

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HCM**

**CÔNG TRÌNH DỰ THI
GIẢI THƯỞNG NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN
“NHÀ KINH TẾ TRẺ – NĂM 2010”**

TÊN CÔNG TRÌNH:

**NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG
DỊCH VỤ INTERNET BANKING
TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM**

THUỘC NHÓM NGÀNH: KHOA HỌC KINH TẾ

MỤC LỤC



LỜI MỞ ĐẦU

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM – CHI NHÁNH TÂN BÌNH.....1

1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam..1

1.1.1. Bối cảnh thành lập.....1

1.1.2. Ngành nghề kinh doanh2

1.1.3. Quá trình phát triển và các cột mốc đáng ghi nhớ2

1.2. Các thành tựu nổi bật trong thời gian qua.....3

1.3. Mạng lưới hoạt động5

1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh trong năm vừa qua6

1.5. Mục tiêu của năm 2010.....9

1.6. Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Tân Bình.....10

1.6.1. Lịch sử hình thành và phát triển.....10

1.6.2. Hoạt động mạng lưới, nhân sự11

1.6.3. Sơ đồ tổ chức – Chức năng và nhiệm vụ của các phòng/ban.....11

1.6.3.1. Sơ đồ bộ máy tổ chức hoạt động của Vietcombank Tân Bình.....11

1.6.3.2. Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban12

1.6.4. Tình hình hoạt động kinh doanh tại Vietcombank Tân Bình.....14

1.6.4.1. Về công tác huy động vốn14

1.6.4.2. Về công tác tín dụng.....14

1.6.4.3. Kinh doanh dịch vụ thẻ15

1.6.4.4. Thanh toán xuất nhập khẩu - kinh doanh ngoại tệ.....15

1.6.4.5. Công tác ngân quỹ15

1.6.4.6. Hoạt động kiểm tra, kiểm soát16

1.6.4.7. Kết quả kinh doanh16

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ DỊCH VỤ INTERNET BANKING TẠI VIETCOMBANK.....17

2.1. Cơ sở lý luận về dịch vụ ngân hàng điện tử và Internet Banking.....17

2.1.1. Một số khái niệm cơ bản.....18

2.1.1.1. Thương mại điện tử (E-commerce)17

2.1.1.2. Dịch vụ ngân hàng điện tử (E-banking).....17

2.1.1.3. Dịch vụ ngân hàng qua mạng Internet (Internet Banking)	18
2.1.2. Các giai đoạn phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử.....	19
2.1.3. Các cấp độ của Internet Banking	20
2.1.4. Dịch vụ ngân hàng điện tử và Internet Banking trên thế giới.....	21
2.1.4.1. Dịch vụ ngân hàng điện tử trên thế giới	21
2.1.4.2. Dịch vụ Internet Banking trên thế giới.....	23
2.2. Các yếu tố quan trọng để phát triển Internet Banking.....	26
2.3. Lợi ích và rủi ro trong quá trình sử dụng Internet Banking.....	27
2.3.1. Lợi ích của dịch vụ Internet Banking	27
2.3.1.1. Lợi ích đối với Ngân hàng.....	27
2.3.1.2. Lợi ích đối với khách hàng.....	28
2.3.2. Rủi ro trong Internet Banking.....	29
2.3.2.1. Rủi ro hoạt động.....	29
2.3.2.2. Rủi ro uy tín.....	30
2.3.2.3. Rủi ro pháp lý.....	31
2.3.2.4. Các rủi ro khác.....	31
2.3.2.5. Nguồn gốc của rủi ro	32
2.4. Tình hình phát triển Internet Banking tại Việt Nam	32
2.4.1. Những điều kiện cho việc phát triển Internet Banking tại Việt Nam	32
2.4.1.1. Cơ sở hạ tầng công nghệ.....	32
2.4.1.2. Hệ thống pháp luật và chính sách.....	34
2.4.2. Tình hình cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử và Internet Banking của các NHTM tại Việt Nam	36
2.4.2.1. Về dịch vụ ngân hàng điện tử.....	36
2.4.2.2. Về dịch vụ Internet Banking.....	37
2.5. Quá trình phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietcombank	42
2.6. Dịch vụ Internet Banking tại Vietcombank	44
2.6.1. Gói sản phẩm VCB - iB@nking	44
2.6.1.1. Vài nét về dịch vụ	44
2.6.1.2. VCB - iB@nking.....	45
2.6.1.3. Một số kết quả triển khai dịch vụ thanh toán và đăng ký dịch vụ trên kênh VCB – iB@nking của Vietcombank.....	47
2.6.2. Các gói sản phẩm Internet Banking khác	50
2.6.2.1. Gói sản phẩm VCB-eTour.....	50

2.6.2.2. Gói sản phẩm VCB-Money.....	51
2.6.3. Các bộ phận liên quan trong cung cấp dịch vụ Internet Banking.....	57
2.6.4. Kết quả khảo sát ý kiến của khách hàng về dịch vụ Internet Banking của Vietcombank Tân Bình.....	57
2.6.4.1. Mục đích điều tra	57
2.6.4.2. Phương pháp điều tra	58
2.6.4.3. Nội dung điều tra	58
2.6.4.4. Kết quả điều tra.....	58
2.6.5. Những điểm mạnh, điểm yếu, thuận lợi, và khó khăn trong việc cung cấp và phát triển dịch vụ Internet Banking tại Vietcombank.....	61
2.6.5.1. Điểm mạnh	61
2.6.5.2. Điểm yếu.....	62
2.6.5.3. Cơ hội.....	63
2.6.5.4. Thách thức.....	63
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ INTERNET BANKING TẠI	67
3.1. Một số giải pháp đối với Ngân hàng.....	67
3.1.1. Giải pháp đối với những thắc mắc, ý kiến của khách hàng trong quá trình khảo sát ý kiến khách hàng và quá trình thực tập tại ngân hàng	67
3.1.2. Giải pháp phát triển dịch vụ Internet Banking của Vietcombank trong tương lai	70
3.1.2.1. Giải pháp xây dựng và hoàn thiện hệ thống Internet Banking	70
3.1.2.2. Giải pháp kiểm soát bảo mật	71
3.1.2.3. Giải pháp quản lý rủi ro pháp lý và rủi ro uy tín.....	72
3.1.2.4. Bổ sung thêm một số tiện ích dịch vụ để nâng cao tính cạnh tranh so với các ngân hàng khác trong ngành	73
3.1.2.5. Đẩy mạnh liên kết, phối hợp giữa Vietcombank và các NHTM.....	73
3.1.2.6. Giải pháp về việc quảng bá, tiếp thị sản phẩm.....	73
3.1.2.7. Nâng cao trình độ nhân lực.....	75
3.1.2.8. Đề ra tiêu chuẩn dịch vụ và chính sách khách hàng.....	75
3.1.2.9. Giải pháp về phí	76
3.2. Một số giải pháp thực hiện cho khách hàng.....	76
3.3. Một số kiến nghị đối với chính phủ và các cơ quan quản lý.....	79
KẾT LUẬN	

PHỤ LỤC

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU



TÊN BẢNG BIỂU	
1.1	Kết quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh qua các năm
2.1	Số lượng ngân hàng có mặt trên mạng Internet
2.2	Tình hình thanh toán trực tuyến tại Mỹ qua các năm
2.3	So sánh phí dịch vụ ngân hàng qua các hình thức giao dịch
2.4	Các văn bản thuộc Hệ thống Luật Giao dịch điện tử và Luật Công nghệ thông tin
2.5	Số lượng ngân hàng triển khai Internet Banking tại Việt Nam
2.6	Kết quả kinh doanh dịch vụ Internet Banking của một số ngân hàng thương mại từ năm 2004 – 2008
2.7	Tình hình triển khai Internet Banking của một số ngân hàng tại Việt Nam (tổng hợp đến đầu tháng 05/2010)
2.8	Kết quả sau 5 tháng triển khai dịch vụ thanh toán (tính đến tháng 10/2009)
2.9	Tổng hợp các giao dịch chuyển khoản qua VCB - iB@nking không thành công qua 5 tháng triển khai
2.10	Số liệu tăng trưởng dịch vụ VCB - iB@nking tại một số chi nhánh của Vietcombank tính đến 31/12/2009
2.11	Số liệu tăng trưởng dịch vụ VCB - iB@nking tại một số chi nhánh của Vietcombank tính đến 31/12/2009 (theo tiêu chí mới ngày 01/01/2010)
2.12	7 lỗ hổng an ninh mạng phổ biến tồn tại trong các hệ thống Internet Banking hiện tại

