

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

LÊ THỊ THÙY TRANG

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ
TẠI NGÂN HÀNG SACOMBANK
CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH

Chuyên ngành: Tài chính - Ngân hàng
Mã số: 60.34.20

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng – 2014

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. LÊ THẾ GIỚI

Phản biện 1: TS. Đoàn Gia Dũng

Phản biện 2: TS. Nguyễn Thị Hiền

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 23 tháng 03 năm 2014.

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Trung tâm thông tin học liệu – Đại học Đà Nẵng
- Thư viện Trường Đại học Kinh tế – Đại học Đà Nẵng

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Sự phát triển như vũ bão của khoa học công nghệ, đặc biệt là ngành công nghệ thông tin, đã tác động đến mọi mặt hoạt động của đời sống, kinh tế-xã hội, làm thay đổi nhận thức và phương pháp sản xuất kinh doanh của nhiều lĩnh vực, nhiều ngành kinh tế khác nhau, 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. Phát triển các 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, trong thời đại hội nhập kinh tế quốc tế.

Ngân hàng điện tử đã đưa ra một giải pháp hữu hiệu, một hướng đi trực tiếp trong việc trao đổi thông tin, hàng hoá, dịch vụ và mở rộng quy mô thị trường, thị trường không biên giới. Lợi ích ngân hàng điện tử mang lại cho khách hàng, ngân hàng và nền kinh tế là rất lớn thông qua những tiện ích, sự nhanh chóng, chính xác của các giao dịch. Vì vậy, để tồn tại và phát triển.

Ngân hàng thương mại cổ phần Sacombank đang 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 các ứng dụng ngân hàng hiện đại trong đó chú trọng dịch vụ ngân hàng điện tử, đáp ứng yêu cầu nâng cao năng lực cạnh tranh, hội nhập và phát triển. Song thực tiễn phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử của Ngân hàng thương mại cổ phần Sacombank cũng cho thấy còn những khó khăn, hạn chế. Việc tìm ra các biện pháp nhằm phát triển thành công dịch vụ Ngân hàng điện tử cũng như giúp Ngân hàng thương mại

cổ phần Sacombank khẳng định vị thế, thương hiệu của mình là vấn đề đã và đang được đặt ra khá bức thiết.

Trước tình hình đó, trên cơ sở lý luận được học tập tại trường và thực tiễn thu được trong quá trình làm việc tại ngân hàng Sacombank - chi nhánh Quảng Bình, em đã lựa chọn đề tài “***Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở ngân hàng Sacombank chi nhánh Quảng Bình***”.

2. Mục đích nghiên cứu

Xem xét một cách tổng quát và có hệ thống thực trạng dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng TMCP Sacombank Quảng Bình, đồng thời đề tài cũng đưa ra một số giải pháp nhằm góp phần phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng TMCP Sacombank Quảng Bình.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- ***Đối tượng nghiên cứu:*** Đề tài chọn hoạt động ngân hàng điện tử tại ngân hàng TMCP Sacombank Quảng Bình trong những năm gần đây làm đối tượng nghiên cứu.

Phạm vi nghiên cứu:

+ Không gian nghiên cứu: Tại ngân hàng Sacombank Quảng Bình, kết hợp sử dụng 207 phiếu điều tra với KH đang giao dịch tại Sacombank QB về dịch vụ ngân hàng điện tử.

+ Thời gian nghiên cứu: Trong khoảng thời gian từ 2010-2012

4. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện mục tiêu nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu được sử dụng:

- ***Phương pháp thống kê:*** Thu thập và xử lý thông tin qua 2 nguồn

+ Dữ liệu được thu thập từ báo cáo của Sacombank về việc sử

dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử của KH.

+ Dữ liệu ngoại vi: Thu thập từ các nguồn báo chí, các phương tiện truyền thông, thông tin thương mại.

- **Phương pháp thăm dò:** Khảo sát thực tế, phỏng vấn thực tế KH.

5. Bố cục của đề tài

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận văn gồm có ba chương:

- Chương 1: Tổng quan về dịch vụ ngân hàng điện tử

- Chương 2: Thực trạng dịch vụ ngân hàng điện tử ở ngân hàng Sacombank chi nhánh Quảng Bình.

- Chương 3: Giải pháp phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng Sacombank chi nhánh Quảng Bình.

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.1.1. Một số khái niệm về lĩnh vực ngân hàng điện tử

- **Thương mại điện tử:** TMĐT bao gồm tất cả các dạng của giao dịch thương mại của cả cá nhân và tổ chức dựa trên quá trình xử lý và chuyển giao dữ liệu số hóa, bao gồm cả văn bản, âm thanh hoặc hình ảnh.

- **Dịch vụ ngân hàng điện tử:** Dịch vụ ngân hàng điện tử được hiểu là các nghiệp vụ, phương thức cung cấp các sản phẩm dịch vụ ngân hàng truyền thống trước đây đến người tiêu dùng qua con đường điện tử và các kênh truyền thông tương tác như Internet, điện thoại, mạng không dây... Hiểu một cách đơn giản nhất, đây là sự kết hợp giữa việc cung cấp dịch vụ ngân hàng với internet, điện thoại..., đưa

dịch vụ ngân hàng tới khách hàng thông qua ứng dụng của công nghệ thông tin.

1.1.2. Các dịch vụ và sản phẩm ngân hàng điện tử

a. Các dịch vụ ngân hàng điện tử: Internet-banking, Home-banking, Phone banking, Mobile banking, Call center, Kiosk Ngân hàng.

b. Các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử: Thẻ thông minh, Tiền điện tử, Séc điện tử.

