

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ

CAO THỊ THỦY

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ
TẠI NGÂN HÀNG TMCP CÔNG THƯƠNG
VIỆT NAM - CHI NHÁNH THĂNG LONG**

Chuyên ngành: Tài chính ngân hàng

Mã số: 60340201

LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: TS. NGUYỄN THẾ HÙNG

Hà Nội – 2016

MỤC LỤC

DANH SÁCH CÁC TỪ VIẾT TẮT	I
DANH SÁCH BẢNG	III
DANH SÁCH HÌNH.....	IV
PHẦN MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1. TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	5
1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu.....	5
1.2. Một số vấn đề lý luận cơ bản về dịch vụ Ngân hàng Điện tử.....	9
1.2.1. Khái niệm chung và vai trò của dịch vụ ngân hàng điện tử	9
1.2.2. Nội dung phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử	19
1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử	26
1.3. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử	31
1.3.1 Kinh nghiệm phát triển ngân hàng điện tử trên thế giới.....	31
1.3.2 Kinh nghiệm phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử ở Việt Nam:	32
CHƯƠNG 2. PHƯƠNG PHÁP VÀ THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU	ERROR!
BOOKMARK NOT DEFINED.	
2.1. Quy trình nghiên cứu	Error! Bookmark not defined.
2.2. Phương pháp nghiên cứu	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Tiến hành thu thập thông tin.	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. Tiến hành xử lý thông tin.....	Error! Bookmark not defined.
CHƯƠNG 3. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG TMCP CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM- CHI NHÁNH THĂNG LONG.....	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3.1. Đặc điểm, tình hình chung của Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam- chi nhánh Thăng Long.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển	Error! Bookmark not defined.

- 3.1.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của Vietinbank Thăng Long trong thời gian qua.....**Error! Bookmark not defined.**
- 3.2. Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietinbank Thăng Long
.....**Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.1 Sự phát triển dịch vụ NHDT qua chỉ tiêu định lượng.**Error! Bookmark not defined.**
- 3.2.2 Sự phát triển dịch vụ qua chỉ tiêu định tính.**Error! Bookmark not defined.**
- 3.3. Một số đánh giá nhận xét**Error! Bookmark not defined.**
- 3.3.1. Những thành tựu đạt được**Error! Bookmark not defined.**
- 3.3.2. Một số tồn tại hạn chế và nguyên nhân..**Error! Bookmark not defined.**
- 3.3.3 . Những thuận lợi và khó khăn của Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam chi nhánh Thăng Long khi triển khai sản phẩm dịch vụ NHDT
.....**Error! Bookmark not defined.**

CHƯƠNG 4: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG TMCP CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM-CHI NHÁNH THĂNG LONG **ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.**

- 4.1. Định hướng và mục tiêu phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam- chi nhánh Thăng Long**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2. Các giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietinbank Thăng Long
.....**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.1. Giải pháp phát triển quy mô dịch vụ ngân hàng điện tử.**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.2. Giải pháp đa dạng hóa chủng loại dịch vụ ngân hàng điện tử.....**Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.3. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử.....**Error! Bookmark not defined.**

4.2.4. Giải pháp quản trị rủi ro trong hoạt động dịch vụ ngân hàng điện tử.	Error! Bookmark not defined.
4.3. Một số kiến nghị	Error! Bookmark not defined.
4.3.1. Kiến nghị đối với Ngân hàng Ngân TMCP Công thương Việt Nam.	Error! Bookmark not defined.
4.3.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.	Error! Bookmark not defined.
4.3.3. Kiến nghị đối với Chính phủ.	Error! Bookmark not defined.
KẾT LUẬN	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	35

DANH SÁCH CÁC TỪ VIẾT TẮT

STT	Ký hiệu	Nguyên nghĩa
1	ACB	Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu
2	ATM	Máy rút tiền tự động dịch vụ ngân hàng
3	BIDV	Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam
4	CNTT	Công nghệ thông tin
5	ĐVCNT	Đơn vị chấp nhận thẻ
6	E-Banking	Dịch vụ ngân hàng điện tử
7	NH	Ngân hàng
8	NHĐT	Ngân hàng điện tử
9	NHNN	Ngân hàng nhà nước
10	NHTM	Ngân hàng thương mại
11	NHTMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần
12	KQHĐKD	Kết quả hoạt động kinh doanh
13	POS	Điểm chấp nhận thanh toán thẻ
14	Sacombank	Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín
15	TCKT	Tổ chức Kinh tế
16	TCTD	Tổ chức tín dụng

STT	Ký hiệu	Nguyên nghĩa
17	TDQT	Tín dụng quốc tế
18	Vietcombank	Ngân hàng Thương mại cổ phần ngoại Thương Việt Nam
19	Vietinbank	Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam
20	Vietinbank Thăng Long	Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam- chi nhánh Thăng Long
21	VN	Việt Nam

DANH SÁCH BẢNG

TT	Bảng	Tên bảng	Trang
1	Bảng 3.1	Tình hình huy động vốn tại Vietinbank Thăng Long	43
2	Bảng 3.2	Cơ cấu dư nợ cho vay tại Vietinbank Thăng Long	45
3	Bảng 3.3	Chi tiết phân khúc khách hàng hiện hữu tại Vietinbank Thăng Long năm 2015	47
4	Bảng 3.4	Lợi nhuận tại Vietinbank Thăng Long	48
5	Bảng 3.5	Thu nhập từ dịch vụ NHĐT của Vietinbank Thăng Long	49
6	Bảng 3.6	Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử	50
7	Bảng 3.7	Số lượng máy ATM của Vietinbank Thăng Long	52
8	Bảng 3.8	Số lượng máy POS của Vietinbank Thăng Long năm 2012-2015	52
9	Bảng 3.9	Tình hình dịch vụ SMS Banking tại Vietinbank Thăng Long	53
10	Bảng 3.10	Tình hình dịch vụ khác tại Vietinbank Thăng Long	54
11	Bảng 3.11	So sánh mức độ tiện ích các sản phẩm dịch vụ Ngân hàng điện tử của Vietinbank và các ngân hàng khác	58

DANH SÁCH HÌNH

TT	Biểu đồ	Tên biểu đồ	Trang
1	Biểu đồ 3.1	Mô hình tổ chức Vietinbank Thăng Long	42
2	Biểu đồ 3.2	Nguồn vốn huy động tại Vietinbank Thăng Long theo đối tượng	44
3	Biểu đồ 3.3	Nguồn vốn huy động tại Vietinbank Thăng Long theo thời hạn	44
4	Biểu đồ 3.4	Cơ cấu dư nợ cho vay tại Vietinbank Thăng Long	46
5	Biểu đồ 3.5	Lợi nhuận của Vietinbank Thăng Long	48
6	Biểu đồ 3.6	Thu từ dịch vụ thẻ và NHĐT qua các năm từ 2013-2015	50
7	Biểu đồ 3.7	Tỷ trọng thu phí dịch vụ thẻ và NHĐT qua các năm từ 2013-2015	50
8	Biểu đồ 3.8	Phát hành thẻ ATM từ năm 2013-2015	51
9	Biểu đồ 3.9	Phát hành thẻ TDQT và máy POS từ năm 2013-2015	51
10	Biểu đồ 3.10	Tình hình dịch vụ thẻ từ 2013-2015	53
11	Biểu đồ 3.11	Giới tính	60
12	Biểu đồ 3.12	Độ tuổi	60
13	Biểu đồ 3.13	Đối tượng khách hàng	60

14	Biểu đồ 3.14	Nghề nghiệp	61
15	Biểu đồ 3.15	Trình độ học vấn	61
16	Biểu đồ 3.16	Thời gian giao dịch với Vietinbank Thăng Long	61
17	Biểu đồ 3.17	Nguồn nhận biết thông tin	62
18	Biểu đồ 3.18	Lý do khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT của Vietinbank	62
19	Biểu đồ 3.19	Đánh giá dịch vụ E-Banking được bảo mật	64
20	Biểu đồ 3.20	Thời gian thực hiện giao dịch	65
21	Biểu đồ 3.21	Sự cố khi sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử	65
22	Biểu đồ 3.22	Sự cố sẽ làm gì	66
23	Biểu đồ 3.23	Nhân viên chăm sóc khách hàng giải quyết mức độ nào	66
24	Biểu đồ 3.24	Mức độ hài lòng của Quý khách khi sử dụng dịch vụ NHĐT	67
25	Biểu đồ 3.25	Dịch vụ E-Banking có tạo niềm tin với Quý khách không	68

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay, với sự phát triển của công nghệ thông tin đã đem lại cho chúng ta rất nhiều ứng dụng tiện ích trên hầu hết các lĩnh vực, trong đó có lĩnh vực Ngân hàng. Những khái niệm về ngân hàng điện tử, giao dịch trực tuyến, thanh toán trên mạng,... đã bắt đầu trở thành xu thế phát triển và cạnh tranh của các ngân hàng thương mại ở Việt Nam. Trong thời đại hội nhập kinh tế quốc tế, phát triển dịch vụ ngân hàng dựa trên nền tảng công nghệ thông tin – ngân hàng điện tử là xu hướng tất yếu mang tính khách quan không chỉ của một ngân hàng mà của hầu hết các ngân hàng ở thị trường Việt Nam và trên toàn thế giới. Ngân hàng điện tử đem lại nhiều lợi ích cho khách hàng, ngân hàng và nền kinh tế nhờ những tiện ích, sự nhanh chóng, chính xác của các giao dịch. Ngân hàng điện tử chính là giải pháp cho thanh toán hiện đại, cạnh tranh về chi phí và chất lượng dịch vụ. Dịch vụ ngân hàng điện tử chiếm một vị trí quan trọng trong hoạt động kinh doanh ngân hàng. Nó làm tăng doanh thu, khuyến khích sự tham gia nhiều hơn của khách hàng, tạo điều kiện phục vụ khách hàng trên diện rộng, phá vỡ khoảng cách về biên giới giữa các quốc gia. Đồng thời, đây cũng là vũ khí cạnh tranh chiến lược của các ngân hàng, công cụ hỗ trợ đắc lực và cần thiết mà ngân hàng cần nắm bắt, vận dụng sáng tạo để nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh trong môi trường cạnh tranh khốc liệt này.

Để phát triển và khẳng định là một trong những ngân hàng hàng đầu, Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam (Vietinbank), trong đó có Vietinbank Chi nhánh Thăng Long đã phấn đấu, nỗ lực hết mình để bắt kịp tiến trình hiện đại hóa Ngân hàng, không những hoàn thiện những nghiệp vụ truyền thống, mà còn tập trung phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, nâng cao năng lực cạnh tranh, đáp ứng yêu cầu hội nhập và phát triển.

Dịch vụ ngân hàng điện tử là một trong nhiều ứng dụng công nghệ ngân hàng hiện đại của Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam. Với khả năng xử lý thông tin trực tuyến, dịch vụ Ngân hàng điện tử cung cấp các dịch vụ thanh toán và truy vấn online cho các khách hàng tổ chức tín dụng và tổ chức kinh tế có quan hệ thanh toán và tài khoản với Vietinbank. Trên thực tế, quá trình phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử của Vietinbank- Chi nhánh Thăng Long cũng cho thấy còn những khó khăn, hạn chế. Việc tìm ra các biện pháp nhằm triển khai, phát triển thành công dịch vụ Ngân hàng điện tử sẽ giúp Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam- Chi nhánh Thăng Long khẳng định vị thế, thương hiệu của mình.

Nhận thức được tầm quan trọng của chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, với mong muốn ngân hàng Vietinbank- Chi nhánh Thăng Long phát triển một cách bền vững trong môi trường cạnh tranh như ngày nay, tác giả đã chọn đề tài : “ **Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam- Chi nhánh Thăng Long**” làm đề tài luận văn của mình.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục tiêu chung

Đề tài tập trung nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietinbank- Chi nhánh Thăng Long để từ đó đề xuất một số giải pháp phát triển và nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử cho chi nhánh.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Hệ thống hóa lý luận cơ bản về dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng thương mại cổ phần.