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ



HÌNH	
2.1	Các giai đoạn phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử
2.2	Bảo mật bằng hệ thống chứng chỉ điện tử
2.3	Giao diện chương trình VCB-Money
TÊN ĐỒ THỊ	
1.1	Tình hình tổng tài sản của Vietcombank qua các năm
1.2	Tình hình dư nợ tín dụng của Vietcombank qua các năm
1.3	Lợi nhuận sau thuế của Vietcombank qua các năm
2.1	Số lượng khách hàng của dịch vụ ngân hàng trực tuyến của các nước Châu Âu năm 2000 – 2004
2.2	Tình trạng cung cấp dịch vụ ngân hàng trực tuyến của 100 ngân hàng hàng đầu của Mỹ
2.3	Chi phí giao dịch qua các kênh khác nhau tại Mỹ
2.4	Tốc độ phát triển người dùng Internet ở Việt Nam qua các năm
2.5	Các hình thức truy cập Internet của doanh nghiệp năm 2008
2.6	Các phương thức thanh toán được doanh nghiệp sử dụng qua các năm 2006 – 2008

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT



TỪ VIẾT TẮT	Ý NGHĨA
Internet Banking	Dịch vụ ngân hàng trực tuyến
NHNN	Ngân hàng nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
TMCP	Thương mại cổ phần
NHNT	Ngân hàng Ngoại Thương Việt Nam
ATM	Máy giao dịch tự động (Automatic Teller Machine)
POS	Máy thanh toán tại các điểm bán hàng (Point of sale)
ADSL	Đường dây thuê bao số bất đối xứng (Asymmetric Digital Subscriber Line)
RSA	Một thuật toán mật mã hóa khóa công khai
PIN	Mã số cá nhân (Personal identification number)

CHƯƠNG 1:

GIỚI THIỆU KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG

TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM – CHI NHÁNH TÂN BÌNH

1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam

1.1.1. Bối cảnh thành lập

Vào những năm 1960, sau thời kỳ khôi phục và cải tạo kinh tế ở miền Bắc, Việt Nam đã có quan hệ với khoảng 141 ngân hàng ở 34 nước trên thế giới. Trong lúc này NHNN vừa có chức năng quản lý, vừa có chức năng kinh doanh ngoại hối; do đó gặp nhiều khó khăn và bất cập đối với các nghiệp vụ ngân hàng ngày càng đa dạng và phức tạp.

Chính vì vậy, Nhà nước thấy rõ cần phải tách bạch giữa chức năng quản lý tiền tệ với hoạt động kinh doanh nghiệp vụ ngân hàng cơ sở. Điều này đòi hỏi phải thành lập một ngân hàng chuyên nghiệp ngoại hối, thực hiện đầy đủ các mặt nghiệp vụ hành động dưới sự chỉ đạo của NHNN Việt Nam.

Ngày 01 tháng 04 năm 1963, Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam (NHNT) chính thức được thành lập theo Quyết định số 115/CP do Hội đồng Chính phủ ban hành ngày 30 tháng 10 năm 1962 trên cơ sở tách ra từ Cục quản lý Ngoại hối trực thuộc Ngân hàng Trung ương (nay là Ngân hàng nhà nước Việt Nam).

- Tên đầy đủ: Ngân hàng Ngoại thương nước Việt Nam Dân Chủ Cộng Hòa.
Gọi tắt: Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam
- Tên giao dịch quốc tế bằng tiếng Anh: Bank for Foreign Trade of Vietnam.
- Tên tắt: Vietcombank – chữ viết tắt: VCB.
- Vốn ban đầu được ấn định là 150.000.000 đồng.

Theo Quyết định nói trên, NHNT đóng vai trò là ngân hàng chuyên doanh đầu tiên và duy nhất của Việt Nam tại thời điểm đó hoạt động trong lĩnh vực kinh tế đối ngoại bao gồm cho vay tài trợ xuất nhập khẩu và các dịch vụ kinh tế đối ngoại khác (vận tải, bảo hiểm...), thanh toán quốc tế, kinh doanh ngoại hối, quản lý vốn ngoại tệ gửi tại các ngân hàng nước ngoài, làm đại lý cho Chính phủ trong các quan hệ thanh toán, vay nợ, viện trợ với các nước xã hội chủ nghĩa (cũ)... Ngoài ra, NHNT còn tham mưu cho Ban lãnh đạo NHNN về các chính sách quản lý ngoại tệ, vàng bạc, quản lý quỹ ngoại tệ của Nhà nước và về quan hệ với Ngân hàng Trung ương các nước, các Tổ chức tài chính tiền tệ quốc tế.

Ngày 21 tháng 09 năm 1996, được sự ủy quyền của Thủ tướng Chính phủ, Thống đốc NHNN đã ký Quyết định số 286/QĐ-NH5 về việc thành lập lại NHNT theo mô hình

Tổng công ty 90, 91 được quy định tại Quyết định số 90/QĐ-TTg ngày 07 tháng 03 năm 1994 của Thủ tướng Chính phủ.

Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam được thành lập trên cơ sở cổ phần hóa Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam thông qua việc bán đấu giá cổ phiếu lần đầu ra công chúng ngày 26/12/2007 tại Sở giao dịch chứng khoán thành phố Hồ Chí Minh.

Trải qua 47 năm phấn đấu và phát triển, NHNT đã không ngừng vươn lên, trở thành ngân hàng hàng đầu Việt Nam trong nhiều lĩnh vực như quản lý và kinh doanh vốn, thanh toán quốc tế, dịch vụ thẻ, công nghệ ngân hàng... Với bề dày kinh nghiệm và đội ngũ cán bộ tinh thông nghiệp vụ, có trình độ cao và tác phong chuyên nghiệp, NHNT luôn là sự lựa chọn hàng đầu cho các tập đoàn lớn, các doanh nghiệp trong và ngoài nước cũng như đông đảo khách hàng cá nhân.

1.1.2. Ngành nghề kinh doanh

- Huy động vốn ngắn, trung và dài hạn theo các phương thức tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi thanh toán, chứng chỉ tiền gửi;
- Tiếp nhận vốn ủy thác đầu tư và phát triển của các tổ chức trong nước, vay vốn của các tổ chức tín dụng khác;
- Nhận vốn từ các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước;
- Cho vay ngắn, trung và dài hạn;
- Chiết khấu thương phiếu, công trái và giấy tờ có giá khác;
- Đầu tư vào chứng khoán và các tổ chức kinh tế;
- Làm dịch vụ thanh toán giữa các khách hàng; kinh doanh ngoại tệ, vàng bạc; thanh toán quốc tế;
- Môi giới và tư vấn đầu tư chứng khoán;
- Hoạt động bao thanh toán;
- Lưu ký, tư vấn tài chính doanh nghiệp và bảo lãnh phát hành;
- Cung cấp các dịch vụ về đầu tư, quản lý nợ và khai thác tài sản, cho thuê tài chính và các dịch vụ ngân hàng khác.

1.1.3. Quá trình phát triển và các cột mốc đáng ghi nhớ

Ngày 30 tháng 10 năm 1962, NHNT được thành lập theo Quyết định số 115/CP do Hội đồng Chính phủ ban hành trên cơ sở tách ra từ Cục quản lý Ngoại hối trực thuộc Ngân hàng Trung ương (nay là NHNN).

Ngày 01 tháng 04 năm 1963, chính thức khai trương hoạt động NHNT như là một ngân hàng đối ngoại độc quyền.

Năm 1978, NHNT thành lập Công ty Tài chính ở Hồng Kông – Vinafico Hong Kong.

Ngày 14 tháng 11 năm 1990, NHNT chính thức chuyển từ một ngân hàng chuyên doanh, độc quyền trong hoạt động kinh tế đối ngoại sang một ngân hàng thương mại nhà nước hoạt động đa năng theo Quyết định số 403-CT ngày 14 tháng 11 năm 1990 của Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng.

Năm 1993, NHNT được Nhà nước trao tặng Huân chương Lao động hạng Hai.

Năm 1993, NHNT thành lập ngân hàng liên doanh với đối tác Hàn Quốc (First Vina Bank) nay là ShinhanVina Bank.

