp nhận thẻ tín dụng nhằm phục vụ du lịch như nhà hàng, khách sạn, bán vé máy bay, quầy thu đổi ngoại tệ xuất hiện.

Năm 1995:

Ngân Hàng Nhà Nước Việt Nam, 4 ngân hàng thương mại quốc doanh (Vietcombank, Incombank, BIDV và VBARD) và 2 ngân hàng cổ phần tham gia vào hệ thống thanh toán liên ngân hàng quốc tế - SWIFT. Thanh toán bù trừ giữa các ngân hàng và tín dụng thư trong thanh toán quốc tế được cải thiện đáng kể (giảm giấy tờ, rút ngắn thời gian và chính xác).

Năm 1996:

- * Vietcombank phát hành tấm thẻ nhựa đầu tiên

- * Ngân Hàng Hồng Kông và Thượng hải (HSBC) đưa vào sử dụng chiếc máy rút tiền tự động (ATM) đầu tiên tại Việt Nam

Năm 1997:

- * Vietcombank phát hành thẻ tín dụng
- * Ban hành quy chế phát hành sử dụng và thanh toán thẻ ngân hàng

Năm 2002:

- * Ngân Hàng Cổ Phần Á Châu (ACB) giới thiệu về dịch vụ ngân hàng qua Internet
- * Dự thảo Luật Thương Mại Điện Tử Việt Nam
- * Quyết định 44 của Chính phủ công nhận chữ ký điện tử trong chuyển tiền điện tử
- * Thị trường liên ngân hàng điện tử trung ương đi vào hoạt động

2. Các loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử:

Trong vòng một thời gian ngắn, từ 1992 đến nay, một loạt dịch vụ mới gọi là dịch vụ ngân hàng điện tử đã ra đời.

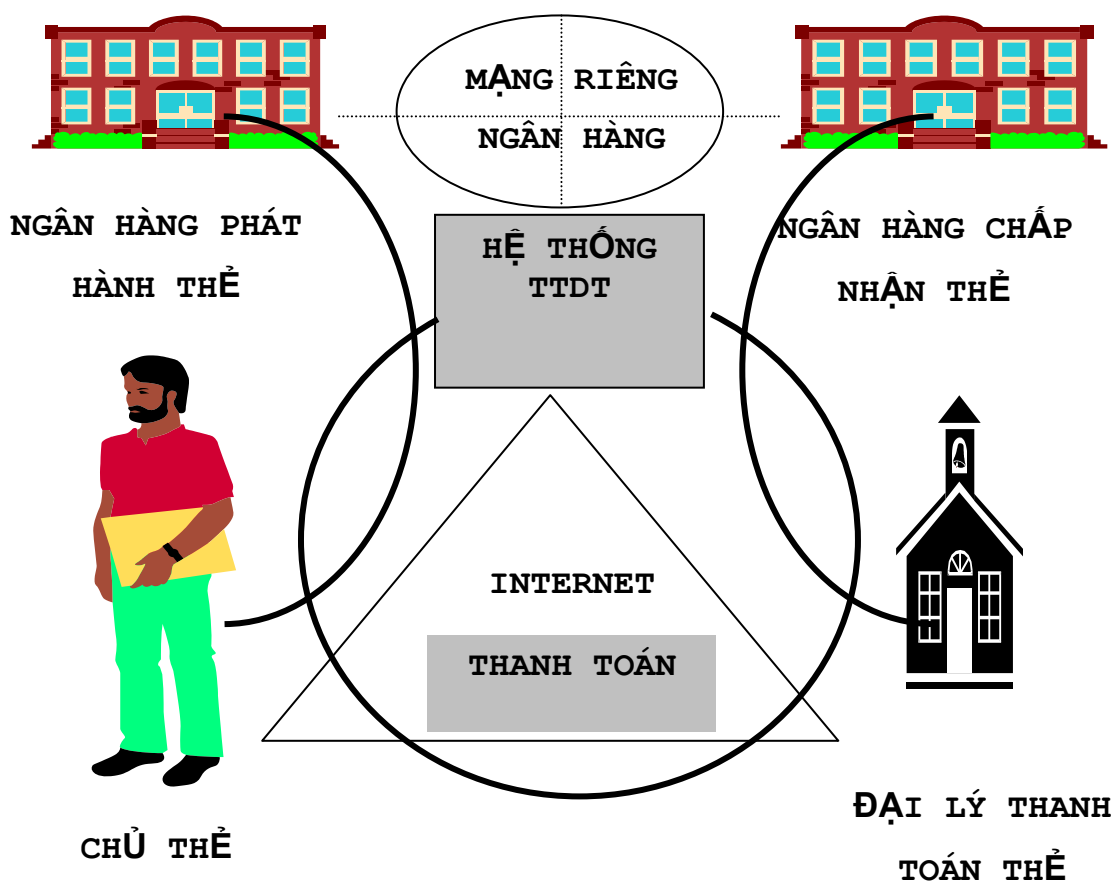
2.1 Thanh toán thẻ

Dịch vụ chấp nhận thẻ bắt đầu xuất hiện từ năm 1992. Xuất phát từ nhu cầu của khách du lịch tới Việt Nam. Họ mang theo thẻ tín dụng quốc tế: Visa, Mastercard, Amex, JCB, Diner Club... Các ngân hàng cung cấp dịch vụ rút tiền bằng thẻ tín dụng đầu tiên là Vietcombank, Incombank.

Tiếp theo là sự xuất hiện các đại lý ngân hàng thanh toán thẻ. Là những địa điểm có liên quan tới dịch vụ du lịch như sân bay, phòng vé máy bay, nhà hàng, khách sạn, cửa hàng bán đồ lưu niệm. Ngân hàng ký một hợp đồng thanh toán thẻ với các doanh nghiệp này. Ngân hàng tiến hành lắp đặt tại các đại lý thiết bị điện tử chấp nhận thanh toán thẻ. Nhờ vậy khách du lịch nước ngoài có thể trả cho hàng hoá hoặc dịch vụ bằng thẻ tín dụng.

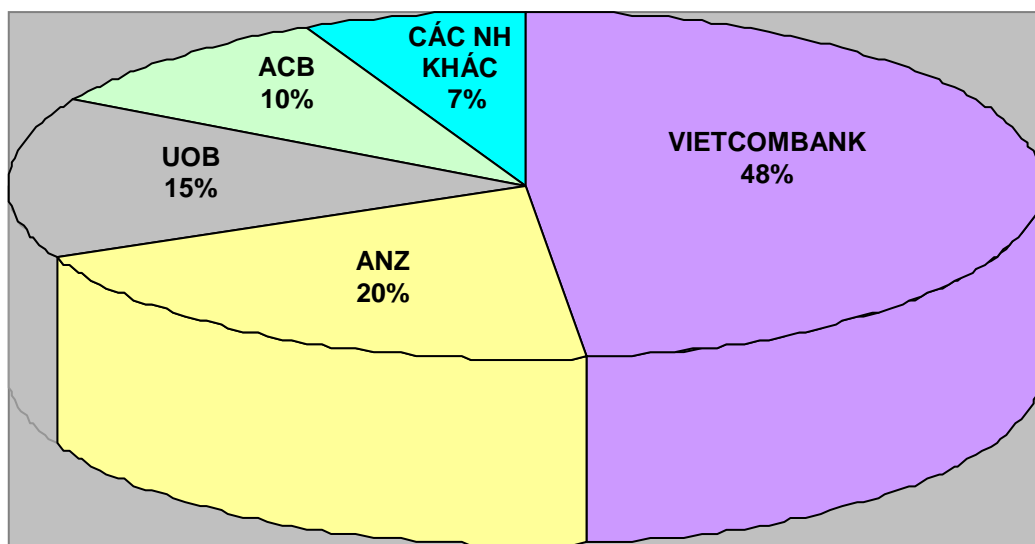
Máy thanh toán thẻ điện tử là một thiết bị đọc từ được kết nối với mạng ngân hàng chấp nhận thẻ và các ngân hàng phát hành thẻ trên thế giới. Nó cho phép đọc và truyền các thông tin của chủ sở hữu thẻ về tới các ngân hàng phát hành thẻ. Các giao dịch tài chính nhờ vậy mà được thực hiện và ghi lại trên tài khoản chủ sở hữu thẻ tại ngân hàng phát hành thẻ.

Dưới đây là sơ đồ một giao dịch bằng thẻ:



Toàn Việt Nam hiện có khoảng 7000 đại lý thanh toán thẻ với tổng doanh số bán hàng bằng thẻ là USD 90 triệu/năm. Trong đó 48% là đại lý cho Vietcombank, 20% là đại lý cho ngân hàng ANZ, 15% cho ngân hàng United Over Sea Singapore (UOB), 10% cho ngân hàng Á châu (ACB) và 7% là của các ngân hàng khác.

Bảng 2: Sơ đồ thị phần thanh toán thẻ



Các đại lý thanh toán thẻ chủ yếu tập trung ở các thành phố lớn như Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, Huế, Đà Nẵng, Nha Trang, Thành Phố Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Vũng Tàu.

Vietcombank chiếm ưu thế cả về số lượng đại lý và doanh thu bán hàng. ACB là ngân hàng cổ phần Việt Nam duy nhất tham gia vào thị trường này, mặc dù chỉ chiếm một thị phần khiêm tốn. So với Vietcombank và một số ngân hàng khác được sự đầu tư rất lớn về trang thiết bị thanh toán thẻ,

ACB quả là một ngân hàng hoạt động tương đối hiệu quả bằng chính sự nỗ lực của mình.

Bảng 3: Số lượng đại lí

	3/98	3/99	3/00	3/01	3/02	Tỷ lệ tăng trưởng
Việt Nam	4,391	4,673	5,530	6,538	7,756	18,6%
Khu Vực AP	5,855,840	6,419,088	7,600,832	9,414,793	12,271,272	30,3%

(Nguồn: Báo cáo hàng quý Trung tâm Thẻ Visa & Mastercard)

Bảng 4 : Doanh số chấp nhận thẻ (Triệu USD)

	3/98	3/99	3/00	3/01	3/02	Tỷ lệ tăng trưởng
Việt Nam	133	130	155	160	192	32%
Khu Vực AP	148,200	155,030	212,030	256,605	301,360	29%

(Nguồn: Báo cáo hàng quý Trung tâm Thẻ Visa & Mastercard)

Do bị hạn chế hơn về số lượng chi nhánh, các ngân hàng nước ngoài chủ yếu tập trung khai thác những đại lí có doanh thu lớn. Ví dụ như UOB chỉ ký kết đại lí với các khách sạn 4-5 sao hoặc các địa điểm có doanh thu bán hàng bằng thẻ trên USD 10.000/tháng.