1.1.3. Phân loại dịch vụ ngân hàng điện tử

a. Theo nội dung dịch vụ: Gồm dịch vụ cung cấp thông tin về tài khoản cho khách hàng (Account Information), dịch vụ ngân hàng điện toán (Computer banking), thẻ ghi nợ (Debit Card), thanh toán trực tiếp (Direct payment), gửi và thanh toán hoá đơn điện tử (Electronic bill presentment and payment – EBPP), thẻ lương (Payroll card), ghi nợ được uỷ quyền trước (Preauthorized debit), dịch vụ đầu tư (Investment Services), dịch vụ cho vay tự động, dịch vụ ngân hàng tự phục vụ.

b. Theo phương thức tiếp cận: Gồm call centre, phone banking, mobile banking, home banking: (P/C), thẻ thông minh, internet banking.

1.2. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là yếu tố quan trọng trong việc nâng cao thu nhập cho ngân hàng trong giai đoạn hiện nay và tương lai

Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử gắn liền từ việc nâng cao chất lượng dẫn sử dụng NHĐT của nhân viên chăm sóc khách hàng, tính dễ dàng cho người sử dụng, tính bảo mật để khách hàng có thể tin cậy vào dịch vụ và các giao dịch được xử lý nhanh chóng, từ đó

thu hút lượng khách hàng đến với NHĐT ngày càng gia tăng. Phát triển dịch vụ NHĐT còn nằm ở chỗ đưa ra nhiều tiện ích trên các dịch vụ NHĐT (ngoài các tiện ích như: chuyển khoản, tra cứu thông tin, kiểm tra số dư...thì cần gia tăng việc thanh toán hóa đơn, chuyển đổi tiền tệ trên NHĐT...) vì NHĐT là một hình thức giúp khách hàng giao dịch với ngân hàng một cách thuận tiện hơn là việc đến trực tiếp các chi nhánh, phòng giao dịch. Do đó việc phát triển dịch vụ NHĐT sẽ là một động lực góp phần thúc đẩy sự phát triển của ngân hàng bằng cách kéo khách hàng lại gần với ngân hàng hơn.

1.2.1. Nội dung phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử giai đoạn hiện nay và tương lai

Quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử vẫn còn một số vấn đề mà các TCTD cần đặc biệt quan tâm để phát triển đúng hướng và đạt được hiệu quả cao. Ngân hàng điện tử là hoạt động ngân hàng kết hợp với CNTT, công nghệ mạng, mọi giao dịch của khách hàng-ngân hàng đều được thực hiện trực tuyến thông qua mạng. Có nhiều nội dung phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử, nhưng nhìn chung gồm các nội dung phát triển sau

a. Phát triển quy mô dịch vụ

Việc mở rộng quy mô dịch vụ ngân hàng điện tử có thể thực hiện bằng các hình thức sau:

- Tăng số lượng lắp đặt các máy ATM và máy POS
- Mở rộng đối tượng khách hàng sử dụng
- Mở rộng kênh phân phối:

b. Phát triển chủng loại

- Hoàn thiện các sản phẩm hiện có
- Phát triển sản phẩm mới hoàn toàn
- Phát triển sản phẩm mới tuyệt đối và loại bỏ các sản phẩm

không sinh lời.

c. Nâng cao chất lượng dịch vụ

- Sự vượt trội của sản phẩm
- Sự đặc trưng của sản phẩm
- Sự thỏa mãn nhu cầu
- Sự tạo ra giá trị

1.2.2. Các tiêu chí phản ánh sự phát triển của dịch vụ NHĐT

a. Các chỉ tiêu định tính

b. Các chỉ tiêu định lượng

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

1.3.1. Các yếu tố thuộc về môi trường bên ngoài

- Môi trường pháp lý
- Môi trường kinh tế, xã hội

1.3.2. Các yếu tố thuộc về ngân hàng (Nhà cung cấp dịch vụ NHĐT)

- Nguồn lực tài chính
- Môi trường công nghệ thông tin
- Nguồn nhân lực
- Hoạt động Marketing
- Các tiện ích của dịch vụ NHĐT
- Hoạt động quản trị và phòng ngừa rủi ro
- Giá cả của các dịch vụ Ngân hàng điện tử

1.3.3. Các yếu tố thuộc về khách hàng (Người sử dụng dịch vụ NHĐT)

- Sự hiểu biết và chấp nhận các dịch vụ NHĐT
- Trình độ và mức thu nhập của khách hàng

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

CHƯƠNG 2

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG SACOMBANK CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH

2.1. ĐẶC ĐIỂM CƠ BẢN CỦA NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN ẢNH HƯỞNG ĐẾN VIỆC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

2.1.1. Giới thiệu khái quát về Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín

Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín (Sacombank) được thành lập theo quyết định số 05/GP-UB ngày 03/01/1992 của Ủy ban nhân dân TP. Hồ Chí Minh và hoạt động theo quyết định số 0006/NH-GP ngày 05/12/1991 của Ngân hàng nhà nước Việt Nam. Sacombank chính thức đi vào hoạt động từ ngày 21/12/1991, 4 tổ chức tiền thân của Sacombank là HTX tín dụng Thành Công, HTX tín dụng Tân Bình, HTX tín dụng Lữ Gia và ngân hàng phát triển kinh tế Gò Vấp. Vốn điều lệ ban đầu chỉ có 3 tỷ đồng, là mô hình ngân hàng thương mại cổ phần đầu tiên tại Tp.HCM