Năm 1994, NHNT thành lập Công ty Thuê mua và Đầu tư trực thuộc NHNT nay là Công ty Quản lý Nợ và Khai thác Tài sản.

Ngày 21 tháng 09 năm 1996, Thống đốc NHNN ra Quyết định số 286/QĐ-NH5 về việc thành lập lại NHNT trên cơ sở Quyết định số 68/QĐ-NH5 ngày 27 tháng 3 năm 1993 của Thống đốc NHNN. Theo đó, NHNT được hoạt động theo mô hình Tổng công ty 90, 91 quy định tại Quyết định số 90/QĐ-TTg ngày 07 tháng 03 năm 1994 của Thủ tướng Chính phủ với tên giao dịch quốc tế: Bank for Foreign Trade of Viet Nam, tên viết tắt là Vietcombank.

Năm 1996, NHNT thành lập Văn phòng đại diện tại Paris – Cộng hòa Pháp, tại Moscow – Cộng hòa liên bang Nga.

Năm 1996, NHNT khai trương Công ty liên doanh Vietcombank Tower 198 với đối tác Singapore.

Năm 1997, NHNT thành lập Văn phòng đại diện tại Singapore.

Năm 1997, NHNT đăng ký nhãn hiệu kinh doanh độc quyền tại Cục sở hữu Công nghiệp, Bộ Khoa học Công nghệ và Môi trường.

Năm 1998, NHNT thành lập Công ty cho thuê tài chính NHNT – VCB Leasing.

Năm 2002, NHNT thành lập Công ty TNHH Chứng khoán NHNT – VCBS.

Năm 2005, NHNT góp vốn thành lập Công ty liên doanh quản lý Quỹ đầu tư Chứng khoán – VCBF.

1.2. Các thành tựu nổi bật trong thời gian qua

Năm 1995: NHNT được tạp chí Asia Money – tạp chí tiền tệ uy tín ở Châu Á bình chọn là Ngân hàng hạng nhất tại Việt Nam năm 1995.

Năm 2003: NHNT được Nhà nước trao tặng Huân chương Độc lập hạng Ba, được tạp chí EUROMONEY bình chọn là ngân hàng tốt nhất năm 2003 tại Việt Nam, sản phẩm

thẻ Connect 24 của NHNT là sản phẩm ngân hàng duy nhất được trao giải thưởng "Sao vàng Đất Việt".

Năm 2004: NHNT được tạp chí The Banker bình chọn là "Ngân hàng tốt nhất Việt Nam" năm thứ 5 liên tiếp.

Năm 2005: NHNT được trao giải thưởng Sao Khuê 2005 – do Hiệp hội doanh nghiệp phần mềm Việt Nam (VINASA) tổ chức dưới sự bảo trợ của Ban chỉ đạo quốc gia về công nghệ thông tin và Bộ Bưu chính Viễn thông (Viecombank là đơn vị ngân hàng duy nhất được nhận giải thưởng này). Bên cạnh đó, Vietcombank chi nhánh Đồng Nai vinh dự là chi nhánh đầu tiên của hệ thống Vietcombank được Chủ tịch nước phong tặng danh hiệu cao quý "Anh hùng lao động" vì đã có thành tích đặc biệt xuất sắc trong thời kỳ đổi mới từ năm 1995-2004, góp phần vào sự nghiệp xây dựng Chủ nghĩa xã hội và bảo vệ Tổ quốc.

Năm 2006: Tổng Giám đốc NHNT nhận giải thưởng "Nhà lãnh đạo ngân hàng châu Á tiêu biểu" và được bầu giữ chức Phó Chủ tịch Hiệp hội Ngân hàng Châu Á. Ngoài ra, Vietcombank vinh dự là 1 trong 4 đơn vị được trao danh hiệu "Điển hình sáng tạo" trong Hội nghị quốc gia về thúc đẩy sáng tạo cho Việt Nam.

Năm 2007: NHNT được trao tặng giải thưởng Thương hiệu mạnh Việt Nam 2006 do Thời báo Kinh tế và Cục xúc tiến Bộ Thương mại tổ chức, được bầu chọn là "Ngân hàng cung cấp dịch vụ ngoại hối cho doanh nghiệp tốt nhất năm 2007" do tạp chí Asia Money bình chọn. Đặc biệt thương hiệu Vietcombank lọt vào Top Ten (mười thương hiệu mạnh nhất) trong số 98 thương hiệu đạt giải. Đây là lần thứ 3 liên tiếp Vietcombank được trao tặng giải thưởng này.

Năm 2008:

+ Tạp chí Asiamoney trao tặng Giải thưởng Ngân hàng nội địa tốt nhất Việt Nam năm 2008 ("Best domestic bank in Vietnam"), "Nhà cung cấp dịch vụ ngoại hối nội địa tốt nhất tại Việt nam", "Nhà cung cấp dịch vụ ngoại hối nội địa tốt nhất trên nền tảng thương mại điện tử tại Việt nam", "Ngân hàng quản lý tiền mặt tốt nhất tại Việt Nam" do các doanh nghiệp bầu chọn do.

+ Biểu tượng thương hiệu quốc gia dành cho thẻ Connect24 do Bộ Thương mại trao tặng.

+ Giải thưởng Ngân hàng cung cấp dịch vụ thanh toán thương mại tốt nhất Việt Nam năm 2008 ("Best Local Trade bank in Vietnam") do độc giả tạp chí Trade Finance (thuộc tập đoàn Euromoney) bình chọn.

+ Chứng nhận hoạt động xuất sắc ("Certificate of Excellence") của ngân hàng The Bank of New York Mellon (Mỹ) công nhận chất lượng thanh toán tự động theo chuẩn

thanh toán quốc tế của Vietcombank.

- + Chứng nhận ngân hàng hoạt động toàn cầu xuất sắc (“Global Financial Institutions Group recognition Award”) của ngân hàng Wachovia (Mỹ) ghi nhận chất lượng xử lý lệnh thanh toán bằng điện Swift của Vietcombank.

- + Top 10 doanh nghiệp tiêu biểu lớn nhất do báo Thế giới và Việt Nam thuộc Bộ ngoại giao phối hợp với tạp chí Nhà Kinh tế (The Economist) tổ chức.

- + Thương hiệu nổi tiếng tại Việt Nam dành cho thẻ Connect 24, MasterCard, VisaCard do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam trao tặng.

- + Chứng nhận kỷ lục Ngân hàng có sản phẩm thẻ đa dạng nhất Việt Nam do Trung tâm sách kỷ lục Việt Nam trao tặng...

Năm 2009: Vietcombank đã được nhiều tổ chức quốc tế trao tặng các danh hiệu và giải thưởng như:

- + Ngân hàng tốt nhất Việt Nam năm 2009 trên các lĩnh vực kinh doanh ngoại tệ và quản lý tiền mặt” do Asiamoney bình chọn.

- + Giải thưởng “Thanh toán xuất sắc nhất” do JP Morgan Chase trao tặng.

- + Giải thưởng “Ngân hàng nội địa tốt nhất Việt Nam về tài trợ thương mại năm 2009” của tạp chí Trade Finance.

- + Giải thưởng “Thanh toán quốc tế chất lượng cao hàng năm” của tập đoàn Citi.

- + “Ngân hàng có nền tảng giao dịch điện tử tốt nhất”.

Cùng với hàng loạt các danh hiệu, giải thưởng của các tổ chức và người tiêu dùng bình chọn như:

- + Cúp Thánh Gióng

- + “Thương hiệu mạnh năm 2009”

- + “Dịch vụ ngân hàng bán lẻ được hài lòng nhất năm 2009”

- + “Thương hiệu Chứng khoán uy tín

- + Top 20 DN niêm yết hàng đầu Việt Nam”...

