

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

BỘ TÀI CHÍNH

HỌC VIỆN TÀI CHÍNH

NGUYỄN THẾ HÙNG

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
BƯU ĐIỆN LIÊN VIỆT

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Hà Nội, 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

BỘ TÀI CHÍNH

HỌC VIỆN TÀI CHÍNH

NGUYỄN THẾ HÙNG

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
BƯU ĐIỆN LIÊN VIỆT

Ngành: Tài chính - Ngân hàng

Mã số: 9.34.02.01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

Người hướng dẫn khoa học: 1. PGS.TS. Hà Minh Sơn
2. TS. Ngô Đức Tiến

Hà Nội, 2024

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài luận án

Trong những năm qua, các ngân hàng thương mại ở Việt Nam đã chú trọng ứng dụng các thành tựu khoa học, công nghệ vào hoạt động kinh doanh của ngân hàng, góp phần quan trọng trong việc cho ra đời các sản phẩm dịch vụ mới chứa hàm lượng công nghệ cao, trong đó nổi bật là các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử như: Internet Banking, Mobile Banking, Ví điện tử...

Trên thực tế thì sự phát triển của loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử ở các ngân hàng thương mại nước ta hiện vẫn còn nhiều hạn chế, bất cập, chưa đáp ứng được kỳ vọng đặt ra, khách hàng vẫn còn có những quan ngại nhất định về tính năng an toàn và bảo mật của ngân hàng điện tử.

Đối với Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt (LPB), là ngân hàng thương mại cổ phần được thành lập năm 2008, với qui mô nguồn vốn hoạt động và tổng tài sản thuộc TOP 15 ngân hàng tại Việt Nam, có mạng lưới các chi nhánh/phòng giao dịch lớn (tại thời điểm 31/12/2022, Ngân hàng có 01 Trụ sở chính, 03 văn phòng đại diện, 80 chi nhánh, 481 phòng giao dịch và 568 phòng giao dịch bưu điện trên cả nước, mạng lưới phủ sóng 63/63 tỉnh thành và được đánh giá là ngân hàng thương mại cổ phần có mạng lưới lớn nhất Việt Nam, đội ngũ cán bộ/nhân viên đông đảo (tính đến cuối năm 2022 tổng số cán bộ nhân viên của ngân hàng là 12.203 người, vốn cổ phần cuối năm 2022 xấp xỉ 17.291 tỷ đồng, vốn chủ sở hữu hơn 24.055 tỷ đồng). Sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng này còn tương đối hạn chế so với một số ngân hàng thương mại khác.

Vì vậy, việc nghiên cứu lý luận, phân tích thực trạng, tìm ra các luận cứ khoa học và thực tiễn cho việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Việt Nam nói chung và tại ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt nói riêng là cần thiết. Nhận thức được tầm quan trọng này, tác giả quyết định chọn đề tài “***Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt***” làm đề tài luận án tiến sĩ của mình.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Vấn đề phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử đã và đang được nhiều tác giả trong và ngoài nước quan tâm dưới nhiều thể loại công trình nghiên cứu (luận án, luận văn, đề tài nghiên cứu khoa học, các bài báo khoa học...) và ở những góc nhìn, khía cạnh khác nhau.

2.1. Tình hình nghiên cứu quốc tế

Xung quanh chủ đề dịch vụ ngân hàng điện tử, trên thế giới có không ít các công trình, bài viết nghiên cứu về dịch vụ, tiêu biểu là một số công trình nghiên cứu sau:

- Ogunlowore Akindele John & Oladele Rotimi [47] trong nghiên cứu *Analysis of Electronic Banking and Customer satisfaction in Nigeria* trên cơ sở đề cập các vấn đề lý luận tổng quan về dịch vụ ngân hàng điện tử, các tác giả đã tập trung nghiên cứu sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Nigeria, 3 câu hỏi nghiên cứu được nhóm tác giả đặt ra là:

- Nasri. W [42] trong nghiên cứu *Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia* trên cơ sở đề cập khá toàn diện các vấn đề lý luận về dịch vụ ngân hàng điện tử đã tiến hành phân tích tương đối có hệ thống về thực trạng triển khai dịch vụ ngân hàng điện tử tại Tunisia giai đoạn trước năm 2010, trên cơ sở đó tập trung phân tích và làm rõ các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử tại nước này, từ đó đưa ra một số khuyến nghị nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Tunisia trong tương lai.

- Salehi, M., & Alipour, M. [49] trong nghiên cứu *e-Banking in emerging economy: empirical evidence of Iran* trên cơ sở đề cập một số vấn đề lý luận tổng quan về dịch vụ ngân hàng điện tử đã tiến hành đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ e Banking tại các nền kinh tế mới nổi, lấy bằng chứng thực nghiệm từ Iran giai đoạn trước năm 2010, từ đó đưa ra một số nhận định và những khuyến nghị chính sách với các nền kinh tế mới nổi trong phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

- Jannatul Mawa Nupur [37] trong *e-Banking and Customers' Satisfaction in Bangladesh* đã hệ thống hóa các vấn đề lý luận về dịch vụ e - Banking, trên cơ sở đó, đi sâu phân tích các nhân tố tác động đến sự hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ e - Banking tại Bangladesh trong giai đoạn trước năm 2010, trong đó, tác giả đã chỉ ra những lợi ích của dịch vụ ngân hàng trực tuyến đó là tốc độ cao, nhanh hơn và đáng tin cậy hơn.

