



ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

TRẦN THỊ PHƯƠNG THẢO

**PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH
DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI
NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN
VIỆT NAM – CHI NHÁNH QUẢNG NGÃI**

TÓM TẮT
LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG
Mã số: 60.34.02.01

Đà Nẵng – Năm 2017

Công trình được hoàn thành tại
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ, ĐHQĐHN

Người hướng dẫn khoa học: TS. TÔNG THIÊN PHƯỚC

Phản biện 1: PGS.TS. Lâm Chí Dũng

Phản biện 2: TS. Võ Duy Khương

Luận văn được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ Tài chính - Ngân hàng họp tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng vào ngày 27 tháng 8 năm 2017

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học Kinh tế, ĐHQĐHN

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong HĐKD của mình, bên cạnh dịch vụ ngân hàng truyền thống, các NHTM Việt Nam còn triển khai dịch vụ NHĐT. Các NHTM Việt Nam phải áp dụng công nghệ thông tin, khoa học kỹ thuật hiện đại để cung cấp cho thị trường những SPDV đáp ứng yêu cầu ngày càng cao và phong phú của khách hàng. Dịch vụ NHĐT được ngân hàng triển khai dựa trên mạng Internet và các phương tiện điện tử. Lợi ích đem lại của dịch vụ NHĐT là rất lớn nhờ tính tiện ích, chính xác và bảo mật.

Nằm trong xu thế này, BIDV đã và đang hiện đại hóa các SPDV ngân hàng, trong đó có dịch vụ NHĐT. BIDV Quảng Ngãi là chi nhánh trực thuộc BIDV, cũng đang cung ứng các SPDV NHĐT trên địa bàn. Tuy nhiên trong quá trình triển khai tại chi nhánh vẫn còn một số hạn chế. Do vậy, việc phân tích HĐKD dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi, chỉ ra những kết quả đạt được, những hạn chế, nguyên nhân của hạn chế và đề xuất giải pháp, kiến nghị để nâng cao tính cạnh tranh của chi nhánh là rất cần thiết.

Xuất phát từ tầm quan trọng của những vấn đề thực tế nêu trên, học viên quyết định chọn đề tài: ***“Phân tích hoạt động kinh doanh dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam, chi nhánh Quảng Ngãi”*** cho Luận văn tốt nghiệp cao học của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về phân tích HĐKD dịch vụ NHĐT của NHTM.
- Phân tích thực trạng HĐKD dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng

Ngãi trong những năm gần đây, tập trung phân tích làm nổi bật lên những kết quả đạt được cũng như những mặt còn hạn chế cần khắc phục, hoàn thiện.

- Đề xuất các giải pháp và kiến nghị hoàn thiện HĐKD dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng nghiên cứu*

Những vấn đề lý luận về phân tích HĐKD dịch vụ NHĐT của NHTM và thực tiễn HĐKD dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi.

- *Phạm vi nghiên cứu*

Về không gian: Đề tài nghiên cứu HĐKD dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi.

Về thời gian: Nghiên cứu từ năm 2014 đến năm 2016.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp luận: chủ nghĩa duy vật biện chứng; chủ nghĩa duy vật lịch sử.

- Phương pháp cụ thể: logic và lịch sử, quy nạp và diễn dịch, phân tích và tổng hợp, thống kê và so sánh, đối chiếu; ngoài ra tác giả còn dùng phương pháp khảo sát để thu thập số liệu sơ cấp nhằm đạt mục tiêu nghiên cứu.

5. Bố cục đề tài

Ngoài phần mở đầu và kết luận kết cấu luận văn gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận phân tích HĐKD dịch vụ NHĐT của ngân hàng thương mại.

Chương 2: Phân tích thực trạng HĐKD dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi.

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện HĐKD dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi.

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.1.1. Quá trình hình thành và phát triển dịch vụ NHĐT

1.1.2. Khái niệm, đặc điểm dịch vụ NHĐT

a. Khái niệm dịch vụ NHĐT

Theo Điều 4, Luật giao dịch điện tử số 51/2005/QH11 ngày 29/11/2005 của Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam.

“*Dịch vụ NHĐT* là các dịch vụ ngân hàng được cung cấp thông qua các phương tiện điện tử và mạng viễn thông”. Trong đó, phương tiện điện tử là phương tiện hoạt động dựa trên công nghệ điện, điện tử, kỹ thuật số, từ tính, truyền dẫn không dây, quang học, điện từ hoặc công nghệ tương tự. Mạng viễn thông bao gồm mạng Internet, mạng điện thoại, mạng vô tuyến, mạng intranet, mạng extranet,...

b. Đặc điểm dịch vụ NHĐT

- Dịch vụ NHĐT được cung cấp tự động
- Hoạt động cung cấp dịch vụ NHĐT là một quá trình khép kín
- Dịch vụ NHĐT đem đến sự nhanh chóng, tiện lợi
- Dịch vụ NHĐT được cung cấp liên tục
- Mạng lưới dịch vụ NHĐT có tính chất toàn cầu

1.1.3. Sản phẩm dịch vụ NHĐT

- Dịch vụ ngân hàng tại nhà (Home Banking)
- Dịch vụ ngân hàng qua điện thoại cố định (Phone Banking)
- Dịch vụ ngân hàng qua điện thoại di động (Mobile Banking)
- Dịch vụ ngân hàng qua mạng Internet (Internet Banking)
- Trung tâm cuộc gọi (Call Center)

- Nhóm dịch vụ sử dụng ATM (Automatic Teller Machine)