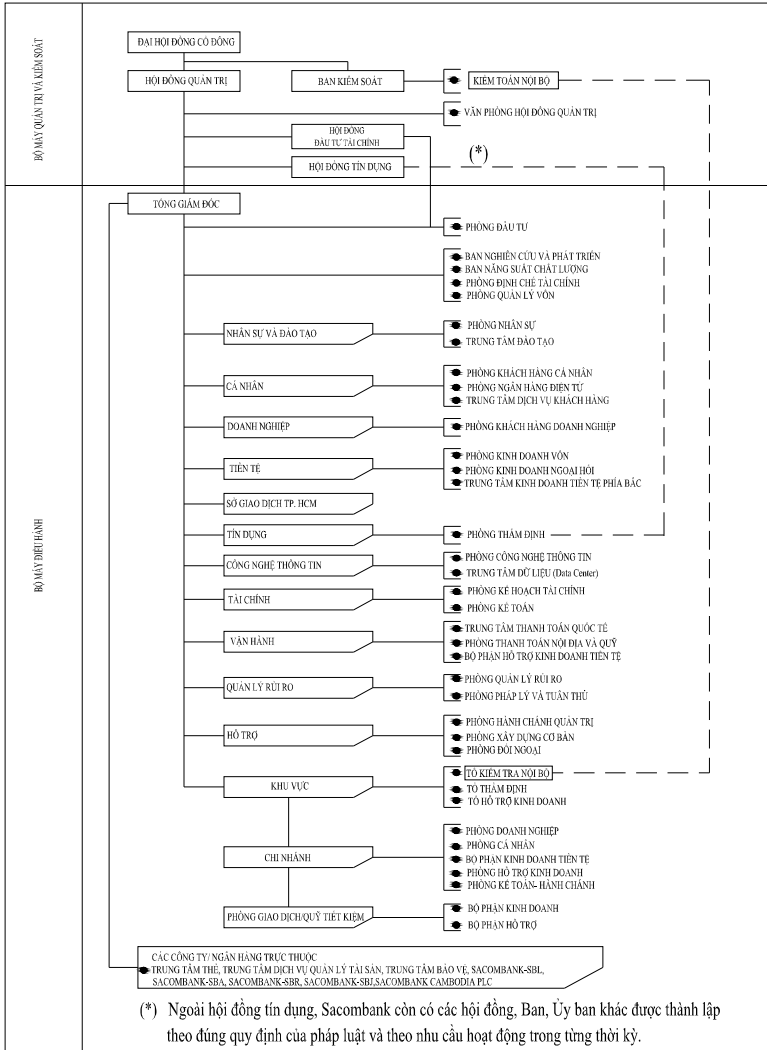
2.1.2. Đặc điểm cơ bản của ngân hàng TMCP Sacombank ảnh hưởng đến việc phát triển dịch vụ NHĐT

- a. Tình hình tài chính*
- b. Điều kiện công nghệ*
- c. Điều kiện về nguồn nhân lực*
- d. Điều kiện về mạng lưới, chi nhánh*

2.1.3. Chức năng nhiệm vụ

- a. Chức năng*
- b. Nhiệm vụ*

2.1.4. Cơ cấu tổ chức của Sacombank



Hình 2.1: Cơ cấu tổ chức của Sacombank

2.1.5. Tình hình hoạt động kinh doanh của Sacombank chi nhánh Quảng Bình

Bảng 2.2: Tình hình hoạt động kinh doanh của Sacombank chi nhánh Quảng Bình qua 3 năm 2010-2012

Huy động vốn	2010	2011	2012
Số dư tổng huy động	846 tỷ đồng	899,6 tỷ đồng	1140 tỷ đồng
Tiền gửi VNĐ	572 tỷ đồng	597 tỷ đồng	1028 tỷ đồng
Tiền gửi USD	3680 ngàn	1923 ngàn	1600 ngàn
Tiền gửi bằng Vàng	6614 lượng	6396 lượng	1600 lượng

Nguồn: Ngân hàng nhà nước

+ Hoạt động cho vay

Bảng 2.3: Hoạt động cho vay của Sacombank chi nhánh Quảng Bình qua 3 năm 2010-2012

	2010	2011	2012
Số dư tổng cho vay (quy đổi VNĐ)	815 tỷ đồng	986 tỷ đồng	1140 tỷ đồng
Cho vay VNĐ	785 tỷ đồng	938 tỷ đồng	752 tỷ đồng
Cho vay USD	1132 ngàn	2297 ngàn	1.587 ngàn
Cho vay bằng Vàng	231 lượng	-	-

Nguồn: Ngân hàng nhà nước

+ Hoạt động dịch vụ

Bảng 2.4: Tổng phí thu từ các nguồn dịch vụ qua 3 năm 2010-2012

	2010	2011	2012
Thanh toán quốc tế	6233 ngàn USD	21400 ngàn USD	21,5 triệu USD
Bảo lãnh	855 triệu đồng	2146 triệu đồng	2320 triệu đồng
Chuyển tiền	2482 triệu đồng	1483 triệu đồng	5350 triệu đồng
Kinh doanh ngoại hối	2609 triệu đồng	4711 triệu đồng	2150 triệu đồng

Nguồn: Ngân hàng nhà nước

+ Kết quả tài chính

Bảng 2.5: Kết quả tài chính qua 3 năm 2010-2012

ĐVT: triệu đồng

	2010	2011	2012
Lợi nhuận trước DPRR	21400	31751	32800
Lợi nhuận sau DPRR	18298	30810	33200

Nguồn: Ngân hàng nhà nước

Kết quả tài chính (lợi nhuận trước DPRR) năm 2011 tăng 48,3% so với năm 2010, năm 2012 tăng 3,3% so với năm 2011.

