

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN HÀNG HẢI VIỆT NAM - CHI NHÁNH THÁI NGUYÊN

Đào Thị Hương^{1*}, Nguyễn Thị Gấm¹,
Nguyễn Thị Thanh Tâm¹, Nguyễn Phùng Quân²
¹Trường Đại học Kinh tế & Quản trị kinh doanh – ĐH Thái Nguyên
²Ủy ban Dân tộc

TÓM TẮT

Phát triển các dịch vụ của ngân hàng điện tử là xu hướng tất yếu, mang tính khách quan trong nền kinh tế hiện đại hội nhập kinh tế quốc tế. Lợi ích đem lại của ngân hàng điện tử là rất lớn cho khách hàng, ngân hàng và nền kinh tế, nhờ tính tiện ích, nhanh chóng, chính xác và bảo mật. Đó là kết quả tất yếu của quá trình phát triển công nghệ thông tin, được ứng dụng trong hoạt động kinh doanh ngân hàng, các ngân hàng trên thế giới đã và đang phát triển mạnh các hoạt động dịch vụ của ngân hàng điện tử. Những dịch vụ ngân hàng điện tử hầu hết đã được các Ngân hàng Thương mại Cổ phần Hàng Hải Thái Nguyên áp dụng triển khai thực hiện, nhưng lượng giao dịch còn thấp, năm 2017 tổng quy mô khách hàng đạt 7.850 người, chiếm 3,21% thị phần về dịch vụ ngân hàng điện tử của tỉnh Thái Nguyên. Nguyên nhân là do lượng khách hàng thanh toán không dùng tiền mặt thấp, đối tượng khách hàng chưa đa dạng, các sản phẩm ngân hàng điện tử chưa thu hút được nhiều mối quan tâm của khách hàng. Bài viết nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Hàng Hải Thái Nguyên (Maritime Bank Thái Nguyên), từ đó, đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Ngân hàng Thương mại Cổ phần Hàng Hải Thái Nguyên trong thời gian tới.

Từ khóa: Ngân hàng thương mại cổ phần, dịch vụ, ngân hàng điện tử, phát triển dịch vụ, thương mại điện tử.

Ngày nhận bài: 03/10/2018; Ngày hoàn thiện: 15/02/2019; Ngày duyệt đăng: 20/3/2019

E-BANK SERVICE DEVELOPMENT SOLUTIONS IN VIETNAM MARINE COMMERCIAL JOINT STOCK COMMERCIAL BANK - THAI NGUYEN BRANCH

Dao Thi Huong^{1*}, Nguyen Thi Gam¹, Nguyen Thi Thanh Tam¹, Nguyen Phung Quan²
¹TNU - University of Economics & Business Administration, ²Ethnic Committee

Developing e-banking services is an inevitable trend, objective in the modern economy of international economic integration. The benefits of e-banking are huge for customers, banks and the economy, thanks to convenience, speed, accuracy and security. That is the inevitable result of the process of information technology development, applied in banking business, banks in the world have been developing strong service activities of e-banking. Most electronic banking services have been applied by Thai Nguyen Maritime Joint Stock Commercial Banks, but the transaction volume is still low, in 2017, the total customer scale reached 7,850 people, accounting for 3.21% market share of electronic banking services in Thai Nguyen province. The reason is that the low number of non-cash payment customers, diversified customers, and electronic banking products have not attracted many customers' concerns. The article investigates the status of developing electronic banking services at Thai Nguyen Maritime Commercial Joint Stock Bank (Thai Nguyen Maritime Bank), from there, propose solutions to improve the quality of banking services. Thai Nguyen Maritime stock trading in the coming time.

Keywords: Joint stock commercial banks, services, e-banking, service development, e-commerce.

