



ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

NGUYỄN NGỌC TÚ UYÊN

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG SỐ ĐỐI VỚI
KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN TMCP ĐẦU TƯ VÀ
PHÁT TRIỂN VIỆT NAM
– CHI NHÁNH HỘI AN**

TÓM TẮT ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP
THẠC SĨ TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG
Mã số: 8340201

Đà Nẵng - 2025

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

Người hướng dẫn: PGS.TS. Nguyễn Ngọc Vũ

Phản biện 1:

Phản biện 2:

Đề án được bảo vệ trước Hội đồng chấm Đề án tốt nghiệp thạc sĩ Tài
chính – Ngân hàng họp tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà
Nẵng vào ngày tháng năm 2025

Có thể tìm hiểu đề án tại:

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

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh hội nhập, toàn cầu hóa ngày càng lớn, sự cạnh tranh ngày càng gay gắt và nhu cầu của người dân ngày càng đa dạng như hiện nay thì xu thế khai thác dịch vụ ngân hàng số nhằm mục đích mở rộng thị phần, tiếp cận một lượng lớn bộ phận người dân còn chưa biết đến các sản phẩm – dịch vụ ngân hàng là một xu thế tất yếu của ngành ngân hàng Việt Nam. Việc phát triển dịch vụ ngân hàng, mà trọng tâm là ứng dụng các dịch vụ ngân hàng số không những đem lại nguồn doanh thu cao, ít rủi ro cho ngân hàng mà còn nâng cao khả năng phục vụ khách hàng, qua đó, tăng cường sức cạnh tranh của các ngân hàng. Như vậy hiện đại hóa dịch vụ ngân hàng, ứng dụng nhiều công nghệ mới, đi trước cung ứng những dịch vụ trực tuyến mà tiêu biểu là Ngân hàng số chính là chìa khóa thành công cho các ngân hàng thương mại Việt Nam trong tương lai.

Với xu thế chung hiện nay, trong môi trường cạnh tranh hiện đại, khi công nghệ là yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới sự thành công của các ngân hàng để tồn tại và phát triển, Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam cũng đang phấn đấu, nỗ lực hết mình để bắt kịp tiến trình hiện đại hóa của ngành ngân hàng, không những hoàn thiện những nghiệp vụ truyền thống, mà còn tập trung phát triển các ứng dụng ngân hàng hiện đại, trong đó chú trọng dịch vụ ngân hàng số nhằm đáp ứng yêu cầu nâng cao năng lực cạnh tranh, hội nhập và phát triển. Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Hội An là một trong những ngân hàng đi đầu trong triển khai dịch vụ ngân hàng số tại khu vực Hội An và đã đạt được những thành công nhất định. Song, thực tiễn quá trình phát triển ngân hàng số của Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Hội An cũng còn tồn tại nhiều khó khăn, hạn chế.

Là một cán bộ công tác tại Ngân hàng BIDV Hội An nhiều năm trong vai trò là giao dịch viên, một trong những nhiệm vụ chính của giao dịch viên là tiếp nhận khách hàng đến ngân hàng giao dịch cũng như tìm hiểu và nắm bắt các nhu cầu của khách hàng. Trong hoạt động phát triển dịch vụ ngân hàng số tại ngân hàng, giao dịch viên đóng một vai trò rất quan trọng, như là cầu nối trung gian giữa khách hàng và ngân hàng, truyền tải những sản phẩm và dịch vụ, hướng khách hàng đến những sản phẩm dịch vụ hiện đại và tiện lợi nhất. Thực tế, tôi nhìn thấy dịch vụ ngân hàng số tại BIDV Hội An có sự phát triển cả về quy mô và chất lượng qua mỗi năm nhưng người sử dụng dịch vụ còn khá thấp so với quy mô nền khách hàng của chi nhánh. Với mong muốn gia tăng hiệu quả kinh doanh về dịch vụ ngân hàng số, phát triển nền khách hàng số và tận dụng được hết tiềm năng của lượng khách hàng hiện hữu, tôi quyết định chọn đề tài: *“Phát triển dịch vụ ngân hàng số đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Hội An”* làm đề án tốt nghiệp Thạc sĩ Tài chính - Ngân hàng.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ của đề án

- Mục tiêu

Đề án tập trung nghiên cứu về hoạt động phát triển dịch vụ ngân hàng số dành cho KHCN tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam – Chi nhánh Hội An, qua đó phân tích thành công, hạn chế và đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng số tại chi nhánh giai đoạn 2025- 2027, tầm nhìn đến năm 2030.

- Nhiệm vụ của nghiên cứu

Để đạt được mục tiêu đề ra, đề án hướng tới thực hiện các nhiệm vụ cụ thể:

+Đánh giá về thực trạng phát triển dịch vụ Ngân hàng số của Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Việt nam – Chi nhánh Hội An trong giai đoạn 2022-2024, bao gồm kết quả đạt được, các hạn chế cũng như nguyên nhân của các hạn chế.

+ Đề xuất các giải pháp phát triển dịch vụ Ngân hàng số của Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Việt nam – Chi nhánh Hội An từ nay đến năm 2027 và tầm nhìn đến năm 2030.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu đề án

- Đối tượng nghiên cứu

Các dịch vụ ngân hàng số đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam – chi nhánh Hội An.

- Phạm vi nghiên cứu

+ Về mặt không gian: Đề án thực hiện nghiên cứu tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Hội An và các phòng giao dịch trực thuộc.

+ Về mặt thời gian: Đề tài nghiên cứu trên cơ sở khảo sát thực trạng với dữ liệu giai đoạn từ năm 2022 đến năm 2024, định hướng 2030.

+ Về nội dung: Dịch vụ ngân hàng số đối với khách hàng cá nhân được nhìn nhận từ góc độ kinh tế, phát triển sản phẩm hơn nhìn từ góc độ công nghệ để phát triển dịch vụ ngân hàng số.

4. Phương pháp nghiên cứu đề án

4.1. Phương pháp thu thập xử lý dữ liệu

Dữ liệu thứ cấp:

- Thu thập dữ liệu có sẵn trong nội bộ Ngân hàng BIDV Hội An
- Các sách, báo, tạp chí chuyên ngành Tài chính - Ngân hàng, các tài liệu trên mạng internet về lĩnh vực dịch vụ ngân hàng số.