1.1.4. Vai trò dịch vụ NHĐT

a. Đối với nền kinh tế

- Dịch vụ NHĐT giúp tháo gỡ khó khăn của Nhà nước trong việc phát hành và quản lý tiền trong lưu thông
- Dịch vụ NHĐT góp phần thúc đẩy phát triển thương mại điện tử, tăng quá trình lưu thông tiền tệ và hàng hóa

b. Đối với ngân hàng

- Dịch vụ NHĐT giúp ngân hàng tăng hiệu quả quản lý
- Dịch vụ NHĐT giúp tăng thời gian làm việc của ngân hàng với khách hàng
- Phát triển dịch vụ NHĐT giúp ngân hàng nâng cao thu nhập và tăng cường hội nhập kinh tế quốc tế

c. Đối với khách hàng

- Dịch vụ NHĐT giúp khách hàng giao dịch với ngân hàng nhanh chóng, thuận tiện
- Dịch vụ NHĐT giúp tiết kiệm thời gian, chi phí cho khách hàng
- Dịch vụ NHĐT giúp khách hàng quản lý tài sản hiệu quả

1.1.5. Rủi ro trong hoạt động dịch vụ NHĐT

a. Rủi ro công nghệ

b. Rủi ro đạo đức

c. Rủi ro tác nghiệp

1.2. PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.2.1. Mục tiêu phân tích HĐKD dịch vụ NHĐT

1.2.2. Nội dung phân tích HĐKD dịch vụ NHĐT

a. Phân tích bối cảnh môi trường bên ngoài và các yếu tố nội tại của ngân hàng có ảnh hưởng quan trọng đến HĐKD dịch vụ NHĐT

*** Các nhân tố bên ngoài**

Môi trường pháp lý; môi trường kinh tế - xã hội; môi trường cạnh tranh; môi trường công nghệ.

*** Các nhân tố bên trong ngân hàng**

Định hướng phát triển; uy tín; nguồn nhân lực; năng lực tài chính.

b. Phân tích công tác tổ chức thực hiện HĐKD dịch vụ NHĐT của ngân hàng

Bộ máy quản lý và điều hành: Mô hình tổ chức; cơ cấu tổ chức bộ máy; phân cấp,... Xác định chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban; nhiệm vụ của từng vị trí chức danh trong ngân hàng.

Nguồn nhân lực bao gồm các vấn đề về số lượng, trình độ chuyên môn, đạo đức, độ tuổi, giới tính của nhân sự,...

Quy trình thực hiện HĐKD dịch vụ NHĐT của NHTM.

c. Phân tích các hoạt động ngân hàng đã thực hiện nhằm đạt mục tiêu đề ra

- Hoạt động phát triển khách hàng, gia tăng doanh số

Nghiên cứu, phân đoạn thị trường để xác định thị trường, khách hàng mục tiêu. Các hoạt động tuyên truyền, tiếp thị sản phẩm, quảng bá thương hiệu được thực hiện thông qua các hình thức như treo băng rôn, phát tờ rơi, phương tiện thông tin đại chúng, hội nghị khách hàng, tài trợ công tác an sinh xã hội,... Giao chỉ tiêu đến từng nhân viên.

- Hoạt động đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ

Hoàn thiện sản phẩm hiện có; Phát triển sản phẩm mới.

- Hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ

Khảo sát ý kiến khách hàng cũng như ý kiến góp ý của khách hàng tại các hòm thư góp ý. Chuẩn hóa chuyên môn, tác phong, thái độ phục vụ khách hàng của đội ngũ nhân viên. Thiết kế hệ thống

mạng lưới hoạt động, kênh phân phối hợp lý, chuyên nghiệp. Đầu tư công nghệ tiên tiến nhằm đảm bảo cung cấp dịch vụ an toàn, nhanh chóng, chính xác, đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng. Quy trình giao dịch hợp lý, tinh gọn.

- Hoạt động kiểm soát rủi ro

Đầu tư nâng cấp đường truyền hệ thống, công nghệ ngân hàng hiện đại, tiên tiến nhằm đảm bảo cung cấp dịch vụ nhanh chóng, chính xác và hạn chế tối đa các sai sót, rủi ro. Nâng cao công tác kiểm soát nội bộ, kiểm toán nội bộ đảm bảo ngăn chặn, phát hiện sớm các rủi ro có thể xảy ra.

1.2.3. Phân tích kết quả HĐKD dịch vụ NHĐT

a. Quy mô HĐKD dịch vụ NHĐT

- Số lượng sản phẩm

Số lượng sản phẩm NHTM cung cấp phải đảm bảo tính đa dạng, đáp ứng nhu cầu KH.

- Số lượng khách hàng

Số lượng khách hàng tăng chứng tỏ chất lượng dịch vụ của ngân hàng đã đạt được một chuẩn mực nhất định, được khách hàng tín nhiệm sử dụng.

- Doanh số thanh toán

Doanh số là chỉ tiêu quan trọng để đánh giá sự phát triển của dịch vụ NHĐT. Doanh số càng lớn chứng tỏ khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT ngày càng tăng. Khách hàng đặt niềm tin vào sự tiện ích và an toàn của dịch vụ NHĐT ngày càng nhiều. Đây là kết quả tổng hợp của việc đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ của NHTM.

