

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

NGUYỄN THỊ MỸ HẰNG

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN
KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN
GIẢI PHÁP THANH TOÁN VIỆT NAM (VNPAY)

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

HÀ NỘI - NĂM 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

NGUYỄN THỊ MỸ HẰNG

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN
KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN
GIẢI PHÁP THANH TOÁN VIỆT NAM (VNPAY)

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh tổng hợp
Mã ngành 8340101

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

Giảng viên hướng dẫn: PGS. TS. Nguyễn Thị Phương Linh
TS. Nguyễn Thị Việt Hà

HÀ NỘI - NĂM 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan, bài đề án tốt nghiệp với đề tài: “*Nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam*” là công trình nghiên cứu của bản thân. Các số liệu, trích dẫn, kết quả trình bày trong bài là trung thực, xuất phát từ tình hình thực tế của đơn vị, được phép sử dụng và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ bài đề án nào trước đây.

Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về kết quả nghiên cứu trong bài đề án thạc sỹ của mình.

Tác giả

Nguyễn Thị Mỹ Hằng

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
MỤC LỤC	ii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	iv
DANH MỤC BẢNG BIỂU	v
DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ.....	vi
TÓM TẮT	i
MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT	4
1.1. Tổng quan về thanh toán không dùng tiền mặt	4
1.1.1. Khái niệm	4
1.1.2. Đặc điểm.....	4
1.1.3. Vai trò.....	5
1.2. Tổng quan về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt	6
1.2.1. Khái niệm	6
1.2.2. Đặc điểm của chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt	6
1.2.3. Nội dung chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt	7
1.2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt... 9	
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN GIẢI PHÁP THANH TOÁN VIỆT NAM	13
2.1. Tổng quan về Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam	13
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển.....	13
2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ.....	13
2.1.3. Cơ cấu tổ chức	14
2.1.4. Kết quả hoạt động của Công ty giai đoạn 2021-2023	15
2.2. Các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.....	16
2.2.1. Các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt	16
2.2.2. Kết quả dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.....	18

2.3. Thực trạng chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam	22
2.3.1. Sự tin cậy	22
2.3.2. Khả năng đáp ứng	24
2.3.3. Năng lực phục vụ	26
2.3.4. Sự đồng cảm	28
2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.....	33
2.4.1. Yếu tố bên ngoài.....	33
2.4.2. Yếu tố bên trong	36
2.5. Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.....	40
2.5.1. Những kết quả đạt được	40
2.5.2. Hạn chế	41
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN GIẢI PHÁP THANH TOÁN VIỆT NAM TỚI NĂM 2030.....	44
3.1. Mục tiêu và phương hướng nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam	44
3.1.1. Mục tiêu	44
3.1.2. Phương hướng	44
3.2 Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.....	45
3.2.1. Phát triển về mạng lưới dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.....	45
3.2.2. Đổi mới kỹ thuật và công nghệ thanh toán không dùng tiền mặt	46
3.2.3. Tăng cường bảo mật, an toàn trong thanh toán không dùng tiền mặt	47
3.2.4. Nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ công nhân viên	48
3.2.5. Xây dựng và phát triển vững chắc thương hiệu VNPAY.....	49
3.3. Một số kiến nghị	51
KẾT LUẬN	52
PHỤ LỤC	54

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

TT	Viết đầy đủ	Viết tắt
1	Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam	VNPAY
2	Bộ Tài chính	BTC
3	Công nghệ thông tin	CNTT
4	Ngân hàng nhà nước	NHNN
5	Thanh toán không dùng tiền mặt	TTKDTM

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1. Tổng hợp kết quả sản xuất – kinh doanh của Công ty.....	15
Bảng 2.2. Quy mô dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam	18
Bảng 2.3. Doanh số dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt phân theo đối tượng khách hàng	19
Bảng 2.4. Chuyên dịch cơ cấu thanh toán tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam giai đoạn 2021-2023	20
Bảng 2.5. Tổng hợp số liệu thanh toán không dùng tiền mặt so với tổng doanh số thanh toán tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam	20
Bảng 2.6. Các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam giai đoạn 2021- 2023	21
Bảng 2.7. Kết quả khảo sát về sự tin cậy.....	23
Bảng 2.8. Kết quả khảo sát về khả năng đáp ứng.....	25
Bảng 2.9. Số lượng lao động theo trình độ học vấn của Công ty.....	26
Bảng 2.10. Kết quả khảo sát về Năng lực phục vụ.....	27
Bảng 2.11. Số cuộc gọi đường dây nóng và đơn thư trong hòm thư góp ý.....	28
Bảng 2.12. Kết quả khảo sát về sự đồng cảm.....	29
Bảng 2.13. Cơ sở vật chất phục vụ hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt của Công ty .	31
Bảng 2.14. Kết quả khảo sát về Phương tiện hữu hình	31
Bảng 2.15. Số lượng khách hàng có nhu cầu dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam	34
Bảng 2.16. Số lượng, cơ cấu nhân lực tại Công ty giai đoạn 2021 – 2023	37
Bảng 2.17. Tình hình tài chính của Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam giai đoạn 2021-2023.....	38

DANH MỤC HÌNH, SƠ ĐỒ

Hình 2.1. Sơ đồ tổ chức bộ máy Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam14

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

NGUYỄN THỊ MỸ HẰNG

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN
KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN
GIẢI PHÁP THANH TOÁN VIỆT NAM (VNPAY)

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh tổng hợp
Mã ngành 8340101

TÓM TẮT ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP

HÀ NỘI - NĂM 2024

TÓM TẮT

1. Tiêu đề: Nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

2. Tóm tắt

Sự phát triển như vũ bão của khoa học công nghệ, đặc biệt là ngành công nghệ thông tin đã tác động mạnh 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 hoạt động của các tổ chức trung gian thanh toán. Trong giai đoạn hiện nay, phát triển các dịch vụ của thanh toán không dùng tiền mặt là xu hướng tất yếu, mang tính khách quan trong nền kinh tế hiện đại, trong thời đại hội nhập kinh tế quốc tế.

Đề tài “**Nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam**” đã đạt được các kết quả sau:

Một là, đề án đã hệ thống hóa những vấn đề lý thuyết và thực tiễn về phát triển hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt tại doanh nghiệp.

Hai là, đề án đã tổng quan về Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam, phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam giai đoạn 2021-2023. Qua đó đánh giá những thành tựu đạt được và những hạn chế trong chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.

Ba là, xuất phát từ những hạn chế, tác giả đưa ra mục tiêu, phương hướng nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam đến năm 2030, đồng thời đề xuất năm giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam đến năm 2030, đề xuất kiến nghị với Nhà nước.

3. Từ khoá: thanh toán không dùng tiền mặt tại doanh nghiệp, nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại doanh nghiệp, Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN

NGUYỄN THỊ MỸ HẰNG

NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN
KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN
GIẢI PHÁP THANH TOÁN VIỆT NAM (VNPAY)

Chuyên ngành: Quản trị Kinh doanh tổng hợp
Mã ngành 8340101

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

Giảng viên hướng dẫn: PGS. TS. Nguyễn Thị Phương Linh
TS. Nguyễn Thị Việt Hà

HÀ NỘI - NĂM 2024

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề án

Dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt là xu hướng phát triển tất yếu trong bối cảnh của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đang diễn ra mạnh mẽ hiện nay. Nhằm thực hiện mục tiêu phát triển thương mại điện tử của Chính phủ giai đoạn 2021 – 2025 tại Quyết định số 645/QĐ-TTg ngày 15 tháng 5 năm 2020 cũng như mục tiêu triển khai các giải pháp về phát triển thanh toán không dùng tiền mặt và đẩy mạnh thanh toán điện tử đối với dịch vụ thanh toán theo Nghị quyết số 01/NQ-CP và Nghị quyết số 02/NQ-CP năm 2020, hiện nay, các tổ chức cung ứng dịch vụ trung gian thanh toán đang thực hiện triển khai và phối hợp với các ngân hàng đẩy mạnh các phương thức thanh toán số để tạo điều kiện thuận lợi thu hút và phát triển khách hàng tiềm năng, khách hàng mới. Với mục tiêu phát triển Dịch vụ thanh toán, Công ty Cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam (VNPAY) đã và đang tăng cường đội ngũ phát triển các phương thức thanh toán mới. Do đó, trong thời gian qua, đã có sự gia tăng nhanh chóng về quy mô và sản lượng giao dịch.

VNPAY đã phát triển các hoạt động dịch vụ của dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt ở mức độ phù hợp với tình hình thực tế, trình độ phát triển của nền kinh tế; nhu cầu của khách hàng như xây dựng và phát triển các sản phẩm mới như quét mã thanh toán VNPAY QR, Cổng thanh toán, Ví điện tử, và thanh toán trên các hệ sinh thái cho dịch vụ hóa đơn điện, nước, taxi, tàu xe,.. Các sản phẩm dịch vụ này sẽ phục vụ cho chính các khách hàng truyền thống, đồng thời thu hút khách hàng mới sử dụng bằng chính sự tiện ích mang lại. Trước diễn biến dịch của Covid-19 gây ra nhiều khó khăn cho nền kinh tế, thì sự phát triển dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt lại trở nên rất quan trọng và vô cùng cấp thiết hiện nay. Ngoài ra, trong bối cảnh cuộc cách mạng 4.0 phát triển nhanh chóng và quá trình chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ tại tất cả các khía cạnh của nền kinh tế thì kéo theo sự gia tăng mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành trung gian thanh toán. Việc này đòi hỏi công ty phải không ngừng nâng cao hoạt động và chất lượng dịch vụ của mình để có lợi thế riêng trong một môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt.

Xuất phát từ tình hình thực tế nói trên, cũng như nhận thức được vai trò quan trọng của chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam, tác giả đã lựa chọn nghiên cứu đề tài: “**Nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam**” làm đề án tốt nghiệp thạc sĩ của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Trên cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, nghiên cứu đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY, từ đó đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề án là chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam và các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi về nội dung: tập trung nghiên cứu chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam với 5 tiêu chí: (1) Sự tin cậy; (2) Khả năng đáp ứng; (3) Năng lực phục vụ; (4) Sự đồng cảm; (5) Phương tiện hữu hình.

Phạm vi về không gian: tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.

Phạm vi thời gian nghiên cứu bao gồm: dữ liệu thứ cấp từ giai đoạn 2021-2023, dữ liệu sơ cấp được thu thập trong năm 2024, các giải pháp dự kiến đến năm 2025 và định hướng tầm nhìn đến năm 2030.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

a. Thu thập số liệu thứ cấp

Các dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các văn bản pháp luật, sách, báo, báo cáo, các nghiên cứu trước đây, cũng như từ các số liệu chính thức đã được công bố bởi các cơ quan và tổ chức liên quan đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, bao gồm các tài liệu sau:

+ Các văn bản của Chính phủ, của các Bộ, Ban, Ngành, của Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.

+ Các báo cáo nội bộ của Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam; báo cáo kết quả hoạt động qua các năm của Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.

+ Tin tức trên sách báo, tạp chí khoa học, các Website có liên quan đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

+ Các luận văn, luận án về chủ đề của nghiên cứu.

b. Thu thập số liệu sơ cấp

Nguồn số liệu sơ cấp được thu thập thông qua khảo sát bằng phiếu khảo sát online qua Google form.

Đối tượng khảo sát của đề án là khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.

Phương pháp chọn mẫu khảo sát có tính đại diện, phù hợp với thực tế khảo sát của tác giả.

Số phiếu khảo sát phát ra là 120 phiếu; Số phiếu khảo sát thu về là 115 phiếu; Số phiếu khảo sát hợp lệ là 100 phiếu.

Thời gian điều tra: 01/5/2024 - 25/5/2024.

Mục tiêu khảo sát: nhằm đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.

4.2. Phương pháp xử lý dữ liệu

+ Với dữ liệu sơ cấp: tác giả sử dụng phần mềm Excel để tổng hợp, so sánh kết quả thu thập được từ cuộc khảo sát nhằm đưa ra các nhận xét về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.

+ Với dữ liệu thứ cấp: tác giả sử dụng phương pháp tổng hợp, phân tích và so sánh các tài liệu thu thập được nhằm đánh giá chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam.

5. Kết cấu của đề án

Ngoài phần mục lục, danh mục các hình, các bảng, phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, phụ lục, đề án gồm 3 chương chính như sau:

Chương 1: Cơ sở lý thuyết về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt

Chương 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Chương 3: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam tới năm 2030.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT

1.1. Tổng quan về thanh toán không dùng tiền mặt

1.1.1. Khái niệm

Theo tác giả Đặng Công Hoàn (2015, tr16) cho rằng: “ Thanh toán không dùng tiền mặt là một hoạt động dịch vụ thanh toán được thực hiện bằng cách sử dụng các công cụ/phương thức thanh toán để bù trừ tiền từ tài khoản/hạn mức tiền của người phải trả sang tài khoản của người thụ hưởng hoặc được bù trừ lẫn nhau thông qua đơn vị cung ứng dịch vụ thanh toán”.

Từ những quan điểm trên, có thể hiểu TTKDTM là một hình thức vận động của tiền tệ. TTKDTM mặt đóng vai trò trung gian thực hiện yêu cầu của khách hàng nhằm thỏa mãn mục đích của họ thông qua các hình thức thanh toán, thu hộ, chi hộ, chuyển tiền... bằng cách trích chuyển trên sổ sách, ghi chép cắt chuyển tiền từ người này sang người khác, từ nơi này sang nơi khác không sử dụng đến tiền mặt.

1.1.2. Đặc điểm

Theo tác giả Đặng Công Hoàn (2015, tr18) cho rằng: Thanh toán không dùng tiền mặt là một hình thức vận động tiền tệ mà ở đây tiền vừa là công cụ để kế toán, vừa là công cụ để chuyển hóa hình thức giá trị của hàng hóa và dịch vụ.

Theo đó, thanh toán không dùng tiền mặt có 02 đặc điểm như sau:

Thứ nhất, về tính tiện lợi, TTKDTM cho phép người dùng thực hiện các giao dịch nhanh chóng mọi lúc, mọi nơi chỉ với vài thao tác trên điện thoại di động hoặc máy tính. Các phương tiện như ví điện tử, thẻ ngân hàng, và ứng dụng thanh toán giúp người dùng dễ dàng mua sắm, thanh toán hóa đơn, chuyển tiền mà không cần phải mang theo tiền mặt.

Thứ hai, về tính an toàn, TTKDTM giúp giảm thiểu rủi ro mất cắp hoặc thất lạc tiền mặt. Ngoài ra, các giao dịch đều được lưu lại và quản lý trên hệ thống ngân hàng hoặc các ứng dụng, tạo nên sự minh bạch và dễ dàng truy vết khi cần thiết. Tuy nhiên, để đảm bảo tính an toàn cao, hệ thống thanh toán điện tử cần được bảo mật chặt chẽ, ngăn chặn các nguy cơ gian lận hoặc tấn công mạng.

Với những đặc điểm nêu trên, thanh toán không dùng tiền mặt nếu được tổ chức và thực hiện tốt sẽ phát huy được tác dụng tích cực của nó. Trong tương lai, theo đà phát

triển của xã hội và theo nhu cầu của thị trường, thanh toán không dùng tiền mặt sẽ giữ một vị trí cực kỳ quan trọng trong việc lưu chuyển tiền tệ và trong thanh toán giá trị của nền kinh tế.

1.1.3. Vai trò

Theo tác giả Đặng Công Hoàn (2015): Trong nền kinh tế thị trường, thanh toán không dùng tiền mặt là một bộ phận cấu thành quan trọng trong tổng chu chuyển tiền tệ, nó có vai trò quan trọng đối với các chủ thể thanh toán, các trung gian thanh toán, cụ thể:

Vai trò đối với nền kinh tế

Thanh toán không dùng tiền mặt góp phần giảm thấp tỷ trọng tiền mặt trong lưu thông, từ đó tiết kiệm được chi phí lưu thông xã hội như: in ấn, phát hành, bảo quản, vận chuyển, kiểm đếm. Mặt khác, thanh toán không dùng tiền mặt còn tạo ra sự chuyển hoá thông suốt giữa tiền mặt và tiền chuyển khoản. Thanh toán không dùng tiền mặt tạo điều kiện tập trung một nguồn vốn lớn của xã hội vào tín dụng để tái đầu tư vào nền kinh tế, phát huy vai trò điều tiết, kiểm tra của Nhà nước vào hoạt động tài chính ở tầm vĩ mô và vi mô, qua đó kiểm soát được sự lạm phát, đồng thời tạo điều kiện nâng cao năng suất lao động.

Vai trò đối với các tổ chức trung gian thanh toán

Thanh toán không dùng tiền mặt đóng vai trò quan trọng đối với các tổ chức trung gian thanh toán, mang lại nhiều lợi ích và thúc đẩy sự phát triển của hệ thống tài chính và kinh tế.

Tăng trưởng doanh thu và lợi nhuận: Các tổ chức trung gian thanh toán, như các công ty fintech và ngân hàng, có thể tạo ra doanh thu từ phí giao dịch, phí dịch vụ, và các dịch vụ giá trị gia tăng khác khi cung cấp các giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt.

Cải thiện hiệu quả và tiết kiệm chi phí: Thanh toán không dùng tiền mặt giúp giảm chi phí vận hành liên quan đến quản lý tiền mặt, như chi phí in ấn, vận chuyển, và bảo quản tiền. Đồng thời, quy trình thanh toán được tự động hóa giúp tiết kiệm thời gian và nguồn lực.

Mở rộng thị trường và tiếp cận khách hàng mới: Các giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt cho phép các tổ chức trung gian tiếp cận một lượng lớn khách hàng tiềm năng, đặc biệt là những người không có hoặc khó tiếp cận các dịch vụ ngân hàng truyền thống, từ đó mở rộng cơ sở khách hàng và tăng trưởng kinh doanh.

Vai trò đối với khách hàng

Thanh toán không dùng tiền mặt mang lại lợi ích to lớn cho khách hàng, nhờ việc tăng nhanh tốc độ chu chuyển vốn, tiết kiệm được các chi phí phát sinh (chi phí vận chuyển, chi phí kiểm đếm...) từ đó, giảm chi phí đầu vào, hạ giá thành sản phẩm, nâng cao hiệu quả kinh doanh. Sử dụng các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt bảo đảm tiện lợi, nhanh chóng, chính xác, an toàn, và bảo mật cho khách hàng. đặc biệt trong giai đoạn hiện nay khi mức độ ứng dụng công nghệ thông tin của các tổ chức trung gian thanh toán trong hoạt động thanh toán ngày càng cao.