4.2. Phương pháp phân tích

- Phương pháp thống kê được sử dụng bao gồm: Số bình quân, số tương đối, phân tích sự biến động theo thời gian; phân tích kết quả các hoạt động nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng số dành cho KHCN như số lượng khách hàng, thu nhập từ dịch vụ ngân hàng số, chất lượng dịch vụ ngân hàng số tại Ngân hàng BIDV Hội An.

- Phương pháp so sánh đối chiếu: Trên cơ sở dữ liệu thu thập được từ các báo cáo và từ các dữ liệu thứ cấp thu thập được, tác giả

tiến hành so sánh dữ liệu theo thời gian để đánh giá sự phát triển của dịch vụ ngân hàng số, xu hướng tăng trưởng hay suy giảm, phân tích dữ liệu nhằm đưa ra các kết quả nghiên cứu cho đề án.

5. Bố cục của đề án

Ngoài phần mở đầu và kết luận, nội dung chính của đề án được kết cấu gồm 03 chương:

- **Chương 1:** Những vấn đề lý luận cơ bản về phát triển dịch vụ ngân hàng số đối với khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại.

- **Chương 2:** Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng số đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – chi nhánh Hội An giai đoạn 2022-2024.

- **Chương 3:** Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng số đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – chi nhánh Hội An.

CHƯƠNG 1

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG SỐ ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Phát triển dịch vụ ngân hàng số của Ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái niệm và đặc điểm của dịch vụ ngân hàng số

1.1.1.1. Khái niệm ngân hàng số

Ngân hàng số là một mô hình kinh doanh ngân hàng trong thời đại số, được xây dựng dựa trên nền tảng công nghệ và có khả năng tự động hóa các quy trình và dịch vụ, giúp tối ưu hóa hoạt động của ngân hàng và mang lại sự tiện lợi cho khách hàng. Khác với những ngân hàng điện tử như Internet banking, SMS Banking và Mobile Banking, Ngân hàng số là một hình thức hoàn toàn mới trong lĩnh vực tài chính.

1.1.1.2. So sánh ngân hàng số và ngân hàng điện tử

1.1.2. Khái niệm phát triển dịch vụ ngân hàng số

1.1.2.1. Khái niệm dịch vụ ngân hàng số

Dịch vụ ngân hàng số là hình thức ngân hàng cung các sản phẩm và dịch vụ của ngân hàng thông qua nền tảng công nghệ số, giúp người dùng thực hiện các giao dịch trực tuyến mà không cần đến quầy giao dịch truyền thống. Người dùng sử dụng dịch vụ ngân hàng số thông qua ứng dụng di động, website ngân hàng hoặc các hệ thống thanh toán điện tử.

1.1.2.2. Phát triển dịch vụ ngân hàng số

Phát triển dịch vụ ngân hàng là việc mở rộng các hình thức dịch vụ, gia tăng tiện ích, gia tăng các giá trị giao dịch, gia tăng quy mô, đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ của ngân hàng (Phạm Thu Hương, 2012).

1.2. Nội dung phát triển dịch vụ ngân hàng số

1.2.1. Phát triển quy mô dịch vụ ngân hàng số

- Tăng trưởng về quy mô cung ứng dịch vụ ngân hàng số
- Đa dạng hóa dịch vụ ngân hàng số
- Tăng trưởng thị phần cung ứng dịch vụ trên địa bàn hoạt động:

1.2.2. Phát triển chất lượng dịch vụ ngân hàng số

Phát triển chất lượng dịch vụ ngân hàng số là sự cải tiến về chất của dịch vụ, vừa gia tăng độ hiệu quả, chính xác, an toàn, thuận tiện của dịch vụ vừa gia tăng thêm những tính năng mới cho dịch vụ ngân hàng số nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng và nâng cao sự hài lòng của khách hàng về các dịch vụ ngân hàng số. Sự gia tăng về chất lượng dịch vụ ngân hàng số là yếu tố quyết định để duy trì khách hàng hiện hữu và thu hút được khách hàng mới đến với ngân hàng.

1.3. Tiêu chí phản ánh phát triển dịch vụ ngân hàng số

1.3.1. Phát triển quy mô dịch vụ ngân hàng số

1.3.1.1. Số lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng số

1.3.1.2. Tăng trưởng quy mô nền khách hàng số

1.3.1.3. Doanh số giao dịch ngân hàng số

1.3.1.4. Thu nhập thuần từ dịch vụ ngân hàng số

1.3.2. *Phát triển chất lượng dịch vụ ngân hàng số*

1.3.2.1. *Tỷ lệ lỗi giao dịch*

1.3.2.2. *Mức độ hài lòng của khách hàng*

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG SỐ ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH HỘI AN GIAI ĐOẠN 2022-2024

2.1. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động phát triển dịch vụ ngân hàng số đối với khách hàng cá nhân tại ngân hàng BIDV Hội An

2.1.1. *Các yếu tố khách quan*

2.1.1.1. *Môi trường kinh tế - xã hội*

2.1.1.2. *Môi trường pháp lý*

2.1.1.3. *Môi trường công nghệ*

2.1.1.4. *Môi trường cạnh tranh*

2.1.2. *Các yếu tố chủ quan*

2.1.2.1. *Hệ thống cung ứng dịch vụ Ngân hàng số tại Ngân hàng BIDV*

2.1.2.2. *Thương hiệu của BIDV Hội An trên địa bàn*

2.1.2.3. *Nguồn nhân lực và nguồn lực tài chính*

2.1.2.4. *Chính sách phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng số*

2.2. Kết quả hoạt động phát triển dịch vụ ngân hàng số đối với khách hàng cá nhân tại ngân hàng BIDV Hội An

2.2.1. *Phát triển về quy mô dịch vụ ngân hàng số*

2.2.1.1. *Số lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng số dành cho khách hàng cá nhân tại BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024*

Dựa trên dữ liệu từ BIDV - Chi nhánh Hội An trong giai đoạn 2022–2024, các chỉ tiêu liên quan đến dịch vụ ngân hàng số cho thấy sự tăng trưởng đáng kể, nhưng vẫn tồn tại một số hạn chế cần khắc phục. Bảng 2.1 thể hiện sự tăng trưởng về số lượng máy giao dịch tự

động và sự tăng lên về số lượt giao dịch tại máy của ngân hàng BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024.