1.3. Mạng lưới hoạt động

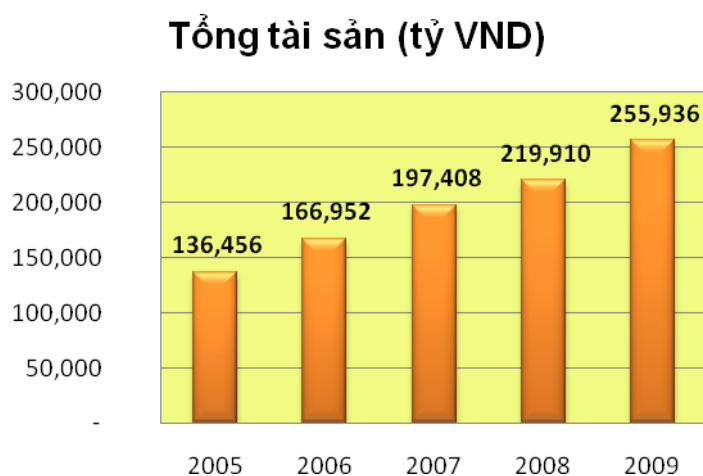
Từ một ngân hàng chuyên phục vụ trong lĩnh vực kinh tế đối ngoại, Vietcombank ngày nay đã có mạng lưới chi nhánh vươn rộng ra hầu khắp các tỉnh thành lớn trên cả nước với các sản phẩm ngân hàng đa dạng, đáp ứng đầy đủ nhu cầu của mọi đối tượng khách hàng. Tính đến ngày 31/12/2009, hệ thống Vietcombank bao gồm 1 hội sở chính, 1 sở giao dịch, 70 chi nhánh (trong đó có 5 chi nhánh chưa khai trương hoạt động) và 248 phòng giao dịch trên toàn quốc, 1 trung tâm đào tạo, 3 công ty con tại Việt Nam, một công ty con tại Hồng Kông, 4 công ty liên doanh, 2 công ty liên kết và 1 văn phòng đại diện tại Singapore

(thành lập được Công ty bất động sản Vietcomreal; Công ty liên doanh bảo hiểm nhân thọ VCLI...). Hiện Vietcombank đang hoàn thiện đề án thành lập các chi nhánh mới tại Thanh Hóa, Bạc Liêu, Vĩnh Long, Việt Trì... nhằm đáp ứng mục tiêu “đưa tiện ích, sản phẩm, dịch vụ ngân hàng đến với người dân nhanh chóng và thuận tiện nhất”.

1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh trong năm vừa qua

Năm 2009 đã ghi nhận một Vietcombank năng động, tích cực, chủ động trong hoạt động kinh doanh, nắm bắt thời cơ, đoàn kết nhất trí, tiết kiệm trong sử dụng mọi nguồn lực, tiếp tục mở rộng và khẳng định vị thế trên trường quốc tế.

Đồ thị 1.1: Tình hình tổng tài sản của Vietcombank qua các năm



Nguồn: Báo cáo thường niên của Vietcombank

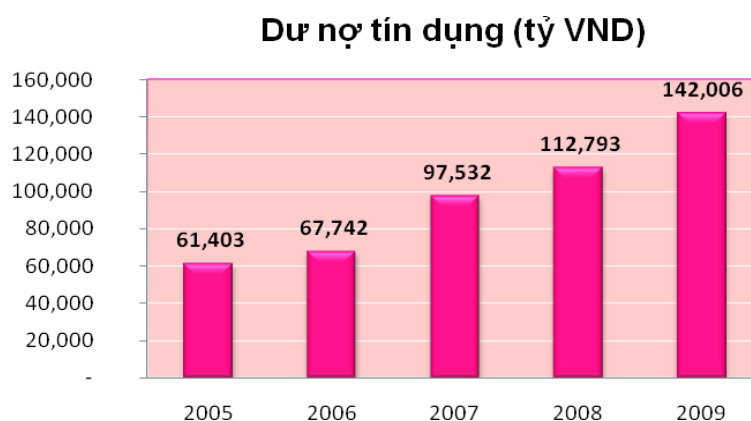
Tính đến hết tháng 12/2009, tổng tài sản của Vietcombank đạt 255.936 tỷ đồng, tăng 16,4% so với cuối năm 2008. Huy động vốn từ nền kinh tế đạt trên 170.111 tỷ đồng tăng 6,1%. Vốn huy động từ thị trường liên ngân hàng tăng trên 71,4% so với cuối năm 2008, đạt trên 61.238 tỷ đồng. Việc sắp xếp tổ chức, mở rộng mạng lưới hoạt động được thực thi và có hiệu quả - nâng cấp và đưa vào hoạt động nhiều chi nhánh trên địa bàn cả nước: Tây Ninh, Kỳ Đồng, Thanh Xuân, Phú Yên... nâng tổng số chi nhánh lên thành 71 (bao gồm 1 hội sở chính và 70 chi nhánh), 248 phòng giao dịch (tăng 7 chi nhánh và 40 phòng giao dịch so với năm 2008), 4 công ty và các văn phòng trực thuộc; từng bước áp dụng các mô thức quản trị tiên tiến theo chuẩn mực quốc tế; xây dựng và ban hành nhiều cơ chế/quy chế mới phù hợp với tình hình thực tế. Các Trung tâm Công nghệ thông tin, Trung tâm Thẻ, Công ty liên doanh bảo hiểm nhân thọ (VCLI) liên tiếp được thành lập và đi vào hoạt động...; cùng với đó là các bước cuối cùng để hoàn tất việc thành lập Công ty chuyên tiền và Văn phòng đại diện tại Mỹ... đã nâng tầm vị thế của Vietcombank.

Năm 2009 cũng thể hiện những nỗ lực rất lớn của toàn hệ thống Vietcombank trong công tác phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ. Một loạt các sản phẩm, dịch vụ mới được triển

khai trong tất cả các lĩnh vực vốn, tín dụng, ngân hàng điện tử, cũng như công tác chăm sóc khách hàng:

✓ Tổng doanh số huy động vốn dân cư tính đến ngày 31/12/2009, tăng gần 25% so với 31/12/2008, chiếm khoảng 46% doanh số huy động toàn hệ thống. Triển khai thành công các chương trình huy động vốn gói đầu nhau như: Tiết kiệm Lộc Phát, Phát hành chứng chỉ tiền gửi đợt I và đợt II, VIP Saving, Gửi tiết kiệm tặng Bảo hiểm, Tiết kiệm linh hoạt lãi thưởng, Tiết kiệm bậc thang lãi thưởng, Tiết kiệm Gửi 15 lãi 24.

Đồ thị 1.2: Tình hình dư nợ tín dụng của Vietcombank qua các năm



Nguồn: Báo cáo thường niên của Vietcombank

✓ Vietcombank cũng đảm bảo duy trì mức tăng trưởng tín dụng hợp lý chiếm 25,9%, đạt 142.006 tỷ đồng, theo đúng quy định của NHNN. Tổng dư nợ thẻ nhân tính đến ngày 31/12/2009 đạt 13.792 tỷ đồng, tăng hơn 36% so với cùng kỳ, trong đó nợ ngắn hạn tăng 14,1% và nợ trung dài hạn tăng tới 65,8%. Nợ xấu giảm cả về số tuyệt đối lẫn tỷ lệ, tại thời điểm 31/12/2009, tỷ lệ nợ xấu chỉ còn khoảng 2,54%, thấp hơn nhiều so với năm 2008. Công tác cho vay, nâng cao chất lượng thẩm định, kiểm soát chặt chẽ các khoản vay và công tác thu hồi nợ được đẩy mạnh và giám sát tích cực. Đáp ứng nhu cầu khách hàng, một số sản phẩm tín dụng mới tiếp tục được bổ sung như Kinh doanh tài lộc, Cho vay mua nhà dự án Indochina Plaza, Liên kết mua ô tô Trường Hải, Bảo hiểm tử kỳ Bancassurance.

✓ Nhóm dịch vụ ngân hàng điện tử thành công với việc bổ sung tính năng chuyển khoản qua Internet cho dịch vụ VCB - iB@nking và VCB - SMS B@nking tăng dần 85% và 98% so với 31/12/2008. Nhiều sản phẩm mới được tiếp tục triển khai nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng như các dịch vụ thanh toán Vcash trực tuyến, nạp tiền trả trước VCB - eTopup, mở rộng đối tác liên kết trong mạng VCB - SMS B@nking 8770, dịch vụ kết nối chứng khoán VSO.

✓ Công tác chăm sóc khách hàng đã được đẩy mạnh với những chuyển biến tích cực trong năm 2009. Với việc hoạt động của Trung tâm dịch vụ khách hàng 24/7 và sản phẩm VCB - Phone B@nking, Vietcombank cam kết phục vụ tận tình tất cả khách hàng vào bất cứ lúc nào, tại bất cứ nơi đâu. Một loạt các chương trình khuyến mãi, quà tặng của Vietcombank cũng được triển khai vào các dịp lễ lớn, thể hiện lòng tri ân của Vietcombank đến tất cả khách hàng và đối tác đã gửi trọn niềm tin.

