

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH THANH HOÁ

Nguyễn Ngân Hà¹

TÓM TẮT

Ngân hàng điện tử là dịch vụ ngân hàng điện đại cho phép khách hàng có thể thực hiện các giao dịch ở bất kì đâu, bất kì lúc nào mà không cần phải đến trực tiếp ngân hàng. Dịch vụ ngân hàng điện tử ngày càng trở nên phổ biến và thông dụng với người dùng do những lợi ích mà dịch vụ mang lại. Bài viết nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng BIDV chi nhánh Thanh Hoá. Nghiên cứu cho thấy ngân hàng điện tử là dịch vụ có tốc độ tăng trưởng mạnh nhất trong các dịch vụ về doanh thu và số lượng khách hàng. Tuy nhiên, so với lượng khách hàng tiềm năng thì số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ chưa cao, tỷ lệ sử dụng dịch vụ chưa tương xứng, chưa tận dụng được thế mạnh về mạng lưới. Ngoài ra, chất lượng dịch vụ e-banking còn chưa ổn định, khách hàng vẫn gặp phải hiện tượng tắc nghẽn do chưa kịp hoạch toán, không kịp xử lý nhiều giao dịch cùng lúc.

Từ khoá: *Ngân hàng điện tử, e-banking, BIDV Thanh Hóa.*

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

1.1. Ngân hàng điện tử

Daniel (1999) cho rằng ngân hàng điện tử là việc phân phối thông tin và dịch vụ ngân hàng cho khách hàng thông qua các kênh phân phối khác nhau như máy tính cá nhân hoặc các thiết bị thông minh khác. Cùng ý tưởng đó, Allen và cộng sự (2001) đưa ra khái niệm dịch vụ ngân hàng điện tử là việc cung cấp thông tin hoặc dịch vụ ngân hàng cho khách hàng thông qua máy tính hoặc điện thoại thông minh. Định nghĩa về ngân hàng điện tử giữa các nhà nghiên cứu có sự khác nhau, tuy nhiên đều có sự thống nhất rằng ngân hàng điện tử là loại hình dịch vụ qua đó khách hàng có thể yêu cầu thông tin và thực hiện hầu hết các dịch vụ ngân hàng bán lẻ thông qua máy tính, truyền hình hoặc điện thoại di động (Sathye, 1999). Có thể thấy, ngân hàng điện tử bao gồm tất cả các phương thức kinh doanh dịch vụ ngân hàng bằng điện tử.

1.2. Ngân hàng điện tử tại Việt Nam

Tại Việt Nam, từ năm 1993 các NHTM Việt Nam đã bắt đầu quan tâm tới áp dụng công nghệ và trong lĩnh vực ngân hàng với 4 máy ATM được lắp đặt chia đều cho Ngân hàng ANZ và Ngân hàng ngoại thương Việt Nam. Năm 1996, Ngân hàng HSBC lắp thêm

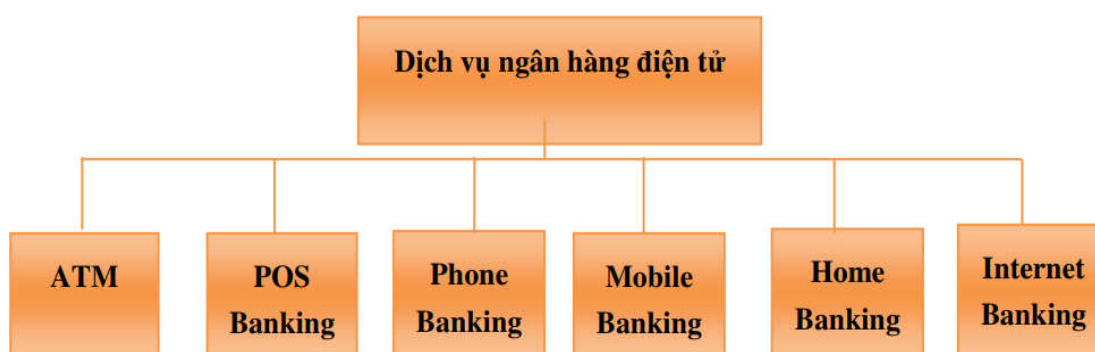
¹ Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Hồng Đức

2 máy ATM (tại thành phố Hồ Chí Minh). Tháng 2/2002 hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng đi vào hoạt động tạo điều kiện cho dịch vụ ngân hàng điện tử mở rộng phạm vi giao dịch liên ngân hàng. Năm 2003, dưới sự tài trợ của Ngân hàng thế giới về dự án “Hiện đại hóa ngân hàng và hệ thống thanh toán”, dịch vụ ngân hàng điện tử đã được biết đến với dịch vụ Telephone banking, Mobile banking. Nhưng khách hàng chưa quan tâm nhiều. Đến năm 2005, với dịch vụ trả lương vào tài khoản thẻ, ATM đã được sử dụng rộng rãi hơn nhưng chủ yếu ở các thành phố lớn. Thời điểm này cũng đã có sự liên kết giữa các ngân hàng, khách hàng sử dụng hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng được thuận lợi hơn với nhiều tiện ích (Đỗ Thị Ngọc Anh, 2015).