- Mạng lưới hoạt động (kênh phân phối)

Mạng lưới hoạt động gồm chi nhánh, phòng giao dịch, máy ATM,

máy POS,... thực hiện các dịch vụ NHĐT. Khi mạng lưới rộng khắp, khách hàng thực hiện các giao dịch thuận lợi hơn. Do đó, số lượng người sử dụng dịch vụ sẽ tăng lên. Tuy nhiên, khi mở rộng mạng lưới thì chi phí hoạt động sẽ tăng. Vì vậy, NHTM cần tính đến hiệu quả khi mở rộng mạng lưới phân phối.

b. Chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ NHĐT được đánh giá qua: thái độ phục vụ của nhân viên; tính tiện ích của dịch vụ mà ngân hàng cung cấp; độ chính xác, an toàn tài sản của dịch vụ NHĐT; thời gian cung ứng dịch vụ; mức độ đơn giản hay phức tạp của quy trình cung ứng sản phẩm; tần suất sử dụng dịch vụ NHĐT của khách hàng.

c. Kiểm soát rủi ro

Chỉ tiêu đánh giá rủi ro: tần suất xảy ra rủi ro, mức độ thiệt hại, tỷ lệ lỗi tác nghiệp, lỗi công nghệ trong quá trình cung ứng dịch vụ NHĐT.

d. Thu nhập HĐKD dịch vụ NHĐT

Thu nhập dịch vụ NHĐT bao gồm các loại phí liên quan đến phát hành, quản lý, giao dịch như phí phát hành thẻ, phí thường niên, phí quản lý tài khoản, phí chuyển tiền,... Sự gia tăng thu nhập dịch vụ NHĐT qua các năm chứng tỏ số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ này nhiều và tần suất sử dụng ngày càng tăng.

e. Thị phần

Để đánh giá khả năng cạnh tranh của NHTM trong HĐKD dịch vụ NHĐT ta cần xem xét trong tổng thể các NHTM trên địa bàn, về mạng lưới hoạt động, quy mô khách hàng,...

1.2.4. Phương pháp phân tích HĐKD dịch vụ NHĐT

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

CHƯƠNG 2

PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV QUẢNG NGÃI

2.1. KHÁI QUÁT HOẠT ĐỘNG KINH DOANH BIDV QUẢNG NGÃI GIAI ĐOẠN 2014 -2016

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển BIDV Quảng Ngãi

2.1.2. Khái quát tình hình HĐKD của BIDV Quảng Ngãi giai đoạn 2014 – 2016

a. Tình hình huy động vốn

b. Tình hình hoạt động tín dụng

c. Kết quả tài chính

2.2. PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV QUẢNG NGÃI

2.2.1. Bối cảnh HĐKD dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi

a. Bối cảnh bên ngoài

Môi trường pháp lý; tình hình kinh tế - xã hội tỉnh Quảng Ngãi; trình độ, mức sống của người dân; đối thủ cạnh tranh.

b. Các yếu tố nội tại của BIDV Quảng Ngãi ảnh hưởng đến HĐKD dịch vụ NHĐT

Uy tín, thương hiệu; mạng lưới hoạt động (kênh phân phối); công nghệ ngân hàng.

2.2.2. Phân tích công tác tổ chức thực hiện HĐKD dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi

** Các SPDV NHĐT được triển khai tại chi nhánh*

- Dịch vụ qua máy ATM, POS

- Dịch vụ qua điện thoại di động: ứng dụng BIDV Smart Banking; dịch vụ BSMS.

- Dịch vụ qua Internet: BIDV Online, BIDV Business Online.

*** Phân công nhiệm vụ**

Để triển khai SPDV NHĐT đến với khách hàng, Ban giám đốc chi nhánh phân công nhiệm vụ cụ thể cho các phòng, tổ,... Việc bố trí sắp xếp công việc được chi nhánh thực hiện hợp lý, phù hợp với trình độ chuyên môn từng người. Phân công nhiệm vụ HĐKD dịch vụ NHĐT tại chi nhánh bao gồm: phòng giao dịch khách hàng, quan hệ khách hàng, quản trị tín dụng, tài chính kế toán và quản lý rủi ro.

*** Quy trình thực hiện dịch vụ qua máy ATM, máy POS.**

*** Quy trình thực hiện dịch vụ Mobile Banking và BIDV Online**

*** Quy trình thực hiện dịch vụ BIDV Business Online**

2.2.3. Phân tích các hoạt động BIDV Quảng Ngãi đã thực hiện trong HĐKD dịch vụ NHĐT

a. Mục tiêu HĐKD dịch vụ NHĐT của BIDV Quảng Ngãi giai đoạn 2014 - 2016

b. Phân tích các hoạt động BIDV Quảng Ngãi đã triển khai

*** Hoạt động phát triển khách hàng, gia tăng doanh số**

- BIDV Quảng Ngãi ưu tiên mở rộng quy mô, không ngừng gia tăng tìm kiếm khách hàng để giới thiệu SPDV trên cơ sở nghiên cứu, khảo sát nắm bắt nhu cầu khách hàng.

- Chi nhánh thực hiện tuyên truyền, tiếp thị theo các chương trình Hội sở chỉ đạo như treo băng rôn, banner quảng cáo ở điểm giao dịch; triển khai các chương trình khuyến mãi,... để thu hút khách hàng. Việc tài trợ cho một số hoạt động tại địa phương như phong trào thể dục thể thao, công tác an sinh xã hội,... để nâng cao hình ảnh và thương hiệu còn hạn chế.

- Chi nhánh đôn đốc nhân viên đặc biệt là bộ phận giao dịch viên, nhân viên bán lẻ tích cực, chủ động giới thiệu SPDV NHĐT đến khách hàng.

- Giao chỉ tiêu cho các bộ phận.

*** Hoạt động nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ**

Thực hiện khảo sát ý kiến khách hàng dưới hình thức đặt thùng thư góp ý tại các điểm giao dịch, cung cấp các số điện thoại đường dây nóng và định kỳ gửi phiếu khảo sát.

BIDV duy trì các đường dây nóng để giải đáp thắc mắc của khách hàng, giải đáp 24/7 kể cả ngày lễ, Tết.

- Cán bộ nhân viên thường xuyên tham gia các chương trình đào tạo và phát triển chất lượng nguồn nhân lực do cấp trên tổ chức. Chi nhánh tổ chức các buổi họp để nhân viên trao đổi các vấn đề vướng mắc trong quá trình tác nghiệp và thống nhất cách xử lý.

