

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



NGUYỄN BẢO VINH

**CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM THỊNH
VƯỢNG (VPBANK)**

Đề án tốt nghiệp thạc sĩ

Hà Nội - 2024

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



NGUYỄN BẢO VINH

**CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM THỊNH
VƯỢNG (VPBANK)**

Ngành: Quản lý Kinh tế

Mã học viên: CH310659

Đề án tốt nghiệp thạc sĩ

GVHD: TS. Đặng Thị Minh Hiền

TS. Ngô Quốc Dũng

Hà Nội - 2024

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	i
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	ii
DANH MỤC BẢNG BIỂU.....	iii
DANH MỤC BIỂU ĐỒ	iv
DANH MỤC SƠ ĐỒ.....	v
TÓM TẮT KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	vi
PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề án	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	1
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	2
3.1. Đối tượng nghiên cứu	2
3.2. Phạm vi nghiên cứu	2
4. Phương pháp nghiên cứu.....	2
4.1. Quy trình nghiên cứu	2
4.2. Phương pháp thu thập dữ liệu	4
4.3. Phương pháp phân tích dữ liệu	5
5. Kết cấu của đề án	5
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	6
1.1. Dịch vụ ngân hàng trực tuyến của ngân hàng thương mại.....	6
1.1.1. Khái niệm.....	6
1.1.2. Vai trò và đặc điểm của dịch vụ ngân hàng trực tuyến.....	6
1.1.3. Các dịch vụ ngân hàng trực tuyến	8
1.2. Chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của ngân hàng thương mại	9
1.2.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến.....	9
1.2.2. Đặc điểm chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến	9

1.2.3. Các tiêu chí đo lường chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến	11
1.3. Kinh nghiệm nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại một số ngân hàng thương mại và bài học rút ra cho Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	12
1.3.1. Kinh nghiệm của Ngân hàng Standard Chartered (Singapore)	12
1.3.2. Kinh nghiệm của Ngân hàng Wells Fargo (Mỹ)	12
1.3.3. Kinh nghiệm của Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam (Vietinbank)	13
1.3.4. Bài học rút ra cho Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	14
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG.....	16
2.1. Khái quát chung về Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	16
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển.....	16
2.1.2. Cơ cấu tổ chức	17
2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2021-2023	18
2.2. Thực trạng hoạt động dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	19
2.2.1. Các dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	19
2.2.2. Thực trạng quy mô và cơ cấu khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	19
2.2.3. Kết quả kinh doanh từ dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng.....	21
2.2.4. Thực trạng các điều kiện để triển khai dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	23
2.3. Thực trạng chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	27

2.3.1. Cảm nhận của khách hàng về sự trải nghiệm	27
2.3.2. Cảm nhận của khách hàng về sự đáp ứng.....	29
2.3.3. Cảm nhận của khách hàng về sự sẵn sàng của hệ thống.....	30
2.3.4. Cảm nhận của khách hàng về sự bảo mật.....	32
2.3.5. Cảm nhận của khách hàng về sự phản ứng.....	34
2.3.6. Cảm nhận của khách hàng về sự bồi thường	35
2.3.7. Cảm nhận của khách hàng về sự liên hệ.....	36
2.4. Đánh giá chung thực trạng chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	38
2.4.1. Chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	38
2.4.2. Ưu điểm	41
2.4.3. Hạn chế	42
2.4.4. Nguyên nhân của hạn chế	43
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG.....	45
3.1. Định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	45
3.1.1. Định hướng phát triển kinh doanh của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng đến năm 2027, tầm nhìn đến năm 2030	45
3.1.2. Mục tiêu chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng đến năm 2027, tầm nhìn đến năm 2030 ..	45
3.2. Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng	46
3.2.1. Giải pháp về sự trải nghiệm	46
3.2.2. Giải pháp về sự đáp ứng	48
3.2.3. Giải pháp về sự sẵn sàng của hệ thống	49
3.2.4. Giải pháp về sự bảo mật.....	50

3.2.5. Giải pháp về sự phản ứng	51
3.2.6. Giải pháp về sự bồi thường.....	52
3.2.7. Giải pháp về sự liên hệ.....	53
3.3. Kiến nghị.....	54
3.3.1. Kiến nghị với Chính phủ, Bộ Ban ngành.....	54
3.3.2. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam	55
KẾT LUẬN	56
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	
PHỤ LỤC	

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan, đề án với đề tài “**Chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank)**” là công trình nghiên cứu độc lập của riêng tôi. Các dữ liệu và kết quả nêu trong đề án là trung thực, xuất phát từ thực tế của việc thực hiện đề án tại đơn vị thực tế nơi triển khai đề án, các nội dung chủ yếu của đề án chưa được trình bày trong các công trình khác tương tự.

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

Hà Nội, ngày tháng năm 2024

Cao học viên

Nguyễn Bảo Vinh

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Tên đầy đủ
CNTT	Công nghệ thông tin
KHCN	Khách hàng cá nhân
KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
LNTT	Lợi nhuận trước thuế
NHTM	Ngân hàng thương mại
NHTT	Ngân hàng trực tuyến
TMCP	Thương mại cổ phần

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1.1: Các dịch vụ NHTT hiện có trên thế giới.....	8
Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của VPBank giai đoạn 2021-2023.....	18
Bảng 2.2: Các sản phẩm dịch vụ NHTT tại VPBank.....	19
Bảng 2.3: Quy mô và sự gia tăng quy mô khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT tại VPBank giai đoạn 2021-2023	20
Bảng 2.4: Cơ cấu khách hàng theo nhóm dịch vụ NHTT tại VPBank giai đoạn 2021-2023	21
Bảng 2.5: Doanh thu từ dịch vụ NHTT tại VPBank giai đoạn 2021-2023	21
Bảng 2.6: Lợi nhuận và tỷ trọng lợi nhuận từ dịch vụ NHTT tại VPBank giai đoạn 2021-2023	23
Bảng 2.7: Cảm nhận của khách hàng về sự trải nghiệm của dịch vụ NHTT tại VPBank	28
Bảng 2.8: Cảm nhận của khách hàng về sự đáp ứng của dịch vụ NHTT tại VPBank ..	29
Bảng 2.9: Cảm nhận của khách hàng về sự sẵn sàng của hệ thống của dịch vụ NHTT tại VPBank.....	31
Bảng 2.10: Cảm nhận của khách hàng về sự bảo mật của dịch vụ NHTT tại VPBank	33
Bảng 2.11: Cảm nhận của khách hàng về sự phản ứng của dịch vụ NHTT tại VPBank	34
Bảng 2.12: Cảm nhận của khách hàng về sự bồi thường của dịch vụ NHTT tại VPBank	36
Bảng 2.13: Cảm nhận của khách hàng về sự liên hệ của dịch vụ NHTT tại VPBank ..	37
Bảng 2.14: Kết quả đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank	38
Bảng 2.15: Kết quả đánh giá của khách hàng về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank	39

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1: Tình hình nguồn nhân lực tại VPBank giai đoạn 2021-2023	24
Biểu đồ 2.2: Tỷ trọng trình độ nhân lực tại VPBank giai đoạn 2021-2023	24
Biểu đồ 2.3: Chi phí cho công tác marketing của VPBank giai đoạn 2021-2023.....	26

DANH MỤC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1: Quy trình nghiên cứu	3
Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức của VPBank	17

TÓM TẮT KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Chương 1

Trong nội dung Chương 1, tác giả đã trình bày một số vấn đề lý luận về chất lượng dịch vụ NHTT của NHTM bao gồm các nội dung: dịch vụ NHTT của NHTM, chất lượng dịch vụ NHTT của NHTM. Bên cạnh đó, đề án đã nghiên cứu các kinh nghiệm nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT tại một số NHTM và rút ra bài học cho Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng.

Chương 2

Dựa trên cơ sở lý luận của Chương 1, trong Chương 2 của đề án, tác giả đã thực hiện phân tích thực trạng hoạt động dịch vụ NHTT cũng như thực trạng chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank trong thời gian qua. Từ kết quả phân tích cho thấy, chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank đã đạt được một số kết quả nhất định song còn tồn tại các hạn chế và những hạn chế này xuất phát từ các nguyên nhân khác nhau là cơ sở để tác giả đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank trong chương tiếp theo của đề án.

Chương 3

Trong Chương 3, tác giả đã đưa ra các định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank. Dựa vào kết quả phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank tại Chương 2, tác giả đã đề xuất 4 giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank đến năm 2027, tầm nhìn đến 2030. Tiếp đó, để tạo điều kiện thuận lợi cho Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng thực hiện nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT, tác giả đã đưa ra một số kiến nghị đối với Chính phủ, Bộ ban ngành cũng như Ngân hàng Nhà nước. Các kiến nghị tập trung vào hỗ trợ mở rộng và phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật, hoàn thiện hành lang pháp lý...

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề án

Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, ngân hàng trực tuyến (NHTT) đã đóng một vai trò trung tâm và quan trọng trong lĩnh vực thanh toán điện tử, cung cấp một nền tảng giao dịch trực tuyến, hỗ trợ rất nhiều cho thương mại điện tử. NHTT là một dịch vụ ngân hàng hiện đại, đa tính năng, đa tiện ích, NHTT đã trở thành một phương thức giao dịch không dùng tiền mặt phổ biến trên thế giới cũng như tại Việt Nam.

Thời gian qua, cũng như các ngân hàng thương mại khác, nắm bắt được xu hướng về thay đổi cách thức thanh toán không dùng tiền mặt của người dân Việt Nam, Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) đã và đang không ngừng nỗ lực phát triển dịch vụ NHTT để đem tới sự tiện lợi cao nhất tới người dân cũng như đảm bảo sự tăng trưởng ổn định của ngân hàng. Tuy nhiên, theo báo cáo của khối quản lý khách hàng, chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank chưa cao, tỷ lệ khách hàng phân nản gia tăng, tỷ lệ khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ cũng chưa đạt được như kỳ vọng (chỉ đạt 84,5%). Ngoài ra, những yếu kém liên quan đến trình độ công nghệ, lỗi kết nối hoặc ngưng kết nối do nâng cấp hệ thống, năng lực tài chính, năng lực nhân viên, tiềm ẩn các rủi ro trong giao dịch làm cho khách hàng có tâm lý khó chịu, chưa thực sự đánh giá cao chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank. Kết quả phản ánh thị phần NHTT của VPBank đứng thứ 5 trên thị trường thấp hơn so với nhóm các ngân hàng thuộc Big4 (Vietcombank, Vietinbank, BIDV và Agribank). Bên cạnh đó, lợi nhuận từ dịch vụ NHTT chưa đóng góp ổn định vào tổng lợi nhuận từ hoạt động dịch vụ của VPBank trong giai đoạn 2021-2023 chỉ đạt khoảng 28%.

Xuất phát từ những lý do trên, tác giả quyết định chọn đề tài “**Chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank)**” làm chủ đề cho đề án tốt nghiệp thạc sĩ chuyên ngành Quản lý Kinh tế và Chính sách của mình với mong muốn góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT NHTT, từ đó gia tăng sự hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ NHTT của VPBank.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Mục tiêu tổng quát

Xây dựng khung nghiên cứu và đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng giai đoạn đến năm 2027, tầm nhìn đến năm 2030.

- Mục tiêu cụ thể

+ Hệ thống hoá cơ sở lý luận và thực tiễn về chất lượng dịch vụ NHTT tại các ngân hàng thương mại.

+ Phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ NHTT tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng trong giai đoạn 2021-2023, từ đó đưa ra những kết quả đạt được, hạn chế và nguyên nhân của hạn chế.

+ Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng đến năm 2027, tầm nhìn đến năm 2030.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đề án tập trung nghiên cứu chất lượng dịch vụ NHTT tại NHTM.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

+ Phạm vi không gian: đề án được nghiên cứu tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng.

+ Phạm vi nội dung: đề án tập trung phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ NHTT của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng dựa trên các yếu tố của mô hình E-SERVQUAL.

+ Phạm vi thời gian:

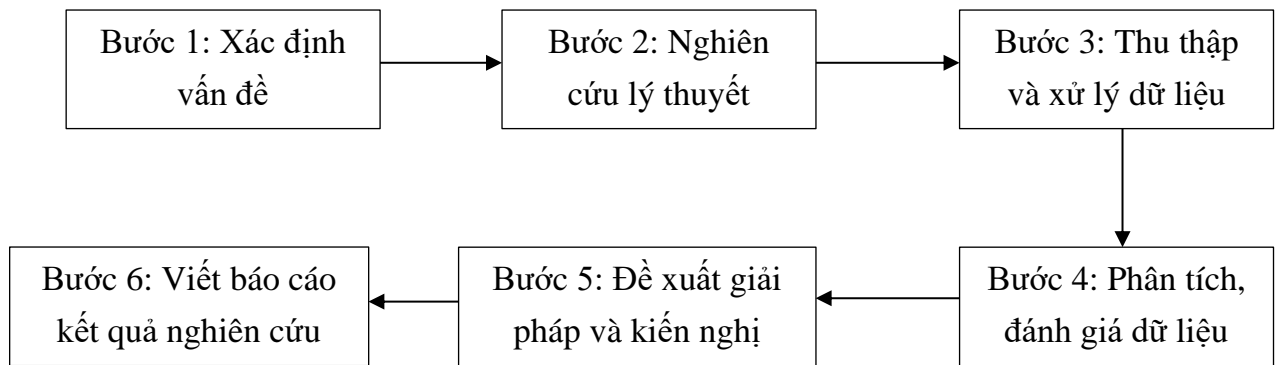
Số liệu thứ cấp: các số liệu phân tích thực trạng được thu thập trong giai đoạn 2021-2023 và đề xuất giải pháp đến năm 2027, tầm nhìn đến năm 2030.

Số liệu sơ cấp: được thu thập trong tháng 05/2024.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Quy trình nghiên cứu

Đề án được thực hiện theo quy trình nghiên cứu sau:



Sơ đồ 1: Quy trình nghiên cứu

Nguồn: Tác giả đề xuất

Bước 1: Xác định vấn đề

Dựa trên báo cáo kết quả kinh doanh, kinh nghiệm chuyên môn và năng lực giải quyết tình huống, tác giả nhận định sự cấp thiết nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng trong tương lai.

Bước 2: Nghiên cứu lý thuyết

Hình thành các cơ sở lý luận xây dựng đề án, đồng thời là cơ sở để tiến hành nghiên cứu đánh giá chất lượng dịch vụ NHTT tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng trong Chương 2.

Xác định mô hình nghiên cứu chất lượng dịch vụ NHTT tại Ngân hàng thương mại và xây dựng phiếu khảo sát.

Bước 3: Thu thập và xử lý dữ liệu

Sau khi xác định được hướng nghiên cứu chính của đề án, tác giả tiếp tục lấy dữ liệu ở các nguồn khác nhau như: dữ liệu thứ cấp và sơ cấp. Sau đó, tác giả phân tích và xử lý dữ liệu thu thập nhằm phục vụ mục đích của đề án.

Bước 4: Phân tích, đánh giá dữ liệu

Dựa trên cơ sở dữ liệu thứ cấp và sơ cấp có được từ phương pháp điều tra xã hội học, tác giả áp dụng các phương pháp phân tích dữ liệu theo từng nội dung đã xây dựng từ Chương 1 nhằm phân tích thực tiễn chất lượng dịch vụ NHTT tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng.

Bước 5: Đề xuất các giải pháp, kiến nghị

Từ kết quả nghiên cứu, đánh giá về thực tiễn chất lượng dịch vụ NHTT, tác giả sẽ đề xuất các giải pháp khuyến nghị đối với Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng để nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT đến năm 2027, tầm nhìn tới năm 2030.

Bước 6: Viết báo cáo kết quả nghiên cứu

Đây là bước cuối cùng nhằm trình bày các kết quả nghiên cứu có được từ bước 4

và đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng.

4.2. Phương pháp thu thập dữ liệu

- Phương pháp thu thập số liệu thứ cấp: Tiến hành thu thập số liệu từ các tài liệu và hoạt động sản xuất kinh doanh, tài chính, NHTT và các báo cáo có liên quan của Ngân hàng Nhà nước, Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng. Bên cạnh đó, tác giả tiến hành thu thập các thông tin liên quan từ các công trình nghiên cứu, bài báo và tạp chí khoa học cùng nhiều tài liệu liên quan khác.

- Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp: Tiến hành điều tra khảo sát những khách hàng cá nhân đang sử dụng dịch vụ NHTT của VPBank. Vì nguồn lực hạn chế nên đề án chỉ được thực hiện trên một phạm vi nhỏ là thành phố Hà Nội.

+ Quy mô mẫu: Theo thống kê của VPBank, trên địa bàn thành phố Hà Nội tại thời điểm 31/12/2023 có khoảng 1,5 triệu khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT của VPBank. Do đó, quy mô mẫu sẽ được tính theo công thức Slovin (1984, trích dẫn bởi Võ Thị Thanh Lộc, 2010) như sau:

$$n = \frac{N}{1+e^2N} = \frac{1.500.000}{1+0,05^2 \cdot 1.500.000} = 400 \text{ (khách hàng)}$$

Tuy nhiên, để hạn chế tỷ lệ đối tượng khảo sát không tham gia, hoặc bỏ ngang trong quá trình tham gia khảo sát, đồng thời để bảo đảm mẫu khảo sát sau cùng hợp lệ, tác giả chọn lấy 450 phiếu khảo sát bằng phương thức chọn mẫu phi xác suất thuận tiện.

Sau khi thực hiện phân tích các số liệu điều tra, từ 450 phiếu khảo sát chính thức, tác giả đã thu về 365 phiếu khảo sát hợp lệ với tỉ lệ phản hồi là 81,1%.

+ Hình thức và thời gian khảo sát: Thời gian thực hiện khảo sát trong tháng 05/2024 thông qua hình thức khảo sát trực tuyến (Google form). Để bảo đảm tính khách quan, điều tra sẽ thực hiện riêng tư, tức là người tham gia không phải khai báo bất cứ dữ liệu gì liên quan đến nhận diện bao gồm tên riêng, số điện thoại di động, email, địa chỉ, độ tuổi, giới tính...

Thang đo Likert 5 mức độ được sử dụng để đo lường chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank. Với mức điểm từ 1 đến 5, giá trị khoảng cách = (Giá trị lớn nhất - Giá trị nhỏ nhất) / n = (5-1)/5 = 0,8 nên các mức độ điểm trung bình có hàm ý cụ thể như sau: Thang điểm: 1 = Rất không hài lòng; 2 = Không hài lòng; 3 = Phân vân; 4 = Hài lòng; 5 = Rất hài lòng.

Điểm trung bình có ý nghĩa: 4,21 – 5,00: Rất hài lòng; 3,41 – 4,20: Hài lòng; 2,61

– 3,40: Trung bình; 1,81 – 2,60: Không hài lòng; 1,00 – 1,80: Rất không hài lòng.

4.3. Phương pháp phân tích dữ liệu

- Phương pháp phân tích dữ liệu thứ cấp

Phương pháp phân tích và tổng hợp: Kế thừa và tiếp nối những đề tài đã được nghiên cứu, đề tài này sử dụng phương pháp phân tích nhằm xác định rõ các nội dung phải tiến hành nghiên cứu, đồng thời tổng hợp các luận điểm đã phân tích nhằm đưa ra các kết luận của đề tài.

Phương pháp phân tích thống kê: Phương pháp thống kê và phân tích tổng hợp được tiến hành với cách sử dụng hệ dữ liệu thứ cấp thông qua những tài liệu thống kê và số liệu thông tin thực tiễn thu thập từ doanh nghiệp. Đề án sẽ phân tích thực trạng dịch vụ NHTT nhằm có cơ sở để đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng.

- Phương pháp phân tích dữ liệu sơ cấp

Dữ liệu được thu thập và sàng lọc, sau đó tiến hành phân tích trên phần mềm Excel. Phân tích thống kê mô tả trung bình được sử dụng để đánh giá mức độ cảm nhận của khách hàng đối với dịch vụ NHTT của VPBank những năm qua.

5. Kết cấu của đề án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, phụ lục, đề án được kết cấu thành 3 chương, bao gồm:

Chương 1: Cơ sở lý luận và thực tiễn về chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng.

Chương 3: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Dịch vụ ngân hàng trực tuyến của ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái niệm

Hiện nay, có nhiều quan điểm khác nhau về dịch vụ NHTT. Theo Malhotra & Singh (2010), *dịch vụ NHTT (internet banking) là việc sử dụng mạng internet như một kênh phân phối các dịch vụ ngân hàng, bao gồm những dịch vụ truyền thống như mở tài khoản hoặc chuyển tiền giữa các tài khoản khác nhau cũng như những dịch vụ ngân hàng mới, như là thanh toán hóa đơn tiền điện mà trong đó dịch vụ internet banking cho phép khách hàng thanh toán và nhận hóa đơn trên website của ngân hàng.*

Dịch vụ NHTT là khả năng khách hàng có thể truy cập từ xa nhằm thu thập thông tin; thực hiện các giao dịch thanh toán, tài chính dựa trên các tài khoản lưu ký tại ngân hàng và đăng ký sử dụng các dịch vụ mới (Trương Đức Bảo, 2003).

Tóm lại, *dịch vụ NHTT là các dịch vụ ngân hàng cung cấp cho phép khách thực hiện truy vấn thông tin tài khoản và thực hiện các giao dịch chuyển khoản, thanh toán, mở tài khoản, đăng ký sử dụng các dịch vụ ngân hàng mới qua mạng internet mà không cần đến ngân hàng. Chỉ cần một chiếc máy tính hoặc điện thoại di động có kết nối internet và mã truy cập do ngân hàng cung cấp, khách hàng đã có thể thực hiện các giao dịch với ngân hàng mọi lúc mọi nơi một cách an toàn và thuận tiện.*

1.1.2. Vai trò và đặc điểm của dịch vụ ngân hàng trực tuyến

1.1.2.1. Vai trò của dịch vụ ngân hàng trực tuyến

- Đối với ngân hàng

NHTT là hình thức mở rộng phạm vi hoạt động, làm đa dạng hơn các loại hình sản phẩm, là giải pháp giúp ngân hàng nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm tăng khả năng cạnh tranh với những ngân hàng khác trên thị trường.

NHTT giúp ngân hàng hoạt động tốt hơn dựa trên việc cắt giảm chi phí hoạt động (phí thuê mướn văn phòng, phí quầy giao dịch, tiền điện nước, trang thiết bị văn phòng phẩm) do không giao dịch trực tiếp với khách hàng. Đồng thời, ngân hàng cũng tăng lợi nhuận từ việc thu phí dịch vụ hàng tháng, phí chuyển tiền của các giao dịch trên NHTT.

Dịch vụ NHTT giúp ngân hàng giảm thiểu các công việc giấy tờ, không phải mất thời gian kiểm tra tính hợp lệ chính xác của chứng từ và giảm bớt sai sót về các bước tác nghiệp.