Bảng 2.1: Số lượng máy giao dịch tự động tại BIDV Chi nhánh Hội An giai đoạn 2022–2024

Chỉ tiêu	2022	2023	2024
ATM (máy)	9	11	10
CRM (máy)	0	1	2
Số lượt giao dịch (giao dịch)	43.921.771	57.296.603	72.765.176

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

Bảng 2.2: Số lượng máy POS tại BIDV Chi nhánh Hội An giai đoạn 2022–2024

Chỉ tiêu	2022	2023	2024	Tăng trưởng 2023/2022 (%)	Tăng trưởng 2024/2023 (%)
Số lượng POS (máy)	300	262	230	-12,67	-12,21
Doanh số POS (tỷ đồng)	308	370	449	20,13	21,35

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

Bảng 2.3: Số lượng thẻ phát hành tại BIDV Chi nhánh Hội An giai đoạn 2022–2024

Đơn vị tính: thẻ

Chỉ tiêu thẻ	2022	2023	2024	Tăng trưởng 2023/2022 (%)	Tăng trưởng 2024/2023 (%)
GNND	25.000	31.586	42.556	26,34	34,74
GNQT	1.200	1.378	1.418	14,83	2,9
TDQT	650	982	1.391	51,54	41,22
TDQT phát sinh giao dịch	161	453	633	181,37	39,74

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

Bảng 2.4. Số lượng sản phẩm dịch vụ trên BIDV SmartBanking từ năm 2022 đến năm 2024

Số lượng sản phẩm dịch vụ trên BIDV SmartBanking theo nhóm tính năng	Năm 2022	Năm 2023	Năm 2024
Dịch vụ Ngân hàng	5	10	14
Đăng ký dịch vụ	5	9	13
Dịch vụ bảo hiểm	2	3	4
Quản lý đầu tư	1	2	5
Mua sắm	4	7	10
Ngân sách nhà nước	0	1	3
Hỗ trợ khách hàng	0	11	18
Tổng	17	43	67

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

Bảng 2.5. Số lượng giao dịch trên ứng dụng BIDV SmartBanking theo loại hình dịch vụ tại BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

Đơn vị tính: Nghìn giao dịch

STT	Loại hình giao dịch	2022	2023	2024	Tăng trưởng 2023/2022(%)	Tăng trưởng 2024/2023(%)
1	Chuyển khoản	250	400	500	60	25
2	Thanh toán hóa đơn	100	150	180	50	20
3	Thanh toán QR	80	150	180	87,50	20
4	Giao dịch thẻ online	70	100	120	42,86	20
	Tổng cộng	500	750	900	50	20

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

Giao dịch ngân hàng số tại BIDV - Chi nhánh Hội An giai đoạn 2022–2024, bao gồm những sản phẩm dịch vụ có lượng giao dịch nổi

trội như chuyển khoản, thanh toán hóa đơn và thanh toán QR, ghi nhận tăng trưởng đáng kể, phản ánh xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt tại thị trường du lịch sôi động.

2.2.1.2. *Số lượng khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ ngân hàng số tại BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024*

Bảng 2.6. Số lượng khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ ngân hàng số BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

Đơn vị tính: người

Chỉ tiêu	2022		2023		2024		TT 2023/ 2022 (%)	TT 2024/ 2023 (%)
	Số lượng	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Tỷ trọng (%)		
KHCN	45.929	100	52.964	100	63.152	100	15,32	19,24
SMB active	24.717	53,81	33.481	63,21	36.927	58,47	35,46	10,29

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

Bảng 2.7. Cơ cấu khách hàng cá nhân theo khu vực địa lý tại BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

Đơn vị tính: khách hàng

STT	Khu vực địa lý	2022	2023	2024	Tăng trưởng 2023/2022	Tăng trưởng 2024/2023
1	Nội thành Hội An	26.557	31.778	38.891	19,66	22,38
2	Ngoại thành Hội An	15.778	16.889	19.946	18,1	19,24
3	Khách du lịch	3.594	4.297	4.315	19,56	0,42
Tổng cộng		45.929	52.964	63.152	15,32	19,24

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

2.2.1.3. Thu nhập thuần từ các dịch vụ ngân hàng số dành cho khách hàng cá nhân tại BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

Bảng 2.8. Thu nhập thuần sản phẩm số của BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022	2023	2024	TT 2023/2022 (%)	TT 2024/2023 (%)
Khối NHBL	127,7	134,4	132,5	5,25	-1.41
Sản phẩm số (SPS)	1,7	12,7	18,2	647,06	43,31
Tỷ lệ SPS/NHBL	1,33%	9,45%	13,74%		

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

Sự tăng trưởng mạnh mẽ này có thể liên quan đến các chiến dịch miễn phí giao dịch, ưu đãi hoàn tiền, và tích hợp các tính năng mới như thanh toán không tiếp xúc, đặc biệt phù hợp với thị trường du lịch Hội An. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng giảm từ 647,06% xuống 43,31% cho thấy thách thức trong việc duy trì đà tăng trưởng cao khi thị trường dịch vụ số ngày càng cạnh tranh.

Bảng 2.9. Thu nhập thuần sản phẩm thẻ của BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022	2023	2024	TT 2023/2022 (%)	TT 2024/2023 (%)
TNT Khối NHBL	127,7	134,4	132,5	5,25	-1.41
TNT Sản phẩm thẻ (SPT)	5,4	9,8	10,5	81,48	7,14
Tỷ lệ SPT/NHBL	4,23%	7,29%	7,93%		

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

Sự tăng trưởng này phản ánh nhu cầu sử dụng thẻ, đặc biệt là thẻ TDQT ngày càng cao tại Hội An, nơi du khách quốc tế và các hộ kinh

doanh du lịch chiếm tỷ lệ lớn. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng chậm lại đáng kể trong năm 2024, có thể do cạnh tranh từ các ví điện tử như MoMo, ZaloPay, hoặc từ các ngân hàng khác cung cấp thẻ với ưu đãi hấp dẫn hơn.