Phân tích đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam- Chi nhánh Thăng Long.

Đề xuất một số giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietinbank-Chi nhánh Thăng Long nhằm góp phần cho ngân hàng phát triển an toàn, hiệu quả và bền vững.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu: phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại các ngân hàng thương mại

3.2. Phạm vi nghiên cứu:

- Không gian: Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam- Chi nhánh Thăng Long

- Thời gian: Thu thập số liệu nghiên cứu đề tài từ năm 2013 – 2015 và đề xuất những giải pháp cho những năm tiếp theo.

4. Câu hỏi nghiên cứu

- Thực trạng dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietinbank Thăng Long như thế nào ?

- Những giải pháp nào có thể được đề xuất nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietinbank Thăng Long?

5. Những đóng góp của luận văn

Hệ thống hóa cơ sở lý luận cơ bản về các dịch vụ ngân hàng điện tử, và nội dung phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở các Ngân hàng Thương mại.

Đánh giá được tình hình thực tế của dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietinbank-Chi nhánh Thăng Long, những biện pháp mà Ngân hàng này đang áp dụng cũng như những thành công, hạn chế, nguyên nhân của những hạn chế của dịch vụ ngân hàng điện tử tại Chi nhánh.

Đề xuất các giải pháp đáp ứng được nhu cầu thực tế để phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietinbank- Chi nhánh Thăng Long.

6. Kết cấu luận văn

Ngoài phần Mở đầu và Kết luận, Luận văn gồm 4 chương

Chương 1: Thực tiễn tình hình nghiên cứu và cơ sở lý luận về dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng thương mại

Chương 2: Phương pháp và thiết kế nghiên cứu

Chương 3: Thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam- Chi nhánh Thăng Long.

Chương 4: Một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam- Chi nhánh Thăng Long.

CHƯƠNG 1. TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

Sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, truyền thông, khoa học kỹ thuật, công nghệ mới như Internet, mạng điện thoại di động, Web site ... cùng với sự thành công đó trong những năm qua, ngân hàng điện tử cũng có những bước phát triển vượt bậc và trở thành mô hình tất yếu cho hệ thống ngân hàng hiện đại.

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử (NHĐT) là một trong những biện pháp cạnh tranh của một Ngân hàng thương mại Việt Nam trên thị trường. Dịch vụ NHĐT cũng đang là một xu thế phát triển tất yếu trên thế giới. Nhằm thúc đẩy quá trình hội nhập, thu hút khách hàng cũng như dành lấy cơ hội trong kinh doanh, hầu hết các ngân hàng trên thế giới luôn đưa ra các dịch vụ tiện lợi, nhanh chóng và được hỗ trợ mạnh mẽ của các công nghệ hiện đại như máy giao dịch tự động (ATM), máy thanh toán tại các điểm bán hàng (POS), mạng lưới cung cấp dịch vụ ngân hàng thông qua mạng điện thoại, máy tính cá nhân.

Trên thực tế, từ những phân tích, tổng hợp các dữ liệu đã thu thập được trong quá trình nghiên cứu có thể thấy được việc nâng cao hiệu quả hoạt động các tính năng của website là mối quan tâm hàng đầu, một trong những tính năng quan trọng nhất đó là tính năng dịch vụ khách hàng của trang web. Tăng cường ứng dụng thương mại điện tử như là một công cụ hiệu quả để điều chỉnh chi phí trong khi vẫn duy trì được các sản phẩm dịch vụ của mình.

Ở Việt Nam, đây là lĩnh vực hoạt động mới, hầu hết các tổ chức tín dụng và các văn bản pháp quy của Ngân hàng Nhà nước và một số Bộ, ngành chưa đáp ứng để ứng dụng hoạt động dịch vụ của ngân hàng điện tử, ngoại trừ một số phần trong nghiệp vụ tín dụng ngân hàng phát triển riêng biệt và một số dịch vụ nhất định như: xây dựng và phát triển trang Web cho ngân hàng mình; Home banking; ngân hàng qua mạng điện thoại di động

(Mobile banking).

Tại các ngân hàng thương mại ở Việt Nam mới chỉ phát triển ở mức độ nhất định, khách hàng chủ yếu là các tổ chức tín dụng (TCTD), doanh nghiệp, tổ chức kinh tế còn ít và chỉ tham gia quan hệ mang tính chất tư vấn, tham khảo, và tìm kiếm thông tin là chủ yếu. Việc khai thác được điểm mạnh và lợi thế tuyệt đối của một ngân hàng điện tử là cung cấp sản phẩm dịch vụ mới, đa dạng và có tính tiện lợi, tiện ích cao, nhanh chóng, chính xác, mang tính ngân hàng điện tử chưa thực hiện được. Vì vậy, phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử đã dành được nhiều sự quan tâm và đánh giá của nhiều học giả. Luận văn sử dụng một số kết quả nghiên cứu dưới đây để làm nền tảng lý luận và minh chứng cho những nhận định được trình bày trong luận văn. Cụ thể như sau:

1. Ngô Thị Liên Hương, 2011. *Đa dạng hoá dịch vụ tại Ngân hàng Thương mại Việt Nam*. Luận án Tiến sĩ. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân. Kết quả nghiên cứu đã phân tích các nhóm dịch vụ mà Ngân hàng (NH) cung ứng cho khách hàng, đưa ra được khái niệm đa dạng hoá, xác định được phương thức đa dạng hoá và các chỉ tiêu đánh giá kết quả đa dạng hoá, các nhân tố ảnh hưởng đến đa dạng hoá, ý nghĩa của đa dạng hoá đối với các Ngân hàng Thương mại (NHTM) Việt Nam. Nghiên cứu kinh nghiệm đa dạng hoá dịch vụ của NHTM trên thế giới và chi nhánh NHTM tại Việt Nam để rút ra các bài học thực hiện chiến lược đa dạng hoá dịch vụ của NHTM Việt Nam. Đưa ra những nhận xét và đánh giá xác đáng về thực trạng đa dạng hóa dịch vụ tại NHTM Việt Nam và đưa ra một số giải pháp nhằm thực hiện thành công chiến lược đa dạng hoá dịch vụ tại NHTM Việt Nam.

2. Phạm Thu Hương, 2012. *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Việt Nam trong bối cảnh kinh tế quốc tế*. Luận án tiến sĩ. Trường ĐH Ngoại Thương Hà Nội. Tác giả đã hệ thống hóa một cách đầy đủ và chặt chẽ các lý luận về ngân hàng điện tử như dịch vụ NHĐT, các nhân tố tác động đến sự phát triển dịch vụ. Đồng thời, đề tài cũng đã phân tích thực trạng áp dụng dịch vụ NHĐT ở nước ta, đưa ra những phân tích về thuận lợi, khó khăn của việc áp dụng dịch vụ NHĐT. Ngoài ra, tác giả còn đưa ra những phân tích, so sánh kinh nghiệm áp dụng dịch vụ NHĐT tại một số nước trên thế giới từ đó đưa ra

những đề xuất và kiến nghị cho các ngân hàng tại Việt Nam.

3. Lưu Thanh Thảo, 2008. *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu*, Luận văn thạc sỹ kinh tế, đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh. Nghiên cứu này sử dụng các phương pháp quan sát, phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng, phương pháp phân tích, thống kê, so sánh tổng hợp, khảo sát thực tế để phân tích và đánh giá thực trạng, kết quả đạt được của việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu thời gian từ 2003 – 2007. Bên cạnh đó, nghiên cứu cơ sở lý luận về dịch vụ ngân hàng điện tử, tính tất yếu phải phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Việt Nam. Tác giả đã chỉ ra những thuận lợi cũng như khó khăn khi phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử và đề xuất các giải pháp cụ thể để phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ngày càng vững mạnh.

4. Phạm Thị Mai, 2011. *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Kỹ thương Việt Nam (Techcombank)*. Trong luận văn này tác giả đã cho rằng vai trò của dịch vụ NHĐT dưới góc độ ngân hàng việc phát triển dịch vụ NHĐT “sẽ giúp quá trình chu chuyển vốn nhanh hơn cũng như đáp ứng tốt hơn nhu cầu thanh toán của nền kinh tế, do đó luồng tiền chảy vào ngân hàng sẽ tăng và tác động tới cơ cấu lưu thông trong nền kinh tế” và do tập trung quản lý dữ liệu nên thông qua việc cung cấp dịch vụ NHĐT, các ngân hàng thương mại có thể kiểm soát tốt hơn chu chuyển tiền tệ, hạn chế các hoạt động phi pháp như rửa tiền, chuyển tiền bất hợp pháp... Còn từ góc độ khách hàng, khách hàng sẽ “nắm bắt được diễn biến trong hoạt động của thị trường tài chính nhờ những thông tin tài chính được cung cấp, từ đó khách hàng sẽ có những kế hoạch đầu tư chuẩn xác hơn. Tác giả nhấn mạnh vai trò hết sức quan trọng của việc kiểm soát rủi ro trong phát triển dịch vụ NHĐT, nhất là trong bối cảnh “do cạnh tranh gay gắt nên thời gian thử nghiệm những nghiệp vụ mới còn eo hẹp, dẫn đến làm gia tăng cách thức trong công tác quản lý rủi ro, đánh giá chiến lược phù hợp hay phân tích rủi ro. Từ đó tác giả đưa ra các giải pháp về quản lý rủi ro dịch vụ NHĐT cần luôn được cập nhật, người viết hoàn toàn đồng tình với giải pháp này của tác giả.

5. Lê Quốc Hải , 2014. *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại chi nhánh ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Phú Yên*, Luận văn thạc sỹ, Đại học Đà Nẵng. Tác giả đã làm rõ những vấn đề lý luận cơ bản về DVNHĐT và phát triển DVNHĐT. Tác giả tổng hợp, phân tích, đánh giá tình hình phát triển DVNHĐT tại Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn chi nhánh Phú Yên. Từ đó tìm ra những nguyên nhân, hạn chế trong việc phát triển DVNHĐT tại chi nhánh. Tác giả căn cứ vào định hướng phát triển của NH, đồng thời dựa trên cơ sở phân tích khoa học để đưa ra các giải pháp phát triển DVNHĐT tại chi nhánh. Đề tài nghiên cứu trong phạm vi chi nhánh Phú Yên nên tác giả đã tìm hiểu rất kỹ và sâu sát về tình hình kinh tế, địa lý, dân số, văn hóa...của người dân tại tỉnh Phú Yên. Do đó, các giải pháp đều rất sát với thực tế, phù hợp với con người và có tính khả thi cao. Đây là ưu điểm làm cho đề tài nghiên cứu thêm sức thuyết phục.

6. Thân Thị Xuân, 2013. *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn chi nhánh Hà Nội*, Luận văn thạc sỹ, ĐH Kinh tế quốc dân. Đề tài đã hệ thống hóa các lý luận về dịch vụ ngân hàng điện tử, phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử. Tác giả tiến hành khảo sát, điều tra trên cơ sở đó đưa ra một số kiến nghị để phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử. Tuy nhiên, hệ thống câu hỏi phỏng vấn còn chung chung, và khía cạnh thanh toán liên ngân hàng vẫn chưa được tác giả đề cập đến nhiều.

Ngoài ra, luận văn còn sử dụng thông tin, số liệu báo cáo của Vietinbank Thăng Long để làm cơ sở phân tích, đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại chi nhánh trong giai đoạn từ năm 2012-2015.

