

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Nguyễn Phi Hùng

**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ
NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN
HÀNG ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN VIỆT
NAM CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG (BIDV
ĐÀ NẴNG)**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

**2012 | PDF | 95 Pages
buihuuhanh@gmail.com**

Đà Nẵng - Năm 2012

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 kỳ một công trình nào khác.

Tác giả luận văn

Nguyễn Phi Hùng

MỤC LỤC

TRANG PHỤ BÌA	
LỜI CAM ĐOAN	
MỤC LỤC	
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	
DANH MỤC CÁC BẢNG	
DANH MỤC CÁC HÌNH	
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG	
ĐIỆN TỬ	4
1.1 Tổng quan về dịch vụ ngân hàng điện tử	4
1.1.1 Khái niệm dịch vụ ngân hàng điện tử	4
1.1.2 Sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trên thế giới:	4
1.1.3 Các dịch vụ ngân hàng điện tử	8
1.1.4 Vai trò của dịch vụ ngân hàng điện tử	12
1.2. Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử	16
1.2.1 Nội dung phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử	16
1.2.2 Các tiêu chí phản ánh sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử	17
1.2.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử	18
CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN	
TỬ TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM-CN ĐÀ NẴNG	25
2.1 Giới thiệu chung về ngân hàng Đầu tư và Phát triển VN-CN Đà Nẵng	25
2.1.1 Sơ lược về ngân hàng Đầu tư phát triển Việt Nam-CN Đà Nẵng	25
2.1.2 Lịch sử hình thành và phát triển	25
2.1.3 Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý	27
2.1.4 Kết quả hoạt động kinh doanh	30
2.2 Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV ĐN	36
2.2.1 Tổng quan về thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử	36
2.2.2 Phân tích thực trạng phát triển theo từng loại dịch vụ	46
2.2.3 Kết quả khảo sát đánh giá của khách hàng về thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV ĐN	53

2.3 Đánh giá chung về tình hình cung ứng dịch vụ NHDT tại BIDV ĐN	57
2.3.1 Những kết quả đạt được	57
2.3.2 Những hạn chế, tồn tại và nguyên nhân hạn chế	58
CHƯƠNG 3 GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM-CN ĐÀ NẴNG	65
 3.1 Những căn cứ để xuất giải pháp.....	65
3.1.1 Điều kiện và khả năng phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV Đà Nẵng trong thời gian đến	65
3.1.2 Định hướng và mục tiêu phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV Đà Nẵng...68	68
 3.2 Giải pháp phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV Đà Nẵng	69
3.2.1 Nhóm giải pháp về quản lý	69
3.2.2 Nhóm giải pháp về nguồn nhân lực	70
3.2.3 Nhóm giải pháp về Marketing	72
3.2.4 Nhóm giải pháp nhằm đa dạng hóa các sản phẩm.....	75
3.2.5 Nhóm giải pháp nhằm nâng cao chất lượng những sản phẩm đang cung cấp	76
3.2.6 Nhóm giải pháp nhằm hạn chế các rủi ro	77
 3.3 Những kiến nghị để phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV CN ĐN	79
3.3.1 Kiến nghị đối với chính phủ và các bộ ngành	79
3.3.2 Kiến nghị đối với NHNN Việt Nam	80
3.3.3 Kiến nghị đối với BIDV VN	81
KẾT LUẬN	84
TÀI LIỆU THAM KHẢO	85
QUYẾT ĐỊNH GIAO ĐỀ TÀI LUẬN VĂN	
PHỤ LỤC	

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

ATM	: Máy rút tiền tự động
BIDV	: Ngân hàng đầu tư phát triển
CBCNV	: Cán bộ công nhân viên
CN	: Chi nhánh
CNTT	: Công nghệ thông tin
ĐN	: Đà Nẵng
DVCNT	: Đơn vị chấp nhận thẻ
E-Banking	: Ngân hàng điện tử
NH	: Ngân hàng
NHDT	: Ngân hàng điện tử
NHTM	: Ngân hàng thương mại
NHNN	: Ngân hàng Nhà nước
PGD	: Phòng giao dịch
POS	: Máy chấp nhận thẻ
PIN	: Mã số cá nhân
TCTD	: Tổ chức tín dụng
TMĐT	: Thương mại điện tử
VN	: Việt Nam

DANH MỤC CÁC BẢNG

Số hiệu bảng	Tên bảng	Trang
2.1	Cơ cấu nguồn vốn huy động của BIDV ĐN trong 3 năm gần đây	32
2.2	Tình hình hoạt động cho vay của Ngân hàng BIDV ĐN trong 3 năm gần đây	33
2.3	Kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV ĐN trong 3 năm gần đây	34
2.4	So sánh danh mục sản phẩm dịch vụ NHDT giữa các NH	40
2.5	So sánh mức độ tiện ích của các sản phẩm NHDT giữa các NH	41
2.6	Số lượng và tốc độ gia tăng số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ NHDT tại BIDV ĐN	43
2.7	Tình hình thu nhập từ hoạt động NHDT tại BIDV ĐN	44
2.8	Danh mục các rủi ro trong hoạt động NHDT tại BIDV ĐN	45
2.9	Tình hình phát hành thẻ của BIDV ĐN	47
2.10	Tình hình giao dịch thẻ của BIDV ĐN	49
2.11	Số lượng máy ATM của BIDV ĐN	50
2.12	Số lượng POS của BIDV ĐN	51
2.13	Tình hình sử dụng dịch vụ BSMS của BIDV ĐN	51
2.14	Tình hình sử dụng dịch vụ Direct Banking của BIDV ĐN	52

DANH MỤC CÁC HÌNH

Số hiệu hình	Tên hình	Trang
2.1	Thời gian giao dịch với BIDV ĐN	54
2.2	Giới tính	54
2.3	Độ tuổi	54
2.4	Trình độ học vấn	54
2.5	Thu nhập	55
2.6	Nguồn nhận biết thông tin dịch vụ NHĐT	55
2.7	Lý do khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT	55
2.8	Dịch vụ khách hàng đang sử dụng	56
2.9	Tần suất sử dụng dịch vụ	56
2.10	Tiện ích khách hàng hay sử dụng	56
2.11	Lý do khách hàng chưa sử dụng DV NHĐT	57

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Với việc gia nhập WTO đã mở ra cho nền kinh tế Việt Nam một con đường mới với nhiều cơ hội phát triển tuy nhiên đi cùng với nó là những thách thức. Sức ép hội nhập tác động đến tất cả các ngành, lĩnh vực kinh tế trong đó có ngành tài chính ngân hàng. Khi Việt Nam mở cửa để hội nhập vào nền kinh tế thế giới, rất nhiều các ngân hàng lớn, các tập đoàn tài chính không lồ với tiềm lực tài chính mạnh mẽ, nhiều kinh nghiệm và điều kiện công nghệ hiện đại nhảy vào đầu tư. Điều này tạo ra sự cạnh tranh khốc liệt đối với các Ngân hàng thương mại trong nước. Do đó, để nâng cao năng lực cạnh tranh đòi hỏi các ngân hàng thương mại trong nước cần phải đầu tư mạnh mẽ về cơ sở hạ tầng, đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ, phát triển các sản phẩm dịch vụ gia tăng bên cạnh những nghiệp vụ truyền thống.

Bên cạnh đó, sự phát triển như vũ bão của khoa học công nghệ, đặc biệt là ngành công nghệ thông tin, đã tác động đến mọi mặt hoạt động của đời sống, kinh tế-xã hội, làm thay đổi nhận thức và phương pháp sản xuất kinh doanh của nhiều lĩnh vực, nhiều ngành kinh tế khác nhau, trong đó có lĩnh vực Ngân hàng. Những khái niệm về NHDT, giao dịch trực tuyến, thanh toán trên mạng... đã bắt đầu trở thành xu thế phát triển và cạnh tranh của các Ngân hàng thương mại ở Việt Nam. Phát triển các dịch vụ NHDT là xu hướng tất yếu, mang tính khách quan, trong thời đại hội nhập kinh tế quốc tế.

Dịch vụ này tuy còn mới ở Việt Nam, tuy nhiên dịch vụ này đã cho thấy được nhiều ưu điểm. Nó vừa mang lại nhiều cơ hội kinh doanh mới cho Ngân hàng vừa mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng, góp phần tăng hiệu quả hoạt động, tạo ra lợi thế cạnh tranh cho Ngân hàng, qua đó tăng nguồn thu dịch vụ chắc chắn cho Ngân hàng.

Để tồn tại, phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh, Ngân hàng Đầu tư phát triển VN CN ĐN cũng đang phấn đấu, nỗ lực hết mình để bắt kịp tiến trình hiện đại hóa ngân hàng, không những hoàn thiện các nghiệp vụ truyền thống, mà còn

tập trung phát triển các ứng dụng ngân hàng hiện đại trong đó chú trọng dịch vụ NHDT, đáp ứng yêu cầu nâng cao năng lực cạnh tranh, hỗ trợ nghiệp và phát triển. Song, thực tiễn phát triển dịch vụ NHDT tại Ngân hàng Đầu tư phát triển VN CN Đà Nẵng cũng cho thấy còn những khó khăn, hạn chế. Việc tìm ra các biện pháp nhằm triển khai, phát triển thành công dịch vụ NHDT cũng như giúp Ngân hàng Đầu tư phát triển VN CN ĐN khả năng đón vị thế, thương hiệu của mình vẫn là vấn đề đã và đang được đặt ra khá bức thiết.

Ngoài ra, hiện nay chưa có những nghiên cứu tại ngân hàng này.

Với những thực tế trên, tôi đã quyết định lựa chọn nghiên cứu đề tài: **“Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng Đầu tư phát triển Việt Nam-CN Đà Nẵng (BIDV ĐN)”** để làm đề tài Luận văn Thạc sĩ của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu:

- Làm rõ lý luận về dịch vụ NHDT của các NHTM.
- Phân tích đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ NHDT tại Ngân hàng Đầu tư phát triển Việt Nam Chi nhánh Đà Nẵng.
- Qua đó, đề xuất các giải pháp để phát triển dịch vụ NHDT phù hợp với điều kiện của BIDV ĐN.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

a. Đối tượng nghiên cứu: Những vấn đề lý luận và thực tiễn phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV Đà Nẵng

b. Phạm vi nghiên cứu:

- Chủ yếu tập trung nghiên cứu về phát triển dịch vụ NH điện tử để vận dụng vào hoạt động kinh doanh của NH BIDV ĐN. Để thực hiện mục tiêu đề ra, đề tài

cũng sẽ tìm hiểu về sản phẩm dịch vụ NHDT tại các NHTM khác tại ĐN. Qua đó so sánh, phân tích và đưa ra giải pháp để phát triển dịch vụ NH điện tử tại BIDV ĐN.

- Không gian nghiên cứu: Tại NH đầu tư phát triển VN CN Đà Nẵng
- Thời gian nghiên cứu thực trạng: Trong ba năm 2008-2010

4. Phương pháp nghiên cứu:

- Phương pháp thu thập và xử lý thông tin qua 2 nguồn: dữ liệu nội bộ của NH và dữ liệu thu thập từ sách báo, tạp chí, kết quả nghiên cứu của đồng nghiệp...
- Phương pháp khảo sát:
 - + Khảo sát tại một số NH đang cung ứng dịch vụ NH điện tử.
 - + Điều tra thông qua phiếu thăm dò khách hàng giao dịch.
 - + Phỏng vấn trực tiếp khách hàng giao dịch.

5. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung luận văn được kết cấu thành 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận 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 phát triển Việt Nam-CN Đà Nẵng.

Chương 3: Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng Đầu tư phát triển Việt Nam-CN Đà Nẵng.

Trong quá trình nghiên cứu, tác giả đã cố gắng thu thập số liệu, phân tích, nhận định và đề xuất các giải pháp nhưng chắc chắn không tránh khỏi những sai sót. Tác giả rất mong nhận được sự góp ý từ quý Thầy, Cô và những người quan tâm.

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN 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 dịch vụ ngân hàng điện tử

Khoảng hơn một thập kỷ trước đây, hàng loạt các ngân hàng bắt đầu cung ứng một phần mềm ứng dụng cho khách hàng nhằm giúp khách hàng của mình có thể xem số dư tài khoản đồng thời thực hiện các lệnh thanh toán cho một số dịch vụ công cộng như: trả tiền điện, nước, điện thoại... Đến năm 1995, e-banking chính thức triển khai với sự tham gia hợp tác của 16 Ngân hàng lớn tại Mỹ. Khi đó, khách hàng chỉ cần máy vi tính, một modem và phần mềm là có thể sử dụng dịch vụ. Ngày nay, dịch vụ e-banking đã và đang được nhân rộng ra ngoài nước Mỹ đến các châu lục khác. Ở các nước phát triển dịch vụ này trở nên khá quen thuộc với khách hàng vì tính tiện lợi và hiệu quả của nó.

Một cách tổng quát, NHDT hay chính xác hơn, các dịch vụ NHDT là các dịch vụ ngân hàng mà các giao dịch giữa ngân hàng và khách hàng dựa trên quá trình xử lý và chuyển giao dữ liệu số hóa [1],[2].

1.1.2 Sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trên thế giới

Kể từ khi ngân hàng Wells Fargo (Mỹ), ngân hàng đầu tiên cung cấp dịch vụ ngân hàng qua mạng đầu tiên tại Mỹ đến nay, đã có rất nhiều tim tòi, thử nghiệm, thành công cũng như thất bại trên con đường xây dựng một hệ thống e-banking hoàn hảo, phục vụ tốt nhất cho khách hàng. Tổng kết chung, e-banking được phát triển qua các hình thái sau:

- Brochure-ware:* Đây là hình thái đơn giản nhất của e-banking. Hầu hết các ngân hàng khi mới bắt đầu xây dựng e-banking đều thực hiện theo hình thái này. Việc đầu tiên chính là xây dựng một website chứa những thông tin về ngân hàng, đưa sản phẩm lên trên mạng nhằm quảng cáo, giới thiệu, chỉ dẫn, liên lạc.... Thực chất đây chỉ là một kênh quảng cáo mới ngoài những kênh thông tin truyền thống khác như báo chí, truyền hình,... Mọi giao dịch của

ngân hàng vẫn thực hiện qua hệ thống phân phối truyền thống, tức là qua các chi nhánh ngân hàng.

- b. *E-commerce*: Trong hình thái thương mại điện tử, ngân hàng sử dụng Internet như một kênh phân phối mới cho những dịch vụ truyền thống như cho phép sao kê thông tin tài khoản, nhận thông tin giao dịch chứng khoán,...Internet ở đây chỉ đóng vai trò như một dịch vụ cộng thêm vào để tạo sự thuận lợi thêm cho khách hàng. Hầu hết các ngân hàng vừa và nhỏ đang ở hình thái này.
- c. *E-business*: Trong hình thái này, các xử lý cơ bản của ngân hàng cá ở phía khách hàng và người quản lý đều được tích hợp với Internet và các kênh phân phối khác. Giai đoạn này được phân biệt bởi sự tăng về sản phẩm và chức năng của ngân hàng với sự phân biệt sản phẩm theo nhu cầu và quan hệ của khách hàng đối với ngân hàng. Hơn thế nữa, sự phối hợp, chia sẻ dữ liệu giữa hội sở ngân hàng và các kênh phân phối như chi nhánh, mạng Internet, mạng không dây,... giúp cho việc xử lý yêu cầu và phục vụ khách hàng được nhanh chóng và chính xác hơn. Internet và khoa học công nghệ đã tăng sự liên kết, chia sẻ thông tin giữa ngân hàng, đối tác, khách hàng và cơ quan quản lý.
- d. *E-bank(Enterprise)*: Chính là mô hình lý tưởng của một ngân hàng trực tuyến trong nền kinh tế điện tử, một sự thay đổi hoàn toàn trong mô hình kinh doanh và phong cách quản lý. Những ngân hàng này sẽ tận dụng sức mạnh thực sự của mạng toàn cầu nhằm cung cấp toàn bộ các giải pháp tài chính cho khách hàng với chất lượng tốt nhất. Từ những bước ban đầu là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ hiện hữu thông qua nhiều kênh riêng biệt, ngân hàng có thể sử dụng nhiều kênh liên lạc này nhằm cung cấp nhiều giải pháp khác nhau cho từng đối tượng khách hàng riêng biệt. [5]

Để thúc đẩy quá trình hội nhập, thu hút khách hàng cũng như giành giật cơ hội trong kinh doanh, hầu hết các ngân hàng trên thế giới không ngừng tăng cường và đưa ra các dịch vụ tiện lợi, nhanh gọn và được hỗ trợ mạnh mẽ của các công nghệ

hiện đại như máy giao dịch tự động (ATM), máy thanh toán tại các điểm bán hàng(POS), mạng lưới cung cấp dịch vụ ngân hàng thông qua mạng điện thoại, máy tính cá nhân,... Với sự phát triển mạnh mẽ của CNTT và truyền thông, của khoa học kỹ thuật, của công nghệ như Internet, mạng điện thoại di động, mô hình ngân hàng với hệ thống quầy làm việc, những tòa nhà cao ốc, giờ làm việc hành chính 7, 8 giờ sáng đến 4, 5 giờ chiều(brick and mortar banking) đang dần được cải tiến và thay thế bằng mô hình ngân hàng mới-NHDT (click and morta banking). Khẳng định bằng những thành công trong những năm qua, e-banking đã có những bước phát triển vượt bậc và trở thành mô hình tắt yếu cho hệ thống ngân hàng trong thế kỷ 21. Dưới đây là tình hình triển khai thực tế dịch vụ e-banking của một số nước trên thế giới:

* E-banking tại Mỹ:

Mỹ là nước đi đầu trong việc phát triển dịch vụ e-banking. Theo khảo sát mới đây nhất của Cục Dự trữ liên bang Mỹ (FED), việc sử dụng dịch vụ e-banking trở nên phổ biến rộng rãi, các sản phẩm và dịch vụ e-banking ngày càng đa dạng và phong phú về chủng loại để phục vụ nhu cầu của khách hàng. Hầu hết các chủ ngân hàng đều đã nhận thức rất rõ tầm quan trọng của e-banking, chỉ tính trong năm 2000, lượng tiền đầu tư nhằm xây dựng hệ thống e-banking đã là 500 triệu USD và tăng đến 2 tỷ USD vào cuối năm 2005. Những ngân hàng lớn tham gia kinh doanh trực tuyến ngày càng nhiều, theo báo cáo của FDIC (Tập đoàn bảo hiểm tiền gửi liên bang Mỹ), số ngân hàng có tài sản dưới 100 triệu USD có cung cấp dịch vụ e-banking chỉ chiếm khoảng 5%, trong khi đó số ngân hàng có tài sản lớn hơn 10 tỷ USD có dịch vụ e-banking chiếm tới 84%.

Vào thời điểm năm 2000, trong số Top 100 ngân hàng của Mỹ thì có 36% không có mặt trên mạng, 41% chỉ cung cấp thông tin và còn lại 23% là cung cấp đầy đủ dịch vụ ngân hàng trực tuyến. Trong năm 2000 đã có khoảng 1.100 ngân hàng lớn nhỏ tại Mỹ cung cấp đầy đủ mọi dịch vụ ngân hàng qua mạng, con số này tăng lên 1.200 vào cuối năm 2003 và sẽ đạt tới 3.000 vào cuối năm 2005.

* E-banking tại Anh và các nước Châu Âu khác:

Phần lớn khách hàng tại Anh và Châu Âu sử dụng e-banking để xem số dư tài khoản tiền gửi, tài khoản tiết kiệm, kiểm tra giao dịch hàng ngày, đổi chiếu số dư. Nhờ đó các ngân hàng giảm chi phí hoạt động và thời gian làm việc của nhân viên tại các trung tâm liên lạc khách hàng (Call Center), các chi nhánh để trả lời khách hàng và thực hiện các giao dịch lặp đi lặp lại. Khách hàng cũng được hưởng lợi nhờ dịch vụ nhanh, chính xác, đảm bảo sự riêng tư, tiết kiệm thời gian đi lại....

Ở Anh, theo khảo sát của BACS (The Banker Automated Clearing Service-Trung tâm thanh toán liên ngân hàng, Anh), số người sử dụng dịch vụ này đã tăng từ 3,5 triệu lên 7,8 triệu trong vòng hai năm. Số người thanh toán hóa đơn và chuyển tiền qua Internet hoặc điện thoại di động cũng tăng mạnh. Trong năm 2002 đã có 7,2 triệu người thanh toán các loại chi phí và chuyển khoản theo con đường này, tăng 44% so với năm 2001 và đã có tổng cộng 72 triệu lượt người thanh toán trực tuyến, trong đó số người sử dụng thẻ tín dụng chiếm hơn một nửa.

* E-banking tại khu vực Châu Á-Thái Bình Dương:

Theo hãng nghiên cứu Thụy Điển Berg Insight, khu vực Châu Á-Thái Bình Dương được dự báo là thị trường quan trọng nhất với tỷ trọng 65% số lượng người dùng dịch vụ e-banking vào năm 2014. Hiện nay, dịch vụ e-banking đã sử dụng ở nhiều nước trong khu vực này và số lượng người sử dụng các loại dịch vụ này cũng tăng dần qua các năm.

* Tại Trung Quốc:

Ngân hàng Trung ương đã khuyến khích các dịch vụ e-banking từ năm 2000. Chính phủ cũng tạo điều kiện về cơ sở vật chất cho các ngân hàng trong nước tiến hành dịch vụ e-banking; tuy nhiên, mức độ phát triển của dịch vụ này ở Trung Quốc chưa cao, số người sử dụng dịch vụ này còn ít vì các hoạt động trao đổi thông tin qua mạng vẫn phải chịu sự theo dõi và kiểm duyệt của Chính phủ, do vậy đã khiến cho hoạt động này chưa phát triển mạnh mẽ.

* Tại Singapore:

Chính phủ đã tuyên bố mục tiêu biến nước này trở thành một trong những nước đứng đầu thế giới về điện toán hóa, làm cho CNTT thâm nhập vào mọi khía

cạnh của đời sống xã hội. Vào năm 1997, tất cả các cơ quan, công sở đều đã liên kết vào internet. Riêng về thanh toán điện tử, Singapore là một trong những nước áp dụng đầu tiên trên thế giới. Tháng 12/1996, nhân phiên họp cấp bộ trưởng WTO tổ chức ở Singapore, nước này đã chính thức khai trương việc ứng dụng toàn diện các loại thẻ tiền mặt internet, thẻ thông minh, thẻ mua hàng điện tử, túi tiền điện tử. Hệ thống giao dịch an toàn mang tính quốc tế, thành lập tháng 4/1997 đưa vào sử dụng toàn diện cuối năm 1998. Đến tháng 5/2002, hơn 28% người sử dụng internet vào các trang web e-banking. Nghiên cứu của Netvalue(một công ty trên Internet) chỉ ra rằng trong khi số lượng người tham gia vào e-banking tại Singapore tăng lên, thời gian trung bình cho các trang web này giảm xuống xấp xỉ gần 4 lần từ tháng 3 đến tháng 5/2001. Sự giảm xuống này có thể do yếu tố rằng nhiều khách hàng sử dụng thời gian để hoàn thành những giao dịch tốn ít thời gian hơn là vào các trang web khác. Tất cả các ngân hàng chính ở Singapore có sự hiện diện internet. Những ngân hàng này đã chuyển từ sự tập trung ban đầu vào các dịch vụ ngân hàng bán lẻ sang các công ty vừa và nhỏ và các sản phẩm dịch vụ ngân hàng cho các tổ hợp công ty.

* Tại Thái Lan:

Dịch vụ e-banking được cung cấp từ năm 1995. Đặc biệt sau cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997, các ngân hàng Thái Lan chịu sức ép phải cắt giảm chi phí đã chuyển hướng sang đẩy mạnh cung cấp các dịch vụ e-banking, coi đây là một giải pháp để giảm chi phí nhân công và tăng độ thỏa mãn của khách hàng.

1.1.3 Các dịch vụ ngân hàng điện tử

Sự phát triển như vũ bão của công nghệ thông tin trong những năm gần đây đã ảnh hưởng khá rõ nét đến sự phát triển của công nghệ ngân hàng. Hiện nay ở nhiều nước trên thế giới, dịch vụ NHDT đã phát triển khá phổ biến, đa dạng về loại hình sản phẩm và dịch vụ. Nhưng nhìn chung các sản phẩm dịch vụ NHDT bao gồm các loại sau:

* Call centre:

Do quản lý dữ liệu tập trung nên khách hàng có tài khoản tại bất kỳ chi nhánh nào vẫn gọi về một số điện thoại cố định của trung tâm này để cung cấp mọi thông

tin chung và cá nhân. Khác với Phone banking chỉ cung cấp các loại thông tin lập trình sẵn, Call centre có thể linh hoạt cung cấp thông tin hoặc trả lời các thắc mắc của khách hàng. Tuy nhiên nhược điểm của Call centre là phải có người trực 24/24 giờ.

*** Phone banking:**

Đây là loại sản phẩm cung cấp thông tin ngân hàng qua điện thoại hoàn toàn tự động. Do tự động nên các loại thông tin được ấn định trước, bao gồm thông tin về tỷ giá hối đoái, lãi suất, giá chứng khoán, thông tin cá nhân cho khách hàng như số dư tài khoản, liệt kê năm giao dịch cuối cùng trên tài khoản.... Hệ thống cũng tự động gửi fax khi khách hàng yêu cầu cho các loại thông tin nói trên. Hiện nay qua Phone banking, thông tin được cập nhật, khác với trước đây khách hàng chỉ có thông tin của ngày hôm trước.

*** Mobile banking:**

Đây là hình thức thanh toán trực tuyến qua điện thoại di động, song hành với phương thức thanh toán qua mạng internet. Phương thức này được ra đời nhằm giải quyết nhu cầu thanh toán các giao dịch có giá trị nhỏ hoặc những dịch vụ tự động không có người phục vụ. Muốn tham gia dịch vụ này khách hàng cần đăng ký để trở thành thành viên chính thức trong đó quan trọng là cung cấp những thông tin cơ bản như số điện thoại di động, tài khoản cá nhân dùng trong thanh toán. Khi khách hàng đăng ký thành công, nhà cung ứng dịch vụ thanh toán qua mạng sẽ cung cấp cho khách hàng một mã số định danh và thêm một mã số cá nhân(PIN) để khách hàng xác nhận giao dịch thanh toán khi nhà cung cấp yêu cầu. Sau khi hoàn tất các thủ tục cần thiết thì khách hàng sẽ là thành viên chính thức và đủ điều kiện để thanh toán thông qua điện thoại di động.

*** Home banking:**

Với Home banking, khách hàng giao dịch với ngân hàng qua mạng nhưng là mạng nội bộ do ngân hàng xây dựng riêng. Các giao dịch được tiến hành tại nhà thông qua hệ thống máy tính nối với hệ thống máy tính của ngân hàng có thể thực hiện các giao dịch về chuyển tiền, liệt kê giao dịch, tỷ giá, lãi suất, báo Nợ, báo

Có... Để sử dụng được dịch vụ home banking khách hàng chỉ cần có một máy tính kết nối với hệ thống máy tính của ngân hàng thông qua modem, đồng thời khách hàng phải đăng ký số điện thoại và chỉ những số điện thoại này mới được kết nối với hệ thống home banking của ngân hàng.