Theo “Báo cáo về dịch vụ ngân hàng: Hành vi sử dụng của người dùng và xu hướng tại Việt Nam” do Công ty CP TNHH IDG Việt Nam (IDG Vietnam) thực hiện năm 2017: Ngân hàng điện tử đang ngày càng được sử dụng phổ biến và được đánh giá cao về tính tiện lợi, tiết kiệm thời gian. Hiện nay, tại Việt Nam tỷ lệ người dùng sử dụng ngân hàng điện tử đã lên 81% (trong khi năm 2015 tỷ lệ này mới là 21%). Các giải pháp về tài chính điện tử (Finance Technology - Fintech) cũng ngày càng được ưa chuộng tại Việt Nam bởi tính tiện lợi và các giải pháp bảo mật hiện đại.

Xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt và số hóa trong dịch vụ ngân hàng cá nhân đang đặt các ngân hàng trước cơ hội, thách thức lớn, nhất là trong bối cảnh phát triển của cách mạng công nghiệp 4.0. Xu hướng này cũng mở ra thị trường cung cấp sản phẩm phần mềm phục vụ ngành tài chính ngân hàng cho các doanh nghiệp công nghệ thông tin tại Việt Nam.

Các loại hình ngân hàng điện tử ở Việt Nam



Hình 1. Các loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử ở Việt Nam

ATM là dịch vụ ngân hàng điện tử qua hệ thống máy giao dịch tự động, đây là dịch vụ ngân hàng điện tử được cung cấp đầu tiên ở Việt Nam. Dịch vụ này được khách hàng sử dụng nhiều nhất, số lượng máy ATM ngày càng gia tăng trong thời gian qua.

POS banking là dịch vụ ngân hàng điện tử qua hệ thống chấp nhận thẻ thanh toán tại các địa điểm bán hàng qua máy đọc thẻ. POS banking được triển khai cũng khá sớm sau ATM.

Phone banking là dịch vụ ngân hàng điện tử thông qua điện thoại cố định, khách hàng sử dụng điện thoại gọi đến số máy cố định của ngân hàng để thực hiện các giao dịch

hay kiểm tra thông tin tài khoản. Dịch vụ này các ngân hàng cung cấp như là dịch vụ hỗ trợ không thu phí mặc dù khách hàng có thể không mở tài khoản tại ngân hàng.

Home banking là dịch vụ ngân hàng điện tử tại nhà qua hệ thống máy tính có kết nối internet. Để thực hiện dịch vụ này thì ngân hàng phải đặt đường truyền riêng cho từng khách hàng vì vậy chi phí sử dụng dịch vụ này cao. Ở Việt Nam, khách hàng sử dụng dịch vụ này chủ yếu là doanh nghiệp. Dịch vụ này có tính bảo mật cao, có đường truyền riêng, xác thực người dùng sử dụng và mật khẩu, chi phí dịch vụ cao. Do vậy hiện nay ít ngân hàng cung cấp dịch vụ này.

Internet banking là dịch vụ ngân hàng điện tử qua mạng máy tính toàn cầu. Để tham gia, khách hàng truy cập vào website của ngân hàng và thực hiện giao dịch, truy cập thông tin cần thiết, mua hàng và thực hiện thanh toán với ngân hàng trên các website khác. Khách hàng sử dụng dịch vụ này càng gia tăng nhưng vẫn không nhiều vì khách hàng còn e ngại về tính bảo mật và e ngại về tính phức tạp của dịch vụ này.

2. NỘI DUNG

2.1. Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV chi nhánh Thanh Hoá

Tại Thanh Hóa, trong những năm qua BIDV chi nhánh tỉnh Thanh Hóa đã chú trọng phát triển nhiều sản phẩm dịch vụ Ngân hàng điện tử, bao gồm:

Dịch vụ Mobile banking

Mobile banking là nhóm dịch vụ được BIDV phát triển để cho người sử dụng thực hiện các giao dịch ngân hàng qua thiết bị điện tử. Căn cứ vào loại công nghệ mà dịch vụ áp dụng chia thành 3 dịch vụ, gồm:

Dịch vụ BSMS: là dịch vụ gửi nhận tin nhắn qua điện thoại di động thông qua số tổng đài tin nhắn của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam cho phép khách hàng có tài khoản tại BIDV chủ động vẫn tin về các thông tin liên quan đến tài khoản khách hàng hoặc nhận được các tin nhắn tự động từ phía BIDV.

Dịch vụ BIDV SmartBanking: Ứng dụng thông minh giúp khách hàng giao dịch với BIDV mọi lúc mọi nơi, tương thích với tất cả các hệ điều hành IOS, Android, Windows Phone và chạy trên mọi thiết bị điện tử smartphone, máy tính bảng... có kết nối 3G/WIFI/GPRS.

Ngoài ra, các dịch vụ cung cấp qua Mobile banking thường mang tính giao dịch cao, bao gồm:

Dịch vụ BUNO: Ứng dụng chuyển tiền nhanh qua số điện thoại được cài đặt trên các thiết bị di động sử dụng hệ điều hành IOS và Android.

Dịch vụ Bankplus: BIDV Bankplus là dịch vụ hợp tác giữa Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) và Tập đoàn Viễn thông Quân đội (Viettel), cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch ngân hàng ngay trên điện thoại di động một cách nhanh chóng, an toàn, chính xác.