Do không phải đầu tư lớn ban đầu về công nghệ, với kinh nghiệm nhiều năm của ngân hàng nước ngoài cộng thêm đội ngũ nhân viên trẻ năng động nhiệt tình, các ngân hàng nước ngoài vẫn hoạt động hiệu quả hơn ngân

hàng trong nước. Số lượng đại lí ít, chi phí thấp nhưng doanh số cao và do vậy tỷ suất lợi nhuận vẫn cao hơn.

Dịch vụ chấp nhận thẻ là dịch vụ bán lẻ, lợi nhuận không cao bằng dịch vụ tín dụng, song tỷ lệ rủi ro rất thấp. Dưới đây là tỷ lệ gian lận trong thanh toán thẻ ở Việt Nam, khu vực và trên thế giới.

Bảng 5: Tỷ lệ gian lận trong thanh toán thẻ

	1999	2000	2001	2002
Việt Nam	0,03%	0,05%	0,01%	0,02%
Khu vực Châu Á Thái Bình Dương	0,12%	0,13%	0,08%	0,10%
Thế giới	0,12%	0,14%	0,10%	0,11%

(Nguồn: Báo cáo hàng quý Trung tâm Thẻ Visa & Mastercard)

Với lượng khách du lịch tới Việt Nam ngày càng tăng, đây vẫn đang là loại hình dịch vụ đáng để các ngân hàng khai thác.

2.2 Dịch vụ phát hành thẻ



Vietcombank vẫn là ngân hàng dẫn đầu trong lĩnh vực này. Cho tới nay, các loại hình thẻ do Vietcombank phát hành bao gồm thẻ Visa, thẻ MasterCard, thẻ thông minh, thẻ ghi nợ. Thẻ ghi nợ nội địa của Vietcombank có tên là VCB-ATM với cách sử dụng đơn giản và giá rất cạnh tranh.

Bạn muốn mua một thẻ tín dụng quốc tế của Vietcombank ? Chỉ cần mở một tài khoản với số dư tối thiểu là 500.000 đồng và trả một tiền phí phát hành là 100.000 đồng. Thẻ này cho phép bạn rút tiền bằng hệ thống máy ATM của Vietcombank trên toàn quốc. Cho tới cuối năm 2002, Vietcombank đã phát hành 20,000 thẻ VCB-ATM.

Thẻ tín dụng của Vietcombank cũng chiếm lĩnh thị trường trong nước. Các tổ chức và cá nhân thường mua loại thẻ này khi đi công tác nước ngoài. Theo ông Vũ Viết Ngoạn, Tổng giám đốc Vietcombank, thì tổng giao dịch bằng thẻ tín dụng Vietcombank năm 2001 đạt USD 86,5 triệu tăng 22% so với năm trước. Số lượng thẻ tín dụng phát hành, tính đến hết 2000 là 3.060 thẻ tăng 130% so với năm trước.

Một ngân hàng phát hành thẻ đáng nói đến, đó là Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Á Châu (ACB).

Bên cạnh hai loại thẻ tín dụng là Visa và MasterCard, ACB còn phát hành một số thẻ nội địa như thẻ SaiGon Tourist- thẻ thanh toán cho các hoạt động du lịch, thẻ Saigon Co-op - thẻ dùng để mua hàng hoá tại các siêu thị, thẻ Mai Linh - thẻ trả tiền taxi, thẻ Phước Lộc Thọ.

Đặc biệt là từ tháng 6 năm 2002, ACB cho ra đời một loại thẻ mới có tên gọi ACB e-card. Loại này tương tự như VCB-ATM. Người mua loại thẻ này phải mở một tài khoản với số dư tối thiểu là 1 triệu đồng và phải trả phí thường niên là 100,000 đồng. Tuy nhiên chủ thẻ sẽ được trả tỷ lệ lãi là 0,2% trên số dư tiền gửi mà họ không sử dụng đến. Chủ thẻ được có thể cho thêm tiền gửi vào tài khoản của họ vào bất cứ lúc nào họ muốn. Loại thẻ này cho phép chủ thẻ mua hàng hoá hoặc rút tiền mà không mất phí.

Cho đến cuối năm 2002, ACB đã phát hành 10.000 ACB e- card. Nếu so sánh với các ngân hàng Việt Nam khác, ACB vượt trội hơn hẳn về chất lượng dịch vụ, đặc biệt là dịch vụ sau bán hàng. Tháng 6 năm 2002, ACB mở hai quầy hoạt động ngoài giờ nhằm cung cấp dịch vụ trợ giúp và thông tin cho các khách hàng mua thẻ Visa, thẻ MasterCard và các loại thẻ khác của ACB.

Tham gia vào thị trường phát hành thẻ còn có các ngân hàng khác như EXIMBANK, Sacombank, ANZ và Ngân Hàng Đông Á.

Ngân Hàng Đông Á mới khai trương trung tâm thẻ vào tháng 7 năm 2002. Nhưng theo Bà Lý Thị Ngọc, Giám Đốc trung tâm thẻ, Ngân Hàng Đông Á dự tính sẽ phát hành 1000 thẻ vào cuối năm 2002. Điều này hoàn toàn dựa trên cơ sở hệ thống khách hàng mở tài khoản giao dịch và tài khoản

tiết kiệm sẵn có của ngân hàng. Ngân Hàng Đông Á còn có một hệ thống chấp nhận thẻ tại 5 chi nhánh ngân hàng và 20 siêu thị trên toàn quốc.

Là một ngân hàng 100% vốn nước ngoài, với rất nhiều kinh nghiệm trong thanh toán và phát hành thẻ, cộng thêm công nghệ ngân hàng hiện đại sẵn có, song ANZ chỉ tham gia phát hành thẻ ghi nợ nội địa và thẻ ghi nợ quốc tế.

Thẻ ghi nợ là loại thẻ cho phép chủ thẻ trả tiền hoặc rút tiền từ tài khoản tiết kiệm hoặc vãng lai của mình. Còn thẻ tín dụng có thể nói là loại thẻ tiêu trước trả sau. Người mua thẻ tín dụng sẽ được ngân hàng phát hành thẻ cấp cho một hạn mức tín dụng nhất định. Chủ thẻ tín dụng sẽ được tiêu dùng trong phạm vi hạn mức tín dụng đó. Nếu vượt quá hạn mức này, chủ thẻ phải xin cấp phép của ngân hàng phát hành. Chủ thẻ phải thanh toán trả lại cho ngân hàng phát hành số dư có trong tài khoản thẻ vào một thời gian nhất định nào đó, tùy theo quy định của ngân hàng.

Thẻ ghi nợ ít rủi ro hơn cho cả ngân hàng lẫn chủ thẻ. Song hạn chế của nó là; Nó chỉ có thể chấp nhận bởi các thiết bị thanh toán thẻ của chính ngân hàng phát hành hoặc một số rất hạn chế các ngân hàng khác. Trong khi đó thẻ tín dụng được chấp nhận phổ biến trên toàn thế giới.

Cho tới nay ANZ đã phát hành khoảng 10.000 thẻ ghi nợ, cho phép mua hàng hoán tại các siêu thị và rút tiền ở các máy ATM trong và ngoài nước. ANZ đang có kế hoạch liên kết với một số các ngân hàng cổ phần Việt Nam trong việc giúp đỡ họ tham gia vào thị trường thanh toán và phát hành thẻ.

Việc Đầu tư cho một hệ thống thanh toán thẻ đối với các ngân hàng cổ phần là rất khó khăn, thời gian thu hồi vốn lâu. Do vậy, đây chính là cơ hội của các ngân hàng cổ phần để tham gia vào "sân chơi chung" này.

Nhìn chung việc sử dụng "tiền nhựa" ngày càng trở nên phổ biến trong những năm gần đây. Trong một thị trường với gần 80 triệu dân thì con số thẻ phát hành còn quá nhỏ bé. Việt Nam đang hướng tới thương mại điện tử và việc sử dụng thẻ sẽ trở nên phổ cập trong đại bộ phận dân chúng.

Bảng 6: Số lượng thẻ phát hành và trị giá giao dịch

	12/1999	6/2000	12/2000	6/2001
Số lượng thẻ phát hành (nghìn)	3	5	7	9
Số lượng giao dịch (nghìn)	14	18	28	38
Trị giá giao dịch (Triệu USD)	2	2	4	5

(Nguồn: Báo cáo hàng quý Trung tâm Thẻ Visa & Mastercard)

2.3 ATM và dịch vụ rút tiền tự động



Chiếc máy ATM đầu tiên được lắp đặt bởi ngân hàng Hồng Kông và Thượng Hải (HSBC) tại thành phố Hồ Chí Minh.

Từ đó đến nay số lượng máy ATM tham gia vào thị trường tăng lên nhanh chóng.

Sau năm 1996, trên thị trường chỉ hai ngân hàng có máy ATM. Đó là ANZ và HSBC. Ngân Hàng Citibank sau đó cũng lắp đặt ATM nhưng chỉ đọc được thẻ do Citibank phát hành. Do vậy có thể nói ANZ và HSBC là hai ngân hàng dẫn đầu trong mảng dịch vụ này. Tuy nhiên, do chính sách bảo hộ ngân hàng trong nước của Chính phủ, mà hai ngân hàng này không thể phát triển số lượng máy ATM lắp đặt của mình.

ANZ chỉ có 2 máy lắp tại hai chi nhánh Hà nội và thành phố Hồ Chí Minh. HSBC cũng chỉ có hai máy tại thành phố Hồ Chí Minh.

ATM thực chất chỉ là một công cụ rút tiền. Nó được kết nối mạng với các tổ chức thẻ quốc tế và các ngân hàng trên thế giới, cho phép đọc và chuyển tải thông tin của chủ thẻ tới ngân hàng phát hành thẻ. Nhờ vậy mà chủ thẻ có thể rút tiền từ tài khoản tín dụng, vãng lai hay tiết kiệm của họ vào bất cứ lúc nào họ muốn.

Với số lượng khách du lịch nước ngoài ngày càng tăng. Mặt bằng giá hàng hoá và dịch vụ ở Việt Nam tương đối rẻ so với khách nước ngoài. Mà không phải địa điểm bán hàng nào cũng sẵn có thiết bị thanh toán thẻ cộng thêm thói quen bán hàng bằng tiền mặt của người Việt Nam. Do vậy khách nước ngoài thực sự có nhu cầu sử dụng tiền mặt. Các quầy thu đổi ngoại tệ không mở cửa 24/24. Đối với các ngân hàng nước ngoài, chi phí cho một nhân viên ngân hàng phục vụ khách rút/đổi tiền là không nhỏ. ATM chính là biện pháp hữu hiệu nhất.