* Internet banking:

Dịch vụ internet banking giúp khách hàng chuyển tiền trên mạng thông qua các tài khoản cũng như kiểm soát hoạt động của các tài khoản này. Để tham gia, khách hàng truy cập vào website của ngân hàng và thực hiện giao dịch tài chính, truy cập thông tin cần thiết. Khách hàng cũng có thể truy cập vào các website khác để mua hàng và thực hiện thanh toán với ngân hàng. Tuy nhiên, khi sử dụng hình thức giao dịch này đòi hỏi ngân hàng phải có một hệ thống bảo mật đủ mạnh để đối phó với những rủi ro trên phạm vi toàn cầu. Hiện nay, vấn đề này đang là trở ngại vì đầu tư hệ thống bảo mật rất tốn kém.

* Dịch vụ Thẻ ngân hàng:

Thẻ ngân hàng là phương tiện thanh toán được các NHTM cung cấp cho khách hàng sử dụng thay thế cho tiền mặt được xuất hiện đầu tiên vào những năm 1960 tại Mỹ. Thẻ ngân hàng do có thẻ thay thế tiền mặt trong các giao dịch nên còn được gọi là tiền điện tử (electronic money).

Xét trên phương diện dịch vụ tài chính, thẻ ngân hàng bao gồm 2 loại: thẻ ghi nợ (debit card) và thẻ tín dụng (credit card).

Dịch vụ thẻ ngân hàng mà NH cung cấp cho khách hàng bao gồm một số dịch vụ:

- *Các dịch vụ được thực hiện tại máy rút tiền tự động*

Hệ thống máy giao dịch tự động(Automatic teller machine-ATM) được đầu tư và lắp đặt không phải chỉ để khách hàng rút tiền như quan niệm của một số người. Đặc biệt với các thẻ hệ máy ATM mới, khách hàng được cung cấp khá nhiều dịch vụ khác như vấn tin tài khoản, nạp tiền, thanh toán các hóa đơn dịch vụ (điện, nước, điện thoại), mua các dịch vụ trả trước... Việc cung cấp các dịch vụ đa dạng qua kênh phân phối này giúp ngân hàng không chỉ tăng tiện ích cho khách hàng đang có

mà còn cả khách hàng tiềm năng thu hút vốn với chi phí thấp. Hệ thống ATM được kết nối giữa các NHTM sẽ cho phép khách hàng của các NHTM khác nhau có thể thực hiện giao dịch tại tất cả các máy ở khắp mọi nơi. Hơn nữa, hệ thống ATM còn cho phép sử dụng các thẻ ngân hàng có đăng ký giao dịch quốc tế hoặc những thẻ ngân hàng do các công ty tài chính và các NHTM đa quốc gia như: Visa, Master, American Express phát hành. Trên cơ sở đó, hệ thống này đã góp phần gia tăng giao dịch ngân hàng quốc tế.

- Dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt bằng thẻ ngân hàng:

Đây là các dịch vụ mà NH cung cấp cho các khách hàng dùng thẻ thanh toán khả năng thanh toán không dùng tiền mặt hoặc bằng các giao dịch thông qua máy tính nối mạng hoặc qua các thiết bị như máy POS...

Về thanh toán điện tử, một số các phương tiện giao dịch thanh toán điện tử hiện đại cũng là hệ quả của quá trình phát triển dịch vụ NHDT

*** Tiền điện tử-Digital cash:**

Tiền điện tử là một phương thức thanh toán trên internet. Người muốn sử dụng tiền điện tử gửi yêu cầu tới ngân hàng. Ngân hàng phát hành tiền điện tử sẽ phát hành một bức điện được ký phát bởi mã cá nhân của ngân hàng và được mã hóa bởi khóa công khai của khách hàng. Nội dung bức điện gồm thông tin xác định người phát hành, địa chỉ internet, số lượng tiền, số series, ngày hết hạn (nhằm tránh việc phát hành hoặc sử dụng hai lần). Ngân hàng sẽ phát hành tiền với từng khách hàng cụ thể. Khách hàng cất giữ tiền điện tử trên máy tính cá nhân. Khi thực hiện một giao dịch mua bán, khách hàng gửi tới nhà cung cấp một thông điệp điện tử được mã hóa bởi khóa công khai của nhà cung cấp hàng hóa dịch vụ. Nhà cung cấp dùng khóa riêng của mình để giải mã thông điệp đồng thời kiểm tra tính xác thực của thông điệp thanh toán này với Ngân hàng phát hành cũng bằng mã hóa công khai của Ngân hàng phát hành và kiểm tra số seri tiền điện tử.

*** Séc điện tử- Digital cheques:**

Cũng sử dụng kỹ thuật tương tự như trên để chuyển phát séc và hồi phiếu điện tử trên mạng Internet. Séc điện tử có nội dung giống như séc thường chỉ khác biệt

duy nhất là Séc này được ký điện tử (tức là việc mã hóa thông điệp bằng mật mã cá nhân của người ký phát séc). Khi ngân hàng của người thụ hưởng thực hiện nghiệp vụ nhờ thu séc, họ sẽ đánh dấu lên thông điệp điện tử và việc thông điệp này được mã hóa bởi mã hóa công khai của Ngân hàng phát hành séc sẽ là cơ sở cho việc thanh toán séc điện tử này.

* **Thẻ thông minh-Stored value smart card:**

Là một loại thẻ nhựa gắn với một bộ vi xử lý. Người sử dụng thẻ nạp tiền vào thẻ và sử dụng trong việc mua hàng. Số tiền được ghi trong thẻ sẽ được trừ lùi đến khi về không. Lúc đó chủ sở hữu có thể nạp lại tiền hoặc vứt bỏ thẻ. Thẻ thông minh được sử dụng trong rất nhiều loại giao dịch như ATM, internet banking, home banking, hoặc mua hàng trên internet với một đầu đọc thẻ thông minh kết nối vào máy tính cá nhân.[3]

1.1.4 Vai trò của dịch vụ ngân hàng điện tử

1.1.4.1 Đối với Ngân hàng

Ở Việt Nam, phát triển dịch vụ NHDT ngày càng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động của các NHTM, là một xu hướng tất yếu. Lợi ích đem lại từ dịch vụ NHDT là rất lớn cho khách hàng, ngân hàng và cho nền kinh tế nhờ tính tiện ích, nhanh chóng chính xác và bảo mật.

Các NHTM Việt Nam đã và đang triển khai các sản phẩm dịch vụ NHDT, là xu thế tất yếu của quá trình phát triển công nghệ thông tin, dịch vụ NHDT được ứng dụng trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng như một lợi thế so sánh. Qua quá trình hoạt động thực tế của mình, hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam đã nhận thấy được vai trò rất quan trọng của các dịch vụ NHDT trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của mình như:

Nâng cao khả năng cạnh tranh, tăng thị phần của ngân hàng: Trong lĩnh vực ngân hàng ở Việt Nam, sản phẩm dịch vụ của các ngân hàng ngày càng giống nhau và dễ bắt chước, việc phát triển các sản phẩm NHDT sẽ tạo ra sự khác biệt đáng kể trong việc cung cấp dịch vụ, giúp cho ngân hàng nâng cao khả năng cạnh tranh

trong việc tiếp nhận các nhóm khách hàng có yêu cầu cao về chất lượng dịch vụ và giao dịch nhanh chóng.

Chuẩn hóa chất lượng phục vụ khách hàng, giảm thiểu những sai sót do con người gây ra: Vấn đề lớn của các ngân hàng hiện nay là công tác kiểm tra, giám sát làm sao để mọi nhân viên ngân hàng ở cấp chi nhánh lớn cũng như chi nhánh nhỏ đều thực hiện đúng qui trình chuẩn có sẵn của ngân hàng trong việc bán các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng nhằm giảm thiểu các sai sót do không tuân thủ các qui trình này. Các sản phẩm dịch vụ NHĐT sẽ giúp các ngân hàng kiểm soát tốt vấn đề này.

Tiếp cận cũng như truyền tải các sản phẩm dịch vụ đến khách hàng nhanh hơn: Với sản phẩm dịch vụ NHĐT các ngân hàng không còn bị giới hạn về không gian và thời gian cung cấp sản phẩm dịch vụ đến khách hàng của mình. Giới hạn về địa lý sẽ dần bị loại bỏ, các ngân hàng không nhất thiết phải mở rộng mạng lưới nhưng vẫn có thể phục vụ khách hàng cũ và tiếp cận những khách hàng mới.

Tăng nguồn thu nhập phi lãi cho ngân hàng: Cho đến nay, đa số lợi nhuận của ngân hàng Việt Nam vẫn còn phụ thuộc chủ yếu vào hoạt động tín dụng (thu nhập từ lãi). Các sản phẩm dịch vụ NHĐT đa số là phi tín dụng và nhằm đến phục vụ số đông. Việc phát triển sản phẩm dịch vụ NHĐT giúp cho ngân hàng đa dạng hóa nguồn thu nhập dịch vụ ít rủi ro hơn nhiều so với hoạt động tín dụng truyền thống.

Giảm chi phí, giảm giá thành: các chi phí về mặt bằng giao dịch, giấy tờ, hồ sơ lưu trữ, ... sẽ được cắt giảm tối đa và do đó giá thành của sản phẩm dịch vụ ngân hàng sẽ giảm mạnh. Trong xu thế chung, khách hàng ngày càng khó phân biệt sự chênh lệch về chất lượng sản phẩm dịch vụ của các ngân hàng, nên giá thành thấp sẽ là nhân tố quyết định sự thành bại của ngân hàng trong thị trường cạnh tranh khốc liệt.

Giảm đáng kể chi phí về cơ sở vật chất và nhân viên: chi phí nhân viên ngày càng tăng nhanh đang là gánh nặng cho các ngân hàng, phát triển các sản phẩm dịch vụ NHĐT giúp các ngân hàng giảm thiểu được số lượng nhân viên. Đưa dịch vụ NHĐT đến với khách hàng, ngân hàng còn có thêm lợi ích là giảm sự phân phôi đến

cấp địa phương, nghĩa là ngân hàng không phải mở thêm nhiều chi nhánh cấp 2, cấp 3 để mở rộng mạng lưới hoạt động mà chỉ cần đầu tư phát triển những chi nhánh hiện tại, quảng bá thu khách hàng bằng chất lượng dịch vụ thật tốt. Đối với ngân hàng nước ngoài, họ coi dịch vụ NHĐT là một kênh quan trọng có thể làm thay công việc của một chi nhánh.

Nâng cao vị thế, đẳng cấp của ngân hàng: đối với các ngân hàng Việt Nam, do thị trường sản phẩm dịch vụ ngân hàng còn ở mức chưa phát triển cao, việc cung cấp và phát triển các sản phẩm dịch vụ NHĐT thể hiện đẳng cấp vượt trội so với phần còn lại.

Đẩy nhanh tốc độ phục vụ khách hàng: sản phẩm dịch vụ NHĐT dựa trên nền tảng các phần mềm xử lý thông tin khách hàng tự động nên các ngân hàng có khả năng giảm thiểu thời gian quản lý, giám sát, giúp các ngân hàng đẩy nhanh thực hiện giao dịch của khách hàng một cách tối đa.

Giúp giảm thiểu việc sử dụng tiền mặt, quản lý thanh khoản tốt hơn: Với các sản phẩm dịch vụ NHĐT, ngân hàng khuyến khích khách hàng mở tài khoản giao dịch thay vì sử dụng tiền mặt do có nhiều ưu điểm hơn. Thành công này sẽ hạn chế tối đa khách hàng sử dụng tiền mặt. Một khi kiểm soát hoàn toàn dòng tiền của khách hàng thông qua tài khoản của khách hàng ngân hàng sẽ quản lý thanh khoản của mình tốt hơn từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động của ngân hàng. Tất cả các nhà quản lý ngân hàng giỏi đều hiểu rõ thanh khoản đồng nghĩa với chi phí, một khi duy trì một lượng thanh khoản cao mức tối ưu cần thiết thì cũng đồng nghĩa với việc ngân hàng lỗ chi phí với một khoản chi phí.

Với những tiện ích của dịch vụ NHĐT còn làm tăng khả năng thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, do đó giúp ngân hàng lưu giữ được những khách hàng hiện tại và thu hút thêm những khách hàng mới.

Sự kết hợp hài hòa trong quá trình phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng truyền thống và phát triển dịch vụ NHĐT cho phép các tổ chức tín dụng tiếp cận nhanh với các phương pháp quản lý hiện đại, giúp các tổ chức tín dụng đa dạng hóa

sản phẩm, tăng doanh thu, nâng cao hiệu quả hoạt động và đặc biệt là nâng cao khả năng cạnh tranh trong nền kinh tế hội nhập.

1.1.4.2 Đối với nền kinh tế

E-banking là một bộ phận của thanh toán không dùng tiền mặt. Nó gắn liền với việc chu chuyển tiền tệ trong nền kinh tế quốc dân, nó tạo ra tốc độ chu chuyển tiền tệ nhanh hơn, khả năng luân chuyển vốn tốt hơn, tiết kiệm được nhiều chi phí về in ấn tiền, kiểm đếm vận chuyển tiền mặt. Mặt khác, e-banking còn làm thay đổi nhận thức, tâm lý của dân chúng về việc sử dụng tiền qua các phương tiện hiện đại, góp phần nâng cao dân trí cho xã hội.

E-banking là hệ thống thanh toán thông qua mạng máy tính và viễn thông đạt được tốc độ thanh toán với thời gian thực, đặc biệt là hệ thống thanh toán điện tử trực tuyến điện rộng giữa các ngân hàng và khách hàng. Nhờ ưu thế tuyệt đối về tốc độ thanh toán, thanh toán điện tử là xu thế tất yếu đối với mọi quốc gia phát triển và đang phát triển nhằm phục vụ cho hoạt động kinh tế, kinh doanh trên phạm vi toàn cầu với hệ thống thị trường hàng hóa dịch vụ, thị trường tài chính tiền tệ được kết nối trên phạm vi toàn cầu và giao dịch diễn ra 24/24 giờ.

Trong tổng doanh số thương mại điện tử toàn thế giới hiện nay, trên 40% là thuộc giao dịch ngân hàng mà chủ yếu là chu chuyển vốn, còn lĩnh vực mua bán hàng hóa qua mạng mới đạt 0,5%, Chính phủ với các trung tâm thông tin tầm cỡ thế giới phục vụ nâng cao hiệu lực, hiệu quả của quản lý nhà nước, đặc biệt lĩnh vực dịch vụ công do nhà nước cung cấp, lĩnh vực giáo dục, đào tạo trực tuyến, sẽ làm biến đổi toàn diện, sâu sắc và kỳ diệu hoạt động thực tiễn và đời sống của con người. Toàn bộ giao dịch, giao lưu rộng lớn theo cơ chế thị trường, theo quan hệ cung cầu, quan hệ chi phí và thu nhập đều thuộc phạm vi bao trùm của thương mại điện tử tất yếu đòi hỏi một hệ thống thanh toán điện tử hiện đại với giao dịch thanh toán trực tuyến, thực hiện thanh toán tự động với mạng lưới rộng lớn đến từng cá nhân theo mô hình tập trung thống nhất. Tất cả điều đó khẳng định vai trò vô cùng to lớn của hệ thống thanh toán điện tử đối với nền kinh tế tri thức và thương mại điện tử theo nghĩa rộng của nó.

1.1.4.3 Đối với khách hàng

Dịch vụ NHDT có thể cung cấp cho mọi người nhiều lựa chọn trong hoạt động kinh doanh và dịch vụ khách hàng chất lượng cao. Với hệ thống thanh toán điện tử, khách hàng được cung cấp tất cả các thông tin với chi phí thấp nhất.

Khách hàng sẽ thu được rất nhiều lợi ích, tiện ích từ dịch vụ thanh toán điện tử do tiết kiệm được thời gian và thực hiện giao dịch thuận tiện hơn. Các cá nhân, doanh nghiệp và các tổ chức xã hội có tài khoản tại các ngân hàng này là người hưởng lợi trực tiếp.

Dịch vụ NHDT, với tốc độ tăng nhanh chóng sẽ hấp dẫn nhiều khách hàng. Dịch vụ mới này sẽ lôi cuốn các doanh nghiệp trước tiên và trong thời gian không xa, những người dân sẽ sử dụng dịch vụ mới này nhiều hơn.

1.2 Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

1.2.1 Nội dung phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là một quá trình bao gồm nhiều nội dung:

1.2.1.1 Phát triển quy mô dịch vụ

Phát triển quy mô dịch vụ NHDT bằng cách mở rộng quy mô cung ứng dịch vụ tức là làm gia tăng lượng khách hàng sử dụng dịch vụ, số lượt/số món cung cấp, gia tăng doanh số tức giá trị giao dịch..

1.2.1.2 Phát triển chủng loại sản phẩm dịch vụ

Chủng loại sản phẩm dịch vụ là danh mục các sản phẩm dịch vụ hiện có của một công ty. Sự phát triển chủng loại sản phẩm dịch vụ NHDT là sự biến đổi danh mục sản phẩm dịch vụ NHDT của ngân hàng gắn liền với sự phát triển theo nhiều hướng khác nhau:

- + Hoàn thiện sản phẩm hiện có
- + Phát triển sản phẩm mới tương đối
- + Phát triển sản phẩm mới tuyệt đối và loại bỏ các sản phẩm không sinh lời

1.2.1.3 Phát triển chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ được định nghĩa bằng nhiều cách khác nhau tùy thuộc vào đối tượng nghiên cứu. Việc tìm hiểu chất lượng dịch vụ là cơ sở cho việc thực hiện

các biện pháp cải thiện chất lượng dịch vụ của ngân hàng. Vì vậy, nó không chỉ quan trọng trong việc xây dựng mục tiêu phát triển mà còn định hướng cho ngân hàng phát huy được thế mạnh của mình một cách tốt nhất. Xét một cách tổng thể, chất lượng dịch vụ bao gồm các đặc điểm sau:

Chất lượng dịch vụ là nhân tố tác động nhiều đến sự hài lòng của khách hàng. Nếu nhà cung cấp dịch vụ đem đến cho khách hàng những sản phẩm có chất lượng thỏa mãn nhu cầu của họ thì ngân hàng đó đã bước đầu làm cho khách hàng vui lòng. Do đó, muốn nâng cao sự hài lòng của khách hàng, nhà cung cấp dịch vụ phải nâng cao chất lượng dịch vụ. Nói cách khác, chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng có mối quan hệ hỗ trợ chặt chẽ với nhau, trong đó chất lượng dịch vụ là cái tạo ra trước, quyết định đến sự hài lòng của khách hàng. Do vậy, việc phát triển chất lượng dịch vụ NHDT bằng cách nâng cao chất lượng dịch vụ hiện có về các mặt nhanh, thuận tiện, an toàn, chính xác và bảo mật cao nhằm tạo sự tin cậy, yên tâm sử dụng dịch vụ NHDT cho khách hàng của ngân hàng mình là một yêu cầu cấp thiết đối với các ngân hàng.

1.2.1.4 Tăng trưởng thị phần cung ứng dịch vụ điện tử của NH trên thị trường mục tiêu

1.2.1.5 Nâng cao năng lực quản trị rủi ro phát sinh trong quá trình cung cấp các dịch vụ NHDT

1.2.1.6 Nâng cao hiệu quả kinh doanh từ các hoạt động cung cấp dịch vụ NHDT

Trong đó, hai nội dung nâng cao năng lực quản trị rủi ro và nâng cao hiệu quả kinh doanh được xem xét tùy thuộc vào chiến lược kinh doanh từng thời kỳ của NH.

1.2.2 Các tiêu chí phản ánh sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử

1.2.2.1 Tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ

Quy mô giao dịch được đánh giá thông qua các chỉ tiêu:

- Lượt giao dịch và doanh số giao dịch của các dịch vụ e-banking bình quân hàng tháng tăng, điều này chứng tỏ đây là chỉ tiêu quan trọng phản ánh sự phát triển của dịch vụ e-banking về mặt số lượng.

- Doanh thu và tỷ trọng doanh thu từ hoạt động NHDT trên tổng thu nhập của ngân hàng: Khi nguồn thu từ dịch vụ e-banking tăng lên đồng nghĩa với việc khách hàng sử dụng các sản phẩm dịch vụ e-banking của ngân hàng ngày càng nhiều hơn.

- Số lượng khách hàng sử dụng các dịch vụ e-banking: Gia tăng quy mô giao dịch tỷ lệ thuận với số lượng khách hàng sử dụng e-banking. Cung và cầu đã tác phoi lẫn nhau trong việc sử dụng các dịch vụ e-banking của ngân hàng. Đây còn là cơ sở để ngân hàng cung ứng ra thị trường nhiều sản phẩm dịch vụ e-banking hơn nữa để cung ứng đầy đủ hơn nhu cầu ngày càng rộng rãi và hiện đại của người tiêu dùng.

1.2.2.2 Mức độ phát triển chung loại dịch vụ cung ứng : Số lượng các sản phẩm dịch vụ NHDT cung ứng và sự mở rộng danh mục sản phẩm qua các thời kỳ

1.2.2.3 Nâng cao chất lượng dịch vụ: Chất lượng dịch vụ NHDT được đánh giá qua nhiều tiêu chí và thường được đo lường thông qua xây dựng thang điểm và thông qua kết quả điều tra hay thống kê xã hội học

1.2.2.4 Thị phần dịch vụ NHDT của ngân hàng trên thị trường mục tiêu và tốc độ gia tăng thị phần: Thị phần sử dụng các dịch vụ e-banking của ngân hàng ngày một tăng đi kèm này cho thấy các sản phẩm dịch vụ e-banking của ngân hàng ngày càng được thị trường chấp nhận.

1.2.2.5 Mức độ thiệt hại do rủi ro trong hoạt động NHDT: bao gồm những thiệt hại do rủi ro tác nghiệp, rủi ro danh tiếng, rủi ro pháp lý và các rủi ro khác.

1.2.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử

1.2.3.1 Các nhân tố bên ngoài ngân hàng

a. Hạ tầng cơ sở Công nghệ thông tin:

Một tiềm năng rất lớn là sự phát triển công nghệ có thể mang lại sự chuyên biến cho công nghệ ngân hàng theo cách mà nó sẽ mang lại những thành tựu đáng kể cho doanh nghiệp và người tiêu dùng. Tốc độ tăng nhanh chóng của các tiến bộ trong CNTT và truyền thông đã đưa ra một phạm vi lớn các kênh phân phối trong ngân hàng bán lẻ, đặc biệt là các hệ thống thanh toán điện tử. Ngân hàng cần khai thác các cơ hội có được từ sự phát triển và biến đổi này để duy trì cạnh tranh. Ngân

hàng thành công trong tương lai chính là những ngân hàng có đòn bẩy từ cuộc cách mạng CNTT và truyền thông. Hơn nữa, người tiêu dùng cũng có thể yêu cầu các dịch vụ ngân hàng hiệu quả hơn và bắt đầu thấy rõ hơn những thế mạnh mà công nghệ có thể mang lại. Người thắng sẽ là những ngân hàng áp dụng được khả năng của CNTT và truyền thông vào việc ra quyết định chiến lược về mở rộng kinh doanh, tăng cường năng lực bộ máy tổ chức, quản lý rủi ro và thiết lập mối quan hệ khách hàng tốt hơn.

Vì hệ thống mạng và các máy PC là các công cụ mà khách hàng thực hiện giao dịch qua các dịch vụ thanh toán điện tử, nên khả năng truy cập đến máy tính và mạng thanh toán là điều kiện tiên quyết để chấp nhận các dịch vụ thanh toán điện tử.

Đối với ngân hàng quan Internet, một trong những nhân tố quan trọng là sự truy cập internet hoặc số lượng người kết nối vào Internet. Điều này là do một khách hàng sẽ không thể sử dụng dịch vụ ngân hàng qua internet nếu khách hàng đó không có cách kết nối internet nào ở nhà cũng như tại văn phòng.

Như vậy, rõ ràng hạ tầng CNTT và truyền thông là nền tảng cho hệ thống thanh toán điện tử. Nếu hạ tầng này đáp ứng được yêu cầu thì hệ thống thanh toán điện tử sẽ hoạt động thông suốt. Ngược lại, nếu hạ tầng này không tốt thì hệ thống thanh toán điện tử không chỉ vận hành kém mà còn có nguy cơ cao về bảo mật thông tin.

b. Về môi trường kinh tế, xã hội:

Thu nhập của người dân là một trong những nhân tố quan trọng có tính chất quyết định, thông thường những người dân có thu nhập cao mới có nhu cầu gửi tiền vào ngân hàng để cất giữ. Nhờ thế lượng khách hàng sử dụng các dịch vụ NHDT tăng lên, tạo điều kiện thuận lợi cho các ngân hàng phát triển dịch vụ NHDT. Việc sử dụng các sản phẩm dịch vụ NHDT thuận tiện cho việc cất giữ các khoản thu nhập, thanh toán các hóa đơn và những chi tiêu phát sinh trong cuộc sống. Những người có thu nhập cao thường đòi hỏi những dịch vụ hiện đại hơn (như thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng, ATM...). Mặt khác, trong điều kiện Việt Nam, việc phát triển kinh tế

không đồng đều giữa các tỉnh thành phố, dòng tiền tiêu dùng chủ yếu là thanh toán nhỏ lẻ đã gây nên những khó khăn nhất định trong việc triển khai các dịch vụ NHDT. Ngoài ra, thói quen và sự ưa thích dùng tiền mặt và sự trì trệ của khách hàng có thể là trở ngại chính cho sự phát triển các dịch vụ ngân hàng NHDT.

Đã từ rất lâu, hệ thống thanh toán của Việt Nam được xây dựng quanh thói quen của người Việt Nam và việc thích dùng tiền mặt làm phương tiện thanh toán. Do đó, tuy biết rằng thanh toán điện tử là một phương thức mới, có nhiều tiện ích. Tuy nhiên, để khách hàng có thể thay đổi thói quen thanh toán truyền thống chấp nhận các dịch vụ thanh toán điện tử, các ngân hàng phải đưa ra được các sản phẩm dịch vụ có tính tiện ích cao, dễ sử dụng; đồng thời có những biện pháp quảng bá các sản phẩm dịch vụ đó đến khách hàng để họ thấy được những tiện ích to lớn mà những sản phẩm dịch vụ đó mang lại.

c. Về môi trường pháp lý:

Môi trường pháp lý là một yếu tố đặc biệt quan trọng, ảnh hưởng đến hoạt động của mọi lĩnh vực đời sống xã hội. Và dịch vụ NHDT cũng không ngoại lệ, lĩnh vực này cũng đòi hỏi tính pháp lý rất cao. Trong mỗi nước, các NH chỉ có thể áp dụng dịch vụ e-banking khi tính pháp lý của nó được thừa nhận (biểu hiện cụ thể bằng sự thừa nhận pháp lý giá trị của các giao dịch điện tử, các thanh toán điện tử, chứng từ điện tử...) và có cơ quan xác thực (chứng nhận chữ ký điện tử).