Lợi nhuận sau DPRR năm 2011 tăng 68% so với năm 2010, năm 2012 tăng 7,8% so với năm 2011.

2.2. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG SACOMBANK CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH

2.2.1. Giới thiệu về các dịch vụ NHĐT đang triển khai tại ngân hàng Sacombank chi nhánh Quảng Bình

Dịch vụ thẻ ngân hàng ở NHTMCP Sacombank

a. Các loại thẻ thanh toán

+ Thẻ ghi nợ Debit Card.

+ Thẻ tín dụng Credit Card: Thẻ tín dụng nội địa và Thẻ tín dụng quốc tế.

Trong đó, thẻ tín dụng quốc tế có:

Thẻ tín dụng quốc tế Sacombank Visa Infinite.

Thẻ tín dụng quốc tế Visa Platinum.

Thẻ tín dụng quốc tế Visa Ladies First.

Thẻ tín dụng quốc tế Visa Parkson Privilege.

Thẻ tín dụng quốc tế Sacombank Visa.

Thẻ tín dụng nội địa

Thẻ tín dụng nội địa Family.

Ngoài ra có các dòng thẻ tín dụng sau:

Thẻ tín dụng quốc tế Visa Citimart.

Thẻ tín dụng quốc tế Sacombank MasterCard.

Thẻ tín dụng quốc tế Sacombank UnionPay.

Thẻ tín dụng quốc tế Car Card.

b. Dịch vụ ngân hàng trực tuyến

Dịch vụ mobile banking

Dịch vụ home banking

Dịch vụ Internet banking

2.2.2. Tình hình phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng TMCP Sacombank chi nhánh Quảng Bình

a. Quy mô, số lượng khách hàng sử dụng thẻ ATM Sacombank để thanh toán

- Số lượng thẻ thanh toán được phát hành

+ Năm 2010: 1.486

+ Năm 2011: 2.287

+ Năm 2012: 4.772

Năm 2012 số lượng thẻ thanh toán được phát hành tăng đáng kể, do trong năm này ngân hàng có nhiều chính sách để đẩy nhanh tốc độ phát hành thẻ, ví dụ như chương trình khuyến mãi mở thẻ...

- Với quy mô số dư tiền gửi thanh toán trên tài khoản thẻ:

+ Năm 2010: 420,5 triệu

+ Năm 2011: 190,2 triệu

+ Năm 2012: 100,4 triệu

Tuy nhiên quy mô số dư tiền gửi thanh toán trên tài khoản thẻ vẫn chưa cao

b. Quy mô, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ Internetbanking Sacombank

c. Quy mô, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ Mobilebanking Sacombank

d. Quy mô, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ Phonebanking Sacombank

2.2.3. Đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử Sacombank.

a. Đặc điểm khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử Sacombank

Theo khảo sát 207 khách hàng đang giao dịch tại Sacombank - chi nhánh Quảng Bình, thì phần lớn KH đang sử dụng dịch vụ NHĐT của Sacombank đều là những khách hàng có trình độ từ THPT trở lên. KH đang sử dụng dịch vụ NHĐT tại Sacombank đa phần là KH có độ tuổi từ 23-55 (chiếm gần 40% tổng KH đang sử dụng dịch vụ NHĐT). Đây là nhóm đối tượng trẻ tuổi, dễ dàng tiếp cận với các dịch vụ mới, ưa thích công nghệ.

Kết quả khảo sát thông tin khách hàng:

- Phương pháp nghiên cứu: Điều tra, khảo sát
- Quy mô phân tích: Mẫu
 - + Mẫu gồm 250 bảng câu hỏi được phát ra để thăm dò khách hàng
 - + Số bảng câu hỏi thu về: 238
 - + Số bảng câu không hợp lệ: 31
 - + Số bảng câu hỏi hợp lệ: 207
- Các giả thiết đưa ra: Thu nhập người dân, độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp

Phần lớn khách hàng là những người có mức thu nhập trung bình từ 2 triệu đến dưới 5 triệu. Đây là nhóm đối tượng khách hàng có

mức thu nhập tương đối trên địa bàn Quảng Bình, họ là những nhân viên văn phòng, giáo viên...với đặc thù công việc mà sự giao dịch trực tiếp tại ngân hàng khi có nhu cầu là khá bất tiện, do đó, họ đã sử dụng dịch vụ NHĐT với khả năng đáp ứng của các dịch vụ NHĐT rất nhanh chóng và tiện lợi. Hơn nữa, với mức thu nhập ổn định, họ sẵn sàng chấp nhận mức phí do ngân hàng đặt ra.

Tuy nhiên, số lượng khách hàng là tầng lớp dân cư thu nhập khá, có nhu cầu thanh toán tương đối như các nhà buôn nhỏ lẻ, sinh viên, hộ sản xuất tại gia...ngân hàng vẫn chưa chú trọng phát triển sản phẩm đến các đối tượng này. Đây là đối tượng có tiềm năng sử dụng dịch vụ NHĐT cần được ngân hàng chú ý bằng cách tăng cường quảng bá, tiếp thị các dịch vụ đến họ. Ngân hàng nên tìm hiểu, phân tích các đối tượng này để đưa ra những sản phẩm phù hợp với nhu cầu của từng các nhân này.