Tuy nhiên chi phí cho việc lắp đặt vận hành một hệ thống ATM là rất tốn kém mà không phải bất cứ ngân hàng Việt Nam nào cũng có khả năng đầu tư.

Do vậy mà mãi đến tháng 5 năm 2002, cùng với việc ra mắt chính thức hệ thống nối mạng Vietcombank toàn quốc (Vietcombank - Online), Vietcombank cũng tung ra thị trường hệ thống ATM của mình. Cho tới cuối năm 2002, Vietcombank đã lắp đặt và đưa vào sử dụng 70 máy ATM trên toàn quốc. Dự tính con số này sẽ lên tới 100 đến 150 máy nhằm phát triển dịch vụ thanh toán thẻ, dịch vụ ngân hàng tiêu dùng nói riêng và dịch vụ ngân hàng điện tử nói chung của Vietcombank.

Các ngân hàng khác cũng tiến hành triển khai kế hoạch ATM của mình, nhưng rất khác nhau cả về phương hướng lẫn kết quả.

BIDV chính thức khai trương hệ thống ATM vào tháng 6 năm 2002. 6 Máy ATM đầu tiên của BIDV được lắp đặt tại các chi nhánh ngân hàng ở Hà Nội, 1 máy ở Đà Nẵng, 4 máy ở thành phố Hồ Chí Minh, 1 máy ở Bình Dương. BIDV đang tiến hành hoàn tất hệ thống nối mạng dự kiến cho đến hết 2003. Hiện nay ATM của BIDV mới chỉ dùng để nhân viên ngân hàng rút tiền lương bằng thẻ do BIDV phát hành.

Tháng 10 năm 2001, Ngân Hàng Công Thương Việt Nam (Vietincombank) công bố đưa vào hoạt động hệ thống ATM. 30 máy ATM loại hiện đại nhất được lắp đặt tại tất cả chi nhánh ngân hàng này trên toàn quốc. Kế hoạch của Vietincombank là sẽ đưa con số này lên đến 100 vào cuối năm 2003. Vietincombank đồng thời phát hành thẻ nội địa với giá cả hết sức hấp dẫn. Thẻ này cho phép rút tiền tại, xem số dư tài khoản, chuyển tiền từ tài khoản tiết kiệm sang tài khoản vãng lai tại các máy ATM của Vietincombank. Tuy nhiên kế hoạch này dường như không kết quả cho lắm. Cho đến nay, số lượng thẻ phát hành vẫn rất khiêm tốn. Khách hàng trong nước thì vẫn đến

xếp hàng gửi và rút tiền tại quầy. Khách nước ngoài thì chưa thể rút tiền từ ATM Vietcombank vì nó chưa được nối mạng quốc tế. Thế là các ATM Vietcombank hiện đang trong tình trạng "thất nghiệp".

Ngân Hàng Nông Nghiệp và Phát triển Nông Thôn (VBARD) cũng có kế hoạch đầu tư vào hệ thống ATM. Máy thì mua rồi, song lắp đặt và kết nối mạng vẫn đang nằm trong kế hoạch. Việc triển khai hệ thống ATM của VBARD còn cần rất nhiều thời gian và sức lực.

Các ngân hàng cổ phần, vốn ít, cơ sở kỹ thuật công nghệ kém nên chưa thể tham gia vào lĩnh vực này. Sacombank lại có cách đi của riêng mình. Đó là liên kết với ngân hàng ANZ. Cho tới nay, Sacombank đã phát hành thẻ nội địa và đưa vào hoạt động 3 máy ATM tại các chi nhánh. Con số này còn quá khiêm tốn. Song qua đó Sacombank có cơ hội để học tập và phát triển hệ thống ATM của mình mà không phải dò dẫm và đầu tư quá lớn.

2.4 Dịch vụ ngân hàng qua điện thoại và Internet



Internet thâm nhập vào Việt Nam từ cuối năm 1997. Và đến năm 2000, Internet trở nên phổ biến. Phần lớn các ngân hàng và các tổ chức tài chính Việt Nam đều có các trang Web. Mục đích chủ yếu của các trang Web là giới

thiệu và cung cấp thông tin về các sản phẩm và dịch vụ của các ngân hàng. Trong năm 2000, chưa có một giao dịch tài chính nào được thực hiện qua mạng.

Tháng 10 năm 2000, Incombank, là ngân hàng đầu tiên giới thiệu dịch vụ tài chính qua internet đồng thời cung cấp dịch vụ hỏi đáp qua mạng cho khách hàng. Incombank là ngân hàng đầu tiên và duy nhất tham gia vào thanh toán qua mạng, nằm trong dự án Thương Mại Điện Tử Việt Nam do Bộ Thương Mại chủ trì.

Bộ Thương Mại đánh giá rất cao những gì đạt được trong dự án này. Nó đóng vai trò nền tảng cho Internet-banking hay e-banking.

Tháng 11 năm 2002, Incombank khai trương dịch vụ ngân hàng qua Internet hay còn gọi là Internet - banking. Dịch vụ này cho phép khách hàng tra soát, chuyển tiền, trả tiền dịch vụ qua trang chủ của Incombank vào bất cứ lúc nào.

Năm 2001, lần lượt các ngân hàng tung ra thị trường dịch vụ Internet - banking. Đó là ACB, Vietcombank, Techcombank, BIDV.

Cho tới nay Internet -banking của Vietcombank đã tiến vượt trội hơn hẳn các ngân hàng khác.

ACB tiến hành dịch vụ ngân hàng qua điện thoại gọi là -phone-banking, cho phép khách hàng dùng điện thoại di động kết nối với hệ thống ngân hàng để nghe các thông tin về tài khoản như số dư, liệt kê giao dịch, hay các thông tin chứng khoán của công ty chứng khoán ACB.

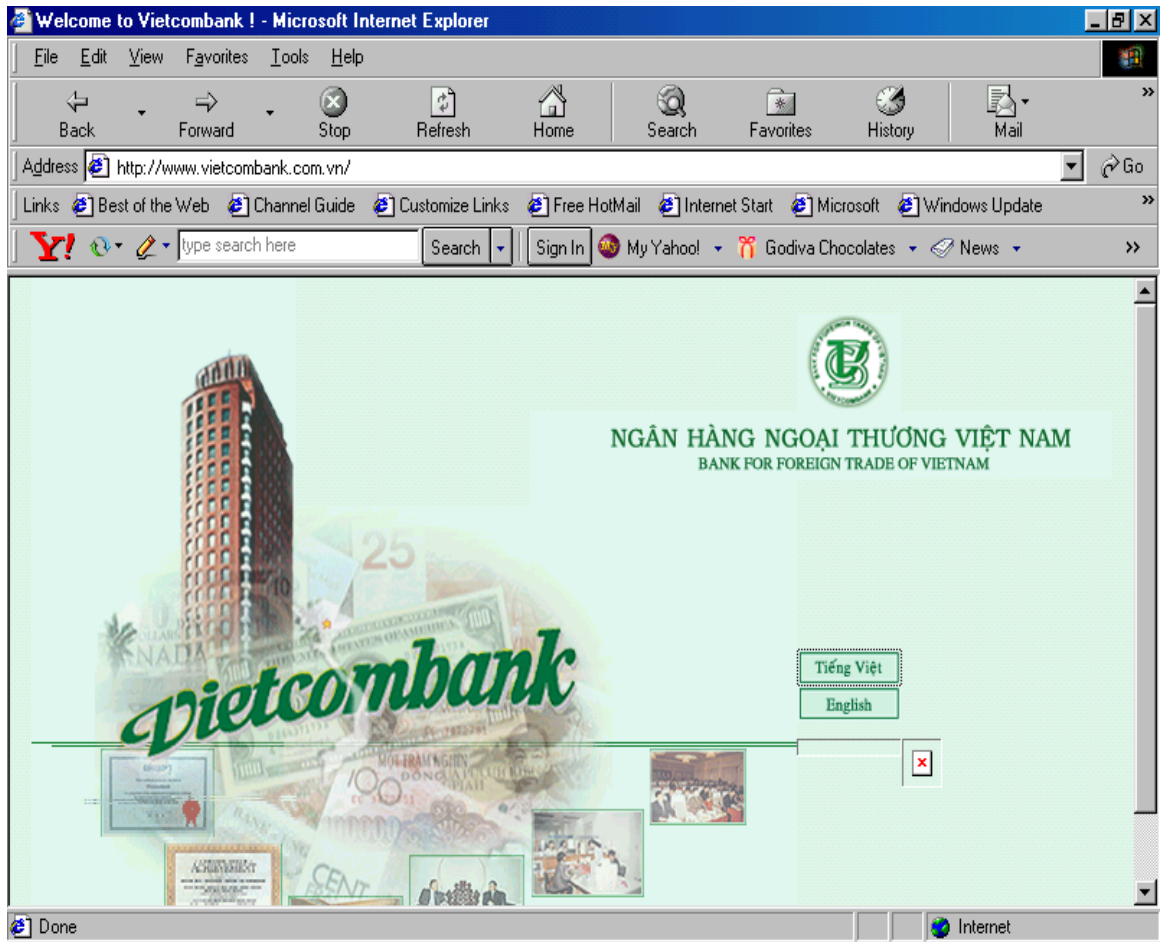
Tháng 9 năm 2002, Techcombank tiến hành dịch vụ phone-banking.

Hiện đại hoá dịch vụ ngân hàng và hệ thống thanh toán đang từng bước cải thiện dịch vụ ngân hàng truyền thống, mang lại lợi ích không nhỏ cho cả ngân hàng lẫn khách hàng.

Dưới đây là một số địa chỉ trang chủ của các ngân hàng:

- <http://www.icb.com.vn>
- <http://www.vietcombank.com.vn>
- <http://www.bidv.com.vn>
- <http://www.acbbank.com.vn>
- <http://www.techcombank.com.vn>
- <http://www.sacombank.com.vn>
- <http://www.icb.com.vn>
- <http://www.anz.com.vn>
- <http://www.vpbank.com.vn>

Trang chủ Ngân hàng Vietcombank:



Trang chủ của ngân hàng ACB

Thứ tư, ngày 30 tháng 4 năm 2003

SẢN PHẨM DỊCH VỤ MỚI

Thẻ Thanh Toán và Rút Tiền (e-CARD) do Ngân Hàng Á Châu Phát Hành

- Thay thế tiền mặt thanh toán dễ dàng
- Rút tiền nhanh chóng tại nhiều nơi
- Không sợ tiền giả, không lo mất tiền
- Không cần kinh doanh, tiền vẫn sinh lợi
- Giải quyết triệt để những rắc rối về tiền lẻ

Miễn Phí Gia Nhập (kể từ tháng 06/2002 đến hết 30/06/2003) - Chỉ cần CMND, hãy đến ACB đăng ký và nạp tiền vào tài khoản, bạn sẽ có ngay ACB e-Card. Xin vui lòng liên lạc Trung Tâm Thẻ (08) 822.2022 hoặc chi nhánh ACB gần nhất.

