

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

LƯU THANH THẢO

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ
NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU**

Chuyên ngành : KINH TẾ - TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG
Mã số : 60.31.12

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học:

TS. UNG THỊ MINH LỆ

TP.HỒ CHÍ MINH – Năm 2008

LỜI CAM ĐOAN

- Tôi xin cam đoan luận văn thạc sĩ kinh tế: “Phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu” là kết quả của quá trình học tập, nghiên cứu khoa học độc lập, nghiêm túc.
- Các số liệu trong luận văn là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng, được trích dẫn và có tính kế thừa, phát triển từ các tài liệu, tạp chí, các công trình nghiên cứu đã được công bố, các website,...
- Các giải pháp nêu trong luận văn được rút ra từ những cơ sở lý luận và quá trình nghiên cứu thực tiễn.

Tp.HCM, tháng 10 năm 2008

Tác giả

MỤC LỤC

Trang phụ bì

Lời cam đoan

Mục lục

Danh mục các chữ viết tắt

Danh mục bảng, biểu đồ

Lời mở đầu

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.1. Khái niệm	1
1.1.1. Thương mại điện tử	1
1.1.2. Dịch vụ Ngân hàng điện tử.....	2
1.2. Sự phát triển của dịch vụ Ngân hàng điện tử	3
1.2.1. Các giai đoạn phát triển của Ngân hàng điện tử	3
1.2.2. Sự phát triển của dịch vụ Ngân hàng điện tử tại các NHTM Việt Nam	4
1.3. Tính tất yếu phải phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại Việt Nam	5
1.3.1. Vai trò của Ngân hàng điện tử trong xu thế hội nhập.....	5
1.3.2. Một số dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Việt Nam	7
1.3.3. Tính ưu việt của dịch vụ Ngân hàng điện tử	12
1.4. Điều kiện để phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử	14
1.4.1. Điều kiện pháp lý	14
1.4.2. Điều kiện công nghệ	15
1.4.3. Điều kiện về con người.....	17
1.5. Sự phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử của các nước trên thế giới	18

1.5.1. Tình hình phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử ở các nước trong khu vực và trên thế giới	18
1.5.2. Các dịch vụ Ngân hàng điện tử trong khu vực và trên thế giới.....	19
Kết luận chương 1	21
CHƯƠNG 2: TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU	
2.1. Giới thiệu Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu	22
2.1.1. Thông tin tổng quan	22
2.1.2. Tình hình hoạt động của ACB từ năm 1993 đến 2007	26
2.2. Tình hình phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại ACB.....	29
2.2.1. Giới thiệu phòng Ngân hàng điện tử của ACB.....	29
2.2.2. Hệ thống Ngân hàng điện tử tại ACB.....	29
2.2.3. Các dịch vụ Ngân hàng điện tử được triển khai tại ACB	35
2.2.4. Cạnh tranh giữa ACB và các Ngân hàng TMCP trong việc cung cấp dịch vụ Ngân hàng điện tử.....	42
2.2.5. Kết quả kinh doanh từ Ngân hàng điện tử trong thời gian qua	45
2.3. Những thuận lợi và khó khăn khi phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại ACB.....	47
2.3.1. Đối với Ngân hàng.....	47
2.3.2. Đối với khách hàng.....	50
2.4. Những thành công và hạn chế của ACB trong việc phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử.....	52

2.4.1. Về mặt quản lý.....	52
2.4.2. Về mặt cung ứng dịch vụ Ngân hàng điện tử.....	54
Kết luận chương 2.....	61

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU

3.1. Định hướng phát triển công nghệ thông tin Ngân hàng đến năm 2020 ...	62
3.1.1. Về mục tiêu.....	63
3.1.2. Về định hướng.....	64
3.1.3. Về nhiệm vụ trọng tâm đến năm 2020.....	64
3.2. Thời cơ và thách thức đối với ACB trong việc phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử trong thời gian sắp tới.....	66
3.2.1. Thời cơ.....	68
3.2.2. Thách thức.....	69
3.3. Các giải pháp phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại ACB.....	70
3.3.1. Đẩy mạnh việc quảng bá sản phẩm.....	70
3.3.2. Phát triển hạ tầng cơ sở và đầu tư các công nghệ hiện đại.....	72
3.3.3. Đa dạng hóa, phát triển các dịch vụ Ngân hàng điện tử.....	73
3.3.4. Phát triển nguồn nhân lực.....	75
3.3.5. Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng.....	78
3.4. Một số kiến nghị đối với Chính phủ và cơ quan quản lý.....	79
Kết luận chương 3.....	81

Kết luận

Tài liệu tham khảo

Phụ lục

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ACB	Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu
ATM	Máy rút tiền tự động
BIDV	Ngân hàng Đầu tư và phát triển Việt Nam
CA	Chứng chỉ số
CMND	Chứng minh nhân dân
CNTT	Công nghệ thông tin
EAB	Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á
LAN	Mạng cục bộ
NH	Ngân hàng
NHTM	Ngân hàng thương mại
SCB	Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín
TCBS	Giải pháp Ngân hàng toàn diện
TK	Tài khoản
TMCP	Thương mại cổ phần
TMĐT	Thương mại điện tử
VCB	Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam
VIP	Khách hàng thân thiết
VPN	Mạng riêng ảo
WAN	Mạng diện rộng
WTO	Tổ chức thương mại thế giới

DANH MỤC BẢNG, BIỂU ĐỒ

Bảng 2.1	Quá trình tăng vốn điều lệ tại ACB từ 1993 đến 2007
Bảng 2.2	So sánh các tiện ích của sản phẩm Ngân hàng điện tử của ACB và các Ngân hàng TMCP
Bảng 2.3	Kết quả kinh doanh từ dịch vụ Home-Banking và Mobile-Banking từ năm 2004 đến tháng 6 năm 2008
Biểu đồ 2.1	Tổng tài sản của ACB trong giai đoạn 2003-2007
Biểu đồ 2.2	Vốn huy động của ACB trong giai đoạn 2003 – 2007
Biểu đồ 2.3	Dư nợ cho vay của ACB trong giai đoạn 2003 – 2007
Biểu đồ 2.4	Lợi nhuận trước thuế của ACB trong giai đoạn 2003 – 2007
Biểu đồ 2.5	Giới tính
Biểu đồ 2.6	Độ tuổi
Biểu đồ 2.7	Thời gian giao dịch với ACB
Biểu đồ 2.8	Nghề nghiệp
Biểu đồ 2.9	Loại hình công ty đang làm việc
Biểu đồ 2.10	Dịch vụ đang sử dụng
Biểu đồ 2.11	Nguồn nhận biết thông tin
Biểu đồ 2.12	Tiện ích sử dụng
Biểu đồ 2.13	Tần suất sử dụng mỗi tháng
Biểu đồ 2.14	Lý do sử dụng dịch vụ
Biểu đồ 2.15	Lý do chưa sử dụng dịch vụ

LỜI MỞ ĐẦU

1. Sự cần 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. Lợi ích đem lại của Ngân hàng điện tử là rất lớn cho khách hàng, Ngân hàng và cho nền kinh tế, nhờ 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 Á Châu 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 Á Châu 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 cũng như giúp Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu khẳng định vị thế, thương hiệu của mình vẫn là vấn đề đã và đang được đặt ra khá bức thiết.

Xuất phát từ lý do nêu trên, tác giả đã lựa chọn nghiên cứu đề tài: ***“Phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu”*** làm đề tài Luận văn Thạc sĩ kinh tế.

2. Mục tiêu nghiên cứu: phân tích thực trạng, những thuận lợi, thành công cũng như những khó khăn, hạn chế trong việc phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại ACB và từ đó đề xuất các giải pháp để phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại ACB trong thời gian tới.

3. Phạm vi nghiên cứu:

- Không gian: tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu
- Thời gian: trong khoảng thời gian 2003 – 2007
- Nội dung: những sản phẩm Ngân hàng điện tử thuộc Khối Khách hàng cá nhân của ACB

4. Phương pháp nghiên cứu:

Để hoàn thành mục tiêu nghiên cứu đặt ra, luận văn sử dụng các phương pháp nghiên cứu: thống kê, phân tích, so sánh, tổng hợp, thăm dò, khảo sát thực tế....

5. Kết cấu của luận văn:

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục, danh mục các chữ viết tắt, danh mục bảng, biểu đồ, tài liệu tham khảo, luận văn được chia thành 3 chương:

- *Chương 1: Tổng quan về Ngân hàng điện tử*
- *Chương 2: Tình hình phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu*
- *Chương 3: Một số giải pháp góp phần phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu*

Chương 1: TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.1. KHÁI NIỆM

1.1.1. Thương mại điện tử:

Thương mại điện tử đã ra đời từ lâu và vẫn đang phát triển vượt bậc. Có rất nhiều khái niệm về TMĐT và mỗi khái niệm này đều có những giá trị nhất định. Theo tài liệu đào tạo về TMĐT của Microsoft (Fundamentals of E-business), có một vài khái niệm sau:

- TMĐT là kinh doanh trên môi trường điện tử nhằm kết nối người bán và người mua. Nó tích hợp dữ liệu, liên lạc điện tử và dịch vụ bảo mật để tạo thuận lợi cho công việc kinh doanh. (*Ecommerce is doing business electronically by bringing together buyers and sellers. It integrates data, electronic communication and security services to facilitate business application*).

- TMĐT là một tập hợp công nghệ, ứng dụng và quy trình kinh doanh nhằm liên kết tổ chức, khách hàng và cộng đồng thông qua những giao dịch điện tử và sự trao đổi hàng hóa, dịch vụ và thông tin. (*Ecommerce is a dynamic set of technologies, applications and business process that link enterprises, consumers and communities through electronics transactions and the electronic exchanges of goods, services and information.*).

- Theo công ty TNHH Đầu tư và phát triển phần mềm mạng Việt Nam của Sở kế hoạch và đầu tư Hà Nội, khái niệm: *TMĐT là hình thái hoạt động thương mại bằng phương pháp điện tử, là việc trao đổi thông tin thương mại thông qua công nghệ điện tử nói chung.*

Tóm lại, TMĐT có thể được khái niệm với một khái niệm tương đối toàn diện là: 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. (*Electronic Commerce refers to all forms of transactions relating to commercial activities including both organizations and individuals, that are based upon the processing and transmission of digitized data, including text, sound and visual images*)

1.1.2 Dịch vụ Ngân hàng điện tử:

Với dịch vụ Ngân hàng điện tử, khách hàng có khả năng truy nhập từ xa nhằm: thu thập thông tin; thực hiện các giao dịch thanh toán, tài chính dựa trên các tài khoản lưu ký tại Ngân hàng, và đăng ký sử dụng các dịch vụ mới.¹

Dịch vụ Ngân hàng điện tử là một hệ thống phần mềm vi tính cho phép khách hàng tìm hiểu hay mua dịch vụ Ngân hàng thông qua việc nối mạng máy vi tính của mình với Ngân hàng.²

Các khái niệm trên đều khái niệm Ngân hàng điện tử thông qua các dịch vụ cung cấp hoặc qua kênh phân phối điện tử. Khái niệm này có thể đúng ở từng thời điểm nhưng không thể khái quát hết được cả quá trình lịch sử phát triển cũng như tương lai phát triển của Ngân hàng điện tử. Do vậy, nếu coi Ngân hàng cũng như một thành phần của nền kinh tế điện tử, một khái niệm tổng quát nhất về Ngân hàng điện tử có thể được diễn đạt như sau: “*Ngân hàng điện tử là Ngân hàng mà tất cả các giao dịch giữa Ngân hàng và khách hàng (cá nhân và tổ chức) dựa trên quá trình xử lý và chuyển giao dữ liệu số hóa nhằm cung cấp sản phẩm dịch vụ Ngân hàng.*”

¹ Trương Đức Bảo, Ngân hàng điện tử và các phương tiện giao dịch điện tử, Tạp chí tin học ngân hàng, số 4 (58), 7/2003

² How the Internet redefines banking, Tạp chí the Australian Banker, tuyển tập 133, số 3, 6/1999

1.2. SỰ PHÁT TRIỂN CỦA DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ:

1.2.1 Các giai đoạn phát triển của Ngân hàng điện tử:

Năm 1989, Ngân hàng tại Mỹ (WellFargo), lần đầu tiên cung cấp dịch vụ Ngân hàng qua mạng, đến nay, có rất nhiều tìm tòi, thử nghiệm, thành công cũng như thất bại trên con đường xây dựng hệ thống Ngân hàng điện tử hoàn hảo, phục vụ tốt nhất cho khách hàng. Tổng kết những mô hình đó, nhìn chung, hệ thống Ngân hàng điện tử được phát triển qua những giai đoạn sau:

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

- **Thương mại điện tử (E-commerce):** với TMĐT, Ngân hàng sử dụng Internet như một kênh phân phối mới cho những dịch vụ truyền thống như: xem thông tin tài khoản, nhận thông tin giao dịch chứng khoán... Internet chỉ đóng vai trò như một dịch vụ cộng thêm để tạo thuận lợi thêm cho khách hàng. Hầu hết, các Ngân hàng vừa và nhỏ đang ở hình thái này.

- **Quản lý điện tử (E-business):** Trong hình thái này, các xử lý cơ bản của Ngân hàng cả ở phía khách hàng (front-end) và phía người quản lý (back-end) đều được tích hợp với Internet và các kênh phân phối khác. Giai đoạn này được phân biệt bởi sự gia tăng về sản phẩm và chức năng của NH với sự phân biệt sản phẩm theo nhu cầu và quan hệ của khách hàng đối với NH. Hơn thế nữa, sự phối hợp, chia sẻ dữ liệu giữa hội sở NH và các kênh phân phối như chi nhánh, mạng

Internet, mạng không dây... giúp cho việc xử lý yêu cầu và phục vụ khách hàng được nhanh chóng và chính xác hơn. Internet và khoa học công nghệ đã tăng sự liên kết, chia sẻ thông tin giữa NH, đối tác, khách hàng, cơ quan quản lý... Một vài NH tiên tiến trên thế giới đã xây dựng được mô hình này và hướng tới xây dựng được một Ngân hàng điện tử hoàn chỉnh.

- **Ngân hàng điện tử (E-bank):** chính là mô hình lý tưởng của một Ngân hàng trực tuyến trong nền kinh tế điện tử, một sự thay đổi hoàn toàn trong mô hình kinh doanh và phong cách quản lý. Những NH này sẽ tận dụng sức mạnh thực sự của mạng toàn cầu nhằm cung cấp toàn bộ các giải pháp tài chính cho khách hàng với chất lượng tốt nhất. Từ những bước ban đầu là cung cấp các sản phẩm và dịch vụ hiện hữu thông qua nhiều kênh riêng biệt, NH có thể sử dụng nhiều kênh liên lạc này nhằm cung cấp nhiều giải pháp khác nhau cho từng đối tượng khách hàng chuyên biệt.

1.2.2 Sự phát triển của dịch vụ Ngân hàng điện tử tại các Ngân hàng thương mại Việt Nam:

Hiện nay, Ngân hàng điện tử tồn tại dưới hai hình thức: hình thức Ngân hàng trực tuyến, chỉ tồn tại dựa trên môi trường mạng Internet, cung cấp dịch vụ 100% thông qua môi trường mạng; và mô hình kết hợp giữa hệ thống Ngân hàng thương mại truyền thống và điện tử hoá các dịch vụ truyền thống, tức là phân phối những sản phẩm dịch vụ cũ trên những kênh phân phối mới. Ngân hàng điện tử tại Việt Nam chủ yếu phát triển theo mô hình này.

Từ năm 1994, NH Ngoại thương Việt Nam triển khai dịch vụ Home-banking. Đến năm 1999, NH Ngoại thương Việt Nam thực hiện dịch vụ Ngân hàng bán lẻ đầu tiên ở Việt Nam với hệ thống VCB Vision 2010. Đến tháng 11/2002, NH Công Thương Việt Nam khai trương dịch vụ này. Hiện nay, đối với

dịch vụ PC-banking, trên thị trường có vài NHTM cung cấp dịch vụ Ngân hàng tại nhà “home-banking” (Vietcombank, Techcombank, ACB, Eximbank ...) và 2 Ngân hàng nước ngoài là ANZ và Citibank. Dịch vụ Phone-banking, có các Ngân hàng cung cấp là VCB, ACB, Techcombank, HSBC, ANZ và Citibank... Dịch vụ Mobile-banking thì có Ngân hàng Đông Á, ACB và Techcombank...Hiện nay, có một số Ngân hàng cung cấp dịch vụ Internet-banking nhưng chỉ mới ở mức cho phép truy cập về thông tin tài khoản, chưa thực hiện được các giao dịch chuyển tiền với các tài khoản khác hoặc thanh toán qua tài khoản. Ngoài ra, các Ngân hàng khác chỉ mới dừng lại ở việc thiết lập các trang web chủ yếu để giới thiệu Ngân hàng và cung cấp thông tin dịch vụ.

1.3 TÍNH TẤT YẾU PHẢI PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VIỆT NAM

1.3.1 Vai trò của Ngân hàng điện tử trong xu thế hội nhập:

Việc phát triển các dịch vụ thanh toán điện tử tiên tiến giúp chu chuyển vốn tăng nhanh và đáp ứng tốt hơn các nhu cầu thanh toán của nền kinh tế đất nước đang thay đổi nhanh chóng. Chính điều đó sẽ làm cho luồng tiền từ mọi phía chảy vào Ngân hàng sẽ rất lớn và được điều hòa với hệ số hữu ích cao, làm thay đổi cơ cấu tiền lưu thông, chuyển từ nền kinh tế tiền mặt qua nền kinh tế chuyển khoản.

Thông qua hệ thống Ngân hàng điện tử, Ngân hàng có thể kiểm soát hầu hết các chu chuyển tiền tệ, cũng từ đó có thể hạn chế được các vụ rửa tiền, chuyển tiền bất hợp pháp, tham nhũng...

Với các nguồn dữ liệu được truy cập kịp thời, chính xác qua hệ thống mạng thông tin, Ngân hàng Trung Ương có thể phân tích, lựa chọn các giải pháp, sử dụng các công cụ điều tiết, kiểm soát cung ứng tiền tệ tối ưu nhằm điều hòa,

ổn định tiền tệ đối nội và đối ngoại chủ động, có đủ điều kiện để đánh giá tình hình cán cân thương mại, cán cân thanh toán, và diễn biến tốc độ phát triển kinh tế. Ngân hàng Trung Ương sẽ nâng cao hơn vai trò của mình, phát huy hết chức năng của mình nếu như việc ứng dụng Ngân hàng điện tử ngày càng được đẩy mạnh trong hệ thống Ngân hàng.

Mạng thông tin giúp cho hoạt động thanh tra, giám sát Ngân hàng chặt chẽ, kịp thời chấn chỉnh những vi phạm, giữ vững an toàn hệ thống. Việc quản lý hệ thống kho quỹ, in ấn tiền, tổ chức điều hành văn phòng, quản lý hồ sơ cán bộ, đào tạo huấn luyện nghiệp vụ, hội họp từ xa trong nước và quốc tế... đều có thể ứng dụng qua mạng thông tin sẽ rất thuận tiện, giảm được đáng kể chi phí đi lại, chi phí tổ chức, tiết kiệm thời gian...

Đầu tư tín dụng cũng sẽ thay đổi lớn. Các dự án đầu tư cũng có thể được đưa lên mạng để chào mời các Ngân hàng thương mại. Máy tính điện tử phân tích các dữ liệu truy cập, đưa ra các phương án để lựa chọn tối ưu. Ngân hàng thương mại thấy rõ những điều cần tư vấn để bỏ khuyết vào dự án đảm bảo khả năng thực thi.

Ngoài ra, mạng thông tin cung cấp cho các tổ chức tín dụng nắm được diễn biến của các thị trường: tiền tệ, chứng khoán, hối đoái. Những diễn biến về lãi suất, giá cổ phiếu, tỷ giá hối đoái. Các luồng vốn khả dụng được chào mời trên thị trường liên Ngân hàng phản ánh qua mạng sẽ giúp cho Ngân hàng có các chính sách đúng đắn và hoạch định các phương án hoạt động phù hợp

Có thể nói, Ngân hàng điện tử có vai trò vô cùng to lớn trong hệ thống Ngân hàng, nó đang tác động đến các Ngân hàng, xúc tiến việc sáp nhập, hợp nhất, hình thành các Ngân hàng lớn, nâng cao nguồn vốn tự có đủ sức trang bị

công nghệ thông tin hiện đại để đương đầu với cuộc cạnh tranh khốc liệt giành lợi thế về mình.

Mặt khác, nó cũng đẩy mạnh việc liên kết, hợp tác giữa các Ngân hàng ngày càng chặt chẽ, phát triển đa dạng, mạnh mẽ, rộng khắp trong nước và thế giới... để thiết lập các đề án phát triển nghiệp vụ kinh doanh sản phẩm và dịch vụ mới, sử dụng mạng lưới thanh toán điện tử, thông tin rủi ro, tư vấn pháp luật, kiểm toán phòng ngừa, lập quỹ bảo toàn tiền gửi, xây dựng các chương trình đồng tài trợ, lập chương trình phối hợp đào tạo, nâng cao trình độ cán bộ nhân viên, kể cả các hình thức hợp tác trong lĩnh vực dịch vụ và văn hóa xã hội....

