

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THĂNG LONG**

---



**NGUYỄN THỊ HẠNH**

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG  
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM -  
CHI NHÁNH SƠN TÂY**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ  
CHUYÊN NGÀNH: TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG**

*Hà Nội - Năm 2015*

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THĂNG LONG**

---



**NGUYỄN THỊ HẠNH**

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG  
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM -  
CHI NHÁNH SƠN TÂY**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ  
CHUYÊN NGÀNH: TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG  
MÃ SỐ: 60340201**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:  
Người hướng dẫn chính: Tiến sĩ Nguyễn Thị Minh Huệ**

*Hà Nội - Năm 2015*

## MỤC LỤC

	<b>Trang</b>
Trang phụ bìa .....	
Mục lục.....	
Bản cam đoan .....	
Danh mục bảng biểu, sơ đồ .....	
<b>MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
<b>CHƯƠNG 1. NHỮNG LÝ LUẬN CHUNG VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1. TỔNG QUAN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ .....</b>	<b>4</b>
<i>1.1.1. Khái niệm dịch vụ ngân hàng điện tử.....</i>	<i>4</i>
<i>1.1.2. Các loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử.....</i>	<i>9</i>
<b>1.2. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TRONG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI .....</b>	<b>14</b>
<i>1.2.1. Các loại hình phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử trong ngân hàng thương mại.....</i>	<i>14</i>
<i>1.2.2. Quan điểm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng thương mại .....</i>	<i>22</i>
<i>1.2.3. Các chỉ tiêu đánh giá mức độ phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ...</i>	<i>23</i>
<b>1.3. CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TRONG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....</b>	<b>29</b>
<i>1.3.1. Các nhân tố chủ quan .....</i>	<i>29</i>
<i>1.3.2. Nhân tố khách quan .....</i>	<i>31</i>
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 1.....</b>	<b>38</b>
<b>CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT</b>	

<b>NAM - CHI NHÁNH SƠN TÂY.....</b>	<b>39</b>
<b>2.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH SƠN TÂY (BIDV SƠN TÂY).....</b>	<b>39</b>
2.1.1. <i>Sơ lược về lịch sử hình thành và phát triển của BIDV Sơn Tây.....</i>	39
2.1.2. <i>Cơ cấu tổ chức của BIDV - Chi nhánh Sơn Tây.....</i>	42
2.1.3. <i>Tình hình hoạt động kinh doanh của BIDV - Chi nhánh Sơn Tây giai đoạn 2012 - 2014 .....</i>	44
<b>2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV SƠN TÂY .....</b>	<b>48</b>
2.2.1. <i>Dịch vụ thẻ .....</i>	49
2.2.2. <i>Dịch vụ SMS Banking (BSMS).....</i>	58
2.2.3. <i>Dịch vụ BIDV e-Banking .....</i>	61
<b>2.3. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ CỦA BIDV SƠN TÂY .....</b>	<b>67</b>
2.3.1. <i>Kết quả đạt được.....</i>	67
2.3.2. <i>Hạn chế và nguyên nhân.....</i>	73
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....</b>	<b>78</b>
<b>CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV SƠN TÂY .....</b>	<b>79</b>
<b>3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV SƠN TÂY .....</b>	<b>79</b>
3.1.1. <i>Định hướng chung .....</i>	79
3.1.2. <i>Mục tiêu, nhiệm vụ cụ thể.....</i>	80
<b>3.2. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV SƠN TÂY .....</b>	<b>80</b>

3.2.1. Xây dựng định hướng và chiến lược hoạt động.....	80
3.2.2. Cơ sở kỹ thuật công nghệ.....	82
3.2.3. Nguồn nhân lực.....	83
3.2.4. Giải pháp khác.....	84
<b>3.3. KIẾN NGHỊ.....</b>	<b>93</b>
3.3.1. Một số kiến nghị đối với Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước nhằm xây dựng và triển khai cơ chế chính sách .....	93
3.3.2. Trong lĩnh vực ngân hàng, NHNN phải là đầu mối hợp tác giữa các NHTM trong nước và tăng cường hợp tác quốc tế.....	97
3.3.3. Kiến nghị với Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam .....	99
<b>TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....</b>	<b>102</b>
<b>KẾT LUẬN .....</b>	<b>103</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>105</b>

## **BẢN CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan Luận văn thạc sĩ kinh doanh và quản lý chuyên ngành tài chính ngân hàng: ***“Phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây”*** là kết quả của quá trình học tập, nghiên cứu khoa học độc lập và nghiêm túc.

Các số liệu trình bày trong luận văn là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng, được trích dẫn có tính kế thừa và có trích dẫn nguồn tài liệu tham khảo.

Các giải pháp nêu trong luận văn được rút ra từ những cơ sở lý luận và quá trình nghiên cứu thực tiễn.

**Tác giả**

**Nguyễn Thị Hạnh**

## DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

<b>Ký hiệu</b>	<b>Nội dung</b>
BIDV	Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam
KHTH	Kế hoạch tổng hợp
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
NHTW	Ngân hàng Trung ương
TMCP	Thương mại cổ phần
TMĐT	Thương mại điện tử

## **DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ**

Bảng 2.1. Kết quả kinh doanh của BIDV Sơn Tây giai đoạn 2012 - 2014 ....	44
Bảng 2.2. Một số chỉ tiêu phản ánh kết quả kinh doanh dịch vụ thẻ ghi nợ của BIDV Sơn Tây năm 2012 - 2014 .....	53
Bảng 2.3. Các loại thẻ tín dụng tại BIDV .....	54
Bảng 2.4. Số lượng, doanh số và phí dịch vụ thẻ tín dụng năm 2012 - 2014 ....	56
Bảng 2.5. Kết quả dịch vụ BSMS năm 2012-2014.....	60
Bảng 2.6. Số lượng hợp đồng e-Banking.....	63
Biểu đồ 1.1. Xu hướng sử dụng dịch vụ ngân hàng trong tương lai.....	33
Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức của BIDV Sơn Tây .....	43



## MỞ ĐẦU

### 1. Lý do lựa chọn đề tài nghiên cứu

Trong thời đại công nghệ thông tin, các ngân hàng sử dụng hai kênh phân phối dịch vụ, đó là kênh phân phối truyền thống: ngân hàng và khách hàng gặp gỡ nhau trực tiếp để thực hiện giao dịch; kênh phân phối thứ hai là kênh phân phối hiện đại, thông qua các máy giao dịch tự động, internet, intranet, điện thoại,... Ngân hàng với khách hàng không cần trực tiếp gặp gỡ nhau mà vẫn thực hiện được các giao dịch cần thiết. Với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học kỹ thuật, của công nghệ mới như internet, mạng điện thoại di động, mô hình ngân hàng với hệ thống quầy làm việc, giờ làm việc hành chính đang dần được cải tiến và thay thế bằng mô hình ngân hàng mới - ngân hàng điện tử.

Trong lịch sử hoạt động của mình, Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) chủ yếu có nhiệm vụ cho vay phục vụ đầu tư phát triển. Tuy vậy, một vài năm gần đây, nhận thức được vai trò quan trọng của công nghệ thông tin, BIDV đã tập trung nguồn lực đầu tư cho ứng dụng và phát triển công nghệ nhằm đổi mới, hiện đại hoá hoạt động ngân hàng, đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững và hội nhập quốc tế. Trong những năm gần đây, BIDV - Chi nhánh Sơn Tây đã đạt được những thành công nhất định, mở rộng mạng lưới, phát triển thị phần và nâng cao khả năng cạnh tranh. Tuy nhiên do triển khai E-banking tương đối muộn so với các ngân hàng cổ phần khác nên BIDV còn những hạn chế và vướng mắc. Việc phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại BIDV - Chi nhánh Sơn Tây trong giai đoạn tới là hết sức cần thiết để BIDV - Chi nhánh Sơn Tây đạt được mục tiêu là ngân hàng dẫn đầu địa bàn.

Xuất phát từ lý do trên, là một cán bộ đang làm việc tại BIDV - Chi nhánh Sơn Tây, em đã lựa chọn nghiên cứu đề tài **“Phát triển dịch vụ ngân**

**hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây” để làm đề tài luận văn.**

## **2. Mục đích nghiên cứu của đề tài**

Hệ thống hóa lý luận cơ bản về phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, đánh giá, phân tích thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây; từ đó đề xuất các giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại chi nhánh trong thời gian tới.

## **3. Nhiệm vụ nghiên cứu**

Phân tích đánh giá thực trạng hoạt động dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV - Chi nhánh Sơn Tây, đề xuất các giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trên địa bàn trong thời gian tới.

## **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của đề tài**

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây.

Không gian nghiên cứu: Tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây.

Thời gian nghiên cứu: Nghiên cứu trong giai đoạn từ năm 2012 đến năm 2014.

Từ thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại chi nhánh từ đó đề ra các giải pháp nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại chi nhánh trong thời gian tới.

## **5. Phương pháp nghiên cứu của đề tài**

Để hoàn thành mục tiêu đặt ra, luận văn sử dụng các phương pháp phân tích, tổng hợp, đối chiếu, so sánh,... Để làm rõ đối tượng nghiên cứu, trả lời các câu hỏi nghiên cứu, tác giả dự kiến sử dụng các số liệu báo cáo hoạt động (bao gồm các hoạt động chung và hoạt động dịch vụ, trong đó có dịch vụ

ngân hàng điện tử) của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây thời kỳ 2012-2014.

Căn cứ trên số liệu này, tác giả tiến hành phân tích, tổng hợp để đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại chi nhánh.

## **6. Bộ cục của đề tài**

Đề tài gồm mở đầu, ba chương và kết luận:

Chương 1. Những lý luận chung về dịch vụ ngân hàng điện tử.

Chương 2. Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây.

Chương 3. Một số giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây.

# CHƯƠNG 1. NHỮNG LÝ LUẬN CHUNG VỀ 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

Khái niệm dịch vụ ngân hàng điện tử được xuất phát từ khái niệm thương mại điện tử vì ngân hàng điện tử chính là tên gọi của thương mại điện tử trong lĩnh vực ngân hàng.

*Thương mại điện tử* (TMĐT) là kinh doanh trên môi trường điện tử nhằm kết hợp người bán và người mua. Nó tích hợp dữ liệu, liên lạc điện tử và dịch vụ bảo mật để tạo thuận lợi cho công việc kinh doanh. TMĐT là một tập hợp công nghệ, ứng dụng và quy trình kinh doanh nhằm liên kết các tổ chức, khách hàng và cộng đồng thông qua những giao dịch điện tử. Nhìn chung TMĐT là các dạng của giao dịch thương mại dựa trên quá trình xử lý và chuyển giao số liệu số hoá bao gồm cả văn bản, âm thanh và hình ảnh.

Các hình thức hoạt động chủ yếu của TMĐT là: Thư tín điện tử, thanh toán điện tử, trao đổi dữ liệu điện tử, giao gửi số hoá các dung liệu, bán hàng hóa hữu hình qua mạng.

Dịch vụ TMĐT đã và đang phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây và trở thành đề tài nóng hổi trong bất kỳ hội thảo nào về công nghệ thông tin. Việc chuyển đổi sang nền kinh tế mạng đang diễn ra với tốc độ nhanh hơn hầu hết mọi dự tính. Nền kinh tế mạng đòi hỏi các tổ chức tài chính phải tìm hiểu, phát triển chiến lược và đầu tư vào kinh doanh điện tử. Thử thách này yêu cầu những mô hình kinh tế mới và phương thức mới để tiếp cận với khách hàng. Thương mại điện tử tạo nên một hình thức cạnh tranh mới, buộc ngân hàng phải chọn những dịch vụ mà khách hàng cần, quyết định quy mô các chi nhánh ngân hàng trong hệ thống và mở rộng hệ thống thanh toán liên

ngân hàng. Sự tham gia của thương mại điện tử cũng làm nảy sinh các vấn đề về công nghệ của ngân hàng. Các ngân hàng giải quyết được những thách thức này sẽ quyết định được sự ảnh hưởng của mình đối với thị trường điện tử hoá. Đứng trước yêu cầu đó ngân hàng đã cho ra nhiều dịch vụ mới: dịch vụ ngân hàng qua điện thoại sử dụng mã cá nhân, hoặc nhận dạng giọng nói; dịch vụ ngân hàng qua mạng internet, khách hàng chỉ cần một máy tính cá nhân nối mạng internet là có thể giao dịch với ngân hàng mà không cần phải trực tiếp đến ngân hàng. Những dịch vụ này đã đưa đến một thực tế là, thế giới ngày nay cho ta thấy có một loại ngân hàng mới: ngân hàng điện tử.

Thuật ngữ *Ngân hàng điện tử* đối với nhiều người có vẻ khó hiểu và xa lạ. Thực ra có rất nhiều ứng dụng của ngân hàng điện tử đang phục vụ cho bạn. Bạn rút tiền từ một máy rút tiền tự động, trả tiền cho hàng hóa dịch vụ bằng thẻ tín dụng, kiểm tra số dư tài khoản qua mạng,... tất cả đều có thể gọi là dịch vụ Ngân hàng điện tử.

*Ngân hàng điện tử* tiếng Anh là Electronic Banking, viết tắt là e-Banking. Có rất nhiều cách diễn đạt khác nhau về e-Banking song nhìn chung e-Banking được hiểu là một loại hình thương mại về tài chính ngân hàng có sự trợ giúp của công nghệ thông tin, đặc biệt là máy tính và công nghệ mạng. *Ngân hàng điện tử* là một phương thức cung cấp các sản phẩm mới và sản phẩm truyền thống đến khách hàng thông qua các kênh phân phối điện tử tương tác. Như vậy:

***“Dịch vụ ngân hàng điện tử” là hình thức thực hiện các giao dịch tài chính, ngân hàng thông qua các phương tiện điện tử”.***

Có thể nói, Ngân hàng điện tử có vai trò vô cùng to lớn trong hệ thống ngân hàng. Nó tác động đến các ngân hàng, thúc đẩy các ngân hàng tìm ra các giải pháp nâng cao cả về số lượng và chất lượng sản phẩm, dịch vụ ngân hàng nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh để tăng uy tín cũng như phát triển thương hiệu

cho ngân hàng. Nó đang tác động xúc tiến việc sáp nhập, hợp nhất, hình thành các ngân hàng lớn, nâng cao nguồn vốn tự có, đủ sức trang bị công nghệ thông tin hiện đại để đương đầu với cuộc cạnh tranh khốc liệt giành lợi thế về mình.

Mặt khác, nó cũng đẩy mạnh việc liên kết, hợp tác giữa các ngân hàng ngày càng chặt chẽ, phát triển đa dạng, mạnh mẽ, rộng khắp trong nước và thế giới,... để thiết lập các đề án phát triển nghiệp vụ kinh doanh sản phẩm và dịch vụ mới, sử dụng mạng lưới thanh toán điện tử, thông tin rủi ro, tư vấn pháp luật, kiểm toán phòng ngừa, lập quỹ bảo toàn tiền gửi, xây dựng các chương trình đồng tài trợ, lập chương trình phối hợp đào tạo, nâng cao trình độ cán bộ nhân viên, kể cả các hình thức hợp tác trong lĩnh vực dịch vụ và văn hóa xã hội,...

Xã hội càng phát triển, công nghệ thông tin càng thâm nhập cuộc sống thì nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử càng cao. Các sản phẩm và tiện ích ngân hàng điện tử được phát triển và sử dụng rộng rãi ở các nước cho thấy dịch vụ ngân hàng điện tử là một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu cho việc đa dạng hóa tiện ích dịch vụ và sản phẩm ngân hàng theo phong cách hiện đại, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của một ngân hàng thương mại trong thời đại ngày nay.

Thêm vào đó, dựa trên tình hình thị trường ngân hàng hiện nay, một trong các mục tiêu mà các ngân hàng thương mại hướng đến đó là trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu. Vậy nên các ngân hàng luôn chú trọng phát triển các dịch vụ thanh toán điện tử. Điều này sẽ giúp quá trình chu chuyển vốn nhanh hơn cũng như đáp ứng tốt hơn nhu cầu thanh toán của nền kinh tế, do đó luồng tiền chảy vào ngân hàng sẽ gia tăng và tác động tới cơ cấu tiền lưu thông trong nền kinh tế. Mặt khác, do tập trung quản lý dữ liệu nên thông qua việc cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử, các ngân hàng thương mại có thể

kiểm soát tốt hơn chu chuyển tiền tệ, hạn chế các hoạt động phi pháp như rửa tiền, chuyển tiền bất hợp pháp... Việc phát triển dịch vụ thanh toán điện tử tiên tiến làm cho luồng tiền trong xã hội chảy vào các ngân hàng được điều hoà với hệ số lợi ích cao, làm thay đổi cơ cấu tiền trong lưu thông, chuyển nền kinh tế từ tiền mặt qua nền kinh tế chuyển khoản.

Ngân hàng điện tử khai thác thế mạnh của công nghệ thông tin và viễn thông tạo ra các phương tiện giao tiếp mới giữa ngân hàng và khách hàng, bổ sung cho phương tiện giao tiếp truyền thống dựa vào mạng lưới chi nhánh và quầy giao dịch.

Ngoài ra, thông qua hệ thống ngân hàng điện tử, ngân hàng và khách hàng sẽ nắm bắt được diễn biến trong hoạt động của thị trường tài chính nhờ những thông tin tài chính được cung cấp nhanh chóng, cập nhật từng giây phút, từ đó khách hàng sẽ có những kế hoạch đầu tư chuẩn xác hơn và ngân hàng sẽ có những hoạch định, chiến lược phát triển đúng đắn để thúc đẩy hoạt động kinh doanh của mình.

Mạng thông tin điện tử giúp cho hoạt động thanh tra, giám sát ngân hàng chặt chẽ hơn, đảm bảo an toàn hệ thống. Việc quản lý in ấn tiền, điều hành văn phòng, hồ sơ nhân sự, đào tạo nghiệp vụ,... đều có thể thực hiện qua những ứng dụng của mạng thông tin giúp giảm thiểu chi phí và tiết kiệm thời gian.

Bên cạnh đó phải nhắc đến các rủi ro giao dịch trong dịch vụ ngân hàng điện tử bao gồm rủi ro hoạt động, rủi ro danh tiếng, rủi ro pháp lý, rủi ro khác và các vấn đề mang tính xuyên quốc gia,..

Rủi ro hoạt động phát sinh từ khả năng thất thoát tiềm tàng do sự thiếu hoàn chỉnh và độ tin cậy của hệ thống. Các ngân hàng có thể bị tấn công từ bên ngoài cũng như từ bên trong đối với hệ thống và các sản phẩm điện tử của

mình. Rủi ro hoạt động cũng có thể phát sinh từ việc nhầm lẫn của khách hàng.

Rủi ro danh tiếng: Khi nào ngân hàng của bạn bị người ta chê trách là “ngân hàng bất tiện” thì lúc đó là lúc cần xem lại vấn đề về danh tiếng của ngân hàng. Rủi ro danh tiếng có thể kéo theo quan niệm không tốt trong dân chúng về ngân hàng dẫn đến tình trạng thiệt hại về nguồn huy động vốn hoặc mất khách hàng. Rủi ro danh tiếng có thể kéo theo những hành động gây nên tình trạng kéo dài quan niệm không tốt trong dân chúng về hoạt động chung của ngân hàng, và như vậy khả năng thiết lập và duy trì mối quan hệ khách hàng sẽ trở nên khó khăn.

Rủi ro pháp lý : Rủi ro có thể phát sinh từ các vi phạm hay sự không tuân thủ các luật, quy chế, quy định hoặc các thông lệ hoặc khi các quyền lợi cũng như nghĩa vụ hợp pháp của các bên trong một giao dịch đã được thiết lập. Đó là các rủi ro liên quan đến việc tiết lộ thông tin khách hàng và việc bảo mật cá nhân. Một kẻ xâm nhập trái phép có thể sử dụng mạng được kết nối để lừa gạt và ngân hàng khi đó có thể là đối tượng khiếu kiện của khách hàng này.

Rủi ro khác: Những rủi ro khác của ngân hàng như rủi ro tín dụng, rủi ro thanh khoản và rủi ro thị trường cũng có thể phát sinh từ hoạt động ngân hàng điện tử.

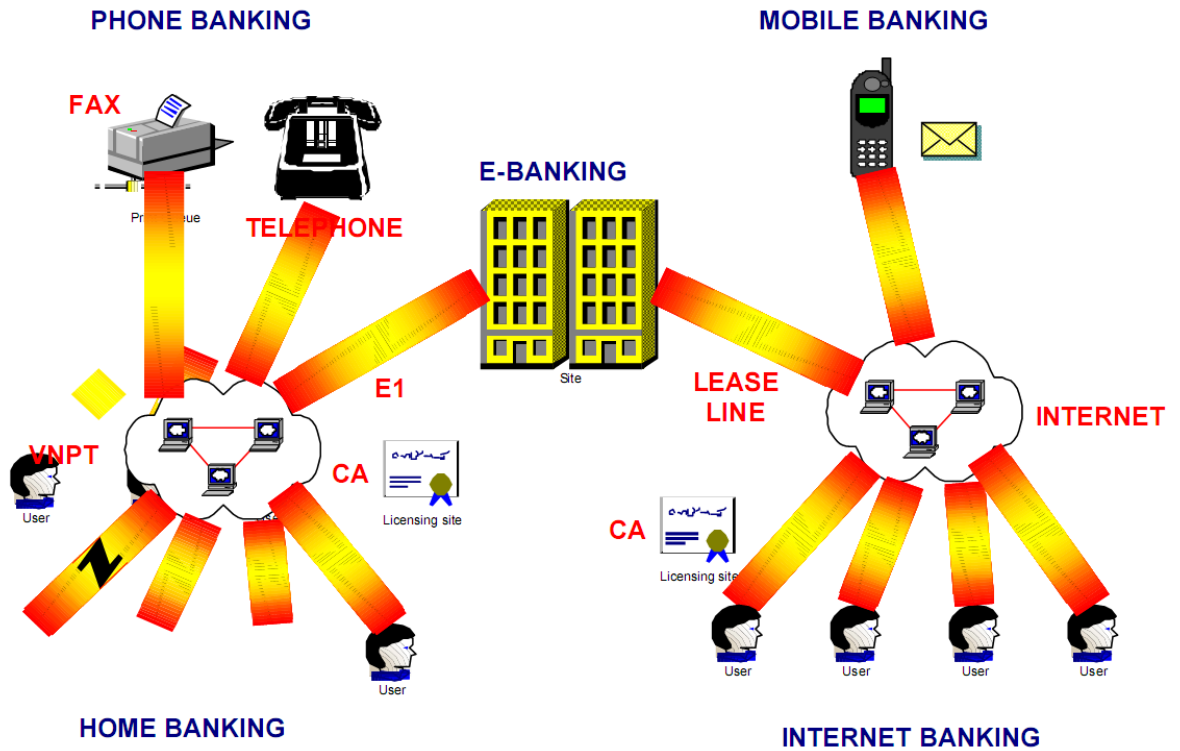
Vấn đề mang tính xuyên quốc gia: Sự mở rộng thị trường ngân hàng có thể vượt qua biên giới quốc gia và chính vì vậy mà làm tăng rủi ro nhất định.

Nhận biết và phòng ngừa những lỗ hổng, rủi ro trong giao dịch điện tử luôn luôn là một vấn đề cần được đặc biệt quan tâm. Các dịch vụ ngân hàng điện tử có phát triển thành công hay không phụ thuộc rất lớn vào khả năng



hạn chế rủi ro của mỗi ngân hàng nói riêng và toàn hệ thống ngân hàng nói chung.

### 1.1.2. Các loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử



#### 1.1.2.1. Ngân hàng trên mạng Internet

Internet Banking là dịch vụ cung cấp dự động các thông tin sản phẩm và dịch vụ ngân hàng thông qua đường truyền internet. Đây là kênh phân phối rộng các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng tới khách hàng ở bất cứ nơi đâu và bất cứ thời gian nào. Với máy tính kết nối internet, khách hàng có thể truy cập vào website của ngân hàng để được cung cấp các thông tin, hướng dẫn đầy đủ các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng. Bên cạnh đó, với mã số truy cập và mật khẩu được cấp, khách hàng có thể xem số dư tài khoản, in sao kê, thực hiện giao dịch chuyển tiền, gửi tiền tiết kiệm,... Internet Banking còn là một kênh phản hồi thông tin hiệu quả giữa khách hàng và ngân hàng. Các dịch vụ Internet Banking cung cấp:

- + Xem số dư tài khoản tại thời điểm hiện tại;
- + Vắn tin lịch sử giao dịch;
- + Xem thông tin tỷ giá, lãi suất tiền gửi tiết kiệm;
- + Thanh toán hóa đơn điện, nước, điện thoại, truyền hình cáp;
- + Mua sắm hàng hóa trên các trang thương mại điện tử;
- + Chuyển tiền tới các tài khoản khác;
- + Gửi tiền tiết kiệm online;
- + Đăng ký phát hành thẻ tín dụng;
- + Khách hàng có thể gửi tất cả các thắc mắc, góp ý về sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng và được giải quyết nhanh chóng.

#### ***1.1.2.2. Ngân hàng tại nhà***

Ứng dụng và phát triển Homebanking là một bước phát triển chiến lược của các NHTM Việt Nam trước sức ép rất lớn của tiến trình hội nhập toàn cầu về dịch vụ ngân hàng. Đứng về phía khách hàng, Homebanking mang lại những lợi ích thiết thực như tiết kiệm chi phí, thời gian. Và khẩu hiệu “Dịch vụ Ngân hàng 24 giờ mỗi ngày, bảy ngày mỗi tuần” chính là ưu thế lớn nhất mà mô hình ngân hàng “hành chính” truyền thống không thể nào sánh được. Hiện nay, dịch vụ Homebanking tại Việt Nam đã được nhiều ngân hàng tại Việt Nam ứng dụng và triển khai rộng rãi như: Vietcombank, VietinBank, BIDV, Techcombank,...

Dịch vụ Ngân hàng tại nhà được xây dựng trên một trong hai nền tảng: hệ thống các phần mềm ứng dụng (Software Base) và nền tảng công nghệ Web (Web base), thông qua hệ thống máy chủ, mạng internet và máy tính con của khách hàng, thông tin tài chính sẽ được thiết lập, mã hóa, trao đổi và xác nhận yêu cầu sử dụng dịch vụ. Mặc dù có một số điểm khác biệt, nhưng nhìn

chung, chu trình sử dụng dịch vụ ngân hàng tại nhà bao gồm các bước cơ bản sau:

- + *Bước 1:* Thiết lập kết nối, khách hàng kết nối máy tính của mình với hệ thống máy tính của ngân hàng qua mạng internet, sau đó truy cập vào trang web của ngân hàng phục vụ mình. Sau khi kiểm tra và xác nhận, khách hàng sẽ được thiết lập một đường truyền bảo mật (https) và đăng nhập vào mạng máy tính của ngân hàng;
- + *Bước 2:* Thực hiện yêu cầu dịch vụ, khách hàng có thể sử dụng rất nhiều dịch vụ ngân hàng điện tử phong phú và đa dạng như truy vấn thông tin tài khoản, chuyển tiền, hủy bỏ việc chi trả séc, thanh toán điện tử và rất nhiều dịch vụ trực tuyến khác;
- + *Bước 3:* Xác nhận giao dịch, kiểm tra thông tin và thoát khỏi mạng, khi giao dịch được hoàn tất, khách hàng kiểm tra lại giao dịch và thoát khỏi mạng, những thông tin chứng từ cần thiết sẽ được quản lý, lưu trữ và gửi tới khách hàng khi có yêu cầu.

Đối với các ngân hàng khác nhau, quy trình nghiệp vụ cũng tương tự cùng với một vài đặc trưng riêng của mỗi ngân hàng.

