

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

MAN THỊ QUỲNH NA

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ
TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN
VIỆT NAM - CN PHÚ TÀI

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng - Năm 2013

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

MAN THỊ QUỲNH NA

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ
TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN
VIỆT NAM - CN PHÚ TÀI

Chuyên ngành: Tài chính Ngân hàng

Mã số: 60.34.20

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Người hướng dẫn khoa học: GS. TS. TRƯƠNG BÁ THANH

Đà Nẵng - Năm 2013

LỜI CAM ĐOAN

Tôi cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi.

Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kì công trình nào khác.

Tác giả luận văn

Man Thị Quỳnh Na

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
4. Phương pháp nghiên cứu	2
5. Bố cục đề tài.....	2
6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu.....	3
CHƯƠNG 1. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ.....	6
1.1. TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ	6
1.1.1. Khái niệm về dịch vụ ngân hàng điện tử	6
1.1.2. Đặc điểm của dịch vụ ngân hàng điện tử.....	7
1.1.3. Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử	8
1.1.4. Ý nghĩa của việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử	12
1.2. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ	13
1.2.1. Nội dung phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.....	15
1.2.2. Các tiêu chí và chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.....	19
1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ	20
1.3.1. Các nhân tố bên ngoài.....	20
1.3.2. Các nhân tố nội tại của ngân hàng	22
1.4. SỰ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ Ở MỘT SỐ NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM ĐỐI VỚI VIỆT NAM	24

1.4.1. Khái quát về tình hình phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở một số nước trên thế giới.....	24
1.4.2. Bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam.....	25
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1	27
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM –CN PHÚ TÀI.....	28
2.1. GIỚI THIỆU VỀ BIDV – CN PHÚ TÀI	28
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển	28
2.1.2. Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý.....	29
2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của BIDV– CN Phú Tài giai đoạn 2009-2011.....	32
2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV – CN PHÚ TÀI.....	35
2.2.1. Tình hình chung	35
2.2.2. Đánh giá chất lượng theo từng loại dịch vụ.....	47
2.2.3. So sánh dịch vụ NHĐT giữa BIDV và các ngân hàng khác.....	53
2.3. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TRONG THỜI GIAN QUA.....	56
2.3.1. Những thành tựu đạt được	56
2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân.....	57
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2	60
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM – CN PHÚ TÀI.....	61

3.1. ĐỊNH HƯỚNG VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ CỦA BIDV-CN PHÚ TÀI.....	61
3.2. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV-CN PHÚ TÀI.....	62
3.2.1. Giải pháp phát triển quy mô dịch vụ.....	62
3.2.2. Giải pháp đa dạng hóa chủng loại dịch vụ.....	68
3.2.3. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ	71
3.2.4. Giải pháp hạn chế rủi ro trong việc cung cấp dịch vụ NHĐT	75
3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ.....	77
3.3.1. Đối với chính phủ và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.....	77
3.3.2. Đối với BIDV – CN PHÚ TÀI	79
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.....	81
KẾT LUẬN.....	82
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	81
QUYẾT ĐỊNH GIAO ĐỀ TÀI LUẬN VĂN (bản sao)	
PHỤ LỤC	

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

ATM	Máy rút tiền tự động
ACB	Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu
BIDV	Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam
BIDV – CN PHÚ TÀI	Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam – Chi nhánh Phú Tài
BSMS	Dịch vụ nhắn tin tài khoản tự động
NHTMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần
NHĐT	Ngân hàng điện tử
NHNN	Ngân hàng nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
NHTW	Ngân hàng trung ương
NHBL	Ngân hàng bán lẻ
POS	Thiết bị chấp nhận thanh toán thẻ
PGD	Phòng giao dịch
VCB	Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương
WTO	Tổ chức thương mại thế giới
WU	Dịch vụ chuyển tiền quốc tế Western Union

DANH MỤC CÁC BẢNG

Số hiệu bảng	Tên bảng	Trang
2.1	Một số chỉ tiêu tài chính chủ yếu của BIDV-CN Phú Tài	32
2.2	Tình hình huy động vốn theo đối tượng qua các năm	34
2.3	Tình hình dư nợ tín dụng theo đối tượng giai đoạn 2009-2011	35
2.4	Số lượng máy ATM và POS của BIDV – CN PHÚ TÀI	36
2.5	Thu nhập từ dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV – CN PHÚ TÀI từ 2009-2011	45
2.6	So sánh danh mục sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử giữa các ngân hàng	47
2.7	Đánh giá về mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI	47
2.8	So sánh mức độ tiện ích các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV – CN PHÚ TÀI với các ngân hàng khác	53

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Số hiệu biểu đồ	Tên biểu đồ	Trang
2.1	Tổng tài sản của BIDV – CN PHÚ TÀI giai đoạn 2009-2011	33
2.2	Dư nợ vay của BIDV – CN PHÚ TÀI giai đoạn 2009-2011	33
2.3	Tình hình huy động vốn của BIDV – CN PHÚ TÀI giai đoạn 2009-2011	33
2.4	Giới tính	49
2.5	Trình độ	49
2.6	Thu nhập của khách hàng đang sử dụng dịch vụ NHĐT tại BIDV – CN PHÚ TÀI	49
2.7	Lý do khách hàng chưa sử dụng dịch vụ NHĐT của	50
2.8	Nguồn thông tin giúp khách hàng biết về dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI	51
2.9	Lý do chính khiến khách hàng chọn sử dụng các dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI	51
2.10	Dịch vụ NHĐT mà khách hàng đang sử dụng của BIDV – CN PHÚ TÀI	52
2.11	Tiện ích sử dụng dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI	52
2.12	Dự định sử dụng hay giới thiệu dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI cho bạn bè, người thân	53

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Hội nhập WTO tạo điều kiện cho các Ngân hàng trong nước thâm nhập vào thị trường quốc tế, mở ra cơ hội hợp tác quốc tế trong nhiều lĩnh vực như hoạch định chính sách tiền tệ, thanh tra, giám sát phòng ngừa rủi ro, lĩnh vực thanh toán và phát triển các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng mới trong đó dịch vụ ngân hàng điện tử là một điển hình. Tuy nhiên hệ thống các Ngân hàng Việt Nam hiện đang ở mức độ thấp về công nghệ trong khi hoạt động của các chi nhánh ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam hậu WTO đang ngày càng mở rộng và phát triển với kinh nghiệm quản trị rủi ro tốt, công nghệ hiện đại. Đây sẽ là thách thức lớn đối với các Ngân hàng Việt Nam trong việc giữ vững thị trường hoạt động trong và ngoài nước.

Nhận thức được điều trên, các Ngân hàng thương mại ở Việt Nam trong những năm gần đây đã và đang cố gắng nghiên cứu, phát triển các sản phẩm ngân hàng điện tử sử dụng công nghệ hiện đại và coi đây là nhân tố cốt yếu mang tính cạnh tranh cao, là điều kiện để tồn tại và phát triển.

Hòa mình vào xu hướng đó, Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam - CN Phú Tài cũng đang cố gắng phấn đấu để bắt kịp tiến trình hiện đại hóa các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng trong đó có dịch vụ ngân hàng điện tử bên cạnh việc duy trì các sản phẩm dịch vụ truyền thống. Tuy nhiên, thực tiễn phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam - CN Phú Tài vẫn còn nhiều hạn chế và khó khăn. Việc tìm ra giải pháp nhằm triển khai, phát triển thành công dịch vụ trên cũng như giúp Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam - CN Phú Tài nâng cao vị thế, thương hiệu của mình trong quá trình hội nhập là vấn đề cấp thiết đã và đang được đặt ra.

Xuất phát từ thực tế trên, tôi mong muốn được đóng vào sự phát triển lớn mạnh của hệ thống Ngân hàng thông qua đề tài luận văn "Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam -CN Phú Tài"

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa các vấn đề lí luận liên quan đến việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trong các Ngân hàng thương mại

- Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam - CN Phú Tài

- Đề xuất giải pháp để hoàn thiện việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam - CN Phú Tài

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Tập trung tìm hiểu, hệ thống hóa cơ sở lí luận về sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử, thực tiễn triển khai dịch vụ trên tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam - CN Phú Tài trong khoảng thời gian từ năm 2009 – 2011

4. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn đã sử dụng một số phương pháp chính yếu như sau để làm nổi bật kết quả của chủ đề nghiên cứu :

- Phương pháp điều tra khảo sát : dựa vào số liệu tổng hợp từ phiếu điều tra khảo sát thực tế một số khách hàng của BIDV – CN Phú Tài.

- Phương pháp thống kê : dựa vào số liệu thống kê từ các nguồn báo cáo của BIDV-CN Phú Tài, các tạp chí, sách báo, internet..

5. Bố cục đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, luận văn được chia thành ba chương như sau :

- Chương 1: Những vấn đề lý luận cơ bản về phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

- Chương 2: Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam – CN Phú Tài

- Chương 3: Giải pháp nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam – CN Phú Tài

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

Năm 2012 được dự báo kinh tế Việt Nam tiếp tục đối mặt với nhiều nguy cơ thách thức như lạm phát cao và những bất ổn kinh tế chưa chấm dứt, thu nhập của phần lớn dân cư vẫn còn thấp, hệ thống pháp lý chưa hoàn thiện đồng bộ ảnh hưởng đến mọi mặt hoạt động kinh tế nói chung cũng như hoạt động tài chính tiền tệ nói riêng. Mặc dù vậy với định hướng đúng đắn và những quyết sách thay đổi trong điều hành vĩ mô của chính phủ và NHNN, có thể kỳ vọng kinh tế Việt Nam sẽ trở lại giai đoạn tăng trưởng ổn định, tốc độ tăng trưởng GDP dự báo đạt 6-6.5%. Lạm phát được kiểm chế dưới mức 1 con số, chính sách tiền tệ ổn định duy trì tăng trưởng. Với quy mô dân số gần 90 triệu người, thu nhập bình quân đầu người không ngừng cải thiện hàng năm với 20% dân số sử dụng dịch vụ ngân hàng, môi trường pháp lý và các cơ chế chính sách của Nhà nước và NHTW sẽ dần hoàn thiện và mang tính định hướng lâu dài...Tất cả các yếu tố này được xem là nền tảng tạo cơ hội để các ngân hàng thương mại mở rộng hoạt động NHBL tại Việt Nam, và BIDV – CN PHÚ TÀI cũng không nằm ngoài mục tiêu đó. Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là một trong những hoạt động chủ chốt, đẩy mạnh hoạt động của NHBL tại BIDV. Dịch vụ ngân hàng điện tử là công cụ hữu hiệu để mỗi NHTM ở Việt Nam cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường, đối đầu với các NHTM có vốn đầu tư nước ngoài hoặc chi nhánh NHTM nước ngoài ở Việt Nam. Vì vậy, việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử đã dành được nhiều sự quan tâm và đánh giá của các học giả. Đề tài đã sử dụng một số kết quả của

các nghiên cứu dưới đây để làm nền tảng lý luận và minh chứng cho những nhận định được trình bày trong đề tài. Cụ thể như sau :

1. “Một số giải pháp phát triển dịch vụ NHĐT tại Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam”, năm 2012 của tác giả Hồ Thị Anh Thi. Nghiên cứu đã hệ thống hóa các vấn đề cơ bản của dịch vụ NHĐT như khái niệm về dịch vụ NHĐT, ưu và nhược điểm của dịch vụ NHĐT, điều kiện để phát triển dịch vụ, tính tất yếu phải phát triển dịch vụ và các rủi ro trong hoạt động của NHĐT. Những nội dung này giúp tác giả tạo lập nền tảng lý luận về dịch vụ ngân hàng điện tử cho đề tài.

2. “Phát triển dịch vụ NHĐT tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín”, năm 2012 của tác giả Vũ Hoàng Vy. Nghiên cứu nêu ra được các tiêu chí phản ánh sự phát triển của dịch vụ NHĐT và phân loại có hệ thống các tiêu chí đó. Kết quả này có ý nghĩa bởi giúp cho tác giả kế thừa và phát triển các tiêu chí đánh giá về phát triển dịch vụ NHĐT, có cái nhìn tổng quan, rõ ràng và có khoa học về các tiêu chí đánh giá việc phát triển dịch vụ NHĐT.

3. “ Phát triển dịch vụ internet-banking”, năm 2011, Huỳnh Thị Thu Hiền. Chuyên đề kinh tế giới thiệu chung về dịch vụ internet-banking, thực trạng phát triển dịch vụ internet-banking tại Việt Nam. Chuyên đề giúp cho tác giả có cái nhìn tổng quan hơn về dịch internetbanking, tạo lập nền tảng lý luận về các dịch vụ ngân hàng điện tử cho đề tài.

4. “Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á châu (ACB)”, năm 2012 của Phạm Thị Kiến Phương. Tác giả đã phân tích các nhân tố chính tác động đến chất lượng dịch vụ NHĐT tại ACB, sau đó tiến hành phân tích mức độ hài lòng của khách hàng thông qua khảo sát thực tế, xử lý bằng phần mềm SPSS từ đó đề ra các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử. Việc phân tích các nhân

tổ tác động này đã giúp cho tác giả nắm bắt được tầm quan trọng của các nhân tố đồng thời đề ra một số câu hỏi trong bảng khảo sát cho đề tài.

5. “Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại VCB- CN Quảng Nam”, năm 2011, tác giả Nguyễn Văn Nghĩa. Tác giả đã sử dụng các phương pháp thống kê, so sánh để phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, đồng thời khảo sát thực tế tình hình phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại VCB-Quảng Nam thông qua phiếu điều tra thực tế 275 mẫu, rút ra một số nhận xét về khách hàng sử dụng, tần suất sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử, lý do khách hàng lựa chọn sử dụng hay chưa sử dụng dịch vụ từ đó hướng đến giải pháp để phát triển dịch vụ này tại VCB-Quảng Nam. Các giải pháp này đã giúp cho tác giả nắm bắt được sự phát triển hoạt động ngân hàng điện tử cũng như có những giải pháp cụ thể cho việc phát triển dịch vụ này tại BIDV – CN Phú Tài.

Bên cạnh đó, đề tài cũng sử dụng thông tin, số liệu báo cáo của BIDV – CN PHÚ TÀI để làm cơ sở phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại chi nhánh giai đoạn 2009-2011.

Từ các nguồn thông tin và dữ liệu này, tác giả chọn lọc, tổng hợp, phân tích các thông tin phù hợp để phục vụ cho quá trình nghiên cứu thực trạng, từ đó đưa ra cơ sở hợp lý để đề xuất các giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV – CN PHÚ TÀI .

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN

VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.1. TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.1.1. Khái niệm về dịch vụ ngân hàng điện tử

Dịch vụ NHĐT là một hệ thống phần mềm vi tính cho phép khách hàng tìm hiểu hay mua dịch vụ ngân hàng thông qua việc nối mạng máy vi tính của mình với ngân hàng [7].

Dịch vụ NHĐT được giải thích như là khả năng của một khách hàng có thể truy cập từ xa vào một ngân hàng nhằm thu thập thông tin, thực hiện các giao dịch thanh toán, tài chính dựa trên các tài khoản đã đăng ký tại ngân hàng đó.

Theo quyết định số 35/2006/QĐ-NHNN của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ban hành ngày 31 tháng 07 năm 2006 : hoạt động ngân hàng điện tử là hoạt động ngân hàng được thực hiện qua các kênh phân phối điện tử. Kênh phân phối điện tử là hệ thống các phương tiện điện tử và quy trình tự động xử lý dịch vụ được các tổ chức tín dụng sử dụng để giao tiếp với khách hàng và cung ứng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng cho khách hàng.

Dịch vụ NHĐT bao gồm tất cả các dạng của giao dịch giữa ngân hàng và khách hàng (cá nhân hoặc tổ chức) dựa trên quá trình xử lý và chuyển giao dữ liệu số hóa nhằm cung cấp sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

Dịch vụ NHĐT đã và đang áp dụng tại Việt Nam là dịch vụ ngân hàng tại nhà (home- banking), dịch vụ ngân hàng qua điện thoại (phone-banking), dịch vụ ngân hàng qua điện thoại di động (mobile-banking), trung tâm dịch vụ khách hàng qua điện thoại (call-center), ngân hàng trên mạng internet (internet-banking), dịch vụ quản lý luồng tiền (CMS),.....

Hiện nay, ngân hàng điện tử tồn tại dưới hai hình thức : hình thức ngân hàng trực tuyến, chỉ tồn tại trên môi trường mạng internet, cung cấp dịch vụ 100% thông qua môi trường mạng và mô hình kết hợp giữa hai hệ thống ngân hàng thương mại truyền thống và điện tử hóa các dịch vụ truyền thống, tức là phân phối những sản phẩm dịch vụ cũ trên những kênh phân phối mới. Ngân hàng điện tử tại Việt Nam chủ yếu phát triển theo mô hình này.

1.1.2. Đặc điểm của dịch vụ ngân hàng điện tử

Sự ra đời và phát triển của dịch vụ NHĐT là một xu hướng tất yếu phù hợp với nhu cầu và sự phát triển của xã hội . Dịch vụ NHĐT là một loại dịch vụ đặc biệt vì nó cung cấp một “dịch vụ ảo” và nhạy cảm liên quan đến tài chính của khách hàng và tham gia vào việc ứng dụng công nghệ cao và công nghệ mới. Bên cạnh một số đặc điểm chung như mang lại tiện ích cho khách hàng và lợi nhuận cho ngân hàng thì dịch vụ NHĐT cũng có một số nét đặc trưng cơ bản khác biệt so với các dịch vụ ngân hàng truyền thống nói chung. Cụ thể :

a. Mở rộng phạm vi hoạt động, tăng khả năng cạnh tranh

Sự hiện diện khắp toàn cầu của công cụ Internet đã mang lại lợi ích to lớn cho dịch vụ ngân hàng điện tử. Các ngân hàng có thể cung cấp dịch vụ cho khách hàng tại bất kì thời điểm nào và bất cứ nơi đâu trên thế giới, xóa bỏ khoảng cách về địa lý giữa các quốc gia, nâng cao khả năng cạnh tranh, đem lại sự hiện diện toàn cầu cho nhà cung cấp, giúp các NHTM thực hiện chiến lược toàn cầu hóa mà không cần mở thêm chi nhánh ở trong nước cũng như ở nước ngoài. Ngân hàng điện tử cũng là công cụ quảng bá thương hiệu của NHTM một cách sinh động, hiệu quả.

b. Cung cấp dịch vụ trọn gói

Dịch vụ NHĐT cung cấp cho khách hàng nhiều sản phẩm dịch vụ ngân hàng đa dạng, từ đó tăng cường sự tín nhiệm của khách hàng. Một khi khách

hàng đã sử dụng cùng lúc nhiều sản phẩm dịch vụ của ngân hàng thì họ sẽ khó chuyển sang giao dịch với ngân hàng khác. Ngoài những sản phẩm dịch vụ của mình, ngân hàng có thể liên kết với các công ty bảo hiểm, công ty chứng khoán, công ty tài chính khác để đưa ra các sản phẩm tiện ích đồng bộ nhằm đáp ứng căn bản các nhu cầu của khách hàng hay của một nhóm khách hàng về các dịch vụ liên quan tới ngân hàng, bảo hiểm, đầu tư, chứng khoán..

c. Nhanh chóng, thuận tiện, độ chính xác cao trong giao dịch

NHĐT giúp khách hàng có thể liên lạc với ngân hàng một cách nhanh chóng, thuận tiện để thực hiện một số nghiệp vụ ngân hàng tại bất kỳ thời điểm nào (24 giờ mỗi ngày, 7 ngày một tuần) và ở bất cứ nơi đâu. Điều này đặc biệt có ý nghĩa đối với các khách hàng có ít thời gian để đi đến văn phòng trực tiếp giao dịch với ngân hàng, các khách hàng nhỏ và vừa, khách hàng cá nhân có số lượng giao dịch với ngân hàng không nhiều, số tiền mỗi lần giao dịch không lớn. Đây là lợi ích mà các kiểu giao dịch ngân hàng truyền thống khó có thể đạt được với tốc độ nhanh. Và vì các giao dịch đã được lập trình sẵn và được kết nối tự động nên kết quả chính xác khá cao.

1.1.3. Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử

Về nguyên tắc, thực chất của dịch vụ ngân hàng điện tử là việc thiết lập một kênh trao đổi thông tin tài chính giữa khách hàng và ngân hàng nhằm phục vụ nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng một cách nhanh chóng, an toàn và thuận tiện. Sau rất nhiều tìm tòi, thử nghiệm và ứng dụng, hiện nay dịch vụ ngân hàng điện tử được các ngân hàng thương mại Việt Nam cung cấp qua các kênh chính sau đây : dịch vụ thẻ, dịch vụ máy rút tiền tự động (ATM/POS) và các dịch vụ ngân hàng điện tử hiện đại như dịch vụ ngân hàng tại nhà (home- banking), dịch vụ ngân hàng qua điện thoại (phone-banking), dịch vụ ngân hàng qua điện thoại di động (mobile-banking), trung

tâm dịch vụ khách hàng qua điện thoại (call-center), ngân hàng trên mạng internet (internet-banking), và Kiosk banking.

a. Dịch vụ ngân hàng tại nhà (home-banking)

Home-banking là kênh phân phối dịch vụ của NHĐT, cho phép khách hàng thực hiện giao dịch với ngân hàng (nơi khách hàng mở tài khoản) tại nhà, tại văn phòng công ty mà không cần đến ngân hàng thông qua mạng nội bộ do ngân hàng xây dựng riêng. Thông qua home-banking, khách hàng có thể thực hiện các giao dịch chuyển tiền, liệt kê giao dịch, tỷ giá, lãi suất, giấy báo nợ, báo có...