Các công trình nghiên cứu trên đã có nhiều đóng góp trong việc giải quyết các vấn đề lý luận và thực tiễn về hoạt động phát triển dịch vụ Ngân hàng Điện tử tại các Ngân hàng thương mại: nêu ra những hạn chế và nguyên nhân về dịch vụ Ngân hàng điện tử để từ đó có những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Ngân hàng điện tử tại NHTM, góp phần thỏa mãn ngày càng nhiều hơn nhu cầu thực tế của khách hàng cũng

như tăng doanh thu cho ngân hàng đối với hoạt động này. Từ các thông tin dữ liệu thu thập được, tác giả đã học hỏi kinh nghiệm của các Ngân hàng khác đồng thời chọn lọc các giải pháp phù hợp với thực tế hiện tại của Vietinbank Thăng Long.

1.2. Một số vấn đề lý luận cơ bản về dịch vụ Ngân hàng Điện tử

1.2.1. Khái niệm chung và vai trò của dịch vụ ngân hàng điện tử

1.2.1.1. Một số khái niệm chung

a. Dịch vụ và đặc điểm của dịch vụ.

Cũng giống như sản phẩm hữu hình, dịch vụ (sản phẩm vô hình) là kết quả đầu ra của một quá trình hay một hoạt động nào đó. Tuy nhiên, do tính chất vô hình của nó nên dịch vụ được định nghĩa là “kết quả của một quá trình hay một hoạt động nào đó nhưng không thể nhìn thấy được, không đo được và không đếm được”. thực tế có rất nhiều quan điểm khác nhau về dịch vụ

Theo quan điểm truyền thống: Những gì không phải nuôi trồng, không phải sản xuất là dịch vụ (Gồm các hoạt động: Khách sạn, giải trí, bảo hiểm, chăm sóc sức khỏe, giáo dục, tài chính, ngân hàng, giao thông, bán buôn bán lẻ, dịch vụ công...).

Theo cách hiểu phổ biến: Dịch vụ là một sản phẩm mà hoạt động của nó là vô hình. Nó giải quyết các mối quan hệ với khách hàng hoặc với tài sản do khách hàng sở hữu mà không có sự chuyển giao quyền sở hữu.

Theo từ điển tiếng Việt, dịch vụ là công việc phục vụ trực tiếp cho nhu cầu của số đông, có tổ chức và được trả công.

Theo Kotler & Armstrong (2004), dịch vụ là những hoạt động hay lợi ích mà doanh nghiệp có thể cống hiến cho khách hàng nhằm thiết lập, củng cố và mở rộng những quan hệ và hợp tác lâu dài với khách hàng. [2]

Có rất nhiều các định nghĩa và quan điểm khác nhau về dịch vụ, trong luận văn này tác giả sử dụng định nghĩa về dịch vụ “*Dịch vụ là những hành vi, quá trình và cách thức thực hiện một công việc nào đó nhằm tạo giá trị sử dụng cho khách hàng nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng.*” theo V.A Zeithaml và M.J Bitner

(2000).[3]

- Đặc điểm dịch vụ: Dịch vụ là một sản phẩm đặc biệt, có nhiều đặc tính khác với các loại hàng hoá khác như tính vô hình, tính không đồng nhất, tính không thể tách rời và tính không thể cất trữ. Chính những đặc điểm này làm cho dịch vụ trở nên khó định lượng và không thể nhận dạng bằng mắt thường được.

+ Tính vô hình:

Không giống như những sản phẩm vật chất, dịch vụ không thể nhìn thấy được, không nếm được, không nghe thấy được hay không ngửi thấy được trước khi người ta mua chúng. Để giảm bớt mức độ không chắc chắn, người mua sẽ tìm kiếm các dấu hiệu hay bằng chứng về chất lượng dịch vụ. Họ sẽ suy diễn về chất lượng dịch vụ từ địa điểm, con người, trang thiết bị, tài liệu, thông tin, biểu tượng và giá cả mà họ thấy.

+ Tính không đồng nhất:

Đặc tính này còn gọi là tính khác biệt của dịch vụ. Theo đó, việc thực hiện dịch vụ thường khác nhau tùy thuộc vào cách thức phục vụ, nhà cung cấp dịch vụ, người phục vụ, thời gian thực hiện, lĩnh vực phục vụ, đối tượng phục vụ và địa điểm phục vụ. Việc đòi hỏi chất lượng đồng nhất từ đội ngũ nhân viên sẽ rất khó đảm bảo

+ Tính không thể tách rời:

Tính không tách rời của dịch vụ thể hiện ở việc khó phân chia dịch vụ thành hai giai đoạn rạch ròi là giai đoạn sản xuất và giai đoạn sử dụng. Dịch vụ thường được tạo ra và sử dụng đồng thời. Điều này không đúng đối với hàng hoá vật chất được sản xuất ra nhập kho, phân phối thông qua nhiều nấc trung gian mua bán, rồi sau đó mới được tiêu dùng. Đối với sản phẩm hàng hoá, khách hàng chỉ sử dụng sản phẩm ở giai đoạn cuối cùng, còn đối với dịch vụ, khách hàng đồng hành trong suốt hoặc một phần của quá trình tạo ra dịch vụ.

+ Tính không lưu giữ được:

Dịch vụ không thể cất giữ, lưu kho rồi đem bán như hàng hoá khác. Tính không lưu giữ được của dịch vụ sẽ không thành vấn đề khi mà nhu cầu ổn định. Khi nhu cầu thay đổi, các công ty dịch vụ sẽ gặp khó khăn do không thể thu xếp trước.

b. Dịch vụ ngân hàng.

Cho đến nay, có khá nhiều quan điểm khác nhau về dịch vụ ngân hàng. Theo cuốn “Ngh nghiệp vụ Ngân hàng hiện đại” của tác giả David Cox, hầu hết các hoạt động nghiệp vụ của ngân hàng thương mại đều gọi là dịch vụ ngân hàng [1]. Cụ thể hơn, dịch vụ ngân hàng được hiểu là các nghiệp vụ ngân hàng về vốn, tiền tệ, thanh toán mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng nhằm đáp ứng nhu cầu kinh doanh, sinh lời, sinh hoạt cuộc sống, cất trữ tài sản ... của họ, nhờ đó ngân hàng thu chênh lệch lãi suất, tỷ giá hay thu phí.

Nói đến dịch vụ ngân hàng người ta thường gắn nó với hai đặc điểm: thứ nhất, đó là dịch vụ mà chỉ có các ngân hàng với những ưu thế của nó mới có thể thực hiện một cách trọn vẹn và đầy đủ; thứ hai, đó là các dịch vụ gắn liền với hoạt động ngân hàng không những cho phép ngân hàng thương mại thực hiện tốt yêu cầu của khách hàng, mà còn hỗ trợ tích cực để ngân hàng thương mại thực hiện tốt hơn chức năng của ngân hàng thương mại. [4]

Ở nước ta, lĩnh vực dịch vụ ngân hàng được Luật các tổ chức tín dụng quy định nhưng không có định nghĩa giải thích. Theo Luật Tổ chức tín dụng số 47/2010/QH12 không nhắc đến dịch vụ ngân hàng, mà chỉ nhắc đến các hoạt động của Ngân hàng thương mại đó là: 1. Nhận tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm và các loại tiền gửi khác; 2. Phát hành chứng chỉ tiền gửi, kỳ phiếu, tín phiếu, trái phiếu để huy động vốn trong nước và nước ngoài; 3. Cấp tín dụng dưới các hình thức; 4. Mở tài khoản thanh toán cho khách hàng; 5. Cung ứng các phương tiện thanh toán; 6. Cung ứng các dịch vụ thanh toán. [14]

Dịch vụ ngân hàng là loại hình dịch vụ xuất hiện sớm nhất trong các loại hình dịch vụ tài chính. Theo cách định nghĩa của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) đưa ra trong Phụ lục về dịch vụ tài chính của Hiệp định chung về thương mại dịch vụ (GATS) thì: Một dịch vụ tài chính là bất kỳ dịch vụ nào có tính chất tài chính được một nhà cung cấp dịch vụ tài chính cung cấp. Dịch vụ tài chính bao gồm dịch vụ bảo hiểm và dịch vụ liên quan tới bảo hiểm, mọi dịch vụ ngân hàng và các dịch vụ tài chính khác (ngoại trừ

bảo hiểm). Điều đó có nghĩa dịch vụ ngân hàng là một bộ phận cấu thành dịch vụ tài chính và trong bảng phân ngành dịch vụ của WTO nó được chia thành 12 phân ngành cụ thể sau: 1. Nhận tiền gửi và các khoản tiền gửi từ công chúng; 2. Cho vay dưới mọi hình thức bao gồm: cho vay tiêu dùng, thế chấp, bao thanh toán và các khoản tài trợ cho các giao dịch thương mại khác; 3. Cho thuê tài chính; 4. Tất cả các khoản thanh toán và chuyển tiền, bao gồm thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, thẻ thanh toán, séc du lịch và hối phiếu ngân hàng; 5. Bảo lãnh và cam kết thanh toán; 6. Tự doanh hoặc kinh doanh trên tài khoản của khách hàng, kể cả trên thị trường tập trung, thị trường OTC hoặc các thị trường khác; 7. Phát hành các loại chứng khoán, bao gồm cả việc bảo lãnh phát hành và đại lý phát hành (cả phát hành công khai và không công khai) và cung ứng các dịch vụ liên quan đến hoạt động phát hành; 8. Môi giới tiền tệ; 9. Quản lý tài sản gồm quản lý tiền mặt, quản lý danh mục, tất cả các hình thức quản lý đầu tư tập thể, quản lý quỹ hưu trí, dịch vụ ủy thác, lưu ký và tín thác; 10. Dịch vụ thanh toán và thanh toán bù trừ đối với các tài sản tài chính, bao gồm chứng khoán, các sản phẩm phái sinh và các công cụ có thể chuyển nhượng khác; 11. Cung cấp và trao đổi các thông tin tài chính, xử lý dữ liệu tài chính và phần mềm có liên quan của các nhà cung ứng dịch vụ tài chính khác; 12. Dịch vụ tư vấn, môi giới và các dịch vụ tài chính hỗ trợ khác liên quan đến tất cả các hoạt động nói trên, bao gồm cả việc tham chiếu và phân tích tín dụng, nghiên cứu, tư vấn đầu tư và đầu tư theo danh mục, tư vấn đối với các hoạt động mua lại và tái cơ cấu doanh nghiệp cũng như xây dựng chiến lược.

Ngoài ra, dịch vụ ngân hàng cần được hiểu theo hai phạm vi rộng và hẹp. Theo nghĩa rộng, dịch vụ ngân hàng là toàn bộ hoạt động tiền tệ, tín dụng, thanh toán, ngoại hối ... của hệ thống ngân hàng với doanh nghiệp và công chúng. Quan niệm theo nghĩa rộng này được sử dụng để xem xét lĩnh vực dịch vụ ngân hàng trong cơ cấu kinh tế của một quốc gia. Theo nghĩa hẹp, dịch vụ ngân hàng chỉ bao gồm những hoạt động ngoài chức năng truyền thống (như huy động vốn và cho vay). Quan niệm này chỉ nên dùng để nghiên cứu sự phát triển các dịch vụ ngân hàng mới và cơ cấu các dịch vụ ngân hàng mới trong hoạt động của ngân hàng. Tóm lại, có thể hiểu khái quát về dịch vụ ngân hàng như

sau: “*dịch vụ ngân hàng bao gồm tất cả các dịch vụ được ngân hàng cung cấp cho khách hàng*”.

c. Dịch vụ ngân hàng điện tử.

“Ngân hàng điện tử (E - Banking) - còn được biết đến như là ngân hàng trên mạng (Internet banking), ngân hàng ảo (Virtual banking), ngân hàng trực tuyến (Online banking) và ngân hàng tại nhà (Home banking), bao gồm nhiều hoạt động ngân hàng được thực hiện tại nhà, tại công ty hay trên đường thay vì tại chính ngân hàng” [14].