### ***1.1.2.3. Ngân hàng tự động qua điện thoại***

Cũng như PC banking, dịch vụ ngân hàng được cung cấp qua một hệ thống máy chủ và phần mềm quản lý đặt tại ngân hàng, liên kết với khách hàng thông qua tổng đài của dịch vụ. Thông qua các phím chức năng được khái niệm trước, khách hàng sẽ được phục vụ một cách tự động và thông qua nhân viên tổng đài.

Khi đăng ký sử dụng dịch vụ Phone Banking, khách hàng sẽ được cung cấp một mã khách hàng hoặc mã tài khoản, tùy theo dịch vụ đăng ký, khách hàng có thể sử dụng nhiều dịch vụ khác nhau. Nhìn chung, quy trình sử dụng

dịch vụ Phone-banking bao gồm 2 bước: Đăng ký sử dụng dịch vụ và Xử lý một giao dịch.

- + *Đăng ký sử dụng dịch vụ*: Khách hàng phải cung cấp các thông tin cần thiết và ký hợp đồng sử dụng dịch vụ Phone Banking. Sau đó, khách hàng sẽ được cung cấp 2 số định dạng duy nhất là mã khách hàng và mã khóa truy nhập hệ thống, ngoài ra khách hàng còn được cung cấp một mã tài khoản nhằm tạo sự thuận tiện trong giao dịch cũng như đảm bảo an toàn và bảo mật.
- + *Xử lý một giao dịch*: Khi khách hàng gọi tới tổng đài, nhập mã khách hàng và khóa truy nhập dịch vụ, theo lời nhắc trên điện thoại, khách hàng chọn phí chức năng tương ứng với dịch vụ mình cần giao dịch. Khách hàng có thể thay đổi, chỉnh sửa trước khi xác nhận giao dịch với Ngân hàng, chứng từ giao dịch sẽ được in ra và gửi tới khách hàng khi giao dịch được xử lý xong.

Các dịch vụ được cung cấp qua Phone Banking, khách hàng có thể sử dụng rất nhiều dịch vụ Ngân hàng như: hướng dẫn sử dụng dịch vụ, giới thiệu thông tin về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, cung cấp thông tin tài khoản và bảng kê giao dịch báo Nợ/Có, cung cấp thông tin của ngân hàng như lãi suất, tỷ giá hối đoái, chuyển tiền, thanh toán hóa đơn và dịch vụ hỗ trợ khách hàng và nhiều dịch vụ khác. Tại Việt Nam, các ngân hàng thương mại đã và đang cung cấp rất nhiều dịch vụ Phone Banking tới khách hàng.

#### ***1.1.2.4. Ngân hàng qua mạng thông tin di động***

Cùng với sự phát triển của mạng thông tin di động, các NHTM Việt Nam cũng đã nhanh chóng ứng dụng những công nghệ này vào các dịch vụ ngân hàng. Về nguyên tắc, thông tin bảo mật được mã hóa và trao đổi giữa trung tâm xử lý của ngân hàng và thiết bị di động của khách hàng. Dịch vụ

này đã được các ngân hàng cung ứng dịch vụ do tính chất thuận tiện và nhanh chóng đặc trưng của nó

#### **1.1.2.5. Call Center**

Call Center là dịch vụ Ngân hàng qua điện thoại với nhiệm vụ:

- + Cung cấp tất cả thông tin về sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng như tiền gửi thanh toán, tiết kiệm, cho vay, chuyển tiền,... Khách hàng sẽ được cung cấp thông tin về các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng một cách đầy đủ;
- + Giới thiệu qua điện thoại các sản phẩm thẻ, hướng dẫn và đăng ký làm thẻ qua điện thoại. Tư vấn sử dụng thẻ, thông báo và giải đáp số dư thẻ;
- + Đăng ký vay cho khách hàng cá nhân qua điện thoại;
- + Thực hiện thanh toán các hóa đơn tiền điện, nước, điện thoại, Internet, truyền hình cáp, bảo hiểm và các hình thức chuyển tiền khác. Dịch vụ thanh toán hóa đơn rất an toàn vì các dịch vụ này đã được khách hàng đăng ký trước với ngân hàng nên không có sự nhầm lẫn trong thanh toán;
- + Tiếp nhận qua điện thoại các khiếu nại, thắc mắc từ khách hàng khi sử dụng sản phẩm dịch vụ của ngân hàng;
- + Dịch vụ chuyển tiền từ tài khoản cá nhân vào thẻ thanh toán rất thuận tiện cho khách hàng đang ở xa không có chi nhánh của ngân hàng hoặc đang công tác, du lịch ở nước ngoài cần chuyển tiền vào thẻ để đáp ứng kịp thời nhu cầu chi tiêu của khách hàng.

#### **1.1.2.6. Kios Ngân hàng**

Là sự phát triển của dịch vụ ngân hàng hướng tới việc phục vụ khách hàng với chất lượng cao nhất và thuận tiện nhất. Trên đường phố sẽ đặt các

trạm làm việc với đường kết nối internet tốc độ cao. Khi khách hàng cần thực hiện giao dịch hoặc yêu cầu dịch vụ, họ chỉ cần truy cập, cung cấp chứng nhận cá nhân và mật khẩu để sử dụng dịch vụ của ngân hàng phục vụ mình. Đây cũng là một hướng phát triển đáng lưu tâm cho các nhà lãnh đạo của các ngân hàng thương mại Việt Nam.

## **1.2. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TRONG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

### **1.2.1. Các loại hình phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử trong ngân hàng thương mại**

Dịch vụ ngân hàng điện tử bắt đầu xuất hiện vào năm 1989 tại Mỹ. Đến nay, dịch vụ này đã trải qua những giai đoạn như sau:

- + Website quảng cáo (Brochure - Ware) là hình thái đơn giản nhất của ngân hàng điện tử, hầu hết các ngân hàng đều bắt đầu xây dựng ngân hàng điện tử theo hình thái này. Thực chất là các ngân hàng xây dựng một website quảng cáo, trên đó đăng tải các thông tin về ngân hàng mình, các sản phẩm, dịch vụ mà ngân hàng cung cấp cũng như các thông tin chỉ dẫn, liên lạc,... Mọi giao dịch ngân hàng vẫn được thực hiện qua kênh phân phối truyền thống đó là các chi nhánh và phòng giao dịch.
- + Thương mại điện tử (E - Commerce): Ngân hàng sử dụng internet như một kênh phân phối mới cho những dịch vụ truyền thống như xem thông tin tài khoản, nhận giao dịch chứng khoán,... Internet đóng vai trò là dịch vụ cộng thêm để tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong việc kiểm tra các giao dịch tài chính đã thực hiện.
- + Quản lý điện tử (E - Business) trong hình thái này các xử lý cơ bản của ngân hàng ở cả khía cạnh khách hàng và người quản lý đều

được tích hợp trên internet và các kênh phân phối khác. Giai đoạn này đánh dấu sự phát triển về sản phẩm dịch vụ cũng như chức năng của ngân hàng. Các sản phẩm được phân biệt theo nhu cầu và quan hệ với khách hàng. Đồng thời sự phối hợp, chia sẻ dữ liệu giữa hội sở chính của các ngân hàng và chi nhánh cũng được thực hiện thông qua internet, mạng không dây giúp cho việc xử lý các yêu cầu của khách hàng nhanh chóng và chính xác hơn.

Trong khi ở Việt Nam ngân hàng điện tử còn tương đối mới mẻ thì trên thế giới, đặc biệt là những quốc gia phát triển, khái niệm e-Banking không còn xa lạ đối với dân chúng. Có thể nói, dịch vụ ngân hàng điện tử của Việt Nam còn phải cố gắng và nỗ lực rất nhiều mới đuổi kịp được các nước khác. Để đạt được điều này, Việt Nam cần phải học hỏi kinh nghiệm của các nước đã thành công trong việc triển khai dịch vụ ngân hàng điện tử và áp dụng một cách sáng tạo vào điều kiện thực tế của Việt Nam.

**Ở Singapore**, tính đến 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, Singapore 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.

Để đạt được những thành tựu đó, Chính phủ Singapore đã đưa ra nhiều văn kiện quan trọng điều chỉnh hoạt động thương mại điện tử nói chung và ngân hàng điện tử nói riêng ở Singapore như: Luật chống lạm dụng máy tính điện tử, Luật bí mật riêng tư, Luật giao dịch điện tử, Luật bản quyền cũng được sửa đổi lại cho phù hợp với các yêu cầu của thương mại điện tử.

Singapore tiếp tục có các chiến lược phát triển thương mại điện tử và mở rộng thanh toán điện tử, với các mục tiêu sau:

- + Xây dựng một cơ sở hạ tầng thương mại điện tử kết nối quốc tế;
- + Biến Singapore thành một trung tâm thương mại điện tử;
- + Khuyến khích các doanh nghiệp ứng dụng thương mại điện tử như là một chiến lược kinh doanh;
- + Xúc tiến dân chúng sử dụng rộng rãi các hình thức thương mại điện tử;
- + Làm hài hoà các luật và các chính sách thương mại điện tử qua biên giới.

Trong kế hoạch tổng thể phát triển của mình, Singapore coi pháp luật là nền móng dưới cùng của hạ tầng cơ sở thương mại điện tử.

**Còn ở Trung Quốc**, bước vào thương mại điện tử rất chậm: cuối năm 1997 mới chính thức vào mạng internet (trước đó có truy cập nhưng không chính thức), nhưng ngay sau đó tốc độ phát triển tăng rất cao.

Trung Quốc đã tham gia chương trình Trade Point của UNCTAD, với 1 point ở Thượng Hải và 1 point ở Bắc Kinh như các tâm điểm cung cấp các dịch vụ tiếp thị và giao dịch buôn bán đối ngoại có sử dụng phương tiện điện tử cho các doanh nghiệp chưa có điều kiện tự mình trực tiếp tiến hành, đồng thời cung cấp dịch vụ đào tạo huấn luyện kỹ năng giao dịch buôn bán đối ngoại, đặc biệt là kỹ năng giao dịch qua mạng, đồng thời chính phủ cũng tạo điều kiện về cơ sở vật chất cho các ngân hàng trong nước tiến hành dịch vụ ngân hàng điện tử.

Những năm gần đây, kể từ thời điểm nhiều hệ thống ngân hàng Trung Quốc triển khai dịch vụ ngân hàng qua mạng internet, còn gọi là Banking Online hay e-Banking, hàng triệu khách hàng Trung Quốc đã lập tức lựa chọn



hình thức thanh toán này. Không còn lo bị phạt tiền vì quá hạn trả hóa đơn, không phải tốn quá nhiều thời gian để viết chi phiếu, dán tem, gửi thư qua bưu điện và chờ đợi ngân hàng gửi bảng kết toán hàng tháng,... Bên cạnh đó, những công việc thông thường tốn nhiều thời gian xưa nay như trả hóa đơn tiền điện, khí đốt, tiền nước, tiền nhà, hoặc tiền thẻ tín dụng,... thì nay chỉ cần khoảng từ 15 đến 30 phút đồng hồ. Khách hàng sử dụng dịch vụ e-Banking có thể nhập vào máy tính các dữ liệu về số tiền, số tài khoản và ngày thanh toán là tiền sẽ được rút thẳng từ tài khoản của mình trả cho công ty nhận thanh toán. Thì giờ là vàng bạc, các ngân hàng Trung Quốc có lẽ nhận thức rõ khía cạnh này để khai thác triệt để những lợi ích từ e-Banking.

Thị trường toàn cầu đang mở rộng trước mắt, nhưng với việc Trung Quốc gia nhập WTO, nhiều chuyên gia tài chính ngân hàng cho rằng e-Banking sẽ là đầu cầu để các ngân hàng nước ngoài tấn công vào thị trường tài chính ngân hàng trong nước. Khi gia nhập Tổ chức thương mại thế giới WTO, việc đảm bảo sẽ mở cửa thị trường này là một trong những cam kết mà quốc gia nào cũng phải thực hiện.

**Tại Việt Nam, ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam** với tên giao dịch quốc tế là Vietnam Technological and Commercial Joint Stock Bank (Techcombank), trải qua hơn 21 năm hoạt động, đến nay Techcombank đã trở thành một trong những ngân hàng thương mại cổ phần hàng đầu Việt Nam, Techcombank luôn sẵn sàng đáp ứng mọi yêu cầu về dịch vụ dành cho khách hàng. Techcombank hiện phục vụ trên 3 triệu khách hàng cá nhân, hơn 87.000 khách hàng doanh nghiệp.

Có thể nói trong hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam, Techcombank là một trong những ngân hàng cung cấp nhiều loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử nhất. Các dịch vụ ngân hàng điện tử ngày càng đa dạng về chủng loại, phong phú về hình thức và các ứng dụng trong thanh toán, chất

lượng dịch vụ được cải thiện đã đáp ứng tốt hơn nhu cầu của các cá nhân và tổ chức kinh tế. Số lượng khách hàng và các giá trị giao dịch không ngừng gia tăng góp phần làm tăng doanh thu cho ngân hàng. Các dịch vụ ngân hàng điện tử mới được Techcombank tiên phong trong việc nghiên cứu, phát triển, đổi mới nâng cấp và đưa ra thị trường- đáp ứng nhu cầu thị hiếu của khách hàng và được khách hàng đón nhận phản hồi tích cực. Techcombank cũng khẳng định uy tín và vị thế của mình trong hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam, với nhiều giải thưởng lớn như: Giải Ngân hàng Bán lẻ tốt nhất Việt Nam 2014, giải Ngân hàng có dịch vụ khách hàng tốt nhất Việt Nam 2014, giải Ngân hàng Điện tử Tốt nhất Việt Nam 2014,..

Để phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, ngân hàng thương mại cổ phần Kỹ thương Việt Nam từ năm 2001 đã đầu tư gần 20 tỷ đồng cho hệ thống Core Banking mang tên Globus của Teminos (Thụy Sĩ) và bắt đầu triển khai từ cuối năm 2003. Chỉ sau vài năm triển khai hệ thống này Techcombank đã khẳng định được đẳng cấp về công nghệ trên thị trường và trở thành ngân hàng tiên phong về công nghệ. Nhờ đó, Techcombank đã cung cấp và phát triển đa dạng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng hiện đại, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Techcombank không chỉ liên tục đầu tư hệ thống ATM mà còn là đơn vị tiên phong trong việc hợp tác kết nối với các liên minh thẻ khác. Bên cạnh các kênh tín dụng truyền thống, Techcombank luôn là ngân hàng đi đầu trong việc đầu tư công nghệ và kỹ thuật để phát triển mạng lưới phân phối qua các kênh hiện đại như Internet banking, Mobile banking, 24/7 Call center... Techcombank là một trong 5 ngân hàng đầu tiên của hệ thống Banknetvn - Smartlink được kết nối thành công.

Bên cạnh đó trong những năm qua, kể từ khi triển khai và cung ứng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng điện tử, Techcombank đã áp dụng các mức lãi

suất hấp dẫn và cạnh tranh nhằm thu hút khách hàng sử dụng các dịch vụ như: chương trình tiết kiệm online lãi suất cao, cho vay qua mạng với lãi suất thấp cho khách hàng sử dụng trọn gói dịch vụ... Techcombank đưa ra các biểu phí dịch vụ cụ thể từng loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử. Có thể nói phí dịch vụ của Techcombank hiện nay cao hơn so với các ngân hàng, tuy nhiên dịch vụ ngân hàng điện tử của Techcombank vẫn được nhiều khách hàng tin tưởng và sử dụng bởi chất lượng dịch vụ tốt, nhanh chóng. Bên cạnh đó, khi ra mắt một sản phẩm hay một loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử mới, Techcombank đều có chương trình miễn phí dịch vụ cho khách hàng để thu hút và khuyến khích khách hàng tiếp cận và sử dụng các loại dịch vụ mới.

Ngoài ra, Techcombank cũng rất quan tâm phát triển nguồn nhân lực hỗ trợ phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử. Chính sách nhân sự Techcombank xây dựng trên các mặt tuyển dụng nhân lực có trình độ kỹ thuật, đầu tư cho công tác đào tạo về công nghệ cho các cán bộ, nhân viên. Techcombank cũng đưa ra các chế độ về tiền lương với tỷ lệ điều chỉnh tăng lương theo cơ cấu mới là 23%; chế độ phúc lợi (đài thọ toàn bộ chi phí bảo hiểm sức khỏe cho nhân viên, tổ chức nghỉ dưỡng, vui chơi...), các dự án đánh giá năng lực nhân viên, đào tạo lãnh đạo... với sự hợp tác của Công ty Tư vấn chiến lược McKensy.

Thông qua tình hình phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở các nước trên thế giới, và tại Việt Nam, Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam và chi nhánh Sơn Tây có thể học tập được nhiều bài học kinh nghiệm quý báu:

Để thành công trong phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, điều cốt lõi là ngân hàng phải hiểu rõ mục đích, yêu cầu của khách hàng và phục vụ họ như phục vụ chính người thân của mình, giúp khách hàng có được cuộc sống tốt đẹp hơn thông qua lao động và kiểm soát được việc chi tiêu.

Thị trường Việt Nam với dân số vượt mức 90 triệu người (tính đến năm 2014) và mức thu nhập ngày càng tăng, cùng với nó theo thống kê của ngân hàng thế giới đến nay có 44% dân số Việt Nam sử dụng internet, thị trường tài chính tiêu dùng trong nước ẩn chứa nhiều tiềm năng, nhất là phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, với 75% trong tổng số hơn 90 triệu dân vẫn chưa sử dụng dịch vụ ngân hàng, mật độ chi nhánh ngân hàng, máy rút tiền tự động (ATM), máy POS trên đầu người hiện vẫn ở mức thấp hơn so với các nước trong khu vực,...

Cần tuyên truyền nâng cao hiểu biết và nhận thức đầy đủ về dịch vụ ngân hàng điện tử đối với đông đảo người dân và doanh nghiệp, đây là việc cần làm không chỉ ở các nước đang phát triển, mà ở cả những quốc gia phát triển về lĩnh vực này để người dân biết, hiểu và tin dùng khi sử dụng dịch vụ này.

Gắn liền với nó ngân hàng cần tăng cường năng lực cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử trên cơ sở đổi mới toàn diện và đồng bộ hệ thống ngân hàng, đồng thời đáp ứng được nhu cầu đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng. Cần có bước đột phá nhằm tạo đà phát triển nhanh trên cơ sở giữ vững thị phần đã có, phát triển mở rộng thị trường mới.

Dịch vụ ngân hàng điện tử phát triển theo hướng kết hợp hài hòa giữa lợi ích lâu dài của khách hàng với lợi ích của ngân hàng và của toàn bộ nền kinh tế. Giai đoạn đầu phải chấp nhận chi phí đầu tư để mang đến cho khách hàng những sản phẩm dịch vụ tiên tiến với mức phí bù đắp được một phần vốn đầu tư, nhưng đủ để thu hút khách hàng.

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử phải được tiến hành đồng bộ với các dịch vụ ngân hàng khác và phối hợp với các bộ phận chức năng để phát huy hiệu quả, thu hút thêm khách hàng, tăng lợi nhuận và tạo mối liên kết chặt chẽ giữa khách hàng và ngân hàng.

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử phải kể đến sự hỗ trợ của công nghệ. Ngân hàng nào có khả năng tận dụng và ứng dụng công nghệ một cách tốt nhất thì sẽ có lợi thế trong phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử. Kịp thời nắm bắt cho ra đời, cải tiến, nâng cấp các sản phẩm dịch vụ bắt kịp và định hướng với thị hiếu và nhu cầu đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng.

Mặt khác, ngân hàng phải thực hiện chuyên môn hóa và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ hoạt động trong lĩnh vực phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, cả về trình độ nghiệp vụ, tác phong giao dịch và nhận thức tầm quan trọng của phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử. Bên cạnh việc quan tâm phát triển nguồn nhân lực hỗ trợ phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử cần quan tâm chế độ lương thưởng, phúc lợi, và các dự án đánh giá năng lực nhân viên, đào tạo lãnh đạo,...

Dù hành động cụ thể có khác nhau, nhưng cách tiếp cận ngân hàng điện tử ở các nước về cơ bản là như nhau và đều gồm các bước: *Đầu tiên*, hình thành một hệ thống các quan điểm và nguyên tắc chỉ đạo về ngân hàng điện tử. *Thứ hai*, phổ biến nhận thức về ngân hàng điện tử tới các doanh nghiệp và từng cá nhân. *Thứ ba*, xác định các hạn chế của đất nước mình đối với ngân hàng điện tử. *Thứ tư*, triển khai từng bước ngân hàng điện tử.

Những kinh nghiệm trên đây đều rất đáng chú ý đối với các nước, nhất là những quốc gia bắt đầu tiếp cận ngân hàng điện tử. Chính vì vậy, nghiên cứu kinh nghiệm của các nước và áp dụng một cách sáng tạo vào thực tiễn của đất nước mình thì các nước mới phát triển được ngân hàng điện tử một cách có hiệu quả.

### **1.2.2. Quan điểm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng thương mại**

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại các ngân hàng thương mại là việc các ngân hàng thương mại tập trung mọi nguồn lực để phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử về chất và lượng; là quá trình thúc đẩy, tăng cường và khuyến khích ứng dụng các phương tiện điện tử vào các dịch vụ ngân hàng nhằm thu hút ngày càng nhiều khách hàng có thể quan tâm, tiếp cận, sử dụng các dịch vụ ngân hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh trong hệ thống ngân hàng thương mại.

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là xu hướng của các ngân hàng thương mại. Để tồn tại và phát triển một cách bền vững, các ngân hàng thương mại cần phát triển các dịch vụ của mình bắt kịp với xu thế phát triển của công nghệ và tiên bộ kỹ thuật. Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử cần phải được tiến hành trên một số cơ sở cụ thể như sau:

- + *Tính bền vững*: Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử phải được thực hiện từng bước vững chắc nhưng cũng cần có bước đột phá để tạo đà phát triển nhanh trên cơ sở giữ vững được thị trường đã có; phát triển và mở rộng thị trường mới đồng thời vừa phát triển vừa nuôi dưỡng thị trường tiềm năng để phát triển thị trường trong tương lai.
- + *Tính hài hoà*: Dịch vụ ngân hàng điện tử phải được phát triển theo hướng kết hợp hài hoà giữa lợi ích của khách hàng với lợi ích của ngân hàng và mang lại lợi ích cho nền kinh tế. Đầu tư để phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử yêu cầu vốn lớn trong khi môi trường kinh tế xã hội chưa phát triển, nhu cầu sử dụng dịch vụ chưa cao, đòi hỏi các ngân hàng phải hướng tới lợi ích lâu dài, kết hợp hài hoà giữa lợi ích của ngân hàng và của toàn bộ nền kinh tế. Trong giai đoạn đầu tiên, cần phải chấp nhận chi phí đầu tư để mang đến cho

khách hàng những sản phẩm dịch vụ tiên tiến với mức phí đảm bảo bù đắp được một phần vốn đầu tư nhưng đủ để thu hút khách hàng, chiếm lĩnh thị trường.

- + *Tính đồng bộ*: Hoàn thiện và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử phải được tiến hành đồng bộ tạo nhiều tiện ích cho người sử dụng dịch vụ. Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử cần phải được phát triển đồng bộ với các dịch vụ ngân hàng khác. Cần phối hợp các bộ phận chức năng khác như bộ phận phục vụ doanh nghiệp để phát huy hiệu quả của dịch vụ, thu hút thêm mọi đối tượng khách hàng nhằm tăng lợi nhuận cho ngân hàng và tạo mối liên kết chặt chẽ giữa khách hàng và ngân hàng.

### **1.2.3. Các chỉ tiêu đánh giá mức độ phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử**

#### ***1.2.3.1. Sự phát triển về quy mô***

##### *a. Số lượng các loại hình sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử*

Số lượng các loại hình sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử mà một ngân hàng cung ứng càng nhiều cho thấy sự phát triển về quy mô sản phẩm, nhờ đó ngân hàng mở rộng nguồn cung đa dạng, khuếch trương hình ảnh và vị thế của ngân hàng. Để thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng mình, các ngân hàng thương mại luôn tích cực đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ, triển khai và cung cấp thêm nhiều loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử phục vụ và đáp ứng nhu cầu của mọi đối tượng khách hàng. Một ngân hàng khi cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử với các loại hình dịch vụ đa dạng phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng sẽ có ưu thế so với các ngân hàng khác trong việc tìm kiếm khách hàng. Nó cũng chứng tỏ dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng đó đã có những bước phát triển nhất định bởi khi

có một nền tảng, cơ sở vững chắc thì họ mới dám tiếp tục đầu tư và triển khai những dịch vụ mới.

*b. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử*

Đây là tiêu chí chung để đánh giá sự phát triển của bất kỳ loại hình sản xuất kinh doanh nào. Tiêu chí số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử là tiêu chí phản ánh thực chất dịch vụ ngân hàng điện tử đã phát triển tốt hay chưa, đã đáp ứng được nhu cầu của khách hàng không chứ không phải là chỉ tiêu số lượng khách hàng có đăng ký dịch vụ. Vì với số lượng khách hàng có đăng ký sử dụng dịch vụ cao nhưng số lượng khách hàng không sử dụng dịch vụ lớn thì ngân hàng đó vẫn chưa làm tốt công tác phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ được tính bằng số lượng khách hàng có đăng ký dịch vụ và có phát sinh giao dịch trong vòng 3 tháng gần nhất.

Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ phản ánh khả năng có được khách hàng, giữ được khách hàng hiện tại, phát triển được khách hàng tiềm năng và lôi kéo được khách hàng của đối thủ cạnh tranh. Để tăng số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử nói riêng và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử nói chung thì các ngân hàng phải đặt khách hàng ở vị trí trung tâm, có những chiến lược khách hàng phù hợp nhằm thu hút khách hàng và tạo sự tin cậy cho họ khi sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Trong điều kiện nhiều ngân hàng song song tồn tại như hiện nay, thị trường kinh doanh của mỗi ngân hàng bị thu hẹp dần, cuộc cạnh tranh chiếm lĩnh thị phần là rất khốc liệt, ngân hàng nào có chất lượng dịch vụ tốt, đa dạng về sản phẩm dịch vụ và hiểu rõ tâm lý khách hàng sẽ thu hút được nhiều khách hàng quan tâm hơn.

*c. Doanh số giao dịch ngân hàng điện tử*



Nếu như việc phát triển khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử là tất yếu khách quan, là cơ sở, động lực, là phương thức để ngân hàng tồn tại và phát triển trong môi trường cạnh tranh thì doanh số giao dịch qua dịch vụ ngân hàng điện tử là tiêu chí rất quan trọng để đánh giá sự phát triển dịch vụ này của các ngân hàng thương mại. Nếu doanh số giao dịch từ dịch vụ ngân hàng điện tử tăng lên, ngân hàng mở rộng địa bàn cung ứng dịch vụ của mình thì chứng tỏ dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng đang trong xu hướng phát triển, và ngược lại.

*Doanh số giao dịch ngân hàng điện tử =  $\sum$  Lượng tiền mỗi lần giao dịch*

Nhu cầu và đối tượng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử ngày càng đông và đa dạng thì ngân hàng càng có cơ hội để phát triển dịch vụ. Điều này cũng chứng tỏ dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng đó đã được nhiều người biết đến và chất lượng dịch vụ đã làm hài lòng khách hàng. Các hoạt động marketing dịch vụ hay chính sách khách hàng cũng đã đạt hiệu quả. Chính vì nhận thức được điều này mà các ngân hàng thương mại không ngừng cố gắng triển khai thêm nhiều loại hình dịch vụ mới và cung ứng một cách tốt nhất các loại hình dịch vụ trước đó, nhằm thu hút lượng lớn khách hàng, tăng doanh số giao dịch điện tử cũng như tăng doanh thu từ các dịch vụ này.