Kết quả khảo sát này được xem là cơ sở để Sacombank Quảng Bình phát triển quy mô dịch vụ NHĐT trên các mặt mở rộng đối tượng khách hàng sử dụng và mở rộng kênh phân phối.

b. Đánh giá tổng quan chất lượng dịch vụ NHĐT Sacombank

- Nguyên nhân khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT Sacombank

- Đánh giá chất lượng dịch vụ NHĐT Sacombank

- Đánh giá các tiện ích dịch vụ NHĐT Sacombank

2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI SACOMBANK QUẢNG BÌNH

Bên cạnh những kết quả đạt được như phí từ dịch vụ ngày càng tăng qua các năm, cơ sở vật chất cũng được trang bị thêm...nhưng

nhìn chung công tác phát triển dịch vụ NHĐT đang trên quá trình hoàn thiện hơn:

Tuy nhiên vẫn còn một số hạn chế như:

- **Cơ sở vật chất, hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông:** Số lượng các máy ATM và máy POS trong năm 2012 được đầu tư nhiều, tuy nhiên lượng máy POS vẫn chưa đáp ứng được hết nhu cầu khách hàng, cụ thể có một số địa điểm siêu thị và địa điểm ăn uống nổi tiếng trên địa bàn Đồng Hới vẫn chưa trang bị máy POS.

- **Nguồn nhân lực:** Còn yếu về kỹ năng internet và tiếng anh.

- **Cơ sở pháp lý:** Chưa đủ độ tin cậy trong việc bảo vệ dữ liệu cá nhân mang tính hệ thống và xử lý các tranh chấp khiếu kiện một cách rõ ràng.

- **Khả năng cung ứng dịch vụ:** Việc triển khai và thực hiện một số dịch vụ NHĐT mới còn chậm như Internet banking, Home banking,...

2.4. NHỮNG ƯU ĐIỂM VÀ HẠN CHẾ TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ Ở NGÂN HÀNG SACOMBANK CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH

2.4.1. Những ưu điểm

Hiện nay Sacombank đã có website riêng <http://www.sacombank.com.vn/> để giới thiệu về các dịch vụ của mình. Sacombank đã có thể cho ra đời hàng loạt sản phẩm ngân hàng điện tử cao cấp như internet banking, home banking,...

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

- Các dịch vụ ngân hàng điện tử ngày càng phong phú về hình thức, đa dạng về chủng loại, phục vụ tốt cho cả cá nhân và doanh nghiệp.

- Hạ tầng cơ sở hiện đại được quan tâm đầu tư, ứng dụng công

nghệ cao vào hoạt động ngân hàng.

- Giá trị tin cậy và khả năng phục vụ khách hàng của các ngân hàng Sacombank tăng lên đáng kể.

2.4.2. Những hạn chế

- Các dịch vụ ngân hàng điện tử mới chỉ dừng lại ở mức cung cấp các thông tin về tài khoản, các thông tin tỷ giá, lãi suất, thông tin dịch vụ của ngân hàng còn các giao dịch thực thụ vẫn chưa được phổ biến.

- Công tác marketing chưa thực sự hiệu quả vì đa số người dân chưa biết đến dịch vụ ngân hàng điện tử và tính tiện ích của nó nên chưa thu hút được các khách hàng mới.

- Chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng Sacombank còn chưa thoả mãn khách hàng ở những cấp độ cao hơn như việc gửi tiền mặt vào tài khoản, việc đăng ký sử dụng dịch vụ...

- Giao dịch ngân hàng điện tử còn phụ thuộc nhiều vào chứng từ lưu trữ truyền thống, chưa thể điện tử hoá mọi chứng từ giao dịch.

- Vấn đề bảo mật thông tin là một trong những hạn chế lớn nhất đối với người sử dụng thẻ, rủi ro do lỗi công nghệ, hoạt động của ngân hàng là lớn nhất, sau đó là rủi ro do để lộ mã PIN, và do thẻ giả.

- Dịch vụ ngân hàng điện tử chưa thực sự phát triển, các tiện ích chưa được sử dụng hiệu quả nhất, một phần là do quy mô và chất lượng của TMĐT còn rất thấp và phát triển chậm, cần có một hệ thống TMĐT đủ mạnh để cung cấp tất cả hàng hoá dịch vụ trên mạng, tạo tiền đề cho dịch vụ ngân hàng điện tử phát triển.

2.4.3. Những khó khăn trong quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của Sacombank chi nhánh Quảng Bình

a. Khó khăn từ môi trường kinh tế vĩ mô

- Về môi trường pháp lý

- Về phát triển khoa học kỹ thuật và cơ sở hạ tầng công nghệ

thông tin

b. Hạn chế của ngân hàng Sacombank

- Tuy công nghệ sử dụng rất hiện đại tiên tiến nhưng phải có đội ngũ cán bộ trình độ cao, có thể tiếp xúc với hệ thống máy móc hiện đại để các máy thực sự được dùng hết khả năng của nó, nên nhất thiết phải nâng cao trình độ nhân lực.

- Hoạt động marketing giới thiệu sản phẩm, cung cấp thông tin còn chậm trễ, chưa đầy đủ, những tiện ích và thông tin về dịch vụ vẫn chưa được đa số người dân biết đến nên sản phẩm chưa được sử dụng ở mức tối đa.

- Ngân hàng chưa phát triển được hệ thống ATM rộng khắp, số lượng máy lắp đặt còn ít.