Dịch vụ home-banking được xây dựng trên một trong hai nền tảng: hệ thống các phần mềm ứng dụng (Software Base) và nền tảng công nghệ web (Web Base), thông qua hệ thống máy chủ, mạng Internet và máy tính con của khách hàng, thông tin tài chính sẽ được thiết lập, mã hoá, trao đổi và xác nhận giữa ngân hàng và khách hàng. Ứng dụng và phát triển home-banking là một bước tiến mau mắn của các NHTM Việt Nam trước sức ép rất lớn của tiến trình hội nhập toàn cầu về dịch vụ ngân hàng. Đứng về phía khách hàng, home-banking đã mang lại những lợi ích thiết thực : nhanh chóng - an toàn - thuận tiện. Và khẩu hiệu “Dịch vụ ngân hàng 24 giờ mỗi ngày, bảy ngày mỗi tuần” chính là ưu thế lớn nhất mà mô hình Ngân hàng “hành chính” truyền thống không thể nào sánh được.

b. Dịch vụ ngân hàng qua điện thoại (phone-banking)

Hệ thống phone-banking của ngân hàng mang đến cho khách hàng một tiện ích ngân hàng mới, khách hàng có thể mọi lúc mọi nơi dùng điện thoại cố định, di động đều có thể nghe được các thông tin về sản phẩm dịch vụ của ngân hàng, thông tin tài khoản cá nhân một cách nhanh chóng, tiện lợi và tiết kiệm thời gian. Đây là hệ thống tự động trả lời hoạt động 24/24, khách hàng nhấn vào các phím trên bàn phím điện thoại theo mã do ngân hàng quy định

trước, để yêu cầu hệ thống trả lời thông tin cần thiết. Cũng như PC-banking, dịch vụ này được cung cấp qua một hệ thống máy chủ và phần mềm quản lý đặt tại ngân hàng, liên kết với khách hàng thông qua tổng đài của dịch vụ. Thông qua các phím chức năng được định nghĩa trước, khách hàng sẽ được phục vụ một cách tự động hoặc thông qua nhân viên tổng đài. Khi đăng ký sử dụng dịch vụ Phone-banking, khách hàng sẽ được cung cấp một mã khách hàng, hoặc mã tài khoản và tùy theo dịch vụ đăng ký, khách hàng có thể sử dụng nhiều dịch vụ khác nhau. Qua Phone-banking, khách hàng có thể sử dụng rất nhiều dịch vụ ngân hàng như : hướng dẫn sử dụng dịch vụ, giới thiệu thông tin về dịch vụ ngân hàng, cung cấp thông tin tài khoản và bảng kê các giao dịch, báo nợ, báo có, cung cấp thông tin ngân hàng như lãi suất, tỷ giá hối đoái, chuyển tiền, thanh toán hoá đơn và dịch vụ hỗ trợ khách hàng,..thực hiện mọi lúc mọi nơi kể cả ngoài giờ hành chính. Phone-banking cũng cung cấp cho khách hàng các thông tin trên qua fax khi khách hàng có yêu cầu.

c. Dịch vụ ngân hàng qua điện thoại di động (mobile-banking)

Cùng với sự phát triển của mạng thông tin di động, dịch vụ ngân hàng tại Việt Nam cũng đã nhanh chóng ứng dụng những công nghệ mới này. Mobile - banking là một kênh phân phối sản phẩm dịch vụ ngân hàng qua hệ thống mạng điện thoại di động. Về nguyên tắc, đây chính là quy trình thông tin được mã hoá, bảo mật và trao đổi giữa trung tâm xử lý của ngân hàng và thiết bị di động của khách hàn. Đây cũng chính là hình thức thanh toán trực tuyến qua mạng di động. Phương thức này ra đời nhằm giải quyết những nhu cầu thanh toán có giá trị giao dịch nhỏ hoặc những dịch vụ tự động không có người phục vụ. Muốn tham gia khách hàng phải đăng ký và cung cấp những thông tin quan trọng như số điện thoại di động, số tài khoản cá nhân dùng trong thanh toán. Sau đó khách hàng sẽ được nhà cung

ứng dịch vụ thông qua mạng này cung cấp một mã số định danh (ID) giúp việc cung cấp thông tin khách hàng khi thanh toán nhanh chóng, chính xác và đơn giản. Cùng với mã số định danh khách hàng còn được cấp mã số cá nhân (PIN) để khách hàng xác nhận giao dịch thanh toán khi nhà cung cấp dịch vụ thanh toán yêu cầu.

d. Trung tâm dịch vụ khách hàng qua điện thoại (call-center)

Call Center là dịch vụ ngân hàng qua điện thoại với nhiệm vụ : Cung cấp tất cả các thông tin về sản phẩm dịch vụ của ngân hàng , bao gồm: tiền gửi thanh toán, tiết kiệm, cho vay, chuyển tiền .v.v...giới thiệu qua điện thoại các sản phẩm thẻ của ngân hàng, đăng ký làm thẻ qua điện thoại, đăng ký vay cho khách hàng qua điện thoại, thực hiện thanh toán các hóa đơn tiền điện, nước, điện thoại, Internet, truyền hình cáp, bảo hiểm,...và các hình thức chuyển tiền khác, tiếp nhận qua điện thoại các khiếu nại, thắc mắc từ khách hàng khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng. Khách hàng sẽ được cung cấp thông tin về các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng một cách đầy đủ thông qua nhân viên trực tổng đài 24/24 giờ.

e. Dịch vụ ngân hàng trên mạng internet (internet-banking)

Internet banking cũng là một trong những kênh phân phối các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng , mang ngân hàng đến nhà, văn phòng, trường học, đến bất kỳ nơi đâu và bất cứ lúc nào. Với máy tính kết nối Internet, khách hàng sẽ được cung cấp và được hướng dẫn các sản phẩm, các dịch vụ của ngân hàng . Khách hàng truy cập vào website của ngân hàng và thực hiện các giao dịch tài chính, truy vấn thông tin tài khoản cũng như kiểm soát tài khoản của chính mình. Ngoài ra khách hàng cũng có thể tìm hiểu những thông tin, hoạt động khác của ngân hàng thông qua website này. Qua Internet banking khách hàng có thể gửi đến ngân hàng những thắc mắc, góp ý với ngân hàng và được trả lời sau một thời gian nhất định. Tuy nhiên, với

tính chất bảo mật không cao bằng dịch vụ home-banking hoặc Kiosk-banking, dịch vụ Internet-banking vẫn còn được cung cấp hạn chế và đòi hỏi quá trình xác nhận giao dịch phức tạp hơn.

f. Dịch vụ Kiosk –banking

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. Trên đường phố sẽ đặt các trạm làm việc với đường kết nối Internet tốc độ cao. Khi khách hàng cần thực hiện giao dịch hoặc yêu cầu dịch vụ, họ chỉ cần truy cập, cung cấp số chứng nhận cá nhân và mật khẩu để sử dụng dịch vụ của hệ thống ngân hàng phục vụ mình.

1.1.4. Ý nghĩa của việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

a. Đối với nền kinh tế

Dịch vụ NHĐT giúp cho khách hàng giảm bớt việc tiêu dùng bằng tiền mặt, Chính phủ cắt giảm được chi phí in ấn và quản lý số lượng tiền in ra cho thị trường, ngoài ra còn giúp Chính phủ xác định chính xác lượng tiền lưu hành trong dân một cách dễ dàng, từ đó đưa ra các chính sách tài khóa chính xác hơn cho thị trường tài chính. Bên cạnh đó, việc phát triển dịch vụ này còn 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 hóa, đây còn là chiếc cầu nối cho sự hội nhập của nền kinh tế trong nước với nền kinh tế thế giới.

b. Đối với 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. Với NHĐT, các ngân hàng thực sự đã cắt giảm được chi phí do không phải thuê nhiều mặt bằng, nhân viên, mua sắm thêm các trang thiết bị. Ứng dụng dịch vụ NHĐT cũng đồng nghĩa với việc hiện đại hóa ngân hàng, đa

dạng hóa dịch vụ, sản phẩm vì khi cung cấp dịch vụ NHĐT, đồng nghĩa với việc ngân hàng luôn ứng dụng và phát triển những công nghệ ngân hàng hiện đại, giúp ngân hàng luôn đổi mới, hòa nhập và phát triển. Dịch vụ NHĐT 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, không ngừng tung ra thị trường hàng loạt các dịch vụ mới làm cho dịch vụ ngân hàng trở nên phong phú và phổ biến hơn. Ngoài ra, dịch vụ NHĐT giúp các ngân hàng tạo lập và duy trì một hệ thống khách hàng rộng rãi và bền vững, mở rộng phạm vi và thời gian hoạt động, khách hàng có thể giao dịch với ngân hàng tại bất kỳ nơi đâu, bất cứ lúc nào mà họ cảm thấy thuận tiện nhất.

c. Đối với khách hàng

Hiệu quả, tiện lợi, tiết kiệm chi phí là những ưu điểm mà NHĐT mang lại cho khách hàng. Điều này đặc biệt có ý nghĩa đối với một số khách hàng ít có thời gian đến ngân hàng giao dịch trực tiếp. Hơn nữa với những tiêu chuẩn đã được ngân hàng chuẩn hóa thì khách hàng luôn được phục vụ tận tụy, chính xác thay vì tùy thuộc vào thái độ khác nhau của nhân viên ngân hàng. Dịch vụ NHĐT cho phép khách hàng thực hiện giao dịch với độ chính xác cao và rất nhanh chỉ trong vài giây, khách hàng không phải tốn thêm chi phí vận chuyển, chủ động quản lý toàn bộ các tài khoản của mình, nắm bắt chi tiết từng giao dịch, đồng thời khách hàng được cung cấp thông tin cập nhật nhất nhưng hoàn toàn miễn phí từ trang web của ngân hàng.

1.2. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

Một trong những vấn đề có tính quyết định trong xu thế cạnh tranh của hệ thống ngân hàng Việt nam hiện nay là phải phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, bởi lẽ:

Thứ nhất là do sự cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng ngày càng gia tăng, đặc biệt trong những năm gần đây khi quá trình toàn cầu hóa và tự do

phát triển mạnh mẽ thì sự phát triển của ngân hàng là tùy thuộc vào lợi thế của việc giành giật thị trường từ các đối thủ. Bên cạnh đó, hệ thống ngân hàng đa quốc gia đang mở rộng hoạt động đến các thị trường mới một cách mạnh mẽ làm cho sự cạnh tranh này ngày càng trở nên gay gắt hơn cả về mức độ, phạm vi và cả về sản phẩm, dịch vụ cung ứng trên thị trường.

Thứ hai là sự biến đổi mạnh mẽ của môi trường hoạt động kinh doanh. Môi trường kinh doanh ngân hàng bao gồm nhiều yếu tố cơ bản như môi trường địa lý, dân số, kinh tế, văn hóa, xã hội, kỹ thuật công nghệ... mà những nhân tố này luôn luôn biến động theo sự thay đổi của xã hội. Chính sự thay đổi của môi trường kinh doanh đã tạo ra những cơ hội thách thức đối với hoạt động của hệ thống ngân hàng nước ta nói chung và việc đẩy mạnh dịch vụ ngân hàng điện tử nói riêng.

Thứ ba là nhu cầu và mong muốn ngày càng cao của khách hàng trong việc lựa chọn và sử dụng các dịch vụ ngân hàng. Họ có đủ trình độ để tiếp nhận công nghệ cao và sử dụng các dịch vụ hiện đại, an toàn hơn. Họ luôn đòi hỏi từ phía ngân hàng những sản phẩm dịch vụ chất lượng cao với nhiều tiện ích. Điều này chính là áp lực buộc ngân hàng phải thích ứng.

Sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử sẽ đáp ứng yêu cầu phục vụ nhanh, chính xác, an toàn và tiện lợi cho khách hàng, đẩy mạnh các hoạt động của ngân hàng.

Mặt khác, một hệ thống ngân hàng đủ mạnh sẽ đảm bảo cho quốc gia tận dụng được lợi thế và khắc phục được những hạn chế của quá trình toàn cầu hóa. Sức mạnh chi phối quá trình toàn cầu hóa là sự chu chuyển nhanh các nguồn vốn quốc tế ngắn và dài hạn trên phạm vi toàn cầu với sự trợ giúp của thương mại điện tử toàn cầu và cụ thể là phát triển ngân hàng điện tử. Một khối lượng nguồn vốn quốc tế sẽ đổ vào quốc gia có môi trường đầu tư các điều kiện về ngân hàng điện tử liên quan hấp dẫn. Ngược lại, dòng vốn đó có

thể lại ào ào chảy ra nếu như môi trường kinh doanh ở quốc gia đó yếu kém với một hệ thống ngân hàng hoạt động kém hiệu quả.

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là một trong những điều kiện giúp cho hệ thống ngân hàng nước ta trở nên mạnh mẽ hơn trong xu thế mở cửa, hội nhập quốc tế về ngân hàng.

1.2.1. Nội dung phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

a. Tăng quy mô dịch vụ ngân hàng điện tử

Quy mô dịch vụ ngân hàng điện tử tăng lên đồng nghĩa với việc tiềm lực của ngân hàng đó càng mạnh vì đặc thù của các sản phẩm này được xây dựng trên nền tảng công nghệ thông tin, việc gia tăng các sản phẩm ngân hàng điện tử cho thấy mức độ công nghệ hóa của bản thân ngân hàng ngày càng tăng cao. Việc tăng quy mô dịch vụ ngân hàng điện tử có thể tiến hành dưới các hình thức sau :

+ Tăng số lượng lắp đặt các máy ATM, POS : đây là yếu tố quan trọng đầu tiên thể hiện sự phát triển quy mô dịch vụ ngân hàng điện tử bởi khi có nhu cầu sử dụng cao thì số lượng máy mới được lắp đặt nhiều để đáp ứng nhu cầu.

+ Mở rộng kênh phân phối và phương thức cung cấp dịch vụ : Để tăng hiệu quả sử dụng sản phẩm dịch vụ NHĐT, cũng như đáp ứng hiệu quả kinh doanh của Ngân hàng thì việc mở rộng kênh phân phối và phương thức cung cấp dịch vụ là điều vô cùng cần thiết, nó phản ánh qua tỷ lệ chiếm lĩnh thị phần sử dụng sản phẩm của Ngân hàng mình với các đối thủ cạnh tranh trong ngành. Tuy nhiên việc mở rộng kênh phân phối và phương thức cung cấp dịch vụ là điều vô cùng khó khăn vì do sự chênh lệch về mức sống cũng như về trình độ học vấn (do đây là sản phẩm có yếu tố kỹ thuật cao). Vì vậy, nếu mở rộng được thị trường sử dụng sản phẩm dịch vụ NHĐT thì coi như Ngân hàng thật sự phát triển về dịch vụ NHĐT

+ Tăng lượng khách hàng sử dụng : mở rộng khách hàng sử dụng tùy theo độ tuổi, giới tính, trình độ, thu nhập..Gia tăng lượng khách hàng sử dụng cũng là tiêu chí để đánh giá sự gia tăng của dịch vụ.

b. Đa dạng hóa chủng loại sản phẩm dịch vụ

Đa dạng hóa chủng loại sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử là sự biến đổi danh mục sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng gắn liền với sự phát triển theo nhiều hướng khác nhau. Có thể định kì đánh giá lại khả năng sinh lời và tiềm năng tăng trưởng của các chủng loại sản phẩm để hỗ trợ kịp thời những chủng loại sản phẩm tốt và cắt giảm, loại bỏ hay bổ sung những chủng loại mới. Ngân hàng phải thường xuyên nghiên cứu và cho ra đời những chủng loại sản phẩm dịch vụ mới vì đặc điểm của sản phẩm công nghệ thông tin là có chu kỳ sống ngắn do sự phát triển mạnh mẽ và liên tục của khoa học và công nghệ, nên tốc độ ra đời của các sản phẩm mới là vô cùng nhanh chóng và sẽ thay thế cho các sản phẩm đã có ở trước đó. Theo đó, việc đa dạng hóa chủng loại sản phẩm dịch vụ có thể là :

+ Hoàn thiện sản phẩm hiện có : hoàn thiện cả về hình thức lẫn nội dung những sản phẩm hiện có nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, tăng khả năng cạnh tranh.

+ Phát triển sản phẩm mới : điều này có thể mang lại một nguồn lợi lớn và quan trọng đối với một số doanh nghiệp, tuy nhiên cũng đồng nghĩa với rủi ro lớn, chi phí cao, cần phải có sự đầu tư về công nghệ và nghiên cứu thị trường một cách đúng đắn, phân đoạn khách hàng để tìm ra những sản phẩm thích hợp.

c. Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử

Đầu tư và phát triển dịch vụ NHĐT là một trong những giải pháp gia tăng tính cạnh tranh, nâng cao vị thế của một NH trên thị trường sôi động hiện nay. Một trong những cách để đạt được sự hài lòng và trung thành cao của KH đối

với các NH là phải cung cấp các dịch vụ chất lượng cao. Chất lượng dịch vụ càng cao thì lợi thế cạnh tranh càng lớn. Để nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử, các NHTM phải lưu ý đến những yếu tố sau:

+ Đầu tư thêm cơ sở vật chất, công nghệ thông tin nhằm cung cấp dịch vụ nhanh, chính xác. Tất cả các giao dịch của khách hàng tại ngân hàng đều liên quan đến tiền tệ. Do đó mọi khách hàng đều muốn ngân hàng bảo đảm rằng giao dịch của họ phải được thực hiện một cách chính xác, giảm thiểu các sai sót, lỗi kỹ thuật của hệ thống truyền tải thông tin và rủi ro xảy ra trong quá trình giao dịch. Nếu quá trình này sai sót sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ, gây ảnh hưởng đến uy tín và thu nhập của ngân hàng, gây mất lòng tin về dịch vụ ngân hàng điện tử của khách hàng đối với ngân hàng. Do vậy, một khi hệ thống công nghệ ngân hàng chưa thỏa mãn được tính chính xác và kịp thời của giao dịch, sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử chưa thuận tiện, đơn giản và nhanh chóng thì vẫn chưa được đánh giá là có chất lượng.

+ Gia tăng sự hài lòng của khách hàng. Dịch vụ ngân hàng điện tử muốn được đánh giá là có chất lượng và hiệu quả thì phải đáp ứng được nhu cầu của khách hàng về sự tiện ích và giá cả hợp lý vì dịch vụ được tạo ra nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng. Nếu khách hàng cảm thấy dịch vụ không đáp ứng được nhu cầu của mình thì họ sẽ không hài lòng với chất lượng dịch vụ mà họ nhận được. Trong môi trường kinh doanh hiện đại thì đặc điểm này càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết vì các nhà cung cấp dịch vụ phải luôn hướng đến nhu cầu khách hàng và cố gắng hết mình để đáp ứng các nhu cầu đó. Sẽ là vô ích nếu cung cấp các dịch vụ mà khách hàng đánh giá là không có giá trị. Vì vậy, để phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử thì ngân hàng cần phải đạt được mức độ hài lòng cao nhất của khách hàng, giảm thiểu những lời phàn nàn và khiếu nại, khiếu kiện của khách hàng đối với ngân hàng, từ đó mới giữ

chân khách hàng và thu hút khách hàng mới, tăng trưởng thị phần cũng như tăng thu nhập của ngân hàng.

d. Kiểm soát rủi ro trong quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

Rủi ro trong hoạt động của ngân hàng điện tử là khả năng xảy ra tổn thất khi thực hiện các hoạt động ngân hàng điện tử. Các rủi ro trong hoạt động ngân hàng điện tử bao gồm các hành động vô ý hay cố ý xảy ra trong hoạt động làm ảnh hưởng đến uy tín, thương hiệu, hoạt động hàng ngày, gây thất thoát tài sản của ngân hàng và khách hàng. Việc kiểm soát được những rủi ro này sẽ góp phần hoàn thiện hơn cho công cuộc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

+ Kiểm soát rủi ro hoạt động : rủi ro hoạt động phát sinh từ khả năng thất thoát tiềm tàng do sự thiếu hoàn chỉnh và độ tin cậy của hệ thống. Các ngân hàng có thể bị tấn công từ bên ngoài cũng như từ bên trong đối với hệ thống và các sản phẩm điện tử của mình. Rủi ro hoạt động cũng có thể phát sinh từ việc nhầm lẫn của khách hàng, từ hệ thống ngân hàng được thiết kế lắp đặt không chính xác, gây ảnh hưởng tới hoạt động của ngân hàng. Cần phải kiểm soát rủi ro này.

+ Kiểm soát rủi ro danh tiếng : rủi ro danh tiếng là rủi ro phát sinh những quan điểm tiêu cực của công chúng về ngân hàng dẫn đến tình trạng thiệt hại về nguồn huy động vốn hoặc mất khách hàng. Rủi ro danh tiếng có thể phát sinh khi các khách hàng gặp phải trở ngại đối với dịch vụ mới nhưng không được cung cấp thông tin đầy đủ về việc sử dụng và thủ tục giải quyết những khó khăn. Do đó, khi một NHTM bị người ta chê trách là một ngân hàng bất tiện thì đây là lúc cần kiểm soát lại vấn đề về danh tiếng của ngân hàng.

+ Kiểm soát rủi ro luật pháp : rủi ro luật pháp có thể phát sinh do quy trình thực hiện các dịch vụ ngân hàng điện tử không tuân thủ quy định của pháp luật tại một thời điểm nào đó. Ví dụ do kiểm soát giao dịch không tốt vô

tình cho phép những giao dịch rửa tiền, tin tặc mạo danh nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử để lừa gạt khách hàng hay ngân hàng tự động xác lập những tính năng mới của dịch vụ ngân hàng điện tử nhưng không ký lại hợp đồng với khách hàng. Rủi ro này có thể dẫn đến hậu quả là mất khách hàng, thất thoát tài sản của ngân hàng hoặc dịch vụ ngân hàng điện tử bị ngưng trệ do không được cơ quan chức năng cho phép tiếp tục cung cấp.

Tóm lại, một hệ thống các dịch vụ ngân hàng điện tử được đánh giá là phát triển thì yếu tố an toàn là chỉ tiêu được xem xét hàng đầu. Do đó cần chuẩn hóa các giao dịch ngân hàng nhằm hạn chế các rủi ro. Có thể quy chuẩn hoạt động ngân hàng theo một cách thức nào đó như dưới dạng định sẵn hay quy định rõ về quy trình nghiệp vụ sẽ tránh được tình trạng làm việc tùy tiện trong các khâu nghiệp vụ hoặc các sai sót... qua đó hạn chế được rủi ro đối với ngân hàng.

1.2.2. Các tiêu chí và chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

+ Quy mô cung ứng dịch vụ. Tiêu chí này được phản ánh qua các chỉ tiêu như số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ, doanh số sản phẩm-dịch vụ NHĐT, doanh thu từ dịch vụ NHĐT và tỷ trọng thu từ hoạt động NHĐT trên tổng thu nhập của ngân hàng và tốc độ tăng trưởng của các chỉ tiêu nói trên. Khi nguồn thu từ dịch vụ NHĐT tăng lên đồng nghĩa với việc khách hàng sử dụng các sản phẩm từ dịch vụ NHĐT của ngân hàng ngày càng nhiều hơn.

+ Sự phát triển của hệ thống ATM/POS bao gồm các chỉ tiêu như số lượng máy ATM/POS và tốc độ gia tăng lượng máy ATM/POS trên thị trường, tỷ trọng máy ATM/POS của ngân hàng này so với ngân hàng khác.

+ Số lượng các sản phẩm dịch vụ cung cấp và sự mở rộng danh mục sản phẩm. Với đặc trưng là dịch vụ mang yếu tố công nghệ cao, những ngân hàng nào cung cấp càng nhiều loại dịch vụ NHĐT, càng nhiều tiện ích thì

chất lượng dịch vụ càng cao và càng có khả năng thu hút được sự quan tâm sử dụng của nhiều khách hàng.

+ Sự hài lòng của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử. Dịch vụ NHĐT do ngân hàng cung ứng là để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Nếu như chất lượng của dịch vụ ngày càng hoàn hảo, có chất lượng cao thì khách hàng sẽ gắn bó lâu dài và chấp nhận ngân hàng. Không những vậy, sự hài lòng và thoả mãn về chất lượng của khách hàng hiện hữu rất có ích cho việc phát triển dịch vụ NHĐT vì họ sẽ thông tin tới những người khác có nhu cầu dịch vụ tìm đến ngân hàng để giao dịch.

+ Mức độ an toàn, bảo mật và khả năng phòng chống rủi ro. Đây là vấn đề luôn được các ngân hàng ưu tiên đặt lên hàng đầu khi xây dựng hệ thống giao dịch điện tử. Bởi vì công nghệ bảo mật không ngừng được cải tiến và thay đổi liên tục. Trong môi trường kinh doanh đầy biến động, khi nền kinh tế càng phát triển thì việc đánh cắp thông tin, đánh cắp tiền mặt trên mạng, nạn tin tặc... cũng không ngừng phát triển. Thậm chí có khách hàng còn không muốn để ngân hàng biết những thông tin riêng tư của mình vì lo ngại sẽ bị ngân hàng sử dụng thông tin đó. Chính vì vậy, công nghệ bảo mật cũng phải luôn cải tiến, đổi mới. Rõ ràng giao dịch điện tử đặt ra những đòi hỏi rất cao về tính bảo mật và an toàn. Ngân hàng cần chú trọng vấn đề này vì chính việc xây dựng được công nghệ bảo mật, an toàn và khả năng phòng chống rủi ro cao sẽ tạo dựng được lòng tin nơi khách hàng, tạo cho họ sự thoải mái, yên tâm khi giao dịch với ngân hàng.