Ngân hàng điện tử: bao gồm các dạng giao dịch giữa ngân hàng và khách hàng (cá nhân và tổ chức) dựa trên quá trình số hóa và chuyển giao dữ liệu số hóa nhằm cung cấp sản phẩm dịch vụ ngân hàng nhanh chóng, chính xác và đảm bảo nhất. NHĐT là ngân hàng nơi quỹ được chuyển thông qua việc trao đổi tín hiệu điện tử giữa các tổ chức tài chính hơn là một cuộc trao đổi bằng tiền mặt, séc hoặc các công cụ chuyển nhượng khác.

Dịch vụ NHĐT: là khả năng một khách hàng có thể truy nhập từ xa vào một ngân hàng nhằm thu thập thông tin, thực hiện các giao dịch thanh toán, tài chính dựa trên các tài khoản lưu ký tại ngân hàng đó; đăng ký sử dụng các dịch vụ mới dựa trên công nghệ hiện đại như internet và các thiết bị truy cập khác như máy vi tính, ATM, POS, điện thoại di động ...

d. Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

Phát triển dịch vụ NHĐT là phát triển quy mô cung ứng dịch vụ, đa dạng hóa chủng loại sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ NHĐT thông qua việc tăng mức độ hài lòng cho khách hàng, kiểm soát rủi ro và nâng cao kết quả hoạt động kinh doanh.

1.2.1.2. Vai trò của việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

Tiết kiệm chi phí: Với sự hỗ trợ của công nghệ hiện đại, xu thế quản lý tập trung nhằm đảm bảo sự đồng bộ, nhanh chóng cho hoạt động ngân hàng đang là xu thế chứng minh được mặt hiệu quả về mặt chi phí và về mặt hiệu suất. Việc phát triển dịch vụ NHĐT có chi phí đầu tư ban đầu lớn, nhưng là đầu tư tập trung và lâu dài. Đổi lại, ngân hàng giảm được các chi phí như chi phí trả lương cho giao dịch viên, chi phí về đầu tư,

lắp đặt, bảo trì các thiết bị như ATM, điện thoại... điều này dẫn đến chi phí giảm đi trong dài hạn.

Mở rộng phạm vi hoạt động, tăng khả năng cạnh tranh: NHĐT là một giải pháp của NHTM để nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả hoạt động, qua nâng cao khả năng cạnh tranh, nhận diện thương hiệu của NHTM. Điều quan trọng hơn là NHĐT còn giúp NHTM thực hiện chiến lược “toàn cầu hóa” mà không mở thêm chi nhánh ở trong nước cũng như nước ngoài. NHĐT cũng là công cụ quảng bá, khuyến khích trương thương hiệu của NHTM một cách sinh động, hiệu quả.

Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn: Xét về mặt kinh doanh của ngân hàng NHĐT sẽ giúp nâng cao hiệu quả sử dụng vốn. Thông qua các dịch vụ NHĐT, các lệnh về chi trả, nhờ thu của khách hàng được thực hiện nhanh chóng, tạo điều kiện cho vốn tiền tệ chu chuyển nhanh, thực hiện tốt quan hệ giao dịch, trao đổi tiền hàng. Qua đó đẩy nhanh tốc độ lưu thông hàng hóa, tiền tệ, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

Tăng khả năng chăm sóc và thu hút khách hàng: Chính sự tiện ích có được từ công nghệ ứng dụng, từ phần mềm, từ nhà cung cấp dịch vụ mạng, dịch vụ Internet đã thu hút và giữ khách hàng sử dụng, quan hệ giao dịch với ngân hàng, trở thành khách hàng truyền thống của ngân hàng. Với mô hình ngân hàng hiện đại, kinh doanh đa năng thì khả năng phát triển, cung ứng các dịch vụ cho nhiều đối tượng khách hàng, nhiều lĩnh vực kinh doanh của NHĐT là rất cao.

Cung cấp dịch vụ trọn gói: Điểm đặc biệt của dịch vụ NHĐT là có thể cung cấp dịch vụ trọn gói. Theo đó các ngân hàng có thể liên kết với các công ty tài chính, công ty chứng khoán, công ty bảo hiểm... để đưa ra các sản phẩm tiện ích đồng bộ nhằm đáp ứng căn bản các nhu cầu của một khách hàng hoặc một nhóm khách hàng về các dịch vụ liên quan tới ngân hàng, bảo hiểm, đầu tư, chứng khoán...

1.2.1.3. Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử.

Các dịch vụ ngân hàng điện tử hiện đại có thể là các dịch vụ hoàn toàn mới hoặc cũng có thể là những dịch vụ truyền thống nay được nâng cấp trên nền tảng công nghệ hiện đại. Một số dịch vụ ngân hàng điện tử hiện đại đang được ứng dụng hiện nay:

- Dịch vụ **cung cấp qua ATM** (Automated Teller Machine): Thiết bị ngân hàng giao dịch tự động với khách hàng, thực hiện việc nhận dạng khách hàng thông qua thẻ ATM (thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng) hay các thiết bị tương thích, giúp khách hàng kiểm tra tài khoản, rút tiền mặt, chuyển khoản, thanh toán tiền hàng hóa dịch vụ.

- Thanh toán **qua POS** (Point of sale): Đây là hình thức thanh toán không dùng tiền mặt thông qua việc sử dụng kết nối giữa thiết bị đọc thẻ (Card reader) - còn gọi là máy quét (cà) thẻ hoặc POS với thẻ ngân hàng. Qua đó, hệ thống tự động trích tiền từ tài khoản của người mua trả cho người bán ngay. Sử dụng hình thức này chủ thẻ có thể thanh toán tiền hàng hóa dịch vụ, rút tạm ứng tiền mặt tại bất kỳ điểm chấp nhận thẻ nào.

- **Phone Banking**: cung cấp thông tin ngân hàng qua điện thoại cố định. Khách hàng có thể thực hiện các lệnh chuyển tiền, thanh toán hoá đơn dịch vụ, tìm hiểu các thông tin về tỷ giá hối đoái, giá vàng, giá chứng khoán, các giao dịch gần nhất và số dư tài khoản hiện tại của mình mọi lúc mọi nơi kể cả ngoài giờ hành chính.

- **Mobile Banking**: Để thích ứng với sự phát triển của mạng thông tin di động, các ngân hàng Việt Nam đã nhanh chóng đưa ra thị trường sản phẩm Mobile Banking - sản phẩm cung cấp thông tin ngân hàng qua điện thoại di động. Không chỉ thực hiện chức năng truy cập thông tin hay thực hiện các giao dịch thông thường, khách hàng còn có thể thực hiện chức năng thanh toán khi vào các siêu thị, cửa hàng hay khi đi du lịch trong nước. Hơn thế nữa, với quy trình Mobile Banking, khách hàng còn có thể nhận được thông tin từ ngân hàng bằng cách gửi tin nhắn yêu cầu đến số điện thoại quy ước của ngân hàng để nhận lại tin nhắn trả lời. Mỗi khi có giao dịch thực hiện trên tài khoản của mình, tổng đài của ngân hàng sẽ tự động gửi tin nhắn thông báo đến điện thoại di động của khách hàng.

- **Internet Banking**: cung cấp tự động các thông tin về sản phẩm dịch vụ ngân hàng qua mạng Internet. Để tham gia, khách hàng đăng ký với ngân hàng sử dụng dịch vụ này để được cấp mật khẩu và tên truy cập. Với máy tính kết nối Internet, ở bất cứ đâu hay vào bất cứ thời điểm nào, khách hàng cũng có thể truy cập vào website của ngân hàng để được cung cấp thông tin, thực hiện các giao dịch tài chính. Khách hàng cũng có thể truy

cập vào các website khác để mua hàng và thực hiện thanh toán thông qua ngân hàng. Tuy nhiên, khác với các dịch vụ ngân hàng điện tử khác, Internet banking đòi hỏi ngân hàng phải có một hệ thống bảo mật đủ mạnh để đối phó với các rủi ro an ninh trên phạm vi toàn cầu. Điều này là tương đối khó khăn đối với các ngân hàng Việt Nam vì xây dựng một hệ thống bảo mật như vậy là rất tốn kém. Đây cũng là lý do vì sao dịch vụ này ở Việt Nam chưa thực sự phát triển.

1.2.1.4. Ý nghĩa của việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

Phát triển dịch vụ NHĐT đã mang lại rất nhiều lợi ích không chỉ cho bản thân ngân hàng, khách hàng mà cho cả nền kinh tế.

a. Đối với ngân hàng.

Một số lợi ích thiết thực mà dịch vụ NHĐT mang lại cho các ngân hàng cung cấp dịch vụ như:

- Giảm chi phí, tăng hiệu quả kinh doanh:

NHĐT có khả năng phục vụ khách hàng trên phạm vi rộng, khách hàng có thể thực hiện giao dịch 24/24h trong ngày tại bất cứ đâu. Điều này giúp ngân hàng tiếp cận khách hàng tốt hơn, tiết kiệm được chi phí giao dịch, chi phí phát triển mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch, chi phí quản lý.

Dịch vụ NHĐT giúp giảm chi phí văn phòng, vận hành mạng máy tính cá nhân, chi phí lập và chuyển giao chứng từ giấy. Một máy rút tiền tự động hiện nay được tích hợp nhiều chức năng và được ví như một ngân hàng thu nhỏ, có thể thực hiện giao dịch 24h trong ngày và thay thế được nhiều nhân viên ngân hàng. Bên cạnh đó, bằng phương tiện internet/ Web cho phép khách hàng truy cập thông tin thường xuyên hơn, cập nhật hơn, do đó ngân hàng giảm được chi phí bán hàng và chi phí tiếp thị.

- Vốn tiền tệ luân chuyển nhanh, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn:

Thông qua dịch vụ NHĐT các lệnh về chi trả, nhờ thu của khách hàng được thực hiện nhanh chóng, tạo điều kiện cho vốn tiền tệ luân chuyển nhanh, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn. Đây là lợi ích mà các giao dịch kiểu ngân hàng truyền thống khó có thể đạt được với tốc độ nhanh và chính xác so với dịch vụ NHĐT.

- Gia tăng số lượng dịch vụ, sản phẩm, tăng thu nhập ngoại lai:

Bên cạnh các dịch vụ ngân hàng truyền thống như gửi tiền, cho vay, mua bán ngoại tệ, các dịch vụ bán buôn khác, NHĐT đã gia tăng và làm phong phú các dịch vụ ngân hàng hiện đại và tạo ra sự khác biệt giữa ngân hàng này với ngân hàng khác. Đặc thù của dịch vụ NHĐT là phát triển song hành cùng sự phát triển của công nghệ thông tin, các tiện ích từ công nghệ mang lại sẽ giúp cho số lượng các dịch vụ NHĐT cũng tăng theo. Ban đầu là Internet Banking, Phone - banking, Mobile - banking tiếp đến là Home - banking, ... Ngoài ra còn có các dịch vụ thanh toán điện tử khác cũng làm đa dạng hóa hơn bộ sản phẩm dịch vụ NHĐT.

Việc phát triển nhanh chóng các dịch vụ thanh toán điện tử sẽ dần thay đổi cơ cấu dòng tiền lưu thông, chuyển từ nền kinh tế tiền mặt sang nền kinh tế không sử dụng tiền mặt. Dịch vụ NHĐT trong tương lai sẽ là xu hướng tất yếu, là đích đến của các ngân hàng vì một khi các dịch vụ truyền thống đã phát huy hết vai trò của nó trong việc mang lại nguồn thu cho ngân hàng thì dịch vụ NHĐT sẽ mang lại nguồn thu lớn thông qua việc tiết kiệm chi phí giao dịch cho ngân hàng, cũng như hạn chế được nhiều rủi ro tiềm ẩn xuất hiện trong các hoạt động truyền thống.