KIỂM TRA SỐ DƯ TÀI KHOẢN

Chưa đăng ký dịch vụ

Mã số truy cập

Mật khẩu

TỶ GIÁ HỐI ĐOẠI

Ngày 29-04-2003

Ngoại tệ	Mua TM	Mua CK	Bán
AUD		9531	9607
CAD		10638	10718
EUR		16915	17051
GBP		24473	24657
JPY		127.92	128.94
SGD		8668	8738
USD	15469	15469	15469
USN		15750	

Tuy nhiên trang chủ của các ngân hàng Việt Nam còn rất nghèo nàn cả về hình thức lẫn nội dung. Chủ yếu giống như một tờ quảng cáo và các thông tin về ngân hàng thì rất chung chung.

Trang chủ của các ngân hàng liên doanh và nước ngoài vẫn hấp dẫn hơn. Một số ngân hàng như ANZ, HSBC, Citibank, Deutsche bank cung cấp dịch vụ tỷ giá hối đoái trực tuyến hay kết nối trang chủ của họ với các trang thông tin nổi tiếng như Yahoo nhằm thu hút khách hàng.

Do ảnh hưởng của một số ngành có liên quan như, bưu chính viễn thông, điện: cước phí internet, điện thoại cao, nguồn điện không ổn định...Internet -banking hay phone -banking còn chưa phổ biến.

2.5 Thị trường điện tử liên ngân hàng

2.5.1 Hệ thống liên ngân hàng trung ương - Interbank

Trong một nỗ lực cải thiện hệ thống thanh toán, tháng 5 năm 2002, ngân hàng trung ương đã đưa vào hoạt động hệ thống thanh toán liên ngân hàng. Đó là hệ thống máy tính nằm trong dự án trị giá USD 13,1 triệu do Ngân Hàng Thế Giới tài trợ nhằm giúp Việt Nam hiện đại hoá hệ thống thanh toán thông tin ngân hàng.

Một hệ thống thanh toán nối mạng trên toàn quốc mà trung tâm là Ngân Hàng Nhà Nước được lắp đặt. Nó cho phép kết nối 100 chi nhánh các ngân hàng trong cả nước. Hệ thống này có rất nhiều điểm tiến bộ so với hệ thống bù trừ giấy tờ tri tệ và công kênh... Tốc độ giao dịch nhanh hơn, an toàn và thuận tiện hơn. Với hệ thống này, thời gian thực hiện cho một giao dịch rút ngân chỉ còn 10 giây.

Tuy nhiên còn nhiều khó khăn đặt ra. Đó là vẫn chưa có một quy định vận hành, nhằm đảm bảo cho hệ thống này hoạt động hoàn hảo. Hơn thế nữa, vấn đề thiếu nhân viên chuyên nghiệp vận hành hệ thống đang được đặt ra.

2.5.2. Hệ thống liên ngân hàng cục bộ - Intrabank

Song song với hệ thống liên ngân hàng trung ương, các ngân hàng thương mại cũng tiến hành cải tổ hệ thống liên ngân hàng cục bộ.

BIDV tiến hành mở rộng hệ thống thanh toán của mình bao trùm tất cả các chi nhánh ngân hàng này trên toàn quốc.

VBARD tiến hành dự án trị giá USD 94 triệu do ngân hàng thế giới tài trợ. Trong đó có hạng mục hiện đại hoá hệ thống thanh toán trị giá USD 13,17 triệu.

Vietcombank đã có Vietcombank - Online, cho phép khách hàng kiểm tra, thanh toán trên tài khoản của họ qua các chi nhánh Vietcombank khác nhau.

2.5.3. Hệ thống liên ngân hàng quốc tế -S.W.I.F.T

Đây là hệ thống, nơi diễn ra hàng ngàn trao đổi thông tin, hoạt động có liên quan đến chuyển tiền qua các quốc gia, mở thư tín dụng cho xuất nhập khẩu hàng hoá. Hiện tại có 36 ngân hàng (bao gồm 151 chi nhánh) tham gia S.W.I.F.T, trong đó có 15 ngân hàng Việt Nam và 21 ngân hàng nước ngoài.

Bằng việc nâng các cấp hệ thống liên ngân hàng trong nước và quốc tế, thanh toán của hệ thống ngân hàng Việt Nam đã, đang và sẽ được cải thiện theo chiều hướng nhanh, gọn và hiệu quả hơn.

III. Đánh giá tiềm năng thị trường dịch vụ ngân hàng điện tử

Căn cứ tình hình đầu tư nước ngoài vào Việt Nam, chỉ số tăng trưởng kinh tế qua các năm gần đây, và đặc biệt là tiến bộ đạt được trong lĩnh vực cải cách ngân hàng, có thể nói thị trường Việt Nam, thị trường của gần 80 triệu dân là một thị trường tiềm năng cho dịch vụ ngân hàng điện tử. Vấn đề là

tiềm năng đó như thế nào, khai thác nó ra sao. Trong khoá luận này tôi xin trình bày một số số liệu khảo sát có liên quan tới thị trường dịch vụ này. Qua đó có thể giúp chúng ta xem xét đánh giá thị trường

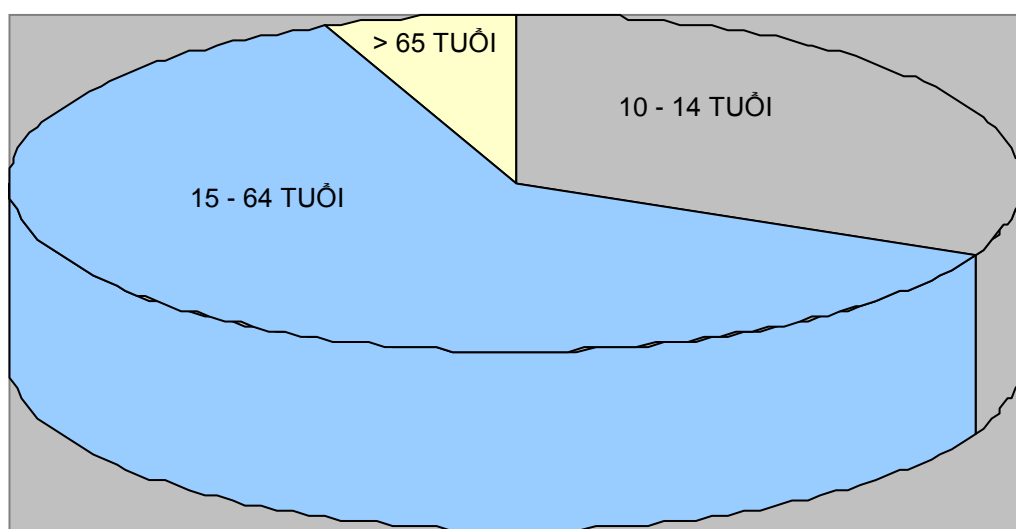
1. Khảo sát thị trường

Chi tiết kết quả khảo sát bao gồm các mục sau:

1.1 Độ tuổi

Nhìn chung dân số Việt Nam là dân số trẻ trên thế giới. Việt Nam là nước đông dân thứ hai ở Nam Á và đứng thứ 14 trên toàn thế giới (80 triệu dân). Trong đó Phụ nữ chiếm 50,8 % và nam là 49,2%. Tỷ lệ sinh sản tăng 1,36% /năm. 32 % là từ 0 đến 14 tuổi, 62 % từ 15 đến 64 tuổi và 6% là lớn hơn 65 tuổi.

Bảng 7: Độ tuổi



1.2. Trình độ học vấn

Bảng 8: Trình độ học vấn

Trình độ học vấn	%
Sau đại học	4%
Đại học	34%
Cao đẳng, trung cấp	10,5%
Học nghề	16%
Phổ thông trung học	23%
Phổ thông trung học cơ sở	12,5%

Nhìn chung trình độ học vấn của Việt Nam vào loại cao so với khu vực. Đây là một thế mạnh để Việt Nam tham gia tiếp thu và áp dụng kiến thức mới, công nghệ mới.

1.3. Nghề nghiệp

Bảng 9: Nghề nghiệp

Nghề nghiệp	%
Kinh doanh tự do	26%
Nhân viên	20%
Cán bộ	18%
Chủ doanh nghiệp	11%
Giao sư	8%
Buôn bán nhỏ	8%
Cán bộ chính phủ	4%
Giảng viên/giáo viên	3%
Nghệ sĩ	1%

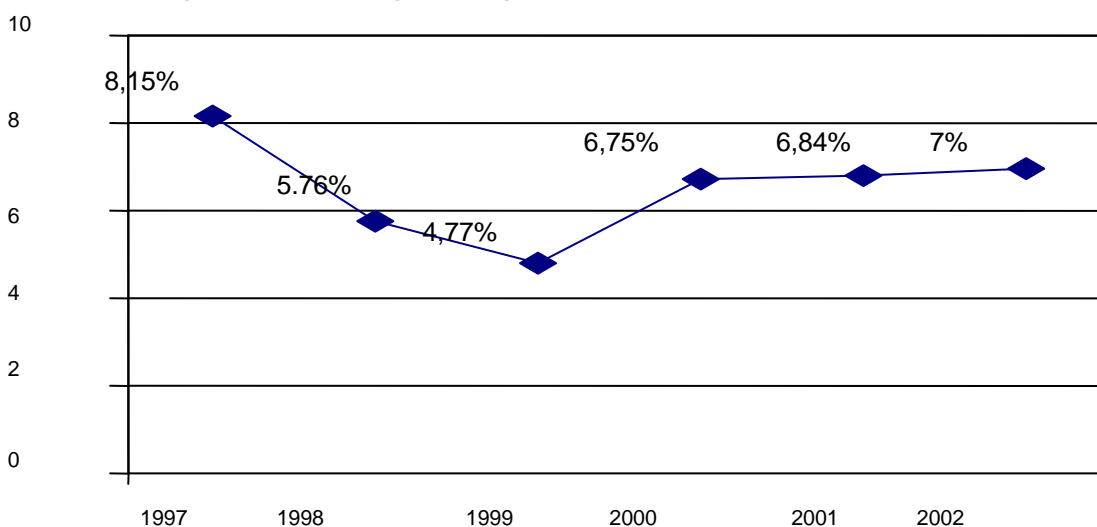
Nghệ nhân	1%
-----------	----

Chiếm một tỷ lệ lớn - 26% là người kinh doanh tự do, 20% là nhân viên, 18% là cán bộ cấp trung và cao 11% là chủ doanh nghiệp, số còn lại là lao động kỹ năng cao như giáo sư, nghệ sĩ.