1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.3.1. Các nhân tố bên ngoài

a. Môi trường pháp lý

Dịch vụ ngân hàng điện tử với việc sử dụng công nghệ mới đòi hỏi

khuôn khổ pháp lý mới. Các dịch vụ ngân hàng điện tử chỉ có thể triển khai được hiệu quả và an toàn khi các dịch vụ này được công nhận về mặt pháp lý.

Văn bản đầu tiên điều chỉnh chuyên sâu về lĩnh vực này là Luật giao dịch điện tử được Quốc hội ban hành vào tháng 11 năm 2005, đặt nền tảng pháp lý cơ bản cho các giao dịch điện tử trong xã hội qua việc thừa nhận giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu và quy định về chữ ký điện tử. Năm 2006 Quốc hội ban hành Luật công nghệ thông tin quy định tổng thể về hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin, các biện pháp đảm bảo và phát triển công nghệ thông tin, quyền và nghĩa vụ của cơ quan, tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin.

Việc ra đời của Luật giao dịch điện tử và Luật công nghệ thông tin đã tạo cơ sở để Chính phủ và các Bộ ngành ban hành các văn bản dưới Luật điều chỉnh những lĩnh vực cụ thể của giao dịch điện tử. Từ năm 2006 đến nay, bảy văn bản cấp nghị định đã được ban hành, bao gồm : Nghị định về thương mại điện tử, Nghị định về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số, Nghị định về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính, Nghị định về giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng, Nghị định về ứng dụng công nghệ thông tin trong cơ quan nhà nước, Nghị định về chống thư rác, Nghị định về quản lý, cung cấp , sử dụng dịch vụ internet và cung cấp thông tin điện tử trên internet. Các Bộ ngành cũng đã ban hành nhiều văn bản hướng dẫn chi tiết triển khai các Nghị định trên.

Bên cạnh đó, khung chế tài cho việc xử lý vi phạm hành chính liên quan đến ứng dụng thương mại điện tử và công nghệ thông tin cũng dần được hoàn thiện với Nghị định số 63/2007/NĐ-CP ban hành năm 2007 quy định về xử phạt hành chính trong lĩnh vực công nghệ thông tin, Nghị định số 06/2008/NĐ-CP năm 2008 về xử phạt hành chính trong lĩnh vực thương mại và Nghị định số 28/2009/NĐ-CP năm 2009 quy định việc xử phạt hành chính

trong lĩnh vực quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ internet và cung cấp thông tin điện tử trên internet. Năm 2009, Quốc hội thông qua Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của bộ luật hình sự, bổ sung thêm một số tội danh và nâng cao hình phạt đối với tội phạm sử dụng công nghệ cao, trong đó có tội phạm trong lĩnh vực thương mại điện tử.

b. Môi trường kinh tế, xã hội

Điều kiện kinh tế-xã hội nước ta nhìn chung vẫn còn thấp so với các nước trong khu vực, thu nhập người dân chưa cao, trình độ dân trí không đồng đều và thói quen sử dụng tiền mặt của người dân vẫn chưa thay đổi, chính điều này tác động trực tiếp đến ý định sử dụng những dịch vụ NHTM mang hàm lượng công nghệ cao

1.3.2. Các nhân tố nội tại của ngân hàng

a. Nguồn lực tài chính

Để xây dựng một hệ thống ngân hàng điện tử đòi hỏi phải một lượng vốn đầu tư ban đầu khá lớn để lựa chọn được một công nghệ hiện đại, đúng định hướng, chưa kể tới các chi phí cho hệ thống dự phòng, chi phí bảo trì, duy trì và phát triển hệ thống, đổi mới công nghệ sau này. Đồng thời cần có một đội ngũ kỹ sư, cán bộ kỹ thuật có trình độ để quản trị, vận hành hệ thống... một lượng chi phí mà không phải NHTM nào cũng sẵn sàng bỏ ra đầu tư. Chưa kể việc đầu tư ấy có phát huy hiệu quả hay không còn phụ thuộc vào hệ thống hạ tầng truyền thông đất nước, hay nói khác đi còn phụ thuộc vào những nỗ lực chung của cả một quốc gia chứ không riêng gì một NHTM nào

b. Chất lượng nguồn nhân lực

Đội ngũ nhân lực chuyên nghiệp là nhân tố quan trọng nhất cho quá trình cải cách và phát triển. Nhân lực tốt không những làm chủ mạng lưới, công nghệ mà còn là nhân tố quyết định việc cải tiến mạng lưới, công nghệ, quy

trình.. và điều quan trọng hơn là tạo ra và duy trì các mối quan hệ bền vững với khách hàng. Một NHTM chỉ có thể phát triển bền vững nếu có một nền tảng khách hàng bền vững vì máy móc, công nghệ, thiết bị không thể làm thay con người trong lĩnh vực này. Chính vì thế nhận thức đúng tầm quan trọng trong việc đào tạo nguồn nhân lực đối với chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là điều tối cần thiết, đặc biệt đối với các ngân hàng có nguồn gốc từ các NHTM Nhà nước vốn được coi là yếu về chất lượng nguồn nhân lực so với các ngân hàng ngoài quốc doanh và các ngân hàng nước ngoài. Các hệ thống thanh toán điện tử luôn đòi hỏi một lực lượng lớn lao động được đào tạo tốt về công nghệ thông tin và truyền thông để cung cấp các ứng dụng cần thiết, đáp ứng yêu cầu hỗ trợ và chuyển giao các tri thức kỹ thuật tích hợp. Thiếu các kỹ năng để làm việc trên Internet và làm việc với các phương tiện hiện đại khác, hạn chế về khả năng sử dụng tiếng anh – ngôn ngữ căn bản của Internet cũng là những trở ngại cho việc phát triển các dịch vụ thanh toán điện tử.

c. Chính sách của ngân hàng

Củng cố lòng tin, sự trung thành và cũng khẳng định được thương hiệu của chính ngân hàng đó đối với người sử dụng dịch vụ là một trong những yếu tố quan trọng giúp khách hàng thay đổi nhận thức và tiếp cận với dịch vụ tiềm ẩn nhiều rủi ro này. Là loại sản phẩm thuộc công nghệ mới, chính sách của ngân hàng cũng như vai trò marketing và truyền thông về công dụng, tính an toàn, tiện ích và sự phù hợp với sự phát triển của nền kinh tế đóng một vai trò quan trọng, giúp cho người dân có một cái nhìn và sự hiểu biết toàn diện về loại hình dịch vụ này.

d. Hệ thống bảo mật, phòng ngừa rủi ro

Vốn và công nghệ tuy là vấn đề không phải dễ vượt qua, nhưng cũng có thể khắc phục được, vấn đề nan giải hơn là ở chỗ tính an toàn và bảo mật

của hệ thống ngân hàng điện tử. Rủi ro trong hoạt động dịch vụ này là không nhỏ, khách hàng có thể bị mất mật khẩu truy nhập tài khoản từ lúc nào mà mình chẳng hay biết do bị “Hacker” ăn cắp bằng công nghệ cao. Từ đó tiền trong tài khoản của khách hàng bị mất mà không biết tại bản thân mình nhầm lẫn hay tại NHTM. Còn về phía NHTM ở Việt Nam, do công nghệ chủ yếu là “nhập khẩu” nên sự chủ động nắm bắt công nghệ không cao, việc phát hiện và bịt các lỗi của phần mềm mua từ nước ngoài chưa thể thực hiện được một cách đầy đủ, khả năng lớn là phải mời chuyên gia, tốn kém và mất thời gian. Ngoài ra phải kể đến chính sách quản lý rủi ro đối với hoạt động ngân hàng điện tử của các NHTM còn đang ở những bước đi đầu tiên, không có hệ thống lưu trữ dữ liệu tồn thất, thiếu những công cụ quản lý rủi ro cần thiết để đi vào thực tiễn. Ứng dụng công nghệ thanh toán hiện đại đã và đang là xu hướng chung của nhiều ngân hàng trên thế giới và các NHMT tại Việt Nam và an ninh bảo mật đã trở thành vấn đề sống còn của ngành ngân hàng thời điện tử hóa. An ninh bảo mật cũng là mối quan tâm hàng đầu của khách hàng khi quyết định lựa chọn hình thức thanh toán phi tiền mặt. Vì vậy nếu thiếu những biện pháp an toàn bảo mật thì việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử không thể thực hiện được.

1.4. SỰ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ Ở MỘT SỐ NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM ĐỐI VỚI VIỆT NAM

1.4.1. Khái quát về tình hình phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở một số nước trên thế giới

Dịch vụ ngân hàng điện tử xuất hiện lần đầu tiên tại Mỹ, vào năm 1995 khi phần mềm Quicken của công ty Intuit được triển khai, 16 ngân hàng lớn nhất nước Mỹ đã tham gia. Kể từ đó, dịch vụ ngân hàng điện tử đã và đang được nhân rộng ra ngoài nước Mỹ đến tất cả các châu lục khác.

Tại Anh và các nước Châu Âu khác, phần lớn khách hàng sử dụng Internet banking để xem số dư tài khoản tiền gửi, tài khoản tiết kiệm, kiểm tra giao dịch hàng ngày, đối chiếu số dư.. Tính đến năm 2006, tại Châu Âu, 60% số lượng khách hàng thường xuyên sử dụng dịch vụ internet để giao dịch với ngân hàng, và con số này sẽ tiếp tục tăng lên trong thời gian tới.

Tại khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, Internet Banking đã được triển khai tại nhiều nước như Trung Quốc, Hong Kong, Singapore và Thái Lan. Tại Trung Quốc, Ngân hàng Trung Ương đã khuyến khích các dịch vụ Internet Banking từ năm 2000. Tại Hong Kong, ngân hàng HSBC bắt đầu cung cấp dịch vụ Internet Banking vào 1/8/2000. Với dịch vụ Internet Banking của HSBC, khách hàng có thể gửi tiết kiệm, đầu tư chứng khoán, thanh toán hoá đơn dịch vụ và giao dịch ngoại hối. Tại Singapore, dịch vụ Internet Banking đầu tiên đã xuất hiện từ năm 1997. Hiện tại các ngân hàng lớn tại Singapore đều cung cấp dịch vụ này như Oversea Union Bank (OUB), DBS Bank, Citibank, Hong Kong's Bank of East Asia, Oversea-Chinese Banking Corp. (OCBC). Tại Thái Lan, dịch vụ Internet Banking được cung cấp từ năm 1995. Đặc biệt sau cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997, các ngân hàng Thái chịu sức ép phải cắt giảm chi phí đã chuyển hướng sang đẩy mạnh cung cấp các dịch vụ Internet Banking, coi đây là một giải pháp để giảm chi phí nhân công và tăng độ thoả mãn của khách hàng.

1.4.2. Bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam

Từ kinh nghiệm phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ NHĐT ở một số ngân hàng trên thế giới, chúng ta có thể rút ra một số kinh nghiệm phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ NHĐT cho các NHTM ở Việt Nam như sau:

Thứ nhất là, không ngừng nâng cao mức độ hiện đại hoá công nghệ ngân hàng, ứng dụng công nghệ mới để tăng sức cạnh tranh. Các ngân hàng

cần nhận thức rằng, chất lượng dịch vụ NHĐT phụ thuộc rất nhiều vào trình độ công nghệ. Có cán bộ giỏi chuyên môn, nhưng hệ thống máy móc thiết bị không hiện đại, trình độ công nghệ không tiên tiến, không thể làm nên hệ thống các dịch vụ NH có chất lượng cao, uy tín để cung cấp cho khách hàng.

Thứ hai là, chú trọng tới vấn đề bảo mật và an ninh mạng do tác hại của hacker, virus máy tính không chỉ đơn thuần là thiệt hại vật chất mà còn là uy tín, chất lượng của ngân hàng. Bên cạnh đó, các ngân hàng cần tạo ra sự tin cậy tuyệt đối cho khách hàng bằng việc cung ứng những dịch vụ NHĐT hoàn hảo, dễ sử dụng và chính xác ngay từ lần đầu tiên.

Thứ ba là, liên tục đổi mới, đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ NHĐT để thu hút khách hàng nhằm tạo sự khác biệt trong cạnh tranh. Đồng thời, không ngừng cải tiến chất lượng sản phẩm dịch vụ để thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng cũng như đảm bảo thực hiện các cam kết về sản phẩm dịch vụ đã cung cấp. Các ngân hàng Việt Nam nên hướng tới việc cung cấp những dịch vụ ở cấp độ cao hơn, tăng sự chia sẻ thông tin giữa các ngân hàng, đối tác và tiến tới xây dựng mô hình NHĐT thực sự, tận dụng được sức mạnh thực sự của mạng toàn cầu và cá nhân hoá dịch vụ ngân hàng cho từng đối tượng khách hàng chuyên biệt.

Thứ tư là, sự thỏa mãn của khách hàng, dịch vụ ngân hàng do ngân hàng cung ứng là để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Nếu như chất lượng của dịch vụ ngày càng hoàn hảo, có chất lượng cao thì khách hàng sẽ gắn bó lâu dài và chấp nhận ngân hàng.

Thứ năm là, thành lập bộ phận chăm sóc khách hàng trực tuyến để tư vấn, giải đáp những thắc mắc của khách hàng 24h/ngày, đồng thời thu thập thông tin phản hồi từ khách hàng. Đánh giá kịp thời các thông tin ngược chiều, các ý kiến của khách hàng cần được ngân hàng trân trọng. Để từ đó

cải tiến nâng cao chất lượng dịch vụ đáp ứng nhu cầu ngày càng cao hơn của khách hàng.

Thứ sáu là, xây dựng chiến lược Marketing cụ thể, rõ ràng trong hoạt động ngân hàng nhằm quảng bá hình ảnh và nâng cao thương hiệu của ngân hàng. Song song đó là việc đào tạo một đội ngũ nhân viên ngân hàng chuyên nghiệp, hiện đại để tiếp thị về các sản phẩm dịch vụ của NHĐT nhằm tăng tỷ lệ tiếp cận đến từng khách hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 đã khái quát những vấn đề lý luận cơ bản về phát triển dịch vụ NHĐT. Việc phát triển dịch vụ NHĐT cho mỗi ngân hàng trong quá trình hội nhập kinh tế là tất yếu khách quan, tuy nhiên bên cạnh đó cần phải có những điều kiện nhất định vì trong quá trình phát triển hoạt động, dịch vụ NHĐT còn tồn tại khá nhiều rủi ro như an toàn bảo mật, công nghệ, vốn, vận hành, lắp đặt thiết bị... Những bài học kinh nghiệm về sự phát triển dịch vụ NHĐT ở một số quốc gia trên thế giới sẽ giúp cho BIDV – CN PHÚ TÀI có được những kinh nghiệm quý báu để có thể tự mình phát triển dịch vụ này ổn định và vững mạnh.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM –CN PHÚ TÀI

2.1. GIỚI THIỆU VỀ BIDV – CN PHÚ TÀI

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

Cách đây 6 năm, do yêu cầu phát triển của địa bàn kinh tế trọng điểm, năng động, đầy tiềm năng của Miền Trung, Ban lãnh đạo BIDV đã quyết định thành lập thêm Chi nhánh Phú Tài, với mục tiêu là Chi nhánh hoạt động theo mô hình ngân hàng thương mại hỗn hợp hiện đại, tạo sức cạnh tranh trên địa bàn; có sản phẩm dịch vụ ngân hàng đa dạng, chất lượng cao trên nền tảng ứng dụng công nghệ ngân hàng hiện đại phục vụ khách hàng thuộc các thành phần kinh tế.

Tháng 04/1996 để đón đầu KCN Phú Tài, được sự chấp thuận của Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam, Chi nhánh tỉnh Bình Định đã thành lập phòng giao dịch Phú Tài. Sau khi Thủ tướng Chính phủ có Quyết định số 1127/QĐ-TTg ngày 18/12/1998 về việc thành lập KCN Phú Tài, Ngân hàng ĐT&PT Việt Nam đã chấp thuận việc thành lập Chi nhánh cấp II Phú Tài trực thuộc Chi nhánh Ngân hàng ĐT&PT Bình Định. Với thực lực và tiềm năng của một Chi nhánh trẻ đầy triển vọng, BIDV Phú Tài được quyết định nâng cấp thành Chi nhánh cấp I. Ngày 17 tháng 07 năm 2006, BIDV Phú Tài chính thức khai trương đi vào hoạt động độc lập.

BIDV Phú Tài là Ngân hàng cung cấp tương đối đầy đủ các dịch vụ ngân hàng tại khu công nghiệp Phú Tài và các huyện trong tỉnh. BIDV Phú Tài là một trong những ngân hàng dẫn đầu trong hoạt động tín dụng so với các ngân hàng trên cùng địa bàn và khu vực. Do đó, đòi hỏi tăng trưởng nguồn vốn huy

động là mục tiêu quan trọng của Chi nhánh. Mặt khác, thành phần dân cư đa số là các hộ kinh doanh lớn nên nguồn tiền nhàn rỗi không nhiều. Một số thành phần là người lao động, công nhân có thu nhập thấp,... Vì vậy huy động vốn dân cư tại Chi nhánh Phú Tài khó khăn hơn các loại hình dịch vụ ngân hàng khác như: dịch vụ tín dụng, thanh toán quốc tế, bảo lãnh, chuyển tiền... Xác định được tầm quan trọng đó, Phòng dịch vụ khách hàng và Nguồn vốn đã đầu tư nhiều thời gian, công sức cho việc nghiên cứu thị trường và không ngừng đưa ra nguồn sản phẩm đa dạng, phong phú, đáp ứng cho mọi thành phần, tầng lớp trong xã hội với mức thu nhập cao thấp khác nhau.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý

Bộ máy tổ chức của Chi nhánh Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Phú Tài gồm 05 khối, 17 phòng, và 02 Tổ nghiệp vụ; cụ thể như sau:

I. Khối quan hệ khách hàng :

- 1- Phòng quan hệ khách hàng 1
- 2- Phòng quan hệ khách hàng 2
- 3- Phòng quan hệ khách hàng 3

II. Khối quản lý rủi ro

- 1- Phòng quản lý rủi ro

III. Khối tác nghiệp :

- 1- Phòng quản trị tín dụng
- 2- Phòng giao dịch khách hàng
- 3- Phòng thanh toán quốc tế
- 4- Tổ quản lý và dịch vụ kho quỹ

IV. Khối quản lý nội bộ :

- 1- Phòng kế hoạch tổng hợp
- 2- Phòng tài chính kế toán
- 3- Phòng tổ chức hành chính

4- Tổ điện toán

V.Khôi trực thuộc :

1- Phòng giao dịch An Nhơn

2- Phòng giao dịch Hoài Nhơn

3- Phòng giao dịch Phú Phong

4- Phòng giao dịch Phù Mỹ

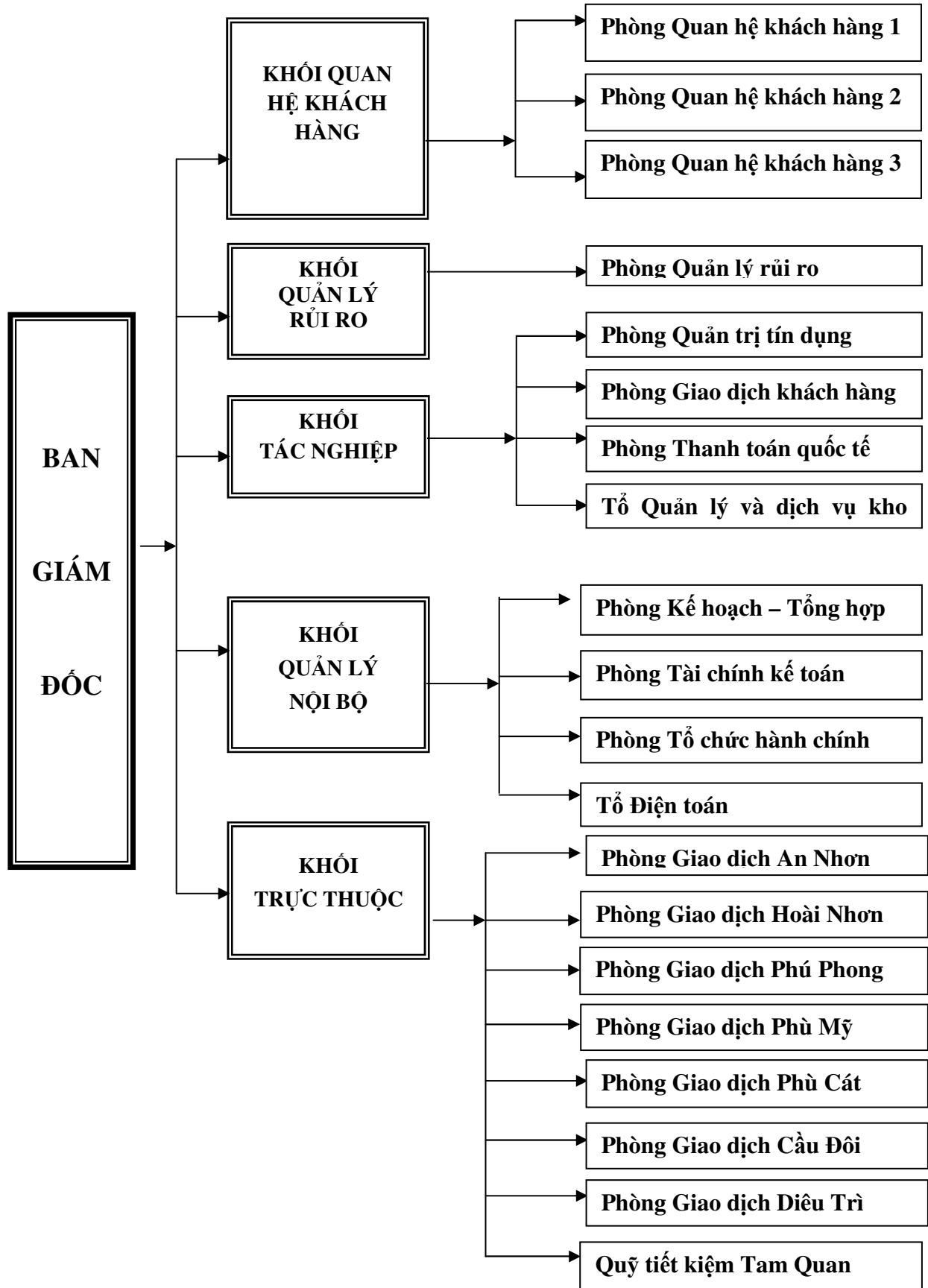
5- Phòng giao dịch Phù Cát

6- Phòng giao dịch Diêu Trì

7- Phòng giao dịch Cầu Đôi

8- Quỹ tiết kiệm Tam Quan

SƠ ĐỒ MÔ HÌNH TỔ CHỨC BỘ MÁY
CHI NHÁNH NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN PHÚ TÀI



2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của BIDV- CN Phú Tài giai đoạn 2009-2011

a. Kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng 2.1. Một số chỉ tiêu tài chính chủ yếu của BIDV-CN Phú Tài

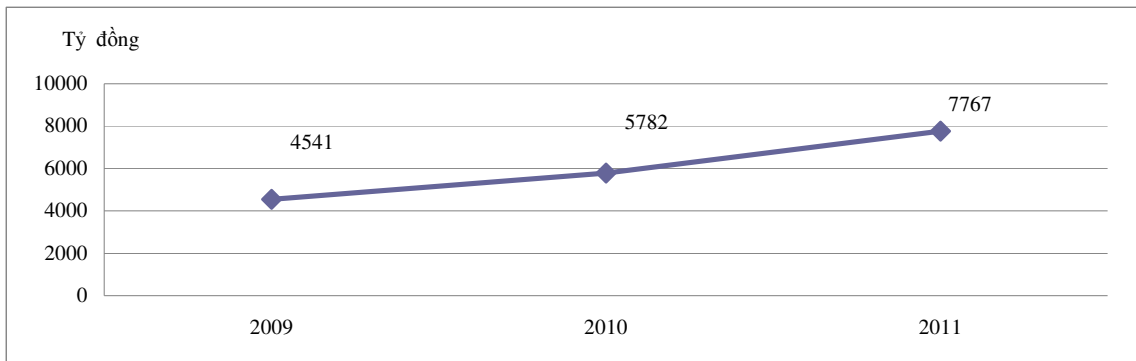
ĐVT : Tỷ đồng

Các chỉ tiêu	2009	2010	2011
Tổng tài sản	4541	5782	7767
Huy động vốn	1112.5	2414	2562
Dư nợ	3485	4335	5790
LNTT	95	126	106

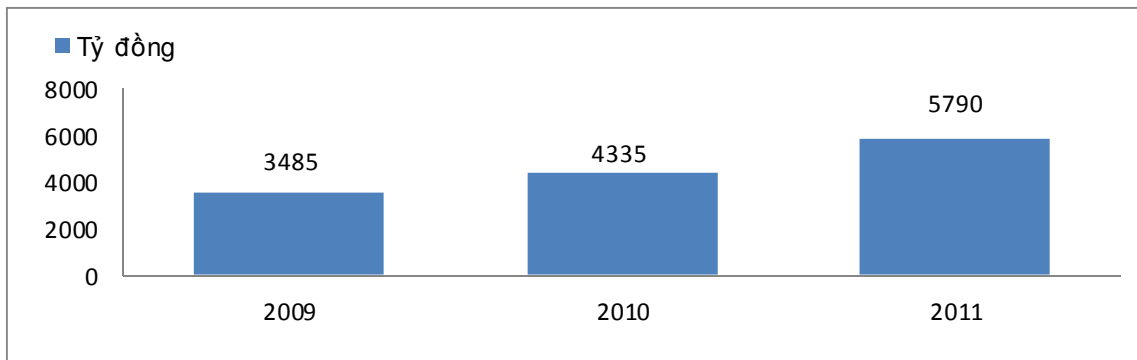
(Nguồn báo cáo thường niên của BIDV – CN PHÚ TÀI)

Nhìn vào bảng số liệu ta thấy các chỉ tiêu tổng tài sản, tổng dư nợ vay và tổng vốn huy động qua các năm đều tăng nhanh chóng, tạo điều kiện để BIDV – CN PHÚ TÀI mở rộng quy mô, thị phần và củng cố hình ảnh của mình trong hệ thống ngân hàng nói riêng và trong nền kinh tế nói chung.