- Đầu tư mở rộng mạng lưới máy ATM, POS. Các máy được lắp đặt ở khu kinh tế, trường học, siêu thị,... rất thuận tiện cho khách hàng giao dịch. Định kỳ chi nhánh kiểm tra, bảo dưỡng máy móc để các giao dịch được thực hiện nhanh chóng, thông suốt và chính xác.

- Về công nghệ trong xử lý các giao dịch, BIDV đã triển khai hiện đại hoá từ năm 2005. Hệ thống công nghệ cho phép xử lý dữ liệu theo mô hình xử lý tập trung, trực tuyến đối với tất cả các giao dịch 24/7/365 với khả năng xử lý đa tệ - đa niên độ, xử lý đa kênh phân phối (ATM, Internet, Mobile,...), khả năng tích hợp với nhiều hệ thống, chia sẻ dữ liệu điện tử và chứng từ điện tử. BIDV đã thực hiện Banknet với các ngân hàng trong cả nước, mở rộng phạm vi thanh toán, tăng tiện ích SPDV NHĐT.

- Công tác chăm sóc khách hàng được chi nhánh thực hiện qua các hoạt động như: gửi tin nhắn, email chúc mừng vào dịp sinh nhật khách hàng.

*** Hoạt động kiểm soát rủi ro**

- BIDV đã sử dụng công nghệ thẻ chip đối với thẻ tín dụng quốc

tế nhằm bảo đảm an toàn tài sản cho khách hàng. Tuy nhiên, đối với thẻ ghi nợ nội địa vẫn còn sử dụng công nghệ thẻ từ. Công nghệ này ẩn chứa nhiều rủi ro nên đây là hạn chế ngân hàng cần khắc phục nhằm đảm bảo an toàn tài sản cho khách hàng.

- Các bộ phận kiểm tra, kiểm soát gồm: ban quản lý rủi ro thuộc BIDV và phòng quản lý rủi ro thuộc chi nhánh. Định kỳ 6 tháng ban quản lý rủi ro có những văn bản về rủi ro để chi nhánh báo cáo các lỗi và biện pháp khắc phục, hạn chế rủi ro đó. Phòng quản lý rủi ro của chi nhánh thực hiện kiểm soát định kỳ theo văn bản chỉ đạo của Hội sở chính và Ban giám đốc.

- Chi nhánh đề ra các biện pháp kiểm soát rủi ro như yêu cầu toàn thể nhân viên nghiêm túc thực hiện nội quy lao động, quy trình tác nghiệp; thực hiện nghiêm túc chế độ báo cáo, đánh giá các lỗi tác nghiệp,... Về quy chế nội bộ, BIDV đã ban hành quy chế bảo mật thông tin trong hệ thống bắt buộc mọi cán bộ nhân viên thực hiện, quản lý tác nghiệp cán bộ thông qua user, mã khóa.

2.2.4. Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi

a. Quy mô HĐKD dịch vụ NHĐT

**** Số lượng sản phẩm dịch vụ NHĐT***

Đến năm 2016, chi nhánh triển khai được hầu hết các sản phẩm: dịch vụ thực hiện qua ATM, POS, dịch vụ BSMS, BIDV Smart Banking, BIDV Online và BIDV Business Online. Nhìn chung các SPDV chi nhánh cung cấp khá đa dạng và đáp ứng nhu cầu khách hàng. Chi nhánh chưa triển khai được dịch vụ BIDV Home Banking.

**** Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT***

Bảng 2.4. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT của BIDV Quảng Ngãi giai đoạn 2014 - 2016

Đvt: khách hàng

Chỉ tiêu	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Tăng trưởng	
				2015/14	2016/15
Dịch vụ qua ATM, POS	22.622	30.503	41.139	34%	35%
Dịch vụ BIDV Smart Banking, BSMS	14.398	20.730	29.184	44%	41%
Dịch vụ BIDV Online, BIDV Business Online	6.786	8.529	10.887	25%	27%

(Nguồn: Báo cáo thường niên của BIDV Quảng Ngãi)

Qua bảng số liệu 2.4 ta thấy số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT tăng qua các năm. Hầu hết khách hàng sử dụng đầy đủ các dịch vụ NHĐT mà chi nhánh triển khai. Trong đó, khách hàng sử dụng dịch vụ qua ATM, POS là nhiều nhất. Khách hàng chủ yếu sử dụng thẻ ghi nợ nội địa để thực hiện dịch vụ qua máy ATM, POS vì nó phù hợp với nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng. Số lượng khách hàng năm 2015 tăng so với năm 2014 là 34%, năm 2016 tăng 35% so với năm 2015.

*** Doanh số thanh toán dịch vụ NHĐT**

Doanh số thanh toán dịch vụ NHĐT tăng qua các năm. Doanh số thanh toán năm 2015 tăng 25% so với năm 2014 và năm 2016 tăng 26% so với năm 2015, đạt mục tiêu đề ra (doanh số thanh toán tăng trưởng 25%/năm). Doanh số thanh toán tăng qua các năm cho thấy ngân hàng huy động được một lượng vốn giá rẻ. Mặt khác, khách hàng đã bắt đầu có thói quen sử dụng dịch vụ NHĐT của ngân hàng. Đây là tiền đề để tăng cường thanh toán không dùng tiền mặt trong

nền kinh tế, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn và góp phần làm tăng thu nhập cho chi nhánh.

*** *Kênh phân phối***

Để tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng giao dịch, mạng lưới máy ATM và máy POS của chi nhánh được đầu tư lắp đặt ở những vị trí địa lý mà tần suất giao dịch của khách hàng lớn.