Như vậy, một môi trường pháp lý ổn định sẽ có tác động tích cực đến sự phát triển của các loại hình dịch vụ mới này vì nó sẽ được đảm bảo các hoạt động của mình bằng chính hệ thống pháp luật của quốc gia mình. Do đó, môi trường pháp lý của quốc gia đòi hỏi phải ngày càng hoàn thiện hơn, ổn định hơn để đảm bảo thông suốt cho các hoạt động của e-banking.

d. Nhu cầu sử dụng và trình độ của khách hàng:

Nhu cầu sử dụng các dịch vụ ngân hàng nói chung và ngân hàng điện tử nói riêng của khách hàng là một trong những điều kiện tiên quyết đối với sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử. Có thể nhận thấy, nhu cầu của khách hàng vừa là

điều kiện đồng thời cũng là nhân tố thúc đẩy sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử.

Bên cạnh đó, trình độ của khách hàng cũng là một trong những yếu tố ảnh hưởng khá lớn đến việc chấp nhận và tạo điều kiện phát triển cho các ý tưởng mới cũng như các sản phẩm mới. Bởi sự hạn chế về trình độ sẽ hạn chế khả năng tiếp thu cái mới, đặc biệt đối với sản phẩm dịch vụ công nghệ e-banking hiện nay. Theo điều tra nhân khẩu học, những người đổi mới có xu hướng học vấn cao hơn, mức độ nhận thức và thông minh cũng cao hơn, mang tính tác động đến người khác nhiều hơn và có thái độ chấp nhận đổi mới với rủi ro, năng động trong xã hội, họ chủ yếu thuộc về giới trẻ.

1.2.3.2 Các nhân tố bên trong ngân hàng:

a. Nguồn lực tài chính:

Năng lực tài chính là điều kiện đầu tiên và quan trọng đối với ngân hàng trong việc đầu tư đổi mới công nghệ, trang thiết bị nhằm phát triển các dịch vụ ngân hàng. Như vậy, nguồn lực tài chính của ngân hàng có ảnh hưởng lớn đến sự phát triển dịch vụ e-banking. Theo Langley&Truax nhấn mạnh rằng “sự sở hữu các nguồn quỹ lớn là một nhân tố quan trọng khi ngân hàng giới thiệu hoặc quảng bá một công nghệ mới”.[6] Để phát triển dịch vụ e-banking đòi hỏi một chi phí lớn bao gồm chi phí đầu tư về công nghệ, chi phí đào tạo về mô hình quản lý mới, chi phí trong việc triển khai ứng dụng những quy trình mới, huấn luyện đội ngũ nhân viên và các chi phí bảo hành, duy trì, phát triển hệ thống. Do đó, các ngân hàng có nguồn lực tài chính dồi dào hoặc dễ dàng tiếp cận những nguồn vốn thì có khả năng đầu tư mạnh mẽ về công nghệ từ đó có thể tạo ra được nhiều sản phẩm giá trị gia tăng mới, tiện ích làm tăng tính cạnh tranh, đồng thời khả năng quảng bá các kênh truyền thông và phân phối điện tử cũng thuận lợi hơn.

b. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật, công nghệ của ngân hàng:

Đây là một trong những nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của một ngân hàng. Trong điều kiện hội nhập kinh tế hiện nay, kết cấu hạ tầng công nghệ thông tin ngân hàng được coi là yếu tố có ý nghĩa quyết

định khả năng cạnh tranh với các NHTM khác. Việc đầu tư xây dựng một cơ sở hạ tầng kỹ thuật hiện đại, ứng dụng các tiến bộ về CNTT là yếu tố quan trọng trong việc phát triển các dịch vụ NHDT, cho phép ngân hàng cung cấp sản phẩm dịch vụ e-banking thực hiện kinh doanh hiệu quả hơn, tạo ra lợi thế cạnh tranh so với đối thủ khác.

c. Trình độ, năng lực của đội ngũ nhân viên:

Các NH có đội ngũ kỹ thuật cao sẽ thích hợp với việc phát triển dịch vụ NHDT. Theo Langley&Truax cho rằng: “việc có một đội ngũ nhân viên kỹ thuật với trình độ thích hợp trong công nghệ truyền thông và thông tin sẽ dễ dàng hơn cho NH trong việc lựa chọn công nghệ và tốc độ để phát triển”.[6] Vì thế để phát triển dịch vụ NHDT, NH cần có đội ngũ kỹ thuật và khoa học cao mới có thể vận hành được hệ thống điện tử, xử lý rủi ro và các tình huống bất ngờ khi thực hiện phát triển dịch vụ NHDT.

Bên cạnh trình độ chuyên môn, năng lực phục vụ của đội ngũ nhân viên cũng vô cùng quan trọng. Đối với các ngành dịch vụ, đặc biệt là ngành ngân hàng khi một sản phẩm dịch vụ mới được tạo ra sẽ nhanh chóng bị bắt chước và rất khó khăn trong việc phân biệt nó được tạo ra bởi ngân hàng nào. Vì vậy các ngân hàng không những cạnh tranh bằng những sản phẩm mới mà còn phải tạo ra những yếu tố khác để nâng cao khả năng cạnh tranh của mình. Đối với nhiều khách hàng, năng lực phục vụ là yếu tố đầu tiên quyết định sự lựa chọn sản phẩm dịch vụ của ngân hàng. Có thể hiểu rằng, năng lực phục vụ ở đây bao gồm các khía cạnh như trình độ chuyên môn, thái độ phục vụ, khả năng truyền đạt của nhân viên và sự nhiệt tình giúp đỡ của nhân viên đối với khách hàng. Trong môi trường cạnh tranh khốc liệt như ngày nay thì năng lực phục vụ là yếu tố mà các ngân hàng cần chú trọng để tạo ra sự khác biệt với các ngân hàng khác.

d. Các yếu tố thuộc về bản thân dịch vụ e-banking mà NH cung cấp:

* Tính đáng tin cậy của dịch vụ:

Sản phẩm dịch vụ e-banking là sản phẩm gắn với công nghệ, do đó, nó vẫn tồn tại một số lỗi như lỗi phần mềm, lỗi kết nối..... Đây là những lỗi mà bản thân khách

hàng khi chưa sử dụng dịch vụ vẫn có thể nhận thấy trước được và chính sự nghi ngờ này ảnh hưởng quan trọng đến quyết định sử dụng dịch vụ của khách hàng, qua đó tác động quyết định đến việc phát triển sản phẩm dịch vụ e-banking. Như vậy, thường khách hàng sẽ tính toán những rủi ro dự tính trước này và sự an toàn của dịch vụ e-banking để so sánh với việc giao dịch trực tiếp với ngân hàng.

Ngoài ra, vì các sản phẩm dịch vụ là trừu tượng, do vậy tiêu chuẩn của một dịch vụ không có sai sót là kém chính xác và chủ quan hơn. Để tạo được niềm tin cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng cần phải đưa ra những cam kết phù hợp với khả năng của mình, không nên hứa vượt quá khả năng của mình để tăng khả năng cạnh tranh với đối thủ, vì khi đó họ khó thực hiện được những cam kết đưa ra. Từ đây họ dễ làm mất đi niềm tin đối với khách hàng, làm suy giảm các cơ hội để đạt được danh tiếng. Trong dịch vụ e-banking tính đáng tin cậy của dịch vụ thể hiện qua việc ngân hàng cung cấp dịch vụ đúng cam kết, quan tâm giải quyết những vấn đề mà khách hàng gặp phải, thực hiện dịch vụ đúng ngay từ lần đầu tiên, chính xác trong ghi chép và đặc biệt dịch vụ phải có tính thử nghiệm và phải làm cho khách hàng thấy trước được những tiện ích liên quan đến dịch vụ này.

Tính đáng tin cậy còn có thể được bổ sung thông qua tính thử nghiệm của sản phẩm. Việc sử dụng thử những tiện ích mới của sản phẩm sẽ giúp NH quảng bá sản phẩm cũng như những tiện ích nổi trội của nó, xóa bỏ mọi nghi ngờ liên quan đến sản phẩm, qua đó tạo dựng được lòng tin trong khách hàng về dịch vụ NH. Tính thử nghiệm có thể giảm đi tính nghi ngờ về ý tưởng mới và có thể tác động tích cực đến sự phát triển của sản phẩm. Đối với dịch vụ NHĐT thì việc gia tăng tính thử nghiệm của sản phẩm được thể hiện bằng việc các định chế ngân hàng lân lượt cung ứng và không ngừng gia tăng khách hàng sử dụng dịch vụ này. Như vậy, tính thử nghiệm của dịch vụ có tác động rất tích cực trong việc kích thích khách hàng sử dụng, đặc biệt do tâm lý ưu đãi sử dụng sản phẩm miễn phí của khách hàng. Mặc khác, việc sử dụng thử sản phẩm sẽ làm cho khách hàng quen thuộc và trở nên gần gũi với sản phẩm hơn. Đồng thời qua thực tiễn sử dụng sản phẩm mới của khách hàng thì ngân

hàng có thể đánh giá được những phản ứng của khách hàng đối với dịch vụ, từ đó hoàn thiện dịch vụ NHDT.

Bên cạnh đó, việc ngân hàng làm cho khách hàng thấy trước những tiện ích liên quan khi sử dụng dịch vụ này cũng tác động khá lớn đến tính tin cậy của sản phẩm. Theo Rogers “những tiện ích thấy trước có mối liên hệ tích cực tới mức độ phát triển dịch vụ e-banking”.[7] Việc thấy trước những tiện ích liên quan đóng vai trò quan trọng và tác động tích cực đến việc quyết định phát triển dịch vụ e-banking.

* Tính hữu hình của dịch vụ:

Dịch vụ là một sản phẩm vô hình, khó mô tả. Tuy vậy, khách hàng vẫn dựa vào những yếu tố hữu hình của nó để làm cơ sở cho quyết định sử dụng dịch vụ e-banking. Trong dịch vụ e-banking, tính hữu hình này được thể hiện thông qua các trang thiết bị phục vụ cho dịch vụ e-banking. Vì vậy mà ngân hàng cố gắng để hữu hình hóa các dịch vụ e-banking như việc tăng cường cung cấp các trang thiết bị để phục vụ cho khách hàng; cơ sở vật chất của ngân hàng khang trang, tiện nghi và các tài liệu đính kèm trong hoạt động dịch vụ. Tuy nhiên tính hữu hình của sản phẩm còn phụ thuộc vào nhận thức và khả năng chấp nhận của từng người sử dụng

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Trong chương này, luận văn đã giới thiệu khái niệm về dịch vụ NHDT, sơ lược một số sản phẩm dịch vụ NHDT, phân tích các nội dung phát triển dịch vụ NHDT. Đồng thời nêu ra các tiêu chí phản ánh sự phát triển của dịch vụ NHDT và lý giải các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của dịch vụ NHDT, từ đó làm cơ sở cho việc phân tích thực trạng phát triển dịch vụ NHDT và đề ra các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV ĐN.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM-CN ĐÀ NẴNG

2.1 Giới thiệu chung về ngân hàng Đầu tư và Phát triển VN-CN Đà Nẵng

2.1.1 Sơ lược về ngân hàng Đầu tư phát triển Việt Nam-CN Đà Nẵng

- * Tên đầy đủ: BIDV VN
- * Tên giao dịch quốc tế: Bank for Investment and Development of Viet Nam
- * Tên gọi tắt: BIDV
- * Website: www.bidv.com.vn
- * Email: bidv@hn.vnn.vn
- * Logo



- * Slogan: "Chia sẻ cơ hội – Hợp tác thành công"
- * Trụ sở chính tại Đà Nẵng: Số 90 Nguyễn Chí Thanh, Q. Hải Châu, Đà Nẵng
- 4 Phòng giao dịch:

- + Phòng giao dịch số 1: Số 130 Điện Biên Phủ, Q. Thanh Khê, Tp. Đà Nẵng
- + Phòng giao dịch số 2: Số 40 – 42 Hùng Vương, Q. Hải Châu, Tp. Đà Nẵng
- + Phòng giao dịch Cẩm Lệ: Số 40 Ông Ích Đường, Q. Cẩm Lệ, Tp. Đà Nẵng
- + Phòng giao dịch số 4: Số 150 Nguyễn Công Trứ, Q. Sơn Trà, Tp. Đà Nẵng.

2.1.2 Lịch sử hình thành và phát triển

Để đảm bảo nhiệm vụ quản lý cho vay và thanh toán vốn đầu tư xây dựng cơ bản nhằm khắc phục hậu quả của chiến tranh, đầu tư xây dựng quê hương mới. Ngày 15/11/1976 Ngân hàng Kiến thiết Quảng Nam – Đà Nẵng được thành lập. Nhiệm vụ của Ngân hàng Kiến thiết Quảng Nam – Đà Nẵng là việc cấp phát tín dụng, thanh toán và quản lý vốn đầu tư xây dựng cơ bản trên địa bàn tỉnh Quảng Nam – Đà Nẵng.

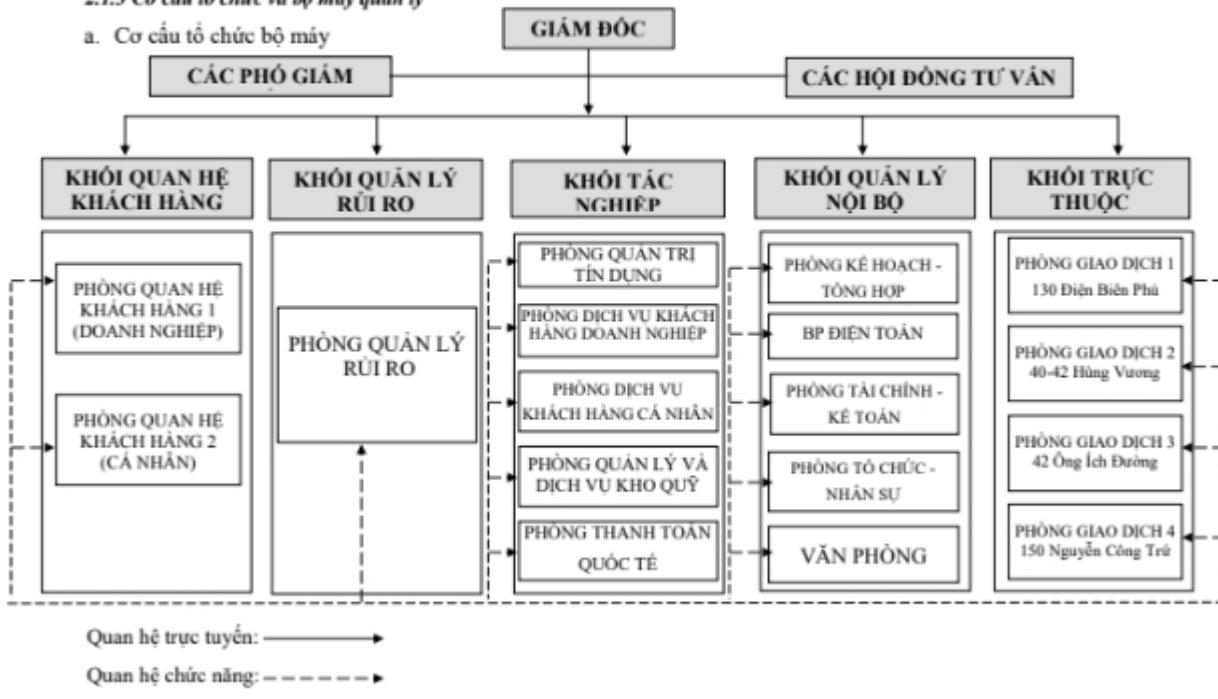
Ngày 24/6/1981 Ngân hàng Đầu tư và Xây dựng Việt Nam được thành lập thì Ngân hàng Kiến thiết Quảng Nam – Đà Nẵng cũng được đổi tên thành Ngân hàng Đầu tư và Xây dựng Quảng Nam – Đà Nẵng.

Ngày 20/11/1994, Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Quảng Nam – Đà Nẵng hoạt động như một Ngân hàng thương mại khi việc cấp phát vốn chuyển sang Cục Đầu tư và Phát triển.

Ngày 01/01/1997, do việc tách tỉnh Quảng Nam – Đà Nẵng thành tỉnh Quảng Nam và TP Đà Nẵng trực thuộc Trung ương, Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Quảng Nam – Đà Nẵng được đổi tên thành Ngân hàng Đầu tư và Phát triển TP Đà Nẵng cho đến nay.

2.1.3 Cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý

a. Cơ cấu tổ chức bộ máy



Quan hệ trực tuyến: →

Quan hệ chức năng: →

b.Chức năng, nhiệm vụ của từng bộ phận:

* Khối tín dụng: bao gồm các Phòng quan hệ khách hàng, quản trị tín dụng và phòng quản lý rủi ro.

- Phòng quan hệ khách hàng 1: Trực tiếp thực hiện nghiệp vụ tín dụng cho vay ngắn hạn, trung, dài hạn để đầu tư các dự án, chương trình phát triển đối với khách hàng là doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp ngoài quốc doanh và một số khách hàng khác thuộc các ngành kinh tế giao thông, công nghiệp, xây dựng thương mại, điện, dịch vụ, du lịch...
- Phòng quan hệ khách hàng 2: Phục vụ khách hàng là tư nhân, hộ gia đình, các nhu cầu tiêu dùng cá nhân...
- Phòng quản trị tín dụng: Trực tiếp giải ngân cho khách hàng theo yêu cầu của phòng quan hệ khách hàng, theo dõi quá trình cho vay, thực hiện nhiệm vụ thu hồi nợ gốc, lãi vay... cho đến khi tất toán hợp đồng tín dụng đối với mỗi khách hàng.
- Phòng quản lý rủi ro: Trực tiếp thực hiện công tác thẩm định, tái thẩm định theo quy định của nhà nước và các quy trình nghiệp vụ liên quan (quy trình thẩm định, cho vay và quản lý tín dụng...), các yêu cầu nghiệp vụ về quản lý rủi ro tín dụng của chi nhánh, đánh giá tài sản bảo đảm nợ (tính pháp lý, giá trị), có ý kiến độc lập (đồng ý hoặc không đồng ý hoặc đưa ra các điều kiện) về quyết định cấp tín dụng, phê duyệt khoản vay cho khách hàng. Giám sát đánh giá chất lượng tín dụng, quản lý các khoản nợ xấu (phát hiện, phân tích nguyên nhân, đề xuất biện pháp quản lý, phương pháp xử lý, trình xử lý và đôn đốc thu hồi sau xử lý). Ngoài ra, còn thực hiện các công tác kiểm tra nội bộ theo chương trình. Giám sát và kiểm tra trực tiếp việc thực hiện quy chế, quy trình nghiệp vụ, quy trình ISO trong hoạt động kinh doanh.

* Khối giao dịch khách hàng

- Phòng giao dịch khách hàng doanh nghiệp: Trực tiếp thực hiện các giao dịch đối với khách hàng là doanh nghiệp và các tổ chức khác tại quầy giao dịch.

- Phòng giao dịch khách hàng cá nhân: Trực tiếp thực hiện giao dịch với khách hàng là cá nhân tại quầy giao dịch.
- Các phòng giao dịch: Trực tiếp thực hiện các giao dịch đối với khách hàng tại phòng giao dịch. Huy động vốn bằng đồng Việt Nam và ngoại tệ của các tổ chức kinh tế và cá nhân. Tổ chức thực hiện cho vay, bảo lãnh đối với các tổ chức kinh tế, cá nhân trong phạm vi giao quyền của giám đốc.
- Phòng thanh toán quốc tế: Thực hiện các nghiệp vụ về thanh toán quốc tế. Chịu trách nhiệm hoàn toàn về việc phát triển và nâng cao hiệu quả hợp tác kinh doanh đối ngoại của chi nhánh.
- Phòng dịch vụ kho quỹ: Trực tiếp thực hiện các nhiệm vụ về quản lý kho tiền và quỹ nghiệp vụ (tiền mặt, hồ sơ tài sản thế chấp, cầm cố, chứng từ có giá...). Thực hiện thu chi lưu động đối với các khách hàng là tổ chức, cá nhân có nhu cầu theo lệnh của giám đốc.

* Khối quản lý nội bộ

- Phòng kế hoạch tổng hợp: Trực tiếp tổ chức quản lý các hoạt động huy động vốn, cân đối nguồn vốn và các quan hệ vốn của chi nhánh. Thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh tiền tệ theo quy định và trình giám đốc giao hạn mức mua bán ngoại tệ cho các phòng liên quan. Tham mưu, giúp việc giám đốc: tổng hợp, xây dựng kế hoạch kinh doanh, kế hoạch phát triển trung và dài hạn của chi nhánh.
- Phòng tài chính kế toán: Thực hiện công tác kế toán, tài chính cho toàn bộ hoạt động của chi nhánh. Thực hiện công tác hậu kiểm đối với toàn bộ hoạt động tài chính của chi nhánh. Thực hiện nhiệm vụ quản lý tài chính thông qua công tác lập kế hoạch tài chính, theo dõi tình hình thực hiện.
- Phòng tổ chức nhân sự: Trực tiếp thực hiện chế độ tiền lương, chế độ bảo hiểm, quản lý lao động. Đầu mối đề xuất, tham mưu với giám đốc chi nhánh và thực hiện kế hoạch phát triển nguồn nhân lực.
- Văn phòng: Trực tiếp thực hiện công tác quản lý hành chính văn phòng (quản lý con dấu, văn thư, in ấn, lưu trữ, bảo mật...). Trực tiếp mua sắm,

quản lý, bảo quản tài sản của chi nhánh về mặt hiện vật, phối hợp với phòng tài chính kế toán trong việc quản lý tài sản bảo đảm.

2.1.4 Kết quả hoạt động kinh doanh

2.1.4.1 Sản phẩm dịch vụ

* Sản phẩm tiền gửi:

- Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn: là loại tài khoản được sử dụng với mục đích cung cấp cho khách hàng gửi hoặc rút tiền tại bất kỳ điểm giao dịch nào của ngân hàng. Các loại tiền gửi đối với sản phẩm này bao gồm VND, USD, EUR.

- Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn: là loại tài khoản được sử dụng với mục đích chủ yếu là hưởng lãi căn cứ vào kỳ hạn gửi. Kỳ hạn gửi của loại sản phẩm này khá phong phú từ 1 tuần cho đến 72 tháng. Doanh nghiệp có thể lựa chọn tiền gửi bằng VND, USD, hoặc EUR.

- Tiền gửi thanh toán: là loại sản phẩm được sử dụng để giữ tiền và thực hiện các giao dịch thanh toán qua ngân hàng. Sản phẩm này bao gồm ba loại tiền gửi chính là VND, USD, EUR và nhiều loại ngoại tệ khác.

* Sản phẩm tín dụng:

- Ngân hàng cung cấp tín dụng cho hai chủ thể khách hàng chính là khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp nhằm phục vụ các nhu cầu về sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng.

- Hiện nay, ngân hàng đang cung cấp một số sản phẩm như: cho vay mua nhà, cho vay mua ô tô, cho vay du học, cho vay tiêu dùng tín chấp, cầm cố chiết khấu giấy tờ có giá, cho vay ngắn hạn, cho vay trung dài hạn, cho vay sản xuất kinh doanh, cho vay đầu tư dự án....

* Dịch vụ chuyển tiền: gồm có 2 loại: chuyển tiền trong nước và chuyển tiền quốc tế

- Chuyển tiền trong nước: Là việc BIDV thực hiện lệnh chuyển tiền đi của khách hàng chuyển cho người thụ hưởng trên lãnh thổ VN và nhận tiền chuyển đến cho khách hàng bằng cách báo có vào tài khoản trong trường hợp người thụ hưởng có tài khoản tại BIDV; chi trả bằng tiền mặt hoặc chuyển tiếp sang ngân hàng được

chi định trong trường hợp KH không có tài khoản tại BIDV

- Chuyển tiền quốc tế: Là dịch vụ chuyển tiền ra nước ngoài hoặc nhận tiền từ nước ngoài chuyển về cho các mục đích chuyển tiền một chiều, cho các giao dịch vãng lai, các giao dịch vốn theo quy định quản lý ngoại hối của Việt Nam

* Thanh toán quốc tế:

- Tín dụng chứng từ:

+ Nhập khẩu: Mở LC, sửa đổi LC, phát hành bảo lãnh nhận hàng/ký hậu vận đơn, thanh toán LC, xác nhận LC

+ Xuất khẩu: Thông báo LC, thông báo sửa đổi LC, thanh toán LC, xác nhận LC, chuyển nhượng LC, xử lý chứng từ giao hàng.

- Nhờ thu:

+ Nhập khẩu: Nhận và thông báo nhờ thu, phát hành bảo lãnh/Ủy quyền nhận hàng/Ký hậu vận đơn, thanh toán nhờ thu nhập khẩu

+ Xuất khẩu: BIDV sẽ chuyển bộ chứng từ đi nước ngoài nhờ thu hộ, theo dõi, tra soát thanh toán, chuyển trả vào tài khoản của Khách hàng ngay khi được thanh toán.

* Các dịch vụ khác:

- Kinh doanh ngoại tệ như mua bán ngoại tệ giao ngay, ngoại tệ kỳ hạn để phục vụ cho nhu cầu thanh toán quốc tế.

- Cung cấp các công cụ giao dịch ngoại hối như quyền chọn ngoại tệ, hoán đổi ngoại tệ, các công cụ phái sinh (phái sinh tài chính, phái sinh hàng hóa)... giúp khách hàng phòng ngừa rủi ro biến động tỷ giá.

- Các dịch vụ về NHDT:

+ Dịch vụ thẻ: Thẻ ghi nợ nội địa gồm: BIDV Moving, BIDV eTrans, BIDV Harmony. Và thẻ tín dụng quốc tế: BIDV Precious và BIDV Flexi.

+ Dịch vụ ngân hàng trực tuyến: BSMS banking, Home Banking, Direct Banking, VnTopup, VnPay...

2.1.4.2 Tình hình huy động vốn

Hoạt động huy động vốn là hoạt động tạo nguồn chủ yếu của các ngân hàng

nên nó đóng vai trò quyết định đến quy mô kinh doanh của ngân hàng và trong việc triển khai các hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Để đánh giá tình hình huy động vốn của Chi nhánh BIDV- Đà Nẵng trong thời gian qua, ta xét bảng sau:

Bảng 2.1: Cơ cấu nguồn vốn huy động của BIDV ĐN trong 3 năm gần đây

DVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Chênh lệch 2009/2008		Chênh lệch 2010/2009	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)
Tiền gửi	1.570	87,22	2.230	92,91	2.998,5	99,95	660	42,04	768,5	34,46
- Tiền gửi tổ chức kinh tế	730	40,55	1.235	68,61	1.414,25	47,14	505	69,18	179,25	14,51
- Tiền gửi dân cư	840	46,67	995	24,3	1.584,25	52,81	155	18,45	589,25	59,22
Phát hành giấy tờ có giá	230	12,78	170	9,44	1,50	0,05	-60	-26,09	-168,5	-99,12
Đi vay	0		0		0		0		0	
Tổng nguồn huy động	1.800	100	2.400	100	3000	100	600	33,33	600	25

(Nguồn: Báo cáo kết quả HDKD của BIDV ĐN)

Qua bảng 2.1 cho ta thấy tổng nguồn vốn huy động tăng đều qua các năm, đạt giá trị lần lượt là năm 2008 đạt 1.800 tỷ đồng, năm 2009 đạt 2.400 tỷ đồng và năm 2010 đạt 3000 tỷ đồng – đây là con số huy động cao nhất trong 3 năm qua. Với những con số trên đã khẳng định khả năng huy động và tạo được niềm tin cho khách hàng khi họ gửi tiền tại BIDV. Trong đó: tổng tiền gửi chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng nguồn vốn huy động, chiếm khoảng 88– 99%. Và tổng lượng tiền gửi tăng đều qua các năm, cụ thể: năm 2009 so với năm 2008 tăng 42,04%, năm 2010 so với năm 2009 có tăng những mức độ tăng ít hơn, ở mức 34,46%.

