

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG



NGUYỄN VĂN NGHĨA

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ
TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG
VIỆT NAM – CHI NHÁNH QUẢNG NAM**

Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh

Mã số : 60 34 05

**TÓM TẮT
LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

Người hướng dẫn khoa học
PGS.TS. NGUYỄN THỊ NHƯ LIÊM

Đà Nẵng, năm 2011

Luận văn được hoàn thành tại: Đại học Đà Nẵng

Người hướng dẫn khoa học

PGS.TS . Nguyễn Thị Như Liêm

Phản biện 1:PGS.TS Lê Thế Giới

.....

.....

.....

Phản biện 2: GS.TSKH Lương Xuân Quý

.....

.....

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận văn Thạc sĩ tại
Đại học Đà Nẵng

.....

.....

Vào hồi 9 giờ 00 ngày 17 tháng 09 năm 2011

Có thể tìm đọc luận văn tại: trung tâm thông tin tư liệu, Đại học Đà
Nẵng và thư viện Trường Đại học kinh tế, Đại học Đà Nẵng

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Hiện nay, trên địa bàn Quảng Nam có nhiều tiềm năng, lợi thế phát triển DVNH hiện đại: Quảng Nam có vị trí địa lý - kinh tế thuận lợi trong thu hút đầu tư, mở rộng giao lưu kinh tế và có nhiều danh lam, thắng cảnh đẹp, nên khách du lịch đến Quảng Nam ngày càng tăng, cũng như thu nhập ngày càng được tăng cao, cuộc sống người dân được nâng cao hơn thì nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng sẽ cao hơn. Đây sẽ là thị trường tiềm năng cho Vietcombank Quảng Nam phát triển nhanh các dịch vụ ngân hàng điện tử đa dạng, tiện ích, gia tăng tốc độ thanh toán hạn chế sử dụng tiền mặt trong dân cư, đáp ứng nhu cầu cạnh tranh gay gắt của Vietcombank Quảng Nam theo cơ chế thị trường. Chính vì lẽ đó, tác giả chọn đề tài: "***Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam Chi nhánh Quảng Nam***" làm đề tài nghiên cứu

2. Mục tiêu nghiên cứu của luận văn

- Hệ thống hóa và bổ sung làm rõ một số vấn đề lý luận về phát triển DVNH điện tử của các NHTM nói chung.

- Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển DVNH điện tử tại Vietcombank Quảng Nam và nguyên nhân của thực trạng đó.

- Đề xuất định hướng và giải pháp phát triển DVNH điện tử tại Vietcombank Quảng Nam đến năm 2015.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận văn

3.1. Đối tượng nghiên cứu: Phát triển DVNH điện tử của NHTM nói chung, Vietcombank Quảng Nam nói riêng.

3.2. Phạm vi nghiên cứu: Phát triển DVNH điện tử tại Vietcombank Quảng Nam từ năm 2005 - 2015 và tầm nhìn 2020.

4. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn sử dụng tổng hợp phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử. Đồng thời sử dụng đồng bộ các phương pháp nghiên cứu của khoa học kinh tế như: phương pháp thống kê, phân tích, so sánh... để làm nổi bật kết quả của chủ đề nghiên cứu.

5. Kết cấu luận văn

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

Chương 1: Cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

Chương 2: Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietcombank Quảng Nam.

Chương 3: Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietcombank Quảng Nam .

Chương 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN

VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.1. DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ VÀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.1.1. Khái niệm và đặc điểm dịch vụ ngân hàng điện tử

1.1.1.1. Khái niệm dịch vụ ngân hàng điện tử

Một khái niệm tổng quát nhất về dịch vụ ngân hàng điện tử có thể được diễn đạt như sau: “ Dịch vụ ngân hàng điện tử là dịch vụ mà tất cả các giao dịch giữa ngân hàng và khách hàng “ Cá nhân và tổ chức” dựa trên quá trình xử lý và chuyển giao dữ liệu số hoá nhằm cung cấp sản phẩm dịch vụ ngân hàng. ”

1.1.1.2 Đặc điểm của dịch vụ ngân hàng điện tử

DVNH điện tử mang đầy đủ các đặc điểm của DVNH đó là tính vô hình, mang lại những tiện ích cho khách hàng và lợi nhuận cho ngân hàng. Tuy vậy, DVNH điện tử cũng có một số nét đặc trưng cơ bản khác biệt so với DVNH nói chung, đó chính là công nghệ hiện đại ứng dụng trong nó và nhiều tiện ích mới do nó mang lại.

1.1.2. Lợi ích của phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

1.1.2.1 Đối với sự phát triển của nền kinh tế

+ Góp phần quan trọng đẩy nhanh chu chuyển vốn và đáp ứng tốt hơn các nhu cầu thanh toán của nền kinh tế

+ Phát triển DVNH điện tử tạo động lực thúc đẩy nền kinh tế phát triển theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá gắn với phát triển kinh tế tri thức.