Received: 03/10/2018; Revised: 15/02/2019; Approved: 20/3/2019

* Corresponding author: Tel: 0919.024.338; Email: huongdt2710@gmail.com

ĐẶT VẤN ĐỀ

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Hàng Hải chi nhánh Thái Nguyên (Maritime Bank Thái Nguyên) được thành lập ngày 08/1/2014, ban đầu Maritime Bank hoạt động 1 điểm giao dịch, nay đã thành lập 2 quầy giao dịch. Ngoài những nghiệp vụ chính như huy động vốn, tín dụng, chi nhánh phát triển khá mạnh dịch vụ ngân hàng điện tử. Những tiện ích mà ngân hàng điện tử đang mang lại rất lớn cho các ngân hàng ở Việt Nam [1]. Về phía ngân hàng, tuy chi phí đầu tư công nghệ ban đầu tương đối tốn kém, bù lại ngân hàng sẽ giảm thiểu được việc đầu tư nhân lực dàn trải; Không phải đầu tư địa điểm và các chi phí in ấn, lưu chuyển hồ sơ cho việc giao dịch truyền thống. Đối với khách hàng, họ sẽ nhận được sự cung ứng dịch vụ nhanh hơn rất nhiều so với trước đây [2]. Theo đó, chỉ một vài thao tác trên internet, mobile hay qua hệ thống thẻ, khách hàng có thể thực hiện được giao dịch chuyển tiền. Với ngân hàng điện tử, khách hàng đã tiết kiệm được chi phí, tiết kiệm được thời gian và giảm bớt các thủ tục giấy tờ [1],[3]. Dịch vụ E-banking do Maritime Bank cung cấp bao gồm nhiều loại hình như: thẻ thanh toán, máy rút tiền tự động ATM, máy POS, Internet banking, SMS banking, Mobile banking đã đạt được nhiều thành tựu từ khi được triển khai. Và trong tương lai, Maritime Bank điện tử sẽ tiếp tục phát triển mạnh, góp phần nâng cao vị thế của ngân hàng, đạt được mục tiêu trở thành tập đoàn tài chính vững mạnh trên thị trường tài chính Việt Nam.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Thu thập số liệu thứ cấp: Thu thập từ báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh, Báo cáo nội bộ chi nhánh Maritime Bank Thái Nguyên trong giai đoạn 2015-2017.

Thu thập số liệu sơ cấp: Từ điều tra, phỏng vấn khách hàng cá nhân của ngân hàng đang sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử tại chi

nhánh liên tục trong thời gian 3 năm là 275 người. Áp dụng công thức chọn mẫu của Slovin $n = N/(1+N.e^2)$ trong đó N là tổng thể, e là sai số cho phép thường là 5% [4], áp dụng công thức tính được số khách hàng khảo sát là 163 người.

Phương pháp phân tích: Sử dụng phương pháp phân tích thống kê mô tả, so sánh. Kết quả xử lý trên phần mềm SPSS 20.0, điểm đánh giá tiêu chí thành phần theo thang đo Likert (1-1,79: Kém; 1,8-2,6: Yếu; 2,61-3,4: Trung bình; 3,41-4,2: Khá; 4,21-5: Tốt).

TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN HÀNG HẢI THÁI NGUYÊN

Phát triển dịch vụ thương mại điện tử tại chi nhánh Maritime Bank Thái Nguyên được triển khai ngay từ năm đầu thành lập. Mặc dù các ngân hàng khác đang triển khai là BIDV, Agribank, Sacombank, Techcombank... tuy nhiên chi nhánh lựa chọn khai thác mảng dịch vụ điện tử và coi là hoạt động chiến lược của chi nhánh tại địa bàn tỉnh Thái Nguyên. Hiệu quả của phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử (NHĐT) giai đoạn 2015-2017 là: năm 2015, tổng số lượng thẻ là 2.500 thẻ, năm 2016 là 4.400 thẻ và năm 2017 là 6.700 thẻ. Qua cả 3 năm từ 2015-2017 tổng số thẻ tăng lên rõ rệt, năm 2016 tăng thêm 1.900 thẻ tương ứng tăng 76% so với năm 2015; năm 2017 tăng thêm 2.300 thẻ tương ứng tăng 52,27% so với năm 2016.