Nhìn chung, nguồn vốn huy động của BIDV ĐN qua 3 năm đều có sự tăng trưởng đáng kể, tạo điều kiện thuận lợi cho chi nhánh từng bước đảm bảo khả năng cung ứng vốn cho nền kinh tế. Có được sự tăng trưởng khá tốt như vậy là do BIDV

ĐN đã nhiều lần tăng lãi suất huy động vốn nhằm thu hút thêm nhiều khách hàng, từ đó tạo nguồn vốn dồi dào phục vụ cho hoạt động tín dụng không ngừng tăng lên trên hệ thống. Bên cạnh đó, BIDV cũng thường xuyên mở rộng quan hệ với các tổ chức, định chế tài chính trong và ngoài nước nhằm tiếp cận nguồn vốn mới, tăng lượng vốn huy động cho ngân hàng.

2.1.4.3 Hoạt động tín dụng

Bên cạnh việc coi trọng công tác huy động vốn thì hoạt động cho vay cũng là một công việc có tính chất sống còn của ngân hàng. Bởi vì phần lớn mọi khoản lợi nhuận mà ngân hàng thu được đều dựa trên việc cho vay. Điều này được thể hiện qua bảng số liệu dưới đây:

Bảng 2.2: Tình hình hoạt động cho vay của BIDV Đà Nẵng trong 3 năm gần đây

ĐVT: tỷ đồng

Chi tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Chênh lệch 2009/2008		Chênh lệch 2010/2009	
				Giá trị	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Tỷ lệ (%)
Tổng dư nợ	1.290	1.570	1.965	280	21,705	395	25,159
Nợ quá hạn	26,832	21,352	7,074	-5,480	-20,42	-14,278	-66,87
Tỷ lệ nợ quá hạn/tổng dư nợ	2,08%	1,36%	0,36%	-0,72%		-1%	

(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD của BIDV ĐN)

Nhìn vào bảng số liệu 2.2 cho thấy: năm 2009 và năm 2010 tổng dư nợ của chi nhánh đều tăng, năm 2009 tổng dư nợ tăng thêm 280 tỷ, tương đương với tỷ lệ tăng 21,705% so với năm 2008, năm 2010 dư nợ tiếp tục tăng thêm 395 tỷ đồng, tức là tăng 25,159% so với năm 2009.

Trong khi đó, năm 2009 nợ quá hạn của CN là 21,352 tỷ đồng, giảm 5,480 tỷ đồng so với năm 2008, tương ứng với tốc độ giảm là 20,42%. Sang năm 2010 giảm thêm đến 14,278 tỷ đồng, tức là đã giảm được 66,87%. Có được kết quả trên là nhờ sự tích cực của đội ngũ cán bộ cho vay trong công tác thẩm định, thu hồi và xử lý nợ, từ đó thể hiện hiệu quả của hoạt động cho vay tại BIDV ĐN.

Ngoài ra, tỷ lệ nợ quá hạn/tổng dư nợ qua các năm đều thấp và có xu hướng

giảm dần, năm 2008 tỷ lệ nợ quá hạn/tổng dư nợ là 2,08%, đến năm 2009 là 1,36% và sang năm 2010 giảm còn 0,36%. Điều này cho thấy hoạt động cho vay của ngân hàng có hiệu quả, hạn chế được những rủi ro tín dụng.

Nhìn chung, hoạt động cho vay của chi nhánh BIDV ĐN là khá hiệu quả, khả năng thu hồi nợ tuy có phần chững lại vào năm 2009 nhưng đã khả quan hơn vào năm 2010. Tổng dư nợ tăng kèm theo nợ quá hạn giảm và tỷ lệ nợ quá hạn/tổng dư nợ thấp cho thấy rằng tính đến thời điểm cuối năm 2010 những chính sách và biện pháp mà ngân hàng áp dụng cho hoạt động này là đúng đắn và tạo được động lực thúc đẩy các hoạt động khác cùng phát triển.

2.1.4.4 Kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV ĐN trong 3 năm gần đây

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010		Chênh lệch 2009/2008		Chênh lệch 2010/2009	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)
I. Tổng thu nhập	205,708	100	260,15	100,00	318,627	100,00	54,442	26,47	58,477	22,48
1. Thu từ lãi	186,095	90,47	235,9	90,68	290,341	91,12	49,805	26,76	54,441	23,08
2. Thu từ hoạt động dịch vụ	14,52	7,06	15,9	6,11	17,3	5,43	1,38	9,50	1,4	8,81
- Thu từ DV NH trực tuyến	0,19	0,09	0,246	0,12	0,396	0,19	0,056	29,47	0,15	60,98
- Thu từ DV thẻ	0,35	0,17	0,465	0,18	0,585	0,18	0,115	32,86	0,12	25,81
- Thu từ DV khác	0,102	0,05	0,195	0,07	0,23	0,07	0,093	91,18	0,035	17,95
...
3. Thu khác	5,093	2,48	8,35	3,21	10,986	3,45	3,257	63,95	2,636	31,57
II. Tổng chi phí	148,255	100	191,21		236,864		42,954	28,97	45,655	23,88
1. Chi phí lãi	122,866	82,87	149,21	78,03	169,664	71,63	26,343	21,44	20,455	13,71
2. Chi phí hoạt động khác	25,389	17,13	42	21,97	67,2	28,37	16,611	65,43	25,2	60,00
III. Chênh lệch TN-CP	57,453		68,941		81,763		11,488	20,00	12,822	18,60

(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD của Ngân hàng BIDV ĐN)

Dựa vào bảng số liệu 2.3 ta thấy, kết quả kinh doanh của BIDV ĐN qua 3 năm đều có lợi nhuận khá cao là do ngân hàng đã nỗ lực khắc phục khó khăn do cuộc khủng hoảng kinh tế gây ra cũng như phát huy hiệu quả các chính sách do chính phủ đề ra sau cuộc khủng hoảng. Lợi nhuận đã có mức tăng trưởng đáng khích lệ. Cụ thể năm 2008 là 57,453 tỷ đồng, sang năm 2009 tăng lên thành 68,941 tỷ đồng tức là đã tăng 20% so với năm 2008, lợi nhuận năm 2010 đạt 81,763 tỷ đồng, như vậy đã tăng 12,822 tỷ đồng so với năm 2009, tương ứng với tỷ lệ tăng 18,6%.

Trong đó:

Tổng thu nhập: trong năm 2009 đạt 260,15 tỷ đồng và so với năm 2008 thì đã tăng thêm 54,442 tỷ đồng, tương ứng với tỷ lệ tăng 26,47%, năm 2010 tăng thêm 58,477 tỷ đồng so với năm 2009, tức là tăng 22,48%. Trong đó, nguồn thu chủ yếu là thu từ lãi vay chiếm trên 90% trong tổng thu nhập, năm 2009 thu từ lãi vay tăng thêm 49,805 tỷ đồng so với năm 2008, tương ứng với tỷ lệ tăng 26,76% và sang năm 2010 nguồn thu này lại tiếp tục tăng thêm 54,441 tỷ đồng so với năm 2009, tức là tăng 23,08%. Ngoài ra, thu từ hoạt động dịch vụ và các khoản thu khác tuy không nhiều nhưng cũng góp phần làm tăng tổng thu nhập của ngân hàng. Trong 3 năm vừa qua, thu từ hoạt động dịch vụ có tốc độ tăng trưởng đều qua các năm, năm 2009 tăng 9,5% so với năm 2008, tức là tăng 1,38 tỷ đồng và năm 2010 tăng 8,81% so với năm 2009, tương ứng tăng 1,4 tỷ đồng. Ngoài ra, trong những năm gần đây, để tăng khả năng cạnh tranh và mở rộng cơ cấu sản phẩm, BIDV ĐN cũng đã chú trọng nhiều hơn đến dịch vụ ngân hàng bán lẻ trong đó có mảng dịch vụ thẻ và ngân hàng trực tuyến. Do đó, tỷ trọng thu từ dịch vụ thẻ và dịch vụ ngân hàng trực tuyến trên tổng thu qua các năm đều tăng nhưng không nhiều và vẫn còn ở mức thấp.

Tổng chi phí: trong năm 2008 là 148,255 tỷ đồng, năm 2009 là 191,21 tỷ đồng tức đã tăng 42,954 tỷ đồng so với năm 2008, đến năm 2010 chi phí tăng thêm 23,8% so với năm 2009, tương đương với tăng thêm 45,655 tỷ đồng. Trong tổng chi phí thì chi phí lãi chiếm tỷ trọng cao và có sự tăng trưởng qua các năm, năm 2008 là 122,866 tỷ đồng, năm 2009 tăng thêm 26,343 tỷ đồng so với năm 2008, sang năm

2010 khoản chi phí này lại tăng thêm 20,455 tỷ đồng. Bên cạnh đó, chi phí hoạt động khác có tốc độ tăng cũng khá cao, vào năm 2009 tăng 65,43% so với năm 2008, tương ứng với 16,611 tỷ đồng và năm 2010 tăng 60% so với năm 2009, tương đương 25,2 tỷ đồng.

Tổng quan qua tình hình thu – chi của CN, cho thấy lợi nhuận của CN hứa hẹn còn tiếp tục tăng trong những năm tới. Điều này chứng tỏ CN đã có những chủ trương, chính sách đúng đắn, kịp thời và hiệu quả. Với xu hướng này, BIDV nói chung và BIDV DN nói riêng sẽ tiếp tục phát huy sức mạnh của mình, đảm bảo tăng trưởng cao, khẳng định vị thế của mình với các ngân hàng khác.

2.2 Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV DN

2.2.1 Tổng quan về thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

2.2.1.1 Những sản phẩm ngân hàng đã cung ứng

a. Dịch vụ ngân hàng trực tuyến:

➤ Dịch vụ BSMS Banking:

- BSMS là dịch vụ gửi nhận tin nhắn qua điện thoại di động thông qua số tổng đài 8149, cho phép khách hàng có tài khoản tại BIDV VN chủ động vẫn tin về các thông tin liên quan đến tài khoản khách hàng và liên quan đến BIDV VN và/hoặc nhận được các tin nhắn tự động từ phía BIDV VN

 - VỚI dịch vụ BSMS khách hàng có thể:

 - + Quản lý tài khoản của mình một cách có hiệu quả và chặt chẽ hơn qua việc được cập nhật thông tin về tình trạng tài khoản, giao dịch phát sinh (thông tin liên quan đến tài khoản tiền gửi, phát sinh nợ-có trên tài khoản thanh toán, 5 giao dịch gần nhất,...), tài khoản thẻ tín dụng (sao kê tài khoản thẻ tín dụng, thông tin nợ có trên tài khoản,...); thông tin liên quan đến tài khoản tiền vay (tổng dư nợ của khách hàng tại BIDV, ngày đáo hạn hạn mức thấu chi, thông tin chuyển nợ quá hạn, thông tin về kỳ hạn trả nợ tiếp theo),...

 - + Được cung cấp các thông tin về tỷ giá, lãi suất hàng ngày, địa điểm đặt ATM-BIDV, thông tin về sản phẩm dịch vụ mới được triển khai... khi khách hàng

nhắn tin đến ngân hàng để vấn tin hoặc được cập nhật tự động tùy theo dịch vụ đăng ký.

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

➤ BIDV - Directbanking

- Đây là dịch vụ tiện ích cung cấp cho khách hàng để nắm bắt kịp thời qua Internet các 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 (SA), tài khoản tiền vay.

- Với dịch vụ này, 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.

- 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.

➤ BIDV HomeBanking:

- Đây là chương trình ngân hàng điện tử được cài đặt trực tiếp trên máy tính của khách hàng và kết nối với BIDV, nó cho phép khách hàng có thể truy cập từ xa vào mạng Intranet BIDV để thực hiện các giao dịch do BIDV cung cấp như thanh toán, chuyển khoản, chuyển tiền, vấn tin tài khoản, xem lịch sử giao dịch... mọi lúc mọi nơi mà không phải đến giao dịch trực tiếp tại ngân hàng.

- Với dịch vụ BIDV Home Banking, khách hàng có thể 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. Bên cạnh đó, khách hàng có thể thực hiện các giao dịch chuyển khoản, chuyển tiền đi, thực hiện các giao dịch tài trợ thương mại và thanh toán lương.

- Đối tượng khách hàng: Đối tượng khách hàng sử dụng dịch vụ BIDV Home Banking là các tổ chức kinh tế có tư cách pháp nhân.

b. Dịch vụ thẻ:

Hiện nay, BIDV ĐN triển khai 5 sản phẩm thẻ và được chia thành 2 nhóm:

(i) Nhóm thẻ ghi nợ: gồm 3 sản phẩm chính là BIDV Moving, BIDV eTrans, BIDV Harmony

* Thẻ BIDV Moving:

Đây là loại thẻ ghi nợ thông thường dành cho mọi đối tượng, có thể sử dụng đầy đủ các dịch vụ tiện ích trên hệ thống ATM, POS: Nạp tiền điện thoại trả trước qua ATM/SMS, mua mã thẻ game qua SMS, nạp tiền ví điện tử VnMart, thanh toán vé máy bay hóa đơn tiền điện, điện thoại trả sau, thanh toán bảo hiểm qua ATM; thanh toán hàng hóa dịch vụ qua POS...

* Thẻ BIDV eTrans:

- Đây là loại thẻ ghi nợ được nâng cấp và phát triển từ thương hiệu eTrans365+. BIDV eTrans là sản phẩm thẻ ghi nợ nội địa tích hợp đa dạng tính năng và tiện ích, không chỉ làm hài lòng khách hàng cá nhân mà còn là sự lựa chọn hoàn hảo cho các doanh nghiệp mong muốn sử dụng dịch vụ trả lương qua thẻ ATM.

- Thẻ BIDV eTrans được chia thành 2 loại đó là: Thẻ BIDV eTrans trả lương và Thẻ BIDV eTrans phổ thông với mức phí phát hành là 50.000 đ/thẻ

* Thẻ BIDV Harmony:

- Đây là thẻ ghi nợ cao cấp của BIDV. Ngoài những tính năng và tiện ích như các loại thẻ khác, điểm đặc biệt của BIDV Harmony là có hạn mức giao dịch tăng lên tới 60.000.000 VND/ngày, đây là hạn mức giao dịch cao nhất tại VN từ trước tới nay.

- Ngoài ra, khi khách hàng đăng ký sử dụng loại thẻ này còn được miễn phí 6

tháng đầu dịch vụ tra cứu trực tuyến BIDV Directbanking và dịch vụ Mobile Banking (BSMS). Vì đây là thẻ ghi nợ cao cấp nên mức phí phát hành của loại thẻ này cũng cao hơn gấp đôi so với các loại thẻ khác.

(ii) Nhóm thẻ tín dụng quốc tế (TDQT): Hiện nay, BIDV có 2 sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế là BIDV Precious và BIDV Flexi

Thẻ TDQT BIDV là thẻ thông minh được tích hợp công nghệ thẻ từ và công nghệ thẻ Chip theo chuẩn EMV không dập nổi với độ bảo mật thông tin tối đa và giảm thiểu rủi ro bị làm giả cho khách hàng. Đây là loại thẻ tín dụng mang tính năng “Chi tiêu trước-trả tiền sau” với thời hạn ưu đãi miễn phí, hưởng lãi suất 0% tới 45 ngày.

Thẻ TDQT của BIDV được tích hợp rất nhiều ứng dụng giá trị gia tăng như:

- + Dịch vụ trích nợ tự động giúp khách hàng tiết kiệm thời gian: Dịch vụ trích nợ tự động giúp khách hàng không cần đến Ngân hàng để thực hiện thanh toán dư nợ hàng tháng.

- + Chia sẻ tiện ích với người thân thông qua việc phát hành thẻ phụ: Mỗi chủ thẻ được phát hành tối đa 2 thẻ phụ cho người thân, hạn mức chi tiêu của thẻ phụ nằm trong tầm kiểm soát của chủ thẻ chính. Nếu gia đình chủ thẻ có con em đi du học nước ngoài, thông qua phát hành thẻ phụ, chủ thẻ có thể thanh toán mọi chi phí học tập, sinh hoạt tại nước ngoài và quản lý việc chi dùng của người thân như ở Việt Nam.

* Thẻ BIDV Precious:

- Sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế BIDV Precious được ra mắt vào đầu tháng 3/2009. Đây là sản phẩm thẻ dành cho đối tượng khách hàng cá nhân có thu nhập cao, ổn định (từ 10 trđ/tháng trở lên)

- Với chiếc thẻ nhỏ gọn và bền bỉ những thao tác đơn giản, thẻ tín dụng BIDV được giao dịch tại hàng chục triệu điểm ATM/POS, website có biểu tượng VISA trên toàn thế giới. Khách hàng có thể sử dụng thẻ để mua sắm, du lịch, thanh toán tại các siêu thị, cửa hàng, nhà hàng, các trung tâm thương mại, các khách sạn, resort... hoặc đặt mua hàng trực tuyến qua Internet.

- Đặc điểm nổi bật của sản phẩm thẻ này là có hạn mức tín dụng khá lớn từ 50 triệu VND đến 500 triệu VND.

* Thẻ BIDV Flexi:

Sau sản phẩm thẻ BIDV Precious, để đáp ứng nhu cầu sử dụng thẻ tín dụng của các khách hàng cá nhân có thu nhập trung bình khá (tối thiểu 4trđ/tháng), vào tháng 10/2009, ngân hàng tiếp tục cho ra đời sản phẩm thẻ TDQT BIDV Flexi. Sản phẩm này cũng được tích hợp đầy đủ các tiện ích như sản phẩm BIDV Precious như: đi mua sắm, du lịch, thanh toán tại các siêu thị, cửa hàng, nhà hàng, các trung tâm thương mại, đặt mua hàng trực tuyến qua Internet....

Tuy nhiên, do sản phẩm này nhắm hướng đến khách hàng mục tiêu là những người có thu nhập trung bình khá nên cũng có một số đặc điểm khác biệt so với thẻ BIDV Precious, sự khác biệt đáng kể nhất là hạn mức tín dụng của thẻ này chỉ từ 20 triệu VND đến 60 triệu VND-thấp hơn nhiều so với thẻ BIDV Precious.

2.2.1.2 So sánh thực trạng cung ứng DV NHDT với một số NHTM trên địa bàn DN

a. Về danh mục sản phẩm NHDT:

Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển của công nghệ thông tin, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng cũng ngày càng được hiện đại hóa, từ đó cho ra đời các sản phẩm ngân hàng hiện đại, nhiều tiện ích nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của các khách hàng. Hiện tại trên địa bàn có nhiều ngân hàng đang triển khai các dịch vụ NHDT, trong đó đáng chú ý như: Ngân hàng VietinBank, ngân hàng VietcomBank, ngân hàng Đông Á...

Bảng 2.4: So sánh danh mục sản phẩm dịch vụ NHDT giữa các ngân hàng

Sản phẩm dịch vụ NH DT	BIDV	VietinBank	Vietcombank	Đông Á
Thẻ ngân hàng	X	X	X	X
Máy ATM	X	X	X	X
Phone Banking			X	X
Internet Banking	X	X	X	X
Home Banking	X	X	X	X
Mobile Banking	X	X	X	X

(Tổng hợp thông tin từ nguồn các trang web của các Ngân hàng đến năm 2010)

Qua bảng so sánh trên, hiện nay Chi nhánh BIDV ĐN đã triển khai hầu hết các nhóm sản phẩm dịch vụ NHDT như là: dịch vụ thẻ, Internet Banking(Direct Banking), Home Banking (BIDV Home banking), Mobile Banking (BSMS Banking). Tuy nhiên, trong danh mục sản phẩm dịch vụ NHDT của BIDV chưa phát triển sản phẩm Phone Banking. Trong thời gian đến BIDV cần phải nhanh chóng triển khai thêm dịch vụ này để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng và tăng sự cạnh tranh trên thị trường.

b. Về mức độ tiện ích:

Để tiến hành so sánh chất lượng dịch vụ NHDT của BIDV ĐN, tác giả đã tiến hành khảo sát, so sánh mức độ tiện ích và các dịch vụ hỗ trợ đi kèm mà các ngân hàng lớn trên địa bàn đang cung cấp là VietinBank, Vietcombank, Đông Á. Từ đó đánh giá ưu nhược điểm của dịch vụ NHDT mà BIDV ĐN đang cung cấp.

Bảng 2.5: So sánh mức độ tiện ích của các sản phẩm NHDT giữa các NH

Tiện ích	BIDV	Vietinbank	Vietcombank	Đông Á
Thẻ ghi nợ				
Rút tiền mặt tại ATM	X	X	X	X
Nộp tiền mặt tại ATM				X
Thanh toán tại POS	X	X	X	X
Thanh toán HD điện, nước,đthoại...	X	X	X	X
Chuyển khoản sang thẻ TDQT			X	X
Thẻ TDQT				
Chấp nhận thanh toán đa dạng các loại th:(Visa, Master, JCB, Dinner Club, AMEX			X	
Internet Banking				
Kiểm tra số dư tài khoản, số dư thẻ	X	X	X	X
Xem và in giao dịch từng tháng	X	X	X	X
Cập nhật thông tin sản phẩm DV mới	X	X	X	X
Tham khảo biểu phí, lãi suất, tỷ giá	X	X	X	X
Đăng ký thẻ trên mạng				X
Đăng ký vay trên mạng				X

Chuyển khoản	X	X	X	X
Thanh toán trực tuyến trên mạng			X	X
Phone Banking				
Kiểm tra số dư tiền gửi thanh toán			X	X
Nghe 5 giao dịch phát sinh mới nhất			X	X
Nghe thông tin về lãi suất, biểu phí, tỷ giá			X	X
Yêu cầu gửi bản Fax giá chứng khoán, sao kê tài khoản			X	X
Mobile Banking				
Xem thông tin số dư tài khoản	X	X	X	X
Kiểm tra 5 giao dịch phát sinh mới nhất	X	X	X	X
Nhận tin biến động số dư tài khoản	X	X	X	X
Xem thông tin về lãi suất, biểu phí, tỷ giá	X	X	X	X
Nhận thông báo kết quả giao dịch chứng khoán			X	
Home Banking				
Tra cứu thông tin tài khoản	X	X	X	X
Cập nhật những thông tin mới nhất về NH, thông tin về lãi suất, biểu phí, tỷ giá	X	X	X	X
Thanh toán các loại hóa đơn(diện, nước, điện thoại...)				X
Chuyển khoản	X	X	X	X
Chuyển tiền	X	X	X	X

(Tổng hợp thông tin từ nguồn các trang web của các Ngân hàng đến năm 2010)

Qua bảng so sánh trên, điều dễ nhận thấy là dịch vụ NHĐT của BIDV còn nhiều hạn chế, rất ít các tiện ích, đặc biệt là thanh toán trực tuyến. Hầu hết các sản phẩm chủ yếu là cung cấp các thông tin về lãi suất, tỷ giá, tra cứu thông tin tài khoản, biến động số dư chứ chưa thật sự có nhiều tiện ích gia tăng khác.

Tóm lại, danh mục sản phẩm dịch vụ NHĐT của BIDV ĐN nhìn chung là kém đa dạng hơn so với các NHTM khác trên địa bàn, đồng thời các tiện ích sử

dụng cũng chỉ ở mức độ thấp, đơn giản, chưa đem lại hiệu quả sử dụng cao và khả năng đáp ứng nhu cầu cho khách hàng thấp.

Do đó, trong thời gian đến BIDV ĐN cần phải tiếp tục triển khai mở rộng danh mục sản phẩm dịch vụ NHDT, đồng thời phải gia tăng thêm các tiện ích giá trị gia tăng kèm theo các sản phẩm dịch vụ cung cấp. Qua đó, tăng khả năng cạnh tranh và đồng thời cũng đem lại nguồn thu nhập đáng kể cho chi nhánh.

2.2.1.3 Quy mô cung ứng dịch vụ:

a. Số lượng khách hàng và tốc độ gia tăng số lượng khách hàng :

Trong thời gian gần đây, nhìn chung số lượng khách hàng tham gia các dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV ĐN không ngừng tăng lên.

Bảng 2.6: Số lượng và tốc độ gia tăng số lượng khách hàng sử dụng DV NH DT

Sản phẩm dịch vụ	2008	2009	2010
Thẻ ghi nợ nội địa	9607	7.678	11.283
- <i>Tốc độ tăng trưởng</i>		-20%	47%
Thẻ TDQT	0	163	227
- <i>Tốc độ tăng trưởng</i>		-	39%
BSMS Banking	3049	2336	3509
- <i>Tốc độ tăng trưởng</i>		-23%	50%
Direct Banking	279	349	418
- <i>Tốc độ tăng trưởng</i>		25%	20%
BIDV Homebanking	0	2	3
- <i>Tốc độ tăng trưởng</i>		-	50%

(*Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh dịch vụ NHDT của BIDV ĐN*)

Năm 2008, CN đã phát hành cho 9.607 chủ thẻ ghi nợ nội địa, đến năm 2009 tuy số lượng chủ thẻ có giảm khoảng 20% so với năm 2008 do có nhiều ngân hàng khác cũng bắt đầu tham gia vào thị trường thẻ nên thị phần cũng bị thu hẹp và dần bị bão hòa. Đến năm 2010, BIDV đã cho sự ra đời của một số loại thẻ ghi nợ nội địa mới với nhiều tiện ích hơn, đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng nên số lượng chủ thẻ ghi nợ nội địa cũng như thẻ TDQT đều có mức tăng trưởng khá cao, khoảng 40% so với năm 2009.

Đối với hoạt động dịch vụ ngân hàng trực tuyến, tuy chi mới tham gia vào thị trường nhưng CN cũng đã đạt được một số kết quả nhất định. Tốc độ gia tăng khách hàng mới của các sản phẩm dịch vụ ngân hàng trực tuyến tăng đều qua các năm. Cụ thể, số lượng khách hàng năm 2010 so với năm 2009 đối với dịch vụ BSMS Banking tăng 50%, với dịch vụ Direct banking là 20%... Với dịch vụ BIDV Homebanking có tốc độ tăng trưởng năm 2010 so với 2009 khá cao ở mức 50%. Tuy nhiên, dịch vụ này chỉ mới được triển khai cho đối tượng khách hàng là các tổ chức kinh tế và số lượng khách hàng sử dụng sản phẩm này vẫn còn rất hạn chế.