Dịch vụ 24/7: Dịch vụ chuyển tiền nhanh liên ngân hàng cho phép khách hàng sử dụng Tài khoản tiền gửi thanh toán mở tại BIDV có thể thực hiện giao dịch chuyển tiền đến Số tài khoản hoặc Số thẻ của người thụ hưởng tại ngân hàng khác thông qua kênh Quầy và các kênh ngân hàng điện tử (BIDV Online, BIDV Smartbanking, Bankplus, Home banking...). Đồng thời khách hàng có thể nhận tiền chuyển đến từ ngân hàng khác đến số tài khoản hoặc số thẻ tại BIDV.

Dịch vụ thanh toán hóa đơn: Dịch vụ cho phép khách hàng thực hiện giao dịch thanh toán các hóa đơn dịch vụ thông qua cú pháp tin nhắn hoặc qua ứng dụng của dịch vụ BIDV SmartBanking. Các hóa đơn có thể thanh toán qua dịch vụ này là: học phí các trường đại học, cước viễn thông, tiền điện, tiền nước,...

Dịch vụ Internet banking

Tính đến nay dịch vụ Internet banking đã được gia tăng thêm nhiều tiện ích cho khách hàng sử dụng như:

Dịch vụ phi tài chính: Tra cứu các thông tin về sản phẩm dịch vụ của BIDV: Tỷ giá ngoại tệ, lãi suất, biểu phí...; Danh sách tài khoản: cung cấp danh sách tài khoản tiền gửi của khách hàng mở tại BIDV; Vắn tin tài khoản: vắn tin số dư tài khoản tiền gửi thanh toán của khách hàng mở tại BIDV, tài khoản tiết kiệm; vắn tin lịch sử giao dịch...

Dịch vụ tài chính: Chuyển khoản trong và ngoài hệ thống BIDV; Yêu cầu sử dụng dịch vụ trực tuyến và các dịch vụ khác.

Dịch vụ về thanh toán: Thanh toán hóa đơn (hóa đơn tiền điện, nước, học phí, viễn thông...) cho các nhà cung cấp dịch vụ có kết nối với BIDV; Nộp ngân sách nhà nước; Nạp tiền vào Ví điện tử; Nạp tiền điện thoại, thẻ game...

Bên cạnh các dịch vụ tiện ích dành cho các khách hàng cá nhân kể trên, để hỗ trợ các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân có thể thực hiện nghĩa vụ nộp thuế mọi lúc mọi nơi mà không cần đến quầy giao dịch của Kho bạc Nhà nước hoặc ngân hàng, BIDV đã triển khai nộp thuế điện tử qua hệ thống Internet banking của BIDV.

Dịch vụ Internet banking của BIDV gồm 2 sản phẩm: BIDV online dành cho khách hàng cá nhân và Business online dành cho khách hàng doanh nghiệp quản lý tài khoản.

Dịch vụ thanh toán hoá đơn, nhờ thu tự động

Với dịch vụ này, các hóa đơn định kỳ như điện thoại di động trả sau, điện thoại cố định, Internet, hóa đơn hàng hóa dịch vụ... có thể được thanh toán dễ dàng mà khách hàng không cần tới các điểm thu phí dịch vụ. Số tiền thanh toán được ngân hàng tự động trích từ tài khoản của khách hàng. Sau khi hoàn thành giao dịch thanh toán, ngân hàng sẽ thông báo trực tiếp bằng tin nhắn tới điện thoại của những khách hàng đã đăng ký dịch vụ BSMS. Hình thức này, mọi thông tin về hóa đơn, giao dịch thanh toán hóa đơn được đảm bảo an toàn, chính xác, tiết kiệm thời gian, chi phí giao dịch. Đặc biệt, khách hàng không mất một khoản phí nào khi sử dụng dịch vụ này.

Bên cạnh việc thanh toán bằng tiền mặt, tại quầy giao dịch, bằng thẻ ATM, chủ thẻ có thể sử dụng các tiện ích các dịch vụ gia tăng trên Mobile Baking, Internet banking.

Dịch vụ thanh toán hóa đơn tiền điện

BIDV sẽ thực hiện thu tiền điện của khách hàng sử dụng điện của Công ty Điện lực, đáp ứng yêu cầu thực hiện dịch vụ thanh toán hóa đơn tiền điện nhanh, kịp thời cho khách hàng trong hệ thống BIDV.

Dịch vụ thu Ngân sách Nhà nước

Khách hàng là người Việt Nam hoặc người nước ngoài đang sinh sống và làm việc tại Việt Nam đều có thể sử dụng dịch vụ thu ngân sách nhà nước của BIDV. Ngân hàng sẽ thu hộ tiền thuế, phí, lệ phí và các khoản thu khác vào ngân sách Nhà nước cho khách hàng nộp vào Kho bạc Nhà nước, chi cục thuế. Thay vì phải đến trụ sở của Kho bạc nhà nước, chi cục thuế, người nộp thuế có thể chuyển khoản, nộp tiền mặt tại các điểm giao dịch của BIDV hoặc có thể dễ dàng nộp thuế qua Internet banking của BIDV.