Về nghiệp vụ thẻ, tính đến hết 31/12/2009, tổng số lượng thẻ do Vietcombank phát hành dẫn đầu thị trường với hơn 4,3 triệu thẻ, chiếm hơn 20% thị phần; doanh số thanh toán thẻ quốc tế Vietcombank đạt hơn 567 triệu USD, đứng đầu thị trường với hơn 52% thị phần; doanh số sử dụng thẻ nội địa Vietcombank Connect24 đạt hơn 90.000 tỷ đồng, đứng đầu thị trường với 20% thị phần. Vietcombank là ngân hàng có mạng lưới chấp nhận thẻ lớn nhất tại Việt Nam và 1.500 máy ATM (chiếm gần 16% thị phần) và 9700 máy POS (chiếm hơn 27% thị phần).

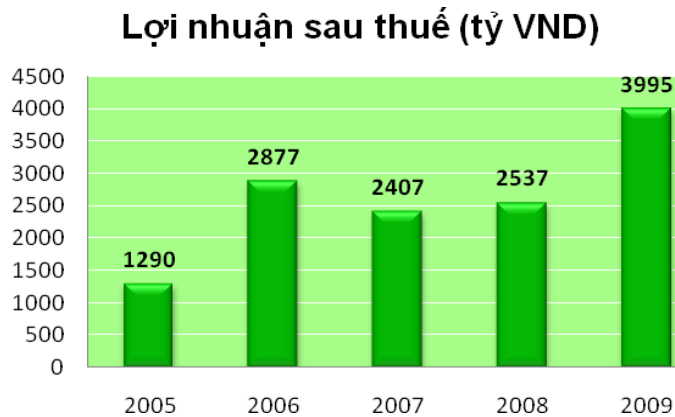
Từ tháng 04/2009, Vietcombank trở thành ngân hàng Việt Nam đầu tiên triển khai đồng bộ chuẩn EMV với tư cách là ngân hàng phát hành và ngân hàng thanh toán cho hai thương hiệu Visa và Master Card. Hoạt động kinh doanh thẻ của Vietcombank không chỉ được đánh giá cao trong thị trường nội địa mà còn được các tổ chức thẻ quốc tế ghi nhận.

Năm 2009, Vietcombank tự hào được Tổ chức thẻ quốc tế Visa trao tặng danh hiệu Ngân hàng dẫn đầu trong top 5 khách hàng quan trọng nhất của Visa tại Việt Nam.

Về hoạt động kinh doanh ngoại tệ, năm 2009, Vietcombank thu được mức lợi nhuận trên 925 tỷ đồng, đạt 206% so với chỉ tiêu kế hoạch. Kinh doanh trái phiếu đạt 550 tỷ VND, trong đó trong nước là trên 146 tỷ và nước ngoài là 403 tỷ. Doanh số thanh toán xuất nhập khẩu đạt 25,62 tỷ USD, với thị phần thanh toán xuất nhập khẩu chiếm 20,4% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước trong năm 2009.

Năm 2009 là một năm có nhiều biến động đối với hoạt động của ngành ngân hàng nói chung và Vietcombank nói riêng. Nhờ bám sát tốt chủ trương, chỉ đạo của chính phủ, của NHNN; sự chủ động – linh hoạt trong điều hành, kết quả kinh doanh của Vietcombank trong năm 2009 đạt mức cao từ khi thành lập đến nay. Mức lợi nhuận trước thuế đạt 5150 tỷ đồng (sau khi trích lập dự phòng rủi ro), tăng 46,2% so với năm 2008, đạt 155% chỉ tiêu do Đại hội đồng cổ đông giao. Lợi nhuận hợp nhất đạt khoảng 5.500 tỷ đồng. Lợi nhuận sau thuế khoảng 3.995 tỷ đồng, tăng gần 57,5% so với năm 2008.

Đồ thị 1.3: Lợi nhuận sau thuế của Vietcombank qua các năm



Nguồn: Báo cáo thường niên của Vietcombank

1.5. Mục tiêu của năm 2010

- **Thứ nhất**, phương châm cơ bản của Vietcombank trong năm 2010 là “Tăng tốc, an toàn, chất lượng, hiệu quả”, quan điểm chỉ đạo điều hành là “Linh hoạt, quyết liệt”. Vietcombank phải tăng tốc, trước hết là chính với bản thân mình và sau đó với tốc độ phát triển của ngành, với yêu cầu ngày càng cao của xã hội.

- **Thứ hai**, tăng trưởng huy động vốn tiếp tục được xác định là nhiệm vụ then chốt của năm 2010. Huy động vốn tốt sẽ là nguồn để mở rộng tín dụng cũng như phát triển hoạt động kinh doanh vốn, khả năng thanh khoản cũng sẽ bị đe dọa. Huy động vốn cần phải được ưu tiên cả về nguồn lực, cơ chế, chính sách, và phải được thống nhất trong hệ thống, vì quyền lợi của mỗi chi nhánh và của cả Vietcombank. Huy động vốn từ nền kinh tế năm nay phải phấn đấu đạt mức tăng tối thiểu 23% và phải đảm bảo cơ cấu phù hợp với tăng trưởng tín dụng. Trên cơ sở đó, tăng trưởng tín dụng dự kiến 20 – 25% với cơ cấu tín dụng theo hướng tăng tỷ trọng vốn cho sản xuất, xuất khẩu, kiểm soát chặt chẽ cho vay phi sản xuất. Tiếp tục nâng cao chất lượng tín dụng với tỷ lệ nợ xấu (phân loại theo định tính) tối đa không quá 3,5%. Mặt khác, ngoài việc củng cố và phát triển mối quan hệ với các khách hàng là công ty, đặc biệt đối với khách hàng truyền thống, phải tập trung đẩy mạnh công tác bán lẻ, tạo thêm được bước tiến quan trọng trong hoạt động bán lẻ, xét về cơ cấu thu nhập của Vietcombank.

- **Thứ ba**, về phương diện tổ chức, Vietcombank sẽ tiếp tục hoàn thiện cơ cấu tổ chức tại hội sở chính theo mô hình khối; phân định rạch ròi chức năng, nhiệm vụ của các phòng/ban; chuẩn hóa cơ cấu tổ chức của các chi nhánh tiến tới một mô hình tổ chức tiên tiến nhất, tạo điều kiện tốt nhất cho phát triển hoạt động kinh doanh và tăng cường hiệu quả quản lý. Song song với đó Vietcombank sẽ tiếp tục mở rộng và phát triển mạng lưới trong nước với quy mô hợp lý (khoảng 40 chi nhánh và phòng giao dịch mới), tiếp tục xúc tiến

thành lập và khai trương hoạt động chi nhánh phục vụ khách hàng đặc biệt, công ty chuyển tiền tại Mỹ, xem xét việc thành lập chi nhánh tại một số thị trường trong khu vực, thay đổi cơ cấu sở hữu đối với các công ty 100% vốn...

- **Thứ tư**, đảm bảo an toàn trong hoạt động, tăng cường quản trị rủi ro, đáp ứng quy định về các tỷ lệ an toàn (vốn tối thiểu, sử dụng vốn/nguồn vốn,...) đảm bảo tính đầy đủ và phù hợp các quy trình, quy chế, và quan trọng hơn là việc tuân thủ các các quy trình, quy chế trong hoạt động hàng ngày của ngân hàng. Mặt khác phải tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát, kiểm toán, trong đó đặc biệt chú trọng công tác kiểm tra bao gồm cả tự kiểm tra.

- **Thứ năm**, tiếp tục nâng cao năng lực quản trị điều hành, kỷ cương trong hoạt động và phát triển hoạt động đối ngoại. Củng cố và mở rộng phạm vi kinh doanh ở nước ngoài, hợp tác với các đối tác nước ngoài để huy động ngoại tệ, phát triển sản phẩm dịch vụ. Làm tốt hơn công tác thông tin tuyên truyền để công chúng nói chung và cổ đông nói chung hiểu rõ, hiểu đúng về hoạt động của Vietcombank. Bảo vệ quyền lợi của cổ đông một cách thiết thực nhất bằng việc nâng cao hiệu quả hoạt động, cơ chế tiếp xúc, công bố thông tin,... .