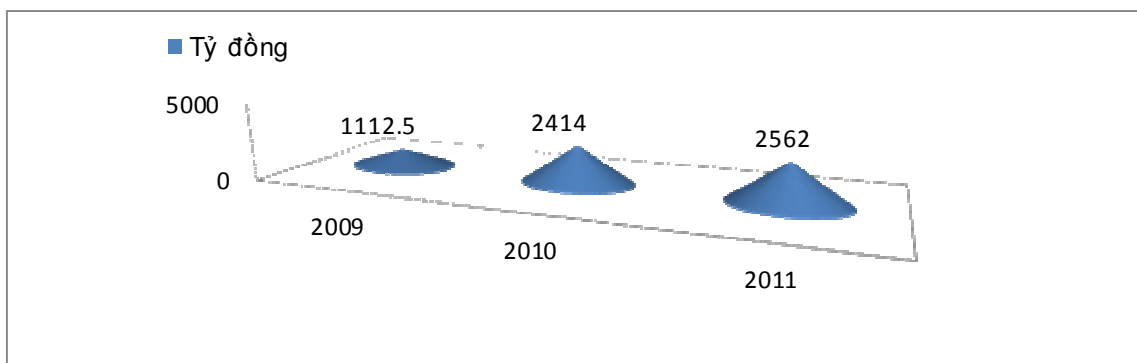
Tổng tài sản tăng đều qua các năm, nếu năm 2010, tổng tài sản tăng 27% so với năm 2009 tương đương với 1241 tỷ đồng thì qua năm 2011, con số này tăng lên đến 34%, tương đương với 1985 tỷ đồng. Tổng tài sản tăng nhanh tạo điều kiện thuận lợi cho BIDV – CN PHÚ TÀI ngày càng phát triển mạnh hơn, mở rộng quy mô hoạt động, đầu tư thêm công nghệ, kỹ thuật hiện đại hơn, phát triển nhiều dịch vụ tốt hơn.



Biểu đồ 2.1. Tổng tài sản của BIDV – CN PHÚ TÀI giai đoạn 2009-2011



Biểu đồ 2.2. Dư nợ vay của BIDV – CN PHÚ TÀI giai đoạn 2009-2011



Biểu đồ 2.3. Tình hình huy động vốn của BIDV – CN PHÚ TÀI giai đoạn 2009-2011

b. Huy động vốn

Nguồn vốn qua các năm tăng, trong đó năm 2010 tăng đột biến đến 104% tương đương 1058 tỷ đồng, tuy nhiên nguồn vốn huy động từ tổ chức luôn có biến động thất thường năm 2010 tăng hơn so với năm 2009, nhưng qua năm 2011 lại giảm xuống 11,6% so với năm 2010, điều này có thể hiểu là do nguồn vốn các tổ chức còn hạn hẹp, phụ thuộc nhiều vào vốn vay ngân hàng nên tiền gửi vào ngân hàng chỉ mang tính chất tạm thời. Còn nguồn vốn huy động từ cá nhân lại tăng đều qua các năm từ 36% đến 56%.

Bảng 2.2. Tình hình huy động vốn theo đối tượng qua các năm

ĐVT : Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2009	2010	2011
1. Tổng vốn huy động	1112.5	2414	2562
2. Tốc độ tăng trưởng		117%	6%
3. Phân theo đối tượng			
Tổ chức	545.8	1527	1350
Cá nhân	566.7	887	1212

(Nguồn báo cáo thường niên của BIDV – CN PHÚ TÀI)

c. Hoạt động tín dụng

Hiệu quả hoạt động tín dụng của BIDV – CN PHÚ TÀI cũng được nâng cao rõ rệt thể hiện tự tăng nhanh của dư nợ cho vay. Chỉ tiêu dư nợ tăng đều qua các năm, từ 24% tương đương với 850 tỷ đồng của năm 2010 so với năm 2009 đến 33.6% tương đương với 1455 tỷ đồng của năm 2011 so với năm 2010. Có được kết quả này là do BIDV – CN PHÚ TÀI hiểu rằng hoạt động cho vay vốn đóng vai trò quan trọng, vì vậy trong những năm qua BIDV – CN PHÚ TÀI đã có những chủ trương chính sách hợp lý trong công tác cho vay, thu hút đông đảo khách hàng.

Bảng 2.3. Tình hình dư nợ tín dụng theo đối tượng giai đoạn 2009-2011**ĐVT : Tỷ đồng**

Chỉ tiêu	2009	2010	2011
Dư nợ tín dụng	3485	4335	5790
Dư nợ tín dụng theo bán buôn	3318	3933	5065
Dư nợ tín dụng theo bán lẻ	167	402	725

(Nguồn báo cáo thường niên của BIDV – CN PHÚ TÀI)

2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV – CN PHÚ TÀI

2.2.1. Tình hình chung

a. Quy mô hoạt động và chủng loại sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV – CN Phú Tài

Từ ngày 01/06/2012 Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam đã chính thức triển khai dịch vụ Internet Banking Mobile Banking (IBMB) cho toàn bộ các khách hàng của BIDV. Trước đây, chỉ có BSMS (BIDV SMS) và BIDV-Directbanking được triển khai.

Các sản phẩm dịch vụ NHĐT tại BIDV – CN PHÚ TÀI bao gồm :

+ Dịch vụ thẻ

- Thẻ nội địa bao gồm E-trans 365⁺ , Moving và Harmony (chia theo ngũ hành dựa vào ngày tháng năm sinh của khách hàng : kim, mộc, thủy, hỏa, thổ)

- Thẻ quốc tế gồm Visa và Flexi

Hoạt động kinh doanh thẻ trong năm 2011 có những bước tăng trưởng khá tốt so với năm 2010. Các tính năng dịch vụ trên ATM, POS dần được hoàn thiện và gia tăng nhiều tiện ích cho chủ thẻ.

- Thu phí ròng dịch vụ thẻ đến 31/12/2011 đạt 1.008 triệu đồng, đạt 98%

KH giao, tăng 236 (+31%) triệu đồng so với cùng kỳ năm trước, trong đó cơ cấu thu phí và doanh số giao dịch của từng nhóm sản phẩm như sau:

- Thu phí thẻ ghi nợ, đạt 370 triệu đồng, chiếm 37% tổng thu dịch vụ thẻ và tăng 20% so với 2010.

- Số lượng thẻ nội địa phát hành thêm trong năm đạt gần 12.233 thẻ, hoàn thành 93% kế hoạch cả năm, nâng tổng số lượng thẻ lên 40.998 thẻ; Số lượng thẻ TDQT đạt 114 thẻ, hoàn thành 18% kế hoạch cả năm, nâng tổng số thẻ lũy kế đạt 355 thẻ;

+ Hệ thống máy rút tiền tự động ATM và hệ thống POS

Tính đến năm 2011, toàn chi nhánh có 13 máy ATM

Số lượng POS lắp đặt mới trong năm đạt 15 POS, hoàn thành 50% kế hoạch năm nâng tổng số POS lũy kế đạt 41 POS.

-Thu phí thanh toán trên ATM đạt 638 triệu đồng, tương đương 63% tổng thu dịch vụ thẻ, tăng 38% so với 2010.

-Thu phí thanh toán trên POS: chưa có sự thay đổi lớn, hiện nay tại Chi nhánh đang áp dụng chính sách miễn phí thanh toán POS để tiếp thị dịch vụ và chiếm lĩnh thị phần nên chưa phát sinh tiền thu phí đối với dịch vụ này.

Bảng 2.4. Số lượng máy ATM và POS của BIDV – CN PHÚ TÀI

DVT : máy

Năm	2009	2010	2011
Số máy ATM	7	9	13
Số máy POS	10	20	41

(Nguồn báo cáo thường niên của BIDV – CN PHÚ TÀI)

+ Một số dịch vụ ngân hàng điện tử hiện đại

- BIDV Online

BIDV Online là Dịch vụ Ngân hàng trực tuyến của BIDV giúp khách hàng cá nhân quản lý tài khoản và thực hiện các giao dịch với BIDV thông

qua Internet mà không cần phải tới Quầy giao dịch, tiết kiệm thời gian, chuyển tiền đến mọi Ngân hàng trên lãnh thổ Việt Nam với tốc độ nhanh, hiệu quả và an toàn.

* Tiện ích vượt trội

- Giao dịch mọi lúc mọi nơi qua Internet mà không cần tới Ngân hàng; gửi tiền tiết kiệm Online nhanh gọn, tiết kiệm thời gian.

- Nền tảng công nghệ hiện đại, các kênh thanh toán đa dạng giúp khách hàng chuyển tiền đến mọi Ngân hàng trên lãnh thổ Việt Nam với tốc độ nhanh, hiệu quả và an toàn.

- Giao diện thân thiện, dễ sử dụng.

- Hệ thống xác thực 2 yếu tố giúp khách hàng hoàn toàn yên tâm về tính bảo mật khi giao dịch.

- Dịch vụ thanh toán hóa đơn liên kết với nhiều nhà cung cấp dịch vụ uy tín, hàng đầu.

- Mức phí giao dịch cạnh tranh, nhiều ưu đãi so với giao dịch tại quầy.

- Hỗ trợ khách hàng quản lý tài khoản cá nhân đơn giản và hiệu quả.

* Đặc điểm sản phẩm

- Đối tượng sử dụng: Khách hàng là cá nhân người Việt Nam hoặc người nước ngoài có tài khoản tiền gửi thanh toán bằng VND tại BIDV.

- Các tính năng cao cấp

+ Chuyển khoản trong và ngoài hệ thống BIDV.

+ Gửi tiền có kỳ hạn Online.

+ Đặt lệnh thanh toán định kỳ và lệnh chuyển tiền ngày tương lai.

+ Thanh toán hóa đơn bảo hiểm (BIC, AIA), thanh toán vé máy bay (Air Mekong, Jetstar), và nạp tiền điện thoại, ví điện tử Vn Mart, tài khoản Vietpay...

+ Truy vấn thông tin và chi tiết giao dịch của các tài khoản.

+ Gửi các yêu cầu dịch vụ tới BIDV như yêu cầu đăng ký vay Online, yêu cầu giải ngân khoản vay, yêu cầu trả nợ trước hạn khoản vay, yêu cầu phát hành sổ séc, phát hành sao kê, phát hành thẻ tín dụng, thẻ ATM ... và lựa chọn Chi nhánh thực hiện yêu cầu.

- Gói dịch vụ toàn diện:

Khách hàng có thể đăng ký 1 trong 2 gói dịch vụ sau:

+ Gói Dịch vụ Phi tài chính: Khách hàng có thể truy vấn thông tin các tài khoản, vấn tin sổ séc, tỷ giá, và lãi suất

+ Gói Dịch vụ Tài chính: Khách hàng có thể truy vấn thông tin và thực hiện các giao dịch tài chính như thanh toán, chuyển tiền, gửi tiền có kỳ hạn Online, hay gửi các yêu cầu dịch vụ tới BIDV

Vì mới thực sự triển khai rộng rãi bắt đầu từ ngày 01/06/2012 nên tính tới ngày 29/06/2012 chỉ có 124 khách hàng cá nhân đăng ký sử dụng dịch vụ này tại chi nhánh.

- **BIDV Business Online**

BIDV Business Online là Dịch vụ Ngân hàng trực tuyến của BIDV với nền tảng công nghệ hiện đại, các kênh thanh toán đa dạng cung cấp nhiều sản phẩm dịch vụ (chuyển tiền trong nước, gửi tiền có kỳ hạn, vấn tin..), giúp doanh nghiệp quản lý tài khoản và thực hiện các giao dịch tài chính thông qua Internet mà không cần phải tới Quầy giao dịch . Hệ thống bảo mật và an toàn nhờ việc áp dụng các biện pháp mã hoá bảo vệ dữ liệu giao dịch và tăng cường bảo mật bằng xác thực 2 yếu tố.

*Lợi ích của khách hàng

- Nền tảng công nghệ hiện đại, các kênh thanh toán đa dạng giúp khách hàng chuyển tiền đến mọi Ngân hàng trên lãnh thổ Việt Nam với tốc độ nhanh, hiệu quả.

- Cung cấp nhiều sản phẩm dịch vụ, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách

hàng với mức phí cạnh tranh.

- Giao diện thân thiện, dễ sử dụng.
- Tiết kiệm thời gian và thêm nhiều ưu đãi so với giao dịch tại quầy.
- Linh hoạt trong việc thiết lập hạn mức, chế độ phân cấp, ủy quyền phê duyệt giao dịch phù hợp với quy mô, mô hình tổ chức và nhu cầu thực tế của khách hàng.
- An toàn bảo mật với hệ thống xác thực hai yếu tố.
- Sử dụng trình duyệt internet để truy cập, khách hàng không phải cài đặt thêm bất kỳ phần mềm nào.

* Đặc điểm sản phẩm

- Đối tượng sử dụng: Doanh nghiệp, tổ chức có tài khoản tiền gửi, tiền vay tại BIDV và có nhu cầu sử dụng dịch vụ BIDV Business Online.
- Các tính năng của BIDV Business Online
 - + Chuyển tiền trong nước (VND và ngoại tệ).
 - + Gửi tiền có kỳ hạn online doanh nghiệp.
 - + Thanh toán định kỳ.
 - + Yêu cầu sao kê tài khoản.
 - + Vắn tin tài khoản thanh toán, tiền gửi, tiền vay, sổ séc.
 - + Vắn tin thông tin ngân hàng (Biểu phí, tỷ giá, lãi suất).

Tương tự như đối với BIDV online, tính tới ngày 29/06/2012 mới có 44 khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ này.

- **BIDV Mobile**

BIDV Mobile là dịch vụ ngân hàng trên điện thoại di động, cho phép bạn thực hiện các giao dịch ngân hàng (vắn tin, chuyển khoản, thanh toán hóa đơn) một cách an toàn, chính xác, nhanh gọn ngay trên điện thoại di động của mình mà không mất thời gian đến quầy giao dịch.

Dịch vụ cung cấp nhiều sản phẩm dịch vụ giúp đáp ứng các nhu cầu đa

dạng của khách hàng mọi lúc mọi nơi 24/7, giao dịch an toàn, bảo mật tuyệt đối thông qua yếu tố bảo mật thứ 2 (mật khẩu dùng xác thực 1 lần), hạn mức giao dịch cao, phí giao dịch cạnh tranh so với giao dịch tại quầy.

* Tiện ích vượt trội

- Cung cấp nhiều sản phẩm dịch vụ giúp đáp ứng các nhu cầu đa dạng của khách hàng mọi lúc mọi nơi 24/7.

- Giao dịch an toàn, bảo mật tuyệt đối thông qua yếu tố bảo mật thứ 2 (mật khẩu dùng xác thực 1 lần).

- Hạn mức giao dịch cao, phí giao dịch cạnh tranh so với giao dịch tại quầy.

- Cài đặt dễ dàng trên các dòng điện thoại hỗ trợ Java và các hệ điều hành thông dụng hiện nay: iOS, Symbian, Window Mobile, RIM...

- Sử dụng đồng thời hai kênh kết nối SMS và GPRS giúp đảm bảo giao dịch liên tục, ổn định.

- Tương thích với tất cả các mạng viễn thông tại Việt Nam.

- Giao diện thân thiện, dễ sử dụng.

- Kênh đăng ký dịch vụ đa dạng.

+ Tại quầy giao dịch

+ Tại Internet (qua dịch vụ BIDV Online)

* Tính năng cao cấp

- Ứng dụng BIDV Mobile: Là phần mềm được cài đặt trên điện thoại cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch:

+ Chuyển tiền trong hệ thống BIDV

+ Thanh toán hóa đơn với nhiều hình thức đa dạng: thanh toán vé máy bay, mua bảo hiểm, nạp tiền trả trước...

+ Vắn tin các tài khoản của khách hàng: tài khoản thanh toán, tài khoản tiết kiệm, tài khoản tiền vay, tài khoản thấu chi.

+ Tra cứu đa dạng các thông tin liên quan đến ngân hàng như: địa chỉ chi

nhánh và ATM, POS, tỷ giá, lãi suất, các địa chỉ làm việc ngoài giờ và nhiều thông tin hữu ích khác.

- Dịch vụ SMS Banking: Là dịch vụ gửi – nhận tin nhắn qua điện thoại di động, cho phép khách hàng: vẫn tin tỷ giá, vẫn tin địa chỉ ATM.

- BIDV – Directbanking

Là dịch vụ tiện ích cung cấp cho khách hàng để nắm bắt kịp thời qua Internet các thông tin liên quan đến tài khoản của mình mở tại BIDV.

Khách hàng có thể quản lý tài khoản của mình một cách có hiệu quả và chặt chẽ qua việc được cập nhật thông tin về tình trạng tài khoản, giao dịch phát sinh, cập nhật thông tin tài khoản mọi lúc, mọi nơi với thông tin được cập nhật kịp thời, chính xác.

*** Lợi ích của khách hàng**

- Khách hàng có thể quản lý tài khoản của mình một cách có hiệu quả và chặt chẽ qua việc được cập nhật thông tin về tình trạng tài khoản, giao dịch phát sinh.

- Khách hàng có thể cập nhật thông tin tài khoản mọi lúc, mọi nơi với thông tin được cập nhật kịp thời, chính xác.

- Khách hàng được hoàn toàn miễn phí sử dụng dịch vụ.

- Thủ tục đăng ký nhanh chóng, thuận tiện.

*** Đặc điểm sản phẩm**

- Dịch vụ cung cấp thông tin cập nhật về tình trạng tài khoản cũng như biến động của tất cả các tài khoản mà khách hàng đang sử dụng tại ngân hàng như tài khoản tiền gửi thanh toán (CA), tài khoản tiền gửi tiết kiệm (FD), tài khoản tiền vay.

*** Điều kiện đăng ký**

- Khách hàng có tài khoản tiền gửi và/hoặc tiền vay tại BIDV.

- Đối với khách hàng cá nhân: người đăng ký dịch vụ phải là chủ tài

khoản mở tại BIDV.

- Đối với khách hàng doanh nghiệp: Người đăng ký dịch vụ phải là chủ tài khoản hoặc người được chủ tài khoản ủy quyền bằng văn bản.

Tính đến cuối năm 2011 đã có 427 khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ này tại chi nhánh.

- BSMS

BSMS là dịch vụ gửi nhận tin nhắn qua điện thoại di động thông qua số tổng đài tin nhắn của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – BIDV (8149), cho phép khách hàng có tài khoản tại BIDV chủ động vấn tin về các thông tin liên quan đến tài khoản khách hàng và/hoặc nhận được các tin nhắn tự động từ phía BIDV, bao gồm những thông tin về tài khoản tiền gửi, tài khoản tiền vay, các thông tin về tỷ giá, lãi suất, thông tin tài khoản thẻ tín dụng...

Với BSMS, khách hàng có thể quản lý tài khoản của mình một cách hiệu quả và chặt chẽ hơn.

*** Lợi ích của khách hàng**

- Khách hàng có thể quản lý tài khoản của mình một cách hiệu quả và chặt chẽ hơn qua việc được cập nhật thông tin về tình trạng tài khoản tiền gửi, tài khoản thẻ tín dụng, tài khoản tiền vay,...

- Được cung cấp các thông tin về sản phẩm dịch vụ mới, các chương trình khuyến mãi của BIDV đang triển khai.

- Thông tin được tự động cập nhật kịp thời, chính xác.

- Thủ tục đăng ký đơn giản, cho phép khách hàng có thể đăng ký dịch vụ, thay đổi thông tin về cá nhân, tài khoản, số điện thoại,... tại các chi nhánh BIDV trên toàn quốc.

*** Đặc điểm sản phẩm**

BSMS cung cấp các thông tin:

- Thông tin tài khoản tiền gửi: bao gồm các thông tin về số dư tài khoản, giao dịch tài khoản vừa thực hiện, 05 giao dịch gần nhất, giao dịch phát sinh khi tài khoản được ghi Có, ghi Nợ.

- Thông tin tài khoản tiền vay: bao gồm các thông tin về kỳ hạn trả nợ gần nhất tiếp theo của khách hàng, tình hình trả nợ vay của khách hàng, tin nhắn chuyển nợ quá hạn.

- Các thông tin về BIDV: thông tin về tỷ giá, lãi suất của BIDV, thông tin về địa điểm đặt máy ATM,...

- Thông tin khác: thông tin tài khoản thẻ tín dụng, cước phí dịch vụ BSMS khách hàng đã sử dụng trong tháng, huỷ bỏ và đăng ký lại các dịch vụ đã đăng ký, thay đổi mật khẩu,...

* Điều kiện đăng ký

Đối tượng sử dụng dịch vụ BSMS là các khách hàng (tổ chức, cá nhân) có tài khoản mở tại BIDV

- Thu dịch vụ rờng dịch vụ BSMS đến 31/12/2011 là 462 triệu đồng, hoàn thành 116% kế hoạch năm 2011, tăng trưởng 7,6% so với năm 2010 (toàn ngành tăng trưởng 28,9%).