1.1.2.2 Đối với khách hàng

+ DVNH điện tử giúp tiết kiệm chi phí cho khách hàng

+ DVNH điện tử giúp tiết kiệm thời gian giao dịch

+ DVNH điện tử giúp khách hàng tiếp cận thông tin nhanh và hiệu quả

1.1.2.3 Đối với ngân hàng

+ Dịch vụ ngân hàng điện tử tạo thêm nhiều cơ hội gia tăng vị thế và lợi nhuận cho các ngân hàng

+ DVNH điện tử giúp các ngân hàng thiết lập tốt hơn các mối quan hệ với khách hàng

+ Phát triển DVNH điện tử là một giải pháp đóng vai trò rất quan trọng giúp các ngân hàng nâng cao năng lực cạnh tranh của mình

1.1.3 Các giai đoạn phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử

Năm 1989, Ngân hàng tại Mỹ (WellFargo), lần đầu tiên cung cấp dịch vụ ngân hàng qua mạng và được phát triển qua những giai đoạn sau:

- **Giai đoạn 1:** Website quảng cáo (Brochure- Ware)
- **Giai đoạn 2:** Thương mại điện tử (E-commerce)
- **Giai đoạn 3:** Quản lý điện tử (E-business)
- **Giai đoạn 4:** Ngân hàng điện tử (E-bank)

1.1.4. Các loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử:

1.1.4.1 Dịch vụ Thẻ:

Các sản phẩm thẻ phổ biến tại Việt Nam hiện có:

- + Thẻ tín dụng (Credit Card)
- + Thẻ ghi nợ (Debit Card)
- +V.V

1.1.4.2 Dịch vụ máy rút tiền tự động

Hệ thống máy giao dịch tự động (Automatic teller machine-ATM) tại đây khách hàng được cung cấp khá nhiều dịch vụ rút tiền, chuyển khoản từ tài khoản, và một số dịch vụ tiện ích khác v.v..

1.1.4.3 Dịch vụ ngân hàng điện tử hiện đại.

Trong những năm gần đây, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng dần dần được hiện đại hoá, có thể kể đến một số dịch vụ ngân hàng điện tử như sau:

- * *Phone banking*
- * *Internet Banking*
- * *Mobile banking*
- * *E-banking*
- * *SMS Banking*

1.2 NỘI DUNG VÀ CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.2.1 Khái niệm về sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là sự tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ ngân hàng điện tử và gia tăng tỷ trọng thu nhập từ các dịch vụ này trên tổng thu nhập của ngân hàng, nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ bảo đảm đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu đa dạng của khách hàng trên cơ sở kiểm soát rủi ro và gia tăng hiệu quả kinh doanh phù hợp với mục tiêu và chiến lược kinh doanh của ngân hàng trong từng thời kỳ.

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

1.2.2.1 Các chỉ tiêu định lượng

- a/ Quy mô cung ứng dịch vụ*
- b/ Số lượng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử cung ứng và sự mở rộng danh mục sản phẩm qua các thời kỳ.*
- c/ Thị phần dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng và tốc độ gia tăng thị phần*
- d/ Sự phát triển của hệ thống ATM, điểm bán hàng chấp nhận thẻ (POS)*
- d/ Thu nhập từ dịch vụ ngân hàng điện tử*

1.2.2.2 Các chỉ tiêu định tính

- a/ Sự thoả mãn nhu cầu của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử*
- b/ Mức độ phổ biến, phạm vi cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử của NHTM*
- c/ Mức độ an toàn, bảo mật và khả năng phòng chống rủi ro về kỹ thuật. Độ an toàn của dịch vụ ngân hàng điện tử gồm: An toàn đối với số tiền trong tài khoản, an toàn trong thanh toán cho khách hàng.v.v..*

1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN QUÁ TRÌNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.3.1 Các nhân tố môi trường vĩ mô.

1.3.1.1 Môi trường pháp lý nhà nước

Bao gồm hành lang pháp lý như : Luật giao dịch điện tử, Luật thương mại điện tử, Luật xử lý tranh chấp đối với giao dịch điện tử , đó là những điều kiện để hình thành và phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

1.3.1.2 Môi trường kinh tế

Bao gồm các yếu tố như: tiền tệ ổn định, nền kinh tế phát triển vững chắc có tác động tích cực tới sự phát triển DVNH điện tử.

1.3.1.3 Môi trường xã hội

Bao gồm những nhân tố như: dân số, thu nhập, trình độ dân trí...có ảnh hưởng mạnh mẽ đến sự phát triển DVNH điện tử.

1.3.1.4 Sự phát triển của khoa học - công nghệ

Cơ sở hạ tầng kỹ thuật và thương mại điện tử là những nhân tố rất quan trọng để phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

1.3.1.5 Môi trường quốc tế:

Các NHTM trên thế giới hiện nay đang áp dụng tối đa các phát triển công nghệ mới vào sản phẩm dịch vụ ngân hàng truyền thống để phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử.

1.3.2 Các nhân tố từ khách hàng.

1.3.2.1 Nhu cầu của khách hàng.

Nhu cầu, mong muốn sử dụng sản phẩm dịch vụ của khách hàng sẽ là yếu tố quyết định cả về số lượng, kết cấu cũng như chất lượng sản phẩm dịch vụ mà ngân hàng cung ứng trên thị trường.

1.3.2.2 Khả năng và điều kiện sử dụng:

- Trình độ dân trí và thói quen tiêu dùng của khách hàng
- Thu nhập của khách hàng

1.3.3 Các nhân tố bên trong ngân hàng.

1.3.3.1 Vốn đầu tư

Để phát triển DVNH điện tử không chỉ cần vốn lớn cho quá trình đầu tư ban đầu mà còn phải chi phí không nhỏ cho việc bảo trì, bảo dưỡng trong quá trình hoạt động.

1.3.3.2 Cơ sở vật chất - kỹ thuật, công nghệ của ngân hàng

Sự tham gia của các phương tiện vật chất, kỹ thuật, thiết bị trở thành nhân tố chính trong các ngân hàng hiện đại nhằm nâng cao chất lượng DVNH.