Bảng 2.10. Thu nhập thuần từ huy động vốn bán lẻ và tín dụng bán lẻ của BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu thu nhập thuần	2022	2023	2024	TT 2023/2022	TT 2024/2023
Huy động vốn cuối kỳ	27	28,2	26,1	4,44%	-7,45
Huy động vốn kênh số	1,2	1,9	2,8	58,33%	47,37
Tỷ lệ Huy động vốn cuối kỳ/Huy động vốn kênh số	4,4%	6,7%	10,7%		
Tín dụng bán lẻ	88,9	89	88,7	0,11%	-0,34%
Tín dụng kênh số	0,4	5,7	9,2	1,325%	61,4%
Tỷ lệ Tín dụng cuối kỳ/Tín dụng kênh số	0,5%	6,4%	10,4%		

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

2.2.1.4. Doanh số giao dịch ngân hàng số tại BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

Bảng 2.11. Doanh số giao dịch từ các dịch vụ ngân hàng số tại BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

Đơn vị tính: tỷ đồng

STT	Dịch vụ	2022	2023	2024	Tăng trưởng 2023/2022 (%)	Tăng trưởng 2024/2023 (%)	Tỷ trọng 2024 (%)
1	BIDV SmartBanking	1.500	3.000	4.500	100	50	56,25
2	Thanh toán	500	1.200	1.800	140	50	22,5

	QR						
3	Thẻ TDQT	300	700	1.000	133,33	42.86	12,5
4	BIDV Home, Cầm cổ Online	200	500	700	150	40	8,75
Tổng cộng		2.500	5.400	8.000	116	48,15	100

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

2.2.2. Phát triển về chất lượng dịch vụ ngân hàng số

2.2.2.1. Tỷ lệ giao dịch lỗi giao dịch ngân hàng số

Bảng 2.12. Tỷ lệ giao dịch lỗi giao dịch ngân hàng số tại BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	2022	2023	2024	Thay đổi 2023/2022 (%)	Thay đổi 2024/2023 (%)
1	Tổng số giao dịch NHS	Nghìn giao dịch	500	750	900	50	20
2	Số giao dịch lỗi	Giao dịch	5.000	5.250	4.500	5.00	-14,29
3	Tỷ lệ giao dịch lỗi	%	1.00	0,70	0,50	-30	-28,57

Nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu BIDV – Chi nhánh Hội An (2022–2024)

2.2.2.2. Mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ ngân hàng số tại BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

Bảng 2.13. Mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ ngân hàng số tại BIDV Hội An giai đoạn 2022-2024

Đơn vị tính: Điểm

STT	Chỉ tiêu hài lòng	2022	2023	2024	Thay đổi 2023/2022 (%)	Thay đổi 2024/2023 (%)
1	Tiện lợi	3,80	4,00	4,20	5,26	5

STT	Chỉ tiêu hài lòng	2022	2023	2024	Thay đổi 2023/2022 (%)	Thay đổi 2024/2023 (%)
2	Tốc độ	3,70	3,90	4,10	5,41	5,13
3	Bảo mật	3,90	4,10	4,30	5,13	4,88
4	Hỗ trợ KH	3,60	3,80	4,00	5,56	5,26
5	Tổng thể	3,75	3,95	4,15	5,33	5,06
6	Tỷ lệ hài lòng (Điểm ≥ 4)	65%	75%	85%	15,38	13,33

*Nguồn: Tổng hợp số liệu từ khảo sát khách hàng BIDV – Chi nhánh
Hội An (2022–2024)*

2.3. Đánh giá phát triển dịch vụ ngân hàng số đối với khách hàng cá nhân tại BIDV Hội An

2.3.1. Kết quả đạt được

Về quy mô, BIDV Hội An đã đạt được nhiều thành tựu trong phát triển dịch vụ thẻ, với số lượng thẻ TDQT, GNNĐ, và doanh số POS tăng đáng kể, vượt kế hoạch đề ra. Tỷ lệ thẻ TDQT phát sinh giao dịch cải thiện từ 24,77% lên 45,51% cũng là một điểm sáng, phản ánh sự chấp nhận ngày càng cao của khách hàng đối với các dịch vụ thẻ, số lượng khách hàng sử dụng ngân hàng số tăng đáng kể, tổng số giao dịch ngân hàng số cũng tăng mạnh từ 500 nghìn giao dịch năm 2022 lên 900 nghìn giao dịch năm 2024, tăng 80% (Bảng 2.5), phản ánh sự chấp nhận ngày càng cao của khách hàng đối với các dịch vụ như BIDV SmartBanking và thanh toán QR. Việc áp dụng các sản phẩm tự động không chỉ giúp giảm thiểu thời gian xử lý giao dịch mà còn mang đến cho khách hàng những trải nghiệm thật tuyệt vời, tạo nên điểm nhấn tích cực cho hình ảnh và thương hiệu của BIDV Hội An.

Về thu nhập, thu nhập thuần khối ngân hàng bán lẻ tăng từ 127,7 tỷ đồng năm 2022 lên 132.5 tỷ đồng năm 2024, với tỷ lệ đóng góp vào

tổng thu nhập thuần các khối tăng từ 79,0% lên 81,3%. Đặc biệt, thu nhập từ sản phẩm số tăng vượt bậc từ 1,7 tỷ đồng năm 2022 lên 18,2 tỷ đồng năm 2024, tăng 970,59%, chiếm 13,74% thu nhập thuần khối bán lẻ năm 2024, khẳng định vai trò ngày càng quan trọng của các dịch vụ như BIDV SmartBanking, thanh toán QR, và eKYC. Thu nhập từ sản phẩm thẻ tăng từ 5,4 tỷ đồng lên 10,5 tỷ đồng, tăng 94,44%, với tỷ trọng 7,92% năm 2024.