Sản phẩm, dịch vụ thẻ và thanh toán

Thẻ ghi nợ nội địa: Cho phép khách hàng cá nhân là chủ thẻ sử dụng trong phạm vi số dư tài khoản tiền gửi không kỳ hạn và (hoặc) hạn mức thấu chi để thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ, rút tiền mặt tại đơn vị chấp nhận thẻ hoặc điểm ứng tiền mặt (ATM/EDC). Có thể được cấp hạn mức thấu chi tối đa lên tới 100 triệu đồng và thời hạn thấu chi lên tới 12 tháng. Chủ thẻ có thể thanh toán hóa đơn, mua thẻ trả trước tại ATM. Các tiện ích BSMS như: thông báo biến động số dư, chuyển khoản, nạp tiền thuê bao di động trả trước, thanh toán cước thuê bao di động trả sau, ví điện tử. Đồng thời, chủ thẻ có thể thực hiện giao dịch trên hàng nghìn ATM và EDC/POS qua hệ thống NAPAS trên toàn quốc, bao gồm: rút tiền, chuyển khoản, vắn tin số dư, in sao kê tại ATM, thanh toán hàng hóa, dịch vụ tại Đơn vị chấp nhận thẻ.

Thẻ ghi nợ quốc tế BIDV Visa/MasterCard: cho phép Rút/ứng tiền mặt tại ATM, EDC/POS tại quầy giao dịch và các điểm ứng tiền mặt khác trên phạm vi toàn cầu. Thanh toán tiền hàng hóa, hoá đơn, mua thẻ trả trước dịch vụ tại các đơn vị chấp nhận thẻ hoặc qua Internet.

Thẻ tín dụng quốc tế BIDV Visa/MasterCard/JCB: cho phép khách hàng ứng tiền mặt tại ATM, EDC/POS tại quầy giao dịch và các điểm ứng tiền mặt khác trên phạm vi toàn cầu. Thực hiện các giao dịch đặt trước như phòng khách sạn, đặt vé máy bay, tour du lịch. Được hưởng lãi suất cho vay thẻ tín dụng cạnh tranh, được miễn lãi cho các giao dịch thanh toán hàng hóa, dịch vụ lên tới 45 ngày.

Cùng với sự phát triển và hội nhập của nền kinh tế là sự phát triển của các NHTM Việt Nam. Một trong những dịch vụ đem lại nhiều tiện ích cho người sử dụng là dịch vụ Thẻ Ngân hàng (thẻ giao dịch ATM). BIDV cũng không nằm ngoài xu hướng phát triển đó. Tính đến tháng năm 2017, BIDV đã phát hành 20,2 triệu thẻ đứng đầu trong các NHTM tại Việt Nam.

Dịch vụ trả lương qua tài khoản

Dịch vụ trả lương qua tài khoản của BIDV là một giải pháp kế toán hiệu quả dành cho các tổ chức, doanh nghiệp với nhiều lợi ích mang lại cho khách hàng như: Đảm bảo

việc thanh toán lương cho CBCNV nhanh chóng, an toàn, đúng hạn; Đảm bảo bí mật các thông tin về lương và thu nhập của nhân viên; Tiết kiệm thời gian, nhân lực và giảm thiểu các rủi ro do tiền lưu thông trên đường. Đồng thời với việc trả lương qua tài khoản sẽ tạo cơ sở cho việc khai thác, phát triển khách hàng sử dụng các SPDV Ngân hàng điện tử.

2.2. Thực trạng dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV chi nhánh Thanh Hoá

2.2.1. Doanh thu phí và tốc độ tăng trưởng dịch vụ ngân hàng điện tử

Doanh thu kinh doanh thẻ chiếm tỷ trọng lớn nhất qua các năm, điều này chứng tỏ dịch vụ thẻ vẫn là dịch vụ được ưa chuộng nhất trong các dịch vụ ngân hàng điện tử. Điều này cũng hợp lý bởi vì đa số khách hàng hiện nay khi mở tài khoản tại ngân hàng BIDV đều được tư vấn phát hành thẻ, việc sử dụng thẻ không có bất kì khó khăn gì nên vẫn là dịch vụ được ưa chuộng. Đối với dịch vụ Mobile banking và Internet banking thì khách hàng sẽ phải có những điều kiện nhất định so với việc dùng thẻ. Trong hai dịch vụ này, dịch vụ Mobile banking có doanh thu cao hơn hẳn so với Internet banking, gần như gấp 4 lần qua các năm. Điều này cũng phù hợp với thực tế là phí dịch vụ Mobile banking rẻ hơn Internet banking, ngoài ra đối với dịch vụ BSMS thuộc Mobile banking khách hàng không cần đòi hỏi phải có smart phone hay internet cũng như là việc sử dụng và tương tác cũng đơn giản hơn; vì vậy dịch vụ Mobile banking thu hút khách hàng nhiều hơn so với dịch vụ Internet banking.