*d. Doanh thu từ phí dịch vụ ngân hàng điện tử*

Doanh thu từ phí dịch vụ ngân hàng điện tử được tính trên cơ sở:

*Tổng tiền phí dịch vụ =  $\sum$ (Số lượng giao dịch điện tử từng loại hình x phí giao dịch từng loại hình)*

Doanh thu từ phí dịch vụ ngân hàng điện tử của một ngân hàng là tổng số tiền phí mà ngân hàng thu được từ các phí giao dịch điện tử như: phí phát hành (phí sử dụng, phí thường niên, lãi cho vay), phí thanh toán thẻ tín dụng...

Doanh thu từ phí dịch vụ ngân hàng điện tử phản ánh việc ứng dụng, sử dụng các dịch vụ này. Vì thế đây được coi là một trong những tiêu chí để đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của một ngân hàng.

Do chi phí ban đầu bỏ ra để đầu tư phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử đòi hỏi vốn lớn, trong khi môi trường kinh tế xã hội chưa phát triển, nhu cầu sử dụng sản phẩm chưa cao nên đòi hỏi ngân hàng phải hướng tới lợi ích lâu dài, kết hợp hài hòa giữa lợi ích của ngân hàng và của toàn bộ nền kinh tế. Vì thế trong giai đoạn đầu, cần phải chấp nhận chi phí đầu tư để mang sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử đến với khách hàng.

Doanh thu từ phí dịch vụ ngân hàng điện tử càng lớn chứng tỏ dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng đó đã phát triển hơn so với các ngân hàng có thu nhập thấp hơn và nhận được sự thỏa mãn, hài lòng của khách hàng sử dụng dịch vụ. Đồng thời nó cũng cho thấy dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng đang được cung ứng mở rộng và ngược lại.

Có nhiều nhân tố ảnh hưởng tới doanh thu phí từ dịch vụ ngân hàng điện tử như: khối lượng dịch vụ cung ứng, chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử, lãi suất, tỷ giá, tỷ lệ phí dịch vụ, thái độ phục vụ của nhân viên, hệ thống công nghệ,... Do đó, để tăng doanh thu từ dịch vụ này, các ngân hàng phải xây dựng các chiến lược phát triển sản phẩm, dịch vụ; mở rộng các đối tượng khách hàng có nhu cầu sử dụng các dịch vụ thanh toán điện tử và đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ nhằm kích thích thêm nhu cầu, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; đầu tư cho máy móc kỹ thuật, hệ thống bảo mật, có các biện pháp phòng ngừa rủi ro, áp dụng chính sách lãi suất linh hoạt,... nhằm thu hút ngày càng nhiều khách hàng sử dụng dịch vụ, tăng thu nhập từ dịch vụ này.

### ***1.2.3.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử***

*a. Tính an toàn và bảo mật của dịch vụ ngân hàng điện tử*

An toàn ở đây được hiểu là an toàn cho cả ngân hàng và khách hàng. Hoạt động kinh doanh tiền tệ luôn là hoạt động tiềm ẩn nhiều rủi ro, với ngân hàng có thể là rủi ro lãi suất, rủi ro tín dụng, rủi ro thanh khoản,... còn với khách hàng là rủi ro thông tin cá nhân bị lộ, rủi ro tính nhầm lãi,... Đặc biệt, trong điều kiện ứng dụng công nghệ như hiện nay, tính an toàn của dịch vụ càng được quan tâm nhiều hơn nữa. Sự bảo mật các thông tin cá nhân về tài khoản của khách hàng, các hệ thống dữ liệu mật của ngân hàng rất có thể sẽ bị phá vỡ bởi hoạt động xâm nhập trái phép của các hacker. Do đó, ngân hàng cần tăng cường các biện pháp bảo mật, nâng cao độ an toàn trong hoạt động. Ngân hàng nào có độ an toàn, bảo mật cao thì sẽ được đông đảo các khách hàng lựa chọn, thường được đánh giá qua thăm dò ý kiến khách hàng.

*b. Tính hiệu quả, tiện ích của của dịch vụ ngân hàng điện tử*

Với sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử, với sự đa dạng của các sản phẩm dịch vụ ngân hàng cung cấp cho khách hàng giúp các hoạt động kinh tế trở nên thuận lợi, nhanh chóng và an toàn hơn, đồng thời hạn chế lưu thông tiền mặt trong nền kinh tế, giúp giảm đáng kể chi phí in ấn, vận chuyển, bảo quản.

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử giúp cho hoạt động huy động vốn và đầu tư cũng phát triển theo. Đến với ngân hàng, khách hàng mở tài khoản giao dịch, thực hiện các giao dịch. Với dịch vụ ngân hàng điện tử như Internet Banking, Phone Banking,... chỉ cần sử dụng máy tính, điện thoại thông minh smart phone,... khách hàng có thể trực tiếp thực hiện các giao dịch ngân hàng mọi lúc mọi nơi 24/7, sử dụng hiệu quả nguồn lực của khách hàng, ngân hàng tạo điều kiện cho khách hàng sử dụng nhiều loại hình dịch vụ, như tư vấn đầu tư cho khách hàng,... mà khách hàng không phải đến trực tiếp trụ sở ngân hàng để giao dịch, phụ thuộc vào giờ giao dịch ngân hàng như trước đây.

Các dịch vụ cũng ngày càng đa dạng hơn như: xem số dư, vắn tin tài khoản, chuyển tiền, gửi tiền tiết kiệm, thanh toán hóa đơn,...

Sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử được mở rộng theo xu hướng khách quan đem lại lợi ích rất lớn cho khách hàng, ngân hàng tăng tốc độ chu chuyển vốn của cả nền kinh tế nhờ giảm đáng kể được thời gian thanh toán. Tạo vòng quay vốn cho khách hàng, của nền kinh tế nhanh hơn, tạo điều kiện nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, nâng cao năng lực cạnh tranh của khách hàng, nền kinh tế.

Sự phong phú của sản phẩm ngân hàng điện tử và sự đa dạng hóa của dịch vụ thanh toán tạo cho khách hàng nhiều sự lựa chọn, thu hút khách hàng quan hệ giao dịch, sử dụng sản phẩm dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ ngân hàng điện tử nói riêng. Việc làm này giúp tiết kiệm các chi phí liên quan đến sử dụng thanh toán bằng tiền mặt như chi phí kiểm đếm, bảo quản, vận chuyển tiền, chi phí giao dịch,... và nguồn nhân lực để thực hiện các công việc đó cho cả ngân hàng và khách hàng.

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử bên cạnh các tính năng thông minh và hiện đại người sử dụng quan tâm đến tiện ích mà nó mang lại.

Tính tiện ích của dịch vụ thể hiện qua việc rút ngắn thời gian giao dịch, dễ dàng và thuận tiện khi sử dụng - chỉ tiêu này được đánh giá qua phiếu lấy ý kiến khách hàng định kỳ. Khi khách hàng đã tìm đến và bắt đầu sử dụng các sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng thì yêu cầu của khách hàng ngày càng nâng cao. Do đó dịch vụ nào có tính tiện ích cao, đáp ứng được đầy đủ các nhu cầu hàng ngày thì sẽ được sử dụng nhiều. Sự cạnh tranh do đó không chỉ diễn ra giữa các ngân hàng mà thậm chí là giữa các sản phẩm, dịch vụ của cùng một ngân hàng. Một số tiện ích thể hiện chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử bao gồm:

- + *Sự thuận tiện*: được hiểu là việc dễ dàng truy nhập, truy xuất vào tài khoản cá nhân, tốc độ truy cập nhanh, giao diện thân thiện và dễ hiểu, dễ sử dụng. Ngoài ra còn phải đảm bảo cung cấp đa dạng thông tin khác về các dịch vụ sản phẩm của ngân hàng như lãi suất, tỷ giá hối đoái, các chỉ số chứng khoán;
- + *Khả năng đáp ứng*: khách hàng mong muốn ngân hàng phải có hệ thống đường truyền tốt để không xảy ra tình trạng nghẽn mạch. Do vậy, ngân hàng cần đảm bảo được hệ thống đường truyền của mình luôn hoạt động liên tục, thông suốt. Bên cạnh đó là khả năng xử lý, hỗ trợ của ngân hàng khi có sự cố xảy ra khi cung cấp, sử dụng dịch vụ.

### **1.3. CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TRONG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

#### **1.3.1. Các nhân tố chủ quan**

##### ***1.3.1.1. Định hướng và chiến lược hoạt động***

Bất cứ doanh nghiệp, tổ chức nào cũng cần thiết xây dựng định hướng và chiến lược cho hoạt động để làm mục tiêu cho đơn vị của mình. Với một đơn vị lớn tầm cỡ như BIDV, việc xây dựng định hướng và chiến lược hoạt động phù hợp trong ngắn hạn cũng như trong dài hạn là việc làm thường xuyên. Định hướng và chiến lược hoạt động của BIDV được thiết lập trên cơ sở tình hình hoạt động kinh doanh và đòi hỏi của thị trường. Do vậy, định hướng và chiến lược hoạt động có tác động đến việc phát triển các dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ ngân hàng điện tử nói riêng. Có thể nói, một trong những định hướng và chiến lược của các ngân hàng hiện nay là đa dạng hóa sản phẩm và phát triển sản phẩm mới như dịch vụ ngân hàng điện tử. Bởi vì trong tình hình kinh doanh ngày càng khó khăn, cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng và yêu cầu, đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng thì việc đa

dạng hóa sản phẩm, phát triển sản phẩm mới gia tăng tiện ích sử dụng càng cần được quan tâm hơn nữa.

#### ***1.3.1.2. Cơ sở kỹ thuật, công nghệ***

Để xây dựng một hệ thống ngân hàng điện tử đòi hỏi phải có nền tảng công nghệ hiện đại, đúng định hướng, chưa kể tới các chi phí cho hệ thống dự phòng, chi phí bảo trì, duy trì và phát triển hệ thống, chi phí bảo mật thông tin và đổi mới công nghệ sau này. Ngoài ra để hỗ trợ sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử, các ngân hàng phải đầu tư khá lớn vào các loại máy móc như ATM, máy POS, hệ thống core banking bởi nếu hệ thống máy móc thiết bị có trục trặc thì sẽ gây ách tắc trong toàn hệ thống, ảnh hưởng lớn đến hệ thống thanh toán điện tử. Hệ thống công nghệ của ngân hàng cũng phải thường xuyên được nâng cấp, phù hợp với tiên bộ khoa học công nghệ. Bởi nếu công nghệ lạc hậu sẽ không đáp ứng được nhu cầu phát triển của thị trường; nhân viên ngân hàng sẽ gặp khó khăn trong quá trình vận hành, tác nghiệp; khách hàng không được thỏa mãn đầy đủ nhu cầu. Do vậy mà ngân hàng cần có tiềm lực kinh tế đủ mạnh, cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại đạt tiêu chuẩn mới có thể xây dựng hệ thống ngân hàng điện tử và phát triển nó nhằm đáp ứng mọi yêu cầu giao dịch điện tử của khách hàng.

#### ***1.3.1.3. Nguồn nhân lực***

Bên cạnh yếu tố về công nghệ cao, hệ thống thanh toán điện tử cần phải có một đội ngũ kỹ sư, cán bộ kỹ thuật có trình độ để quản trị, vận hành hệ thống. Nếu không được đào tạo các kỹ năng để làm việc trên Internet và làm việc với các phương tiện hiện đại khác, các kỹ năng để hỗ trợ phục vụ khách hàng và hạn chế về trình độ ngoại ngữ thì sẽ là trở ngại lớn cho việc phát triển các dịch vụ thanh toán điện tử. Số lượng dịch vụ ngân hàng vô cùng đa dạng và liên tục gia tăng tính mới mẽ nên đội ngũ cán bộ, nhân viên ngân hàng

luôn phải nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, các kỹ năng cần thiết trong công việc cũng như phải tìm hiểu để có hiểu biết sâu rộng về sản phẩm dịch vụ và về các ứng dụng khoa học kỹ thuật công nghệ trong ngân hàng. Vì vậy, nguồn nhân lực của ngân hàng cũng là một yếu tố ảnh hưởng tới việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

Khi phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, có thể các ngân hàng giảm được đáng kể nguồn nhân lực do có nhiều công đoạn được tự động hoá và có máy móc hỗ trợ đắc lực. Nhưng cũng chính điều này đòi hỏi mỗi nhân viên ngân hàng phải trang bị cho mình những kỹ năng ứng dụng công nghệ thông tin một cách có hiệu quả, có thói quen làm việc bằng các phương tiện điện tử, đồng thời các nghiệp vụ ngân hàng lại các phải nắm chắc hơn vì họ không còn làm việc trực tiếp với khách hàng nữa. Con người luôn là nhân tố quyết định đến sự thành công của bất kỳ hoạt động nào, vì vậy phát triển đội ngũ nhân lực mạnh sẽ góp phần to lớn cho những thành công của ngân hàng điện tử.

### **1.3.2. Nhân tố khách quan**

#### ***1.3.2.1. Môi trường kinh tế***

Xu thế hội nhập quốc tế đã mang lại cơ hội thách thức lớn cho nền kinh tế cũng như ngành tài chính ngân hàng Việt Nam. Bên cạnh đó sự phát triển ngày càng sâu rộng của các ngân hàng và tổ chức tài chính quốc tế có tiềm lực tài chính, kỹ thuật hiện đại và kinh nghiệm lâu năm sẽ tạo ra cuộc cạnh tranh khốc liệt với các NHTM Việt Nam. Thúc đẩy các ngân hàng Việt Nam phải nghiên cứu, phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là việc làm tất yếu.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử sẽ đem lại ưu thế vượt trội, nâng cao khả năng cạnh tranh của ngân hàng, đa dạng hóa nguồn thu cho ngân hàng. Dịch

vụ ngân hàng hiện đại phong phú đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng sẽ thu hút được khách hàng đến với mình.

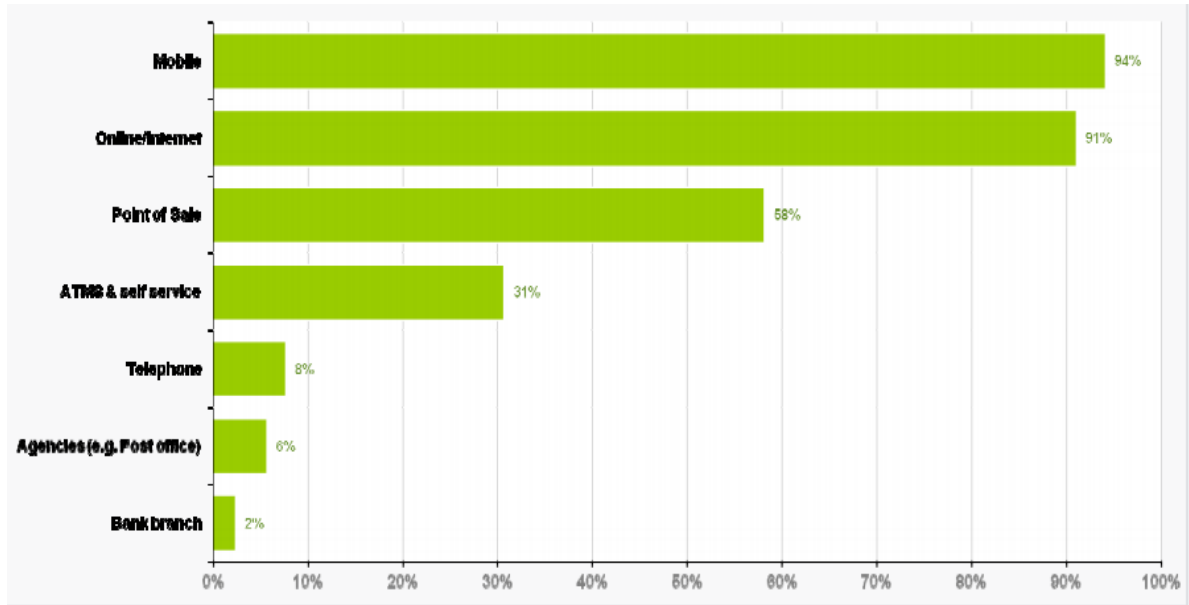
Kể từ đầu năm 2008 đến nay, nền kinh tế luôn phải đối mặt với những khó khăn, sức cạnh tranh của nền kinh tế yếu, cơ sở hạ tầng trở thành điểm nghẽn, lạm phát tăng cao tới 22% vào cuối năm 2008, rồi giảm sâu xuống 4,09% năm 2014. Để kiềm chế lạm phát và những bất ổn vĩ mô, các chính sách kinh tế, tài chính, tiền tệ được điều hành theo hướng thắt chặt, đã có tác động mạnh tới lạm phát và sức cầu của nền kinh tế. Năm 2014 dù nền kinh tế có nhiều biểu hiện được phục hồi, nhiều chính sách và biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp được thực hiện nhưng số lượng các doanh nghiệp giải thể, dừng hoạt động vẫn cao,... sự bất ổn định của nền kinh tế vĩ mô phần nào ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở Việt Nam.

Tuy nhiên dịch vụ internet ở Việt Nam đang phát triển rất nhanh chóng, phần lớn là nhờ sự sôi động của thị trường điện thoại và cơ sở hạ tầng được đầu tư đúng mức. Tính đến tháng 12/2013, Việt Nam có khoảng 5,3 triệu thuê bao Internet, đạt tỷ lệ thâm nhập là 35,6%; và 121,7 triệu thuê bao di động trong đó 30% là smart phone. Mặc dù kinh tế vĩ mô đang bị ảnh hưởng thế nhưng tăng trưởng ở thị trường di động và internet vẫn tiếp tục diễn ra. Đây là cơ hội lớn cho sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử - đang là một trong những mảng kinh doanh mũi nhọn của các ngân hàng hiện nay.

Sự phát triển của khoa học công nghệ đặc biệt trong lĩnh vực giao dịch thanh toán điện tử đã mang lại một phương thức mới cho quá trình hoạt động kinh tế, đưa tốc độ phát triển kinh tế nhanh, thúc đẩy tiến trình hội nhập, toàn cầu hóa của nền kinh tế thế giới. Tính phức tạp trong các giao dịch kinh tế yêu cầu sự đa dạng tương ứng trong các giao dịch thanh toán điện tử.



Theo một khảo sát mới nhất của công ty EDC (Edgar, Dunn & Company - một công ty cung cấp các dịch vụ tư vấn) cho thấy, kênh giao dịch thanh toán trong tương lai sẽ là các kênh ngân hàng điện tử.



**Biểu đồ 1.1. Xu hướng sử dụng dịch vụ ngân hàng trong tương lai**

*“Nguồn: 2011 EDC global payment survey”*

Với dịch vụ mobile và online/internet chiếm đến 94% và 91%, theo sau đó cũng là các dịch vụ thanh toán điện tử như POS, ATM, telephone; các dịch vụ thanh toán truyền thống khác như bưu điện, phòng giao dịch,... chiếm một tỷ lệ ý kiến đồng ý rất nhỏ chỉ 6% và 2%.

Một mô hình ngân hàng điện tử không chỉ đơn thuần mà ngày càng nhiều các bên tham gia vào một giao dịch điện tử do quá trình chuyên môn hóa của nền kinh tế.

### ***1.3.2.2. Môi trường pháp lý***

Môi trường pháp lý bao gồm những quy định, quy chế và nguyên tắc hoạt động do các cơ quan quản lý nhà nước ban hành nhằm điều chỉnh các hoạt động của dịch vụ ngân hàng điện tử.

Môi trường pháp lý có ảnh hưởng quan trọng đến phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử vì ngân hàng chỉ có thể phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử và người dân tin dùng sản phẩm 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, thanh toán điện tử, chứng từ điện tử,... Một hệ thống pháp lý đầy đủ đồng bộ và chặt chẽ cũng giúp giảm thiểu các rủi ro trong hoạt động của ngân hàng và quyền lợi của khách hàng được bảo vệ.

*Tốc độ phát triển của các dịch vụ ngân hàng điện tử thường đi trước và phát sinh nhiều yếu tố mới không nằm trong khung điều chỉnh của các điều luật đã được ban hành.* Chỉ trong một thời gian ngắn, công nghệ và tính năng của các dịch vụ ngân hàng điện tử liên tục phát triển theo rất nhiều xu hướng khác nhau, trong khi các bộ luật chỉ có thể đề cập đến một số khía cạnh giống nhau cho tất cả các loại hình thanh toán điện tử. Tốc độ phát triển nhanh của công nghệ cũng dẫn đến việc ra đời các ứng dụng mới cho dịch vụ ngân hàng điện tử với những phương thức thực hiện khác nhau chưa được quy định và giám sát trong các bộ luật có từ trước.

Do vậy ngân hàng nhà nước và các cơ quan chức năng cần tiếp tục hoàn thiện thể chế chính sách, văn bản pháp luật để có một hành lang pháp lý thống nhất, ổn định, rõ ràng, minh bạch để việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử thực hiện hiệu quả và đúng hướng. Nếu quy chế hợp lý sẽ có tác động tích cực thúc đẩy dịch vụ ngân hàng điện tử phát triển, ngược lại, nếu môi trường pháp lý quá chặt chẽ hoặc lỏng lẻo sẽ gây ảnh hưởng tiêu cực đến phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử như trách nhiệm, nghĩa vụ mập mờ, dẫn đến việc các ngân hàng đối mặt với những rủi ro không kiểm soát được. Ngân hàng sẽ dè dặt khi kinh doanh dịch vụ, hạn chế tính chủ động sáng tạo của ngân hàng, không tạo động lực cho phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

Thông qua vai trò của nhà nước, điều tiết khắc phục những khuyết tật của thị trường theo hướng tạo môi trường lành mạnh cho các ngân hàng hoạt động theo luật, không tạo ra những rủi ro cho ngân hàng bằng cơ chế chính sách hay mệnh lệnh hành chính; sử dụng cơ chế giám sát, chế tài để đảm bảo cho các ngân hàng tham gia thị trường tuân thủ “luật chơi” đã quy định.

### ***1.3.2.3. Nhận thức và nhu cầu sử dụng dịch vụ của khách hàng***

“Ngân hàng điện tử” là khái niệm mới đối với đại bộ phận người tiêu dùng, người tiêu dùng có thái độ hoài nghi, lưỡng lự khi chuyển đổi từ hình thức giao dịch truyền thống sang hình thức mới. Để phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử nói riêng và dịch vụ ngân hàng nói chung thì việc giới thiệu, phổ biến để khách hàng biết, dùng thử và nhận thức về sản phẩm phải được quan tâm hàng đầu, từ đó phát sinh nhu cầu sử dụng sản phẩm.

Ở Việt Nam mức thu nhập bình quân đầu người tăng dần qua các năm từ mức 1024 USD/người/năm năm 2008, hiện nay ở mức 1.200 USD/người/năm năm 2014 và có triển vọng tăng là 2.000 USD/người/năm vào năm 2015. Với mức thu nhập tăng dần lên qua các năm, kéo theo nhu cầu tài chính cá nhân cũng tăng lên. Cùng với sự phát triển của hệ thống công nghệ thông tin, mạng internet, điện thoại thông minh là sự phát triển ngày càng đa dạng của các dịch vụ thương mại điện tử, sự tăng nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử là xu thế tất nhiên. Dịch vụ ngân hàng điện tử giúp khách hàng tiết kiệm chi phí, thời gian. Thói quen sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử được dự báo sẽ gia tăng với tốc độ nhanh trong thời gian tới nhất là trong giới trẻ, cán bộ nhân viên văn phòng, công nhân viên chức nhà nước,...

Sự nhận thức sớm về tầm quan trọng của các giao dịch thanh toán điện tử sẽ mở ra các cơ hội kinh doanh mới, cơ hội vươn xa cho các nhà cung cấp

dịch vụ, quan trọng là họ có thấy được và nắm bắt được cơ hội để trở thành người đi đầu trong việc phát triển lĩnh vực này hay không?

Đối với các nhà bán lẻ truyền thống không muốn tham gia vào giao dịch thanh toán online, họ cũng rất quan tâm đến việc thực hiện thanh toán không dùng tiền mặt. Thanh toán điện tử sẽ cung cấp cho họ rất nhiều các lựa chọn khác như kết hợp với một ngân hàng trong thanh toán thẻ, thanh toán các ví điện tử,... Những hệ thống thanh toán thẻ lớn như Visa, Master dựa trên công nghệ chip với chuẩn EMV đang là lựa chọn của các nhà bán lẻ truyền thống trên toàn thế giới.

#### **1.3.2.4. Hạ tầng công nghệ**

Ngân hàng điện tử là hệ quả tất yếu của sự phát triển kỹ thuật số hóa và công nghệ thông tin. Vì vậy, một nền tảng công nghệ vững chắc sẽ đảm bảo cho sự phát triển của các dịch vụ ngân hàng điện tử. Để phát triển ngân hàng điện tử, cơ sở hạ tầng công nghệ phải đảm bảo tính hiện hữu (availability) nghĩa là phải có một hệ thống đạt của quốc gia và các chuẩn này phải phù hợp với quốc tế. Các chuẩn này gắn với hệ thống các cơ sở kỹ thuật của quốc gia như một phần hệ thống mạng toàn cầu. Cùng với tính hiện hữu, hạ tầng cơ sở công nghệ của ngân hàng điện tử còn phải đảm bảo tính kinh tế, nghĩa là chi phí của hệ thống thiết bị kỹ thuật và chi phí truyền thông phải ở mức hợp lý để đảm bảo cho các tổ chức và cá nhân đều có khả năng chi trả và bảo đảm giá cả của các hàng hóa và dịch vụ thực hiện qua ngân hàng điện tử không cao hơn so với dịch vụ ngân hàng truyền thống.

Việc triển khai một hạ tầng công nghệ ổn định thỏa mãn những tiêu chí trên là không đơn giản, thông thường một ngân hàng có hệ thống core ổn định thì chi phí ban đầu cho triển khai ngân hàng điện tử sẽ giảm đi rất nhiều so với một ngân hàng có hệ thống core yếu hơn. Tuy nhiên, theo khảo sát chi phí

công nghệ đầu vào cho một dịch vụ ngân hàng điện tử vẫn rất cao (không dưới con số triệu USD).

Hạ tầng công nghệ còn phải thỏa mãn cho việc mở rộng nâng cấp dịch vụ ngân hàng điện tử trong tương lai. Một ngân hàng có hệ thống công nghệ thông tin tốt cần đảm bảo chạy ổn định khi gia tăng thêm các tính năng mới, tăng thêm số lượng truy cập, tăng thêm các hỗ trợ bảo mật,...

Ở Việt Nam, việc ứng dụng các công nghệ hiện nay vẫn còn nhiều bất cập, mặt bằng trình độ công nghệ của các ngân hàng hiện nay vẫn ở mức thấp, khoảng chênh lệch trình độ công nghệ giữa các ngân hàng khá xa dẫn đến hai tình trạng trái ngược nhau: hoặc là chỉ có thể ứng dụng công nghệ ở mức độ thấp do hạn chế về vốn hoặc lại chưa khai thác sử dụng hết tính năng công nghệ hiện đại do một số quy trình, chuẩn mực nghiệp vụ chưa được ban hành đầy đủ. Chính điều này cũng là nguyên nhân khiến các ngân hàng khó kết nối được lại với nhau, ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

## TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Chương 1 đã giải thích khái niệm và những nội dung cơ bản về dịch vụ ngân hàng điện tử cũng như đưa ra một bức tranh tổng quan về các loại hình phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trong ngân hàng thương mại và các nhân tố tác động. Cùng với xu hướng phát triển chung của nền khoa học thế giới, chính những tiện ích, ưu điểm của các sản phẩm ngân hàng điện tử là tiền đề tất yếu cho sự phát triển các dịch vụ này tại các NHTM ở Việt Nam. Chương 2 sau đây là những nghiên cứu về phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây.

## **CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM- CHI NHÁNH SƠN TÂY**

### **2.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH SƠN TÂY (BIDV SƠN TÂY)**

#### **2.1.1. Sơ lược về lịch sử hình thành và phát triển của BIDV Sơn Tây**

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây là Chi nhánh cấp 1 trực thuộc Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV), được thành lập từ 01/10/2006 trên cơ sở nâng cấp từ Chi nhánh cấp 2 (thành lập năm 1959), trực thuộc Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam Chi nhánh Hà Tây.