1.3.3.3 Đạo đức và năng lực cán bộ, viên chức ngân hàng

Trình độ của cán bộ, viên chức ngân hàng sẽ quyết định đến tính khoa học của những quy trình tác nghiệp cung cấp DVNH điện tử.

1.3.3.4 Mạng lưới kênh phân phối:

Việc xây dựng mạng lưới hoạt động phù hợp sẽ có ý nghĩa rất lớn đối với hoạt động kinh doanh của NHTM.

1.3.3.5 Hệ thống bảo mật và phòng ngừa rủi ro của ngân hàng

Giao dịch dựa trên các phương tiện thông tin điện tử đặt ra các đòi hỏi rất cao về bảo mật và an toàn.

1.4. KINH NGHIỆM CỦA CÁC NGÂN HÀNG QUỐC TẾ TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.4.1. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của Ấn Độ

Ấn Độ thành công do tăng trưởng kinh tế luôn ở mức cao, dân số lớn thứ 2 thế giới, và hệ thống luật pháp ở Ấn Độ rất thuận lợi cho việc phát triển DVNH điện tử. Cũng như là sự phát triển công nghệ phần mềm của Ấn Độ vào hàng lớn nhất thế giới.

- Tuy vậy, cũng có một số hạn chế trong việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử như việc phân bố dân cư ở Ấn Độ thường trải rộng ở khu vực nông thôn, nguồn điện không liên tục, mạng lưới thông tin liên lạc sử dụng cáp rất đắt, và trình độ dân trí ở khu vực nông thôn còn rất hạn chế.

1.4.2. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của Estonia

Do lĩnh vực ngân hàng ở Estonia tương đối "trẻ" so với các ngành nghề khác, nên người sử dụng dịch vụ ngân hàng không bị bó buộc bởi thói quen sử dụng những sản phẩm DVNH truyền thống.

Liên quan đến vấn đề môi trường kinh doanh. Thể chế ở đất nước này luôn dành sự ưu tiên cho phát triển công nghệ. Ngoài ra, phí sử dụng dịch vụ Internet ở Estonia tương đối thấp cũng là một nhân tố tích cực đối với sự phát triển DVNH điện tử.

1.4.3. Những bài học có ý nghĩa đối với Ngân hàng TMCP NT Việt Nam Chi nhánh Quảng Nam

Qua kinh nghiệm của 2 nước nói trên, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm cho Vietcombank Quảng Nam, cụ thể như sau:

Thứ nhất, hệ thống pháp luật của Nhà nước phải phù hợp, tạo điều kiện cho các DVNH điện tử phát triển

Thứ hai, trình độ phát triển công nghệ thông tin, công nghệ phần mềm là một trong những điều kiện quan trọng để phát triển thành công DVNH điện tử.

Thứ ba, cơ sở kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất - kỹ thuật cần phải được nâng cấp để việc triển khai các DVNH điện tử trở nên khả thi hơn ở các vùng, miền, đặc biệt ở vùng sâu, vùng xa.

Thứ tư, nhu cầu, thói quen của khách hàng trong việc sử dụng DVNH truyền thống cần phải thay đổi.

Thứ năm, DVNH điện tử muốn phát triển phải kết hợp hài hoà 3 nhân tố: người sử dụng (khách hàng), nhà cung cấp dịch vụ (ngân hàng) và nhân tố môi trường.

Thứ sáu, sự cạnh tranh giữa các ngân hàng, đặc biệt là giữa ngân hàng trong nước và ngân hàng nước ngoài đã buộc các ngân hàng phải nghiên cứu phát triển các sản phẩm dịch vụ mới, hiện đại.

Thứ bảy, các ngân hàng cần phải tích cực trong việc đầu tư cho nghiên cứu phát triển và cho nguồn nhân lực.

Chương 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG

ĐIỆN TỬ TẠI VIETCOMBANK QUẢNG NAM

2.1. TỔNG QUAN VỀ VIETCOMBANK QUẢNG NAM GIAI ĐOẠN 2006 - 2010

2.1.1. Sơ lược quá trình hình thành và phát triển của Vietcombank Quảng Nam

Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Quảng Nam được thành lập vào ngày 27/04/2006 theo quyết định số 216/QĐ-NHNT-TCCB-ĐT. Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam Chi nhánh Quảng Nam được chuyển từ Chi nhánh Ngân hàng Ngoại thương Quảng Nam theo quyết định số: 427/QĐ—NHNT.TCCB-ĐT ngày 05/06/2008 của hội đồng quản trị Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam.

Cơ cấu tổ chức của Vietcombank Quảng Nam hiện nay như sau:

- Ban giám đốc : 1 Giám đốc v 2 phó giám đốc

Trụ sở chính đóng tại 35 Trần Hưng Đạo — th nh phố Tam Kỳ Tỉnh Quảng Nam, gồm có 10 phòng, tổ. Ngoài ra có 5 phòng giao dịch trực thuộc :

+ Phòng giao dịch Núi thành tại khu kinh tế mở Chu Lai Húi Thành tỉnh Quảng Nam

+ Phòng giao dịch Tam Kỳ tại Thành phố Tam Kỳ tỉnh Quảng nam

+ Phòng giao dịch Duy Xuyên tại Thị trấn Nam Phước tỉnh Quảng Nam

+ Phòng giao dịch Hội An tại 02 Trần Cao Vân Thành phố Hội an

+ Phòng giao dịch Điện Nam- Điện Ngọc tại Khu công nghiệp Điện Nam - Điện Ngọc

2.1.2 Kết quả hoạt động kinh doanh Vietcombank Quảng Nam

2.1.2.1. Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh.