Việc kiểm soát thu nhập người kinh doanh tự do là rất khó. Chưa kể đến các vấn đề bức bối khác như buôn lậu, trốn thuế. Chính vì vậy tỷ lệ thanh toán tiền mặt khá cao.

1.4 Tăng trưởng kinh tế, thu nhập bình quân, thói quen tiêu dùng và tiết kiệm

Bảng 10: Mức tăng trưởng GDP



GDP tính theo đầu người mỗi năm:

Hà Nội:	USD 720/người/năm
Đà Nẵng:	USD 530/người/năm
Thành phố Hồ Chí Minh:	USD 1460/người/năm
Cần Thơ:	USD 353/người/năm

Cơ cấu GDP năm 2001:

- Nông, lâm, ngư nghiệp: 38,95%
- Công nghiệp: 37,75%
- Dịch vụ: 23,3%

So với các năm trước, cơ cấu này đã thay đổi theo chiều hướng tiến bộ rất nhiều. Song tỷ lệ dịch vụ vẫn còn quá nhỏ cho việc phát triển dịch vụ ngân hàng.

Đại bộ phận dân số chiếm 75% có thu nhập bình quân USD35-USD 50/tháng, 13% có thu nhập USD 70/tháng, 10% có thu nhập USD100-USD200/tháng, 5% có thu nhập USD 300-USD500 và 2% có thu nhập trên USD600/tháng.

Thu nhập bình quân đầu người thấp. Dẫn đến chỉ số tiêu dùng và dịch vụ thấp. Nói đến ngân hàng, thường người ta nghĩ ngay đến việc gửi tiền tiết kiệm và không nghĩ đến việc trả tiền cho các dịch vụ ngân hàng. Tiết kiệm chiếm 31% tổng thu nhập cá nhân.

1.5. Nhận thức về dịch vụ tài chính ngân hàng

95% số người được hỏi trả lời là nhận tiền lương hay thu nhập bằng tiền mặt. Số còn lại nhận bằng chuyển khoản và séc. Sau đó 98% chi tiêu của họ được thanh toán bằng tiền. Điều này chứng tỏ sự "thống trị" của tiền mặt trong hệ thống thanh toán.

Thói quen dùng tiền mặt còn được phản ánh qua cách tiết kiệm. 64% người được hỏi nói rằng họ đâu có kế hoạch tiết kiệm. Chẳng qua là không tiêu tiền hoặc nghĩ rằng tiêu như thế là đủ rồi. 45% dân có thói quen giữ tiền mặt hoặc mua vàng hay ngoại tệ mạnh và cất đi một chỗ. Chỉ có 34% gửi tiền vào ngân hàng.

Thói quen này là do mối quan hệ giữa các cá nhân người tiêu dùng và ngân hàng không tốt hoặc không có. Có người nghĩ ngân hàng là một nơi xa lạ, lạnh lùng rất khó tiếp xúc. Có người cho rằng gửi tiền ngân hàng không an toàn và mất thì giờ cho các thủ tục giấy tờ. Trong 10 năm trở lại đây, tình hình này có phần được cải thiện. Ngân hàng tự tìm đến với khách hàng bằng quảng cáo, nhân viên tiếp thị và nhiều hình thức khác.

2. Nhu cầu về dịch vụ ngân hàng điện tử

Trên đây là nhận thức nói chung trong dân về dịch vụ ngân hàng. Còn đối với người đã từng sử dụng dịch vụ ngân hàng thì sao. Yêu cầu của họ về dịch vụ này như thế nào?

2.1 Nhu cầu thiết yếu:

Trong số những người gửi tiền ngân hàng: 50% vì muốn giữ tiền ở một nơi an toàn, 31 % vì muốn có lãi, 29% vì mục đích tiết kiệm.

Trong số những người không gửi tiền ngân hàng: 65 % vì không có tiền hay có nhưng cần tiền mặt cho mục đích khác, 15% vì không tin tưởng ngân hàng và số còn lại là chưa hiểu về dịch vụ ngân hàng.

Nhìn chung, nhận thức về sử dụng dịch vụ ngân hàng trong giao dịch là rất nhỏ.

Bảng 11: Các loại hình giao dịch bán lẻ

Loại hình dịch vụ	Mô tả	(%) Nhận thức về dịch vụ	(%) Có hiểu biết tốt về dịch vụ	(%) Tham gia sử dụng	Tần số sử dụng
Vay	Vay để kinh doanh, mua nhà, mua xe	80%	20%	10%	Hàng năm
Giao dịch qua quầy	Rút tiền, chuyển tiền, đổi tiền, séc	65%	30%	20%	Hàng tháng, hàng năm
Giao dịch bằng thiết bị điện tử	Internet, điện thoại, thẻ tín dụng, ATM	35%	15%	4%	

Bảng 11 cho thấy phần đông dân, (80%) cho rằng ngân hàng liên quan đến việc vay và cho vay. Trong số biết đến dịch vụ vay, thì chỉ có 20% có kiến thức tương đối tốt về vay. Và trong số hiểu biết về vay cũng chỉ có 10% đi vay ngân hàng. Tần số giao dịch là năm/lần.

Các dịch vụ qua quầy và dịch vụ điện tử được biết đến ít hơn. 70% dân biết đến dịch vụ ngân hàng qua quầy, nhưng gần một nửa trong số đó mơ hồ về thủ tục và quy định về chuyển tiền, rút tiền, mua, bán ngoại tệ. Tần số giao dịch là 3 hay 6 tháng/lần. Công nghệ hiện đại ngày càng trở nên phổ biến. Nhưng cũng chỉ có 15% dân tham gia các dịch vụ ngân hàng điện tử. Các ngân hàng Việt Nam đã sao lãng trong việc tiếp cận và giáo dục khách hàng cá nhân. Đó cũng là nguyên nhân chính dẫn đến việc các dịch vụ ngân hàng tiêu dùng không tồn tại ở Việt Nam.

Khi được hỏi về chất lượng dịch vụ của ngân hàng trong nước và nước ngoài, người tiêu dùng đánh giá như sau:

Bảng 12: Đánh giá về chất lượng dịch vụ ngân hàng

Nhu cầu thiết yếu	Ngân hàng nước ngoài	Ngân hàng trong nước
An toàn và bảo vệ khách hàng	8,85	8,60
Độ tin cậy	8,49	8,46
Bảo vệ thông tin cá nhân	8,91	8,43
Tốc độ phục vụ	8,76	8,06
Thủ tục	8,58	7,93
Thái độ phục vụ	8,73	7,5
Có kiến thức hiểu biết tốt	8,77	7,5

Khách hàng yêu cầu cao nhất ở ngân hàng là sự an toàn và độ tin cậy. Nhìn chung chất lượng phục vụ các ngân hàng nước ngoài vẫn tốt hơn (8/10 điểm). Nhưng khoảng cách giữa ngân hàng nước ngoài và trong nước không quá lớn. Đó chính là dấu hiệu rất tốt cho các ngân hàng Việt Nam.

2.2. Nhu cầu thứ yếu

Phát triển xã hội ngày một đi lên. Nhu cầu khách hàng ngày càng cao. Nhất là khi xuất hiện một số dịch vụ mới và sự cạnh tranh của các ngân hàng nước ngoài.

Đánh giá về việc đáp ứng nhu cầu khách hàng còn được thể hiện như sau:

Bảng 12: Đánh giá về chất lượng đáp ứng nhu cầu thứ yếu dịch vụ ngân hàng

Nhu cầu thứ yếu	Ngân hàng nước ngoài	Ngân hàng trong nước
Lãi suất tiền gửi cao	7,99	7,69
Thời gian mở cửa	8,10	7,70
Công nghệ hiện đại	8,80	7,71
Thủ tục, điều kiện linh hoạt	8,26	7,69
Lãi suất cho vay thấp	7,78	7,68
Nhiều chi nhánh	7,66	8,08
Dịch vụ 24/24 - ATM	8,47	6,85
Phí ngân hàng thấp	7,59	7,82

Công nghệ của các ngân hàng nước ngoài cao hơn. Nhưng điểm mạnh của ngân hàng trong nước là có nhiều chi nhánh hơn, phí ngân hàng thấp hơn.

3. Đánh giá chung tình hình hiện tại của hệ thống ngân hàng Việt Nam trong việc triển khai dịch vụ ngân hàng điện tử

3.1 Nhu cầu thị trường

Kể từ năm 1996, có thể coi việc chiếc máy ATM đầu tiên do HSBC được lắp đặt là bằng chứng xuất hiện của dịch vụ ngân hàng điện tử. Cho tới nay, với số lượng máy ATM trên thị trường, số lượng thẻ phát hành, số lượng địa điểm chấp nhận thẻ, sự xuất hiện của các dịch vụ mới như phone-banking, internet-banking, chúng ta có thể khẳng định sự tồn tại và phát triển bước đầu của ngân hàng điện tử ở Việt Nam.

Rõ ràng nhu cầu cho ngân hàng điện tử là có và có tăng. Song, đại bộ phận nhu cầu đều tập trung ở các thành phố lớn, nơi có thu nhập tương đối cao và ổn định.

Nhu cầu này cũng rất khác nhau và chưa thực sự chín muồi. Điều này thách thức các ngân hàng nỗ lực tuyên truyền giáo dục khách hàng.

Chi phí cho loại hình dịch vụ này còn cao so với mặt bằng thu nhập. Đó chính là giải thích cho việc tuy nhận thức về ngân hàng điện tử tương đối tốt nhưng tỷ lệ tham gia thực sự không nhiều. Và nếu không tham gia dịch vụ này thì hiểu biết tường tận về dịch vụ này cũng không thể nâng cao.

Thói quen tiêu tiền mặt, cộng thêm tính sẵn có của dịch vụ ngân hàng điện tử chưa cao cũng là nguyên nhân dẫn đến việc dịch vụ này chưa phổ biến. Không phải bất cứ địa điểm nào cũng có mặt loại hình dịch vụ này. Các ngân hàng đang sẵn sàng cho việc phát triển dịch vụ này. Nghĩa là cung đã có. Vậy việc khai thác và tăng cầu cho dịch vụ ngân hàng điện tử là một điều hết sức bức thiết.