1.6. Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Tân Bình

1.6.1. Lịch sử hình thành và phát triển

- Tên tiếng Việt: Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam – Chi nhánh Tân Bình.
- Tên tiếng Anh: Bank for Foreign Trade of Vietnam Tan Binh.
- Swiff code: BFTVVNVX007

Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam - Chi nhánh Tân Bình (Vietcombank Tân Bình) được thành lập vào ngày 01/10/2002; tọa lạc tại số 364, đường Cộng Hòa, tầng trệt tòa nhà E-Town, phường 13, quận Tân Bình; trên cơ sở nâng cấp Phòng Giao Dịch số 2 đã đánh dấu bước mở rộng hoạt động của Vietcombank Hồ Chí Minh về phía Tây Bắc thành phố Hồ Chí Minh.

Với hơn 4 năm hoạt động kinh doanh hiệu quả và có tiềm năng phát triển, Vietcombank Tân Bình đã được nâng cấp từ chi nhánh cấp 2 trực thuộc Vietcombank Hồ Chí Minh quản lý thành chi nhánh cấp 1 vào ngày 11/11/2006 theo quyết định 407/QĐ-NHNT, lúc này mọi hoạt động của chi nhánh đều trực thuộc Trung ương.

Chính nhờ địa thế của chi nhánh nằm trong địa bàn thuộc quận Tân Bình, khu vực đông dân, nơi có nhiều công ty, cơ sở sản xuất, gần sân bay..., là nơi thông thương giữa quận Tân Bình – Tân Phú – Quận 12 – huyện Hóc Môn và gần với quận Gò Vấp, đặc biệt là gần khu công nghiệp Tân Bình – nơi giàu tiềm năng để phát triển sản phẩm thẻ và hoạt động tín dụng của chi nhánh. Đó là một trong những yếu tố mà chi nhánh đã thành công trong

những năm qua. Ngoài ra các hoạt động huy động vốn, các dịch vụ thanh toán và kinh doanh ngoại tệ... cũng đã góp phần đáng kể vào sự thành công của chi nhánh.

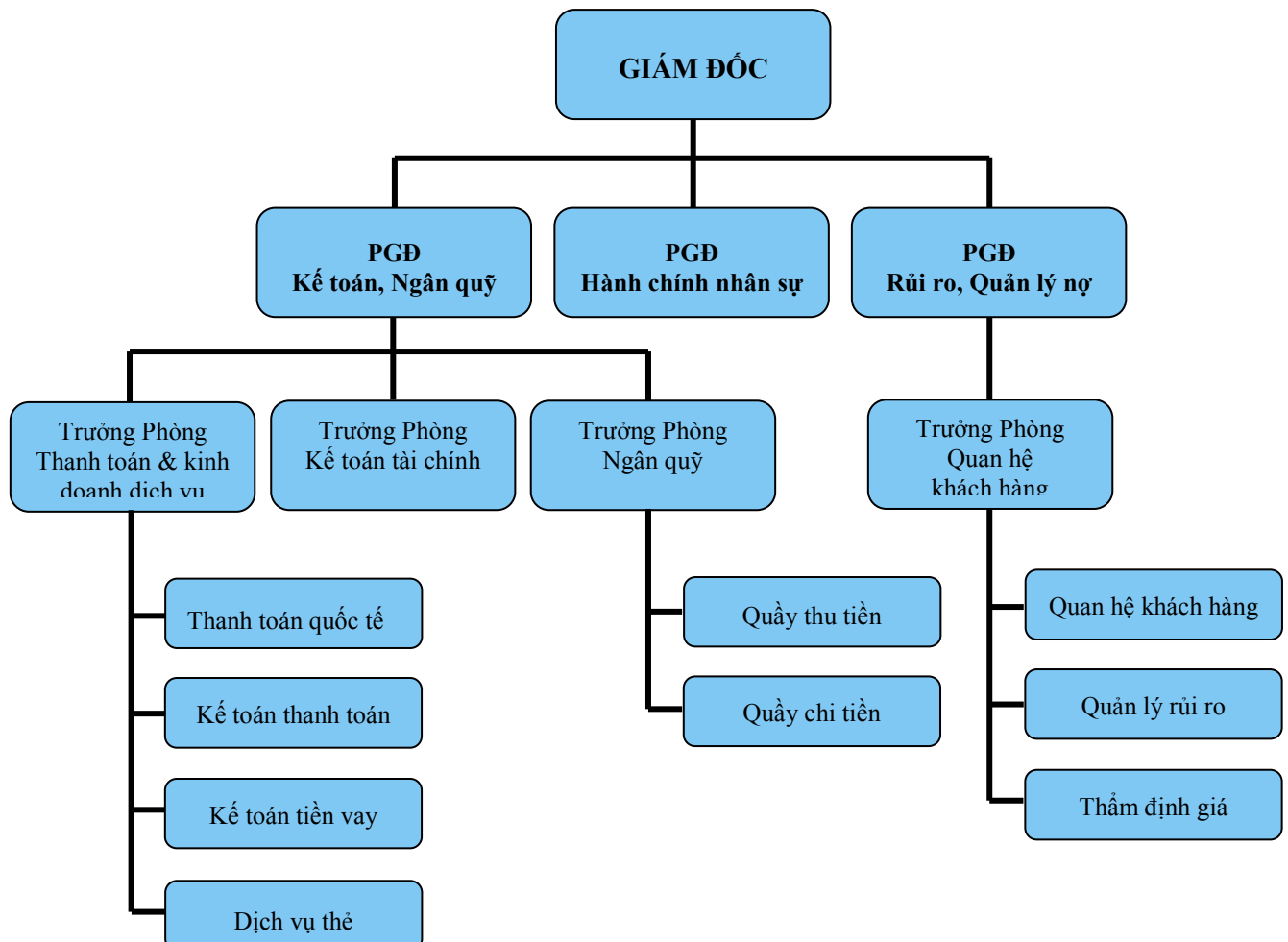
1.6.2. Hoạt động mạng lưới, nhân sự

Vietcombank Tân Bình đã đi vào hoạt động kể từ năm 2002, cùng với nhu cầu mở rộng thị trường và phát triển mạng lưới tổ chức hoạt động, chính vì thế, những năm qua nguồn nhân lực của Vietcombank Tân Bình luôn được tăng cường cả về số lượng, lẫn về chất lượng, trên 90% nhân viên chi nhánh có trình độ đại học trở lên. Nhân viên của chi nhánh có độ tuổi rất trẻ, được đào tạo có bài bản và được thích nghi với môi trường kinh doanh hiện đại, đây cũng là một lợi thế rất lớn để thúc đẩy sự phát triển của Vietcombank Tân Bình.

Lúc mới bắt đầu hoạt động, Vietcombank Tân Bình có quy mô rất nhỏ, với số lượng nhân viên ít, chỉ 27 người, cho đến nay thì chi nhánh đã từng bước mở rộng quy mô hoạt động và số lượng nhân viên. Tính đến ngày 31/12/2009, chi nhánh có 1 trụ sở chính, 5 phòng giao dịch, 10 máy ATM, với tổng số cán bộ nhân viên là 136 người (trong đó có 68 nam và 68 nữ), tăng 9 người so với đầu năm 2008.

1.6.3. Sơ đồ tổ chức – Chức năng và nhiệm vụ của các phòng/ban

1.6.3.1. Sơ đồ bộ máy tổ chức hoạt động của Vietcombank Tân Bình



1.6.3.2. Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban

Ban giám đốc của chi nhánh gồm một giám đốc và hai phó giám đốc

✦ **Phòng giám đốc:**

- Giám đốc là người đại diện pháp nhân của Vietcombank Tân Bình, chịu trách nhiệm về kết quả kinh doanh của chi nhánh và việc chi tiêu tài chính, trích lập quỹ dự phòng theo quy định của nhà nước, của hội đồng quản trị và của tổng giám đốc.

- Chịu trách nhiệm về toàn bộ tài sản của tổ chức và điều hành cán bộ của chi nhánh.
- Quyết định cho vay, lãnh đạo trong giới hạn ủy quyền của tổng giám đốc.
- Ký kết các văn bản tín dụng, thanh toán trong phạm vi hoạt động của chi nhánh.
- Tổ chức nghiên cứu, học tập, hướng dẫn thi hành các chế độ, thể lệ, nhiệm vụ của Vietcombank Tân Bình.

✦ **Phòng phó giám đốc:**

- Phó giám đốc giúp giám đốc chỉ đạo điều hành một số lĩnh vực công tác.