Về chất lượng dịch vụ, tỷ lệ giao dịch lỗi giảm đáng kể từ 1% năm 2022 xuống 0,5% năm 2024, cho thấy sự ổn định của hệ thống ngân hàng số. Mức độ hài lòng của khách hàng cải thiện rõ rệt, với điểm hài lòng trung bình tổng thể tăng từ 3,75 điểm năm 2022 lên 4,15 điểm năm 2024, và tỷ lệ khách hàng hài lòng (điểm từ 4 trở lên) tăng từ 65% lên 85% (Bảng 2.13). Các tiêu chí như tính tiện lợi (4,20 điểm), bảo mật (4,30 điểm), và tốc độ giao dịch (4,10 điểm) đều đạt mức cao, phản ánh sự đầu tư vào công nghệ, cải tiến giao diện BIDV SmartBanking, và áp dụng các biện pháp bảo mật tiên tiến như sinh trắc học, OTP. Các chiến dịch quảng bá, miễn phí giao dịch, tích hợp thanh toán QR tại các điểm du lịch, và ưu đãi hoàn tiền đã góp phần thúc đẩy sự chấp nhận của khách hàng, đặc biệt là du khách quốc tế và hộ kinh doanh. Những kết quả này không chỉ vượt kế hoạch đề ra mà còn khẳng định vị thế của chi nhánh trong lĩnh vực ngân hàng số tại thị trường Hội An.

2.3.2. Tồn tại và nguyên nhân

Nhìn chung, BIDV Hội An đã đạt được nhiều thành tựu trong phát triển dịch vụ thẻ, tuy nhiên, chi nhánh vẫn đối mặt với nhiều hạn chế. Sự sụt giảm liên tục số lượng POS làm giảm khả năng cạnh tranh trong lĩnh vực thanh toán không dùng tiền mặt, đặc biệt khi các ví điện tử và hệ thống thanh toán QR từ các công ty fintech như MoMo, ZaloPay đang ngày càng phổ biến. Tốc độ tăng trưởng chậm của thẻ GNQT và tỷ lệ thẻ TDQT phát sinh giao dịch chưa đạt 50% cho thấy một lượng lớn thẻ được phát hành nhưng không được sử dụng thường

xuyên, có thể do thiếu các chương trình khuyến mãi hấp dẫn hoặc trải nghiệm thanh toán chưa tối ưu. Ngoài ra, cạnh tranh từ các ngân hàng khác trên địa bàn, cùng với việc chưa phát triển các sản phẩm thẻ đa tệ hoặc tích hợp ví điện tử, cũng là những thách thức lớn đối với chi nhánh.

Thứ hai, về chất lượng, tỷ lệ giao dịch lỗi 0,50% năm 2024, dù thấp hơn trung bình ngành, vẫn chưa đạt mức lý tưởng (dưới 0,30%). Điểm hài lòng về hỗ trợ khách hàng (4 điểm) thấp hơn các tiêu chí khác như bảo mật (4,30 điểm) và tiện lợi (4,20 điểm), cho thấy tổng đài và chatbot chưa đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng. Giao diện BIDV SmartBanking thiếu hỗ trợ đa ngôn ngữ, gây khó khăn cho du khách nước ngoài, trong khi khách hàng lớn tuổi tại Hội An gặp trở ngại khi sử dụng các dịch vụ số do thiếu hướng dẫn chi tiết.

Nguyên nhân của các tồn tại bao gồm cả yếu tố khách quan và chủ quan. Về khách quan, cạnh tranh gay gắt từ các ví điện tử như MoMo, ZaloPay và các ngân hàng khác (Vietcombank, Techcombank) với giao diện thân thiện, ưu đãi hấp dẫn, và dịch vụ hỗ trợ nhanh đã tạo áp lực lớn. Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ fintech đòi hỏi chi nhánh phải liên tục cập nhật hạ tầng, nhưng nguồn lực tài chính và nhân sự hạn chế làm chậm quá trình này. Nhu cầu đa dạng của khách hàng tại Hội An, đặc biệt là du khách quốc tế yêu cầu thanh toán đa tệ và hỗ trợ đa ngôn ngữ, đặt ra thách thức lớn khi hệ thống BIDV SmartBanking chưa đáp ứng đầy đủ. Về chủ quan, chiến lược quảng bá các dịch vụ như eKYC và TGCKH Online còn hạn chế, vẫn còn rất ít các chương trình khuyến mãi. Việc giảm số lượng POS có thể do chi nhánh tập trung vào các kênh thanh toán khác như QR, nhưng thiếu đánh giá đầy đủ về nhu cầu POS tại các điểm du lịch. Công tác đào tạo nhân viên chưa theo kịp nhu cầu, dẫn đến điểm hài lòng về hỗ trợ khách hàng thấp. Ngoài ra, sự phụ thuộc lớn vào thu nhập từ tín dụng truyền thống và dịch vụ thẻ cho thấy chi nhánh chưa đa dạng hóa nguồn thu từ các dịch vụ ngân hàng số khác, làm tăng rủi

ro khi thị trường thẻ hoặc tín dụng gặp biến động.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG SỐ ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH HỘI AN

3.1. Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng số của Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam- Chi nhánh Hội An

3.1.1. Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng số của Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam

3.1.1.1. Mục tiêu

3.1.1.2. Các trụ cột chuyển đổi số

3.1.2. Định hướng phát triển dịch vụ ngân hàng số đối với khách hàng cá nhân tại BIDV Hội An

3.2. Các giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng số dành cho khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam – Chi nhánh Hội An

3.2.1. Giải pháp gia tăng quy mô khách hàng và thị phần dịch vụ ngân hàng số tại BIDV Chi nhánh Hội An

3.2.1.1. Mục tiêu của giải pháp

3.2.1.2. Cơ sở thực tiễn của giải pháp

3.2.1.3. Nội dung của giải pháp

Trước hết, chi nhánh sẽ đa dạng hóa và cá nhân hóa sản phẩm dịch vụ số bằng cách phát triển các gói BIDV SmartBanking chuyên biệt.

Triển khai chiến dịch tăng quy mô nền khách hàng tại chi nhánh, bao gồm các chương trình cụ thể như:

- Chương trình “Ngày không tiền mặt” tại các khu du lịch, các khu phố chợ với ưu đãi hoàn tiền 10 - 20% khi thanh toán QR, cùng chương trình “Giới thiệu liền tay – Nhận thưởng liền

ngay” tặng 50,000 - 100,000 VND cho mỗi khách hàng giới thiệu bạn bè.