- Laukkanen, T., & Lauronen, J. [40] trong nghiên cứu *Consumer value creation in Mobile Banking Services* đã tập trung phân tích và làm rõ các nhân tố tạo ra giá trị cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ Mobile Banking. Tuy vậy, các phân tích được các tác giả đề cập chủ yếu trong giai đoạn trước năm 2005 nên một số kết luận đưa ra ít có ý nghĩa tham khảo bởi vì hiện nay với sự phát triển mạnh của công nghệ thông tin, nên dịch vụ ngân hàng điện tử mà các NHTM cung cấp cho khách hàng có giá trị gia tăng rất cao đối với người thụ hưởng và những nhà cung cấp dịch vụ này.

- Al-Hawari-Mohammed, Nicole Harley and Tony Ward [34] trong *Measuring Banks' Automated Service quality: A Confirmatory Factor Analysis Approach* đã đề cập toàn diện các vấn đề lý luận về dịch vụ ngân hàng tự động, từ đó, các tác giả đã đề xuất các phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ ngân hàng tự động của NHTM.

- Bauer, H. H., Hammerschmidt, M., & Falk, T. [36] trong *Measuring the quality of e-Banking portals* lại tiến hành đo lường chất lượng dịch vụ của các cổng thông tin điện tử của các tổ chức kinh tế xã hội, trong đó, các tác giả đã đề xuất các thước đo để đánh giá chất lượng dịch vụ của các cổng thông tin điện tử này.

- Mahmood Shah, Steve Clarke [41] trong *E-Banking Management: Issues, Solutions and Strategies* đã nghiên cứu tương đối toàn diện về dịch vụ ngân hàng của NHTM, đặc biệt, các tác giả đi sâu nghiên cứu dịch vụ ngân hàng điện tử của NHTM như: Công nghệ, nhân lực, quản trị, chiến lược phát triển. Những rủi ro và thách thức phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của

NHTM đã được các tác giả đề cập và phân tích khá sâu.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A, trong *ES-QUAL a multiple-item scale for assessing Electronic Service quality* trên cơ sở đề cập các vấn đề có tính lý luận về dịch vụ ngân hàng điện tử các tác giả đã đề xuất các thang đo nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử.

- Serkan Akinci, Safak Aksoy and Eda Atilgan [50] trong *Adoption of Internet Banking among sophisticated consumer segments in an advanced developing country* đã đề cập các vấn đề có tính chất nguyên lý trong cung cấp sản phẩm của các tổ chức cung cấp dịch vụ cho xã hội, đó là phải căn cứ vào nhu cầu khách hàng và do vậy, các tổ chức cung cấp dịch vụ phải chia thị trường thành các phân khúc khác nhau và để việc cung cấp sản phẩm dịch vụ đạt được kỳ vọng thì phải nghiên cứu nhu cầu của khách hàng, các nhân tố tác động đến các quyết định chấp nhận sử dụng dịch vụ của khách hàng để đề ra các quyết định kinh doanh phù hợp.

- Shih, Y. Y., & Fang, K [51] trong nghiên cứu *The use of a decomposed theory of lanned behavior to study Internet Banking in Taiwan* trên cơ sở đề cập các vấn đề chung về dịch vụ ngân hàng điện tử đã phân tích có hệ thống thực trạng triển khai dịch vụ ngân hàng điện tử tại Đài Loan giai đoạn trước năm 2003, từ đó, phân tích và làm rõ những hành vi của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử tại nước này.

- Thanh Nguyen, Mohini Singh [43] trong *Impact of Internet Banking on Customer Satisfaction and Loyalty: A Conceptual Model* Thanh Nguyen, Mohini Singh đề cập khái quát về dịch vụ ngân hàng điện tử, từ đó chỉ ra lợi ích của việc phát triển dịch vụ này.

- Barry Howcroft, Paul Hewer and Robert Hamilton [35] trong nghiên cứu: *Consumer decision making styles and the purchase of Financial Services* đã tổng hợp tương đối toàn diện các vấn đề lý luận tổng quan về dịch vụ tài chính, tập trung phân tích những hành vi ra quyết định của người sử dụng dịch vụ tài chính.

- Karjaluoto, H., Mattila, M., and Pento, T. [39] trong nghiên cứu *Factors underlying attitude formation towards Online Banking in Finland* trên cơ sở đề cập các vấn đề lý luận về dịch vụ ngân hàng điện tử đã tập trung phân tích thực trạng dịch vụ ngân hàng điện tử tại Phần Lan giai đoạn trước năm 2001, qua đó, chỉ ra những yếu tố cấu thành thái độ ứng xử của các cá nhân đối với dịch vụ ngân hàng điện tử tại nước này.

- Jayawardhena, C., & Foley, P [38] với công trình nghiên cứu *Changes in the Banking sector-the case of Internet Banking in the UK* trên cơ sở tổng hợp các vấn đề lý luận về dịch vụ ngân hàng điện tử đã phân tích thực trạng dịch vụ Internet Banking tại các NHTM Anh trong giai đoạn trước năm 2001, đưa ra các so sánh về những thay đổi khi sử dụng ngân hàng điện tử tại nước này.

2.2. Tình hình nghiên cứu trong nước

2.2.1. Các nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án

- Nguyễn Thị Hồng Yến, 2015 trong Luận án tiến sĩ kinh tế “Phát triển dịch vụ ngân hàng tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam-BIDV”, ngành Tài chính ngân hàng, Học viện Ngân hàng [33].