3.2 Kinh tế pháp lý và chính trị xã hội

Tuy nhiên việc tăng cầu trong dân cho ngân hàng điện tử không chỉ cần nỗ lực của các ngân hàng mà còn đòi hỏi các chính sách vĩ mô của nhà nước.

Cơ cấu kinh tế nước ta chưa thoát khỏi kinh tế nông nghiệp. Cơ cấu dịch vụ quá thấp chưa cho phép ngân hàng điện tử, một loại hình dịch vụ cao cấp của một nền kinh tế tương đối phát triển.

Điều kiện chính trị hiện nay chưa cho phép nền kinh tế nước ta "mở" hoàn toàn. Do vậy cũng còn nhiều hạn chế đối với việc nhận thức của dân về các vấn đề tiến bộ, hạn chế phát triển một số ngành như thông tin viễn thông, điện, điện tử.

Quá trình "đổi mới" mới diễn ra trong 10 năm gần đây. Đó là một quãng thời gian quá ngắn, chưa đủ để làm thay đổi thói quen sống và làm việc của đại bộ phận dân chúng. Về mặt xã hội, cũng phải lưu ý tới nhận xét của nhiều học giả rằng, do lịch sử hàng nghìn năm sống trong nền "văn minh làng xã" đông đảo dân chúng Việt Nam chưa xây dựng được một tác phong "làm việc đồng đội" ở tầm toàn xã hội và tầm quốc tế, cũng như chưa có được lối sống theo pháp luật chặt chẽ, theo kỷ luật lao động công nghiệp tiêu chuẩn hoá, đều là những yếu tố mà thương mại điện tử nói chung hay ngân hàng điện tử nói riêng đòi hỏi một cách nghiêm ngặt.

Hệ thống pháp lý liên quan đến thương mại điện tử và ngân hàng điện tử mới hình thành, chưa đầy đủ và thiếu đồng bộ. Các quy định về tài chính nói riêng và các quy định chung khác có liên quan thay đổi trong một thời gian khá ngắn. Điều này khiến cho hoạt động của các ngân hàng còn dè dặt, lòng tin của dân đối với ngân hàng chưa cao.

3.3. Công nghệ và nhân lực

Như trên đã trình bày, công nghệ thông tin và tin học phát triển chính là một trong những động lực chính tạo ra ngân hàng điện tử. Sự phát triển công nghệ thông tin là một điều không thể phủ nhận. Và càng không thể phủ nhận nỗ lực của các ngân hàng trong việc áp dụng công nghệ hiện đại.

Chính phủ cũng đã ban hành một số chính sách kịp thời để khuyến khích sự phát triển này:

- Thu thuế thấp nhất đối với hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin
- Đầu tư ngân sách nhà nước (hơn 5%) cho xây dựng cơ sở hạ tầng và phát triển công nghệ thông tin.
- Sửa đổi luật ngân hàng
- Chi 1 tỷ đồng cho dự án phát triển thương mại điện tử. Gồm 14 tiểu dự án về hạ tầng cơ sở pháp lý.

Đội ngũ nhân lực tin học và ngân hàng có thể nói khá mạnh: trẻ, thông minh, sáng tạo. Song, lực lượng này hiện nay chưa được tập hợp một cách có hệ thống và chưa được khai thác một cách đúng mức và có hiệu quả. Đa phần trong số họ làm việc cho các công ty nước ngoài. Trong khi các công ty trong nước thiếu một lực lượng chuyên nghiệp thực sự đủ năng lực để xử lý các hệ thống và phần mềm ứng dụng toàn quy mô lớn.

Nhìn chung, trong vòng một thời gian ngắn, ngân hàng điện tử đã đi lên những thành công hôm nay từ con số không. Nó chứng tỏ sự phát triển tất yếu của ngành ngân hàng nói riêng và kinh tế xã hội nói chung. Tuy nhiên, để duy trì những thành công bước đầu và phát triển như mong đợi, dịch vụ ngân hàng điện tử còn đòi hỏi rất nhiều nỗ lực của hệ thống ngân hàng Việt Nam, các ngành có liên quan và Chính phủ.

Chương III: Giải pháp nhằm thúc đẩy dịch vụ ngân hàng điện tử ở Việt Nam

I. Xu hướng phát triển ngân hàng điện tử ở Việt Nam

1. Xu hướng trước mắt

Theo báo cáo của ASEAN tháng 10 năm 2001, Việt Nam đã được xếp vào một trong số những quốc gia sẵn sàng cho thương mại điện tử.

Bảng 13: Tình hình phát triển E - BANKING ở ASEAN

Xuất hiện	Tham gia	Phát triển	Phát triển mở rộng
Việt Nam Cambodia Myanmar Lào	Thailand Philippines Brunei Indonesia	Malaysia	Singapore

Điều này có nghĩa là Việt Nam mới bắt đầu nhận ra sự tồn tại tất yếu của thương mại điện tử và có kế hoạch chuẩn bị cho việc tiến hành. Chính phủ Việt Nam đã có những cam kết về thương mại điện tử trong lộ trình gia nhập AFTA, APEC và tiến tới là WTO. Bằng chứng là trong 5 năm qua thương mại điện tử Việt Nam hay cụ thể là ngân hàng điện tử Việt Nam đã bước đi những bước đáng kể.

Như đã phân tích ở trên, hệ thống ngân hàng Việt Nam còn xa mới theo kịp các nước trong khu vực. Singapore có ATM từ năm 1979, Malaysia có ATM vào năm 1981, còn chúng ta, mới chỉ bắt đầu từ 1996.

Kể từ cuối năm 2001, hệ thống ATM phát triển bùng nổ ở Việt Nam. Các ngân hàng đang trong một cuộc chạy đua về ATM. Xu thế này sẽ vẫn tiếp tục phát triển trong một vài năm tới. Bởi vì các ATM hiện nay mới chỉ tập trung nhiều ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh. Tất cả các ngân hàng đều có mong muốn hệ thống ATM của mình có mặt tại các tỉnh thành trong cả nước.

Đi đôi với ATM là dịch vụ thẻ, bao gồm cả phát hành và chấp nhận thanh toán.

Thẻ và ATM là mục tiêu trước mắt của các ngân hàng. Chủ trương phát triển dịch vụ ngân hàng tiêu dùng, ngân hàng bán lẻ buộc các ngân hàng phải nhanh chóng mở rộng hệ thống khách hàng cá nhân. Nhưng những ràng buộc như hạn chế về số lượng chi nhánh, số lượng nhân viên, thời gian phục vụ tại quầy đã khiến cho việc phục vụ một số lượng lớn khách hàng là vô cùng khó khăn. Chính vì vậy, thẻ và ATM là dịch vụ lợi thế nhất mang lại hiệu quả cho cả khách hàng và ngân hàng.

Tuy nhiên việc lắp đặt chông chéo ATM của các ngân hàng là không thể tránh khỏi. Chi phí quá lớn cho việc đầu tư lắp đặt hệ thống này có thể

phải xem lại đối với một số ngân hàng vốn nhỏ. Tránh tình trạng đầu tư mua máy mà chưa đưa vào sử dụng trong thời gian dài, gây đọng vốn quá lâu.

Dịch vụ phone-banking và internet-banking trong thời gian tới mới chỉ bước đầu đưa vào hoạt động hoặc thử nghiệm hoạt động. Nguyên nhân là các dịch vụ này đòi hỏi một cơ sở hạ tầng công nghệ cao. Cần có thời gian cho các ngân hàng thiết lập và nâng cấp hệ thống kỹ thuật cũng như cho người tiêu dùng nâng cao nhận thức và có một hiểu biết tương đối về dịch vụ có tính chất cách mạng trong lĩnh vực tài chính này.

2 Xu hướng lâu dài

Nền tảng của thương mại điện tử và ngân hàng điện tử là Internet. Internet đang phát triển rất nhanh cả về phạm vi bao phủ, phạm vi ứng dụng và chất lượng vận hành. Hiện nay, có khoảng 100 triệu người đang sử dụng Internet. Theo dự báo số người sử dụng Internet trên toàn thế giới năm 2005 sẽ lên tới 1 tỷ người.

Tính đến cuối năm 2000, số thuê bao Internet ở Việt Nam là 113.000 và chưa đầy 1000 doanh nghiệp có trang chủ riêng. Tuy nhiên phải tính đến việc chúng ta mới chỉ ra nhập Internet từ cuối năm 1997.

Không nằm ngoài xu hướng phát triển trong khu vực và trên toàn thế giới, Internet cũng sẽ bùng nổ ở Việt Nam trong những năm tới. Đó chính là cơ sở để phát triển ngân hàng điện tử ở Việt Nam.

Hiện nay Chính phủ đang xem xét để thông qua kế hoạch tổng thể năm thực hiện nghiêm túc chỉ thị 58/CT-TW chỉ đạo về công nghệ thông tin trong tình hình mới.

Đào tạo nguồn nhân lực để phát triển công nghệ thông tin. Trong mọi lĩnh vực, nguồn nhân lực là hết sức quan trọng. Nguồn nhân lực công nghệ thông tin nước ta mới đang ở dạng tiềm năng chứ chưa phải ở dạng khả năng khai thác. Mục tiêu của chúng ta là khuyến khích nâng cao trình độ ứng dụng công nghệ thông tin, có những chính sách nhằm thu hút tài năng tin học, có những sản phẩm phần mềm thay thế được nhập khẩu.

Ứng dụng công nghệ thông tin ở tất cả các hoạt động kinh tế xã hội. Điều này không những xây dựng một nền kinh tế mới mà còn nâng cao nền kinh tế tri thức, làm nền tảng cho sự phát triển của các loại hình dịch vụ cao cấp.

Xây dựng cơ sở hạ tầng viễn thông và Internet ở Việt Nam. Với quyết tâm cao của ngành bưu chính viễn thông, của đông đảo cộng đồng khoa học công nghệ, hạ tầng cơ sở viễn thông giai đoạn tới phải được nâng lên ngang bằng với khu vực. Mục tiêu là tạo ra sự bùng nổ đột biến Internet ở Việt Nam. Và chỉ có cách đó chúng ta mới hoà nhập, sử dụng thương mại điện tử, Chính Phủ điện tử như Chính phủ nước ta đã cam kết với chính phủ các nước Đông nam Á.

Kế hoạch đồng bộ hiện đại hoá công nghệ ngân hàng. Hoàn thiện nâng cấp kỹ thuật hệ thống mạng thông tin ngân hàng rộng khắp từ Trung ương đến tất cả các chi nhánh. Xây dựng cơ sở dữ liệu toàn ngành, phục vụ công tác quản lý của Ngân Hàng Nhà Nước. Ưu tiên phát triển hệ thống thanh toán Quốc gia. Phổ cập dịch vụ ngân hàng tiêu dùng trong dân. Hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp lý trong các nghiệp vụ ngân hàng, đặc biệt là các lĩnh vực liên quan trực tiếp tới công nghệ ngân hàng hiện đại.