- Dịch vụ ngân hàng điện tử vẫn chưa phát triển ở mức độ cao nên thu nhập từ loại hình dịch vụ này là rất nhỏ.

c. Tập quán tiêu dùng tiền mặt của dân cư

Nền kinh tế Việt Nam là một nền kinh tế sử dụng phương tiện thanh toán bằng tiền mặt, lượng tiền mặt lưu thông là rất lớn, do các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam chưa thực sự tiện ích và chưa tiếp cận được mọi người dân, đối với nhiều cán bộ công chức thì việc dùng thẻ ATM chủ yếu để lĩnh lương.

TMĐT mới được sử dụng trong hệ thống các tổ chức tín dụng, còn giữa các tổ chức, cá nhân hầu như chưa có. Việc kinh doanh qua mạng đang phát triển nhưng còn nhỏ. Đây là các yếu tố gây trở ngại cho sự phát triển của thanh toán điện tử ở Việt Nam khiến cho việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử ở ngân hàng Sacombank cũng khó khăn hơn.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP NHẪM GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG SACOMBANK CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH

3.1. TẦM NHÌN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ CỦA VIỆT NAM TRONG THỜI GIAN TỚI

3.1.1. Xu thế toàn cầu hóa và quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của hệ thống ngân hàng Việt Nam

Hội nhập kinh tế quốc tế là xu thế tất yếu khách quan do quá trình toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới đang diễn ra mạnh mẽ và tác động đến mọi quốc gia trên thế giới. Hội nhập kinh tế quốc tế là con đường ngắn nhất giúp các quốc gia đang phát triển đẩy nhanh tốc độ phát triển, thu hẹp khoảng cách với các quốc gia phát triển. Trong những năm qua, Việt Nam đã có nhiều cam kết quốc tế trong lĩnh vực ngân hàng, như cam kết đa phương với WTO. Các cam kết này đã gây ra một số tác động tới hệ thống ngân hàng, cụ thể là:

a. Thuận lợi

- **Về phía khách hàng:** Nhờ thực hiện dịch vụ thanh toán qua ngân hàng điện tử mà khách hàng có thể tiến hành giao dịch không cần tới ngân hàng, không bị giới hạn bởi không gian địa lý, họ có thể ngồi tại nhà để đặt hàng, mua sắm nhiều loại hàng hóa, dịch vụ nhanh chóng. Ngoài ra, khách hàng được ngân hàng phục vụ tận nơi với những thông tin nóng hổi nhất như biến động tỷ giá, tra cứu thông tin tài chính của đối tác ... Với những tiêu chuẩn chuẩn hoá, khách hàng được phục vụ tận tụy và chính xác thay vì phải tùy thuộc vào thái độ phục vụ khác nhau của các nhân viên ngân hàng.

- **Về phía ngân hàng:** Các giao dịch ngân hàng được tự động hoá không chỉ mang lại lợi ích cho khách hàng mà còn mang lại lợi ích thiết

thực cho ngân hàng. Thông qua những dịch vụ mới, những kênh phân phối mới, ngân hàng có thể mở rộng đối tượng khách hàng, phát triển thị phần, giảm chi phí, thu hút nguồn vốn huy động từ tiền gởi thanh toán của khách hàng, tăng thêm lợi nhuận ... bên cạnh đó, ứng dụng và phát triển những công nghệ ngân hàng hiện đại cũng giúp cho các ngân hàng luôn tự đổi mới, hoà nhập và phát triển không chỉ ở thị trường trong nước mà còn hướng tới thị trường nước ngoài.

b. Thách thức của hệ thống ngân hàng Việt Nam

- Thứ nhất về yếu tố tâm lý.
- Thứ hai về yếu tố tuổi tác.
- Thứ ba về yếu tố pháp lý.
- Thứ tư về yếu tố công nghệ.
- Thứ năm cơ sở hạ tầng kỹ.
- Thứ sáu, công tác thông tin tuyên truyền, quảng bá, phổ biến, hướng dẫn cho người sử dụng tuy đã có nhiều cố gắng nhưng vẫn chưa đầy đủ và kịp thời; sự hiểu biết của người dân về các dịch vụ thanh toán điện tử hạn chế.

3.1.2. Tầm nhìn phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử của Việt Nam trong thời gian tới

a. Công nghệ đang phát triển

Với xu thế công nghệ trên thế giới đang phát triển nhanh như hiện nay, kết hợp với khả năng đầu tư của NHTM Việt nam thì trong tương lai gần Việt Nam sẽ trở thành một trong những thị trường lớn về ứng dụng công nghệ tiên tiến trên thế giới; các NHTM Việt nam càng có cơ hội lựa chọn các công nghệ phù hợp, trên cơ sở đó đưa ra đưa ra được nhiều sản phẩm dịch vụ tiện ích cao trên nền công nghệ hiện đại.