- Phạm Thu Hương, 2012 trong luận án Tiến sĩ kinh tế “Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế”, ngành Tài chính ngân hàng, Đại học Ngoại thương [8].

- Nguyễn Thùy Trang, 2018 trong luận án tiến sĩ kinh tế “Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam” ngành Tài chính ngân hàng, Học viện Tài chính [30].

- Nguyễn Thị Yến Oanh, 2015 trong luận văn thạc sĩ kinh tế “Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng TMCP Quân đội”, ngành Tài chính ngân hàng, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh [18].

- Nguyễn Thị Khánh, 2020 trong luận văn thạc sĩ kinh tế “Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam”, ngành Tài chính ngân hàng, Đại học Thương mại [9].

Các bài báo, tạp chí:

- Trần Mai Anh (2020), trong bài viết “Giải pháp nâng cao an toàn trong sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử”, Tạp chí Ngân hàng số 15/2020 [1].

- Ths. Đan Thu Vân, 2022 trong bài “Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam”, Tạp chí Công Thương, số 10, tháng 5 năm 2022 [31].

- TS. Trần Vương Thịnh, Bành Khánh Phụng (Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh) trong bài “Yếu tố ảnh hưởng quyết định sử dụng ngân hàng điện tử của khách hàng cá nhân tại TP. Hồ Chí Minh, Tạp chí Công Thương số 24, tháng 11 năm 2022 [23].

2.2.2. Các nghiên cứu liên quan đến Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt.

- Vũ Ngọc Diệp (2018), “Quản trị rủi ro lãi suất tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt”, Luận án tiến sĩ Kinh tế, Đại học Thương mại [5].

- Nguyễn Khắc Đoàn (2013), “Một số giải pháp hạn chế rủi ro tín dụng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt” Luận văn Thạc sĩ, Đại học Bách khoa Hà Nội [7].

- Phạm Bích Liên; Trần Thị Bình Nguyên (2018) “Phát triển Green Banking, trường hợp nghiên cứu Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt”, [10].

- Bùi Võ Tấn Nhân, 2019 trong luận văn thạc sĩ kinh tế “Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh ví điện tử của LPB”, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh [17].

2.3. Khoảng trống nghiên cứu của đề tài Luận án

Khoảng trống cần tiếp tục được nghiên cứu là:

Thứ nhất, Nhân tố nào tác động đến việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trong giai đoạn hiện nay?

Thứ hai, Tiêu chí, mô hình đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

Thứ ba, Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại LPB những năm

qua như thế nào? Những nhân tố nào đã và đang tác động đến sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng này?

Thứ tư, Xu hướng nào chi phối sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử trong tương lai?

Thứ năm, Những quan điểm nào cần phải tuân thủ khi phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở NHTM, hay nói cách khác, có thực sự phải phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử bằng mọi giá hay không?

Thứ sáu, Giải pháp nào LPB cần phải được nghiên cứu triển khai nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trong thời gian tới?

3. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài Luận án

3.1. Mục tiêu tổng quát

Đề xuất các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt.

3.2. Mục tiêu cụ thể

Để đạt được mục tiêu tổng quát trên đây, đề tài sẽ phải đề cập phân tích, luận giải và làm rõ một số vấn đề sau đây:

Thứ nhất, tổng hợp, phân tích và làm rõ hơn những vấn đề lý luận về phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở các NHTM.

Thứ hai, nghiên cứu kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở các NHTM trong và ngoài nước, qua đó rút ra những bài học cho việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại LPB thời gian tới.

Thứ ba, phân tích một cách có hệ thống thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại LPB những năm qua. Sự phân tích sẽ cho phép đánh giá tổng quát về các kết quả đạt được trong phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

Thứ tư, trên cơ sở đề cập đến những thuận lợi và khó khăn thách thức trong phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Việt Nam, định hướng chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của LPB đến năm 2025 và tầm nhìn đến năm 2030 cũng như những quan điểm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, đề tài sẽ tập trung đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm phát triển dịch vụ

ngân hàng điện tử tại LPB những năm tới.

4. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là dịch vụ ngân hàng điện tử và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại các ngân hàng thương mại.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

Về không gian nghiên cứu: Nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt.

Về thời gian nghiên cứu: Nghiên cứu giai đoạn từ 2016 - 2022, các giải pháp đề xuất đến năm 2030.

5. Phương pháp nghiên cứu

Để hoàn thành được mục tiêu đặt ra, ngoài các phương pháp nghiên cứu truyền thống thường được sử dụng trong các đề tài Khoa học xã hội nhân văn, như: Phương pháp luận duy vật biện chứng, duy vật lịch sử, thống kê, so sánh,... NCS sẽ đặc biệt chú ý sử dụng các phương pháp sau đây:

- Phương pháp phân tích tổng hợp: Sẽ kết hợp giữa phân tích định tính và định lượng nhằm lượng hóa các yếu tố tác động đến phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại LPB.

- Phương pháp thống kê, so sánh: sử dụng số liệu theo chuỗi thời gian qua đó đánh giá thực trạng dịch vụ ngân hàng điện tử tại LPB.

- Phương pháp điều tra, khảo sát, sử dụng mô hình định lượng hồi qui để đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử từ phía khách hàng.