Sự hình thành, phát triển, chức năng nhiệm vụ của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây gắn liền với sự đi lên và phát triển, nhiệm vụ của hệ thống Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam.

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam tên giao dịch quốc tế là Join Stock Bank for Investment and Development of Vietnam, gọi tắt là BIDV, được thành lập theo nghị định số 177/TTg ngày 26/4/1957 của Thủ tướng Chính phủ. Qua 58 năm trưởng thành, từ Ngân hàng Kiến thiết Việt Nam đến Ngân hàng Đầu tư và Xây dựng Việt Nam và nay là Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam, BIDV đã thực sự ghi được tên tuổi của mình vào sự phát triển của đất nước.

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam là doanh nghiệp Nhà nước hạng đặc biệt, được thành lập theo mô hình Tổng công ty Nhà nước (Tập đoàn) mang tính hệ thống thống nhất, đến thời điểm 31/12/2014, mạng lưới BIDV bao gồm Hội sở chính, 136 chi nhánh (gồm 1 Sở giao dịch), với 595 phòng giao dịch, 16 quỹ tiết kiệm hoạt động rộng khắp trên địa bàn 63

tỉnh/thành phố trên cả nước - đứng thứ 3 trong hệ thống ngân hàng thương mại về số lượng điểm mạng lưới. Hiện nay BIDV có quan hệ ngân hàng đại lý với 1.670 ngân hàng và chi nhánh ngân hàng tại 122 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Ngoài ra, BIDV còn có hiện diện thương mại và liên doanh tại các quốc gia: Cộng hòa Séc, Myanmar, Lào, và Campuchia.

BIDV là một trong những ngân hàng bán lẻ hàng đầu Việt Nam, với 1.500 máy rút tiền ATM và 14.000 máy cà thẻ POS, BIDV đã phát hành hơn 8,8 triệu thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng.

Trong hơn nhiều năm qua, BIDV luôn được tổ chức BVQI và Quacert chứng nhận có hệ thống quản lý chất lượng đạt tiêu chuẩn ISO 9001: 2000.

Chi nhánh Sơn Tây có trụ sở chính tại số 191, phố Lê Lợi, thị xã Sơn Tây, thành phố Hà Nội, nằm ở phía tây Hà Nội, có vị trí địa lý tương đối thuận lợi với hai tuyến đường chạy qua là quốc lộ 21A, quốc lộ 32 nối Sơn Tây với Hà Nội với các tỉnh phía Bắc. Thị xã Sơn Tây có bến cảng Sơn Tây thuận lợi cho giao thông đường sông, lại có tiềm năng lớn về phát triển du lịch - thương mại. Các huyện giáp danh có các điểm, khu công nghiệp, làng nghề được mở rộng và phát triển như: khu công nghiệp, làng nghề huyện Quốc Oai và Thạch Thất. Sơn Tây được đánh giá có nhiều lợi thế để phát triển nền kinh tế đa dạng.

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây là thành viên trực thuộc Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam, đại diện cho BIDV trên địa bàn thị xã Sơn Tây và 5 huyện Đan Phượng, Phúc Thọ, Thạch Thất, Quốc Oai, Ba Vì.

Chi nhánh Sơn Tây là một trong những chi nhánh có quy mô hoạt động trung bình trong hệ thống BIDV với tổng tài sản đạt trên 2.200 tỷ đồng, hiệu



quả kinh doanh cao với tốc độ tăng trưởng lợi nhuận bình quân hàng năm 15%.

Trong những năm gần đây, với sự phát triển chung của đất nước, các doanh nghiệp, hộ kinh doanh trên địa bàn cũng có sự phát triển mạnh cả về số lượng và quy mô, hoạt động ngày càng được mở rộng hơn. Cùng với sự mở rộng và phát triển các doanh nghiệp, nhu cầu về tài trợ vốn, huy động vốn, các dịch vụ thanh toán trong nước và quốc tế, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng - tài chính, nghiệp vụ bảo hiểm,... cũng phát triển theo.

Với sự nỗ lực, cố gắng hết mình của tập thể lãnh đạo, cán bộ nhân viên, Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây đã đáp ứng được nhu cầu của các đơn vị kinh tế trên địa bàn trú đóng, góp phần đáng kể cho sự phát triển kinh tế xã hội của địa phương.

Trong mọi hoạt động, mọi thời kỳ, Chi nhánh Sơn Tây luôn tích cực thực hiện các giải pháp nhằm thực hiện các chủ trương, chỉ đạo của Đảng, Chính phủ, Ngành về kiềm chế lạm phát, tăng trưởng kinh tế trên tinh thần tương trợ, chia sẻ cùng doanh nghiệp, khách hàng, thực hiện tốt công tác an sinh xã hội. Góp phần đẩy mạnh tăng trưởng sản xuất kinh doanh, phát triển ổn định kinh tế xã hội trên địa bàn thị xã Sơn Tây và các huyện lân cận.

Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Sơn Tây có đội ngũ cán bộ trẻ được đào tạo chính quy, nhiệt tình trong công việc, công nghệ hiện đại, khả năng nguồn vốn dồi dào, luôn đảm bảo phục vụ nhu cầu của các khách hàng một cách tốt nhất.

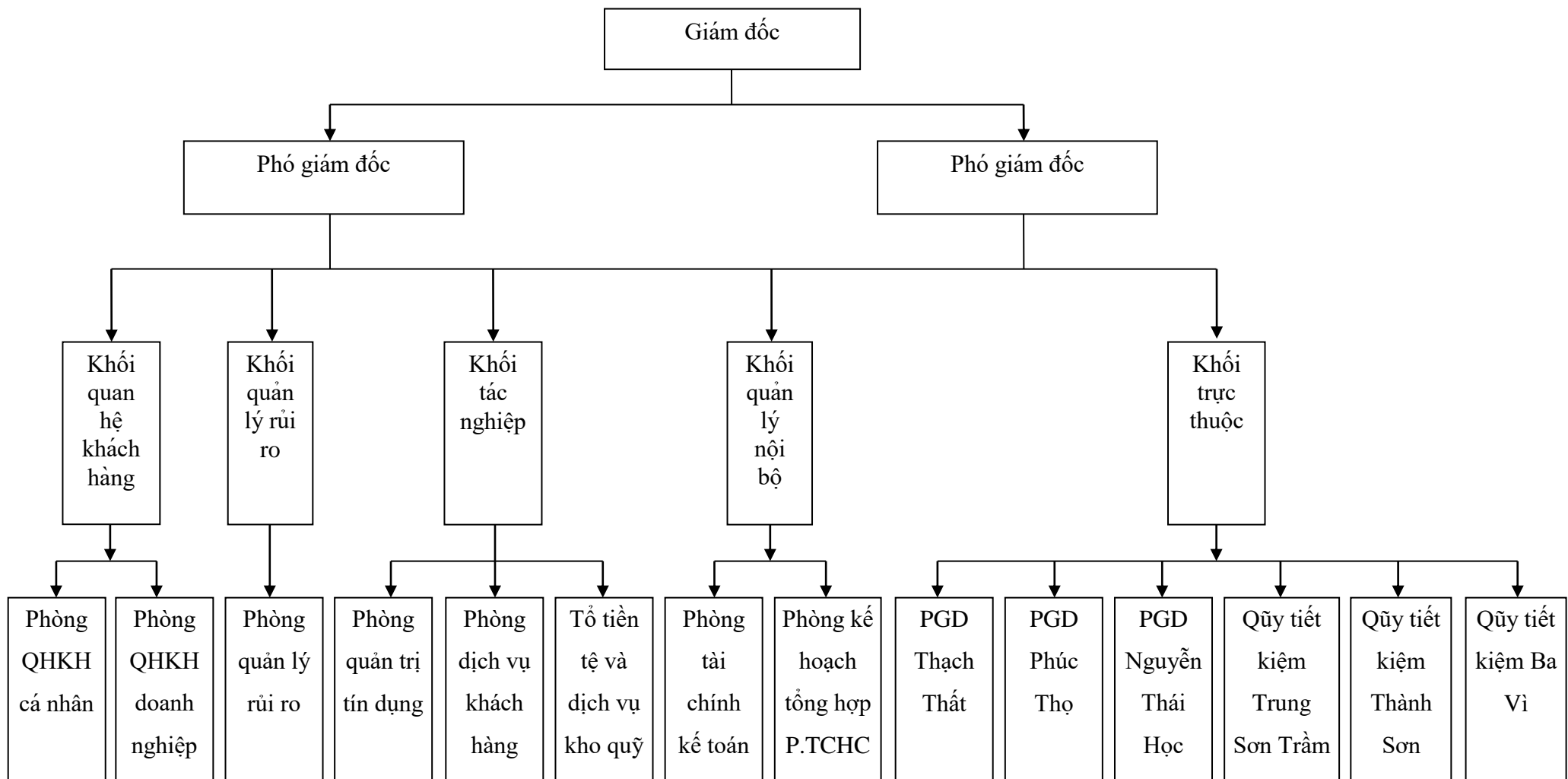
Là Chi nhánh trực thuộc Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - một trong những ngân hàng hàng đầu của đất nước, với bề dày lịch sử phát triển, trải qua các thời kỳ đầy biến cố, BIDV nói chung và Chi nhánh

Son Tây nói riêng luôn khẳng định sức mạnh, bản lĩnh tiên phong trong công cuộc xây dựng, phát triển đất nước.

### **2.1.2. Cơ cấu tổ chức của BIDV - Chi nhánh Sơn Tây**

BIDV - Chi nhánh Sơn Tây có 01 Giám đốc điều hành trực tiếp, 02 Phó giám đốc và hơn 80 cán bộ thông thạo nghiệp vụ và có kinh nghiệm, trình độ chuyên môn cao, bước đầu thích nghi với cơ chế thị trường, hòa nhập với nền kinh tế của khu vực và thế giới.

Chi nhánh có 9 phòng chức năng, cụ thể gồm: phòng Khách hàng doanh nghiệp, phòng Khách hàng cá nhân, phòng Giao dịch khách hàng, phòng Quản lý rủi ro, phòng Quản trị tín dụng, phòng Tài chính kế toán, phòng Quản lý và dịch vụ kho quỹ, phòng Kế hoạch tổng hợp và phòng Tổ chức hành chính. Và 06 phòng giao dịch trên địa bàn huyện Phúc Thọ (01 phòng giao dịch), huyện Thạch Thất (01 phòng giao dịch), huyện Ba Vì (01 phòng giao dịch), thị xã Sơn Tây 03 phòng giao dịch, quỹ tiết kiệm.



**Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức của BIDV Sơn Tây**

*“Nguồn: Báo cáo thường niên năm 2013 BIDV Sơn Tây”*

### 2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của BIDV - Chi nhánh Sơn Tây giai đoạn 2012 - 2014

Ba năm qua trong bối cảnh môi trường quốc tế và trong nước còn nhiều khó khăn và thách thức, với quan điểm nhất quán, BIDV Sơn Tây đã bám sát chủ trương của NHNN của BIDV để linh hoạt ứng phó với diễn biến thị trường, chủ động, sáng tạo, nỗ lực phấn đấu để hoàn thành nhiệm vụ được giao, kết quả hoạt động kinh doanh an toàn, ổn định, đảm bảo thu nhập của người lao động và đóng góp tích cực vào Ngân sách nhà nước.

Với mục tiêu: “Chất lượng - Tăng trưởng bền vững - Hiệu quả - An toàn”, Ban lãnh đạo BIDV Sơn Tây đã đề ra các biện pháp, giải pháp sáng tạo, kiên định, linh hoạt, quyết liệt để hoàn thành kế hoạch kinh doanh do BIDV giao. Với sự chỉ đạo sát sao và phấn đấu của tập thể cán bộ chi nhánh, trong 3 năm 2012 - 2014 BIDV đã hoàn thành kế hoạch được giao, các chỉ tiêu về hoạt động của chi nhánh tăng trưởng cả về quy mô và hiệu quả.

Kết quả kinh doanh nói chung và kết quả kinh doanh dịch vụ ngân hàng bán lẻ nói riêng của ngân hàng được thể hiện tóm tắt qua bảng sau:

**Bảng 2.1. Kết quả kinh doanh của BIDV Sơn Tây giai đoạn 2012 - 2014**

Đơn vị: Tỷ đồng

STT	CHỈ TIÊU	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
1	Tổng tài sản	1.932	1.921	2.226
2	Vốn huy động	1.871	1.785	2.129
3	Huy động vốn dân cư	1.438	1.470	1.808
4	Tổng dư nợ	1.772	1.757	1.800
5	Dư nợ tín dụng bán lẻ	360	449	526
6	Tỷ lệ nợ xấu (%)	0,08%	1,30%	1%
7	Tỷ lệ nợ xấu tín dụng bán lẻ (%)	0,30%	1,8%	3%
8	Thu dịch vụ ròng	18,8	18,7	19
9	Thu dòng DV bán lẻ	3,5	4,9	5,4
10	LNTT (sau DP)	30	31,5	37

“Nguồn: Phòng Kế hoạch tổng hợp - BIDV Sơn Tây”

Trong đó:

❖ *Hoạt động huy động vốn.*

BIDV Sơn Tây xác định đây là hoạt động trọng tâm xuyên suốt quá trình hoạt động kinh doanh, là cơ sở để tăng trưởng và phát triển chi nhánh. Để đảm bảo thu hút được nguồn vốn huy động tăng trưởng bền vững, bên cạnh việc mở rộng kênh huy động vốn từ dân cư, doanh nghiệp, định chế tài chính,... BIDV Sơn Tây thường xuyên bám sát chỉ đạo của BIDV về mục tiêu, lãi suất bằng nhiều giải pháp linh hoạt, mềm dẻo, khuyến khích phù hợp để đẩy mạnh hoạt động huy động vốn. Bên cạnh đó BIDV Sơn Tây còn làm tốt công tác phát huy hiệu quả vốn huy động thông qua quản lý điều hành cơ cấu nguồn vốn, tăng nguồn vốn có chi phí thấp, cân đối giữa các kỳ hạn, lãi suất FTP từng thời kỳ,... Kết quả qua 3 năm 2012 - 2014, nguồn vốn huy động tăng trưởng tốt, đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn, đảm bảo an toàn thanh khoản: năm 2014 đạt 2.129 tỷ đồng, tăng 19,27 % so với năm trước. Cơ cấu nguồn vốn được cải thiện theo hướng tích cực, ổn định, bền vững, tỷ trọng tiền gửi dân cư tăng dần và hiện đạt bình quân 85% tổng huy động vốn của chi nhánh.

Mặc dù điều kiện kinh tế xã hội trên địa bàn trú đóng còn gặp nhiều khó khăn đối với hoạt động huy động vốn, BIDV Sơn Tây luôn tiên phong trong các ngân hàng thương mại trên địa bàn thực hiện nghiêm túc các chỉ đạo của NHNN về trần lãi suất huy động, góp phần ổn định thị trường tiền tệ.

❖ *Hoạt động tín dụng.*

Trên cơ sở chủ động về nguồn vốn, BIDV Sơn Tây đã đa dạng hóa hình thức cho vay nền kinh tế, tập trung ở các hoạt động chính: Cho vay truyền thống với phương thức ngày càng đa dạng như cho vay thương mại, cho vay đồng tài trợ, cho vay tài trợ xuất khẩu, bảo lãnh,... Dư nợ tín dụng của BIDV

có sự tăng trưởng và luôn duy trì mức sát với giới hạn tín dụng, gắn việc tăng trưởng tín dụng với chất lượng tín dụng và ưu tiên cấp tín dụng cho lĩnh vực sản xuất tiêu dùng, phát triển kinh tế xã hội của địa phương. Năm 2014 hoạt động tín dụng tăng trưởng với tốc độ 2,4% trong đó tín dụng bán lẻ tăng 11,7%. Năm 2014 tỷ nợ xấu trong bán lẻ gia tăng là do ảnh hưởng của nền kinh tế, diễn biến phức tạp của thị trường, nền khách hàng và một phần do cán bộ chi nhánh chưa sâu sát, chưa quyết liệt, có phần né tránh trong công tác đôn đốc thu nợ, thu lãi và tìm kiếm khách hàng.

BIDV Sơn Tây nghiêm túc kiểm điểm cán bộ, đánh giá thị trường, phân tích nguyên nhân để tìm ra giải pháp tháo gỡ khó khăn cho khách hàng, tận dụng mọi thời cơ, cơ hội, tìm nhiều biện pháp mở rộng thị trường, khai thác khách hàng,... Hỗ trợ khách hàng vượt qua khó khăn để tồn tại và duy trì sản xuất kinh doanh, đảm bảo tốc độ tăng trưởng, việc làm ổn định và an sinh xã hội, góp phần tích cực phát triển kinh tế trên địa bàn thị xã và các huyện lân cận.

#### ❖ *Hoạt động phát triển dịch vụ*

Nắm bắt chủ trương của BIDV về phát triển dịch vụ, BIDV Sơn Tây thực hiện mở rộng, phát triển mạng lưới, đa dạng hóa, nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ, đồng thời không ngừng đổi mới trang thiết bị, lắp đặt thêm máy ATM nhằm phục vụ tốt việc trả lương qua tài khoản theo chỉ thị 20 của Thủ tướng Chính phủ, nâng cấp đường truyền và thường xuyên giáo dục đạo đức nghề nghiệp, văn hóa ứng xử BIDV cho cán bộ nhân viên. Đến nay hầu hết các sản phẩm của BIDV đều được triển khai tại chi nhánh và hoạt động dịch vụ mang lại hiệu quả.

Chi nhánh chú trọng nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ như: chuyển tiền trong nước và quốc tế, chuyển tiền kiều hối, tài trợ thương mại,..... gây dựng niềm tin tưởng của khách hàng khi đến giao dịch tại ngân

hàng, đáp ứng nhu cầu điều chuyển vốn nhanh, sử dụng vốn linh hoạt của ngân hàng, đáp ứng nhu cầu thanh toán nhanh của khách hàng, làm tăng tốc độ chu chuyển vốn trong nền kinh tế.

Hoạt động dịch vụ ngày càng đa dạng, chất lượng phục vụ không ngừng được nâng cao và thái độ phục vụ ngày càng được cải thiện.

Thu dịch vụ ròng năm 2014 đạt 19 tỷ đồng trong đó thu ròng từ dịch vụ bán lẻ là 5,4 tỷ (chiếm 28,42%), năm 2013 tỷ lệ thu từ dịch vụ bán lẻ chiếm tỷ trọng 26,20% trong tổng thu dịch vụ ròng, có sự dịch chuyển tăng nhẹ của tỷ lệ thu dịch vụ ròng từ dịch vụ bán lẻ trong tổng thu dịch vụ.

❖ *Hoạt động kinh doanh ngoại tệ*

Quản lý trạng thái ngoại tệ phù hợp với diễn biến thị trường, thường xuyên duy trì trạng thái ngoại tệ âm để tận dụng chênh lệch lãi suất USD/VND ở mức từ 3%-5%/năm trong điều kiện tỷ giá USD/VND biến động nhẹ.

Trong giai đoạn 2012-2014, cơ cấu sản phẩm dịch vụ của BIDV Sơn Tây hầu như không có nhiều thay đổi, thu nhập từ dịch vụ có tăng nhưng chủ yếu vẫn tập trung vào các dịch vụ truyền thống, có quan hệ chặt chẽ với nghiệp vụ tín dụng như: thanh toán trong nước, thanh toán quốc tế, kinh doanh ngoại tệ, bảo lãnh chiếm từ 72-82% so với cơ cấu thu dịch vụ của BIDV Sơn Tây. Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán lẻ chưa thực sự đa dạng, phong phú, mức độ đóng góp trong tổng thu còn chưa cao nhưng tăng dần qua các năm từ 18%-28%.

Hoạt động kinh doanh của Chi nhánh BIDV Sơn Tây còn nhiều khó khăn tỷ lệ trích lập dự phòng còn cao. Với sự chỉ đạo điều hành dẫn dắt của Ban lãnh đạo BIDV Sơn Tây đã đạt 100% kế hoạch các chỉ tiêu đặt ra đầu năm 2014, thậm chí một số chỉ tiêu thực hiện vượt mức, từ đó đảm bảo thu nhập cho người lao động.

## **2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV SON TÂY**

Trong những năm gần đây, dịch vụ ngân hàng điện tử đã được chú trọng đầu tư nâng cấp nhằm tạo ra sản phẩm có đặc tính riêng của BIDV. Năm 2012-2014 được đánh giá là năm dịch vụ của BIDV, hoạt động dịch vụ của BIDV đã khởi sắc và có những phát triển mới. Các sản phẩm BIDV ngày càng được cải tiến, nâng cấp đang dần đáp ứng và thỏa mãn nhu cầu người sử dụng.

Năm 2014 thu dịch vụ ròng của BIDV đạt 1.802 tỷ đồng, tăng trưởng 15%, tương ứng 236 tỷ đồng so với năm 2013. Cơ cấu nguồn thu dịch vụ chuyển dịch tích cực khi tiếp tục gia tăng các dòng dịch vụ bán lẻ, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại. Trong đó thu từ dịch vụ thanh toán đóng góp 39% trong tổng thu dịch vụ (tăng trưởng 19,5% so với năm trước), thu từ dịch vụ thẻ tăng trưởng 25% so với năm trước.

Sản phẩm thẻ của BIDV nhận được đánh giá cao của đông đảo khách hàng thông qua một loạt các danh hiệu và giải thưởng lớn như: Top 3 ngân hàng có doanh số chấp nhận thanh toán thẻ VISA qua POS cao nhất năm 2014 do Tổ chức thẻ Quốc tế VISA trao thưởng; Ngân hàng có sản phẩm ấn tượng nhất trong năm dành cho sản phẩm thẻ ghi nợ quốc tế BIDV-Manchester United; Top 3 ngân hàng có doanh số chấp nhận thanh toán thẻ Master Card qua POS cao nhất 2013-2014 do Tổ chức thẻ quốc tế Master Card trao thưởng.

Hiện nay, BIDV nói chung và BIDV Sơn Tây nói riêng đã cung cấp ra thị trường những dịch vụ ngân hàng điện tử như sau:

- ☞ Dịch vụ thẻ ATM;
- ☞ Dịch vụ SMS Banking;
- ☞ Dịch vụ BIDV e-Banking.



## 2.2.1. Dịch vụ thẻ

### 2.2.1.1. Dịch vụ thẻ ghi nợ

a. *Giới thiệu về sản phẩm thẻ ghi nợ của BIDV Sơn Tây*

❖ *Danh mục các loại thẻ*

Sản phẩm thẻ ghi nợ của BIDV gồm có sản phẩm thẻ ghi nợ nội địa và sản phẩm thẻ ghi nợ quốc tế.

Danh mục các loại thẻ của BIDV đa dạng, phong phú với các loại thẻ dành riêng cho các đối tượng khác nhau.

Thẻ ghi nợ nội địa có: Harmony, Etrans, BIDV Moving, Thẻ ghi nợ nội địa liên kết, đồng thương hiệu.

Thẻ ghi nợ quốc tế Master Card ( ra đời tháng 4/2013) có: thẻ Ready và thẻ đồng thương hiệu M.U.

❖ *Tính năng của thẻ*

Bên cạnh các tính năng cơ bản của các sản phẩm thẻ như rút tiền, chuyển khoản, thanh toán tiền hàng hóa dịch vụ, BIDV luôn chú trọng phát triển các dịch vụ giá trị gia tăng và các tiện ích cho chủ thẻ như thanh toán hóa đơn (tiền điện, nước, bảo hiểm, đặt vé máy bay,...), mua hàng qua mạng, các dịch vụ ngân hàng qua điện thoại di động và Internet, tích điểm thưởng để đổi quà,...

Về nguyên tắc, chủ thẻ có thể thực hiện các dịch vụ trên hệ thống ATM tại bất kỳ máy ATM nào của BIDV và hệ thống Banknet. Chủ thẻ có thể thực hiện các dịch vụ của hệ thống ATM 24/24 giờ trong ngày và 7/7 ngày trong tuần. Tài khoản của chủ thẻ được ghi nợ online theo số tiền giao dịch.

Các dịch vụ trên ATM gồm:

- + Đổi PIN (Personal Identification Number - PIN): là mã số bí mật khách hàng sẽ nhập vào máy để thực hiện giao dịch. Khi nhận thẻ khách hàng sẽ nhận kèm một thông báo mật mã cá nhân trong đó Ngân hàng cung cấp số PIN ban đầu và khách hàng thực hiện đổi mật mã này trong lần sử dụng thẻ đầu tiên;
- + Rút tiền: Khách hàng có thể rút tiền mặt với mệnh giá và số tiền đa dạng theo nhu cầu. Các giao dịch này do chủ thẻ của BIDV thực hiện trên các máy ATM trong hệ thống của chính BIDV hoặc máy của các ngân hàng khác được kết nối Banknet hoặc Smartlink;
- + Chuyển khoản giữa các tài khoản của cùng chủ thẻ hoặc chuyển vào tài khoản của người thứ ba có tài khoản trong cùng một hệ thống ngân hàng. Việc chuyển tiền nhanh chóng, được thực hiện 24/24 trên toàn hệ thống BIDV;
- + In sao kê rút gọn: Khách hàng có thể yêu cầu liệt kê các giao dịch gần nhất trong tài khoản của mình trên máy ATM;
- + Kiểm tra số dư: Với dịch vụ này khách hàng có thể biết được số dư hiện tại trên tài khoản có liên kết với thẻ ATM;
- + Yêu cầu phát hành sổ séc;
- + Yêu cầu chuyển tiền vào tài khoản tiết kiệm có kỳ hạn;
- + Dịch vụ giá trị gia tăng: thanh toán hóa đơn (tiền điện, nước, vé máy bay), nạp tiền điện thoại di động trả trước, trả sau, nạp tiền ví điện tử Vnmart (thanh toán cho mua bán hàng hóa trực tuyến trên bất cứ trang website nào liên kết với Vnmart);
- + Thanh toán không dùng tiền mặt tại hàng nghìn điểm chấp nhận thẻ của BIDV trên toàn quốc (quẹt thẻ khi mua hàng);
- + Thấu chi tài khoản linh hoạt, đáp ứng mọi nhu cầu chi tiêu của khách hàng.

Bên cạnh kênh thanh toán tự phục vụ ATM, BIDV cung cấp tới khách hàng một kênh thanh toán điện tử POS. Dịch vụ thanh toán thẻ qua POS phục vụ nhu cầu chi tiêu hàng ngày của khách hàng mà không cần dùng tới tiền mặt thông qua thiết bị điện tử POS đặt tại các Đơn vị chấp nhận thẻ như nhà hàng, khách sạn, siêu thị, cửa hàng bách hóa, đại lý vé máy bay,...

Các dịch vụ trên POS, gồm: Ứng, rút tiền mặt; Thanh toán hàng hoá, dịch vụ qua POS đặt tại các đơn vị chấp nhận thẻ của BIDV: khách sạn, siêu thị,...

Tháng 4/2013, BIDV chính thức ra mắt sản phẩm thẻ ghi nợ quốc tế MasterCard, bên cạnh những tính năng giống như thẻ ghi nợ nội địa, thẻ ghi nợ quốc tế có tính năng vượt trội với tiện ích đa dạng của thẻ như: mua sắm hàng hóa dịch vụ tại điểm chấp nhận thẻ có biểu tượng MasterCard tại Việt Nam và trên toàn thế giới, hạn mức giao dịch lên tới 100 triệu/ngày cao nhất Việt Nam từ trước tới nay, sử dụng thẻ để mua hàng trên internet nhanh chóng hiệu quả. Thẻ được tích hợp công nghệ thẻ từ và thẻ chip theo chuẩn EMV giúp bảo mật thông tin tối đa và phòng chống thẻ giả,...