- Đối với khách hàng

Dịch vụ NHTT giúp khách hàng theo dõi và quản lý quỹ tiền, dòng tiền của mình một cách nhanh chóng để có thể đưa ra các quyết định đầu tư, kinh doanh kịp thời.

Dịch vụ NHTT cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch ngân hàng vào mọi lúc mọi nơi một cách nhanh chóng và thuận tiện.

Dịch vụ NHTT giúp khách hàng tiết kiệm được nhiều chi phí hơn so với giao dịch trực tiếp tại quầy do khách hàng không cần trả phí phục vụ cho ngân hàng và các chi phí về mặt bằng, giữ xe, giấy tờ hạch toán, chi phí kiểm đếm...

- Đối với nền kinh tế

NHTT là một hình thức thanh toán của ngân hàng, giúp cho quá trình thanh toán nhanh chóng và thuận tiện hơn, khiến cho lượng tiền tệ trong nền kinh tế lưu thông nhanh chóng hơn và làm tăng thêm hiệu quả của việc sử dụng vốn.

Việc ứng dụng công nghệ số vào hoạt động kinh doanh ngân hàng đã thay đổi nền kinh tế từ truyền thống (sử dụng chủ yếu là tiền mặt) sang hiện đại (sử dụng chủ yếu là hình thức chuyển khoản trực tuyến trên mạng Internet).

NHTT đã góp phần nâng cao ý thức của mọi người dân đối với việc áp dụng các kỹ thuật tiên tiến vào việc mua sắm và thanh toán.

- Đối với Chính phủ: thông qua hệ thống NHTT, Chính phủ có thể dễ dàng hơn trong việc quản lý và kiểm soát các luân chuyển và nguồn gốc tiền tệ giúp hạn chế các trường hợp tham nhũng, rửa tiền, chuyển tiền bất hợp pháp...

1.1.2.2. Đặc điểm của dịch vụ ngân hàng trực tuyến

Thứ nhất, có mối quan hệ gắn kết với hạ tầng công nghệ gồm hạ tầng công nghệ cứng (máy móc, thiết bị) và hạ tầng công nghệ mềm (ứng dụng, phần mềm, giao diện), an ninh mạng nội bộ nói riêng và an ninh mạng nói chung. Dịch vụ NHTT được cung cấp dựa trên sự ổn định của hạ tầng công nghệ cứng như máy chủ, thiết bị lưu trữ dữ liệu và mạng internet. Bên cạnh đó, dịch vụ NHTT sẽ mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng nếu hạ tầng công nghệ mềm như các ứng dụng đi động, website,... được phát triển. Ngoài ra, dịch vụ NHTT là dịch vụ được cung cấp trên môi trường internet do đó

các biện pháp bảo mật ngân hàng áp dụng góp phần bảo vệ dữ liệu khách hàng và hệ thống dịch vụ NHTT.

Thứ hai, trình độ người sử dụng cũng là một đặc trưng căn bản của dịch vụ NHTT. Mọi công việc đều dựa trên thao tác với máy tính do đó muốn sử dụng tốt dịch vụ này thì khách hàng cần có một số hiểu biết cơ bản về máy tính và mạng Internet.

Thứ ba, tốc độ xử lý giao dịch nhanh. Dịch vụ NHTT cho phép khách hàng thực hiện giao dịch với ngân hàng trong thời gian ngắn nhất. Các giao dịch thông qua dịch vụ NHTT cho phép khách hàng thực hiện giao dịch và xác nhận các giao dịch một cách nhanh chóng, kịp thời.

Thứ tư, là giao dịch trực tuyến, không có sự tiếp xúc của nhân viên ngân hàng. Dịch vụ NHTT cho phép khách hàng chủ động quản lý tài khoản, tiến hành các giao dịch với ngân hàng qua môi trường internet mà không có bất kỳ tương tác trực tiếp nào với nhân viên của ngân hàng. Đặc điểm trên cho phép các ngân hàng dễ dàng tiếp cận với nhiều nhóm khách hàng khác nhau ở từng thời điểm mà không phải tuyển dụng nhiều nhân sự.

Thứ năm, không bị hạn chế bởi không gian và thời gian. NHTT cho phép khách hàng dễ dàng tiến hành các giao dịch 24/24 giờ một ngày, 7 ngày trong tuần và tại bất kỳ thời điểm nào khách hàng mong muốn, chỉ cần có một thiết bị được nối mạng internet.

1.1.3. Các dịch vụ ngân hàng trực tuyến

Các loại dịch vụ NHTT trên thế giới được trình bày cụ thể trong Bảng 1.1:

Bảng 1.1: Các dịch vụ NHTT hiện có trên thế giới

STT	Nhóm dịch vụ	Loại dịch vụ
1	Nhóm dịch vụ cung cấp thông tin	Thuyết minh cho internet banking; Chat bot
2	Nhóm dịch vụ trao đổi thông tin	Vấn tin số dư; Tra cứu tài khoản DEAMAT; Nhận được cảnh báo; Nhận sao kê hàng tháng bằng email; Yêu cầu/đặt hàng/chỉ dẫn thanh toán; Cập nhật lãi suất; Cập nhật tỷ giá hối đoái; Theo dõi tình hình thị trường; Tra cứu tình trạng cheque; Tra cứu TDS; Một tài khoản theo dõi; Khách hàng phản hồi; Cài đặt sinh trắc học; Tìm kiếm ATM.
3	Nhóm dịch vụ giao dịch	Chuyển tiền; Chuyển tiền cho bên thứ ba; Thanh toán hoá đơn; Mở tài khoản; Bảo hiểm; Môi giới; Đầu tư; Ứng dụng cho vay; Ứng dụng tiền gửi; Kích hoạt thẻ tín dụng/khoản

STT	Nhóm dịch vụ	Loại dịch vụ
		thanh toán; Mua hàng trực tuyến; Thương mại trực tuyến; Nộp tiền thuế trực tuyến; Đăng ký vé máy bay trực tuyến; Thay đổi mật khẩu và thông tin người dùng; Dịch vụ NHTT cho doanh nghiệp; Quản lý tài chính cá nhân; Nạp tiền điện thoại; Nộp phí hạ tầng cảng biển; Bán ngoại tệ

Nguồn: Keskar & Pandey (2018)

1.2. Chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của ngân hàng thương mại

1.2.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến

Trong bối cảnh thương mại điện tử, *chất lượng dịch vụ NHTT được định nghĩa là sự đo lường và đánh giá tổng thể của khách hàng về chất lượng của các dịch vụ ngân hàng được cung cấp thông qua internet* (Bauer & cộng sự, 2006, Parasuraman & cộng sự, 2005).

Chất lượng dịch vụ NHTT là nhân tố quyết định đối với sự thoả mãn của khách hàng, là sự cảm nhận và đánh giá của khách hàng đối với dịch vụ NHTT mà ngân hàng thực hiện theo nhu cầu giao dịch. Chất lượng dịch vụ biểu hiện thông qua chuỗi các tiện ích mà dịch vụ NHTT làm hài lòng khách hàng trong suốt thời gian ngân hàng cung cấp và khách hàng sử dụng dịch vụ (Hò Thị Thanh Diệu, 2016).

Dịch vụ ngân hàng truyền thống và dịch vụ NHTT có sự khác biệt khá lớn. Đối với dịch vụ ngân hàng truyền thống, quá trình diễn ra có sự tương tác qua lại của nhân viên cung ứng dịch vụ đối với khách hàng thông qua nhiều hành vi có tính chất giao tiếp bao gồm cử chỉ, hành vi, mỉm cười,... có ý nghĩa quyết định đối với chất lượng dịch vụ ngân hàng. Trong khi dịch vụ NHTT chỉ có sự tương tác giữa khách hàng trên trang web của ngân hàng hoặc ứng dụng trên Mobile thông qua mạng Internet. Đồng thời, tự cá nhân khách hàng phải tham gia vào quá trình tìm kiếm thông tin và giao dịch trên môi trường internet.

Chính vì vậy, trong nghiên cứu này, *chất lượng dịch vụ NHTT được hiểu là sự đánh giá và cảm nhận của khách hàng về quá trình cung cấp dịch vụ thông qua trang web hoặc ứng dụng NHTT trên Mobile của NHTM.*

1.2.2. Đặc điểm chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến

Theo Giáo trình Quản trị chất lượng của Nguyễn Đình Phan & Đặng Ngọc Sự (2012), chất lượng dịch vụ NHTT mang đầy đủ các đặc điểm của chất lượng dịch vụ nói chung, cụ thể:

- Tính vượt trội: Đối với khách hàng, dịch vụ NHTT có chất lượng là dịch vụ thể hiện sự vượt trội so với các sản phẩm dịch vụ NHTT của ngân hàng khác. Tuy nhiên, đánh giá về tính vượt trội của dịch vụ NHTT chịu ảnh hưởng trực tiếp từ cảm nhận của đối tượng tiếp nhận và sử dụng dịch vụ. Tính vượt trội thể hiện được lợi thế cạnh tranh của ngân hàng này so với ngân hàng khác. Bên cạnh đó, thuộc tính này có vai trò vô cùng quan trọng trong quá trình đo lường chất lượng dịch vụ NHTT từ phía khách hàng thông qua việc phân tích mức độ thoả mãn của khách hàng.

- Tính đặc trưng của dịch vụ: Chất lượng dịch vụ là tổng hợp các giá trị cốt lõi và tinh túy nhất kết tinh trong dịch vụ hình thành nên tính đặc trưng của dịch vụ đó. Tính đặc trưng của dịch vụ được cung cấp sẽ giúp khách hàng nhận biết và phân biệt dễ dàng được so với các đối thủ cạnh tranh. Tuy nhiên, với ngành ngân hàng hiện nay, đặc trưng này không có nhiều sự khác biệt và tính đặc trưng của dịch vụ NHTT thường khó xác định, chỉ mang tính chất tương đối.

- Tính không thể tách biệt: Quy trình cung cấp và chuyển giao dịch vụ để người sử dụng phải song hành kèm với chất lượng dịch vụ. Do đó, phương thức tổ chức, triển khai và thái độ cung cấp dịch vụ sẽ phản ánh rõ chất lượng dịch vụ NHTT tốt hay không tốt. Đó là nhân tố bên trong tùy thuộc vào cảm nhận của người sử dụng dịch vụ. Vì vậy, việc nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT, các NHTM cần cải thiện yếu tố nội tại này để làm cơ sở tạo thế mạnh lâu dài trong quá trình thực hiện và cung cấp đa dạng các dịch vụ NHTT đến với khách hàng.

- Tính thoả mãn nhu cầu: Thoả mãn nhu cầu của khách hàng là phương châm hoạt động của các doanh nghiệp nói chung và các NHTM nói riêng. Một khi các nhu cầu cá nhân của khách hàng được thoả mãn thì cơ hội để họ tiếp tục sử dụng dịch vụ nói chung và dịch vụ NHTT là tương đối lớn. Quan trọng hơn, những khách hàng hài lòng chính là một kênh truyền thông truyền miệng hiệu quả đến các khách hàng khác, bởi khi khách hàng hài lòng họ sẽ giới thiệu những điều tốt đẹp về ngân hàng với mọi người xung quanh.

- Tính tạo ra giá trị: Dịch vụ mà tạo ra được giá trị cho khách hàng thì được coi là dịch vụ có chất lượng tốt và ngược lại. Các NHTM tạo ra giá trị và khách hàng là đối tượng tiếp nhận các giá trị đó. Vì vậy việc xem xét chất lượng dịch vụ hoặc cụ thể hơn là các giá trị đem lại cho khách hàng phụ thuộc vào đánh giá của khách hàng chứ không phải của NHTM. Thực tiễn cho thấy, khách hàng thường chấp nhận giá trị của dịch vụ đem lại cho họ để làm căn cứ cho những so sánh về những mong đợi của khách hàng trong giai đoạn trước khi sử dụng dịch vụ. Dịch vụ NHTT có chất lượng cao là dịch vụ

không chỉ tạo ra được các giá trị đáp ứng nhu cầu khách hàng mà còn cần phải vượt hơn hẳn những điều mà khách hàng mong muốn, như vậy sẽ làm cho ngân hàng nổi bật hơn so với những đối thủ khác. Vì vậy, tính tạo ra giá trị là đặc trưng căn bản và là tiền đề cho sự hình thành và phát triển của chất lượng dịch vụ NHTT tại các NHTM.

Ngoài các đặc điểm chung của chất lượng dịch vụ, chất lượng dịch vụ NHTT có đặc điểm nổi bật là phụ thuộc rất nhiều vào trải nghiệm của khách hàng, an toàn bảo mật và tính linh hoạt trong việc cung cấp nhiều dịch vụ tài chính trực tuyến.

1.2.3. Các tiêu chí đo lường chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến

Nghiên cứu này sử dụng mô hình E-SERVQUAL của Parasuraman & cộng sự (2005) để đánh giá chất lượng dịch vụ NHTT tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng. Mô hình E-SERVQUAL được phát triển từ mô hình SERVQUAL (Parasuraman & cộng sự, 1988) đã đặt nền móng cho việc đánh giá chất lượng dịch vụ trực tuyến (Nguyễn Danh Nam & Uông Thị Ngọc Lan, 2024). Mô hình E-SERVQUAL được coi là mô hình đáng tin cậy và hiệu quả. Nội dung đo lường các tiêu chí cụ thể (thang đo) được thể hiện tại Phụ lục 01.

- Sự trải nghiệm: liên quan đến sự thuận tiện trong quá trình thực hiện các giao dịch, đơn giản, dễ dàng xử lý các thông tin và khả năng truy cập nhanh chóng của NHTT.
- Sự đáp ứng: liên quan đến thực hiện lời hứa về cung cấp dịch vụ và tính sẵn có của dịch vụ NHTT.
- Sự sẵn sàng của hệ thống: liên quan đến chức năng kỹ thuật chính xác của hệ thống NHTT.
- Sự bảo mật: liên quan đến khả năng bảo toàn các thông tin cá nhân, thông tin tài chính của khách hàng trong các giao dịch NHTT.
- Sự phản ứng: liên quan đến sự sẵn sàng phản hồi, giải quyết các vướng mắc của khách hàng trong quá trình giao dịch NHTT.
- Sự bồi thường: là mức độ mà nhà cung cấp dịch vụ NHTT bồi thường cho khách hàng về bất kỳ vấn đề nào có thể xảy ra trong quá trình giao dịch.
- Sự liên hệ: liên quan đến việc hỗ trợ qua điện thoại hoặc dịch vụ khách hàng trực tuyến.

1.3. Kinh nghiệm nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại một số ngân hàng thương mại và bài học rút ra cho Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

1.3.1. Kinh nghiệm của Ngân hàng Standard Chartered (Singapore)

Standard Chartered Việt Nam là một ngân hàng có 100% vốn nước ngoài, có lịch sử hoạt động ở Việt Nam từ năm 1994. Giao diện của trang web giao dịch là một trong những yếu tố rất quan trọng để đánh giá chất lượng dịch vụ NHTT của ngân hàng. Do đó, mỗi ngân hàng đều nỗ lực xây dựng giao diện riêng biệt và thể hiện đầy đủ nhất các tiện ích ngay khi khách hàng vào trang web giao dịch. Tuy nhiên, sau khi tiếp thu ý kiến của khách hàng, ngân hàng Standard Chartered đã có định hướng xây dựng giao diện hoàn toàn khác biệt, họ nhận ra rằng không nhất thiết mỗi khi khách hàng đăng nhập là phải cho khách hàng thấy càng nhiều tiện ích, quảng cáo trên trang web càng tốt vì sẽ khiến khách hàng rối mắt, khó tập trung. Cụ thể, sau khi đăng nhập vào trang dịch vụ NHTT của Standard Chartered, màn hình chỉ xuất hiện câu chào mừng rất ngắn gọn rồi sau đó chuyển qua màn hình gồm ba nhóm tiện ích với nội dung cơ bản là “Tài khoản”, “Thẻ” và “Quảng cáo điện tử”. Tiếp theo là tùy vào nhóm tiện ích mà khách hàng quan tâm thì khách hàng sẽ truy cập vào nhóm tiện ích đó.

Về công nghệ, Standard Chartered cũng đã có bước thay đổi rất lớn khi năm 2010, ngân hàng đã lựa chọn công nghệ Akamai cho dịch vụ NHTT. Công nghệ Akamai giúp ngân hàng cung cấp các ứng dụng cho dịch vụ NHTT với chất lượng tốt hơn, nhanh hơn, an toàn và hiệu quả hơn trên toàn thế giới và còn mở ra nhiều cơ hội cho ngân hàng tăng trưởng dịch vụ tại các thị trường mới. So với trước, Akamai giúp Standard Chartered cải thiện tốc độ giao dịch lên 500%, tăng độ bảo mật cho dịch vụ lên gấp đôi, cải thiện lên đến 25% hiệu suất trực tuyến khi khách hàng doanh nghiệp ở châu Á sử dụng dịch vụ và cho phép ngân hàng lưu trữ thông tin với sự hỗ trợ của hệ thống hơn 65.000 máy chủ ở 70 quốc gia trên toàn cầu của Akamai.

Chính những chính sách hợp lý trên mà Standard Chartered luôn được người sử dụng tin cậy và được bình chọn là một trong các ngân hàng Singapore có chất lượng cung cấp dịch vụ NHTT tốt nhất từ năm 2010 cho đến nay.

1.3.2. Kinh nghiệm của Ngân hàng Wells Fargo (Mỹ)

Hiện nay, ngân hàng có khoảng hơn 21 triệu khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến. Để đạt được thành công trên, ngân hàng đã rất nỗ lực tìm những giải pháp đúng đắn để thu hút khách hàng trong đó có giải pháp gọi là “Nhân bản web”.

Wells Fargo đã cung cấp cho các khách hàng giao dịch trực tuyến hơn 80 ứng dụng. Điểm nổi bật khi triển khai dịch vụ là ngân hàng có chiến lược phát triển các tiện ích, phân khúc khách hàng mới trên cơ sở sẽ dần dần tìm hiểu về mong muốn và kinh nghiệm sử dụng từ phía khách hàng kết hợp với những kinh nghiệm, phương pháp định lượng sẵn có từ trước. Từ đó sẽ cải thiện dịch vụ để đảm bảo người dùng được lợi ích tối đa khi sử dụng và xem trang web như đối tác đáng tin cậy cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ.

Một điểm mạnh khác là các đội nhóm làm việc trong dịch vụ NHTT của Wells Fargo có sự gắn kết, chia sẻ thông tin với nhau về nhu cầu, mong muốn và những kinh nghiệm sử dụng của khách hàng mà các đội nhóm này có được. Bên cạnh đó, Wells Fargo luôn chú trọng xây dựng mối quan hệ giữa nhân viên ngân hàng và khách hàng đặc biệt là các khách hàng có nhiều mối quan hệ rộng rãi như các giám đốc tài chính, giám đốc nhân sự của công ty. Nhờ đó, Wells Fargo đã chọn lọc được các thông tin có giá trị phục vụ cho chiến lược hoàn thiện, thiết kế các tiện ích và cũng để mở rộng tìm kiếm thêm nhiều khách hàng.

Ngoài ra, để tăng tính nhân bản cho dịch vụ, Wells Fargo đã phát triển thành công chương trình mà trong đó người dùng sau khi truy cập vào website có thể giao dịch trực tuyến với nhân viên ngân hàng. Nhờ những điểm nổi bật trong công tác triển khai dịch vụ trên mà Wells Fargo đã được tạp chí Global Finance bình chọn là ngân hàng có dịch vụ NHTT dành cho khách hàng tốt nhất nhiều năm liền và luôn nằm trong nhóm thị phần cao nhất tại Mỹ.

1.3.3. Kinh nghiệm của Ngân hàng TMCP Công thương Việt Nam (Vietinbank)

Vietinbank đã cung cấp cho khách hàng nhiều kênh thanh toán trực tuyến cho khách hàng trên nền tảng corebanking mới triển khai. Các kênh cung cấp cho khách hàng luôn hướng tới mục tiêu đa dạng hoá dịch vụ, cung cấp trải nghiệm tốt nhất đến cho khách hàng, cùng chính sách phí cạnh tranh từ đó dịch vụ NHTT luôn có được sự phát triển nhanh chóng và bứt phá, tốc độ tăng trưởng dịch vụ luôn ở mức cao.

Trong những năm gần đây, Vietinbank luôn đi đầu khi cho ra đời nhiều hình thức thanh toán trực tuyến mới như thanh toán dùng QR code, cung cấp dịch vụ mua sắm trực tuyến ngay trên ứng dụng ngân hàng thay vì các sàn thương mại điện tử như Lazada, Shopee, Amazon..., thanh toán học phí, thanh toán phí cầu đường, thanh toán viện phí, tiền điện, viễn thông, nộp thuế và rất nhiều hình thức thanh toán kết nối giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp và doanh nghiệp với từng cá nhân. Đến năm 2017, Vietinbank

đã triển khai thành công hệ thống ngân hàng lõi. Dựa trên nền tảng ngân hàng lõi này, Vietinbank đang tiếp tục triển khai nhiều dịch vụ NHTT vượt trội.

Bên cạnh thành công về mặt phát triển công nghệ, các tiện ích của sản phẩm năm 2020 được tăng lên, công tác quản lý chất lượng dịch vụ NHTT được nâng cao đáng kể. Hơn 12.000 yêu cầu liên quan đến thực hiện quy trình nghiệp vụ của ngân hàng và sử dụng dịch vụ NHTT dành cho khách hàng đã được xử lý nhanh chóng, hiệu quả đem lại sự hài lòng tối đa cho khách hàng, Đặc biệt, Vietinbank tổ chức hơn 20 chương trình đào tạo nghiệp vụ kỹ năng bán hàng về dịch vụ NHTT đến nhân viên nhằm nâng cao hiệu quả bán hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Năm 2023 vừa qua, với việc luôn chú trọng đầu tư, ứng dụng công nghệ mới nhằm cải tiến sản phẩm dịch vụ phục vụ khách hàng, đẩy mạnh phát triển hoạt động ngân hàng trực tuyến, đón đầu cuộc cách mạng công nghệ số. Trong đó, dịch vụ NHTT (Vietinbank iPay) đã đạt được sự tăng trưởng rất ấn tượng. Số lượng khách hàng sử dụng Vietinbank iPay năm 2023 đạt gần 7.4 triệu khách hàng tăng 24.2% so với năm 2022. Vietinbank cũng thường xuyên nâng cấp, hoàn thiện các phiên bản của Vietinbank iPay, cập nhật nhiều tính năng mới và nhiều điểm đột phá nhằm gia tăng tiện ích cho khách hàng, tăng tính an toàn, bảo mật và thuận tiện cho khách hàng giao dịch. Ngoài ra, Vietinbank cũng đã triển khai thành công hệ thống xếp hàng ứng dụng công nghệ sinh trắc học tại một số chi nhánh với khả năng nhận diện khách hàng chính xác dựa trên hình ảnh dấu vân tay, khuôn mặt, qua đó hạn chế tối đa rủi ro, tạo lợi thế cạnh tranh cho dịch vụ NHTT của Vietinbank.