- Chương trình “Đồng hành cùng tiểu thương” nhằm mục tiêu: tăng trưởng nền khách hàng tiểu thương số hiệu quả, phủ sóng 10.000 QR toàn thành phố, khai thác tiếp cận và bán chéo sản phẩm dịch vụ cho tệp khách hàng tiểu thương hiệu quả, quảng bá thương hiệu và hình ảnh BIDV Hội An tại địa bàn và gia tăng CASA tại địa bàn trong năm 2025.

Về hoạt động truyền thông và Marketing

Về chính sách khuyến mãi, chi nhánh sẽ miễn phí không giới hạn giao dịch trên BIDV SmartBanking trong 6 tháng đầu cho khách hàng mới, hoàn tiền 5 - 10% khi thanh toán QR hoặc thẻ tín dụng quốc tế tại các điểm du lịch, ưu đãi lãi suất tiền gửi online cao hơn 0,2–0,5% so với kênh truyền thống, cung cấp gói tài khoản ưu đãi cho khách hàng lớn với phí dịch vụ thấp và lãi suất vay ưu đãi, tổ chức chương trình quay số trúng thưởng hàng quý với giải thưởng như điện thoại, voucher du lịch cho khách hàng giao dịch thường xuyên.

Cuối cùng, chi nhánh sẽ đầu tư nâng cấp hạ tầng công nghệ, lắp đặt thêm những dòng máy mới và hiện đại và các tính năng như thanh toán đa tệ, tích hợp ví điện tử quốc tế như Alipay, WeChat Pay, tăng số lượng POS từ 230 lên 350 máy vào năm 2027, ứng dụng AI và Big Data để phân tích hành vi khách hàng, và đảm bảo tỷ lệ giao dịch lỗi dưới 0.3%.

3.2.1.4. Điều kiện tổ chức thực hiện

3.2.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả mạng lưới và các kênh phân phối

3.2.3.1. Mục tiêu của giải pháp

3.2.3.2. Cơ sở thực tiễn của giải pháp

3.2.3.3. Nội dung của giải pháp

Để mở rộng quan hệ hợp tác, chi nhánh sẽ ký kết thỏa thuận với các đơn vị hành chính sự nghiệp (trường học, bệnh viện, UBND các

xã/phường) để triển khai chi lương qua thẻ, phát hành thẻ ATM và thẻ tín dụng cho cán bộ, nhân viên, hợp tác với các doanh nghiệp du lịch (khách sạn, nhà hàng, công ty lữ hành) để cung cấp dịch vụ thanh toán QR, POS, và các gói tài khoản ưu đãi với phí dịch vụ thấp (giảm từ 2,8–3,5% xuống 2–2,5%), tổ chức các buổi gặp gỡ định kỳ hàng tháng với doanh nghiệp để tư vấn các sản phẩm như tín dụng số, quản lý dòng tiền, và thanh toán quốc tế, từ đó tăng huy động vốn và giao dịch số.

Về phát triển sản phẩm dịch vụ mới, chi nhánh sẽ ra mắt các dịch vụ như thu chi hộ (học phí, viện phí, vé tham quan), thu hóa đơn online (điện, nước, viễn thông) qua BIDV SmartBanking, và thanh toán chuyển tiền nhanh cho các cửa hàng, đại lý cấp 1 của các doanh nghiệp đối tác (như công ty du lịch, siêu thị), đồng thời triển khai các gói tín dụng số chuyên biệt như “Vay du lịch” với lãi suất ưu đãi 7–8%/năm và phê duyệt trong 5 phút, “Vay hộ kinh doanh” với hạn mức lên đến 500 triệu đồng qua kênh số. Để ứng dụng công nghệ hiện đại, chi nhánh sẽ triển khai hệ thống giao dịch trực tuyến tại các PGD, tích hợp BIDV SmartBanking với các tính năng như đăng ký eKYC, quản lý tài khoản, và thanh toán QR, giảm thời gian xử lý giao dịch từ 4 phút xuống dưới 2 phút, nâng cấp hệ thống quầy giao dịch với màn hình cảm ứng và kiosk tự phục vụ để hỗ trợ khách hàng thực hiện giao dịch số tại chỗ, tăng cường sử dụng BIDV SmartBanking bằng cách tổ chức các hội thảo hướng dẫn tại trường học, doanh nghiệp, và khu dân cư ngoại ô, cung cấp tài khoản số miễn phí và miễn phí giao dịch trong 6 tháng đầu cho khách hàng mới, triển khai chương trình “Giới thiệu bạn bè – Nhận thưởng” với phần thưởng 50.000–100.000 VND để lan tỏa dịch vụ số.

3.2.3.4. Điều kiện tổ chức thực hiện

3.2.3. Giải pháp hoàn thiện nhân sự chất lượng cao, nâng cấp cơ sở hạ tầng

3.2.3.1. Mục tiêu của giải pháp

3.2.3.2. Cơ sở thực tiễn của giải pháp

3.2.3.3. Nội dung của giải pháp

Về nhân sự, chi nhánh sẽ triển khai chương trình đào tạo chuyên sâu cho 100% cán bộ, chia thành 3 cấp độ: cấp cơ bản (hiểu biết về BIDV SmartBanking, eKYC, thanh toán QR, tiết kiệm online), cấp nâng cao (tư vấn tín dụng số, xử lý sự cố giao dịch, phân tích rủi ro), và cấp chuyên gia (quản lý khách hàng lớn, phát triển sản phẩm số), tổ chức 4 khóa đào tạo/năm với sự hỗ trợ từ BIDV Hội sở chính và các đối tác công nghệ (Viettel, FPT), đảm bảo 100% nhân viên bán hàng và giao dịch viên đạt chứng nhận “Chuyên gia số BIDV” vào năm 2025, đồng thời xây dựng mô-đun đào tạo trực tuyến trên nền tảng nội bộ để nhân viên tự học về các sản phẩm như thẻ tín dụng du lịch, vay tiêu dùng online, và quản lý tài khoản số.