*b. Kết quả kinh doanh dịch vụ thẻ ghi nợ của BIDV Sơn Tây*

Với danh mục các loại thẻ rất đa dạng phong phú phù hợp với các đối tượng khách hàng khác nhau. BIDV Sơn Tây với đội ngũ cán bộ trẻ nhiệt tình tâm huyết luôn chủ động tư vấn giới thiệu và cung cấp sản phẩm thẻ ghi nợ nội địa phù hợp với từng đối tượng khách hàng về đặc điểm, sở thích, độ tuổi, thu nhập,... Với khách hàng trả lương qua tài khoản sẽ được tư vấn sản phẩm thẻ Etrans với chi phí thấp, hạn mức rút tiền phù hợp, với khách hàng trẻ tuổi năng động sẽ được tư vấn thẻ Moving, hay tư vấn cho khách hàng thẻ đồng thương hiệu như BIDV Lingo - bên cạnh tính năng thanh toán của thẻ ghi nợ thông thường thì khách hàng được hưởng ưu đãi từ Lingo. Hay thẻ Harmony-

hòa hợp với chính bạn,... đặc biệt sản phẩm ra đời sau nhưng được sự ủng hộ của khách hàng trẻ, hiện đại là thẻ ghi nợ quốc tế,... dù là sản phẩm thẻ nào BIDV cũng rất được khách hàng quan tâm và ủng hộ.

Xác định mở rộng thị trường thẻ là quan trọng, cùng với các chương trình ưu đãi của BIDV, BIDV Sơn Tây luôn quan tâm đến khách hàng mở tài khoản và phát hành thẻ, và với các đơn vị mở tài khoản trả lương qua ngân hàng.

Số lượng khách hàng phát hành thẻ và sử dụng thẻ tăng dần theo các năm từ năm 2012 đến năm 2014 số lượng thẻ ghi nợ lũy kế của BIDV Sơn Tây là 12.600 thẻ trong đó năm 2014 tăng 6.695 thẻ (trong đó 4.700 thẻ mới và 2.695 thẻ đổi PIN). Trong đó phải kể đến thẻ ghi nợ quốc tế, với tính năng ưu việt hơn hẳn của thẻ ghi nợ quốc tế mang lại so với thẻ ghi nợ nội địa mà chi phí phụ trội tăng lên không đáng kể (phí thường niên của thẻ ghi nợ quốc tế là 88.000đ/năm trong khi phí thường niên của thẻ ghi nợ nội địa Harmony là 66.000đ/năm) nên số lượng thẻ phát hành có xu hướng tăng nhanh năm 2013 phát hành 189 thẻ, năm 2014 số lượng thẻ phát hành đạt 1.485 thẻ.

Tỷ lệ thẻ ATM sử dụng trong tổng số thẻ phát hành cũng tăng dần qua các năm do ban đầu khách hàng còn e ngại sử dụng dịch vụ rút tiền tại cây ATM, khách hàng vẫn duy trì thói quen giao dịch tại quầy, và nguyên nhân nữa là do số lượng cây ATM ở địa bàn còn hạn chế, chưa đủ đáp ứng nhu cầu rút tiền mặt của khách hàng. Phí thu từ dịch vụ ATM tăng trưởng đều hằng năm và có sự tăng trưởng nhảy vọt về phí dịch vụ ATM năm 2014: 805 triệu tăng gấp 2,18 lần năm trước.

**Bảng 2.2. Một số chỉ tiêu phản ánh kết quả kinh doanh dịch vụ  
thẻ ghi nợ của BIDV Sơn Tây năm 2012-2014**

Chỉ tiêu	Đơn vị	2012	2013	2014
- Số thẻ ghi nợ phát hành trong năm	Thẻ	2.745	3.216	6.695
- Tỷ lệ thẻ ghi nợ nội địa hoạt động/ Số thẻ phát hành	%	80	90	95
- Số lượng máy ATM lắp đặt trong năm	Máy	1	2	3
<b>Thống kê giao dịch trên ATM</b>				
- Số lượng giao dịch	Lần	120.780	322.650	825.760
-Doanh số giao dịch	Triệu	301.594	967.850	2.895.160
- Phí dịch vụ thẻ	Triệu đồng	284	369	805

*“Nguồn: Báo cáo dịch vụ thẻ BIDV Sơn Tây 2012-2014”*

Thời kỳ đầu, đường truyền hoạt động chưa thật sự ổn định, vẫn xảy ra hiện tượng mất đường truyền ảnh hưởng đến thời gian giao dịch và xảy ra hiện tượng giao dịch rút tiền không thành công nhưng vẫn bị trừ tiền trong tài khoản.

Giai đoạn 2013-2014 đường truyền đã được nâng cấp hoạt động của máy ATM đã ổn định hơn, số lượng máy ATM được tăng lên, hiện tượng giao dịch lỗi đã giảm đáng kể, khách hàng đã quen dần với giao dịch tại máy rút tiền ATM và lợi ích do dịch vụ này mang lại. Điều này thể hiện ở doanh số giao dịch và nguồn thu từ dịch vụ này tăng lên hàng năm và chiếm tỉ trọng vượt trội so với nguồn thu từ dịch vụ BSMS và dịch vụ BIDV e-banking.

Đây là dịch vụ ngân hàng điện tử được khách hàng hài lòng nhất và có hiệu quả nhất – qua kết quả tổng hợp thăm dò ý kiến khách hàng tại chi nhánh và khảo sát qua kênh thoại của trung tâm chăm sóc khách hàng về sản phẩm

dịch vụ cung cấp cho khách hàng với 90% khách hàng được khảo sát hài lòng với dịch vụ thẻ BIDV Sơn Tây cung cấp. Với dịch vụ thẻ BIDV Sơn Tây xác định khách hàng mục tiêu là đối tượng khách hàng trong độ tuổi 20-35 tuổi, thích trải nghiệm các dịch vụ ngân hàng hiện đại, mua hàng trên mạng hay đi du lịch,.. với tần suất sử dụng cao (hàng tháng) và hiện đang chiếm 60% lượng khách hàng sử dụng thẻ tại chi nhánh.

BIDV Sơn Tây không ngừng nâng cao chất lượng máy ATM và phát triển dịch vụ giá trị gia tăng trên máy. Tình trạng hết tiền, nuốt thẻ,... tuy vẫn còn tồn tại nhưng về cơ bản đã đáp ứng được nhu cầu không chỉ khách hàng BIDV mà cả khách hàng của các ngân hàng khác.

### 2.2.1.2. Thẻ tín dụng

#### a. Giới thiệu chung về thẻ tín dụng của BIDV

Là công cụ chi tiêu hiện đại, thẻ tín dụng là sản phẩm tiện ích giúp khách hàng dễ dàng hơn trong thanh toán đồng thời quản lý tài chính cá nhân một cách hiệu quả, BIDV mang đến 4 lựa chọn về sản phẩm thẻ tín dụng cho khách hàng.

**Bảng 2.3.** Các loại thẻ tín dụng tại BIDV

	<b>Thẻ tín dụng BIDV Visa Flexi</b>	<b>Thẻ tín dụng BIDV Visa Precious</b>	<b>Thẻ tín dụng BIDV Mastercard Platinum</b>	<b>Thẻ đồng thương hiệu BIDV MU</b>
<b>Thẻ tín dụng</b>				
<b>Hạng thẻ</b>	Hạng chuẩn	Hạng Vàng	Hạng Bạch Kim	Hạng chuẩn
<b>Hạn mức tín dụng</b>	10- dưới 50triệu VNĐ	50-dưới 300 triệu VNĐ	100 triệu đồng trở lên	20-200 triệu VNĐ
<b>Điều kiện</b>	Thu nhập khoảng	Thu nhập khoảng	Thu nhập khoảng	Thu nhập khoảng

<b>mở thẻ</b>	4 triệu VNĐ hoặc có tài sản đảm bảo	15 triệu VNĐ hoặc có tài sản đảm bảo	20 triệu đồng hoặc có tài sản đảm bảo	7 triệu VNĐ hoặc có tài sản đảm bảo
<b>Phí thường niên</b>	Thẻ chính: 200.000 VNĐ; Thẻ phụ: 100.000 VNĐ	Thẻ chính 300.000 VNĐ; Thẻ phụ : 150.000 VNĐ	Thẻ chính: 1.000.000 VNĐ; Thẻ phụ: 600.000 VNĐ	Thẻ chính: 400.000 VNĐ; Thẻ phụ : 200.000 VNĐ

❖ *Đặc điểm cơ bản của sản phẩm*

- + Thời hạn hiệu lực: 2 năm;
- + Loại tiền tệ giao dịch: bất kỳ loại tiền tệ nào mà Đơn vị chấp nhận thẻ cho phép thanh toán;
- + Phạm vi sử dụng: tại Việt Nam và hơn 230 Quốc gia trên thế giới;
- + Hình thức đảm bảo: tín chấp hoặc tài sản đảm bảo.

❖ *Tiện ích cho khách hàng: Sử dụng đơn giản, tiết kiệm thời gian, mua sắm dễ dàng mọi lúc mọi nơi.*

Với chiếc thẻ nhỏ gọn và bằng những thao tác đơn giản, thẻ tín dụng BIDV được giao dịch tại hàng chục triệu điểm ATM/POS, website có biểu tượng VISA, Master trên toàn thế giới. Khách hàng có thể sử dụng thẻ để đi 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.

Thẻ tín dụng BIDV là một trong những chiếc thẻ tín dụng an toàn nhất hiện nay do được tích hợp công nghệ thẻ từ và thẻ Chip theo chuẩn EMV (chuẩn thẻ thanh toán thông minh do 3 liên minh thẻ lớn nhất thế giới là Europay, Master card và Visa đưa ra). Bộ xử lý trong trên chip gắn trên thẻ giúp bảo vệ các thông tin dữ liệu thẻ, đảm bảo giao dịch an toàn và phòng tránh rủi ro thẻ giả.

Hạn mức tín dụng hấp dẫn, hưởng lãi suất 0% trong vòng tối đa 45 ngày. Hạn mức tín dụng gắn liền với thẻ giúp khách hàng chủ động chi tiêu trước và trả tiền sau, tức là chủ thẻ được trả chậm những khoản tiền dùng để mua sắm. Ngân hàng sẽ cấp hạn mức tín dụng tối đa theo từng hạng thẻ để chủ thẻ thực hiện thanh toán trong một tháng, chủ thẻ có tới 45 ngày để thanh toán những khoản tiền đã chi tiêu mà không bị tính lãi.

*b. Kết quả kinh doanh của thẻ tín dụng quốc tế*

Mặc dù BIDV có 4 loại thẻ tín dụng cho khách hàng lựa chọn tùy nhiên số lượng thẻ tín dụng quốc tế của Chi nhánh đạt được còn thấp so với toàn hệ thống, chưa triển khai ra được rộng rãi khách hàng, hiệu quả hoạt động chưa cao.

**Bảng 2.4. Số lượng, doanh số và phí dịch vụ thẻ tín dụng năm 2012 - 2014**

Chỉ tiêu	Đơn vị	2012	2013	2014
Số lượng thẻ phát hành trong năm	Chiếc	17	25	57
Tỷ lệ thẻ sử dụng/thẻ phát hành	%	50	60	80
Số giao dịch thẻ tín dụng	Lần	255	525	1.554
Doanh số giao dịch	Triệu đồng	1.275	2.658	9.566
Phí dịch vụ	Triệu đồng	13	24	73

*“Nguồn: Báo cáo phòng KHTH năm 2012, 2013, 2014”*

Số lượng khách hàng thực hiện thanh toán thẻ tín dụng bằng cách trích nợ tự động từ tài khoản chiếm khoảng 60% số khách hàng phát hành thẻ.



Tuy đã triển khai được trên 3 năm, số lượng thẻ còn hạn chế, mặc dù có sự tăng trưởng nhưng chậm chưa tương xứng với quy mô và thị trường của BIDV Sơn Tây. Tuy số lượng thẻ tín dụng còn quá thấp so với tổng số thẻ ATM chưa đến 1% nhưng số phí thu được lại chiếm 9% trong tổng số phí thu từ dịch vụ thẻ, tỷ trọng phí thu về từ thẻ tín dụng so với tổng phí thu từ dịch vụ thẻ tăng dần qua các năm năm 2012 là 4,58%, năm 2013: 6,50%, năm 2014: 9,07%. Qua các con số này cho thấy chú trọng phát triển thẻ tín dụng đang là hướng đi hết sức đúng đắn của BIDV Sơn Tây.

Công tác phát triển thẻ tín dụng quốc tế hiện tại của Chi nhánh cũng gặp nhiều khó khăn do nhu cầu của khách hàng chưa thực sự cao, những khách hàng có nhu cầu đa số đã làm thẻ tại các Ngân hàng khác có triển khai dịch vụ này trước BIDV. Những năm trước đây, khách hàng làm thẻ của BIDV tập trung chủ yếu là lãnh đạo các doanh nghiệp đang có quan hệ với BIDV hoặc là cán bộ nhân viên Chi nhánh.

Tuy nhiên, một thực tế là tại Sơn Tây điểm chấp nhận thanh toán thẻ chưa nhiều, và khách hàng của BIDV cũng có thể sử dụng thẻ nội địa khi thanh toán nên cũng không cần sử dụng thẻ tín dụng quốc tế cũng làm giảm lượng phát hành thẻ tại Chi nhánh.

Đối với sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế: Do quy định về mức lương tối thiểu, hạn mức tối thiểu là khá chặt chẽ lên việc phát triển cũng gặp nhiều hạn chế. Ví dụ: Mức lương tối thiểu để làm thẻ BIDV Precious là khoảng 15 triệu đồng/tháng, mức thu nhập này cao hơn rất nhiều so với mức lương có thể xác nhận của đa số cán bộ thuộc khu vực Nhà nước.

Như vậy, có thể nói là, BIDV Sơn Tây đã và đang xây dựng thị trường cho dịch vụ thẻ tín dụng quốc tế tại địa bàn song cũng chưa đạt được những tăng trưởng lớn, mặt khác lại chịu sự cạnh tranh gay gắt của các ngân hàng đã

triển khai trước đó nên để tạo dựng chỗ đứng trên thị trường thực tế còn gặp rất nhiều khó khăn.

Mặc dù số lượng thẻ và thu ròng từ dịch vụ thẻ của BIDV Sơn Tây có sự tăng trưởng qua các năm từ 2012-2014 nhưng con số này còn quá nhỏ so với hệ thống BIDV: số lượng thẻ nội địa chi nhánh đứng thứ 91 và số thẻ tín dụng đứng thứ 63 trong hệ thống BIDV. Số POS của BIDV Sơn Tây còn ít, hoạt động không hiệu quả. Đây là những hạn chế trong thời gian tới chi nhánh phải khắc phục.

### **2.2.2. Dịch vụ SMS Banking (BSMS)**

Là dịch vụ văn tin tài khoản bằng điện thoại di động.

Dịch vụ BSMS của BIDV bắt đầu được triển khai từ tháng 12/2006.

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 chủ động văn tin về các thông tin liên quan đến tài khoản khách hàng và liên quan đến BIDV đồng thời có thể nhận được tin nhắn tự động từ phía ngân hàng.

#### *❖ Lợi ích của khách hàng*

- + 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, tài khoản thẻ tín dụng, tài khoản tiền vay;
- + 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 văn tin hoặc được cập nhật tự động;
- + Thông tin được tự động cập nhật kịp thời, chính xác;

- + Khách hàng có thể huỷ bỏ hoặc đăng ký lại toàn bộ hoặc một phần các dịch vụ BSMS đã đăng ký lần đầu.

❖ *Các thông tin cung cấp qua dịch vụ BSMS*

- + Thông tin tài khoản tiền gửi thanh toán: bao gồm các thông tin về số dư tài khoản, giao dịch tài khoản vừa thực hiện, 05 giao dịch gần nhất, giao dịch phát sinh khi tài khoản được ghi Có, ghi Nợ;
- + Thông tin tài khoản tiết kiệm: bao gồm các thông tin về lãi suất, ngày đến hạn, lãi phạt,...;
- + Thông tin tài khoản tiền vay: bao gồm các thông tin về kỳ hạn trả nợ gần nhất tiếp theo của khách hàng, tình hình trả nợ vay của khách hàng, tin nhắn chuyển nợ quá hạn;
- + Thông tin về thẻ tín dụng;
- + Các thông tin về BIDV: thông tin về tỷ giá, lãi suất của BIDV (gửi định kỳ), thông tin về địa điểm đặt máy ATM,...;
- + Thông tin về chứng khoán;
- + Thông tin khác: cước phí dịch vụ BSMS khách hàng đã sử dụng trong tháng, huỷ bỏ và đăng ký lại các dịch vụ đã đăng ký, thay đổi mật khẩu,...

❖ *Kết quả kinh doanh dịch vụ BSMS của BIDV Sơn Tây*

Tính đến hết năm 2014, dịch vụ BSMS của BIDV về cơ bản đã đáp ứng được nhu cầu của khách hàng, số lượng khách hàng đăng kí dịch vụ ngày càng tăng và mang lại nguồn thu ổn định cho Chi nhánh.

**Bảng 2.5. Kết quả dịch vụ BSMS năm 2012-2014**

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Số lượng khách hàng(lũy kế)	1250	3119	7.233
Doanh thu dịch vụ (triệu đồng)	102	245	468

*“Nguồn từ phòng KHTH năm 2012, 2013, 2014”*

Phí dịch vụ năm 2014 đạt 468 triệu đồng tăng 223 triệu so với năm 2013, số khách hàng đăng ký dịch vụ này là 7.233 hợp đồng, chiếm 38% số khách hàng có tài khoản thanh toán tại BIDV Sơn Tây. Như vậy việc phát triển, mở rộng dịch vụ BSMS còn nhiều cơ hội.

Mức phí thu được áp dụng cho khách hàng cá nhân là 8.800 VNĐ/ tháng/1 số thuê bao và khách hàng doanh nghiệp là 55.000 VNĐ/ tháng/1 số thuê bao.

Trong những năm qua, BIDV liên tục thực hiện các chương trình khuyến mại để thu hút khách hàng như: miễn phí thuê bao hàng tháng, phí tin nhắn. BIDV cũng xây dựng, nâng cấp các chương trình nhằm rà soát lỗi BSMS phát sinh, giải đáp thắc mắc của khách hàng một cách thoả đáng nhất.

Dịch vụ BSMS của BIDV cung cấp cho các khách hàng của Vinaphone, Mobilephone, Citiphone, EVN và Viettel thông qua tổng đài 8149. Dịch vụ BSMS không ngừng được nâng cấp cải tiến đáp ứng nhu cầu đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng với thông tin được cung cấp đa dạng, cập nhật, nhanh chóng, dễ dàng, đơn giản trong sử dụng (chỉ cần nhấn tin theo mẫu gửi đến tổng đài 8149) với chi phí hợp lý.

Đến năm 2011 dịch vụ BSMS được cải tiến thêm nhiều chức năng, dẫn tới sự ra đời của một dịch vụ ngân hàng điện tử mới - dịch vụ Mobile Banking.

### 2.2.3. Dịch vụ BIDV e-Banking

Từ tháng 6 năm 2012, BIDV cho ra đời dịch vụ ngân hàng điện tử e-Banking với nhiều tính năng vượt trội, ứng dụng công nghệ tiên tiến hiện đại, mang tới cho khách hàng những tiện ích ưu việt. Với dịch vụ này, khách hàng cá nhân và doanh nghiệp của BIDV có thể quản lý tài khoản và thực hiện giao dịch mọi lúc mọi nơi qua internet và điện thoại di động mà không cần phải tới ngân hàng

BIDV e-Banking gồm có BIDV Online (ngân hàng trực tuyến cho cá nhân), BIDV Business Online (Ngân hàng trực tuyến cho doanh nghiệp) và BIDV Mobile (Ngân hàng qua điện thoại di động).

Dịch vụ được cung cấp dưới 2 gói: gói dịch vụ tài chính và gói dịch vụ phi tài chính.

❖ *Gói Dịch vụ phi tài chính:*

- + *BIDV Online, BIDV Business Online:* Cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch phi tài chính trên BIDV Online, BIDV Business Online. Bao gồm: truy vấn thông tin tài khoản tiền gửi thanh toán, tiền gửi có kỳ hạn, giấy tờ có giá, tài khoản tiền vay, vắn tin sổ séc, tỷ giá, và lãi suất,...;
- + *BIDV Mobile:* Cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch phi tài chính trên ứng dụng BIDV Mobile và dịch vụ SMS Banking, bao gồm: Truy vấn thông tin tài khoản tiền gửi, tài khoản thấu chi, tiền gửi có kỳ hạn, vắn tin lãi suất, tỷ giá, địa điểm đặt máy ATM/POS, địa chỉ Ngân hàng,...

**Riêng đối tượng khách hàng Doanh nghiệp BIDV mobile chỉ cung cấp gói dịch vụ phi tài chính.**

❖ *Gói dịch vụ tài chính*

Cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch phi tài chính (như tại gói dịch vụ phi tài chính ở trên) và thực hiện các giao dịch tài chính.

- **BIDV Online:** đối tượng sử dụng là khách hàng cá nhân có mở tài khoản thanh toán VND tại BIDV. Bao gồm các dịch vụ sau:
  - + Chuyển khoản trong hệ thống BIDV;
  - + Chuyển tiền trong nước;
  - + Đặt lệnh thanh toán định kỳ, chuyển tiền ngày tương lai;
  - + Thanh toán hóa đơn mua hàng hóa dịch vụ cho các nhà cung cấp có liên kết với BIDV.
- **BIDV Business Online:** Đối tượng sử dụng là doanh nghiệp, tổ chức có tài khoản tiền gửi, tiền vay tại BIDV và có nhu cầu sử dụng dịch vụ BIDV Business Online. Các tính năng của BIDV Business Online:
  - + Chuyển tiền trong nước (VND và ngoại tệ);
  - + Chuyển tiền quốc tế;
  - + Gửi tiền có kỳ hạn online doanh nghiệp;
  - + Thanh toán định kỳ;
  - + Thanh toán bảng kê;
  - + Yêu cầu sao kê tài khoản.
- **BIDV Mobile** (dành cho khách hàng cá nhân) bao gồm các dịch vụ:
  - + Chuyển khoản giữa các tài khoản trong hệ thống BIDV;
  - + Thanh toán hóa đơn mua hàng hóa dịch vụ cho các nhà cung cấp có liên kết với BIDV.

Sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử và công nghệ thông tin góp phần cho ra đời sản phẩm e-Banking có thêm các tiện ích trong gói dịch vụ tài chính. Đây là một bước tiến mới của BIDV trong việc tiếp cận với khách hàng.

Kết quả đạt được:

**Bảng 2.6.** Số lượng hợp đồng e-Banking

<b>Nội dung</b>	<b>Năm</b>		
	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Số hợp đồng e-Banking.	98	205	419
Trong đó:			
- Số hợp đồng BIDV Mobile		2	5
- Số hợp đồng BIDV Online	93	188	371
- Số hợp đồng BIDV Business Online	5	15	43
Doanh số giao dịch (triệu đồng)	9.960	35.980	85.795
Phí dịch vụ (triệu đồng)	12	43	99

*“Nguồn số liệu Phòng KHTH năm 2012, 2013, 2014”*

Sản phẩm e-Banking của BIDV đa dạng cho khách hàng lựa chọn phù hợp với nhu cầu của khách hàng, với màn hình giao diện dễ dàng cho khách hàng sử dụng.

Với sản phẩm e-Banking gói phi tài chính, BIDV miễn phí thường niên cho khách hàng giúp khách hàng tiếp cận và làm quen dần với dịch vụ ngân hàng điện tử từ đó tạo thói quen sử dụng dịch vụ ngân hàng, góp phần phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV và trong nền kinh tế.

Tại BIDV Sơn Tây tỷ lệ khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử còn chiếm tỷ lệ nhỏ so với số lượng khách hàng có tài khoản tại Chi nhánh.

Lượng khách hàng đăng ký e-Banking tăng đều hàng năm cho thấy khách hàng đã cảm nhận được tiện ích do e-Banking mang đến và khách hàng đang dần quen việc sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử, đặc biệt là nhóm

khách hàng trẻ, năng động, cán bộ công nhân viên chức nhà nước, trong đó phải kể đến nhóm khách hàng có đồ lương qua tài khoản ngân hàng, nhóm khách hàng doanh nghiệp.

Việc sử dụng dịch vụ e-Banking của BIDV giúp khách hàng tiết kiệm được chi phí đi lại, phí giao dịch qua ngân hàng do phí giao dịch qua e-Banking rẻ hơn phí giao dịch tại quầy, hơn nữa gia tăng lợi ích cho khách hàng khi khách hàng gửi tiết kiệm qua e-Banking được cộng thêm 0,1% lãi suất. Điều này làm tăng sự yêu thích sử dụng của e-Banking. Số dư huy động vốn qua kênh e-Banking tăng dần theo các năm: năm 2012 là 1,5 tỷ đồng, năm 2013 là 4 tỷ đồng, năm 2014 là 7 tỷ đồng và có xu hướng tăng dần theo các năm khi số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ tăng lên và tiện ích của e-Banking ngày càng được cải tiến, nâng cấp. Tỷ lệ phí do e-Banking đem lại chiếm tỷ trọng nhỏ so với các loại hình dịch vụ khác mang lại nhưng trong tương lai tỷ trọng này sẽ tăng dần lên theo thời gian với xu hướng ưa thích sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử và sự phát triển của thương mại điện tử.

Tại Chi nhánh, dịch vụ BIDV Mobile chưa thực sự được quan tâm thúc đẩy phát triển, số lượng khách hàng biết đến và đăng ký sử dụng dịch vụ hạn chế do tâm lý khách hàng ngại cài đặt phần mềm vào máy điện thoại, đội ngũ cán bộ chưa thật sự nắm vững sản phẩm để tư vấn khách hàng.

BIDV e-Banking tại chi nhánh là dịch vụ chưa đạt được sự hài lòng cao của khách hàng (so với dịch vụ thẻ và BSMS) qua kết quả thăm dò ý kiến khách hàng định kỳ tại chi nhánh và khảo sát qua kênh thoại của trung tâm chăm sóc khách hàng về sản phẩm dịch vụ ngân hàng do khách hàng còn gặp khó khăn khi sử dụng sản phẩm (42%), không truy cập được vào hệ thống, chưa được cán bộ chủ động tư vấn, hướng dẫn, ưu đãi về phí, lãi suất chưa hấp dẫn,...



BIDV không ngừng cải tiến công nghệ, nghiên cứu phát triển thêm một số tính năng mới trên kênh BIDV Online, BIDV Business Online nhằm tạo thuận lợi cho khách hàng khi thực hiện các giao dịch thông qua e-Banking.

Từ tháng 7/2015 khách hàng đã có tài khoản thanh toán tại BIDV có thể đăng ký dịch vụ trực tuyến mà không cần đến quầy giao dịch. Và BIDV cũng nâng cấp 1 số tính năng cho BIDV Online. Cụ thể như sau:

- + *Tính năng Rút tiết kiệm online*: Ngoài việc được hưởng lãi suất ưu đãi khi gửi tiết kiệm online, khách hàng có thể thực hiện rút một phần hoặc tất toán trước hạn tài khoản tiền gửi có kỳ hạn mở trên IB trong khi các tài khoản mở tại quầy giao dịch sẽ không được phép rút/tất toán trên IB.
- + *Tính năng Chuyển tiền nhanh liên ngân hàng 24/7 qua BIDV Online*: cho phép khách hàng có thể thực hiện các giao dịch chuyển tiền nhanh liên ngân hàng 24/7 đến 36 ngân hàng thuộc hệ thống thanh toán Smartlink, Banknet. Theo đó, có thể chuyển tiền đến tài khoản/thẻ của người thụ hưởng của các ngân hàng ngoài hệ thống BIDV tại Việt Nam theo thời gian thực. Sau khi giao dịch được thực hiện, tài khoản/thẻ người thụ hưởng sẽ ghi Có trực tuyến.
- + *Tính năng Thanh toán hóa đơn*: Các màn hình đăng ký dịch vụ thanh toán hóa đơn trên BIDV Online được chỉnh sửa theo hướng linh hoạt, thuận tiện hơn cho người dùng. Các dịch vụ được cơ cấu lại thành 4 nhóm chính giúp người dùng dễ dàng chọn lựa.

