

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

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng - Năm 2013

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

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

Phản biện 1: PGS. TS. VÕ XUÂN TIẾN

Phản biện 2: PGS. TS. VÕ THỊ THÚY ANH

Luận văn đã được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 26 tháng 01 năm 2013.

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại học Đà Nẵng

Thư viện trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

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.

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 góp 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 lý 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 lý 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

L 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

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.

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.

3. “ Phát triển dịch vụ internet-banking”, năm 2011, Huỳnh Thị Thu Hiền.

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.

5. “Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại VCB- CN Quảng Nam”, năm 2011, tác giả Nguyễn Văn Nghĩa

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.

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.

1.1.2. Đặc điểm của dịch vụ ngân hàng điện tử

- a. Mở rộng phạm vi hoạt động, tăng khả năng cạnh tranh*
- b. Cung cấp dịch vụ trọn gói*
- c. Nhanh chóng, thuận tiện, độ chính xác cao trong giao dịch*

1.1.3. Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử

- a. Dịch vụ ngân hàng tại nhà (home-banking)*
- b. Dịch vụ ngân hàng qua điện thoại (phone-banking)*
- c. Dịch vụ ngân hàng qua điện thoại di động (mobile-banking)*
- d. Trung tâm dịch vụ khách hàng qua điện thoại (call-center)*
- e. Dịch vụ ngân hàng trên mạng internet (internet-banking)*
- f. Dịch vụ Kiosk –banking*

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

- a. Đối với nền kinh tế*
- b. Đối với ngân hàng*
- c. Đối với khách hàng*

1.2. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

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

- a. Tăng quy mô dịch vụ ngân hàng điện tử*
 - + Tăng số lượng lắp đặt các máy ATM, POS
 - + Mở rộng kênh phân phối và phương thức cung cấp dịch vụ
 - + Tăng lượng khách hàng sử dụng
- b. Đa dạng hóa chủng loại sản phẩm dịch vụ*

+ Hoàn thiện sản phẩm hiện có

+ Phát triển sản phẩm mới

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

+ Đầu tư thêm cơ sở vật chất, công nghệ thông tin nhằm cung cấp dịch vụ nhanh, chính xác.

+ Gia tăng sự hài lòng của khách hàng

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

+ Kiểm soát rủi ro hoạt động

+ Kiểm soát rủi ro danh tiếng

+ Kiểm soát rủi ro luật pháp

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.

+ 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.

+ Sự hài lòng của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử.

+ Mức độ an toàn, bảo mật và khả năng phòng chống rủi ro

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.

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 NHĐT mang hàm lượng công nghệ cao

1.3.2. Các nhân tố nội tại của ngân hàng

a. Nguồn lực tài chính

b. Chất lượng nguồn nhân lực

c. Chính sách của ngân hàng

d. Hệ thống bảo mật, phòng ngừa rủi ro

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

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.

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.

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.

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.

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

Thứ sáu là, xây dựng chiến lược Marketing cụ thể, rõ ràng

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

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.

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

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

DVT : 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)

b. Huy động vốn

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

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	318	933	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

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

+ **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.

+ **Một số dịch vụ ngân hàng điện tử hiện đại**

- **BIDV Online**

- **BIDV Business Online**

- **BIDV Mobile**

- **BIDV – Directbanking**

- **BSMS**

- **BIDV Homebanking**

- **Quản lý dòng tiền**

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

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 rỗng 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.

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

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.

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.

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.

+ 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.

+ 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.

+ 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%)

+ 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%.

+ 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 +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 tiến 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.

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

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 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.

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

- 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 trặc 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.

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

- Nguồn nhân lực chưa chuyên sâu, thiếu môi trường thực hành, chỉ tập trung vào các dịch vụ ngân hàng truyền thống

- Công tác quảng bá sản phẩm và chính sách khách hàng chưa hiệu quả

- 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

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 đó 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

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.

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.

- 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

b. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực

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.

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.

c. Giải pháp Marketing

+ Đẩy mạnh hoạt động bán hàng

+ Đẩy mạnh hoạt động truyền thông và marketing dịch vụ NHĐT. 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.

- 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.

3.2.2. Giải pháp đa dạng hóa chủng loại dịch vụ

a. Hoàn thiện sản phẩm hiện có

- 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

b. Phát triển sản phẩm mới

- 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.

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

+ 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

+ Đảm bảo hệ thống đường truyền ổn định bằng cách đầu tư phát triển hạ tầng kỹ thuật mạng

+ 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 cho các chi nhánh trực thuộc

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

+ Xây dựng tiêu chuẩn về dịch vụ khách hàng

+ Xây dựng chính sách khách hàng phù hợp

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

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

+ Đưa thêm vào hợp đồng đăng ký sử dụng dịch vụ NHĐT các điều khoản tranh chấp và xử lý tranh chấp nếu có

+ Đưa ra 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

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

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

c. Quản lý rủi ro với bên thứ ba

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

3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

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

+ Đẩy mạnh việc phát triển thương mại điện tử.

+ Tăng cường các quan hệ hợp tác quốc tế nhằm khai thông các quan hệ ngân hàng và tận dụng các nguồn vốn..

+ Xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật.

+ Phát triển hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin và Internet.

3.3.2. Đối với BIDV – CN PHÚ TÀI

+ 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.

+ Xây dựng chính sách an toàn hệ thống bảo mật thông tin.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

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 ngoại 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 BIVD-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./.