1.2. Tổng quan về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt

1.2.1. Khái niệm

Chất lượng dịch vụ có thể hiểu là những gì mà khách hàng cảm nhận và đánh giá chứ không phải là những gì mà những nhà cung cấp dịch vụ công bố. Hay nói cách khác mức độ cảm nhận hay cảm nhận của khách hàng chính là thước đo chất lượng dịch vụ của tổ chức (Đặng Công Hoàn, 2015).

Theo ISO (tổ chức tiêu chuẩn hóa quốc tế) thì khái niệm về chất lượng dịch vụ là tập hợp các đặc tính của một đối tượng, tạo cho đối tượng có khả năng thỏa mãn những yêu cầu đã nêu ra hoặc tiềm ẩn. Có thể hiểu, đây là sự so sánh, cảm nhận, đánh giá của khách hàng về những kỳ vọng đối với dịch vụ của một doanh nghiệp. Đồng nghĩa, chất lượng dịch vụ được đánh giá bởi khách hàng. Chất lượng dịch vụ được xem là một thước đo quan trọng và là một trong những kết quả hoạt động chính đối với hoạt động của các cơ quan hành chính Nhà nước, khách hàng có nhận thức và nhu cầu khác nhau nên cảm nhận về chất lượng dịch vụ cũng sẽ khác nhau.

Như vậy, có thể hiểu, chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt là đo lường và đánh giá các yếu tố tạo nên sự hài lòng của người dùng khi sử dụng dịch vụ thanh toán qua các kênh không sử dụng tiền mặt như thẻ tín dụng, ví điện tử, mobile banking, và internet banking (Nguyễn Văn Hùng, Phan Quan Việt, 2019).

Do đó, nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại các tổ chức thanh toán trung gian được hiểu là việc tăng mức độ hài lòng của khách hàng đang trực tiếp thụ hưởng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt thông qua hoàn thiện quá trình cung cấp dịch vụ và kết quả của dịch vụ.

1.2.2. Đặc điểm của chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt

Chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt (TTKDTM) tại doanh nghiệp là một yếu tố quan trọng quyết định sự thành công trong hoạt động kinh doanh, đặc biệt

trong bối cảnh kinh tế số hóa hiện nay. Chất lượng của dịch vụ này thể hiện qua nhiều khía cạnh, trong đó nổi bật là tính tiện ích, độ an toàn, tốc độ xử lý giao dịch, và khả năng tích hợp đa dạng với các hệ thống thanh toán khác.

Thứ nhất, tính tiện ích được xem là đặc điểm cốt lõi trong việc đánh giá chất lượng dịch vụ TTKDTM. Doanh nghiệp cần cung cấp các phương tiện thanh toán thuận tiện, dễ sử dụng và tương thích với nhiều nền tảng, từ thẻ ngân hàng, ví điện tử, đến các ứng dụng thanh toán trực tuyến. Một hệ thống TTKDTM chất lượng phải đảm bảo tính đơn giản và dễ tiếp cận, giúp khách hàng nhanh chóng thực hiện giao dịch mà không gặp khó khăn. Ngoài ra, sự đa dạng trong lựa chọn hình thức thanh toán cũng là điểm cộng, khi người dùng có thể tùy chọn phương thức phù hợp với nhu cầu của mình, từ thanh toán qua mã QR, chuyển khoản ngân hàng, đến các nền tảng thanh toán quốc tế.

Thứ hai, độ an toàn và bảo mật trong giao dịch là yếu tố không thể thiếu khi nói đến chất lượng dịch vụ TTKDTM. Doanh nghiệp phải đầu tư vào các giải pháp bảo mật tiên tiến, từ mã hóa dữ liệu đến xác thực hai lớp, nhằm bảo vệ thông tin cá nhân và tài khoản của khách hàng. Hệ thống phải được kiểm tra và cập nhật thường xuyên để đảm bảo an toàn trước các nguy cơ tấn công mạng hay gian lận tài chính. Một dịch vụ thanh toán an toàn không chỉ giúp tạo lòng tin cho khách hàng mà còn giảm thiểu rủi ro cho doanh nghiệp trong quá trình hoạt động.

Thứ ba, tốc độ xử lý giao dịch cũng là một thước đo quan trọng trong đánh giá chất lượng dịch vụ TTKDTM. Khách hàng hiện đại mong đợi các giao dịch được thực hiện một cách nhanh chóng, liền mạch mà không gặp phải tình trạng chậm trễ hay lỗi hệ thống. Việc tối ưu hóa quy trình xử lý và đảm bảo khả năng vận hành liên tục, không gián đoạn là một trong những yếu tố giúp doanh nghiệp nâng cao trải nghiệm khách hàng và giữ chân họ lâu dài.

Cuối cùng, khả năng tích hợp và tương thích với các hệ thống thanh toán khác là một điểm nhấn trong chất lượng dịch vụ TTKDTM. Trong bối cảnh nhiều nền tảng thanh toán khác nhau tồn tại, doanh nghiệp cần đảm bảo rằng hệ thống của mình có thể kết nối và đồng bộ với nhiều phương thức thanh toán một cách linh hoạt. Sự tích hợp này không chỉ giúp mở rộng quy mô tiếp cận khách hàng mà còn tăng cường hiệu quả quản lý tài chính nội bộ (Nguyễn Văn Hùng, Phan Quan Việt, 2019).

1.2.3. Nội dung chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt

Theo lý thuyết thang đo SERVPERF của tác giả Parasuaman và cộng sự (1993) về 5 khoảng cách (GAP) đánh giá chất lượng dịch vụ gồm: (1) Sự tin cậy; (2) Khả năng đáp ứng; (3) Năng lực phục vụ; (4) Sự đồng cảm; (5) Phương tiện hữu hình với 22 biến quan sát trong thang đo chất lượng dịch vụ.

1.2.3.1. Sự tin cậy

Sự tin cậy trong thang đo SERVPERF về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại doanh nghiệp là một yếu tố quan trọng để đánh giá mức độ đáp ứng của dịch vụ đối với nhu cầu của khách hàng. Điều này liên quan đến khả năng của doanh nghiệp trong việc cung cấp dịch vụ một cách chính xác, đáng tin cậy và không mắc lỗi, từ đó tạo dựng niềm tin và sự hài lòng cho khách hàng. Khách hàng mong muốn giao dịch của họ sẽ được thực hiện nhanh chóng và an toàn, mà không gặp bất kỳ trở ngại nào. Nếu doanh nghiệp có thể đáp ứng tốt yêu cầu này, điều đó sẽ góp phần làm tăng sự hài lòng và sự trung thành của khách hàng đối với dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt. Trong bối cảnh cạnh tranh hiện nay, sự tin cậy càng trở nên quan trọng hơn trong việc giữ chân khách hàng và xây dựng uy tín cho doanh nghiệp.

1.2.3.2. Khả năng đáp ứng

Khả năng đáp ứng là khả năng sẵn sàng phục vụ nhằm cung cấp dịch vụ đáp ứng nhu cầu kịp thời cho khách hàng. Khả năng đáp ứng phản ánh mức độ sẵn sàng trong việc cung cấp dịch vụ của nhà cung cấp cho khách hàng. Một hệ thống có khả năng đáp ứng nhanh chóng và thân thiện sẽ dễ tạo được thiện cảm với khách hàng. Trong điều kiện các dịch vụ (như giá cả, sự tin cậy của dịch vụ ...) nhà cung cấp nào có khả năng đáp ứng nhanh hơn, nhân viên thân thiện sẽ được khách hàng ưu tiên lựa chọn. Khách hàng cũng cảm thấy hài lòng hơn khi so sánh dịch vụ giữa các nhà cung cấp. Khả năng đáp ứng có ảnh hưởng tích cực đến sự hài lòng của khách hàng về dịch vụ. Vì vậy khả năng đáp ứng có mối quan hệ thuận với chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt. Đối với các tổ chức trung gian thanh toán khả năng đáp ứng thể hiện trên phương diện: Quy trình thanh toán không dùng tiền mặt, số lượng khách hàng và phổ biến quy chế của cán bộ, nhân viên.

1.2.3.3. Năng lực phục vụ

Năng lực phục vụ của các tổ chức trung gian thanh toán được thể hiện qua các khía cạnh như: tác phong chuyên nghiệp, khả năng chuyên môn của nhân viên, khả năng sẵn sàng cung cấp dịch vụ của các tổ chức trung gian thanh toán. Khách hàng đánh giá năng lực phục vụ các tổ chức trung gian thanh toán cao hơn sẽ cảm thấy hài lòng hơn đối với dịch vụ họ nhận được. Các nghiên cứu trước đây trong nhiều lĩnh vực đã chỉ ra rằng năng lực phục vụ có ảnh hưởng tích cực tới sự hài lòng chung của khách hàng. Có thể nói, thái độ phục vụ của đội ngũ nhân viên đối với khách hàng là yếu tố quan trọng để đánh giá chất lượng dịch vụ của các tổ chức trung gian thanh toán. Nó bao gồm thái độ phục vụ, sự tận tình trong quá trình chăm sóc khách hàng.

1.2.3.4. Sự đồng cảm

Sự đồng cảm trong thang đo SERVPERF về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại doanh nghiệp phản ánh mức độ doanh nghiệp quan tâm, hiểu và đáp ứng được nhu cầu cũng như mong muốn của khách hàng. Điều này thể hiện qua việc nhân viên hỗ trợ tận tình, lắng nghe ý kiến và giải quyết các vấn đề mà khách hàng gặp phải trong quá trình sử dụng dịch vụ. Sự đồng cảm giúp tạo ra cảm giác an tâm và được tôn trọng ở khách hàng, từ đó thúc đẩy mối quan hệ bền vững giữa doanh nghiệp và khách hàng. Đặc biệt trong lĩnh vực thanh toán không dùng tiền mặt, nơi khách hàng luôn mong muốn sự tiện lợi và an toàn, việc thể hiện sự đồng cảm sẽ góp phần tạo nên trải nghiệm dịch vụ tích cực và nâng cao lòng trung thành của khách hàng. Vì vậy, đồng cảm không chỉ là một yếu tố quan trọng trong việc đánh giá chất lượng dịch vụ mà còn là chìa khóa để doanh nghiệp thành công trong việc duy trì và phát triển cơ sở khách hàng của mình.

1.2.3.5. Phương tiện hữu hình

Phương tiện hữu hình trong thang đo SERVPERF về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại doanh nghiệp đề cập đến các yếu tố vật chất hỗ trợ quá trình cung cấp dịch vụ, như thiết bị, cơ sở hạ tầng, giao diện phần mềm, và tài liệu hướng dẫn. Các phương tiện này cần đảm bảo tính hiện đại, thẩm mỹ và dễ sử dụng để mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng. Ví dụ, ứng dụng thanh toán phải có thiết kế trực quan, tốc độ xử lý nhanh và bảo mật cao, giúp người dùng thực hiện giao dịch thuận lợi. Đồng thời, việc trang bị đầy đủ thiết bị thanh toán tại các điểm bán hàng cũng góp phần nâng cao tính chuyên nghiệp và sự tiện lợi của dịch vụ. Nhờ đó, phương tiện hữu hình là một phần không thể thiếu trong việc đánh giá chất lượng và xây dựng hình ảnh thương hiệu trong mắt khách hàng.

1.2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt

1.2.4.1. Yếu tố bên ngoài

Thứ nhất, nền kinh tế trong và ngoài nước

Nền kinh tế trong nước và quốc tế đều có tác động đáng kể đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của doanh nghiệp. Trong bối cảnh nền kinh tế trong nước ổn định, sự phát triển của công nghệ và hạ tầng cơ sở hỗ trợ mạnh mẽ cho các dịch vụ thanh toán điện tử, giúp cải thiện trải nghiệm người dùng và giảm chi phí giao dịch. Ngược lại, nếu nền kinh tế suy thoái, sức mua của người tiêu dùng giảm sút, ảnh hưởng

tiêu cực đến doanh thu và khả năng đầu tư vào công nghệ mới của doanh nghiệp. Trên phạm vi quốc tế, các chính sách kinh tế và xu hướng toàn cầu cũng có ảnh hưởng lớn. Sự phát triển của thương mại điện tử và sự hợp tác quốc tế trong lĩnh vực tài chính thúc đẩy sự phát triển của các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt. Tuy nhiên, biến động kinh tế toàn cầu, như khủng hoảng tài chính hoặc các chính sách bảo hộ thương mại, có thể gây ra sự bất ổn và thách thức cho các doanh nghiệp trong việc duy trì và nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán.

Thứ hai, khách hàng

Khách hàng, bao gồm cả cá nhân và doanh nghiệp, có nhu cầu sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, đóng vai trò quan trọng trong việc ảnh hưởng đến chất lượng của các dịch vụ này. Đối với cá nhân, nhu cầu thanh toán nhanh chóng, tiện lợi và an toàn là yếu tố then chốt thúc đẩy doanh nghiệp cải tiến công nghệ và quy trình. Các doanh nghiệp, khi sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, đòi hỏi tính chính xác, hiệu quả và khả năng quản lý dòng tiền hiệu quả, điều này yêu cầu nhà cung cấp dịch vụ phải liên tục nâng cao chất lượng và tích hợp các giải pháp tiên tiến. Sự tăng trưởng của khách hàng sử dụng dịch vụ này cũng tạo ra áp lực cạnh tranh, buộc các doanh nghiệp phải không ngừng cải thiện dịch vụ để giữ chân và mở rộng thị phần. Ngoài ra, phản hồi từ khách hàng giúp các doanh nghiệp nhận ra điểm mạnh và yếu, từ đó điều chỉnh chiến lược phát triển sản phẩm và dịch vụ một cách hợp lý. Tóm lại, nhu cầu và phản hồi của khách hàng là động lực quan trọng giúp nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

Thứ ba, cơ sở hạ tầng của các nhà mạng viễn thông

Cơ sở hạ tầng của các nhà mạng viễn thông đóng vai trò then chốt trong việc ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của doanh nghiệp. Hệ thống mạng viễn thông ổn định, tốc độ cao và độ phủ sóng rộng khắp đảm bảo các giao dịch được thực hiện nhanh chóng và chính xác, giảm thiểu thời gian chờ đợi và các lỗi kỹ thuật. Ngược lại, nếu cơ sở hạ tầng viễn thông yếu kém, không đồng đều, dễ bị gián đoạn, sẽ gây ra tình trạng giao dịch bị chậm trễ, gián đoạn, làm giảm trải nghiệm khách hàng và uy tín của doanh nghiệp. Sự phát triển của mạng 4G, 5G và công nghệ Internet of Things (IoT) cung cấp nền tảng cho các giải pháp thanh toán thông minh, linh hoạt và bảo mật cao hơn. Hơn nữa, sự hợp tác giữa các nhà mạng và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt giúp tối ưu hóa hạ tầng và nâng cao chất lượng dịch vụ. Tóm lại, cơ sở hạ tầng viễn thông mạnh mẽ và tiên tiến là điều kiện cần thiết để các doanh nghiệp duy trì và nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

Thứ tư, khung pháp lý của Việt Nam

Khung pháp lý của Việt Nam có vai trò quan trọng trong việc ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của doanh nghiệp. Các quy định pháp luật rõ ràng và minh bạch giúp tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp triển khai dịch vụ thanh toán điện tử, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và đảm bảo tính an toàn, bảo mật của các giao dịch. Quy định về bảo mật thông tin, chống gian lận, rửa tiền và bảo vệ dữ liệu cá nhân là nền tảng quan trọng để xây dựng lòng tin của khách hàng đối với dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt. Ngược lại, nếu khung pháp lý còn bất cập, thiếu minh bạch và chặt chẽ, sẽ gây ra nhiều rủi ro và khó khăn cho doanh nghiệp trong việc tuân thủ và phát triển dịch vụ. Sự hỗ trợ từ phía chính phủ thông qua các chính sách khuyến khích, miễn giảm thuế, và hỗ trợ kỹ thuật cũng góp phần quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ. Tóm lại, một khung pháp lý hoàn thiện và hỗ trợ sẽ thúc đẩy sự phát triển bền vững và hiệu quả của dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam.

1.2.4.2. Yếu tố bên trong

Thứ nhất, chính sách về truyền thông

Chính sách về truyền thông đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của doanh nghiệp. Thông qua các chiến dịch truyền thông rõ ràng, minh bạch và nhất quán, doanh nghiệp có thể tăng cường nhận thức và sự tin tưởng của khách hàng đối với dịch vụ thanh toán điện tử. Thông tin về các tính năng, lợi ích, và biện pháp bảo mật của dịch vụ cần được truyền đạt một cách chính xác và dễ hiểu, giúp người dùng cảm thấy an tâm và sẵn sàng sử dụng. Ngoài ra, việc lắng nghe và phản hồi nhanh chóng các thắc mắc, khiếu nại của khách hàng thông qua các kênh truyền thông cũng góp phần quan trọng trong việc cải thiện chất lượng dịch vụ. Quản lý tốt truyền thông giúp doanh nghiệp duy trì hình ảnh uy tín và chuyên nghiệp, từ đó thu hút và giữ chân khách hàng. Sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận liên quan trong việc triển khai chính sách truyền thông hiệu quả sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển bền vững của dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

Thứ hai, nhân lực

Nhân lực đóng vai trò then chốt trong việc ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của doanh nghiệp. Đội ngũ nhân viên có kỹ năng chuyên môn cao, am hiểu công nghệ và quy trình nghiệp vụ sẽ đảm bảo các giao dịch diễn ra suôn sẻ và hiệu quả. Việc đào tạo liên tục và cập nhật kiến thức mới cho nhân viên giúp họ nắm bắt được các xu hướng và công nghệ tiên tiến, từ đó nâng cao khả năng xử lý

vấn đề và cải thiện trải nghiệm khách hàng. Tinh thần làm việc tận tâm và trách nhiệm của nhân viên cũng tạo nên sự khác biệt lớn trong việc duy trì chất lượng dịch vụ. Ngoài ra, một môi trường làm việc tốt, chính sách đãi ngộ hợp lý và cơ hội thăng tiến sẽ giúp doanh nghiệp thu hút và giữ chân nhân tài. Sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận trong doanh nghiệp và sự hỗ trợ từ phía lãnh đạo cũng góp phần không nhỏ vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

Thứ ba, tài chính

Tài chính ảnh hưởng mạnh mẽ đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của doanh nghiệp. Thứ nhất, khả năng tài chính của doanh nghiệp quyết định đầu tư vào hạ tầng công nghệ và bảo mật, từ đó đảm bảo hệ thống thanh toán hoạt động mượt mà và an toàn. Thứ hai, khả năng tài chính tốt giúp doanh nghiệp dễ dàng hợp tác với các ngân hàng và tổ chức tài chính để cung cấp nhiều phương thức thanh toán đa dạng, thuận tiện cho khách hàng. Thứ ba, tài chính vững mạnh giúp doanh nghiệp chịu được chi phí vận hành, duy trì và nâng cấp hệ thống thanh toán, đảm bảo tính liên tục và cải thiện trải nghiệm người dùng. Thứ tư, doanh nghiệp có nguồn lực tài chính dồi dào có thể triển khai các chương trình khuyến mãi, ưu đãi để khuyến khích khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt. Cuối cùng, sự ổn định tài chính giúp doanh nghiệp ứng phó linh hoạt với các rủi ro và biến động thị trường, từ đó duy trì chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt ở mức cao.