Các sản phẩm - dịch vụ của các NHTM có xu hướng ngày càng đa dạng hoá và chất lượng được nâng cao hơn. Một số dịch vụ ngân

hàng hiện đại đã được triển khai gần đây như ngân hàng điện tử, mobile banking, thẻ ghi nợ, thẻ ATM, thẻ tín dụng đã được xã hội chấp nhận và sử dụng; song song đó hệ thống ngân hàng đã có những bước cải thiện nhanh về năng lực tài chính, công nghệ, quản trị điều hành, cơ cấu tổ chức và mạng lưới chi nhánh nên sản phẩm dịch vụ ngân hàng càng được xã hội chấp nhận nhiều hơn.

b. Nhu cầu chỉ tiêu tài chính cá nhân tăng cao

Những năm gần đây, thu nhập bình quân đầu người không ngừng gia tăng; thu nhập đầu người hiện nay Việt Nam ở mức 1.200 USD, có triển vọng tăng lên 2.000 USD năm 2015 và 4.000 USD năm 2020. Với mức thu nhập, chất lượng cuộc sống, mức sống của người dân trong những năm gần đây có xu hướng tăng cao, theo đó nhu cầu tài chính cá nhân cũng tăng cao; từ đó cũng góp phần làm tăng khả năng sử dụng các dịch vụ hiện đại, đây chính là thị trường tiềm năng của các NHTM Việt nam.

Nhiều dự báo cho rằng thói quen sử dụng phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt sẽ gia tăng với tốc độ nhanh trong thời gian tới (sau 2010, tỷ lệ người dân tiếp cận dịch vụ ngân hàng có thể đạt mức trên 22%), đặc biệt là trong giới trẻ, cán bộ nhân viên văn phòng, công chức nhà nước.

c. Tình hình kinh tế tác động đến dịch vụ ngân hàng điện tử

Dự báo giai đoạn 2012 - 2015 một số chỉ tiêu hoạt động ngân hàng tăng trưởng bình quân:

- + Dịch vụ tiền gửi của NH sẽ tăng trưởng bình quân từ 20% đến 25%.
- + Dịch vụ tín dụng và đầu tư cung ứng vốn sẽ tăng từ 17% đến 20%.
- + Tổng khối lượng thanh toán qua NH đạt mức tăng trưởng bình quân hàng năm từ 30% đến 35%.
- + Dịch vụ thanh toán thẻ tăng trưởng bình quân hàng năm từ

30% đến 40%.

Hiện đại hoá dịch vụ ngân hàng, đi trước và ứng dụng những công nghệ mới, cung ứng những dịch vụ mới mà tiêu biểu là dịch vụ ngân hàng điện tử chính là chìa khoá thành công cho các ngân hàng thương mại Việt Nam.

3.2. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG SACOMBANK

3.2.1. Nhóm giải pháp phát triển quy mô dịch vụ NHĐT

a. Giải pháp mở rộng kênh phân phối

- Mở rộng chính sách hoa hồng hấp dẫn đối với các đại lý chấp nhận thanh toán để cài đặt máy POS.

- Đầu tư thêm máy ATM tại các chợ đầu mối, các trung tâm thương mại, khu dân cư sầm uất...

- Tăng cường hiệu quả và khả năng tự phục vụ của hệ thống ATM.

- Tăng cường các điểm giao dịch.

- Mở rộng mạnh đến đối tượng sử dụng dịch vụ NHĐT.

- Tăng cường các kênh phân phối gián tiếp như thực hiện sản phẩm trọn gói thông qua các khách hàng vay là cá nhân, tổ chức nhằm đẩy mạnh số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT.

b. Giải pháp phát triển nguồn nhân lực

- Tạo môi trường làm việc thân thiện, minh bạch và đoàn kết. Có động viên khen thưởng kịp thời. Kỷ luật nghiêm những cán bộ vi phạm.

- Mỗi cán bộ nhân viên Sacombank Quảng Bình tự xây dựng cho mình phong cách làm việc chuyên nghiệp, thân thiện, nhiệt tình và minh bạch.

- Các trưởng phòng giao kế hoạch cụ thể từng tuần, từng tháng, quý phù hợp với năng lực và vị trí đảm nhiệm của từng CBNV.

- Thành lập tổ tiếp thị chuyên nghiệp tại Chi nhánh, các PGD

trực thuộc.

- Nâng cao trình độ và nghiệp vụ của cán bộ ngân hàng:

c. Giải pháp Marketing

Tăng cường hoạt động Marketing để mở rộng thị trường:

- Mỗi nhóm khách hàng cần có những chính sách Marketing phù hợp.

- Đối với nhóm khách hàng có thu nhập cao, thường là các cán bộ công nhân viên có thu nhập cao, các chủ doanh nghiệp,... ngân hàng cần tiếp cận, khuyến mại và quảng.

- Đối với nhóm khách hàng có nhu cầu ít, không phải là công nhân viên chức làm việc trong các công ty và có tài khoản gửi tiết kiệm ở Sacombank thì ngân hàng có thể cung cấp thẻ thanh toán Plus, Visa Debit, thẻ tín dụng Family...

- Đối với đối tượng là sinh viên thì ngân hàng có thể có các chương trình quảng bá tại các trường.

- Đối với các dịch vụ dành cho doanh nghiệp thì ngân hàng có thể chọn phương thức tiếp thị trực tiếp.

- Đối với mọi đối tượng khách hàng, thì ngân hàng cần thiết phải đẩy mạnh quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng.

- Ngoài ra, điểm đặc biệt trong chiến lược marketing đối với dịch vụ ngân hàng điện tử là phải xây dựng được một chính sách khách hàng linh hoạt. Ngân hàng cần mở rộng thêm một số sản phẩm khác phù hợp với nhiều nhóm khách hàng hơn.

3.2.2. Nhóm giải pháp phát triển chủng loại dịch vụ NHĐT

a. Giải pháp hoàn thiện sản phẩm hiện có

b. Giải pháp phát triển sản phẩm mới hoàn toàn

3.2.3. Nhóm giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ NHĐT

a. Giải pháp gia tăng sự hữu hình cho dịch vụ NHĐT

- Đảm bảo máy ATM hoạt động thông suốt, tiếp quỹ đầy đủ, kịp thời. Xử lý kịp thời khi máy hư hỏng. Tránh tình trạng máy ATM ngưng hoạt động.