6. Những đóng góp mới của đề tài luận án

Kết quả nghiên cứu của luận án này là:

Hệ thống hóa và làm rõ thêm một số vấn đề lý luận có liên quan đến dịch vụ ngân hàng điện tử và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại NHTM.

Khảo sát những kinh nghiệm về phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử từ một số NHTM trong và ngoài nước. NCS coi đây là một yêu cầu rất quan trọng,

bởi từ đó sẽ giúp rút ra những kinh nghiệm có giá trị mà LPB có thể nghiên cứu và vận dụng nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trong thời gian tới.

Phân tích có hệ thống và sâu sắc thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại LPB trong giai đoạn 2016 - 2022 dựa trên các chỉ tiêu đánh giá về số lượng, quy mô và chỉ tiêu chất lượng qua phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại LPB. Từ đó, NCS rút ra những kết quả đạt được, những mặt còn tồn tại và nguyên nhân của những tồn tại.

Đề xuất một hệ thống các giải pháp và kiến nghị góp phần phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại LPB thời gian tới. Do các giải pháp dựa trên cơ sở nghiên cứu sâu sắc về mặt lý luận và sự phân tích sâu thực tiễn, nên sẽ bảo đảm tính khoa học và khả thi.

7. Ý nghĩa của đề tài luận án

7.1. Về lý luận

Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu lý luận, luận án sẽ tổng hợp và làm rõ thêm một số nội dung về phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại các NHTM, xây dựng mô hình đo lường các đánh giá từ phía khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử.

7.2. Ý nghĩa thực tiễn

Trên cơ sở sử dụng các nguồn tài liệu phản ánh trung thực tình hình kinh doanh lĩnh vực dịch vụ ngân hàng điện tử, kết hợp với kết quả khảo sát từ phía người sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử thông qua Phiếu khảo sát, với hệ thống các câu hỏi khoa học phản ánh toàn diện các mặt liên quan đến dịch vụ ngân hàng điện tử và sử dụng mô hình định lượng hồi qui nhằm đánh giá khoa học và trung thực sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, từ đó, đưa ra các kết luận và đề xuất hệ thống các giải pháp và kiến nghị, nên các kết luận và kiến nghị mà Luận án này đưa ra sẽ bảo đảm cơ sở khoa học và thực tiễn và do vậy, nó có thể là nguồn tư liệu tham khảo có giá trị trong điều hành thực tiễn nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, không chỉ tại LPB, mà còn đối với các NHTM trong nước khác có điều kiện tương đồng.

8. Kết cấu của Luận án

Ngoài phần Lời mở đầu và Kết luận, luận án được kết cấu với 3 chương như sau:

Chương 1: Lý luận về phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt.

Chương 3: Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt.

CHƯƠNG 1

LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Vấn đề cơ bản về dịch vụ ngân hàng điện tử

1.1.1 *Dịch vụ ngân hàng*

1.1.1.1 *Khái niệm*

Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) đưa ra khái niệm về dịch vụ tài chính “là bất kỳ dịch vụ nào có tính chất tài chính, được một nhà cung cấp dịch vụ tài chính cung cấp. Dịch vụ tài chính bao gồm mọi dịch vụ bảo hiểm và dịch vụ liên quan đến bảo hiểm, mọi dịch vụ ngân hàng và dịch vụ tài chính khác (ngoại trừ bảo hiểm)”. Như vậy, có thể thấy rằng dịch vụ ngân hàng được bao hàm trong dịch vụ tài chính theo khái niệm của WTO. Theo khái niệm của WTO, dịch vụ ngân hàng được hiểu là bất cứ dịch vụ nào được ngân hàng cung cấp.

1.1.1.2 *Các loại dịch vụ của ngân hàng thương mại*

1.1.1.3 *Đặc điểm dịch vụ ngân hàng*

Dịch vụ ngân hàng mang tính vô hình: Dịch vụ của ngân hàng không tồn tại dưới dạng vật chất nên khách hàng khi mua dịch vụ không thể sờ nắm được.

Dịch vụ ngân hàng không thể tách rời: Trên thực tế, quá trình cung ứng dịch vụ ngân hàng luôn diễn ra đồng thời với quá trình tiêu dùng của khách hàng, họ cũng có mặt khi dịch vụ được thực hiện nên sự tác động qua lại giữa người cung ứng dịch vụ và khách hàng mang tính chất đặc biệt của marketing dịch vụ.

Dịch vụ ngân hàng không lưu trữ được: Dịch vụ ngân hàng không thể sản xuất rồi lưu kho như các sản phẩm thông thường khác nên ngân hàng cần hướng vào việc điều chỉnh nhịp độ cung ứng theo nhịp độ mua bán, rút ngắn quá trình xử lý nghiệp vụ và tăng cường nhân viên cung ứng tại giờ cao điểm.

1.1.2 *Dịch vụ ngân hàng điện tử*

1.1.2.1 *Khái niệm*

Tóm lại, dịch vụ ngân hàng điện tử là dịch vụ ngân hàng được cung cấp thông qua phương thức điện tử. Trong đó, phương thức điện tử dùng để chỉ toàn bộ quy trình và hệ thống phương tiện giao dịch điện tử như máy tính cá nhân, ATM, PDA, điện thoại...; hệ thống quản lý và xử lý dữ liệu giao dịch tại các ngân hàng; hệ thống giao tiếp và xử lý giao dịch liên ngân hàng.