1.3.4. Bài học rút ra cho Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

Trên cơ sở phân tích kinh nghiệm của Ngân hàng Standard Chartered, Wells Fargo và Vietinbank (được trình bày chi tiết tại Phụ lục 03) thì có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm đối với VPBank trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT:

Một là, không ngừng áp dụng công nghệ mới đi đôi với đảm bảo tính chất đặc trưng cho dịch vụ NHTT. VPBank phải tuyển chọn và đào tạo đội ngũ nhân lực nhằm nâng cao trình độ và cải thiện trang thiết bị, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ các dịch vụ NHTT. Đồng thời, VPBank thường xuyên cập nhật thông tin về tình hình kinh tế, cụ thể là cập nhật kiến thức về dịch vụ NHTT trên thị trường tài chính để cải thiện và nâng cấp dịch vụ nhằm cải thiện chất lượng dịch vụ NHTT ngày càng cao hơn nữa.

Hai là, chú ý về tính an toàn và đa dạng các tiện ích trong dịch vụ NHTT. Nếu trang web dịch vụ có tính bảo mật khách hàng cao khỏi các tác động của tấn công mạng, virus,... và vận hành tốt chắc chắn khách hàng sẽ an tâm khi sử dụng, uy tín của VPBank theo thời gian sẽ tăng. Việc đa dạng hoá sản phẩm tiện ích, phát triển thêm sản phẩm tích hợp, sản phẩm chéo cũng sẽ thúc đẩy VPBank hướng đến đáp ứng tốt nhất nhu cầu dịch vụ cho mọi đối tượng khách hàng.

Ba là, VPBank cần thay đổi cách thức tiếp cận khách hàng và xây dựng mối quan hệ với mỗi khách hàng sử dụng dịch vụ. Cần khai thác tối đa ưu thế sẵn có về thấu hiểu khách hàng, khai thác nguồn dữ liệu khách hàng sẵn có và sáng tạo thêm nhiều kênh, nhiều cách thức hơn nữa để dịch vụ NHTT không những là dịch vụ dành cho khách hàng mà còn là cầu nối giữa VPBank và khách hàng. Qua đó xây dựng mối quan hệ khách hàng hiện hữu và phát triển quan hệ khách hàng trong tương lai và sẵn sàng tiếp nhận những ý kiến đóng góp từ phía khách hàng nhằm cải thiện, nâng cấp chất lượng dịch vụ.

Bốn là, xây dựng chiến lược marketing cụ thể, rõ ràng nhằm quảng bá dịch vụ NHTT và thương hiệu của VPBank. Đối tượng tiếp cận các dịch vụ NHTT thường là giới trẻ có kiến thức, am hiểu về khoa học công nghệ, thích trải nghiệm các dịch vụ mới. Vì vậy, VPBank cần quảng bá các dịch vụ, tiện ích cho nhóm khách hàng trẻ này. Tuy nhiên, đồng thời cũng cần mở rộng thêm phân khúc khách hàng đến độ tuổi trung niên để mở rộng thị phần và gia tăng lợi nhuận từ việc triển khai dịch vụ.

Năm là, giao diện trang web của ngân hàng phải có tính tương tác cao và gần gũi với người sử dụng. Không phải người nào khi sử dụng dịch vụ sẽ nắm bắt hết được cách thức sử dụng và các chức năng của dịch vụ, ví dụ người chưa từng sử dụng chắc chắn rằng sẽ có những ngỡ ngàng khi tiến hành các công việc như người đã sử dụng dịch vụ. Vì vậy, trách nhiệm của VPBank là cần xây dựng giao diện, sử dụng các ký hiệu, con số, hình ảnh làm sao cho giao diện thật đơn giản và dễ sử dụng cùng với việc hỗ trợ nhiệt tình từ phía nhân viên. Điều đó sẽ mang tới cho VPBank những thành quả to lớn trong phát triển dịch vụ NHTT tương tự các ngân hàng trên thế giới.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG

2.1. Khái quát chung về Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển

Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) được thành lập theo Giấy phép hoạt động số 0042/NH-GP của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cấp ngày 12/8/1993. VPBank chính thức hoạt động từ ngày 04/09/1993 theo Giấy phép thành lập số 1535/QĐ-UB ngày 04/09/1993. Vốn điều lệ ban đầu là 20 tỷ VND.

Năm 2005: VPBank công bố việc thay đổi logo và hệ thống nhận diện thương hiệu với hai màu sắc chủ đạo là xanh đậm và đỏ tươi.

Tháng 03/2006: VPBank chính thức lựa chọn cổ đông chiến lược là một định chế tài chính nước ngoài – Ngân hàng OCBC của Singapore.

Tháng 8/2006 vốn điều lệ của VPBank đạt 500 tỷ đồng.

Tháng 7/2007 vốn điều lệ của VPBank đạt 1,500 tỷ đồng.

Năm 2010: VPBank được NHNN chấp thuận đổi tên sang Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng, sử dụng logo và hệ thống nhận diện thương hiệu mới.

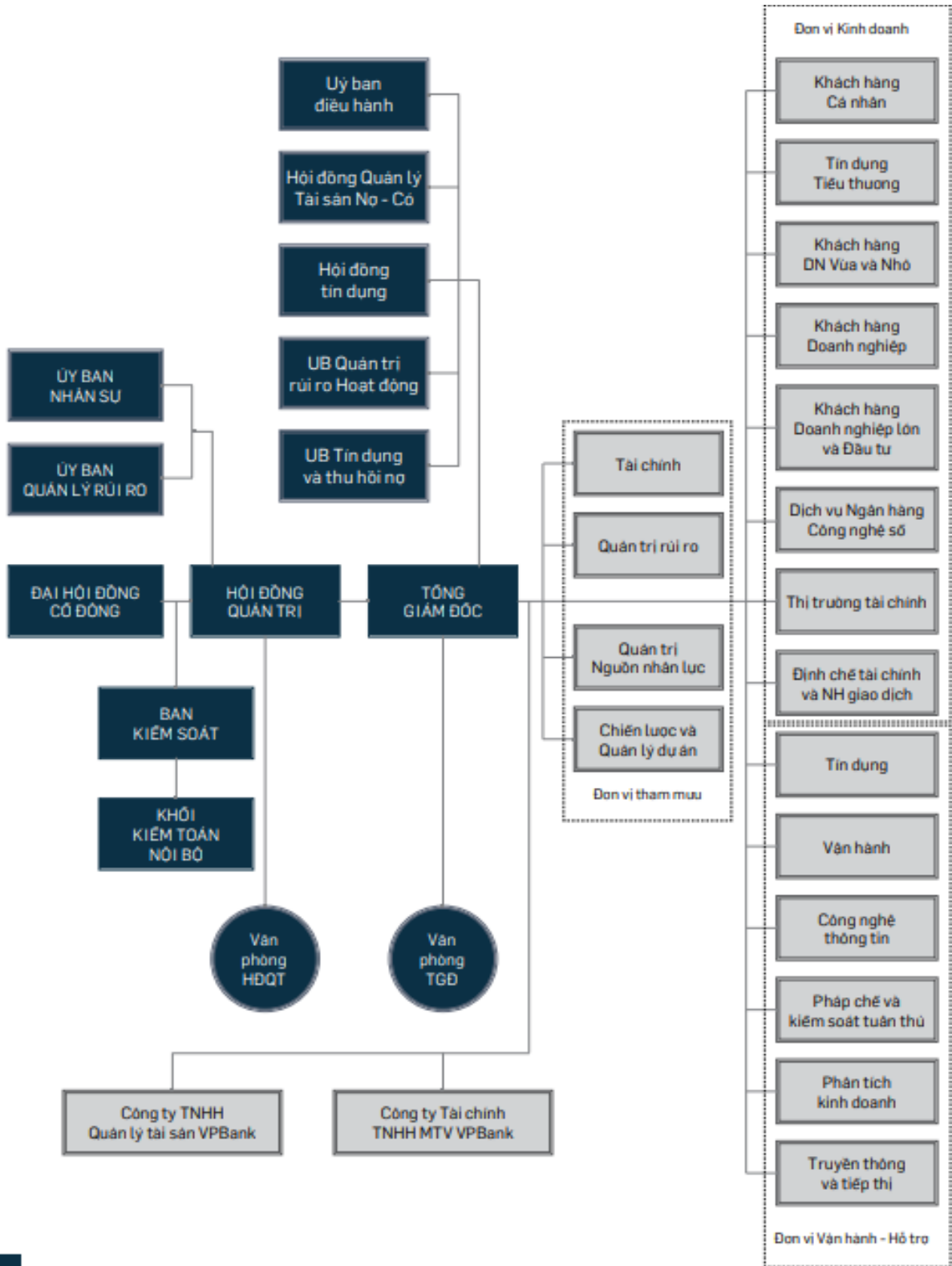
Sau hơn 30 năm hoạt động, VPBank đã phát triển mạng lưới lên 187 phòng giao dịch và 76 chi nhánh với đội ngũ 13.599 cán bộ nhân viên. Tính đến hết năm 2023, vốn điều lệ của VPBank đã tăng lên mức 79.339 tỷ đồng, vượt xa nhóm 04 NHTM nhà nước và các Ngân hàng TMCP khác, vươn lên vị trí dẫn đầu hệ thống ngân hàng Việt Nam về quy mô vốn điều lệ.

Là thành viên của nhóm 12 ngân hàng hàng đầu Việt Nam (G12), VPBank đang từng bước khẳng định uy tín của một ngân hàng năng động, có năng lực tài chính ổn định và có trách nhiệm với cộng đồng.

Với những nỗ lực không ngừng, thương hiệu của VPBank đã trở nên ngày càng vững mạnh và được khẳng định qua nhiều giải thưởng uy tín như: năm 2005 được Thống đốc Ngân hàng Nhà nước trao tặng bằng khen, năm 2006 được Ngân hàng Nhà nước xếp loại A, năm 2007 giành chứng nhận kỷ lục Guinness Việt Nam- là ngân hàng đầu tiên phát hành thẻ chip tại Việt Nam, nhiều năm liên tục giành Chứng nhận Ngân hàng thanh toán xuất sắc do các tổ chức uy tín nước ngoài trao tặng

2.1.2. Cơ cấu tổ chức

Sơ đồ 2.1 trình bày cơ cấu tổ chức của VPBank như sau:



Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức của VPBank

Nguồn: Khối quản trị nguồn nhân lực VPBank

Bộ máy quản lý, tổ chức hoạt động của VPBank bao gồm: Ban Tổng giám đốc, các khối, dưới các Khối là các phòng ban nghiệp vụ và kết nối các chi nhánh ở các tỉnh, thành phố trên toàn quốc.

2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2021-2023

Một số chỉ tiêu phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh của VPBank trong giai đoạn 2021-2023 như sau:

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của VPBank giai đoạn 2021-2023

Đơn vị tính: tỷ đồng

Năm	2021	2022	2023	Tốc độ tăng trưởng			
				2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Tổng tài sản	547.626	631.012	780.212	83.386	15,2	149.200	23,6
Vốn huy động	397.252	343.268	470.581	(53.984)	(13,6)	127.313	37,1
Dư nợ tín dụng	384.030	400.035	527.223	16.005	4,2	127.188	31,8
LNTT	14.364	21.220	26.390	6.856	47,7	5.170	24,4

Nguồn: Báo cáo thường niên VPBank giai đoạn 2021-2023

Qua Bảng 2.1 cho thấy, mặc dù với tình hình ngành ngân hàng trong nước bị tác động nặng nề của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu và ảnh hưởng của dịch bệnh COVID-19. Tuy nhiên, VPBank cũng đã cố gắng không ngừng và gặt hái nhiều kết quả kinh doanh khả quan qua từng năm. Cụ thể:

- Về tổng tài sản: tính đến cuối năm 2023, tổng tài sản của VPBank đã tăng lên 780.212 tỷ đồng, tăng 23,6% so với năm 2022. Kết quả này nhờ sự tăng trưởng trong hoạt động cho vay do có dòng tiền gửi dồi dào.

- Về vốn huy động: tính đến cuối năm 2023, tổng vốn huy động của VPBank đạt 470.581 tỷ đồng, tăng 37,1% so với năm 2022 tương đương 127.313 tỷ đồng. Để đạt được kết quả này, VPBank đã tuân thủ nghiêm ngặt các quy định của NHNN để chủ động theo sát và bắt kịp thị trường tiền tệ. Đồng thời, VPBank đã chuyển hướng huy động từ loại tiền gửi truyền thống sang huy động phát hành giấy tờ có giá trị.

- Về dư nợ tín dụng: dư nợ cấp tín dụng của VPBank tiếp tục tăng trưởng đạt 527.223 tỷ đồng năm 2023 và tăng 31,8% so với năm 2022, tương ứng 127.188 tỷ đồng. Mức tăng trưởng này cao hơn mức tăng trưởng trung bình của ngành và có sự dịch chuyển đáng kể

theo phân khúc khách hàng. Các phân khúc khách hàng đã có những sự tăng trưởng ấn tượng, góp phần tăng tỷ trọng đáng kể trong cơ cấu dư nợ tín dụng của VPBank.

- Về lợi nhuận trước thuế: LNTT của VPBank có sự tăng trưởng trong giai đoạn 2021-2023. Năm 2021, LNTT đạt 14.364 tỷ đồng, năm 2022 đạt 21.220 tỷ đồng và năm 2023 đạt cao nhất 26.390 tỷ đồng.

2.2. Thực trạng hoạt động dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

2.2.1. Các dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

Trong quá trình phát triển, VPBank không ngừng nâng cao chất lượng các dịch vụ hiện có và các dịch vụ mới để đáp ứng toàn diện hơn nhu cầu khách hàng. Vì vậy, dịch vụ NHTT (Internet banking - I2B) của VPBank đã chính thức triển khai trên toàn hệ thống vào ngày 07/12/2009. Hiện nay, dịch vụ NHTT của VPBank đã ngày càng phát triển thêm với đa dạng tiện ích và thuận tiện cho khách hàng (khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp), bao gồm các dịch vụ và tiện ích sau:

Bảng 2.2: Các sản phẩm dịch vụ NHTT tại VPBank

STT	Nhóm dịch vụ	Loại dịch vụ
1	Nhóm dịch vụ cung cấp thông tin	Dịch vụ đầu tư (tư vấn đầu tư)
2	Nhóm dịch vụ trao đổi thông tin	Vấn tin số dư; cập nhật lãi suất; cập nhật tỷ giá hối đoái; khách hàng phản hồi; cài đặt sinh trắc học; tìm kiếm ATM.
3	Nhóm dịch vụ giao dịch	Dịch vụ thanh toán (hoá đơn, điện thoại di động, nạp tiền chứng khoán, mã game, vé máy bay, giao thông, vietlot); Dịch vụ tài khoản (mở tài khoản); Dịch vụ chuyển tiền (nội bộ, liên ngân hàng, quốc tế, chia tiền, VNPost); Dịch vụ trực tuyến (đặt vé máy bay, đặt phòng khách sạn, đặt vé xe khách, đặt vé vui chơi, sân golf, đặt vé sự kiện); Dịch vụ thẻ (trả góp, hoàn tiền); Dịch vụ gửi tiết kiệm online; Dịch vụ vay vốn online; Dịch vụ nộp thuế điện tử; Dịch vụ thanh toán lương

Nguồn: Phòng Phân tích kinh doanh VPBank

2.2.2. Thực trạng quy mô và cơ cấu khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

Trong giai đoạn 2021-2023, quy mô và số lượng người sử dụng dịch vụ NHTT ở VPBank có sự gia tăng đáng kể, cho thấy VPBank đang có những bước đi mạnh mẽ trong công cuộc chuyển đổi số.

Bảng 2.3: Quy mô và sự gia tăng quy mô khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT tại VPBank giai đoạn 2021-2023

Đơn vị tính: triệu khách hàng

TT	Chỉ tiêu	2021	2022	2023	Tốc độ tăng trưởng			
					2022/2021		2023/2022	
					+/-	%	+/-	%
1	Tổng khách hàng của VPBank	19	24	30	5	26,3	6	25
2	Tổng khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT	5,0	6,2	8,8	1,2	24	2,6	41,9
2.1	Khách hàng cá nhân	4,37	5,55	7,83	1,18	27,0	2,28	41,1
2.2	Khách hàng doanh nghiệp	0,63	0,65	0,97	0,2	3,1	0,32	49,2
3	Tỷ trọng khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT/Tổng khách hàng của VPBank (%)	26,3	25,8	29,3	(0,5)	-	3,5	-

Nguồn: Báo cáo thường niên VPBank giai đoạn 2021-2023

Qua Bảng 2.3 có thể thấy, tổng khách hàng của VPBank tăng trưởng liên tục, năm 2021 đạt 19 triệu khách hàng, năm 2022 tăng lên 24 triệu khách hàng và năm 2023 tiếp tục tăng đạt 30 triệu khách hàng, tương ứng với tỷ lệ tăng trưởng trung bình 25,7% mỗi năm của giai đoạn 2021-2023. Sự tăng trưởng trên phần lớn đến từ sự tăng trưởng của khách hàng cá nhân. Tổng khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT của VPBank tăng trưởng nhanh, năm 2021 đạt 5 triệu khách hàng; năm 2022 đạt 6,2 triệu khách hàng; năm 2023 tiếp tục tăng lên 8,8 triệu khách hàng, tương ứng với mức tăng trưởng trung bình 33% mỗi năm.

KHCN sử dụng dịch vụ NHTT của VPBank tăng trưởng ấn tượng, năm 2023 đạt 8,8 triệu khách hàng, so với năm 2021 tăng gấp 2 lần. Sự tăng trưởng này phần lớn đến từ việc VPBank chú trọng đầu tư phát triển mảng dịch vụ NHTT cho đối tượng khách cá nhân. Bên cạnh đó, số lượng khách là doanh nghiệp sử dụng dịch vụ NHTT của VPBank tăng trưởng mạnh mẽ, năm 2023 đạt 0,97 triệu khách hàng, so với năm trước tăng trưởng 49,2%. Kết quả có được do VPBank tăng cường đầu tư phát triển nhóm dịch vụ NHTT dành cho đối tượng khách là doanh nghiệp. Sự tăng trưởng của NHTT sẽ hỗ trợ VPBank tiếp cận và chăm sóc khách hàng đạt được mục tiêu, góp phần gia tăng ưu thế cạnh tranh trên thị trường.

Tỷ trọng khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT của VPBank tăng trưởng ấn tượng, năm 2023 đạt 29,3% so với năm trước tăng trưởng 3,5%. Sự tăng trưởng mạnh mẽ đến từ sự

tăng trưởng của KHCN và KHDN, tuy vậy vẫn đang chiếm tỷ trọng tương đối khiêm tốn trong tổng lượng khách hàng của VPBank.

Bảng 2.4: Cơ cấu khách hàng theo nhóm dịch vụ NHTT tại VPBank giai đoạn 2021-2023

Đơn vị tính: triệu khách hàng

TT	Chỉ tiêu	2021	2022	2023	Tốc độ tăng trưởng			
					2022/2021		2023/2022	
					+/-	%	+/-	%
1	Nhóm dịch vụ cung cấp thông tin	0,12	0,14	0,15	0,02	16,7	0,01	7,1
2	Nhóm dịch vụ trao đổi thông tin	0,67	0,75	0,88	0,08	11,9	0,13	17,3
3	Nhóm dịch vụ giao dịch	4,21	5,31	7,77	1,1	26,1	2,46	46,3
4	Tổng số	5,0	6,2	8,8	1,2	24	2,6	41,9

Nguồn: Báo cáo thường niên VPBank giai đoạn 2021-2023

Qua Bảng 2.4 có thể thấy, cơ cấu khách hàng đã có sự thay đổi đáng kể trong giai đoạn 2021-2023. Nhóm dịch vụ giao dịch là sản phẩm được khách hàng lựa chọn nhiều hơn và cao nhất tại VPBank. Năm 2021, nhóm dịch vụ giao dịch có 4,21 triệu khách hàng; năm 2022 đạt 5,31 triệu khách hàng và năm 2023 đã tăng đạt 7,77 triệu khách hàng. Kết quả trên có được nhờ những nỗ lực cải thiện liên tục và hệ thống thường xuyên được cập nhật nhằm tối ưu hoá tiện ích cũng như giảm bớt thời gian giao dịch, khách hàng đã tin tưởng sử dụng dịch vụ Internet banking của VPBank.

2.2.3. Kết quả kinh doanh từ dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

Thời gian vừa qua, các NHTM cạnh tranh gay gắt trong phân khúc NHTT. Tuy nhiên với sự quyết tâm của Ban lãnh đạo cùng CBNV, doanh số từ dịch vụ NHTT ở VPBank giai đoạn 2021-2023 đã có sự tăng trưởng.

Bảng 2.5: Doanh thu từ dịch vụ NHTT tại VPBank giai đoạn 2021-2023

Đơn vị tính: tỷ đồng

TT	Chỉ tiêu	2021	2022	2023	Tốc độ tăng trưởng			
					2022/2021		2023/2022	
					+/-	%	+/-	%
1	Doanh thu từ dịch vụ NHTT	2.313	2.783	2.960	470	20,3	177	6,4

1.1	Nhóm dịch vụ cung cấp thông tin	50,7	52,2	53,5	1,5	3,0	1,3	2,5
1.2	Nhóm dịch vụ trao đổi thông tin	113,6	116,7	117,2	3,1	2,7	0,5	0,4
1.3	Nhóm dịch vụ giao dịch	2.148,7	2.614,1	2.789,3	465,4	21,7	175,2	6,7
2	Doanh thu từ hoạt động dịch vụ	9.821	10.456	10.838	635	6,5	382	3,7
3	Tổng doanh thu của VPBank	44.000	57.707	49.743	13.707	31,2	(7.964)	(13,8)
4	Tỷ trọng doanh thu từ dịch vụ NHTT/ tổng doanh thu của VPBank (%)	5,3	4,8	6,0	(0,5)	-	1,2	-

Nguồn: Báo cáo thường niên VPBank giai đoạn 2021-2023

Qua Bảng 2.5 có thể thấy, doanh thu từ dịch vụ NHTT có sự tăng trưởng đều đặn trong giai đoạn 2021-2023. Năm 2021 đạt 2.313 tỷ đồng, năm 2022 tăng lên 2.783 tỷ đồng và năm 2023 đạt 2.960 tỷ đồng, tương ứng tăng 6,4% so với năm 2022. Xét cơ cấu doanh thu từ dịch vụ NHTT có thể thấy, nhóm dịch vụ giao dịch có doanh thu chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu doanh thu từ dịch vụ NHTT với tỷ lệ trên 90% lý do bởi các nhóm dịch vụ trao đổi thông tin và nhóm dịch vụ cung cấp thông tin phần lớn đã được miễn giảm các loại phí, do đó khách hàng chỉ cần chấp nhận chi trả một số khoản không đáng kể. Nhìn chung, doanh thu của 3 nhóm dịch vụ NHTT ở VPBank có xu hướng tăng trong giai đoạn 2021-2023.