Như vậy, với sự phát triển của công nghệ thông tin, mạng viễn thông và mật độ sử dụng điện thoại di động trong dân chúng ngày càng cao sẽ giúp cho dịch vụ ngân hàng điện tử càng có điều kiện thuận lợi để phát triển trong thời gian tới.

b. Doanh thu và tỷ trọng thu nhập từ hoạt động ngân hàng điện tử:

Bảng 2.7: Tình hình thu nhập từ hoạt động NH điện tử

ĐVT: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010	
	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)	Giá trị	Tỷ trọng (%)
Tổng thu	205.708	100	260.150	100	318.627	100
Trong đó: Thu từ dịch vụ	14.520	7,06	15.900	6,11	17.300	5,43
- Doanh thu từ hoạt động thẻ	350		465		585	
- Doanh thu từ dịch vụ NH trực tuyến	190		246		396	

(Nguồn: Báo cáo kết quả HDKD của BIDV DN)

Qua bảng số liệu, ta thấy doanh thu từ hoạt động NHĐT của chi nhánh tăng trưởng đều qua các năm. Năm 2008, doanh thu chỉ đạt 540 triệu đồng, đến năm 2009 tuy số lượng thẻ phát hành và số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ có giảm hơn so với năm 2008, nhưng doanh thu vẫn tăng 1,32 lần so với năm 2008, đạt mức 711 triệu đồng. Năm 2010, doanh thu tiếp tục tăng lên 981 triệu đồng, tăng 1,38 lần so với năm 2009.

Tỷ trọng thu từ dịch vụ thẻ và dịch vụ ngân hàng trực tuyến so với tổng thu nhập qua các năm đều tăng nhưng vẫn ở mức thấp. Năm 2008, tỷ trọng thu nhập từ NHDT là 3,72% trên tổng thu dịch vụ, sang năm 2009 và 2010, tỷ trọng này đã có sự tăng lên đáng kể nhưng vẫn ở mức thấp đạt lần lượt là 4,47% và 5,67% so với tổng thu dịch vụ.

Qua số liệu về nguồn thu của BIDV ĐN cho thấy, mặc dù thu từ dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ NHDT nói riêng ngày càng gia tăng, nhưng sự chênh lệch quá lớn trong cơ cấu thu nhập cũng chỉ ra rằng BIDV ĐN vẫn tập trung chủ yếu vào các nghiệp vụ truyền thống, chưa có những giải pháp hữu hiệu để thúc đẩy sự phát triển của dịch vụ NHDT, ngân hàng còn phụ thuộc chủ yếu vào hoạt động tín dụng. Sự chênh lệch quá lớn này cũng tạo nên những rủi ro tiềm ẩn, nhất là khi nền kinh tế gặp nhiều biến động hoặc khi NHNN thực thi chính sách tiền tệ thắt chặt thi hoạt động tín dụng của ngân hàng sẽ gặp khó khăn, và khi đó nguồn thu chủ yếu sẽ bị giảm.

2.2.1.4 Rủi ro từ hoạt động NHDT

Bảng 2.8: Danh mục các rủi ro trong hoạt động NH DT tại CN BIDV ĐN

STT	Sự kiện rủi ro	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010
1	Hành động trái phép, sai thẩm quyền	0%	0%	0%
2	Lỗi thiết kế của sản phẩm dịch vụ	0,9%	0,7%	0,2%
3	Gián đoạn hệ thống	3,3%	2%	1,2%
4	Lỗi, sai sót khi nắm bắt thông tin, thực hiện và duy trì giao dịch.	2,3%	1,5%	1%
5	Lỗi, sai sót trong kiểm tra giám sát hoạt động và báo cáo	0,5%	1%	0,5%
6	Sai sót trong quản lý tài khoản, tài sản của khách hàng	1,5%	1,8%	1,8%
7	Sai sót trong quản lý các nhà cung cấp dịch vụ	0,3%	0,5%	0,6%

(*Nguồn: Báo cáo rủi ro tác nghiệp trong hoạt động NHDT tại BIDV ĐN*)

Như vậy, có thể nhận thấy, cùng với sự phát triển của dịch vụ NHDT, danh mục rủi ro tác nghiệp cũng ngày càng tăng lên. Nhận thức được những vấn đề đó, Chi nhánh đã đề ra những biện pháp kiểm soát kịp thời như: nghiêm túc thực hiện nội quy lao động, nâng cấp đường truyền hệ thống, thường xuyên nâng cao trình độ cho cán bộ tác nghiệp. Không ngừng chấn chỉnh, nâng cao công tác quản trị rủi ro tác nghiệp tại chi nhánh, thực hiện nghiêm túc chế độ báo cáo, đánh giá các lỗi rủi ro tác nghiệp thường xuyên nhằm thực hiện các biện pháp kiểm soát được tốt hơn. Nhờ đó, hầu hết rủi ro tác nghiệp đã được kiểm soát tốt, được khắc phục, giảm dần qua các năm như: lỗi do hành động cố ý, sai thẩm quyền; lỗi gián đoạn hệ thống... Tuy nhiên, vẫn còn một số rủi ro như sai sót trong quản lý tài khoản của khách hàng; sai sót trong quản lý các nhà cung cấp dịch vụ... có dấu hiệu gia tăng trong năm 2009 nhưng đã có dấu hiệu dừng lại, đã được kiểm soát và vẫn nằm trong ngưỡng cho phép của toàn hệ thống.

2.2.2 Phân tích thực trạng phát triển theo từng loại dịch vụ

2.2.2.1 Thực trạng phát triển dịch vụ thẻ

Hiện nay, các NHTM Việt Nam đang rất quan tâm đến việc giới thiệu các dịch vụ ngân hàng mới, hiện đại ra thị trường nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Số lượng các ngân hàng cung cấp dịch vụ mới không ngừng tăng lên, đặc biệt trong lĩnh vực thẻ, nếu như năm 1996 chỉ có một ngân hàng duy nhất tham gia vào lĩnh vực thẻ thì đến năm 2010 đã có gần 50 ngân hàng tham gia vào thị trường thẻ. Tốc độ tăng trưởng của các ngân hàng trong hoạt động kinh thẻ là từ 150% đến 200%. Hiện nay, các ngân hàng có sự phát triển mạnh mẽ về hoạt động kinh doanh thẻ đó là: Vietcombank, Đông Á, Agribank, Vietinbank.... Và BIDV cũng không nằm ngoài xu hướng phát triển đó.

Trong thời gian qua, CN BIDV ĐN đã nỗ lực hết mình trong hoạt động phát hành thẻ, cung cấp trên thị trường thẻ đa dạng sản phẩm, với nhiều tiện ích phục vụ nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Hiện nay, sản phẩm thẻ thanh toán do BIDV ĐN phát hành có thể được chia thành 2 nhóm chính: thẻ ghi nợ nội địa và thẻ tín dụng quốc tế.

Mặc dù, gia nhập vào thị trường thẻ muộn hơn so với một số NH khác sẽ đem lại những khó khăn nhất định cho BIDV trong việc giành chỗ đứng trên thị trường và chịu sự cạnh tranh với nhiều NH khác như Vietcombank, Đông Á... Tuy vậy, bên cạnh những khó khăn kề trên thì BIDV cũng có thuận lợi là học tập được những kinh nghiệm của các ngân hàng đi trước để áp dụng vào thực tiễn kinh doanh của mình, để tận dụng được tốt nhất các cơ hội có được và hạn chế những rủi ro xảy ra trong hoạt động phát hành thẻ.

Bảng 2.9: Tình hình phát hành thẻ của BIDV ĐN

Chỉ tiêu	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010
Số lượng thẻ phát hành(thẻ)	9.655	7.881	11.569
- Thẻ ghi nợ nội địa	9655	7.716	11.339
- Thẻ TDQT	0	165	230
Số dư trên thẻ (tỷ VND)	76	75	86
- Tốc độ tăng trưởng		-1,3%	14,6%

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh thẻ của BIDV ĐN)

Qua bảng số liệu trên ta có thể thấy, số lượng thẻ mà BIDV ĐN phát hành tăng qua các năm. Năm 2008, chi nhánh đã thực hiện nhiều chương trình khuyến mãi, mở thẻ miễn phí cho đối tượng là học sinh, sinh viên... nhờ đó mà số lượng thẻ phát hành trong năm đã đạt con số gần 10.000 thẻ. Tuy nhiên, qua đến năm 2009, do thị trường đã dần dần bị bão hòa. Ngoài ra, ngày càng có nhiều ngân hàng triển khai thực hiện các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại, trong đó chủ yếu là dịch vụ thẻ nên sự cạnh tranh cũng ngày càng lớn và thị phần cũng bị thu hẹp hơn. Do đó, số lượng thẻ phát hành trong năm 2009 đã bị giảm hơn 19% so với năm 2008, chỉ phát hành được 7.781 thẻ.

Năm 2010, BIDV ĐN đã tập trung đẩy mạnh sản phẩm thẻ liên kết sinh viên và thẻ tín dụng quốc tế, ngoài ra trong năm 2010 Chi nhánh đã ký kết thực hiện dịch vụ chi lương cho 18 đơn vị với khoảng hơn 250 CBCNV góp phần tăng thu phí dịch vụ và tăng số lượng thẻ ATM phát hành mới. Bên cạnh đó, BIDV đã cho sự ra đời một số loại thẻ ghi nợ nội địa mới với nhiều tiện ích hơn, đồng thời tăng thêm nhiều

dịch vụ gia tăng đi kèm nên đã thỏa mãn được đa dạng nhu cầu của khách hàng, nhờ đó năm 2010 số lượng thẻ phát hành đã tăng hơn 1,5 lần so với năm 2009. Trong đó, thẻ ghi nợ nội địa đạt 11.217 thẻ tăng hơn 1,4 lần so với năm 2009, và thẻ tín dụng quốc tế đạt 230 thẻ, tăng 1,39 lần so với năm 2009. Như vậy ta có thể thấy rằng cả hai loại thẻ ghi nợ nội địa và tín dụng quốc tế mà Chi nhánh phát hành đều tăng trưởng qua các năm, và trong đó thẻ tín dụng quốc tế có tốc độ tăng trưởng khá tốt, điều này báo hiệu cho sự phát triển hoạt động phát hành thẻ tín dụng quốc tế trong thời gian đến và cũng cho thấy rằng việc ngân hàng đã ra mắt sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế này đúng thời điểm để bắt kịp với thị trường thẻ vô cùng sôi động hiện nay.

Trong cơ cấu phát hành thẻ, ta thấy rằng số thẻ ghi nợ nội địa qua 2 năm đều chiếm tỷ trọng cao trong tổng số thẻ Chi nhánh phát hành. Cụ thể, năm 2009 số thẻ ghi nợ nội địa chiếm 97,9% và năm 2010 chiếm 98% trong tổng số thẻ phát hành. Trong khi đó, số lượng thẻ tín dụng quốc tế lại chỉ chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong cơ cấu thẻ phát hành, số lượng thẻ tín dụng quốc tế BIDV ĐN phát hành qua 2 năm 2009 và 2010 chiếm tỷ trọng khoảng 2% trong tổng số lượng thẻ phát hành. Nguyên nhân của sự chênh lệch tỷ trọng giữa hai loại thẻ này là do thẻ ghi nợ nội địa đã được ngân hàng triển khai từ sớm (từ năm 2003), còn thẻ tín dụng quốc tế thì chỉ mới được ngân hàng cho ra mắt vào cuối quý I/2009 nên số lượng thẻ phát hành chưa được nhiều. Trong những năm tới Chi nhánh BIDV ĐN cần quan tâm hơn nữa đến việc phát triển hoạt động phát hành thẻ tín dụng quốc tế, đưa loại thẻ mới này của ngân hàng đến gần với khách hàng hơn từ đó đẩy nhanh tiến độ phát triển của sản phẩm thẻ này nhằm tăng nguồn thu phí cho ngân hàng.

Số lượng thẻ phát hành tăng qua các năm, chứng tỏ thị phần thẻ của ngân hàng BIDV ĐN ngày càng được mở rộng, số lượng khách hàng ưa dùng sản phẩm thẻ của ngân hàng ngày càng tăng. Bên cạnh đó, việc phát hành thẻ cũng đã phát huy được vai trò của mình, trở thành kênh huy động vốn với chi phí thấp đối với ngân hàng. Điều này được thể hiện thông qua số dư tiền gửi qua các năm. Năm 2009, trong khi số lượng thẻ phát hành giảm 18% so với năm 2008 thì tốc độ tăng

trưởng số dư tiền gửi tuy có giảm so với năm 2008 nhưng không đáng kể chỉ ở mức 1,3%. Sang năm 2010, tốc độ tăng trưởng số dư tiền gửi đã tăng 14,6% so với năm 2009 và đạt 86 tỷ đồng. Như vậy, việc số dư tiền gửi tăng cùng với việc tăng số lượng thẻ phát hành đã đem lại một nguồn vốn không nhỏ cho ngân hàng trong thời gian qua.

Bên cạnh việc đa dạng trong hoạt động phát hành thẻ nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu sử dụng thẻ của khách hàng, Chi nhánh BIDV ĐN còn rất quan tâm đến hoạt động thanh toán thẻ đối với khách hàng nhằm giúp khách hàng cảm thấy được sự hài lòng, thoái mái khi sử dụng dịch vụ thẻ của BIDV ĐN. Hiện nay, ngoài những loại thẻ mang thương hiệu BIDV, BIDV cũng còn chấp nhận thanh toán các loại thẻ trong liên minh Banknet và Smartlink và thẻ quốc tế Visa Card.

Bảng 2.10: Tình hình giao dịch thẻ của BIDV ĐN

	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010
Số lượt giao dịch	1.083.216	1.357.184	1.581.869
<i>Tốc độ tăng trưởng</i>		+25%	+17%
Doanh số thanh toán thẻ(tỷ VND)	0,756	1,566	2,115
<i>Tốc độ tăng trưởng</i>		+107%	+37%

(*Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh thẻ của BIDV ĐN*)

Qua bảng số liệu có thể thấy được số lượt giao dịch và giá trị giao dịch tăng trưởng liên tục qua các năm. Số lượt giao dịch năm sau luôn cao hơn năm trước. Như năm 2009 đạt 1.357.184 lượt giao dịch tăng 25% so với năm 2008 và năm 2010 số lượt giao dịch tăng 17% so với năm 2009 đạt con số 1.581.869 lượt. Bên cạnh sự tăng trưởng về số lượt giao dịch thì giá trị giao dịch cũng tăng qua các năm, cụ thể: năm 2009 giá trị giao dịch đạt 1,566 tỷ đồng tăng 107% so với năm 2008, và năm 2010 đạt 2,115 tỷ đồng tăng 37% so với năm 2009.

Giao dịch thẻ tăng đều qua các năm, qua đó thể hiện xu thế không dùng tiền mặt ngày càng được người dân ưa dùng, mặt khác nó còn thể hiện uy tín của ngân hàng trong hoạt động thanh toán, khách hàng yên tâm và hài lòng với dịch vụ thẻ của ngân hàng. Giao dịch qua thẻ là giao dịch tiện lợi và an toàn, đảm bảo chu

chuyên vốn nhanh chóng, chính xác, đáp ứng tốt nhu cầu trong thanh toán của người dân.

Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt trong lĩnh vực thẻ như hiện nay, BIDV ĐN luôn luôn nỗ lực nhằm gia tăng thị phần thẻ của mình. Cùng với việc phát triển các sản phẩm thẻ, Chi nhánh còn cần tiếp tục mở rộng hệ thống kênh phân phối bằng cách tăng thêm số lượng đơn vị chấp nhận thẻ và số lượng máy ATM. Hơn thế nữa, với việc liên minh ngày càng rộng với các ngân hàng khác trong hệ thống Banknet và Smartlink khách hàng sẽ dễ dàng thanh toán mọi lúc, mọi nơi, nên việc sử dụng thẻ của ngân hàng sẽ rất thuận tiện.

Hiện nay, hệ thống ATM của ngân hàng BIDV đang được triển khai ngày càng mạnh mẽ. Số lượng máy ATM đã được lắp đặt tại hầu hết các tỉnh, thành phố trên khắp cả nước, phục vụ khách hàng 24/24h, đáp ứng tốt nhu cầu cần rút tiền mọi lúc, mọi nơi của khách hàng.

Tính đến cuối năm 2010, tổng số máy ATM được BIDV lắp đặt nói chung là 994 máy, chiếm gần 10% thị phần. Và số lượng máy Chi nhánh BIDV ĐN lắp đặt cũng tăng qua các năm. Năm 2010, số lượng máy ATM do BIDV ĐN lắp đặt là 21 máy tăng 17% so với năm 2009, và năm 2011 là 26 máy tăng 24% so với năm 2010. Qua những số liệu có được, có thể nhận thấy, trong các năm gần đây tốc độ tăng trưởng của số lượng máy ATM ngày càng lớn, do BIDV VN nói chung và BIDV ĐN nói riêng đang chuyển định hướng sang tập trung đẩy mạnh phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ.

Bảng 2.11: Số lượng máy ATM của BIDV ĐN

	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
Số lượng máy ATM	15	21	26
Tốc độ tăng trưởng		40 %	24%

Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh thẻ của BIDV CN ĐN

Bên cạnh việc gia tăng số lượng máy ATM phục vụ khách hàng sử dụng thẻ của ngân hàng, Chi nhánh BIDV ĐN cũng đẩy mạnh việc mở rộng số lượng điểm chấp nhận thanh toán thẻ.

Bảng 2.12: Số lượng POS của BIDV ĐN

	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010
Số lượng máy POS	10	22	46

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh thẻ của BIDV CN DN)

Trong thời gian qua, bên cạnh việc thực hiện rà soát các điểm đặt POS nhằm đi vào chất lượng, tăng thêm nguồn thu dịch vụ. Chi nhánh BIDV ĐN cũng đã tăng cường phát triển mạng lưới DVCNT và mở rộng hệ thống máy POS để phục vụ cho nhu cầu ngày càng lớn của khách hàng. Trong năm 2010, BIDV ĐN đã phát triển thêm 36 DVCNT và đã lắp đặt được 46 thiết bị POS tăng hơn 2 lần so với năm 2009 và hơn 4 lần so với năm 2008. Ngoài ra, trong năm Chi nhánh đã triển khai chấp nhận thanh toán thẻ banknet trên thiết bị POS theo chỉ đạo của NHTW. Và tổng doanh số thanh toán POS trong năm 2010 đã đạt được là 1.779 triệu đồng; tổng phí dịch vụ thu được là 30 triệu đồng.

Qua những kết quả đã phân tích ở trên có thể nhận thấy sự nỗ lực rất lớn của BIDV ĐN trong việc phát triển dịch vụ thẻ. Sự gia tăng nhanh chóng về số lượng thẻ, số lượng giao dịch và số lượng máy ATM và POS được triển khai mạnh mẽ đã minh chứng một điều là BIDV ĐN đã và đang bắt nhịp với sự sôi động của thị trường thẻ và ngày càng tạo được uy tín trên thị trường thẻ tại địa phương.

2.2.2.2 Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng trực tuyến:

Hiện nay, BIDV ĐN đang triển khai 3 sản phẩm dịch vụ về ngân hàng trực tuyến đó là: BSMS, Direct Banking và Home Banking.

❖ Dịch vụ BSMS:

Bảng 2.13: Tình hình sử dụng dịch vụ BSMS của BIDV ĐN

	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010
Số lượng khách hàng	3049	2336	3509
Số lượt giao dịch	182.940	211.680	323.352
Phí thu được(trVND)	190	246	396

(Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh NHDT của BIDV ĐN)

Qua bảng số liệu, ta thấy năm 2010, số lượng khách hàng tham gia dịch vụ gia tăng nhánh chóng so với năm 2009 và năm 2008 với tốc độ gia tăng lần lượt là 1,5 lần và 1,1 lần. Số lượng khách hàng gia tăng kéo theo phí dịch vụ thu từ BSMS cũng tăng nhanh chóng với tốc độ tăng trưởng năm 2010 so với năm 2009 là 60%. Ngoài ra, số lượt giao dịch cũng tăng mạnh qua các năm. Năm 2009, dù số lượng khách hàng có giảm so với năm 2008 nhưng số lượt giao dịch vẫn tăng 15,7% và năm 2010 so với năm 2009 là 52%. Dịch vụ BSMS là dịch vụ có số lượng khách hàng tham gia và số lượt giao dịch nhiều nhất trong các dịch vụ ngân hàng trực tuyến đã triển khai. Với xu hướng sử dụng điện thoại di động ngày càng phổ biến như hiện nay thì dịch vụ BSMS có khả năng phát triển rất lớn trong thời gian đến.

❖ **Dịch vụ Direct Banking:**

Bảng 2.14: Tình hình sử dụng dịch vụ Direct Banking của BIDV ĐN

	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010
Số lượng khách hàng	279	349	418
- Tốc độ tăng trưởng		+25%	+19,7%
Số lượt giao dịch	23.469	31.326	40.178

Nguồn: Báo cáo tình hình kinh doanh NHDT của BIDV CN ĐN

Theo bảng 2.14, ta thấy số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ Direct Banking tăng qua các năm. Cụ thể, năm 2009 lượng khách hàng tăng 25% so với năm 2008 và đạt con số 349 khách hàng, đến năm 2010 tăng thêm 69 khách hàng với tốc độ tăng 19,7% đạt 418 khách hàng. Bên cạnh đó, số lượt giao dịch của dịch vụ này cũng tăng đều qua các năm. Năm 2009, số lượt giao dịch tăng 1,3 lần so với năm 2008 và đạt 31.326 lượt giao dịch, năm 2010 tăng 1,28 lần so với năm 2009, với 40.178 lượt giao dịch. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ này và số lượt giao dịch tuy là tăng qua các năm nhưng số lượng khách hàng vẫn còn ở mức khá thấp so với các dịch vụ khác.

❖ **Dịch vụ Home Banking:**

Dịch vụ này được ngân hàng triển khai thí điểm vào năm 2008 và đến tháng 8/2009 được bổ sung cập nhật phiên bản mới và triển khai rộng rãi ra bên ngoài và

dịch vụ này hiện chỉ mới áp dụng cho đối tượng khách hàng doanh nghiệp. Tuy nhiên, đến nay số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ này vẫn còn rất hạn chế. Đến năm 2010, chỉ mới có 3 doanh nghiệp sử dụng dịch vụ Home Banking, nhưng hiện nay chỉ còn một đơn vị.

Tóm lại, trong nhóm sản phẩm dịch vụ ngân hàng trực tuyến, chỉ có dịch vụ BSMS được khách hàng sử dụng nhiều nhất, dịch vụ này dễ sử dụng, linh hoạt và thuận tiện. Đối với hai sản phẩm Home banking, Direct Banking tuy đã được đưa vào sử dụng nhưng chưa hoàn thiện, không có nhiều tiện ích, hoạt động chưa ổn định, và cách thức sử dụng còn phức tạp chưa đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Do đó chưa thu hút được khách hàng sử dụng hai sản phẩm dịch vụ này. Ngoài ra, trong thời gian đến BIDV đang tập trung để chuẩn bị triển khai hai sản phẩm Internet Banking và Mobile Banking hoàn chỉnh để thay thế nên cũng không đầu tư nhiều đến việc hoàn thiện hai sản phẩm Home Banking và Direct Banking.

2.2.3 Kết quả khảo sát đánh giá của khách hàng về thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV ĐN

* *Mẫu và thông tin mẫu:* Công cụ để khảo sát đánh giá của khách hàng về thực trạng cung ứng dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV ĐN là bảng câu hỏi. Bảng câu hỏi được thiết kế gồm 2 phần, với 16 câu hỏi được thiết kế theo hình thức lựa chọn các đáp án được cho sẵn.

* *Tổ chức thu thập dữ liệu:* Có tất cả 120 bảng câu hỏi được gửi cho khách hàng thông qua email (50 phiếu) và tại quầy giao dịch (70 phiếu) với sự hỗ trợ của giao dịch viên. Danh sách khách hàng nhận phiếu khảo sát qua email được lựa chọn ngẫu nhiên trên cơ sở dữ liệu của ngân hàng.

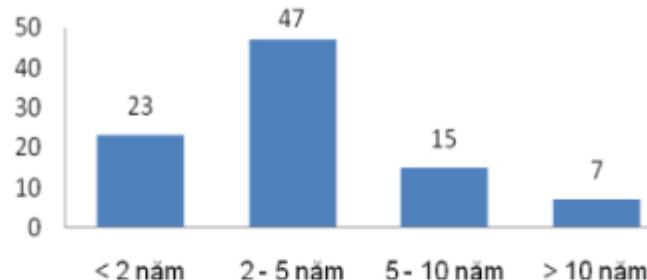
Sau 1 tuần nếu không nhận được sự phản hồi của khách hàng, thì người gửi sẽ gọi điện thoại nhờ khách hàng trả lời. Đối với phiếu khảo sát đặt tại quầy giao dịch thì khách hàng đến giao dịch có thể trả lời và gửi ngay cho nhân viên.

Thu nhận phản hồi từ phía khách hàng: Đã có 96 phiếu được thu nhận, trong đó có 4 phiếu không hợp lệ. Do đó, số lượng mẫu đưa vào phân tích là 92 phiếu

* *Dánh giá kết quả khảo sát:*

- Đặc điểm của đối tượng nghiên cứu:

Qua kết quả khảo sát có thể nhận thấy, hầu hết các khách hàng đang sử dụng dịch vụ của BIDV ĐN đã giao dịch với ngân hàng từ 2-5 năm.

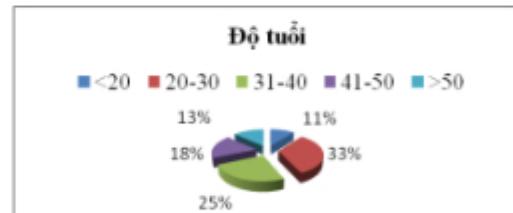


Biểu đồ 2.1: Thời gian giao dịch với BIDV ĐN

Đối tượng khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV ĐN là nam chiếm ưu thế, chủ yếu nằm trong độ tuổi từ 20-40, trình độ cao, thu nhập ở mức trung bình khá và ổn định. Đây là những người trẻ trung, năng động và hiện đại, dễ dàng tiếp cận những dịch vụ mới, hiện đại. Qua đó, tạo tiền đề cho việc phát triển các dịch vụ ngân hàng trong thời gian đến.