Dịch vụ NHĐT có thể cung cấp các dịch vụ chéo. Theo đó, ngân hàng có thể liên kết với các công ty bảo hiểm, công ty chứng khoán, công ty tài chính khác để đưa ra sản phẩm tiện ích khác nhằm đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng về các dịch vụ liên quan: ngân hàng, bảo hiểm, đầu tư, chứng khoán, du lịch ... Chính sự tiện ích có được từ công nghệ ứng dụng đã thu hút và giữ khách hàng sử dụng, quan hệ giao dịch với ngân hàng và trở thành khách hàng truyền thống của ngân hàng.

- Tiếp cận với các phương pháp quản lý hiện đại:

Phát triển dịch vụ NHĐT cho phép các ngân hàng tiếp cận nhanh với các phương pháp quản lý hiện đại. Sự kết hợp hài hòa trong quá trình phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng truyền thống và một số dịch vụ NHĐT sẽ cho phép các ngân hàng đa dạng hóa sản phẩm, tăng doanh thu, nâng cao hiệu quả hoạt động và đặc biệt là nâng cao khả năng cạnh tranh trong nền kinh tế hội nhập, tạo ra sự phát triển đồng bộ, tương thích giữa

hệ thống ngân hàng quốc gia với hệ thống ngân hàng thế giới theo các chuẩn mực quốc tế.

b. Đối với khách hàng.

Dịch vụ NHĐT mang lại cho khách hàng, người trực tiếp hưởng thụ sản phẩm hiện đại này một số lợi ích thiết thực như:

- Tiết kiệm thời gian, chi phí, chủ động trong giao dịch với ngân hàng:

Thay vì phải đến trực tiếp ngân hàng để giao dịch, chờ đợi thì khách hàng chỉ cần một chiếc máy tính hoặc điện thoại liên lạc với ngân hàng và biết được những thông tin mới nhất về lãi suất, tỷ giá, xem số dư tài khoản hoặc chuyển tiền. Hình thức giao dịch này giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và chi phí đi lại, giao dịch được thực hiện nhanh chóng, hiệu quả cao, cũng như giảm bớt các thủ tục hành chính. Bên cạnh đó, khách hàng có thể thực hiện giao dịch với ngân hàng bất cứ thời gian nào trong ngày.

- Tính năng bảo mật cao, hạn chế nhiều rủi ro trong giao dịch:

Để giữ bí mật khi truyền tải thông tin giữa hai thực thể nào đó người ta tiến hành mã hóa chúng. Mã hóa thông tin là chuyển thông tin sang một dạng mới khác dạng ban đầu, dạng mới này được gọi chung là văn bản mã hóa. Sau khi người nhận nhận được văn bản mã hóa, người ta sẽ tiến hành giải mã lại văn bản đó. Đây là công nghệ an toàn bảo mật thông tin trên các ứng dụng và đặc biệt sử dụng trong giao dịch NHĐT. Thuật toán mã hóa công khai được sử dụng trong công nghệ mã hóa đường truyền và chữ kí điện tử. Chữ kí điện tử dùng để đảm bảo sự riêng tư của thông tin. Việc mã hóa đường truyền để bảo đảm thông tin được an toàn.

Sử dụng các dịch vụ NHĐT trong thanh toán hóa đơn hàng hóa, dịch vụ sẽ an toàn hơn sử dụng tiền mặt. Chẳng hạn khách hàng dùng thẻ ATM để thanh toán hàng hóa khi đi siêu thị sẽ an toàn, nhanh chóng và chính xác hơn khi mang tiền mặt đi thanh toán.

- Cập nhật thông tin nhanh nhất:

Ưu điểm lớn nhất của dịch vụ NHĐT dành cho khách hàng chính là sự tiện nghi và luôn sẵn sàng của dịch vụ ngân hàng, tiết kiệm thời gian và giảm chi phí dịch vụ. Ngoài ra khách hàng được ngân hàng phục vụ tận nơi với những thông tin mới nhất như biến

động tỷ giá, với những tiêu chuẩn hóa khách hàng được phục vụ tận tụy và chính xác thay vì phải phụ thuộc vào thái độ phục vụ khác nhau của các nhân viên ngân hàng.

c. Đối với nền kinh tế.

- Cải thiện khả năng thanh toán trên thị trường tài chính:

Dịch vụ NHĐT giúp cho quá trình chu chuyển vốn diễn ra nhanh chóng và đáp ứng tốt hơn các nhu cầu thanh toán của nền kinh tế. Chính vì vậy làm cho dòng tiền từ mọi phía đổ vào ngân hàng sẽ rất lớn, ngân hàng trở thành phương tiện điều hòa dòng tiền với hệ số hữu ích cao, thay đổi cơ cấu dòng tiền lưu thông, cải thiện khả năng thanh toán trên thị trường tài chính. Từ đó tạo sự chuyển biến trong nền kinh tế.

- Cung cấp thông tin cho các ngành kinh tế khác:

Dịch vụ NHĐT phát triển sẽ mang lại hiệu quả rất lớn trong việc cung cấp nguồn thông tin kinh tế quan trọng giúp các ngành kinh tế khác định hướng và hoạt động hiệu quả hơn.

- Tăng cường khả năng hội nhập kinh tế quốc tế.

Phát triển dịch vụ NHĐT cho phép các ngân hàng tiếp cận nhanh với các phương pháp quản lý hiện đại, các tiện ích mà dịch vụ NHĐT mang lại góp phần kết nối cả thế giới lại với nhau, tạo điều kiện cho tiến trình hội nhập quốc tế diễn ra sâu rộng, đưa nền kinh tế Việt Nam ngày càng phát triển.

1.2.2. Nội dung phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

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

1.2.2.1. Nhóm các chỉ tiêu định lượng

Mở rộng quy mô cung ứng dịch vụ ngân hàng điện tử thể hiện ngân hàng đang phát triển các dịch vụ đó. Việc mở rộng quy mô dịch vụ ngân hàng điện tử phản ánh qua các tiêu chí sau :

a) Phát triển quy mô dịch vụ ngân hàng điện tử.

Quy mô dịch vụ NHĐT: là một chỉ tiêu định lượng dùng để đo lường và xác định sự phát triển của dịch vụ NHĐT bao gồm các yếu tố như: số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ, doanh số sản phẩm dịch vụ NHĐT, doanh thu từ dịch vụ NHĐT, tỷ trọng thu từ hoạt động NHĐT trên tổng thu nhập của ngân hàng.

Phát triển quy mô dịch vụ NHĐT: là gia tăng số lượng khách hàng giao dịch bằng dịch vụ NHĐT, tăng tần suất giao dịch bằng dịch vụ NHĐT, tăng giá trị của một lần giao dịch nhằm gia tăng lượng giá trị từ dịch vụ mà ngân hàng cung cấp.

Quy mô dịch vụ NHĐT tăng lên khẳng định tiềm lực của ngân hàng đó mạnh, việc tăng quy mô mang lại điều kiện cần thiết để phát triển dịch vụ NHĐT trong tương lai. Điều này được lý giải là do dịch vụ NHĐT được xây dựng trên nền tảng công nghệ thông tin mà các sản phẩm thuộc ngành này có xu hướng tăng lên ngày một nhanh chóng. Việc các sản phẩm dịch vụ NHĐT tăng lên cho thấy mức độ công nghệ hóa các sản phẩm của ngân hàng đó không ngừng gia tăng, cũng là một bằng chứng cụ thể cho tiềm lực tài chính của ngân hàng đó. Điều này khẳng định một cách chắc chắn khả năng phát triển dịch vụ NHĐT của ngân hàng đó trong tương lai.

• Việc mở rộng quy mô dịch vụ NHĐT có thể được tiến hành bằng các biện pháp sau:

- Số lượng thiết bị (ATM, POS) phải được lắp đặt nhiều và hợp lý: đây là yếu tố trực quan nhất để nhận thấy sự phát triển quy mô dịch vụ NHĐT của ngân hàng, bởi vì chỉ khi nhu cầu về dịch vụ này cao thì số lượng thiết bị mới được lắp đặt nhiều.

- Mở rộng kênh phân phối: số lượng các chi nhánh và phòng giao dịch ngày càng gia tăng, được phân bố hợp lý và hiệu quả trên tất cả các vùng miền, thể hiện sự phát

triển của kênh phân phối hay mạng lưới phân phối của ngân hàng ngày càng gia tăng.

- Ngân hàng cần đưa ra nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn cũng như phổ biến những lợi ích có được khi khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT của ngân hàng mình. Bên cạnh đó các ngân hàng cũng phải đơn giản hóa nội dung và thao tác thực hiện giao dịch, có hướng dẫn cụ thể cho khách hàng dễ tiếp cận và thực hiện khi mới sử dụng dịch vụ NHĐT.

- Tìm ra các giá trị mới của dịch vụ NHĐT để gia tăng tần suất sử dụng dịch vụ NHĐT của khách hàng. Bằng cách cải tiến, hoàn thiện dịch vụ hiện có, gia tăng các dịch vụ mới.

• Kết quả của việc phát triển quy mô dịch vụ NHĐT được đánh giá thông qua các biểu hiện sau:

- Tăng số lượng khách hàng giao dịch bằng dịch vụ NHĐT:

Đối với một ngân hàng, trong quá trình hoạt động của NHĐT nếu các dịch vụ đã triển khai làm hài lòng khách hàng và tạo được lòng trung thành của khách hàng khi sử dụng dịch vụ, khi ngân hàng triển khai thêm một dịch vụ NHĐT mới cũng được khách hàng đón nhận, sử dụng dịch vụ và lượng khách hàng tham gia vào việc sử dụng dịch vụ đó không ngừng gia tăng thì việc triển khai dịch vụ đó của ngân hàng xem như thành công và cũng minh chứng cho sự phát triển của dịch vụ NHĐT. Tăng số lượng khách hàng sẽ làm cho lượng tiền lưu thông đổ về ngân hàng và góp phần làm tăng thêm nguồn thu nhập ngoài lãi đáng kể cho ngân hàng.

- Tăng tần suất giao dịch bằng dịch vụ ngân hàng điện tử:

Tăng tần suất giao dịch bằng dịch vụ NHĐT là ngân hàng bằng những biện pháp của mình làm gia tăng số lần giao dịch của một khách hàng trong cùng đơn vị thời gian. Việc tăng tần suất giao dịch bằng dịch vụ NHĐT sẽ giúp cho thu nhập từ phí giao dịch của khách hàng tăng lên, làm tăng thu nhập ngoài lãi cho ngân hàng và cũng làm cho giao dịch qua NHĐT phổ biến hơn. Ngoài ra, tăng tần suất giao dịch giúp cải thiện khả năng thanh toán qua hệ thống ngân hàng, dòng tiền sẽ được lưu thông nhiều hơn.

Tăng giá trị của một lần giao dịch, tăng doanh số giao dịch ngân hàng điện tử, thu nhập từ dịch vụ ngân hàng điện tử.

Tăng giá trị của một lần giao dịch là giá trị cho một lần giao dịch bằng bằng dịch vụ NHĐT tăng lên. Việc gia tăng quy mô cho mỗi lần giao dịch sẽ làm tăng thu nhập cho ngân hàng thông qua phí dịch vụ, cải thiện khả năng thanh toán qua hệ thống ngân hàng, dòng tiền sẽ được lưu thông nhiều hơn. Bên cạnh đó cũng giúp cho ngân hàng khấu hao nhanh tài sản cố định và đầu tư vào tài sản mới.

Doanh số giao dịch ngân hàng điện tử = Σ Lượng tiền mỗi lần giao dịch

Tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ NHĐT trên tổng thu nhập ngân hàng không ngừng tăng lên. Mục đích cuối cùng của hoạt động kinh doanh là lợi nhuận. Do đó, nếu tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ NHĐT tăng lên là kết quả tổng hợp của sự đa dạng, sự phát triển và đương nhiên là cả chất lượng dịch vụ NHĐT cũng tăng lên.