Nguyên nhân là do nhóm khách hàng sử dụng thẻ của ngân hàng đều tăng, tăng cao nhất là khách hàng kinh doanh và cán bộ công chức nhà nước. Tổng số thẻ của nhóm khách hàng kinh doanh luôn chiếm tỷ trọng cao nhất, năm 2015 chiếm tỷ trọng là 40% tổng số thẻ, năm 2016 chiếm tỷ trọng là 44,77%, năm 2017 chiếm tỷ trọng là 48,51%. Tốc độ tăng trưởng bình quân của nhóm khách hàng này là 1,81% [5].

Bảng 1. Tình hình khách hàng sử dụng các dịch vụ NHĐT tại Maritime Bank Thái Nguyên

Đơn vị tính: Người

Loại hình dịch vụ NHĐT	Năm 2015	Năm 2016	Năm 2017	So sánh 2016/2015		So sánh 2017/2016		Tốc độ tăng trưởng GD 2015-2017 (%)
				Δ (+/-)	%	Δ (+/-)	%	
1.SMS Banking	1.100	2.100	4.500	1.000	90,91	2.400	114,29	102,26
2.Internet Banking	970	1.500	2.700	530	54,64	1.200	80,0	66,84
3.Mobile Banking	70	300	650	230	328,57	350	116,67	204,72
Tổng cộng	2.140	3.900	7.850	1.760	82,24	3.950	101,28	91,53

(Nguồn: MSB Thái Nguyên)

Dựa vào bảng số liệu 1 có thể thấy, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ SMS Banking được dùng nhiều nhất trong 3 dịch vụ trên và đều tăng trưởng qua các năm. Năm 2016, số lượng khách hàng tham gia là 2.100 người, tăng thêm 1.000 người tương ứng tăng thêm 90,91%, so với năm 2015. Đến năm 2017, số lượng khách hàng tham gia dịch vụ tăng 4.500 người, tăng thêm 2.400 người tương ứng với 114,29% so với 2016. Giai đoạn 2015-2017 có tốc độ khách hàng tăng trưởng bình quân là 91,53%. Số lượng khách hàng tham gia tăng trưởng mạnh qua các năm, có thể nói dịch vụ SMS Baking của Maritime Bank Thái Nguyên đã đạt được thành công ở bước đầu. Dịch vụ này được sử dụng nhiều hơn vì hầu như khách hàng mở tài khoản giao dịch đều đăng ký dịch vụ tin nhắn tự động báo biến động số dư tài khoản, dịch vụ này sẽ tạo thuận lợi cho khách hàng kiểm soát nguồn tiền ra vào [5].

Giá trị giao dịch của khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT

Dịch vụ ngân hàng điện tử là xu hướng tất yếu của thời đại [6]. Khi trình độ dân trí càng phát triển, nhu cầu và đòi hỏi về dịch vụ của người dân càng nâng lên [7]. Ngân hàng đáp ứng được tiêu chí tiết kiệm được thời gian, công sức, tiền bạc cho khách hàng. Dựa vào bảng 2, ta thấy có 55,44% khách hàng sử dụng dịch vụ SMS banking, 37,22% khách hàng sử dụng dịch vụ Internet banking, và 7,34% khách hàng sử dụng Mobile banking [5].

Bảng 2. Giá trị giao dịch của khách hàng sử dụng dịch vụ NHĐT tại Maritime Bank Thái Nguyên từ năm 2015-2017

Chỉ tiêu	Số lượng KH (người)	Tổng phí (triệu đồng)	Tỷ lệ KH sử dụng DV/Tổng số KH (%)
Tổng số	13.890	469,15	100
Internet banking	5.170	284,35	37,22
SMS banking	7.700	128,7	55,44
Mobile banking	1.020	56,1	7,34

(Nguồn: Maritime Bank Thái Nguyên)