Nhìn chung, doanh thu từ dịch vụ NHTT có sự tăng trưởng tuy nhiên tỷ trọng giữa tổng doanh thu và cơ cấu doanh thu từ hoạt động dịch vụ của VPBank vẫn thấp, không đồng đều và có chiều hướng giảm. Cụ thể, năm 2021, so sánh với tổng doanh thu của VPBank, tỷ trọng doanh thu từ dịch vụ NHTT mới đạt 5,3% sau đó giảm về mức 4,8% cuối năm 2022 và tăng trưởng lại đạt 6% năm 2023. Sự khác biệt rõ rệt trong cơ cấu doanh thu của VPBank chứng tỏ rằng, VPBank vẫn tập trung chủ yếu vào hoạt động dịch vụ thuần túy, chú trọng nhiều vào hoạt động tín dụng, không có những giải pháp hữu hiệu để thúc đẩy sự tăng trưởng hoạt động NHTT của ngân hàng.

Ngoài ra, lợi nhuận từ dịch vụ NHTT của VPBank cũng có sự tăng lên đáng kể, cụ thể như sau:

Bảng 2.6: Lợi nhuận và tỷ trọng lợi nhuận từ dịch vụ NHTT tại VPBank giai đoạn 2021-2023

Đơn vị tính: tỷ đồng

TT	Chỉ tiêu	2021	2022	2023	Tốc độ tăng trưởng			
					2022/2021		2023/2022	
					+/-	%	+/-	%
1	Lợi nhuận từ hoạt động dịch vụ	6.056	7.031	7.103	975	16,1	72	1,0
2	Lợi nhuận từ dịch vụ NHTT	1.619	1.903	2.147	284	17,5	244	12,8
3	Tỷ trọng lợi nhuận từ dịch vụ NHTT/Lợi nhuận từ hoạt động dịch vụ (%)	26,7	27,1	30,2	0,4	-	3,1	-

Nguồn: Báo cáo thường niên VPBank giai đoạn 2021-2023

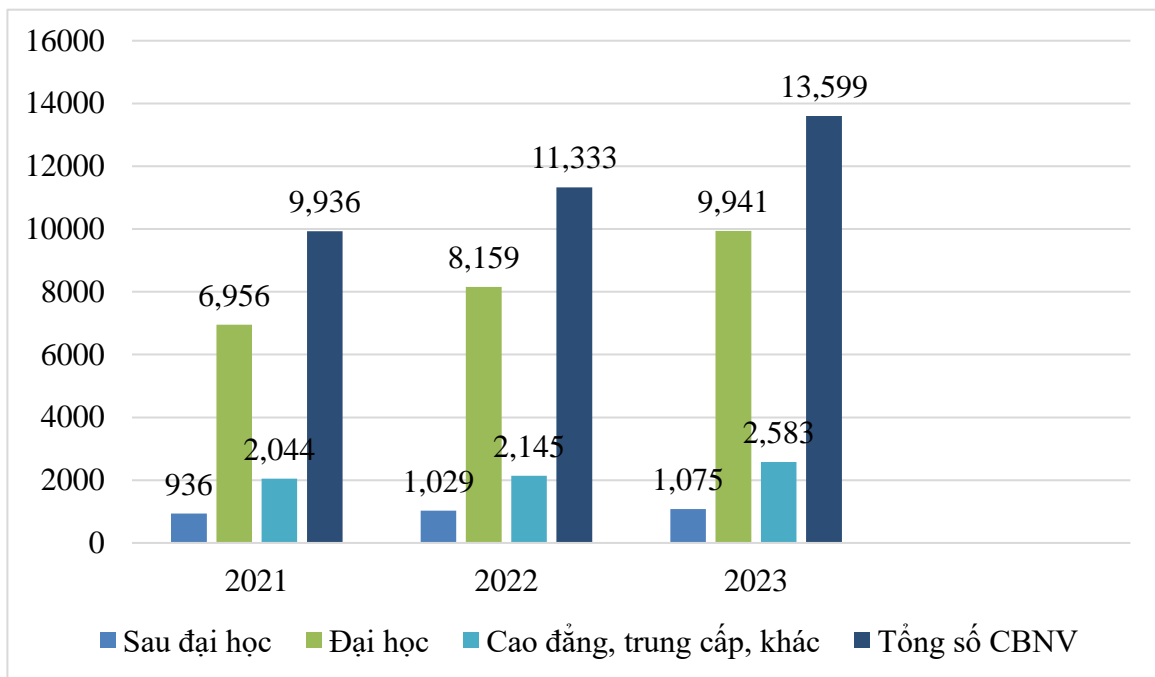
Qua Bảng 2.6 có thể thấy, giai đoạn 2021-2023, VPBank có mức tăng trưởng lợi nhuận từ dịch vụ NHTT ổn định. Năm 2021, lợi nhuận từ dịch vụ NHTT đạt 1.619 tỷ đồng, năm 2022 đạt 1.903 tỷ đồng tăng trưởng 284 tỷ đồng tương đương 17,5% so với năm 2021. Năm 2022, lợi nhuận từ dịch vụ NHTT là 2.147 tỷ đồng tăng 244 tỷ đồng tương ứng 12,8% so với năm 2022. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT của VPBank tăng nhanh dẫn đến lợi nhuận từ dịch vụ NHTT cũng tăng lên. Đồng thời, VPBank đã chú trọng nghiên cứu, đưa ra thị trường các sản phẩm, dịch vụ NHTT mới thoả mãn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, đem tới nhiều sự lựa chọn cho khách hàng.

2.2.4. Thực trạng các điều kiện để triển khai dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

2.2.4.1. Nguồn nhân lực

VPBank là một trong những ngân hàng có lợi thế về tính đoàn kết thống nhất trong nội bộ ngân hàng. Đội ngũ nhân lực điều hành cao cấp, Hội đồng Quản trị cùng Ban Tổng Giám đốc điều hành là những cán bộ có thâm niên nhiều năm trong công tác quản lý tài chính ngân hàng. Cán bộ nhân viên cấp dưới đa phần ở lứa tuổi trẻ, có năng lực, có trình độ nghiệp vụ tốt, nhiệt huyết với sự nghiệp phát triển của VPBank. Với sức trẻ, sự năng động, nhạy bén và nhiệt huyết là những yếu tố vô cùng thuận lợi đảm bảo việc duy trì và phát triển đội ngũ nhân lực của VPBank trong dài hạn. Bảng 2.7 thể hiện tình hình nguồn nhân lực tại VPBank giai đoạn 2021-2023 như sau:

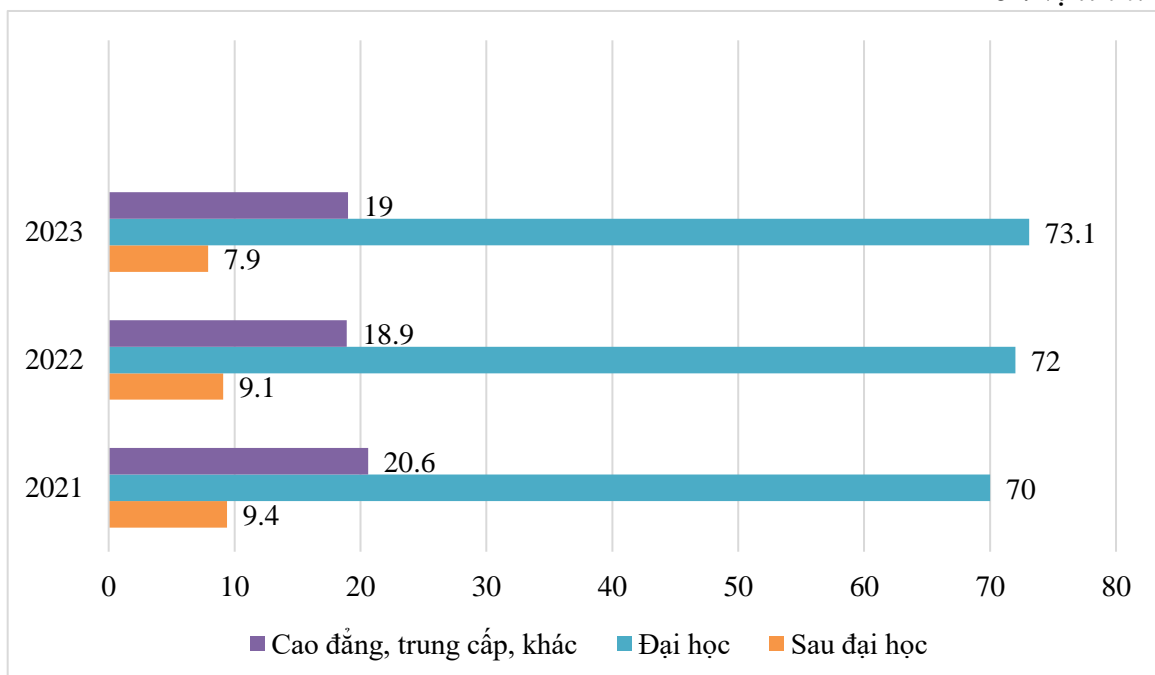
Đơn vị tính: người



Biểu đồ 2.1: Tình hình nguồn nhân lực tại VPBank giai đoạn 2021-2023

Nguồn: Khối quản trị nguồn nhân lực VPBank

Đơn vị tính: %



Biểu đồ 2.2: Tỷ trọng trình độ nhân lực tại VPBank giai đoạn 2021-2023

Nguồn: Khối quản trị nguồn nhân lực VPBank

Qua Biểu đồ 2.1 cho thấy, tính đến cuối năm 2023, số lượng cán bộ nhân viên của VPBank là 13.599. Số lượng nhân viên có trình độ đại học và sau đại học đều tăng qua các năm. Qua Biểu đồ 2.2 cho thấy, cán bộ nhân viên có trình độ đại học chiếm từ 70 đến 73,1%; sau đại học chiếm khoảng 7,9 - 9,4% và số nhân lực có trình độ cao đẳng, trung cấp, khác dao động từ 18,9 - 20,6%. Như vậy, đây là nguồn lực quan trọng giúp cho VPBank nâng cao năng lực cạnh tranh, bảo đảm cung ứng dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ NHTT nói riêng đạt hiệu quả.

2.2.4.2. Cơ sở vật chất

Cơ sở vật chất cũng là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hoạt động của ngân hàng. Đặc biệt, với việc phát triển như vũ bão về công nghệ hiện nay các thiết bị tin học đã hỗ trợ VPBank có những thông tin và xử lý thông tin nhanh chóng, kịp thời, chính xác, trên cơ sở đó có lựa chọn sáng suốt, không bỏ lỡ thời cơ trong kinh doanh giúp cho việc xử lý khoản vay và thanh toán, phát hành thẻ tín dụng. .. trở nên thuận lợi nhanh chóng và chính xác. Nhóm yếu tố công nghệ thông tin bao gồm hạ tầng, mạng lưới các điểm giao dịch, máy móc, máy ATM, trang thiết bị,... Cơ sở vật chất hiện đại sẽ tạo cho khách hàng cảm giác an toàn về sự phát triển thịnh vượng của Ngân hàng. Tạo môi trường làm việc tốt cho các nhân viên cũng như tâm lý thoải mái cho khách hàng.

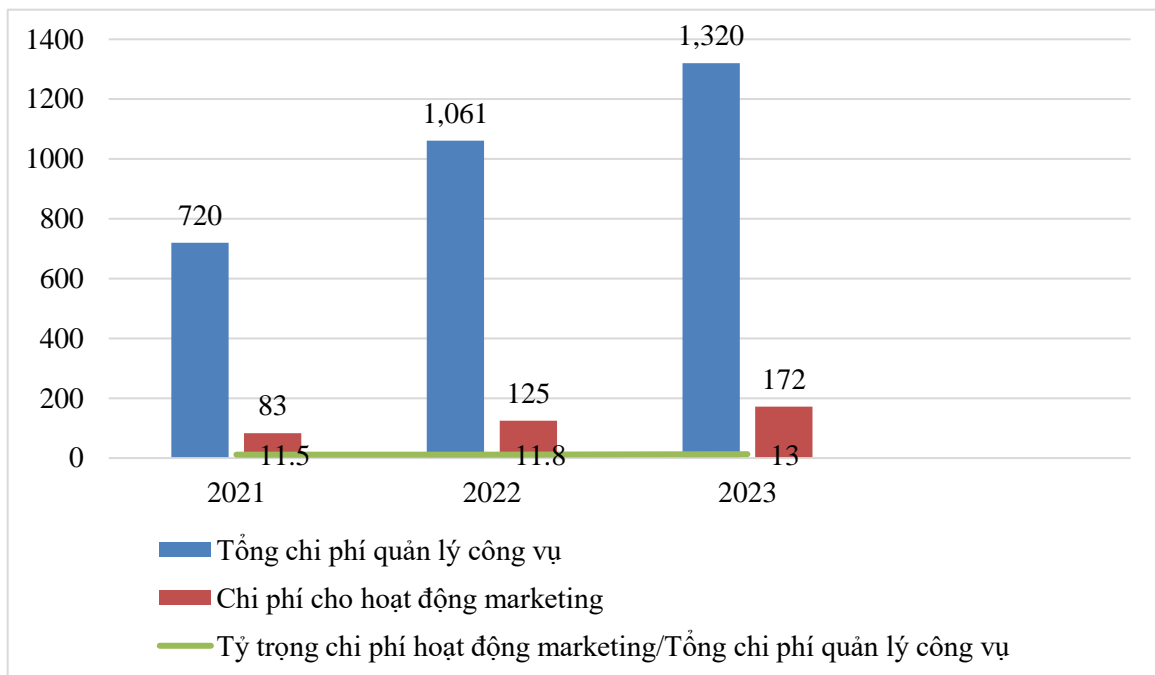
Hiện nay, VPBank có văn phòng, trụ sở phân bố đồng đều và rộng khắp ở cả 3 miền Bắc - Trung - Nam (chi tiết tại Phụ lục 04) đã tạo điều kiện thuận lợi cho các khách hàng của VPBank có thể sử dụng các sản phẩm, dịch vụ NHTT do VPBank cung cấp ở mọi nơi.

Tuy nhiên, việc thành lập phòng giao dịch do Chi nhánh quyết định đề xuất nên dẫn đến độ phủ không đồng đều, có nhiều phòng giao dịch rất gần nhau, không khai thác được lợi thế, khách hàng bị “bão hòa” không tăng giữa các phòng giao dịch và chi nhánh, ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh các dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ NHTT nói riêng của VPBank.

2.2.4.3. Công tác marketing

Công tác marketing dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ NHTT nói riêng luôn là mối quan tâm của các ngân hàng trong quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng, và VPBank cũng không nằm ngoài quy luật ấy. Ngân sách chi cho hoạt động marketing của VPBank tăng dần qua các năm thể hiện quan tâm và chú trọng của ngân hàng đối với công tác này.

Đơn vị tính: tỷ đồng, %



Biểu đồ 2.3: Chi phí cho công tác marketing của VPBank giai đoạn 2021-2023

Nguồn: Khối Tài chính VPBank

Hoạt động tuyên truyền, quảng cáo mà VPBank đã thực hiện trong giai đoạn 2021-2023 đã hỗ trợ cho hoạt động NHTT của các Chi nhánh. Công tác marketing của VPBank chủ yếu được thực hiện thông qua các kênh như truyền hình, đài, báo, thông qua hệ thống băng rôn, tờ rơi treo tại trụ sở các Chi nhánh, phòng giao dịch, các điểm lắp đặt ATM, POS, các khu dân cư, nơi có nhiều người dân nhằm đưa hình ảnh VPBank đến với nhiều tầng lớp dân cư. Ngoài ra, các sự kiện quan trọng của đất nước như 30/04, 01/05, 02/09... các ngày lễ Tết như 8/3, 20/10... cũng được sử dụng là thời điểm thích hợp để VPBank tăng cường hoạt động quảng bá hình ảnh, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ NHTT nói riêng. Bên cạnh đó, VPBank đã thực hiện dán quảng cáo trên các phương tiện giao thông công cộng như xe buýt, taxi tại các thành phố lớn, chẳng hạn Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh...

Các ngày sinh nhật của khách hàng, ngày tổ chức các lễ hội, hội thao văn hoá văn nghệ của Hà Nội,... cũng là thời điểm lựa chọn để thực hiện các hình thức marketing như tài trợ quảng cáo, treo băng rôn, gửi tờ rơi, tặng hoa, phiếu mua hàng, khuyến mại gửi tiền trực tuyến....

Bên cạnh hoạt động kinh doanh, trong quá trình hoạt động, VPBank cũng thực hiện các hoạt động từ thiện, an sinh xã hội với mong muốn đóng góp, hỗ trợ cho cộng đồng như tặng quà người nghèo nhân dịp lễ, đồng hành cùng chương trình cấp lá yêu thương, đóng

góp xây dựng các quỹ xã hội từ thiện của địa phương, tài trợ khắc phục hậu quả thiên tai, tài trợ hỗ trợ các cháu học sinh nghèo học giỏi, tài trợ xây dựng nhà tình nghĩa... Các hoạt động này đã góp phần đưa hình ảnh VPBank đến gần hơn với mọi tầng lớp nhân dân.

2.2.4.4. Công nghệ

Đối với VPBank, công nghệ thông tin cũng là một trong những trọng tâm của Ngân hàng trong chiến lược số hoá nhằm phục vụ ngày một tốt hơn nhu cầu của người dân, mang đến sự khác biệt về phong cách phục vụ, qua đó khẳng định thương hiệu của VPBank là một trong những ngân hàng tiên phong cập nhật công nghệ 4.0 tại Việt Nam.

Công nghệ thông tin luôn được VPBank quan tâm, không ngừng cung cấp các sản phẩm dịch vụ và tiện ích. Hiện nay, VPBank đang sử dụng phần mềm Core Banking T24 của Temenos (Thụy Sĩ). Đây là phần mềm ngân hàng đang được đánh giá cao nhất thế giới. Bên cạnh đó, VPBank đã triển khai phương thức xác thực bằng sinh trắc học trên ứng dụng ngân hàng trên Mobile, mang đến cho khách hàng nhiều tiện lợi trong giao dịch nhưng vẫn đảm bảo an toàn, bảo mật. Với việc ra mắt tính năng này, VPBank một lần nữa khẳng định chiến lược “lấy khách hàng làm trọng tâm”, số hóa toàn diện nhằm nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Ngoài ra, VPBank đã tiên phong trong việc sử dụng công nghệ Chữ ký số (CA) trong cung ứng dịch vụ NHTT, công nghệ hiện đại và bảo mật nhất hiện nay, đảm bảo các khách hàng sẽ an tâm về độ bảo mật khi thực hiện các giao dịch.

Đặc biệt, với ứng dụng ngân hàng trực tuyến VPBank NEO cho phép khách hàng đăng ký mở tài khoản trực tuyến bằng công nghệ định danh điện tử eKYC hoặc mở thẻ tín dụng ảo và nhận thẻ chỉ sau 30 phút để thanh toán online với mọi chức năng như thẻ vật lý.

2.3. Thực trạng chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

2.3.1. Cảm nhận của khách hàng về sự trải nghiệm

Với mục tiêu thấu hiểu và cung cấp được giải pháp dịch vụ hiệu quả đến từng khách hàng, VPBank tiếp tục khẳng định giá trị cốt lõi “khách hàng là trọng tâm” bằng việc áp dụng những công nghệ tiên phong trong sản phẩm NHTT mang đến trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng. Kiên trì với giá trị cốt lõi đó, dự án quản trị trải nghiệm khách hàng đã được VPBank triển khai từ năm 2020. Cho đến nay, VPBank đã triển khai hàng loạt sáng kiến cải thiện chất lượng trải nghiệm bằng việc áp dụng hàng loạt giải pháp công nghệ tiên tiến như AI, Machine Learning trên hệ thống nền tảng VPBank NEO, đồng thời đầu tư

manh vào việc cải thiện giao diện. Từ những nỗ lực nâng cao chất lượng trải nghiệm của khách hàng, VPBank đã giảm được 53% thời gian chờ giao dịch của khách hàng.

Để có những phân tích khách quan về sự trải nghiệm của dịch vụ NHTT của VPBank, đề án thực hiện khảo sát những khách hàng đã sử dụng các dịch vụ NHTT của VPBank. Kết quả cảm nhận của khách hàng đối với sự trải nghiệm của dịch vụ NHTT tại VPBank được thể hiện trong Bảng 2.7 như sau:

Bảng 2.7: Cảm nhận của khách hàng về sự trải nghiệm của dịch vụ NHTT tại VPBank

Đơn vị tính: người, %

Nội dung	Mức độ đánh giá										ĐTB
	1		2		3		4		5		
	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	
Tôi dễ dàng hoàn tất giao dịch thông qua dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank	40	11,0	41	11,2	84	23,0	101	27,7	99	27,1	3,49
Tôi dễ dàng tìm thấy thông tin mình cần trên ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank	41	11,2	40	11,0	95	26,0	100	27,4	89	24,4	3,43
Tôi nhận thấy các thông tin trên ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank rõ ràng và thao tác đơn giản	39	10,7	42	11,5	97	26,6	105	28,8	82	22,5	3,41
Tôi có thể truy cập ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank tại bất kỳ đâu	44	12,1	37	10,1	84	23,0	98	26,8	102	27,9	3,48

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát (2024)

Kết quả thống kê tại Bảng 2.7 cho thấy, đối với thang đo “sự trải nghiệm”, khách hàng cảm nhận và đánh giá cao nhất với nội dung “Tôi dễ dàng hoàn tất giao dịch thông qua dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank” với 54,8% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình đạt 3,49/5 điểm - mức hài lòng, nhưng ngược lại có đến 45,2% khách hàng không đồng ý và phân vân đối với nội dung này.

Tiếp đến, nội dung “Tôi có thể truy cập ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank tại bất kỳ đâu” được đánh giá cao thứ hai với 54,7% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình đạt 3,48/5 điểm, nhưng vẫn còn 45,3% khách hàng không

đồng ý và phân vân rằng họ không có thể truy cập ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank tại bất kỳ đâu.

Bên cạnh đó, 02 nội dung “Tôi dễ dàng tìm thấy thông tin mình cần trên ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank” và “Tôi nhận thấy các thông tin trên ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank rõ ràng và thao tác đơn giản” cũng được khách hàng đánh giá ở mức hài lòng với 51,8% và 51,3% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình lần lượt là 3,43 và 3,41/5 điểm. Đó là kết quả của những nỗ lực, cố gắng nâng cấp hệ thống NHTT ngày một hiện đại hơn, hạn chế tình trạng nghẽn mạng và giao dịch chậm, thể hiện sự thay đổi của VPBank để phát triển và cung ứng dịch vụ NHTT tốt nhất đến cho khách hàng. Tuy nhiên, vẫn còn 48,2% và 48,7% khách hàng không đồng ý và phân vân đối với 02 nội dung này.