Thu nhập từ dịch vụ ngân hàng điện tử

Thu nhập từ dịch vụ ngân hàng điện tử được tính trên cơ sở:

Tổng tiền phí dịch vụ = Σ (Số lượng giao dịch điện tử từng loại hình x phí giao dịch từng loại hình)

Thu nhập từ dịch vụ ngân hàng điện tử của một ngân hàng là tổng số tiền lãi, phí mà ngân hàng thu được từ các phí giao dịch điện tử như: phí phát hành (phí sử dụng, phí thường niên, lãi cho vay), phí thanh toán thẻ tín dụng... Thu nhập từ dịch vụ ngân hàng điện tử phản ánh hiệu quả quá trình triển khai và cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử, phản ánh trình độ tổ chức quản lý, thực hiện việc ứng dụng các dịch vụ này. Vì thế đây được coi là một trong những tiêu chí hàng đầu để đánh giá sự phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của một ngân hàng. Thu nhập từ phí dịch vụ ngân hàng điện tử càng lớn chứng tỏ dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng đó đã phát triển hơn so với các ngân hàng có thu nhập thấp hơn và nhận được sự thỏa mãn, hài lòng của khách hàng sử

dụng dịch vụ. Đồng thời nó cũng cho thấy dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng đang được cung ứng mở rộng và ngược lại.

b) Đa dạng hoá chủng loại dịch vụ ngân hàng điện tử.

Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử là sự biến đổi danh mục sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng gắn liền với sự phát triển theo nhiều hướng khác nhau. Có thể định kỳ đánh giá lại khả năng sinh lời và tiềm năng tăng trưởng của các loại sản phẩm để hỗ trợ kịp thời những loại sản phẩm tốt và cắt giảm, loại bỏ hay bổ sung những loại sản phẩm mới. Ngân hàng phải thường xuyên nghiên cứu và đưa ra những loại sản phẩm dịch vụ mới vì đặc điểm của sản phẩm công nghệ thông tin là có chu kỳ sống ngắn, do sự phát triển mạnh mẽ của khoa học và công nghệ nên liên tục có các sản phẩm mới, các sản phẩm này sẽ thay thế những sản phẩm đã có nhưng không phù hợp và hiệu quả không cao. Theo đó, việc đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ NHĐT có thể là:

+ Hoàn thiện sản phẩm dịch vụ hiện có: hoàn thiện cả về hình thức lẫn nội dung những sản phẩm hiện có nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, tăng khả năng cạnh tranh.

+ Phát triển sản phẩm dịch vụ mới: là sản phẩm dịch vụ lần đầu tiên được đưa vào danh mục sản phẩm kinh doanh của ngân hàng.

Phát triển dịch vụ mới: là nội dung rất quan trọng trong chiến lược sản phẩm dịch vụ của mỗi ngân hàng. Bởi dịch vụ mới sẽ làm đa dạng hơn danh mục sản phẩm kinh doanh, giúp ngân hàng thỏa mãn được nhu cầu mới phát sinh của khách hàng, từ đó tăng khả năng cạnh tranh, tăng vị thế, uy tín và hình ảnh của ngân hàng trên thị trường. Muốn đẩy mạnh việc đưa vào sử dụng các dịch vụ mới thì ngân hàng cần phải đầu tư một hệ thống cơ sở công nghệ thông tin vững chắc và một đội ngũ chuyên gia về lĩnh vực công nghệ ngân hàng để thường xuyên nghiên cứu và cho ra đời những sản phẩm mới.

- Có hai phương thức phát triển dịch vụ mới, đó là:
 - Phát triển dịch vụ mới hoàn toàn:

Đó là dịch vụ mới đối với cả ngân hàng và thị trường. Đưa ra thị trường loại dịch vụ này, thời gian đầu ngân hàng sẽ không phải đối mặt với cạnh tranh và có thể tạo được vị thế, hình ảnh trên thị trường. Tuy nhiên, ngân hàng cũng có thể đối mặt với nhiều rủi ro do số lượng vốn đầu tư lớn, thiếu kinh nghiệm, khách hàng chưa quen sử dụng dịch vụ mới, bị đối thủ sao chép dịch vụ .

- Phát triển dịch vụ mới đối với ngân hàng, không mới đối với thị trường:

Đây là loại dịch vụ sao chép lại của ngân hàng khác nên đã có sự cạnh tranh trên thị trường, thu nhập tiềm năng của sản phẩm bị hạn chế. Nhưng phát triển dịch vụ mới loại này ngân hàng có thể tận dụng được lợi thế của người đi sau. Vì vậy phát triển dịch vụ mới loại này cũng được coi xu thế phát triển dịch vụ mới trong các ngân hàng hiện nay.

• Các bước để phát triển dịch vụ NHĐT mới:

- Nghiên cứu nhu cầu của khách hàng để tìm ra các nhu cầu của khách hàng mà ngân hàng chưa có các dịch vụ NHĐT tương ứng hoặc có nhưng dịch vụ đó đáp ứng chưa tốt. Tìm kiếm ý tưởng về dịch vụ NHĐT bằng cách phỏng vấn nhu cầu của khách hàng.

- Phân đoạn khách hàng để tìm ra cơ hội phát triển dịch vụ NHĐT mới. Những khách hàng này là những người có ý định sử dụng dịch vụ NHĐT.

- Xác định khách hàng mục tiêu cho loại hình dịch vụ NHĐT mà ngân hàng dự định cung cấp.

- Đưa ra các giải pháp marketing để phát triển dịch vụ NHĐT mới.

- Liên kết với các ngân hàng khác để nghiên cứu đưa ra các dịch vụ NHĐT mới.

1.2.2.2. Nhóm các chỉ tiêu định tính

a) Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử.

Nâng cao chất lượng dịch vụ NHĐT là một yêu cầu tất yếu, mang tầm chiến lược của ngân hàng thương mại trong xu thế hội nhập quốc tế. Để nâng cao chất lượng dịch vụ NHĐT, cần phát triển những dịch vụ ngân hàng điện tử mới và cải tiến, nâng cấp những dịch vụ ngân hàng đã có. Muốn vậy, phải cải biến về chất, tạo ra nhiều loại hình dịch vụ ngân hàng điện tử với chất lượng khác nhau, phải thay đổi tính năng của dịch vụ, đảm

bảo cho việc sử dụng dịch vụ một cách thuận lợi và an toàn, cần đổi mới và hoàn thiện các dịch vụ liên quan, rút gọn thủ tục, nâng cao tác phong phục vụ của đội ngũ cán bộ, viên chức, nhằm thoả mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

Chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử là yếu tố quan trọng nhất để thu hút được khách hàng đến với ngân hàng. Do đó, để nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử cần phải chú trọng đến những tiêu chí sau:

- *Thủ tục đơn giản, nhanh chóng*: Nhu cầu chu chuyển vốn của xã hội ngày một gia tăng, ngân hàng cần phải đáp ứng được yêu cầu đó. Vì thế, một khi hệ thống công nghệ ngân hàng chưa thoả mãn được tính kịp thời của các giao dịch, sản phẩm dịch vụ ngân hàng chưa thuận tiện, đơn giản và nhanh chóng thì vẫn chưa được đánh giá là có chất lượng.

- *Độ thoả mãn của khách hàng*: Dịch vụ NHĐT được đánh giá là có chất lượng và hiệu quả, thì phải thoả mãn được nhu cầu của khách hàng về sự tiện ích và giá cả hợp lý.

- *Độ chính xác*: Tất cả các giao dịch của khách hàng tại ngân hàng đều liên quan đến tiền tệ. Do đó, mọi khách hàng đều muốn ngân hàng đảm bảo rằng tất cả các giao dịch phải được thực hiện một cách chính xác, giảm thiểu các sai sót, các lỗi kỹ thuật của hệ thống truyền tải thông tin và rủi ro trong quá trình giao dịch. Nếu quy trình xử lý các giao dịch thường xảy ra sai sót sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ, gây tổn thất về uy tín, thu nhập của ngân hàng, mất lòng tin của khách hàng đối với dịch vụ NHĐT. Ngược lại, khi tính chính xác của các giao dịch trong thực tiễn được đảm bảo, thì chất lượng dịch vụ NHĐT mới được nâng cao.

b) Quản trị rủi ro trong hoạt động dịch vụ ngân hàng điện tử.

Rủi ro trong hoạt động của ngân hàng điện tử là khả năng xảy ra tổn thất khi thực hiện các hoạt động ngân hàng điện tử. Các rủi ro trong hoạt động ngân hàng điện tử bao gồm các hành động vô ý hay cố ý xảy ra trong hoạt động làm ảnh hưởng đến uy tín, thương hiệu, hoạt động hàng ngày, gây thất thoát tài sản của ngân hàng và khách hàng. Việc kiểm soát được những rủi ro này sẽ góp phần hoàn thiện hơn cho công cuộc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử.

+ Kiểm soát rủi ro hoạt động: rủi ro hoạt động phát sinh từ khả năng thất thoát tiềm tàng do sự thiếu hoàn chỉnh và độ tin cậy của hệ thống. Các ngân hàng có thể bị tấn công từ bên ngoài cũng như từ bên trong đối với hệ thống và các sản phẩm điện tử của mình. Rủi ro hoạt động cũng có thể phát sinh từ việc nhầm lẫn của khách hàng, từ hệ thống ngân hàng được thiết kế lắp đặt không chính xác, gây ảnh hưởng tới hoạt động của ngân hàng, cần phải kiểm soát rủi ro này.

+ Kiểm soát rủi ro danh tiếng: rủi ro danh tiếng là rủi ro phát sinh những quan điểm tiêu cực của công chúng về ngân hàng dẫn đến tình trạng thiệt hại về nguồn huy động vốn hoặc mất khách hàng. Rủi ro danh tiếng có thể phát sinh khi các khách hàng gặp phải trở ngại đối với dịch vụ mới nhưng không được cung cấp thông tin đầy đủ về việc sử dụng và thủ tục giải quyết những khó khăn. Do đó, khi một NHTM bị khách hàng phàn nàn về vấn đề vướng mắc nào đó thì cần kiểm soát lại vấn đề về danh tiếng của ngân hàng.

+ Kiểm soát rủi ro luật pháp: rủi ro luật pháp có thể phát sinh do quy trình thực hiện các dịch vụ ngân hàng điện tử không tuân thủ quy định của pháp luật tại một thời điểm nào đó. Ví dụ do kiểm soát giao dịch không tốt đã vô tình cho phép những giao dịch rửa tiền, tin tặc mạo danh nhà cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử để lừa gạt khách hàng hay ngân hàng tự động xác lập những tính năng mới của dịch vụ ngân hàng điện tử nhưng không ký lại hợp đồng với khách hàng. Rủi ro này có thể dẫn đến hậu quả là mất khách hàng, thất thoát tài sản của ngân hàng hoặc dịch vụ ngân hàng điện tử bị ngưng trệ do không được cơ quan chức năng cho phép tiếp tục cung cấp.

Tóm lại, một hệ thống các dịch vụ ngân hàng điện tử được đánh giá là phát triển thì yếu tố an toàn là chỉ tiêu được xem xét hàng đầu. Do đó cần chuẩn hóa các giao dịch ngân hàng nhằm hạn chế các rủi ro. Có thể quy chuẩn hoạt động ngân hàng theo một cách thức nào đó như dưới dạng định sẵn, quy định rõ về quy trình nghiệp vụ sẽ tránh được sai sót trong các khâu nghiệp vụ ... qua đó hạn chế được rủi ro đối với ngân hàng.

1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

1.2.3.1. Các nhân tố bên ngoài.

a. Môi trường pháp lý.

Dịch vụ Ngân hàng điện tử với việc sử dụng công nghệ mới đòi hỏi khuôn khổ pháp lý mới. Các dịch vụ Ngân hàng điện tử chỉ có thể triển khai được hiệu quả và an toàn khi các dịch vụ này được công nhận về mặt pháp lý.