1.1.2.2 Quá trình hình thành và phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử

1.1.2.3 Đặc điểm của dịch vụ ngân hàng điện tử

- Dịch vụ ngân hàng điện tử được cung cấp tự động
- Các dịch vụ ngân hàng điện tử gắn liền với hoạt động ngân hàng, nó cho phép NHTM thực hiện tốt các yêu cầu của khách hàng, đồng thời hỗ trợ tích cực cho chức năng trung gian tín dụng và trung gian thanh toán.

- Tính không hiện hữu: Nó không tồn tại dưới dạng vật thể, nó là kết quả của một quá trình chứ không phải một cái gì đó cụ thể có thể nhìn thấy, đếm tích trữ hay thử trước khi tiêu dùng.

- Tính không ổn định và khó xác định chất lượng: Nó mang tính cá biệt trong cung ứng và tiêu dùng, phụ thuộc vào người cung ứng dịch vụ, người tiêu dùng dịch vụ và thời điểm thực hiện dịch vụ.

- Tính không thể tách biệt: Việc tiêu dùng dịch vụ ngân hàng điện tử diễn ra cùng một lúc với quá trình cung ứng dịch vụ, có sự tham gia trực tiếp giữa khách hàng ở bất kỳ thời điểm nào khi khách hàng cần tới.

Ngoài ra, dịch vụ ngân hàng điện tử còn có những đặc điểm sau:

- Hoạt động dịch vụ nói chung và dịch vụ NHĐT nói riêng đòi hỏi các ngân hàng thương mại phải sử dụng nguồn vốn của mình để đầu tư cơ sở hạ tầng công nghệ, đầu tư hệ thống máy móc, trang thiết bị; đầu tư vào các chiến lược marketing dịch vụ NHĐT.

- Trực tiếp hoặc gián tiếp làm tăng thu nhập: Thu nhập của ngân hàng sẽ được hình thành từ phí dịch vụ, chênh lệch giá, hoa hồng...

- Hàm lượng công nghệ cao: Dịch vụ ngân hàng điện tử là những dịch vụ mới ra đời khi khoa học công nghệ thông tin bắt đầu phát triển.

- Tính rủi ro cao: Do dịch vụ ngân hàng điện tử được cung cấp dựa trên các nền tảng công nghệ thông tin, chính vì vậy, khả năng rủi ro từ hệ thống an ninh mạng, bảo mật có thể xảy ra bất cứ khi nào và với bất kỳ giao dịch điện tử nào từ ngân hàng và khách hàng.

- Tính tập trung hóa cao: Dịch vụ ngân hàng điện tử có tính tập trung hóa cao thể hiện ở việc tập trung hóa các tài khoản.

- Tính hỗ trợ cao, có mối liên kết chặt chẽ với nhau: Sự ra đời và phát triển của dịch vụ này sẽ làm tiền đề cho sự ra đời và phát triển của dịch vụ khác.

1.1.2.4 Các phương thức cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử

Internet Banking: Internet Banking là dịch vụ cung cấp tự động các thông tin sản phẩm và dịch vụ ngân hàng thông qua đường truyền Internet.

Mobile Banking: Đối với dịch vụ Mobile Banking, khách hàng được thiết lập tài khoản đăng nhập trên phần mềm thiết kế sẵn của ngân hàng mà khách hàng có thể tự cài đặt trên điện thoại.

Hệ thống Home Banking: Đây là dịch vụ ngân hàng cung cấp kết nối tại nhà với nhiều tiện ích thông qua đường truyền internet để kết nối tới cổng thông tin của ngân hàng.

Hệ thống Call Center: Call Center là dịch vụ ngân hàng qua điện thoại

Kios ngân hàng: Là sự phát triển của dịch vụ ngân hàng hướng tới việc phục vụ khách hàng với chất lượng cao nhất và thuận tiện nhất.

Hệ thống thẻ, máy ATM, máy POS: Đây là dịch vụ ngân hàng điện tử phổ biến, là công cụ tiêu dùng không cần tiền mặt cho khách hàng.

Các dịch vụ ngân hàng điện tử khác

Ngoài các sản phẩm truyền thống, các NHTM cũng đang tích cực triển khai mở rộng các kênh thanh toán trực tuyến liên kết với các cơ quan, tổ chức để đáp ứng nhu cầu chi trả của khách hàng, như: Thanh toán hóa đơn online cho tiền điện, tiền nước, điện thoại, tiền truyền hình cáp, học phí, nộp thuế điện tử..., đây là một trong xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt mà các

nền kinh tế đang hướng đến.

1.1.2.5 Vai trò của dịch vụ ngân hàng điện tử

Với đặc tính là các giao dịch hoàn toàn được thực hiện thông qua thiết bị điện tử và mạng viễn thông, sự ra đời của các dịch vụ ngân hàng điện tử đã mang đến nhiều lợi ích thiết thực cho cả ngân hàng, khách hàng và xã hội.

1.2. Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng thương mại

1.2.1 Khái niệm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

Theo quan điểm nghiên cứu sinh thì phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử được hiểu là sự gia tăng về loại hình dịch vụ, về tiện ích cung cấp, về giá trị giao dịch, về quy mô và về chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử.