Ngoài ra, các SPDV được thực hiện qua hệ thống Internet Banking Mobile Banking, được xem là kênh phân phối hiện đại, hiệu quả được đảm bảo an toàn nhờ áp dụng các biện pháp mã hóa bảo vệ dữ liệu giao dịch và tăng cường bảo mật bằng xác thực hai yếu tố. Thông qua kênh giao dịch này, khách hàng sử dụng dịch vụ nhanh chóng, tiện lợi, an toàn, tiết kiệm thời gian, chi phí đi lại.

b. Phân tích kết quả công tác kiểm soát rủi ro

Chính nhờ các biện pháp quản lý chặt chẽ đã được chi nhánh triển khai nên HĐKD dịch vụ NHĐT tại chi nhánh khá ổn định, các sai sót được kiểm soát tốt qua các năm, số lần phát sinh các rủi ro liên quan đến công tác nghiệp vụ rất ít xảy ra. Các khiếu nại, tra soát từ khách hàng đều được ngân hàng xử lý, đảm bảo quyền lợi cho khách hàng. Đến nay, chưa xảy ra tình trạng mất tiền của khách hàng khi sử dụng dịch vụ NHĐT tại chi nhánh. Tuy nhiên, thời gian xử lý các khiếu nại còn kéo dài, thủ tục rườm rà gây ra sự phiền hà, chưa tạo sự an tâm, hài lòng cho khách hàng.

c. Phân tích thu nhập HĐKD dịch vụ NHĐT

HĐKD dịch vụ NHĐT tạo ra nguồn thu nhập cho chi nhánh, chiếm tỷ trọng khoảng 13%/tổng thu nhập. Thu dịch vụ NHĐT luôn tăng trưởng qua các năm. Tuy nhiên, thu dịch vụ NHĐT chưa đạt được so với mục tiêu đề ra (tăng trưởng 15%/năm).

**Bảng 2.10. Thu nhập dịch vụ NHĐT của BIDV Quảng Ngãi
giai đoạn 2014 - 2016**

Đvt: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	Tăng trưởng	
				2015/ 2014	2016/ 2015
Dịch vụ qua ATM, POS	5	5,7	7,2	14%	26%
Dịch vụ BSMS, BIDV Smart Banking	3,5	4,2	5,3	20%	26%
Dịch vụ BIDV Online, BIDV Business Online	11,2	12,2	15,2	9%	25%
Thu nhập dịch vụ NHĐT	19,7	22,1	27,7	12%	25%
Tổng thu nhập	179	184	198		
Tỷ trọng thu nhập dịch vụ NHĐT/Tổng thu nhập	11%	12%	14%		

(Nguồn: Báo cáo thường niên của BIDV Quảng Ngãi)

Qua bảng số liệu 2.10 ta thấy, thu nhập dịch vụ NHĐT đều có sự tăng trưởng qua các năm, năm 2015 so với năm 2014 tăng trưởng 12%, năm 2016 so với năm 2015 tăng trưởng 25%. Năm 2014 thu nhập dịch vụ NHĐT chiếm tỷ trọng 11% tổng thu nhập, năm 2016 tăng lên 14%. Thu nhập dịch vụ qua máy ATM, POS tăng qua các năm (năm 2015 tăng 14% so với năm 2014 và năm 2016 tăng 26% so với năm 2015), theo sự phát triển của thẻ và nhu cầu sử dụng ngày càng cao của khách hàng. Đây là dịch vụ phổ biến, đồng thời tạo điều kiện thực hiện bán chéo sản phẩm ngân hàng.

Thu nhập dịch vụ BSMS, BIDV Smart Banking tăng qua các năm, năm 2015 tăng 20% so với năm 2014, năm 2016 tăng 26% so

với năm 2015. Đối với dịch vụ BIDV Online, BIDV Business Online, doanh số thanh toán chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng doanh số thanh toán nên thu nhập từ dịch vụ này tăng qua các năm và chiếm tỷ trọng lớn nhất (bình quân chiếm 55%) trong tổng thu nhập dịch vụ NHĐT của chi nhánh.

d. Phân tích thị phần dịch vụ NHĐT của BIDV Quảng Ngãi

Theo báo cáo của NHNN chi nhánh Quảng Ngãi, đến cuối năm 2016 trên địa bàn có 26 chi nhánh NHTM và hầu hết các chi nhánh đều cung cấp dịch vụ NHĐT. Tỷ trọng thu nhập dịch vụ NHĐT chi nhánh/Tổng thu nhập dịch vụ NHĐT các NHTM ở địa bàn giảm nhẹ, năm 2014 chiếm 19%, năm 2016 giảm xuống 18%. Để thu hút khách hàng, mở rộng thị phần chi nhánh đã thực hiện chính sách khuyến mãi như miễn phí thường niên, phí phát hành, phí giao dịch,... làm cho thu nhập của ngân hàng tăng trưởng không cao. Trên bề diện chung tỷ trọng thu nhập dịch vụ NHĐT của chi nhánh tương đối cao (chiếm gần 1/5 so với thị phần).

2.2.5. Khảo sát chất lượng dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi

Kết quả khảo sát cho thấy khách hàng đánh giá cao sự đa dạng phong phú SPDV NHĐT, mức phí và hạn mức giao dịch có tính cạnh tranh; vấn đề an toàn, bảo mật tốt; giao diện sử dụng được thiết kế rất thân thiện, khoa học giúp khách hàng làm quen và sử dụng dịch vụ dễ dàng.