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh Vietcombank Quảng Nam

Chỉ tiêu	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009		Năm 2010	
	Thực hiện	+/- /năm trước	Thực hiện	+/- /năm trước	Thực hiện	+/- /năm trước	Thực hiện	+/- /năm trước
1. Tổng nguồn VHD								
Trong đó: HD tại chỗ	259	131%	451	43%	719	25%	963	74%
2. Tổng dư nợ cho vay	718	63%	1069	33%	1206	13%	1608	33%
3. Tỷ lệ nợ xấu/Tổng dư nợ	0.88%		0.76%		1.02%		0.46%	
4. Kết quả kinh doanh								
Lợi nhuận trước thuế	0.12	-69%	3.42	97%	16.74	390%	34.9	108%
Lợi nhuận sau thuế	0.12	-58%	3.42	97%	16.74	390%	34.9	108%

Nguồn: Phòng Tổng hợp Vietcombank Quảng Nam

2.1.2.2. Thị phần hoạt động của Vietcombank Quảng Nam.

+ Lĩnh vực huy động vốn:

Vietcombank Quảng Nam hiện chiếm 12% thị phần huy động vốn trong toàn tỉnh Quảng Nam

+ Lĩnh vực cấp tín dụng:

Đối với lĩnh vực cấp tín dụng Vietcombank Quảng Nam chiếm khoản 10% thị phần.

+ Lĩnh vực hoạt động khác

Hầu hết các thị phần về hoạt động của sản phẩm, dịch vụ thì Vietcombank Quảng Nam đều chiếm tỷ trọng lớn trên địa bàn.

2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI VIETCOMBANK QUẢNG NAM

2.2.1 Phát triển về mặt lượng.

2.2.1.1 Qui mô hoạt động và chủng loại sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietcombank Quảng Nam

a/ Dịch vụ thanh toán điện tử

IBT (Inter Branch Transaction) Online: là quy trình chuyển tiền liên hàng nội bộ Vietcombank theo phương pháp trực tuyến.

b/ Dịch vụ thẻ:

Vietcombank Quảng Nam đã phát triển các sản phẩm thẻ như:

- Thẻ ghi nợ nội địa: gồm 01 sản phẩm là thẻ ghi nợ VCB Connect 24
- Thẻ ghi nợ quốc tế: gồm 02 sản phẩm là Vietcombank Visa

debit và Vietcombank Master debit

- Thẻ tín dụng quốc tế: gồm các sản phẩm Vietcombank VisaCard, Vietcombank MasterCard, Vietcombank American Express

- Và chấp nhận thanh toán cả 06 loại thẻ thông dụng nhất thế giới là: Visa, MasterCard, Amex, JCB, Diners Club và thẻ Cup

c/ Hệ thống rút tiền tự động ATM:

Với số lượng 20 máy ATM và gần 400 điểm chấp nhận thẻ của ngân hàng được triển khai lắp đặt tại một số địa bàn trọng điểm đông dân cư, khách du lịch và các khu công nghiệp trong tỉnh phục vụ 24/24h.

d/ Nhóm sản phẩm ngân hàng điện tử hiện đại

* Dịch vụ Mobile Banking

Dịch vụ Mobile Banking từ khi triển khai vào đầu năm 2008 đến cuối năm đã thu hút được 1.078 khách hàng, sang năm 2009 đã có 3.868 khách hàng tham gia sử dụng, phí dịch vụ thu được trên 70 triệu đồng.

* Dịch vụ Internet Banking

Số lượng giao dịch Internet Banking tại Vietcombank Quảng Nam năm 2010 là 3 triệu giao dịch, và quý 1 năm 2011 đạt trên 700 ngàn giao dịch. Với số lượng khách hàng giao dịch như trên có thể thấy dịch vụ Internet Banking phát triển chưa tương xứng với những tiện ích mang lại cho khách hàng tại Vietcombank Quảng Nam.

*** VCB Direct Billing**

Nhằm đa dạng hoá các sản phẩm của dịch vụ ngân hàng điện tử, VCB mở rộng liên kết với các đối tác cung cấp dịch vụ, để cung cấp dịch vụ thanh toán hoá đơn, cước phí tự động.

*** VCB Money**

Là dịch vụ cung cấp cho khách hàng là Định chế tài chính hoặc tổ chức kinh tế có tài khoản tiền gửi thanh toán tại Vietcombank Quảng Nam.

Dịch vụ thanh toán tour du lịch trực tuyến (VCB-eTour) và dịch vụ nạp tiền vào tài khoản điện thoại di động trả trước (VCB-eTopup) là những dịch vụ mới được triển khai trong năm 2008 của Vietcombank nhằm đa dạng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ này đã tăng đáng kể.

2.2.1.2 Tỷ trọng thu nhập dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietcombank Quảng Nam

Thu nhập từ DVNH điện tử năm 2008 chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng thu nhập, nhưng tăng mạnh trong năm 2009 và 2010 với tốc độ tăng trưởng 52,48%. Mặc dù tỷ lệ thu nhập từ DVNH hiện đại có tăng nhưng vẫn còn quá thấp so với tổng thu nhập của Vietcombank Quảng Nam.