Đối với ngân hàng, dù ra đời trên địa bàn Thái Nguyên muộn hơn các ngân hàng thương mại cổ phần khác nhưng kết quả khách hàng tham gia dịch vụ NHĐT là tương đối cao, ngân hàng BIDV có khoảng 9086 người, Sacombank 8.743 người... Có được kết quả này là do dưới sự tư vấn tích cực và nhiệt tình của cán bộ nhân viên tại Ngân hàng, hiện nay càng ngày càng có nhiều khách hàng tin dùng sử dụng dịch vụ này. Tuy nhiên, hiện tổng số khách hàng chi nhánh đang quản lý là 27.490 người (bao gồm 13.890 người sử dụng NHĐT và 13.600 khách hàng chỉ sử dụng thẻ), chúng tôi còn một lượng lớn khách hàng chưa được tiếp cận, tư vấn hay chưa hiểu rõ những tiện ích mà thanh toán qua Maritime Bank cung cấp, vì vậy trong tương lai Maritime Bank Thái Nguyên cần quan tâm, tận dụng lượng khách hàng hiện hữu này hơn nữa, nhằm nâng cao số lượng khách hàng sử dụng, tăng nguồn thu cho chi nhánh [5].

Đề đánh giá chất lượng dịch vụ NHĐT tại Maritime Bank Thái Nguyên, tác giả tiến hành khảo sát 163 khách hàng cá nhân đang sử dụng dịch vụ này tại ngân hàng. Kết quả đánh giá của khách hàng như sau:

Bảng 3. Đánh giá của khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ NHĐT tại Maritime Bank Thái Nguyên năm 2017

Thành phần	Các biến	Điểm TB	Ý nghĩa điểm trung bình
Sự thấu cảm	Nhân viên luôn thể hiện sự quan tâm cá nhân đối với khách hàng	3,79	Khá
	Nhân viên chủ động thông báo với khách hàng khi NH thay đổi mức giá và phí	3,63	Khá
	Nhân viên giao dịch với khách hàng chu đáo, nhiệt tình hỗ trợ để khách hàng có được lợi ích tốt nhất	3,48	Khá
	Ngân hàng có các chương trình thể hiện sự quan tâm đến khách hàng (có chương trình khuyến mãi, nhắn tin chúc mừng, tặng quà vào những ngày lễ, ngày đặc biệt...)	3,41	Khá
	Nhân viên ngân hàng luôn lịch sự, tôn trọng và niềm nở với khách hàng	3,71	Khá
	Nhân viên hiểu rõ nhu cầu đặc biệt và quan tâm đến nhu cầu cá nhân của KH	3,36	Trung bình
	Điểm trung bình	3,56	Khá
Sự tin cậy	Dịch vụ E-banking được ngân hàng cung ứng đến khách hàng một cách nhanh chóng, chính xác	3,24	Trung bình
	Thủ tục đăng kí sử dụng dịch vụ e-banking đơn giản, nhanh chóng	3,53	Khá
	Khách hàng cảm thấy tin tưởng vào uy tín của ngân hàng	3,21	Trung bình
	Tên đăng nhập và password, số tài khoản, số dư tài khoản và các thông tin khác của khách hàng được ngân hàng bảo mật	3,57	Khá
	Nhân viên ngân hàng luôn tận tình hướng dẫn khách hàng đăng kí và sử dụng dịch vụ e-banking	3,23	Trung bình
Điểm trung bình	3,36	Trung bình	
Phương tiện hữu hình	Các phương tiện vật chất trong hoạt động dịch vụ ngân hàng điện tử rất hấp dẫn (trang webste của ngân hàng và các thiết bị dễ dàng tiếp cận khi thực hiện giao dịch điện tử)	3,19	Trung bình
	Chi phí đăng kí của các dịch vụ ngân hàng điện tử cạnh tranh	3,27	Trung bình
	Ngân hàng bố trí phương tiện vật chất thuận tiện cho việc giao dịch điện tử	3,11	Trung bình
	Mức phí thường niên và phí sử dụng dịch vụ của ngân hàng hợp lí	3,24	Trung bình
	Điểm trung bình	3,20	Trung bình
Sự đáp ứng	Ngân hàng luôn sẵn sàng đáp ứng các yêu cầu của khách hàng	3,41	Khá
	Ngân hàng luôn gửi báo cáo kết quả các giao dịch E-banking và số dư nhanh chóng, chính xác	3,15	Trung bình