Tuy nhiên, vẫn còn một số khía cạnh khách hàng chưa hài lòng như: quy trình, thủ tục; thời gian xử lý khiếu nại còn kéo dài, thủ tục rườm rà. Thời gian xử lý giao dịch: khách hàng chưa hài lòng vì tin nhắn đến chậm đối với dịch vụ BSMS, lỗi thanh toán khi thực hiện qua máy POS, máy ATM bị lỗi, giao dịch không thành công khi thực hiện qua Internet Banking Mobile Banking còn xảy ra,...

2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV QUẢNG NGÃI

2.3.1. Những kết quả đạt được

- Doanh số thanh toán dịch vụ NHĐT tăng trưởng qua các năm, đạt mục tiêu đề ra (tăng trưởng bình quân 25% - 30%). Trong cơ cấu doanh số thanh toán thì doanh số thanh toán dịch vụ BIDV Business Online là lớn nhất. Dịch vụ này được doanh nghiệp sử dụng thường xuyên, ngân hàng cần chú trọng khai thác.

- Thị phần dịch vụ NHĐT được mở rộng thể hiện qua mạng lưới phân phối ngày càng tăng, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ tăng trưởng cao, đối tượng khách hàng đa dạng. Điều này cho thấy chính sách khách hàng được triển khai có hiệu quả.

- Quản trị dịch vụ NHĐT được thực hiện nghiêm túc, quản trị theo khối khách hàng cá nhân, khách hàng doanh nghiệp nhằm triển khai các HĐKD phù hợp với điều kiện cụ thể của chi nhánh. Hoạt động kiểm tra, kiểm soát được chú trọng nên các sai sót được kiểm soát tốt, số vụ tra soát, khiếu nại từ khách hàng giảm qua các năm, đảm bảo an toàn tài sản, tạo sự tin tưởng cho khách hàng.

- Chi nhánh đã triển khai các hoạt động marketing, SPDV cung cấp khá đa dạng, tiện ích, đáp ứng nhu cầu khách hàng. Do vậy, chất lượng dịch vụ NHĐT được khách hàng đánh giá tốt.

2.3.2. Những hạn chế

- Doanh số thanh toán tăng trưởng qua các năm. Song vẫn chưa tương xứng với tiềm năng ở môi trường kinh doanh và nguồn lực của chi nhánh.

- Tỷ trọng thu nhập dịch vụ NHĐT trong tổng thu nhập chỉ xấp xỉ đạt mục tiêu đề ra là 15% mỗi năm. Thị phần thu nhập dịch vụ NHĐT của chi nhánh trong tổng thu nhập dịch vụ NHĐT của các

NHTM trên địa bàn giảm.

- Mạng lưới hoạt động tập trung chủ yếu ở thành phố. Khách hàng cảm thấy bất tiện vì tại các máy ATM chưa có tính năng nộp tiền mặt vào tài khoản, tình trạng quá tải vào các ngày lễ, Tết; giao dịch không thành công đối với dịch vụ qua Internet còn xảy ra.

- Hoạt động truyền thông, marketing, chăm sóc khách hàng của chi nhánh còn đơn điệu, chủ yếu theo khuôn mẫu từ BIDV chưa tạo sự hấp dẫn. Mặt khác, hoạt động quảng bá, tiếp thị được thực hiện định kỳ chưa được triển khai rộng rãi, thường xuyên.

- Chưa xây dựng được khách hàng tiềm năng. Một số sản phẩm chưa được chi nhánh triển khai tìm kiếm khách hàng như dịch vụ BIDV Home Banking. Công tác tổ chức triển khai dịch vụ BIDV Business Online qua nhiều khâu nên không đáp ứng kịp thời nhu cầu khách hàng.

- Thời gian xử lý các khiếu nại còn kéo dài, thủ tục rườm rà. Mặt khác, quá trình triển khai giới thiệu sản phẩm mới, tính năng mới của sản phẩm cho khách hàng chưa được cụ thể do kỹ năng của một số cán bộ còn hạn chế. Điều này làm giới hạn việc tiếp cận sản phẩm mới của khách hàng, giảm tính cạnh tranh với ngân hàng khác trên địa bàn.

2.3.3. Nguyên nhân hạn chế

a. Nguyên nhân bên ngoài

b. Nguyên nhân bên trong

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV QUẢNG NGÃI

3.1. CĂN CỨ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

3.1.1. Bối cảnh môi trường kinh doanh

HĐKD dịch vụ NHĐT là lĩnh vực kinh doanh phù hợp với chủ trương, chính sách và định hướng của Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước. Do vậy, cơ quan quản lý các cấp tiếp tục sửa đổi, bổ sung và ban hành các văn bản pháp lý nhằm tạo thuận lợi cho NHTM nói chung và BIDV Quảng Ngãi nói riêng HĐKD dịch vụ này.

Theo Nghị quyết số 19/2015/NQ-HĐND về kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 05 năm giai đoạn 2016 - 2020 của Hội đồng nhân dân tỉnh Quảng Ngãi, các chỉ tiêu, nhiệm vụ chủ yếu đưa ra như sau: Cơ cấu kinh tế tỉnh theo hướng công nghiệp - xây dựng, dịch vụ, chiếm 90% trong GRDP đến năm 2020. Các nhiệm vụ đưa ra để phát triển công nghiệp như: huy động nguồn lực đầu tư hạ tầng các khu công nghiệp, thực hiện tốt công tác bồi thường,... Về phát triển thương mại: thu hút các thành phần kinh tế đầu tư các trung tâm thương mại, siêu thị;... Về công tác xúc tiến thu hút đầu tư và phát triển doanh nghiệp: đổi mới công tác xúc tiến đầu tư theo hướng thiết thực, hiệu quả, đẩy mạnh thu hút đầu tư, nhất là các tập đoàn kinh tế lớn; thực hiện tốt dịch vụ tư vấn hỗ trợ doanh nghiệp. Mục tiêu, định hướng của Nghị quyết có tác động tích cực đến hoạt động dịch vụ NHĐT của các NHTM trên địa bàn.