- Số lượng khách hàng đăng ký mới dịch vụ BSMS năm 2011 đạt là 4.288 khách hàng, đạt 47% KH năm, tăng trưởng 72% (tương đương tăng 1.793 KH) so với năm 2010. Tổng số khách hàng tham gia sử dụng BSMS lũy kế đến thời điểm hiện nay là trên 10.226 khách hàng.

- **BIDV Homebanking**

Chương trình ngân hàng điện tử được cài đặt trực tiếp trên máy tính của khách hàng và kết nối với BIDV, cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch với BIDV từ xa, giúp tiết kiệm thời gian và công sức, thuận tiện cho việc theo dõi và quản lý tài khoản.

* Lợi ích

- Tiết kiệm thời gian và công sức.
- Theo dõi và quản lý tài khoản chặt chẽ, liên tục. Cập nhật tức thời các khoản chuyển tiền đến tài khoản để kịp thời cung ứng sản phẩm dịch vụ.
- Thuận lợi cho công tác quản lý tài khoản của khách hàng, hỗ trợ hoạt động của bộ phận tài chính - kế toán.

- **Quản lý dòng tiền**

Dịch vụ này được cung cấp qua Internet dành riêng cho các doanh nghiệp có các đơn vị thành viên, với các công cụ quản lý quan hệ tiền gửi, tiền vay, thanh toán và điều chuyển vốn tự động giữa các đơn vị thành viên, hỗ trợ công ty mẹ thực hiện chính sách quản lý tài chính tập trung.

Với dịch vụ này, công ty mẹ có thể cập nhật chính xác tình hình tài chính của toàn hệ thống phục vụ công tác quản lý và lập các kế hoạch kinh doanh, tiết kiệm chi phí quản lý, dễ dàng thu thập số liệu phục vụ công tác kế toán.

* Lợi ích

- Công ty mẹ cập nhật chính xác tình hình tài chính của toàn hệ thống phục vụ công tác quản lý và lập các kế hoạch kinh doanh.
- Tiết kiệm chi phí quản lý, dễ dàng thu thập số liệu phục vụ công tác kế toán.

b. Tỷ trọng thu nhập dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV – CN Phú Tài

Mặc dù hoạt động của BIDV chịu ảnh hưởng từ những khó khăn chung của nền kinh tế nhưng tổng thu dịch vụ ròng tại Chi nhánh có sự tăng trưởng khá cao trên 18% so với năm trước. Thu nhập ròng từ hoạt động dịch vụ đạt 42,3 tỷ đồng, chiếm 39% trong tổng thu nhập ròng 2011 của Chi nhánh. Điều này cho thấy Chi nhánh đã chú trọng đến việc cung cấp sản phẩm dịch vụ ngân hàng đến với khách hàng để gia tăng tỷ trọng thu nhập dịch vụ/tổng thu

nhập của ngân hàng.

Vì mãi đến 01/06/2012, dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV – CN PHÚ TÀI mới bắt đầu triển khai mạnh mẽ và tương đối đầy đủ các dịch vụ, nên giai đoạn từ năm 2009 đến 2011 chỉ có nguồn thu từ phí phát hành thẻ, phí thanh toán thẻ và phí BSMS mà thôi.

**Bảng 2.5. Thu nhập từ dịch vụ ngân hàng điện tử
của BIDV – CN PHÚ TÀI từ 2009-2011**

Đvt : tỷ đồng

Kết quả hoạt động kinh doanh	2009	2010	2011
Thu dịch vụ ròng theo từng dòng sản phẩm	25.378	35.989	56.269
Thu từ dịch vụ thẻ và ngân hàng điện tử	0,4858	1.2009	1.677

(Nguồn báo cáo thường niên của BIDV – CN PHÚ TÀI)

Doanh thu từ hoạt động dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV – CN PHÚ TÀI tăng trưởng đều và mạnh qua các năm, nếu trong năm 2009 doanh thu từ dịch vụ ngân hàng điện tử chỉ đạt 485.8 triệu đồng thì qua năm 2010 tăng lên đến 1.2 tỷ đồng (gấp 2,47 lần so với năm 2009) và 1.677 tỷ đồng trong năm 2011 (gấp 3,45 lần so với năm 2009), nhưng so với thu dịch vụ ròng theo từng dòng sản phẩm thì vẫn còn ở mức độ khá thấp.

Tuy nhiên, sự gia tăng này là một tín hiệu tốt, phản ánh sự nỗ lực của chi nhánh trong việc quảng bá sản phẩm mới và gia tăng tiện ích nhiều nhất có thể đến với khách hàng.

c. So sánh các dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV-CN Phú Tài với các ngân hàng khác trên địa bàn tỉnh Bình Định

Qua quá trình tìm hiểu các dịch vụ tương tự của nhiều ngân hàng khác trên thị trường (có khoảng 76% ngân hàng đang cung cấp dịch vụ này) thì các nhận định sau khi so sánh, đánh giá dịch vụ như sau:

Về tính năng

+ Dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI cung cấp đầy đủ các tính năng cơ bản, đáp ứng hầu hết các nhu cầu của khách hàng khi giao dịch với Ngân hàng: Chuyển tiền trong và ngoài hệ thống, chuyển tiền định kỳ, chuyển tiền vào ngày tương lai, vắn tin, thanh toán hóa đơn, gửi tiết kiệm, gửi yêu cầu... Ngoài ra, BIDV – CN PHÚ TÀI cung cấp một số tính năng tiện ích khác so với các ngân hàng trên thị trường như: gửi yêu cầu trả nợ, giải ngân khoản vay, phát hành thẻ, hòm thư tiếp nhận thắc mắc, khiếu nại, đặt lệnh thanh toán...

+ Với nền tảng công nghệ hiện đại, dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI đảm bảo chuyển tiền nhanh chóng, tự động (so với một số ngân hàng đang áp dụng công nghệ bán tự động, các giao dịch tiếp nhận trực tuyến vẫn được thực hiện qua giao dịch viên), an toàn (với công nghệ bảo mật xác thực hai yếu tố OTP).

+ Giao diện dịch vụ thân thiện, đơn giản, dễ sử dụng với nhiều đối tượng khách hàng.

Về mức phí và hạn mức

+ Phí giao dịch dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI đảm bảo cạnh tranh với các Ngân hàng khác và so với tại quầy giao dịch.

+ Hạn mức giao dịch tương đối cao và thuận tiện cho khách hàng.

Như vậy, dịch vụ Ngân hàng Điện tử của BIDV – CN PHÚ TÀI đảm bảo đáp ứng các nhu cầu của khách hàng, có khả năng cạnh tranh trên thị trường cùng với chương trình khuyến mại hấp dẫn.

Tuy nhiên, so với một số ngân hàng tại Việt Nam có dịch vụ ngân hàng điện tử phát triển mạnh thì BIDV vẫn chưa phát triển dịch vụ Call center

Bảng 2.6. So sánh danh mục sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử giữa các ngân hàng

Sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử	BIDV	VCB	ACB
Thẻ ngân hàng	X	X	X
Máy ATM	X	X	X
Call center		X	X
Internet banking	X	X	X
Home banking	X	X	X

(Nguồn tổng hợp thông tin từ các trang web của các Ngân hàng)

2.2.2. Đánh giá chất lượng theo từng loại dịch vụ

Nhằm đánh giá chính xác chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV – CN PHÚ TÀI, tác giả tiến hành khảo sát 100 khách hàng bằng phiếu khảo sát. Kết quả thu về được 85 phiếu trong đó có 14 phiếu không hợp lệ nên lượng mẫu đưa vào phân tích là 71 phiếu.

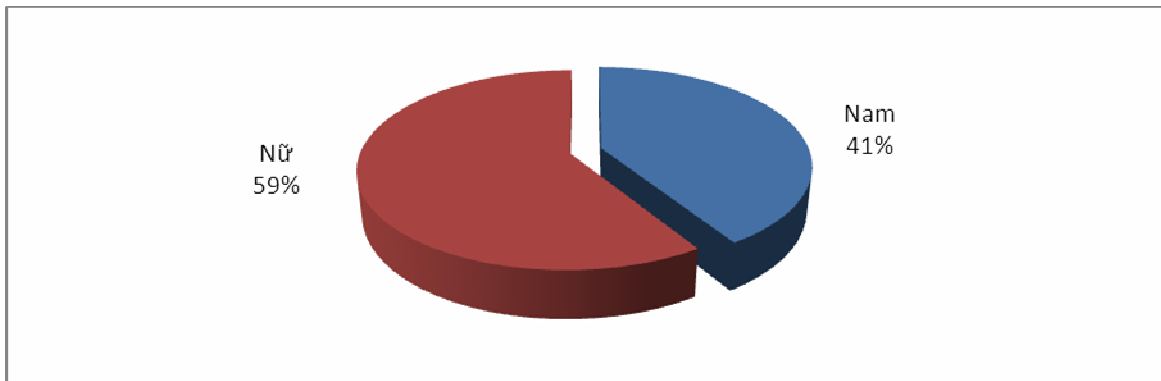
Bảng 2.7. Đánh giá về mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI

Yếu tố	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Thủ tục đăng ký sử dụng dịch vụ đơn giản	0%	2%	57%	28%	13%
Cách thức sử dụng dịch vụ đơn giản	0%	2%	38%	47%	13%

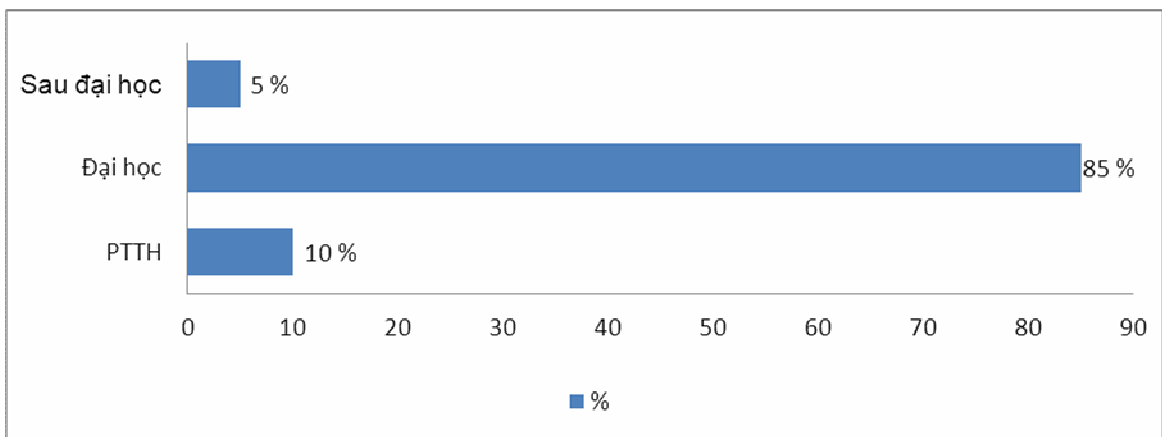
Yếu tố	Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Thời gian thực hiện và xử lý giao dịch nhanh chóng	0%	2%	40%	47%	11%
Các dịch vụ ngân hàng điện tử đa dạng	4%	4%	29%	47%	16%
Tính bảo mật cao	0%	7%	25%	59%	9%
Phí dịch vụ hợp lý	0%	5%	54%	41%	0%
Nhân viên giải thích, tư vấn nhiệt tình, chuyên nghiệp	0%	5%	43%	30%	22%
Các vướng mắc, khiếu nại của khách hàng được giải quyết nhanh chóng, chuyên nghiệp	4%	4%	40%	36%	16%

Qua phân tích số liệu thống kê của 71 khách hàng khảo sát, ta rút ra một số nhận xét như sau:

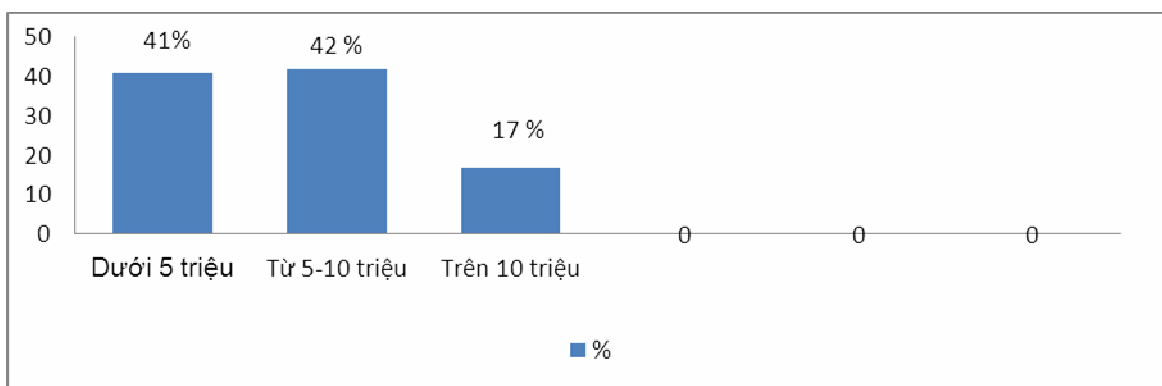
+ Đối tượng khách hàng được khảo sát là nữ chiếm 59%, nam 41%, số lượng người được đào tạo ở bậc đại học chiếm 85%, phần lớn là nhân viên văn phòng có độ tuổi từ 23-35, với mức thu nhập trung bình từ 5 triệu đến 10 triệu và thời gian đã giao dịch với ngân hàng là từ 2 đến 5 năm. Đây cũng là điều kiện thuận lợi để BIDV – CN PHÚ TÀI tiếp cận giới thiệu các sản phẩm dịch vụ hiện đại cho khách hàng.



Biểu đồ 2.4. Giới tính



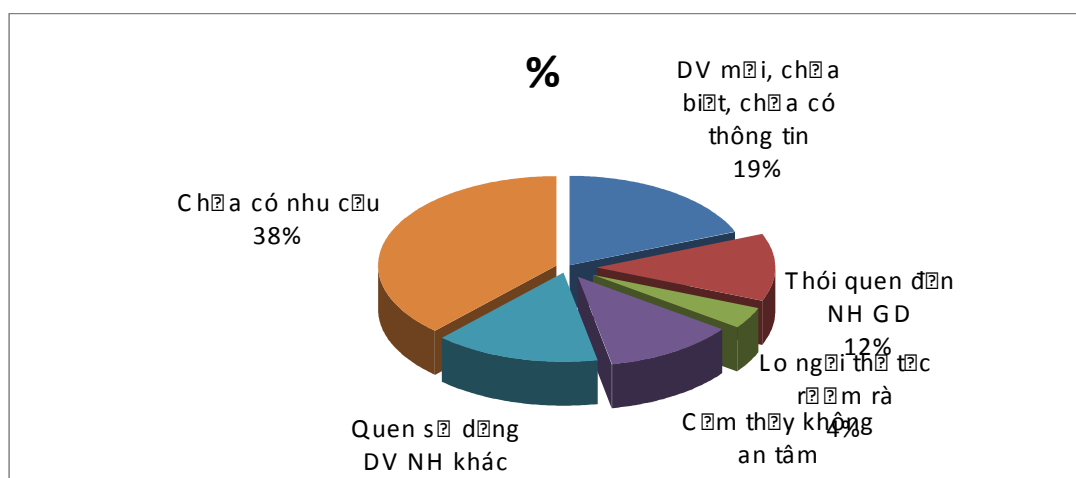
Biểu đồ 2.5. Trình độ



Biểu đồ 2.6. Thu nhập của khách hàng đang sử dụng dịch vụ NHĐT tại BIDV – CN PHÚ TÀI

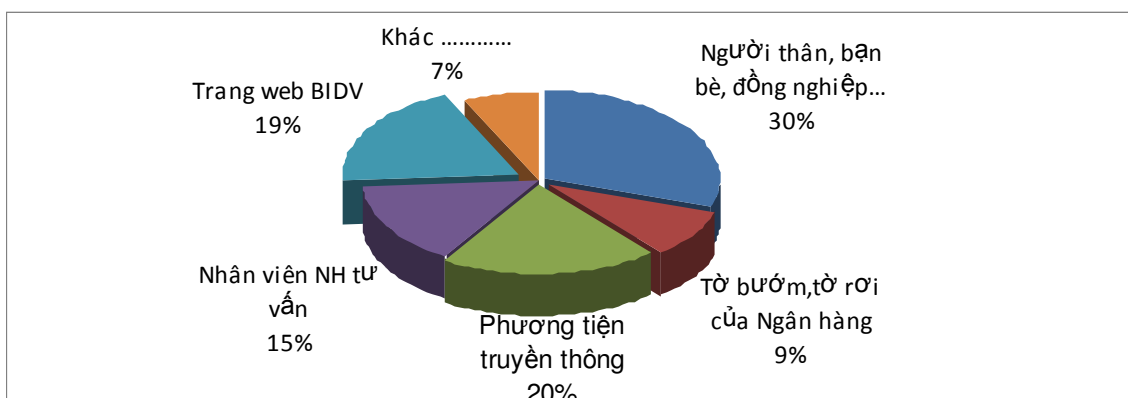
+ Lý do phần lớn khách hàng đã quan hệ giao dịch với BIDV – CN PHÚ TÀI nhưng chưa sử dụng dịch vụ NHĐT là do chưa có nhu cầu, chưa cần thiết sử dụng (38%), một phần là do dịch vụ còn mới chưa biết thông tin

(19%), một phần là do khách hàng có thói quen đến ngân hàng giao dịch trực tiếp thông qua các dịch vụ truyền thống (12%). Ngoài ra có một số khách hàng không sử dụng dịch vụ vì cảm thấy không an toàn (12%) và do quen sử dụng dịch vụ của ngân hàng khác (15%). Đây là thách thức để BIDV – CN PHÚ TÀI tìm ra giải pháp hoàn hảo giúp khách hàng yên tâm chuyển sang sử dụng dịch vụ này.



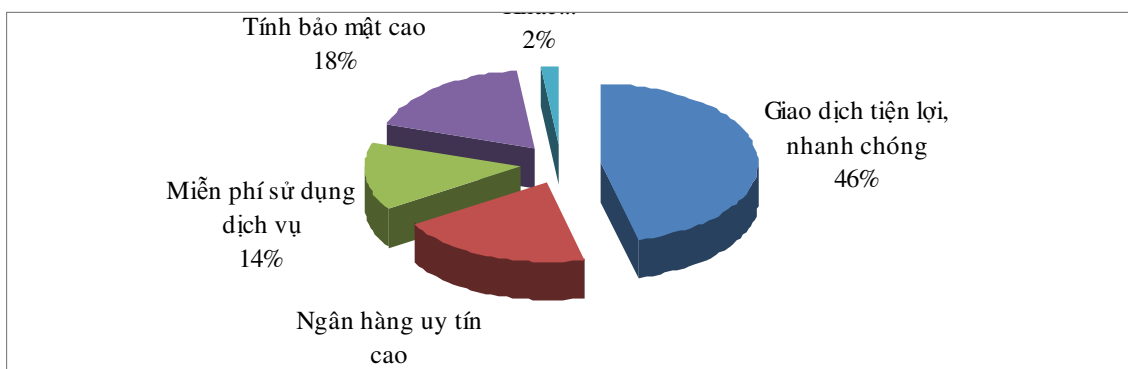
Biểu đồ 2.7. Lý do khách hàng chưa sử dụng dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI

+ Khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT phần lớn là thông qua người thân, bạn bè, đồng nghiệp giới thiệu (30%), và thông qua các phương tiện truyền thông (20%), phần còn lại là thông qua website (19%) và nhân viên ngân hàng tư vấn (15%). Điều đáng quan tâm là số lượng khách hàng biết đến dịch vụ NHĐT thông qua tờ bướm, tờ rơi của ngân hàng chiếm tỷ trọng nhỏ (9%) chứng tỏ hoạt động marketing của BIDV – CN PHÚ TÀI chưa thật chuyên nghiệp, cần phải được cải tiến và nâng cao.



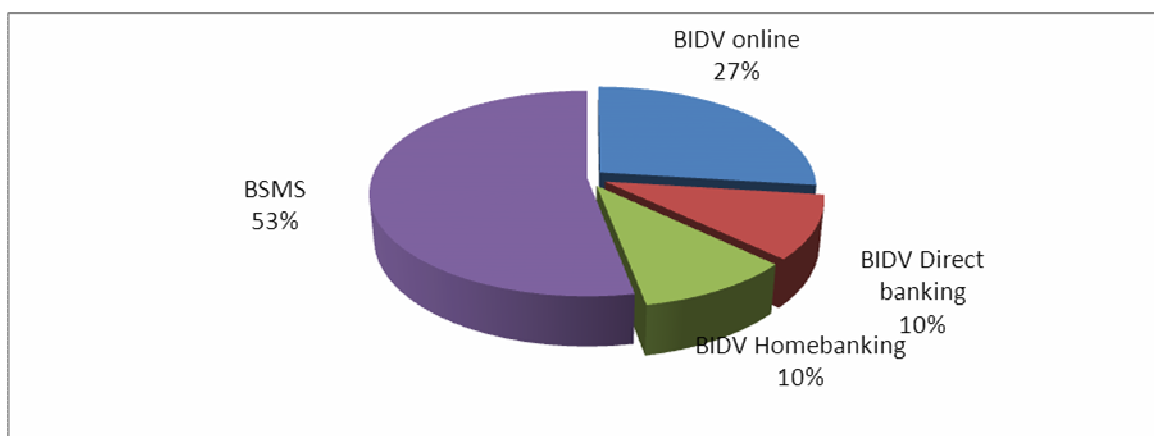
Biểu đồ 2.8. Nguồn thông tin giúp khách hàng biết về dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI

+ Phần lớn khách hàng lựa chọn dịch vụ NHĐT là do giao dịch được thực hiện nhanh chóng (46%), ngân hàng uy tín cao cũng chiếm tỷ trọng cao (20%). Ngoài ra khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI là do tính bảo mật cao (18%) và vì dịch vụ được miễn phí sử dụng (14%)



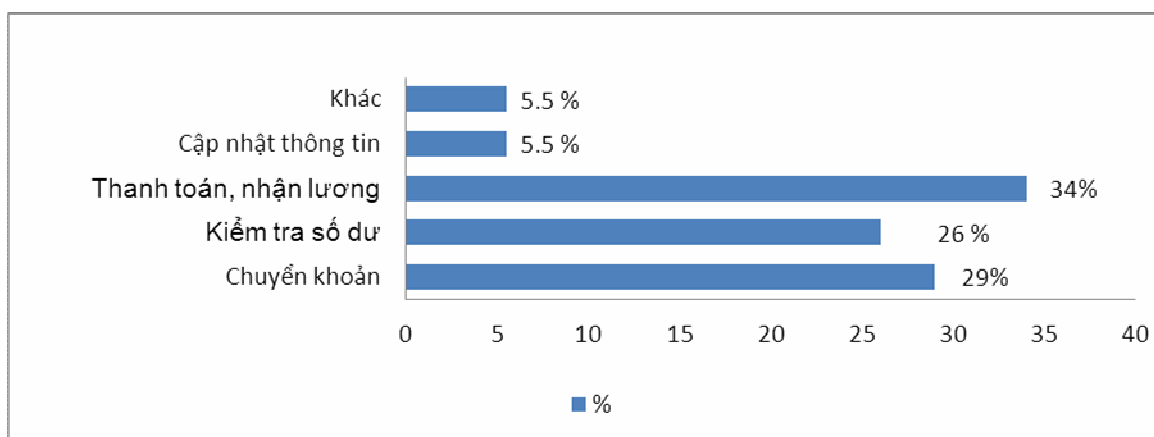
Biểu đồ 2.9. Lý do chính khiến khách hàng chọn sử dụng các dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI

+ Khoảng 53% khách hàng sử dụng dịch vụ BSMS, dịch vụ BIDV online chiếm 27%, BIDV homebanking và BIDV direct banking chiếm tỷ trọng 10%.