2.3.2. Cảm nhận của khách hàng về sự đáp ứng

Trong chặng đường phát triển hơn 3 thập kỷ, VPBank luôn thể hiện khát khao đem đến những dấu ấn khác biệt trong sản phẩm và dịch vụ. Một trong các cách thể hiện đó là đầu tư mạnh mẽ vào nền tảng công nghệ hiện đại với số tiền đầu tư khoảng 300 triệu USD, đặc biệt với dịch vụ NHTT – dịch vụ chiến lược của VPBank. Do đó, ứng dụng cũng như website NHTT của VPBank có thể hoạt động liên tục, trơn tru và hiệu quả. Tuy nhiên, điều này không thể đảm bảo 100%, nhưng khi hệ thống có vấn đề không thể đáp ứng được nhu cầu sử dụng của khách hàng, VPBank đều đưa ra thông báo đến khách hàng và khắc phục sự cố một cách nhanh chóng.

Để có những phân tích khách quan về sự đáp ứng của dịch vụ NHTT của VPBank, đề án thực hiện khảo sát những khách hàng đã sử dụng các dịch vụ NHTT của VPBank. Kết quả cảm nhận của khách hàng đối với sự đáp ứng của dịch vụ NHTT tại VPBank được thể hiện trong Bảng 2.8 như sau:

Bảng 2.8: Cảm nhận của khách hàng về sự đáp ứng của dịch vụ NHTT tại VPBank

Đơn vị tính: người, %

Nội dung	Mức độ đánh giá										ĐTB
	1		2		3		4		5		
	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	
Dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank hoạt động liên tục 24/7	46	12,6	35	9,6	104	28,5	104	28,5	76	20,8	3,35
Dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank	42	11,5	39	10,7	90	24,7	90	24,7	104	28,5	3,48

Nội dung	Mức độ đánh giá										ĐTB
	1		2		3		4		5		
	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	
được cung cấp đúng như những gì đã cam kết											
Dịch vụ NHTT đáp ứng hầu hết các nhu cầu giao dịch với ngân hàng của khách hàng (so với dịch vụ trực tiếp)	34	9,3	47	12,9	78	21,4	92	25,2	114	31,2	3,56
VPBank thực hiện các dịch vụ ngân hàng trực tuyến luôn chính xác ngay từ lần đầu tiên	47	12,9	34	9,3	95	26,0	89	24,4	100	27,4	3,44

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát (2024)

Kết quả thống kê tại Bảng 2.8 cho thấy, đối với thang đo “sự đáp ứng”, khách hàng cảm nhận và đánh giá cao nhất với nội dung “*Dịch vụ NHTT đáp ứng hầu hết các nhu cầu giao dịch với ngân hàng của khách hàng (so với dịch vụ trực tiếp)*” với 56,4% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình đạt 3,56/5 điểm - mức hài lòng, nhưng ngược lại có đến 43,6% khách hàng không đồng ý và phân vân đối với nội dung này.

Bên cạnh đó, các nội dung “*Dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank được cung cấp đúng như những gì đã cam kết*” và “*VPBank thực hiện các dịch vụ ngân hàng trực tuyến luôn chính xác ngay từ lần đầu tiên*” được đánh giá ở mức hài lòng với 53,2% và 51,8% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình lần lượt là 3,48 và 3,44/5 điểm.

Tuy nhiên, nội dung “*Dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank hoạt động liên tục 24/7*” chỉ được khách hàng đánh giá ở mức trung bình 3,35/5 điểm với chỉ 49,3% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý trong khi có đến 50,7% khách hàng không đồng ý và phân vân. Điều này là phù hợp với thực tiễn do dù hoạt động 24/7 nhưng vẫn có một số trường hợp khách hàng gặp các sự cố kỹ thuật khi sử dụng dịch vụ, hệ thống bị gián đoạn, lỗi đăng nhập hoặc giao dịch không thành công.

2.3.3. Cảm nhận của khách hàng về sự sẵn sàng của hệ thống

Theo kết quả khảo sát của Nielsen, tốc độ xử lý giao dịch trên NHTT của VPBank nhanh chóng, đặc biệt là đối với các giao dịch trong nước. Thời gian xử lý giao dịch được đánh giá là tức thì (< 2 giây), qua đó mang lại sự hài lòng cho khách hàng. Tuy nhiên, vào

các giờ cao điểm hoặc các ngày lễ, hệ thống VPBank NEO đôi khi bị chậm hoặc gặp trục trặc do lượng giao dịch lớn.

Để có những phân tích khách quan về sự sẵn sàng của hệ thống của dịch vụ NHTT của VPBank, đề án thực hiện khảo sát những khách hàng đã sử dụng các dịch vụ NHTT của VPBank. Kết quả cảm nhận của khách hàng đối với sự sẵn sàng của hệ thống của dịch vụ NHTT tại VPBank được thể hiện trong Bảng 2.9 như sau:

Bảng 2.9: Cảm nhận của khách hàng về sự sẵn sàng của hệ thống của dịch vụ NHTT tại VPBank

Đơn vị: người, %

Nội dung	Mức độ đánh giá										ĐTB
	1		2		3		4		5		
	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	
Khi sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến, hệ thống giao dịch của VPBank hoạt động ổn định, không xảy ra tình trạng tắc nghẽn	36	9,9	45	12,3	93	25,5	90	24,7	101	27,7	3,48
VPBank cung cấp sự xác nhận nhanh chóng sau khi tôi thực hiện một lệnh giao dịch hoặc sau khi một giao dịch nào đó hoàn thành ngay lần đầu	47	12,9	34	9,3	94	25,8	88	24,1	102	27,9	3,45
Hệ thống ngân hàng trực tuyến của VPBank thường xuyên được cập nhật phần mềm, ứng dụng	44	12,1	37	10,1	96	26,3	95	26,0	93	25,5	3,43
Thông tin tài khoản được cập nhật ngay khi tôi giao dịch xong trên ngân hàng trực tuyến của VPBank	36	9,9	45	12,3	96	26,3	97	26,6	91	24,9	3,44

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát (2024)

Kết quả thống kê tại Bảng 2.9 cho thấy, đối với thang đo “sự sẵn sàng của hệ thống”, khách hàng cảm nhận và đánh giá cao nhất với nội dung “*Khi sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến, hệ thống giao dịch của VPBank hoạt động ổn định, không xảy ra tình trạng tắc nghẽn*” với 52,4% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình đạt 3,48/5 điểm - mức hài lòng, nhưng ngược lại có 47,6% khách hàng không đồng ý và phân vân với nội dung này.

Tiếp đến, nội dung “VPBank cung cấp sự xác nhận nhanh chóng sau khi tôi thực hiện một lệnh giao dịch hoặc sau khi một giao dịch nào đó hoàn thành ngay lần đầu” được đánh giá cao thứ hai với 52% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình đạt 3,45/5 điểm. Nhưng vẫn còn 48% khách hàng không đồng ý và phân vân về sự xác nhận nhanh chóng lệnh giao dịch của VPBank.

Bên cạnh đó, 02 nội dung “Thông tin tài khoản được cập nhật ngay khi tôi giao dịch xong trên ngân hàng trực tuyến của VPBank” và “Hệ thống ngân hàng trực tuyến của VPBank thường xuyên được cập nhật phần mềm, ứng dụng” cũng được khách hàng đánh giá ở mức hài lòng với 51,5% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình lần lượt là 3,44 và 3,43/5 điểm. Tuy nhiên, vẫn có khoảng 48,5% khách hàng không đồng ý và phân vân đối với 02 nội dung này.

2.3.4. Cảm nhận của khách hàng về sự bảo mật

Hiện nay, khi công nghệ số ngày càng phát triển, việc ăn cắp thông tin người dùng hay giả mạo, thực hiện hành vi lừa đảo diễn ra phổ biến. Chỉ cần khách hàng vô ý hoặc vô tình để lộ thông tin thì ngay lập tức tài khoản sẽ bị đánh cắp tiền. Do đó, cũng như các ngân hàng khác, VPBank đã chuyển đổi sang hình thức bảo mật Smart OTP – hình thức bảo mật cao nhất hiện nay theo yêu cầu của Ngân hàng Nhà nước. Theo đó, khách hàng phải xác thực bằng mã OTP gửi qua SMS hoặc ứng dụng để xác nhận các giao dịch quan trọng. Quan trọng hơn, VPBank sử dụng các công nghệ mã hóa mạnh (SSL/TLS) nhằm bảo mật thông tin cá nhân và giao dịch tài chính của khách hàng. Ngoài ra, hệ thống của VPBank có thể phát hiện và gửi cảnh báo về các giao dịch có dấu hiệu bất thường, giúp ngăn chặn kịp thời các hoạt động gian lận. Bên cạnh đó, đối với ứng dụng di động, VPBank cung cấp tính năng đăng nhập bằng vân tay hoặc nhận diện khuôn mặt, giúp nâng cao mức độ bảo mật và giảm rủi ro bị đánh cắp thông tin đăng nhập. Tuy nhiên, một số khách hàng cảm thấy phiền phức khi phải thực hiện quá nhiều bước bảo mật trong mỗi lần giao dịch, đặc biệt là đối với những khách hàng không quen với công nghệ. Hơn nữa, việc nhận mã OTP qua SMS đôi khi bị chậm, đặc biệt là trong giờ cao điểm hoặc khi mạng điện thoại không ổn định.

Để có những phân tích khách quan về sự bảo mật của dịch vụ NHTT của VPBank, đề án thực hiện khảo sát những khách hàng đã sử dụng các dịch vụ NHTT của VPBank. Kết quả cảm nhận của khách hàng đối với sự bảo mật của dịch vụ NHTT tại VPBank được thể hiện trong Bảng 2.10 như sau:

Bảng 2.10: Cảm nhận của khách hàng về sự bảo mật của dịch vụ NHTT tại VPBank

Đơn vị: người, %

Nội dung	Mức độ đánh giá										ĐTB
	1		2		3		4		5		
	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	
VPBank bảo vệ thông tin về hành vi mua sắm của tôi trên website giao dịch	32	8,8	49	13,4	87	26,6	95	26,0	92	25,2	3,45
VPBank không chia sẻ thông tin cá nhân/dữ liệu giao dịch của tôi với các ngân hàng hoặc tổ chức khác	30	8,2	51	14,0	100	27,4	99	27,1	85	23,3	3,43
Tôi cảm thấy an toàn về giao dịch của mình trên ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank	35	9,6	46	12,6	82	22,5	108	29,6	94	25,8	3,49
Ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank bảo vệ thông tin về ID khách hàng/mật khẩu/mã pin của tôi	39	10,7	42	11,5	106	29,0	91	24,9	87	23,8	3,40

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát (2024)

Kết quả thống kê tại Bảng 2.10 cho thấy, đối với thang đo “sự bảo mật”, khách hàng cảm nhận và đánh giá cao nhất với nội dung “Tôi cảm thấy an toàn về giao dịch của mình trên ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank” với 55,4% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình đạt 3,49/5 điểm - mức hài lòng, nhưng ngược lại có khoảng 44,6% khách hàng không đồng ý và phân vân về sự an toàn khi giao dịch trên ứng dụng NHTT của VPBank.

Bên cạnh đó, các nội dung “VPBank bảo vệ thông tin về hành vi mua sắm của tôi trên website giao dịch” và “VPBank không chia sẻ thông tin cá nhân/dữ liệu giao dịch của tôi với các ngân hàng hoặc tổ chức khác” được đánh giá ở mức hài lòng với 51,2% và 50,4% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình lần lượt là 3,45 và 3,43/5 điểm. Nhưng với 02 nội dung này vẫn có đến 48,8% và 49,6% khách hàng không đồng ý và phân vân.

Cuối cùng, nội dung “Ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank bảo vệ thông tin về ID khách hàng/mật khẩu/mã pin của tôi” chỉ được khách hàng đánh giá ở mức trung bình với 3,40/5 điểm tương ứng với 51,2% khách hàng không đồng ý và phân vân và chỉ

có 48,7% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý. Thực tế, đã có một số khách hàng nhận được những cuộc gọi, tin nhắn có dấu hiệu lừa đảo liên quan đến thông tin tài khoản của khách hàng, từ đó, giảm niềm tin của họ đối với ứng dụng NHTT của VPBank.

2.3.5. Cảm nhận của khách hàng về sự phản ứng

Sự phản ứng thể hiện thái độ phục vụ khách hàng tốt nhất và đảm bảo an toàn nhất. Kết quả cảm nhận của khách hàng đối với sự phản ứng của dịch vụ NHTT tại VPBank được thể hiện trong Bảng 2.11 như sau:

Bảng 2.11: Cảm nhận của khách hàng về sự phản ứng của dịch vụ NHTT tại VPBank

Đơn vị: người, %

Nội dung	Mức độ đánh giá										ĐTB
	1		2		3		4		5		
	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	
Nhân viên của VPBank luôn nhiệt tình giải quyết nhanh chóng các vấn đề khách hàng gặp phải khi thực hiện giao dịch trên ngân hàng trực tuyến	34	9,3	47	12,9	96	26,3	87	23,8	101	27,7	3,48
VPBank luôn lắng nghe và ghi nhận ý kiến đóng góp của khách hàng về dịch vụ ngân hàng trực tuyến	43	11,8	38	10,4	90	24,7	104	28,5	90	24,7	3,44
Nhân viên của VPBank tư vấn, hướng dẫn cho khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến hiệu quả	40	11,0	41	11,2	81	22,2	109	29,9	94	25,8	3,48
Nhân viên của VPBank đáp ứng nhanh chóng yêu cầu của khách hàng	43	11,8	38	10,4	89	24,4	91	24,9	104	28,5	3,48

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát (2024)

Kết quả thống kê tại Bảng 2.11 cho thấy, đối với thang đo “sự phản ứng”, khách hàng cảm nhận và đánh giá cao nhất với 03 nội dung “Nhân viên của VPBank luôn nhiệt tình giải quyết nhanh chóng các vấn đề khách hàng gặp phải khi thực hiện giao dịch trên ngân hàng trực tuyến”, “Nhân viên của VPBank tư vấn, hướng dẫn cho khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến hiệu quả” và “Nhân viên của VPBank đáp ứng nhanh chóng yêu cầu của khách hàng” với 51,5%; 55,7% và 53,4% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng

ý, đồng thời giá trị trung bình cũng đạt 3,48/5 điểm - mức hài lòng. Mặc dù vậy, vẫn có khoảng 44,3 - 48,5% khách hàng không đồng ý và phân vân đối với 03 nội dung này.

Ngoài ra, nội dung “*Nhân viên của VPBank tư vấn, hướng dẫn cho khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến hiệu quả*” cũng được khách hàng đánh giá ở mức hài lòng với 53,2% khách hàng đồng ý và rất đồng ý, đồng thời giá trị trung bình 3,44/5 điểm. Điều này chứng tỏ những thông tin, giải đáp những thắc mắc, vấn đề khách hàng thường xuyên gặp phải khi thực hiện giao dịch trên NHTT đã được nhân viên VPBank giải đáp rõ ràng, dễ hiểu và khách hàng cảm thấy khá hài lòng về điều này. Tuy nhiên, vẫn có khoảng 46,8% khách hàng không đồng ý và phân vân về tính hiệu quả của hoạt động tư vấn, hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT của nhân viên VPBank.

Những con số trong Bảng 2.11 cho thấy sự phản ứng của dịch vụ NHTT tại VPBank khá cao, tuy nhiên vẫn chưa thực sự tốt. Với số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT tăng lên nhanh chóng từ 5 triệu khách hàng năm 2021 lên 8,8 triệu khách hàng năm 2023, mà tình trạng thực tế là nhiều chi nhánh thiếu nhân sự, nên việc khách hàng phân nản khi phải chờ lâu không hiếm. Cũng vì lý do này mà thời gian để tiếp và xử lý các vấn đề của khách hàng bị rút ngắn lại, một số khách hàng chưa được hướng dẫn tận tình cách sử dụng, các tính năng... nên nhiều khách hàng chỉ biết đến ứng dụng chứ không biết đến cách sử dụng trên cả website, qua đó ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank. Ngoài ra, do mô hình các chi nhánh ở VPBank không đồng đều, có chi nhánh quy mô lớn, có chi nhánh quy mô nhỏ, đặc biệt ở các chi nhánh nhỏ, nhân viên chưa có thời gian làm quen với hệ thống, với sản phẩm hay cách vận hành đã phải tiếp khách hàng. Việc này ảnh hưởng một phần lớn đến việc tư vấn cho khách hàng và trải nghiệm của họ, đôi lúc còn thiếu chuyên nghiệp trong tác phong, diện mạo...

2.3.6. Cảm nhận của khách hàng về sự bồi thường

Hiện nay, VPBank đã ban hành điều kiện giao dịch chung về cung cấp và sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử áp dụng đối với khách hàng cá nhân tại VPBank áp dụng kể từ ngày 05/08/2018. Theo đó, VPBank có nghĩa vụ bồi thường các thiệt hại thực tế phát sinh do việc ngân hàng vi phạm các quy định về cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử theo thoả thuận với khách hàng và theo quy định của pháp luật.

Để có những phân tích khách quan về sự bồi thường của dịch vụ NHTT của VPBank, đề án thực hiện khảo sát những khách hàng đã sử dụng các dịch vụ NHTT của VPBank. Kết quả cảm nhận của khách hàng đối với sự bồi thường của dịch vụ NHTT tại VPBank được thể hiện trong Bảng 2.12 như sau:

Bảng 2.12: Cảm nhận của khách hàng về sự bồi thường của dịch vụ NHTT tại VPBank

Đơn vị: người, %

Nội dung	Mức độ đánh giá										ĐTB
	1		2		3		4		5		
	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	
Tôi nhận được đền bù tương xứng khi lỗi thuộc về hệ thống ngân hàng trực tuyến của VPBank	41	11,2	40	11,0	94	25,8	94	25,8	96	26,3	3,45
Tôi nhận được đền bù khi VPBank không thực hiện cung cấp dịch vụ ngân hàng trực tuyến đúng như cam kết	41	11,2	40	11,0	89	24,4	101	27,7	94	25,8	3,46
Tôi cảm thấy mức đền bù nhận được từ VPBank là thỏa đáng	33	9,0	48	13,2	78	21,4	106	29,0	100	27,4	3,53

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát (2024)

Kết quả thống kê tại Bảng 2.12 cho thấy, đối với thang đo “sự bồi thường”, khách hàng cảm nhận và đánh giá cao nhất với nội dung “*Tôi cảm thấy mức đền bù nhận được từ VPBank là thỏa đáng*” với 56,4% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình đạt 3,53/5 điểm - mức hài lòng. Tuy nhiên, vẫn có khoảng 43,6% khách hàng không đồng ý và phân vân về mức đền bù nhận được của VPBank.

Tiếp đến, nội dung “*Tôi nhận được đền bù khi VPBank không thực hiện cung cấp dịch vụ ngân hàng trực tuyến đúng như cam kết*” được đánh giá cao thứ hai với 53,5% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình đạt 3,46/5 điểm. Nhưng ngược lại có khoảng 46,5% khách hàng không đồng ý và phân vân về việc thực hiện mức đền bù như cam kết của VPBank.

Cuối cùng, nội dung “*Tôi nhận được đền bù tương xứng khi lỗi thuộc về hệ thống ngân hàng trực tuyến của VPBank*” cũng được khách hàng đánh giá ở mức hài lòng với 52,1% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý tương ứng giá trị trung bình đạt 3,45/5 điểm. Mặc dù vậy, có khoảng 47,9% khách hàng không đồng ý và phân vân đối với nội dung này.

2.3.7. Cảm nhận của khách hàng về sự liên hệ

VPBank đã triển khai nhiều kênh liên lạc để hỗ trợ khách hàng giải quyết các vấn đề phát sinh khi sử dụng dịch vụ NHTT, cụ thể:

- Tổng đài hỗ trợ khách hàng: VPBank có đường dây nóng 1900545415 đối với khách hàng tiêu chuẩn và 1800545415 đối với khách hàng ưu tiên, hoạt động 24/7 để hỗ trợ khách hàng trong việc xử lý các sự cố như giao dịch không thành công, bị khóa tài khoản, hoặc các vấn đề liên quan đến bảo mật.

- Email hỗ trợ: ngoài tổng đài hỗ trợ khách hàng, VPBank cung cấp dịch vụ hỗ trợ qua email: chamsockhachhang@vpbank.com.vn đối với khách hàng tiêu chuẩn và diamond247@vpbank.com.vn đối với khách hàng ưu tiên, giúp khách hàng có thể trao đổi chi tiết về các vấn đề gặp phải.

- Live chat: trên ứng dụng VPBank NEO, VPBank có tính năng chat trực tuyến để hỗ trợ khách hàng tức thời khi sử dụng dịch vụ.

Để có những phân tích khách quan về sự liên hệ của dịch vụ NHTT của VPBank, đề án thực hiện khảo sát những khách hàng đã sử dụng các dịch vụ NHTT của VPBank. Kết quả cảm nhận của khách hàng đối với sự liên hệ của dịch vụ NHTT tại VPBank được thể hiện trong Bảng 2.13 như sau:

Bảng 2.13: Cảm nhận của khách hàng về sự liên hệ của dịch vụ NHTT tại VPBank

Đơn vị tính: người, %

Nội dung	Mức độ đánh giá										ĐTB
	1		2		3		4		5		
	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	
VPBank công khai phương thức liên lạc	34	9,3	47	12,9	94	25,8	95	26,0	95	26,0	3,47
Luôn có nhân viên phản hồi bất cứ phát sinh nào trong quá trình giao dịch trên nền tảng ngân hàng trực tuyến của VPBank	45	12,3	36	9,9	104	28,5	82	22,5	98	26,8	3,42
Tôi có thể liên lạc trực tiếp với nhân viên của VPBank thông qua ứng dụng ngân hàng trực tuyến	45	12,3	36	9,9	85	23,3	92	25,2	107	29,3	3,49

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát (2024)

Kết quả thống kê tại Bảng 2.13 cho thấy, đối với thang đo “sự liên hệ”, khách hàng cảm nhận và đánh giá cao nhất với nội dung “Tôi có thể liên lạc trực tiếp với nhân viên của VPBank thông qua ứng dụng ngân hàng trực tuyến” với 54,5% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình đạt 3,49/5 điểm - mức hài lòng. Tuy nhiên, có

khoảng 45,5% khách hàng không đồng ý và phân vân rằng họ gặp khó khăn trong việc liên lạc trực tiếp với nhân viên VPBank thông qua ứng dụng NHTT.