Về cơ sở hạ tầng, BIDV sẽ nâng cấp hệ thống BIDV SmartBanking với giao diện thân thiện, hỗ trợ đa ngôn ngữ, và các tính năng như thanh toán đa tệ, liên kết ví điện tử quốc tế (Alipay, WeChat Pay), triển khai 3 kiosk tự phục vụ (2 kiosk PGD và 2 kiosk tại khu du lịch Phố cổ Hội An) với chi phí 50–70 triệu đồng/đơn vị, hỗ trợ đăng ký eKYC, kiểm tra số dư, và thanh toán QR, trang bị hệ thống giao dịch trực tuyến với màn hình cảm ứng cho 100% phòng giao dịch, giảm thời gian xử lý giao dịch từ 4 phút xuống dưới 2 phút.

3.2.3.4. Điều kiện tổ chức thực hiện

3.2.4. *Đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá chính sách phát triển dịch vụ ngân hàng số dành cho khách hàng cá nhân tại BIDV Hội An*

3.2.4.1 Mục tiêu của giải pháp

3.2.4.2. Cơ sở thực tiễn của giải pháp

3.2.4.3. Nội dung của giải pháp

Chi nhánh sẽ triển khai các chiến dịch truyền thông đa kênh, bao gồm trên trang mạng xã hội của BIDV Hội An (Facebook, Zalo, TikTok), báo chí địa phương (Báo điện tử Hội An, Báo Quảng Nam), và truyền thông trực tiếp tại các điểm giao dịch (Trụ sở chính, 4 PGD:

Cẩm Phô, Điện Bàn, Điện Nam-Điện Ngọc, Duy Xuyên), sản xuất 12 video hướng dẫn ngắn (30–60 giây) về cách sử dụng BIDV SmartBanking, thanh toán QR, và eKYC, nhấn mạnh tính tiện lợi (giao dịch mọi lúc, mọi nơi), an toàn (bảo mật OTP, xác thực sinh trắc học), và ưu đãi (miễn phí giao dịch, hoàn tiền 5–10%), đăng tải trên các nền tảng số với mục tiêu đạt 500.000 lượt tiếp cận, sử dụng quảng cáo mục tiêu để tiếp cận nhóm khách hàng trẻ (18–35 tuổi), tiểu thương, và du khách quốc tế, đồng thời phối hợp với các KOLs (người ảnh hưởng) tại Hội An để livestream giới thiệu sản phẩm số, tổ chức các bài viết trên báo chí về câu chuyện thành công của tiểu thương sử dụng thanh toán QR để tăng doanh thu.

Để giáo dục và quảng bá tài chính cộng đồng, chi nhánh sẽ tổ chức 3 chương trình thực tế, mỗi quý 1 lần, cụ thể như sau:

- Chương trình “Sinh viên thời đại số” phối hợp với các đơn vị trường Trung học phổ thông, và các trường cao đẳng, đại học. Với mục tiêu giới thiệu dịch vụ ngân hàng số của BIDV tới học sinh, sinh viên-nhóm khách hàng trẻ, dễ dàng thích nghi với công nghệ. Hoạt động cụ thể: hướng dẫn học sinh, sinh viên mở tài khoản Ekyc và sử dụng SmartBanking, tổ chức các mini game về sáng thiệu nội dung số về ngân hàng hàng số của BIDV, tích điểm, nhận voucher học tiếng Anh hoặc quà tặng.

- Chương trình “Tiểu thương thông minh - Giao dịch siêu nhanh” tại các chợ, khu du lịch và khu dân cư ngoại ô (huyện Duy Xuyên), hướng dẫn khách hàng đăng ký BIDV SmartBanking, sử dụng thanh toán QR, và quản lý tài chính cá nhân, cung cấp tài khoản số miễn phí và miễn phí không giới hạn giao dịch trong 6 tháng đầu cho 8.000 khách hàng mới, phân phát 10.000 tài liệu hướng dẫn in (bằng tiếng Việt, Anh, Trung, Hàn) tại các điểm du lịch và phòng giao dịch.

- Chương trình “Check-in cùng BIDV Hội An”, với mục tiêu tăng độ phủ sóng trên mạng xã hội, gắn hình ảnh BIDV Hội An với các điểm du lịch nổi tiếng như: Chùa cầu Hội An, Làng gốm Thanh

hà, khu du lịch Rừng dừa Bảy mẫu, check-in và kèm #Hashtag BIDV Hội An. Đi kèm với chương trình là các gian hàng SmartBanking nhỏ với Slogan “Ngày không tiền mặt”, chương trình này sẽ diễn ra hàng quý với ưu đãi hoàn tiền 10–20% khi thanh toán QR, thu hút 10.000 lượt tham gia mỗi năm, với các giải thưởng như điện thoại, voucher du lịch để khuyến khích khách hàng chia sẻ trải nghiệm sử dụng dịch vụ số. Để hỗ trợ du khách quốc tế, chi nhánh sẽ phát triển nội dung quảng bá đa ngôn ngữ, bao gồm video hướng dẫn và tài liệu in bằng tiếng Anh, Trung, Hàn, phối hợp với các công ty lữ hành, khách sạn, và nhà hàng để đặt bảng quảng cáo và mã QR tại các điểm du lịch.

Pay, mở tài khoản Ekyc. phần thưởng 50.000 - 100.000 VND cho mỗi khách hàng giới thiệu bạn bè sử dụng BIDV SmartBanking, đồng thời tổ chức các cuộc thi trên mạng.

Về nâng cao kỹ năng sử dụng dịch vụ số, chi nhánh sẽ đào tạo đội ngũ “Đại sứ số BIDV” gồm 20 nhân viên và tình nguyện viên (sinh viên, nhân viên địa phương) để hỗ trợ trực tiếp tại các hội thảo, chợ, và khu du lịch, hướng dẫn khách hàng thực hành đăng ký eKYC, thanh toán QR, và quản lý tài khoản trong 5–10 phút, nâng cấp chatbot và tổng đài hỗ trợ với AI và đa ngôn ngữ để trả lời nhanh các câu hỏi phổ biến, đảm bảo thời gian phản hồi dưới 1 phút, triển khai ứng dụng học tập trực tuyến trên BIDV SmartBanking với các bài học ngắn (3–5 phút) về sử dụng dịch vụ số, thu hút 5,000 lượt học mỗi quý. Để tăng cường niềm tin, chi nhánh sẽ tổ chức các buổi hội thảo về an ninh mạng, giới thiệu các biện pháp bảo mật như OTP, xác thực sinh trắc học, và mã hóa dữ liệu, công khai các báo cáo minh bạch về tỷ lệ giao dịch lỗi (dưới 0.30%) và mức độ an toàn của hệ thống BIDV SmartBanking, từ đó giảm tâm lý e ngại của khách hàng trung niên và tiểu thương.