2.2.1.3. So sánh các dịch vụ Ngân hàng điện tử của Vietcombank Quảng Nam và các ngân hàng khác trên địa bàn Quảng Nam.

Bảng 2.3 So sánh danh mục sản phẩm dịch vụ NHĐT giữa các ngân hàng

Sản phẩm dịch vụ NHĐT	Viecombank	BIDV	ACB
Thẻ ngân hàng	x	x	x
Máy ATM	x	x	x
Call Center	x		x
Internet banking	x	x	x
Home banking	x	x	x

2.2.2. Phát triển về mặt chất.

2.2.2.1 Chất lượng dịch vụ

Để tiến hành so sánh chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của Vietcombank Quảng Nam, tác giả đã tiến hành khảo sát khách hàng bằng hệ thống Bảng câu hỏi (Phụ lục 1). Qua số liệu thống kê của 275 khách hàng khảo sát, ta rút ra một vài nhận xét như sau:

Đối tượng sử dụng dịch vụ là Nam chiếm ưu thế, nằm trong độ tuổi 25-45, có thời gian giao dịch với Vietcombank Quảng Nam trên 5 năm

Khách hàng tiếp cận nguồn thông tin về dịch vụ ngân hàng điện tử chủ yếu thông qua sự tư vấn của nhân viên ngân hàng, sau đó là Website và sự truyền miệng

Đa số khách hàng đều sử dụng thẻ Ghi nợ nội địa, Dịch vụ SMS banking được khách hàng sử dụng nhiều nhất do tính tiện lợi của nó, tiếp đến là dịch vụ Internet banking. Hầu hết các khách hàng vẫn chỉ sử dụng những tiện ích đơn giản như vấn tin tài khoản, kiểm tra số dư, thanh toán hoá đơn.

Có đến 78% khách hàng chưa có thông tin về dịch vụ ngân hàng điện tử và 45% chưa an tâm khi sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử.

2.2.2.2 Rủi ro trong hoạt động ngân hàng điện tử tại Vietcombank Quảng Nam

Bảng 2.5: Danh mục sự kiện rủi ro trong hoạt động ngân hàng điện tử tại Vietcombank Quảng Nam giai đoạn 2008-2010

STT	Sự kiện rủi ro	2008	2009	2010
1	Hành động trái phép, sai thẩm quyền (Unauthorised Activity)	0%	0%	0%
2	Lỗi thiết kế của sản phẩm dịch vụ (Product Flaws)	0,9%	0,6%	0,1%
3	Gián đoạn hệ thống (Systems)	5%	2,5%	3%

4	Lỗi, sai sót khi nắm bắt thông tin, thực hiện và duy trì giao dịch (Transaction Capture, Execution and maintenance)	4,5%	5,5%	2%
5	Lỗi, sai sót trong kiểm tra giám sát hoạt động và báo cáo (Monitoring and Reporting)	0,5%	1,5%	1%
6	Sai sót trong quản lý tài khoản, tài sản sản khách hàng (Customer/Client Account management)	0%	0%	0%
7	Sai sót trong quản lý các nhà cung cấp dịch vụ (Vendors and Supplies)	0,3%	0,5%	0,1%

(Nguồn: Báo cáo kiểm tra giám sát tuân thủ Vietcombank Quảng Nam)

2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG

2.3.1. Những thành công đạt được trong phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietcombank Quảng Nam

- Vietcombank Quảng Nam đã phát triển được một số sản phẩm DVNH điện tử có nhiều tiện ích đạt chất lượng cao, có tốc độ tăng trung bình khoảng 25% trong đó dịch vụ thẻ và dịch vụ VCB-iB@king có tốc độ tăng cao nhất, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng trong phát triển kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế

- Kết cấu cơ sở hạ tầng hiện đại luôn được quan tâm đầu tư và ứng dụng công nghệ cao vào hoạt động ngân hàng được đẩy mạnh nhu nâng cấp tất cả đường truyền Leadlines và lắp đặt nhiều máy chấp nhận thẻ và máy ATM. Nhờ đó đã tạo được nền tảng để ngân hàng phát triển và cung cấp được ngày càng nhiều DVNH điện tử

2.3.2. Những tồn tại trong phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietcombank Quảng Nam

- Số lượng sản phẩm DVNH điện tử tại Vietcombank Quảng Nam chưa nhiều, chủng loại chưa đa dạng

- Chất lượng dịch vụ chưa cao, các dịch vụ ngân hàng hiện đại triển khai chậm và còn tiềm ẩn nhiều rủi ro

- Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử đều phụ thuộc quá nhiều vào một số loại khách hàng

2.3.3. Nguyên nhân của những tồn tại.

2.3.3.1 Nguyên nhân từ môi trường vĩ mô.

Một số văn bản pháp lý của Chính phủ và NHNN về hạn chế thanh toán dùng tiền mặt, vẫn chưa được các cơ quan tại tỉnh Quảng Nam quan tâm đúng mức, cũng như cơ sở hạ tầng ở tỉnh Quảng Nam được xem là khá hoàn thiện nhưng hạ tầng viễn thông vẫn thường xảy ra tình trạng nghẽn mạch cục bộ, quá tải đường truyền.

2.3.3.2. Nguyên nhân từ phía khách hàng.

Trình độ của dân cư hiểu biết về DVNH điện tử và thói quen sử dụng DVNH điện tử đều còn hạn chế

2.3.3.3 Nguyên nhân từ chính Vietcombank Quảng Nam.

- Vietcombank Quảng Nam chưa có định hướng chiến lược phát triển DVNH điện tử một cách đồng bộ, hiệu quả

- Trình độ đội ngũ cán bộ, viên chức và tính chuyên nghiệp còn hạn chế trong triển khai, phát triển DVNH điện tử của Vietcombank Quảng Nam

- Chính sách khách hàng và công tác quảng bá sản phẩm DVNH điện tử tới khách hàng chưa hiệu quả

Chương 3

ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI VIETCOMBANK QUẢNG NAM

3.1. CĂN CỨ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

3.1.1. Tình hình kinh tế xã hội tỉnh Quảng Nam

Với lượng khách du lịch trong và ngoài nước mỗi năm tăng bình quân 21%, doanh thu du lịch tăng bình quân 40%/năm tại địa bàn Quảng Nam, rất thuận lợi cho việc phát triển các sản phẩm DVNH điện tử như thẻ Visa, Mastercard... Các khu công nghiệp, và khu kinh tế mở hình thành đã thu hút nhiều dự án đầu tư và đã tạo ra một lượng lao động khá dồi dào, là lực lượng quan trọng góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Quảng Nam, tạo điều kiện cho Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam Chi nhánh Quảng Nam phát triển các dịch vụ thanh toán và chuyển tiền trong và ngoài nước.