1.3.2 Một số dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Việt Nam:

Về nguyên tắc, thực chất của dịch vụ Ngân hàng điện tử là việc thiết lập một kênh trao đổi thông tin tài chính giữa khách hàng và Ngân hàng nhằm phục vụ nhu cầu sử dụng dịch vụ Ngân hàng của khách hàng một cách thực sự nhanh chóng, an toàn và thuận tiện. Sau rất nhiều tìm tòi, thử nghiệm và ứng dụng, hiện nay dịch vụ Ngân hàng được các Ngân hàng thương mại Việt Nam cung cấp qua các kênh chính sau đây: Ngân hàng trên mạng Internet (Internet-banking), Ngân hàng tại nhà (Home-banking), Ngân hàng tự động qua điện thoại (Phone-banking); Ngân hàng qua mạng thông tin di động (Mobile-banking)...

1.3.2.1 Ngân hàng trên mạng Internet (Internet-banking)

Internet-banking là dịch vụ cung cấp tự động các thông tin sản phẩm và dịch vụ NH thông qua đường truyền Internet. Đây là một kênh phân phối rộng các sản phẩm và dịch vụ NH tới khách hàng ở bất cứ nơi đâu và bất cứ thời gian nào. Với máy tính kết nối Internet, khách hàng có thể truy cập vào website của NH để được cung cấp các thông tin, hướng dẫn đầy đủ các sản phẩm, dịch vụ của Ngân hàng. Bên cạnh đó, với mã số truy cập và mật khẩu được cấp, khách

hàng cũng có thể xem số dư tài khoản, in sao kê...Internet-banking còn là một kênh phản hồi thông tin hiệu quả giữa khách hàng và Ngân hàng.

Các dịch vụ Internet-banking cung cấp:

- Xem số dư tài khoản tại thời điểm hiện tại.
- Vấn tin lịch sử giao dịch
- Xem thông tin tỷ giá, lãi suất tiền gửi tiết kiệm
- Thanh toán hóa đơn điện, nước, điện thoại.
- Khách hàng có thể gửi tất cả các thắc mắc, góp ý về sản phẩm, dịch vụ của Ngân hàng và được giải quyết nhanh chóng.

1.3.2.2 Ngân hàng tại nhà (Home-banking):

Ứng dụng và phát triển Home-banking là một bước phát triển chiến lược của các NHTM Việt Nam trước sức ép rất lớn của tiến trình hội nhập toàn cầu về dịch vụ NH. Đứng về phía khách hàng, Home-banking đã mang lại những lợi ích thiết thực như tiết kiệm chi phí, thời gian. Và khẩu hiệu “Dịch vụ Ngân hàng 24 giờ mỗi ngày, bảy ngày mỗi tuần” chính là ưu thế lớn nhất mà mô hình Ngân hàng “hành chính” truyền thống không thể nào sánh được. Hiện nay, dịch vụ Home-banking tại Việt Nam đã được nhiều NH tại Việt Nam ứng dụng và triển khai rộng rãi như: NH Á Châu, NH Ngoại thương Việt Nam, NH Kỹ thương....

Dịch vụ Ngân hàng tại nhà được xây dựng trên một trong hai nền tảng: hệ thống các phần mềm ứng dụng (Software Base) và nền tảng công nghệ Web (Web Base), thông qua hệ thống máy chủ, mạng Internet và máy tính con của khách hàng, thông tin tài chính sẽ được thiết lập, mã hóa, trao đổi và xác nhận yêu cầu sử dụng dịch vụ. Mặc dù có một số điểm khác biệt, nhưng nhìn chung, chu trình sử dụng dịch vụ Ngân hàng tại nhà bao gồm các bước cơ bản sau:

- Bước 1: Thiết lập kết nối (khách hàng kết nối máy tính của mình với hệ thống máy tính của Ngân hàng qua mạng Internet (dial-up, Direct-cable, LAN, WAN...), sau đó truy cập vào trang Web của Ngân hàng phục vụ mình (hoặc giao diện người sử dụng của phần mềm). Sau khi kiểm tra và xác nhận khách hàng, khách hàng sẽ được thiết lập một đường truyền bảo mật (https) và đăng nhập (login) vào mạng máy tính của Ngân hàng.

- Bước 2: Thực hiện yêu cầu dịch vụ (khách hàng có thể sử dụng rất nhiều dịch vụ Ngân hàng điện tử phong phú và đa dạng như truy vấn thông tin tài khoản, chuyển tiền, hủy bỏ việc chi trả séc, thanh toán điện tử... và rất nhiều dịch vụ trực tuyến khác).

- Bước 3: Xác nhận giao dịch, kiểm tra thông tin, và thoát khỏi mạng (thông qua chữ ký điện tử, xác nhận điện tử, chứng từ điện tử...); khi giao dịch được hoàn tất, khách hàng kiểm tra lại giao dịch và thoát khỏi mạng, những thông tin chứng từ cần thiết sẽ được quản lý, lưu trữ và gửi tới khách hàng khi có yêu cầu.

Đối với các Ngân hàng khác nhau, quy trình nghiệp vụ cũng tương tự cùng với một vài đặc trưng riêng của mỗi Ngân hàng.

1.3.2.3 Ngân hàng qua điện thoại (Phone-banking):

Cũng như PC-banking, dịch vụ NH được cung cấp qua một hệ thống máy chủ và phần mềm quản lý đặt tại NH, liên kết với khách hàng thông qua tổng đài của dịch vụ. Thông qua các phím chức năng được khái niệm trước, khách hàng sẽ được phục vụ một cách tự động hoặc thông qua nhân viên tổng đài.

Khi đăng ký sử dụng dịch vụ Phone-banking, khách hàng sẽ được cung cấp một mã khách hàng, hoặc mã tài khoản, tùy theo dịch vụ đăng ký, khách hàng có thể sử dụng nhiều dịch vụ khác nhau. Nhìn chung, quy trình sử dụng dịch vụ Phone-banking như sau:

Đăng ký sử dụng dịch vụ: Khách hàng phải cung cấp các thông tin cần thiết và ký hợp đồng sử dụng dịch vụ Phone-banking. Sau đó, khách hàng sẽ được cung cấp 2 số định danh (duy nhất) là Mã khách hàng và Mã khóa truy nhập hệ thống, ngoài ra khách hàng còn được cung cấp một Mã tài khoản nhằm tạo sự thuận tiện trong giao dịch cũng như đảm bảo an toàn và bảo mật.

Xử lý một giao dịch: Khi khách hàng gọi tới tổng đài, nhập mã khách hàng và khóa truy nhập dịch vụ, theo lời nhắc trên điện thoại, khách hàng chọn phím chức năng tương ứng với dịch vụ mình cần giao dịch. Khách hàng có thể thay đổi, chỉnh sửa trước khi xác nhận giao dịch với Ngân hàng, chứng từ giao dịch sẽ được in ra và gửi tới khách hàng khi giao dịch được xử lý xong.

Các dịch vụ được cung cấp: qua Phone-banking, khách hàng có thể sử dụng rất nhiều dịch vụ Ngân hàng như: hướng dẫn sử dụng dịch vụ, giới thiệu thông tin về dịch vụ Ngân hàng, cung cấp thông tin tài khoản và bảng kê các giao dịch, báo Nợ, báo Có, cung cấp thông tin Ngân hàng như lãi suất, tỷ giá hối đoái, chuyển tiền, thanh toán hóa đơn và dịch vụ hỗ trợ khách hàng... và nhiều dịch vụ khác. Tuy nhiên, tại Việt Nam, các dịch vụ Ngân hàng mới tạm thời cung cấp dịch vụ tra cứu thông tin tài khoản và cung cấp thông tin tài chính Ngân hàng.

1.3.2.4 Ngân hàng qua mạng di động (Mobile-banking):

Cùng với sự phát triển của mạng thông tin di động, các NHTM Việt Nam cũng đã nhanh chóng ứng dụng những công nghệ mới này vào các dịch vụ NH. Về nguyên tắc, thông tin bảo mật được mã hóa và trao đổi giữa trung tâm xử lý của NH và thiết bị di động của khách hàng (điện thoại di động, Pocket PC, Palm...). Dịch vụ này đã được NH Á Châu và NH Kỹ thương triển khai từ lâu,

và các NH khác cũng đã và đang bắt đầu xây dựng hệ thống và cung ứng dịch vụ Mobile-banking do tính chất thuận tiện và nhanh chóng đặc trưng của nó.

1.3.2.5 Call center:

Call center là dịch vụ Ngân hàng qua điện thoại với nhiệm vụ:

- Cung cấp tất cả các thông tin về sản phẩm, dịch vụ của Ngân hàng, bao gồm: tiền gửi thanh toán, tiết kiệm, cho vay, chuyển tiền,
- Giới thiệu qua điện thoại các sản phẩm thẻ của Ngân hàng.
- Đăng ký làm thẻ qua điện thoại.
- Đăng ký vay cho khách hàng cá nhân qua điện thoại.
- Thực hiện thanh toán các hóa đơn tiền điện, nước, điện thoại, Internet, truyền hình cáp, bảo hiểm,... và các hình thức chuyển tiền khác.
- Tiếp nhận qua điện thoại các khiếu nại, thắc mắc từ khách hàng khi sử dụng sản phẩm, dịch vụ của Ngân hàng.
- Khách hàng sẽ được cung cấp thông tin về các sản phẩm, dịch vụ của Ngân hàng một cách đầy đủ.
- Tư vấn sử dụng thẻ, thông báo và giải đáp số dư thẻ, hướng dẫn đăng ký thẻ.
- Dịch vụ thanh toán các hóa đơn (điện, nước, điện thoại,...) rất an toàn vì các dịch vụ thanh toán này đã được khách hàng đăng ký trước với Ngân hàng nên sẽ không có sự nhầm lẫn trong thanh toán.
- Dịch vụ chuyển tiền từ tài khoản cá nhân vào thẻ thanh toán rất thuận tiện cho khách hàng đang ở xa không có chi nhánh của Ngân hàng hoặc đang công tác, du lịch ở nước ngoài cần chuyển tiền vào thẻ để đáp ứng kịp thời nhu cầu chi tiêu của khách hàng.

1.3.2.6 Kiosk Ngân hàng:

Là sự phát triển của dịch vụ Ngân hàng hướng tới việc phục vụ khách hàng với chất lượng cao nhất và thuận tiện nhất. Trên đường phố sẽ đặt các trạm làm việc với đường kết nối Internet tốc độ cao. Khi khách hàng cần thực hiện giao dịch hoặc yêu cầu dịch vụ, họ chỉ cần truy cập, cung cấp số chứng nhận cá nhân và mật khẩu để sử dụng dịch vụ của hệ thống Ngân hàng phục vụ mình. Đây cũng là một hướng phát triển đáng lưu tâm cho các nhà lãnh đạo của các Ngân hàng thương mại Việt Nam. Hiện nay, Ngân hàng Kỹ thương đã thử nghiệm dịch vụ này tại hội sở Ngân hàng.

1.3.3 Tính ưu việt của dịch vụ Ngân hàng điện tử:

- Nhanh chóng, thuận tiện

Ngân hàng điện tử giúp khách hàng có thể liên lạc với Ngân hàng một cách nhanh chóng, thuận tiện để thực hiện một số nghiệp vụ Ngân hàng tại bất kỳ thời điểm nào (24 giờ mỗi ngày, 7 ngày một tuần) và ở bất cứ nơi đâu. Điều này đặc biệt có ý nghĩa đối với các khách hàng có ít thời gian để đi đến văn phòng trực tiếp giao dịch với Ngân hàng, các khách hàng nhỏ và vừa, khách hàng cá nhân có số lượng giao dịch với Ngân hàng không nhiều, số tiền mỗi lần giao dịch không lớn. Đây là lợi ích mà các giao dịch kiểu Ngân hàng truyền thống khó có thể đạt được với tốc độ nhanh, chính xác so với Ngân hàng điện tử.

- Tiết kiệm chi phí, tăng thu nhập

Phí giao dịch Ngân hàng điện tử được đánh giá là ở mức rất thấp so với giao dịch truyền thống, đặc biệt là giao dịch qua Internet, từ đó góp phần tăng thu nhập cho Ngân hàng. Số liệu về phí giao dịch Ngân hàng khảo sát ở Mỹ đã minh chứng cho điều đó:

Stt	Hình thức giao dịch	Phí bình quân 1 giao dịch (USD)
1	Giao dịch qua nhân viên Ngân hàng	1,07
2	Giao dịch qua điện thoại	0,54
3	Giao dịch qua ATM	0,27
4	Giao dịch qua Internet	0,015

- Mở rộng phạm vi hoạt động, tăng khả năng cạnh tranh

Ngân hàng điện tử là một giải pháp của NHTM để nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả hoạt động, qua đó nâng cao khả năng cạnh tranh của NHTM. Điều quan trọng hơn là Ngân hàng điện tử còn giúp NHTM thực hiện chiến lược “toàn cầu hóa” mà không cần mở thêm chi nhánh ở trong nước cũng như ở nước ngoài. Ngân hàng điện tử 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, Ngân hàng điện tử sẽ giúp nâng cao hiệu quả sử dụng vốn của Ngân hàng. Thông qua các dịch vụ Ngân hàng điện tử, các lệnh chi trả, nhờ thu của khách hàng được thực hiện nhanh chóng, tạo điều kiện chu chuyển nhanh vốn tiền tệ, trao đổi tiền - hàng. Qua đó đẩy nhanh tốc độ lưu thông hàng hoá, tiền tệ, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

- Tăng khả năng chăm sóc và thu hút khách hàng

Chính tiện ích 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 nên khả năng phát triển, cung ứng

các dịch vụ cho nhiều đối tượng khách hàng, nhiều lĩnh vực kinh doanh của Ngân hàng điện tử là rất cao.

- *Cung cấp dịch vụ trọn gói*

Điểm đặc biệt của dịch vụ Ngân hàng điện tử là có thể cung cấp dịch vụ trọn gói. Theo đó các Ngân hàng có thể liên kết với các công ty bảo hiểm, công ty chứng khoán, công ty tài chính khác 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...

1.4 ĐIỀU KIỆN ĐỂ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

1.4.1 Điều kiện 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 1/3/2006, 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 09/06/2006: ban hành Nghị định số 57/2006/NĐ-CP hướng dẫn 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 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.

1.4.2 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 phi 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.

1.4.2.1 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.

1.4.2.2 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.

1.4.2.3 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.

1.4.3 Điều kiện về con người:

1.4.3.1 Mức sống của người dân

Mức sống là một nhân tố quan trọng để phát triển các dịch vụ thanh toán điện tử. Khi người dân phải sống với thu nhập thấp, hay nói cách khác có ít tiền thì có lẽ họ sẽ không quan tâm đến các dịch vụ Ngân hàng. Họ sẽ dùng tiền mặt thay vì các dịch vụ thanh toán điện tử. Do vậy, phát triển kinh tế và cải thiện mức sống luôn luôn là những yếu tố tiên quyết cho việc phát triển các dịch vụ Ngân hàng điện tử.

1.4.3.2 Sự hiểu biết và chấp nhận các dịch vụ Ngân hàng điện tử

Thói quen và sự yêu thích dùng tiền mặt, tính “ì” của khách hàng trước các dịch vụ mới có thể là những trở ngại chính cho việc phát triển các dịch vụ Ngân hàng điện tử. Sự phổ biến của các dịch vụ Ngân hàng điện tử liên quan chặt chẽ tới sự chấp nhận của khách hàng hơn là những gì mà phía mời chào cung ứng dịch vụ đưa ra. Sẽ chẳng có lý do nào cho các Ngân hàng cung cấp các dịch vụ Ngân hàng điện tử mà không được sự chấp nhận của khách hàng. Sự hiểu biết của đông đảo khách hàng về các dịch vụ Ngân hàng điện tử và ích lợi của các dịch vụ này là hết sức cần thiết. Rõ ràng, các dịch vụ Ngân hàng điện tử là các dịch vụ hiện đại và tốt. Tuy vậy, chúng ta không thể cho rằng có các dịch vụ tốt là đủ. Để xúc tiến các dịch vụ Ngân hàng điện tử các Ngân hàng cung cấp các dịch vụ này cần phải làm cho khách hàng biết rằng có những dịch vụ như vậy và hướng dẫn họ sử dụng các dịch vụ đó.

1.4.3.3 Nguồn nhân lực của Ngân hàng

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. Thiếu các kỹ năng để làm việc trên Internet và làm việc với các phương tiện hiện đại khác, hạn chế về khả năng sử dụng tiếng Anh - ngôn ngữ căn bản của Internet cũng là những trở ngại cho việc phát triển các dịch vụ thanh toán điện tử.

1.5 SỰ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ CỦA CÁC NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI

1.5.1 Tình hình phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử ở các nước trong khu vực và trên thế giới:

Tại các nước đi đầu như Mỹ, các nước Châu Âu, Australia và tiếp sau đó là các quốc gia và vùng lãnh thổ như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Singapore, Hồng Kông, Đài Loan..., các Ngân hàng ngoài việc đẩy mạnh phát triển hệ thống thanh toán điện tử còn mở rộng phát triển các kênh giao dịch điện tử như các loại thẻ giao dịch qua máy rút tiền tự động ATM, các loại thẻ tín dụng Smart Card, Visa, Master Card... và các dịch vụ Ngân hàng trực tuyến như Internet-banking, Mobile-banking, TelePhone-banking, Home-banking.

Ở khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, Singapore và Hồng Kông đã phát triển các dịch vụ Ngân hàng điện tử từ rất sớm. Tại Hồng Kông, dịch vụ Ngân hàng điện tử có từ năm 1990, còn các Ngân hàng ở Singapore cung cấp dịch vụ Ngân hàng qua Internet từ năm 1997. Dịch vụ Internet-banking ở Thái Lan hoạt động từ năm 2001. Trung Quốc mới tham gia vào hệ thống Ngân hàng trực tuyến từ năm 2000 nhưng đã có rất nhiều cải cách về chính sách cũng như chiến lược để phát triển lĩnh vực này.

Hiện nay, dịch vụ Ngân hàng điện tử đã được sử dụng ở nhiều nước trên thế giới và số lượng người sử dụng các loại dịch vụ này cũng tăng dần qua các năm.

1.5.2 Các dịch vụ Ngân hàng điện tử trong khu vực và trên thế giới:

1.5.2.1 Dịch vụ cung cấp thông tin về tài khoản cho khách hàng

Dịch vụ Ngân hàng trực tuyến này cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch trực tuyến sau đây:

- Tóm lược về những sản phẩm, dịch vụ đã giao dịch với Ngân hàng, xem số dư tài khoản (Account Summary)
- Kiểm tra chi tiết các nghiệp vụ đã giao dịch (Transaction History).
- Kiểm tra tình trạng các thẻ ghi Nợ, thẻ ghi Có (Credit/Debit Card Enquiry).
- Kiểm tra tình trạng các Sec đã phát hành, xem chúng đã được thanh toán hay chưa, bị từ chối thanh toán hay đang trong tình trạng chờ đợi chi trả (Cheque Status Enquiry).

1.5.2.2 Dịch vụ Ngân hàng điện toán (Computer Banking)

Là những dịch vụ cho phép khách hàng có thể giao dịch với Ngân hàng bằng cách sử dụng mạng Internet hay Intranet kết nối với máy chủ của Ngân hàng để thực hiện, nhận và thanh toán hóa đơn...

1.5.2.3 Thẻ ghi nợ (Debit Card)

Thẻ được sử dụng tại những máy ATM hay máy thanh toán tại những điểm bán hàng (Point of sale-POS) cho phép khách hàng sử dụng được bằng cách ghi Nợ trực tiếp vào tài khoản của họ.

1.5.2.4 Thanh toán trực tiếp (Direct payment)

Là hình thức thanh toán cho phép khách hàng tự động thanh toán các hóa đơn hay lương, trợ cấp cho nhân viên bằng cách chuyển tiền điện tử. Các khoản chi trả được chuyển điện tử từ tài khoản của họ đến tài khoản người thụ hưởng. Các mẫu tin về người thụ hưởng có thể được cài sẵn trước hàng tháng nếu cần.

1.5.2.5 Gửi và thanh toán hóa đơn điện tử (Electronic bill presentment and payment – EBPP)

Đây là một hình thức hóa đơn thanh toán được gửi trực tiếp đến khách hàng bằng e-mail hoặc bằng một thông báo trên tài khoản Ngân hàng điện tử. Sau đó, khách hàng sẽ ra thông báo đồng ý chi trả, việc thanh toán được điện tử hóa trực tiếp từ tài khoản khách hàng.

1.5.2.6 Thẻ trả lương (Payroll Card)

Một loại thẻ tích trữ giá trị (stored-value card) được phát hành bởi các doanh nghiệp thay cho việc thanh toán lương trực tiếp, với thẻ lương cho phép người làm công nhận lương trực tiếp tại máy ATM hay sử dụng máy thanh toán tại các điểm bán hàng. Lương công nhân được các doanh nghiệp nạp vào thẻ một cách điện tử.