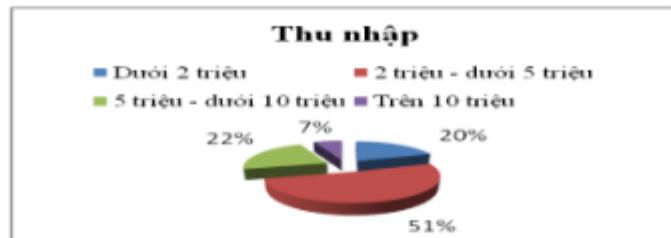
Biểu đồ 2.2: Giới tính



Biểu đồ 2.3: Độ tuổi



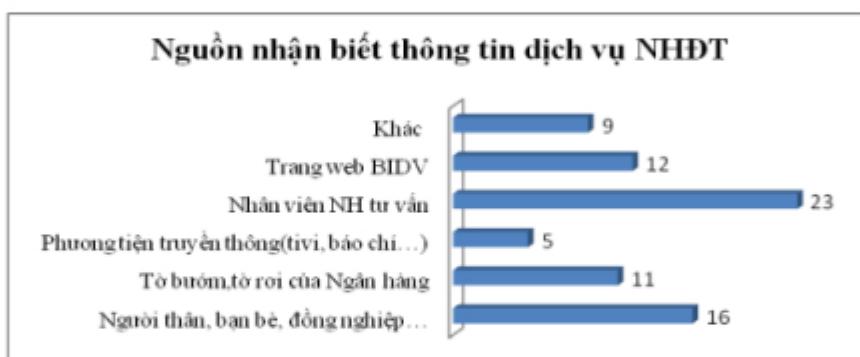
Biểu đồ 2.4: Trình độ học vấn



Biểu đồ 2.5: Thu nhập

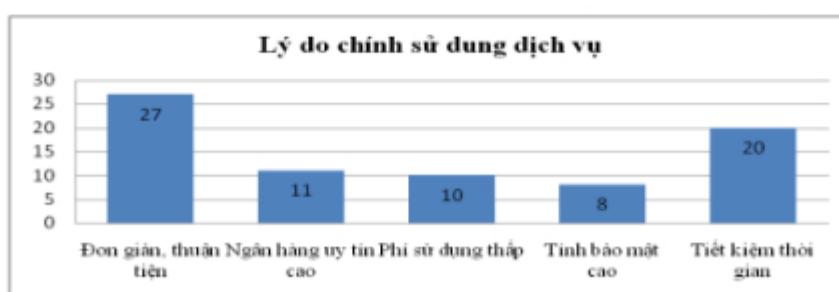
- Sự đánh giá của khách hàng về dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV ĐN:

Với các khách hàng đang sử dụng, các khách hàng tiếp cận nguồn thông tin về dịch vụ NHDT chủ yếu thông qua sự tư vấn của nhân viên ngân hàng, sau đó là thông qua sự truyền miệng của bạn bè đồng nghiệp và thông qua website của BIDV.

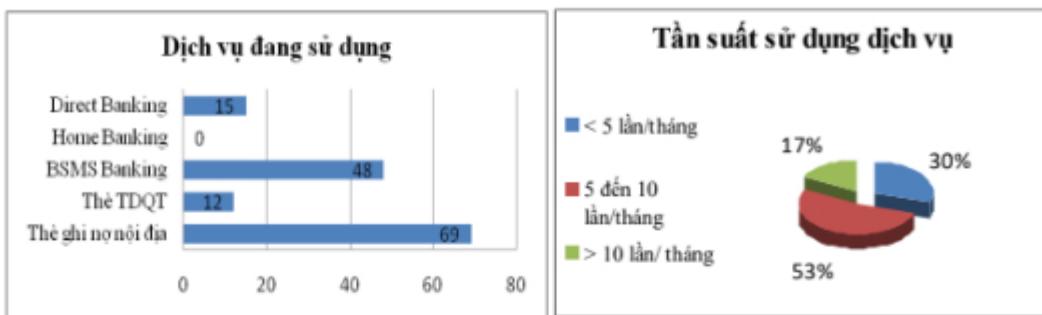


Biểu đồ 2.6: Nguồn nhận biết thông tin dịch vụ NHDT

Qua khảo sát, ta nhận thấy một trong những lý do chính để khách hàng lựa chọn sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử đó là đơn giản, thuận tiện và tiết kiệm thời gian. Hiện nay, dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa, và BSMS được khách hàng sử dụng nhiều nhất do tính tiện lợi của nó, còn những dịch vụ ngân hàng điện tử khác tại BIDV ĐN vẫn chưa thu hút được sự quan tâm sử dụng của khách hàng.

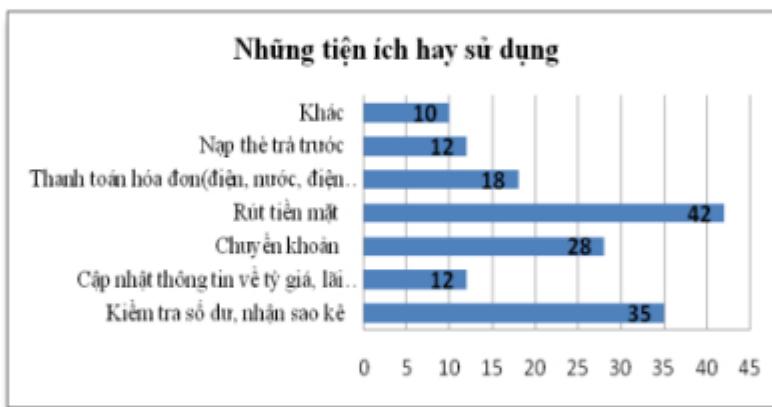


Biểu đồ 2.7: Lý do khách hàng sử dụng dịch vụ NHDT



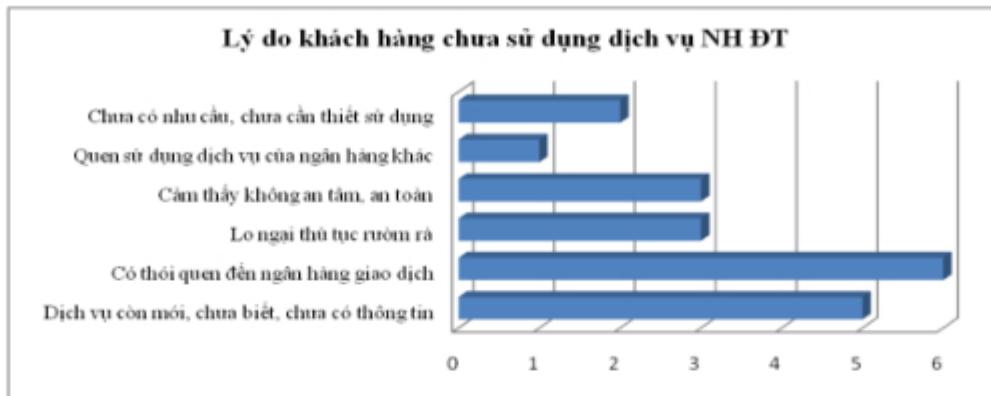
Biểu đồ 2.8: Dịch vụ khách hàng đang sử dụng **Biểu đồ 2.9: Tần suất sử dụng dịch vụ**

Hầu hết khách hàng đang sử dụng dịch vụ NHDT tại BIDV ĐN vẫn chưa khai thác hết các tiện ích mà sản phẩm này cung cấp, họ chỉ mới sử dụng một số tiện ích đơn giản như vấn tin tài khoản, kiểm tra số dư, rút tiền mặt và chuyển khoản và tần suất sử dụng trung bình từ 5 đến 10 lần/tháng chiếm chủ yếu.



Biểu đồ 2.10: Tiện ích khách hàng hay sử dụng

Bên cạnh đó, theo khảo sát, hiện nay đa số khách hàng đã biết và sử dụng sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV ĐN. Tuy nhiên, cũng còn một bộ phận không nhỏ khách hàng vẫn chưa sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử do họ vẫn có thói quen đến ngân hàng giao dịch và một số chưa biết thông tin cũng như chưa cảm thấy an tâm và lo ngại thủ tục rườm rà khi sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử.



Biểu đồ 2.11: Lý do khách hàng chưa sử dụng DV NHĐT

2.3 Đánh giá chung về tình hình cung ứng dịch vụ NHĐT tại BIDV DN

2.3.1 Những kết quả đạt được

Qua những phân tích trên đây, có thể nhận thấy trong thời gian qua dịch vụ NHĐT của CN BIDV ĐN đã đạt được một số thành công nhất định như:

- ❖ Kết cấu cơ sở hạ tầng hiện đại luôn được quan tâm đầu tư. Số lượng máy ATM và hệ thống chấp nhận thanh toán đầu cuối POS tăng liên tục qua các năm, đến năm 2010 số máy ATM và thiết bị POS đạt lần lượt là 21 máy ATM và 46 thiết bị POS. Bên cạnh đó, việc ứng dụng công nghệ hiện đại vào hoạt động ngân hàng đã được chú trọng đây chính là một trong những nền tảng để CN BIDV ĐN có thể triển khai cung cấp và phát triển thành công dịch vụ NHĐT trong thời gian đến.
- ❖ Cán bộ công nhân viên chi nhánh được quán triệt về tư tưởng và nhận thức về ứng dụng CNTT và phát triển dịch vụ NHĐT, góp phần củng cố quyết tâm nâng cao kiến thức và khả năng tác nghiệp trong quá trình nghiên cứu cung cấp sản phẩm mới.
- ❖ Trong những năm gần đây, dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại, CN BIDV ĐN đã tích cực phát triển các dịch vụ NHĐT, nhờ đó các dịch vụ NHĐT cũng ngày càng đa dạng hơn về chủng loại, phát hành nhiều loại thẻ mới được tích hợp thêm nhiều tiện ích, qua đó tăng khả năng cạnh tranh và phục vụ ngày càng tốt hơn nhu cầu của các cá nhân và doanh nghiệp. Ngoài ra,

chất lượng dịch vụ cũng ngày càng được cải thiện nên số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ ngày càng tăng lên.

- ❖ Giá trị tin cậy và khả năng phục vụ khách hàng của CN BIDV ĐN đã được tăng lên đáng kể, nhờ nỗ lực nhằm phát triển kênh phân phối sản phẩm loại hình dịch vụ ngân hàng tiên tiến với chất lượng tốt và theo các chuẩn mực quốc tế.

2.3.2 Những hạn chế, tồn tại và nguyên nhân hạn chế

Bên cạnh những thành công bước đầu, CN BIDV ĐN vẫn tồn tại một số hạn chế cần được khắc phục nhằm tiếp tục phát triển các dịch vụ NHĐT, đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

- ❖ Mặc dù, trong thời gian qua CN BIDV cũng đã chú trọng hơn trong việc đầu tư công nghệ và phát triển các sản phẩm dịch vụ NHĐT nhưng hiện nay các sản phẩm dịch vụ NHĐT của BIDV ĐN chưa nhiều, chủng loại chưa đa dạng. Bên cạnh đó, tiện ích của các sản phẩm mà chi nhánh cung cấp vẫn chưa cao và chưa phong phú. Hiện nay, các tiện ích chỉ mới dừng lại ở mức cơ bản như tra cứu thông tin, vấn tin tài khoản, các nghiệp vụ thanh toán, chuyển tiền. Dịch vụ POS đã triển khai, tuy nhiên các tiện ích của dịch vụ vẫn chưa đồng bộ. Máy POS của BIDV chỉ mới chấp nhận được thẻ Visa thay vì 5 loại thẻ quốc tế.
- ❖ Chất lượng dịch vụ chưa cao, các dịch vụ NHĐT triển khai còn chậm và tiềm ẩn nhiều rủi ro.

Mặc dù, dù hệ thống CNTT đã được triển khai trên toàn hệ thống, nhưng nhiều sản phẩm dịch vụ ngân hàng vẫn chưa được công nghệ hóa toàn bộ nên chất lượng sản phẩm dịch vụ chưa cao. Hiện tượng nghẽn mạng vẫn thường xảy ra, dẫn đến không giao dịch được liên tục làm ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ, mất thời gian của khách hàng. Với sự phát triển của thương mại điện tử và viễn thông thời gian qua có thể thấy được tiềm năng phát triển dịch vụ NHĐT nhìn chung là rất lớn. Trong khi đó, các kênh phân phối hiện tại của BIDV ĐN triển khai vẫn còn chậm, mức độ ứng dụng CNTT trong phát triển sản phẩm và tính liên kết sản phẩm của

dịch vụ NHDT còn thấp, làm cho tính tiện ích của một số dịch vụ NHDT chưa cao. Những dịch vụ NHDT như Internet Banking, Mobile Banking tuy đã được triển khai nhưng vẫn chậm hơn so với các ngân hàng khác. Tỷ trọng khách hàng cá nhân sử dụng các dịch vụ BSMS, Direct Bankingtrong nền khách hàng cá nhân của Chi nhánh còn hạn chế.

Tính bảo mật và an toàn của các giao dịch cũng chưa được đảm bảo tuyệt đối. Trên thực tế, đôi khi xảy ra các lỗi như: việc rút tiền mặt của khách hàng ở máy ATM đôi khi xảy ra lỗi không cập nhật được, trừ sai số tiền vào tài khoản, không nhận được tiền nhưng vẫn bị trừ vào tài khoản.... Đáng chú ý là công nghệ thẻ của VN hiện nay là thẻ từ, đây là công nghệ được các tổ chức quốc tế khuyến cáo là dễ bị đánh cắp và làm giả.

- ❖ Các sản phẩm dịch vụ NHDT được cung cấp phụ thuộc vào một số đối tượng khách hàng như: dịch vụ thẻ phụ thuộc vào khách hàng cá nhân; dịch vụ BIDV HomeBanking phụ thuộc vào nhóm các doanh nghiệp lớn và các tổ chức tín dụng.
- ❖ Cơ chế quản lý điều hành trong việc cung cấp các sản phẩm dịch vụ NHDT của CN BIDV ĐN vẫn còn nhiều bất cập. CN vẫn chưa có bộ phận chuyên trách nghiên cứu phát triển sản phẩm và cung cấp dịch vụ NHDT. Hiện nay, chi nhánh cũng chưa thành lập phòng thẻ mà chỉ có Tổ kinh doanh thẻ trực thuộc phòng khách hàng cá nhân... Trong khi đó, Phòng Quan hệ khách hàng chỉ quan tâm đến việc tiếp thị cho khách hàng với các dịch vụ truyền thống như: cho vay, huy động vốn. Vì vậy hầu hết các khách hàng của BIDV ĐN chưa biết nhiều đến các sản phẩm NHDT cũng như các dịch vụ đi kèm với dịch vụ thanh toán bằng thẻ qua hệ thống máy ATM.

Nguyên nhân của những hạn chế:

- ❖ Các nguyên nhân bên ngoài:

- *Hành lang pháp lý cho các dịch vụ thanh toán điện tử chưa hoàn thiện:*

Mặc dù trong những năm qua, hành lang pháp lý trong lĩnh vực thanh toán đã được cải thiện nhiều. Chính phủ và NHNN đã thông qua nhiều Luật, quy chế liên

quan đến hoạt động ngân hàng, đồng thời sửa đổi các văn bản pháp lý này cho phù hợp với yêu cầu thay đổi của cơ chế kinh tế mới. Tuy nhiên, ngành ngân hàng nói chung và BIDV ĐN nói riêng vẫn phải hoạt động trong một môi trường pháp lý chưa đồng bộ, các quy định còn chồng chéo, nhiều khi chưa phù hợp với tình hình thực tế.

Các văn bản pháp quy về hoạt động ngân hàng chủ yếu xây dựng trên cơ sở các quy trình thao tác giao dịch thủ công, mang nặng tính giấy tờ, cồng kềnh và phức tạp trong xử lý. Trong khi đó quá trình hiện đại hóa ngân hàng đòi hỏi áp dụng công nghệ mới, những quy trình tác nghiệp mới nên đôi khi muôn đưa sản phẩm mới ra thị trường phải xin ý kiến NHNN, gây độ trễ lớn cho quá trình triển khai.

Nghiệp vụ thẻ hiện nay hoạt động theo phạm vi điều chỉnh của Quy chế phát hành, sử dụng và thanh toán thẻ ngân hàng ban hành theo Quyết định số 20/2007/QĐ-NHNN ngày 15/05/2007 của Thủ trưởng NHNN VN. Tuy nhiên, quy chế này chưa đề cập đến tính đa dạng của các loại thẻ, chưa quy định trình tự khiếu nại và giải quyết khiếu nại liên quan đến thẻ quốc tế. Chính vì thế, các NHTM lúng túng khi không có cơ sở pháp lý riêng điều chỉnh những tranh chấp trong lĩnh vực thẻ hay khi đưa ra những sản phẩm mới. Với tốc độ phát triển dịch vụ thẻ như hiện nay, quy chế này đã tỏ ra bất cập và không bao hàm hết các mặt nghiệp vụ do đó đã gây ra nhiều vướng mắc cho ngân hàng trong quá trình triển khai dịch vụ.

Một số nghiệp vụ ngân hàng hiện đại được tin học hóa hoạt động dựa trên Quyết định số 44/2002/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc sử dụng chứng từ điện tử làm chứng từ hạch toán và thanh toán vốn của các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán. Tuy nhiên, hiện chưa có cơ quan chịu trách nhiệm lưu giữ chứng từ điện tử nên chưa thật sự an toàn nếu xảy ra tranh chấp. Tại VN hiện nay, chưa có bộ mã nào làm cơ sở quy chuẩn chung cho việc mã hóa dữ liệu và chữ ký điện tử. Vì vậy, các ngân hàng sẽ gặp khó khăn trong việc hợp nhất các dịch vụ NHDT của mình thành một hệ thống chung.

- Trình độ hiểu biết của dân cư về dịch vụ NHDT còn hạn chế và thói quen sử dụng tiền mặt của người dân vẫn còn cao.

Một trong những nguyên nhân quan trọng dẫn đến việc các dịch vụ NHDT chưa phát triển rộng rãi là do thói quen sử dụng tiền mặt của người dân vẫn còn cao. Hiện nay, người dân vẫn chưa có thói quen sử dụng các dịch vụ ngân hàng gắn liền với các ứng dụng công nghệ tin học hiện đại, nên dễ dặt trong việc giao dịch với ngân hàng, thăm dò và sử dụng hạn chế hay nói cách khác là thiếu sự chấp nhận công nghệ từ phía khách hàng.

Trình độ dân trí còn thấp cùng với thói quen cất giữ và sử dụng tiền mặt đã ăn sâu vào tiềm thức của người dân Việt Nam bao lâu nay khiến cho dịch vụ thanh toán điện tử khó thâm nhập vào đời sống người dân. Hơn nữa, thu nhập của người dân Việt Nam còn thấp nên cũng hạn chế phần nào sự tham gia của họ vào hoạt động ngân hàng. Ngoài ra, thói quen mua hàng ở chợ của người dân phần nào cũng ảnh hưởng đến việc thanh toán qua các dịch vụ ngân hàng.

- Thiếu sự phối hợp giữa các bên tham gia thanh toán:

Sự kết hợp hệ thống giữa các bên tham gia (ngân hàng, Vnpay, các Telcom) chưa chặt chẽ dẫn đến tốc độ đường truyền hạn chế, lỗi kỹ thuật hoặc thiết bị đầu cuối không đảm bảo chất lượng dẫn đến chất lượng dịch vụ chưa cao, khách hàng phàn nàn. Hệ thống CoreBanking của các ngân hàng phát triển độc lập, chưa có sự phối hợp, liên thông cần thiết nhằm phát huy cao nhất hiệu quả của dịch vụ mới này.

- Quy mô và chất lượng TMĐT còn thấp và phát triển chậm:

Để tạo tiền đề cho dịch vụ NHDT phát triển, tăng tỷ trọng thanh toán điện tử của hệ thống ngân hàng thì cần có một hệ thống các doanh nghiệp tham gia thương mại điện tử đủ mạnh để cung cấp tất cả hàng hóa dịch vụ trên mạng.

❖ Các nguyên nhân từ phía ngân hàng:

- Chính sách khách hàng và công tác quảng bá sản phẩm dịch vụ NHDT đến khách hàng chưa thật sự hiệu quả.

Việc khách hàng chấp nhận sử dụng dịch vụ NHDT phụ thuộc rất nhiều vào

chính sách khách hàng và công tác quảng bá thương hiệu tiếp thị sản phẩm, hỗ trợ dịch vụ. Tuy nhiên cho đến nay, chính sách khách hàng của chi nhánh còn bất cập và chưa có sự đồng bộ giữa các đối tượng khách hàng sử dụng các loại hình dịch vụ truyền thống với các đối tượng khách hàng sử dụng dịch vụ NHDT. Chính sách ưu đãi và chất lượng phục vụ vẫn tập trung vào một số khách hàng lớn về quy mô vốn, tín dụng và thanh toán, chưa thực sự hướng tới các khách hàng cá nhân và các doanh nghiệp nhỏ.

Công tác quảng bá thương hiệu BIDV ĐN về các sản phẩm dịch vụ mới chưa thực sự được triển khai một cách có hiệu quả, chi phí cho quảng cáo còn ít. Các hình thức tiếp thị, quảng cáo còn nghèo nàn. Hoạt động marketing vẫn còn hạn chế trong khuôn mẫu nhất định. Khách hàng chủ yếu biết về các dịch vụ mới của ngân hàng qua Internet và các phương tiện truyền thông đại chúng. Việc giới thiệu sản phẩm mới thông qua các hội nghị khách hàng, hay chủ động tìm đến khách hàng để giới thiệu thông tin còn rất hạn chế.

Các hình thức khuyến mãi, hỗ trợ khách hàng sử dụng sản phẩm mới chưa đủ hấp dẫn và gây ấn tượng cho khách hàng.

Đây chính là những nguyên nhân chủ yếu làm cho các dịch vụ NHDT của BIDV ĐN chưa phát triển mạnh cho tương xứng với tiềm năng, lợi thế của mình.

- Cơ sở vật chất, hạ tầng CNTT và truyền thông vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển dịch vụ NHDT:

Hạ tầng cơ sở CNTT tuy đã được quan tâm đầu tư nhưng cũng chưa đáp ứng nhu cầu phát triển dịch vụ NHDT hiện tại cũng như trong tương lai. Xét riêng dịch vụ ATM, vào những lúc cao điểm như lễ tết, kỳ trả lương...lượng khách hàng rút tiền tại các ATM tăng lên thì hệ thống ATM gặp sự cố, gây nhiều bất tiện cho khách hàng đến giao dịch. Ngoài ra, BIDV ĐN cũng chưa có nguồn vốn đủ lớn để đầu tư cho ứng dụng CNTT vào các hoạt động của ngân hàng và tạo điều kiện hỗ trợ cho sự phát triển dịch vụ NHDT.

Quá trình hiện đại hóa công nghệ và dịch vụ ngân hàng tại BIDV còn chưa được tiến hành đồng bộ, chưa có sự hợp tác với các NHTM khác trên địa bàn thành

phô, do vậy hiệu quả đầu tư chưa cao, gây lãng phí trong đầu tư, không có tác dụng tăng cường sức mạnh của cả hệ thống.

- Trình độ và tính chuyên nghiệp của đội ngũ cán bộ, viên chức trong triển khai và phát triển dịch vụ NHĐT vẫn còn hạn chế.

Việc phát triển dịch vụ NHĐT đòi hỏi nguồn nhân lực có trình độ cao. Trong thời gian qua, BIDV ĐN tuy đã chú trọng đào tạo, bồi dưỡng nâng cao năng lực và tuyển dụng nguồn nhân lực có chất lượng nhưng trình độ và năng lực của cán bộ viên chức chi nhánh trong việc tiếp cận công nghệ hiện đại vẫn còn hạn chế. Do đó, còn bị động và chưa thật sự làm chủ được các công nghệ, trang thiết bị hiện đại mà BIDV ĐN đã và đang tiến hành trang bị, dẫn đến làm chậm quá trình ứng dụng CNTT vào hoạt động của chi nhánh. Chính điều này đã ảnh hưởng không nhỏ đến chất lượng của việc triển khai dịch vụ NHĐT tại BIDV ĐN.

Bên cạnh đó, kiến thức, kinh nghiệm chuyên môn của cán bộ BIDV ĐN về các dịch vụ ngân hàng truyền thống khá chuyên sâu và tương đối thành thạo, nhưng trong lĩnh vực dịch vụ NHĐT thì còn nhiều bất cập. Nhận thức và hiểu biết của cán bộ chưa cao về từng sản phẩm dịch vụ, đặc biệt là những sản phẩm dịch vụ hiện đại, tự động. Việc hạn chế trong kiến thức về sản phẩm dịch vụ NHĐT cũng là một trong những nguyên nhân dẫn đến việc chưa tư vấn cho khách hàng một cách thấu đáo để qua đó quảng bá sản phẩm dịch vụ của mình.

- Dịch vụ NHĐT của BIDV ra đời muộn hơn so với các ngân hàng khác:

Thời gian quá trình phát triển dịch vụ NHĐT của BIDV nói chung và BIDV ĐN nói riêng chưa dài nên chưa có nhiều kinh nghiệm trong việc quản lý cũng như phát triển các sản phẩm dịch vụ mới. Đồng thời, do ra đời sau nên trình độ chuyên môn, kỹ thuật nghiệp vụ và chất lượng sản phẩm cũng chưa thể đạt được những yêu cầu như mong muốn. Do đó, các sản phẩm dịch vụ NHĐT kém cạnh tranh hơn so với các ngân hàng khác và chưa thực sự dành được ưu thế so với các dịch vụ NHĐT từ các NHTM khác, nhất là các NHTM nước ngoài.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Trong chương này, bên cạnh phân tích sơ lược về kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV ĐN, luận văn đã tập trung phân tích về thực trạng phát triển dịch vụ NHDT theo các mặt khác nhau như: quy mô cung ứng dịch vụ, những rủi ro trong hoạt động NHDT, thực trạng phát triển dịch vụ thẻ và dịch vụ ngân hàng trực tuyến của BIDV ĐN trong 3 năm từ năm 2008-2010. Đồng thời luận văn cũng đánh giá chung về tình hình cung ứng dịch vụ NHDT tại BIDV ĐN về các mặt đã đạt được, những hạn chế tồn tại và nguyên nhân của nó để từ đó đưa ra những giải pháp nhằm phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV ĐN trong thời gian đến.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM-CN ĐÀ NẴNG

3.1 Những căn cứ để xuất giải pháp

3.1.1 Điều kiện và khả năng phát triển dịch vụ NHĐT tại BIDV Đà Nẵng trong thời gian đến

3.1.1.1 Các điều kiện về kinh tế xã hội

- Xu hướng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử đang và sẽ là xu hướng tất yếu của các NHTM trong quá trình hội nhập và phát triển. Chính vì vậy, việc triển khai loại hình dịch vụ này của các NHTM đang rất phù hợp với xu hướng phát triển và nhận được sự quan tâm của các nhà quản lý ngân hàng và cả khách hàng. Mặt khác, các ngân hàng cũng đã đầu tư rất mạnh cho công nghệ để tạo lập cơ sở hạ tầng cần thiết cho phát triển dịch vụ e-banking, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, chủ động đổi mới với những thách thức của tiến trình hội nhập.