Ngoài ra kể từ ngày 30/6/2015, BIDV bắt đầu triển khai công thanh toán hóa đơn BIDV. Việc triển khai công thanh toán BIDV cho phép khách hàng BIDV Online có thể thực hiện thanh toán các đơn hàng tại website NCCDV/TGTT mà không cần phải đăng ký thêm dịch vụ thanh toán hóa đơn trực tuyến. Sau khi các đơn vị NCCDV/TGTT được chuyển đổi sang công

thanh toán BIDV, các khách hàng BIDV Online (gói tài chính, có thông tin số điện thoại tại hệ thống Backoffice dịch vụ BIDV Online) có thể thực hiện thanh toán tại website của các đơn vị NCCDV/TGTT đã hoàn thành chuyển đổi.

Tại BIDV nói chung và BIDV Sơn Tây nói riêng công tác quản trị rủi ro luôn được quan tâm nhất là trong hoạt động ngân hàng điện tử. Công tác giám sát, đánh giá rủi ro được tiến hành thường xuyên liên tục, định kỳ từ đó thống kê tổng hợp các dấu hiệu rủi ro- Trên cơ sở đó phân tích, đánh giá nguyên nhân gây ra rủi ro – làm cơ sở đưa ra các giải pháp phòng ngừa. Mọi tổn thất mới hoặc bất thường đều được thông báo kịp thời đến chi nhánh, hội sở chính để có biện pháp phòng ngừa.

Từng dịch vụ ngân hàng điện tử đều có chính sách bảo mật cho từng dịch vụ ngân hàng điện tử cụ thể, có quy trình, cẩm nang hướng dẫn tác nghiệp trong đó quy định rõ chức năng, quyền hạn, nghĩa vụ của mỗi bộ phận tham gia quy trình cho từng sản phẩm dịch vụ, từng khâu tác nghiệp.

Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV đều phải được thử nghiệm trước khi giới thiệu rộng rãi và định kỳ được kiểm tra, bảo trì, nâng cấp hệ thống dịch vụ,..

BIDV thường xuyên mở các khóa đào tạo nghiệp vụ ngân hàng điện tử cho cán bộ, và đã thành lập trung tâm chăm sóc khách hàng cũng như tổng đài chăm sóc khách hàng 24/7 kịp thời giải đáp mọi thắc mắc, tiếp thu ý kiến phản hồi của khách hàng,...

BIDV và BIDV Sơn Tây thường xuyên cập nhật các thông tin, khuyến cáo hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử sao cho an toàn, hạn chế thấp nhất rủi ro có thể xảy ra,...

BIDV và BIDV Sơn Tây thường xuyên tăng cường các biện pháp an ninh bảo mật hệ thống công nghệ thông tin, chủ động rà soát và khắc phục các lỗ hổng bảo mật tồn tại trên các ứng dụng cung cấp trên mạng internet, các trang, cổng thông tin điện tử; gỡ các mã độc,...

Thường xuyên nhắc nhở cán bộ tuân thủ và thực hiện nghiêm túc các quy định liên quan đến an toàn bảo mật của BIDV, hạn chế cung cấp các thông tin nhạy cảm đến công việc trên mạng xã hội tránh bị lợi dụng để tấn công đánh cắp thông tin; ...

### **2.3. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ CỦA BIDV SƠN TÂY**

#### **2.3.1. Kết quả đạt được**

Cùng với sự chuyển biến có dấu hiệu tích cực của nền kinh tế vĩ mô với GDP năm sau cao hơn năm trước, lạm phát được kiểm soát, chỉ số giá tiêu dùng tăng thấp,... tình hình thị trường tài chính, ngân hàng tương đối ổn định, thanh khoản ngân hàng được đảm bảo. Tuy nhiên thực tế vẫn còn nhiều khó khăn như tiến độ xử lý nợ xấu chậm, năng lực tài chính cũng như khả năng trích lập dự phòng của hệ thống ngân hàng còn thấp.

Trong bối cảnh đó, BIDV đã quyết liệt triển khai nhiều giải pháp, biện pháp đồng bộ để thực hiện mục tiêu đề ra năm 2014 và đã đạt được những kết quả khả quan trong hoạt động kinh doanh và đồng đều về các mặt như sự tăng lên về tổng tài sản, quy mô huy động vốn, dư nợ tín dụng, quản trị điều hành,... trong đó không thể không nói đến kết quả đạt được từ dịch vụ ngân hàng điện tử: đó là chỉ tiêu phí thu được từ hoạt động này tăng lên cả về quy mô và tỷ trọng trong tổng nguồn thu dịch vụ ròng của BIDV qua từng năm.

Với chiến lược kinh doanh của BIDV xác định công nghệ thông tin là 1 trong 4 đột phá chiến lược phát triển BIDV, theo đó BIDV đã tích cực triển

khai các dự án công nghệ thông tin, xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin nhằm đáp ứng các mục tiêu, yêu cầu cụ thể của công nghệ thông tin đối với các hoạt động của ngân hàng ngày càng phát triển lớn mạnh, để phục vụ các yêu cầu kinh doanh và quản trị điều hành tại BIDV.

BIDV đã xây dựng và phát triển các kênh phân phối hiện đại đáp ứng nhu cầu cung ứng sản phẩm dịch vụ trong và ngoài nước. Với hệ thống thanh toán được các tổ chức trong và ngoài nước đánh giá là tốt nhất trong khối các ngân hàng thương mại, BIDV đã tự phát triển hệ thống thanh toán song phương/ đa phương kết nối với hơn 20 ngân hàng trong nước đáp ứng yêu cầu hoạt động hiệu quả là 1 trong những yếu tố lợi thế của BIDV khi triển khai ứng dụng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử mảng thanh toán, chuyển tiền.

Hệ thống ngân hàng điện tử (Internet Banking, Mobile Banking đã hoàn thành triển khai năm 2012, đem lại cho khách hàng BIDV nhiều tiện ích, dịch vụ với các dòng sản phẩm như: BIDV Online, BIDV Mobile, BIDV Business Online, Bankplus.

Hệ thống ATM được bao phủ trên toàn quốc với hơn 1.400 máy ATM, 7.000 POS và đã kết nối được với Smartlink, VNBC; kết nối cổng thanh toán điện tử BIDV với các đối tác/ nhà cung cấp dịch vụ: VNPAY, Onepay, điện, nước, viễn thông,...), chấp nhận thanh toán các sản phẩm dịch vụ thẻ như thẻ tín dụng quốc tế như VISA, MasterCard, thẻ ghi nợ MasterCard, thẻ ghi nợ quốc tế BIDV ready,...

Trong các năm 2013-2014 BIDV tiếp tục đầu tư nhiều dự án công nghệ thông tin quan trọng nhằm nâng cao năng lực công nghệ trong ngân hàng, cung cấp nhiều sản phẩm hiện đại đến đông đảo khách hàng, bước đầu tạo hiệu quả tích cực trong việc phục vụ khách hàng và đáp ứng yêu cầu quản trị ngân hàng hiện đại. 57 sản phẩm mới trong hoạt động bán lẻ đã được ra mắt trong thời gian này trên các lĩnh vực: huy động vốn, tín dụng, BSMS,

Bankplus, thanh toán hóa đơn, thẻ,... Sản phẩm “thu thuế online” trong hoạt động bán buôn do BIDV phối hợp với Tổng cục thuế triển khai đánh dấu một bước phát triển mạnh đối với công tác phối hợp triển khai các sản phẩm kết nối thanh toán giữa BIDV và các định chế tài chính lớn.

Sự nỗ lực cố gắng của BIDV đã được các tổ chức và người tiêu dùng ghi nhận:

- + Tiếp tục đứng thứ 1 về mức độ sẵn sàng cho ứng dụng công nghệ thông tin trong khối các ngân hàng thương mại Việt Nam do Hội tin học Việt Nam đánh giá từ năm 2007 cho tới nay;
- + Giải thưởng “Ngân hàng của năm - House of the year 2012, 2013” do Asia Risk Award trao tặng trong lĩnh vực quản trị rủi ro;
- + Liên tiếp nhận được giải thưởng quốc tế danh tiếng “Ngân hàng cung cấp sản phẩm, dịch vụ ngoại hối tốt nhất Việt Nam” do tạp chí Asia Money trao tặng các năm 2007, 2008, 2009, 2013, 2014;
- + 9 lần được bình chọn là Thương hiệu mạnh Việt Nam 2014 (top 15 thương hiệu xuất sắc nhất) do Thời báo kinh tế Việt Nam phối hợp cùng Cục xúc tiến thương mại - Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương) tổ chức từ năm 2003;
- + Giải thưởng Ngân hàng thương mại tốt nhất Việt Nam từ Tạp chí International Banker;
- + Giải thưởng “Ngân hàng điện tử hàng đầu Việt Nam 2014” dành cho dịch vụ BIDV Online; giải thưởng đặc biệt cho dịch vụ nộp thuế điện tử;
- + Giải thưởng Ngân hàng điện tử tiêu biểu 2014 do Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam (VNBA) phối hợp với Tập đoàn dữ liệu quốc tế (IDG) tổ chức,...

BIDV có Website riêng: <http://www.bidv.com.vn/> để giới thiệu về các dịch vụ của mình như thủ tục chuyển tiền, mức phí chuyển tiền, thủ tục và điều kiện vay vốn, tỷ giá hàng ngày, biểu lãi suất đang áp dụng, và nhìn chung BIDV đã chú ý phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

Không dừng lại ở đó ngày 17/6/2013 tại Hà Nội, BIDV ra mắt trung tâm Chăm sóc khách hàng (BIDV Contact Center) nhằm mục tiêu luôn mang đến sự hài lòng cao nhất cho khách hàng thông qua số hotline 19009247 hoặc 0422200588 và email [bidv247@bidv.com.vn](mailto:bidv247@bidv.com.vn) áp dụng trên toàn hệ thống, góp phần nâng cao tính chuyên nghiệp hiệu quả của BIDV, là cầu nối giữa Ngân hàng và khách hàng. Việc đưa Contact Center vào sử dụng sẽ giúp BIDV đa dạng hóa dịch vụ mà Ngân hàng đang cung cấp, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, tăng thêm khả năng thu hút khách hàng và sức cạnh tranh của BIDV.

Cùng với sự chuyển mình của BIDV, BIDV Sơn Tây cũng không nằm ngoài sự vận động này. BIDV Sơn Tây đã có những bước chuyển biến mạnh mẽ, thu được nhiều kết quả nổi bật, đa dạng hóa dịch vụ, phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

Dịch vụ ngân hàng điện tử ở BIDV đã đạt được một số thành công như:

- Các dịch vụ ngân hàng điện tử cung ứng đến khách hàng ngày càng phong phú về hình thức, đa dạng về chủng loại, phục vụ tốt cho cả cá nhân và doanh nghiệp, và chất lượng dịch vụ ngày càng được cải thiện;
- Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ ngày càng tăng, doanh số giao dịch ngân hàng điện tử tăng dần theo từng năm cùng với nó là sự tăng doanh thu từ sản phẩm dịch vụ này mang lại;

- Tỷ trọng thu dịch vụ từ ngân hàng điện tử tăng dần theo các năm trong tổng nguồn thu từ sản phẩm dịch vụ ngân hàng mang lại là xu hướng phát triển của ngân hàng hiện đại;
- Với việc sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử, khách hàng có thể chuyển tiền mọi lúc mọi nơi, kiểm tra, kiểm soát nguồn tài chính của mình một cách chủ động bằng các phương tiện điện tử như mạng viễn thông, internet, không phải ra giao dịch tại quầy,... làm giảm thiểu việc đi lại, tiết kiệm thời gian của khách hàng, cắt giảm các thủ tục giấy tờ tiết kiệm chi phí quản lý so với phương thức giao dịch truyền thống, chỉ với một bộ phận triển khai có thể đáp ứng nhu cầu của hàng ngàn khách hàng sử dụng BSMS, hàng triệu khách hàng sử dụng thẻ ATM và thẻ tín dụng, chuyển tiền, gửi, rút tiết kiệm, tra vấn thông tin ,... cùng lúc đảm bảo tốc độ thanh toán cho các khoản phải trả nhanh và hiệu quả nhất, từ đó BIDV cũng quản lý được luồng tiền trên tài khoản khách hàng để cân đối nguồn tiền, điều chuyển vốn một cách phù hợp. Tiết kiệm chi phí cho ngân hàng và khách hàng;
- Giá trị tin cậy và khả năng phục vụ khách hàng của BIDV tăng lên đáng kể, nhờ nỗ lực nhằm phát triển 1 kênh phân phối sản phẩm hiện đại, tiên tiến và theo chuẩn mực quốc tế;
- BIDV Sơn Tây cung cấp gói dịch vụ phi tài chính (miễn phí) tạo cơ hội đưa dịch vụ ngân hàng điện tử đến gần khách hàng hơn, dần hình thành thói quen sử dụng sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử, từ đó tăng sự gắn kết giữa ngân hàng - khách hàng.

Tổng phí dịch vụ ngân hàng điện tử mà BIDV Sơn Tây thu được năm 2014 chiếm tỷ lệ khiêm tốn trong tổng thu dịch vụ, nhưng tỷ lệ này tăng dần

qua từng năm. Con số này phản ánh sự nỗ lực của Chi nhánh trong việc đưa ngân hàng điện tử tiếp cận với khách hàng.

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

Các sản phẩm mang tính chất đa dạng, phục vụ cho nhiều đối tượng khách hàng khác nhau, điều này làm tăng khả năng thoả mãn nhu cầu của khách hàng, giúp BIDV Sơn Tây giữ vững nền khách hàng hiện tại và thu hút khách hàng tiềm năng, thúc đẩy bán chéo sản phẩm.

Ngân hàng điện tử giúp BIDV Sơn Tây mở rộng mạng lưới, phạm vi hoạt động trên địa bàn, đặc biệt là các sản phẩm ngân hàng được sử dụng thông qua mạng internet vì đây là kênh phân phối mang tính toàn cầu.

– Nâng cao khả năng cạnh tranh, mở ra tiềm lực cho BIDV Sơn Tây phát triển.

Từ ngân hàng chuyên cấp vốn cho đầu tư xây dựng cơ bản với những dịch vụ ngân hàng mang tính chất truyền thống, BIDV đã mở rộng phạm vi hoạt động sang các lĩnh vực tài chính khác nhằm đáp ứng nhu cầu đòi hỏi ngày càng cao của nền kinh tế.

Sự ra đời của hàng loạt các ngân hàng TMCP với những phương thức kinh doanh và quảng bá hình ảnh đã tạo nên sức ép cạnh tranh rất lớn cho các ngân hàng thuộc sở hữu Nhà nước, trong đó có BIDV. Phát triển đa dạng các sản phẩm, đặc biệt là những sản phẩm điện tử giúp BIDV củng cố vị trí là một trong những ngân hàng hàng đầu Việt Nam hiện nay, ngân hàng điện tử tạo cơ



hội cho BIDV mở rộng mạng lưới, đặc biệt là chiếm lĩnh một số phân khúc thị trường dịch vụ ngân hàng hiện nay.

## **2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân**

### **2.3.2.1. Hạn chế**

*Số lượng các loại hình sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV đa dạng phong phú nhưng tại BIDV Sơn Tây một số sản phẩm chưa được quan tâm phát triển. Tư vấn đến khách hàng chưa thể hiện được tính đa dạng của sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử cho khách hàng chọn lựa, nên danh mục sản phẩm tại chi nhánh còn đơn điệu, số lượng khách hàng sử dụng chưa cao và doanh số và phí dịch vụ mang lại chưa tương xứng với tiềm lực khách hàng của chi nhánh và địa bàn. Trong đó kể đến dịch vụ POS với 2 máy đã lắp đặt từ năm 2013 nhưng gần như không hoạt động, gây lãng phí nguồn lực của Chi nhánh, hay dịch vụ Mobile Banking ra đời từ năm 2012 nhưng đến 2014 số lượng khách hàng sử dụng chỉ có 5 khách hàng, không phát huy được thế mạnh của BIDV Sơn Tây trong cung cấp sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử đến với đông đảo khách hàng,...*

*Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử chiếm tỷ trọng khiêm tốn trong tổng số khách hàng có tài khoản giao dịch tại ngân hàng và chưa tương xứng với tiềm năng tại địa bàn. Chưa cung ứng sản phẩm dịch vụ điện tử mang tính trọn gói đến khách hàng. Con số này thể hiện qua số khách hàng sử dụng dịch vụ e-Banking năm 2014 là 419 khách hàng trong khi đó số lượng thẻ lũy kế đến năm 2014 là 12.600 thẻ, số lượng khách hàng đăng ký BSMS năm 2014 là 7.233 hợp đồng chiếm 38% số khách hàng có tài khoản thanh toán tại BIDV Sơn Tây.*

Với 55 xây dựng và trưởng thành, BIDV Sơn Tây là một trong 2 ngân hàng lâu đời nhất trên địa bàn. Tuy vậy dù dịch vụ ngân hàng điện tử của

BIDV có những bước khởi sắc và bứt phá ngoạn mục ở thị trường trong nước nhưng thị phần dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV Sơn Tây trên địa bàn chưa thực sự tương xứng với khả năng phát triển của mình. Các chỉ tiêu về số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ, doanh số và phí từ dịch vụ ngân hàng điện tử mang lại đã nói lên điều này, đòi hỏi BIDV Sơn Tây cần có chiến lược cụ thể nâng cao vị thế của mình, chiếm lĩnh thị phần và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử- phát huy được hiệu quả, khẳng định uy tín trên thị trường và tạo ra lợi thế cạnh tranh so với các ngân hàng khác.

*Doanh số giao dịch điện tử và phí* do dịch vụ này mang lại tại BIDV Sơn Tây còn thấp chưa tương xứng với quy mô hoạt động của BIDV Sơn Tây và sự phát triển của địa bàn, điều này được lý giải một phần bởi do số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ này ít. Một phần do các hoạt động quảng bá giới thiệu sản phẩm hay chính sách khách hàng chưa phát huy hiệu quả.

Mặc dù đã có nhiều cải tiến nâng cấp các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử nhưng giao diện tác nghiệp của dịch vụ e-Banking vẫn chưa thực sự dễ hiểu, dễ sử dụng cho người dùng, mặc dù khi cần khách hàng có thể gọi điện đến số điện thoại hỗ trợ của nhân viên ngân hàng hay tổng đài chăm sóc khách hàng 24/7 của BIDV nhưng đây cũng là điểm hạn chế của BIDV đòi hỏi cán bộ BIDV phải nắm được và tư vấn, hỗ trợ kịp thời cho khách hàng khi cần .

### **2.3.2.2. Nguyên nhân của những hạn chế**

#### **a. Nguyên nhân chủ quan**

**Định hướng và chiến lược hoạt động:** Giai đoạn 2012-2014 BIDV Sơn Tây trong định hướng và chiến lược hoạt động của mình chưa có được sự quan tâm đúng và đủ về phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, nên sự phát triển của dịch vụ này còn mang tính manh mún, chưa đồng đều. Với tình hình

kinh doanh ngày càng khó khăn, cạnh tranh gay gắt đòi hỏi ngân hàng phải có định hướng và chiến lược hoạt động có tác động đến phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là cần thiết.

**Cơ sở kỹ thuật công nghệ:** Tại BIDV Sơn Tây, hệ thống máy tính đã hết khấu hao, chạy chậm, hay lỗi, đường truyền chưa được nâng cấp, hay bị lỗi, ảnh hưởng đến việc cung cấp sản phẩm dịch vụ đến với khách hàng và kéo dài thời gian giao dịch với khách hàng tạo tâm lý không tốt với khách. Do vậy BIDV Sơn Tây cần phải nâng cấp đường truyền, trang bị cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại đạt tiêu chuẩn để đáp ứng mọi yêu cầu giao dịch điện tử của khách hàng, đảm bảo nhanh - gọn - chính xác.

**Nguồn nhân lực:** BIDV Sơn Tây đội ngũ cán bộ trẻ, nhưng hiểu biết về công nghệ thông tin và dịch vụ ngân hàng điện tử chưa được đồng đều và trình độ ngoại ngữ còn hạn chế, ngoài ra kỹ năng tư vấn bán hàng của cán bộ nhân viên còn nhiều hạn chế, chưa chuyên nghiệp cũng là nguyên nhân chưa đưa dịch vụ ngân hàng điện tử đến với sâu rộng khách hàng.

*b. Nguyên nhân khách quan*

**Môi trường kinh tế:** Kinh tế phát triển, sự giao thoa của các nền kinh tế cùng với sự phát triển của khoa học công nghệ thúc đẩy thương mại điện tử phát triển. Bên cạnh ngân hàng cung ứng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử, các đơn vị cung cấp công cụ thanh toán trực tuyến cũng tham gia vào lĩnh vực này. Viettel với dịch vụ Bankplus nhằm bắt kịp xu hướng bùng nổ của thương mại điện tử tại Việt Nam, là dịch vụ được ưa chuộng và nhiều người sử dụng ở Việt Nam,... đòi hỏi các ngân hàng không ngừng phát triển các dịch vụ ngân hàng điện tử mới đáp ứng nhu cầu của nền kinh tế, và sự phát triển của các hình thức thương mại điện tử,...

**Môi trường pháp lý:** Hạn chế về mặt pháp lý đặt ra không ít khó khăn cho BIDV trong quá trình phát triển e-Banking. Nguyên nhân:

Mặc dù hiện nay, Nhà nước Việt Nam đã ban hành nhiều quy định bảo đảm an toàn và tiện lợi cho khách hàng sử dụng e-Banking nhưng trên thực tế các quy định này chưa được áp dụng triệt để và còn gây ra nhiều bất cập. Mặt khác, trong hệ thống BIDV cũng chưa đặt ra đầy đủ các quy định của riêng mình về lĩnh vực này. Vì vậy, đối với khách hàng nếu có xảy ra tranh chấp thì chứng từ bằng giấy vẫn luôn là chứng từ hùng hồn nhất và có giá trị hơn các chứng từ điện tử. Nhìn chung, giao dịch ngân hàng điện tử còn phụ thuộc nhiều vào chứng từ lưu trữ truyền thống, chưa thể điện tử hoá mọi chứng từ giao dịch. Ngoài ra, việc sử dụng chữ ký điện tử, chứng nhận điện tử chưa được phổ biến rộng rãi và chưa thể hiện được ưu thế so với chữ ký thông thường.

**Nhận thức và nhu cầu sử dụng dịch vụ của khách hàng:** Nhiều khách hàng chưa hiểu lắm về những dịch vụ mới này hoặc chưa quen với làm việc trên mạng nên không thích sử dụng dịch vụ. Hơn nữa, những giao dịch với ngân hàng luôn gắn liền với tài sản, tiền bạc cũng như cơ hội kinh doanh mà đa phần đối tượng khách hàng là doanh nghiệp luôn muốn chắc chắn, an toàn, không mạo hiểm với những cái mới. Bên cạnh đó, khách hàng chưa tin tưởng lắm về độ bí mật của dịch vụ ngân hàng điện tử. Chuyện hacker tấn công trên mạng luôn được các phương tiện thông tin đại chúng nói đến. Họ không thể biết được hệ thống bảo mật của ngân hàng an toàn đến đâu. Vì vậy, trên thực tế họ sẽ không sử dụng nhiều sản phẩm e-Banking để tránh những trục trặc kỹ thuật mà giao dịch truyền thống không gặp phải.

Thu nhập của dân cư trên địa bàn còn thấp, thói quen sử dụng sản phẩm, dịch vụ truyền thống của phần lớn khách hàng. Vì thu nhập chưa cao

nên khách hàng vẫn ưa dùng tiền mặt để thanh toán hơn là sử dụng các hình thức thanh toán hiện đại.

**Hạ tầng công nghệ:** Trình độ công nghệ phục vụ cho các gói sản phẩm ngân hàng điện tử dù đã được nâng cấp nhưng các tính năng còn hạn chế, chưa đáp ứng được nhu cầu phục vụ của khách hàng.

Thứ nhất, giao dịch e-Banking được tích hợp ngày càng nhiều trên hệ thống máy tính, trang thiết bị công nghệ tin học và mạng internet đã cho phép xử lý hiệu quả các giao dịch trực tuyến. Tuy nhiên điều này làm tăng sự phụ thuộc vào thiết kế, cấu trúc liên kết và quy mô hoạt động của hệ thống công nghệ. Quá trình phát triển công nghệ như chi phí xây dựng chương trình, mua phần mềm đòi hỏi một lượng vốn rất lớn nhưng do số lượng khách hàng của BIDV sử dụng chưa nhiều nên chưa mang lại hiệu quả. Do đó, nguồn vốn để nâng cấp chương trình, đầu tư cho hệ thống bảo mật sẽ bị hạn chế. Hiện tượng nghẽn đường truyền hay mạng bị trục trặc vẫn xảy ra làm ảnh hưởng đến lợi ích của khách hàng và của cả ngân hàng.

Các ngân hàng chưa có sự đồng bộ về công nghệ, chưa có sự hợp tác toàn diện trên nhiều lĩnh vực. Mặt khác các ngân hàng TMCP ở Việt Nam vẫn đang trong giai đoạn đầu triển khai các dịch vụ ngân hàng điện tử nên chỉ cung cấp cho khách hàng những gì mình có mà chưa thực sự quan tâm tới phát triển các dịch vụ theo chiều sâu.

**Mức độ cạnh tranh giữa các chi nhánh ngân hàng trên địa bàn:** Địa bàn thị xã Sơn Tây tuy nhỏ nhưng hiện tại trên địa bàn có NHTM: BIDV, Agribank, VietinBank, MHB (tháng 5 năm 2015 MHB sáp nhập vào BIDV) và Ngân hàng TMCP Maritime Bank, MB, Techcombank, Đông Á,... và các tổ chức tín dụng khác nên sự cạnh tranh ngày càng quyết liệt.

## TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Chương 2 đã khắc họa bức tranh toàn cảnh về hoạt động cung ứng dịch vụ Ngân hàng điện tử tại BIDV Sơn Tây. Với kết quả đạt được trong thời gian qua, BIDV Sơn Tây đang từng bước chiếm lĩnh thị trường ngân hàng điện tử và thu được những thành công đáng kể, phấn đấu trở thành một trong những ngân hàng đi đầu về dịch vụ ngân hàng điện tử tại địa bàn. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, BIDV Sơn Tây vẫn còn gặp những khó khăn nhất định khi phát triển dịch vụ này. Việc phân tích những hạn chế và nguyên nhân trong chương 2 sẽ là nền tảng cho các giải pháp cụ thể, khả thi ở chương 3 nhằm giúp BIDV Sơn Tây hoàn thiện trong việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, chiếm lĩnh thị trường và tạo lợi thế cạnh tranh, hội nhập vào xu thế chung của thời đại.

## **CHƯƠNG 3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV SƠN TÂY**

### **3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV SƠN TÂY**

Giai đoạn 2015-2020, dự báo tình hình kinh tế xã hội trong nước và trên địa bàn tiếp tục có những diễn biến khó khăn, thuận lợi đan xen. Thách thức với ngành ngân hàng nói chung và BIDV Sơn Tây nói riêng còn rất lớn do tiềm ẩn rủi ro của nền kinh tế còn rất lớn, địa bàn còn khó khăn nhưng tính cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng khốc liệt do sẽ có thêm nhiều ngân hàng mở thêm phòng giao dịch trên địa bàn, thị phần bị chia sẻ.

Trên cơ sở đánh giá kết quả hoạt động dịch vụ nói chung và dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV Sơn Tây, những tồn tại và hạn chế, nguyên nhân, bài học kinh nghiệm; để không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh, nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, thực hiện mục tiêu phát triển bền vững, BIDV Sơn Tây xây dựng định hướng phát triển dịch vụ giai đoạn 2015-2020 như sau:

#### **3.1.1. Định hướng chung**

- Phát huy lợi thế kinh doanh, để phát triển nền khách hàng ổn định, phát triển hoạt động ngân hàng bán lẻ nhất là phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, phấn đấu là ngân hàng dẫn đầu trên địa bàn trú đóng về dư nợ tín dụng, huy động vốn và dịch vụ bán lẻ;
- Nâng cao, đổi mới trong công tác quản trị điều hành, quản trị rủi ro để đưa Chi nhánh phát triển bền vững;
- Tạo môi trường làm việc chuyên nghiệp thân thiện, cơ hội phát triển nghề nghiệp và lợi ích xứng đáng cho mọi nhân viên.