Tiếp đến, nội dung “*VPBank công khai phương thức liên lạc*” được đánh giá cao thứ hai với 52% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý, đồng thời giá trị trung bình đạt 3,47/5 điểm. Mặc dù vậy, vẫn có khoảng 48% khách hàng không đồng ý và phân vân đối với nội dung này.

Cuối cùng, nội dung “*Luôn có nhân viên phản hồi bất cứ phát sinh nào trong quá trình giao dịch trên nền tảng ngân hàng trực tuyến của VPBank*” cũng được khách hàng đánh giá ở mức hài lòng với 49,3% khách hàng đồng ý và hoàn toàn đồng ý tương ứng giá trị trung bình đạt 3,42/5 điểm. Thực tế, trong ứng dụng NHTT VPBank NEO luôn hiển thị số điện thoại liên lạc trực tiếp với bộ phận chăm sóc khách hàng của VPBank, tạo sự thuận tiện và dễ dàng xử lý các phát sinh trong quá trình giao dịch cho khách hàng. Tuy nhiên, có đến 50,7% khách hàng không đồng ý và phân vân về nội dung này.

2.4. Đánh giá chung thực trạng chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

2.4.1. Chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

Kết quả cảm nhận của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ NHTT tại VPBank được thể hiện trong Bảng 2.14 như sau:

Bảng 2.14: Kết quả đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank

Đơn vị: người, %

Nội dung	Mức độ đánh giá										ĐTB
	Rất kém		Kém		Bình thường		Tốt		Rất tốt		
	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	
Chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến tại VPBank	43	11,8	38	10,4	99	27,1	105	28,8	80	21,9	3,39

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát (2024)

Kết quả thống kê tại Bảng 2.14 cho thấy, khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ NHTT tại VPBank ở mức trung bình với giá trị 3,39/5 điểm. Theo kết quả khảo sát, có 50,7% khách hàng đánh giá tốt và rất tốt về chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank. Trong khi đó, có 27,1% khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank ở mức bình

thường. Đồng thời, có khoảng 22,2% khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank ở mức kém và rất kém. Chính vì thế, sắp tới, VPBank phải có các giải pháp thích hợp nhằm thoả mãn cao hơn mong đợi của khách hàng với dịch vụ NHTT, từ đó nâng cao hơn nữa mức độ hài lòng của họ nhằm đúng với uy tín và tiềm lực tài chính của VPBank.

Ngoài ra, kết quả khảo sát mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank được thể hiện trong Bảng 2.15 như sau:

Bảng 2.15: Kết quả đánh giá của khách hàng về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank

Đơn vị: người, %

Nội dung	Mức độ ảnh hưởng										ĐTB	Thứ bậc
	Không ảnh hưởng		Ít ảnh hưởng		Bình thường		Ảnh hưởng		Rất ảnh hưởng			
	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL	SL	TL		
Sự trải nghiệm	38	10,4	43	11,8	86	23,6	102	27,9	96	26,3	3,48	1
Sự đáp ứng	39	10,7	42	11,5	94	25,8	97	26,6	93	25,5	3,45	3
Sự sẵn sàng của hệ thống	37	10,1	44	12,1	104	28,5	84	23,0	96	26,3	3,43	4
Sự bảo mật	29	7,9	52	14,2	109	29,9	87	23,8	88	24,1	3,42	5
Sự phản ứng	38	10,4	43	11,8	93	25,5	94	25,8	97	26,6	3,46	2
Sự bồi thường	35	9,6	46	12,6	104	28,5	92	25,2	88	24,1	3,42	5
Sự liên hệ	47	12,9	35	9,6	101	27,7	87	23,8	95	26,0	3,41	6

Nguồn: Kết quả xử lý từ dữ liệu khảo sát (2024)

Kết quả phân tích tại Bảng 2.15 cho thấy, không có yếu tố nào được khách hàng đánh giá không ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank. Điều đó, chứng tỏ các yếu tố của mô hình E-SERVQUAL có tác động đáng kể đến chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank, cụ thể như sau:

Yếu tố “sự trải nghiệm” được đánh giá có đóng góp lớn nhất đến chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank với 54,2% khách hàng đánh giá ảnh hưởng và rất ảnh hưởng tương ứng giá trị trung bình đạt 3,48 điểm và xếp thứ bậc 1 về mức độ ảnh hưởng. Trong cung ứng dịch vụ NHTT của ngân hàng, sự trải nghiệm liên quan đến sự thuận tiện trong quá trình thực hiện các giao dịch, đơn giản, dễ dàng xử lý các thông tin và khả năng truy cập nhanh chóng. Chính vì vậy, kết quả này là hoàn toàn phù hợp với thực tiễn bởi khách hàng chỉ lựa

chọn giao dịch trực tuyến với các ứng dụng ngân hàng dễ dàng đăng nhập, giao dịch và tìm kiếm thông tin nhanh chóng vì mục đích của khách hàng khi sử dụng dịch vụ NHTT là tiết kiệm được thời gian cho các giao dịch ngân hàng. Chính vì vậy, sự trải nghiệm tác động trực tiếp quan trọng cao nhất đến chất lượng dịch vụ NHTT nói chung và dịch vụ NHTT của VPBank nói riêng.

Yếu tố “sự phản ứng” được đánh giá có ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank với 52,4% khách hàng đánh giá ảnh hưởng và rất ảnh hưởng tương ứng giá trị trung bình đạt 3,46 điểm và xếp thứ bậc 2 về mức độ ảnh hưởng. Thực tế, phản ứng là điều kiện tiên quyết dù cung cấp bất cứ một sản phẩm, dịch vụ nào cho dù có ứng dụng các công nghệ hiện đại đến mấy tuy nhiên nếu không bảo đảm việc tiếp nhận, giải quyết các yêu cầu về dịch vụ từ khách hàng thì coi như hoạt động cung cấp dịch vụ đã thất bại. Đặc biệt, đối với dịch vụ NHTT, hoạt động cung ứng và tiêu dùng diễn ra hoàn toàn trên môi trường internet. Do đó, yếu tố này càng cần được coi trọng để nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank.

Yếu tố “sự đáp ứng” được đánh giá ảnh hưởng ở thứ bậc 3 với 52,1% khách hàng đánh giá ảnh hưởng và rất ảnh hưởng tương ứng giá trị trung bình đạt 3,45 điểm. Điều này có thể lý giải là trong môi trường cạnh tranh gay gắt hiện nay với sự xuất hiện của rất nhiều NHTM trong nước và nước ngoài, khách hàng có nhiều sự lựa chọn hơn, nên các ngân hàng cần chú trọng đến sự đáp ứng. Kết quả trên cũng hoàn toàn phù hợp với thực tiễn cung ứng dịch vụ NHTT tại VPBank. Khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT của VPBank là khách hàng có yêu cầu cao trong sử dụng một loại hình dịch vụ ngân hàng hiện đại, tiện lợi sao cho đáp ứng một cách tối đa các nhu cầu giao dịch một cách nhanh chóng, thuận tiện và chính xác nhất. Vì thế điều kiện tiên quyết để khách hàng có thể đánh giá được chất lượng của loại hình dịch vụ này không gì khác hơn là sự đáp ứng, đáp ứng về sản phẩm giao dịch, về thời gian, các tiện ích...

Yếu tố “sự sẵn sàng của hệ thống” được đánh giá ảnh hưởng ở thứ bậc 4 với 49,3% khách hàng đánh giá ảnh hưởng và rất ảnh hưởng tương ứng giá trị trung bình đạt 3,43 điểm. Theo đánh giá, một hệ thống luôn sẵn sàng và hoạt động ổn định đảm bảo rằng khách hàng có thể thực hiện các giao dịch trực tuyến một cách nhanh chóng. Nếu hệ thống thường xuyên gặp sự cố hoặc gián đoạn, khách hàng sẽ cảm thấy bức bối và mất niềm tin vào dịch vụ. Ngoài ra, sự sẵn sàng cao của hệ thống giúp VPBank xây dựng và duy trì uy tín với khách hàng. Khi khách hàng có thể tin tưởng rằng họ có thể truy cập và sử dụng dịch vụ bất cứ lúc nào, họ sẽ có xu hướng sử dụng dịch vụ đó nhiều hơn và có thể giới thiệu cho người khác. Đồng thời, sự sẵn sàng của hệ thống là tiền đề để VPBank duy trì các hoạt động kinh

doanh không bị gián đoạn. Điều này không chỉ duy trì dòng thu nhập ổn định mà còn tránh được các chi phí phát sinh do sự cố hệ thống.

Yếu tố “sự bảo mật” và “sự bồi thường” được đánh giá ảnh hưởng ở thứ bậc 5 với 47,9% và 49,3% khách hàng đánh giá ảnh hưởng và rất ảnh hưởng tương ứng giá trị trung bình đạt 3,42 điểm. Thực tế, khách hàng chi giao dịch với ngân hàng khi họ cảm thấy ngân hàng đó uy tín và đáng tin cậy, đặc biệt với một sản phẩm dịch vụ mang tính đặc thù như NHTT thì yếu tố bảo mật lại càng được coi trọng. Ngoài ra, sự bồi thường có tác động đáng kể đến chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank. Bồi thường khi có sự cố không chỉ là một biện pháp giải quyết vấn đề mà còn là cách để VPBank xây dựng lòng tin với khách hàng. Hơn nữa, việc bồi thường thỏa đáng và nhanh chóng giúp VPBank duy trì và nâng cao uy tín. Khách hàng có thể chia sẻ những trải nghiệm tích cực về cách ngân hàng giải quyết vấn đề, từ đó tạo nên một hình ảnh tốt đẹp về ngân hàng trong mắt công chúng. Về các yếu tố này, khách hàng hài lòng về chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank. Cũng vì thế mà số lượng khách hàng đăng ký mới dịch vụ NHTT tăng dần qua các năm.

Yếu tố “liên hệ” được đánh giá ảnh hưởng ở thứ bậc 6 - thấp nhất với chỉ 49,8% khách hàng đánh giá ảnh hưởng và rất ảnh hưởng tương ứng giá trị trung bình đạt 3,41 điểm. Thực tế, các khách hàng đều cần liên lạc với người cung cấp dịch vụ khi gặp sự cố ngay lập tức nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT. Tuy, sự liên hệ không quan trọng và tác động nhiều nhưng yếu tố này đã được VPBank chú trọng triển khai trên ứng dụng NHTT VPBank NEO, giúp khách hàng có thể dễ dàng liên hệ xử lý sự cố bất kỳ lúc nào trong quá trình thực hiện các giao dịch trực tuyến.

2.4.2. Ưu điểm

Từ kết quả phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank, có thể thấy, thời gian qua VPBank đã đạt được những kết quả nhất định:

Một là, sản phẩm và dịch vụ phong phú đáp ứng đòi hỏi của khách hàng. Với sự phát triển đa dạng về loại hình của dịch vụ NHTT, VPBank đang từng bước nâng cao chất lượng dịch vụ của mình nhằm đáp ứng tốt hơn yêu cầu đa dạng và nghiêm ngặt của khách hàng.

Hai là, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT của VPBank liên tục tăng qua các năm trong thời gian 2021-2023, đạt tốc độ tăng trưởng trung bình 25,7%, từ đó dẫn đến tổng doanh thu từ NHTT tăng trưởng trung bình 13,4%.

Ba là, lợi nhuận từ dịch vụ NHTT của VPBank có chiều hướng tăng dần qua từng năm trong thời gian 2021-2023, góp phần đáng kể vào tăng trưởng lợi nhuận của VPBank,

là tiền đề quan trọng giúp VPBank đẩy mạnh phát triển các dịch vụ NHTT trong giai đoạn tiếp theo.

Bốn là, dịch vụ NHTT của VPBank khá thuận lợi cho khách hàng sử dụng. Với hệ thống hoạt động ổn định, liên tục, người sử dụng các dịch vụ NHTT của VPBank có thể dễ dàng truy cập vào hệ thống NHTT hoặc ứng dụng NHTT VPBank NEO với thời hạn truy cập ngắn, rất dễ dàng và thuận tiện sử dụng.

Năm là, độ bảo mật và an ninh hệ thống của VPBank được khách hàng phản hồi tích cực, tạo cảm giác an tâm đối với khách hàng. VPBank đã kịp thời giải quyết và làm rõ bất kỳ khó khăn, giải đáp các thắc mắc của khách hàng hoặc truy vấn nào mà khách hàng gặp phải khi sử dụng hệ thống.

Sáu là, khách hàng đánh giá cao chất lượng dịch vụ NHTT do VPBank cung cấp khi VPBank có sự bồi thường thoả đáng và liên hệ kịp thời khi có bất kỳ vấn đề nào xảy ra trong quá trình giao dịch trực tuyến.

2.4.3. Hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank còn tồn tại một số hạn chế nhất định, cụ thể:

Một là, về sự trải nghiệm: khách hàng vẫn thường xuyên gặp các sự cố về đường truyền hoặc lỗi kỹ thuật khi thực hiện giao dịch. Ngoài ra, một số khách hàng nhận định giao diện của VPBank khó sử dụng, đặc biệt là những khách hàng không quen thuộc với công nghệ.

Hai là, về sự đáp ứng: một số sản phẩm NHTT của VPBank chưa thể tạo ra đủ sức hấp dẫn so sánh với các sản phẩm dịch vụ về NHTT của các NHTM khác trên thị trường bao gồm dịch vụ chi trả kiều hối Western Union, sản phẩm dịch vụ huy động vốn KHCN (tiết kiệm gửi vàng, tiết kiệm trực tuyến...) nên chưa đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng. Ngoài ra, các lợi ích của dịch vụ NHTT cũng chưa được phát huy hết.

Ba là, về sự sẵn sàng của hệ thống: hệ thống VPBank NEO vẫn còn tình trạng bị chậm hoặc gặp trục trặc do lượng giao dịch lớn vào các giờ cao điểm hoặc ngày lễ hay khi hệ thống được bảo trì.

Bốn là, về sự bảo mật: VPBank cũng phải đối mặt với “hacker” ăn cắp bằng công nghệ cao. Một vài trường hợp khách hàng đã bị đánh cắp mất thông tin tài khoản qua đã dạng hình thức như tin nhắn, website mạo danh VPBank hoặc tạo tài khoản và sử dụng cách thức xác thực Smart OTP trên thiết bị khác.

Năm là, về sự phản ứng: các sự cố liên quan đến hệ thống NHTT VPBank NEO không được giải quyết một cách kịp thời, đặc biệt là tại các khung giờ cao điểm hoặc vào đêm tối gây nhiều khó khăn cho khách hàng trong quá trình sử dụng.

Sáu là, về sự bồi thường: công tác hỗ trợ khách hàng xử lý, khắc phục, bồi thường các sự cố phát sinh từ hệ thống NHTT VPBank NEO được triển khai không kịp thời và thường xuyên trì hoãn.

Bảy là, về sự liên hệ: dịch vụ NHTT của VPBank chưa có kênh hỗ trợ khách hàng chuyên biệt.

2.4.4. Nguyên nhân của hạn chế

Một là, cơ sở hạ tầng công nghệ và các trang thiết bị phục vụ cho dịch vụ NHTT của VPBank chưa đồng bộ. Các bộ phận khác nhau sử dụng chương trình khác nhau. Hệ thống CoreBanking ngân hàng sử dụng chưa được nâng cấp thường xuyên so với số lượng khách hàng gia tăng dẫn đến xử lý vẫn còn chậm trễ, vẫn còn tình trạng ghi nhận các phản ánh lỗi hệ thống, nghẽn mạng, giao dịch không thành công...

Hai là, theo kết quả phỏng vấn khách hàng, các sản phẩm NHTT của VPBank chưa đa dạng và các tiện ích còn đơn giản, họ mới chỉ sử dụng chủ yếu một số dịch vụ thuộc nhóm dịch vụ giao dịch là chuyển tiền và thanh toán. Ngoài ra, quy định về đăng ký sử dụng dịch vụ NHTT của VPBank vẫn còn rườm rà, mất nhiều thời gian đăng ký, chờ đợi. Hiện nay, vẫn chỉ có một vài tiện ích cơ bản, chưa có nhiều tính năng hỗ trợ khách hàng như kênh giao dịch tại quầy.

Ba là, VPBank chưa phát triển tối đa các tính năng, tiện ích của dịch vụ NHTT. Do dịch vụ NHTT của VPBank chưa liên kết nhiều các ví điện tử - một trong những hình thức thanh toán tiện lợi nhất trong thời đại 4.0. Đây cũng là lý do hạn chế người sử dụng và đôi khi không phải là sự lựa chọn ưu tiên của khách hàng.

Bốn là, năng lực và trình độ của cán bộ nhân viên còn hạn chế. Nguồn nhân lực chưa được đầu tư phù hợp với sự phát triển của sản phẩm và dịch vụ NHTT. Nhiều nhân viên chưa được đào tạo bài bản, đặc biệt là nhân viên mới chưa có kinh nghiệm, chủ yếu tự nghiên cứu học hỏi nên chưa đáp ứng được yêu cầu kinh doanh. Ngoài ra, trong lĩnh vực dịch vụ NHTT thì quy chuẩn cũng như công nghệ luôn thay đổi. Do đó, cán bộ nhân viên của VPBank còn lúng túng trong các hoạt động giao dịch trực tuyến.

Năm là, cơ chế bảo mật của ngân hàng vẫn còn lỗ hổng khiến các lớp bảo mật như OTP, smart OTP không bảo vệ được khách hàng sau khi họ bị mất mật khẩu truy cập hoặc tài khoản đăng nhập dẫn đến làm giảm chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank.

Sáu là, VPBank chưa ban hành các điều kiện riêng biệt về cung cấp và sử dụng dịch vụ NHTT mà đang sử dụng chung với các quy định bồi thường của dịch vụ ngân hàng điện tử. Do đó, công tác bồi thường diễn ra chậm chạp. Hơn nữa, VPBank chưa thực hiện phân loại các trường hợp bồi thường.

Bảy là, hiện nay khách hàng muốn xử lý các khiếu nại về dịch vụ NHTT vẫn gọi qua tổng đài hoặc email hỗ trợ chung của VPBank nên việc hỗ trợ khách hàng không đạt tối ưu.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG

3.1. Định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

3.1.1. Định hướng phát triển kinh doanh của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng đến năm 2027, tầm nhìn đến năm 2030

Trong giai đoạn từ nay đến năm 2027, tầm nhìn đến năm 2030, VPBank với nỗ lực cao nhất sẽ tập trung các nguồn lực để thúc đẩy tăng trưởng hoạt động kinh doanh liên tục và mạnh mẽ, khẳng định vị thế dẫn đầu thị trường, trên cơ sở đảm bảo hiệu quả và kiểm soát chất lượng tài sản toàn hệ thống. Cụ thể:

- Tiếp tục đầu tư, củng cố vị thế tại thị trường truyền thống, xây dựng chiến lược đầu tư phát triển kinh doanh và thu hút khách hàng ở nhiều khu vực khác nhau.

- Đầu tư phát triển các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng mang tính tiện ích cao, phù hợp với nhu cầu của khách hàng và cân đối giữa các nghiệp vụ ngân hàng bán buôn và bán lẻ, giữa các sản phẩm thanh toán và tiền gửi. Phấn đấu làm tốt các hoạt động cơ bản, nghiên cứu phát triển mở rộng, đa dạng hoá các sản phẩm, dịch vụ mới. Tích cực áp dụng CNTT, nâng cấp mức độ tự động hoá, tận dụng tối đa sức mạnh nguồn nhân lực.

- Tăng cường tiếp thị, góp phần xây dựng thương hiệu VPBank. Tích cực tìm hiểu thị trường nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng và ứng phó nhanh nhạy, kịp thời với các biến động của thị trường. Xây dựng, duy trì và mở rộng quan hệ khách hàng thân thiết, tạo dựng niềm tin và mối quan hệ bền vững với khách hàng.

- Tập trung nguồn nhân lực phát triển hệ thống quản lý rủi ro tập trung, đồng bộ và hiện đại theo tiêu chuẩn toàn cầu nhằm nâng cao năng lực và hiệu quả quản lý, làm nền tảng thúc đẩy tăng trưởng lâu dài.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động bằng cách vận dụng các chuẩn mực thông lệ quốc tế vào việc điều hành, quản trị và tổ chức ngân hàng.

- Nâng cao năng suất lao động và văn hoá công sở, hướng tới phụng sự khách hàng. Đầu tư xây dựng đội ngũ nhân sự theo tiêu chuẩn của một ngân hàng văn minh.

3.1.2. Mục tiêu chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng đến năm 2027, tầm nhìn đến năm 2030

Trong những năm gần đây, các NHTM tại Việt Nam đang có sự phát triển mạnh mẽ cả về quy mô lẫn tiềm lực. Trong xu thế chuyển dịch phương thức kinh doanh bán lẻ theo hướng hiện đại hơn thì dịch vụ NHTT đang được kì vọng là một kênh giao dịch, phân phối hữu hiệu trong tương lai. Nắm bắt được xu hướng trên, VPBank cũng đang chú trọng đẩy mạnh dịch vụ bán lẻ, mở rộng và nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT thông qua ứng dụng công nghệ hiện đại, phát triển các kênh phân phối và dịch vụ giá trị gia tăng trên nền tảng của NH TT... nhằm tránh trở thành một nhà cung cấp yếu kém trên thị trường dịch vụ tài chính. Mục tiêu nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank đến năm 2027, tầm nhìn đến năm 2030 cụ thể như sau:

- Tạo bước chuyển đột phá trong nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT;
- Nâng cao chất lượng, hiệu quả kinh doanh, mở rộng thị phần, mở rộng mạng lưới kênh phân phối hiện hữu sang các kênh phân phối mới, hiện đại; phấn đấu để chiếm hơn 50% thị phần tại Việt Nam;
- Nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT để mang đến sự hài lòng cho khách hàng, không để xảy ra tình trạng khách hàng phàn nàn, khiếu nại và tăng tỷ lệ khách hàng tiếp tục sử dụng dịch vụ NHTT của VPBank lên 95%.
- Số lượng KHCN đăng ký dịch vụ NHTT kích hoạt mới cuối mỗi năm tăng 50% so với năm liền kề trước. Đồng thời, doanh số thu phí từ dịch vụ NHTT tại VPBank cuối mỗi năm tăng 70% so với năm liền kề trước;
- Đa dạng hoá các hoạt động kinh doanh trên kênh NHĐT nói chung và NHTT nói riêng, mặt khác, xây dựng hệ thống dịch vụ NHTT đa kênh để tối ưu hoá nhu cầu sử dụng dịch vụ NHTT trên mỗi đơn vị khách hàng;
- Phát triển CNTT – chìa khóa nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT, đảm bảo hội nhập với các đối tác nước ngoài trong mọi lĩnh vực. Đồng thời, nâng cao hiệu suất làm việc của đội ngũ nhân sự bằng hệ thống tiện ích cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin;

3.2. Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng

3.2.1. Giải pháp về sự trải nghiệm

Ở giải pháp này, tác giả tập trung đảm bảo ứng dụng NHTT của VPBank hoạt động mượt mà và nhanh chóng, đồng thời cung cấp hướng dẫn rõ ràng và hỗ trợ khách hàng sử dụng ứng dụng nhằm giúp khách hàng hoàn tất giao dịch thông qua dịch vụ

NHTT của VPBank một cách dễ dàng. Do đó, để nâng cao sự trải nghiệm của khách hàng, VPBank cần thực hiện một số giải pháp đồng bộ sau:

Một là, cải thiện hạ tầng công nghệ

- Ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong số hoá quy trình dịch vụ khách hàng, đặc biệt là chatbot và robot giúp người sử dụng tự động hoá toàn bộ quy trình giao dịch trực tuyến 24/7, góp phần giảm sai sót, nhầm lẫn và giảm chi phí nhân sự, hoạt động.