1.5.2.7 Ghi nợ được ủy quyền trước (Preauthorized debit)

Đây là hình thức thanh toán mà cho phép khách hàng ủy quyền cho Ngân hàng tự động thanh toán các khoản thường xuyên, các hóa đơn có tính chất định kỳ từ tài khoản của họ vào ngày cụ thể với một số tiền cụ thể. Khoản thanh toán này sẽ được chuyển điện tử từ tài khoản khách hàng đến tài khoản người thụ hưởng.

1.5.2.8 Dịch vụ đầu tư (Investment Services)

Dịch vụ này cung cấp nhiều loại sản phẩm và dịch vụ đầu tư tài chính trực tuyến như đầu tư chứng khoán, mở tài khoản tiết kiệm qua mạng...

1.5.2.9 Dịch vụ cho vay tự động

Với dịch vụ này khách hàng có thể vay tiền của Ngân hàng thông qua các máy cho vay tự động ALM (Automated Loan Machines). Việc duy nhất mà khách hàng phải làm là nhập vào máy các thông tin cần thiết và trả lời một số câu hỏi do máy đưa ra.

1.5.2.10 Dịch vụ Ngân hàng tự phục vụ

Sử dụng dịch vụ này khách hàng sẽ thao tác với các máy giao dịch tự phục vụ, đó là những máy ATM (Automatic Teller Machines) với nhiều chức năng, cho phép khách hàng rút tiền từ tài khoản, nộp tiền vào tài khoản, kiểm tra số dư, chuyển khoản, vay, đầu tư cổ phiếu, mở tài khoản, phát hành Séc, cung cấp cũng như truy cập thông tin... Ở các nước phát triển các máy ATM có chức năng gần bằng một chi nhánh Ngân hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 đã nêu khái quát những khái niệm cơ bản cũng như các giai đoạn phát triển của Ngân hàng điện tử, đưa ra một bức tranh tổng quan về sự phát triển của Ngân hàng điện tử tại các NHTM Việt Nam. Với những tiện ích, ưu điểm của các sản phẩm Ngân hàng điện tử cho thấy việc phát triển dịch vụ này tại các NHTM Việt Nam trong xu thế hội nhập hiện nay là tất yếu. Tuy nhiên, để phát triển dịch vụ Ngân hàng hiện đại này cũng cần có sự hiểu biết, chấp nhận của khách hàng, đồng thời vấn đề về pháp lý và công nghệ cũng góp phần không kém trong việc triển khai thành công dịch vụ Ngân hàng điện tử.

Chương 2: TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU

2.1 GIỚI THIỆU NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU

2.1.1 Thông tin tổng quan:

2.1.1.1 Quyết định thành lập:

Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu (ACB) được thành lập theo Giấy phép số 0032/NH-GP do Ngân hàng Nhà nước (NHNN) cấp ngày 24/4/1993, và Giấy phép số 533/GP-UB do Ủy ban Nhân dân TP. HCM cấp ngày 13/5/1993. Ngày 04/6/1993, ACB chính thức đi vào hoạt động.

ACB được Trung tâm Giao dịch Chứng khoán Hà Nội chấp thuận cho niêm yết kể từ ngày 31/10/2006 theo Quyết định số 21/QĐ-TTGDHN.

- Loại chứng khoán: Cổ phiếu phổ thông
- Mã chứng khoán: ACB
- Mệnh giá: 10.000 đồng/ cổ phiếu
- Số lượng chứng khoán niêm yết hiện nay: 263.005.996 cổ phiếu

2.1.1.2 Ngành nghề kinh doanh

- Huy động vốn ngắn, trung và dài hạn theo các hình thức tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi thanh toán, chứng chỉ tiền gửi.
- Tiếp nhận vốn ủy thác đầu tư
- Nhận vốn từ các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước
- Cho vay ngắn, trung và dài hạn
- Chiết khấu thương phiếu, công trái và giấy tờ có giá

- Đầu tư vào các tổ chức kinh tế
- Làm dịch vụ thanh toán giữa các khách hàng
- Kinh doanh ngoại tệ, vàng bạc
- Thanh toán quốc tế, đầu tư chứng khoán
- Cung cấp các dịch vụ về đầu tư, các dịch vụ về quản lý nợ và khai thác tài sản, cung cấp các dịch vụ Ngân hàng khác.

2.1.1.3 Công nghệ:

Năm 1997: ACB **tiếp cận nghiệp vụ Ngân hàng hiện đại** bằng một chương trình đào tạo nghiệp vụ Ngân hàng toàn diện kéo dài hai năm, do các giảng viên nước ngoài trong lĩnh vực Ngân hàng thực hiện. Thông qua chương trình này, ACB đã nắm bắt một cách hệ thống các nguyên tắc vận hành của một Ngân hàng hiện đại, các chuẩn mực và thông lệ trong quản lý rủi ro, đặc biệt là lĩnh vực Ngân hàng bán lẻ, và nghiên cứu ứng dụng trong điều kiện Việt Nam.

Năm 1999: ACB triển khai chương trình **hiện đại hóa công nghệ thông tin Ngân hàng**, xây dựng hệ thống mạng diện rộng, nhằm trực tuyến hóa và tin học hóa hoạt động giao dịch; và cuối năm 2001, ACB chính thức vận hành hệ thống công nghệ Ngân hàng lõi là TCBS (The Complete Banking Solution: Giải pháp Ngân hàng toàn diện). Đây là hệ thống mạng diện rộng, trực tuyến, có tính an toàn và năng lực tích hợp cao, xử lý các giao dịch tại bất kỳ chi nhánh nào theo thời gian thực với cơ sở dữ liệu quan hệ (relational) và tập trung (centralised), cho phép Ngân hàng thiết kế nhiều sản phẩm hơn và tạo ra nhiều tiện ích hơn để phục vụ khách hàng. Tất cả chi nhánh và phòng giao dịch đều được nối mạng với toàn hệ thống và khách hàng có thể gửi tiền nơi này và rút tiền tại nơi khác. Hệ thống cho phép Hội sở có thể kiểm tra, kiểm soát hoạt động

của từng nhân viên giao dịch, tra soát số liệu của hệ thống một cách tức thời phục vụ công tác quản lý rủi ro. Một điều quan trọng là ACB làm chủ hoàn toàn được các ứng dụng TCBS. Đây là một năng lực cốt lõi mà không phải Ngân hàng nào ở Việt Nam cũng có được.

Năm 2004, ACB đã tiến hành:

- Nâng cấp máy chủ
- Thay thế phần mềm xử lý giao dịch thẻ Ngân hàng bằng một phần mềm mới có khả năng tích hợp với nền công nghệ tin học hiện nay của ACB
- Lắp đặt hệ thống máy ATM

ACB là thành viên của Hiệp hội SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication), sử dụng công cụ viễn thông bảo đảm phục vụ khách hàng trên toàn thế giới trong suốt 24 giờ mỗi ngày. Ngoài ra, ACB cũng sử dụng các thiết bị chuyên dùng của Reuters, gồm có Reuters Monitor, dùng để xem thông tin tài chính, và Reuters Dealing System, dùng để thực hiện giao dịch mua bán ngoại tệ với các tổ chức tài chính.

2.1.1.4 Mạng lưới hoạt động:

a. Mạng lưới kênh phân phối:

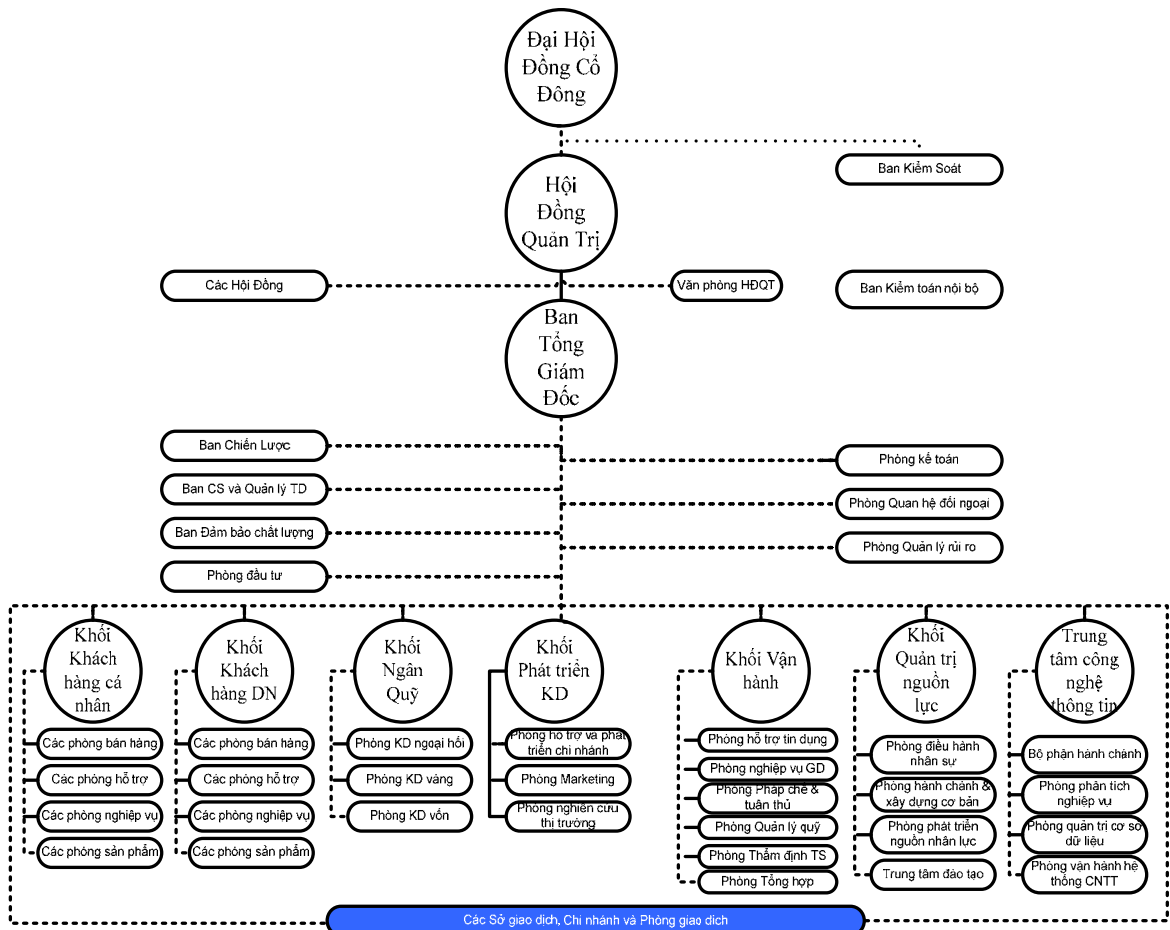
- 171 chi nhánh và phòng giao dịch, bao gồm 100 TP.HCM, 33 miền Bắc, 16 miền Trung, 9 miền Tây, 13 miền Đông (đến 30/09/2008).
- Trung Tâm Thẻ với 5.584 đại lý chấp nhận thanh toán thẻ.
- Trung Tâm chuyển tiền nhanh Western Union với 392 điểm chi trả.

b. Công ty trực thuộc:

- Công ty chứng khoán (ACBS)

- Công ty Quản lý và khai thác tài sản Ngân hàng (ACBA)
- Công ty cho thuê tài chính (ACBL)
- c. Công ty liên kết:
 - Công ty Cổ phần Dịch vụ Bảo vệ Ngân hàng Á Châu (ACBD)
 - Công ty Cổ phần Địa ốc ACB (ACBR).
- d. Công ty liên doanh:
 - Công ty Cổ phần Sài Gòn Kim hoàn ACB-SJC.

2.1.1.5 Sơ đồ tổ chức:



2.1.2 Tình hình hoạt động của ACB từ năm 1993 đến 2007

2.1.2.1 Quá trình tăng vốn điều lệ³:

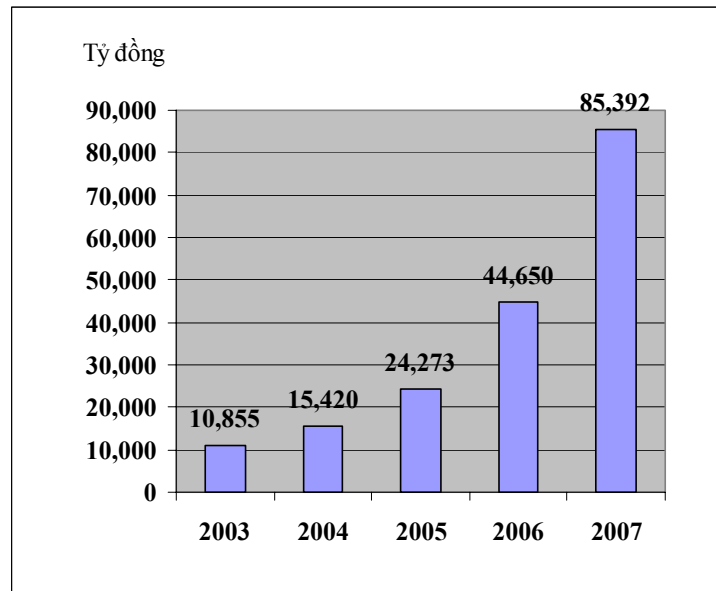
Bảng 2.1: Quá trình tăng vốn điều lệ tại ACB từ 1993 đến 2007

Năm	Vốn điều lệ (tỷ đồng)	Số lượng cổ đông
1993	20	18
1994	70	38
1997	341	557
2/2005	600	756
7/2005	656	756
8/2005	948.32	780
2/2006	1,100	786
12/2007	2,630	8,066

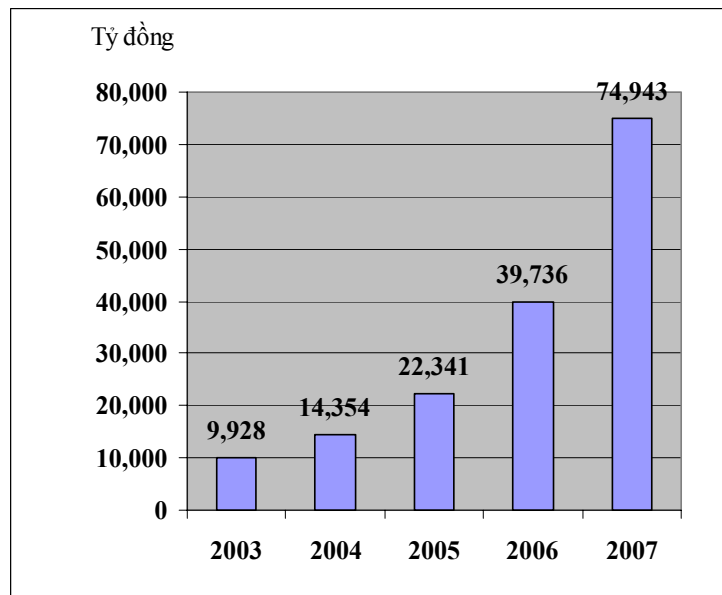
2.1.2.2 Kết quả hoạt động kinh doanh:

Trong 15 năm hoạt động, ACB luôn tăng trưởng mạnh mẽ và ổn định. Điều này được thể hiện bằng các chỉ số tài chính tín dụng của ACB như sau:

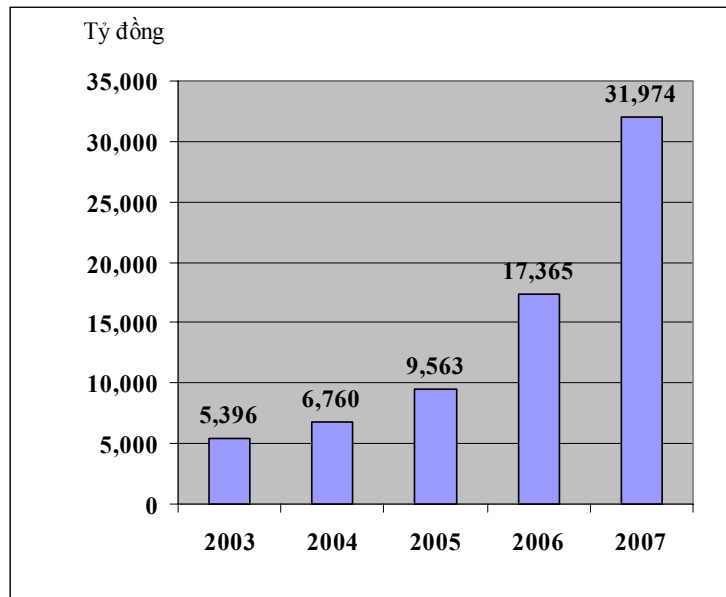
³ Số liệu hợp nhất

Biểu đồ 2.1: Tổng tài sản của ACB trong giai đoạn 2003-2007

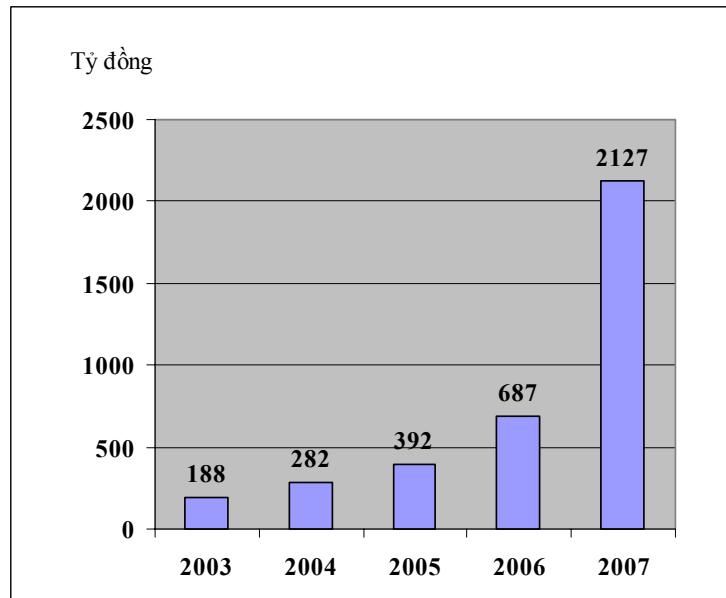
Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo thường niên của ACB từ năm 2003 đến 2007

Biểu đồ 2.2: Vốn huy động của ACB trong giai đoạn 2003 – 2007

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo thường niên của ACB từ năm 2003 đến 2007

Biểu đồ 2.3: Dư nợ cho vay của ACB trong giai đoạn 2003 – 2007

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo thường niên của ACB từ năm 2003 đến 2007

Biểu đồ 2.4: Lợi nhuận trước thuế của ACB trong giai đoạn 2003 – 2007

Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo thường niên của ACB từ năm 2003 đến 2007

2.2 TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI ACB

2.2.1 Giới thiệu phòng Ngân hàng điện tử của ACB:

Trong quá trình phát triển, Ngân hàng Á Châu không ngừng nâng cao chất lượng các dịch vụ sẵn có và cung cấp dịch vụ mới nhằm phục vụ tốt hơn cho khách hàng. Vì thế, Ngân hàng Á Châu đã đưa vào sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử với nhiều lợi ích và thuận tiện cho khách hàng, cùng với sự kiện này là việc thành lập phòng Ngân hàng điện tử vào năm 2003.

Phòng Ngân hàng điện tử trực thuộc Khối khách hàng cá nhân, gồm 3 bộ phận :

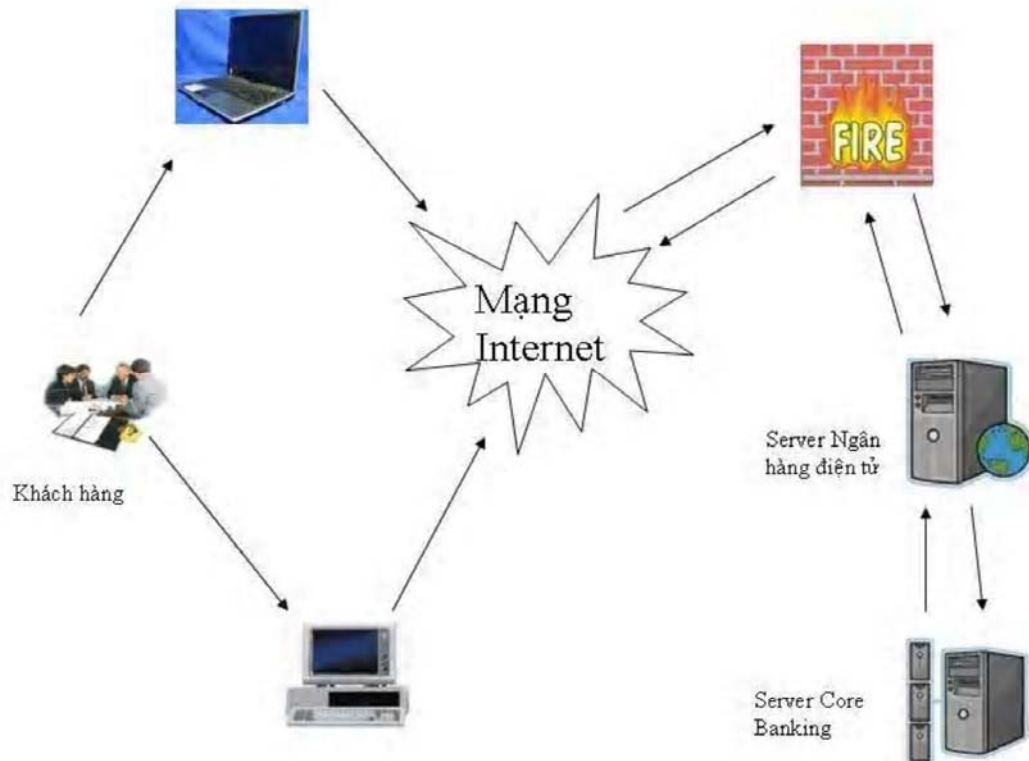
- Bộ phận sản phẩm: nhiệm vụ chính là trực line điện thoại, quản lý cơ sở dữ liệu, giải đáp thắc mắc của khách hàng về các sản phẩm e-banking và phụ trách việc phát triển các loại hình sản phẩm mới trên nền tảng công nghệ Ngân hàng điện tử
- Bộ phận Marketing: nhiệm vụ chính là quảng bá rộng rãi các sản phẩm của e-banking, thu hút khách hàng sử dụng các sản phẩm e-banking.
- Bộ phận hỗ trợ kỹ thuật: vừa có nhiệm vụ hỗ trợ cài đặt, hướng dẫn khách hàng sử dụng e-banking vừa phát triển các ứng dụng phần mềm mới phục vụ cho việc quản lý dịch vụ Ngân hàng điện tử.