Thứ tư, xây dựng và phát triển thương hiệu

Việc xây dựng và phát triển thương hiệu đóng vai trò rất quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại doanh nghiệp. Thương hiệu mạnh tạo dựng lòng tin cho khách hàng, giúp họ cảm thấy an tâm hơn khi sử dụng các dịch vụ tài chính số. Thương hiệu uy tín không chỉ thu hút thêm khách hàng mới mà còn duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng hiện có, tạo điều kiện thuận lợi cho việc mở rộng hệ sinh thái thanh toán. Ngoài ra, thương hiệu còn là yếu tố cạnh tranh chính, giúp doanh nghiệp khẳng định vị thế trên thị trường. Chính vì vậy, phát triển thương hiệu phải đi đôi với việc đảm bảo an toàn, bảo mật, và liên tục cải thiện trải nghiệm người dùng để duy trì và nâng cao chất lượng dịch vụ.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN GIẢI PHÁP THANH TOÁN VIỆT NAM

2.1. Tổng quan về Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

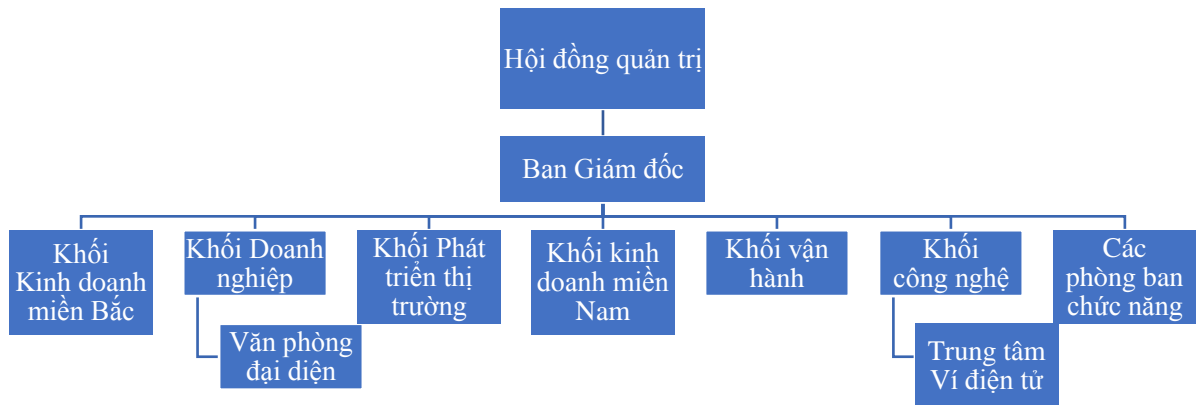
Công ty Cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam (VNPAY) thành lập ngày 07/03/2007 thuộc tập đoàn VNLIFE. VNPAY hiện đang tập trung vào 2 lĩnh vực kinh doanh cốt lõi là Tài chính - Ngân hàng, Công nghệ Thông tin - Viễn thông với các sản phẩm nổi bật như ứng dụng Ngân hàng trên di động (Mobile Banking), SMS Banking, Nạp tiền điện thoại VnTopup, Thanh toán hóa đơn VNPAYBill, Ví điện tử VNPAY, giải pháp thanh toán qua mã VNPAY-QR, VNPAY-POS giải pháp thanh toán và quản lý bán hàng...

VNPAY có trụ sở chính tại số 22, phố Láng Hạ, quận Đống Đa, thành phố Hà Nội và có 6 trụ sở khác bao gồm 3 trụ sở tại Hà Nội, 2 trụ sở thành phố Hồ Chí Minh và 1 trụ sở tại Đà Nẵng.

2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ

VNPAY là một công ty cung cấp dịch vụ thanh toán điện tử hàng đầu tại Việt Nam, với chức năng và nhiệm vụ chính là phát triển và triển khai các giải pháp thanh toán không dùng tiền mặt, nhằm thúc đẩy nền kinh tế số. VNPAY cung cấp các dịch vụ như cổng thanh toán điện tử, ví điện tử, dịch vụ thanh toán QR code, và giải pháp ngân hàng số cho các tổ chức tài chính. Công ty còn đóng vai trò trung gian kết nối giữa các doanh nghiệp, ngân hàng, và người tiêu dùng thông qua việc xây dựng hệ sinh thái thanh toán đa dạng và an toàn. VNPAY không chỉ đảm bảo tính tiện lợi và nhanh chóng trong các giao dịch mà còn tập trung vào việc bảo mật thông tin và dữ liệu của người dùng. Ngoài ra, VNPAY cũng góp phần quan trọng trong việc số hóa các hoạt động thanh toán tại Việt Nam, hỗ trợ các doanh nghiệp chuyển đổi số và mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng. Với sứ mệnh này, VNPAY đang ngày càng khẳng định vị thế của mình trên thị trường tài chính và công nghệ.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức



Hình 2.1. Sơ đồ tổ chức bộ máy Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Nguồn: Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Hội đồng quản trị: quản lý, định hướng chiến lược và giám sát toàn bộ hoạt động của công ty; chịu trách nhiệm đưa ra các quyết định quan trọng liên quan đến chiến lược kinh doanh, tài chính, và phân bổ nguồn lực. Đồng thời, giám sát việc thực hiện các mục tiêu đã đề ra và đảm bảo công ty tuân thủ quy định pháp luật, bảo vệ lợi ích của cổ đông.

Ban Giám đốc: Đây là cơ quan lãnh đạo cao nhất, chịu trách nhiệm định hướng chiến lược, điều hành tổng thể hoạt động của công ty, và đưa ra các quyết định quan trọng. Ban Giám đốc bao gồm Giám đốc và các Phó Giám đốc, với nhiệm vụ phân bổ nguồn lực, quản lý tài chính, và giám sát quá trình triển khai chiến lược kinh doanh.

Khối vận hành: quản lý, giám sát và đảm bảo các hoạt động vận hành của hệ thống thanh toán diễn ra thông suốt, ổn định, tối ưu hóa quy trình, xử lý giao dịch, và hỗ trợ kỹ thuật nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ cho khách hàng. Ngoài ra, phối hợp với các bộ phận khác để kịp thời khắc phục sự cố và cải tiến quy trình hoạt động.

Khối Kinh doanh miền Bắc, Khối Doanh nghiệp, Khối Phát triển thị trường, Khối kinh doanh miền Nam: phát triển và quản lý các hoạt động kinh doanh tại khu vực, đảm bảo việc mở rộng thị trường và cung cấp dịch vụ hiệu quả cho khách hàng

Khối Công nghệ: chịu trách nhiệm xây dựng, bảo trì và nâng cấp hệ thống kỹ thuật, cơ sở hạ tầng công nghệ của công ty, đảm bảo sự ổn định, an toàn và bảo mật của hệ thống thanh toán, đồng thời hỗ trợ các phòng ban khác về mặt công nghệ.

Trung tâm Ví điện tử: thực hiện tìm kiếm đối tác, phát triển sản phẩm Ví điện tử.

Phòng Pháp chế: tiếp nhận và tư vấn các vấn đề về pháp lý của Hợp đồng, sản phẩm dịch vụ. Cập nhật cho các phòng ban về các quy định mới của NHNN và các cơ quan chức năng.

Phòng kế toán tài chính: quản lý các hoạt động liên quan đến tài chính và kế toán của công ty, bao gồm lập báo cáo tài chính, quản lý dòng tiền, và đảm bảo tuân thủ các quy định tài chính. Phòng Tài chính - Kế toán cũng đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng và quản lý ngân sách.

Phòng hành chính, tổng hợp: quản lý công tác hành chính, văn phòng và hỗ trợ các hoạt động nội bộ của công ty. Nhiệm vụ chính bao gồm quản lý tài liệu, hồ sơ, tổ chức các cuộc họp, sự kiện, và đảm bảo các điều kiện làm việc cho các phòng ban. Đồng thời, phòng này cũng tham gia vào việc thực hiện các chính sách nội bộ và hỗ trợ công tác điều phối giữa các bộ phận.

Các phòng ban chức năng khác: thực hiện các chức năng khác của mỗi phòng ban.

2.1.4. Kết quả hoạt động của Công ty giai đoạn 2021-2023

Bảng 2.1. Tổng hợp kết quả sản xuất – kinh doanh của Công ty

STT	Năm	Doanh thu		Lợi nhuận sau thuế	
		Số lượng (Tỷ đồng)	Tốc độ tăng trưởng (%)	Số lượng (Tỷ đồng)	Tốc độ tăng trưởng (%)
1	2021	13.200	-	1300	-
2	2022	15.200	15,2	1500	15,4
3	2023	17.600	33,3	1720	32,3

Nguồn: Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Tình hình sản xuất kinh doanh của Công ty trong giai đoạn 2021 – 2023 rất ổn định, lợi nhuận đạt được tương đối cao: Năm 2021, công ty đạt doanh thu 13200 tỷ đồng, lợi nhuận sau thuế đạt 1300 tỷ đồng; Năm 2022, công ty đạt doanh thu 15200 tỷ đồng (Tốc độ tăng trưởng so với năm 2021 là 15,2%), lợi nhuận sau thuế đạt 1500 tỷ đồng

(Tốc độ tăng trưởng so với năm 2020 là 15,4%); Năm 2023, công ty đạt doanh thu 17600 tỷ đồng (Tốc độ tăng trưởng so với năm 2022 là 33%), lợi nhuận sau thuế đạt 1720 tỷ đồng (Tốc độ tăng trưởng so với năm 2022 là 32,3%).

Với tình hình sản xuất kinh doanh ổn định, lợi nhuận năm sau cao hơn năm trước sẽ giúp Công ty có thể đầu tư cho hoạt động kinh doanh của mình tốt hơn, có điều kiện cải thiện chính sách lương, thưởng, đãi ngộ... Từ đó góp phần thu hút và giữ chân người lao động gắn bó và làm việc lâu dài với Công ty.

2.2. Các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

2.2.1. Các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt

Hiện nay, VNPAY đang triển khai rất nhiều dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, nổi bật trong đó là các dịch vụ sau:

Dịch vụ Cổng thanh toán

Dịch vụ Cổng thanh toán của VNPAY là một giải pháp tiên tiến và linh hoạt, được thiết kế để hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc quản lý và thực hiện giao dịch thanh toán trực tuyến một cách hiệu quả. Với Cổng thanh toán của VNPAY, các doanh nghiệp có thể tích hợp nhiều phương thức thanh toán khác nhau, bao gồm thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, ví điện tử và chuyển khoản ngân hàng, vào trang web hoặc ứng dụng của mình. Điều này không chỉ giúp mở rộng khả năng thanh toán của doanh nghiệp mà còn tạo sự thuận tiện cho khách hàng khi thực hiện giao dịch.

Cổng thanh toán của VNPAY được trang bị các công nghệ bảo mật tiên tiến nhằm đảm bảo sự an toàn và bảo mật cho các giao dịch. Hệ thống của VNPAY sử dụng các biện pháp mã hóa dữ liệu và xác thực giao dịch để bảo vệ thông tin cá nhân và tài chính của khách hàng khỏi các mối đe dọa tiềm ẩn. Bên cạnh đó, dịch vụ còn cung cấp các công cụ quản lý và báo cáo chi tiết, giúp doanh nghiệp theo dõi và phân tích hoạt động thanh toán một cách dễ dàng và hiệu quả.

VNPAY cũng cung cấp dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật và tư vấn chuyên nghiệp, giúp doanh nghiệp triển khai và tối ưu hóa Cổng thanh toán một cách nhanh chóng. Với mạng lưới đối tác rộng lớn và khả năng tích hợp linh hoạt, VNPAY không chỉ đáp ứng nhu cầu thanh toán hiện tại của doanh nghiệp mà còn đồng hành cùng sự phát triển và mở rộng kinh doanh trong tương lai.

Dịch vụ thanh toán hóa đơn (VNPAY Bill)

Dịch vụ thanh toán hóa đơn VNPAY Bill của Công ty Cổ phần Giải pháp Thanh toán Việt Nam là một giải pháp tiện lợi và hiệu quả cho việc thanh toán các loại hóa đơn hàng tháng như điện, nước, truyền hình cáp, internet và nhiều dịch vụ khác. Với VNPAY Bill, người dùng có thể thực hiện thanh toán trực tuyến một cách dễ dàng thông qua nền tảng di động hoặc web, giảm thiểu sự cần thiết phải đến các điểm thanh toán truyền thống hoặc xếp hàng chờ đợi.

Dịch vụ này hỗ trợ tích hợp đa dạng các loại hóa đơn của nhiều nhà cung cấp khác nhau, giúp người dùng quản lý và thanh toán hóa đơn từ nhiều nguồn trong một giao dịch duy nhất. Giao diện người dùng của VNPAY Bill được thiết kế thân thiện, cho phép người dùng tra cứu hóa đơn, xem lịch sử thanh toán và nhận thông báo về các khoản tiền đến hạn. Điều này không chỉ tiết kiệm thời gian mà còn giúp người dùng kiểm soát tốt hơn các chi phí hàng tháng của mình.

VNPAY Bill còn cung cấp các tính năng bảo mật cao, bao gồm mã hóa dữ liệu và xác thực giao dịch, để bảo vệ thông tin tài chính của người dùng khỏi các rủi ro. Đồng thời, dịch vụ cũng hỗ trợ nhiều phương thức thanh toán như thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ và ví điện tử, mang lại sự linh hoạt tối đa cho người dùng trong việc lựa chọn phương thức thanh toán phù hợp. Với hệ thống hỗ trợ khách hàng 24/7 và các công cụ quản lý tiện ích, VNPAY Bill cam kết mang đến một trải nghiệm thanh toán hóa đơn nhanh chóng, an toàn và tiện lợi cho tất cả người dùng.

Dịch vụ thanh toán quét mã QR

Dịch vụ thanh toán quét mã QR của VNPAY là một giải pháp thanh toán hiện đại, tiện lợi và an toàn, đáp ứng nhu cầu giao dịch nhanh chóng trong thời đại số. Được tích hợp trên nền tảng ứng dụng di động của VNPAY, dịch vụ này cho phép người dùng thực hiện các giao dịch thanh toán bằng cách quét mã QR được hiển thị tại điểm thanh toán. Điều này giúp đơn giản hóa quy trình thanh toán, giảm thiểu sự cần thiết phải nhập thông tin thủ công và giảm thời gian giao dịch.

Khi sử dụng dịch vụ thanh toán quét mã QR của VNPAY, người dùng chỉ cần mở ứng dụng VNPAY, chọn chức năng quét mã QR và đưa camera của điện thoại di động lên mã QR hiển thị. Sau khi mã QR được quét, thông tin giao dịch sẽ tự động được hiển thị trên màn hình, và người dùng chỉ cần xác nhận để hoàn tất thanh toán. Phương thức này hỗ trợ nhiều loại giao dịch, bao gồm thanh toán hàng hóa, dịch vụ, và hóa đơn, từ đó giúp người dùng dễ dàng quản lý các khoản chi tiêu của mình.

Nạp tiền điện thoại – VnTopup

Là Dịch vụ nạp tiền điện thoại di động trả trước và trả sau, mua thẻ data 3G-4G-5G từ tài khoản của khách hàng tại Ngân hàng. Khách hàng có thể sử dụng ứng dụng ngân hàng (Mobile Banking), tin nhắn SMS, Internet Banking hoặc truy cập website www.vban.vn để thực hiện giao dịch nạp tiền cho chính mình và bạn bè, người thân.

*Các kênh triển khai: Nạp tiền qua ATM/POS hoặc Internet Banking/Mobile Banking.

- Nạp tiền cho điện thoại di động trả trước của tất cả các mạng viễn thông tại Việt Nam

- Nạp tiền cho điện thoại di động trả sau của MobiFone, Viettel, VinaPhone

- Mua thẻ cào điện thoại của các mạng viễn thông MobiFone, VinaPhone, Viettel

- Mua thẻ data 3G, 4G, 5G từ các nhà mạng viễn thông Viettel, VinaPhone, MobiFone

2.2.2. Kết quả dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt

Bảng 2.2. Quy mô dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Chỉ tiêu	Năm 2021 (triệu đồng)	Năm 2022 (triệu đồng)	Năm 2023 (triệu đồng)	So sánh			
				2022/2021		2023/2022	
				Tăng/ giảm (triệu đồng)	Tỷ lệ tăng/ giảm (%)	Tăng/ giảm (triệu đồng)	Tỷ lệ tăng/ giảm (%)
Thanh toán tiền mặt	948.218	1.192.007	1.405.448	243.789	25,71	213.441	17,91
Thanh toán không dùng tiền mặt	1.786.932	2.397.805	3.514.752	610.873	34,19	1.116.947	46,58
Tổng doanh số thanh toán	2.735.150	3.589.812	4.920.200	854.662	31,25	1.330.388	37,06

Nguồn: Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Thanh toán tiền mặt tiếp tục tăng trưởng qua các năm, với tỷ lệ tăng giảm dần từ 25,71% trong năm 2022 so với 2021 xuống còn 17,91% trong năm 2023 so với 2022. Thanh toán không dùng tiền mặt ghi nhận sự tăng trưởng mạnh mẽ qua các năm, với tỷ lệ tăng trưởng cao hơn so với thanh toán tiền mặt. Sự tăng trưởng đáng kể trong năm 2023 so với 2022 (46,58%) cho thấy một xu hướng rõ rệt trong việc chuyển dịch sang các phương thức thanh toán điện tử và kỹ thuật số.