Tại địa bàn có nhiều chi nhánh NHTM, tuy nhiên BIDV Quảng Ngãi với bề dày lịch sử hoạt động, uy tín cao trên thị trường nên được người dân tin tưởng và sử dụng các dịch vụ. Đây là lợi thế của chi nhánh trong HĐKD dịch vụ NHĐT.

3.1.2. Định hướng HĐKD dịch vụ NHĐT của BIDV đến năm 2020

3.1.3. Định hướng HĐKD dịch vụ NHĐT của BIDV Quảng Ngãi đến năm 2020

Doanh số thanh toán các SPDV NHĐT tăng trưởng bình quân từ 30% - 35%; Thu nhập dịch vụ NHĐT tăng trưởng bình quân 30% và chiếm tỷ trọng 20% trong tổng thu nhập của chi nhánh.

Về công nghệ: Đầu tư hạ tầng kỹ thuật mạng, công nghệ thông tin nhằm đảm bảo đường truyền tốt, hạn chế tối đa các trục trặc, giao dịch không thành công.

Về mạng lưới phân phối: Mở rộng hệ thống mạng lưới phân phối để nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng nhằm mở rộng thị phần. Nâng cao chất lượng hoạt động các kênh phân phối hiện đại bắt kịp xu hướng thị trường.

Về chính sách khách hàng: Giữ vững lòng trung thành với khách hàng hiện có, tiếp tục khai thác các nhóm đối tượng khách hàng sau:

Nhóm khách hàng doanh nghiệp, đẩy mạnh khai thác doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và doanh nghiệp tư nhân. Nhóm khách hàng cá nhân: tập trung phát triển khách hàng có thu nhập cao (lãnh đạo, nhà quản lý,...) và thu nhập trung bình khá trở lên, bao gồm: công chức, viên chức làm việc ở các huyện; người lao động các doanh nghiệp.

Về chính sách sản phẩm: Tiếp tục phát triển dịch vụ qua máy ATM, POS. Đồng thời, chi nhánh áp dụng linh hoạt, đa dạng các hình thức tuyên truyền quảng cáo để đẩy mạnh phát triển dịch vụ BSMS, BIDV Smart Banking, BIDV Online, BIDV Business Online, BIDV Home Banking.

Về nguồn nhân lực: Không ngừng nâng cao trình độ chuyên

môn, tác phong làm việc của nhân viên, trình độ quản trị hệ thống, bảo mật thông tin nhằm đảm bảo an toàn tài sản, an toàn thông tin cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ NHĐT.

3.2. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV QUẢNG NGÃI

3.2.1. Hoàn thiện chính sách khách hàng

Thời gian qua, chi nhánh chủ yếu cung cấp dịch vụ NHĐT cho đối tượng khách hàng cá nhân, chưa thật sự quan tâm khách hàng doanh nghiệp. Tuy nhiên, doanh số thanh toán của khách hàng doanh nghiệp lại chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh số thanh toán và đóng góp lớn vào thu nhập dịch vụ NHĐT. Chính vì vậy chi nhánh cần hoàn thiện chính sách khách hàng với mục tiêu duy trì lòng trung thành với khách hàng hiện có, tăng cường khai thác khách hàng doanh nghiệp, quan tâm tiếp cận doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp ở các khu công nghiệp, doanh nghiệp tư nhân theo đúng định hướng phát triển doanh nghiệp được thể hiện trong Nghị quyết của tỉnh giai đoạn 2016 - 2020 và đối tượng nhà quản lý, lãnh đạo, doanh nhân; công chức viên chức làm việc ở các huyện, người lao động tại các doanh nghiệp, những đối tượng này có thu nhập ổn định, có nhu cầu sử dụng dịch vụ NHĐT cao, tạo thu nhập đáng kể cho chi nhánh.

Để có được lòng trung thành của khách hàng, chi nhánh cần thực hiện tốt công tác chăm sóc khách hàng, tác phong làm việc chuyên nghiệp, thái độ phục vụ ân cần chu đáo của đội ngũ nhân viên,... Khi khách hàng cảm thấy hài lòng họ sẽ gắn bó lâu dài với ngân hàng và lan tỏa, giới thiệu đến nhiều khách hàng mới.

Chi nhánh cung cấp số điện thoại đường dây nóng để tiếp nhận khiếu nại, thắc mắc của khách hàng. Chi nhánh quy định cụ thể về thời gian giải quyết các vụ việc và thông báo cho khách hàng. Chi

nhánh xây dựng chính sách riêng cho những khách hàng thường xuyên sử dụng dịch vụ ngân hàng như tích lũy điểm để nhận ưu đãi.

3.2.2. Tăng cường cung ứng SPDV NHĐT cho khách hàng

Công tác marketing, truyền thông, quảng bá SPDV chưa được chi nhánh thực hiện thường xuyên, rộng rãi. Một số sản phẩm Hội sở chính giao nhưng chi nhánh chưa có chiến lược triển khai. Do vậy, thời gian đến chi nhánh cần cung ứng đa dạng SPDV NHĐT nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng và nâng cao tính cạnh tranh trên địa bàn kinh doanh. Để tăng cường cung ứng SPDV NHĐT, chi nhánh cần mở rộng các kênh quảng bá, tăng cường công tác bán chéo sản phẩm để đưa SPDV NHĐT đến với khách hàng nhanh chóng, hiệu quả.

Chi nhánh tăng cường gửi thư giới thiệu dịch vụ qua đường bưu điện, qua email và trực tiếp đến các đơn vị để tiếp thị. Ngoài ra, chi nhánh có thể thực hiện thông qua các kênh như: thông qua cán bộ tín dụng, giao dịch viên; hệ thống máy tính tại quầy; tờ rơi, băng rôn; các phương tiện truyền thông; hội nghị, hội thảo khách hàng và tăng cường các hoạt động để nâng cao uy tín, thương hiệu chi nhánh.