2.2.2 Hệ thống Ngân hàng điện tử tại ACB

2.2.2.1 *Phần cứng* : sơ đồ mạng Ngân hàng

Nhằm đảm bảo sự giao dịch thuận tiện và chất lượng tốt, vừa an toàn cho hoạt động của Ngân hàng, vừa có thể xử lý được các giao dịch của Ngân hàng

điện tử, Ngân hàng Á Châu đã bố trí hai máy chủ liên kết chạy song song với nhau: Server Ngân hàng điện tử và Sever CoreBanking theo mô hình dưới đây.



Theo mô hình này, các giao dịch trên web sẽ được xử lý tại Server Ngân hàng điện tử, sau đó định kỳ sẽ được cập nhật sang Server Corebanking và ngược lại.

2.2.2.2 Phần mềm:

Những phần mềm và công nghệ chuyên dụng được sử dụng trong Ngân hàng Á Châu.

a. Phần mềm bảo mật : chứng chỉ số (CA).

- Ngày 30/09/2003, ACB đã chính thức ký hợp đồng ‘ứng dụng chứng chỉ số trong giao dịch Ngân hàng điện tử’ với Công ty Phần mềm và Truyền thông

VASC – nhà cung cấp chứng thực số (Certification Authorities – CA). Nhà cung cấp CA sẽ có trách nhiệm đảm bảo ba vấn đề cơ bản: Chứng thực nguyên gốc dữ liệu, chống xem trộm, và toàn vẹn dữ liệu.

- Công nghệ: VASC-CA cung cấp VASC Individual - Class 3 đưa ra mức bảo hiểm cao, xác thực các thông tin cần thiết thông qua bộ phận quản lý đăng ký (RA). Nó chỉ được đăng ký tại đất nước mà VASC-CA có RA. Hạn sử dụng là 1 năm.

- Chứng chỉ số được dựa trên thuật toán mã khóa công khai mà mô hình là việc dùng cặp khoá chung và khóa bí mật.

- Căn cứ vào chứng chỉ số của bạn hệ thống có thể kiểm tra xem bạn có đủ thẩm quyền khi truy cập vào hệ thống hay không, tránh khỏi sự mạo danh bạn để truy cập các hệ thống cũng như trao đổi thông tin. Với việc mã hóa thì chứng chỉ số đã cung cấp cho bạn một giải pháp thực sự đảm bảo giúp bạn hoàn toàn yên tâm khi tham gia trao đổi thông tin và giao dịch trên Internet.

- Yêu cầu kĩ thuật của chứng chỉ số : Đó là tất cả các trình ứng dụng hỗ trợ chuẩn X509v3 như:

- + Netscape Navigator v3.xx
- + Netscape Communicator v4.xx
- + Microsoft Internet explorer v3.02 hoặc cao hơn ...

- Ngân hàng Á Châu sử dụng hai chứng chỉ số của VASC-CA :

- + Chứng chỉ số cho nhà phát triển phần mềm dùng để bảo đảm các phần mềm.

+ Chứng chỉ số cho server dùng để đảm bảo an toàn và bảo mật cho các server.

- Chữ ký điện tử cá nhân với tính năng:

+ Tính xác thực: kết hợp với E-mail, dùng như một bằng chứng nhận diện người gửi

+ Tính toàn vẹn: khi một thông điệp đã được ký bằng chữ ký điện tử, người nhận có thể xác định được rằng nội dung của thông điệp đó có bị giả mạo hay không.

+ Ngoài ra, chứng chỉ số cá nhân còn cho phép người dùng có thể chứng thực mình với một web server thông qua giao thức bảo mật SSL. Phương pháp chứng thực dựa trên chứng chỉ số được đánh giá là tốt, an toàn và bảo mật hơn phương pháp chứng thực truyền thống dựa trên mật khẩu.

- Chữ ký điện tử cho Server với tính năng :

+ Cho phép bạn cấu hình Website có giao thức bảo mật SSL, cung cấp cho Website của bạn một định danh duy nhất nhằm đảm bảo với khách hàng của bạn về tính xác thực và tính hợp pháp của Website.

+ Chứng chỉ số SSL Server (Secure Socket Layer): là một giao thức được phát triển bởi Netscape cho việc trao đổi dữ liệu cá nhân thông qua môi trường Internet. SSL sử dụng hệ thống mật mã gồm 2 khoá để mã hóa dữ liệu: một khoá chung cung cấp cho mọi người và một khoá bí mật chỉ người nhận thông điệp mới biết. SSL cho phép trao đổi thông tin an toàn và bảo mật giữa Website với khách hàng, nhân viên và đối tác của bạn thông qua công nghệ SSL mà nổi bật là:

- Thực hiện mua bán bằng thẻ tín dụng

- Bảo vệ những thông tin nhạy cảm của cá nhân
- Đảm bảo các hacker không thể dò tìm được mật khẩu

b. Phần mềm sử dụng lưu trữ cơ sở dữ liệu : (Oracle Database 10g)

Oracle Database hỗ trợ việc lưu trữ khối lượng dữ liệu lớn lên đến hàng terabytes của Ngân hàng, và để sử dụng tối đa hiệu quả các thiết bị lưu trữ tiên tiến như TCBS, Oracle cho phép quản lý và cấp phát các không gian lưu trữ một cách mềm dẻo và đầy đủ nhất. Đồng thời, nó hỗ trợ một số lượng lớn người sử dụng truy cập và thao tác đồng thời trên cùng một dữ liệu. Tuy nhiên, trong môi trường nhiều người sử dụng với các thao tác khác nhau, Oracle vẫn đảm bảo được hiệu suất tối ưu của toàn bộ hệ thống, đảm bảo được tính toàn vẹn của dữ liệu và giảm thiểu xung đột giữa những người sử dụng khác nhau.

c. Công nghệ core-banking (Symbol) :

Core-banking là công nghệ phần mềm lõi để xử lý đa dịch vụ với cơ sở dữ liệu tập trung. ACB đã ứng dụng core-banking từ năm 2001 và hiện nay đang triển khai rất tốt, phục vụ cho việc giao dịch, quản lý cơ sở dữ liệu của khách hàng, hoạt động của các sản phẩm e-banking, sản giao dịch vàng.

d. Phần mềm hệ thống “Giải pháp Ngân hàng toàn diện” (The Complete Banking Solution – TCBS).

Giải pháp này được cung cấp bởi OSI (Open Solutions Incorporation) có trụ sở chính tại Hoa Kỳ. Hệ thống được triển khai tại ACB thông qua đối tác phân phối là công ty Thiên Nam. Giải pháp TCBS có thiết kế mềm dẻo, độ số hóa cao cho phép ACB cung cấp cho khách hàng nhiều sản phẩm đặc thù, có hàm lượng công nghệ cao như: quản lý tiền mặt, sản phẩm bao thanh toán, quản

lý số liệu gửi vàng và ngoại tệ, dự thưởng – xổ số, và gần đây nhất là sàn giao dịch vàng..., góp phần giữ vững vị trí hàng đầu của ACB trong khối các Ngân hàng thương mại cổ phần tại Việt Nam.

e. Mạng riêng ảo của Ngân hàng (VPN):

Mạng riêng ảo hay VPN (viết tắt cho Virtual Bí mật Network) là một mạng dành riêng để kết nối mạng LAN của Ngân hàng dựa trên một đường truyền internet do Ngân hàng thuê riêng. Mạng VPN (Virtual Bí mật Network) là một mạng riêng được xây dựng trên một nền tảng hạ tầng mạng công cộng như mạng Internet, sử dụng cho việc truyền thông riêng tư. Giải pháp VPN cho phép khách hàng có thể truy cập tại nhà hoặc khi đi công tác xa vẫn có thể truy cập được vào mạng Ngân hàng để kiểm tra và giao dịch bằng việc sử dụng hạ tầng mạng kết nối nội hạt tới một ISP. Trong quá trình thực hiện, VPN kết nối và thiết lập đường truyền giữa khách hàng với mạng Ngân hàng. Từ đây khách hàng sử dụng có thể thực hiện các công việc như đang ngồi ở công ty thay vì đến Ngân hàng. Kết nối VPN cũng cho phép các tổ chức kết nối liên mạng giữa các địa điểm đến ISP. Kết nối trực tiếp có thể giảm chi phí gọi đường dài qua dial-up và chi phí thuê đường leased line đường dài. Mọi dữ liệu, gói truyền thông chuyển đi đều được mã hoá đảm bảo an toàn nhất.

Các mô hình VPN:

- Truy Cập từ xa (remote-Access): hay cũng được gọi là Mạng quay số riêng ảo (Virtual Bí mật Dial-up Network) hay VPDN, đây là dạng kết nối User-to-Lan áp dụng cho nhân viên có nhu cầu kết nối tới mạng riêng (bí mật network) từ các địa điểm từ xa và bằng các thiết bị khác nhau.

- Intranet VPN: kết nối các mạng cục bộ của các chi nhánh vào một mạng riêng thống nhất.
- Internet VPN: kết nối từ mạng WAN vào mạng cục bộ

2.2.3 Các dịch vụ Ngân hàng điện tử được triển khai tại ACB

2.2.3.1 Internet-banking:

Đây là dịch vụ Ngân hàng quảng bá hoạt động và cung cấp thông tin đến khách hàng thông qua website được ACB xây dựng và cập nhật thường xuyên. Truy cập vào website <http://www.acb.com.vn>, khách hàng có thể nhận được những thông tin liên quan đến hoạt động của Ngân hàng, các thông tin về sản phẩm, dịch vụ mới. Khách hàng cũng có thể tham khảo biểu phí dịch vụ, lãi suất, tỷ giá, tham khảo các chỉ dẫn khi muốn đăng ký, sử dụng dịch vụ.

a. Tiền ích của sản phẩm:

- Thông qua trang web www.acb.com.vn, khách hàng có thể biết được:
 - + Thông tin sản phẩm, dịch vụ mới của Ngân hàng một cách nhanh chóng (sản phẩm tiền gửi thanh toán, sản phẩm tiền gửi tiết kiệm, sản phẩm tín dụng, sản phẩm Ngân hàng điện tử, thanh toán quốc tế, các dịch vụ thẻ...), các thông tin của công ty địa ốc, chứng khoán, sàn giao dịch vàng...
 - + Thông tin về biểu phí, lãi suất tiết kiệm, tỷ giá hối đoái
 - + Thông tin về giá chứng khoán.
 - + Bảng giá vàng trực tuyến của sàn giao dịch vàng.
- Đăng ký thẻ trên mạng.
- Đăng ký vay trên mạng.
- Xem và in giao dịch từng tháng

- Kiểm tra số dư tài khoản, số dư thẻ
- b. Đối tượng khách hàng: tất cả các khách hàng
- c. Nguyên tắc hoạt động:

Mỗi khách hàng đến giao dịch tại ACB lần đầu tiên sẽ được cấp ngay mã số truy cập và mật khẩu để truy cập vào website của ACB và sử dụng dịch vụ.

Tất cả các tiện ích nêu trên được mỗi khách hàng kiểm tra và giao dịch một cách độc lập và bảo mật.

- d. Cơ chế bảo mật:

Hệ thống Internet-banking được bảo mật dựa trên:

- Xác thực người sử dụng bằng mã số truy cập, mật khẩu.
- Khi nhập sai mật khẩu 5 lần, hệ thống sẽ khóa lại.
- Công nghệ mã hóa dữ liệu trên đường truyền SSL (Secure Socket Layer)
- Firewall

2.2.3.2 Phone-banking:

Đây là dịch vụ truy vấn thông tin cơ bản do Ngân hàng cung cấp cho khách hàng của mình thông qua điện thoại.

- a. Tiện ích của sản phẩm:

- Kiểm tra số dư tài khoản tiền gửi thanh toán
- Nghe 5 giao dịch phát sinh mới nhất
- Kiểm tra các thông tin về lãi suất, tỷ giá hối đoái
- Kiểm tra các thông tin chứng khoán (kết quả khớp lệnh, kết quả 5 giao dịch đặt mua, đặt bán)

- Yêu cầu Ngân hàng fax bảng liệt kê giao dịch, lãi suất tiết kiệm, tỷ giá hối đoái
- Yêu cầu Ngân hàng fax bản giá chứng khoán, liệt kê giao dịch chứng khoán

b. Đối tượng khách hàng: tất cả các khách hàng

c. Nguyên tắc hoạt động:

Khách hàng khi cần biết thông tin sẽ gọi đến số điện thoại cố định do Ngân hàng quy định trước và thực hiện tuân tự các bước theo hướng dẫn tự động bằng cách sử dụng các phím số và phím chức năng của điện thoại, khách hàng sẽ nhận được các thông tin phản hồi dựa trên phần mềm đã được cập nhật thông tin và cài đặt sẵn.

d. Cơ chế bảo mật:

Hệ thống Phone-banking được bảo mật dựa trên:

- Xác thực người sử dụng bằng mã số truy cập, mật khẩu.
- Khi nhập sai mật khẩu 5 lần, hệ thống sẽ khóa lại.

2.2.3.3 Mobile-banking:

Đây là kênh phân phối của dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB cho phép khách hàng (có tài khoản hay chưa có tài khoản tại ACB) dùng điện thoại di động nhắn tin theo mẫu quy định của Ngân hàng đến tổng đài 997 yêu cầu Ngân hàng cung cấp các dịch vụ: thông tin về tài khoản tiền gửi thanh toán, thông tin thẻ, thông tin về tỷ giá, chứng khoán... và thanh toán các hoá đơn, chuyển tiền từ tài khoản tiền gửi thanh toán qua thẻ bằng tin nhắn điện thoại di động.

a. Tiện ích của sản phẩm:

- Nhận tin nhắn khi số dư tài khoản tiền gửi thanh toán, tài khoản thẻ thay đổi
- Xem số dư tài khoản tiền gửi thanh toán, số dư thẻ hiện tại
- Xem 5 liệt kê giao dịch gần nhất
- Xem thông tin về lãi suất, tỷ giá hối đoái, giá chứng khoán
- Nhận tin nhắn thông báo kết quả giao dịch chứng khoán.
- Đăng ký làm thẻ
- Đăng ký vay tín chấp
- Kiểm tra tiền nhận bằng CMND/Passport.
- Thanh toán các hóa đơn: tiền điện (cho nhiều điện kế), tiền nước (cho nhiều danh bạ nước), cước điện thoại bàn (cho nhiều số điện thoại bàn), cước điện thoại di động (cho nhiều số điện thoại di động), tiền internet (cho nhiều thuê bao internet), tiền bảo hiểm (cho nhiều hợp đồng bảo hiểm), cước truyền hình cáp (cho nhiều thuê bao truyền hình cáp)
 - Chuyển tiền từ tài khoản tiền gửi thanh toán qua thẻ:
 - + 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

b. Đối tượng khách hàng: tất cả các khách hàng

c. Nguyên tắc hoạt động:

Tùy theo nhu cầu, với chiếc điện thoại di động, khách hàng soạn tin nhắn theo cú pháp được quy ước cho từng dịch vụ, sau đó nhắn tin đến tổng đài 997 sẽ được Ngân hàng cung cấp các thông tin cần thiết hoặc được Ngân hàng thực hiện lệnh theo yêu cầu. Đối với dịch vụ thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ cho đơn vị chấp nhận, với yêu cầu bảo mật và đảm bảo tính chính xác của thông tin, một số câu lệnh đề nghị xác nhận giao dịch thể hiện dưới dạng tin nhắn sẽ được lưu chuyển giữa người sử dụng và trung tâm xử lý đặt tại Ngân hàng khi thực hiện giao dịch.

d. Cơ chế bảo mật:

Hệ thống Mobile-banking được bảo mật dựa trên:

- Xác thực người sử dụng bằng mã số truy cập, mật khẩu.
- Khi nhập sai mật khẩu 5 lần, hệ thống sẽ khóa lại.
- Xác thực số điện thoại di động đăng ký của khách hàng
- Xác thực một ký tự mật mã trong chiều dài mật mã, hạn mức khi khách hàng nhắn tin thanh toán
- Khách hàng muốn thanh toán phải đăng ký trước với Ngân hàng.

2.2.3.4 Home-banking:

Đây là kênh phân phối của dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB cho phép khách hàng có thể thực hiện các giao dịch thanh toán, chuyển khoản, chuyển tiền, chuyển đổi ngoại tệ... mọi lúc, mọi nơi mà không cần đến Ngân hàng.

Khách hàng kết nối vào hệ thống Home-banking, vào trang web <http://homebanking.acb.com.vn> của Ngân hàng Á Châu để thực hiện giao dịch

a. Tiện ích của sản phẩm:

- Tra cứu các thông tin tài khoản như kiểm tra số dư, liệt kê giao dịch....
- Chuyển khoản trong hoặc ngoài hệ thống ACB
- Thanh toán các hóa đơn (cước phí điện, nước, điện thoại...)
- Chuyển tiền cho người nhận bằng CMND hoặc passport trong hoặc ngoài hệ thống ACB
- Chuyển tiền vào thẻ trong hoặc ngoài hệ thống ACB.
- Chuyển đổi ngoại tệ sang tài khoản tiền gửi thanh toán VND trong hệ thống ACB

b. Đối tượng khách hàng: Khách hàng doanh nghiệp, công ty, khách hàng cá nhân VIP từ xếp loại BBB trở lên (theo quy định của chính sách khách hàng cá nhân)

c. Nguyên tắc hoạt động:

Dịch vụ này đáp ứng yêu cầu giao dịch của khách hàng 24/24 và suốt 7 ngày trong tuần. Khách hàng cần có máy tính kết nối với Internet và khách hàng phải đăng nhập vào hệ thống thanh toán trực tuyến trên mạng của ACB (homebanking.acb.com.vn) để đăng ký chữ ký điện tử với VASC sau khi đã khai báo đầy đủ các chi tiết và đặc biệt là địa chỉ e-mail để nhận chữ ký qua e-mail đã đăng ký trên hợp đồng Home-banking. Kế đến, khách hàng phải đăng ký chữ ký này với Ngân hàng ACB để lưu "chữ ký mẫu" nhằm xác nhận cho mỗi lần giao dịch. Chữ ký điện tử sau khi đã tải về máy vi tính có thể xuất ngay ra một tập tin hoặc nhiều file khác nhau và luân chuyển sang máy khác để thực hiện giao dịch.

Lệnh thanh toán của Ngân hàng sau khi khách hàng yêu cầu sẽ được xác nhận bởi 2 chữ ký điện tử. Thứ nhất là chữ ký của người có quyền soạn thảo lệnh; thứ hai là chữ ký của người xác nhận lệnh (chuyên khoản, chuyên tiền). Ví dụ, kế toán trưởng của một công ty sẽ tạo lệnh chuyển khoản cho khách hàng; sau đó, giám đốc công ty phải xác nhận lệnh đó thì lệnh sẽ được thực hiện ngay. Hiện nay, Ngân hàng đáp ứng các yêu cầu thanh toán tất cả các loại hoá đơn, chuyển khoản và chuyển tiền bằng chứng minh nhân dân, passport, chuyển tiền vào thẻ, chuyển đổi ngoại tệ. Đối tượng được chuyển khoản bao gồm các tài khoản trong cùng hệ thống ACB hoặc ngoài hệ thống (Ngân hàng khác). Còn đối tượng nhận tiền từ tài khoản của ACB (chuyên tiền) được nhận tiền bằng chứng minh nhân dân hoặc hộ chiếu; đối tượng này bao gồm khách hàng thuộc hệ thống ACB hoặc ngoài hệ thống.

d. Cơ chế bảo mật:

- Xác thực số điện thoại kết nối
- Bảo mật trên đường truyền
- Xác thực người sử dụng và mật khẩu
- Xác thực máy tính kết nối
- Xác thực chứng từ điện tử - chữ ký điện tử

2.2.3.5 Call center (Tổng đài 247):

Đây là dịch vụ được tổ chức tập trung với phần trung tâm là một tổng đài được bố trí trực 24/7. Khách hàng khi phát sinh yêu cầu sử dụng một số dịch vụ của Ngân hàng, truy vấn thông tin hoặc yêu cầu giải đáp thắc mắc sẽ thực hiện gọi đến số điện thoại của tổng đài **08.8247247** để đặt lệnh thực hiện dịch vụ hoặc yêu cầu được tư vấn, hướng dẫn.

a. Tiện ích sản phẩm:

- Tư vấn và giới thiệu qua điện thoại các sản phẩm, dịch vụ của Ngân hàng, các hình thức chuyển tiền
- Tư vấn cho khách hàng các hình thức cho vay cá nhân
- Cung cấp thông tin về tỷ giá, lãi suất tiền gửi, biểu phí...
- Giới thiệu các sản phẩm thẻ với tiện ích và thủ tục, điều kiện phát hành ...
- Giới thiệu địa chỉ mua sắm hàng hóa bằng thẻ
- Cung cấp số dư tài khoản thẻ, giải đáp thắc mắc, khiếu nại trong quá trình sử dụng thẻ
- Thực hiện các yêu cầu thanh toán của khách hàng
- Thực hiện yêu cầu chuyển tiền từ tài khoản thẻ sang tài khoản tiền gửi và ngược lại; chuyển tiền giữa các tài khoản thẻ với nhau hoặc chuyển tiền cho một người khác nhận bằng CMND tại một Ngân hàng khác ở Việt Nam

b. Đối tượng khách hàng: tất cả các khách hàng

2.2.4 So sánh các tiện ích của dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB với các ngân hàng TMCP:

Ở Việt Nam hiện nay, Ngân hàng điện tử chỉ phát triển mạnh ở Ngân hàng Đông Á, Techcombank, ACB và Vietcombank, còn một số Ngân hàng đang trong giai đoạn phát triển là Sacombank, BIDV, SCB, chủ yếu các Ngân hàng vẫn phát triển theo kiểu giao dịch truyền thống. Sau đây là bảng so sánh giữa các sản phẩm của Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu so với các Ngân hàng mạnh về E-banking.