3.1.2. Phương hướng phát triển của Vietcombank.

Tranh thủ thời cơ, phát huy lợi thế sẵn có của Vietcombank cũng như của các cổ đông mới, phát triển mở rộng lĩnh vực hoạt động một cách hiệu quả theo cả chiều rộng và chiều sâu.

3.1.3. Mục tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của Vietcombank Quảng Nam đến năm 2015

- + Tiếp tục và duy trì vị trí dẫn đầu về chất lượng và đa dạng các sản phẩm dịch vụ thẻ tại thị trường Quảng Nam .
- + Tăng cường kênh phân phối và chất lượng kênh phân phối.
- + Tăng sản phẩm dịch vụ và giá trị gia tăng của các dịch vụ ngân hàng điện tử với mục tiêu tăng 25% số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ mỗi năm.
- + Phát triển nguồn nhân lực và chất lượng nguồn nhân lực
- + Áp dụng công cụ quản lý hiện đại theo thông lệ quốc tế.

3.2. NGHIÊN CỨU VÀ DỰ BÁO NHU CẦU KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ.

3.2.1. Nghiên cứu nhu cầu khách hàng.

Với số dân trên 1,5 triệu người, việc Chính phủ ưu tiên đầu tư phát triển các khu thương mại, khu công nghiệp dịch vụ lớn tại miền trung, qua đó giúp cho thu nhập người dân ngày càng tăng lên, và lượng khách du lịch đến tỉnh Quảng Nam ngày càng tăng, dẫn đến nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử dự báo tăng khoảng 25% tập trung ở nhóm khách du lịch sử dụng sản phẩm Thẻ và cán bộ công nhân viên, học sinh, giới trẻ Tác giả đã thực hiện một cuộc khảo sát về nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng trên gần 275 khách hàng sống và làm việc trên địa bàn tỉnh Quảng Nam. Cách thức thu thập thông tin là bảng câu hỏi, qua phỏng vấn trực tiếp hoặc gửi bảng câu hỏi qua hộp Mail.

Cuộc khảo sát về nhu cầu sử dụng dịch vụ khách hàng cũng đã cho ra những kết quả đáng ghi nhận. Có 77% khách hàng được hỏi có nhu cầu về sử dụng sản phẩm thẻ và có 73% trong đó chọn sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử, với các sản phẩm dự kiến sử dụng Internet Banking 41% (tức 73% số người có nhu cầu dịch vụ ngân hàng điện tử). Cũng có 34% khách hàng có ý định sử dụng thẻ tín dụng, 70% sử dụng thẻ ATM.

3.2.2. Nghiên cứu đối thủ cạnh tranh.

Đối với nhóm ngân hàng thương mại nhà nước điểm yếu chung của các ngân hàng này là thủ tục rườm rà, cán bộ giao dịch còn cứng nhắc, chậm thích ứng với các thay đổi...

Đối với nhóm ngân hàng TMCP như: NH TMCP á Châu, NH TMCP Đông á, NH TMCP Sacombank, NH TMCP Eximbank,... đây là các đối thủ cạnh tranh trực tiếp với Vietcombank Quảng Nam về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử. điểm mạnh của các ngân hàng này là nhân viên giao dịch thân thiện, thủ tục gọn nhẹ và rất linh hoạt.

Về sản phẩm, hầu như tất cả các ngân hàng khác đều là đối thủ cạnh tranh của Vietcombank Quảng Nam, thể hiện ở mức độ đa dạng của sản phẩm dịch vụ, kênh phân phối và các hình thức quảng cáo khuyến mãi

Về hệ thống mạng lưới và kênh phân phối, trừ một vài NHTM, các ngân hàng còn lại đều lớn hơn Vietcombank Quảng Nam.

Bên cạnh các đối thủ cạnh tranh hiện hữu trên, Vietcombank Quảng Nam còn đối mặt với những đối thủ tiềm tàng. Theo thống kê của NHNN tỉnh Quảng Nam, hiện đang có gần 05 ngân hàng nộp hồ sơ xin mở chi nhánh, phòng giao dịch tại TP Hội An và TP Tam Kỳ. Đây chủ yếu là những ngân hàng cổ phần với mức vốn điều lệ nhỏ, quy mô gọn nhẹ rất linh hoạt trong chiến lược kinh doanh sẽ khiến cho thị trường ngân hàng vốn đã khốc liệt sẽ trở nên khốc liệt hơn trong thời gian tới trong cuộc chiến giành giật khách hàng bán lẻ.

3.2.3. Lựa chọn thị trường mục tiêu.

Mặc dù mục tiêu cuối cùng của các ngân hàng nói chung và của Vietcombank Quảng Nam là phục vụ tất cả các tầng lớp dân cư. Tuy nhiên trong điều kiện hiện nay, để đạt được hiệu quả đầy mạnh việc sử dụng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng điện tử của Vietcombank Quảng Nam, thì chỉ nên tập trung vào các khu vực thành thị và các địa bàn trọng điểm chẳng hạn như Khu kinh tế mở Chu Lai, KCN Điện Nam- Điện Ngọc, Thành phố Hội An, Thành phố Tam Kỳ... với các đối tượng khách hàng mục tiêu là các Doanh nghiệp, khách du lịch, cán bộ công nhân viên chức, để đẩy mạnh việc sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử.