- Môi trường kinh tế xã hội và chính trị ở nước ta khá ổn định, tạo điều kiện cho mọi ngành kinh tế phát triển mạnh mẽ. Việt Nam luôn được đánh giá là một trong những quốc gia có môi trường ổn định nhất và là điểm đầu tư an toàn nhất trong khu vực cũng như trên thế giới. Đối với TP Đà Nẵng, trong giai đoạn 2006-2010 đã có bước phát triển mạnh mẽ trên các mặt. Các chỉ tiêu kinh tế xã hội đều có bước tăng trưởng, tốc độ tăng trưởng kinh tế GDP thực hiện 2010 đạt 10.400 tỷ đồng tương đương tốc độ tăng trưởng 12,6%. Đời sống người dân trong những năm gần đây đã có những bước cải thiện rõ rệt, mức thu nhập bình quân đầu người tăng 18% so với năm 2009, đạt 2.016 USD. Đây là điều kiện tiền đề, cần thiết cho việc phát triển dịch vụ NHĐT.

- Lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông (ITC) đang phát triển và ứng dụng rộng rãi. Đây thực sự là một thuận lợi cho việc phát triển dịch vụ e-banking bởi vì sự ra đời và phát triển của e-banking gắn liền với những ứng dụng CNTT trong ngành ngân hàng. Có thể thấy rằng, với việc ứng dụng CNTT, hệ thống ngân

hàng đã có những bước chuyển biến mạnh mẽ, thu được nhiều kết quả nổi bật trong hoạt động của mình, điều này được thể hiện ở các điểm:

Một là, hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng đã góp phần xóa bỏ được tình trạng khan hiếm tiền mặt giả tạo đã tồn tại nhiều năm trước đây, thỏa mãn khả năng chi trả cho các nhu cầu kinh tế xã hội hằng ngày, tăng lòng tin của người dân đối với ngân hàng, góp phần bình ổn đồng tiền, ổn định kinh tế vĩ mô, tạo điều kiện cho việc huy động vốn, phục vụ hiệu quả cho nhu cầu phát triển kinh tế xã hội; tạo điều kiện cho các ngân hàng trong nước mở rộng các dịch vụ, cải thiện và nâng cao hơn chất lượng phục vụ khách hàng, tăng cường sức mạnh và khả năng cạnh tranh trên thị trường; hệ thống ngân hàng trong nước đã từng bước rút ngắn khoảng cách về trình độ công nghệ so với ngân hàng các nước trong khu vực và trên thế giới, tạo môi trường thuận lợi để các ngân hàng trong nước từng bước hội nhập với cộng đồng tài chính khu vực và thế giới.

Hai là, các dịch vụ gia tăng, dịch vụ thương mại điện tử dựa vào hệ thống ATM đã bước đầu phát triển, làm đa dạng hóa các loại hình dịch vụ phục vụ khách hàng. Các dịch vụ ngân hàng trực tuyến như: Internet banking, Mobile banking, Home banking...cũng mang lại cho khách hàng nhiều phương thức lựa chọn dịch vụ, phục vụ khách hàng “mọi lúc mọi nơi”.

- Trong những năm trở lại đây, hoạt động thanh toán trong ngân hàng đã có những dấu hiệu khá quan với sự ra đời của nhiều phương thức thanh toán mới. Những dịch vụ này đã phần nào giảm thiểu việc sử dụng tiền mặt trong thanh toán của doanh nghiệp và người tiêu dùng. Tỷ lệ tiền mặt trên tổng phương tiện thanh toán trong vòng 10 năm qua tại Việt Nam giảm mạnh từ mức 23,7% năm 2001 xuống 14,6% năm 2008 và năm 2009, 2010 vẫn duy trì được xu hướng tích cực này.

- Sự phát triển về nhận thức, gia tăng về thu nhập và quy mô sản xuất kinh doanh của các đối tượng khách hàng ngày càng được cải thiện, cùng với đó là sự phát triển của TMĐT ngày càng mạnh mẽ sẽ làm gia tăng nhu cầu đối với dịch vụ ngân hàng điện tử.

- Xu thế hội nhập quốc tế và toàn cầu hóa cũng là điều kiện gia tăng nhu cầu về thương mại quốc tế, từ đó tạo tiền đề cho việc phát triển các dịch vụ NHDT.

*3.1.1.2 **Khả năng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV Đà Nẵng***

- Mục tiêu của BIDV VN về chiến lược kinh doanh là coi công tác phát triển dịch vụ là nhiệm vụ chính trọng tâm của mô hình ngân hàng hiện đại, nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ hiện có, phát triển sản phẩm dịch vụ mới theo hướng chuyên nghiệp nhằm thu hút khách hàng và chiếm lĩnh thị phần.
- Quán triệt tư tưởng chi đạo đồng thuận từ ban lãnh đạo đến toàn thể CBCNV về công tác phát triển sản phẩm dịch vụ mới, trong đó có sản phẩm dịch vụ NHDT.
- Cơ sở hạ tầng CNTT hiện nay cũng như khả năng đầu tư phát triển trong tương lai của chi nhánh đã và sẽ tiếp tục được khẳng định trong chiến lược phát triển chung của toàn bộ hệ thống BIDV VN trong ngắn hạn cũng như dài hạn.
- Khả năng nguồn vốn và huy động nguồn vốn của chi nhánh trong địa bàn thành phố và các khu vực lân cận là rất tốt. Quy mô và tốc độ tăng trưởng nguồn vốn khá ổn định trong những năm qua, dù bị ảnh hưởng không nhỏ từ cuộc khủng hoảng tài chính, suy thoái kinh tế toàn cầu và khủng hoảng nợ công ở Châu Âu. Với nguồn lực về nguồn vốn và khả năng huy động cao, BIDV ĐN hoàn toàn có khả năng cho vay và cung cấp các dịch vụ tài chính đa dạng, tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển những sản phẩm dịch vụ NHDT.
- Chất lượng nguồn nhân lực của BIDV ĐN không ngừng được cải thiện trong thời gian qua. Tính đến cuối năm 2010, tổng số cán bộ nhân viên của BIDV ĐN là 182 người với trình độ chuyên môn tốt và nhiệt tình trong công việc với số lượng CBCNV đạt trình độ đại học và trên đại học là 161 người, chiếm 88%. Các CBCNV và người lao động của Chi nhánh đều được đào tạo nghiệp vụ bài bản và được bố trí công việc phù hợp với nghiệp vụ chuyên môn được đào tạo. Đây là một lợi thế rất lớn, tạo điều kiện thuận lợi cho việc

nghiên cứu ứng dụng CNTT và triển khai phát triển các dịch vụ NHDT. Với quy trình tuyển dụng khoa học kết hợp với các chương trình đào tạo ngắn hạn, tại chỗ các cán bộ công nhân viên của chi nhánh luôn được cập nhật kiến thức chuyên môn nghiệp vụ và tinh chuyên nghiệp trong tiếp cận và đáp ứng được những nhu cầu của khách hàng.

3.1.2 Định hướng và mục tiêu phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV Đà Nẵng

Phát huy những thành tựu đã đạt được BIDV Đà Nẵng đã đưa ra một số định hướng để phát triển dịch vụ NHDT trong thời gian đến:

- Không ngừng tăng cường đầu tư ứng dụng công nghệ hiện đại để cải thiện hơn nữa khả năng cung ứng dịch vụ NHDT với chất lượng ngày càng cao nhằm đáp ứng nhu cầu khắt khe và đa dạng của khách hàng.
- Hoàn thiện hệ thống quản trị rủi ro, để đảm bảo an toàn trong hệ thống ngân hàng.
- Tăng cường việc phát triển mạng lưới hoạt động kinh doanh và hệ thống phân phối tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách hàng có thể tiếp cận và sử dụng dịch vụ.

Để thực hiện định hướng chiến lược cung cấp và phát triển dịch vụ NHDT, BIDV DN đã xác định một số mục tiêu sau:

- Tiếp tục đầu tư nâng cấp, khai thác và phát triển hệ thống các phần mềm nhằm phục vụ tốt cho các hoạt động kinh doanh và yêu cầu quản lý ngân hàng. Phát huy khả năng ứng dụng vào triển khai và phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng mới hiện đại.
- Chú trọng công tác xây dựng và triển khai các giải pháp bảo mật nhằm đảm bảo an toàn cho hệ thống.
- Chú trọng phát triển và mở rộng mạng lưới kênh phân phối sản phẩm cà vè số lượng và chất lượng, đặc biệt là các kênh phân phối hiện đại như tăng số lượng máy ATM, tăng thêm các điểm POS, mở rộng kết nối thanh toán qua Banknet, Smartlink...
- Xây dựng hệ thống quản trị rủi ro tiên tiến đảm bảo cho phát triển bền

vững. Chuẩn hóa các quy trình, thủ tục quản lý và tác nghiệp, hoàn thiện hệ thống thông tin báo cáo quản lý nội bộ phục vụ công tác quản trị điều hành.

- Tích cực và chủ động phát triển nguồn nhân lực cả về số lượng và chất lượng, cơ sở vật chất hạ tầng và các yếu tố khác nhằm nâng cao hơn nữa việc thống nhất quy trình giao dịch, quy trình xử lý nghiệp vụ. Trên cơ sở đó tạo điều kiện nâng cao chất lượng quản lý, chất lượng cung ứng dịch vụ cho khách hàng.

- Tiếp tục nghiên cứu, phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ NHDT nhằm tạo ra những tiện ích mới, tăng tính cạnh tranh, nâng cao vị thế và thị phần của BIDV Đà Nẵng trên thị trường ngân hàng tại địa phương cũng như trong cả nước.

3.2 Giải pháp phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV Đà Nẵng

3.2.1 Nhóm giải pháp về quản lý

Công tác quản lý là chìa khóa đem lại sự thành công cho hoạt động kinh doanh chung của ngân hàng. Ngân hàng điện tử là một lĩnh vực kinh doanh không hẳn mới nhưng tất yếu cho tất cả các NHTM trong xu thế hội nhập. Do vậy, để triển khai có hiệu quả dịch vụ này, về góc độ quản lý, BIDV ĐN cần phải:

- Giao chi tiêu phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử cho các phòng giao dịch: Dựa trên một số tiêu chí như: địa bàn hoạt động, số lượng ATM, số lượng dân cư và cơ quan, doanh nghiệp trên địa bàn... mà CN BIDV ĐN nghiên cứu để giao chi tiêu cụ thể về số lượng thẻ phát hành, số đơn vị chấp nhận thẻ, số lượng khách hàng sử dụng SMS Banking, VNTopup....cho từng phòng ban, các phòng giao dịch. Và coi đây là một trong những tiêu chí hoàn thành kế hoạch và đánh giá xếp loại.

- Thay đổi phương thức phát hành các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử: Thay đổi theo hướng CN phải chủ động khơi dậy nhu cầu và thực hiện phát hành sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử cho tất cả các khách hàng ngay khi họ đăng ký mở tài khoản tiền gửi thanh toán tại CN thay cho hình thức khi khách hàng có nhu cầu mới đến yêu cầu ngân hàng phát hành. Ngoài ra, CN phải chủ động phát hành sản phẩm dịch ngân hàng điện tử kết hợp với cung cấp các sản phẩm, dịch vụ ngân

hàng khác như: kết hợp với chính sách cho vay đối với những đối tượng khách hàng mờ tài khoản và thanh toán qua ngân hàng.

- Thường xuyên kiểm tra, giám sát đảm bảo an toàn hệ thống và việc chấp hành đúng các quy trình kỹ thuật, nghiệp vụ của các CBCNV chi nhánh. Kiên quyết xử lý kịp thời các sai sót, không để có dư luận xấu ảnh hưởng đến uy tín và thương hiệu của ngân hàng.

- Tổ chức đánh giá hiệu quả và mức độ hài lòng của khách hàng đối với từng sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử đã triển khai, tránh tình trạng sản phẩm dịch vụ đã ra đời nhưng hiệu quả đến đâu thì lại không có sự theo dõi đánh giá cụ thể. Thường xuyên đánh giá từng sản phẩm dịch vụ để từ đó rút ra những mặt hạn chế của sản phẩm dịch vụ để khắc phục và tăng tính hài lòng của khách hàng, tăng tính cạnh tranh cho sản phẩm.

3.2.2 Nhóm giải pháp về nguồn nhân lực

Trong bối cảnh nền kinh tế hiện đại ngày nay, thì tri thức, năng lực của con người trở thành nguồn tài nguyên số một của các quốc gia và chính vì thế, tất cả các nước đều chú ý đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Do đó, nguồn nhân lực được xem là một trong những nguồn lực quan trọng của các ngân hàng. Một ngân hàng có hệ thống cơ sở vật chất khang trang, tiện nghi; trang thiết bị hiện đại nhưng không có một đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn, lòng nhiệt tình với công việc và thái độ thân thiện thì việc thu hút khách hàng đã khó khăn nhưng giữ chân được khách hàng càng khó hơn.

Vì vậy, các ngân hàng phải thường xuyên quan tâm đến việc phát triển nguồn nhân lực. Nhất là để phát triển thành công các dịch vụ ngân hàng điện tử, các ngân hàng cần phải xây dựng và đào tạo một đội ngũ cán bộ công nhân viên đáp ứng tốt cả về nghiệp vụ ngân hàng và công nghệ thông tin cùng với thái độ phục vụ chuyên nghiệp.

Để có được một nguồn nhân lực tốt các ngân hàng cần quan tâm đến các việc tuyển dụng, sử dụng và đào tạo.

a. Với công tác tuyển dụng:

Từng bước tiêu chuẩn hóa các điều kiện tuyển dụng dựa trên các yếu tố sau: kỹ năng chuyên môn phù hợp, kỹ năng giao tiếp tốt, khả năng tiếp cận CNTT, khả năng giải quyết tình huống, khả năng làm việc nhóm... từ đó xây dựng hình thức và nội dung thi phù hợp, kết hợp cả lý thuyết và thực tiễn để chọn ra những ứng viên xuất sắc, đáp ứng được yêu cầu phát triển và hội nhập. Đặc biệt, trong công tác tuyển dụng cần đề cao tính công khai, công bằng, khách quan; lấy tiêu chí năng lực chuyên môn và phẩm chất đạo đức làm tiêu chuẩn để lựa chọn, tránh lựa chọn theo cảm tính hoặc mối quan hệ cá nhân.

b. Với công tác đào tạo:

Như ta biết, yếu tố con người đóng vai trò quyết định đối với sự phát triển của các dịch vụ ngân hàng hiện đại trong đó có dịch vụ ngân hàng điện tử-một loại dịch vụ có hàm lượng công nghệ cao. Các cán bộ ngân hàng thực hiện nghiệp vụ này trước hết phải tinh thông nghiệp vụ, nắm vững công nghệ và có kinh nghiệm thực tiễn. Do đó, các ngân hàng cần phải thường xuyên xây dựng các chương trình đào tạo nhằm bổ sung kiến thức về chuyên môn nghiệp vụ cho nhân viên như:

- Tổ chức các lớp học nâng cao nghiệp vụ và phổ biến các quy trình nghiệp vụ mới; thuê các chuyên gia đào tạo để bổ sung, nâng cao kiến thức về chuyên môn và nghiệp vụ, nâng cao khả năng phòng tránh rủi ro trong tác nghiệp cho nhân viên.
- Đồng thời, ngân hàng cũng nên tạo điều kiện để nhân viên tham gia các chương trình học để nâng cao kiến thức chuyên môn và nghiệp vụ bên ngoài.
- Định kỳ tổ chức các cuộc thi về nghiệp vụ cho các nhân viên để qua đó kích thích sự tìm tòi, học hỏi thêm nghiệp vụ.
- Ngân hàng nên phát hành các ấn phẩm để cung cấp, cập nhật những thông tin cần thiết cho các bộ phận nhân viên trong ngân hàng.

Ngoài ra, do e-banking là một dịch vụ đòi hỏi tính công nghệ cao, để có thể đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng ngoài việc phải phát triển nguồn nhân lực của ngân hàng nói chung thì việc phát triển nguồn nhân lực có trình độ công nghệ cao là

rất quan trọng, nó không chỉ quyết định đến việc vận hành hệ thống mà còn giúp ngân hàng có thể nghiên cứu và phát triển các sản phẩm công nghệ hiện đại, phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng.

c. Với công tác sử dụng nguồn nhân lực:

Việc bố trí, sắp xếp, phân bổ nhân sự hợp lý, đúng người đúng việc nhằm phát huy tối đa năng lực sở trường và năng khiếu của mỗi người là một trong những yếu tố góp phần nâng cao hiệu quả công việc của mỗi CBNV và hiệu quả hoạt động của ngân hàng nói chung.

Do đó, tùy vào khả năng chuyên môn, tố chất và nguyện vọng của mỗi người mà CN có sự bố trí, sắp xếp cho phù hợp. Tránh để xảy ra tình trạng người quá nhiều việc, người quá ít việc hoặc công việc không phù hợp và cần tạo điều kiện, môi trường để các nhân viên có thể phát huy tốt nhất các điểm mạnh của họ.

Ngoài ra, định kỳ ngân hàng tổ chức đánh giá kết quả thực hiện công việc và năng lực của đội ngũ CBCNV của chi nhánh. Mục đích của việc đánh giá nhằm thông tin cho nhân viên về thành tích đạt được, xác định nhu cầu đào tạo, bố trí sắp xếp lại công việc cho phù hợp và là căn cứ để xét khen thưởng và đề bạt qua đó tạo động lực kích thích nhân viên, tạo cho nhân viên mục tiêu phấn đấu.

3.2.3 Nhóm giải pháp về Marketing

a. Mở rộng các kênh quảng bá sản phẩm:

Qua kết quả khảo sát thì khách hàng hiện nay có rất ít thông tin và ít biết đến các sản phẩm dịch vụ mới. Và hiện nay, nguồn nhận biết thông tin chủ yếu là thông qua nhân viên của NH, các thông tin trên website và các phương tiện truyền thông khác. Do đó, BIDV Đà Nẵng cần phải nâng cao hiệu quả hoạt động các kênh quảng bá truyền thống và mở rộng các kênh quảng bá mới để đưa sản phẩm dịch vụ NHDT đến với khách hàng một cách nhanh chóng và rộng rãi hơn thông qua các kênh như:

- Thông qua cán bộ giao dịch viên tại chi nhánh: Tuy đây là kênh quảng bá truyền thống nhưng nó là một trong những kênh tiếp thị nhanh chóng và hiệu quả nhất. Vì hơn ai hết nhân viên ngân hàng là người đại diện cho ngân hàng tiếp xúc

trực tiếp với khách hàng. Họ cũng chính là bộ mặt của NH và quyết định đến chất lượng sản phẩm của NH. Do đó, BIDV ĐN cần lựa chọn những nhân viên am hiểu nghiệp vụ, giao tiếp tốt; thường xuyên mở các lớp tập huấn kỹ năng Marketing và khuyến khích các nhân viên phát triển kỹ năng này bằng việc gắn liền với các hình thức khen thưởng xứng đáng.

- Thông qua tờ rơi: đây là phương thức quảng cáo trực tiếp đến khách hàng, tạo sự thuận tiện và giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận với các dịch vụ, sản phẩm mà NH cần giới thiệu. Để đạt được hiệu quả cao thì tờ rơi cũng cần phải được thiết kế với mẫu mã đẹp, ấn tượng, thông tin không cần dài dòng nhưng phải đầy đủ và tờ rơi cần đặt tại các vị trí dễ nhìn (như quầy giao dịch, cửa ra vào...). Bên cạnh đó, chi nhánh cũng có thể thuê sinh viên đi phát tờ rơi tại các trường học, khu dân cư, trung tâm mua sắm, các siêu thị, các chợ, nhà hàng, khách sạn lớn.....

- Thông qua các phương tiện truyền thông: Đây cũng được xem là một trong những kênh quảng bá sản phẩm đến công chúng rất hữu hiệu, nhất là đối với những khách hàng chưa giao dịch hoặc ít có thời gian đến giao dịch với NH hoặc những khách hàng không có thời gian tham gia các buổi Hội thảo, hội nghị.....

- Thông qua các Hội nghị, Hội thảo khách hàng: Qua các buổi Hội thảo, Hội nghị này BIDV ĐN có thể giới thiệu các sản phẩm NH điện tử hiện đang triển khai, những phát triển trong tương lai và cung cấp cho khách hàng những kiến thức cần thiết về dịch vụ NHĐT và những tiện ích mà nó mang lại qua đó nâng cao nhận thức, dần dần thay đổi thói quen sử dụng tiền mặt. Đồng thời qua đây NH sẽ lắng nghe những ý kiến đóng góp và những vấn đề khách hàng còn e ngại trong việc sử dụng dịch vụ NH điện tử, để ngân hàng có những hướng hoàn thiện và phát triển dịch vụ.

b. Hoàn thiện chính sách chăm sóc khách hàng:

Khách hàng là các đối tác có quan hệ giao dịch, trao đổi và thực hiện các cam kết nghĩa vụ với nhau trong hoạt động kinh doanh trên nguyên tắc đôi bên cùng có lợi. Chính nhu cầu, mong muốn và cách thức sử dụng sản phẩm dịch vụ của khách hàng sẽ là yếu tố quyết định cả về số lượng, kết cấu chất lượng sản phẩm dịch vụ mà các NHTM cung cấp trên thị trường. Chính sách chăm sóc khách hàng

có ý nghĩa rất quan trọng đối với hoạt động kinh doanh. Do đó, BIDV ĐN cần thiết phải củng cố và hoàn thiện chính sách khách hàng của đơn vị mình để qua đó từng bước chiếm lĩnh thị trường và mở rộng thị phần bằng cách:

- Tạo lập, giữ vững và phát triển mối quan hệ lâu dài với tất cả các khách hàng, nhất là những khách hàng mục tiêu. Đây là vấn đề có ý nghĩa rất quan trọng đối với sự phát triển của BIDV ĐN. Do đó, ngân hàng cần xây dựng cho mình những cơ chế chính sách quản lý khách hàng phù hợp và hấp dẫn với mục tiêu hướng về khách hàng và vì khách hàng. Tiếp tục cố gắng duy trì, giữ mối quan hệ đối với khách hàng truyền thống và thiết lập mối quan hệ với các khách hàng tiềm năng, nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường.

- Cần có những chính sách ưu đãi đối với các khách hàng truyền thống và một số khách hàng có số dư lớn.

- Thành lập bộ phận tư vấn khách hàng nhằm giúp khách hàng yên tâm, tin tưởng khi sử dụng dịch vụ của BIDV ĐN vì khách hàng thường phân vân không biết nên chọn sản phẩm dịch vụ nào, của ngân hàng nào để đạt hiệu quả, tiện ích và mang lại lợi nhuận cao nhất.

- Thông qua các hội nghị khách hàng ngân hàng cần tận dụng để nắm bắt những ý kiến phản hồi của khách hàng về việc sử dụng các sản phẩm dịch vụ NHĐT của mình. Đồng thời, đây cũng là dịp để ngân hàng bày tỏ lòng tri ân của mình đối với khách hàng, khen thưởng những khách hàng lớn, những khách hàng thường xuyên sử dụng dịch vụ của NH bằng những quà tặng có ý nghĩa.

c. Xây dựng tiêu chuẩn về dịch vụ khách hàng:

Tăng cường tính chuyên nghiệp trong cung cấp dịch vụ cũng là yếu tố quan trọng để phát triển dịch vụ NHĐT trong điều kiện cạnh tranh, hội nhập. Tính chuyên nghiệp được thể hiện ở phương thức, quy trình, tốc độ xử lý nghiệp vụ, cách thức tiếp cận và giải quyết nhu cầu của khách hàng. BIDV ĐN cần đặt ra các chuẩn mực đối với nhân viên dịch vụ khách hàng, thống nhất phong cách phục vụ của tất cả các nhân viên nhằm tạo ra tính chuyên nghiệp, đặc trưng của BIDV ĐN. Tổ chức thường xuyên các chương trình đánh giá nhân viên phục vụ khách hàng tốt nhất. Có

chính sách khen thưởng kịp thời, đồng thời cần có những góp ý, chấn chỉnh để cải thiện phong cách phục vụ ngày càng tốt hơn.

d. Hoàn thiện chính sách định giá:

- BIDV ĐN cần linh hoạt hơn trong chính sách định giá sản phẩm dịch vụ dựa trên các phương pháp định giá như định giá có điều kiện, định giá theo chi phí-thu nhập, định giá xâm nhập thị trường, định giá theo quan hệ. Với mục tiêu nâng cao khả năng mở rộng thị trường mục tiêu, đồng thời vẫn kiểm soát được chi phí. Qua đó, có thể xây dựng chính sách phí phù hợp nhằm đảm bảo vừa thu được lợi nhuận vừa có tính cạnh tranh cao.

- Xây dựng chia sẻ phí linh hoạt giữa các nhà cung cấp dịch vụ, chẳng hạn phí chiết khấu đại lý đối với từng loại hình kinh doanh của đơn vị chấp nhận thẻ, phí của các công ty viễn thông, các ngân hàng khác trong liên minh cùng cung cấp dịch vụ.

3.2.4 Nhóm giải pháp nhằm đa dạng hóa các sản phẩm

Trên thế giới, số lượng các sản phẩm dịch vụ và dịch vụ NHDT của các NHTM cung cấp là rất đa dạng phong phú, hướng tới điện tử hóa toàn bộ dịch vụ và hoạt động của một NHTM. Ở nước ta, dịch vụ tài chính nói chung và dịch vụ NHDT nói riêng vẫn còn rất hạn chế cả về số lượng và chất lượng. Để đáp ứng ngày càng cao hơn nhu cầu đa dạng của khách hàng, việc đa dạng hóa dịch vụ là điều tất yếu trong quá trình phát triển của BIDV. Căn cứ vào định hướng và mục tiêu phát triển, BIDV ĐN cần chuyển hướng ưu tiên sang phát triển các dịch vụ ngân hàng bán lẻ và các dịch vụ ngân hàng hiện đại nhằm chuyên dịch dần cơ cấu sản phẩm cung cấp cho khách hàng.

Tuy đã được triển khai áp dụng vào thực tế và bước đầu đã mang lại những hiệu quả nhất định nhưng có thể nói rằng hầu hết các sản phẩm, dịch vụ NHDT của BIDV ĐN vẫn còn khoảng cách so với các sản phẩm dịch vụ tương tự của một số NHTM khác về mức độ hiện đại, sự đa dạng, mức độ tự động hóa và độ tiện dụng cho cả khách hàng và những lợi ích cho bản thân ngân hàng. Để đa dạng hóa danh mục sản phẩm ngân hàng cần thực hiện một số biện pháp như:

- Ngân hàng cần tăng cường phát hành thẻ liên kết với các cơ sở chấp nhận thẻ là những chuỗi phân phối lớn như siêu thị bán hàng Big C, Metro, Coopmart...., mở rộng hệ thống máy POS không dây với các công ty vận tải hành khách như Mai Linh, Vinasun...., chuỗi các nhà hàng, khách sạn lớn trên địa bàn. Giải pháp này không những đa dạng hóa danh mục sản phẩm thẻ mà còn gia tăng doanh số thanh toán thẻ của Chi nhánh.