Bảng 2.2 So sánh các tiện ích của dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB và các Ngân hàng TMCP

Chức năng	ACB	VCB	Techcom bank	EAB
<i>Internet-banking</i>				
Kiểm tra số dư tài khoản, số dư thẻ	x	x	x	x
Xem và in giao dịch từng tháng	x	x	x	x
Cập nhật những thông tin về sản phẩm mới nhất của Ngân hàng	x	x	x	x
Tham khảo biểu phí, lãi suất tiết kiệm, tỷ giá hối đoái	x	x	x	x
Tham khảo thông tin về giá chứng khoán	x			
Tham khảo bảng giá vàng trực tuyến của sản giao dịch vàng	x			
Đăng ký thẻ trên mạng	x			
Đăng ký vay trên mạng	x			
Chuyển khoản từ tài khoản thẻ đến tài khoản thẻ				x
Thanh toán trực tuyến trên mạng			x	x
Thanh toán hóa đơn			x	x
Mua thẻ trả trước và liệt kê giao dịch mua thẻ trả trước				x
<i>Home-banking</i>				
Tra cứu thông tin tài khoản (xem số dư, liệt kê và in giao dịch)	x	x	x	
Cập nhật những thông tin mới nhất về Ngân hàng, tham khảo lãi suất tiết kiệm, tỷ giá hối đoái	x	x	x	
Thanh toán hóa đơn (cước phí điện, nước, điện thoại, internet...)	x	x	x	
Chuyển khoản trên mạng	x		x	
Chuyển đổi ngoại tệ từ TGTT ngoại tệ sang tài khoản	x			

tiền gửi thanh toán VND trong cùng hệ thống				
Hướng dẫn cài đặt miễn phí	x			
Phone-banking				
Kiểm tra số dư tiền gửi thanh toán	x	x	x	x
Nghe 5 giao dịch phát sinh mới nhất	x	x	x	x
Nghe thông tin về lãi suất, tỷ giá hối đoái và giá chứng khoán	x	x	x	x
Yêu cầu gửi bản fax liệt kê giao dịch, lãi suất tiết kiệm và tỷ giá hối đoái.	x	x	x	x
Yêu cầu gửi bản fax giá chứng khoán, liệt kê giao dịch chứng khoán	x			
Mobile-banking				
Xem thông tin số dư tài khoản, số dư thẻ	x	x	x	x
Kiểm tra 5 giao dịch phát sinh mới nhất	x	x	x	x
Nhận tin nhắn khi số dư tài khoản thay đổi	x	x	x	x
Xem thông tin về lãi suất, tỷ giá hối đoái, giá chứng khoán	x	x	x	x
Thanh toán hóa đơn (điện, nước, điện thoại...)	x		x	x
Chuyển khoản trên mạng	x		x	x
Nhận tin nhắn thông báo kết quả giao dịch chứng khoán	x			
Đăng ký làm thẻ	x			
Đăng ký vay tín chấp	x			
Thanh toán trực tuyến				x
Mua thẻ trả trước và liệt kê giao dịch mua thẻ trả trước				x
Mở/khóa tài khoản thẻ				x

Nguồn: Tổng hợp thông tin từ các trang web của ACB, VCB, EAB, Techcombank cập nhật đến ngày 26/08/2008

Nhìn chung, hiện nay dịch vụ Home-banking tại ACB được phát triển mạnh nhất so với các ngân hàng có triển khai dịch vụ ngân hàng điện tử. Ngoài ra, dịch vụ ngân hàng điện tử của ACB cũng rất đa dạng và phong phú so với các NHTM khác. Tuy nhiên, vẫn có một số dịch vụ tính năng còn hạn chế (Mobile-banking, Internet-banking). Vì vậy, nếu ACB đầu tư nhiều hơn nữa và ngày càng phát triển nhiều tính năng của các dịch vụ hơn nữa thì ACB sẽ là Ngân hàng hàng đầu về E-banking hiện nay tại Việt Nam.

2.2.5 Kết quả kinh doanh từ Ngân hàng điện tử trong thời gian qua

Bảng 2.3: Kết quả kinh doanh từ dịch vụ Home-banking và Mobile-banking từ năm 2004 đến tháng 6 năm 2008

Chỉ tiêu	2004	2005		2006		2007		Đến T.6/2008
		Thực hiện	So với 2004	Thực hiện	So với 2005	Thực hiện	So với 2006	
Home-banking								
Doanh số (tỷ đồng)	180	570	317%	888	156%	3,087	348%	2,424
Số lượng khách hàng	596	890	149%	1,163	131%	1,517	130%	1,774
Số lượng giao dịch	5,105	15,764	309%	20,366	129%	34,358	169%	32,374
Mobile-banking								
Doanh số (tỷ đồng)	9,5	10,3	108%	8,7	84%	8,4	97%	4.8
Số lượng khách hàng	2,921	3,278	112%	3,500	107%	3,794	108%	3,953
Số lượng giao dịch	1,776	19,620	1105%	14,509	74%	11,281	78%	6,000

Nguồn: Báo cáo định kỳ của Phòng Ngân hàng điện tử ACB từ năm 2004 đến tháng 6/2008

Qua số liệu thống kê cho thấy lượng khách hàng quan tâm đến dịch vụ Home-banking và Mobile-banking tăng mạnh theo thời gian. Tính đến tháng 6 năm 2008, lượng khách hàng ký hợp đồng giao dịch Home-banking, kể cả khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp đã đạt 117% so với năm 2007 (1,774

khách hàng). Ngoài ra, dịch vụ Mobile-banking cũng được nhiều khách hàng ưa chuộng. Với dịch vụ này, chiếc điện thoại di động trở thành người bạn thân thiết và công cụ hỗ trợ thông tin đắc lực cho khách hàng. Đến thời điểm hiện nay, khoảng hơn 100,000 khách hàng có tài khoản hoặc có sử dụng dịch vụ thẻ tại ACB sử dụng dịch vụ Mobile-banking, trong đó có khoảng 3,953 khách hàng có sử dụng dịch vụ thanh toán qua Mobile-banking.

Số lượng giao dịch thực hiện hàng năm qua dịch vụ Home-banking cũng tăng cao, thể hiện sự quan tâm sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử của khách hàng là rất lớn với số lượng ngày càng tăng. Tương tự, doanh số đạt được từ dịch vụ Home-banking cũng đều tăng hàng năm gấp hơn 3 lần so với năm trước, tính đến thời điểm hiện nay đã đạt đến 2,424 tỷ đồng.

Tuy nhiên trong thời gian qua, để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và nhằm cung cấp ngày càng nhiều sản phẩm tiện ích cho khách hàng, ACB đã không ngừng phát triển và cung cấp thêm một số sản phẩm mới vì vậy khách hàng có nhiều sản phẩm để lựa chọn và sử dụng theo từng mục đích riêng nên doanh số và số lượng giao dịch của khách hàng đối với dịch vụ Mobile-banking có giảm do khách hàng sử dụng sang các sản phẩm, dịch vụ mới như Call center, dịch vụ thu hộ tiền điện ... nhưng nhìn chung số lượng khách hàng giao dịch qua Mobile-banking vẫn tăng đều hàng năm trung bình từ 7% đến 8%.

Từ kết quả phân tích trên cho thấy khách hàng rất quan tâm sử dụng dịch vụ Home-banking và Mobile-banking với số lượng ngày càng tăng.

2.3 NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN KHI PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI ACB

2.3.1 Đối với Ngân hàng:

2.3.1.1 Thuận lợi:

Trong nhiều năm liền, ACB liên tục nhận được sự thừa nhận và ủng hộ của xã hội, của cộng đồng quốc tế cũng như liên tục nhận được các giải thưởng cao quý của khối Ngân hàng. Chính vì vậy, thương hiệu ACB ngày càng được công chúng biết đến nhiều hơn trong lĩnh vực tài chính – Ngân hàng, đây cũng là thế mạnh để ACB có thể tạo được uy tín và niềm tin cho khách hàng, một điều kiện thuận lợi để phát triển, giới thiệu dịch vụ Ngân hàng điện tử với khách hàng.

Ngoài ra, để nhận được các giải thưởng có giá trị do các tổ chức có uy tín trong lĩnh vực Ngân hàng trao tặng cũng là nhờ ACB có Ban lãnh đạo tâm huyết, tài năng, đủ sức định hướng và lèo lái con thuyền ACB đi đến thành công.

Việc phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử phù hợp với chủ trương, chính sách và định hướng của Nhà nước và Ngân hàng nhà nước nên ACB cũng có được sự ủng hộ từ phía Chính phủ và ngày càng được tạo điều kiện thuận lợi hơn để phát triển dịch vụ này.

ACB có đội ngũ cán bộ nhân viên trẻ, độ tuổi trung bình khoảng dưới 30 tuổi. Như vậy, ACB rất dễ thích nghi với các công nghệ, kỹ thuật tiên tiến nhất vì người trẻ rất ham học hỏi và nhanh tiếp thu những công nghệ mới, hiện đại.

Việc gia nhập WTO đã tạo điều kiện cho sự hợp tác của các tổ chức tài chính trong và ngoài nước, vì vậy ACB đã nhận được sự hỗ trợ kỹ thuật từ các

đôi tác chiến lược, do đó đã giúp ACB không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ và trình độ công nghệ của Ngân hàng.

Trong 15 năm hoạt động với phương châm là Ngân hàng của mọi nhà, ACB đã thu hút được hơn 1,135,000 khách hàng cá nhân. Khách hàng cá nhân của ACB đa số có mức sống và trình độ học vấn khá cao, rất thuận tiện cho việc phát triển những dịch vụ Ngân hàng hiện đại, nhất là dịch vụ Ngân hàng điện tử.

Bên cạnh đó, ACB là Ngân hàng đầu tiên sử dụng Core-banking vào năm 2001 nên đây cũng là một điều kiện thuận lợi để phát triển Ngân hàng điện tử.

2.3.1.2 Khó khăn:

Tỷ lệ khách hàng ACB có sử dụng Radio và Internet còn thấp, gây khó khăn trong việc quảng bá hình ảnh, sản phẩm dịch vụ Ngân hàng qua kênh này.

Do thói quen dùng tiền mặt chưa thay đổi, món hàng trị giá hàng trăm triệu, hàng tỷ đồng vẫn được thanh toán bằng tiền mặt và không bị kiểm soát nên Ngân hàng điện tử rất khó phát triển. Như vậy, có thể nói một trong những nguyên nhân kìm hãm việc thanh toán điện tử là do sự hiểu biết và chấp nhận các dịch vụ Ngân hàng điện tử của con người.

Cơ sở hạ tầng mạng viễn thông của Việt Nam còn nhiều hạn chế, đặc biệt là mạng thông tin di động, rất thường hay xảy ra tình trạng mất sóng hoặc quá tải. Điểm yếu này sẽ gây ra không ít khó khăn cho việc phát triển Ngân hàng điện tử tại Việt Nam nói chung và tại ACB nói riêng. Có thể kể đến các ví dụ như khi khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán qua Mobile-banking mà tin nhắn bị kẹt lại từ khách hàng đến Ngân hàng hoặc từ Ngân hàng phản hồi lại khách hàng thì giao dịch sẽ rất khó có thể diễn ra thành công.

Việc ngày càng có nhiều tội phạm mạng ngày đêm dòm ngó tới “ví điện tử” của khách hàng cũng đang là một trở ngại khiến Ngân hàng điện tử chậm phát triển. Tình trạng lừa đảo, trộm tiền thông qua mạng Internet ngày càng phát triển. Điểm đặc thù của loại tội phạm này là chúng có thể ngồi ở bất kỳ đâu tấn công với thời gian thực hiện ngắn và ít để lại dấu vết. Vì vậy, điều này đã gây không ít âu lo cho khách hàng sử dụng các dịch vụ Ngân hàng điện tử. Đây cũng là một trong những lý do vì sao ACB chưa phát triển dịch vụ thanh toán qua Internet.

Mặt bằng dân trí tại Việt Nam chưa đồng đều giữa các vùng nông thôn và thành thị nên hiện nay Ngân hàng điện tử chỉ phát triển mạnh ở Thành phố Hồ Chí Minh và còn hạn chế ở các khu vực ngoài thành phố.

Cơ sở pháp lý đối với Ngân hàng điện tử tuy đã có nhưng việc ban hành cũng chậm trễ, vẫn còn chung chung, chưa có hướng dẫn chi tiết và vẫn còn hạn chế đối với một số giao dịch nên một số khách hàng sử dụng Ngân hàng điện tử nhưng có những giao dịch vẫn phải đến tận Ngân hàng để đảm bảo đầy đủ giấy tờ.

Tình hình nhân sự có nhiều biến động, các nguyên nhân gây khó khăn trong việc giữ chân các nhân sự giỏi có thể kể đến là không có các khoản tiền thưởng động viên dài hạn, thiếu linh hoạt trong công việc, không có cơ hội phát triển nghề nghiệp, phúc lợi kém hấp dẫn,... Điều này gây không ít khó khăn cho sự phát triển của Ngân hàng, có thể kể đến là tỷ lệ nhân viên thôi việc còn cao, chi phí đào tạo tăng cao, lợi nhuận giảm, thiếu hụt quản lý cấp trung gian do không đủ thời gian đào tạo...

2.3.2 Đối với khách hàng:

2.3.2.1 Tiện ích:

Với một chiếc máy tính hoặc điện thoại, khách hàng có thể liên lạc với Ngân hàng để biết thông tin nóng hổi nhất như biến động tỷ giá, giá chứng khoán ... và có thể thực hiện các giao dịch một cách nhanh chóng, hiệu quả và giảm bớt các thủ tục hành chính.

Sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử, khách hàng có thể tiết kiệm được một lượng lớn thời gian và chi phí đi lại để giao dịch với Ngân hàng.

Với sản phẩm Home-banking, các doanh nghiệp cũng giảm được nhân sự phải trực tiếp đến Ngân hàng giao dịch, chờ đợi,... Ngoài ra, lãnh đạo đơn vị có thể ký duyệt các chứng từ giao dịch mọi lúc mọi nơi và có thể giám sát ngay tức thì số dư tài khoản, giao dịch phát sinh trên tài khoản.

Và hơn thế nữa, với những tiêu chuẩn chuẩn hóa, 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.

Hiện nay, khách hàng được miễn phí sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử tại ACB. Phí chuyển tiền, chuyển khoản của các dịch vụ Ngân hàng điện tử chỉ bằng với phí chuyển tiền, chuyển khoản trực tiếp tại các chi nhánh, phòng giao dịch.

2.3.2.2 Khó khăn:

Khách hàng vốn đã quen với các nghiệp vụ giao dịch truyền thống, nhiều khách hàng muốn trực tiếp giao dịch với nhân viên Ngân hàng để có thể diễn giải

dễ dàng hơn, thông tin lấy trên mạng không thể đầy đủ như một nhân viên chuyên trách của Ngân hàng.

Nhiều khách hàng chưa hiểu lắm về những dịch vụ mới này hoặc chưa quen làm việc trên mạng nên không thích tham gia sử dụng vì những giao dịch với Ngân hàng bao giờ cũng gắn liền với tài sản, tiền bạc, cũng như cơ hội kinh doanh của họ nên họ luôn muốn sự chắc chắn, an toàn cho mình, không muốn mạo hiểm vào cái mới, chưa phổ biến.

Khách hàng chưa tin tưởng lắm về độ bảo mật, an toàn của dịch vụ Ngân hàng điện tử, đối với họ nếu có xảy ra tranh chấp thì chứng từ bằng giấy vẫn luôn là bằng chứng hùng hồn hơn chứng từ điện tử, hơn nữa chuyện hacker tấn công trên mạng luôn được các phương tiện thông tin, báo chí nói đến, họ không thể biết được hệ thống bảo mật của Ngân hàng tốt đến đâu, có thể đủ đảm bảo bí mật, an toàn cho tài sản cũng như các giao dịch của họ không.

Hiện nay, hầu hết các lệnh thanh toán thông thường đều thực hiện được qua mạng, tuy nhiên thanh toán bằng ngoại tệ cho đơn vị khác thì phải có chứng từ, hóa đơn kèm theo để chứng minh các khoản thanh toán theo quy định quản lý ngoại hối của Ngân hàng Nhà nước nên khách hàng không thể thanh toán qua mạng được... điều này gây bất tiện cho khách hàng sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử vì họ vẫn phải ra Ngân hàng giao dịch khi thanh toán các loại lệnh nêu trên.

2.4 NHỮNG THÀNH CÔNG VÀ HẠN CHẾ CỦA ACB TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ

2.4.1 Về mặt quản lý:

2.4.1.1 Thành công

Với dịch vụ Ngân hàng điện tử, khách hàng có thể giao dịch mọi lúc mọi nơi mà không phải trực tiếp đến giao dịch tại các chi nhánh của Ngân hàng. Vì vậy, Ngân hàng có thể giảm bớt nhân lực ở các quầy giao dịch, giảm bớt sai sót thao tác và sử dụng nhân sự hữu hiệu hơn. Điều này cũng góp phần giảm đi nhiều chi phí khác có liên quan. Điển hình là kết hợp với những nhân viên phục vụ trực tiếp các sản phẩm truyền thống tại quầy, chỉ cần 15 nhân viên của phòng Ngân hàng điện tử, ACB có thể phục vụ, giải quyết và thu hút được hơn 1,774 khách hàng hàng sử dụng dịch vụ Home-banking, khoảng hơn 3,953 khách hàng sử dụng dịch vụ Mobile-banking, trong đó chưa kể đến những khách hàng ưa chuộng dịch vụ Phone-banking, Internet-banking và Callcenter 247.

Dịch vụ Ngân hàng điện tử mang lại cho Ngân hàng năng suất cao, Ngân hàng có thể cắt giảm công việc giấy tờ nhờ tự động hóa, tăng tốc độ giao dịch. Với tốc độ truy cập nhanh, dịch vụ Internet-banking của ACB có thể đáp ứng được khoảng 100,000 người cùng một lúc truy cập vào trang web để truy vấn thông tin, thực hiện các giao dịch. Ngoài ra, trung bình mỗi ngày có từ 3,000 đến 5,000 giao dịch Mobile-banking và Home-banking được thực hiện thành công, trung bình một lệnh thanh toán qua Tổng đài 247 chỉ mất khoảng 30 giây và mỗi ngày nhân viên Tổng đài 247 có thể nhận và giải quyết 50 cuộc điện thoại/nhân viên. Điều này cũng giúp giảm bớt lượng khách hàng trực tiếp đến giao dịch tại quầy mỗi ngày và giảm lượng giấy tờ không cần thiết. Bên cạnh đó, Ngân hàng

cũng giảm được khoảng chi phí để trả lương cho nhân viên phải phục vụ tại quầy đối với số lượng khách hàng và lượng giao dịch nêu trên.

Ngân hàng điện tử giúp ACB tăng khả năng cung cấp dịch vụ, mở rộng phạm vi hoạt động, đặc biệt là khi Ngân hàng đã có hệ thống bảo mật đủ mạnh cho phép khách hàng thanh toán qua mạng Internet thì Ngân hàng có thể mở rộng dịch vụ của mình trên phạm vi toàn cầu.

Thông qua Ngân hàng điện tử, ACB có thể đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ làm tăng khả năng thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, do đó giúp Ngân hàng giữ chân được những khách hàng hiện tại và thu hút thêm nhiều khách hàng mới mở tài khoản, giao dịch tại Ngân hàng, đẩy mạnh việc bán chéo sản phẩm.