Ngày 29/11/2005, Quốc hội nước Cộng Hòa Xã Hội Chủ Nghĩa Việt Nam đã thông qua Luật giao dịch điện tử số 51/2005/QH11. Luật này đã chính thức được áp dụng vào ngày 01/03/2006, tiếp đó, Chính Phủ cũng đã ban hành một số Nghị định nhằm hướng dẫn chi tiết việc thi hành Luật giao dịch điện tử:

- Ngày 15/02/2007: ban hành Nghị định số 26/2007/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành luật giao dịch điện tử về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số.

- Ngày 11/11/2011: ban hành Luật Lưu Trữ số 01/2011/QH13. Luật này đã chính thức áp dụng từ ngày 01/07/2012

- Ngày 23/02/2007: ban hành Nghị định số 27/2007/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành luật giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính.

- Ngày 08/03/2007: ban hành Nghị định số 35/2007/NĐ-CP quy định về giao dịch điện tử trong Ngân hàng.

- Ngày 31/12/2014, ban hành Thông tư số 46/2014/TT-NHNN về hướng dẫn về dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

- *Điều kiện công nghệ.*

An ninh bảo mật đã trở thành vấn đề sống còn của ngành Ngân hàng trong thời điện tử hóa. An ninh bảo mật cũng là mối quan tâm hàng đầu của khách hàng khi quyết định lựa chọn hình thức thanh toán không dùng tiền mặt. Vì vậy nếu thiếu những biện pháp an toàn bảo mật thì việc phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử không thể thực hiện được.

- **Mã hóa đường truyền.**

Để giữ bí mật khi truyền tải thông tin giữa hai thực thể nào đó người ta tiến hành mã hóa chúng. Mã hóa thông tin là chuyển thông tin sang một dạng mới khác dạng ban đầu, dạng mới này được gọi chung là văn bản mã hóa. Có hai thuật toán mã hóa:

- Thuật toán quy ước, còn gọi là thuật toán mã hóa đối xứng. Theo đó, người gửi và người nhận sẽ dùng chung một chìa khóa. Đó là một mã số bí mật dùng để mã hóa và giải

mã một thông tin mà chỉ có người nhận và người gửi biết được. Tuy nhiên, với thuật toán này còn nhiều vấn đề đặt ra, ví dụ: số lượng các khóa sẽ tăng rất nhiều khi lượng khách hàng tăng kéo theo việc quản lý sẽ được tổ chức như thế nào.

- Thuật toán mã khóa công khai, còn được gọi là thuật toán mã hóa bất đối xứng, giải quyết được vấn đề trao đổi khóa ở thuật toán quy ước. Theo đó, thuật toán mã hóa bất đối xứng sẽ quy ước việc sử dụng 2 khóa, một khóa dùng để mã hóa và khóa còn lại dùng để giải mã. Việc nhận một thông tin được thực hiện an toàn và bảo mật khi thông báo một khóa (khóa chung) và giữ bí mật khóa còn lại (khóa bí mật). Bất kỳ khách hàng nào cũng có thể mã hóa thông tin đề nghị của mình bằng cách sử dụng khóa chung nhưng chỉ duy nhất người sở hữu khóa bí mật mới có thể giải mã và đọc được thông tin đó.

Đây là công nghệ an toàn bảo mật thông tin trên các ứng dụng và đặc biệt sử dụng trong giao dịch Ngân hàng điện tử. Thuật toán mã hóa công khai được sử dụng trong công nghệ mã hóa đường truyền và chữ ký điện tử. Chữ ký điện tử dùng để giữ sự riêng tư của thông tin. Việc mã hóa đường truyền sẽ bao bên ngoài để đảm bảo thông tin được an toàn.

- **Chữ ký điện tử.**

Chứng chỉ số (CA) là một tập tin có chứa đựng dữ liệu về người chủ sở hữu. Các dữ liệu này được nhà cung cấp chứng chỉ số xác nhận và chứng thực. Người sử dụng sẽ dùng chứng chỉ số mà mình được cấp để ký vào thông điệp điện tử. Việc ký chữ ký điện tử này đồng nghĩa với việc mã hóa thông điệp trước khi gửi đi qua đường truyền Internet. Lúc này chứng chỉ số cấp cho khách hàng được xem như là chữ ký điện tử. Chữ ký điện tử là dữ liệu đã được ký và mã hóa bởi và chỉ duy nhất bởi người chủ sở hữu. Đây là công nghệ cấp mã bất đối xứng mã hóa dữ liệu trên đường truyền và xác định rằng: về phía khách hàng được xác nhận là đang giao dịch, về phía Ngân hàng được xác nhận là đang thực hiện giao dịch với khách hàng. Chứng chỉ số do một đơn vị hoạt động trong lĩnh vực phần mềm được Ngân hàng chủ quản lựa chọn làm nhà cung cấp, cấp cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ này.

- **Công nghệ bảo mật.**

- SET (Secure Electronic Transaction): là một giao thức bảo mật do Microsoft phát triển, SET có tính riêng tư, được chứng thực và rất khó xâm nhập nên tạo được độ an toàn cao, tuy nhiên, SET ít được sử dụng do tính phức tạp và sự đòi hỏi phải có các bộ đọc card đặc biệt cho người sử dụng.

- SSL (Secure Socket Layer): là công nghệ bảo mật do hãng Netscape phát triển, tích hợp sẵn trong bộ trình duyệt của khách hàng, đó là một cơ chế mã hóa (encryption) và thiết lập một đường truyền bảo mật từ máy của Ngân hàng đến khách hàng (https), SSL đơn giản và được ứng dụng rộng rãi.

1.2.3.2. Các nhân tố nội tại của ngân hàng.

a. Nguồn lực tài chính.

Để xây dựng, phát triển và đưa vào vận hành hệ thống dịch vụ NHĐT đòi hỏi phải đầu tư nguồn vốn lớn, trong đó chi phí vốn cho việc xây dựng cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin là hết sức cần thiết và mang tính quyết định cho khả năng phát triển dịch vụ NHĐT của mỗi ngân hàng. Việc đầu tư vốn xây dựng cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin tùy thuộc vào quy mô và khả năng tài chính của mỗi ngân hàng. Đó là khó khăn đầu tiên trong việc hoạch định chiến lược xây dựng và phát triển dịch vụ NHĐT và ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của dịch vụ NHĐT mà ngân hàng sẽ cung cấp sau này.

b. Chất lượng nguồn nhân lực.

Do đặc thù các sản phẩm NHĐT chứa hàm lượng chất xám cao, Các hệ thống thanh toán điện tử đòi hỏi một lực lượng lớn lao động được đào tạo tốt về CNTT và truyền thông để cung cấp các ứng dụng cần thiết, đáp ứng yêu cầu hỗ trợ và chuyển giao các tri thức kỹ thuật thích hợp. Các kỹ năng để làm việc trên internet, khả năng sử dụng Tiếng Anh - ngôn ngữ căn bản của internet là những yêu cầu căn bản đối với từng cán bộ ngân hàng để nâng cao năng lực phục vụ, tạo ra sự khác biệt so với những ngân hàng khác.

Trong nền kinh tế tri thức, con người luôn được đặt ở trung tâm của sự phát triển, là nhân tố quyết định sự thành công trong bất kỳ hoạt động kinh doanh nào. Các ngân

hàng cần phải hiểu rõ tầm quan trọng của việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực của ngân hàng mình để từ đó đưa ra chiến lược kinh doanh nói chung và chiến lược phát triển dịch vụ NHĐT nói riêng.

c. Chính sách của Ngân hàng.

Củng cố lòng tin, sự trung thành và cũng khẳng định được thương hiệu của chính ngân hàng đó đối với người sử dụng dịch vụ là một trong những yếu tố quan trọng giúp khách hàng thay đổi nhận thức và tiếp cận với dịch vụ tiềm ẩn nhiều rủi ro này. Là loại sản phẩm thuộc công nghệ mới, chính sách của ngân hàng cũng như vai trò marketing và truyền thông về công dụng, tính an toàn, tiện ích và sự phù hợp với sự phát triển của nền kinh tế đóng một vai trò quan trọng, giúp cho người dân có một cái nhìn và sự hiểu biết toàn diện về loại hình dịch vụ này.

d. 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. Với mạng lưới hoạt động rộng khắp, các ngân hàng có thể phát huy tối đa việc phân phối dịch vụ NHĐT. Mạng lưới hoạt động sẽ được mở rộng thêm khi ngân hàng sử dụng các phương tiện cung ứng dịch vụ NHĐT như ATM, hệ thống ĐVCNT POS, Internet. Việc đầu tư vào các trang thiết bị để phát triển dịch vụ NHĐT chắc chắn sẽ giúp các ngân hàng đạt được những lợi ích kinh tế nhất định.

e. Quản trị rủi ro trong hoạt động kinh doanh dịch vụ ngân hàng điện tử.

Việc phát triển dịch vụ NHĐT phải đi đôi với việc phòng ngừa rủi ro. Do đó, việc quản trị rủi ro phải gắn liền với quá trình phát triển, hoạt động của NHĐT, là quá trình đổi mới phương pháp quản lý, quản trị ngân hàng, hệ thống bộ máy tổ chức và cơ cấu hoạt động, quản trị rủi ro, kiểm soát và các biện pháp phòng ngừa.

Việc giao dịch trên các phương tiện thông tin điện tử đòi hỏi cao về bảo mật và an toàn. Khi tương tác với các phương tiện điện tử như điện thoại, internet, máy rút tiền tự động ... nhiều khách hàng lo sợ thông tin dễ bị đánh cắp như mã số tài khoản cá nhân,

mật khẩu ... Điều lo sợ đó là có căn cứ, vì số vụ tấn công vào internet hay các vụ làm và sử dụng thẻ giả rút tiền của người khác ngày càng gia tăng bởi nhiều thủ đoạn của tin tặc như bê mật khẩu, tạo virus máy tính, đập thẻ giả vì một số thẻ có chức năng mã vạch từ dễ bị làm giả ... do đó cần có hệ thống an ninh điện tử để đảm bảo an toàn cho ngân hàng cũng như khách hàng khi sử dụng như: phần mềm mã khóa, phần mềm diệt virus được cập nhật thường xuyên và tự động, chữ ký điện tử ... Điều đó đòi hỏi mỗi ngân hàng phải có bộ phận tin học giỏi, có khả năng quản trị và phòng ngừa rủi ro.

1.3. Kinh nghiệm phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử

1.3.1 Kinh nghiệm phát triển ngân hàng điện tử trên thế giới

Trên thế giới, hình thức dịch vụ NHĐT đã được hình thành và phát triển mạnh ở một số nước từ năm 1995. Để có sự hình thành dịch vụ NHĐT như ngày nay, việc thực hiện các giao dịch ngân hàng qua kênh điện tử đã hình thành từ những năm 70 của thế kỷ 20 và trải qua rất nhiều giai đoạn phát triển với các hình thái khác nhau.

Đầu tiên phải kể đến là sự ra đời của máy rút tiền tự động (ATM) vào năm 1967 đã mở ra một thời kỳ mới cho việc phát triển các dịch vụ ngân hàng truyền thống. Năm 1989, Ngân hàng Wells Fargo cung cấp dịch vụ ngân hàng thông qua mạng hữu tuyến, từ đó dịch vụ NHĐT đã trải qua các bước phát triển như sau:

Website quảng cáo (Brochure – Ware): Là hình thái đơn giản nhất của NHĐT. Hầu hết các ngân hàng khi mới bắt đầu xây dựng NHĐT là thực hiện theo mô hình này. Việc đầu tiên chính là xây dựng một website chứa những thông tin về ngân hàng, về sản phẩm lên trên mạng nhằm quảng cáo, giới thiệu, chỉ dẫn, liên lạc..., thực chất ở đây chỉ là một kênh quảng cáo mới ngoài những kênh thông tin truyền thông như báo chí, truyền hình... Mọi giao dịch của ngân hàng vẫn thực hiện qua hệ thống phân phối truyền thống, đó là các chi nhánh ngân hàng.