Thành phần	Các biến	Điểm TB	Ý nghĩa điểm trung bình
	Tốc độ xử lý giao dịch của hệ thống tự động nhanh chóng, ít có sai sót	3,38	Trung bình
	Điểm trung bình	3,31	Trung bình
	Mạng lưới của ngân hàng rộng, tiện lợi cho KH	3,86	Khá
Sự bảo đảm	Nhân viên xử lý công việc thành thạo và nhanh chóng	3,30	Trung bình
	Thắc mắc hoặc khiếu nại luôn được ngân hàng giải quyết thỏa đáng	3,25	Trung bình
	Điểm trung bình	3,47	Khá

(Nguồn: Báo cáo thường niên Maritime Bank Thái Nguyên)

Thứ nhất, là sự thấu cảm. Nhìn chung điểm đánh giá của khách hàng ở mức khá. Để có kết quả này là do Ban lãnh đạo ngân hàng đã quan tâm và sát sao chỉ đạo tới toàn thể nhân viên ngân hàng, luôn coi trọng quan điểm “khách hàng là thượng đế” để phục vụ họ tốt nhất.

Thứ hai, là sự tin cậy. Do ngân hàng được thành lập chi nhánh ở Thái Nguyên vào năm 2014 muộn hơn các ngân hàng thương mại cổ phần khác trên địa bàn nên khách hàng còn chưa biết đến ngân hàng nhiều. Như vậy, khách hàng cần thêm thời gian sử dụng các dịch vụ của ngân hàng để có thể đánh giá và cải thiện điểm trung bình trong thời gian tới.

Thứ ba, là các phương tiện hữu hình. Kết quả khảo sát 163 khách hàng cho thấy, để có thể vận hành được dịch vụ NHĐT đòi hỏi sự hỗ trợ đặc lực của các minh chứng hữu hình như cơ sở vật chất của ngân hàng (trụ sở, bàn ghế làm việc, sự bày trí không gian làm việc,...); trang web; chi phí, tần suất giao dịch. Do mức phí được niêm yết trong toàn bộ hệ thống nên mức phí còn cao đối với khách hàng đánh giá ở chi nhánh Thái Nguyên. Có thể trong thời gian tới, Maritime Bank chi nhánh Thái Nguyên đề xuất với Maritime Bank Việt Nam để điều chỉnh mức phí phù hợp với từng địa phương, như vậy sẽ thu hút được đông đảo khách hàng tham gia hơn. Nhìn chung kết quả đánh giá cho sự thấu cảm đạt ở mức trung bình.

Thứ tư, là sự đáp ứng. Ngân hàng Maritime Bank chi nhánh Thái Nguyên quan tâm tới

nhu cầu cụ thể của khách hàng như: kiểm tra số dư tài khoản, thông tin tài khoản, cấp lại mật khẩu, kiểm tra giao dịch... vào mọi thời điểm khách hàng đề nghị. Kết quả khảo sát đạt mức trung bình.

Thứ năm, là sự bảo đảm, cho thấy biết đội ngũ nhân viên ngân hàng được đào tạo rất bài bản, đạt mức khá. Hàng năm Maritime Bank chi nhánh Thái Nguyên cử các nhân viên tham gia các khóa đào tạo của Maritime Bank Việt Nam tại Hà Nội, kết thúc khóa học nhân viên được kiểm tra sát hạch và cấp chứng nhận chương trình đào tạo. Bên cạnh đó, thành phần sự đảm bảo phản ánh được tính bảo mật, an toàn và mạng lưới của ngân hàng trong quá trình phân phối dịch vụ NHĐT của mình đến khách hàng nhanh nhất. Đối với Maritime Bank Thái Nguyên, mới phát triển trên địa bàn Thái Nguyên được 8 năm nên số lượng các quầy giao dịch và chi nhánh các huyện chưa được mở rộng.