Bảng 1. Doanh thu phí dịch vụ ngân hàng điện tử tại BIDV Thanh Hóa

Đơn vị: Tỷ đồng, %

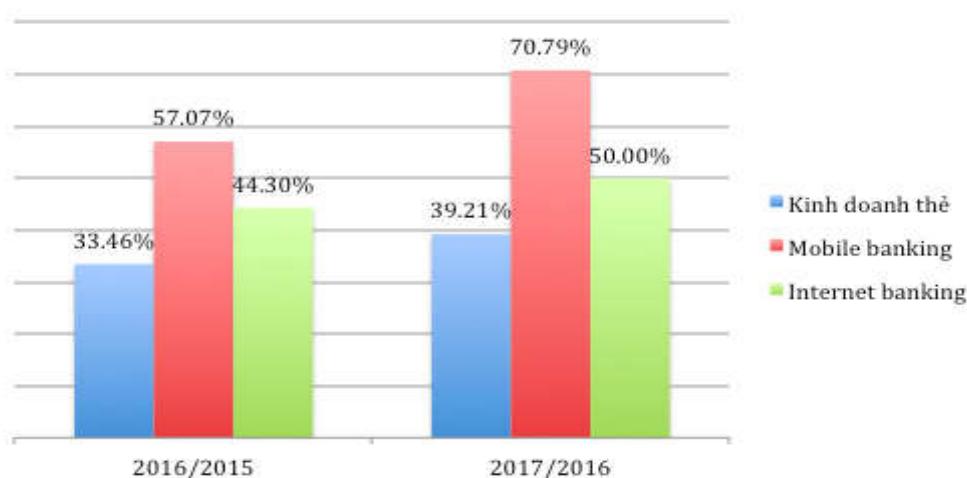
TT	Chỉ tiêu	2015	2016	2017	So sánh 2016/2015	So sánh 2017/2016
1	Doanh thu phí về kinh doanh thẻ	5.681	7.582	10.555	1.901	2.973
2	Doanh thu phí từ dịch vụ Mobile banking	3.324	5.221	8.917	1.897	3.696
3	Doanh thu phí từ dịch vụ Internet banking	991	1.430	2.245	399	715
	Tổng cộng	9.996	14.233	21.617	4.197	7.384

Nguồn: Báo cáo tài chính ngân hàng BIDV chi nhánh Thanh Hoá

So sánh tốc độ tăng trưởng doanh thu của các dịch vụ e-banking có thể thấy rằng dịch vụ thẻ tuy đang chiếm tỷ trọng lớn nhất, nhưng lại có tốc độ tăng trưởng thấp nhất trong số các dịch vụ của 3 năm trở lại đây. Người tiêu dùng sử dụng công nghệ trong đời sống hằng ngày đang là xu hướng nổi bật, vì vậy việc họ dần chuyển thói quen và ưa thích sử dụng thẻ sang sử dụng các ứng dụng tiện lợi, hiện đại hơn để đáp ứng các nhu cầu khác nhau là điều dễ hiểu. Các ứng dụng Mobile banking có tốc độ tăng trưởng cao nhất, đạt tốc độ 70,79% giai đoạn 2016 - 2017 là minh chứng cho nỗ lực của ngân hàng BIDV chi nhánh Thanh Hoá

khi tích cực giới thiệu, quảng bá đến khách hàng các sản phẩm Mobile banking. Người tiêu dùng chỉ cần một chiếc điện thoại thông thường đã có thể sử dụng dịch vụ BSMS để vắn tin số dư, nhận thông báo biến động số dư và một số tiện ích khác để quản lý tài khoản; đối với người dùng sử dụng điện thoại thông minh có thể sử dụng ứng dụng BIDV Smartbanking để thực hiện nhiều giao dịch hơn như chuyển khoản, đặt vé máy bay, nạp tiền điện thoại và các tiện ích khác. Tuy nhiên đối với dịch vụ Internet banking có thể thấy rằng tốc độ tăng trưởng có tăng nhưng rất chậm so với hai dịch vụ còn lại. Một phần có thể thấy được là do sử dụng Internet banking phức tạp hơn và cần một trình độ nhất định để sử dụng; khách hàng lớn tuổi hoặc khách hàng có trình độ thấp thì khó có thể bắt kịp. Điều này cũng cho thấy rằng ngân hàng BIDV chi nhánh Thanh Hoá chưa đẩy mạnh quảng bá và hướng dẫn người dùng sử dụng dịch vụ Internet banking, hoặc chưa đúng đối tượng; dẫn tới khách hàng không ưa chuộng sử dụng dịch vụ này.

Biểu đồ 1. Tốc độ tăng trưởng dịch vụ NHĐT tại BIDV Thanh Hoá



Nguồn: Xử lý số liệu của tác giả

2.2.2. Thực trạng Mobile banking và Internet banking tại BIDV chi nhánh Thanh Hoá

Dịch vụ BSMS được xem là dịch vụ được ưa chuộng nhất trong số các dịch vụ ngân hàng điện tử, năm 2017 số lượng khách hàng đăng kí dịch vụ là 210.256 tăng mạnh so với năm 2016 và cao nhất trong số các dịch vụ. Điều này càng khẳng định sự ưa chuộng và quan tâm của khách hàng đối với dịch vụ BSMS. Thực tế cho thấy dịch vụ không đòi hỏi nỗ lực tìm hiểu cách sử dụng vì rất đơn giản, và không đòi hỏi phải sử dụng điện thoại thông minh vì dịch vụ được cài đặt trên sim; vì vậy khách hàng gần như không mất thời gian và công sức để sử dụng dịch vụ. Khách hàng khi mở tài khoản tại BIDV có thể không phát hành thẻ nhưng vẫn có thể đăng kí sử dụng dịch vụ BSMS để quản lý tài khoản của mình. Số lượng giao dịch qua dịch vụ BSMS gần như là chủ đạo trong tổng số lượng giao dịch qua ngân hàng điện tử, mặc dù dịch vụ Smartbanking và Internet banking cung cấp nhiều tính năng ưu việt hơn.