### **3.1.2. Mục tiêu, nhiệm vụ cụ thể**

- Tạo bước chuyển đột phá trong phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV, nâng tỷ trọng thu từ dịch vụ ngân hàng điện tử trong tổng thu dịch vụ;
- Đẩy mạnh kinh doanh các dịch vụ truyền thống như dịch vụ thẻ ghi nợ trong nước và quốc tế, dịch vụ Internet Banking, Mobile Banking. Phần đầu đến 2020, chiếm được thị phần lớn nhất trên địa bàn hoạt động về các sản phẩm dịch vụ bán lẻ như: thẻ, POS, dịch vụ Internet Banking,... để BIDV Sơn Tây trở thành ngân hàng số 1 trên địa bàn;
- Tạo lập một nền khách hàng bền vững, mở rộng, duy trì mối quan hệ tốt với đối tượng khách hàng doanh nghiệp, kinh doanh hiệu quả;
- Phát triển mạnh dịch vụ ngân hàng bán lẻ hướng tới nhóm khách hàng mục tiêu là cá nhân với việc tập trung phát triển dịch vụ: tiết kiệm tích lũy, chuyển tiền kiều hối, phát hành và thanh toán các loại thẻ: thẻ quốc tế VISA, Master Card, thẻ ATM, ..; mở rộng mạng lưới ATM, chấp nhận thanh toán POS/EDC;
- Phát triển đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, đặc biệt là dịch vụ ngân hàng hiện đại, từng bước kinh doanh dịch vụ ngân hàng điện tử mới;
- Phát triển các kênh phân phối ngân hàng hiện đại như e-Banking, Mobile Banking, Homebanking,...

## **3.2. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI BIDV SƠN TÂY**

### **3.2.1. Xây dựng định hướng và chiến lược hoạt động**

Theo hướng đa dạng hóa sản phẩm và phát triển sản phẩm mới như dịch vụ ngân hàng điện tử. Đổi mới trong nhận thức, điều hành và phong cách



làm việc của toàn bộ cán bộ nhân viên Chi nhánh. Mỗi cán bộ là một người bán hàng cung cấp sản phẩm dịch vụ tốt nhất đến với khách hàng. Phân giao kế hoạch phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử đến phòng tổ nghiệp vụ từ đó phân giao đến từng cá nhân.

Các phòng ban, chi nhánh xác định đặc điểm từng nhóm khách hàng: lứa tuổi, giới tính, ngành nghề,... nhóm khách hàng trọng tâm từ đó lựa chọn sản phẩm cung cấp phù hợp.

Ngoài ra các phòng phải xây dựng định hướng và chiến lược hoạt động cụ thể của mình trên cơ sở chỉ tiêu phân giao của chi nhánh và sự phân tích dự đoán diễn biến thị trường.

Đẩy mạnh việc marketing, quảng bá sản phẩm, cung ứng đa dạng sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử đến với khách hàng.

#### – **Mở rộng kênh phân phối**

Tăng số lượng lắp đặt các máy ATM, POS tại các trung tâm thương mại, du lịch, trung tâm điện máy, đại lý vé máy bay,...

Chú trọng phát triển thẻ đặc biệt là thẻ tín dụng quốc tế, phát triển nhiều hơn nữa tiện ích của thẻ ATM, triển khai ATM - POS. BIDV Sơn Tây dự kiến trong năm 2015 sẽ lắp đặt 40 máy POS trên địa bàn Sơn Tây, Ba Vì, Phúc Thọ,... tạo đà khuyến khích phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trên địa bàn và tạo thói quen không dùng tiền mặt trong bộ phận dân cư và tăng khả năng cạnh tranh, nhận diện thương hiệu của BIDV.

Tăng cường các điểm giao dịch mới: thực hiện liên kết với các công ty bảo hiểm, đại lý mua bán ô tô, hệ thống siêu thị, các khu vui chơi, giải trí, các điểm du lịch,... để chính những nhân viên của các công ty này là nhà phân phối sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử.

Xác định nhóm khách hàng mục tiêu tương ứng với từng thời kỳ.

– **Giải pháp đa dạng hóa chủng loại dịch vụ**

*Hoàn thiện các sản phẩm hiện có và cung cấp thêm những tiện ích mới.*

Đối với nhóm sản phẩm thẻ: hoàn thiện sản phẩm hiện có về hình thức lẫn nội dung, tạo mẫu mã đẹp mắt, tăng tính hấp dẫn để duy trì và phát triển khách hàng sử dụng thẻ.

Đối với nhóm sản phẩm ngân hàng điện tử: hoàn thiện thêm những tiện ích của những sản phẩm đã được triển khai và cung cấp thêm những sản phẩm mới, giao diện cần thân thiện hơn với người sử dụng, tăng tính hoạt động ổn định của sản phẩm,...

– **Đảm bảo tính cạnh tranh về giá**

Thực hiện các cuộc khảo sát giá dịch vụ ngân hàng điện tử ở địa bàn nhằm điều chỉnh lại chính sách phí cho phù hợp và hấp dẫn.

Phát huy tính linh hoạt của chính sách giá như thay vì chỉ tính theo từng giao dịch có thể mở rộng cách tính phí trọn gói theo tháng, quý năm với những nhóm khách hàng phù hợp, áp dụng mức phí ưu đãi đối với khách hàng VIP.

### **3.2.2. Cơ sở kỹ thuật công nghệ**

Đổi mới, nâng cấp, bổ sung cơ sở vật chất, đầu tư đồng bộ trang thiết bị công nghệ hiện đại, máy tính,... đảm bảo rút ngắn thời gian cung cấp các dịch vụ ngân hàng điện tử đến khách hàng, nâng cấp đường truyền đảm bảo chạy tốt, nhanh, tốc độ ổn định.

Bên cạnh đó BIDV Sơn Tây thường xuyên bảo dưỡng các cây ATM, trang thiết bị máy móc đảm bảo hoạt động tốt hạn chế tối đa lỗi do máy móc gây ra.

### 3.2.3. Nguồn nhân lực

- Bên cạnh việc tăng cường số lượng, để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cần tăng cường công tác đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng tư vấn bán hàng; đảm bảo cán bộ đáp ứng được yêu cầu với chất lượng và đòi hỏi cao của công việc, đủ sức cạnh tranh với các ngân hàng hàng đầu tại Việt Nam và các ngân hàng nước ngoài hoạt động tại Việt Nam;
- Việc đào tạo và tái đào tạo được thực hiện liên tục, kịp thời, các cán bộ có thể tham gia các khoá học tập trung hoặc tại chỗ. Ngoài các khoá học nội bộ trong hệ thống, BIDV Sơn Tây cũng cần tạo điều kiện cho các cán bộ tham gia các khoá học đào tạo do các đơn vị bên ngoài tổ chức. Đây cũng là cơ hội để các cán bộ BIDV Sơn Tây tiếp cận, tìm hiểu các ngân hàng bạn và cập nhật các sản phẩm ngân hàng hiện đại, công nghệ mới, tiến bộ khoa học kỹ thuật, nhanh chóng ứng dụng và phát triển trong hệ thống của mình;
- Cần thành lập riêng một tổ công tác làm nhiệm vụ hướng dẫn và đăng ký cho khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử. Thành viên của tổ công tác này cần là người am hiểu và nhanh nhạy trong lĩnh vực ngân hàng điện tử.
- Nhân viên cần chủ động tư vấn dịch vụ ngân hàng điện tử với khách hàng. Qua số liệu thống kê cũng cho thấy, việc nhân viên Ngân hàng tư vấn sản phẩm chiếm tỷ lệ khá cao đến quyết định sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của khách hàng. Vì vậy, kèm với việc khi khách hàng mở tài khoản thanh toán tại BIDV, nhân viên cần chủ động, nhiệt tình tư vấn và phát các tờ rơi để khách hàng có thể biết đến các tiện ích gia tăng của dịch vụ ngân hàng điện tử. Chẳng hạn như việc giới thiệu về

số tổng đài 24/7 của Contact Center để khách hàng có thể gọi bất cứ khi nào cần hoặc nhân viên cũng có thể chủ động giới thiệu và đăng ký cho khách hàng sử dụng thử dịch vụ Mobile Banking, e-Banking cung cấp mã số truy cập và mật khẩu để khách hàng có thể truy cập vào e-Banking, đến tận các công ty, doanh nghiệp để giới thiệu về dịch vụ e-Banking của BIDV... Từ sự nhiệt tình giới thiệu, tư vấn tiện ích của các dịch vụ, khách hàng có thể hiểu biết và bắt đầu tiếp cận với các dịch vụ ngân hàng điện tử, kích thích sự tìm hiểu và sử dụng của khách hàng và từ đó khách hàng có thể giới thiệu đến các bạn bè, đồng nghiệp, người thân,...

### **3.2.4. Giải pháp khác.**

Với đặc thù văn hóa tiêu dùng và thói quen sử dụng tiền mặt như hiện nay, công tác tuyên truyền, quảng bá, tiếp thị để người dân biết, làm quen, thấy được lợi ích thực sự và chấp nhận các dịch vụ tài chính - ngân hàng là rất quan trọng. BIDV Sơn Tây cần làm cho khách hàng hiểu được dịch vụ ngân hàng điện tử là gì, nó mang đến cho họ những tiện ích gì hơn hẳn so với dịch vụ truyền thống mà lâu nay họ vẫn sử dụng

#### ***3.2.4.1. Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử***

##### ***– Nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.***

Khi khách hàng tìm đến với ngân hàng là họ đã đặt ra cho ngân hàng kỳ vọng nhất định. Kỳ vọng đó có thể hình thành từ nhu cầu cá nhân và từ chính trải nghiệm trong quá khứ của khách hàng hoặc do truyền miệng (người này nói lại với người kia). Ngân hàng không thể thay đổi kỳ vọng của khách hàng mà chỉ có thể đáp ứng được kỳ vọng đó hay không thôi. Vì vậy, để thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ, ngoài việc cung cấp nhiều loại hình sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử còn phải chú trọng vào việc nâng cao chất lượng phục vụ nhằm thỏa mãn

được yêu cầu của khách hàng về chất lượng dịch vụ. Trước thực tiễn đó, BIDV cần tích cực nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử thông qua các hình thức như: đơn giản hóa dịch vụ, nâng cao khả năng đáp ứng nhu cầu cho khách hàng, gia tăng độ tin cậy cho dịch vụ... Có như vậy khách hàng mới có lòng tin vào chất lượng dịch vụ của ngân hàng và yên tâm sử dụng dịch vụ.

BIDV xây dựng tiêu chuẩn về dịch vụ khách hàng, đặt ra những chuẩn mực chung đối với nhân viên giao dịch, thống nhất phong cách và không gian làm việc, có chính sách thưởng phạt rõ ràng. Đảm bảo thời gian giao dịch ngắn nhất, thái độ phục vụ tốt nhất - Có hòm phiếu đánh giá của khách hàng dành cho cán bộ ngân hàng tại từng quầy giao dịch.

BIDV có thể phân nhóm khách hàng như khách hàng tiền gửi - khách hàng tiền vay, khách hàng quan trọng – khách hàng thông thường... để có chính sách ưu đãi và ứng xử phù hợp nhất.

Bên cạnh đó cần bố trí đội ngũ cán bộ chuyên trách tiếp thu ý kiến phản hồi, giải quyết khiếu nại, thắc mắc của khách thông qua điện thoại, email hay trực tiếp tại quầy giao dịch. Từ đó nắm bắt được những góp ý và nhu cầu của khách hàng để có điều chỉnh hợp lý. Riêng đối với dịch vụ ngân hàng điện tử, khách hàng giao dịch qua điện thoại và internet, do đó phải thường xuyên bố trí cán bộ trực điện thoại, kiểm tra email để nhận thông tin và xử lý sớm nhất cho khách hàng.

Phổ biến đến khách hàng số điện thoại tổng đài 24/7 của BIDV 19009247 để kịp thời giải đáp thắc mắc, hỗ trợ khách hàng khi cần.

#### – ***Chú trọng công tác chăm sóc khách hàng***

Công tác chăm sóc khách hàng cũng là một vấn đề quan tâm khi muốn phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử. Công tác chăm sóc khách hàng được thực hiện theo nguyên tắc duy trì chất lượng chăm sóc khách hàng tốt đối với khách hàng phổ thông và duy trì chất lượng chăm sóc khách hàng vượt trội

đôi với khách hàng quan trọng, thân thiết. BIDV có thể chăm sóc khách hàng bằng một số giải pháp cụ thể như:

Đáp ứng nhu cầu thông tin của khách hàng mọi lúc, mọi nơi thông qua các kênh như Contact center, Internet...

Tăng cường công tác hỗ trợ khách hàng qua các kênh phục vụ như hotline miễn phí cuộc gọi đến, cảm nang giao dịch thuận tiện, thường xuyên kiểm tra bảo dưỡng máy móc và cung cấp các công cụ hỗ trợ mới.

Xác định rõ ràng tiêu chí cạnh tranh nhằm tạo sự khác biệt với các đối thủ trên cơ sở phát huy tối đa điểm mạnh của BIDV như các khách hàng có quan hệ lâu dài và hợp tác toàn diện, tập trung vào chất lượng dịch vụ trong đó trọng tâm vào công tác chăm sóc và tạo dựng quan hệ mật thiết với khách hàng như duy trì các hoạt động thăm hỏi, tặng quà vào dịp Lễ Tết, thường xuyên thăm dò tiếp thu ý kiến khách hàng, xử lý các khiếu nại nhanh chóng và hiệu quả...

Tăng cường tương tác, liên lạc với khách hàng thông qua các hình thức gửi thông tin định kỳ như bản tin, phiếu khảo sát chất lượng dịch vụ...

– ***Tăng cường hoạt động quản lý rủi ro***

Đối với khách hàng và ngân hàng, mối lo ngại lớn nhất khi sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử là gặp phải những rủi ro rò rỉ thông tin dẫn đến thiệt hại, tổn thất. Để hạn chế rủi ro, dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV phải đáp ứng và thỏa mãn yêu cầu ngày càng cao của khách hàng với mục tiêu phòng ngừa, phát hiện và khắc phục kịp thời các rủi ro phát sinh. Muốn vậy, ngoài đầu tư phát triển công nghệ, xây dựng chiến lược phát triển sản phẩm, dịch vụ, BIDV cần phải xây dựng chiến lược quản trị rủi ro đúng đắn để bảo đảm sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của mình.

***Thứ nhất***, BIDV hoàn thiện cơ cấu văn bản chế độ liên quan đến việc cung cấp, hướng dẫn sử dụng và kiểm soát dịch vụ ngân hàng điện tử. Đây là

yêu cầu đầu tiên trong việc quản trị rủi ro đối với dịch vụ này. Để làm được điều này, BIDV cần có những nghiên cứu cụ thể, triển khai và khắc phục sai sót, tháo gỡ khó khăn vướng mắc trong quá trình triển khai dịch vụ.

**Thứ hai**, cần cung cấp đầy đủ, rõ ràng thông tin các điều kiện, quy định đối với khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử. Ngân hàng cần tạo cho khách hàng tâm lý thoải mái khi muốn trao đổi thông tin, giúp cho khách hàng bảo vệ thông tin dữ liệu của mình và được phục vụ liên tục qua các kênh phân phối điện tử. Do đó, BIDV cần cung cấp đầy đủ các thông tin cần thiết để khách hàng tham khảo và đánh giá trước khi đăng ký sử dụng dịch vụ. Các thông tin này có thể đăng trên trang website chính thức của ngân hàng hoặc thông qua tờ rơi, quảng cáo khác. Bên cạnh đó, BIDV cũng đưa ra điều kiện chặt chẽ đối với khách hàng khi đăng ký nhằm giảm thiểu rủi ro pháp lý, uy tín của ngân hàng. Để làm điều này cần giới thiệu cụ thể các dịch vụ đang cung ứng, hướng dẫn sử dụng, điều khoản tham gia, phí dịch vụ, các thông tin liên quan đến bồi thường, bảo hiểm tiền gửi, mức độ bồi thường theo yêu cầu...

**Thứ ba**, BIDV cần xây dựng kế hoạch dự phòng nhằm bảo đảm hoạt động của dịch vụ ngân hàng điện tử: Phân tích, đánh giá tình hình hoạt động của dịch vụ ngân hàng điện tử thông qua lượng khách hàng hiện tại và dự kiến tỉ lệ tăng trưởng trong tương lai, qua đó đưa ra kế hoạch đầu tư thích hợp nhằm ổn định hoạt động và nâng cao hiệu quả của hệ thống ngân hàng điện tử; Thường xuyên kiểm tra hoạt động của hệ thống ngân hàng điện tử để tìm ra và giải quyết kịp thời các sai sót nếu có khi xử lý giao dịch, bảo đảm cho hệ thống ngân hàng điện tử được vận hành thông suốt, cập nhật công nghệ theo kịp xu hướng phát triển của khoa học công nghệ cũng như môi trường pháp lý kinh tế nhằm thúc đẩy dịch vụ ngân hàng điện tử phát triển tốt hơn.

*Thứ tư*, cần xác định rõ trách nhiệm của từng bộ phận trong hoạt động kinh doanh dịch vụ ngân hàng điện tử. Đây là biện pháp kiểm soát nội bộ cơ bản được thiết kế nhằm giảm thiểu rủi ro gian lận trong tiến trình hoạt động và hệ thống cũng như đảm bảo rằng các giao dịch điện tử được xác nhận, lưu hồ sơ và bảo vệ một cách phù hợp. Việc xác định rõ trách nhiệm của từng bộ phận là quan trọng nhằm đảm bảo tính chính xác và toàn vẹn của dữ liệu và được sử dụng ngăn ngừa các hành vi gian lận. Nếu nhiệm vụ đã được phân công phù hợp thì gian lận chỉ có thể xảy ra khi có sự câu kết thông đồng giữa các bên. Do đó, để làm được điều này cần đánh giá lại và áp dụng các biện pháp kiểm soát truyền thống để duy trì sự phân công trách nhiệm để đảm bảo duy trì mức độ kiểm soát phù hợp. Vì các cơ sở dữ liệu có mức độ bảo mật kém sẽ dễ dàng bị truy cập hơn từ các hệ thống nội bộ và bên ngoài nên ngân hàng cần phải có thủ tục nhận dạng và cấp phép chặt chẽ, an toàn và kiến trúc hiệu quả đối với các qui trình xử lý thẳng theo luồng và có các tập tin lưu giữ bằng chứng phục vụ kiểm tra độc lập. BIDV có thể xác định và duy trì trách nhiệm của từng bộ phận qua những hình thức như:

Duy trì sự tách biệt giữa các bộ phận sử dụng dữ liệu về nội dung website và bộ phận chịu trách nhiệm xác thực tính vẹn toàn của dữ liệu.

Thử nghiệm các hệ thống ngân hàng điện tử nhằm đảm bảo không thể bỏ qua công tác phân công nhiệm vụ cho từng bộ phận.

Duy trì việc phân công nhiệm vụ và xác định rõ trách nhiệm giữa hệ thống phát triển và quản lý trong kinh doanh dịch vụ ngân hàng điện tử.

Bên cạnh đó, việc cung cấp đầy đủ thông tin và hướng dẫn để bản thân khách hàng có ý thức bảo vệ thông tin của bản thân cũng rất quan trọng. Thực tế, những sơ xuất của khách hàng do thiếu hiểu biết đã dẫn đến những rủi ro đáng tiếc. Khách hàng dường như phó mặc cho ngân hàng và không nghĩ rằng mình cũng phải có trách nhiệm tự bảo vệ. Ví dụ như một người để cho người



thân của mình biết mã số bí mật và sử dụng thẻ tín dụng của mình một vài lần hay khi khách hàng đánh mất thiết bị bảo mật token... Điều này rất dễ dẫn đến rủi ro cho khách hàng và ngân hàng khi có gian lận, tranh chấp. Vì vậy, BIDV cần hướng dẫn cho khách hàng để nắm bắt được nhằm hạn chế rủi ro. Ngân hàng có thể giáo dục hoặc cảnh báo nguy cơ cho khách hàng bằng các thông báo in trên bản sao kê tài khoản, thư, đơn đăng ký dịch vụ... và luôn nhắc nhở khách hàng tuân theo các quy định đảm bảo an toàn mọi lúc, mọi nơi.

### **3.2.4.2. Hoàn thiện chính sách Marketing**

#### **– Xây dựng và hoàn thiện mạng lưới phân phối**

Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế, việc cạnh tranh trên thị trường ngân hàng ngày càng gay gắt, phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử được xác định là một định hướng chiến lược quan trọng của các NHTM Việt Nam nói chung và BIDV nói riêng. Việc phát triển các kênh phân phối là một trong những giải pháp tiên quyết, đòi hỏi BIDV phải tích cực phát triển mạng lưới các kênh phân phối hiện đại, đồng thời tăng cường quản lý các kênh phân phối nhằm tối đa hóa vai trò của các kênh phân phối một cách hiệu quả, đáp ứng yêu cầu giao dịch ở mọi lúc, mọi nơi.

Để phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử thì cần hoàn thiện hệ thống mạng lưới phân phối ngân hàng điện tử về cả số lượng và chất lượng bằng các biện pháp như:

BIDV cần quan tâm phát triển mạng lưới ATM/POS song song với việc chú trọng đầu tư nâng cao chất lượng hệ thống ATM/POS nhằm khắc phục tình trạng nghẽn mạch, hết tiền vào những lúc cao điểm hay nạn trộm tiền ở ATM. Mạng lưới ATM và POS của BIDV hiện nay đang chiếm thị phần thấp so với nhiều ngân hàng. Vì vậy, cần tăng cường hiệu quả và khả năng tự phục vụ của hệ thống ATM nhằm cung cấp nhiều loại hình dịch vụ khác nhau với chi phí rẻ hơn, nâng cấp hệ thống ATM thành những “ngân hàng thu nhỏ” trải

đều khắp trên địa bàn. Đồng thời, cần phát triển mạng lưới POS, tăng cường liên kết với các ngân hàng để nâng cao hiệu quả và mở rộng khả năng sử dụng thẻ, hệ thống ATM và POS. Bất cứ rắc rối nào xảy ra khi sử dụng dịch vụ đều khiến khách hàng cảm thấy khó chịu và không hài lòng với chất lượng dịch vụ của ngân hàng. Khi đó, họ sẽ có tâm lý chuyển sang sử dụng dịch vụ của các ngân hàng khác có hệ thống ATM/POS tốt hơn. Do vậy, BIDV nên tiếp tục đầu tư cả về chất và lượng hệ thống ATM/POS nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Đầu tư phát triển mạng lưới ATM rộng khắp tại các vùng kinh tế trọng điểm để chiếm lĩnh các địa bàn quan trọng đảm bảo theo chân khách hàng trên toàn quốc và củng cố mạng lưới ATM của BIDV. Phát triển mạng lưới POS đảm bảo phủ kín và bám sát chủ thẻ của BIDV, trong đó lấy những khu vực có tiềm năng như các tỉnh thành lớn, các tỉnh trọng điểm du lịch làm điểm nhấn.

Mở rộng các kênh phân phối qua các đại lý như đại lý phát hành thẻ ATM, đại lý thanh toán, đại lý chấp nhận thẻ...

Hoàn thiện và duy trì thường xuyên cơ chế động lực khuyến khích cán bộ chi nhánh, gắn công tác phát triển mạng lưới kinh doanh ngân hàng điện tử với quyền lợi của từng cán bộ tại chi nhánh.

Để làm được điều này thì BIDV cần có nguồn tài chính đủ mạnh cho đầu tư phát triển hạ tầng công nghệ. Mà nguồn tài chính chủ yếu phục vụ đầu tư là từ lợi nhuận từ kinh doanh các dịch vụ ngân hàng chính. Do đó, BIDV cần có những giải pháp chiến lược nhằm tăng lợi nhuận từ các hoạt động kinh doanh của ngân hàng để từ đó có nguồn vốn tiếp tục đầu tư cho các dịch vụ ngân hàng truyền thống và đẩy mạnh đầu tư cho dịch vụ ngân hàng hiện đại. Thêm vào đó là tích cực tìm hiểu, nghiên cứu các cơ chế động viên khuyến khích cán bộ, tăng cường các công tác đoàn thể để cán bộ gắn bó hơn với cơ

quan. Từ đó mỗi cán bộ sẽ nhận thức được vai trò của mình trong việc phát triển hệ thống chung.

– ***Tăng cường hoạt động truyền thông***

Hoạt động này có ý nghĩa quan trọng đối với các ngân hàng thương mại. Hoạt động marketing không chỉ đơn thuần là thực hiện công việc quảng cáo, giới thiệu sản phẩm mà còn bao hàm một loạt các khâu khác như: nghiên cứu, phân đoạn thị trường, phát hiện kịp thời nhu cầu thị trường, tìm ra sản phẩm mới để đáp ứng nhu cầu. Đây là các hoạt động không thể thiếu của một ngân hàng hiện đại. Nó được xem là công cụ hữu hiệu không thể thiếu nhằm giúp các ngân hàng có thể cung cấp thông tin về bản thân ngân hàng, về các loại hình sản phẩm dịch vụ mới nhằm giúp phục vụ tốt hơn nữa nhu cầu của khách hàng. Ở Việt Nam, phần lớn người dân vẫn ưa thích và có thói quen sử dụng tiền mặt vì cho rằng sử dụng tiền mặt là thuận tiện nhất khi tiêu dùng. Vì thế, việc tăng cường truyền thông, giới thiệu, quảng bá dịch vụ ngân hàng điện tử và các lợi ích mà nó mang lại là việc vô cùng quan trọng.

BIDV cần truyền thông tới khách hàng để khách hàng hiểu được dịch vụ ngân hàng điện tử là gì, nó mang đến cho khách hàng lợi ích gì hơn hẳn so với dịch vụ truyền thống mà lâu nay khách hàng vẫn sử dụng. Do vậy, BIDV cần tăng cường hoạt động truyền thông và marketing sản phẩm cũng như xây dựng nhiều chiến lược marketing dịch vụ ngân hàng điện tử hiệu quả hơn nữa. Có thể tăng cường truyền thông dịch vụ thông qua các hình thức như:

Đầu tư quảng cáo thông qua các phương tiện truyền thông: Các phương tiện truyền thông luôn là kênh quảng bá sản phẩm, dịch vụ hữu hiệu nhất. Thông qua kênh này mà nhiều người chưa từng đến BIDV hay sử dụng bất kì sản phẩm dịch vụ nào của BIDV cũng sẽ biết đến BIDV và các sản phẩm dịch vụ hiện đại, tiện ích mà BIDV đang cung cấp, nhờ đó sẽ thu hút khách hàng quan tâm đến việc đăng ký và sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

Tăng cường tổ chức các buổi hội thảo, hội nghị khách hàng: BIDV nên tổ chức hội thảo, hội nghị khách hàng hàng kỳ và thường xuyên hơn để nhận các phản hồi từ phía khách hàng và xin ý kiến góp ý để khắc phục các hạn chế, đưa ra các kế hoạch phát triển các sản phẩm, dịch vụ mới tiện ích hơn, phục vụ tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Đồng thời thông qua các buổi hội thảo, hội nghị này ngân hàng có thể thu hút thêm khách hàng mới, giới thiệu đến các khách hàng mới các dịch vụ ngân hàng điện tử mình đang cung cấp và hướng dẫn khách hàng sử dụng sản phẩm của ngân hàng mình.