- Tích hợp công nghệ sinh trắc học trong định danh khách hàng eKYC trên các hệ thống NHTT hoặc hotline.

- Cải tiến và triển khai giải pháp corebanking lõi cho dịch vụ NHTT để bảo đảm an ninh mạng cho hệ thống và lưu giữ các dữ liệu khách hàng quan trọng hỗ trợ các công tác thống kê và phân tích quản lý dữ liệu khách hàng.

- Sử dụng hệ thống nhận dạng giọng nói, gương mặt, vân tay là các công nghệ hỗ trợ khách hàng tiếp cận thông tin về sản phẩm dịch vụ dễ dàng và thuận tiện hơn, ví dụ các dịch vụ như tư vấn đầu tư, truy vấn tài khoản...

- Hình thành các trung tâm quản lý và sử dụng dữ liệu riêng của VPBank. Vì dữ liệu khách hàng là nguồn tài nguyên vô giá cho nên VPBank luôn phải biết cách thức tổ chức nhằm quản lý và sử dụng dữ liệu tối ưu cũng như hiệu quả nhất.

- Phát triển hạ tầng nền tảng bao gồm cơ sở hạ tầng về viễn thông, kỹ thuật số và tài chính như internet băng thông rộng, các dịch vụ thanh quyết toán... tạo điều kiện cho việc thu thập, xử lý và truyền dữ liệu hiệu quả, chi phí thấp.

Hai là, tăng cường hoạt động tư vấn, hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch vụ NHTT ngay từ lúc khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ để khách hàng hiểu rõ được mức độ an toàn của một giao dịch thực hiện trên môi trường internet của VPBank.

Ba là, tập trung xây dựng cuốn cẩm nang dịch vụ NHTT, công nghệ, dịch vụ dành cho các chi nhánh, đối tác liên kết nhằm cập nhật thông tin nhanh chóng, chính xác, kịp thời và hữu ích cho khách hàng. Cuốn cẩm nang cần đảm bảo các nội dung cần thiết ngắn gọn, thiết kế bắt mắt, dễ hiểu đến từng Chi nhánh, phòng giao dịch và khách hàng (thông qua hình thức gửi trực tiếp, gửi email, fax...), đăng công khai trên cổng thông tin điện tử của VPBank để khách hàng dễ dàng tiếp cận.

Bốn là, gia tăng sự thuận tiện, dễ sử dụng của dịch vụ NHTT

- VPBank nên thường xuyên gửi các tin nhắn, phát tờ rơi, hướng dẫn sử dụng cho khách hàng thường xuyên đồng thời thiết lập các đường dây nóng để trợ giúp khi khách

hàng cần sự giúp đỡ. Bên cạnh đó, website của VPBank cần được thiết kế khoa học để giúp khách hàng dễ dàng tìm kiếm thông tin về dịch vụ NHĐT nói chung và dịch vụ NHTT nói riêng.

- VPBank nên tiếp tục tập trung phát triển dịch vụ NHTT qua hình thái Mobile Client Application, là dịch vụ trên điện thoại thông minh và cũng là xu hướng phát triển của các NHTM hiện nay. VPBank cần nghiên cứu và đầu tư hợp lý để thiết lập các giao diện NHTT thật đơn giản và giao diện thiết kế phải phù hợp với thói quen sử dụng của khách hàng.

- Kênh chuyển dữ liệu NHTT giữa khách hàng và ngân hàng phải linh hoạt giữ GRPS/Wifi/3G để tạo điều kiện cho khách hàng kết nối 24/24 với ngân hàng khi khách hàng thường xuyên di chuyển và chọn kênh kết nối phù hợp.

3.2.2. Giải pháp về sự đáp ứng

Ở giải pháp này, tác giả tập trung vào việc đảm bảo cung ứng dịch vụ đúng như những gì đã cam kết và sự sẵn có của dịch vụ để tạo sự tin tưởng của khách hàng, VPBank cần thực hiện một số giải pháp sau:

Một là, hoàn thiện quy trình hoạt động dịch vụ NHTT

- VPBank cần ban hành quy trình hoạt động và quản trị rủi ro đối với dịch vụ NHTT. Trong quy trình hoạt động và quản trị rủi ro của dịch vụ NHTT phải quy định rõ trách nhiệm của tất cả các bộ phận của ngân hàng: từ trách nhiệm định hướng đến giám sát.

- VPBank cần thiết lập các quy trình và cơ chế giải quyết các khiếu nại của khách hàng liên quan đến sử dụng dịch vụ NHTT trong nội bộ hệ thống ngân hàng và liên ngân hàng làm cho khách hàng cảm nhận được sự an toàn trong quá trình dùng dịch vụ NHTT tại VPBank.

- VPBank cũng cần ban hành quy trình quy định rõ trách nhiệm của các bên trong quá trình hợp tác với các bên thứ ba như đại lý chấp nhận thanh toán, công ty viễn thông, công ty phần mềm... để có thể kiểm soát rủi ro tiềm ẩn cho ngân hàng.

- Trong quy trình vận hành hệ thống NHTT cũng cần quy định rõ cơ chế giải quyết khi xảy ra sự cố để khôi phục niềm tin của khách hàng cũng như chế độ báo cáo, kiểm tra định kỳ để hạn chế các rủi ro đáng tiếc có thể xảy ra, đảm bảo cung ứng dịch vụ đúng như những gì VPBank đã cam kết với khách hàng.

Hai là, đa dạng hoá tiện ích của dịch vụ NHTT tại VPBank

- Đẩy mạnh, liên kết hợp tác trong nghiên cứu phát triển các tiện ích công nghệ

VPBank hiện nay đã liên kết với một số công ty Fintech có thương hiệu tại Việt Nam như Momo, ShopeePay, ZaloPay, VNPay... tuy nhiên đó chưa phải là tất cả. VPBank có thể tìm hiểu và đẩy mạnh hơn kênh liên kết này với các công ty FinTech khác như Sky Mavis, Trusting social, Timo,... để đưa ra các giải pháp sáng tạo và linh hoạt, có thể giúp VPBank nâng cao chất lượng dịch vụ.

Ngoài ra, VPBank có thể liên kết với công ty phần mềm kinh nghiệm và chuyên môn cao trong việc phát triển ứng dụng và giải pháp công nghệ như Công ty Cổ phần Giải pháp Công nghệ Viettel, Công ty TNHH Hệ thống Thông tin FPT... để nâng cấp và tối ưu hoá hệ thống dịch vụ NHTT.

- Gia tăng tính hữu ích của dịch vụ NHTT

Để cung cấp các loại hình dịch vụ đến đa dạng đối tượng khách hàng, ứng dụng NHTT VPBank NEO cần cung cấp giao diện và hỗ trợ bằng nhiều ngôn ngữ khác nhau.

Ngoài ra, VPBank cần mở rộng các dịch vụ tài chính như cho phép khách hàng mua bán cổ phiếu, trái phiếu và các quỹ đầu tư ngay trên ứng dụng VPBank NEO. Đồng thời, phát triển các công cụ tư vấn tài chính tự động dựa trên trí tuệ nhân tạo để giúp khách hàng lập kế hoạch tài chính cá nhân, tiết kiệm và đầu tư hiệu quả. Bên cạnh đó, VPBank nên cung cấp dịch vụ tư vấn và hỗ trợ trực tiếp qua video call với nhân viên ngân hàng.

VPBank cũng cần tích hợp với các nền tảng xã hội như Facebook, Twitter, Instagram... để cho phép khách thực hiện các giao dịch thanh toán thông qua các nền tảng này. Đồng thời, hỗ trợ API mở để tích hợp với các bên thứ ba như dịch vụ kế toán, phần mềm quản lý doanh nghiệp... nhằm đa dạng hoá tiện ích dịch vụ NHTT cho các khách hàng doanh nghiệp.

3.2.3. Giải pháp về sự sẵn sàng của hệ thống

Để tiếp tục phát huy thành công trong việc đáp ứng sự sẵn sàng của hệ thống, VPBank cần triển khai các giải pháp đồng bộ như sau:

Một là, nghiên cứu và xây dựng hệ thống dự phòng trong trường hợp hệ thống ngân hàng lỗi gặp sự cố, không thể thực hiện giao dịch của khách hàng. Thực tế, việc khách hàng thực hiện các giao dịch NHTT (chuyển tiền, thanh toán hoá đơn) có thể bị gián đoạn do lỗi hệ thống của VPBank hoặc nâng cấp hệ thống. Do đó, trong các tình huống này, VPBank cần cung cấp giải pháp sử dụng website dự phòng khác lập tức để không ảnh hưởng tới hoạt động sử dụng dịch vụ NHTT của khách hàng.

Hai là, trong trường hợp cần tạm ngừng hoạt động của hệ thống để nâng cấp, bảo trì thì VPBank cần thông báo trước 1-2 ngày cho khách hàng, đồng thời hướng dẫn khách hàng thực hiện những giải pháp thay thế trong trường hợp khẩn cấp.

Ba là, đầu tư công nghệ hiện đại để nâng cao chất lượng đường truyền internet của VPBank nhằm đảm bảo trang web và ứng dụng NHTT trên mobile của VPBank có thể truy cập và ngay hoạt động ngay lập tức. Mặt khác, cần phải đơn giản hoá thủ tục để rút ngắn thời gian hỗ trợ cho khách hàng.

3.2.4. Giải pháp về sự bảo mật

Để xây dựng và củng cố niềm tin, sự hài lòng của khách hàng, VPBank cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp nâng cao sự bảo mật khi sử dụng dịch vụ NHTT như sau:

Một là, tăng cường bảo mật hệ thống bằng các biện pháp: nhận diện rủi ro, kịp thời cập nhật các bản nâng cấp của hệ thống CoreBanking, cập nhật thường xuyên các phần mềm diệt virus mới để kịp thời phát hiện, xử lý ngay các sự cố xâm nhập trái phép vào hệ thống CNTT của ngân hàng. Định kỳ hàng tháng kiểm tra việc tuân thủ quy định về việc cài đặt các phần mềm trái phép, kết nối các máy tính có kết nối internet vào hệ thống thông tin nội bộ của VPBank.

Hai là, thực hiện hậu kiểm, kiểm soát hàng ngày các báo cáo, giao dịch hoạt động NHTT đúng quy định. Phối hợp với các đơn vị có liên quan để khắc phục các sai sót xảy ra nhanh chóng, kịp thời.

Ba là, đối với nhân sự hệ thống, VPBank cũng phải thiết lập phân quyền phù hợp, kiểm soát việc sử dụng chính xác mã số người sử dụng và mật khẩu người sử dụng phải thay đổi thường xuyên, kiểm soát chặt chẽ để đảm bảo hạn mức được đăng nhập hệ thống theo chức trách công việc của mỗi người, bảo đảm rằng người không có quyền hạn không thể xem và sử dụng trái phép hệ thống thông tin quan trọng. Tích cực tuyên truyền, giáo dục tạo nhận thức đối với người có liên quan về bảo mật hệ thống thông tin của VPBank đối với việc sử dụng mật khẩu và xem đó như trách nhiệm, nghĩa vụ đi kèm với nhiệm vụ công việc.

Bốn là, đối với các đối tác tham gia, VPBank cũng cần có giải thích cụ thể, dễ nhớ về cách tạo và sử dụng mã số truy cập và mật khẩu khi đăng nhập vào tài khoản cũng như những biện pháp nhằm bảo đảm an toàn cho mật khẩu của khách hàng sử dụng.

Năm là, triển khai áp dụng an toàn thông tin theo các tiêu chuẩn quốc tế như hệ thống quản lý an toàn bảo mật thông tin theo tiêu chuẩn ISO 27001, áp dụng tiêu chuẩn

an ninh dữ liệu thẻ PCI DSS, áp dụng “khung tiêu chuẩn bảo mật khách hàng” của SWIFT với các yêu cầu liên quan đến sự an toàn của khách hàng trong các giao dịch.

3.2.5. Giải pháp về sự phản ứng

Một là, xây dựng những chuẩn mực ứng xử đối với nhân viên trong khi làm việc với khách hàng. VPBank cần đưa ra những chuẩn mực đối với nhân viên dịch vụ khách hàng, về thái độ phục vụ của toàn thể nhân viên trong ngân hàng để tạo sự khác biệt, đặc trưng của VPBank. Tổ chức thường niên chương trình “khách hàng bí mật” và bảo đảm được tính nghiêm túc và bảo mật của chương trình giúp Ban giám đốc VPBank dễ dàng nhìn nhận thái độ làm việc của nhân viên một cách khách quan. Có chế độ khen thưởng sau mỗi lần đánh giá của chương trình và có những phê bình, chia sẻ nhằm cải tiến hệ thống dịch vụ khách hàng ngày một hoàn thiện hơn.

Hai là, VPBank cần tổ chức khoá đào tạo chuyên sâu về các kỹ năng xử lý các tình huống khẩn cấp trong quá trình cung ứng dịch vụ NHTT như kỹ năng phản ứng nhanh, kỹ năng phát hiện và đánh giá rủi ro cho cán bộ nhân viên thông qua các hội thảo chuyên đề hoặc thảo luận để cán bộ nhân viên có thể chia sẻ các kinh nghiệm xử lý, giải quyết tình huống cho nhau, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank.

Ba là, VPBank cần quán triệt đội ngũ nhân viên tuân thủ đầy đủ các bước lắng nghe thắc mắc, giải quyết khiếu nại của khách hàng như sau:

+ Bước 1 – Lắng nghe: cán bộ nhân viên hãy để khách hàng trình bày hết vấn đề và các yêu cầu của họ, không được phép cắt ngang lời khách.

+ Bước 2 – Xin lỗi: không có gì làm khách hàng hài lòng hơn lời xin lỗi chân thành từ phía cán bộ nhân viên và thái độ sẵn sàng đưa ra biện pháp giải quyết yêu cầu của họ.

+ Bước 3 – Đặt câu hỏi: điều này rất quan trọng để cán bộ nhân viên có thể nắm rõ được toàn bộ vấn đề của khách hàng.

+ Bước 4 – Đưa ra hướng xử lý: nên đưa ra hướng giải quyết nhanh chóng, chính xác. Nếu vấn đề cần phải có thời gian để kiểm tra lại, đối chiếu mới có thể kết luận được, cán bộ nhân viên phải đưa ra khoảng thời gian chi tiết là khi nào, giờ nào hoặc ngày nào thì vấn đề sẽ được lý và tuyệt đối không quên thông báo đến khách hàng kết quả cuối cùng của quá trình xử lý vấn đề. Trong trường hợp này nên cho khách hàng biết tên, số điện thoại mà người họ có thể liên lạc khi cần thiết.

+ Bước 5 – Cảm ơn: hãy cảm ơn khách hàng về sự kiên nhẫn và thời gian của họ. Cán bộ nhân viên cần nhận thức đầy đủ rằng, lời phàn nàn của khách hàng không chỉ là

một cơ hội để ngân hàng cải thiện và hoàn thiện hơn chất lượng dịch vụ mà còn là cơ hội để giữ chân khách hàng.

3.2.6. Giải pháp về sự bồi thường

Để bảo vệ quyền lợi của khách hàng, đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT và củng cố niềm tin của khách hàng khi sử dụng dịch vụ NHTT, VPBank cần thực hiện đồng bộ một số giải pháp sau:

Một là, VPBank cần thiết lập các chính sách rõ ràng về việc bồi thường cho khách hàng khi xảy ra lỗi giao dịch hoặc gian lận. Theo đó, VPBank cần phân loại rõ các trường hợp được bồi thường như:

- Sai sót kỹ thuật từ hệ thống: Nếu hệ thống của ngân hàng xảy ra lỗi dẫn đến việc khách hàng bị thiệt hại tài chính, VPBank sẽ xem xét và thực hiện bồi thường theo quy định đã ban hành tại điều kiện giao dịch chung về cung cấp và sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử áp dụng đối với khách hàng cá nhân.

- Gian lận từ bên thứ ba: Trong trường hợp khách hàng bị mất tiền do gian lận (giả mạo, tấn công mạng) và ngân hàng xác định lỗi không phải do khách hàng, VPBank có thể bồi thường thiệt hại cho khách hàng.

- Chậm trễ trong giao dịch: Nếu giao dịch trực tuyến không được thực hiện hoặc bị chậm trễ do lỗi từ hệ thống, VPBank có trách nhiệm xử lý yêu cầu hoàn tiền hoặc bồi thường thiệt hại nếu phát sinh chi phí hoặc mất mát.

Đồng thời, đảm bảo quy trình hoàn tiền nhanh chóng và minh bạch cho các giao dịch không thành công hoặc bị lỗi do lỗi hệ thống của VPBank.

Hai là, VPBank nên mua bảo hiểm cho các giao dịch trực tuyến để đảm bảo khả năng bồi thường cho khách hàng khi xảy ra sự cố ngoài ý muốn. Ngoài ra, VPBank cần tạo lập quỹ dự phòng cho các trường hợp cần bồi thường nhanh chóng, đảm bảo khả năng tài chính để đáp ứng mọi tình huống.

Ba là, khi xảy ra sự cố, VPBank cần thông báo cho khách hàng một cách nhanh chóng và minh bạch về tình hình và các biện pháp đang được thực hiện để khắc phục. Bên cạnh đó, cần cung cấp dịch vụ hỗ trợ khách hàng 24/7 để giải đáp các thắc mắc và hỗ trợ khách hàng trong quá trình khiếu nại và bồi thường.

Bốn là, xây dựng các chương trình ưu đãi, khuyến mại hấp dẫn cho khách hàng bị ảnh hưởng bởi các sự cố, có thể là đền bù bằng tiền mặt hoặc chiết khấu giảm giá mua hàng, lãi suất hấp dẫn cho các khoản vay hoặc gửi tiết kiệm.

3.2.7. Giải pháp về sự liên hệ

Để cung cấp dịch vụ NHTT một cách hiệu quả, VPBank cần có giải pháp liên hệ với khách hàng một cách thuận tiện, nhanh chóng và tin cậy, cụ thể:

Một là, cung cấp kênh liên lạc đa dạng

- VPBank cần cung cấp tổng đài chăm sóc khách hàng 24/7 với các số điện thoại dễ nhớ chuyên biệt dành riêng cho dịch vụ NHTT và dễ tiếp cận cho khách hàng.

- Cung cấp dịch vụ chat trực tuyến trên website và ứng dụng NHTT trên mobile để khách hàng có thể nhanh chóng nhận được sự hỗ trợ.

- Đảm bảo hệ thống email hỗ trợ hoạt động hiệu quả và phản hồi nhanh chóng các yêu cầu của khách hàng.

- Sử dụng các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Twitter, và Instagram để tương tác và hỗ trợ khách hàng.

Hai là, cung cấp ứng dụng ngân hàng di động với tính năng chat hỗ trợ, thông báo đẩy (push notifications) và khả năng liên hệ trực tiếp với bộ phận hỗ trợ. Thiết lập trang web hỗ trợ với các tài liệu hướng dẫn, FAQ (câu hỏi thường gặp) và các hình thức liên hệ trực tiếp.

Ba là, đảm bảo thời gian phản hồi nhanh chóng cho mọi yêu cầu liên hệ của khách hàng, đặt ra các tiêu chuẩn thời gian phản hồi cho từng kênh liên lạc. Đồng thời, đảm bảo nhân viên hỗ trợ được đào tạo tốt và có khả năng giải quyết vấn đề của khách hàng một cách hiệu quả và triệt để.

Bốn là, sử dụng dữ liệu khách hàng để cá nhân hóa các tương tác và hỗ trợ, giúp khách hàng cảm thấy được quan tâm và chăm sóc. Lưu trữ lịch sử liên hệ và giao dịch của khách hàng để cung cấp dịch vụ hỗ trợ liền mạch và chính xác.

Năm là, sử dụng chatbot để giải quyết các câu hỏi phổ biến và hỗ trợ khách hàng ngoài giờ làm việc của nhân viên. Đồng thời, triển khai hệ thống trả lời tự động cho các câu hỏi đơn giản và chuyển tiếp các vấn đề phức tạp cho nhân viên hỗ trợ.

Sáu là, đảm bảo tất cả các kênh liên lạc được mã hóa để bảo vệ thông tin cá nhân của khách hàng. Bên cạnh đó, sử dụng các phương pháp xác thực danh tính để đảm bảo người liên hệ là khách hàng thực sự.

3.3. Kiến nghị

3.3.1. Kiến nghị với Chính phủ, Bộ Ban ngành

Thứ nhất, cần có những giải pháp nhằm thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt. Chính phủ cần có các văn bản quy định mang tính chất pháp lý cao hơn về việc thanh toán không dùng tiền mặt. Theo đó, cần xác định rõ ràng quyền lợi, nghĩa vụ của từng chủ thể trong thanh toán không dùng tiền mặt. Trên cơ sở đó, thực hiện quản trị rủi ro pháp lý để đảm bảo tương thích với các tiêu chuẩn quốc tế nhằm tạo dựng môi trường kinh doanh bình đẳng, đảm bảo quyền tham gia thị trường và lợi ích của các chủ thể liên quan, xây dựng cơ chế bảo vệ khách hàng hiệu quả và đảm bảo quy trình giải quyết tranh chấp khách quan.

Thứ hai, khuyến khích và hỗ trợ các NHTM hiện đại hoá công nghệ ngân hàng để phục vụ yêu cầu phát triển của nền kinh tế nước nhà. Chính phủ cần hỗ trợ hơn nữa đối với sự phát triển của dịch vụ ngân hàng hiện đại bằng các chương trình phát triển bưu chính viễn thông và internet. Đây là điều kiện, nền tảng thúc đẩy các NHTM hiện đại hoá công nghệ và phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại. Đồng thời Chính phủ cần miễn giảm thuế thu nhập đối với các loại hình dịch vụ ngân hàng tạo cơ hội giúp cho NHTM tiết giảm chi phí sản xuất kinh doanh, tích tụ vốn đầu tư phát triển dịch vụ. Chính phủ cần cho phép các NHTM được hưởng cơ chế khuyến khích đầu tư trong nước hơn các ngân hàng quốc tế, đối với hoạt động đầu tư hiện đại hoá kỹ thuật công nghệ nhằm phát triển các dịch vụ ngân hàng quan trọng và cần thiết.