Dịch vụ Smartbanking cũng đang trên đà phát triển, tuy hiện tại so với dịch vụ BSMS chưa cao nhưng xu hướng sẽ tăng nhanh. BSMS tuy đơn giản và thuận tiện nhưng lại không thể thực hiện được các tiện ích như Smartbanking như chuyển khoản, nạp tiền điện thoại, nạp ví điện tử,... Khách hàng với xu hướng giao dịch trực tuyến để phục vụ nhu cầu mua sắm, kinh doanh ngày càng cao sẽ phải tìm đến dịch vụ Smartbanking hoặc Internet banking. Số lượng khách hàng đăng ký dịch vụ Internet banking tuy không quá thấp, nhưng số lượng giao dịch lại chưa tương xứng. Ngân hàng nên chú trọng đầu tư hơn nữa vào việc quảng bá dịch vụ này cũng như là cung cấp thêm thông tin về việc sử dụng dịch vụ để Internet banking trở nên gần gũi hơn với khách hàng.

Bảng 2. Số lượng giao dịch qua dịch vụ ngân hàng điện tử

Chỉ tiêu	2015	2016		2017	
		Thực hiện	Tăng so với 2015	Thực hiện	Tăng so với 2016
BSMS					
Số lượng khách hàng	135.853	174.92	39.067	210.256	35.336
Số lượng giao dịch	793.288	900.269	106.981	1.237.222	336.953
SmartBanking					
Số lượng khách hàng	1.194	25.791	24.597	45.095	19.304
Số lượng giao dịch	38.32	102.187	63.867	136.924	34.737
Internet banking					
Số lượng khách hàng	832	1183	351	4.953	3.77
Số lượng giao dịch	455	715	715	8.411	7.696

Nguồn: Báo cáo tài chính ngân hàng BIDV chi nhánh Thanh Hoá

2.2.3. Thực trạng dịch vụ thẻ tại BIDV chi nhánh Thanh Hoá

Dịch vụ thẻ được BIDV Thanh Hóa triển khai tương đối chậm so với một số NHTM khác, năm 2006 chi nhánh mới triển khai trên địa bàn Tỉnh. Tuy nhiên dịch vụ thẻ của BIDV Thanh Hóa đã nhanh chóng chiếm vị trí Top đầu về dịch vụ thẻ, điều đó được chứng minh bằng những con số cụ thể dưới đây:

Về số lượng máy ATM: Đến nay, chi nhánh đã lắp đặt 52 máy ATM tại khắp các địa bàn huyện thị trên toàn tỉnh, chiếm 23% trên tổng số máy của toàn hệ thống NHTM và là ngân hàng có số lượng máy ATM lớn nhất trên địa bàn tỉnh Thanh Hóa.

Về hệ thống EDC/POS: Năm 2017, BIDV Thanh Hóa đã lắp đặt được 228 máy POS tại 220 đơn vị chấp nhận thẻ, tăng 20,6% so với năm 2016 chiếm 27% tổng số EDC của các NHTM đã lắp đặt, đứng đầu là Vietcombank, với số lượng máy là 248 máy, chiếm 29%.

Về thị phần phát hành thẻ: Tổng số lượng thẻ đã phát hành (lũy kế) đến năm 2017 là 698.359 thẻ, tăng 11,3% so với năm 2016 (đạt 627.652 thẻ) chiếm 50% thị phần về phát hành thẻ toàn thị trường. Trong đó số lượng thẻ nội địa là 692.182 thẻ chiếm 99% tổng số lượng phát hành và số lượng thẻ quốc tế là 6.177 thẻ, chiếm 1% tổng số lượng phát hành thẻ.

Bảng 3. Bảng phân tích chỉ tiêu phát triển dịch vụ Thẻ

Đơn vị tính: Thẻ/Thiết bị/tỷ đồng

TT	Chỉ tiêu	Năm 2016	Năm 2017	Số tuyệt đối	Tăng trưởng (%)
1	Tổng số lượng phát hành thẻ	627.652	698.359	70.707	11,3%
2	Tổng số dư trên tài khoản tiền gửi thanh toán đăng ký phát hành thẻ	908	1.062	154	17%
3	Dư nợ cho vay qua thẻ Tín dụng	1,6	1,7	0,1	6,3%
4	Doanh số thanh toán tại ATM, EDC/POS	12.066	13.569	1.503	12,4%
5	Tổng số máy ATM	49	52	3	6,1%
6	Tổng số thiết bị EDC/POS lũy kế	189	228	30	15,8%

Nguồn: Báo cáo tài chính ngân hàng BIDV chi nhánh Thanh Hoá

Bảng số liệu trên cho thấy năm 2017 tổng doanh số thanh toán thẻ tại BIDV đạt 13.569 tỷ đồng, tăng so với 2016 là 12,4%. Tổng doanh thu từ nghiệp vụ thẻ đến năm 2017 là 9.596 triệu đồng, tăng so với năm 2016 là 2.703 triệu đồng, tỷ lệ tăng 39,2%; tỷ trọng thu dịch vụ thẻ tăng từ 6% năm 2016 lên 6,5% năm 2017. Số liệu trên cho thấy, doanh thu từ hoạt động thẻ đã mang lại nguồn thu đáng kể cho BIDV, góp phần làm gia tăng lợi nhuận, cũng như nâng cao vị thế của BIDV Thanh Hóa trên địa bàn.