Tổng doanh số thanh toán của công ty tăng mạnh qua các năm, với tỷ lệ tăng trưởng cao hơn trong năm 2023 so với năm 2022 (37,06%). Điều này cho thấy sự gia tăng đáng kể trong hoạt động thanh toán của công ty, đặc biệt là trong phân khúc thanh toán không dùng tiền mặt, đóng góp chủ yếu vào sự gia tăng tổng doanh số. Sự tăng trưởng này phản ánh sự thành công trong việc mở rộng và phát triển dịch vụ thanh toán, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Bảng 2.3. Doanh số dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt phân theo đối tượng khách hàng

TT	Chỉ tiêu	Năm 2021 (triệu đồng)	Năm 2022 (triệu đồng)	Năm 2023 (triệu đồng)	So sánh 2022/ 2021 (%)	So sánh 2023/ 2022 (%)
1	Tổ chức kinh tế	1.310.015	1.770.971	2.480.595	135,19	140,07
2	Doanh nghiệp nhỏ và vừa	846.236	905.119	1.034.672	106,96	114,31
3	Cá nhân	476.917	626.834	1.034.157	131,43	164,98
4	Tổng	2.633.168	3.302.924	4.549.424	125,44	137,74

Nguồn: Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Qua bảng số liệu 2.3 trên cho thấy Công ty Cổ phần Giải pháp Thanh toán Việt Nam đã có sự phát triển mạnh mẽ về dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt qua các năm, đặc biệt là đối với khách hàng cá nhân và tổ chức kinh tế. Tổ chức kinh tế có sự tăng trưởng đáng kể qua các năm, đặc biệt là từ 2022 đến 2023 với mức tăng 40,07%. Doanh nghiệp nhỏ và vừa có tốc độ tăng trưởng ổn định, tuy nhiên không mạnh bằng các tổ chức kinh tế và cá nhân, từ 2022 đến 2023, doanh số tăng 14,31%. Nhóm cá nhân có sự tăng trưởng doanh số ấn tượng nhất, đặc biệt từ năm 2022 đến năm 2023 với mức tăng gần 65%.

Bảng 2.4. Chuyển dịch cơ cấu thanh toán tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam giai đoạn 2021-2023

Chỉ tiêu	Năm 2021 (%)	Năm 2022 (%)	Năm 2023 (%)
1. Thanh toán bằng tiền mặt	14,67	13,21	8,56
2. Thanh toán không dùng tiền mặt	85,33	86,79	91,44
3. Tổng thanh toán	100	100	100

Nguồn: Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Kết quả cho thấy, thanh toán không dùng tiền mặt chiếm tỷ trọng khá lớn trong tổng doanh số thanh toán tại VNPAY: Tỷ trọng thanh toán không dùng tiền mặt năm 2021 chiếm 65,33%, năm 2022 chiếm 66,79%, tiếp tục năm 2023 con số này chiếm tới 71,44%. Điều này cho thấy nhu cầu, mức độ sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của người dân ngày càng tăng, cũng như khả năng đáp ứng yêu cầu thanh toán của khách hàng.

Bảng 2.5. Tổng hợp số liệu thanh toán không dùng tiền mặt so với tổng doanh số thanh toán tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Nội dung	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023	
	Tổng doanh số (tỷ đồng)	TTKTM (tỷ đồng)	Tổng doanh số (tỷ đồng)	TTKDM (tỷ đồng)	Tổng doanh số (tỷ đồng)	TTKDM (tỷ đồng)
Tổng (3)	1.087.955	294.910	1.254.080	399.052	1.304.419	410.173
Tiền mặt (1)	140.738	63.542	144.274	72.518	129.267	42.303
TTKDTM (2)	947.217	231.368	1.109.806	326.534	1.175.152	367.870
Tỷ trọng (2/3)	87,06%	78,45%	88,49%	81,83%	90,09%	89,69%

Nguồn: Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Qua bảng 2.5 ta thấy số món TTKDTM tăng từ 947.217 món chiếm 87,06% năm 2021 lên 1.109.806 món chiếm 88,49% năm 2022 và 1.175.152 món chiếm 90,09% năm 2023. Số tiền TTKDTM tăng từ 231.368 tỷ đồng chiếm 78,45% năm 2021 lên 326.534 tỷ đồng chiếm 81,83% năm 2022 và 367.870 tỷ đồng chiếm 89,69% năm 2023.

Bảng 2.6. Các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam giai đoạn 2021- 2023

TT	Hình thức TTKDTM	Năm 2021 (triệu đồng)	Năm 2022 (triệu đồng)	Năm 2023 (triệu đồng)	So sánh			
					2022/2021		2023/2022	
					+/- (triệu đồng)	%	+/- (triệu đồng)	%
1	Dịch vụ Cổng thanh toán	7.438	10.267	11.003	2.829	38,03	736	7,17
2	Dịch vụ thanh toán hóa đơn	110.839	138.090	154.286	27.251	24,59	16.196	11,73
3	Dịch vụ thanh toán quét mã QR	791.125	978.273	1.614.743	187.148	23,66	636.470	65,06
4	Nạp tiền điện thoại – VnTopup	522.253	756.128	880.453	233.875	44,78	124.325	16,44
	Tổng cộng	1.786.932	2.397.805	3.514.752	610.873	34,19	1.116.947	46,58

Nguồn: Bảng cân đối kế toán và Báo cáo tổng kết kinh doanh năm 2021, 2022, 2023 của Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Qua bảng 2.6 cho thấy mức độ sử dụng các phương tiện thanh toán tăng mạnh: Năm 2022, doanh số tăng 34,19% so với năm 2021; năm 2023, doanh số tăng 46,58% so với năm 2022.

2.3. Thực trạng chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

2.3.1. Sự tin cậy

Quy trình cung cấp dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt

Bước 1. Khảo sát và nghiên cứu thị trường:

VNPAY bắt đầu bằng việc khảo sát và nghiên cứu thị trường để hiểu rõ nhu cầu và xu hướng sử dụng TTKDTM của khách hàng. Thông qua việc thu thập và phân tích dữ liệu, VNPAY có thể phát triển các giải pháp phù hợp với từng nhóm khách hàng và từng ngành nghề khác nhau.

Bước 2. Phát triển sản phẩm và dịch vụ:

Dựa trên kết quả nghiên cứu, VNPAY tiến hành phát triển các sản phẩm và dịch vụ TTKDTM như ví điện tử, thanh toán qua mã QR, Cổng thanh toán, thanh toán hóa đơn, và mua sắm trực tuyến qua ứng dụng Ví điện tử và ứng dụng Ngân hàng. Quá trình phát triển này bao gồm việc thiết kế giao diện và tính năng cho người dùng, lập trình hệ thống, và kiểm thử các tính năng để đảm bảo hoạt động ổn định và hiệu quả.

Bước 3. Hợp tác với các đối tác:

VNPAY thiết lập mối quan hệ hợp tác chiến lược với các ngân hàng, tổ chức tài chính, doanh nghiệp và các nhà cung cấp dịch vụ để mở rộng mạng lưới chấp nhận thanh toán. Quá trình này bao gồm việc ký kết hợp đồng, tích hợp hệ thống và đào tạo đối tác về cách sử dụng và triển khai dịch vụ của VNPAY.

Bước 4. Đăng ký và xác thực khách hàng:

Khách hàng cần đăng ký tài khoản trên nền tảng của VNPAY bằng cách cung cấp các thông tin cá nhân cần thiết và thực hiện các bước xác thực. VNPAY sử dụng các biện pháp xác thực mạnh mẽ như xác thực qua số điện thoại, email và xác thực danh tính qua giấy tờ tùy thân để đảm bảo an toàn cho tài khoản của khách hàng.

Bước 5. Cung cấp dịch vụ và hỗ trợ khách hàng:

Sau khi đăng ký và xác thực thành công, khách hàng có thể sử dụng các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của VNPAY. VNPAY cung cấp nhiều kênh hỗ trợ khách hàng như tổng đài, email và chat trực tuyến để giải đáp các thắc mắc, xử lý sự cố và hướng dẫn sử dụng dịch vụ. Đội ngũ hỗ trợ khách hàng của VNPAY luôn sẵn sàng 24/7 để đảm bảo trải nghiệm tốt nhất cho người dùng.

Bước 6. Đảm bảo bảo mật và an toàn thông tin:

VNPAY triển khai các biện pháp bảo mật nghiêm ngặt để bảo vệ thông tin khách hàng và đảm bảo an toàn cho các giao dịch. Các biện pháp này bao gồm mã hóa dữ liệu, sử dụng xác thực hai yếu tố (2FA), và áp dụng các công nghệ bảo mật tiên tiến để ngăn chặn gian lận và tấn công mạng.

Thời gian cung cấp dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt

Thời gian cung cấp dịch vụ TTKDTM của VNPAY được thực hiện hàng ngày, từ 0h-24h.

Địa điểm cung cấp dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt

VNPAY thường có thể cung cấp dịch vụ này tại trên các kênh thanh toán trực tuyến, tại các trung tâm thương mại, cửa hàng, siêu thị.

Sự tin cậy là khả năng đáp ứng VNPAY đối với hoạt động TTKDTM. Điều này thể hiện khả năng cung ứng dịch vụ của Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Tác giả tiến hành khảo sát đối với 100 khách hàng sử dụng dịch vụ TTKDTM tại VNPAY Về sự tin cậy, kết quả thu được như sau:

Bảng 2.7. Kết quả khảo sát về sự tin cậy

STT	Nội dung đánh giá	Mức độ (số quan sát)						Điểm TB	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5	Tổng		
1	Tin tưởng vào dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của Công ty	10	30	0	25	35	100	3,5	1,47
2	Công ty tạo cho khách hàng yên tâm trong quá trình sử dụng dịch vụ vụ thanh toán không dùng tiền mặt	10	20	0	30	40	100	3,7	1,41
3	Xử lý chính xác các giao dịch, không bị sai sót	5	10	0	30	55	100	4,2	1,16
4	Tra cứu được lịch sử giao dịch đầy đủ, rõ ràng	7	10	0	30	53	100	4,1	1,24
5	Cung cấp tiện ích đúng như cam kết	10	20	0	30	40	100	3,7	1,14
Điểm TB								3.84	

Nguồn: Tổng hợp từ phiếu khảo sát của tác giả năm 2024

Dựa trên kết quả khảo sát về sự tin cậy đối với dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của công ty, có thể rút ra một số nhận xét như sau:

Mức độ tin tưởng vào dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của công ty: Có tổng cộng 100 quan sát cho tiêu chí này, với mức điểm trung bình là 3,5, tương ứng với mức "Đồng ý". Số lượng khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5 (tức là mức độ đồng ý và rất đồng ý) chiếm tổng cộng 60%, trong khi đó chỉ có 10% đánh giá mức độ thấp (mức 1 và 2).

Xử lý chính xác các giao dịch, không bị sai sót: Đây là tiêu chí được đánh giá cao nhất với điểm trung bình là 4,2 và mức ý nghĩa "Rất đồng ý". Số lượng khách hàng đánh giá mức 4 và 5 lên đến 85%, chỉ có 5% đánh giá ở mức độ thấp. Điều này chứng tỏ rằng công ty đã rất thành công trong việc xử lý chính xác các giao dịch và tránh sai sót, tạo niềm tin vững chắc cho khách hàng.

Tra cứu được lịch sử giao dịch đầy đủ, rõ ràng: Tiêu chí này nhận được điểm trung bình là 4,1 và mức ý nghĩa "Đồng ý". Với 83% khách hàng đánh giá ở mức độ 4 và 5, cho thấy rằng hệ thống tra cứu lịch sử giao dịch của công ty hoạt động hiệu quả, đáp ứng được nhu cầu của khách hàng về việc theo dõi và kiểm tra các giao dịch đã thực hiện.

Cung cấp tiện ích đúng như cam kết: Điểm trung bình cho tiêu chí này là 3,7 với mức ý nghĩa "Đồng ý". 70% khách hàng đánh giá ở mức độ 4 và 5, cho thấy rằng công ty đã phần nào đáp ứng đúng những tiện ích đã cam kết với khách hàng. Tuy nhiên, cũng có 30% khách hàng đánh giá ở mức 1, 2 và 3, điều này có thể cho thấy rằng vẫn còn một số khía cạnh mà công ty cần cải thiện để hoàn toàn đáp ứng mong đợi của khách hàng.

2.3.2. Khả năng đáp ứng

Hiện nay, VNPAY đang áp dụng các dịch vụ thanh toán được đa dạng hóa và chất lượng được nâng cao cùng với việc ứng dụng công nghệ vào thanh toán, sự phát triển của Smartphone, các ví điện tử liên kết với ngân hàng,...tạo điều kiện cho các phương tiện thanh toán mới phát triển, hiện đại và nhanh chóng. Ngoài việc liên tục nâng cấp, cải thiện các sản phẩm, dịch vụ, VNPAY cũng chú trọng vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ thông qua việc cung cấp thông tin cho Khách hàng một cách nhanh chóng, hiệu quả, không để khách hàng cảm thấy bối rối và không được giải đáp khi sử dụng dịch vụ tại VNPAY.

Tác giả tiến hành khảo sát đối với 100 khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY về khả năng đáp ứng, kết quả thu được như sau:

Bảng 2.8. Kết quả khảo sát về khả năng đáp ứng

STT	Nội dung đánh giá	Mức độ (số quan sát)						Điểm TB	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5	Tổng		
1	Công ty đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng	10	30	0	25	35	100	3.5	1,47
2	Dịch vụ được khách hàng tin tưởng, sử dụng nhiều	10	15	0	30	45	100	3.9	1,94
3	Khách hàng được Công ty cung cấp thông tin về dịch vụ một cách nhanh chóng	10	15	0	30	45	100	3.9	1,39
4	Nhiều hình thức thanh toán phù hợp và nhiều điểm chấp nhận thanh toán	10	20	0	30	40	100	3.7	1,41
5	Đa dạng ngân hàng thanh toán	0	15	0	35	50	100	4.2	1,03
Điểm TB								3.84	

Nguồn: Tổng hợp từ phiếu khảo sát của tác giả năm 2024

Dựa trên kết quả khảo sát về khả năng đáp ứng của công ty, có thể rút ra một số nhận xét như sau:

Khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng: Tiêu chí này có điểm trung bình là 3,5 và mức ý nghĩa là "Đồng ý". Tổng cộng có 60% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi có 40% đánh giá ở mức 1, 2 và 3. Điều này cho thấy rằng mặc dù công ty đã đáp ứng khá tốt nhu cầu của khách hàng, nhưng vẫn còn một phần khách hàng chưa thực sự hài lòng.

Dịch vụ được khách hàng tin tưởng và sử dụng nhiều: Với điểm trung bình là 3,9 và mức ý nghĩa "Đồng ý", tiêu chí này cho thấy mức độ hài lòng khá cao từ phía khách hàng. Có 75% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi chỉ có 25% đánh giá ở mức 1 và 2. Điều này phản ánh rằng phần lớn khách hàng tin tưởng và thường xuyên sử dụng dịch vụ của công ty, điều này là một dấu hiệu tích cực cho thấy công ty đã xây dựng

được lòng tin nơi khách hàng.

Khả năng cung cấp thông tin về dịch vụ nhanh chóng: Tiêu chí này nhận được điểm trung bình là 3,9 với mức ý nghĩa "Đồng ý". Có 75% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi chỉ có 25% đánh giá ở mức 1 và 2. Điều này cho thấy rằng công ty đã thực hiện tốt việc cung cấp thông tin về dịch vụ một cách nhanh chóng và hiệu quả, đáp ứng được kỳ vọng của phần lớn khách hàng.

Nhiều hình thức thanh toán phù hợp và nhiều điểm chấp nhận thanh toán: Với điểm trung bình là 3,7 và mức ý nghĩa "Đồng ý", tiêu chí này cũng cho thấy mức độ hài lòng tương đối cao. Có 70% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi 30% đánh giá ở mức 1, 2 và 3. Điều này cho thấy rằng công ty đã làm khá tốt việc cung cấp cho khách hàng nhiều lựa chọn về hình thức thanh toán linh hoạt và triển khai nhiều điểm chấp nhận thanh toán.

Đa dạng Ngân hàng thanh toán: Với điểm trung bình là 4,2 với mức ý nghĩa "Đồng ý", đây là tiêu chí với điểm số trung bình cao nhất và mức k, cho thấy VNPAY đang làm rất tốt trong việc mở rộng mạng lưới thanh toán tại các Ngân hàng.

2.3.3. Năng lực phục vụ

Tại VNPAY, nhân viên được coi là nhân tố quan trọng trong việc xây dựng và duy trì mối quan hệ tốt đẹp với khách hàng trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt. Thái độ và cử chỉ của nhân viên tại VNPAY được đặc biệt chú trọng để mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng.

Bảng 2.9. Số lượng lao động theo trình độ học vấn của Công ty

TT	Chỉ tiêu	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023	
		Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
1	Sau Đại học	136	10,7	173	11,6	195	10,9
2	Đại học	1019	80,1	1184	81,2	1488	83,2
3	Cao đẳng, trung cấp	100	7,8	95	6,5	92	5,1
4	Phổ thông	17	1,4	7	0,7	14	0,8
Tổng số		1272	100	1459	100	1789	100

Nguồn: Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Từ Bảng trên cho thấy, số lượng nhân lực theo chuyên môn của VNPAY là hợp lý, đa số người lao động có trình độ chuyên môn cao. Số lao động phổ thông chiếm tỷ lệ thấp (dưới 2%) và có xu hướng giảm dần qua mỗi năm, đến năm 2023 thì tỷ lệ này chỉ còn 0,8%. Tỷ lệ lao động có trình độ Đại học, sau Đại học lớn và tăng dần qua mỗi năm; tỷ lệ lao động có trình độ Cao đẳng, Trung cấp thì giảm dần qua mỗi năm.