II. Một số kiến nghị giải pháp cho việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở Việt Nam

Trong quá trình đương đầu với những thách thức mới trên thị trường, ngành ngân hàng thế giới luôn theo đuổi hai mục tiêu chiến lược. Đó là cạnh tranh toàn cầu và không ngừng phát triển khoa học công nghệ. Ngành ngân hàng ngày nay đang dần thay thay thế phương thức hoạt động truyền thống

bằng phương thức mới. Đó chính là ngân hàng điện tử. Khái niệm ngân hàng điện tử tuy còn mới mẻ đối với Việt Nam. Song, để phát triển thương mại điện tử thì việc tiến hành ngân hàng điện tử là điều thiết yếu, giúp nền kinh tế Việt Nam nhanh chóng hoà nhập với nền kinh tế toàn cầu. Vấn đề chỉ còn là thời gian và những biện pháp cả ở tầm vĩ mô và vi mô để tạo ra một môi trường tốt cho ngân hàng điện tử phát triển.

1. Kiến nghị giải pháp vĩ mô

Chính phủ đóng vai trò đặc biệt quan trọng để thực hiện ngân hàng điện tử thông qua việc đưa ra các định hướng, xây dựng cơ sở hạ tầng pháp lý, triển khai cơ sở hạ tầng kỹ thuật cũng như ban hành các chính sách phát triển một cách hợp lý. Chính phủ cần thể hiện rõ là người dẫn đầu cuộc chơi trong việc đem lại lợi ích quốc gia. Cụ thể có những việc cần làm như sau:

1.1. Cải cách nâng cao hệ thống quản lý ngân hàng

Một hệ thống tài chính ngân hàng hoạt động hiệu quả là một trong số điều kiện tiên quyết sự ổn định và phát triển một nền kinh tế, đặc biệt là đối với các quốc gia đang phát triển. Ngành ngân hàng Việt Nam mới chỉ chuyển đổi cơ cấu trong một thời gian ngắn. Khoảng thời gian này chưa đủ để tạo ra một hệ thống ngân hàng theo tiêu chuẩn quốc tế. Quá trình đổi mới vẫn còn đang tiếp diễn. Ngoài những bước đi ban đầu, ngành ngân hàng Việt Nam cần được củng cố thêm rất nhiều tạo cơ sở để phát triển ngân hàng điện tử.

* *Hiện đại hoá tổ chức và hoạt động hành chính của các ngân hàng thương mại*

- Cải thiện và củng cố lại các quy tắc quản lý kế toán của các ngân hàng thương mại theo tiêu chuẩn quốc tế
 - Nâng cao năng lực quản lý trong ngành ngân hàng. Giảm bớt hệ thống quản lý, nhân viên công kênh. Giảm bớt số lượng ngân hàng nhỏ, không hiệu quả.
 - Tiến hành kế hoạch tập trung xúc tiến và trao đổi các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng điện tử một cách nghiêm túc.
 - Tạo điều kiện đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ ngân hàng.
 - Thông tin kịp thời về những tiến bộ công nghệ tới các cán bộ ngân hàng. Đầu tư thoả đáng cho việc xây dựng một nguồn nhân lực chuyên nghiệp.
- * ***Tạo điều kiện để hệ thống ngân hàng Việt Nam giao lưu với ngân hàng trong khu vực và trên thế giới***

Do chức năng và tính chất của hoạt động, hệ thống ngân hàng một nước luôn đòi hỏi một mối liên hệ chặt chẽ với hệ thống ngân hàng thế giới.

Chính phủ cần:

- Dần dần dỡ bỏ chính sách quản lý và bảo hộ quá chặt chẽ đối với hệ thống ngân hàng bằng cách để các ngân hàng Việt Nam tham gia vào các tổ chức tài chính khu vực và thế giới, khuyến khích đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực tài chính.
- Đưa các chương trình hợp tác xây dựng cơ sở hạ tầng, đầu tư thương mại điện tử vào kế hoạch phát triển hàng năm.
- Hợp tác triển khai các dự án thương mại điện tử có quy mô quốc gia theo tiêu chuẩn quốc tế.

1.2 Xây dựng và cải thiện hành lang pháp lý và các quy định khung cho ngân hàng điện tử

* *Xây dựng hệ thống luật, các quy định khung cho ngân hàng điện tử*

Hệ thống luật pháp liên quan tới ngân hàng điện tử hiện nay được tạo ra bởi rất nhiều cấp độ khác nhau như Quốc hội, Thủ tướng chính phủ, các Bộ, Ngân Hàng Nhà Nước, Ủy ban nhân dân thành phố. Tất nhiên các văn bản phát hành cấp Quốc hội vẫn có hiệu lực cao nhất. Nhưng điều này tạo ra sự chông chéo về quy định mà vẫn không đầy đủ, rất khó áp dụng.

Hơn thế nữa, việc thi hành chậm trễ các văn bản luật và dưới luật diễn ra rất phổ biến. Ví dụ như trường hợp quyết định 44/2002/QĐ-TTg về vấn đề sử dụng hoá đơn điện tử trong thanh toán các dịch vụ do chính phủ ban hành ngày 21/3/2002. Nhưng đến ngày 8/10/2002, Ngân Hàng Nhà Nước mới ban hành thông tư 1092/2002/QĐ-NHNN hướng dẫn thực hiện quyết định này cho các ngân hàng thương mại.

Cần có thêm các thông tư hướng dẫn thi hành các vấn đề như thanh toán điện tử, tiền điện tử, vấn đề an toàn và bảo mật... Tham khảo luật và các tiền lệ khu vực và thế giới để có chung "một tiếng nói" với các quốc gia khác.

Việc ban hành và sửa đổi các quy chế ngân hàng phải căn cứ và xuất phát từ những hoạt động thương mại và công nghệ hiện đại.

* *Ban hành các quy chế nhằm tạo ra hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt*

Hạn chế thanh toán tiền mặt, trước tiên là trong hệ thống ngân hàng. Tiến hành thanh toán qua tài khoản cho việc trả lương, thanh toán giữa các ngân hàng. Khuyến khích mở tài khoản cá nhân.

1.3. Đầu tư nâng cấp hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin

Nền tảng của ngân hàng điện tử là công nghệ thông tin, cần có sự đầu tư thoả đáng không chỉ từ các ngân hàng mà còn từ phía Chính phủ.

*** *Thiết lập một hệ thống thanh toán tiêu chuẩn***

Hệ thống thanh toán ở Việt Nam còn nhiều điều bất cập, chưa hoàn thiện, chưa nối mạng quốc tế và bị lấn át bởi hệ thống thanh toán bằng tiền mặt. Việc cải tổ lại hệ thống thanh toán không chỉ mang lại lợi ích cho ngân hàng mà còn mang lại lợi ích quốc gia.

Hệ thống liên ngân hàng điện tử mới đưa vào hoạt động gần đây như là một bước tiến căn bản tạo nền móng vững chắc cho hệ thống ngân hàng trên toàn quốc. Hệ thống này cần được duy trì và khai thác một cách có hiệu quả hơn.

Ngân Hàng Nhà Nước cần có các chính sách hỗ trợ khuyến khích các ngân hàng thương mại tự đầu tư cho hạ tầng cơ sở thanh toán điện tử. Xoá bỏ một số quy định cản trở các ngân hàng thương mại trong việc thiết lập kế hoạch chiến lược lâu dài đầu tư hiện đại hoá cơ sở hạ tầng.

*** *Xúc tiến ngành công nghệ tin học ngân hàng***

Công nghệ tin học ngân hàng đang phải đối mặt với rất nhiều rào cản như trình độ quản lý kỹ thuật yếu kém, phát triển không đồng đều, thiếu vốn... Chính phủ có thể cho phép các công ty tài chính nước ngoài đầu tư một phần trong lĩnh vực thông tin viễn thông nhưng không cho họ liên quan tới các hoạt động điều hành nhằm thu hút vốn và kinh nghiệm kỹ thuật của họ mà vẫn kiểm soát được lĩnh vực này.

* ***Phổ cập công nghệ thông tin trong dân, xây dựng nguồn nhân lực tin học chuyên nghiệp***

Với cơ sở vật chất thiếu thốn như hiện nay, chúng ta không có hi vọng làm cho cả gần 80 triệu dân Việt Nam hiểu đầy đủ về Internet, song ít nhất chúng ta có thể đưa tin học tới mọi nơi có thể đến được. Đó là các công sở đã có hệ thống máy tính nối mạng Internet, là việc giảng dạy ở các cấp trường học, là việc tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng.

Cần đưa báo chí, trung tâm thông tin lên mạng. Bằng cách tra cứu này, biến internet thành thứ công cụ gần gũi phổ biến cho các công ty và cá nhân.

Cần đẩy mạnh kinh doanh thông tin trên internet nhằm lôi kéo các doanh nghiệp nối mạng. Các nội dung thông tin phải cập nhật, chính xác và bao trùm cả nước. Hoàn thiện các kỹ năng nghiệp vụ sử dụng internet.

Phát triển internet là trước hết phải phát triển các nhà cung cấp dịch vụ internet. Bằng cách này mới mong tăng số lượng thuê bao internet.

Các cơ quan quản lý nhà nước tích cực tham gia nối mạng để cung cấp các thông tin về chế độ chính sách, luật pháp, từ đó tạo thói quen dùng internet trong đời thường. Lựa chọn các doanh nghiệp để tham gia vào mạng.

Khuyến khích tổ chức các hoạt động nghiên cứu sáng tạo tin học như cuộc thi "Trang Web ấn tượng năm 2000" do tổng công ty bưu chính viễn thông Việt Nam, Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam và Đài truyền hình Việt Nam tổ chức.

Chúng ta đang thiếu một nguồn nhân lực công nghệ thông tin chuyên nghiệp. Việc sử dụng máy tính ngày càng phổ biến nhưng ít nhiều vẫn mang tính tự phát. Đặc biệt là trong lĩnh vực phần mềm. Chúng ta chưa có một lực lượng chuyên gia lập trình có khả năng xử lý ứng dụng hệ thống tầm cỡ quốc gia. Đây là vấn đề đặt ra cho Bộ Giáo dục Đào tạo, Bộ Khoa học Công nghệ Môi trường và Bộ Lao động Thương binh Xã hội.