1.2.2 Tiêu chí đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

1.2.2.1 Tiêu chí định lượng

- ✓ *Phát triển quy mô dịch vụ ngân hàng điện tử*
- ✓ *Mức độ gia tăng doanh số và thu nhập cho ngân hàng*

1.2.2.2 Tiêu chí định tính

Thứ nhất, Sự tin cậy và tính an toàn

Thứ hai, Tính tiện ích và đa dạng về sản phẩm dịch vụ

Thứ ba, Năng lực phục vụ

Thứ 4, Công nghệ và marketing

Thứ 5, Trải nghiệm của khách hàng

1.2.3 Nhân tố tác động đến sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng thương mại

1.2.3.1 Nhóm nhân tố khách quan

1.2.3.2 Nhóm nhân tố chủ quan

1.2.4 Tổng hợp và đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

1.2.4.1 Mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ NHĐT

1.2.4.2 Đề xuất mô hình nghiên cứu

1.2.4.3 Giả thuyết nghiên cứu

- a. *Độ tin cậy*

→ Giả thuyết H1: Độ tin cậy có quan hệ thuận chiều với phát triển dịch vụ NHĐT tại LPB.

b. Thuận tiện tiếp cận

→ Giả thuyết H2: Thuận tiện tiếp cận có quan hệ thuận chiều với phát triển dịch vụ NHĐT tại LPB.

c. Năng lực phục vụ của nhân viên

→ Giả thuyết H3: Năng lực phục vụ của nhân viên có quan hệ thuận chiều với phát triển dịch vụ NHĐT tại LPB.

d. Bảo mật thông tin

→ Giả thuyết H4: Bảo mật thông tin có quan hệ thuận chiều với phát triển dịch vụ NHĐT tại LPB.

e. Sản phẩm dịch vụ NHĐT

→ Giả thuyết H5: Sản phẩm dịch vụ NHĐT có quan hệ thuận chiều với phát triển dịch vụ NHĐT tại LPB.

f. Hệ thống công nghệ

→ Giả thuyết H6: Hệ thống công nghệ có quan hệ thuận chiều với phát triển dịch vụ NHĐT tại LPB.

g. Marketing và chăm sóc khách hàng

→ Giả thuyết H7: Marketing và chăm sóc khách hàng có quan hệ thuận chiều với phát triển dịch vụ NHĐT tại LPB.

1.3 Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trong và ngoài nước

1.3.1 Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của một số ngân hàng thương mại trên thế giới

1.3.1.1. Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng Standard Chartered

1.3.1.2. Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng Citibank

1.3.1.3. Ngân hàng ING Direct

1.3.1.4. Ngân hàng thương mại và công nghiệp Trung Quốc (ICBC)

1.3.2 Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở Việt Nam

1.3.2.1 Ngân hàng TMCP Á Châu (ACB)

1.3.2.2. Ngân hàng TMCP ngoại thương Việt Nam (VCB)

1.3.2.3 Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam (VietinBank)

1.3.3 Bài học cho Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN BƯU ĐIỆN LIÊN VIỆT

2.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

2.1.2 Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt

2.1.3 Kết quả kinh doanh của Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt

2.1.3.1 Hoạt động huy động vốn

2.1.3.2 Hoạt động cho vay

2.1.3.3 Hoạt động đầu tư, kinh doanh dịch vụ

2.1.3.4 Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt 2016 - 2022

Biểu đồ 2.3: Lợi nhuận trước thuế của LPB giai đoạn từ 2016 - 2022

Bảng 2.1: Một số chỉ tiêu tài chính chủ yếu của LPB giai đoạn từ 2016 đến 2022*Đơn vị tính: Tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2016	Năm 2017		Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021		Năm 2022	
	Số tiền	Số tiền	So Sánh với năm 2016 (%)	Số tiền	So sánh với năm 2017 (%)	Số tiền	So sánh với năm 2018 (%)	Số tiền	So sánh với năm 2019 (%)	Số tiền	So sánh với năm 2020 (%)	Số tiền	So sánh với năm 2021 (%)
Tổng tài sản	141.865	163.434	15,2	175.094	7,1	202.058	15,4	242.343	19,9	289.194	19,3	327.745	13,33
Vốn chủ sở hữu	8.332	9.383	12,6	10.201	8,7	12.580	23,3	14.232	13,1	16.802	18,1	24.055	43,17
Vốn điều lệ	6.460	6.460	-	7.500	16,1	8.881	18,4	10.746	21	12.036	12	17.291	43,67
Tổng vốn huy động	131.300	150.419	14,5	138.229	(8,1)	166.162	20,2	206.777	24,4	217.014	5	250.936	15,6
Tổng dư nợ tín dụng	83.723	103.121	23,2	120.972	17,3	140.883	16,5	177.024	25,6	209.029	18,1	235.767	12,8
Lợi nhuận thuần từ hoạt động kinh doanh trước chi phí dự phòng rủi ro tín dụng	1.840	2.290	24,5	1.831	(20)	2.474	35,1	3.126	26,3	4.960	58,7	8.863	78,7
LNTT	1.348	1.768	31,2	1.213	(31,4)	2.039	68,1	2.426	19	3.638	49,93	5.690	56
LNST	1.063	1.368	28,7	959	(29,9)	1.600	66,8	1.862	16,4	2.873	54,3	4.510	57
ROA (%)	0,85	0,9	5,9	0,57	(36,7)	0,85	49,1	0,84	(1,1)	1,08	28,6	1.084	0,38
ROE (%)	13,34	15,45	15,8	9,8	(36,6)	14,05	43,4	13,89	(1,1)	18,52	33,4	19,18	3,6

Nguồn: Báo cáo thường niên của LPB từ năm 2016 - 2022

2.2 Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu Điện Liên Việt

2.2.1 Cơ sở pháp lý của hoạt động dịch vụ ngân hàng điện tử

2.2.2. Một số dịch vụ ngân hàng điện tử được cung cấp tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt

- a. Dịch vụ thẻ
- b. Dịch vụ Internet Banking
- c. Dịch vụ Mobile Banking
- d. Dịch vụ VNTopup
- e. Dịch vụ Call center
- f. Dịch vụ Ví điện tử Ví Việt/LienViet24h
- g. Dịch vụ ngân hàng điện tử khác

2.2.3. Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt theo hệ thống chỉ tiêu.