Số lượng nhân lực tại VNPAY giai đoạn 2021 - 2023 tăng dần. Theo đó năm 2021 Công ty có 1272 nhân viên, năm 2022 tăng lên 1459 nhân viên (tăng 187 người so với năm 2021) và năm 2023 số lượng này tiếp tục tăng lên đến 1789 người.

Bảng 2.10. Kết quả khảo sát về Năng lực phục vụ

STT	Nội dung đánh giá	Mức độ (số quan sát)						Điểm TB	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5	Tổng		
1	Nhân viên Công ty quan tâm đến khách hàng	10	17	0	30	43	100	3.8	1,80
2	Khách hàng cảm thấy an toàn khi giao dịch tại VNPAY	10	17	0	30	43	100	3.8	1,80
3	Lời nói cử chỉ của nhân viên thân thiện với khách hàng	10	15	0	30	45	100	3.9	1,39
4	Nhân viên đủ hiểu biết để trả lời câu hỏi của Khách hàng	10	20	0	30	40	100	3.7	1,41
Điểm TB								3.8	

Nguồn: Tổng hợp từ phiếu khảo sát của tác giả năm 2024

Dựa trên kết quả khảo sát về năng lực phục vụ của công ty, rút ra một số nhận xét cụ thể như sau:

Nhân viên Công ty quan tâm đến khách hàng: Điểm trung bình cho tiêu chí này là 3,8 và mức ý nghĩa là "Đồng ý". Có 73% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi chỉ có 27% đánh giá ở mức 1 và 2. Điều này cho thấy rằng phần lớn khách hàng cảm thấy nhân viên của công ty có sự quan tâm đến họ, tạo cảm giác được chăm sóc và chú trọng.

Khách hàng cảm thấy an toàn khi giao dịch tại VNPAY: Tiêu chí này cũng có điểm trung bình là 3,8 với mức ý nghĩa "Đồng ý". Tương tự như tiêu chí đầu tiên, có 73% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5. Điều này phản ánh rằng công ty đang đáp ứng tốt được Về sự an toàn bảo mật thông tin, một tiêu chí rất quan trọng đối với Khách hàng khi thực hiện các giao dịch TTKDTM.

Lời nói cử chỉ của nhân viên thân thiện với khách hàng: Tiêu chí này nhận được điểm trung bình là 3,9 và mức ý nghĩa "Đồng ý". Có 75% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi chỉ có 25% đánh giá ở mức 1 và 2. Điều này cho thấy rằng phần lớn khách hàng cảm thấy nhân viên của công ty có thái độ thân thiện và dễ gần, tạo cảm giác thoải mái khi giao dịch.

Nhân viên đủ hiểu biết để trả lời câu hỏi của khách hàng: Với điểm trung bình là 3,7 và mức ý nghĩa "Đồng ý", tiêu chí này cho thấy mức độ hài lòng tương đối cao từ phía khách hàng. Có 70% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi có 30% đánh giá ở mức 1 và 2. Điều này cho thấy rằng công ty đã làm tốt trong việc đào tạo cán bộ nhân viên về kiến thức sản phẩm dịch vụ, sẵn sàng giải đáp mọi vấn đề của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ tại VNPAY.

2.3.4. Sự đồng cảm

VNPAY nhận thức rõ ràng về tầm quan trọng của bảo mật thông tin và không chỉ chú trọng đến các biện pháp công nghệ cơ bản như bảo vệ dữ liệu mà còn coi đó là yếu tố cốt lõi trong việc cung cấp dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt. Để đảm bảo việc tiếp nhận và xử lý kịp thời phản hồi từ khách hàng, VNPAY đã công khai số điện thoại đường dây nóng 1900 55 55 77, với 60 bảng thông tin được niêm yết trên toàn công ty. Hàng ngày, cán bộ lãnh đạo công ty tham gia trực đường dây nóng 24/7, đảm bảo việc phản hồi và giải quyết các ý kiến của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Bảng 2.11. Số cuộc gọi đường dây nóng và đơn thư trong hòm thư góp ý

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	Tốc độ phát triển (%)		
				2022/2021	2023/2022	Bình quân
Số cuộc gọi đường dây nóng	4.110	4.425	4.215	107,66	95,25	101,46
Số lượng đơn thư góp ý	195	195	255	100,00	130,77	115,38
Số thư khen	150	195	255	130,00	130,77	130,38
Số thư góp ý cải tiến quy trình, thủ tục	15	18	21	120,00	116,67	118,33
Số thư phản ánh nhân viên có thái độ cầu gắt khi làm nhiệm vụ	30	27	23	90,00	85,19	87,59

Nguồn: Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Bảng số liệu 2.11 cho thấy sự gia tăng về số thư khen và thư góp ý cải tiến quy trình, trong khi số thư phản ánh thái độ tiêu cực của nhân viên có xu hướng giảm. Đây là tín hiệu tích cực Về sự cải thiện trong hoạt động dịch vụ và đáp ứng nhu cầu của người dân.

Tác giả tiến hành khảo sát đối với 100 khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY Về sự đồng cảm, kết quả thu được như sau:

Bảng 2.12. Kết quả khảo sát về sự đồng cảm

STT	Nội dung đánh giá	Mức độ (số quan sát)						Điểm TB	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5	Tổng		
1	Nhân viên Công ty lấy khách hàng làm trung tâm	10	17	0	30	43	100	3.8	1,80
2	Nhân viên hiểu được những lo lắng, nhu cầu đặc biệt của khách hàng, khách hàng cảm thấy an toàn khi giao dịch	10	15	0	30	45	100	3.9	1,39
3	Khách hàng được nhân viên Công ty đối xử, chăm sóc nhiệt tình, chu đáo	10	15	0	30	45	100	3.9	1,39
4	Nhân viên Công ty nắm rõ được nhu cầu của khách hàng	10	20	0	30	40	100	3.7	1,41
5	Thời gian sử dụng dịch vụ thuận tiện đối với khách hàng	7	10	0	30	53	100	4.1	1,23
Điểm TB								3.88	

Nguồn: Tổng hợp từ phiếu khảo sát của tác giả năm 2024

Dựa trên kết quả khảo sát về sự đồng cảm của công ty đối với khách hàng, rút ra một số nhận xét như sau:

Nhân viên công ty lấy khách hàng làm trung tâm: Điểm trung bình cho tiêu chí này là 3,8 và mức ý nghĩa là "Đồng ý". Có 73% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi chỉ có 27% đánh giá ở mức 1 và 2. Điều này cho thấy rằng phần lớn khách hàng cảm nhận rằng nhân viên của công ty thực sự quan tâm và đặt khách hàng vào vị trí trung tâm trong mọi hoạt động.

Nhân viên công ty hiểu được những lo lắng, nhu cầu đặc biệt của khách hàng, khách hàng cảm thấy an toàn khi giao dịch: Tiêu chí này nhận được điểm trung bình là 3,9 và mức ý nghĩa "Đồng ý". Có 75% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, cho thấy rằng phần lớn khách hàng cảm nhận được sự thấu hiểu và đáp ứng của nhân viên đối với những lo lắng và nhu cầu đặc biệt của họ.

Khách hàng được nhân viên công ty đối xử, chăm sóc nhiệt tình, chu đáo: Với điểm trung bình là 3,9 và mức ý nghĩa "Đồng ý", tiêu chí này phản ánh mức độ hài lòng cao từ phía khách hàng. Có 75% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, điều này chứng tỏ rằng phần lớn khách hàng cảm thấy được đối xử và chăm sóc một cách nhiệt tình và chu đáo.

Nhân viên công ty nắm rõ được nhu cầu của khách hàng: Tiêu chí này có điểm trung bình là 3,7 và mức ý nghĩa "Đồng ý". Có 70% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi 30% đánh giá ở mức 1 và 2. Điều này cho thấy rằng phần lớn khách hàng tin tưởng rằng nhân viên công ty hiểu rõ nhu cầu của họ, mặc dù vẫn có một số ít khách hàng chưa hoàn toàn hài lòng.

Thời gian sử dụng dịch vụ thuận tiện đối với khách hàng: Đây là tiêu chí được đánh giá cao nhất với điểm trung bình là 4,1 và mức ý nghĩa "Đồng ý". Có 83% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, cho thấy rằng thời gian sử dụng dịch vụ của công ty rất thuận tiện và phù hợp với lịch trình của khách hàng.

2.3.5. Phương tiện hữu hình

VNPAY được xây dựng với quy mô hiện đại và được xây dựng tại trụ sở chính đặt tại tòa nhà VNPAY, số 22 Láng Hạ, Đống Đa, Hà Nội. Ngoài ra, các văn phòng đặt tại các vị trí trung tâm khác tại các tỉnh thành lớn là Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng. Các văn phòng tại công ty được xây theo phong cách hiện đại, bố trí hợp lý, hài hòa. Hầu hết các phòng đều được trang bị máy lạnh, quạt điện và có nhà vệ sinh khép kín. Cán bộ nhân viên 100% được công ty cung cấp máy tính xách tay hoặc máy tính để bàn khi làm việc.

Bảng 2.13. Cơ sở vật chất phục vụ hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt của Công ty

TT	Nội dung	Đơn vị tính	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	2022/2021		2023/2022	
						+/-	%	+/-	%
1	Máy vi tính, laptop	Cái	1160	1362	1685	202	17,41	323	19,16
2	Máy POS	Cái	20	30	30	10	50	0	0
3	Đường truyền tốc độ cao	Đường	2	2	2	0	0	0	0
4	Máy in	Cái	50	50	50	0	0	0	0
5	Máy dò mã vạch	Cái	20	30	40	10	50	10	33,3
6	Loa, đài	Cái	4	5	5	1	25	0	0

Nguồn: Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Ngoài các máy móc trang thiết bị phục vụ cho việc xây dựng, cung cấp sản phẩm dịch vụ, thì giao diện thanh toán trên kênh thanh toán trực tuyến hoặc offline cũng là một trong những yếu tố quan trọng để khách hàng đánh giá khi trải nghiệm dịch vụ tại VNPAY. Tiêu chí này được đánh giá dựa trên việc khách hàng khi sử dụng dịch vụ cảm thấy giao diện thanh toán hiện đại, dễ sử dụng và bao gồm cả yếu tố thẩm mỹ cá nhân.

Bảng 2.14. Kết quả khảo sát về Phương tiện hữu hình

STT	Nội dung đánh giá	Mức độ (số quan sát)						Điểm TB	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5	Tổng		
1	Giao diện thanh toán và thiết bị sử dụng hiện đại, dễ sử dụng	7	10	0	30	53	100	4.1	1,23
2	Giao diện thanh toán và thiết bị sử dụng, cơ sở vật chất đẹp và bắt mắt	10	15	0	30	45	100	3.9	1.39

STT	Nội dung đánh giá	Mức độ (số quan sát)						Điểm TB	Độ lệch chuẩn
		1	2	3	4	5	Tổng		
3	Nhân viên VNPAY ăn mặc gọn gàng, lịch sự	10	15	0	30	45	100	3.9	1,39
4	Các sản phẩm marketing của công ty rất đẹp và thu hút	10	17	0	30	43	100	3.8	1,80
Điểm TB								3.925	

Nguồn: Tổng hợp từ phiếu khảo sát của tác giả năm 2024

Dựa trên kết quả khảo sát về phương tiện hữu hình của công ty, có thể đưa ra một số nhận xét chi tiết như sau:

Giao diện thanh toán và thiết bị sử dụng hiện đại, dễ sử dụng: Tiêu chí này nhận được điểm trung bình là 4,1 và mức ý nghĩa "Đồng ý". Với 83% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, tiêu chí này cho thấy rằng khách hàng cảm thấy hài lòng về giao diện khi thanh toán qua VNPAY như máy POS, mã QR offline hay giao diện thanh toán trực tuyến của VNPAY hiện đại và dễ sử dụng. Chỉ có 17% đánh giá ở mức 1 và 2, cho thấy phần lớn người dùng đều dễ dàng sử dụng và thao tác khi sử dụng dịch vụ của VNPAY.

Giao diện thanh toán và thiết bị sử dụng đẹp và bắt mắt: Điểm trung bình cho tiêu chí này là 3,9 với mức ý nghĩa "Đồng ý". Có 75% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi chỉ có 25% đánh giá ở mức 1 và 2. Điều này phản ánh rằng công ty đã làm tốt việc đưa đến trải nghiệm tốt cho người dùng về mặt thẩm mỹ và trải nghiệm người dùng.

Nhân viên VNPAY ăn mặc gọn gàng, lịch sự: Với điểm trung bình cũng là 3,9 và mức ý nghĩa "Đồng ý", tiêu chí này cho thấy mức độ hài lòng khá cao từ phía khách hàng. Có 75% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi chỉ có 25% đánh giá ở mức 1 và 2. Điều này cho thấy rằng công ty chú trọng về hình ảnh chuyên nghiệp của nhân viên VNPAY trong giao tiếp với khách hàng.

Các sản phẩm marketing của công ty rất đẹp và thu hút: Tiêu chí này nhận được điểm trung bình là 3,8 và mức ý nghĩa "Đồng ý". Có 73% khách hàng đánh giá ở mức 4 và 5, trong khi 27% đánh giá ở mức 1 và 2. Điều này cho thấy rằng phần lớn khách hàng cho rằng các sản phẩm truyền thông marketing của VNPAY có sự thu hút khách hàng, khiến cho khách hàng muốn sử dụng dịch vụ.

Tóm lại, từ kết quả khảo sát về phương tiện hữu hình của công ty, có thể thấy rằng khách hàng nhìn chung rất hài lòng về các yếu tố liên quan đến giao diện thanh toán, tác phong phục vụ của nhân viên VNPAY và cơ sở hạ tầng. Các tiêu chí này đều được đánh giá cao, phản ánh sự tin tưởng và hài lòng của khách hàng đối với các phương tiện hữu hình mà công ty cung cấp. Tuy nhiên, công ty vẫn cần tiếp tục duy trì và nâng cao chất lượng các yếu tố này để đảm bảo đáp ứng tốt hơn nữa nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng.

2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

2.4.1. Yếu tố bên ngoài

2.4.1.1. Nền kinh tế trong và ngoài nước

Nền kinh tế trong nước: Kinh tế Việt Nam đang chứng kiến mức tăng trưởng khá ấn tượng. Trong năm gần đây, tốc độ tăng trưởng GDP hàng năm của Việt Nam đã đạt khoảng 6-7%, đứng trong số các nền kinh tế nổi bật tại khu vực Đông Nam Á. Việt Nam tiếp tục thu hút đầu tư nước ngoài mạnh mẽ, đặc biệt là từ các nước như Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc. Xuất khẩu các mặt hàng như điện tử, dệt may, thủy sản, và nông sản vẫn đóng vai trò quan trọng trong cấu trúc xuất khẩu của đất nước. Nền kinh tế trong nước của Việt Nam ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY:

Tăng trưởng kinh tế ổn định: Tăng trưởng kinh tế ổn định và nhanh chóng làm tăng nhu cầu sử dụng các dịch vụ thanh toán tiện lợi và an toàn. Điều này thúc đẩy VNPAY phát triển và cung cấp các giải pháp thanh toán hiệu quả hơn để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường.

Sự phát triển của ngành công nghiệp và dịch vụ: Sự phát triển của các ngành công nghiệp và dịch vụ cũng tạo ra nhu cầu gia tăng cho các dịch vụ thanh toán điện tử. VNPAY phải liên tục cập nhật và cải tiến các sản phẩm và dịch vụ để đáp ứng các yêu cầu đa dạng của các doanh nghiệp và cá nhân.

Nền kinh tế thế giới: Kinh tế thế giới đang chứng kiến sự phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch COVID-19. Tuy nhiên, tốc độ phục hồi và tăng trưởng kinh tế vẫn khác nhau giữa các khu vực và quốc gia. Các nền kinh tế lớn như Mỹ, Châu Âu và Trung Quốc đang áp dụng các chính sách tiền tệ linh hoạt để hỗ trợ sự phục hồi kinh tế và kiềm chế lạm phát. Sự bùng nổ của thương mại điện tử và các thay đổi trong chuỗi cung ứng toàn cầu đang làm thay đổi cách các quốc gia và doanh nghiệp quản lý và phát triển kinh

doanh. Nền kinh tế thế giới hiện nay có những yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY.

Các chính sách tiền tệ và tài chính: Chính sách tiền tệ và tài chính của các nền kinh tế lớn có thể ảnh hưởng đến biến động tỷ giá và lạm phát, từ đó ảnh hưởng đến chi phí và hiệu quả của các dịch vụ thanh toán của VNPAY.

Sự chuyển đổi số và công nghệ mới: Sự phát triển nhanh chóng của công nghệ và cuộc cách mạng số toàn cầu đã mở ra nhiều cơ hội cho các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt. VNPAY cần thích ứng và áp dụng các công nghệ mới nhất để cung cấp những dịch vụ hiện đại và an toàn cho khách hàng.

2.4.1.2. Khách hàng

Bảng 2.15. Số lượng khách hàng có nhu cầu dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Tiêu chí	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023	
	Số lượng	Tỷ lệ	Số lượng	Tỷ lệ	Số lượng	Tỷ lệ
	(người)	(%)	(người)	(%)	(người)	(%)
Tổng số khách hàng	121.638	100	161.088	100	202.179	100
- Tổ chức kinh tế	5049	4,15	5100	3,16	5190	2,57
- Doanh nghiệp nhỏ và vừa	15.039	12,36	15.594	9,68	16.049	7,94
- Cá nhân	101.550	83,49	140.394	87,16	180.940	89,49

Nguồn: Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Từ năm 2021 đến năm 2023, tổng số khách hàng có nhu cầu sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY đã tăng từ 121.638 người lên 202.179 người. Tỷ lệ tăng trưởng từ 2021 đến 2023 là khá ổn định, cho thấy sự gia tăng nhu cầu trong thời gian này.