Từ kết quả phân tích trên cho thấy khách hàng rất quan tâm sử dụng dịch vụ e-banking của BIDV chi nhánh Thanh Hoá với số lượng ngày càng tăng. Tuy nhiên, bên cạnh đó còn một số vấn đề bất cập khi BIDV chi nhánh Thanh Hóa triển khai dịch vụ này. Cụ thể như:

Thứ nhất, tỷ lệ khách hàng sử dụng e-banking đang còn thấp so với tổng số khách hàng đăng ký tài khoản tại ngân hàng BIDV chi nhánh Thanh Hoá. Năm 2017, số khách hàng có tài khoản tại BIDV chi nhánh Thanh Hoá là 383.877, tuy nhiên chỉ có 210.256 khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ BSMS, 45.095 khách hàng đăng ký dịch vụ Smartbanking và 4.953 khách hàng đăng ký dịch vụ Internet banking. Lượng khách hàng đăng ký và sử dụng dịch vụ Internet banking còn rất thấp so với tiềm năng. Theo điều tra của tác giả, trong số 163 khách hàng đang sử dụng e-banking, chỉ có 11% khách hàng sử dụng Internet banking.

Thứ hai, chất lượng công nghệ e-banking chưa cao. Khi truy cập để sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử, người sử dụng nhiều khi gặp phải các vấn đề kết nối. Khách hàng vẫn gặp trường hợp không truy cập được vào trang chủ, vào ứng dụng của ngân hàng, hoặc phải chờ

rất lâu. Điều này có thể gây khó chịu, không hài lòng về dịch vụ đối với khách hàng đang sử dụng dịch vụ, có thể dẫn đến việc đóng tài khoản mặc dù dịch vụ có nhiều lợi ích.

Thứ ba, chưa đa dạng hoá hình thức quảng bá sản phẩm dịch vụ. Đối với dịch vụ e-banking, thời gian đầu BIDV đã thực hiện các dịch vụ quảng cáo khá đa dạng như quảng cáo trên tivi, báo đài, trên internet, tờ rơi. Chi nhánh Thanh Hoá cũng phát động chiến dịch quảng cáo rầm rộ như băng rôn, biển quảng cáo, khuyến mãi. Không ít người biết đến e-banking thông qua facebook hoặc sự khuyến khích sử dụng của bạn bè và người thân. Theo điều tra của tác giả, lượng khách hàng biết đến e-banking thông qua tờ rơi quảng cáo chiếm đến 66%, thông qua giới thiệu của nhân viên 52%, và 30% thông qua giới thiệu của người thân, bạn bè. Tuy nhiên thời gian gần đây, các khâu quảng cáo và marketing cho sản phẩm e-banking gần như không còn được đầu tư như trước. Các quảng cáo về dịch vụ chỉ còn thấy khi truy cập vào website của ngân hàng, hoặc chỉ khi đến chi nhánh thì khách hàng mới được giới thiệu hoặc nhận tờ rơi.

Thứ tư, chưa có hình thức phân loại, chăm sóc khách hàng theo đúng đối tượng.

Đối với từng khách hàng chưa có công tác phân loại, đánh giá mức độ sử dụng từng sản phẩm dịch vụ, hay những dịch vụ khách hàng chưa thực hiện để có sự chăm sóc, tư vấn khách hàng tốt nhất. Vì vậy khách hàng sẽ không trung thành với dịch vụ mà sẽ tìm đến các ngân hàng có sự chăm sóc tốt hơn.

Nguyên nhân của các tồn tại trên

Một là, việc lên kế hoạch quảng bá, marketing chưa có sự đồng bộ, chủ yếu mang tính sự vụ. Chi nhánh chưa có hình thức giới thiệu, hướng dẫn sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử cụ thể cho khách hàng như một số ngân hàng khác đang triển khai, dẫn đến khách hàng không hiểu hết lợi ích của dịch vụ hoặc cảm thấy khó khăn trong quá trình sử dụng, khách hàng sẽ không trung thành với dịch vụ điện tử của ngân hàng nữa. Ngoài ra, đối với marketing ngân hàng chủ yếu tập trung đầu tư vào các dịch vụ sản phẩm truyền thống hơn là các dịch vụ ngân hàng hiện đại. Kết quả nghiên cứu cho thấy nhận thức hữu dụng có tác động tích cực đáng kể đến ý định sử dụng dịch vụ e-banking, vì vậy nếu như khách hàng chưa thấy được sự hữu ích của dịch vụ họ sẽ không chọn sử dụng nó.

Hai là, chưa có công cụ khai thác và quản lý khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ của BIDV chi nhánh Thanh Hóa. Chi nhánh không quản lý được việc sử dụng dịch vụ của khách hàng cũng như là khai thác các khách hàng tiềm năng để có chiến lược marketing, bán chéo sản phẩm phù hợp với nhu cầu của khách hàng.