2.2.3.1 Quy mô dịch vụ

- a. Dịch vụ thẻ
- b. Dịch vụ Internet Banking
- c. Dịch vụ Mobile Banking
- d. Dịch vụ VNTopup
- e. Dịch vụ Call Center
- f. Dịch vụ Ví điện tử Ví Việt

*** Giai đoạn LPB chuyển đổi phát triển từ ngân hàng điện tử dần dần sang dịch vụ ngân hàng số (giai đoạn từ năm 2019-2022)**

Trong giai đoạn từ năm 2019-2022, ngoài các dịch vụ NHĐT mà LPB đang cung cấp ra thị trường như Internet Banking, Mobile Banking, dịch vụ thẻ, Call Centre,...thì LPB đã chuyển dần dịch vụ NHĐT sang dịch vụ ngân hàng số. Rõ rệt nhất là sự chuyển dịch, nâng cấp thành công ứng dụng NHĐT Ví Việt thành ứng dụng ngân hàng số LienViet24h.

2.2.3.2 Chứng loại sản phẩm dịch vụ

2.2.3.3 Tỷ trọng doanh thu dịch vụ ngân hàng điện tử

2.2.3.4 Sự tin cậy và tính an toàn

2.2.3.5 Năng lực phục vụ của nhân viên ngân hàng

2.2.3.6 Công nghệ và Marketing dịch vụ ngân hàng điện tử

2.2.3.7 Số hóa hành trình trải nghiệm của khách hàng

2.2.3.8 So sánh một số dịch vụ ngân hàng điện tử của Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt với một số ngân hàng thương mại cổ phần khác tại Việt Nam hiện nay

2.2.4. Sử dụng mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu Điện Liên Việt

2.2.4.1 Thiết kế nghiên cứu

2.2.4.2 Cơ cấu đối tượng khảo sát theo đặc điểm

2.2.4.3 Kết quả phân tích mô hình

* Kết quả kiểm định thang đo Cronbach'Alpha:

* Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA

* **Phân tích tương quan Pearson**

* **Phân tích hồi quy:**

Phân tích hồi quy tuyến tính bội được sử dụng để đánh giá tầm quan trọng của từng thành phần trong phát triển dịch vụ dựa vào sự cảm nhận của khách hàng về dịch vụ. Mô hình nghiên cứu đề nghị có một biến phụ thuộc đo lường sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử và 07 biến độc lập.

Bảng 2.39 Hệ số về mức độ phù hợp mô hình

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.830 ^a	.688	.683	.32762	2.015

a. Predictors: (Constant), MC, TTTC, BM, NV, TC, SPDV, CN
b. Dependent Variable: PTDV

(Nguồn: Kết quả chạy SPSS)

R^2 hiệu chỉnh là $0.683 = 68.3\%$. Như vậy các biến độc lập đưa vào chạy hồi quy ảnh hưởng tới **68.3%** sự thay đổi của biến phụ thuộc.

Phương trình hồi quy:

$$PTDV = 0.118*TC + 0.185*TTTC + 0.308*NV + 0.081*BM + 0.324*SPDV + 0.142*CN + 0.099*MC$$

2.2.3.4 Tổng kết kết quả kiểm định các giả thuyết

Kết quả mô hình hồi quy cho thấy phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử chịu tác động của 7 nhân tố: Độ tin cậy, Thuận tiện tiếp cận, Năng lực phục vụ của nhân viên, Bảo mật thông tin, Sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử, Hệ thống công nghệ và Marketing & chăm sóc khách hàng. Do đó, các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5, H6, H7 được chấp nhận.

2.2.3.5 Thảo luận kết quả nghiên cứu

2.3 Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Bưu điện Liên Việt

2.3.1. Những kết quả đạt được

Thứ nhất, Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử càng nhiều, có xu hướng chuyển dần sang sử dụng Ngân hàng số LienViet24h.

Thứ hai, danh mục các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử của LPB ngày càng đa dạng và phong phú, đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Thứ ba, Doanh thu từ dịch vụ ngân hàng điện tử tăng nhanh, điều này vừa giúp đáp ứng ngày càng tốt hơn các nhu cầu về dịch vụ ngân hàng điện tử của khách hàng, vừa giúp NHTM tăng thu nhập.

Qua kết quả thu được từ dịch vụ NHĐT cho thấy doanh thu từ dịch vụ

ngân hàng điện tử của LPB tăng nhanh qua các năm, nhưng nhanh nhất vẫn là doanh thu từ dịch vụ ngân hàng số trong giai đoạn 2020 - 2022, đặc biệt là dịch vụ ngân hàng số LienViet24h (nâng cấp từ dịch vụ NHĐT Ví Việt) cho thấy LPB đã rất nhạy bén trong triển khai dịch vụ ngân hàng điện tử gắn với sự phát triển của CNTT cũng như xu hướng của thời đại công nghệ số.