- Ngoài ra, ngân hàng cần phát triển các sản phẩm mới ứng dụng trên ATM như kết nối thanh toán với các dịch vụ thu hộ tiền điện, tiền nước, điện thoại, nộp tiền bảo hiểm, trả tiền vé máy bay tự động... cho khách hàng. Biện pháp này không những tăng doanh thu về dịch vụ, BIDV còn quảng bá tới khách hàng về một ngân hàng hiện đại với những dịch vụ tiện ích mới mẻ.

- Đối với nhóm sản phẩm về ngân hàng trực tuyến: hiện tại danh mục sản phẩm ngân hàng trực tuyến tại BIDV vẫn còn hạn chế, chưa được đa dạng và phong phú. Hiện nay, BIDV chỉ mới thực hiện triển khai một số sản phẩm dịch vụ nhỏ trong nhóm Mobile Banking và internet banking là BSMS Banking, Direct Banking và sản phẩm Home Banking. Ngoài ra, hiện nay sản phẩm Phone banking vẫn chưa được triển khai tại BIDV. Do đó, trong thời gian đến ngân hàng cần phải nhanh chóng triển khai các sản phẩm, đặc biệt là nhóm sản phẩm dịch vụ Mobile Banking và Internet Banking nhằm đảm bảo tính đa dạng của dịch vụ qua đó phục vụ tốt hơn nhu cầu của khách hàng và tăng tính cạnh tranh trên thị trường.

3.2.5 Nhóm giải pháp nhằm nâng cao chất lượng những sản phẩm đang cung cấp

Chất lượng của dịch vụ NHDT thường được thể hiện chủ yếu qua mức độ tiện ích, mức độ tự động hóa cao và sự an toàn trong quá trình giao dịch. Do đó, chi nhánh cần phải tiếp tục hoàn thiện và nâng cao chất lượng, mức độ tiện ích của những sản phẩm đang cung cấp nhằm thỏa mãn được ngày càng nhiều hơn và cao hơn nhu cầu của khách hàng.

➤ Đối với nhóm sản phẩm thẻ:

- Tiếp tục mở rộng khả năng kết nối đối với tất cả các thành viên trong liên minh thẻ Banknet và Smartlink.

- Phát triển thêm các dòng thẻ liên kết và gia tăng những tiện ích đi theo các sản phẩm thẻ này như: Thu học phí tự động, thẻ thư viện,....
 - Với thẻ TDQT, hiện nay BIDV chỉ mới ký kết hợp tác với tổ chức chấp nhận thẻ Visa. Do đó, BIDV cần phải nhanh chóng mở rộng ký kết với các tổ chức chấp nhận thẻ phổ biến trên thế giới như: JCB, Master, Dinner club, AMEX.
- Đối với nhóm sản phẩm ngân hàng trực tuyến:

Hiện nay các sản phẩm dịch vụ ngân hàng trực tuyến của BIDV chỉ mới dừng lại ở mức độ truy vấn tài khoản, tra cứu các thông tin về tài khoản, lãi suất, tỷ giá..... Ngoài ra, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng trực tuyến của ngân hàng như Home Banking, Direct Banking... tuy đã được triển khai nhưng các sản phẩm này vẫn chưa hoàn thiện, hoạt động chưa ổn định, thao tác sử dụng còn phức tạp, vẫn còn thường xuyên mắc các lỗi trong quá trình giao dịch. Do đó, chưa thu hút được khách hàng sử dụng sản phẩm này. Do đó, trong thời gian sắp đến Chi nhánh cần phải:

- Gia tăng thêm các tiện ích thanh toán trực tuyến, chuyển khoản, thanh toán hóa đơn (cước phí điện thoại, điện, nước, truyền hình cáp...), mua thẻ trả trước (thẻ điện thoại di động, thẻ Internet...), nạp tiền tự động, mua vé máy bay, vé tàu....
- Bên cạnh việc gia tăng thêm các tiện ích cho nhóm sản phẩm ngân hàng trực tuyến. Ngân hàng còn phải nâng cao chất lượng các sản phẩm, hạn chế những lỗi và đảm bảo các sản phẩm hoạt động ổn định, có như vậy mới tạo được uy tín với khách hàng và thu hút khách hàng sử dụng sản phẩm của mình ngày càng nhiều hơn.
- Ngoài ra, chi nhánh cần chú trọng đầu tư nâng cấp các phần mềm của hệ thống thông tin, các phần mềm về bảo mật hệ thống,... nhằm đảm bảo tốt sự an toàn trong các giao dịch NHDT và tạo sự tin cậy cho khách hàng.

3.2.6 Nhóm giải pháp nhằm hạn chế các rủi ro

Gắn liền với quá trình phát triển các hoạt động của e-banking thì cũng ngày càng xuất hiện nhiều loại rủi ro, việc quản lý và phòng ngừa các loại rủi ro là điều

hết sức cần thiết và quan trọng, nó có ảnh hưởng rất lớn đến uy tín của ngân hàng, năng lực hoạt động của ngân hàng và đặc biệt là ảnh hưởng đến độ tin cậy của khách hàng và quyết định sử dụng dịch vụ. Sau đây là một số giải pháp nhằm hạn chế các rủi ro thường gặp:

- Hoàn thiện quy trình nhận dạng và đánh giá rủi ro: BIDV ĐN cần thường xuyên phân tích nguyên nhân, phân tích để cập nhật rủi ro mới, hoàn thiện quy trình đánh giá rủi ro nhằm xác định thứ tự ưu tiên trong phân bổ nhân lực nhằm kiểm soát rủi ro.

- Cần thiết lập một cơ chế giám sát, xử lý rủi ro có hiệu quả trong các hoạt động NHĐT. Ban lãnh đạo cần đánh giá và phê duyệt các nội dung cơ bản của quy trình kiểm soát bảo mật của ngân hàng, đồng thời thiết lập quy trình giám sát các mối quan hệ với bên ngoài cũng như các sản phẩm của đối tác hỗ trợ cho hoạt động NHĐT.

- Thường xuyên thực hiện công tác kiểm tra trực tiếp, để ngăn ngừa các hành vi truy cập thực tế chưa được phép trong môi trường máy tính; kiểm tra, hoàn thiện các biện pháp kiểm soát an ninh, liên tục theo dõi, cập nhật những tiến bộ mới nhất trong ngành an ninh, thường xuyên cập nhật và cài đặt các phiên bản phần mềm bảo mật mới với nhiều tính năng.

- Phải xác nhận được tính hợp lệ của một thông tin truyền đến, một giao dịch hay một yêu cầu tiếp cận cụ thể. Ngân hàng có thể sử dụng hàng loạt các biện pháp để thiết lập sự xác minh, bao gồm các mã số nhận dạng cá nhân (PINs), mật khẩu, thẻ thông minh, sinh trắc học....

- Tách biệt nhiệm vụ, đồng thời kiểm soát chặt chẽ quyền và phân quyền trong các hệ thống, cơ sở dữ liệu và các ứng dụng NHĐT. Bảo vệ tính toàn vẹn dữ liệu của các giao dịch và thông tin của NHĐT. Bảo mật những thông tin quan trọng, những thông tin có tính nhạy cảm được truyền và lưu trong cơ sở dữ liệu.

- Ngân hàng cũng cần xây dựng kế hoạch dự phòng, phản ứng khi xảy ra sự cố, nhằm đảm bảo tính liên tục của dịch vụ và hệ thống NHĐT, đảm bảo kinh doanh không bị ảnh hưởng.

- Cần rõ ràng trong việc đặt và sử dụng tên của các sản phẩm NHĐT. Phải

đảm bảo cung cấp đầy đủ các thông tin trên website như: Tên ngân hàng, địa chỉ trụ sở chính và các chi nhánh, phương thức liên hệ với trung tâm dịch vụ khách hàng... để khi cần khiếu nại hay nghi ngờ tài khoản bị sử dụng sai mục đích.... khách hàng có thể liên hệ. Đồng thời qua đó, cho phép khách hàng tiềm năng có thể đưa ra đánh giá về vấn đề bảo mật và các quy định của ngân hàng trước khi tham gia vào các giao dịch NHDT.

3.3 Những kiến nghị để phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV CN DN

Sự nghèo nàn về chủng loại dịch vụ NHDT hiện nay ở Việt Nam một phần là do nhu cầu của thị trường chưa phong phú, thói quen dùng tiền mặt của người dân vẫn còn phổ biến... Hơn nữa, những hạn chế trong việc phát triển sản phẩm dịch vụ NHDT còn do cơ sở hạ tầng về CNTT nước ta vẫn còn hạn chế. Ngoài ra, hệ thống pháp luật, các chính sách, các quy định của Nhà nước, NHNN và các cơ quan chức năng vẫn chưa thật sự đầy đủ, ổn định và còn nhiều bất cập. Chính vì vậy, các kiến nghị sau đây là cần thiết hỗ trợ cho các NHTM nói chung và BIDV DN nói riêng trong việc phát triển các dịch vụ NHDT.

3.3.1 Kiến nghị đối với chính phủ và các bộ ngành

- Tiếp tục đầu tư phát triển thương mại điện tử. Thương mại điện tử và các dịch vụ NHDT có mối quan hệ hỗ trợ và thúc đẩy lẫn nhau. Vì vậy, Nhà nước cần khuyến khích và thúc đẩy hơn nữa sự phát triển của thương mại điện tử. Khuyến khích, ưu đãi các đối tượng là các nhà đầu tư, các doanh nghiệp, các tổ chức tài chính đầu tư kinh doanh trên mạng, từ đó tạo nhu cầu kinh doanh, thanh toán, giao dịch qua đó tạo ra lượng khách hàng tiềm năng cho dịch vụ e-banking, góp phần phát triển dịch vụ NHDT.

- Nhà nước cần dành sự ưu tiên đáng kể để quảng bá thương mại điện tử và dịch vụ NHDT, tạo ra hình ảnh về sự nhận thức đầy đủ của công chúng và các doanh nghiệp về thương mại điện tử và dịch vụ NHDT.

- Nhà nước cần sớm xây dựng và hoàn thiện cơ sở pháp lý cho hoạt động cung cấp và sử dụng dịch vụ NHDT. Việc xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật nhằm quản lý tiến trình kinh doanh trên mạng, là căn cứ để giải quyết các

tranh chấp phát sinh. Xây dựng chuẩn chung và cơ sở pháp lý cho văn bản điện tử, chữ ký điện tử và chứng nhận điện tử. Mặt khác, để tạo điều kiện cho các chứng từ điện tử đi vào cuộc sống, nhà nước cần xây dựng một trung tâm quản lý dữ liệu trung ương để giúp cho việc xác nhận, chứng thực chứng từ điện tử được nhanh chóng và chính xác.

- Tăng cường đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng về thông tin, viễn thông và Internet. Thực hiện tin học hóa các tổ chức kinh doanh dịch vụ, các NHTM và TCTD, 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 cho công việc kinh doanh cũng như cho sinh hoạt hàng ngày. Trong những năm gần đây, các ngành công nghệ thông tin, điện tử viễn thông Việt Nam đã có những bước phát triển nhất định. Tuy nhiên, cơ sở hạ tầng hiện nay vẫn còn thiếu cả về số lượng và chất lượng do đó trong thời gian đến Chính phủ cần tiếp tục quan tâm đầu tư để xây dựng một cơ sở hạ tầng truyền thông mạnh, tốc độ cao, không để xảy ra tình trạng nghẽn mạch. Có những chính sách ưu đãi nhằm tạo điều kiện, khuyến khích nhiều tổ chức tham gia cung cấp dịch vụ viễn thông qua đó sẽ hạn chế được sự độc quyền viễn thông, từ đó giá cước cũng cạnh tranh hơn tạo thuận lợi cho phát triển các dịch vụ e-banking.

3.3.2 Kiến nghị đối với NHNN Việt Nam

- Bổ sung hoàn thiện các cơ chế, chính sách khuyến khích ứng dụng và triển khai các nghiệp vụ NHDT. Cần nhanh chóng xây dựng hoàn chỉnh, đồng bộ hóa hệ thống các văn bản dưới luật hướng dẫn thực hiện và tạo điều kiện cho các NHTM có đủ cơ sở pháp lý để triển khai và phát triển các dịch vụ NHDT.

- Sớm ban hành quy chế về quản lý dịch vụ NHDT, tạo điều kiện phát triển và giao quyền tự chủ cho các NHTM quyết định các loại hình dịch vụ cần thu phí theo nguyên tắc thương mại.

- NHNN tiếp tục định hướng cho các NHTM phát triển các hoạt động dịch vụ, đặc biệt là phát triển và ứng dụng CNTT nhằm đảm bảo cho các NHTM đầu tư đúng hướng và có hiệu quả trong kinh doanh.

- NHNN cần thường xuyên tổ chức các buổi hội thảo, các chuyên đề hay

những khóa đào tạo các ngân hàng trong việc triển khai dịch vụ e-banking. Đây cũng là cơ hội để các NHTM trong nước trao đổi kinh nghiệm với nhau để hoàn thiện các sản phẩm dịch vụ của mình.

- Bên cạnh các buổi hội thảo trong nước, NHNN có thể tổ chức các Hội nghị ngân hàng quốc tế nhằm tìm kiếm những giải pháp tích cực cho sự hợp tác và phát triển. Từ những diễn đàn quốc tế đó các NHTM Việt Nam có thêm cơ hội thông qua việc tận dụng khai thác nguồn vốn, công nghệ hiện đại cũng như học hỏi về kinh nghiệm quản lý, phát triển sản phẩm dịch vụ NHĐT từ những NHTM hàng đầu thế giới và khu vực.

3.3.3 Kiến nghị đối với BIDV VN

* *BIDV cần tăng cường đầu tư, hiện đại hóa cơ sở hạ tầng kỹ thuật* một cách có trọng tâm, trọng điểm và có hiệu quả để đáp ứng được mục tiêu và nhu cầu phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại trong thời gian đến với các biện pháp như:

- Tăng cường cải tiến trang thiết bị, qua đó tạo sự thuận tiện và an toàn khi giao dịch cho khách hàng như: lắp đặt camera quan sát, máy lạnh tại các máy ATM; trang bị tivi, máy tính nối mạng... tại phòng chờ của CN và các PGD để khách hàng cảm thoải mái và yên tâm khi giao dịch.

- Tăng cường mở rộng mạng lưới POS và hệ thống các máy ATM. Cùng với đó, là phải thường xuyên nâng cấp, bảo trì hoặc thay mới các máy ATM, máy POS để nâng cao hiệu suất sử dụng, tăng mức độ hài lòng của khách hàng khi thực hiện giao dịch.

- Nâng cấp, mở rộng đường truyền băng thông rộng, dung lượng lớn, tốc độ cao. Qua đó, đảm bảo cho hệ thống đường truyền luôn ổn định, hạn chế tối đa sự nghẽn mạch làm ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ.

- Khẩn trương triển khai các dự án đầu tư có liên quan như:

+ Hệ thống thẻ Chip: với loại thẻ này NH sẽ triển khai được nhiều dịch vụ giá trị gia tăng trên thẻ Chip và có tính bảo mật cao hơn nhờ vào khả năng xử lý đa dạng của “chiếc máy tính thu nhỏ” trên thẻ.

+ Dự án Contact Center và hệ thống quản lý khách hàng (CRM) để hỗ trợ

khách hàng nhanh chóng, kịp thời và mang tính chuyên nghiệp cao. Nâng cao chất lượng dịch vụ, nâng cao năng suất lao động cho ngân hàng trực tiếp hỗ trợ khách hàng.

- Nâng cao khả năng tự động hóa hệ thống xử lý: đây là quá trình xử lý các giao dịch hàng ngày thông qua hệ thống tự động hóa hoàn toàn bằng một hệ thống CNTT hiện đại. Việc nâng khả năng tự động hóa trong xử lý các giao dịch sẽ giúp giảm đáng kể nhân lực thủ công, tiết kiệm được chi phí và nâng cao thu nhập.

* Để phát triển thành công dịch vụ NHDT, BIDV cần phải xây dựng một nền tảng vững chắc về vốn và phải có cơ chế để quản lý và sử dụng nguồn vốn đó sao cho đạt hiệu quả cao nhất. Để có được nguồn vốn và sử dụng có hiệu quả nguồn vốn đó cho đầu tư phát triển dịch vụ NHDT, BIDV VN cần thực hiện một số biện pháp sau:

- Cần thực hiện tốt việc tăng vốn tự có bằng hình thức phát hành trái phiếu dài hạn, qua đó giúp ngân hàng nâng tỷ trọng vốn trung dài hạn trong tổng nguồn vốn. Đây là nguồn vốn ổn định có thể sử dụng đầu tư phát triển dịch vụ NHDT.

- BIDV cần xem xét ưu tiên tạo lập một quỹ nhất định dành cho việc nghiên cứu, triển khai thí điểm các sản phẩm dịch vụ NHDT mới trong thời gian ngắn nhất. Cũng như có kế hoạch để sử dụng quỹ này một cách hợp lý và hiệu quả nhất.

- Nâng cao khả năng kiểm soát chi phí: bằng cách rà soát và đánh giá lại những khoản đầu tư cố định không hoạt động hiệu quả; so sánh, xem xét lại việc triển khai công tác tiếp thị truyền thống (poster, tờ rơi...) và tiếp thị hiện đại (qua mạng internet) để lựa chọn hình thức hợp lý và hiệu quả.

* *Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ và kênh phân phối ngân hàng, phục vụ hoạt động ngân hàng bán lẻ hiện đại.* BIDV cần khẩn trương triển khai nâng cấp hoàn thiện các sản phẩm như SMS Banking, Home Banking, triển khai và phát triển các dịch vụ Internet Banking, Mobile Banking, Call Centre. Đây sẽ là kênh phân phối hiện đại, hiệu quả, nó cung cấp cho khách hàng các tiện ích và dịch vụ tiện lợi như: vấn tin các loại tài khoản, thực hiện các giao dịch chuyển khoản, chuyển tiền, thanh toán khoản vay, thanh toán thẻ tín dụng, thanh toán hoá đơn... Đăng ký trực tuyến sử dụng các dịch vụ đa dạng (thanh toán séc, mở thư tín dụng, tăng hạn mức tín

dụng, giải ngân tiền vay....), tra cứu và tham khảo trực tuyến các thông tin như: tỷ giá, lãi suất, sản phẩm, dịch vụ... khách hàng có thể sử dụng tất cả các dịch vụ trên một cách nhanh chóng, an toàn, tiết kiệm, thông qua mạng Internet và thiết bị truy cập như máy tính hoặc máy điện thoại di động.

* *Hiện đại hóa quy trình nghiệp vụ:* BIDV VN cần nhanh chóng ứng dụng công nghệ để hiện đại hóa quy trình nghiệp vụ đáp ứng yêu cầu cao nhất của khách hàng và phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế, tăng cường sức cạnh tranh. Dựa vào việc quản lý chất lượng trở thành công việc thường xuyên, đồng thời là bước chuẩn hóa để vươn ra thị trường tài chính quốc tế. Ngân hàng nên rà soát lại các quy chế, các điều kiện còn bất cập, các thủ tục còn rườm rà để kịp thời điều chỉnh cho phù hợp với tình hình kinh doanh trên thị trường, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng đồng thời tăng khả năng cạnh tranh cho ngân hàng cũng như nâng cao vai trò quản trị rủi ro công nghệ.

* *BIDV cần xây dựng các chính sách an toàn bảo mật hệ thống CNTT* với các biện pháp như: xây dựng các giải pháp kỹ thuật đảm bảo an ninh, an toàn cho các website thanh toán trực tuyến, đào tạo chuyên sâu cho cán bộ làm công tác quản trị các hệ thống công nghệ thông tin, thực hiện việc phân cấp, phân quyền người truy cập hệ thống một cách chặt chẽ đúng với nhiệm vụ của từng bộ phận chuyên môn, phối hợp chặt chẽ với cơ quan công an để đấu tranh, phòng chống các loại tội phạm liên quan đến lĩnh vực tài chính ngân hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trên cơ sở các điều kiện về kinh tế xã hội, khả năng phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV ĐN trong thời gian đến, cùng với những định hướng và mục tiêu phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV ĐN. Trong chương này, luận văn đã đề xuất các nhóm giải pháp cụ thể nhằm phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV ĐN. Và đồng thời luận văn cũng đề xuất một số kiến nghị đối với Chính phủ, các bộ ban ngành, NHNN VN và Ngân hàng đầu tư phát triển Việt Nam nhằm hỗ trợ cho các NHTM nói chung và BIDV ĐN nói riêng trong việc phát triển các dịch vụ NHDT.

KẾT LUẬN

Đối với các ngân hàng hiện nay, việc phát triển mạnh về mảng dịch vụ đang là vấn đề được ưu tiên hàng đầu. Hiện đại hóa ngân hàng và ứng dụng công nghệ mới nhằm phát triển dịch vụ NHDT đã được hầu hết các NHTM quan tâm. Với mong muốn góp phần thúc đẩy sự phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV ĐN nhằm nâng cao sức cạnh tranh trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng. Trên cơ sở vận dụng tổng hợp phương pháp nghiên cứu khoa học, đi từ lý thuyết đến thực tiễn, tác giả đã tập trung nghiên cứu, giải quyết một số nội dung quan trọng như sau:

Một là, làm rõ bản chất dịch vụ NHDT, nhận thấy những ưu điểm của dịch vụ này, tính tất yếu phải phát triển dịch vụ cũng như những nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của dịch vụ NHDT của các NHTM trong điều kiện hiện nay.

Hai là, phân tích thực trạng phát triển dịch vụ NHDT tại BIDV ĐN, từ đó nhận thấy những thuận lợi, khó khăn cũng như những hạn chế còn tồn tại và nguyên nhân của nó để có những định hướng, giải pháp đúng đắn cho việc phát triển chất lượng dịch vụ và ngày càng hoàn thiện dịch vụ NHDT tại đơn vị.

Ba là, trên cơ sở phân tích các điều kiện kinh tế xã hội và khả năng phát triển dịch vụ NHDT của BIDV ĐN, cũng như những định hướng và mục tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ NHDT nói riêng tại BIDV ĐN, đề tài đề xuất một số nhóm giải pháp và đưa ra một số kiến nghị nhằm góp phần cống có chất lượng để phát triển dịch vụ này.

Tuy nhiên, do đề tài còn tương đối mới mẻ và dịch vụ NHDT cũng mới được các ngân hàng triển khai áp dụng rộng rãi trong vài năm gần đây nên thực tiễn áp dụng chưa nhiều, kinh nghiệm triển khai còn yếu. Vì vậy, đề tài sẽ không tránh khỏi những thiếu sót, rất mong nhận được sự góp ý của các thầy cô cũng như người đọc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

- [1] David Cox (1998), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*, NXB Chính trị Quốc gia
- [2] Trần Văn Hòe (2007), *Giáo trình thương mại điện tử*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
- [3] TS.Nguyễn Minh Kiều (2007), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*, NXB Thông Kê Hà Nội.
- [4] Peter S.Rose (2001), *Quản trị ngân hàng thương mại*, NXB Tài chính ĐH Kinh tế Quốc dân
- [5] PGS.TS Nguyễn Thị Quy (2008), *Dịch vụ ngân hàng hiện đại*, NXB Khoa học xã hội.

Tiếng Anh

- [6] Langley, Ann et Truax, Jean (1994), *A Process Study of new technology adoption in Smaller Manufacturing firms*, Press of University of Quebec in Montreal, Canada.
- [7] Rogers, E.M. (1995), *Diffusion of Innovations*, New York, Free Press

PHỤ LỤC

PHIẾU KHẢO SÁT Ý KIẾN KHÁCH HÀNG VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN VN-CN ĐÀ NẴNG

Tôi tên là Nguyễn Phi Hùng-hiện là học viên cao học, chuyên ngành Tài Chính-Ngân hàng của Đại học Đà Nẵng. Hiện nay, tôi đang tiến hành nghiên cứu về chất lượng dịch vụ sử dụng NHDT tại Ngân hàng BIDV VN CN Đà Nẵng, nhằm phục vụ cho đề tài luận văn Thạc sĩ. 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 phục vụ mục đích nghiên cứu này. Rất mong nhận được sự giúp đỡ của quý Anh/Chị. Xin chân thành cảm ơn.

Phần A: Nhu cầu, mong muốn của các anh chị

1. Anh/chị đã từng giao dịch với BIDV ĐN chưa?

- Có Không

2. Anh/chị đã giao dịch với BIDV ĐN được bao lâu?

- Dưới 2 năm Từ 2 đến 5 năm
 Từ 5 đến 10 năm Trên 10 năm

3. Anh/chị có đang sử dụng các dịch vụ NHDT của BIDV DN không?

- Có Không

(Nếu câu trả lời là “có” anh/chị vui lòng trả lời tiếp từ câu 5, là “không” anh/chị vui lòng trả lời câu 4)

4. Lý do quan trọng nhất khiến Anh/chị chưa sử dụng dịch vụ NHDT của BIDV ĐN?

- 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

5. Anh/chị biết đến dịch vụ NHDT của BIDV ĐN qua nguồn thông tin nào nhiều nhất?

- Người thân, bạn bè, đồng nghiệp...
- Tờ bướm, tờ rơi của Ngân hàng
- Phương tiện truyền thông(tivi, báo chí...)
- Nhân viên NH tư vấn
- Trang web BIDV ĐN
- Khác

6. Anh/chị đang sử dụng những dịch vụ NHDT nào của BIDV ĐN?

- Thẻ Ghi nợ nội địa
- Thẻ Tín dụng quốc tế
- BSMS banking
- Home banking
- Direct banking

7. Tần suất sử dụng dịch vụ NHDT của Anh/chị là:

- Dưới 5 lần/tháng
- 5 đến 10 lần/tháng
- Trên 10 lần/tháng

8. Anh/chị thường sử dụng tiện ích nào của các dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV ĐN?

- Kiểm tra số dư, nhận sao kê
- Cập nhật thông tin về tỷ giá, lãi suất, giá chứng khoán
- Chuyển khoản
- Rút tiền mặt
- Thanh toán hóa đơn(diện, nước, điện thoại...)
- Nạp thẻ trả trước
- Khác

9. Lý do quan trọng nhất khiến Anh/chị sử dụng dịch vụ NHDT của BIDV ĐN?

- Đơn giản, thuận tiện
- Ngân hàng uy tín cao
- Phí sử dụng dịch vụ thấp
- Tính bảo mật cao
- Tiết kiệm thời gian

10. Anh/chị có dự định tiếp tục sử dụng hay giới thiệu cho bạn bè, đồng nghiệp, người thân sử dụng dịch vụ NHDT không?

Có

Không

Phần B: Các thông tin chung

Xin Anh/chị vui lòng cho biết một số thông tin các nhân

11. Độ tuổi:

<20 20-30 31-40 41-50 >50

12. Giới tính: Nam

□ Nū

13. Nghề nghiệp:

CBCNV Học sinh-sinh viên Hữu trí Nôitơ Khác

14. Trình độ học vấn:

Cao đẳng, TCCN Đại học Trên đại học Khác

15. Thu nhập/tháng:

< 2 triệu từ 2-đưới 5 triệu từ 5-đưới 10 triệu >10 triệu

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của Anh/chị!

Kính chúc Anh/chi và gia đình sức khỏe, hanh phúc!