Ba là, tâm lý người Việt Nam ưa thích sử dụng tiền mặt trong thanh toán vì họ e ngại về sự bảo mật thông tin cá nhân và sự an toàn trong các giao dịch điện tử. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng, nhận thức rủi ro có tác động ngược chiều với ý định sử dụng dịch vụ một cách đáng kể. Vì thế, với những lỗi trong truy cập hoặc giao dịch cũng sẽ khiến khách hàng mất niềm tin vào công nghệ và từ chối sử dụng dịch vụ.

Bốn là, tại chi nhánh chưa có đội ngũ nhân viên chất lượng cao đáp ứng cho các dịch vụ e-banking. Nhân viên có chuyên môn cao sẽ giải đáp được mọi thắc mắc và xử lý kịp thời các vấn đề xảy ra trong quá trình khách hàng sử dụng dịch vụ. Ngoài ra công tác bán

chéo sản phẩm của nhân viên cũng chưa thực sự tốt, nếu như có chuyên môn và kỹ năng thì sẽ góp phần rất lớn vào việc quảng bá sản phẩm, hướng khách hàng sử dụng thêm các sản phẩm dịch vụ e-banking.

3. KẾT LUẬN

Bài viết cho thấy dịch vụ ngân hàng điện tử đã thu hút được lượng lớn khách hàng BIDV chi nhánh Thanh Hoá với tốc độ tăng trưởng doanh thu và số lượng khách hàng cao nhất trong giai đoạn 2016-2017, dịch vụ BSMS vẫn là dịch vụ được khách hàng ưa chuộng nhất vì đơn giản, tiện lợi và dễ sử dụng, tiếp đến là Smartbanking, Internet banking. Đối với dịch vụ thẻ, ngân hàng BIDV chi nhánh Thanh Hoá chiếm thị phần lớn so với các ngân hàng trên cùng địa bàn, số lượng lắp đặt máy ATM, máy POS, số lượng phát hành thẻ và doanh thu sử dụng thẻ tăng nhanh. Tuy nhiên, so với tiềm năng thì số lượng khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử đang còn hạn chế, số lượng giao dịch chưa cao, dịch vụ Internet banking chưa thu hút được khách hàng đăng ký và sử dụng; điều này cũng hợp lý do sử dụng Internet banking phức tạp hơn trong khi ngân hàng chưa chú trọng đến việc hướng dẫn khách hàng sử dụng, cũng như chưa đề cập đến những lợi ích nổi bật của Internet banking khi marketing với khách hàng. Ngoài ra, đối với công nghệ mà ngân hàng đang sử dụng, khách hàng vẫn thường xuyên gặp phải tình trạng tắc nghẽn khi thực hiện giao dịch do quá tải. Đối với dịch vụ thẻ, chất lượng, tiện ích sử dụng thẻ còn chưa đáp ứng yêu cầu của người sử dụng, kênh phân phối chưa thực sự tiện lợi để phục vụ khách hàng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho nghiệp vụ thẻ còn nhiều hạn chế. Điều này cũng phù hợp với thực tế, tâm lý người tiêu dùng Việt Nam ưa sử dụng tiền mặt, vì họ cho rằng dịch vụ ngân hàng điện tử không an toàn, không chắc chắn. Nắm bắt được tâm lý người tiêu dùng, ngân hàng nên đẩy mạnh các hoạt động marketing, chú trọng đào tạo đội ngũ nhân viên phụ trách dịch vụ ngân hàng điện tử và dịch vụ thẻ một cách chuyên nghiệp; có đội ngũ nghiên cứu thị trường và khách hàng, phân loại khách hàng để có hình thức phục vụ tốt nhất đối với từng đối tượng và thường xuyên nâng cấp, đổi mới công nghệ phù hợp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Đỗ Thị Ngọc Anh (2017), *Các nhân tố ảnh hưởng tới việc sử dụng Internet banking của khách hàng ở các NHTM Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
- [2] Allen, F., McAndrews, J., Strahan, P. (2001), *E-finance: An Introduction*, Working Paper No. 01-36, Financial Institutions Center, Wharton University, Philadelphia, PA, 7 October.
- [3] Daniel, E. (1999), *Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland*, International Journal of bank marketing, Vol. 17, No. 2.
- [4] Sathye, M. (1999), *Adoption of Internet banking by Australian Consumers: an empirical investigation*, International Journal of Bank Marketing, 17(7), 324 - 334.

**DEVELOPMENT OF ELECTRONIC BANKING SERVICES IN
BANK OF INVESTMENT AND DEVELOPMENT
OF VIET NAM - THANH HOA BRANCH**

Nguyen Ngan Ha

ABSTRACT

Electronic banking is the modern banking service which allows customers to make banking transaction without going to the bank directly. Electronic banking is becoming popular with users because of its various benefit. This paper looks into the status of development of electronic banking services in Bank for Investment and Development of Viet Nam - Thanh Hoa branch. The result shows that e-banking service has the highest level of growth in terms of revenue and number of customers. However, the number of customers using e-banking services has not been high comparing to the number of potential customers, the level of using services has not been correlated with network advantages. Moreover, the quality of e-banking services has been unstable because of congestion in transaction processing.

Keywords: *Electronic banking, e-banking, BIDV Thanh Hoa.*