Hoàn thiện website của ngân hàng: Trước xu thế phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử, tất cả các ngân hàng sẽ tiết kiệm được rất nhiều công sức và chi phí nếu có một website đủ tầm để tập hợp và tổng hợp các thông tin, cơ sở dữ liệu về thị trường tài chính, quảng bá các công nghệ mới, sản phẩm mới. BIDV nên hoàn thiện website hơn nữa, sao cho dễ sử dụng, thông tin chặt chẽ, phong phú, đầy đủ và được cập nhật liên tục, từ ngữ rõ ràng để giúp khách hàng nắm bắt được các thông tin cần thiết. Như vậy, website của BIDV sẽ thực sự là kênh thông tin, liên lạc hiệu quả cũng như góp phần phát triển thương hiệu, thúc đẩy hoạt động marketing dịch vụ ngân hàng điện tử hay các sản phẩm, dịch vụ khác của ngân hàng

Tăng cường dịch vụ tư vấn ngân hàng điện tử và hỗ trợ dịch vụ: Dịch vụ tư vấn và hỗ trợ đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử. Khi khách hàng tìm đến với BIDV, nhân viên ngân hàng chủ động, nhiệt tình tư vấn và phát các tờ rơi để khách hàng có thể biết đến dịch vụ ngân hàng điện tử và các tiện ích của nó. Nhờ đó, khách hàng biết đến và bắt đầu tiếp cận với các dịch vụ ngân hàng điện tử và khi đã hài lòng với dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV, khách hàng có thể sẽ giới thiệu đến bạn bè, đồng nghiệp, người thân... cùng sử dụng dịch vụ.

Tiếp tục tổ chức các chương trình khuyến mãi hấp dẫn: Các chương trình khuyến mãi luôn hấp dẫn các khách hàng do đó BIDV nên tiếp tục đưa ra thêm nhiều chương trình khuyến mãi để khuyến khích khách hàng tìm hiểu và sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử.

Để thực hiện được các biện pháp về marketing thì trước hết hoạt động marketing phải có kế hoạch tổng thể, có lộ trình rõ ràng gắn liền với lộ trình phát triển sản phẩm, đảm bảo thống nhất với kế hoạch truyền thông chung của thương hiệu BIDV và hoạt động ngân hàng bán lẻ, tổ chức triển khai các chương trình truyền thông theo kế hoạch, đảm bảo tính xuyên suốt, liên tục có tính nhắc lại. Bên cạnh đó, BIDV nên lựa chọn các phương thức truyền thông phù hợp với mỗi loại sản phẩm ngân hàng điện tử. Từ việc đẩy mạnh truyền thông và marketing sẽ làm nhiều khách hàng tìm đến với sản phẩm của BIDV, nhờ đó mà phát triển dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ ngân hàng điện tử nói riêng.

### **3.3. KIẾN NGHỊ**

Để dịch vụ ngân hàng điện tử thực sự đi vào đời sống và phát huy được toàn diện những ưu thế cũng như những lợi ích của nó, song song với những giải pháp từ phía nhà cung cấp BIDV Sơn Tây, cần có sự đầu tư, sự quan tâm đúng đắn của các cấp quản lý và ngân hàng BIDV Việt Nam.

#### **3.3.1. Một số kiến nghị đối với Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước nhằm xây dựng và triển khai cơ chế chính sách**

##### **3.3.1.1. Môi trường kinh tế**

Vai trò của Chính phủ là rất quan trọng trong việc phát triển kinh tế, tạo ra sự ổn định trong môi trường kinh tế, chính trị từ đó tạo đà cho sự phát triển kinh tế, đời sống của người dân mới được nâng cao, mới có điều kiện tiếp xúc với dịch vụ ngân hàng điện tử. Kinh tế xã hội có phát triển ổn định, nhu cầu

của người dân càng tăng thì ngân hàng mới có điều kiện mở rộng đối tượng phục vụ của mình.

### ***3.3.1.2. Xây dựng và hoàn thiện khung pháp lý đối với các dịch vụ ngân hàng điện tử***

Nhà nước cần phải hỗ trợ các ngân hàng trong việc phát triển các dịch vụ ngân hàng điện tử với việc xây dựng và hoàn thiện khung pháp lý đồng bộ, hoàn chỉnh, thể hiện sự tôn trọng tính độc lập đồng thời cũng phát huy được thế mạnh của từng ngân hàng. Nhà nước phải nghiên cứu và sớm ban hành các văn bản điều chỉnh đối với các dịch vụ ngân hàng mới, đồng thời cho phép các ngân hàng Việt Nam nhanh chóng triển khai thí điểm, chuẩn bị tốt nhất cho các ngân hàng Việt Nam trong quá trình hội nhập, xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật, các luật và nghị định nhằm quản lý tiến trình kinh doanh trên mạng, là căn cứ để giải quyết tranh chấp, xây dựng chuẩn chung và cơ sở pháp lý cho văn bản điện tử, chữ ký điện tử và chứng nhận điện tử. Chỉ có một hệ thống pháp luật đồng bộ mới giúp hoạt động của các dịch vụ ngân hàng điện tử đi vào nề nếp, có định hướng.

Để phát triển thanh toán điện tử và dịch vụ ngân hàng điện tử, Nhà nước phải có quy định thừa nhận đối với việc chuyển tải dữ liệu điện tử theo cách thức phi chứng từ. Nhiều loại phương tiện thanh toán điện tử hiện nay vẫn phải hoàn tất các báo cáo giao dịch bằng giấy tờ. Để phát triển thanh toán điện tử, Nhà nước cần phải cho phép thay thế các giấy tờ bằng các phương tiện điện tử dưới dạng phi vật chất. Để tạo điều kiện cho các chứng từ điện tử đi vào cuộc sống, cần xây dựng hệ thống các tổ chức, cơ quan quản lý, cung cấp, công chứng chữ ký điện tử và chứng nhận điện tử, 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.

Luật Giao dịch điện tử ra đời có thể xem là một nền tảng ban đầu nhằm khẳng định tính pháp lý của các dữ liệu điện tử và được chờ đợi mang tới các cơ hội phi vật chất hóa các giao dịch thanh toán ngân hàng trong tương lai. Nhà nước cũng cần sớm sửa đổi Pháp lệnh kế toán thống kê, bổ sung những quy định mới về lập chứng từ kế toán phù hợp với các dịch vụ ngân hàng điện tử thực hiện bằng công nghệ hiện đại.

Chế độ hạch toán kế toán cũng cần phải sửa đổi, bổ sung để phù hợp với thông lệ quốc tế và không cản trở sự phát triển của các dịch vụ ngân hàng điện tử (ví dụ cho phép chữ ký điện tử, chứng từ điện tử, bổ sung các hướng dẫn cách hạch toán đối với các dịch vụ mới,...)

Dịch vụ ngân hàng điện tử là một lĩnh vực mới, với nhiều dịch vụ phức tạp, có độ rủi ro cao. Vì vậy, nhà nước cần có các quy định về công khai, minh bạch thông tin trên thị trường. Nhà nước cũng cần có các quy định về tội danh và khung hình phạt cho các tội phạm tài chính cũng như các quy định làm cơ sở xử lý khi có tranh chấp, rủi ro phát sinh từ các dịch vụ ngân hàng điện tử.

### ***3.3.1.3. Nhận thức và nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử***

Khuyến khích thanh toán không dùng tiền mặt, thay đổi thói quen tiêu dùng của bộ phận lớn tầng lớp dân cư.

Chính phủ nên có chủ chương, chính sách nhằm khuyến khích người dân thanh toán phi tiền mặt bằng cách mở tài khoản và thanh toán qua ngân hàng. Việc làm này tiết kiệm được rất nhiều chi phí cho nền kinh tế và thúc đẩy dịch vụ ngân hàng điện tử phát triển, nhất là với những khoản thu - chi liên quan ngân sách nhà nước như chi trả bảo hiểm, tiền lương, trợ cấp,... Trên thế giới hiện đã có nhiều nước đưa ra quy định các khoản chi tiêu ngân

sách phải sử dụng phương tiện thanh toán điện tử. Đó là việc làm hết sức cần thiết trong thời đại công nghệ thông tin như hiện nay.

Ngoài ra, Chính phủ chỉ đạo các bộ, ngành cung ứng dịch vụ như bưu chính viễn thông, nước, điện lực,... tích cực phối hợp với ngành ngân hàng một cách đồng bộ để đẩy mạnh, nhanh việc chấp nhận thanh toán qua ngân hàng góp phần giảm chi phí xã hội, đem lại lợi ích cho người tiêu dùng.

Mặt khác, còn có các biện pháp khác như tăng chi phí sử dụng tiền mặt, có các chế độ ưu đãi, khuyến khích cho các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

#### ***3.3.1.4. Phát triển công nghệ thông tin, thương mại điện tử, tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử***

Đẩy mạnh phát triển TMĐT, khuyến khích, đãi ngộ các đối tượng là các nhà đầu tư, các doanh nghiệp, các tổ chức tài chính,... đầu tư kinh doanh buôn bán trên mạng, từ đó tạo nhu cầu kinh doanh, thanh toán, giao dịch,... tạo ra lượng khách hàng tiềm năng cho dịch vụ ngân hàng điện tử sau này.

Nhiều dịch vụ ngân hàng điện tử được phát triển trên cơ sở những tiến bộ về công nghệ thông tin. Nhờ có sự tiến bộ về công nghệ thông tin mới có sự hiện diện của thẻ điện tử, Homebanking, Phone Banking, Internet Banking,... Công nghệ thông tin còn là cơ sở cho việc toàn cầu hóa một số dịch vụ ngân hàng. Do vậy, Nhà nước cần có chính sách phát triển công nghệ thông tin để tạo điều kiện cho các NHTM phát triển các dịch vụ ngân hàng điện tử, đặc biệt là phát triển hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin internet, thực hiện tin học hoá các tổ chức kinh doanh dịch vụ, các ngân hàng và tổ chức tín dụng, nâng cao tốc độ đường truyền internet, giảm thiểu cước phí,... tạo điều kiện cho toàn dân có thể sử dụng các dịch vụ trực tuyến cho sinh hoạt hằng ngày cũng như công việc kinh doanh.



Hiện nay, Nhà nước đã có chiến lược phát triển công nghệ thông tin - truyền thông định hướng đến năm 2020, trong đó xem công nghệ thông tin - truyền thông là công cụ hàng đầu để thực hiện mục tiêu thiên niên kỷ, hình thành xã hội thông tin, rút ngắn quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Công nghệ thông tin - truyền thông là ngành kinh tế mũi nhọn, được nhà nước ưu tiên hỗ trợ và khuyến khích phát triển. Với định hướng này, nhà nước triển khai nhanh hơn nữa các giải pháp để đưa ngành công nghệ thông tin - truyền thông Việt Nam thực sự phát triển, có tác động tích cực đối với sự phát triển của những ngành có sử dụng công nghệ cao.

Ngoài ra, nhà nước cũng cần đầu tư xây dựng các văn bản quy phạm pháp luật hướng dẫn và thực thi các hoạt động ứng dụng công nghệ thông tin trong ngân hàng và các hoạt động liên quan trong ngành ngân hàng như vấn đề về bảo vệ người sử dụng các dịch vụ ngân hàng liên quan đến công nghệ thông tin, hướng dẫn chi tiết việc thực hiện giao dịch điện tử trong ngân hàng,...

Nhận thức của người dân đối với các dịch vụ ngân hàng mới còn nhiều hạn chế. Vì vậy, Nhà nước cần có biện pháp hỗ trợ các ngân hàng nâng cao trình độ của khách hàng nhằm tạo cầu về dịch vụ ngân hàng trên thị trường.

### **3.3.2. Trong lĩnh vực ngân hàng, NHNN phải là đầu mối hợp tác giữa các NHTM trong nước và tăng cường hợp tác quốc tế**

NHNN cần là đầu mối khuyến khích sự liên kết hợp tác giữa các ngân hàng, đặc biệt trong lĩnh vực thanh toán điện tử. Trước mắt, NHNN cần phải giúp các NHTM trong việc kết nối hệ thống máy ATM, tránh tình trạng phát triển phân tán như hiện nay.

NHNN cần phải tranh thủ hơn nữa các quan hệ hợp tác với các tổ chức tài chính trên thế giới. Trên cơ sở đó, NHNN có thể kêu gọi thêm nhiều dự án

đầu tư như dự án hiện đại hóa ngân hàng và hệ thống thanh toán do WB tài trợ.

Ngoài ra, NHNN cũng cần tổ chức các khóa đào tạo, tập huấn, đặc biệt về các dịch vụ ngân hàng điện tử và quản trị ngân hàng trong điều kiện mới, để nâng cao trình độ của các bộ NHTM giúp các NHTM phát triển và khai thác thành công các dịch vụ của mình.

NHNN có thể phối hợp cùng với các NHTM tổ chức các diễn đàn, hội thảo, báo chí,... tuyên truyền về các dịch vụ ngân hàng mới, nâng cao nhận thức của cá nhân và doanh nghiệp về dịch vụ ngân hàng điện tử. Trên thực tế, các cá nhân và doanh nghiệp đã có sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử, nhưng những dịch vụ này chưa thực sự thu hút được sự chú ý của người dân. Các hội thảo, diễn đàn có thể giúp các cá nhân, doanh nghiệp có một cái nhìn đầy đủ, logic hơn về dịch vụ ngân hàng điện tử để từ đó tạo cầu về các dịch vụ mới này.

Chúng ta đã thành công trong việc tuyên truyền về vai trò của thương hiệu đến các doanh nghiệp. Vì vậy, hoàn toàn có thể tin tưởng rằng chúng ta sẽ thành công khi nâng cao hiểu biết của khách hàng về các dịch vụ ngân hàng mới. Khách hàng, dù là cá nhân hay doanh nghiệp sẽ đón nhận các dịch vụ mới nếu như họ thực sự thấy được lợi ích của những dịch vụ này mang lại theo các tiêu chí như nhanh chóng, chính xác, an toàn, tiện lợi. Nhà nước cần hỗ trợ cho các NHTM trong việc nâng cao nhận thức của tầng lớp dân cư và cộng đồng doanh nghiệp về dịch vụ ngân hàng điện tử. Bên cạnh đó, khi nền kinh tế tăng trưởng, thu nhập của dân cư tăng lên cũng là một yếu tố “kích cầu” đối với dịch vụ ngân hàng điện tử.

### **3.3.3. Kiến nghị với Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam**

Trong thời gian qua, các Ngân hàng thương mại Việt Nam nói chung và BIDV nói riêng đã đạt nhiều thành tích rất đáng khích lệ trong công tác triển khai dịch vụ ngân hàng điện tử. Đến nay, hầu như các ngân hàng đều đã có những sản phẩm của loại hình dịch vụ này. Tuy nhiên, công tác triển khai của ngân hàng vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế cần phải khắc phục ngay nếu như muốn đẩy mạnh hơn nữa hoạt động của dịch vụ này trong thời gian tới.

Xét cho cùng, về cả hai giác độ của ngân hàng và khách hàng, dịch vụ e-Banking vẫn có khả năng đem lại nhiều lợi ích hơn là bất lợi. Ít nhất, ngân hàng có thể đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Hơn nữa, trong thời đại công nghệ thông tin và trong môi trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng truyền thống không còn đem lại lợi thế cạnh tranh cũng như nhiều doanh lợi cho các ngân hàng nữa, buộc các ngân hàng phải phát triển sản phẩm, dịch vụ mới. Trong bối cảnh đó, phát triển các dịch vụ ngân hàng điện tử là một giải pháp sáng suốt, mang tính chiến lược.

Là ngân hàng đi sau trong lĩnh vực ngân hàng điện tử, việc tìm ra các giải pháp hữu hiệu cho BIDV là rất cần thiết. Sau đây là một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV Sơn Tây một cách hiệu quả hơn.

#### ***3.3.3.1. Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử***

Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử đồng nghĩa với việc phải đáp ứng được các tiêu chí về chất lượng.

Đây là giải pháp trước mắt nhưng mang tính chiến lược nhằm hoàn thiện dịch vụ ngân hàng điện tử. Để nâng cao chất lượng dịch vụ e-Banking, trước hết phải xây dựng một chiến lược công nghệ hiện đại đảm bảo các yêu

câu quản lý nội bộ, đáp ứng các giao dịch kinh doanh, quản trị rủi ro, bảo mật và an toàn trong hoạt động, tăng cường khả năng quản lý. Vì vậy, BIDV cần đầu tư có chọn lựa và đổi mới công nghệ theo sự phát triển của thời đại, đầu tư và phát triển hạ tầng kỹ thuật mạng, xây dựng một kết cấu hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại. Thêm vào đó, cần nâng cấp mở rộng đường truyền là giải pháp thiết thực nhằm giải quyết khó khăn về việc truyền tin trên mạng, hạn chế sự nghẽn mạng ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ. Có như vậy mới đáp ứng tiêu chí về thời gian giao dịch và độ bảo mật.

Các sản phẩm như e-Banking của BIDV về màn hình giao dịch còn phức tạp hơn so với các ngân hàng khác. Trong tương lai, các giao diện trên website cần được đơn giản hóa hơn nữa để phù hợp với tất cả các khách hàng ở các lứa tuổi và trình độ khác nhau đặc biệt là các đối tượng khách hàng trung niên có thu nhập ổn định nhưng trình độ sử dụng máy tính không cao muốn gửi tiết kiệm hoặc gửi tiền học phí cho con cái,...

Để có thể đưa các sản phẩm ngân hàng điện tử ngày càng phổ biến vào đời sống của người dân, trước tiên BIDV cần hoàn thiện các sản phẩm, dịch vụ truyền thống quen thuộc, sẵn có để có thể duy trì lượng khách hàng hiện tại, thu hút các khách hàng mới, khách hàng tiềm năng, từ đó tiến đến việc giới thiệu, quảng bá các sản phẩm mới, sản phẩm ngân hàng điện tử. Khi đã đưa được sản phẩm ngân hàng điện tử vào đời sống của người dân, tạo được lòng tin nơi khách hàng thì việc cung cấp những tiện ích của sản phẩm và sự đa dạng về sản phẩm là một lợi thế cạnh tranh của các ngân hàng.

BIDV nên nghiên cứu phát triển sản phẩm mới: ngoài các sản phẩm hiện có, BIDV cần đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng điện tử để hạn chế việc khách hàng phải đến ngân hàng để thực hiện những dịch vụ mà ngân hàng điện tử chưa thể cung cấp. Các sản phẩm của e-Banking cần đa dạng, phong phú hơn để đáp ứng yêu cầu của mọi đối tượng khách hàng.

### ***3.3.3.2. Xây dựng quy trình pháp lý về mã hóa chứng từ điện tử và chữ ký điện tử, xác định và xử lý rủi ro tin tặc***

Bản thân ngân hàng cần nhận thức rõ trong việc đầu tư các hệ thống bảo mật, an ninh, an toàn, xây dựng hệ thống mã hóa chứng từ điện tử, xác thực chữ ký điện tử. Trên thực tế, khách hàng khi chuyển tiền qua Internet Banking của BIDV sử dụng mã xác thực OTP hoặc mã Token. Cần có một tổ chức thứ ba đứng ra cấp phát và xác thực chữ ký điện tử. Khi đó, khách hàng sẽ yên tâm thực hiện giao dịch qua mạng, qua hình thức thanh toán trực tuyến, các giao dịch sẽ được chứng thực nguồn gốc, chống xem trộm và toàn vẹn dữ liệu.

Các quy trình pháp lý về xử lý rủi ro tin tặc cần được xây dựng trên cơ sở đặc thù của riêng BIDV để giải quyết những vấn đề phát sinh trong quá trình hoạt động. Chú trọng đầu tư để có hệ thống bảo mật đủ mạnh, đảm bảo về độ bảo mật, an ninh thông tin để đối phó với các rủi ro trên mạng đặc biệt là rủi ro tin tặc. Đây là vấn đề rất quan trọng vì vốn đầu tư cho việc này rất lớn mà công nghệ thông tin thì phát triển không ngừng. Hơn thế nữa, chỉ một sơ suất nhỏ xảy ra gây lộ thông tin của khách hàng hoặc làm thất thoát tiền bạc sẽ đánh mất lòng tin của rất nhiều khách hàng về hệ thống bảo mật, an toàn của ngân hàng.

Các quy trình giám sát cần được thực hiện thường xuyên, hiệu quả nhằm phát hiện và xử lý kịp thời các rủi ro phát sinh trong quá trình vận hành hệ thống e-Banking. Quy trình quản lý rủi ro này phải được tích hợp trong cơ chế quản lý rủi ro chung của ngân hàng. Bên cạnh đó, các quy định và quy trình liên quan đến nghiệp vụ e-Banking cần được thường xuyên xem xét, đánh giá, chỉnh sửa kịp thời nhằm đảm bảo tính phù hợp và đủ khả năng xử lý các rủi ro mới có thể phát sinh.

### **TÓM TẮT CHƯƠNG 3**

Từ cơ sở lý luận chung về dịch vụ ngân hàng điện tử, phân tích thực trạng và đánh giá công tác phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV Sơn Tây, cùng với định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV Sơn Tây trong những năm tới, chương 3 đã đưa ra các giải pháp và kiến nghị với BIDV Sơn Tây, BIDV, với Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước nhằm đẩy mạnh và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV Sơn Tây.

## KẾT LUẬN

Với mục tiêu trở thành tập đoàn tài chính ngân hàng hàng đầu của Việt Nam trong tương lai, BIDV đã có những bước phát triển mạnh mẽ từ một ngân hàng chuyên quản lý và cấp phát vốn xây dựng cơ bản sang phát triển thành ngân hàng hiện đại.

Hòa chung vào công cuộc hiện đại hóa và tái cơ cấu ngân hàng của cả hệ thống, BIDV Sơn Tây đang trải qua những chặng đường đầu tiên rất gian nan nhưng cũng hứa hẹn nhiều thành công của quá trình đổi mới và phát triển. Trong quá trình đó, BIDV Sơn Tây nhận thức rằng, đổi mới công nghệ, phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử cả về chiều rộng lẫn chiều sâu là chìa khóa mở tới thành công của chi nhánh.

Với mong muốn góp phần vào công tác phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của BIDV Sơn Tây, tác giả luận văn đã tập trung nghiên cứu và trình bày được một số vấn đề cụ thể như sau:

*Thứ nhất*, nghiên cứu khái quát, hệ thống hóa một số vấn đề lý luận cơ bản về dịch vụ ngân hàng điện tử của NHTM.

*Thứ hai*, nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV Sơn Tây trong những những năm gần đây trên cơ sở thu thập tài liệu, thông tin và kết quả hoạt động dịch vụ trong các năm từ 2012-2014 và đánh giá các kết quả đạt được, đồng thời chỉ ra những điểm hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế mà hiện còn tồn tại tại BIDV Sơn Tây.

*Thứ ba*, từ việc nghiên cứu định hướng và mục tiêu kinh doanh của chi nhánh, luận văn đưa ra một số giải pháp và kiến nghị nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV Sơn Tây.

Trong khuôn khổ một đề tài nghiên cứu tốt nghiệp khóa học thạc sĩ kinh tế và giới hạn về khả năng và kinh nghiệm của bản thân nên Luận văn

vẫn không tránh khỏi những thiếu sót và hạn chế. Vì vậy, tác giả luận văn rất mong nhận được sự góp ý của các thầy cô giáo, các nhà khoa học, các nhà quản lý trong lĩnh vực ngân hàng và các bạn đồng nghiệp để luận văn tiếp tục được hoàn thiện và có kết quả cao hơn cả về mặt lý luận và thực tiễn. Tôi xin chân thành cảm ơn.



## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Beg, David (1995), *Kinh tế học*, Nhà xuất bản Giáo dục.
2. Các văn bản về pháp luật ngân hàng - tập I, II, III (2000-2001), Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
3. Cox, David (1997), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.
4. Tay Han Chong. 2013. Kinh nghiệm bán lẻ nhìn từ ngân hàng nước ngoài. Địa chỉ: [http://www.bankers.org.vn/2013/index.php?option=com\\_content&view=article&id=92&Itemid=276&lang=vi](http://www.bankers.org.vn/2013/index.php?option=com_content&view=article&id=92&Itemid=276&lang=vi) [Truy cập: 3/6/2015]
5. 2014. Ngân hàng điện tử và thói quen giao dịch tiền mặt của người Việt. Địa chỉ: <http://chienluocmarketingaz.com/ngan-hang-dien-tu-va-thoi-quen-giao-dich-tien-mat-cua-nguoi-viet/> [Truy cập: 3/6/2015]
6. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam, Báo cáo thường niên các năm 2012, 2013, 2014.
7. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam Chi nhánh Sơn Tây, Báo cáo tình hình thực hiện kế hoạch kinh doanh năm 2012, 2013, 2014.
8. Phạm Xuân Hòe. 2015. Dịch vụ ngân hàng Việt Nam giai đoạn 2011-2015. Địa chỉ: <http://banking.org.vn/present/2015/1%20-%20Keynotes/1.%20Mr.%20Pham%20Xuan%20Hoe.pdf>. [Truy cập: 30/8/2015].
9. Nguyễn Minh Kiều (2007), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại* - NXB Thống kê, Hà Nội.
10. Nguyễn Minh. 2015. Thương mại điện tử ở Việt Nam và các nước khác. Địa chỉ: <http://m.tapchibcv.gov.vn/TinBai/6204/Thuong-mai-dien-tu-o-Viet-Nam-va-cac-nuoc-khac> . [Truy cập: 31/3/2015]

11. Nguyễn Thị Mùi. 2015. Giải pháp phát triển ổn định và lành mạnh hệ thống ngân hàng. Địa chỉ: <http://tapchitaichinh.vn/nguyen-cuu-trao-doi/trao-doi-binh-luan/giai-phap-phat-trien-on-dinh-va-lanh-manh-he-thong-ngan-hang-59491.html> [Truy cập: 24/08/2015]

12. Nhật Nam. 2012. Khách hàng cần sự đơn giản. Địa chỉ: <http://vneconomy.vn/tai-chinh/ngan-hang-dien-tu-khach-hang-can-su-don-gian-20120213011649269.htm>. [Truy cập: 31/5/2015]

13. Minh Nhật. 2015. Ứng dụng công nghệ phát triển dịch vụ ngân hàng tại Việt Nam. Địa chỉ: <http://www.nhandan.org.vn/khoahoc/khoahoc/item/26617902-ung-dung-cong-nghe-phat-trien-dich-vu-ngan-hang-tai-viet-nam.html>. [Truy cập: 30/6/2015]

14. Phan Thị Thu Hà (2005), *Giáo trình Ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản thống kê, Hà Nội.

15. 2015. Thúc đẩy phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ. Địa chỉ: <http://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/tai-chinh-doanh-nghiep/thuc-day-phat-trien-dich-vu-ngan-hang-ban-le-58440.html>. [Truy cập: 2/9/2015]

16. 2015. Hiện đại hóa ngân hàng: Lực đẩy nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. Địa chỉ: [http://www.tinkinhte.com/tai-chinh/phan-tich-nhan-dinh/hien-dai-hoa-ngan-hang-luc-day-nang-cao-nang-luc-can-hanh-tranh-quoc-gia\\_t12-c002003-a2784-m2e.html](http://www.tinkinhte.com/tai-chinh/phan-tich-nhan-dinh/hien-dai-hoa-ngan-hang-luc-day-nang-cao-nang-luc-can-hanh-tranh-quoc-gia_t12-c002003-a2784-m2e.html). [Truy cập: 3.9.2015]

17. Đào Minh Tú. 2015. Hiện đại hóa ngân hàng: Lực đẩy nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. Địa chỉ: <http://thoibaonganhngang.vn/hien-dai-hoa-ngan-hang-luc-day-nang-cao-nang-luc-can-hanh-tranh-quoc-gia-38631.html>. [Truy cập: 28/8/2015].

18. Hồ Thanh Xuân. 2013. Phát triển dịch vụ ngân hàng - hướng đi bền vững cho ngân hàng thương mại Việt Nam. Địa chỉ:

<http://www.div.gov.vn/Default.aspx?tabid=122&News=4333&CategoryID=1>.

[Truy cập: 31/5/2015].