Với các sản phẩm, dịch vụ đa dạng và công nghệ hiện đại đã góp phần nâng cao hình ảnh của ACB, đây cũng là một công cụ để quảng bá thương hiệu một cách hiệu quả.

2.4.1.2 Hạn chế

Đội ngũ nhân viên còn nhiều biến động ảnh hưởng đến việc phát triển đội ngũ nhân viên kế thừa của phòng Ngân hàng điện tử nói riêng và của ACB nói chung.

Chất lượng dịch vụ Ngân hàng điện tử còn chưa thỏa mãn khách hàng ở những cấp độ cao hơn như việc gửi tiền mặt vào tài khoản, việc đăng ký sử dụng dịch vụ... còn phải tới trực tiếp giao dịch tại chi nhánh Ngân hàng, hoặc các dịch vụ Ngân hàng điện tử chất lượng cao hơn còn chưa được phát triển như dịch vụ cho thuê tài chính...

2.4.1.3 Nguyên nhân:

Do chính sách đãi ngộ đối với nhân viên giỏi chưa hấp dẫn và linh hoạt nên không giữ được người tài để phát triển đội ngũ nhân viên tiềm năng cho Ngân hàng.

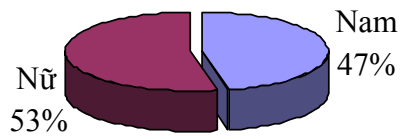
Do sự giới hạn về pháp lý và để đảm bảo sự yên tâm cho khách hàng nên trước khi sử dụng các dịch vụ ngân hàng điện tử, khách hàng phải đến ngân hàng đăng ký giao dịch để thiết lập các chứng từ pháp lý, thực hiện sự cam kết giữa ngân hàng và khách hàng.

2.4.2 Về mặt cung ứng dịch vụ Ngân hàng điện tử

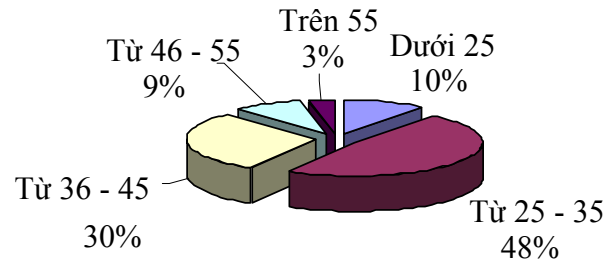
Sau thời gian cung cấp các sản phẩm, dịch vụ Ngân hàng điện tử, ACB luôn không ngừng tìm hiểu cảm nhận, đánh giá của khách hàng nhằm hoàn thiện hơn các sản phẩm, dịch vụ của mình. Vì vậy với số liệu thu thập được trong đợt khảo sát vừa qua sẽ giúp cho ACB hiểu hơn về hành vi, thói quen tiêu dùng, nhận xét và mức độ hài lòng của khách hàng mục tiêu đối với sản phẩm, dịch vụ Ngân hàng điện tử nhằm xây dựng và ngày càng cải thiện các sản phẩm, dịch vụ hơn nữa.

2.4.2.1 Đặc điểm đối tượng nghiên cứu

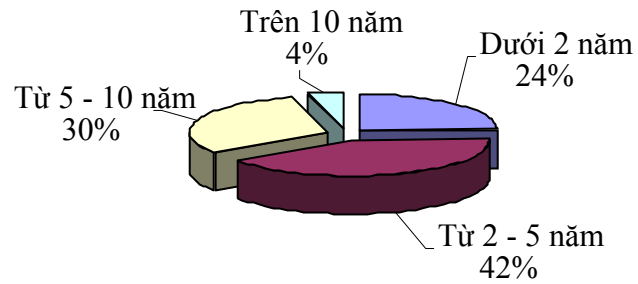
Biểu đồ 2.5: Giới tính

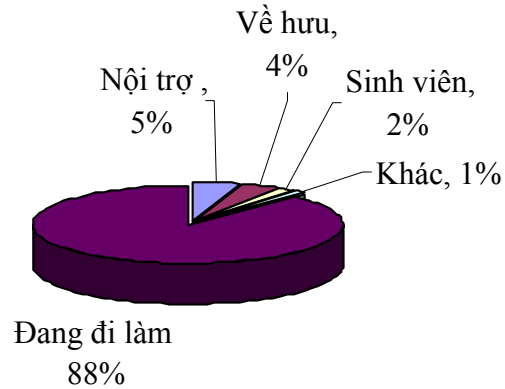
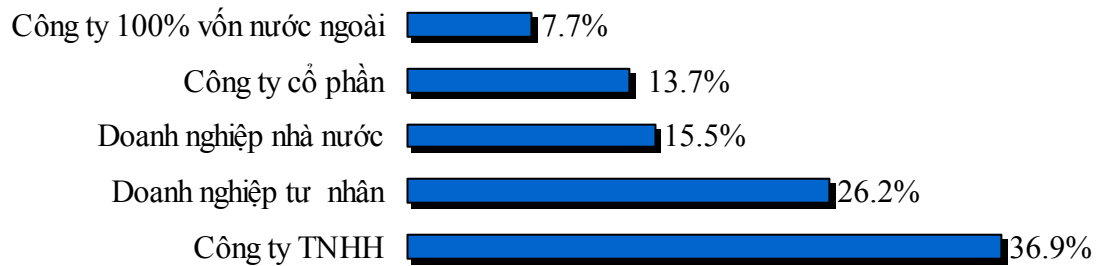
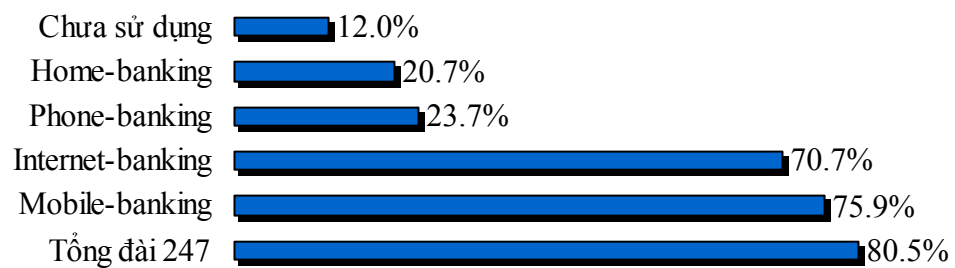


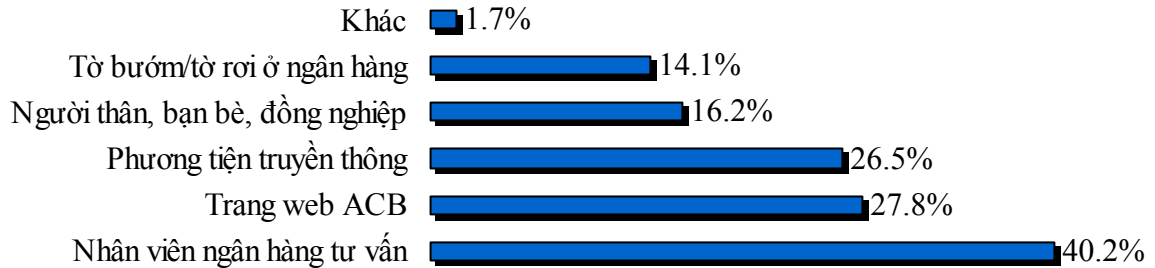
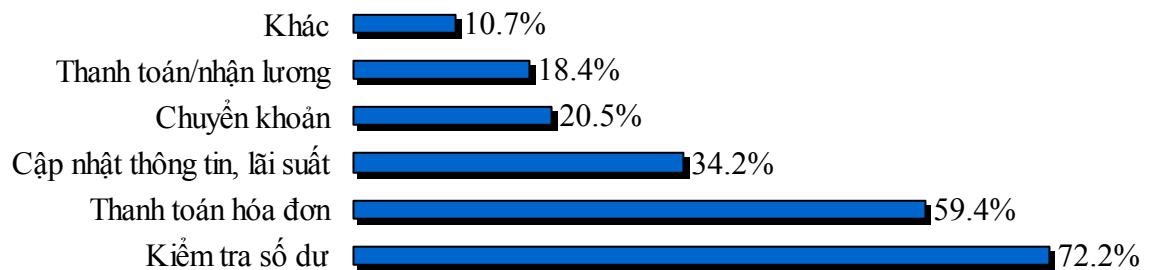
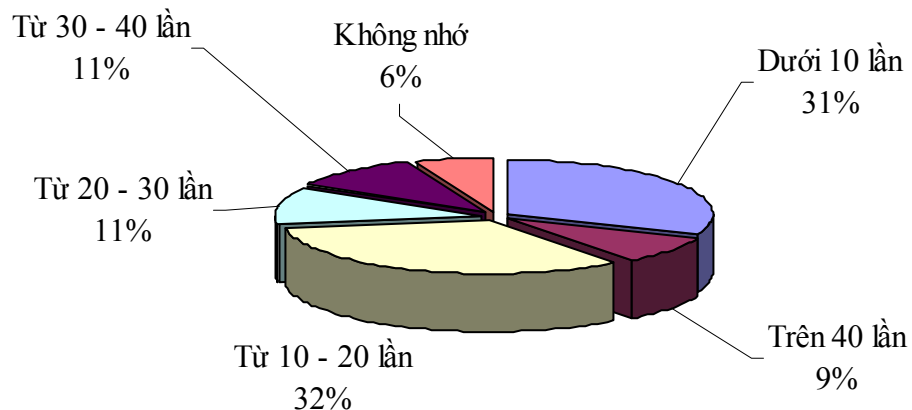
Biểu đồ 2.6: Độ tuổi



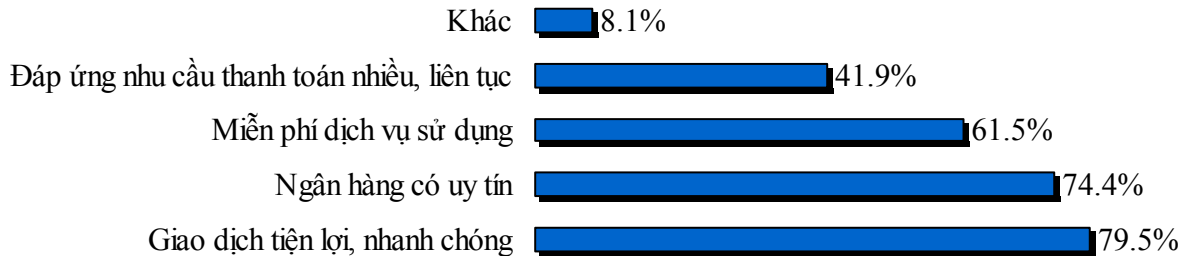
Biểu đồ 2.7: Thời gian giao dịch với ACB



Biểu đồ 2.8: Nghề nghiệp**Biểu đồ 2.9: Loại hình công ty đang làm việc****2.4.2.2 Tình hình sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử tại ACB****Biểu đồ 2.10: Dịch vụ đang sử dụng**

Biểu đồ 2.11: Nguồn nhận biết thông tin**Biểu đồ 2.12: Tiện ích sử dụng****Biểu đồ 2.13: Tần suất sử dụng mỗi tháng**

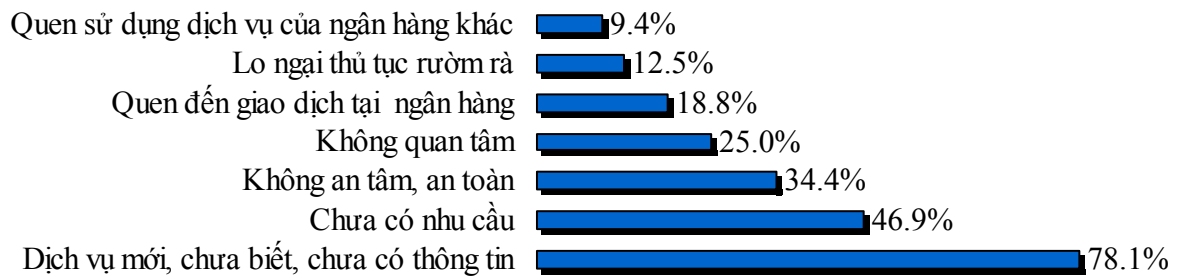
Biểu đồ 2.14: Lý do sử dụng dịch vụ



Đánh giá về dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB

Yếu tố	1	2	3	4	5
Thủ tục sử dụng dịch vụ đơn giản	0.0%	3.4%	27.8%	42.3%	26.5%
Thời gian thực hiện và xử lý dịch vụ nhanh chóng	0.0%	5.6%	45.7%	37.6%	11.1%
Tính bảo mật cao	0.0%	4.3%	29.9%	37.6%	28.2%
Cách thức sử dụng dịch vụ đơn giản	0.0%	3.8%	28.6%	38.9%	28.6%
Nhân viên nhiệt tình, chủ động giải thích, tư vấn	0.0%	6.0%	19.7%	52.1%	22.2%
Nhân viên có kiến thức nghiệp vụ	0.0%	1.7%	34.6%	50.0%	13.7%
Phí dịch vụ hợp lý	0.0%	4.7%	50.0%	31.2%	14.1%
Các vướng mắc, khiếu nại của khách hàng được giải quyết nhanh chóng, thỏa đáng	0.0%	3.4%	12.4%	45.3%	38.9%

Biểu đồ 2.15: Lý do chưa sử dụng dịch vụ



2.4.2.3 Nhận xét, đánh giá

Qua số liệu thống kê và những ý kiến đóng góp từ 266 khách hàng (trên tổng số phiếu phát ra là 300 phiếu) vào tháng 08 năm 2008, có thể thấy:

Thứ nhất: Hầu như các khách hàng đang sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử đa số là khách hàng đã giao dịch với Ngân hàng từ 2 đến 5 năm (42%), có tài khoản thanh toán tại ACB và trong độ tuổi từ 25 đến 45.

Thứ hai: Khoảng 40.2% khách hàng biết đến dịch vụ Ngân hàng điện tử là nhờ tư vấn của nhân viên Ngân hàng. Ngoài ra, các kênh phương tiện truyền thông và trang web ACB cũng là nguồn thông tin được nhiều khách hàng tham khảo.

Thứ ba: Nhờ tính tiện lợi và nhanh chóng của dịch vụ Ngân hàng điện tử mà các khách hàng có thể lựa chọn các dịch vụ phù hợp có thể đáp ứng được nhu cầu của từng cá nhân và tùy theo từng mục đích sử dụng. Do việc gọi điện thoại đến Tổng đài 247 để được nhân viên tư vấn, trả lời thắc mắc và thanh toán các giao dịch là một cách thức đơn giản nhất, nên được đa số khách hàng chọn sử dụng (80.5%). Trong đó, các khách hàng ở độ tuổi dưới 30 thì năng động, hiện đại nên ưa thích các dịch vụ Mobile-banking và Internet-banking. Dịch vụ Home-banking hiện nay chỉ giới hạn dành cho một vài đối tượng khách hàng cá nhân thuộc đối tượng của chính sách khách hàng nên hiện nay đa số khách hàng sử dụng dịch vụ này là các doanh nghiệp.

Thứ tư: Mục đích phổ biến nhất của khách hàng sử dụng Mobile-banking là dùng để kiểm tra số dư (72.2%) và thanh toán hóa đơn (59.4%). Đa số khách hàng gọi điện đến tổng đài 247 để thanh toán hóa đơn, hoặc nhờ tư vấn, thắc mắc về sản phẩm. Đối với các doanh nghiệp thì giao dịch phổ biến nhất là sử dụng

dịch vụ Home-banking cho việc chuyển khoản, kiểm tra số dư và liệt kê giao dịch.

Thứ năm: Ngoài những mặt ủng hộ dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB, cũng còn có những khách hàng phàn nàn về tình trạng nghẽn mạch và trục trặc đường truyền Internet vẫn thường xuyên xảy ra làm gián đoạn công việc. Khi sử dụng dịch vụ Internet-banking, khách hàng chỉ mới có thể gửi thắc mắc, góp ý, xem tỷ giá, lãi suất, biểu phí, xem số dư trong tài khoản, sao kê giao dịch,... còn việc chuyển khoản và thanh toán các hóa đơn tiền điện, nước, điện thoại vẫn chưa thực hiện được.

- Dịch vụ Home-banking hiện nay chỉ giới hạn dành cho khách hàng doanh nghiệp và một vài đối tượng khách hàng VIP thuộc chính sách khách hàng.
- Một số ý kiến phê bình trình độ nghiệp vụ nhân viên không đồng đều dẫn đến cung cấp cho khách hàng các thông tin không chính xác gây khó khăn cho khách hàng trong thủ tục, chứng từ và mất thời gian làm lại nhiều lần cùng một công việc.
- Cũng có khách hàng góp ý nên giảm phí chuyển khoản đối với dịch vụ Home-banking do Ngân hàng không tốn chi phí cho nhân viên và mặt bằng như việc chuyển khoản trực tiếp tại Ngân hàng nên phí chuyển khoản bằng nhau là chưa hợp lý. Mức độ an toàn và bảo mật thông tin của giao dịch qua Home-banking cũng được nhiều khách hàng quan tâm.

Tuy nhiên, nhìn chung, các khách hàng đang sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB đều hài lòng về chất lượng dịch vụ sản phẩm và khoảng 100% khách hàng sẽ giới thiệu dịch vụ này cho bạn bè, người thân, đối tác kinh doanh sử dụng nếu ACB tiếp tục duy trì và cải tiến dịch vụ hơn nữa. Bên cạnh đó, cũng

còn khoảng 12% khách hàng có tài khoản thanh toán tại ACB nhưng chưa sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử do chưa có nhu cầu, chưa quan tâm và cảm thấy không an tâm, an toàn. Tuy nhiên còn một lý do khá quan trọng đó là do nhiều khách hàng (78.1%) chưa có thông tin về dịch vụ này. Vì vậy, ACB cũng cần quan tâm hơn nữa trong việc cung cấp thông tin rõ ràng và chi tiết hơn để khách hàng hiểu rõ và chấp nhận sử dụng dịch vụ.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Chương 2 đã khắc họa bức tranh toàn cảnh về hoạt động cung ứng dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Á Châu. Với kết quả đạt được trong 15 năm qua về quản lý, kinh doanh cũng như sự phát triển về công nghệ đã giúp ACB có những lợi thế để phát triển các dịch vụ Ngân hàng điện tử. Chính vì vậy ACB đã đạt được những thành công đáng kể và là một trong những Ngân hàng phát triển mạnh về e-banking tại Việt Nam hiện nay. Tuy nhiên bên cạnh những thuận lợi, những thành công đạt được, có thể do môi trường bên trong hoặc bên ngoài, ACB vẫn còn có những khó khăn nhất định khi phát triển dịch vụ này. Việc phân tích những khó khăn, hạn chế trong chương 2 sẽ là nền tảng cho các giải pháp cụ thể, khả thi ở chương 3 nhằm giúp ACB hoàn thiện trong việc phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử, chiếm lĩnh được thị trường và tạo lợi thế cạnh tranh, hội nhập vào xu thế chung của thời đại.

Chương 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP GÓP PHẦN PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU

3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHỆ THÔNG TIN NGÂN HÀNG ĐẾN NĂM 2020

Công nghệ thông tin và truyền thông có vai trò đặc biệt quan trọng và có ảnh hưởng lớn đến nền kinh tế nói chung và ngành Ngân hàng nói riêng. Chính vì vậy, Ngân hàng nhà nước Việt Nam luôn coi trọng và quan tâm phát triển công nghệ thông tin và truyền thông trong lĩnh vực Ngân hàng. Hiện đại hoá Ngân hàng là nhiệm vụ hàng đầu và là mục tiêu quan trọng được đặt ra rất sớm để phục vụ cho chiến lược phát triển của ngành Ngân hàng, nhất là trong quá trình củng cố, đổi mới công nghệ, cơ cấu lại và phát triển hệ thống Ngân hàng. Những năm qua, ngành Ngân hàng đã tập trung đầu tư xây dựng, nâng cấp các hệ thống hạ tầng công nghệ thông tin và truyền thông Ngân hàng; đã triển khai Dự án “Hiện đại hoá Ngân hàng và hệ thống thanh toán” giai đoạn I, một trong những Dự án lớn và thành công nhất ở Việt Nam về công nghệ thông tin và truyền thông. Hệ thống kỹ thuật công nghệ Ngân hàng đã và đang là công cụ phục vụ đắc lực cho công tác quản lý, điều hành của Ngân hàng Nhà nước về thực thi chính sách tiền tệ, tín dụng và hoạt động Ngân hàng, góp phần ổn định tiền tệ và phát triển kinh tế đất nước.

Đối với các Ngân hàng thương mại, công nghệ thông tin đã trở thành công cụ quan trọng trong quản lý, kinh doanh bảo đảm an toàn và hiệu quả, thông qua việc tập trung hoá tài khoản khách hàng, kiểm soát tốt nguồn vốn, mở rộng và đa dạng hoá các loại hình dịch vụ hiện đại. Những thành quả đạt được trong đổi mới

về công nghệ thông tin đã tạo nền tảng cơ sở vật chất kỹ thuật thúc đẩy quá trình hội nhập của Ngân hàng Việt Nam nói riêng và nền kinh tế nói chung với khu vực và thế giới.