Thương mại điện tử (E-commerce): Đây chính là hình thức mà các ngân hàng nhỏ thường dùng. Với hình thái dịch vụ này, ngân hàng sử dụng Internet như một kênh phân phối mới cho những dịch vụ truyền thống như xem thông tin tài khoản, nhận các thông

tin về tỉ giá... Internet ở đây chỉ đóng vai trò như một dịch vụ giá trị gia tăng phục vụ khách hàng.

Quản lý điện tử (E-business): Trong hình thái này, các xử lý cơ bản của ngân hàng cả ở phía giao dịch viên (front-end) và phía người quản lý (back-end) đều được tích hợp với Internet cùng với các kênh phân phối khác, điều này đã làm cho việc chia sẻ dữ liệu giữa các chi nhánh với Hội sở chính ngân hàng diễn ra nhanh chóng, kịp thời và chính xác hơn, khách hàng được phục vụ tốt hơn. Các báo cáo nội bộ được tự động hóa, báo cáo cho ngân hàng trung ương cũng trở nên đơn giản hơn. Việc áp dụng Quản lý điện tử đã làm gia tăng số lượng sản phẩm và chức năng của ngân hàng dựa trên nhu cầu và quan hệ của khách hàng đối với ngân hàng. Internet và khoa học công nghệ đã gia tăng sự liên kết, chia sẻ thông tin với ngân hàng, đối tác, khách hàng, cơ quan quản lý... Đây chính là mô hình tiền đề, là bước đệm để các ngân hàng hướng tới xây dựng một NHĐT hoàn chỉnh.

Ngân hàng điện tử (E-bank): chính là mô hình lý tưởng của một ngân hàng trực tuyến trong nền kinh tế tri thức, một sự thay đổi hoàn toàn về chất và lượng trong mô hình kinh doanh và phong cách quản lý. Việc tận dụng sức mạnh của Internet đã giúp các ngân hàng cung cấp các giải pháp tài chính tốt nhất cho khách hàng của mình. Từ những ứng dụng ban đầu là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ truyền thống thông qua nhiều kênh riêng biệt, ngân hàng có thể sử dụng NHĐT như một kênh nhằm cung cấp các giải pháp tài chính, sản phẩm ngân hàng cho từng đối tượng khách hàng chuyên biệt.

1.3.2 Kinh nghiệm phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử ở Việt Nam:

Dưới đây là kinh nghiệm phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử ở một số NHTM Việt Nam, cụ thể

a) Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank):

Vietcombank là ngân hàng thương mại đầu tiên ở Việt Nam đặt nền móng cho hoạt động kinh doanh thẻ, Vietcombank luôn tiên phong trong việc đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm mang đến hiệu quả cao nhất cho người tiêu dùng. Hơn 20 năm phát triển hoạt động thẻ, Vietcombank đã và đang chiếm lĩnh thị phần phát

hành, thanh toán thẻ lớn nhất Việt Nam. Với thành tựu đó, Vietcombank không ngừng nỗ lực mang đến cho khách hàng những dịch vụ chăm sóc tiêu chuẩn như: dịch vụ hỗ trợ thông tin 24/7, hệ thống công nghệ ổn định và đội ngũ cán bộ hỗ trợ giàu kinh nghiệm, nhiệt tình và trách nhiệm. Bên cạnh các kênh phân phối truyền thống, Vietcombank cũng là ngân hàng đầu tiên triển khai hệ thống kênh giao dịch mới - ngân hàng điện tử: bắt đầu từ dịch vụ ngân hàng qua Internet: VCB-iB@nking, sau đó là dịch vụ Ngân hàng qua tin nhắn điện thoại: VCB –SMS B@nking, và dịch vụ ngân hàng qua điện thoại di động: VCB-Mobile B@nking, dịch vụ thanh toán trên điện thoại di động - MOBILE BANKPLUS, ngân hàng 24/7 qua điện thoại: VCB – Phone B@nking. Tất cả các dịch vụ trên đều liên tục được Vietcombank phát triển, mở rộng thêm nhiều tính năng, tiện ích cho người sử dụng với mục tiêu tối đa hóa việc khai thác các kênh giao dịch hiện đại cho các giao dịch ngân hàng đơn giản, tăng cường sự chủ động cho khách hàng nhằm giảm thiểu chi phí, áp lực cho kênh giao dịch tại quầy.

Với lịch sử hoạt động hơn 50 năm, trên những chặng đường hoạt động của mình, Vietcombank luôn phân đấu để giữ vững niềm tin có được từ đông đảo khách hàng và công chúng bằng việc duy trì vị thế ngân hàng hàng đầu tại Việt Nam, liên tục được các tổ chức uy tín trên thế giới bình chọn là “Ngân hàng tốt nhất Việt Nam”, “Công ty niêm yết tốt nhất Việt Nam”; được Tạp chí The Banker bình chọn trong Top 500 ngân hàng hàng đầu thế giới 2 năm liên tiếp (2013-2014).

Hiện nay, Vietcombank phát hành các sản phẩm thẻ ghi nợ nội địa đang được hơn 7 triệu khách hàng lựa chọn: Vietcombank Connect24, thẻ ghi nợ quốc tế: Vietcombank Connect24 Visa, Vietcombank Mastercard và Vietcombank Cashback Plus American Express hoặc các sản phẩm thẻ tín dụng cao cấp mang các thương hiệu nổi tiếng toàn thế giới: American Express, Visa, MasterCard, JCB và UnionPay.

Để phục vụ các chủ thẻ một cách tốt nhất, Vietcombank không ngừng mở rộng mạng lưới Đơn vị chấp nhận thẻ (ĐVCNT) cũng như mạng lưới ATM. Đến nay, hệ thống

thanh toán của Vietcombank đạt hơn 23.000 ĐVCNT và 1.835 máy ATM trên khắp các tỉnh và thành phố sẵn sàng đáp ứng nhu cầu sử dụng thẻ của Quý khách trong và ngoài nước.[19]

b) Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu (ACB):

Ngoài việc phát triển Home-banking, Phone-banking và Mobile-banking, ACB cũng đẩy mạnh việc phát triển Internet-banking, phát huy thêm những tiện ích của sản phẩm e-banking như việc thanh toán trực tuyến qua các website mua bán qua mạng, chuyển khoản, thanh toán các hóa đơn tiền điện, nước, điện thoại ...

Hiện nay, ACB cung cấp các dịch vụ thẻ như: Thẻ Visa Electron, Visa Classic, Visa Gold, Visa Business, Visa Debit; Thẻ Master Electronic, MasterCard Standard, Gold MasterCard, MasterCard Dynamic; Thẻ Citimart, Saigon Tourist, Mai Linh, eCard. Các dịch vụ ngân hàng điện tử như: ACB – iBanking, ACB – mBanking, ACB - SMS Banking, Trung tâm Dịch vụ khách hàng 24/7.

ACB – iBanking: là dịch vụ giúp khách hàng có tài khoản tiền gửi thanh toán VND tại ACB thực hiện giao dịch với ACB mọi lúc mọi nơi thông qua máy tính hoặc thiết bị di động có kết nối Internet tại địa chỉ online.acb.com.vn. Với các tính năng như: tra cứu thông tin giao dịch, thông tin tài khoản, tỷ giá, lãi suất, biểu phí, ... tra cứu thông tin chứng khoán, chuyển khoản trong và ngoài hệ thống ACB, thanh toán hóa đơn (điện, nước, điện thoại, Internet ...)

ACB – mBanking: là ứng dụng cho phép thực hiện các giao dịch ACB Online trên các thiết bị di động chạy hệ điều hành IOS và Android. Với các tính năng như: Cập nhật thông tin các chương trình khuyến mãi, ưu đãi của ACB, tra cứu thông tin tỷ giá, lãi suất, tìm kiếm địa điểm ATM và các Chi nhánh/Phòng giao dịch của ACB, truy vấn thông tin tài khoản, chuyển khoản, đăng ký tài khoản ...

ACB - SMS Banking: là một dịch vụ mới của Ngân hàng Á Châu (ACB), cho phép khách hàng truy vấn thông tin và thanh toán hóa đơn mà không cần phải đến Ngân hàng. Với các tính năng như: kiểm tra số dư và liệt kê giao dịch tài khoản tiền gửi thanh toán (hoặc thẻ), tra cứu thông tin về lãi suất, tỷ giá hối đoái, thanh toán hóa đơn tiền điện, nước, điện thoại, truyền hình cáp, bảo hiểm ...

Trung tâm Dịch vụ khách hàng 24/7: là đơn vị trực thuộc Ngân hàng TMCP Á Châu (ACB), hoạt động suốt 24 giờ trong ngày và 7 ngày trong tuần, với các chức năng chính như: Giới thiệu, hướng dẫn sử dụng và giải đáp thắc mắc của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ của ACB; Cung cấp các dịch vụ ngân hàng và chăm sóc khách hàng qua điện thoại; Tiếp nhận và giải quyết khiếu nại của khách hàng.[20]

c) *Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam (VietinBank):*

Ngân hàng Vietinbank không ngừng củng cố và phát triển đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, có trình độ tiếp thu, nắm bắt những kiến thức mới, phát triển những sản phẩm, dịch vụ Ngân hàng hiện đại nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Vietinbank tiếp tục phát triển, nghiên cứu, hoàn thiện các dịch vụ Ngân hàng điện tử hiện có và xây dựng các dịch vụ mới, cung cấp thêm nhiều tiện ích mới cho khách hàng nhằm thu hút và duy trì số lượng khách hàng hiệu biết ngày càng tăng, phấn đấu trở thành Trung tâm Ngân hàng điện tử hàng đầu tại Việt Nam.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. David Cox, 1997. Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại. *Ha Noi: Nxb Chính trị quốc gia*
2. Lê Quốc Hải, 2014. *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại chi nhánh ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Phú Yên.*
3. **Ngô Thị Liên Hương, 2011. Đa dạng hoá dịch vụ tại Ngân hàng Thương mại Việt Nam. Luận án Tiến sỹ. Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.**

4. Phạm Thu Hương, 2012. *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Việt Nam trong bối cảnh kinh tế quốc tế*. Luận án tiến sĩ. Trường ĐH Ngoại Thương Hà Nội.
 5. **Nguyễn Minh Kiều, 2008. *Nghiệp vụ Ngân hàng*. Hà Nội: NXB Thống Kê.**
 6. Phạm Thị Mai, 2011. *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Kỹ thương Việt Nam (Techcombank)*.
 7. Quốc hội, 2005. *Luật giao dịch điện tử Việt Nam*. Hà Nội.
 8. Quốc hội, 2010. *Luật các tổ chức tín dụng*. Hà Nội.
 9. **Nguyễn Thị Quy, 2008. *Dịch vụ ngân hàng hiện đại*. Hà Nội: NXB Khoa học xã hội.**
 10. Lưu Thanh Thảo, 2008. *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu*. Luận văn thạc sỹ kinh tế, đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
 11. *Vietinbank Thăng Long, 2013-2015*. Báo cáo tình hình kinh doanh dịch vụ - năm 2013-2014-2015. Hà Nội.
 12. *Vietinbank Thăng Long, 2013-2015*. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Vietinbank Thăng Long năm 2013-2014-2015. Hà Nội.
 13. Thân Thị Xuân, 2013. *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn chi nhánh Hà Nội*, Luận văn thạc sỹ, ĐH Kinh tế quốc dân
- Tiếng nước ngoài:
14. **Kotler & Armstrong, 2004. *Principles of Marketing*.**
 15. **Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J., 2000. *Services Marketing*.**
- Website
16. www.acb.com.vn
 17. <https://www.vietinbank.vn/web/home/vn/product/ebank/>
 18. <https://www.vietinbank.vn/web/home/vn/doanh-nghiep/ebank/>
 19. www.Sbv.gov.vn
 20. www.vietinbank.vn
 21. www.vietcombank.com.vn