- Tham gia với ban giám đốc trong công việc chuẩn bị, xây dựng và quyết định về quá trình công tác, kế hoạch kinh doanh và phương hướng hoạt động.

- Thay mặt giám đốc giải quyết, ký kết các văn bản thuộc lĩnh vực cho phép.
- Điều hành mỗi công tác của chi nhánh được sự ủy nhiệm chính thức của giám đốc.

✦ **Phòng hành chính nhân sự:**

- Tham mưu cho giám đốc về công tác quản lý cán bộ nhân viên, tổ chức quản lý nhân sự, tuyển dụng, đào tạo cán bộ theo quy định chung của nhà nước và của Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam.

- Lập báo cáo thống kê lao động, tiền lương và công tác quản lý nhân sự.
- Thực hiện nghiệp vụ hành chính quản trị đáp ứng hoạt động của chi nhánh.
- Bảo vệ tài sản của chi nhánh, thực hiện tốt những công tác giao lưu.

✦ **Phòng ngân quỹ:**

- Quản lý xuất nhập kho an toàn tuyệt đối, thu chi tiền mặt, ngoại tệ và các loại giấy tờ có giá khác, đảm bảo chính xác, kịp thời.

- Phát hiện xử lý các loại tiền giả, séc giả, séc bị mất cấp theo đúng quy định.
- Tăng cường công tác kiểm tra, cất giữ bảo quản chìa khóa, két sắt, thùng đựng tiền...
- Cung cấp số liệu lịch sử và dự kiến kế hoạch nộp tiền mặt, rút tiền mặt tại Vietcombank Tân Bình cho Phòng Thanh toán và kinh doanh dịch vụ, và bộ phận quản lý nợ để xây dựng kế hoạch tiền mặt.

✦ Phòng thanh toán và kinh doanh dịch vụ:

- Hạch toán và quản lý quỹ tiền lương, thưởng theo dõi tình hình dự trữ bắt buộc, phí bảo hiểm tiền gửi, ...
- Mở, quản lý tài khoản khách hàng, và thực hiện các nghiệp vụ theo yêu cầu của khách hàng.
- Quản lý hồ sơ đăng ký quỹ, thế chấp, cầm cố, ...
- Thực hiện thanh toán điện chuyển tiền kiều hối, chi trả tại quầy, chuyển tiền nhanh, thanh toán thẻ Visa, Master Card, ...
- Theo dõi và thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh, mua bán ngoại tệ, giao dịch có kỳ hạn và nghiệp vụ hoán đổi.
- Thực hiện các nghiệp vụ liên quan đến xuất nhập khẩu như xác nhận, chuyển nhượng L/C...

✦ Phòng kế toán tài chính:

- Tổ chức thực hiện chế độ kế toán, chế độ báo cáo kế toán và hoạch toán kế toán theo đúng pháp luật kế toán, thống kê của nhà nước, quy định của Bộ Tài chính, của Ngân hàng nhà nước và Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam qua từng thời kỳ.
- Theo dõi, quản lý các chỉ tiêu tài chính, mua sắm các tài sản tại chi nhánh.
- Giám sát, kiểm tra hoạt động kinh doanh của Vietcombank Tân Bình về các nghiệp vụ kinh doanh và quản lý thu chi tài chính.
- Kiểm soát bảng cân đối kế toán, báo cáo thu nhập, chi phí theo định kỳ tháng, quý, năm; báo cáo quyết toán năm tài chính của Vietcombank Tân Bình.
- Kiểm soát thường xuyên về công tác kế toán, tình hình huy động vốn tiền gửi tiết kiệm, các loại nghiệp vụ thanh toán trong nước và quốc tế, kinh doanh ngoại tệ, chi tiêu mua sắm, phân tích, đánh giá tình hình nguồn vốn, sử dụng nguồn vốn, công tác an toàn bảo vệ kho quỹ.

✦ Phòng quan hệ khách hàng:

** Bộ phận quan hệ khách hàng:*

Xác định đối tượng kinh doanh và khách hàng mục tiêu:

- Trên cơ sở thường xuyên thu thập và đánh giá thông tin từ thị trường, bộ phận quan hệ khách hàng xác định thị trường kinh doanh mục tiêu có khả năng mang lại lợi nhuận cho ngân hàng, đề xuất khách hàng mục tiêu.
- Duy trì cơ sở hạ tầng thông tin để kịp thời nắm bắt các biến động của thị trường.
- Tạo mối quan hệ thân thiết với khách hàng, thu thập thông tin hồ sơ, tài liệu liên quan, thường xuyên liên lạc với những khách hàng quen thuộc.

- Chịu trách nhiệm cung cấp thông tin khách hàng cho các phòng ban khác.
- Đề xuất việc thiết lập quan hệ tín dụng với khách hàng, phối hợp với các phòng ban có liên quan thu hồi nợ vay đầy đủ và đúng hạn.

** Bộ phận quản lý rủi ro:*

- Xây dựng chính sách quản lý rủi ro tín dụng.
- Quản lý danh mục đầu tư.
- Trực tiếp thẩm định rủi ro đối với từng khoản cấp tín dụng của khách hàng.
- Tham gia quy trình phê duyệt tín dụng, tham gia và giám sát quá trình thực hiện các quyết định đã được phê duyệt, tham gia xử lý các khoản cấp tín dụng có số tiền vay quá lớn.

1.6.4. Tình hình hoạt động kinh doanh tại Vietcombank Tân Bình

1.6.4.1. Về công tác huy động vốn

Đến thời điểm 31/12/2009, nguồn vốn huy động từ khách hàng đạt 2.173,23 tỷ VND, tăng 32,56% so với đầu năm (+533,74 tỷ đồng) và hoàn thành 100% chỉ tiêu kế hoạch Trung ương giao (kế hoạch Trung ương: tăng 33% so với thời điểm 31/12/2008 tương đương 2.181 tỷ đồng). Trong đó:

- ✓ Nguồn vốn huy động VND đạt 1.660,95 tỷ đồng, chiếm 76,43% tổng nguồn vốn huy động và tăng 29,33% so với đầu năm (+376,64 tỷ đồng).
- ✓ Nguồn vốn huy động ngoại tệ (quy USD) đạt 28.553,09 ngàn USD (tương đương 512,28 tỷ đồng), chiếm 23,57% tổng nguồn vốn huy động và tăng 36,48% so với đầu năm (+7.631,88 ngàn USD).

1.6.4.2. Về công tác tín dụng

Dư nợ tín dụng tính đến 31/12/2009, tổng dư nợ tín dụng của chi nhánh đạt 1.087,37 tỷ quy VND, tăng 0,38% so với đầu năm (+4,12 tỷ đồng) và đạt 90,61% dư nợ mục tiêu Trung ương giao (Trung ương không chế nợ mục tiêu của chi nhánh là 1.200 tỷ đồng). Trong đó:

- ✓ Dư nợ cho vay VND đạt 870,71 tỷ đồng; chiếm 80,07% tổng dư nợ; giảm 13,66% so với đầu năm (-137,78 tỷ đồng).
- ✓ Dư nợ cho vay ngoại tệ (quy ra USD) đạt 12,08 triệu USD (tương đương 216,66 tỷ đồng), chiếm 19,93% tổng dư nợ, tăng 173,92% so với đầu năm (+7,67 triệu USD).

Dư nợ bảo lãnh: tính đến thời điểm 31/12/2009, số dư bảo lãnh đạt 123,92 tỷ đồng, tăng 23,87% so với đầu năm (+23,88 tỷ đồng) và hoàn thành vượt 15,81% kế hoạch được giao.

Nợ quá hạn và nợ xấu: Các năm qua, chất lượng hoạt động tín dụng tại chi nhánh luôn được bảo đảm tốt, dư nợ quá hạn và nợ xấu luôn được kiểm soát chặt chẽ và chiếm tỷ

trọng rất thấp. Đến 31/12/2009, dư nợ quá hạn đạt 15,75 tỷ đồng chiếm 1,45% tổng dư nợ. Trong đó, nợ xấu đạt 3,35 tỷ đồng chỉ chiếm 0,31% tổng dư nợ (rất thấp so với kế hoạch không chế nợ xấu là 2%) và giảm 44,90% so với đầu năm (-2.73 tỷ đồng).