Biểu đồ 2.10. Dịch vụ NHĐT mà khách hàng đang sử dụng của BIDV – CN PHÚ TÀI

+ Tiện ích nhiều nhất mang lại cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI là thanh toán nhận lương 34%, chuyển khoản 29%, kiểm tra số dư 26%, còn lại cập nhật thông tin về tỷ giá, lãi suất chiếm tỷ lệ khá thấp 5,5%.

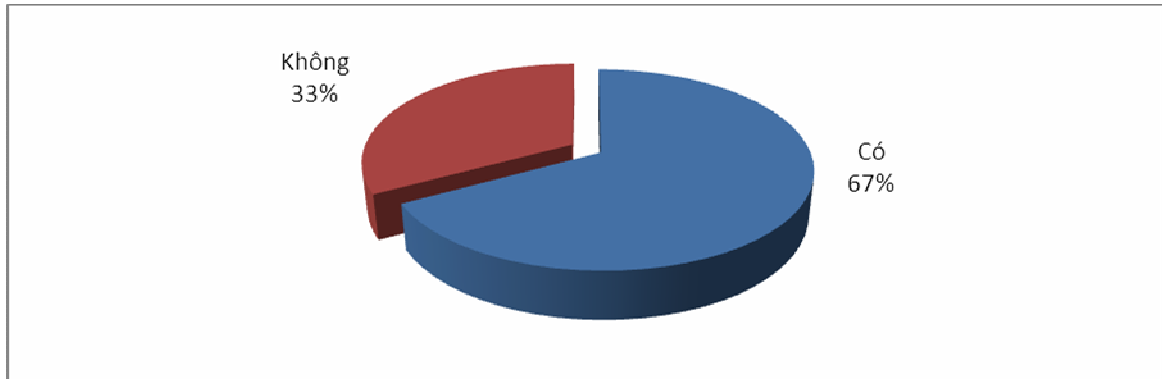


Biểu đồ 2.11. Tiện ích sử dụng dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI

+ Mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI được đánh giá là khá tốt (47%), tuy nhiên vẫn còn một số ít khách hàng chưa thật sự hài lòng về dịch vụ này (4%).

+ Cuối cùng khoảng 67% khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI cho rằng sẽ giới thiệu dịch vụ này cho người thân, bạn bè, đồng nghiệp biết để sử dụng. Vì vậy nếu BIDV – CN PHÚ TÀI tiếp tục cải

tiền các dịch vụ này sẽ nhận được sự ủng hộ của khách hàng và có cơ hội phát triển hơn nữa nhờ hiệu ứng dây chuyền.



Biểu đồ 2.12. Dự định sử dụng hay giới thiệu dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI cho bạn bè, người thân

2.2.3. So sánh dịch vụ NHĐT giữa BIDV và các ngân hàng khác

Bảng 2.8. So sánh mức độ tiện ích các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV – CN PHÚ TÀI với các ngân hàng khác

Chức năng	BIDV	VCB	ACB
Internet banking			
Kiểm tra số dư tài khoản, số dư thẻ	X	X	X
Xem và in giao dịch từng tháng	X	X	X
Cập nhật những thông tin về sản phẩm mới nhất của Ngân hàng	X	X	X
Tham khảo biểu phí, lãi suất tiết kiệm, tỷ giá hối đoái	X	X	X
Tham khảo thông tin về giá chứng khoán	X	X	X
Tham khảo bảng giá vàng trực tuyến của sản giao dịch vàng	X	X	X
Đăng ký thẻ trên mạng			X
Đăng ký vay trên mạng	X	X	X

Chức năng	BIDV	VCB	ACB
Chuyển khoản từ tài khoản thẻ đến tài khoản thẻ	X	X	X
Thanh toán trực tuyến trên mạng	X	X	X
Thanh toán hóa đơn	X	X	X
Mua thẻ trả trước và liệt kê giao dịch mua thẻ trả trước	X	X	X
Home banking			
Tra cứu thông tin tài khoản (xem số dư, liệt kê và in giao dịch)	X	X	X
Cập nhật những thông tin mới nhất về Ngân hàng, tham khảo lãi suất tiết kiệm, tỷ giá hối đoái)	X	X	X
Thanh toán hóa đơn (cước phí điện, nước, điện thoại, internet)	X	X	X
Chuyển khoản trên mạng	X	X	X
Chuyển đổi ngoại tệ từ TGTT ngoại tệ sang tài khoản tiền gửi thanh toán VNĐ trong cùng hệ thống	X	X	X
Hướng dẫn cài đặt miễn phí	X	X	X
Phone banking			
Kiểm tra số dư tiền gửi thanh toán	X	X	X
Nghe 5 giao dịch phát sinh mới nhất	X	X	X
Nghe thông tin về lãi suất, tỷ giá hối đoái và giá chứng khoán	X	X	X
Yêu cầu gửi bản fax giá chứng khoán, liệt kê	X	X	X

Chức năng	BIDV	VCB	ACB
giao dịch chứng khoán			
Mobile-banking			
Xem thông tin số dư tài khoản, số dư thẻ	X	X	X
Kiểm tra 5 giao dịch phát sinh mới nhất	X	X	X
Nhận tin nhắn khi số dư tài khoản thay đổi	X	X	X
Xem thông tin về lãi suất, tỷ giá hối đoái, giá chứng khoán	X	X	X
Thanh toán hóa đơn (điện, nước, điện thoại)	X	X	X
Chuyển khoản trên mạng	X	X	X
Nhận tin nhắn thông báo kết quả giao dịch chứng khoán	X	X	X
Đăng ký làm thẻ	X		X
Đăng ký vay tín chấp	X	X	X
Thanh toán trực tuyến	X	X	X
Mua thẻ trả trước và liệt kê giao dịch mua thẻ trả trước	X	X	X
Mở/ khóa tài khoản thẻ	X		X

(Nguồn tổng hợp thông tin từ các trang web của các Ngân hàng)

Qua bảng trên ta thấy các dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV nói chung và BIDV – CN PHÚ TÀI nói riêng phần lớn là đầy đủ các tiện ích cơ bản nhưng chưa có sự khác biệt nhiều so với các ngân hàng khác, chưa tạo được nét đặc trưng riêng của BIDV.

2.3. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TRONG THỜI GIAN QUA

2.3.1. Những thành tựu đạt được

Qua một tháng triển khai dịch vụ cho thấy có nhiều khách hàng đánh giá cao dịch vụ Internet Banking và Mobile Banking của BIDV và họ quyết định thực hiện hầu hết các giao dịch qua kênh này thay vì đến quầy cũng như đề nghị BIDV cho phép giao dịch qua internet banking với hạn mức cao.

Dịch vụ Ngân hàng Điện tử là dịch vụ mà tất cả các Ngân hàng hiện đại đều tập trung nghiên cứu, phát triển. Việc đẩy mạnh và mở rộng dịch vụ tới đông đảo khách hàng sẽ mang lại nhiều lợi ích cho Ngân hàng nói chung và các Chi nhánh nói riêng.

Dịch vụ Ngân hàng Điện tử mang lại nguồn thu phí hiệu quả, lâu dài cho Chi nhánh như: phí thường niên, phí giao dịch (phí chuyển tiền, thanh toán hóa đơn...), nguồn huy động vốn qua dịch vụ gửi tiết kiệm online.

Dịch vụ Ngân hàng điện tử giúp Chi nhánh tiết kiệm nhiều chi phí liên quan đến việc mở rộng các quầy, phòng giao dịch, giảm áp lực phục vụ khách hàng tại quầy, nhờ đó, bộ phận giao dịch khách hàng sẽ nâng cao hiệu quả phục vụ khách hàng và tập trung chuyên sâu vào công tác bán, phát triển dịch vụ.

Dịch vụ giúp Chi nhánh gia tăng hiệu quả số lượng khách hàng, gia tăng nhu cầu của các khách hàng hiện có. Một số đối tượng khách hàng vốn chỉ có nhu cầu về giao dịch phi tài chính (khách hàng BSMS, Direct Banking...) có thể sẽ phát sinh thêm nhiều nhu cầu khác (chuyển tiền, gửi tiền online...) nhờ sự tiện lợi và tiết kiệm của dịch vụ.

Các hình thức quảng cáo và khuyến mại được thực hiện tương đối đa dạng trên nhiều phương tiện (báo, đài, truyền hình, internet, tờ rơi...), tổ chức nhiều sự kiện với nhiều hình thức khác nhau, thực hiện tài trợ cho việc tổ chức nhiều hoạt động lớn nhằm nâng cao thương hiệu và các hoạt động quảng

bá đã góp phần thực hiện được mục tiêu của ngân hàng trong việc giới thiệu dịch vụ ngân hàng điện tử đến tay khách hàng, góp phần nâng cao hình ảnh của BIDV nói chung cũng như BIDV – CN PHÚ TÀI nói riêng.

2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân

a. Hạn chế tồn tại

- Danh mục các sản phẩm dịch vụ chưa phong phú, đặc biệt là các sản phẩm dịch vụ có hàm lượng công nghệ cao. Các sản phẩm dịch vụ cung cấp còn đơn điệu, nhiều sản phẩm chưa thực sự thu hút khách hàng sử dụng

- Chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử còn chưa thỏa mãn khách hàng ở những cấp độ cao hơn như việc gửi tiền mặt vào tài khoản, chuyển khoản, thanh toán hóa đơn qua dịch vụ Internet Banking, việc đăng ký sử dụng dịch vụ..còn phải trực tiếp tới giao dịch tại chi nhánh ngân hàng, hoặc chưa triển khai các dịch vụ như Call center để có thể cạnh tranh với các ngân hàng khác như ACB, Đông Á..

- Vì triển khai chậm nên các chương trình vẫn còn đang trong giai đoạn hoàn thiện dần, tiềm ẩn nhiều rủi ro, thiếu cơ chế quản lý việc cung cấp các sản phẩm điện tử. Sự kết hợp giữa các hệ thống của các bên tham gia, tốc độ đường truyền, lỗi kỹ thuật hoặc thiết bị đầu cuối không đảm bảo chất lượng dẫn đến chất lượng dịch vụ chưa cao, khách hàng còn phàn nàn về dịch vụ.

- Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử còn phụ thuộc quá nhiều vào một số loại khách hàng. Số lượng khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ còn nhỏ so với lượng khách hàng mở tài khoản tại BIDV – CN PHÚ TÀI , chưa tương xứng với tiềm năng mà ngân hàng đang có.

- Việc triển khai các hoạt động quảng bá, tiếp thị sản phẩm còn bị động do chưa có quy trình đồng bộ thống nhất từ việc thiết kế đến triển khai dịch vụ. Các hoạt động tiếp thị chưa thực sự gắn liền với quá trình phát triển dịch vụ.

- Việc xử lý khiếu nại của khách hàng về sản phẩm dịch vụ do các trục

trắc hay lỗi của hệ thống công nghệ chưa linh hoạt, cách trả lời khách hàng của các nhân viên chưa thể hiện hết trách nhiệm và tinh thần xây dựng.

- Giao dịch ngân hàng điện tử còn phụ thuộc nhiều vào chứng từ lưu trữ truyền thống, chưa thể điện tử hóa mọi chứng từ giao dịch. Ngoài ra, việc sử dụng chữ ký điện tử, chứng nhận điện tử chưa được phổ biến rộng rãi và chưa thể hiện được ưu thế so với chữ ký thông thường.

b. Nguyên nhân của những hạn chế

- Đang còn trong giai đoạn đầu của việc triển khai, nên định hướng chiến lược phát triển chưa có tiến hành đồng bộ, thiếu các phần mềm ứng dụng để triển khai các dịch vụ ngân hàng dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại.

- Nguồn nhân lực chưa chuyên sâu, thiếu môi trường thực hành, chỉ tập trung vào các dịch vụ ngân hàng truyền thống. Khi ra các dịch vụ mới, chỉ có một số cán bộ được tập huấn. Việc luân chuyển vị trí công tác của cán bộ chi nhánh cũng là một vấn đề, cán bộ chi nhánh mới chỉ làm việc theo kiểu truyền tay chứ chưa thực hiện đúng quy trình, nghiệp vụ, tiếp cận văn bản chế độ còn yếu.

- Công tác quảng bá sản phẩm và chính sách khách hàng chưa hiệu quả. Chưa có đội ngũ chuyên trách điều tra thị trường, tiếp thị và chăm sóc khách hàng. Công tác Marketing và công tác phát triển dịch vụ ngân hàng chưa được thực hiện một cách bài bản, chuyên nghiệp do nhân lực còn hạn chế, công tác đào tạo đội ngũ cán bộ nghiệp vụ chuyên sâu về marketing vẫn chưa được chú trọng. Việc phát triển sản phẩm dịch vụ phụ thuộc quá nhiều vào phòng dịch vụ marketing, chưa có sự tham gia tích cực từ các bộ phận nghiệp vụ khác, do vậy cách thức triển khai chưa có sự phối hợp nhịp nhàng, ăn khớp giữa tiếp thị và các bộ phận liên quan, do vậy hoạt động tiếp thị thường đi sau và bị động.

- Tuy chi nhánh đã triển khai hầu hết các sản phẩm dịch vụ nhưng hiệu quả chưa cao, thu dịch vụ chủ yếu vẫn phụ thuộc các dịch vụ truyền thống

như: thanh toán, bảo lãnh, kinh doanh ngoại tệ...; các dịch vụ bán lẻ như WU, BSMS, Vntopup, bảo hiểm... chưa được phát triển mạnh mẽ so với tiềm năng khách hàng tại chi nhánh.

- Một số sản phẩm dịch vụ mới chưa được triển khai mạnh mẽ cho các khách hàng, chưa tương xứng vị trí của Chi nhánh trên một địa bàn nhiều tiềm năng phát triển như các dịch vụ: internet banking, mobile banking, Dịch vụ thu hộ Network Collection, Dịch vụ điều chuyển vốn tự động, Dịch vụ Homebanking....

- Sự phối hợp giữa các phòng ở Chi nhánh trong việc triển khai phát triển sản phẩm dịch vụ chưa hài hòa, thống nhất.

- Nền khách hàng chưa đa dạng, chủ yếu tập trung vào đối tượng khách hàng doanh nghiệp, khách hàng cá nhân còn hạn chế nên khó phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử .

- Do thói quen dùng tiền mặt cho mọi giao dịch vẫn chưa thể thay đổi được

- Trình độ dân trí, mức thu nhập phân bố không đồng đều giữa nông thôn và thành thị nên hiện nay dịch vụ ngân hàng điện tử chỉ thực sự phát triển ở các thành phố lớn.

- Do sự giới hạn về pháp lý và để đảm bảo sự yên tâm cho khách hàng nên trước khi sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử, khách hàng phải đến ngân hàng đăng ký giao dịch để thiết lập các chứng từ pháp lý, thực hiện sự cam kết giữa ngân hàng và khách hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Cùng với quá trình hội nhập sâu rộng của Việt Nam vào nền kinh tế thế giới, những năm gần đây các hoạt động trong lĩnh vực Tài chính-Ngân hàng cũng trở nên rất sôi động. Triển vọng phát triển của ngành Tài chính - Ngân hàng đã trở thành động lực cho các doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh. Hướng tới mục tiêu ngân hàng bán lẻ hiện đại, đa năng hàng đầu Việt Nam, BIDV – CN PHÚ TÀI không những chú trọng đến việc đa dạng hóa, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ mà còn quan tâm tới các tiện ích phục vụ nhu cầu giao dịch của khách hàng. Dựa trên các lý thuyết về phát triển dịch vụ NHĐT nêu ở chương 1, chương này tác giả khắc họa bức tranh toàn cảnh về hoạt động cung ứng dịch vụ NHĐT tại BIDV – CN PHÚ TÀI, giới thiệu kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ NHĐT tại BIDV – CN PHÚ TÀI thời gian qua và phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ NHĐT tại BIDV – CN PHÚ TÀI, đồng thời trình bày kết quả khảo sát chất lượng dịch vụ theo đánh giá của khách hàng. Từ kết quả khảo sát thực tế kết hợp với thực trạng các nguồn lực hiện có tại BIDV – CN PHÚ TÀI, cộng với những mặt đạt được, những hạn chế và những nguyên nhân của hạn chế về chất lượng dịch vụ NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI, tác giả đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ NHĐT tại BIDV – CN PHÚ TÀI trong chương 3 nhằm giúp BIDV – CN PHÚ TÀI chiếm lĩnh thị trường, tạo ra lợi thế cạnh tranh hội nhập vào xu thế chung của thời đại.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM – CN PHÚ TÀI

3.1. ĐỊNH HƯỚNG VÀ MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ CỦA BIDV-CN PHÚ TÀI

Với dân số hơn 87 triệu người và 1/3 dân số đang sử dụng internet, tuy nhiên mới chỉ có 1% dân số sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử, thị trường cho dịch vụ Ngân hàng Điện tử BIDV eBanking còn rất tiềm năng. Khách hàng phần lớn còn chưa biết đến dịch vụ Ngân hàng điện tử, chưa nắm được các tiện ích, tính năng ưu việt mà dịch vụ đem lại so với các kênh giao dịch truyền thống.

Tầm nhìn đến 2015: BIDV trở thành ngân hàng thương mại hàng đầu Việt Nam trong lĩnh vực ngân hàng bán lẻ, ngang tầm với các ngân hàng thương mại tiên tiến trong khu vực Đông Nam Á; Cung cấp các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng bán lẻ đồng bộ, đa dạng, chất lượng tốt nhất phù hợp với các phân đoạn khách hàng mục tiêu.

Dịch vụ Ngân hàng Điện tử là một trong những dịch vụ Ngân hàng bán lẻ cần phát triển trọng tâm trong sáu tháng cuối năm 2012. Tháng 6 năm 2012 được coi là tháng khởi động triển khai dịch vụ, trong sáu tháng cuối năm, Chi nhánh sẽ tập trung trọng điểm vào việc tiếp thị dịch vụ tới khách hàng, đẩy mạnh tốc độ mở rộng dịch vụ, đặc biệt là tới đối tượng khách hàng cá nhân. Kế hoạch đến hết năm 2012 của BIDV là 100.000 khách hàng cá nhân và 500 khách hàng doanh nghiệp.

3.2. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV-CN PHÚ TÀI

3.2.1. Giải pháp phát triển quy mô dịch vụ

a. Giải pháp mở rộng kênh phân phối

- Tăng số lượng lắp đặt các máy ATM, POS tại các trung tâm điện máy hay các điểm bán vé máy bay ..

- Chú trọng phát triển thẻ, đặc biệt là thẻ tín dụng quốc tế, phát triển nhiều hơn nữa tiện ích của thẻ ATM, triển khai ATM – POS.

- Đẩy mạnh triển khai các dịch vụ ngân hàng điện tử: Internet banking, mobile banking,... nhằm góp phần hoàn thiện thêm hệ thống kênh phân phối sản phẩm dịch vụ của ngân hàng đến khách hàng theo mặt bằng chung của thị trường. Tuy nhiên, tiện ích đi kèm của dịch vụ cũng cần được cải thiện để khuyến khích khách hàng quan tâm đến dịch vụ ngân hàng điện tử hơn.

- Tăng cường các điểm giao dịch mới : thực hiện liên kết với các công ty bảo hiểm, đại lý mua bán xe ô tô, hệ thống siêu thị, các khu vui chơi, giải trí, các điểm du lịch...để chính các nhân viên của công ty này là nhà các nhà phân phối sản phẩm dịch vụ NHĐT cho BIDV – CN PHÚ TÀI

- Xác định và tập trung vào các khách hàng mục tiêu :

+ Khách hàng là cán bộ của các Doanh nghiệp đang sử dụng dịch vụ trả lương tự động qua Chi nhánh

+ Khách hàng đang sử dụng dịch vụ Ngân hàng từ xa của BIDV (Homebanking, Direct Banking, BSMS)

+ Khách hàng có tài khoản chứng khoán

+ Đối tượng khách hàng khác

b. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực

Cán bộ nhân viên là khâu quyết định hiệu quả kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng. Kết quả này phụ thuộc rất lớn vào trình

độ chuyên môn, nghiệp vụ, tính năng động sáng tạo, đạo đức nghề nghiệp, thái độ phục vụ của cán bộ ngân hàng, đó cũng là những vấn đề mà khách hàng phân nản nhiều nhất và mong muốn nhiều nhất từ ngân hàng. Nhận thức đúng tầm quan trọng trong việc đào tạo nguồn nhân lực đối với các ngân hàng có nguồn gốc từ các NHTM Nhà nước như BIDV vốn được coi là yếu về chất lượng nguồn nhân lực so với các ngân hàng ngoài quốc doanh và các ngân hàng nước ngoài. Để giải quyết vấn đề này trong bối cảnh nền kinh tế hiện nay, BIDV – CN PHÚ TÀI cần chú trọng công tác đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và có chính sách, chế độ đãi ngộ phù hợp.

Thứ nhất, chính sách đào tạo nhân viên. Ứng dụng công nghệ hiện đại bắt buộc phải từng bước nâng cao trình độ cán bộ. Đây là yếu tố then chốt quyết định thành bại của mỗi ngân hàng. Chính vì thế BIDV – CN PHÚ TÀI phải có kế hoạch để nâng cao trình độ nhân viên thông qua các khóa đào tạo cán bộ hàng năm nhằm tăng cường kỹ năng giao tiếp và chăm sóc khách hàng, nâng cao kỹ năng bán hàng, bán sản phẩm dịch vụ ngân hàng tạo ra một nguồn nhân lực đầy tính chuyên nghiệp.

Ngoài ra cần tăng cường việc luân chuyển cán bộ, coi trọng việc kiểm tra đánh giá cán bộ, kịp thời phát hiện các biểu hiện lệch lạc để có biện pháp chấn chỉnh, uốn nắn kịp thời.

Song song với việc đào tạo kiến thức và kỹ năng cơ bản, cần quan tâm thích đáng tới việc đào tạo trình độ ngoại ngữ (nhất là tiếng Anh) cho các nhân viên để đón trước thời cơ mở rộng hoạt động giao dịch với người nước ngoài cũng như tăng cường khả năng quan hệ giao dịch với các ngân hàng nước ngoài ở Việt Nam và các nước khác trên thế giới.

Mặt khác, để có nguồn nhân lực đầu vào ổn định và phát triển, BIDV – CN PHÚ TÀI cần xây dựng một quy trình tuyển dụng nhân viên khoa học, chính xác và hợp lí nhằm tuyển dụng được những nhân viên có trình độ và

phù hợp với yêu cầu của công việc nhằm giảm bớt thời gian đào tạo và đào tạo lại chuyên môn, có kế hoạch đào tạo cơ bản cho cán bộ mới và đào tạo nâng cao các mặt nghiệp vụ thanh toán quốc tế, tiền tệ, thẩm định,...

Bên cạnh chương trình đào tạo chung của Trụ sở, cần chủ động tăng cường công tác đào tạo, tự đào tạo đến từng cán bộ trong Chi nhánh, tổ chức các buổi tập huấn, hướng dẫn và giải đáp thắc mắc cho các đơn vị trực thuộc, phòng giao dịch, điểm giao dịch khi triển khai các sản phẩm dịch vụ mới.