Có một số đối tượng có tiềm năng mà Vietcombank Quảng Nam không thể bỏ qua đó là các Trường đại học và cao đẳng.

3.3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI VIETCOMBANK QUẢNG NAM ĐẾN NĂM 2015

3.3.1. Nhóm giải pháp phát triển về số lượng.

3.3.1.1. Đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử:

+ Đối với nhóm sản phẩm về thẻ: Để đa dạng hoá danh mục sản phẩm thẻ, đặt biệt là thẻ ghi nợ nội địa, cần tăng cường liên kết với các cơ sở chấp nhận thẻ là những chuỗi phân phối lớn như: Siêu thị bán hàng như Coopmart, Metros Các công ty vận tải hành khách như Taxi Mai Linh, các chuỗi khách sạn, resort tại Hội an các sản phẩm này đáp ứng cho từng đối tượng khách hàng có nhu cầu khác nhau. Biện pháp này không những đa dạng hoá danh mục sản phẩm Thẻ mà còn gia tăng doanh số thanh toán thẻ của Vietcombank Quảng Nam.

+ Đối với nhóm sản phẩm về ngân hàng trực tuyến: Việc phát triển danh mục sản phẩm ngân hàng trực tuyến tại Vietcombank hiện nay do Hội sở chính đảm nhiệm. Tuy nhiên, Vietcombank Quảng Nam cần bảo đảm triển khai đầy đủ các sản phẩm nhằm bảo đảm tính đa dạng của dịch vụ.

3.3.1.2 Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng trọn gói:

Phát huy vai trò đầu mối tại các phòng nghiệp vụ để phục vụ khách hàng trọn gói như: phòng Khách hàng pháp nhân là đầu mối trong việc phát triển các dịch vụ ngân hàng điện tử dành cho tổ chức và doanh nghiệp và phòng Kinh doanh dịch vụ là đầu mối phát triển dịch vụ cho khách hàng là cá nhân, cũng như các phòng tăng cường tư vấn, giới thiệu để bán chéo các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử.

3.3.1.3 Giải pháp phát triển qui mô và tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ ngân hàng điện tử.

+ So sánh xem xét lại việc triển khai công tác tiếp thị truyền thống (poster, tờ rơi ...) và tiếp thị hiện đại (trên Internet) để lựa chọn hình thức hợp lý và phù hợp.

+ Rà soát và đánh giá lại những khoản đầu tư cố định không hoạt động hiệu quả của hệ thống máy ATM và POS để tìm vị trí địa

điểm lắp đặt máy ATM/POS hiệu quả hơn, nâng cao doanh số thanh toán qua hệ thống ATM/POS

+ Vietcombank Quảng Nam cần linh hoạt hơn trong việc định giá sản phẩm dịch vụ, nhằm nâng cao khả năng mở rộng thị trường mục tiêu, đồng thời vẫn kiểm soát được chi phí dựa trên các phương pháp định giá

3.3.2. Nhóm giải pháp phát triển về chất lượng.

3.3.2.1 Nâng cao chất lượng và tăng trưởng các dịch vụ ngân hàng điện tử :

** Dịch vụ thẻ:*

Chi nhánh cần quan tâm phát triển mạng lưới ATM, nâng cấp đường truyền kết nối ATM,POS, bố trí nhân viên hướng dẫn khách hàng. Ngoài ra chi nhánh cần kiến nghị với Hội sở chính có biện pháp chuẩn hoá quy trình chấm, đối chiếu tra soát các giao dịch thẻ nội địa và quốc tế tránh gây thất thoát cho ngân hàng và khách hàng .

** Dịch vụ Ngân hàng điện tử:*

Hoàn thiện các quy trình nghiệp vụ, nâng cấp các đường truyền và phần mềm, đảm bảo an toàn bảo mật cho khách hàng và ngân hàng

Để tăng trưởng đối tượng sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử, Chi nhánh cần: (i) Nâng cao tính tiện ích của sản phẩm VCB-Money (kiến nghị Hội sở chính); (ii) Tăng cường tiếp thị đến các doanh nghiệp mới thành lập, các NHTMCP mới ra đời, đặc biệt là các Doanh nghiệp vừa và nhỏ; (iii) Nâng cấp hệ thống mạng nội bộ, đầu tư vào công nghệ phần mềm cho các dịch vụ này để không xảy ra tình trạng ngẽn mạng, rớt mạng; (iv) Bộ phận chăm sóc khách hàng cần phối hợp chặt chẽ với bộ phận vi tính để giải quyết nhanh chóng các sự cố xảy ra trong quá trình sử dụng dịch vụ; (v) Đảm bảo an toàn bảo mật cho khách hàng và ngân hàng.

3.3.2.2 Phát triển các dịch vụ mới:

Từ nay đến năm 2015, Chi nhánh cần kiến nghị với Hội sở chính phát triển một số dịch vụ mới như:

** Dịch vụ Mobile ATM:*

Dịch vụ Mobile ATM cho phép người sử dụng điện thoại di động thực hiện các giao dịch, thanh toán hàng hoá qua chính điện thoại của mình. Ngoài ra, còn cho phép thực hiện nhiều chức năng tiện ích như nạp tiền điện thoại, rút tiền mà không cần đến máy ATM, chuyển tiền.