Điều đáng nói tới là phương pháp đào tạo giáo dục. Hiện nay, nhiều sinh viên tin học tài năng lại không được hoặc không thể sử dụng trong các lĩnh vực ngân hàng. Nguyên nhân là họ không có chút kiến thức tối thiểu về ngành tài chính ngân hàng. Việc khuyến khích các sinh viên tin học tham gia sáng tạo ứng dụng công nghệ thông tin trong lĩnh vực ngân hàng còn rất ít.

II. Kiến nghị giải pháp vi mô

Sau đây là một số giải pháp từ phía các ngân hàng thương mại, bộ phận đóng vai trò chính trong việc tiến hành và phát triển ngân hàng điện tử.

1. Chiến lược phát triển và quản lý hệ thống khách hàng

Dịch vụ ngân hàng tiêu dùng ở Việt Nam mới chỉ bắt đầu xuất hiện. Nhìn ở tầm dân chúng rộng rãi, nhận thức và hiểu biết về ngân hàng chưa rõ

ràng và đầy đủ. Về phía các ngân hàng, phần lớn các ngân hàng cho tới nay vẫn còn sao lãng việc phát triển hệ thống khách hàng cá nhân.

Các ngân hàng thương mại quốc doanh dựa dẫm vào nhà nước mà bỏ qua sự cần thiết trong việc tìm đến với khách hàng. Còn các ngân hàng cổ phần thì còn quá nhỏ và thiếu kinh nghiệm. Trong nền kinh tế thị trường, việc xây dựng hệ thống khách hàng là vô cùng quan trọng. Khách hàng chính là sự tồn tại của doanh nghiệp. Phương thức cung cấp dịch vụ truyền thống của các ngân hàng Việt Nam không còn có đủ khả năng tồn tại trước thách thức của cơ cấu kinh tế thị trường.

Trong xu thế toàn cầu hoá và sự phát triển công nghệ thông tin cho phép các đối thủ cạnh tranh mở rộng thị trường không chỉ trong phạm vi một nước mà là trên toàn thế giới. Nó tạo ra cho các ngân hàng có chiến lược marketing mạnh nhiều cơ hội và thách thức những ngân hàng có quy mô khách hàng nhỏ. Hơn bao giờ hết, đẩy mạnh marketing phát triển hệ thống khách hàng là nhiệm vụ đầu tiên của các ngân hàng.

Ngày nay, sự khác biệt của các dịch vụ tài chính giữa các ngân hàng không còn là bao. Ngân hàng nào cũng có các dịch vụ như nhau. Rất khó khăn để trở nên nổi trội trên thị trường. Do vậy cần phải duy trì một mối quan hệ tốt đối với khách hàng. Duy trì chất lượng dịch vụ, xây dựng kế hoạch giữ vững thị phần và quy mô khách hàng. Nghiên cứu tìm hiểu kể cả nhu cầu nhỏ của khách hàng nhằm mang lại cho khách hàng dịch vụ cần thiết đúng lúc. Phương châm là "đúng người, đúng sản phẩm, đúng lúc" Một số yêu cầu cụ thể đối với ngân hàng:

* **Hiểu khách hàng**

Xây dựng cơ sở dữ liệu về khách hàng, các sở thích, nhu cầu thiết yếu, thứ yếu. Nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng thông qua việc phát triển dịch vụ, sản phẩm và xây dựng giá cho mỗi loại khách hàng

* **Luồng phân phối sản phẩm**

Các luồng sản phẩm mới phải thường xuyên được tung ra xen kẽ luồng sản phẩm cũ. Giúp khách hàng luôn có nhiều sự lựa chọn. Đi đôi với việc này là các chiến dịch quảng bá khuyến khích khách hàng sử dụng sản phẩm mới. Từ đó dần thay thế sản phẩm cũ đã hết tuổi thọ trên thị trường.

* Tạo ra khách hàng

Điều này đòi hỏi phải có một đội ngũ nhân viên marketing chuyên nghiệp, chủ động biến nhu cầu tiềm năng của khách hàng thành nhu cầu thực sự, xoá bỏ định kiến của khách hàng, tăng cường dịch vụ sau bán hàng để nhanh chóng lấp đầy các "khe hở" hiểu biết chưa đầy đủ về dịch vụ của khách.

2. Xây dựng chiến lược đầu tư thực hiện ngân hàng điện tử

Mỗi ngân hàng cần phải xây dựng một chiến lược công nghệ thông tin cho ngân hàng mình nhằm thực hiện chiến lược tổng thể của ngân hàng, có tính đến nội lực. Tránh tình trạng đầu tư tràn lan, mất cân đối, thời gian hoàn thiện kéo dài. Với 15% trong số các ngân hàng thể hiện quan tâm đối với ngân hàng điện tử hiện nay thì quả là đáng ngại. Thực tế, đầu tư cho ngân hàng điện tử yêu cầu một lượng vốn quá cao mà không phải ngân hàng nào cũng đáp ứng nổi.

Lãnh đạo các ngân hàng phải có sự quan tâm chỉ đạo sát sao. Với tầm nhìn của mình, lãnh đạo ngân hàng có thể thấy một bức tranh toàn cảnh, từ đó mà cân đối giữa ngân hàng điện tử và các phân dịch vụ khác.

Các ngân hàng đã tham gia thực hiện ngân hàng điện tử cần thực hiện triệt để hệ thống ngân hàng điện tử đã xây dựng, tránh tình trạng lãng phí về người và của.

Cuối cùng, các ngân hàng không quên phối kết với các nhà hoạch định kinh tế vĩ mô, các ngành có liên quan để có thể từng bước hoàn thiện cơ chế, chính sách nhất là cơ sở hạ tầng truyền thông, chi phí giao dịch điện tử.

3. Vấn đề an toàn và bảo mật

Vấn đề an toàn và bảo mật là vấn đề quan trọng đối với ngân hàng đặc biệt là ngân hàng điện tử. Để dẫn tới thành công trong phương thức cung cấp dịch vụ ngân hàng mới này, điều đầu tiên là ngân hàng phải chiếm được lòng tin của khách hàng.

* **Áp dụng các biện pháp an toàn cần thiết**

Về mặt kỹ thuật, hiện nay một số các ngân hàng các hệ thống an toàn như Secure Sockets Layer (SSL) hay Secure Electronic Transaction (SET). Ngoài ra các ngân hàng cần thiết lập một chính sách quản lý rủi ro nội bộ. Cuốn "Nguyên tắc quản lý rủi ro cho các hoạt động ngân hàng điện tử" do BASEL phát hành là một tài liệu tham khảo rất tốt.

* **Giáo dục khách hàng**

Thực tế, những sơ xuất của khách hàng do thiếu hiểu biết đã dẫn đến những rủi ro đáng tiếc. Khách hàng dường như phó mặc cho ngân hàng và không nghĩ rằng mình cũng phải có trách nhiệm tự bảo vệ.

Ví dụ như một người để cho người thân của mình biết mã số bí mật và sử dụng thẻ tín dụng của mình một vài lần. Điều này rất dễ dẫn đến tranh chấp giữa ông ta với ngân hàng. Ông ta có thể từ chối các giao dịch xảy ra tại các địa điểm mà ông ta chứng minh là mình không thể có mặt ở đó.

Ngân hàng có thể giáo dục hoặc cảnh báo nguy cơ cho khách hàng bằng các thông báo in trên bản sao kê tài khoản, thư, đơn đăng ký dịch vụ. Và luôn nhắc nhở khách hàng tuân theo các quy định đảm bảo an toàn.

4. Thiết kế trang chủ và tận dụng tiến bộ của trang chủ

Trang chủ, tiếng Anh là Web site có thể được sử dụng với nhiều mục đích khác nhau. Đối với ngân hàng thì nó là một thị trường thông tin trên mạng. Nó cho phép xúc tiến các hoạt động quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng. Trang chủ là cơ sở của Internet-banking.

Các ngân hàng thương mại Việt Nam cần lưu tâm hơn đến vấn đề thiết kế trang chủ, sao cho đẹp mắt, hấp dẫn hơn, thông tin cập nhật, phong phú hơn nhằm thu hút chú ý của khách hàng.

Các ngân hàng cần cần nhắc đến việc tổ chức nhiều các giao dịch thực sự trên các trang chủ hơn nhằm chiếm lòng tin khách hàng, xoá bỏ mối e ngại ban đầu của khách hàng về Internet-banking, làm Internet-banking trở nên phổ biến.

Kết luận

Ngân hàng điện tử là một phương thức mới của các hoạt động tài chính ngân hàng. Sự ảnh hưởng lớn lao của nó không chỉ ở những gì mà người ta dễ nhận ra như tăng số lượng khách hàng và dịch vụ ngân hàng, giảm bớt chi phí, giảm bớt khâu trung gian, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng...mà còn ở những điều khó nhận thấy hơn như mô hình thanh toán, hiệu quả hoạt động tài chính, cấu trúc thị trường, luật pháp, chính sách,..., từ đó ảnh hưởng sâu rộng tới toàn bộ nền kinh tế xã hội của các nước và trên toàn thế giới.

Ngân hàng điện tử là cuộc cách mạng trong lĩnh vực tài chính ngân hàng. Nó không chỉ mở ra cơ hội phát triển cho ngành tài chính ngân hàng mà còn cho các ngành khác như công nghệ thông tin, du lịch, sản phẩm và dịch vụ tiêu dùng... Ngân hàng điện tử là một phần của thương mại điện tử và tiến trình "toàn cầu hoá".

Trong vòng 10 năm, hệ thống ngân hàng Việt Nam đã đưa ngân hàng điện tử Việt Nam đi lên từ con số không và đạt được những thành tích đáng kể. Ngân hàng điện tử mang tính chất xúc tác thúc đẩy nhanh chóng quá trình cải tổ làm thay đổi hệ thống ngân hàng Việt Nam nói riêng và kinh tế Việt Nam nói chung, góp phần thực hiện các cam kết của nước ta trên lộ trình gia nhập ASEAN, AFTA, APEC và tương lai là WTO.

Tuy còn nhiều vấn đề phải nghiên cứu và hoàn thiện trong các lĩnh vực kinh tế, kỹ thuật, pháp luật và xã hội để có thể thúc đẩy ngân hàng điện tử phát triển ở Việt Nam, nhưng nhìn vào xu hướng phát triển ngân hàng điện tử trên thế giới và bước đi ban đầu của Việt Nam trong lĩnh vực này, ta có thể khẳng định rằng Việt Nam tất yếu sẽ triển khai thành công ngân hàng điện tử.

Vì thời gian hạn chế nên bài khóa luận này không tránh khỏi có những thiếu sót về nội dung cũng như hình thức. Rất mong sự góp ý của các thầy cô để tôi có thể hoàn thiện thêm.

Xin chân thành cảm ơn.