BIDV – CN PHÚ TÀI cũng nên đào tạo quản trị cho lãnh đạo cấp phòng bằng nhiều hình thức đa dạng, ví dụ có thể tham gia tại trung tâm đào tạo của BIDV hoặc các khóa học ngắn hạn do các đơn vị bên ngoài tổ chức để học hỏi kinh nghiệm hay tham gia các khóa học chuyên ngành..

Thứ hai, chính sách đãi ngộ và thu hút nhân tài. BIDV – CN PHÚ TÀI cần có chính sách đãi ngộ nhân viên hợp lý với một chế độ lương bổng phù hợp với từng vị trí công tác trên cơ sở đánh giá năng lực toàn diện nhằm động viên, khuyến khích nhân sự làm việc và tạo ra sự gắn bó lâu dài của nhân viên với ngân hàng. Thường xuyên mở rộng các chương trình thi đua doanh số sản phẩm NHĐT, bổ sung cho việc đánh giá thi đua và thưởng cuối quý, cuối năm, thể hiện tính kịp thời của chính sách đãi ngộ. Chế độ thưởng phạt nghiêm minh, cơ chế đánh giá nhân viên công bằng, khách quan.

Bên cạnh việc đánh giá nhân viên, chi trả lương thưởng theo hiệu suất công việc theo các chỉ tiêu định lượng cụ thể, BIDV – CN PHÚ TÀI cần chú trọng đến các yếu tố như độ khó, dễ của công việc, thái độ phục vụ giao tiếp KH của nhân viên...

Tiếp tục duy trì và nâng cao các chính sách quan tâm đến nhân viên như bảo hiểm, nghỉ mát, trợ cấp, tặng thưởng nhân dịp lễ tết, đặc biệt phát triển chương trình nhà ở dành cho nhân viên...

Thường xuyên cập nhật, đánh giá chương trình nhân sự của các ngân

hàng đối thủ từ đó xây dựng phát triển chiến lược của riêng của BIDV – CN PHÚ TÀI sao cho đảm bảo tính cạnh tranh, thu hút nhân tài.

Ngoài ra, BIDV – CN PHÚ TÀI nên áp dụng chính sách giữ nhân sự theo công thức 5I :

- Interesting work – công việc thú vị : luân chuyển công việc cho nhân viên nhằm tránh công việc bị lặp đi lặp lại nhiều lần hết ngày này qua ngày khác trở nên nhàm chán và họ sẽ ra đi tìm công việc mới.

- Information – thông tin: nhân viên cần biết rõ thông tin về công việc, hiệu quả công việc của mình, đánh giá của cấp trên về họ, những lời khen tặng và khiển trách kịp thời.

- Involvement – lôi cuốn: khuyến khích nhân viên đồng tâm hiệp lực cùng ngân hàng giải quyết các vấn đề liên quan.

- Independence – độc lập: tạo điều kiện nhân viên được làm việc độc lập, hạn chế tâm lý bị kè kè giám sát. Đây chính là nhu cầu tự khẳng định và được tôn trọng mà bất cứ một nhân viên nào cũng mong muốn trong một môi trường làm việc chuyên nghiệp.

- Increased visibility – tăng cường tính minh bạch: hãy để nhân viên thể hiện, học hỏi chia sẻ lẫn nhau những kinh nghiệm trong xử lý công việc, không để tình trạng nhân viên che đậy ý tưởng, sáng kiến, tạo điều kiện cho mọi người làm việc vô tư, thoải mái với nhau, giảm sự đố kỵ, ghen ghét, tạo môi trường làm việc ít sâu bệnh. [5]

c. Giải pháp Marketing

+ Đẩy mạnh hoạt động bán hàng. Trong tương lai khi mà internet dần trở thành kênh giao tiếp thường xuyên của con người thì các chi nhánh, PGD truyền thống sẽ được thay thế bằng các điểm giao dịch chủ yếu tập trung vào công tác hướng dẫn và bán hàng. Đó là xu thế tất yếu mà BIDV – CN PHÚ TÀI cần phải chú trọng ngay từ bây giờ để nâng cao chất

lượng dịch vụ của chính mình.

Việc giao các chỉ tiêu về huy động, tín dụng cho các chức danh kinh doanh như hiện nay thì hầu hết nhân viên kinh doanh khi tiếp thị khách hàng chỉ tập trung giới thiệu các sản phẩm tiết kiệm và cho vay. Để thúc đẩy việc bán hàng các sản phẩm dịch vụ NHĐT, BIDV – CN PHÚ TÀI cần xây dựng thêm các chỉ tiêu khác như: số lượng hợp đồng BIDV Online được kí kết, số lượng khách hàng có giao dịch của từng dịch vụ NHĐT, phí dịch vụ...cho từng nhân viên kinh doanh cụ thể.

Tiếp tục phát triển chương trình bán hàng BIDV Online tận nơi cho khách hàng doanh nghiệp : trên cơ sở dữ liệu khách hàng sẵn có đang sử dụng những sản phẩm truyền thống của ngân hàng, nhân viên quan hệ khách hàng tiếp thị dịch vụ BIDV Online, nếu khách hàng nào có nhu cầu sử dụng thì phải tổ chức đi kèm với một nhân viên của ban dự án NHĐT tới công ty của khách hàng để hướng dẫn và tư vấn cũng như tiến hành kí kết hợp đồng tại chỗ.

Để chủ động hơn trong công tác bán hàng khi có những sản phẩm dịch vụ NHĐT mới được triển khai, trung tâm NHĐT cần phối hợp với các phòng Quản lý bán hàng thuộc hai khối khách hàng doanh nghiệp, khách hàng cá nhân tổ chức gửi SMS giới thiệu dịch vụ mới đến tất cả khách hàng đang sử dụng dịch vụ NHĐT và các khách hàng có tài khoản tiền gửi thanh toán tại BIDV – CN PHÚ TÀI .

Thường xuyên tổ chức các chương trình khuyến mãi để khuyến khích khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT nhiều hơn nữa, BIDV – CN PHÚ TÀI nên tiếp tục áp dụng chương trình miễn phí gia nhập, phí thường niên BIDV Online cho các khách hàng mới sử dụng. Đồng thời BIDV – CN PHÚ TÀI cũng thường xuyên nên tổ chức các chương trình bán hàng nội bộ, tặng giá trị giải thưởng để khuyến khích nhân viên

+ Đẩy mạnh hoạt động truyền thông và marketing dịch vụ NHĐT. Với đặc thù văn hóa tiêu dùng và thói quen sử dụng tiền mặt như hiện nay cộng với áp lực mở rộng thị trường và tăng thu nhập trong quá trình kinh doanh. Do đó, BIDV – CN PHÚ TÀI cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá tiếp thị để người tiêu dùng biết, làm quen và thấy được lợi ích thực sự của dịch vụ NHĐT, từ đó chấp nhận sử dụng nó như những sản phẩm dịch vụ truyền thống của ngân hàng. Hiện nay, hầu hết các ngân hàng đều cung cấp những sản phẩm dịch vụ NHĐT tương đồng, người tiêu dùng gặp khó khăn trong việc phân biệt, đánh giá chất lượng sản phẩm dịch vụ. Vì vậy, BIDV – CN PHÚ TÀI cần tạo ra một phong cách, một uy tín riêng cho những dịch vụ NHĐT của mình để dễ đi vào nhận thức của khách hàng nhanh nhất thông qua các phương thức sau:

- Tiến hành phân khúc thị trường và khách hàng để có thể xác định hợp lý thị trường và khách hàng mục tiêu, trên cơ sở đó xây dựng được chính sách sản phẩm dịch vụ và giá cả hợp lý. Xây dựng chiến lược Marketing phù hợp với từng đối tượng: Đối với khách hàng cá nhân thì có thể thực hiện chiến lược marketing đại trà thông qua các phương tiện thông tin đại chúng và các hình thức thông thường khác. Tuy nhiên, đối với khách hàng doanh nghiệp nên thực hiện phương thức tiếp thị trực tiếp đến từng doanh nghiệp, ưu tiên những khách hàng tiềm năng.

- Tăng cường công tác marketing nội bộ, nhân viên BIDV – CN PHÚ TÀI phải là người sử dụng và hiểu rõ về sản phẩm dịch vụ NHĐT của ngân hàng mình nhất. Đồng thời, xây dựng đội ngũ nhân viên tiếp thị, quan hệ khách hàng chuyên nghiệp, có thể hiểu rõ nhu cầu của khách hàng và phục vụ khách hàng một cách tốt nhất.

- Đẩy mạnh marketing trực tuyến: khách hàng online thì marketing cũng nên online. Khách hàng có thói quen sử dụng internet là những khách hàng

tiềm năng có thể dễ dàng sử dụng dịch vụ NHĐT. Theo nghiên cứu mới đây của Cimigo, khoảng 90% người dùng internet có sử dụng công cụ tìm kiếm (như Google) để tìm thông tin trên mạng. Vì vậy, các nhà làm marketing cho site thương mại điện tử khó bỏ qua công cụ search marketing như SEO và SEM, nhằm tăng lượng truy cập (traffic) vào site và gia tăng cơ hội bán được hàng. Bên cạnh đó, Mạng xã hội như Facebook, Zing Me, hay các forum đông người truy cập là những site mà những người làm internet marketing hay “dòm ngó”, internet marketing phải tận dụng được “tính kết nối và lan truyền” của internet. Chính vì vậy, BIDV – CN PHÚ TÀI cần tăng cường việc quảng bá sản phẩm dịch vụ trên internet kết hợp nhiều công cụ khác nhau để mang lại hiệu quả cao nhất như: sử dụng công cụ search marketing, marketing lan truyền trên các mạng xã hội/forum, email marketing... Internet marketing nên hướng tới việc xây dựng mối quan hệ lâu bền với khách hàng sau khi đã thu hút được họ. BIDV – CN PHÚ TÀI cũng cần chú trọng khi làm marketing trực tuyến là đặc điểm của người tiêu dùng Việt khi sử dụng một dịch vụ là “tính gắn bó thương hiệu”. Một khi họ đã quen dùng một dịch vụ thì xác suất tiếp tục quay trở lại sử dụng dịch vụ đó là rất cao. Nếu làm tốt việc này, thương hiệu BIDV – CN PHÚ TÀI sẽ có một nền tảng vững mạnh để xây dựng hình ảnh, từ đó giúp tăng doanh thu.

3.2.2. Giải pháp đa dạng hóa chủng loại dịch vụ

a. Hoàn thiện sản phẩm hiện có

Để có thể đưa các sản phẩm NHĐT ngày càng phổ biến vào đời sống của người dân, trước tiên BIDV – CN PHÚ TÀI cần hoàn thiện các sản phẩm, dịch vụ truyền thống quen thuộc, sẵn có để có thể duy trì lượng khách hàng hiện tại, thu hút các khách hàng mới, khách hàng tiềm năng, từ đó tiến đến việc giới thiệu, quảng bá các sản phẩm mới, sản phẩm NHĐT. Vì vậy, để

tạo lợi thế cạnh tranh trong lĩnh vực NHĐT, BIDV – CN PHÚ TÀI cần đầu tư, nghiên cứu để cung cấp ngày càng nhiều hơn các tiện ích của những sản phẩm NHĐT hiện tại và phát triển thêm những sản phẩm mới để đa dạng hóa các sản phẩm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

- Đối với nhóm sản phẩm về thẻ : hoàn thiện sản phẩm hiện có về hình thức lẫn nội dung, có thể thay đổi tên gọi hoặc thay đổi hình thức, mẫu mã của thẻ sao cho thuận tiện và đẹp mắt, tạo nên sự hấp dẫn hơn với khách hàng nhờ đó tăng và duy trì lượng khách hàng sử dụng thẻ.

- Đối với nhóm sản phẩm về ngân hàng điện tử : hoàn thiện thêm các tiện ích của những sản phẩm đã triển khai nhưng chưa thực sự hiệu quả nhằm tạo sự tin cậy cho khách hàng, áp dụng chính sách khuyến mãi riêng một số khách hàng có doanh số thanh toán lớn: tính toán miễn hoặc giảm các khoản phí dịch vụ nhỏ BSMS, phí đồ lương để thu hút khách hàng có doanh số chuyển tiền lớn, tăng thu dịch vụ

- Với dịch vụ BIDV Online :

+ Ngoài các tiện ích hiện tại cần có thêm chức năng vắn tin và thanh toán dư nợ thẻ tín dụng.

+ Tích cực tiếp thị dịch vụ BIDV Online tới khách hàng cá nhân mới, tập trung các tính năng ưu việt của dịch vụ cùng các nội dung ưu đãi, khuyến mãi hiện hành.

+ Tiếp tục tập trung vào các doanh nghiệp đồ lương, BSMS, Direct Banking cần phổ biến cho khách hàng về chủ trương ngừng dịch vụ BSMS để chuyển hướng dần sang dịch vụ IBMB, khuyến khích khách hàng chuyển đổi sang sử dụng BIDV Online với các tính năng ưu việt hơn cùng các ưu đãi hấp dẫn.

+ Đối với các doanh nghiệp đang quan hệ tín dụng với Chi nhánh, Chi nhánh có thể cân nhắc bổ sung một số điều khoản ràng buộc về sử dụng dịch

vụ bán lẻ trong đó có BIDV e-banking vào các hợp đồng, thỏa thuận hợp tác.

+ Đẩy mạnh bán kèm sản phẩm BIDV Online cho các khách hàng cá nhân khi khách hàng dùng dịch vụ bán lẻ khác như tiền gửi tiền vay, thẻ ... nhằm gia tăng tiện ích và hiệu quả sử dụng dịch vụ của khách hàng.

+ Phân giao chỉ tiêu cho từng cán bộ trong đơn vị để tiếp thị cho bạn bè, người thân sử dụng dịch vụ.

- Với dịch vụ BIDV Mobile :

+ Cần có thêm một số tính năng như chuyển tiền ngoài hệ thống, vắn tin thông tin thẻ tín dụng, vắn tin tài khoản thanh toán, tài khoản tiết kiệm, tài khoản tiền vay, tài khoản thấu chi, thẻ tín dụng.

+ Ngoài những biện pháp tương cực như BIDV Online , có thể hướng khách hàng đang hoặc đăng ký sử dụng BIDB Online cài đặt thêm ứng dụng BIDV Mobile trênđiện thoại di động để sử dụng thêm gói phí tài chính của BIDV nhằm giúp khách hàng tiếp cận thêm với tiện ích của BIDV Mobile, tạo tiền đề phát triển dịch vụ này.

- Với dịch vụ BIDV Business Online :

+ BIDV business online cần có thêm tính năng thanh toán hóa đơn và thanh toán bảng kê

+ Tiếp tục tập trung tiếp thị nhằm tăng trưởng số lượng khách hàng doanh nghiệp mới.

+Phối chặt chẽ với phòng nghiệp vụ ra soát tình hình giao dịch của các doanh nghiệp đang sử dụng dịch vụ nhằm gia tăng cường độ sử dụng dịch vụ của khách hàng và tăng doanh thu phí qua kênh BIDV Business Online

b. Phát triển sản phẩm mới

Ngoài các sản phẩm hiện có, BIDV – CN PHÚ TÀI cần đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ NHĐT để hạn chế việc khách hàng phải đến ngân hàng để thực hiện những dịch vụ mà NHĐT chưa thể cung cấp.

- Đối với nhóm sản phẩm về thẻ : đa dạng hóa danh mục sản phẩm thẻ, nhất là thẻ ghi nợ nội địa, tăng cường liên kết với các cơ sở chấp nhận thẻ như chuỗi siêu thị, nhà hàng nhằm tăng doanh số thanh toán thẻ, phát triển ATM kết hợp triển khai chi hộ lương

- Đối với nhóm sản phẩm về ngân hàng điện tử : cần đầu tư, nghiên cứu để cung cấp ngày càng nhiều hơn các tiện ích của những sản phẩm Ngân hàng điện tử hiện tại và phát triển thêm những sản phẩm mới để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. BIDV – CN PHÚ TÀI cũng cần nghiên cứu để phát triển, cung cấp các dịch vụ ở cấp độ cao hơn và mang lại nhiều lợi nhuận hơn như dịch vụ quản lý quỹ, cho thuê tài chính, kios ngân hàng.. điện tử hóa các thủ tục, chứng từ đăng ký, tiến tới xây dựng những chi nhánh NHĐT hoạt động hoàn toàn trên môi trường mạng.

c. Đảm bảo tính cạnh tranh về giá

- Thực hiện khảo sát giá dịch vụ NHĐT ở một số các ngân hàng khác để điều chỉnh lại chính sách giá cho phù hợp.

- Phát huy tính linh hoạt của của chính sách giá như thay vì chỉ tính theo từng giao dịch như hiện nay thì mở rộng thời hạn tính phí thành quý hoặc năm, áp dụng mức phí ưu đãi cho các khách hàng VIP ..

- Khi áp dụng các chương trình khuyến mãi, dự thưởng chẳng hạn, nên áp dụng cho cả dịch vụ NHĐT để khuyến khích khách hàng sử dụng.

3.2.3. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ

a. Giải pháp tăng tiện ích cho dịch vụ Ngân hàng điện tử

Công nghệ đã có một ảnh hưởng không lồ tới chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng của khách hàng. Nhiều nhà nghiên cứu tin tưởng rằng khách hàng có được nhận thức dịch vụ tốt hơn nhờ vào công nghệ hơn là nhờ vào những nhân viên. Điều này có nghĩa rằng, khi khách hàng có thể hiểu và nắm bắt với công nghệ tốt, họ có thể quản lý kinh tế hàng ngày của

mình dễ dàng hơn, những công việc được thực hiện hiệu quả hơn và do đó chất lượng dịch vụ sẽ được nhận thức tốt hơn. Các dịch vụ NHĐT đang được sử dụng ngày càng nhiều và đem lại những lợi ích rõ ràng, tuy nhiên mặt hạn chế của dịch vụ NHĐT là chủ yếu phụ thuộc vào công nghệ. Do đó để tạo ra sự khác biệt trong tiện ích cũng như chất lượng dịch vụ, BIDV – CN PHÚ TÀI cần phải tăng cường đầu tư phát triển, ứng dụng công nghệ hiện đại, cụ thể như sau :

+ Tăng cường cải tiến trang thiết bị, đẩy nhanh tiến độ hoàn thành dự án nâng cấp hệ thống Core Banking để đảm bảo tốc độ giao dịch nhanh chóng, kịp thời, không còn sự khác biệt về cách thức, tốc độ xử lý giao dịch giữa giao dịch nội bộ và giao dịch liên chi nhánh.

+ Đảm bảo hệ thống đường truyền ổn định bằng cách đầu tư phát triển hạ tầng kỹ thuật mạng, xây dựng một kết cấu hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại có thể dễ dàng kết nối với các thiết bị giao dịch tự động, các hệ thống thông tin công cộng, đó là cơ sở để xây dựng phát triển các dịch vụ NHĐT. Bên cạnh đó, BIDV – CN PHÚ TÀI cũng cần nâng cấp mở rộng đường truyền với băng thông rộng, dung lượng lớn, tốc độ cao. Việc cải tạo đường truyền là một giải pháp thiết thực nhằm giải quyết khó khăn về mặt truyền tin trên mạng, hạn chế tối đa sự nghẽn mạng ảnh hưởng đến chất lượng của dịch vụ NHĐT.

+ Nhanh chóng triển khai các dự án đầu tư có liên quan như hệ thống thẻ chip, dự án Call Center để hỗ trợ khách hàng, cấp user quản lý thẻ cho các chi nhánh trực thuộc.

b. Giải pháp nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng

Trong điều kiện hiện nay, khi mà dịch vụ NHĐT được đặc biệt chú trọng phát triển mạnh ở hầu hết các ngân hàng sẽ dẫn đến sự tương đồng về vốn đầu tư và công nghệ. Để tạo ra sự khác biệt cho chính mình, BIDV –

CN PHÚ TÀI cần nâng cao năng lực phục vụ khách hàng của các kênh phân phối điện tử và trực tuyến. NHĐT đã thay đổi tương tác giữa ngân hàng với khách hàng của họ. Bởi vì không còn mặt đối mặt trong tương tác với khách hàng, ngân hàng phải cung cấp cho khách hàng một dịch vụ thực sự tốt. Một dịch vụ NHĐT tốt không chỉ đáp ứng được nhiều tiện ích, tính năng tốt mà phải tạo ra và duy trì được sự liên hệ giữa ngân hàng và khách hàng. Có như vậy ngân hàng mới biết được cái khách hàng thực sự cần là gì, từ đó mang lại sự hài lòng và trung thành của khách hàng.

Vì vậy, BIDV – CN PHÚ TÀI cần tăng cường chăm sóc khách hàng cụ thể như sau:

+ Xây dựng những tiêu chuẩn về dịch vụ khách hàng : Tiếp tục thực hiện công tác đào tạo, phổ biến tại Chi nhánh về dịch vụ Ngân hàng Điện tử, đảm bảo các cán bộ bán hàng, tác nghiệp triển khai dịch vụ thành thạo tới các khách hàng.

+ Xây dựng chính sách khách hàng phù hợp : cần phải thành lập bộ phận chăm sóc khách hàng giúp khách hàng yên tâm, tin tưởng khi sử dụng dịch vụ. Cụ thể là xây dựng chính sách chăm sóc dành riêng cho khách hàng sử dụng thường xuyên dịch vụ NHĐT dựa vào một số tiêu chí như: tần suất giao dịch, giá trị giao dịch, phí dịch vụ và số lượng dịch vụ NHĐT đang sử dụng... Chú trọng và nâng cao chất lượng các hoạt động tiếp thị và chăm sóc khách hàng VIP như: hỗ trợ khách hàng VIP theo dõi cước phí và quản lý việc thanh toán các hóa đơn dịch vụ trả sau phát sinh hàng tháng (bao gồm: tiền điện, nước, internet, bảo hiểm, tiền vay...); Phục vụ trọn gói các yêu cầu giao dịch tài chính và tư vấn riêng phương thức đầu tư tài chính sinh lợi nhất; đặc quyền sử dụng phòng họp riêng đầy đủ tiện nghi và bảo mật; được hưởng các ưu đãi tại ngân hàng và đối tác liên kết.

+ Xây dựng các kênh hỗ trợ giải quyết khiếu nại, thắc mắc của khách hàng nhằm thỏa mãn và mang lại niềm tin cho khách hàng mỗi khi đến giao dịch

Ngoài ra, để duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng, BIDV – CN PHÚ TÀI cần nỗ lực hơn nữa trong việc cải thiện cũng như tạo ra những cách thức giao tiếp khác nhằm cung cấp một chất lượng dịch vụ điện tử cao cụ thể như sau: Bên cạnh kênh liên lạc truyền thống qua Email, điện thoại cần tổ chức những buổi đến thăm khách hàng thường xuyên hơn, tổ chức những buổi hội nghị, buổi huấn luyện cần thiết cho khách hàng làm thế nào để sử dụng NHĐT hiệu quả. Tại từng đơn vị phải lập kế hoạch cho nhân viên kinh doanh thường xuyên tiếp xúc với khách hàng để nắm rõ tình hình của khách hàng, lắng nghe các góp ý, đề nghị, nhu cầu mới của khách hàng và cung cấp những thông tin mà khách hàng quan tâm.

c. Giải pháp tăng độ tin cậy của dịch vụ Ngân hàng điện tử

+ Tăng cường tính bảo mật bằng cách hỗ trợ các chương trình phần mềm về an ninh mạng và cập nhật thường xuyên nhằm tạo cho khách hàng sự yên tâm không lo bị mất cắp thông tin tài khoản cá nhân và tiền trong tài khoản của họ. Thường xuyên sử dụng các công cụ thích hợp để dò tìm lỗ hổng, các điểm yếu trên hệ thống giúp phát hiện và khắc phục kịp thời nhằm đảm bảo an toàn cho hệ thống mạng.