- Tăng cường công tác chăm sóc phòng máy, để tăng tính quảng bá và thân thiện với khách hàng sử dụng.

- Đề xuất lắp đặt thêm 03 máy ATM tại: Phong Nha Kê Bàng, Kho Bạc huyện Lệ Thủy và Trường trung cấp kinh tế Quảng Bình.

- Khảo sát lắp đặt thêm từ 5 - 8 máy Pos tại địa bàn Đồng Hới và Động Phong Nha, Động Thiên Đường. Đề xuất cơ chế hoa hồng phù hợp cho các điểm đặt máy để tăng tính cạnh tranh.

b. Giải pháp gia tăng mức độ hài lòng

Xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng, gia tăng sự mong đợi cho khách hàng. Đi kèm đó STB cần đầu tư để hiện đại hóa công nghệ.

Thành lập nhóm chăm sóc khách hàng nhằm phục vụ khách hàng được chu đáo, nhanh chóng, quan tâm, theo dõi để sớm nhận biết những khách hàng có thể chuyển sang sử dụng dịch vụ của Ngân hàng khác để tìm hiểu nguyên nhân và tư vấn khuyến khích khách hàng giữ mối quan hệ với ngân hàng.

Xây dựng các kênh giải quyết khiếu nại, thắc mắc của khách hàng: Thông qua email, hoặc điện thoại khách hàng có thể nhanh chóng được giải đáp các thắc mắc, khiếu nại.

c. Giải pháp gia tăng độ tin cậy của dịch vụ ngân hàng điện tử

- Mỗi CBNV của Sacombank phải gương mẫu sử dụng dịch vụ NHĐT.

- Trang bị thêm 01 máy vi tính ở các điểm giao dịch dành riêng để khách hàng sử dụng. Việc hướng dẫn khách hàng sử dụng trực tiếp là điều hết sức quan trọng.

- Đánh thức các "tài khoản ngủ đông", kích hoạt các dịch vụ E-banking đối với các tài khoản này.

- Khai thác tối đa mối quan hệ các khách hàng hiện hữu để tiếp cận các khách hàng mới.

- Thẻ Credit: Đẩy mạnh phát triển thẻ tín dụng đến cấp quản lý của các sở, ban ngành, Bác sĩ, kiến trúc sư...vv. Tuy nhiên cần thận trọng, an toàn để tránh xây nợ xấu.

- Thẻ Debit: Quan điểm của Chi Nhánh mỗi khách hàng vào giao dịch tối thiểu phải sử dụng được 03 dịch vụ Thẻ ATM, TKTT và SMS đồng thời áp dụng chính sách giá theo các gói Combo.

- Khi giải ngân cho vay CBNV các đơn vị liên kết thuyết phục khách hàng sử dụng thêm gói combo 1 (Tài khoản thanh toán, thẻ ATM, Mobilebanking).

- Tăng cường làm thẻ, đăng kí các dịch vụ E-banking miễn phí cho đối tượng học sinh khối 12 ở các trường phổ thông trung học. Vì đây chính là đối tượng sẽ sử dụng các sản phẩm về E-banking nhiều nhất trong tương lai (Khả năng tiếp cận với công nghệ thông tin của các đối tượng này cao).

3.3. KIẾN NGHỊ VỚI CHÍNH PHỦ VÀ CƠ QUAN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC

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

3.3.2. Hỗ trợ các ngân hàng nâng cao năng lực tài chính

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

3.3.4. Hỗ trợ các ngân hàng trong việc nâng cao trình độ của doanh nghiệp, cá nhân nhằm tạo cầu về dịch vụ ngân hàng trên thị trường.

3.3.5. NHNN phải là đầu mối hợp tác giữa các NHTM trong nước và tăng cường hợp tác quốc tế

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

KẾT LUẬN

Qua phần trình bày trên, có thể thấy rằng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử là xu thế tất yếu của quá trình phát triển công nghệ thông tin và hội nhập kinh tế quốc tế, và Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế đó, dịch vụ ngân hàng điện tử, ứng dụng công nghệ hiện đại, đã hình thành và phát triển ở một số ngân hàng Việt Nam trong đó có NHTMCP Sacombank.

Trong điều kiện hiện nay, ngân hàng Sacombank đã phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử phù hợp với tình hình thực tế và nhu cầu khách hàng như mobile banking, home banking, internet banking... Các sản phẩm dịch vụ này sẽ phục vụ cho các khách hàng truyền thống, đồng thời sẽ thu hút khách hàng mới sử dụng dịch vụ tiện ích này. Sự kết hợp của việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử và hoạt động dịch vụ ngân hàng truyền thống sẽ giúp các NHTM Việt Nam nói chung cũng như NHTMCP Sacombank nói riêng đa dạng hóa sản phẩm, tăng doanh thu, nâng cao chất lượng dịch vụ từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh, nhất là trong nền kinh tế hội nhập như ngày nay.

Vì vậy các ngân hàng Việt Nam nói chung thực sự cần có sự đề tâm cho dịch vụ ngân hàng điện tử không chỉ giúp tối đa hóa lợi ích cho khách hàng mà còn nâng cao vị thế của ngân hàng, giúp ngân hàng nâng cao năng lực cạnh tranh nhờ đó mà tăng thu nhập cho ngân hàng.