Số lượng khách hàng thuộc tổ chức kinh tế tăng nhẹ từ 5.049 người vào năm 2021 xuống còn 5.190 người vào năm 2023. Số lượng này chỉ tăng nhẹ do VNPAY tập trung hợp tác phát triển vào các tổ chức kinh tế lớn và các đối tác chiến lược, tạo tiền đề để tăng trưởng lượng user đến từ Khách hàng cá nhân.

Số lượng khách hàng từ doanh nghiệp nhỏ và vừa có sự tăng nhẹ từ 15.039 người vào năm 2021 lên 16.049 người vào năm 2023. Tuy tỷ lệ không thay đổi nhiều nhưng vẫn giữ mức ổn định.

Cá nhân: Đây là nhóm có số lượng khách hàng lớn nhất và có xu hướng tăng từ 101.550 người vào năm 2021 lên 180.940 người vào năm 2023. Tỷ lệ phần trăm của cá nhân trong tổng số khách hàng cũng tăng lên từ 83,49% vào năm 2021 lên 89,49% vào năm 2023, cho thấy sự gia tăng nhu cầu sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt đặc biệt từ phía Khách hàng cá nhân. Đặc biệt VNPAY chú trọng các dịch vụ nhằm gia tăng số lượng khách hàng cá nhân khi VNPAY ngày càng mở rộng các dịch vụ và hệ sinh thái như đặt taxi trên Ví VNPAY, Đặt vé xem phim, tàu xe, .. với rất nhiều khuyến mãi cho Khách hàng.

2.4.1.3. Cơ sở hạ tầng của các nhà mạng viễn thông

Hiện nay, VNPAY đang sử dụng dịch vụ của nhà mạng viễn thông Viettel cho các hoạt động viễn thông tại công ty. Thông qua khảo sát khách hàng, mức độ hài lòng nói chung về dịch vụ dữ liệu data 3G/4G của Viettel đang là cao nhất, tiếp theo đến Vinaphone và cuối cùng là MobiFone. Vùng phủ sóng 3G/4G của Mobiphone được đánh giá tương đương so với Viettel, nhanh hơn ở khả năng kết nối và giá cước nhưng lại bị khách hàng đánh giá thấp về tốc độ truy cập.

Theo đó, yếu tố tốc độ truy cập chiếm tới 27% mức độ ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách hàng khi sử dụng dịch vụ 3G/4G. Đây là yếu tố được khách hàng quan tâm nhất nhưng lại mang tính chủ quan liên quan đến cảm nhận của khách hàng bởi ngoài các vấn đề từ kỹ thuật từ Viettel thì các yếu tố như thiết bị khách hàng sử dụng, gói cước 3G/4G khách hàng đăng ký... cũng tác động không nhỏ đến trải nghiệm tốc độ truy cập. Trường hợp khách hàng có nhu cầu tiêu dùng 3G/4G truy cập mạng lớn nhưng lại đăng ký gói cước dung lượng thấp, dẫn tới hết dung lượng bị hạ băng thông, hạn chế tốc độ truy cập mạng khiến trải nghiệm này bị ảnh hưởng. Chính vì vậy, việc tư vấn khách hàng cẩn kỹ về gói cước sẽ làm khách hàng hài lòng hơn về chất lượng, tốc độ truy cập 3G/4G.

Cơ sở hạ tầng của nhà mạng Viettel đóng vai trò quan trọng trong việc ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY. Đầu tiên, hạ tầng mạng của Viettel, với sự đầu tư vào các trạm cơ sở hạ tầng viễn thông và hệ thống cáp quang, đảm bảo khả năng truy cập internet rộng rãi và ổn định cho người dùng. Điều này quan trọng đặc biệt đối với các dịch vụ thanh toán điện tử, nơi mà mạng lưới phải đảm bảo tính khả dụng cao và tốc độ truy cập nhanh chóng.

2.4.1.4. Khung pháp lý của Việt Nam

Chính phủ Việt Nam đang thực hiện các biện pháp kích cầu kinh tế, đồng thời tăng cường quản lý tài chính để duy trì ổn định và sự phát triển bền vững. Hiện nay,

khung pháp lý của Việt Nam ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt bao gồm:

- Luật Thương mại 2020: Đây là nơi quy định chung về các phương thức thanh toán thương mại, bao gồm cả thanh toán không dùng tiền mặt.

- Nghị định số 80/2016/NĐ-CP: Quy định chi tiết về hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt và quản lý hoạt động dịch vụ thanh toán.

- Thông tư số 23/2014/TT-NHNN: Quy định về việc thanh toán bằng dịch vụ ngân hàng điện tử.

- Thông tư số 42/2017/TT-NHNN: Quy định chi tiết về thanh toán trực tuyến, thanh toán không dùng tiền mặt qua các cổng thanh toán.

Các văn bản này cung cấp cơ sở pháp lý cho hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt tại doanh nghiệp ở Việt Nam. Các quy định rõ ràng và minh bạch giúp tạo môi trường kinh doanh ổn định, khuyến khích công ty đầu tư vào công nghệ và cải tiến dịch vụ. Các quy định về bảo mật và an toàn thông tin yêu cầu công ty phải tuân thủ các tiêu chuẩn cao, đảm bảo an toàn cho khách hàng.

2.4.2. Yếu tố bên trong

2.4.2.1. Chính sách về truyền thông

VNPAY đang đầu tư, chú trọng trong việc tuyên truyền, giới thiệu về các dịch vụ và hướng dẫn sử dụng các dịch vụ TTKDTM bằng cách truyền đạt mới mẻ và dễ hiểu để thu hút sự quan tâm của khách hàng. Công ty gia tăng việc nhận diện thương hiệu và giới thiệu dịch vụ thông qua các ấn phẩm truyền thông trên các mạng xã hội, báo online hoặc các ấn phẩm treo trực tiếp tại các vị trí trung tâm, và in banner trên các xe buýt, xe taxi đang chạy ở các thành phố lớn.

Sử dụng đa dạng các hình thức: truyền thông online qua mạng xã hội, báo mạng, tài trợ các chương trình lớn nhằm thu hút truyền thông và độ nhận diện, treo ấn phẩm truyền thông tại các vị trí trung tâm, in ấn phẩm trên xe buýt và xe taxi chạy ở các thành phố lớn.

Chính sách về truyền thông của VNPAY đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại công ty. Chính sách này không chỉ xác định các tiêu chuẩn và quy trình quản lý chất lượng mà còn nhấn mạnh vào việc xây dựng hình ảnh thương hiệu và tăng cường sự tin tưởng từ phía khách hàng và đối tác.

2.4.2.2. Nhân lực

Cơ cấu nhân lực phân theo độ tuổi, giới tính, chức danh VNPAY giai đoạn 2021 – 2023 được thể hiện qua bảng sau.

Bảng 2.16. Số lượng, cơ cấu nhân lực tại Công ty giai đoạn 2021 – 2023

Tiêu chí	Năm 2021		Năm 2022		Năm 2023	
	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Tổng số lao động	1272	100	1459	100	1789	100
1. Phân theo độ tuổi						
18-35	752	59,1	1069	73,3	1556	87,0
36-60	520	40,9	390	26,7	233	13,0
2. Phân theo giới tính						
Nữ	863	67,8	1069	73,3	1234	68,9
Nam	409	32,2	390	26,7	555	31,1
3. Phân theo chức danh						
Quản lý, điều hành	250	19,7	224	15,4	353	19,7
Nhân viên các bộ phận	1022	80,3	1235	84,6	1436	80,3

Nguồn: Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

Số lượng nhân viên trẻ (từ 18 đến 35 tuổi) chiếm tỷ lệ chủ yếu và có xu hướng tăng lên theo các năm trong giai đoạn. Năm 2021 số nhân viên trong độ tuổi 18 đến 35 là 752 người (tương đương với 59,1%). Năm 2022 tăng lên 1069 người và năm 2023 tăng lên 1556 người. Số lượng nhân viên trong độ tuổi từ 36 đến 60 tuổi cả 3 năm trong giai đoạn đều dưới 50% tổng số nhân lực của Công ty, đây chủ yếu nằm trong bộ phận lãnh đạo và quản lý hoặc trưởng các bộ phận.

Cơ cấu nhân sự phân theo giới tính: tại Công ty giai đoạn 2021 – 2023 số lượng

nhân sự là nữ chiếm ưu thế và sự chênh lệch giữa nam và nữ khá ổn định về tỷ trọng. Năm 2021 số lượng nhân viên nữ là 863 người (tương đương với 67,8%); đến năm 2022 số lượng này tăng lên 1069 người và năm 2023 là 1234 người (tương đương với 68,9%).

Cơ cấu lao động phân theo chức danh: số lượng nhân viên tại các bộ phận chiếm tỷ lệ chủ yếu và tăng giảm tùy cơ cấu theo các năm. Năm 2021 số lượng nhân viên là 1022 người, tương đương với 80,34% tổng số nhân lực toàn Công ty. Năm 2022 tăng lên 1235 người (tăng 4,3% so với năm 2021) và năm 2023 tăng lên 1436 người (giảm 4,2% so với năm 2022).

Như vậy, cơ cấu nhân lực tại VNPAY khá hợp lý, đảm bảo được hoạt động hiệu quả của Công ty ở giai đoạn hiện tại.

2.4.2.3. Tài chính

Khả năng tài chính mạnh giúp VNPAY đầu tư vào hạ tầng công nghệ hiện đại và hệ thống bảo mật tiên tiến, đảm bảo an toàn và hiệu quả cho người dùng. Tài chính ổn định cho phép VNPAY hợp tác với nhiều ngân hàng và tổ chức tài chính, mở rộng mạng lưới dịch vụ và tăng cường tính tiện ích. Thứ ba, nguồn lực tài chính vững chắc giúp công ty duy trì và nâng cấp hệ thống thanh toán, từ đó nâng cao trải nghiệm người dùng.

Bảng 2.17. Tình hình tài chính của Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam giai đoạn 2021-2023

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	So sánh (%)	
	tỷ đồng	tỷ đồng	tỷ đồng	2022/2021	2023/2022
Nợ ngắn hạn	147.899	102.708	133.217	30,55	29,7
Nợ dài hạn	28.344	510	4.603	98,2	802,54
Vốn chủ sở hữu	367.403	907.966	1.039.118	147,13	14,44
Tổng nguồn vốn	543.647	1.011.184	1.176.938	86	16,39

Nguồn: Báo cáo tài chính năm 2021,2022,2023 của VNPAY

Nợ ngắn hạn của công ty giảm đáng kể từ năm 2021 đến năm 2022, điều này có thể cho thấy công ty đã thực hiện hiệu quả các biện pháp quản lý nợ ngắn hạn hoặc cải thiện dòng tiền. Tuy nhiên, nợ ngắn hạn đã tăng trở lại trong năm 2023, cho thấy có thể có sự gia tăng nhu cầu vốn ngắn hạn hoặc sự thay đổi trong chiến lược tài chính.

Nợ dài hạn giảm mạnh trong năm 2022 so với năm 2021, có thể là do công ty đã trả nợ dài hạn hoặc tái cấu trúc nợ. Tuy nhiên, trong năm 2023, nợ dài hạn đã gia tăng

trở lại một cách đáng kể, cho thấy công ty có thể đã vay thêm vốn dài hạn để phục vụ các dự án đầu tư hoặc mở rộng.

Vốn chủ sở hữu của công ty đã tăng mạnh trong năm 2022 so với năm 2021, cho thấy sự gia tăng vốn đầu tư hoặc lợi nhuận giữ lại. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng vốn chủ sở hữu chậm lại trong năm 2023, điều này có thể cho thấy công ty đang duy trì hoặc đầu tư nhiều hơn vào các hoạt động khác.

Tổng nguồn vốn của công ty đã gia tăng mạnh mẽ trong năm 2022, điều này phản ánh sự mở rộng quy mô hoạt động hoặc đầu tư lớn. Mặc dù tổng nguồn vốn vẫn tiếp tục tăng trong năm 2023, tỷ lệ tăng trưởng đã giảm, cho thấy công ty có thể đang ở giai đoạn ổn định hơn trong việc tăng trưởng tài chính.

2.4.2.4. Xây dựng và phát triển thương hiệu

Trong giai đoạn 2021-2023, VNPAY đã nỗ lực xây dựng và phát triển thương hiệu với mục tiêu trở thành đơn vị tiên phong trong lĩnh vực thanh toán số tại Việt Nam. Với sự phát triển không ngừng của công nghệ và xu hướng tiêu dùng, VNPAY đã đầu tư mạnh mẽ vào việc cải tiến sản phẩm và mở rộng hệ sinh thái dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt. Đặc biệt, VNPAY tập trung vào việc nâng cao trải nghiệm người dùng thông qua các giải pháp công nghệ mới, từ việc tích hợp nhiều phương thức thanh toán hiện đại như mã QR, ví điện tử, đến việc liên kết với hàng trăm ngân hàng và đối tác trong nhiều lĩnh vực như bán lẻ, vận tải, y tế, giáo dục.

Trong quá trình phát triển thương hiệu, VNPAY chú trọng vào các chiến dịch truyền thông đa kênh, sử dụng truyền hình, mạng xã hội và các nền tảng kỹ thuật số để tiếp cận rộng rãi đến người tiêu dùng. Các thông điệp quảng cáo của VNPAY thường xoay quanh sự tiện lợi, nhanh chóng và an toàn trong giao dịch, qua đó tạo dựng hình ảnh thương hiệu gắn liền với sự đổi mới và tin cậy. Đồng thời, công ty cũng không ngừng thúc đẩy các hoạt động xây dựng thương hiệu thông qua việc tài trợ cho các sự kiện lớn, tham gia vào các chương trình từ thiện, và hợp tác với các đối tác chiến lược nhằm tăng cường sự hiện diện của mình trên thị trường.

Về mặt sản phẩm, VNPAY đã tập trung phát triển ứng dụng VNPAY-QR, trở thành một trong những giải pháp thanh toán qua mã QR hàng đầu tại Việt Nam. Từ việc mua sắm trực tuyến, thanh toán hóa đơn, đến các giao dịch tại cửa hàng, VNPAY-QR đã ghi dấu ấn nhờ vào tính tiện dụng, kết nối rộng rãi và khả năng đáp ứng linh hoạt nhu cầu của người dùng. Sự đón nhận tích cực của thị trường đối với sản phẩm này không chỉ giúp tăng cường vị thế thương hiệu mà còn củng cố lòng tin của khách hàng đối với các giải pháp thanh toán số của VNPAY.

Ngoài ra, VNPAY cũng đã phát huy chiến lược thương hiệu thông qua việc nâng cao chất lượng dịch vụ và không ngừng cải tiến quy trình vận hành. Công ty đã đầu tư vào hệ thống bảo mật tiên tiến, đảm bảo tính an toàn cho các giao dịch trực tuyến. Đồng thời, việc hỗ trợ khách hàng được chú trọng thông qua các kênh tư vấn 24/7, đảm bảo giải quyết nhanh chóng các vấn đề phát sinh trong quá trình giao dịch. Những nỗ lực này đã giúp VNPAY không chỉ củng cố hình ảnh thương hiệu mà còn gia tăng sự hài lòng và gắn bó của người dùng.

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt trong lĩnh vực thanh toán số, thương hiệu VNPAY đã chứng tỏ được vai trò dẫn dắt thị trường. Giai đoạn 2021-2023 chứng kiến sự tăng trưởng vượt bậc của công ty không chỉ về số lượng người dùng mà còn về độ phủ sóng của thương hiệu trên toàn quốc. Sự kết hợp giữa chiến lược truyền thông hiệu quả, chất lượng sản phẩm và dịch vụ đẳng cấp, cùng với việc không ngừng đổi mới sáng tạo, đã giúp VNPAY trở thành một trong những thương hiệu nổi bật trong lĩnh vực thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam.

2.5. Đánh giá chung về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

2.5.1. Những kết quả đạt được

Trong giai đoạn 2021-2023, chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY đã đạt được những kết quả như sau:

- Về sự tin cậy: VNPAY cung cấp dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt với đầy đủ các tính năng đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Mỗi giao dịch được bảo vệ bằng mã OTP gửi đến điện thoại đã đăng ký, giúp khách hàng xác nhận và đảm bảo rằng thông tin của họ luôn được bảo mật.

- Về khả năng đáp ứng: Là một trong những đơn vị tiên phong trong lĩnh vực thanh toán không dùng tiền mặt, VNPAY đã đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ và nhân lực để phát triển dịch vụ. Hiện tại, VNPAY là một trong những nhà cung cấp dịch vụ hàng đầu tại thị trường nội địa.

- Về năng lực phục vụ: Năng lực phục vụ của nhân viên trong dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY được đánh giá cao nhờ vào quá trình đào tạo bài bản và liên tục nâng cao kỹ năng, công ty luôn cập nhật các xu hướng mới nhất trong ngành, từ đó có thể tư vấn và hỗ trợ khách hàng một cách hiệu quả và linh hoạt.

- Về sự đồng cảm: hệ thống bảo mật tiên tiến với các biện pháp bảo vệ dữ liệu đa lớp giúp bảo đảm an toàn cho thông tin khách hàng và giao dịch. Công ty cũng trang bị các công cụ và phần mềm quản lý hiện đại, hỗ trợ hiệu quả công tác vận hành và quản

lý. Ngoài ra, công ty thường xuyên nâng cấp các tính năng, cải thiện về chất lượng dịch vụ nhằm cung cấp dịch vụ tốt nhất đến cho Khách hàng.

- Về phương tiện hữu hình: Trang thiết bị máy móc phục vụ cho dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tương đối đầy đủ, tạm thời đáp ứng với nhiệm vụ hiện tại. Hệ thống máy chủ và thiết bị mạng được đầu tư mạnh mẽ, đảm bảo tốc độ xử lý nhanh chóng và độ tin cậy cao cho các giao dịch. Cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin của công ty được thiết kế với khả năng mở rộng linh hoạt, đáp ứng nhu cầu tăng trưởng và sự thay đổi liên tục của thị trường.

2.5.2. Hạn chế

Trong giai đoạn 2021-2023, chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY còn tồn tại những hạn chế như sau:

- Về sự tin cậy: Khách hàng chưa thực sự tin tưởng hoàn toàn vào vấn đề bảo mật thông tin khi giao dịch thanh toán tại VNPAY, vẫn còn tình trạng khách hàng bị lừa đảo qua các giao dịch TTKDTM do bị lộ thông tin tài khoản ngân hàng cá nhân.