3.3.2.3. Hoàn thiện kỹ năng quản trị rủi ro trong hoạt động ngân hàng điện tử:

- + Hoàn thiện quy trình nhận dạng và đánh giá rủi ro
- + Thiết lập một cơ chế giám sát xử lý rủi ro hiệu quả trong các hoạt động ngân hàng điện tử.
- + Thực hiện việc xác thực và phân quyền cho khách hàng khi thực hiện giao dịch qua Internet.
- + Cần rõ ràng trong việc đặt và sử dụng tên của các sản phẩm ngân hàng điện tử.
- + Lập các kế hoạch dự phòng nhằm đảm bảo tính liên tục của dịch vụ và hệ thống ngân hàng điện tử.

3.3.2.4. Giải pháp thu hút khách hàng.

a/ Mở rộng các kênh phân phối sản phẩm dịch vụ mới:

b/ Chính sách chăm sóc khách hàng

c/ Xây dựng tiêu chuẩn về dịch vụ khách hàng

3.4. GIẢI PHÁP ĐIỀU KIỆN VÀ CÁC KIẾN NGHỊ .

3.4.1. Các giải pháp điều kiện.

3.4.1.1. Giải pháp tăng cường đầu tư phát triển cơ sở vật chất - kỹ thuật và công nghệ hiện đại

Việc đầu tư phát triển công nghệ thông tin trong điều kiện nguồn lực hiện tại còn hạn chế, Vietcombank Quảng Nam cần tập

trung đầu tư có trọng tâm, trọng điểm, có dự kiến mở rộng khi có điều kiện cho phép.

3.4.1.2 Giải pháp nâng cao nhận thức và chất lượng nguồn nhân lực trong phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

Làm tốt công tác tuyển dụng

Làm tốt công tác đánh giá cán bộ, viên chức

Xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp

Đào tạo bổ sung và cập nhật về kiến thức, nghiệp vụ chuyên

ngành

3.4.2. Kiến nghị .

3.4.2.1 Kiến nghị với Vietcombank TW.

- * *Xây dựng chiến lược phát triển dịch vụ hướng tới khách hàng:*
- * *Hiện đại hoá quy trình nghiệp vụ:*
- * *Xây dựng các chính sách an toàn bảo mật hệ thống công nghệ thông tin:*
- * *Nâng cao vai trò quản trị rủi ro công nghệ:*

3.4.2.2. Kiến nghị với tỉnh Quảng Nam.

Trước mặt, Ủy ban nhân dân tỉnh Quảng Nam tập hợp văn bản, chỉ đạo các sở, ban ngành trong tỉnh phối hợp với các NHTM nhằm tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền để quảng bá hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt, sâu rộng đến từng tầng lớp dân cư . Bên cạnh đó Ủy ban nhân dân tỉnh Quảng Nam cũng chỉ đạo các sở, ban ngành trong tỉnh nghiêm túc thực Chỉ thị 20 của Chính phủ và ban hành các chính sách đãi ngộ về thuế để khuyến khích giảm giá hàng hoá, dịch vụ cho đối tượng làm đại lý thanh toán thẻ của các NHTM.

Ngoài ra, Ủy ban nhân dân tỉnh Quảng Nam cũng chỉ đạo sự phối hợp chặt chẽ giữa hệ thống NHTM và các đơn vị thuộc ngành tài chính như: Kho bạc, Hải quan, Thuế... để thuận tiện cho các cá nhân và Doanh nghiệp thuận lợi trong giao dịch qua tài khoản ngân hàng.

KẾT LUẬN

Qua quá trình nghiên cứu nghiêm túc, sử dụng những phương pháp nghiên cứu phù hợp, luận văn đã đạt được những nghiên cứu sau:

Một là, hệ thống hóa một cách khoa học theo trình tự lôgic trên cơ sở kế thừa có chọn lọc và bổ sung, phát triển một số vấn đề lý luận về ngân hàng điện tử. Phân tích các chỉ tiêu phản ánh sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử, đồng thời lý giải các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử.

Hai là, nghiên cứu thực trạng phát triển DVNH điện tử tại Vietcombank Quảng Nam trên cơ sở những số liệu được cập nhật trong những năm gần đây và được thực hiện bằng cách phân tích toàn diện, có sự so sánh cả về tổng thể lẫn chi tiết, làm cơ sở đề xuất các giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietcombank Quảng Nam.

Ba là, Trên cơ sở vận dụng lý thuyết cũng như dựa trên kết quả phân tích thực trạng hoạt động ngân hàng điện tử tại Vietcombank Quảng Nam, luận văn đã đề xuất các giải pháp đồng bộ, khả thi nhằm thúc đẩy việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietcombank Quảng Nam trong thời gian tới. Trên cơ sở các giải pháp, luận văn có đề xuất các kiến nghị với Tỉnh Quảng Nam và Vietcombank TW nhằm tạo điều kiện tốt nhất để phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử về những vấn đề nằm ngoài phạm vi giải quyết của Vietcombank Quảng Nam

Tuy đã cố gắng rất nhiều nhưng luận văn vẫn còn những thiếu sót. Tác giả luận văn rất mong nhận được sự góp ý của các thầy cô, các cán bộ quản lý trong lĩnh vực ngân hàng và những ai quan tâm đến lĩnh vực này để tác giả luận văn tiếp tục đi sâu nghiên cứu và chỉnh sửa nhằm đem lại kết quả cao hơn cả về mặt lý luận và thực tiễn.

Trân trọng cảm ơn !