3.2.4.4. Điều kiện tổ chức thực hiện

KẾT LUẬN

Đề án "**Phát triển dịch vụ ngân hàng số đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Hội An**" đã hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển dịch vụ ngân hàng số, phân tích thực trạng hoạt động tại BIDV – Chi nhánh Hội An, và đề xuất một hệ thống các giải pháp toàn diện nhằm thúc đẩy chuyển đổi số, nâng cao trải nghiệm khách hàng, và củng cố vị thế cạnh tranh trong bối cảnh Hội An là trung tâm du lịch quốc tế với nền kinh tế phụ thuộc vào các giao dịch nhỏ lẻ và nhu cầu tài chính tiện lợi. Các giải pháp được đề xuất bao gồm: gia tăng quy mô khách hàng và thị phần dịch vụ ngân hàng số, nâng cao hiệu quả mạng lưới và kênh phân phối, hoàn thiện nhân sự chất lượng cao, nâng cấp cơ sở hạ tầng, và đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá chính sách phát triển dịch vụ số.

Qua phân tích thực trạng, đề án nhận định rằng BIDV – Chi nhánh Hội An đã đạt được những kết quả tích cực trong việc triển khai dịch vụ ngân hàng số, với số lượng khách hàng sử dụng BIDV SmartBanking đạt 50.000 người, tỷ lệ giao dịch số chiếm 50% tổng giao dịch, và thu nhập từ sản phẩm số tăng trưởng ấn tượng 970,59% từ năm 2022–2024. Tuy nhiên, chi nhánh vẫn đối mặt với nhiều thách thức như thói quen sử dụng tiền mặt của khách hàng trung niên và lớn tuổi, cạnh tranh gay gắt từ fintech (MoMo, ZaloPay) và các ngân hàng đối thủ (Vietcombank, Agribank) với phí dịch vụ thấp hơn, chi phí POS cao, và nhận thức hạn chế của tiểu thương về các sản phẩm số. Những thách thức này đòi hỏi chi nhánh phải có chiến lược đồng bộ, tận dụng lợi thế từ hạ tầng viễn thông phát triển (mạng 4G/5G, tỷ lệ sử dụng smartphone hơn 80%) và các chính sách quốc gia về chuyển đổi số (Quyết định 749/QĐ-TTg, 810/QĐ-NHNN) để thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt và tài chính toàn diện.

Các giải pháp được đề xuất trong đề án mang tính thực tiễn cao, phù hợp với đặc thù địa phương và định hướng chuyển đổi số của

BIDV. Giải pháp gia tăng quy mô khách hàng tập trung vào đa dạng hóa sản phẩm (gói BIDV SmartBanking chuyên biệt, tín dụng số), hợp tác với doanh nghiệp du lịch, và giáo dục tài chính cộng đồng, với mục tiêu đạt 65.000-80.000 khách hàng và 70% giao dịch số vào năm 2025. Giải pháp nâng cao hiệu quả mạng lưới cơ cấu lại hoạt động 4 PGD, đẩy mạnh tín dụng bán lẻ qua kênh số, và tăng thị phần huy động vốn, cho vay trên 5%. Giải pháp hoàn thiện nhân sự và hạ tầng đào tạo 100% cán bộ thành “chuyên gia số”, triển khai hệ thống Ezone tự phục vụ, và nâng cấp hệ thống công nghệ để xử lý 1,5–2 triệu giao dịch số/năm. Cuối cùng, giải pháp tuyên truyền, quảng bá sử dụng truyền thông đa kênh, hội thảo tài chính, và nội dung đa ngôn ngữ để đạt 500.000 lượt tiếp cận số và nâng tỷ lệ nhận thức sản phẩm số lên 85%. Những giải pháp này được xây dựng dựa trên phân tích thực trạng, tận dụng tiềm năng thị trường du lịch Hội An, và phù hợp với các chính sách quốc gia, đảm bảo tính khả thi và hiệu quả khi triển khai.

Để triển khai thành công, BIDV - Chi nhánh Hội An cần đảm bảo sự phối hợp chặt chẽ với BIDV Hội sở chính, chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch, và các đối tác công nghệ (Viettel, VNPT). Đầu tư đúng mức vào nguồn lực tài chính (ước tính 40–60 tỷ đồng giai đoạn 2025–2027), nhân sự (tuyển dụng, đào tạo), và hạ tầng công nghệ (máy chủ, kiosk, bảo mật) là yếu tố then chốt. Đồng thời, chi nhánh cần thành lập Ban Chỉ đạo Chuyển đổi số để giám sát tiến độ, sử dụng các chỉ số KPI như số lượng khách hàng, tỷ lệ giao dịch số, thu nhập từ dịch vụ số, và điểm hài lòng để đánh giá hiệu quả. Trong tương lai, chi nhánh nên tiếp tục cập nhật công nghệ mới (AI, blockchain), mở rộng hợp tác quốc tế để phục vụ du khách, và đẩy mạnh tài chính toàn diện tại các khu vực ngoại ô như huyện Duy Xuyên, Điện Bàn, từ đó góp phần thực hiện thành công chiến lược chuyển đổi số của BIDV và đóng góp vào sự phát triển kinh tế – xã hội của Hội An.

Đề án không chỉ mang ý nghĩa lý luận trong việc hệ thống hóa cơ sở phát triển dịch vụ ngân hàng số mà còn có giá trị thực tiễn cao, cung

cấp định hướng rõ ràng cho BIDV - Chi nhánh Hội An trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ, đáp ứng nhu cầu khách hàng cá nhân, và khẳng định vai trò tiên phong trong chuyển đổi số ngành ngân hàng tại một địa phương có đặc thù du lịch độc đáo.