- Về khả năng đáp ứng: Một số sản phẩm dịch vụ chưa thực sự mang nhiều tiện ích cần thiết và phù hợp cho khách hàng, do đó chưa phát huy được tối đa dịch vụ. Chưa có các chương trình khuyến mại dành cho toàn bộ sản phẩm dịch vụ mà VNPAY cung cấp cho khách hàng, đặc biệt như dịch vụ Cổng thanh toán và một số dịch vụ hệ sinh thái trên Ví điện tử VNPAY được khách hàng sử dụng thường xuyên nhưng chưa có các chương trình tích điểm, khuyến mại tri ân khách hàng.

- Về năng lực phục vụ: Trình độ cán bộ, nhân viên còn chưa đồng đều, vẫn còn số ít nhân viên chưa thực sự hiểu rõ về sản phẩm và dịch vụ để tư vấn cho khách hàng. Thường bộ phận này đa phần là nhân viên mới, dẫn đến khách hàng chưa thực sự hài lòng khi cần giải quyết các thắc mắc về sản phẩm, dịch vụ.

- Về sự đồng cảm: Khách hàng chưa hoàn toàn tin tưởng về độ bảo mật, an toàn của các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, đối với họ thói quen sử dụng tiền mặt đã ăn sâu vào tư tưởng và ngại đổi mới, hơn nữa các tin tức về việc người dùng bị lộ thông tin tài khoản ngân hàng để giao dịch các giao dịch TTKDTM luôn được các phương tiện thông tin, báo chí cảnh báo, do vậy ảnh hưởng khá lớn đến tâm lý của khách hàng.

- Về phương tiện hữu hình: Một số thiết bị, phần mềm và các trang thiết bị phục vụ cho quá trình thanh toán không dùng tiền mặt vẫn còn hạn chế, chưa đảm bảo, chưa thực sự mang lại sự hài lòng cho khách hàng. Chưa có sự đồng bộ giữa quản trị hệ thống và đường truyền internet để có được tốc độ truyền tải nhanh.

2.5.3. Nguyên nhân của những hạn chế

2.5.3.1. Nguyên nhân khách quan

Thứ nhất, việc thanh toán của khách hàng qua VNPAY 100% khách hàng đều phải có thẻ/tài khoản ngân hàng hoặc sử dụng dịch vụ qua ứng dụng ngân hàng. Việc khách hàng bị lộ thông tin thẻ có thể do yếu tố khách quan đến từ phía khách hàng. Các ngân hàng hợp tác thanh toán qua dịch vụ của VNPAY chưa thực sự đẩy mạnh việc tuyên truyền và cảnh báo khách hàng bảo mật thông tin tài khoản để tránh lộ thông tin thẻ.

VNPAY đã tiếp nhận nhiều trường hợp rủi ro khi khách hàng bị gian lận khi giao dịch qua VNPAY nhưng chính khách hàng lại là người cung cấp mã xác thực cho kẻ gian dẫn đến việc bị lừa đảo.

Thứ hai, mạng lưới dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt còn kém phát triển. Việc thiếu sự đồng bộ và tích hợp giữa các nền tảng và hệ thống của các doanh nghiệp thanh toán trung gian gây ra tình trạng phân mảnh và khó khăn trong việc thực hiện giao dịch liên tục và đồng nhất. Nhiều doanh nghiệp không đầu tư đầy đủ vào công nghệ và bảo mật, dẫn đến nguy cơ cao về các sự cố an ninh mạng và lừa đảo. Sự thiếu hụt trong quy định pháp lý và khung quản lý rõ ràng làm giảm hiệu quả trong việc kiểm soát chất lượng dịch vụ và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Việc thiếu sự chuẩn hóa trong quy trình và tiêu chuẩn giữa các doanh nghiệp thanh toán trung gian làm tăng độ phức tạp và giảm tính hiệu quả của hệ thống.

Thứ hai, nhiều doanh nghiệp thanh toán trung gian vẫn sử dụng công nghệ lạc hậu hoặc chưa được nâng cấp thường xuyên, dẫn đến hiệu suất không ổn định và thiếu khả năng xử lý khối lượng giao dịch lớn. Việc thiếu đầu tư vào các giải pháp bảo mật tiên tiến làm tăng nguy cơ về tấn công mạng và lừa đảo, ảnh hưởng đến độ tin cậy của hệ thống. Không đồng bộ trong các hệ thống thanh toán và thiếu chuẩn hóa về giao thức truyền dữ liệu gây khó khăn trong việc tích hợp giữa các nền tảng khác nhau. Doanh nghiệp chưa áp dụng các công nghệ mới như blockchain hoặc trí tuệ nhân tạo để tối ưu hóa quy trình và cải thiện trải nghiệm người dùng.

2.5.3.2. Nguyên nhân chủ quan

Thứ nhất, cán bộ nhân viên tại VNPAY đa số tuổi đời còn trẻ và ít kinh nghiệm. Khi được tuyển dụng chỉ mới đạo tạo ngắn hạn chưa chuyên sâu trong khi sự đổi mới trong thanh toán càng ngày càng nhiều khiến cán bộ chưa kịp tiếp thu còn lúng túng trong công tác giao dịch hay tư vấn khách hàng. Trình độ hiểu biết về công nghệ của đội ngũ nhân viên còn chưa đồng đều. Ngoài ra, số lượng sản phẩm và dịch vụ mà VNPAY đang phát triển rất nhiều và đa dạng, trong thời gian ngắn nhân viên mới chưa thể tìm hiểu hết nhưng đã phải bắt đầu thực chiến. Cho nên, sẽ gặp phải tình trạng một số ít

nhân viên chưa thực sự hiểu rõ về sản phẩm dịch vụ. Tuy nhiên, số lượng này là không nhiều và hoàn toàn có thể khắc phục..

Thứ hai, việc xây dựng và phát triển thương hiệu VNPAY thiếu sự khác biệt hóa rõ ràng so với các đối thủ cạnh tranh trong thị trường thanh toán không dùng tiền mặt. Trong khi các đối thủ lớn như MoMo và ZaloPay đã thành công trong việc tạo dựng hình ảnh mạnh mẽ và nổi bật, VNPAY vẫn gặp khó khăn trong việc xác định và truyền tải giá trị độc đáo của mình. Điều này dẫn đến việc thương hiệu không đủ sức thu hút sự chú ý và lòng trung thành của khách hàng. Thêm vào đó, sự thiếu đầu tư vào các hoạt động quảng bá và truyền thông hiệu quả làm giảm khả năng nhận diện và tiếp cận đối tượng mục tiêu. Sự thiếu đổi mới trong công nghệ và dịch vụ cũng góp phần vào việc VNPAY không bắt kịp xu hướng thị trường và nhu cầu của người dùng. Khi các yếu tố này không được cải thiện, VNPAY gặp khó khăn trong việc xây dựng một thương hiệu mạnh mẽ và phát triển bền vững trong một thị trường ngày càng cạnh tranh.

Thứ ba, phong cách phục vụ và chăm sóc khách hàng tại VNPAY chưa đồng nhất, thiếu chiến lược đồng bộ và định hướng rõ ràng trong phát triển văn hóa dịch vụ. Khi doanh nghiệp chưa đầu tư đủ nguồn lực vào việc xây dựng quy trình chuẩn, tạo lập giá trị cốt lõi về chăm sóc khách hàng, nhân viên dễ rơi vào tình trạng thiếu nhất quán trong cách phục vụ. Điều này khiến khách hàng không cảm nhận được sự chuyên nghiệp và tận tâm khi sử dụng dịch vụ. Để khắc phục, VNPAY cần định hình rõ ràng chiến lược xây dựng văn hóa dịch vụ và liên tục cải tiến quy trình chăm sóc khách hàng để nâng cao trải nghiệm người dùng.

Thứ tư, VNPAY chưa thực sự đẩy mạnh công tác tuyên truyền tới khách hàng và doanh nghiệp về các nguy cơ lộ thông tin tài khoản cá nhân và biện pháp để chủ động phòng tránh việc mất an toàn thông tin khi tham gia giao dịch thanh toán không dùng tiền mặt, do đó nhận thức của khách hàng và doanh nghiệp trong việc tự bảo mật thông tin chưa cao.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN GIẢI PHÁP THANH TOÁN VIỆT NAM TỚI NĂM 2030

3.1. Mục tiêu và phương hướng nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

3.1.1. Mục tiêu

-Giai đoạn 2024 - 2027, VNPAY trở thành doanh nghiệp dẫn đầu thị trường và là nhà cung cấp toàn diện trong việc cung cấp các giải pháp dịch vụ TTKDTM tại Việt Nam.

-Giai đoạn 2027 - 2030, VNPAY tiến ra thị trường quốc tế, có thể cung cấp giải pháp TTKDTM đối với các giao dịch ở nước ngoài. Trở thành đơn vị đầu tiên cung cấp giải pháp TTKDTM ở đa quốc gia.

3.1.2. Phương hướng

VNPAY cần bảo đảm dịch vụ hoạt động ổn định, không xảy ra lỗi trong quá trình giao dịch. Điều này đòi hỏi phải liên tục nâng cấp hệ thống, đảm bảo thời gian xử lý nhanh chóng và chính xác, đồng thời duy trì bảo mật ở mức cao nhất. Khách hàng chỉ cảm thấy tin tưởng khi các giao dịch được thực hiện một cách mượt mà và an toàn, không gặp trục trặc hay sai sót.

Cải thiện khả năng phản hồi nhanh chóng với mọi yêu cầu của khách hàng là yếu tố quan trọng. VNPAY cần xây dựng đội ngũ chăm sóc khách hàng trực tuyến hiệu quả, có thể xử lý các vấn đề kỹ thuật và hỗ trợ khách hàng 24/7. Việc cung cấp các kênh hỗ trợ đa dạng, từ chat trực tuyến, tổng đài cho đến email, sẽ giúp tăng cường sự hài lòng của khách hàng.

Đào tạo nhân viên có chuyên môn cao, giao tiếp lịch sự và am hiểu về công nghệ là chìa khóa trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ. Nhân viên phải có khả năng giải quyết các tình huống phức tạp một cách hiệu quả, đồng thời truyền tải sự tin cậy và an tâm đến khách hàng trong mọi giao dịch.

VNPAY cần chú trọng vào việc hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của khách hàng, từ đó cung cấp dịch vụ phù hợp với từng đối tượng. Cần phải lắng nghe và tạo điều kiện

để khách hàng dễ dàng phản hồi ý kiến, giúp cải thiện dịch vụ và mang lại trải nghiệm tốt hơn. Các chương trình khách hàng thân thiết hay hỗ trợ đặc biệt cho khách hàng gặp khó khăn cũng góp phần tạo nên sự đồng cảm.

Đảm bảo giao diện người dùng trên các ứng dụng thanh toán trực tuyến của VNPAY thân thiện, dễ sử dụng và được thiết kế hiện đại. Ngoài ra, việc đầu tư vào công nghệ tiên tiến và xây dựng hạ tầng thanh toán thông minh tại các điểm bán hàng cũng rất cần thiết để gia tăng chất lượng dịch vụ. Phương tiện hữu hình tốt giúp nâng cao hình ảnh thương hiệu và trải nghiệm của khách hàng.

3.2 Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam

3.2.1. Phát triển về mạng lưới dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt

Cơ sở của giải pháp

Cơ sở của giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY bao gồm việc tận dụng sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và truyền thông, cùng với sự gia tăng đáng kể của người dùng Internet và điện thoại thông minh.

Nội dung của giải pháp

- Mở rộng mạng lưới các điểm chấp nhận thanh toán, hợp tác với trung tâm thương mại, sàn thương mại điện tử, các cơ sở kinh doanh, dịch vụ cần xây dựng hạ tầng mạng lưới có thể bao phủ tới nhiều địa phương...

- Ngoài ra, cần ưu tiên mở rộng cơ sở hạ tầng tới vùng sâu, vùng xa để tiếp cận, cải thiện những khó khăn còn tồn đọng trong thanh toán không dùng tiền mặt của những đối tượng chưa được tiếp cận với các dịch vụ TTKDTM.

- Nghiên cứu có giải pháp về mô hình kết nối phù hợp, hiệu quả giữa các ngân hàng, tổ chức cung ứng dịch vụ TGTT với Công DVCQG, hệ thống một cửa điện tử của các bộ, ngành, địa phương, các cơ quan, đơn vị liên quan nhằm đơn giản hóa thủ tục và tạo điều kiện thanh toán điện tử đối với các khoản phí, lệ phí, thanh toán hóa đơn điện, nước, học phí, viện phí...

Lợi ích của giải pháp

Tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận và ảnh hưởng đến một lượng lớn khách hàng ở các địa phương không chỉ ở các thành phố lớn. Bên cạnh đó, việc đẩy mạnh tuyên truyền không chỉ giúp nâng cao nhận thức của người tiêu dùng về các tiện ích và

lợi ích của dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, mà còn góp phần xây dựng và củng cố hình ảnh thương hiệu, từ đó thúc đẩy sự tin tưởng và ủng hộ từ phía khách hàng.

Điều kiện thực hiện giải pháp

Để thực hiện giải pháp phát triển mạng lưới dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY, công ty cần đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở hạ tầng công nghệ, bao gồm hệ thống bảo mật và giao diện người dùng. Đồng thời, việc mở rộng quan hệ đối tác với các tổ chức tài chính và doanh nghiệp là cần thiết để tăng cường khả năng tiếp cận và tiện ích của dịch vụ. Công ty cũng phải đảm bảo đào tạo nhân lực chuyên môn cao và triển khai các chiến lược tiếp thị hiệu quả để nâng cao nhận thức và khuyến khích người dùng áp dụng dịch vụ.

3.2.2. *Đổi mới kỹ thuật và công nghệ thanh toán không dùng tiền mặt*

Cơ sở của giải pháp

Tận dụng những tiến bộ vượt bậc của công nghệ tài chính (Fintech), bao gồm trí tuệ nhân tạo, blockchain, và bảo mật thông tin. Những tiến bộ này giúp cải thiện tốc độ xử lý giao dịch, tăng cường tính bảo mật và độ tin cậy của hệ thống thanh toán.

Nội dung của giải pháp

VNPAY tiếp tục ứng dụng mạnh mẽ công nghệ hiện đại vào hoạt động thanh toán, lấy việc cung ứng dịch vụ trên thiết bị di động làm mục tiêu chính; phối hợp với các đơn vị cung ứng hàng hóa, dịch vụ để kết nối, tích hợp hệ thống công nghệ thông tin của các đơn vị này với hệ thống thanh toán của ngân hàng.

Hoàn thiện, nâng cấp hệ thống ngân hàng lõi (Core Banking), hệ thống thanh toán nội bộ và các hệ thống thanh toán khác, đảm bảo kết nối, tích hợp với các hệ thống thanh toán quan trọng, hạ tầng kỹ thuật của các tổ chức cung ứng dịch vụ công và các hệ thống khác để cung ứng dịch vụ thanh toán một cách thuận tiện, hiệu quả cho tổ chức, cá nhân; tiếp tục nghiên cứu ứng dụng công nghệ bảo mật hiện đại trên thế giới và tuyển chọn, đào tạo đội ngũ nhân lực về công nghệ có tay nghề cao; tăng cường các biện pháp đảm bảo an ninh, an toàn hoạt động thanh toán, ngân hàng; đồng thời, bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của khách hàng.

Tiếp tục nghiên cứu các công nghệ mới, các giải pháp TTKDTM từ các đối thủ trong nước và trên thế giới để thêm các lựa chọn thanh toán cho Khách hàng, cải thiện về UI/UX (giao diện và tính năng của sản phẩm) để nâng cao trải nghiệm người dùng.

Lợi ích của giải pháp

Giải pháp đổi mới kỹ thuật và công nghệ thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY mang lại nhiều lợi ích đáng kể. Thứ nhất, cải tiến công nghệ giúp nâng cao tính bảo mật, bảo vệ thông tin khách hàng khỏi các mối đe dọa mạng. Thứ hai, công nghệ mới giúp tối ưu hóa quy trình thanh toán, giảm thiểu thời gian giao dịch và tăng hiệu suất hoạt động. Thứ ba, các giải pháp tiên tiến mang đến trải nghiệm người dùng mượt mà, thuận tiện và nhanh chóng. Thứ tư, đổi mới công nghệ giúp VNPAY phát triển các sản phẩm dịch vụ mới, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường. Cuối cùng, việc áp dụng công nghệ tiên tiến giúp VNPAY củng cố vị thế cạnh tranh, thu hút thêm nhiều khách hàng và đối tác chiến lược.

Việc áp dụng các công nghệ tiên tiến còn giúp công ty tối ưu hóa quy trình hoạt động, giảm chi phí và nâng cao trải nghiệm người dùng, từ đó thu hút và giữ chân khách hàng hiệu quả hơn.

Điều kiện thực hiện giải pháp

Công ty cần duy trì đầu tư liên tục vào nghiên cứu và phát triển công nghệ tiên tiến, bao gồm việc cập nhật các hệ thống bảo mật và cải tiến giao diện người dùng. Cần thiết phải thiết lập các đối tác công nghệ chiến lược và tăng cường khả năng tích hợp với các nền tảng khác để mở rộng phạm vi ứng dụng. Ngoài ra, việc đào tạo đội ngũ nhân viên và cung cấp hỗ trợ kỹ thuật kịp thời cũng là điều kiện quan trọng để đảm bảo sự triển khai và vận hành hiệu quả.

3.2.3. Tăng cường bảo mật, an toàn trong thanh toán không dùng tiền mặt

Cơ sở của giải pháp

Để đảm bảo an toàn cho các giao dịch điện tử, Công ty cần phải an toàn và bảo mật thông tin tài khoản, thông tin giao dịch.

Nội dung của giải pháp

Đẩy mạnh về vấn đề bảo mật thông tin, tiếp tục nâng cao tiêu chuẩn bảo mật và tuân thủ các biện pháp bảo mật an toàn dữ liệu cho Khách hàng. Sử dụng các công nghệ bảo mật thông tin khác nhau như: chuẩn quốc tế PCI DSS (Tiêu chuẩn bảo mật dữ liệu ngành thẻ thanh toán), SSL, v.v. nhằm bảo vệ dữ liệu cá nhân của Quý khách không bị lộ lọt, lợi dụng, sử dụng hoặc chia sẻ ngoài ý muốn. Cam kết bảo mật một cách tối đa dữ liệu cá nhân của Quý khách.