Thứ ba, xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật. Xây dựng và hoàn thiện hệ thống văn bản pháp luật, nhất là thông tư và nghị định về các hoạt động kinh doanh trên mạng internet, là cơ sở pháp lý giải quyết khiếu kiện. Xây dựng tiêu chuẩn chung và cơ sở pháp lý về văn bản điện tử, hợp đồng điện tử và chứng thực điện tử.

Để tạo thuận lợi khi các chứng từ điện tử đưa vào hoạt động, Chính phủ phải xây dựng mạng lưới các đơn vị, tổ chức quản lý, cấp phát, công chứng chữ ký điện tử và chứng nhận điện tử. Xây dựng một hệ thống quản lý cơ sở dữ liệu quốc gia nhằm hỗ trợ các công tác cấp, chứng thực chứng từ điện tử trở nên nhanh chóng và hiệu quả.

Thứ tư, hiện đại hoá cơ sở hạ tầng viễn thông và internet. Thực hiện số hoá các tổ chức kinh doanh dịch vụ, các NHTM và tổ chức tín dụng, nâng tốc độ đường truyền internet, cắt giảm cước phí. .. tạo thuận lợi cho cả xã hội khi tiếp cận các dịch vụ trực tuyến cho đời sống hàng ngày cũng như sản xuất kinh doanh. Xây dựng hạ tầng viễn

thông hiện đại, chất lượng cao, không gây nghẽn mạng, giảm giá cước hợp lý, chống độc quyền viễn thông.

3.3.2. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

Thứ nhất, Ngân hàng Nhà nước phải liên tục cập nhật và đồng bộ pháp lý nhằm quản lý, kiểm soát, tạo môi trường thuận tiện cho các loại hình, phương thức, hệ thống dịch vụ NHTT. Đồng thời ban hành các chế độ, chính sách thúc đẩy tăng trưởng, tạo sự cạnh tranh công bằng cho các NHTM và các tổ chức không phải ngân hàng; tăng cường các biện pháp bảo vệ lợi ích hợp pháp của người sử dụng các dịch vụ NHTT.

Thứ hai, Ngân hàng Nhà nước cần có chính sách khuyến khích, thúc đẩy NHTM phát triển theo đúng định hướng và bảo đảm tăng trưởng bền vững. Ngân hàng Nhà nước cần tăng cường các diễn đàn, hội nghị thường niên theo chủ đề NHTT để các NHTM có cơ hội giao lưu, học tập kinh nghiệm. Ngân hàng Nhà nước cần tập trung đầu tư nhiều hơn cho phát triển hệ thống các chương trình, dự án để giúp hệ thống ngân hàng Việt Nam chủ động nâng cao khả năng điều hành, kiểm soát, phân tích, đánh giá và phát triển hệ thống giao dịch NHTT liên ngân hàng.

Thứ ba, Ngân hàng Nhà nước phải đẩy mạnh công tác chỉ đạo với các NHTM trong công tác quản lý, kiểm tra, giám sát đặc biệt là đối với các trường hợp có tính chất phức tạp, nguy cơ làm mất an toàn hệ thống.

Thứ tư, Ngân hàng Nhà nước phải liên tục theo dõi, cập nhật tình hình an ninh mạng trong nước và thế giới để khuyến cáo các NHTM chủ động phòng ngừa, khắc phục các sự cố, lỗ hổng bảo mật kịp thời. Ngân hàng Nhà nước phải hợp tác chặt chẽ, thường xuyên với các cơ quan chuyên môn. Tăng cường các quy trình và giải pháp bảo đảm an ninh, an toàn, thông tin. Phát hiện, đấu tranh, phòng ngừa, phát hiện và xử lý kịp thời các vi phạm pháp luật thuộc lĩnh vực NHTT.

KẾT LUẬN

Trong xu thế hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, sự cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng trở lên gay gắt. Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 đã tác động thay đổi cơ bản phương thức sản xuất trong thời kỳ hiện nay. Sự phát triển vượt bậc của internet khiến cho thị trường dịch vụ NHTT trở thành một thị trường tiềm năng mang lại lợi nhuận và lợi nhuận to lớn cho các ngân hàng.

Trong bối cảnh tại Việt Nam, dịch vụ NHTT đang trở thành một trong những kênh giao dịch và bán lẻ hiệu quả giúp ngân hàng tiết kiệm chi phí trong khi hiệu quả được nâng cao khiến cho các ngân hàng nhanh chóng đẩy mạnh hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT để chiếm ưu thế trong kinh doanh.

Để không bị tụt hậu trong thời đại công nghệ số và kinh tế số, là một định chế tài chính lớn trong hệ thống ngân hàng Việt Nam, VPBank luôn chú trọng đầu tư hạ tầng công nghệ thông tin, ứng dụng các công nghệ mới để nâng cao trải nghiệm khách hàng và nâng cao hiệu quả hoạt động. Đề án **“Chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank)”** đã đạt được những kết quả sau:

Đề án đã hệ thống hoá được cơ sở lý luận và thực tiễn về chất lượng dịch vụ NHTT của NHTM. Xác định được các tiêu chí đo lường chất lượng dịch vụ NHTT của NHTM.

Trên cơ sở lý thuyết được hệ thống hoá, tác giả đã phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank trong 3 năm từ 2021-2023. Đề án cũng xác định được một số ưu điểm và hạn chế cũng như nguyên nhân của các hạn chế. Từ đó, tác giả đề xuất 7 giải pháp dựa trên các yếu tố cấu thành để nâng cao chất lượng dịch vụ NHTT của VPBank tới năm 2027 và tầm nhìn tới năm 2030.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, đề án vẫn còn một số hạn chế nhất định như thời gian nghiên cứu ngắn, mẫu khảo sát chưa đa dạng và số lượng nhỏ, chưa phỏng vấn một cách toàn diện các đối tượng khách hàng và trong nội bộ VPBank để đánh giá chính xác hơn chất lượng dịch vụ NHTT. Do đó, trong các nghiên cứu tiếp theo, tác giả sẽ tiến hành mở rộng phạm vi nghiên cứu đối với khách hàng nói chung đồng thời mở rộng phạm vi nghiên cứu để mẫu mang tính đại diện hơn và phỏng vấn toàn diện các đối tượng hơn.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

1. Báo cáo thường niên của VPBank các năm từ 2021-2023.
2. Hồ Thị Thanh Diệu (2016), *Chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam Chi nhánh TP. Hồ Chí Minh*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Ngân hàng Thành phố Hồ Chí Minh.
3. Lê Thị Thanh Xuân, Đỗ Thị Thuý Tiên, Trần Thị Tuyết (2018), ‘Lý do cản trở khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến (Internet Banking) - Một nghiên cứu tại thành phố Hồ Chí Minh’, *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh*, 34 (3), 1-14.
4. Nguyễn Danh Nam & Uông Thị Ngọc Lan (2024), ‘Sự tin tưởng của khách hàng đối với dịch vụ ngân hàng điện tử trong bối cảnh đánh cắp danh tính trực tuyến - Nghiên cứu thực nghiệm trên địa bàn Hà Nội’, *Tạp chí Kinh tế - Luật & Ngân hàng*, 263, 48-58.
5. Nguyễn Đình Phan & Đặng Ngọc Sự (2012), *Giáo trình quản trị chất lượng*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
6. Nguyễn Minh Kiều (2012), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*, Nhà xuất bản Lao động xã hội, Thành phố Hồ Chí Minh.
7. Nguyễn Thị Cẩm Phú, Trần Anh Minh (2020), ‘Mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến lựa chọn dịch vụ ngân hàng trực tuyến của khách hàng cá nhân’, *Tạp chí Kinh tế - Kỹ thuật*, 4, 47-56.
8. Nguyễn Thị Hồng Diễm (2022), *Ảnh hưởng của chất lượng dịch vụ ngân hàng số đến sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng đối với ngân hàng trong bối cảnh Covid - 19*, Luận văn Thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
9. Nguyễn Thị Ngọc Huyền, Đoàn Thị Thu Hà, Đỗ Thị Hải Hà (2012), *Giáo trình Quản lý học*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
10. Nguyễn Văn Hạnh (2022), *Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ Ngân hàng trực tuyến tại Agribank - Chi nhánh tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Bà Rịa - Vũng Tàu.
11. Phạm Ngọc Tân (2013), *Giải pháp phát triển dịch vụ Ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam đến năm 2020*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
12. Tạ Văn Chung (2018), *Các nhân tố ảnh hưởng tới mức độ hài lòng của khách hàng với dịch vụ Ngân hàng trực tuyến tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu – phòng giao dịch Linh Đàm*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

13. Trần Văn Châu (2009), *Các yếu tố ảnh hưởng đến thỏa mãn chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến được cung cấp bởi ngân hàng TMCP xăng dầu Petrolimex*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
14. Trương Đức Bảo (2003), 'Ngân hàng điện tử và các phương tiện giao dịch thanh toán điện tử', *Tạp chí Tin học Ngân hàng*, 4, 6-7.
15. Võ Thị Thanh Lộc (2010), *Giáo trình phương pháp nghiên cứu khoa học và viết đề cương nghiên cứu: Ứng dụng trong lĩnh vực kinh tế - xã hội*, Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ, Cần Thơ.
16. Vũ Thị Hiền (2014), *Hoàn thiện dịch vụ ngân hàng trực tuyến của ngân hàng thương mại cổ phần đầu tư và phát triển Việt nam (BIDV) trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.

Tài liệu tiếng Anh

17. Bauer, H. H., Falk, T., & Hammerschmidt, M. (2006), 'eTransQual: a transaction process-based approach for capturing service quality in online shopping', *Journal of Business Research*, 59 (7), 866-875.
18. Ho, C. B., & Lin, W. C. (2010), 'Measuring the service quality of internet banking: Scale development and validation', *European Business Review*, 22 (1), 5-21
19. Daniel, E. (1999), 'Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland', *International Journal of Bank Marketing*, 17 (2), 72-82.
20. Keskar, M. Y., & Pandey, N. (2018), 'Internet Banking: A Review (2002-2016)', *Journal of Internet Commerce*, 17, 310-323.
21. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988), 'SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality', *Journal of Retailing*, 64, 12-40.
22. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005), 'E-S-QUAL: A multiple item scale for assessing electronic service quality', *Journal of Service Research*, 7 (3), 213-233.
23. Singh, B., & Malhotra, P. (2004), 'Adoption of Internet banking: An empirical investigation of Indian banking Sector', *Journal of Internet Banking and Commerce*, 9 (2), 1-19.
24. Zeithaml, V. A., Parasuraman, A. P., & Malhotra, A. (2002), 'Service quality delivery through Web sites: a critical review of extant knowledge', *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30 (4), 362-375.

PHỤ LỤC

Phụ lục 01

PHIẾU KHẢO SÁT KHÁCH HÀNG

(Về chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng)

Kính gửi: Quý khách hàng!

Tôi là Nguyễn Bảo Vinh – Học viên cao học chuyên ngành Quản lý Kinh tế và Chính sách của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân. Tôi đang thực hiện nghiên cứu đề án tốt nghiệp “**Chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank)**”.

Tôi hy vọng quý khách có thể dành một chút thời gian để trả lời một số câu hỏi trong phiếu khảo sát này. Tôi cam kết các thông tin quý khách cung cấp được bảo mật tuyệt đối và chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu của đề án tốt nghiệp này.

Rất mong nhận được sự hợp tác, giúp đỡ của quý khách!

Quý khách vui lòng cho biết mức độ đồng ý của mình đối với các phát biểu sau về chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) trong thời gian qua, bằng cách đánh dấu “X” vào ô điểm bên dưới:

1 = Rất không hài lòng 2 = Không hài lòng 3 = Phân vân
4 = Hài lòng 5 = Rất hài lòng

Tiêu chí	Nội dung	Mức độ đánh giá				
		1	2	3	4	5
Sự hiệu quả	Tôi dễ dàng hoàn tất giao dịch thông qua dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tôi dễ dàng tìm thấy thông tin mình cần trên ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tôi nhận thấy các thông tin trên ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank rõ ràng và thao tác đơn giản	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tôi có thể truy cập ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank tại bất kỳ đâu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự đáp ứng	Dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank hoạt động liên tục 24/7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	Dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank được cung cấp đúng như những gì đã cam kết	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	DV NHTT đáp ứng hầu hết các nhu cầu giao dịch với ngân hàng của khách hàng (so với dịch vụ trực tiếp)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	VPBank thực hiện các dịch vụ ngân hàng trực tuyến luôn chính xác ngay từ lần đầu tiên	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự sẵn sàng của hệ thống	Khi sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến, hệ thống giao dịch của VPBank hoạt động ổn định, không xảy ra tình trạng tắc nghẽn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	VPBank cung cấp sự xác nhận nhanh chóng sau khi tôi thực hiện một lệnh giao dịch hoặc sau khi một giao dịch nào đó hoàn thành ngay lần đầu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Hệ thống ngân hàng trực tuyến của VPBank thường xuyên được cập nhật phần mềm, ứng dụng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Thông tin tài khoản được cập nhật ngay khi tôi giao dịch xong trên ngân hàng trực tuyến của VPBank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự bảo mật	VPBank bảo vệ thông tin về hành vi mua sắm của tôi trên website giao dịch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	VPBank không chia sẻ thông tin cá nhân/dữ liệu giao dịch của tôi với các ngân hàng hoặc tổ chức khác	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tôi cảm thấy an toàn về giao dịch của mình trên ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Ứng dụng ngân hàng trực tuyến của VPBank bảo vệ thông tin về ID khách hàng/mật khẩu/mã pin của tôi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự phản ứng	Nhân viên của VPBank luôn nhiệt tình giải quyết nhanh chóng các vấn đề khách hàng gặp phải khi thực hiện giao dịch trên ngân hàng trực tuyến	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	VPBank luôn lắng nghe và ghi nhận ý kiến đóng góp của khách hàng về dịch vụ ngân hàng trực tuyến	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Nhân viên của VPBank tư vấn, hướng dẫn cho khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến hiệu quả	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Nhân viên của VPBank đáp ứng nhanh chóng yêu cầu của khách hàng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Sự bồi thường	Tôi nhận được đền bù tương xứng khi lỗi thuộc về hệ thống ngân hàng trực tuyến của VPBank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tôi nhận được đền bù khi VPBank không thực hiện cung cấp dịch vụ ngân hàng trực tuyến đúng như cam kết	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tôi cảm thấy mức đền bù nhận được từ VPBank là thỏa đáng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự liên hệ	VPBank công khai phương thức liên lạc	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Luôn có nhân viên phản hồi bất cứ phát sinh nào trong quá trình giao dịch trên nền tảng ngân hàng trực tuyến của VPBank	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tôi có thể liên lạc trực tiếp với nhân viên của VPBank thông qua ứng dụng ngân hàng trực tuyến	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tóm lại, Ông/Bà đánh giá như thế nào về chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank?

Rất kém Kém Bình thường Tốt Rất tốt

Ông/Bà đánh giá như nào về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank? (1 = Không ảnh hưởng, 2 = Ít ảnh hưởng, 3 = Bình thường, 4 = Ảnh hưởng, 5 = Rất ảnh hưởng)

Các yếu tố ảnh hưởng	Mức độ ảnh hưởng				
	1	2	3	4	5
Sự hiệu quả	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự đáp ứng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự sẵn sàng của hệ thống	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự bảo mật	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự phản ứng	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự bồi thường	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sự liên hệ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Một lần nữa, xin chân thành cảm ơn sự đóng góp của quý khách hàng!

Phụ lục 02**CÁC DỊCH VỤ NHTT TRÊN THẺ GIỚI HIỆN CÓ**

STT	Loại dịch vụ NHTT	Định nghĩa
1	Vấn tin số dư	Khách hàng có thể biết số dư tài khoản và có thể xem/tải về sao kê tài khoản
2	Chuyển tiền	Chuyển tiền của một khách hàng từ một chi nhánh tại một thành phố này đến bất kỳ chi nhánh nào ở thành phố khác
3	Chuyển tiền cho bên thứ ba	Chuyển tiền của một khách hàng từ một chi nhánh tại một thành phố này đến tài khoản của người khác tại cùng chi nhánh hoặc bất kỳ chi nhánh nào tại cùng hoặc khác thành phố
4	Thanh toán hoá đơn	Giao hoá đơn trên internet và cung cấp cho khách hàng cơ hội để kiểm tra và thanh toán những hoá đơn này trực tuyến
5	Mở tài khoản	Áp dụng hệ thống internet để mở tài khoản
6	Bảo hiểm	Mua bảo hiểm trực tuyến
7	Tra cứu tài khoản DEAMAT	Cho phép xem chi tiết tài khoản DEAMAT và thực hiện giao dịch
8	Môi giới	Cung cấp dịch vụ môi giới trực tuyến
9	Đầu tư	Mua các khoản đầu tư trực tuyến
10	Ứng dụng cho vay	Áp dụng cho một khoản vay trực tuyến
11	Nhận được cảnh báo	Đăng ký nhận cảnh báo qua email hoặc tin nhắn, ví dụ số dư tài khoản tối thiểu
12	Nhận sao kê hàng tháng bằng email	Đăng ký nhận sao kê hàng tháng qua email
13	Yêu cầu/đặt hàng/chỉ dẫn thanh toán	Yêu cầu/đặt hàng/chỉ dẫn thanh toán đối với cheque/hối phiếu/dùng thanh toán cheque...
14	Ứng dụng tiền gửi	Áp dụng cho khoản tiền gửi trực tuyến mới
15	Kích hoạt thẻ tín dụng/khoản thanh toán	Ngân hàng có thể thanh toán chi phí thẻ tín dụng/khoản thanh toán của khách hàng
16	Cập nhật lãi suất	Biết được lãi suất trên các khoản tiền gửi và các khoản vay đang trong hiệu lực của ngân hàng
17	Cập nhật tỷ giá hối đoái	Biết được tỷ giá hối đoái của các loại ngoại tệ
18	Thương mại trực tuyến	Mua bán chứng khoán trực tuyến
19	Mua hàng trực tuyến	Thanh toán hoá đơn điện tử thông qua internet banking

STT	Loại dịch vụ NHTT	Định nghĩa
20	Theo dõi tình hình thị trường	Cung cấp những bài bình luận về tình hình thị trường
21	Tra cứu tình trạng cheque	Hiện thị tình trạng cheque (đã được thanh toán/chưa thanh toán/dừng thanh toán)
22	Tra cứu TDS	Ngân hàng yêu cầu khấu trừ TDS cho năm tài chính hiện tại hay năm tài chính trước đó
23	Một tài khoản theo dõi	Theo dõi chi tiết của các tài khoản được duy trì tài nhiều ngân hàng khác nhau thông qua một tài khoản
24	Tổ chức từ thiện trực tuyến	Thanh toán cho hoạt động từ thiện hoặc quyên góp trực tuyến
25	Nộp tiền thuế trực tuyến	Nộp tiền cho các giá trị gia tăng và thuế dịch vụ hay thuế trực tiếp thông qua mạng
26	Đăng ký vé máy bay trực tuyến	Mua vé máy bay trực tuyến thông qua ứng dụng internet banking
27	Khách hàng phản hồi	Phản hồi giữa khách hàng và ngân hàng thông qua email
28	Thay đổi mật khẩu và thông tin người dùng	Khách hàng có thể thay đổi mật khẩu và thông tin bất cứ lúc nào
29	Thuyết minh cho internet banking	Cung cấp sự thuyết minh về các dịch vụ Internet banking thông qua trang web của ngân hàng
30	Dịch vụ NHTT cho doanh nghiệp	Các dịch vụ NHTT cho khách hàng doanh nghiệp, ví dụ việc quản lý tiền mặt của doanh nghiệp

Phụ lục 03**SỐ LƯỢNG CÁC CHI NHÁNH, PHÒNG GIAO DỊCH CỦA VPBANK TRÊN TOÀN QUỐC**

Tỉnh/ Thành phố	Chi nhánh	Phòng giao dịch	Đơn vị khác
Hà Nội	12	61	Hội sở, Trung tâm thẻ
Hải phòng	1	9	
Quảng Ninh	1	2	
Vĩnh Phúc	1	4	
Bắc Giang	1	4	
Nam Định	1	5	
Hải Dương	1	3	
Phú Thọ	1	2	
Thái Nguyên	1	2	
Bắc Ninh	1	2	
Hòa Bình	1	2	
Thái Bình	1	3	
Đà Nẵng	1	10	
Huế	1	6	
Khánh Hòa	1	1	
Nghệ An	1	7	
Thanh Hóa	1	7	
Quảng Bình	1	5	
Quảng Trị	1	2	
Hà Tĩnh	1	5	
Bình Định	1	2	
Hồ Chí Minh	5	27	
Cần Thơ	1	4	
Đồng Nai	1	2	
Long An	1	2	
Kiên Giang	1	1	
An Giang	1	2	
Bình Thuận	1	1	
Vĩnh Long	1	1	
Đồng Tháp	1	1	

Phụ lục 04

BẢNG CÂU HỎI PHÒNG VẤN

Xin chào các Anh/chị, tôi là Nguyễn Bảo Vinh, hiện đang là học viên cao học chuyên ngành Quản lý Kinh tế và Chính sách của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân. Tôi đang tiến hành nghiên cứu đề án về **“Chất lượng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank)”**. Tôi rất hân hạnh được thảo luận với Anh/chị một số vấn đề về liên quan đến thực trạng dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank. Xin quý Anh/chị vui lòng trao đổi thẳng thắn các ý kiến của mình, tất cả các ý kiến đều rất hữu ích cho cuộc nghiên cứu và sẽ góp phần cho VPBank phát triển thị trường dịch vụ ngân hàng trực tuyến thời gian tới.

Câu 1: Anh/chị đã sử dụng các dịch vụ ngân hàng trực tuyến nào do VPBank cung cấp? Vui lòng cho biết mức độ đánh giá của Anh/chị về chất lượng dịch vụ (nếu đã sử dụng)? Nếu chưa sử dụng vui lòng chuyển sang Câu 2.

Câu 2: Anh/chị vui lòng cho biết lý do tại sao chưa sử dụng các dịch vụ ngân hàng trực tuyến của VPBank?

Câu 3: Anh/chị đánh giá loại dịch vụ ngân hàng trực tuyến nào của VPBank có chất lượng thấp nhất? Tại sao? Và Anh/chị có đề xuất nào để cải thiện chất lượng dịch vụ của dịch vụ đó?

Câu 4: Anh/chị đánh giá loại dịch vụ ngân hàng trực tuyến nào của VPBank có chất lượng cao nhất? Tại sao?

Một lần nữa, xin cảm ơn sự hợp tác của Anh/chị!