+ Đưa thêm vào hợp đồng đăng ký sử dụng dịch vụ NHĐT các điều khoản tranh chấp và xử lý tranh chấp nếu có phát sinh nhằm tạo cơ sở pháp lý để khách hàng yên tâm sử dụng dịch vụ. Bên cạnh đó, nhân viên cần phải có trách nhiệm giải thích thật chi tiết, rõ ràng những thuật ngữ chuyên môn, về quyền lợi và nghĩa vụ của khách hàng, các rủi ro có thể xảy ra cũng như biện pháp phòng tránh khi thực hiện giao dịch qua hệ thống NHĐT. Qua đó nâng cao ý thức của khách hàng về sự an toàn, bảo mật, hạn chế tối đa mọi sự nhầm lẫn trong khi sử dụng dịch vụ bởi khách hàng.

+ Đưa ra những cam kết nằm trong khả năng của mình, không nên đưa ra những cam kết quá cao để thu hút khách hàng.

3.2.4. Giải pháp hạn chế rủi ro trong việc cung cấp dịch vụ NHĐT

Trong thời đại công nghệ số phát triển mạnh mẽ thì việc cung cấp cũng như sử dụng dịch vụ NHĐT luôn luôn tiềm ẩn nhiều rủi ro. Chính điều này làm ảnh hưởng đến uy tín, thương hiệu, hoạt động hàng ngày, tính tuân thủ pháp luật của BIDV – CN PHÚ TÀI, đặc biệt gây thất thoát tài sản của ngân hàng và cả khách hàng. Do vậy, BIDV – CN PHÚ TÀI cần phải xây dựng cho mình một chính sách quản lý rủi ro trong hoạt động NHĐT chặt chẽ hơn, cụ thể như :

a. Quản lý rủi ro trong nội bộ tổ chức của BIDV – CN PHÚ TÀI

+ Phân quyền sử dụng hệ thống NHĐT

Trước hết phải thiết lập việc phân quyền hợp lý hơn, kiểm soát dữ liệu, tiến trình giao dịch NHĐT và giám sát chặt chẽ các quy trình nhằm ngăn chặn truy cập trái phép từ bên trong và bên ngoài hệ thống NHĐT. Bên cạnh đó cần phải nâng cao quản lý việc phân quyền và trách nhiệm đối với từng cá nhân cụ thể và chặt chẽ hơn.

+ Quản lý mật khẩu người dùng

BIDV – CN PHÚ TÀI cần phải đảm bảo các mật khẩu hay tên truy cập mặc nhiên vào bất kỳ thành phần nào trên hệ thống NHĐT đều phải được thay đổi định kỳ và phải khác mật khẩu mặc nhiên, tuân thủ đúng độ phức tạp theo quy định của Pháp luật.

+ Xây dựng quy trình, quy chuẩn trong hoạt động NHĐT

Hoạt động NHĐT phải được quy chuẩn theo các tiến trình công việc, quy trình nghiệp vụ và phân công công việc rõ ràng tránh tình trạng làm việc tùy tiện dẫn đến sai sót hay không thể truy vết giao dịch.

+ Xây dựng nguyên tắc truy cập từ xa vào hệ thống NHĐT

- Quy định cụ thể đối tượng được phép truy cập từ xa là ai, mục đích truy cập là gì? Tất cả những đối tượng hay phương pháp truy cập từ xa đều phải được theo dõi và kiểm soát thông qua một điểm điều khiển truy cập duy nhất. Bên cạnh đó, cần phải có những cơ chế tự động để hỗ trợ cho việc giám sát và điều khiển các phương pháp truy cập từ xa.

- Sử dụng mã hóa để bảo vệ tính bí mật của những phiên truy cập từ xa.

- Nên hạn chế việc truy cập hệ thống NHĐT qua mạng không dây hay các phương thức có độ bảo mật thấp.

b. Quản lý rủi ro trong giao dịch NHĐT với khách hàng

- Phải bảo mật thông tin khách hàng

- Mọi truy cập đến dữ liệu phải có kiểm soát, phải được cài đặt, sử dụng mật khẩu để tránh truy cập trái phép.

- Các giao dịch truy vấn thông tin thì không cần có nhân viên giám sát từng giao dịch, nhưng các giao dịch chuyển khoản, chuyển tiền, mua bán ngoại tệ phải được thực hiện có cơ chế xác thực chữ ký điện tử.

c. Quản lý rủi ro với bên thứ ba

- BIDV – CN PHÚ TÀI phải lường trước được những rủi ro có thể phát sinh khi tham gia hợp tác với đối tác tham gia triển khai các dịch vụ NHĐT.

- Phải đánh giá đúng năng lực và khả năng tài chính của nhà cung ứng dịch vụ trước khi ký kết hợp đồng thực hiện dịch vụ NHĐT. Hợp đồng cần phải xác định rõ ràng trách nhiệm bảo mật hay chia sẻ thông tin giao dịch và khách hàng ngay cả khi hợp đồng chấm dứt.

- Hợp đồng phải có quy định để bảo vệ quyền lợi chính đáng cho khách hàng khi bên thứ ba gây hại đến khách hàng.

- Nên sử dụng dịch vụ tương tự của nhà cung cấp khác làm phương án dự phòng.

- Yêu cầu bên thứ ba tuân thủ các quy định về bản quyền đối với giải pháp cung cấp và cam kết duy trì, nâng cấp giải pháp trong một thời gian nhất định.

- Mọi can thiệp vào hệ thống ngân hàng lõi của BIDV – CN PHÚ TÀI đều phải được xác thực.

- Các chương trình phần mềm thuê ngoài phát triển phải đảm bảo : kiểm soát được mã lệnh, không bị lợi dụng để xâm nhập vào hệ thống NHĐT, bí mật thông tin, sở hữu trí tuệ đối với các chương trình phần mềm sau khi phát triển.

d. Quản lý rủi ro trong trường hợp xảy ra sự cố

Cơ chế giám sát rủi ro phải chặt chẽ, linh hoạt : các chính sách, quy trình quản lý phải được thường xuyên xem xét đánh giá, chỉnh sửa, nâng cấp kịp thời nhằm đảm bảo tính phù hợp và đủ khả năng xử lý những rủi ro phát sinh mới trong hoạt động NHĐT ở mọi thời điểm.

Bên cạnh đó BIDV – CN PHÚ TÀI cần nâng cao khả năng phản ứng nhanh với sự cố như xây dựng cơ chế để nhận biết các vấn đề phát sinh ngay khi xuất hiện, mục đích là kiểm tra mức độ nghiêm trọng của vấn đề, từ đó sớm kiểm soát được những rủi ro có thể xuất hiện, xây dựng kế hoạch ứng phó với tình trạng khẩn cấp cho toàn thể lãnh đạo và nhân viên, đảm bảo trong trường hợp khẩn cấp thì mọi hành động tác nghiệp phải có hệ thống và quy định hướng dẫn từ trước như ai làm gì, khi nào làm, làm như thế nào ...

3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

3.3.1. Đối với chính phủ và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Để dịch vụ NHĐT thực sự đi vào đời sống và phát huy được phát huy được toàn diện những ưu thế cũng như những lợi ích của nó đòi hỏi phải có sự đầu tư, sự quan tâm đúng đắn của các nhà quản lý, khách hàng và bản thân các ngân hàng. Các cơ quan nhà nước cần phối hợp và triển khai đồng

bộ các vấn đề sau:

+ Đẩy mạnh việc phát triển thương mại điện tử. Hoạt động tuyên truyền, phổ biến về thương mại điện tử đã được các cơ quan quản lý nhà nước, cơ quan thông tin đại chúng tổ chức triển khai mạnh mẽ trong thời gian qua, tuy nhiên đến nay nhận thức của người dân về thương mại điện tử vẫn còn thấp, do đó trong thời gian tới cần đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền phổ biến về thương mại điện tử, nội dung tuyên truyền cần đi sâu vào lợi ích của việc tham gia giao dịch thương mại điện tử như nhanh chóng, an toàn, tiết kiệm, tạo điều kiện và khuyến khích các hoạt động mua bán kinh doanh qua mạng, từ đó tạo nhu cầu kinh doanh, thanh toán, giao dịch... tạo ra lượng khách hàng tiềm năng cho dịch vụ NHĐT.

+ Tăng cường các quan hệ hợp tác quốc tế nhằm khai thông các quan hệ ngân hàng và tận dụng các nguồn vốn, công nghệ từ các nước và các tổ chức quốc tế, trao đổi thông tin từ lĩnh vực ngân hàng, đặc biệt là về đào tạo, phổ biến kiến thức và kinh nghiệm hội nhập cho những cán bộ liên quan của NHNN và một số NHTM để giúp hoàn thiện và phát triển dịch vụ NHĐT theo hướng khoa học hiện đại.

+ Xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật. Xây dựng hoàn thiện hệ thống các luật và nghị định nhằm quản lý tiến trình kinh doanh qua mạng, là căn cứ để giải quyết tranh chấp. Xây dựng chuẩn chung và cơ sở pháp lý cho văn bản điện tử, chữ ký điện tử và chứng nhận điện tử. Hệ thống văn bản pháp lý liên quan đến việc đổi mới nghiệp vụ cần phù hợp với sự phát triển của công nghệ thông tin giúp cho các sản phẩm dịch vụ NHĐT nhanh chóng tiếp cận, phục vụ khách hàng. Tiếp tục bổ sung, hoàn chỉnh khuôn khổ pháp lý và cơ chế chính sách cho phát triển thanh toán điện tử. Trong đó, khung pháp lý rõ ràng, minh bạch và sự giám sát hợp lý của NHNN đối với hệ thống ngân hàng sẽ là một yếu tố quan

trọng trong việc tăng cường lòng tin của người sử dụng và giới doanh nghiệp vào hệ thống thanh toán điện tử nói riêng, hệ thống thanh toán quốc gia nói chung.

+ Phát triển hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin và Internet. Thực hiện tin học hoá các tổ chức kinh doanh dịch vụ, các ngân hàng và tổ chức tín dụng, nâng cao tốc độ đường truyền Internet, giảm thiểu cước phí ...tạo điều kiện cho toàn dân có thể sử dụng các dịch vụ trực tuyến. Đặc biệt, mở rộng tối đa mật độ phủ sóng điện thoại, điện thoại di động đối với vùng sâu, vùng xa. Bên cạnh đó cần xây dựng cơ sở hạ tầng truyền thông mạnh, tốc độ cao, không bị nghẽn mạch, giá cước phù hợp, hạn chế độc quyền viễn thông.

3.3.2. Đối với BIDV – CN PHÚ TÀI

Để phát triển dịch vụ NHĐT vững mạnh, BIDV – CN PHÚ TÀI cần chuẩn bị kỹ một số yếu tố bao gồm :

+ Hiện đại hóa quy trình nghiệp vụ, tăng cường công tác khảo sát đánh giá chất lượng dịch vụ NHĐT định kỳ thông qua phiếu khảo sát khách hàng, lập bảng tổng hợp ý kiến của khách hàng. Việc khảo sát có thể tiến hành trực tiếp thông qua bảng câu hỏi khoa học về chất lượng dịch vụ NHĐT, những yếu tố ảnh hưởng đến nhận thức của người sử dụng về chất lượng dịch vụ NHĐT qua thư, điện thoại góp ý của khách hàng, qua phỏng vấn trực tiếp hay tổ chức một buổi trao đổi ý kiến...để các khách hàng bày tỏ sự đánh giá, nhận xét thẳng thắn nhất về các sản phẩm dịch vụ NHĐT. Dựa trên kết quả khảo sát, các thắc mắc của khách hàng để đưa ra các kiến nghị cải tiến dịch vụ để phục vụ khách hàng tốt nhất.

+ Xây dựng các tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ hướng tới khách hàng. Để từng nhân viên có thể làm tốt công tác cung cấp dịch vụ NHĐT có chất lượng, cần phải đưa ra các tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ được xác định từ nhu cầu khách hàng, vì chính từ sự nhiệt tình giới thiệu, tư vấn lợi ích của dịch vụ

NHĐT sẽ kích thích sự tìm hiểu và sử dụng dịch vụ của khách hàng, từ đó có thể giới thiệu đến đồng nghiệp, bạn bè và người thân sử dụng DV NHĐT của BIDV – CN PHÚ TÀI cụ thể như chăm chú lắng nghe xác nhận nhu cầu khách hàng, tận tình tư vấn hướng dẫn cho khách hàng, giữ gìn tác phong chuyên nghiệp trong quá trình giao dịch, cảm ơn khách hàng khi kết thúc giao dịch...

+ Xây dựng chính sách an toàn hệ thống bảo mật thông tin. Các dịch vụ NHĐT được xây dựng trên môi trường mạng viễn thông công cộng nên chứa nhiều rủi ro, do vậy hệ thống phải đảm bảo tính bảo mật cao về đường truyền, dữ liệu khách hàng. Bên cạnh hệ thống chính thức phải có hệ thống dự phòng luôn ở trạng thái sẵn sàng đề phòng trường hợp tắt nghẽn hoàn toàn về viễn thông thì chỉ làm ngưng trệ các giao dịch liên chi nhánh, các giao dịch nội bộ chi nhánh vẫn hoạt động bình thường. Trong môi trường kinh doanh đầy rẫy biến động, khi nền kinh tế phát triển thì việc đánh cắp thông tin..không ngừng phát triển và chính vì vậy, công nghệ bảo mật cũng phải không ngừng cải tiến và đổi mới. BIDV – CN PHÚ TÀI cần chú trọng về vấn đề này vì chính việc xây dựng được những công nghệ bảo mật an toàn sẽ tạo được lòng tin nơi khách hàng, làm cho họ cảm thấy yên tâm khi giao dịch với ngân hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Dịch vụ NHĐT ở các NHTM trong thời gian qua ngày càng được phát triển và mở rộng. Tuy nhiên sự xuất hiện của các ngân hàng nước ngoài với vốn, công nghệ và kinh nghiệm cao đang tích cực hoạt động tại thị trường Việt Nam sẽ gia tăng áp lực cạnh tranh cho các NHTM trong nước nói chung và BIDV – CN PHÚ TÀI nói riêng. Đây là thách thức cũng như là áp lực cần thiết để các NHTM nội nỗ lực hơn nữa nhằm mở rộng quy mô, nâng cao chất lượng phục vụ, học hỏi kinh nghiệm quản trị để tiến tới đáp ứng nhu cầu phục vụ ngày một cao của khách hàng. BIDV – CN PHÚ TÀI đã và đang củng cố, nâng cao chất lượng dịch vụ, sử dụng chất lượng dịch vụ như một công cụ cạnh tranh hữu hiệu từ đó hình thành nên nền tảng, phát triển vững chắc, vững bước đi lên đáp ứng những yêu cầu, đòi hỏi cấp thiết trong quá trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới. Trên cơ sở phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ NH điện tử ở chương 2, chương 3 của luận văn đã đưa ra các giải pháp về nâng cao chất lượng dịch vụ NH điện tử như : đề xuất giải pháp về phát triển quy mô dịch vụ, nhóm giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ NHĐT, đa dạng hóa chủng loại dịch vụ...Đồng thời, luận văn cũng đưa ra các kiến nghị đối với Chính phủ, NH Nhà nước và đối với BIDV – CN PHÚ TÀI nhằm phát triển dịch vụ NHĐT tốt nhất trong tương lai.

KẾT LUẬN

Trong những năm qua BIDV – CN PHÚ TÀI đã nỗ lực không ngừng để nâng cao thương hiệu, hình ảnh và vị thế, phấn đấu trở thành nhà cung cấp dịch vụ tài chính ngân hàng hàng đầu tại địa bàn. Tuy vậy, do cạnh tranh trong hoạt động ngân hàng ngày càng gay gắt và sự tương đồng về công nghệ (Core Banking) đang được triển khai tại các NHTM, các sản phẩm ngân hàng hiện có trên thị trường khá đồng nhất, về cơ bản thị trường không còn tồn tại sản phẩm với tính năng vượt trội ngoài trừ những chiến lược và sách lược đúng đắn của riêng mỗi ngân hàng nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Với mong muốn đóng góp vào sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV – CN PHÚ TÀI nhằm nâng cao sức cạnh tranh, khẳng định vị thế, tác giả đã tập trung nghiên cứu một cách khoa học về những nội dung trọng yếu của việc phát triển dịch vụ NHĐT để làm sáng tỏ một số vấn đề về lý luận và thực tiễn sau :

Thứ nhất, làm rõ khái niệm về dịch vụ ngân hàng điện tử trên cơ sở kế thừa có chọn lọc và bổ sung, đưa ra những nội dung và ý nghĩa của việc phát triển dịch vụ này trong tương lai.

Thứ hai, nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV – CN PHÚ TÀI trên cơ sở số liệu được lấy trong giai đoạn 2009-2011 và dựa vào kết quả khảo sát để phân tích những thuận lợi và khó khăn, những nguyên nhân tồn tại

Thứ ba, trên cơ sở những hạn chế còn tồn tại về dịch vụ Ngân hàng điện tử tại BIDV-CN Phú Tài, tác giả đề xuất những giải pháp nhằm phát triển dịch vụ này.

Mặc dù đã rất cố gắng để đạt được kết quả theo mục tiêu đề ra nhưng do giới hạn trong khuôn khổ và khả năng còn nhiều hạn chế nên chắc chắn luận văn không thể tránh khỏi những thiếu sót. Tác giả luận văn rất mong nhận được sự góp ý của các thầy cô nhằm đem lại kết quả cao hơn cả về lý luận và thực tiễn./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ngô Minh Hải, Trần Hoàng Ngân (2004), “*Sự phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Việt Nam*”, Tạp chí kinh tế, Số 169
- [2] Nguyễn Văn Nghĩa (2011), *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại VCB – CN Quảng Nam*, Luận văn thạc sĩ kinh tế
- [3] Phạm Thị Kiến Phương (2012), *Nâng cao chất lượng dịch vụ NHĐT tại NHTMCP Á Châu*, Luận văn thạc sĩ kinh tế
- [4] Lưu Thanh Thảo (2008), *Phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Á Châu*, Luận văn Thạc sĩ kinh tế.
- [5] Hồ Thị Anh Thi (2012), *Một số giải pháp phát triển dịch vụ NHĐT tại Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ kinh tế
- [6] Vũ Hoàng Vy (2012), *Phát triển dịch vụ NHĐT tại NHTM CP Sài gòn thương tín*, Luận văn thạc sĩ kinh tế
- [7] How the Internet redefines banking (1999), *Tạp chí The Australian Banker*, Tuyển tập 133, số 3,6/1999
- [8] Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam năm 2006
- [9]. BIDV – CN PHÚ TÀI , *Chiến lược và kế hoạch phát triển dịch vụ E-Banking*
- [10]. BIDV – CN PHÚ TÀI , *Báo cáo thường niên từ năm 2009 - 2011.*
- [11]. Các trang web:
- <http://www.acb.com.vn>
 - <http://www.bidv.com.vn>
 - <http://www.vcb.com.vn>

PHỤ LỤC

PHIẾU KHẢO SÁT Ý KIẾN CỦA KHÁCH HÀNG

VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV

Tôi tên là Man Thị Quỳnh Na - hiện đang là học viên cao học, chuyên ngành Tài chính – Ngân hàng của Đại học Đà Nẵng. Hiện nay, tôi đang tiến hành một nghiên cứu khoa học về “*chất lượng dịch vụ Ngân hàng điện tử tại BIDV*” với mục đích thu thập số liệu và thăm dò ý kiến khách hàng cho đề tài luận văn Thạc sĩ của mình.

Định nghĩa “ngân hàng điện tử” : là các sản phẩm dịch vụ ngân hàng được phân phối dựa trên Internet, phương tiện điện tử thông qua các Website, điện thoại di động....Phương thức hoạt động này vô cùng tiện lợi vì nó cho phép ngân hàng có thể phục vụ khách hàng tại bất cứ thời điểm nào và tại bất cứ nơi đâu có kết nối Internet và các phương tiện viễn thông. Với ***ngân hàng điện tử***, khách hàng có thể kiểm tra chi tiết tài khoản, liệt kê các giao dịch, chuyển khoản, thanh toán..

Kính mong quý Anh/Chị dành chút ít thời gian trả lời một số câu hỏi sau đây. Tất cả những thông tin do quý Anh/Chị cung cấp rất có giá trị cho nghiên cứu của tôi và tôi xin cam kết những thông tin riêng của quý Anh/Chị sẽ được giữ kín và chỉ sử dụng để phục vụ cho mục đích nghiên cứu này.

Rất mong nhận được sự giúp đỡ của quý Anh/Chị. Xin chân thành cảm ơn.

5. Tần suất sử dụng các tiện ích của dịch vụ Ngân hàng điện tử của Anh/chị như thế nào?

Tiện ích	Lần/tháng
Kiểm tra số dư, nhận sao kê	
Cập nhật thông tin về tỷ giá, lãi suất, giá chứng khoán	
Chuyển khoản	
Thanh toán hóa đơn (điện, nước...)	
Thanh toán tín dụng	
Nạp tiền di động	
Thanh toán/nhận lương	

6. Lý do chính khiến Anh/chị sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử của BIDV?

- Giao dịch tiện lợi, nhanh chóng
 Ngân hàng uy tín cao
 Miễn phí sử dụng dịch vụ
 Tính bảo mật cao
 Khác

7. Mục đích mà Anh/chị sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử của BIDV?

- Chuyển khoản
 Kiểm tra số dư
 Thanh toán, nhận lương
 Cập nhật thông tin về tỷ giá, lãi suất
 Khác

8. Đánh giá về chất lượng dịch vụ Ngân hàng điện tử của BIDV

Yếu tố	Hoàn toàn không đồng ý (1)	Không đồng ý (2)	Bình thường (3)	Đồng ý (4)	Hoàn toàn đồng ý (5)
Thủ tục đăng ký sử dụng dịch vụ đơn giản	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cách thức sử dụng dịch vụ đơn giản	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Thời gian thực hiện và xử lý giao dịch nhanh chóng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Yếu tố	Hoàn toàn không đồng ý (1)	Không đồng ý (2)	Bình thường (3)	Đồng ý (4)	Hoàn toàn đồng ý (5)
Các dịch vụ ngân hàng điện tử đa dạng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tính bảo mật cao	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Phí dịch vụ hợp lý	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nhân viên giải thích, tư vấn nhiệt tình, chuyên nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Các vướng mắc, khiếu nại của khách hàng được giải quyết nhanh chóng, chuyên nghiệp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. Qua thời gian sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử của BIDV, Anh/chị cho rằng mức độ hài lòng của mình đối với dịch vụ trên là như thế nào ?

Mức độ hài lòng được đánh số theo thứ tự tăng dần : 1 là hoàn toàn không hài lòng, 2 là không hài lòng, 3 là bình thường, 4 là hài lòng và 5 là hoàn toàn hài lòng

<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------	----------------------------

10. Lý do chính khiến Anh/chị chưa sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử?

- Dịch vụ còn mới, chưa biết, chưa có thông tin
- Có thói quen đến ngân hàng giao dịch
- Lo ngại thủ tục rườm rà
- Cảm thấy không an tâm, an toàn
- Quen sử dụng dịch vụ của ngân hàng khác
- Chưa có nhu cầu, chưa cần thiết sử dụng
- Khác.....

11. Anh/chị có dự định sử dụng hay giới thiệu cho bạn bè, đồng nghiệp, người thân sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử không?

- Có Không