Phối hợp cùng các Ngân hàng tăng cường các biện pháp bảo mật thông tin cho Khách hàng thông qua việc tuân thủ các quy định của Ngân hàng nhà nước về việc xác

thực giao dịch theo từng loại giao dịch là mã xác thực OTP hoặc biện pháp sinh trắc học khi Khách hàng thực hiện trên ứng dụng Ngân hàng hoặc Ví điện tử.

Truyền thông cho khách hàng và doanh nghiệp về các biện pháp an toàn bảo mật thông tin, hướng dẫn khách hàng tuyệt đối không cung cấp thông tin xác thực giao dịch, thông tin tài khoản của khách hàng cho bên nào khác để ngăn ngừa rủi ro khi giao dịch.

Lợi ích của giải pháp

Giải pháp tăng cường bảo mật, an toàn trong thanh toán không dùng tiền mặt tại VNPAY mang lại nhiều lợi ích quan trọng. Thứ nhất, bảo vệ thông tin và tài sản của khách hàng khỏi các rủi ro gian lận và tấn công mạng, tăng cường niềm tin của người dùng. Thứ hai, đảm bảo tính liên tục và ổn định của hệ thống thanh toán, giảm thiểu rủi ro gián đoạn dịch vụ. Thứ ba, tăng cường bảo mật giúp VNPAY tuân thủ các quy định pháp lý và tiêu chuẩn quốc tế, nâng cao uy tín và sự chuyên nghiệp. Thứ tư, cải thiện hiệu quả quản lý rủi ro, giảm thiểu thiệt hại tài chính và bảo vệ lợi ích doanh nghiệp. Cuối cùng, nâng cao trải nghiệm người dùng thông qua các biện pháp bảo mật tiên tiến, tạo sự an tâm và khuyến khích sử dụng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

Tăng cường tuyên truyền, cảnh báo cho khách hàng để nâng cao cảnh giác với những thủ đoạn tội phạm trên mạng, không cung cấp thông tin cá nhân, thông tin tài khoản, mật khẩu cho các đối tượng nghi vấn để tránh bị lợi dụng.

Điều kiện thực hiện giải pháp

Ngân hàng nên gửi các tin nhắn nhắc nhở định kỳ 1 tháng/lần Về sự bảo mật thông tin để khách hàng có biện pháp đề phòng.

3.2.4. Nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ công nhân viên

Cơ sở của giải pháp

Công ty việc nhận định rằng việc phát triển bền vững và nâng cao hiệu quả hoạt động không thể thiếu sự đầu tư vào nguồn nhân lực. Nhân viên có năng lực và kỹ năng tốt sẽ góp phần quan trọng vào việc triển khai các công nghệ mới, quản lý hệ thống hiệu quả, và phục vụ khách hàng một cách tận tình và chuyên nghiệp. Do đó, công ty cần có một chiến lược toàn diện để phát triển năng lực cho đội ngũ nhân viên của mình.

Nội dung của giải pháp

Đầu tiên, công ty cần thiết lập các chương trình đào tạo và phát triển chuyên môn liên tục, từ các khóa học về công nghệ mới, kỹ năng quản lý đến các kỹ năng mềm cần thiết trong giao tiếp và xử lý tình huống. Thứ hai, việc xây dựng một hệ thống đánh giá

và phản hồi thường xuyên sẽ giúp xác định nhu cầu đào tạo và cải thiện hiệu quả công việc. Thứ ba, công ty nên tạo điều kiện cho nhân viên tham gia vào các dự án và sáng kiến mới để phát huy tối đa khả năng sáng tạo và kỹ năng thực tiễn. Cuối cùng, việc khuyến khích và ghi nhận thành tích của nhân viên thông qua các chương trình khen thưởng và phát triển nghề nghiệp cũng là yếu tố quan trọng để duy trì động lực và nâng cao năng suất lao động.

Thông qua việc thực hiện các bước này, VNPAY sẽ không chỉ nâng cao năng lực của đội ngũ cán bộ công nhân viên mà còn cải thiện chất lượng dịch vụ, tối ưu hóa quy trình làm việc, và tạo ra một môi trường làm việc chuyên nghiệp và sáng tạo.

Lợi ích của giải pháp

Việc thường xuyên đào tạo giúp cho cán bộ nhân viên am hiểu về dịch vụ góp phần xây dựng và cung cấp được tới khách hàng những sản phẩm và dịch vụ tốt nhất. Ngoài ra, cán bộ nhân viên tham gia các khóa học ngắn hạn về những nghiệp vụ mới, những cải tiến mới, để nắm bắt kịp thời, nhằm tư vấn khách hàng cho chính xác và nhanh chóng, tránh sự lúng túng khi phát sinh một thay đổi trong dịch vụ bất kỳ. VNPAY chú trọng vào việc tuyển dụng, về các chính sách đãi ngộ, phúc lợi, lương thưởng giúp thu hút được nhân tài để đóng góp trong việc xây dựng sản phẩm dịch vụ, góp phần giữ chân được nhân viên và tránh việc chảy máu chất xám sang các công ty đối thủ.

Điều kiện thực hiện giải pháp

Hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt phải dựa trên nền tảng kỹ thuật công nghệ. Do đó muốn phát triển các hình thức thanh toán không dùng tiền mặt, Công ty phải tập trung đào tạo sử dụng và phát triển nguồn nhân lực công nghệ thông tin.

3.2.5. Xây dựng và phát triển vững chắc thương hiệu VNPAY

Cơ sở của giải pháp

Công ty nhận thức rằng một thương hiệu mạnh mẽ không chỉ góp phần gia tăng sự nhận diện của công ty mà còn tạo dựng lòng tin và sự trung thành của khách hàng. Thương hiệu không chỉ là hình ảnh và tên tuổi, mà còn là sự phản ánh của chất lượng dịch vụ, sự uy tín và các giá trị mà công ty cam kết mang đến.

Nội dung của giải pháp

Đầu tiên, việc xác định và định hình rõ ràng bản sắc thương hiệu là bước cơ bản và quan trọng. VNPAY cần phát triển một hình ảnh thương hiệu đồng nhất, phản ánh đúng giá trị cốt lõi và sứ mệnh của công ty. Điều này bao gồm việc thiết kế logo, slogan,

và các yếu tố nhận diện thương hiệu khác sao cho phù hợp với chiến lược tổng thể và dễ dàng nhận diện trên thị trường.

Thứ hai, VNPAY cần tập trung vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm khách hàng. Việc cung cấp dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt phải được thực hiện với tiêu chuẩn cao nhất về độ tin cậy, bảo mật và hiệu quả. Công ty cần liên tục cải tiến công nghệ, cải thiện giao diện người dùng và hỗ trợ khách hàng một cách tận tình để tạo dựng uy tín và sự tin cậy từ phía khách hàng.

Thứ ba, xây dựng mối quan hệ vững chắc với các đối tác và khách hàng thông qua các hoạt động marketing và truyền thông là thiết yếu. VNPAY nên triển khai các chiến dịch quảng bá mạnh mẽ, sử dụng các kênh truyền thông đa dạng như truyền hình, radio, mạng xã hội và các sự kiện trực tiếp để nâng cao nhận thức và quảng bá thương hiệu. Đồng thời, việc tham gia vào các hoạt động cộng đồng và tài trợ cho các sự kiện quan trọng cũng sẽ góp phần nâng cao hình ảnh thương hiệu và xây dựng lòng tin trong cộng đồng.

Cuối cùng, việc đo lường và phân tích hiệu quả của các chiến lược xây dựng thương hiệu là rất quan trọng. VNPAY cần thiết lập các công cụ và chỉ số để theo dõi và đánh giá sự thành công của các hoạt động truyền thông và marketing, từ đó điều chỉnh chiến lược kịp thời để đạt được hiệu quả tối ưu.

Lợi ích của giải pháp

Việc xây dựng và phát triển thương hiệu VNPAY giúp tăng độ nhận diện của VNPAY đối với khách hàng. Khi khách hàng biết đến VNPAY nhiều hơn thì cũng gia tăng việc khách hàng lựa chọn sử dụng VNPAY giữa các thương hiệu khác. Song song với đó là việc không ngừng cải tiến về chất lượng dịch vụ, an toàn bảo mật cũng giúp tăng thiện cảm và giúp giữ chân khách hàng.

3.2.6. Xây dựng phong cách phục vụ và chăm sóc khách hàng

Cơ sở của giải pháp

Phong cách phục vụ và chăm sóc khách hàng là một trong những yếu tố quan trọng nhất trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ. Là những người tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, việc khách hàng có thiện cảm với công ty và muốn sử dụng dịch vụ của công ty hay không thì nhân viên kinh doanh và chăm sóc khách hàng đóng vai trò then chốt.

Nội dung của giải pháp

VNPAY cũng nên áp dụng công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo và phân tích dữ liệu để cá nhân hóa dịch vụ và dự đoán nhu cầu của khách hàng. Việc triển khai các

chương trình khuyến mãi, dịch vụ hỗ trợ đa kênh và chăm sóc sau bán hàng cũng là phần quan trọng để tạo dựng mối quan hệ lâu dài và bền chặt với khách hàng. Cuối cùng, việc liên tục thu thập và phân tích phản hồi của khách hàng sẽ giúp công ty điều chỉnh và cải tiến dịch vụ một cách liên tục.

Lợi ích của giải pháp

Tạo thiện cảm của khách hàng đối với công ty và cả dịch vụ cung cấp. Khi khách hàng cảm thấy được tôn trọng sẽ giúp giữ chân khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ.

3.3. Một số kiến nghị

Đối với Ngân hàng nhà nước, cần hoàn thiện các văn bản quy định về thanh toán điện tử, đồng thời ban hành các hướng dẫn cụ thể những thông tư, nghị định của Chính phủ, Cơ quan nhà nước về hoạt động TTKDTM để các trung gian thanh toán và ngân hàng có thể thực hiện.

Đối với chính phủ, cần hoàn thiện khung pháp lý, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ TTKDTM hoạt động và phát triển. Đẩy mạnh đầu tư vào hạ tầng kỹ thuật số, bao gồm việc mở rộng mạng lưới Internet và nâng cấp hệ thống bảo mật thông tin. Đồng thời, cần có các chính sách khuyến khích và hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực thanh toán điện tử, cũng như tăng cường công tác tuyên truyền để nâng cao nhận thức và niềm tin của người dân vào các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt.

KẾT LUẬN

Sự phát triển như vũ bão của khoa học công nghệ, đặc biệt là ngành công nghệ thông tin đã tác động mạnh 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 hoạt động của các tổ chức trung gian thanh toán. Trong giai đoạn hiện nay, phát triển các dịch vụ của thanh toán không dùng tiền mặt là xu hướng tất yếu, mang tính khách quan trong nền kinh tế hiện đại, trong thời đại hội nhập kinh tế quốc tế.

Đề tài “**Nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam**” đã đạt được các kết quả sau:

Một là, đề án đã hệ thống hóa những vấn đề lý thuyết về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại doanh nghiệp, bao gồm: tổng quan về thanh toán không dùng tiền mặt tại doanh nghiệp; tổng quan về chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại doanh nghiệp.

Hai là, đề án đã tổng quan về Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam, phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam giai đoạn 2021-2023. Qua đó đánh giá những thành tựu đạt được và những hạn chế trong chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam. Chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng, bao gồm việc mở rộng quy mô dịch vụ, cải tiến công nghệ, và tăng tính tiện lợi cho người dùng. Tuy nhiên, vẫn còn một số hạn chế như hạ tầng kỹ thuật chưa đồng bộ, khả năng bảo mật thông tin chưa thực sự tối ưu, và một số khu vực vùng sâu, vùng xa chưa tiếp cận được dịch vụ đầy đủ. Điều này đặt ra yêu cầu cải thiện cơ sở hạ tầng và nâng cao nhận thức của người dân về việc sử dụng dịch vụ.

Ba là, xuất phát từ những hạn chế, tác giả đưa ra mục tiêu, phương hướng nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam đến năm 2030, đồng thời đề xuất năm giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam đến năm 2030, đề xuất kiến nghị với Nhà nước.

Dù đề án đã đạt được các mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu, nhưng do còn tồn tại một số hạn chế và thiếu sót, chúng tôi rất mong nhận được sự quan tâm, hỗ trợ và ý kiến đóng góp từ các thầy cô và bạn đọc. Những góp ý này sẽ giúp hoàn thiện và nâng cao chất lượng của đề án.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

1. Chính phủ (2012), *Nghị định số 101/2012/NĐ-CP ngày 22 tháng 11 năm 2012 về thanh toán không dùng tiền mặt*, Hà Nội.
2. Chính phủ (2016) *Nghị định số 80/2016/NĐ-CP ngày 01/7/2016 sửa đổi, thay thế một số điều của Nghị định số 101/2012/NĐ-CP ngày 22 tháng 11 năm 2012 về “Thanh toán không dùng tiền mặt*, Hà Nội.
3. Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam (2021), *Bảng cân đối kế toán và Báo cáo tổng kết kinh doanh năm 2021 và phương hướng hoạt động năm 2022*, Hà Nội.
4. Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam (2022), *Bảng cân đối kế toán và Báo cáo tổng kết kinh doanh năm 2022 và phương hướng hoạt động năm 2023*, Hà Nội.
5. Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam (2023), *Bảng cân đối kế toán và Báo cáo tổng kết kinh doanh năm 2023 và phương hướng hoạt động năm 2024*, Hà Nội.
6. Đặng Công Hoàn (2015), *Phát triển Dịch vụ TTKDTM cho khu vực dân cư tại Việt Nam*, Luận án tiến sỹ , trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN.
7. Nguyễn Văn Hùng, Phan Quan Việt (2019), *Giáo trình thương mại điện tử*, Nhà xuất bản Tài chính.
8. Ngân hàng Nhà nước (2014), *Thông tư 46/2014/TT-NHNN ngày 31/12/2014 của NHNN Việt Nam về hướng dẫn về dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt*, Hà Nội.
9. Ngân hàng Nhà nước (2014), *Thông tư 39/2014/TT-NHNN ngày 11/12/2014 của NHNN hướng dẫn về dịch vụ trung gian thanh toán*, Hà Nội.
10. Đỗ Thị Lan Phương (2014), *Thanh toán không dùng tiền mặt: Xu hướng trên thế giới và thực tiễn tại Việt Nam*, Tạp chí tài chính; ngày cập nhật 24/07/2014.
11. Quốc hội (2020), *Luật Thương mại 2020*, Hà Nội.
12. Website Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam: www.VNPAY.vn.

Tài liệu tiếng Anh

13. Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V.A.. More on Improving Service Quality Measurement. *Journal of Retailing*, 69 (1): 140-47, (1993)

PHỤ LỤC

PHIẾU ĐIỀU TRA VỀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ THANH TOÁN KHÔNG DÙNG TIỀN MẶT TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN GIẢI PHÁP THANH TOÁN VIỆT NAM

(Dành cho khách hàng)

Tôi tên là: Nguyễn Thị Mỹ Hằng

Hiện tôi đang là học viên cao học trường Đại học Kinh tế quốc dân và đang thực hiện đề án tốt nghiệp thạc sỹ với đề tài: "*Nâng cao chất lượng dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt tại Công ty cổ phần giải pháp thanh toán Việt Nam*". Rất mong Ông/Bà dành thời gian quý báu của mình để trả lời các câu hỏi dưới đây.

Phần I. Thông tin cá nhân

1. Họ và tên khách hàng:.....
2. Địa chỉ:.....
3. Tuổi:..... Giới tính:.....

II. Nội dung

Ông/Bà đánh dấu "x" vào vị trí thích hợp theo quy ước sau:

1. Rất không đồng ý;
2. Không đồng ý;
3. Không có ý kiến gì;
4. Đồng ý;
5. Hoàn toàn đồng ý.

Nội dung câu hỏi		Rất không đồng ý	Không đồng ý	Không có ý kiến	Đồng ý	Rất đồng ý
I	Sự tin cậy					
1	Tin tưởng vào dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt của Công ty	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

2	Công ty tạo cho khách hàng yên tâm trong quá trình sử dụng dịch vụ vụ thanh toán không dùng tiền mặt	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Xử lý chính xác các giao dịch, không bị sai sót	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Tra cứu được lịch sử giao dịch đầy đủ, rõ ràng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	Cung cấp tiện ích đúng như cam kết	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
II	Khả năng đáp ứng					
1	Công ty đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Dịch vụ được khách hàng tin tưởng, sử dụng nhiều	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Khách hàng được Công ty cung cấp thông tin về dịch vụ một cách nhanh chóng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Nhiều hình thức thanh toán phù hợp và nhiều điểm chấp nhận thanh toán	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	Đa dạng ngân hàng thanh toán	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
III	Năng lực phục vụ					
1	Nhân viên Công ty quan tâm đến khách hàng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Khách hàng cảm thấy an toàn khi giao dịch tại VNPAY	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Lời nói cử chỉ của nhân viên thân thiện với khách hàng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

4	Nhân viên đủ hiểu biết để trả lời câu hỏi của Khách hàng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
IV Sự đồng cảm						
1	Nhân viên Công ty lấy khách hàng làm trung tâm	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Nhân viên hiểu được những lo lắng, nhu cầu đặc biệt của khách hàng, khách hàng cảm thấy an toàn khi giao dịch	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Khách hàng được nhân viên Công ty đối xử, chăm sóc nhiệt tình, chu đáo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Nhân viên Công ty nắm rõ được nhu cầu của khách hàng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	Thời gian sử dụng dịch vụ thuận tiện đối với khách hàng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
V Phương tiện hữu hình						
1	Giao diện thanh toán và thiết bị sử dụng hiện đại, dễ sử dụng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Giao diện thanh toán và thiết bị sử dụng, cơ sở vật chất đẹp và bắt mắt	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Nhân viên VNPAY ăn mặc gọn gàng, lịch sự	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Các sản phẩm marketing của công ty rất đẹp và thu hút	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Xin chân thành cảm ơn!