Quán triệt chủ trương của Bộ chính trị về đẩy mạnh ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin phục vụ sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa, đồng thời trên cơ sở định hướng chiến lược của ngành Ngân hàng giai đoạn 2001-2020, đòi hỏi sự phát triển công nghệ thông tin Ngân hàng, những mục tiêu, định hướng, nhiệm vụ là:

3.1.1 Về mục tiêu:

Mở rộng ứng dụng khoa học kỹ thuật công nghệ tiên tiến trong mọi lĩnh vực hoạt động Ngân hàng theo hướng hiện đại hóa, tuân thủ các chuẩn mực quốc tế, phải đạt ba mục tiêu cơ bản:

Thứ nhất, nâng cao năng lực quản lý của Ngân hàng Nhà nước trên lĩnh vực tiền tệ và hoạt động Ngân hàng, thực thi điều hành qua chính sách tiền tệ, tỷ giá, quản lý ngoại hối và kiểm tra, thanh tra, giám sát hoạt động Ngân hàng, từng bước xây dựng Ngân hàng Trung ương hiện đại, chủ động hội nhập với cộng đồng tài chính quốc tế.

Thứ hai, cải cách, đổi mới toàn diện, hiện đại, đảm bảo hoạt động Ngân hàng lành mạnh, hiệu quả, bền vững trên cơ sở ứng dụng công nghệ hiện đại và trình độ quản lý tiên tiến, có sức cạnh tranh cao trong môi trường toàn cầu hóa của các Ngân hàng thương mại. Từng bước xây dựng, hình thành các mô hình tập đoàn tài chính của Việt Nam.

Và sau cùng, hiện đại hóa hệ thống kế toán và thanh toán, tiếp tục xây dựng hệ thống quản lý Ngân hàng theo hướng tập trung, phù hợp với xu thế hội

tự công nghệ áp dụng cho các tổ chức tín dụng và Ngân hàng Nhà nước, phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm, các dịch vụ Ngân hàng hiện đại và tạo điều kiện phát triển TMĐT Việt Nam.

3.1.2 Về định hướng:

Trước nhất, cần tiếp tục tạo sự chuyển biến mạnh mẽ trong cán bộ, công chức, viên chức ngành Ngân hàng về nhận thức và phải coi “ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin là một trong những nhiệm vụ quan trọng, ưu tiên hàng đầu trong chiến lược phát triển và đổi mới hoạt động Ngân hàng, là phương tiện chủ lực để rút ngắn khoảng cách phát triển so với Ngân hàng các nước tiên tiến trong khu vực và trên thế giới”.

Thứ hai, thực hiện ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động Ngân hàng phải lựa chọn công nghệ tiên tiến, hiện đại, hệ thống mở, hướng đến tự động hóa và phù hợp với lộ trình phát triển Ngân hàng hiện đại; tuân thủ các chuẩn mực quốc tế nhằm đổi mới toàn diện các Ngân hàng.

Thứ ba, tích cực đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực hiện có, đồng thời tuyển dụng mới cả về số lượng lẫn chất lượng đủ khả năng đón nhận chuyển giao các công nghệ mới.

Và cuối cùng, cần tăng cường hợp tác về lĩnh vực công nghệ với các hãng sản xuất công nghệ, các tổ chức tài chính, Ngân hàng khu vực và thế giới. Đồng thời tranh thủ sự hỗ trợ nhiều mặt: tài chính, kỹ thuật, kinh nghiệm... của các nước và tổ chức quốc tế để từng bước đưa công nghệ và ứng dụng công nghệ thông tin vào Ngân hàng Việt Nam đến trình độ cao.

3.1.3 Về nhiệm vụ trọng tâm đến năm 2020

Thứ nhất, tăng cường công tác chỉ đạo tập trung, thống nhất việc xây dựng, triển khai kế hoạch, chương trình, các đề án, dự án ứng dụng và phát triển

công nghệ thông tin bảo đảm sự thống nhất về tiêu chuẩn kỹ thuật công nghệ, lộ trình phát triển, đáp ứng yêu cầu liên kết hệ thống trong toàn ngành; phối hợp chặt chẽ giữa các đơn vị chủ trì, bảo đảm tính đồng bộ giữa yêu cầu nghiệp vụ kỹ thuật nhằm đạt mục tiêu, chất lượng và hiệu quả của các dự án, đề án lĩnh vực công nghệ thông tin.

Thứ hai, tích cực triển khai mạnh các đề án, dự án ứng dụng công nghệ thông tin đối với tất cả các nghiệp vụ Ngân hàng trong toàn ngành theo hướng hiện đại hóa, tự động hóa để sớm mang lại hiệu quả, phục vụ nền kinh tế đang phát triển nhanh.

Thứ ba, hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp lý quy định trong các nghiệp vụ Ngân hàng, đặc biệt chú ý đến các nghiệp vụ liên quan trực tiếp đến công nghệ thông tin sao cho phù hợp với Luật giao dịch điện tử, nghị định giao dịch Ngân hàng điện tử trong hoạt động Ngân hàng, để có đủ cơ sở pháp lý hoàn chỉnh, làm nền tảng để ứng dụng nhanh công nghệ thông tin trong hoạt động Ngân hàng.

Thứ tư, thường xuyên đào tạo, đào tạo lại đội ngũ cán bộ, kỹ sư chuyên làm công nghệ thông tin Ngân hàng đủ năng lực thực hiện chuyển giao công nghệ hiện đại và làm chủ được khoa học kỹ thuật trong thời kỳ mới, đủ khả năng, trình độ thiết kế sản xuất những gói phần mềm chuyên dụng cho hoạt động Ngân hàng, bảo đảm chất lượng và an toàn. Thường xuyên phổ cập kiến thức công nghệ thông tin cho đội ngũ cán bộ quản lý và cán bộ nghiệp vụ Ngân hàng đáp ứng yêu cầu kỹ thuật công nghệ mới từng bước chuẩn hóa về trình độ công nghệ thông tin đối với cán bộ Ngân hàng.

Thứ năm, phải coi trọng công tác tuyên truyền, quảng bá trong toàn xã hội hiểu biết và sử dụng các dịch vụ Ngân hàng điện tử trên các phương tiện thông tin đại chúng và ở tất cả các cấp của Ngân hàng và toàn xã hội.

Và cuối cùng, ưu tiên đầu tư vốn cho ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin, đặc biệt là đối với các Ngân hàng nhỏ, đang còn lạc hậu về công nghệ, có hệ thống qua các giải pháp; chủ động tìm nguồn vốn phát triển công nghệ cho chính mình, hoặc liên kết, hợp tác với các Ngân hàng có trình độ công nghệ cao hơn; tiếp nhận và triển khai có hiệu quả các dự án công nghệ thông tin từ các nguồn tài trợ trong nước và Quốc tế.

3.2 THỜI CƠ VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI ACB TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TRONG THỜI GIAN SẮP TỚI:

Với những thành công đã đạt được trong thời gian qua, ACB đã xác định bước đi và mục tiêu của “Tầm nhìn đến năm 2015” là trở thành Tập đoàn tài chính Ngân hàng hàng đầu tại Việt Nam. Đối với giai đoạn từ nay đến năm 2010 - mốc thời gian Việt Nam mở cửa hoàn toàn đối với lĩnh vực tài chính Ngân hàng theo cam kết với WTO, và đặc biệt là năm ACB tròn 18 tuổi - ACB đã xây dựng mục tiêu và kế hoạch hành động cụ thể từng năm. Đến năm 2010 dự kiến cơ cấu tổ chức mới sẽ vận hành một cách đầy đủ theo mô hình Tập đoàn ACB, gồm hai hoạt động nòng cốt: Ngân hàng thương mại ACB (bán lẻ) và Ngân hàng đầu tư ACB với đội ngũ cán bộ nhân viên khoảng 10.000 người và khoảng 350 chi nhánh và phòng giao dịch.

Với tầm nhìn nêu trên, ACB phải 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. ACB cũng cần 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 hiểu biết ngày càng tăng, phấn đấu trở thành Trung tâm Ngân hàng điện tử hàng đầu tại Việt Nam.

Ngoài việc phát triển Home-banking, Phone-banking và Mobile-banking, ACB cũng cần 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....

Ngày càng phát huy tối đa các chức năng của Ngân hàng điện tử để tích hợp và hỗ trợ các hoạt động Ngân hàng truyền thống.

Việc gia nhập WTO là cơ hội để ACB có các đối tác chiến lược để hợp tác học hỏi, chia sẻ kinh nghiệm, nâng cao trình độ công nghệ và quản trị, liên kết, hợp tác kinh doanh, phát triển sản phẩm mới...

Từ đó, tiến tới việc mua bản quyền các phần mềm thông dụng nhằm xây dựng hình ảnh Ngân hàng hiện đại trên thị trường quốc tế. Đây là một yếu tố bắt buộc khi Việt Nam gia nhập sân chơi lớn WTO. Mặt khác, nó cũng giúp tiếp cận các công nghệ hiện đại trong lĩnh vực công nghệ Ngân hàng tiên tiến.

Ngoài ra, ACB cũng không ngừng nâng cao, hoàn thiện mạng lưới công nghệ thông tin, trình độ quản trị hệ thống và bảo mật thông tin nhằm đảm bảo tối đa cho lợi ích của khách hàng khi tham gia sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử,

từ đó nâng cao niềm tin của khách hàng vào các dịch vụ Ngân hàng điện tử, dần dần biến nó thành thói quen thanh toán của khách hàng.

3.2.1 Thời cơ

Việc gia nhập WTO cho phép các Ngân hàng nước ngoài được đầu tư mua cổ phần của các Ngân hàng trong nước. Do đó, đây cũng là cơ hội cho các Ngân hàng trong nước cũng như ACB tăng vốn, tiếp thu kiến thức, kinh nghiệm và công nghệ hiện đại về quản lý và hoạt động Ngân hàng, vì các Ngân hàng được lựa chọn làm đối tác chiến lược đều là các Ngân hàng lớn có danh tiếng.

Ngoài ra, việc gia nhập WTO cũng tạo cơ hội và thúc đẩy các doanh nghiệp trong nước tích cực cạnh tranh thị trường để tồn tại và phát triển, không chỉ ở trong nước mà còn mở rộng hoạt động ra khu vực và thế giới. Các doanh nghiệp này (cả trong nước và nước ngoài) sẽ trở thành các khách hàng tiềm năng của Ngân hàng. Ngân hàng là nhà cung cấp dịch vụ, vì vậy, Ngân hàng và các tổ chức tài chính tín dụng có điều kiện phát triển tốt khi khách hàng – những người sử dụng dịch vụ của họ làm ăn tốt và phát triển.

Kinh tế Việt Nam tăng trưởng tốt, đời sống nhân dân ngày càng nâng cao rõ rệt, các chỉ số kinh tế - xã hội - con người ngày càng được hoàn thiện.

Hạ tầng công nghệ viễn thông không ngừng được mở rộng, không ngừng nâng cao, tạo cơ sở vững chắc cho việc phát triển TMĐT nói chung và như Ngân hàng điện tử nói riêng.

Nhận thức của xã hội về TMĐT ngày càng được nâng cao.

Hành lang pháp lý cho TMĐT, giao dịch Ngân hàng điện tử đã được hình thành và tiếp tục hoàn thiện.

Định hướng phát triển thanh toán không dùng tiền mặt của Chính phủ đã dần dần xây dựng văn hóa thanh toán không dùng tiền mặt trong nhân dân.

3.2.2 Thách thức

Cạnh tranh và cuộc chạy đua làm chủ công nghệ mới, việc nhanh chóng đưa sản phẩm, dịch vụ mới ra thị trường là một đặc trưng của Ngân hàng điện tử. Trong hoạt động Ngân hàng truyền thống, việc triển khai ứng dụng Ngân hàng mới thường được tiến hành thử nghiệm và hoàn thiện trong một thời gian dài trước khi đưa ra thị trường. Với Ngân hàng điện tử, do chịu sức ép cạnh tranh, các ứng dụng, sản phẩm mới được Ngân hàng chấp nhận với thời gian thử nghiệm ngắn hơn. Vì vậy, đối với việc phát triển ứng dụng mới trong Ngân hàng điện tử, xây dựng một chiến lược phát triển hợp lý, phân tích rủi ro, đánh giá an ninh đang là những thách thức trong hoạt động Ngân hàng.

Sự phụ thuộc công nghệ, giao dịch Ngân hàng điện tử được tích hợp ngày càng nhiều trên các hệ thống máy tính, trang thiết bị công nghệ thông tin và mạng Internet đã cho phép xử lý hiệu quả các giao dịch điện tử trực tuyến. Điều này làm giảm thiểu các sai sót và gian lận thường phát sinh trong môi trường xử lý thủ công truyền thống, nhưng cũng sẽ làm tăng sự phụ thuộc vào thiết kế, cấu trúc, liên kết và quy mô hoạt động của các hệ thống công nghệ.

Sự phụ thuộc vào đối tác thứ ba, ứng dụng công nghệ thông tin làm tăng tính phức tạp kỹ thuật trong quá trình vận hành, bảo đảm an ninh, mở rộng quan hệ, liên kết với các nhà cung cấp dịch vụ Internet, công ty truyền thông và các đối tác công nghệ khác (đối tác thứ ba), mà trong số đó nhiều sản phẩm, dịch vụ nằm ngoài sự kiểm soát của Ngân hàng.

Tội phạm mạng, tội phạm công nghệ cao, đánh cắp thông tin tài khoản, thông tin cá nhân trên mạng ngày càng tăng. Điều đó khiến ACB phải chú trọng nhiều đến công tác kiểm soát an ninh, chứng thực khách hàng, bảo vệ dữ liệu, các thủ tục kiểm toán theo vết, bảo đảm tính riêng tư của khách hàng.

Sự chấp nhận của người dân, đây là một vấn đề cũng đóng vai trò không kém phần quan trọng trong việc phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử. Thực tế hiện nay cho thấy việc thanh toán bằng tiền mặt đã trở thành thói quen của người dân. Vì vậy, việc thay đổi thói quen này để dần đưa dịch vụ Ngân hàng điện tử vào cuộc sống cũng là một thách thức đối với các ngân hàng nói chung và ACB nói riêng.

3.3 CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ NGÂN HÀNG ĐIỆN TỬ TẠI ACB

3.3.1 Đẩy mạnh việc quảng bá sản phẩm

Với đặc thù văn hóa tiêu dùng và thói quen sử dụng tiền mặt như hiện nay, công tác tuyên truyền, quảng bá, tiếp thị để người dân biết, làm quen, thấy được lợi ích thực sự và chấp nhận các dịch vụ tài chính – Ngân hàng là rất quan trọng. ACB cần làm cho khách hàng hiểu được dịch vụ Ngân hàng điện tử là gì, nó mang đến cho họ những tiện ích gì hơn hẳn so với dịch vụ truyền thống mà lâu nay họ vẫn sử dụng thông qua các hình thức sau:

Thứ nhất, tổ chức các buổi hội thảo, hội nghị khách hàng

Thông qua các buổi hội thảo, hội nghị này, ACB có thể giới thiệu các sản phẩm Ngân hàng điện tử hiện có, những phát triển trong tương lai và cung cấp cho khách hàng những kiến thức cần thiết về dịch vụ Ngân hàng điện tử nhằm để

nâng cao nhận thức, dần dần thay đổi thói quen sử dụng tiền mặt xưa nay của họ. Đồng thời, Ngân hàng cũng cần lắng nghe những ý kiến và những vấn đề khách hàng còn lo ngại, gặp khó khăn trong việc sử dụng dịch vụ này để Ngân hàng sẽ có những hướng hoàn thiện và phát triển các dịch vụ cho thích hợp.

Thứ hai, tổ chức các chương trình khuyến mãi hấp dẫn

ACB cũng nên phát triển nhiều hơn nữa các chương trình khuyến mãi với những giải thưởng hấp dẫn để khuyến khích khách hàng tìm hiểu và sử dụng các dịch vụ Ngân hàng điện tử.

Thứ ba, quảng cáo thông qua báo đài

Đối với những khách hàng chưa giao dịch với Ngân hàng, những khách hàng không có thời gian tham gia các buổi hội thảo, hội nghị thì các phương tiện truyền thông cũng là một kênh quảng bá sản phẩm đến công chúng rất hữu hiệu.

Thứ tư, hoàn thiện website của Ngân hàng

Để website của Ngân hàng thực sự là kênh thông tin quan trọng và là phương tiện marketing hiệu quả cho thương hiệu cũng như các sản phẩm của Ngân hàng, website ACB cần được thiết kế cho dễ sử dụng, thông tin chặt chẽ, phong phú, đầy đủ và được cập nhật liên tục. Từ ngữ sử dụng phải rõ ràng, dễ hiểu giúp khách hàng nắm bắt được những thông tin thiết yếu trong thời gian ngắn nhất.

Thứ năm, phát tờ rơi

Đây là phương pháp quảng cáo trực tiếp đến khách hàng, tạo ra sự thuận tiện và giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận với các dịch vụ, sản phẩm mà Ngân hàng cần giới thiệu.

Thứ sáu, nhân viên cần chủ động tư vấn dịch vụ Ngân hàng điện tử với khách hàng

Qua số liệu thống kê cũng cho thấy, việc nhân viên Ngân hàng tư vấn sản phẩm chiếm tỷ lệ khá cao đến quyết định sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử của khách hàng. Vì vậy, kèm với việc khi khách hàng mở tài khoản thanh toán tại ACB, nhân viên cần chủ động, nhiệt tình tư vấn và phát các tờ bướm để khách hàng có thể biết đến các tiện ích gia tăng của dịch vụ Ngân hàng điện tử. Chẳng hạn như việc giới thiệu về số tổng đài 247 của Call center để khách hàng có thể gọi bất cứ khi nào cần hoặc nhân viên cũng có thể chủ động giới thiệu và đăng ký cho khách hàng sử dụng thử dịch vụ Mobile-banking, cung cấp mã số truy cập và mật khẩu để khách hàng có thể truy cập vào Internet-banking, đến tận các công ty, doanh nghiệp để giới thiệu về dịch vụ Home-banking của ACB.... Từ sự nhiệt tình giới thiệu, tư vấn tiện ích của các dịch vụ, khách hàng có thể hiểu biết và bắt đầu tiếp cận với các dịch vụ Ngân hàng điện tử, kích thích sự tìm hiểu và sử dụng của khách hàng và từ đó khách hàng có thể giới thiệu đến các bạn bè, đồng nghiệp, người thân...

3.3.2 Phát triển hạ tầng cơ sở và đầu tư các công nghệ hiện đại

Những vấn đề chính một Ngân hàng cần lưu ý khi phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử là: vốn và công nghệ, an toàn và bảo mật, quản trị và phòng ngừa rủi ro. Chính vì vậy, việc đầu tư vào công nghệ hiện đại là vấn đề sống còn đối với mỗi Ngân hàng.

Thứ nhất, vấn đề bảo mật thông tin

ACB cần chú ý đầu tư vào các công nghệ bảo mật và an toàn dữ liệu từ các nước phát triển, bởi vì công nghệ bảo mật không ngừng được cải tiến và thay

đổi liên tục. Trong môi trường kinh doanh đầy biến động, khi nền kinh tế càng phát triển thì việc đánh cắp thông tin, đánh cắp tiền trên mạng, tin tặc... cũng không ngừng phát triển, và chính vì vậy, công nghệ bảo mật cũng phải không ngừng được cải tiến, đổi mới. ACB cần chú trọng vấn đề này vì chính việc xây dựng được những công nghệ bảo mật, an toàn sẽ tạo được lòng tin nơi khách hàng, tạo cho khách hàng sự thoải mái, yên tâm khi giao dịch với Ngân hàng.

Đồng thời, ACB cần tranh thủ sự hỗ trợ kỹ thuật của các đối tác chiến lược để học hỏi kinh nghiệm cũng như mời các chuyên gia nước ngoài tư vấn trong việc đầu tư và sử dụng các công nghệ bảo mật, công nghệ thanh toán an toàn.

Thứ hai, phát triển hạ tầng cơ sở

Ngân hàng phải không ngừng đầu tư phát triển hạ tầng kỹ thuật mạng, xây dựng một kết cấu hạ tầng công nghệ thông tin hiện đại. Bên cạnh đó, ACB cũng cần nâng cấp mở rộng đường truyền với băng thông rộng, dung lượng lớn, tốc độ cao. Việc cải tạo đường truyền là một giải pháp thiết thực nhằm giải quyết khó khăn về mặt truyền tin trên mạng, hạn chế tối đa sự nghẽn mạng ảnh hưởng đến chất lượng của dịch vụ.