3.2.3. Mở rộng hệ thống mạng lưới phân phối

Thực tế thời gian qua, mạng lưới phân phối của chi nhánh chỉ tập trung ở thành phố và tình trạng lỗi giao dịch còn xảy ra gây bất tiện cho khách hàng. Định hướng HĐKD dịch vụ NHĐT của chi nhánh đến năm 2020 xác định chi nhánh tăng cường khai thác, mở rộng thị phần ra các huyện. Do đó, thời gian đến chi nhánh cần hoàn thiện và mở rộng mạng lưới phân phối để nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng nhằm mở rộng thị phần.

3.2.4. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

HĐKD dịch vụ NHĐT là hoạt động trực tiếp liên quan đến các phương tiện điện tử và quy trình nghiệp vụ tính năng sản phẩm mới

thường xuyên thay đổi. Hơn nữa, trong bối cảnh cạnh tranh hiện nay để làm hài lòng nhu cầu ngày càng cao và đa dạng của khách hàng đòi hỏi phải nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Cán bộ nhân viên phải nắm bắt nhanh mọi vấn đề liên quan đến nghiệp vụ, khả năng xử lý công việc nhanh, chính xác; có kỹ năng bán hàng để thích ứng với mọi đối tượng khách hàng trong mọi trường hợp nhằm tăng nguồn thu từ dịch vụ NHĐT.

3.2.5. Linh hoạt trong phí dịch vụ

Sự linh hoạt trong phí dịch vụ là yếu tố tạo tính cạnh tranh, thu hút khách hàng, tăng hiệu quả kinh doanh dịch vụ NHĐT. Vì tác động của yếu tố lợi ích tài chính là rất lớn trong việc quyết định sử dụng dịch vụ NHĐT của khách hàng. Thời gian qua, chi nhánh áp dụng mức phí chung cho tất cả các đối tượng khách hàng. Chính vì vậy, để nâng cao tính cạnh tranh chi nhánh cần linh hoạt trong phí dịch vụ.

3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

3.3.1. Kiến nghị với Chính phủ

3.3.2. Kiến nghị với BIDV

a. Hoàn thiện sản phẩm dịch vụ NHĐT

b. Hiện đại hóa công nghệ ngân hàng nhằm rút ngắn thời gian giao dịch và đảm bảo an toàn tài sản cho khách hàng, ngân hàng

c. Cải tiến quy trình đăng ký sử dụng dịch vụ

d. Chính sách phí dịch vụ

e. Xây dựng chính sách hỗ trợ chi nhánh phát triển HĐKD dịch vụ NHĐT

3.3.3. Kiến nghị với UBND tỉnh Quảng Ngãi

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

KẾT LUẬN

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế và bùng nổ công nghệ thông tin như hiện nay, việc đáp ứng nhu cầu giao dịch nhanh chóng, thuận tiện của khách hàng là yêu cầu tất yếu. Lợi ích đem lại của dịch vụ NHĐT là rất lớn không chỉ đối với khách hàng, ngân hàng mà còn đối với nền kinh tế, nhờ tính tiện ích, nhanh chóng, chính xác và bảo mật. Những thành công mà hệ thống ngân hàng thế giới đã đạt được với tính năng ưu việt của dịch vụ NHĐT thì có thể khẳng định việc xây dựng và phát triển dịch vụ này là một định hướng đúng đắn.

Với mục tiêu nghiên cứu của luận văn là tổng hợp lý luận, phân tích, đánh giá thực trạng và đưa ra các giải pháp, kiến nghị nhằm hoàn thiện HĐKD dịch vụ NHĐT, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của chi nhánh trên địa bàn, luận văn đã tập trung giải quyết một số nội dung như sau:

Một là, hệ thống hóa những vấn đề cơ bản về phân tích HĐKD dịch vụ NHĐT của NHTM.

Hai là, phân tích thực trạng HĐKD dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi. Qua đó, đánh giá những mặt đạt được, hạn chế và nguyên nhân hạn chế trong HĐKD dịch vụ NHĐT thời gian qua.

Ba là, đề xuất các giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện HĐKD dịch vụ NHĐT tại BIDV Quảng Ngãi, nâng cao năng lực cạnh tranh và khẳng định vị thế của chi nhánh trên địa bàn.

Bên cạnh những kết quả đạt được, đề tài còn một số hạn chế như: việc khảo sát khách hàng với quy mô mẫu nhỏ nên khả năng tổng

quát hóa chưa cao; hoạt động điều tra tiếp cận khách hàng gặp phải hạn chế do một số khách hàng chưa thực sự quan tâm việc trả lời câu hỏi khảo sát và một số thiếu sót khác. Vì vậy, tác giả rất mong nhận được sự góp ý của quý Thầy, Cô để luận văn được hoàn thiện hơn.

Tác giả xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến TS. Tống Thiện Phước đã tận tình hướng dẫn, quan tâm giúp đỡ và chia sẻ kinh nghiệm trong suốt quá trình nghiên cứu. Tác giả cũng xin gửi lời cảm ơn đến Ban lãnh đạo, cán bộ nhân viên làm việc tại BIDV Quảng Ngãi đã hỗ trợ tác giả rất nhiều để hoàn thành luận văn này.

Khoa Quản lý chuyên ngành đã kiểm tra và xác nhận:

*Tóm tắt luận văn được trình bày theo đúng quy định về hình thức
và đã được chỉnh sửa theo kết luận của Hội đồng*

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Chy', is written over a horizontal blue line.