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI MARITIME BANK THÁI NGUYÊN

Thứ nhất, đa dạng hóa, nâng cao chất lượng các dịch vụ ngân hàng điện tử

Các dịch vụ ngân hàng điện tử mà Maritime Bank cung cấp chưa ưu việt, phương thức đăng nhập còn phức tạp, tính năng mới chỉ dừng lại ở các giao dịch cơ bản. Sở giao dịch cần phát triển nhiều hơn nữa các dịch vụ ngân hàng điện tử của mình, đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ này.

Thứ hai, phát triển mạng lưới giao dịch và trang bị thêm máy móc phương tiện hỗ trợ cho các dịch vụ NHĐT

Hiện nay ở Sở giao dịch số máy móc trang thiết bị phục vụ cho dịch vụ ngân hàng điện tử còn chưa đáp ứng nhu cầu cả về số lượng và chất lượng.

Cần tăng cường số lượng các máy ATM tại các điểm đông dân cư nhằm tăng tính tiện ích cho khách hàng.

Thứ ba, tăng cường liên kết hợp tác với các tổ chức khác

Cần mở rộng đối tác hơn nữa như các trường học liên kết thu học phí.

Nhanh chóng thiết lập mối quan hệ hợp tác liên kết với các đơn vị, tổ chức để dịch vụ NHĐT được chấp nhận rộng rãi, phổ biến ở nhiều cơ sở. Đó cũng là phương thức để thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ của mình.

Thứ tư, đào tạo nguồn nhân lực

Cần bổ sung kịp thời các cán bộ trẻ có năng lực, đồng thời phải phát hiện và đào tạo những cán bộ có khả năng làm lực lượng nòng cốt.

Phải thường xuyên tổ chức các khoá tập huấn để hướng dẫn về nghiệp vụ cho các cán bộ. Đây là một diễn đàn thực sự bổ ích cho việc tập tiếp thu kiến thức nghiệp vụ mới đồng thời trao đổi kinh nghiệm, khó khăn thực tế khi thực hiện nghiệp vụ và rút ra những bài học kinh nghiệm.

Cần phải quan tâm, chú trọng tới công tác đào tạo người sử dụng các dịch vụ ngân hàng hiện đại này.

KẾT LUẬN

Với tầm nhìn trở thành một trong những ngân hàng thương mại hoạt động hiệu quả nhất Việt Nam, cung cấp những sản phẩm dịch vụ và tài chính đa năng với chất lượng theo nhu cầu thực tế của khách hàng, Maritime Bank đã đặt ra định hướng phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử, sẽ tiếp tục mở rộng thị trường, tiếp cận thêm các nhóm khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp, gia tăng quầy giao dịch trên địa bàn huyện, thị xã của tỉnh Thái Nguyên để dịch vụ ngân hàng điện tử được phát triển hơn trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Võ Thị Thuý Anh, Lê Phương Dung, *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*, Nxb Tài chính, Hà Nội, 2009.
- [2]. Peter S.Rose, *Quản trị ngân hàng thương mại*, Nxb Tài chính, Hà Nội, 2001.
- [3]. Nguyễn Minh Kiều, *Nghiệp vụ Ngân hàng hiện đại*, Nxb Thống kê, Hà Nội, 2007.
- [4]. Vũ Cao Đàm, *Giáo trình phương pháp luận nghiên cứu khoa học*, Nxb thế giới, Hà Nội, 2008.
- [5]. Maritime Bank Thái Nguyên, *Báo cáo thường niên chi nhánh Thái Nguyên*, 2015, 2016, 2017.
- [6]. Nguyễn Thị Minh Hiền, *Marketing Ngân hàng*, Nxb Thống kê, Hồ Chí Minh, 2003.
- [7]. Lưu Văn Nghiêm, *Marketing dịch vụ*, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2008.