3.3.3 Đa dạng hóa, phát triển các dịch vụ Ngân hàng điện tử

Để có thể đưa các sản phẩm Ngân hàng điện tử ngày càng phổ biến vào đời sống của người dân, trước tiên ACB cần hoàn thiện các sản phẩm, dịch vụ truyền thống quen thuộc, sẵn có để có thể duy trì lượng khách hàng hiện tại, thu hút các khách hàng mới, khách hàng tiềm năng, từ đó tiến đến việc giới thiệu, quảng bá các sản phẩm mới, sản phẩm Ngân hàng điện tử. Khi đã đưa được sản phẩm Ngân hàng điện tử vào đời sống của người dân, tạo được lòng tin nơi

khách hàng thì việc cung cấp những tiện ích của sản phẩm và sự đa dạng về sản phẩm là một lợi thế cạnh tranh của các Ngân hàng. Tuy nhiên, hiện tại các Ngân hàng thương mại Việt Nam mới chỉ phát triển ở mức độ nhất định, đa số các dịch vụ Ngân hàng điện tử chủ yếu chỉ dừng lại ở giao dịch vắn tin tài khoản, kiểm tra số dư của tài khoản, thẻ tín dụng, thẻ Ngân hàng qua mobile, qua trang web nội bộ của Ngân hàng hoặc các giao dịch thông tin về lãi suất, tỷ giá qua điện thoại và thanh toán các dịch vụ công như trả tiền điện, nước, điện thoại, ... Vì vậy, để tạo lợi thế cạnh tranh trong lĩnh vực Ngân hàng điện tử, ACB cần đầu tư, nghiên cứu để cung cấp ngày càng nhiều hơn các tiện ích của những sản phẩm Ngân hàng điện tử hiện tại và phát triển thêm những sản phẩm mới để đa dạng hóa các sản phẩm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Thứ nhất, phát triển các tiện ích của Internet-banking

Ngoài việc kiểm tra số dư tài khoản, xem các giao dịch phát sinh, xem các thông tin trên trang web www.acb.com.vn, ACB cần bổ sung thêm một số chức năng của sản phẩm Internet – Banking như:

- Chuyển khoản
- Thanh toán hóa đơn (cước phí điện, nước, điện thoại bàn, di động, internet, truyền hình cáp, thuế...)
- Mua thẻ trả trước các loại thẻ điện thoại di động, thẻ Internet...
- Thanh toán trực tuyến qua mạng.

Thứ hai, phát triển sản phẩm Mobile-banking

Trong thời gian tới, ACB cần tiến tới việc phát triển ứng dụng Mobile-banking trên điện thoại di động, giúp khách hàng thực hiện các giao dịch tài chính (chuyển tiền, thanh toán cước một số dịch vụ...) mọi lúc mọi nơi.

Thứ ba, phát triển sản phẩm Home-banking

Trong thời gian tới, ACB cần triển khai rộng rãi sản phẩm Home-banking đến với tất cả các đối tượng khách hàng cá nhân.

Thứ tư, phát triển sản phẩm mới

Ngoài các sản phẩm hiện có, ACB cần đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ Ngân hàng điện tử để hạn chế việc khách hàng phải đến Ngân hàng để thực hiện những dịch vụ mà Ngân hàng điện tử chưa thể cung cấp.

ACB cũng cần nghiên cứu để phát triển, cung cấp các dịch vụ ở cấp độ cao hơn và mang lại nhiều lợi nhuận hơn như dịch vụ quản lý quỹ, cho thuê tài chính...điện tử hóa các thủ tục, chứng từ đăng ký, tiến tới xây dựng những chi nhánh Ngân hàng điện tử hoạt động hoàn toàn trên môi trường mạng (E-branch).

3.3.4 Phát triển nguồn nhân lực

Trong bối cảnh nền kinh tế hiện đại ngày nay thì tri thức, năng lực của con người trở thành nguồn tài nguyên số một của các quốc gia và chính vì thế tất cả các nước đều chú ý đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Tuy nhiên, để có được đội ngũ cán bộ nhân viên có trình độ năng lực chuyên môn tốt và để tránh tình trạng “chảy máu chất xám” khi ngày càng nhiều Ngân hàng được thành lập thì đòi hỏi ACB phải có các chính sách và chế độ đãi ngộ thỏa đáng.

Thứ nhất, chính sách đào tạo nhân viên

Một đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, nhiệt tình, năng động là điều mà Ngân hàng luôn hướng tới. Chính vì vậy, ACB đã tạo điều kiện để nâng cao trình độ nhân viên thông qua các khóa đào tạo tại Trung Tâm Đào Tạo của ACB.

Tuy nhiên, cũng phải tăng cường hơn nữa các khóa đào tạo tập trung về chuyên môn dành riêng cho nhân viên chuyên trách nghiệp vụ Ngân hàng điện tử, đảm bảo cho những nhân viên này đều được thông qua các khóa đào tạo liên quan, luôn được cập nhật, bổ sung kiến thức mới, theo kịp công nghệ hiện đại.

Để việc đào tạo và tái đào tạo được thực hiện liên tục và kịp thời, nhân viên có thể tham gia các khóa học được tổ chức tập trung hoặc được đào tạo qua hệ thống e-learning của Ngân hàng. Ngoài ra, bên cạnh các khóa đào tạo nội bộ, ACB cũng cần tạo điều kiện để nhân viên có thể tham gia các khóa học do các đơn vị bên ngoài tổ chức để có thể học hỏi các kinh nghiệm từ các tổ chức, các Ngân hàng bạn. Và việc cử nhân viên đi thực tập, nghiên cứu, khảo sát tại các Ngân hàng nước ngoài cũng là một hình thức để nhân viên ACB có điều kiện tiếp cận, tìm hiểu các sản phẩm Ngân hàng hiện đại, cập nhật công nghệ mới, tiến bộ khoa học kỹ thuật mới để có thể nhanh chóng ứng dụng, phát huy tiến bộ công nghệ Ngân hàng, tạo năng lực cạnh tranh cao cho Ngân hàng.

ACB cũng cần hỗ trợ, tạo điều kiện, đầu tư cho nhân viên tham gia các khóa học dài hạn tại nước ngoài hoặc những khóa học nhằm nâng cao trình độ lên thạc sĩ, tiến sĩ hoặc tham gia các khóa học chuyên ngành...

Ngoài những kiến thức nghiệp vụ cần thiết để có thể giải đáp, tư vấn cho khách hàng một cách thông suốt, nhân viên cũng cần được đào tạo những kỹ năng cần thiết khác, như kỹ năng giao tiếp khách hàng, kỹ năng xử lý tình

huống, kỹ năng đàm phán... để chất lượng phục vụ khách hàng được tốt hơn, chuyên nghiệp hơn. Những nhân viên có kiến thức chuyên môn và có kỹ năng tốt sẽ giúp Ngân hàng giữ chân được khách hàng truyền thống và phát triển thêm nhiều khách hàng mới.

Cuối cùng, sau quá trình nhân viên được đào tạo và làm việc thực tế, ACB cũng cần tổ chức các buổi kiểm tra kiến thức nhân viên liên quan đến lĩnh vực Ngân hàng điện tử và có những giải thưởng xứng đáng dành cho những nhân viên có kết quả cao trong các kỳ thi sát hạch hàng năm. Đây vừa là một sân chơi bổ ích cũng vừa là cơ hội để nhân viên ôn tập, trao đổi thêm kiến thức và Ngân hàng cũng có dịp để phát hiện những nhân viên có tiềm năng để tạo cơ hội phát triển phù hợp cho nhân viên.

Thứ hai, chính sách đãi ngộ

Bên cạnh chính sách về đào tạo, ACB cũng cần có chính sách đãi ngộ nhân tài để có thể giữ chân những nhân viên giỏi phục vụ cho Ngân hàng một cách lâu dài và thu hút những ứng viên tiềm năng trên thị trường lao động thông qua các biện pháp:

Xây dựng những hình ảnh, bản sắc riêng mang tính truyền thống hay có thể gọi là “văn hóa doanh nghiệp” để từ đó có thể thu hút được sự quan tâm, hào hứng của người mới, người tài đến đầu quân, cũng như để những người hiện đang công tác tại Ngân hàng có thể tin tưởng làm việc và gắn bó lâu dài.

Thường xuyên tổ chức các Hội chợ nghề nghiệp nhằm thu hút sự quan tâm và tham gia của những sinh viên ưu tú được đào tạo tại các trường đại học.

Sử dụng nhân viên đúng người, đúng việc, sắp xếp công việc phù hợp với khả năng ngành nghề của từng người đã được học tập, nghiên cứu.

Chế độ thưởng phạt nghiêm minh, cơ chế đánh giá nhân viên công bằng, khách quan.

Chính sách tiền lương được trả phù hợp với năng lực của nhân viên và tương xứng với mức độ công việc được giao.

Xây dựng tiến trình nghề nghiệp rõ ràng và phổ biến rộng rãi để nhân viên có thể xác định được hướng đi trong tương lai, nghề nghiệp của mình.

3.3.5 Nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng

Trong điều kiện hiện nay, khi ngân hàng điện tử được đặc biệt chú trọng phát triển như một dịch vụ mũi nhọn, dẫn đến tương đồng về vốn đầu tư và các công nghệ tiên tiến thì chất lượng dịch vụ được đặt ra như một thế mạnh cạnh tranh và lợi thế so sánh của mỗi Ngân hàng. Do đó, tập trung đầu tư cho chất lượng dịch vụ để thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng cũng cần được các Ngân hàng triển khai dịch vụ ngân hàng điện tử quan tâm hàng đầu. Để nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng, ngoài việc đảm bảo chất lượng về kỹ thuật công nghệ, đa dạng hóa sản phẩm, đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, có đủ trình độ kiến thức chuyên môn và kỹ năng tốt, ACB cũng cần:

Thứ nhất, xây dựng những tiêu chuẩn về dịch vụ khách hàng

Ngân hàng cần đặt ra những chuẩn mực đối với nhân viên dịch vụ khách hàng, thống nhất phong cách phục vụ của tất cả nhân viên các chi nhánh, phòng giao dịch trên toàn hệ thống để tạo tính chuyên nghiệp, đặc trưng của ACB. Tổ chức thường xuyên chương trình “khách hàng bí mật” và đảm bảo được sự nghiêm túc và bí mật của chương trình để Ngân hàng có thể đánh giá thái độ phục vụ của nhân viên một cách chính xác. Có chính sách thưởng phạt đối với

mỗi đợt đánh giá của chương trình và có những khuyến cáo, góp ý để cải thiện chất lượng dịch vụ khách hàng được tốt hơn.

Thứ hai, xây dựng chính sách khách hàng

Chính sách ưu đãi đối với các khách hàng VIP hoặc khách hàng thân thiết là điều không thể thiếu để giữ chân khách hàng vì vậy ACB nên có các chương trình cộng điểm tích lũy đối với mỗi giao dịch của khách hàng nhằm khuyến khích khách hàng duy trì mối quan hệ, hợp tác với Ngân hàng lâu dài. 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.

Thứ ba, xây dựng các kênh giải quyết khiếu nại, thắc mắc của khách hàng

Thông qua e-mail, hoặc điện thoại khách hàng có thể nhanh chóng được giải đáp các thắc mắc, khiếu nại. Từ đó, Ngân hàng có thể quản lý được các vấn đề phát sinh, biết được những ý kiến đóng góp và mong muốn của khách hàng để có những điều chỉnh cho phù hợp, kịp thời.

3.4 MỘT SỐ KIẾN NGHỊ ĐỐI VỚI CHÍNH PHỦ VÀ CƠ QUAN QUẢN LÝ:

Để dịch vụ Ngân hàng điện tử thực sự đi vào đời sống và phát huy được toàn diện những ưu thế cũng như những lợi ích của nó đòi hỏi phải có sự đầu tư, sự quan tâm đúng đắn của các nhà quản lý, khách hàng và bản thân các Ngân hàng. Nhưng nhìn chung cần phát triển đồng bộ các giải pháp sau:

Thứ nhất, đẩy mạnh giáo dục, đào tạo

Cần tăng cường công tác đào tạo, huấn luyện về công nghệ thông tin và TMĐT. Tăng cường công tác tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức và đào tạo kỹ năng TMĐT cho các Bộ ngành, doanh nghiệp và người dân.

Thứ hai, đẩy mạnh phát triển TMĐT

Khuyến khích, đãi ngộ các đối tượng là các nhà đầu tư, các doanh nghiệp, các tổ chức tài chính... đầu tư kinh doanh buôn bán trên mạng, từ đó tạo nhu cầu kinh doanh, thanh toán, giao dịch... tạo ra lượng khách hàng tiềm năng cho dịch vụ Ngân hàng điện tử.

Thứ ba, xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật

Xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật, các luật và nghị định nhằm quản lý tiến trình kinh doanh trên mạng, là căn cứ để giải quyết tranh chấp. Xây dựng chuẩn chung và cơ sở pháp lý cho văn bản điện tử, chữ kí điện tử và chứng nhận điện tử.

Để tạo điều kiện cho các chứng từ điện tử đi vào cuộc sống, cần xây dựng hệ thống các tổ chức, cơ quan quản lý, cung cấp, công chứng chữ kí điện tử và chứng nhận điện tử. Xây dựng một trung tâm quản lý dữ liệu trung ương để giúp cho việc xác nhận, chứng thực chứng từ điện tử được nhanh chóng và chính xác.

Thứ tư, phát triển hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin và Internet

Thực hiện tin học hoá các tổ chức kinh doanh dịch vụ, các Ngân hàng và tổ chức tín dụng, nâng cao tốc độ đường truyền Internet, giảm thiểu cước phí ... tạo điều kiện cho toàn dân có thể sử dụng các dịch vụ trực tuyến cho sinh hoạt hằng ngày cũng như công việc kinh doanh.

Xây dựng cơ sở hạ tầng truyền thông mạnh, tốc độ cao, không bị nghẽn mạch, giá cước phù hợp, hạn chế độc quyền viễn thông.

Thứ năm, kiện toàn Bộ máy quản lý nhà nước về công nghệ thông tin, tách chức năng quản lý ra khỏi kinh doanh.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Tóm lại, trong xu thế hội nhập và tự do hóa tài chính, dịch vụ Ngân hàng điện tử có thể nói mở ra nhiều triển vọng nhưng cũng không ít khó khăn, thách thức. Đây sẽ là vũ khí cạnh tranh tốt nhất của các Ngân hàng thương mại do những ưu thế vượt trội của nó so với những dịch vụ truyền thống. Để phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử, không chỉ từ sự nỗ lực của bản thân Ngân hàng mà còn phải có sự ủng hộ và đầu tư của Chính phủ, các tổ chức kinh tế và quan trọng nhất là của khách hàng. Vì vậy, đòi hỏi mỗi Ngân hàng thương mại cần có chiến lược, sách lược, đường đi nước bước thích hợp để đưa dịch vụ Ngân hàng điện tử vào cuộc sống một cách an toàn và hiệu quả nhất.

KẾT LUẬN

Quán triệt mục tiêu nghiên cứu, trên cơ sở vận dụng tổng hợp phương pháp nghiên cứu khoa học, đi từ lý thuyết đến thực tiễn, đề tài “Phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu” đã tập trung giải quyết một số nội dung quan trọng như sau:

Một là, làm rõ khái niệm về Ngân hàng điện tử, nhận thấy những ưu điểm của dịch vụ này và tính tất yếu phải phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử trong xu thế hội nhập hiện nay.

Hai là, phân tích tình hình phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại ACB, từ đó nhìn thấy những thuận lợi, khó khăn cũng như những thành công, hạn chế để có những định hướng, giải pháp đúng đắn cho việc phát triển và ngày càng hoàn thiện hơn dịch vụ Ngân hàng điện tử tại ACB.

Ba là, trên cơ sở định hướng phát triển công nghệ cũng như dịch vụ Ngân hàng điện tử của Nhà nước và ACB, Luận văn đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm góp phần nâng cao việc phát triển dịch vụ này.

Để thực hiện thành công việc phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử theo những định hướng đã nêu ra cần có sự hỗ trợ của Chính phủ, Ngân hàng nhà nước và các cấp quản lý liên quan cùng với sự nỗ lực của bản thân ACB.

Mặc dù đề tài đề cập tới nhiều vấn đề lý luận, thực tiễn và các giải pháp trong việc phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử, tuy nhiên, đề tài chỉ tập trung vào các dịch vụ Ngân hàng điện tử của Khối khách hàng cá nhân của ACB. Những vấn đề khác cần có các công trình nghiên cứu khoa học tiếp theo nghiên cứu mới có thể giải quyết được.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đỗ Văn Hữu (2005), *Thúc đẩy phát triển Ngân hàng điện tử ở Việt Nam*, Tạp chí Tin học Ngân hàng.
2. Ngô Minh Hải (2006), *Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử trong TMĐT tại Việt Nam*, Luận văn thạc sĩ kinh tế.
3. Nguyễn Minh Kiều (2007), *Nghiệp vụ Ngân hàng hiện đại*, NXB Thống kê
4. Trần Hoàng Ngân – Ngô Minh Hải (2004), *Sự phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử tại Việt Nam*, Tạp chí phát triển kinh tế, số 169
5. Đặng Mạnh Phồ (2007), *Phát triển dịch vụ thanh toán điện tử - biện pháp hữu hiệu để đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền mặt*, Tạp chí Ngân hàng, số 20
6. Báo cáo thường niên của ACB từ năm 2003 đến năm 2007
7. Các trang web:
 - <http://www.centralbank.vn>
 - <http://www.lobs-ueh.net>
 - <http://www.vnba.org.vn>
 - <http://www.sbv.gov.vn>
 - <http://www.icb.com.vn>
 - <http://www.acb.com.vn>
 - <http://www.techcombank.com.vn>
 - <http://www.eab.com.vn>
 - <http://www.vcb.com.vn>

Phụ lục:

PHIẾU KHẢO SÁT Ý KIẾN KHÁCH HÀNG

Giới tính : Nam Nữ Tuổi:.....
Nghề nghiệp :.....
Công ty:

1. Anh/Chị đã giao dịch với ACB trong thời gian bao lâu?

- Dưới 2 năm Từ 2 đến 5 năm
 Từ 5 đến 10 năm Trên 10 năm

2. Anh/Chị đang sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử nào của ACB?

- Phone-banking Mobile-banking
 Home-banking Internet-banking
 Tổng đài 247 Chưa sử dụng

Nếu Anh/Chị “Chưa sử dụng”, vui lòng chuyển sang câu 8, 9, 10

3. Anh/Chị biết đến dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB qua nguồn thông tin nào?

- Người thân, bạn bè, đồng nghiệp Tờ bướm/tờ rơi ở Ngân hàng
 Phương tiện truyền thông (báo chí, ti vi...) Nhân viên Ngân hàng tư vấn
 Trang web ACB Khác:.....

4. Tần suất sử dụng những tiện ích của dịch vụ Ngân hàng điện tử của Anh/Chị như thế nào?

Tiện ích	Số lần/tháng
Kiểm tra số dư	
Cập nhật thông tin về lãi suất, tỷ giá hối đoái, giá chứng khoán	
Chuyển khoản	
Thanh toán hóa đơn (điện, nước, điện thoại, internet.....)	
Thanh toán/nhận lương	
Khác:.....	

5. Lý do Anh/Chị sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB?

- Giao dịch tiện lợi, nhanh chóng
 Đáp ứng nhu cầu thanh toán nhiều, liên tục
 Ngân hàng có uy tín
 Miễn phí dịch vụ sử dụng
 Khác:.....

6. Đánh giá về dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB:

Mức độ đồng ý được đánh số theo thứ tự tăng dần: 1 là hoàn toàn không đồng ý; 3 là mức độ bình thường; 5 là hoàn toàn đồng ý

Yếu tố	1	2	3	4	5
Thủ tục sử dụng dịch vụ đơn giản					
Thời gian thực hiện và xử lý dịch vụ nhanh chóng					
Tính bảo mật cao					
Cách thức sử dụng dịch vụ đơn giản					
Nhân viên nhiệt tình, chủ động giải thích, tư vấn					
Nhân viên có kiến thức nghiệp vụ					
Phí dịch vụ hợp lý					
Các vướng mắc, khiếu nại của khách hàng được giải quyết nhanh chóng, thỏa đáng					

7. Một cách tổng quát, Anh/Chị cho rằng mức độ hài lòng của mình đối với dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB là:

Hoàn toàn không hài lòng

Hoàn toàn hài lòng

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. Lý do Anh/Chị chưa sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử?

- Dịch vụ còn mới, chưa biết, chưa có thông tin
- Có thói quen đến Ngân hàng giao dịch
- Lo ngại thủ tục rườm rà
- Cảm thấy không an tâm, an toàn
- Quen sử dụng dịch vụ của Ngân hàng khác
- Không quan tâm
- Chưa có nhu cầu, chưa cần thiết sử dụng
- Khác:

9. Anh/Chị có dự định sử dụng hoặc giới thiệu cho bạn bè, đồng nghiệp, người thân sử dụng dịch vụ Ngân hàng điện tử không?

- Có
- Không

10. Những ý kiến đóng góp của Anh/Chị để cải tiến, phát triển dịch vụ Ngân hàng điện tử của ACB:

.....

.....

.....

Xin chân thành cảm ơn

NHỮNG ĐIỂM MỚI CỦA LUẬN VĂN

Ngày nay, 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. Vì vậy, đề tài nghiên cứu của tác giả đã nêu bật được một số điểm có thể góp phần phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ACB cũng như các ngân hàng thương mại Việt Nam:

- Tính tất yếu phải phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại NH TMCP Việt Nam
- Điều kiện phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử
- Những thuận lợi, khó khăn cũng như thành công, hạn chế khi phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại ACB
- So sánh các tiện ích của dịch vụ ngân hàng điện tử tại ACB với các ngân hàng TMCP
- Khảo sát, phân tích số liệu về sự cảm nhận, đánh giá của khách hàng về dịch vụ ngân hàng điện tử của ACB