2.3.2. Những mặt còn tồn tại

Thứ nhất, Số lượng dịch vụ ngân hàng điện tử được triển khai những năm qua của LPB tăng khá nhanh, nhưng chủ yếu vẫn chạy theo số lượng, chưa chú ý đúng mức tới việc tăng tính năng sử dụng của các sản phẩm dịch vụ.

Thứ hai, Với số lượng 80 chi nhánh; 481 phòng giao dịch và 568 Phòng giao dịch Bưu điện bao phủ khắp cả nước, song tính đến cuối năm 2022 tổng số khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của LPB hơn 4 triệu khách hàng là chưa nhiều, điều này cho thấy NHTM này chưa thực sự khai thác được những ưu thế của mình để phát triển mạnh dịch vụ ngân hàng điện tử - một lĩnh vực dịch vụ thực sự sẽ tăng cường năng lực cạnh tranh của một định chế tài chính trên thị trường tài chính hiện đại.

Thứ ba, Tuy doanh thu từ dịch vụ ngân hàng điện tử có sự tăng trưởng khá ấn tượng trong những năm gần đây, nhưng chủ yếu vẫn là thu từ dịch vụ thanh toán thẻ.

Thứ tư, Thanh toán qua quét QR code là công nghệ đã và đang được triển khai rộng rãi ở các NHTM tuy nhiên nó chưa được sử dụng như một phương thức xác thực tại bước cuối cùng trước khi hoàn thành giao dịch.

2.3.3. Nguyên nhân của những tồn tại

2.3.3.1. Nguyên nhân khách quan

Thứ nhất, Môi trường pháp lý còn bất cập

Thứ hai, Môi trường kinh tế vĩ mô còn chưa ổn định bền vững

Thứ ba, Nhân tố thuộc về khách hàng

Thứ tư, Môi trường cạnh tranh trong lĩnh vực dịch vụ ngân hàng điện tử khá nóng

2.3.3.2. Nguyên nhân chủ quan

Thứ nhất, Quan điểm của ban Lãnh đạo và chính sách cung ứng dịch vụ ngân hàng điện tử của LPB.

Thứ hai, Hạ tầng công nghệ ngân hàng còn nhiều hạn chế

Thứ ba, Chất lượng nguồn nhân lực chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

Thứ tư, Năng lực tài chính còn bất cập

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG TMCP BƯU ĐIỆN LIÊN VIỆT

3.1. Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu Điện Liên Việt đến năm 2030

3.1.1. Những cơ hội

3.1.1.1. Chính sách vĩ mô

3.1.1.2. Hạ tầng công nghệ từng bước được đầu tư và hoàn thiện

3.1.1.3. Dân số trẻ chiếm đa số trong cộng đồng dân cư, cư dân khu vực nông thôn vẫn chiếm tỷ trọng cao

3.1.1.4. LPB có mạng lưới hoạt động bao trùm khắp cả nước

3.1.2. Những khó khăn, thách thức

3.1.3. Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu Điện Liên Việt đến năm 2030.

3.1.3.1. Định hướng hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu Điện Liên Việt đến năm 2030.

3.1.3.2. Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng

thương mại cổ phần Bưu Điện Liên Việt

a. Định hướng chung

b. Mục tiêu, nhiệm vụ cụ thể

3.1.4. Quan điểm về phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng thương mại cổ phần Bưu điện Liên Việt

3.2. Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của Ngân hàng thương mại cổ phần Bưu Điện Liên Việt

3.2.1 Nhóm giải pháp rút ra từ kết quả nghiên cứu

3.2.1.1 Giải pháp về công nghệ

3.2.1.2 Giải pháp về an ninh và bảo mật để nâng cao sự tin cậy

3.2.1.3 Giải pháp về nguồn nhân lực

3.2.1.4 Tăng cường hoạt động marketing dịch vụ ngân hàng điện tử

3.2.1.5 Gia tăng tiện ích, đa dạng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử

3.2.1.6 Nâng cấp, tích hợp các dịch vụ ngân hàng điện tử vào dịch vụ ngân hàng số để số hoá các dịch vụ ngân hàng nâng cao trải nghiệm cho khách hàng

3.2.2 Nhóm giải pháp hỗ trợ

3.2.2.1 Phát huy lợi thế về năng lực tài chính trong quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

3.2.2.2 Nâng cao uy tín và thương hiệu của ngân hàng

3.2.2.3 Tạo ra sự tương hỗ giữa các loại hình dịch vụ trong ngân hàng

3.2.2.4 Thúc đẩy hợp tác với các ngân hàng khác trong cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử

3.3. Kiến nghị

3.3.1. Với Quốc hội, Chính phủ

3.3.2 Với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

3.3.3 Với Hiệp hội Ngân hàng

KẾT LUẬN

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN
ĐẾN LUẬN ÁN CỦA NGHIÊN CỨU SINH**

1. Nguyen The Hung (2023), *Analysis of factors influencing the development of electronic banking services at Lien Viet Post Joint Stock Commercial bank*, SEDBM-6, pp 450- 463
2. Nguyen The Hung (2023), *Development of Electronic banking services in the digital economy*, International conference “Kinh tế số: nhận diện, định vị các tiềm năng và thách thức”, pp 161-175
3. Nguyen The Hung (2023), *Fintech and Commercial banking system in the digital economy*, International conference, Kinh tế số: nhận diện, định vị các tiềm năng và thách thức”, pp 191-204