1.6.4.3. Kinh doanh dịch vụ thẻ

Với thế mạnh về thương hiệu, thị phần, số lượng máy ATM nhiều, công tác kinh doanh thẻ tại chi nhánh không ngừng phát triển và tăng trưởng đáng kể. Tổng số thẻ chi nhánh phát hành được trong năm 2009 là 12.023 thẻ. Trong đó:

- ✓ Thẻ Connect 24 là 10.254 thẻ, tăng 17,18% so với năm trước (+1.503 thẻ) và hoàn thành 145,51% kế hoạch Trung ương giao.
- ✓ Thẻ ghi nợ quốc tế là 1.437 thẻ, tăng 54,18% so với năm trước (+505 thẻ) và hoàn thành 151,74% kế hoạch Trung ương giao.
- ✓ Thẻ tín dụng là 332 thẻ, tăng 178,99% so với năm trước (+213 thẻ) và hoàn thành 461,11% kế hoạch Trung ương giao.

1.6.4.4. Thanh toán xuất nhập khẩu - kinh doanh ngoại tệ

Do ảnh hưởng chung của thị trường ngoại tệ, hoạt động mua bán ngoại tệ năm 2009 của chi nhánh gặp rất nhiều khó khăn và suy giảm đáng kể, trạng thái ngoại tệ luôn ở tình trạng âm và ảnh hưởng nhiều đến hoạt động thanh toán nhập khẩu của Chi nhánh.

- ✓ Tổng số doanh số mua bán ngoại tệ chỉ đạt 228,54 triệu USD, giảm 34,31% so với năm trước.
- ✓ Tổng doanh số thanh toán xuất nhập khẩu đạt 207,54 triệu USD, tăng 13,36% so với năm trước (+24,46 triệu USD) và hoàn thành vượt 24,67% kế hoạch Trung ương giao. Trong đó: doanh số thanh toán nhập khẩu đạt 117,2 triệu USD, tăng 70,47% so với năm trước (+48,45 triệu USD); doanh số thanh toán xuất khẩu đạt 90,34 triệu USD, giảm 20,98% so với năm trước (-23,99 triệu USD).

1.6.4.5. Công tác ngân quỹ

Trong thời gian qua, công tác Ngân quỹ của chi nhánh năm 2009 luôn được kiểm soát và quản lý chặt chẽ, hệ thống kho quỹ luôn đảm bảo được an toàn, luôn tuân thủ và thực hiện tốt quy trình thu chi tiền mặt, đảm bảo được định mức tồn quỹ đầu ngày hợp lý, đáp ứng đầy đủ và kịp thời nhu cầu tiền mặt của khách hàng, đáp ứng tốt công tác tiếp quỹ cho 10 máy ATM và các phòng giao dịch; không có mất mát xảy ra; các cán bộ ngân quỹ có tinh thần, trách nhiệm trong công việc, có lương tâm đạo đức nghề nghiệp; cán bộ quỹ trả tiền thừa cho khách hàng nhiều lần được Ban giám đốc tuyên dương gương người tốt việc tốt và đã được Ban lãnh đạo Ngân hàng Ngoại thương khen thưởng kịp thời. Tổng doanh số thu, chi tiền mặt VND trong năm 2009 đạt 19.222,91 tỷ đồng tăng 3,10% so với năm trước

(+578,76 tỷ VND); tổng doanh số thu, chi tiền mặt ngoại tệ (quy USD) đạt 77,83 triệu USD giảm 24,99% so với năm trước (-25,93 triệu USD).

1.6.4.6. Hoạt động kiểm tra, kiểm soát

Với sự chỉ đạo sâu sát của Ban giám đốc, hoạt động kiểm tra, kiểm soát luôn được tổ chức thường xuyên, liên tục, nội dung kiểm tra luôn bám sát các chỉ đạo của NHNN, Ngân hàng Ngoại Thương Trung Ương, các trường hợp thiếu sót được chỉnh sửa, bổ sung nghiêm túc, kịp thời, đầy đủ. Trong năm 2009, chi nhánh cũng đã tiếp và làm việc với 3 đoàn kiểm tra gồm: kiểm toán Nhà nước, kiểm tra nội bộ Trung Ương, kiểm toán nội bộ Trung Ương; các đoàn đều có sự nhìn nhận và đánh giá cao nỗ lực của chi nhánh trong việc tuân thủ các quy định, chế độ của Ngành, của Trung Ương, hoạt động chi nhánh ở mức an toàn cao.

1.6.4.7. Kết quả kinh doanh

Thời gian qua, tình hình hoạt động của chi nhánh gặp nhiều khó khăn. Tuy vậy, với sự lãnh đạo, chỉ đạo sáng suốt, đúng đắn của Ban giám đốc cùng với sự đoàn kết, nỗ lực phấn đấu làm việc hăng say đầy nhiệt huyết và hiệu quả của toàn thể cán bộ viên chức lao động chi nhánh, kết quả kinh doanh của chi nhánh các năm qua tăng trưởng ổn định.

Bảng 1.1: Kết quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh qua các năm

Đơn vị tính: tỷ đồng

Năm	2007	2008	2009
Lãi	20,06	56,09	46,64

Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Vietcombank Tân Bình

Kết luận chương 1

Được thành lập vào ngày 01/04/1963, trải qua hơn 47 năm hoạt động, Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) đã đạt được nhiều thành tựu và sự ghi nhận của xã hội, đóng góp tích cực trong việc phát triển ngành ngân hàng của Việt Nam. Chương 1 là phần giới thiệu một cách tổng quát về lịch sử hình thành và phát triển, mạng lưới hoạt động, những thành tựu đã đạt được trong những năm vừa qua, cũng như là kết quả hoạt động kinh doanh và mục tiêu trong năm 2010 của Vietcombank toàn hệ thống nói chung và Vietcombank Tân Bình nói riêng. Tiếp theo chương 1 sẽ là chương 2 – cơ sở lý luận về Internet Banking và thực trạng cung ứng dịch vụ Internet Banking của Vietcombank.

CHƯƠNG 2:

THỰC TRẠNG VỀ DỊCH VỤ INTERNET BANKING TẠI VIETCOMBANK

2.1. Cơ sở lý luận về Dịch vụ ngân hàng điện tử và Internet Banking

2.1.1. Một số khái niệm cơ bản

2.1.1.1. Thương mại điện tử (E-commerce)

Theo tài liệu đào tạo về Thương mại điện tử của Microsoft: “Thương mại điện tử là kinh doanh trên môi trường điện tử nhằm kết nối người bán và người mua. Nó tích hợp dữ liệu, liên lạc điện tử và dịch vụ bảo mật để tạo thuận lợi cho công việc kinh doanh”.

Nói chung, Thương mại điện tử là một khái niệm dùng để chỉ quá trình mua và bán một sản phẩm (hữu hình) hoặc dịch vụ (vô hình) thông qua mạng điện tử (Electronic Network), phương tiện trung gian (Medium) phổ biến nhất của Thương mại điện tử là Internet.

2.1.1.2. Dịch vụ ngân hàng điện tử (E-banking)

Dịch vụ ngân hàng điện tử là một dạng của thương mại điện tử ứng dụng trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Một số đặc điểm của dịch vụ này:

- Là sự kết hợp giữa một số hoạt động ngân hàng truyền thống với công nghệ thông tin và điện tử viễn thông.
- Cung cấp các sản phẩm và dịch vụ trong lĩnh vực ngân hàng.
- Là một loại dịch vụ ngân hàng được khách hàng thực hiện thông qua kênh phân phối điện tử (Internet và các thiết bị truy nhập đầu cuối khác như máy tính, ATM, POS, điện thoại bàn, điện thoại di động...) mà không phải đến quầy giao dịch.

Tính ưu việt của mô hình ngân hàng điện tử:

- Tiết kiệm chi phí, giảm bớt các thủ tục giấy tờ, tạo thuận lợi cho việc thực hiện các giao dịch. Các giao dịch qua kênh điện tử có chi phí vận hành rất thấp. Chi phí chủ yếu là đầu tư ban đầu, ngân hàng không cần đầu tư nhân sự, địa điểm và các chi phí in ấn, lưu chuyển hồ sơ cho việc giao dịch. Khách hàng có thể giao dịch ở mọi nơi không phải đến phòng các giao dịch. Thời gian giao dịch không bị hạn chế trong 8 giờ làm việc mà có thể bất kỳ lúc nào kể cả ban đêm.
- Giao dịch thông qua ngân hàng điện tử nhanh hơn so với giao dịch truyền thống. Thông thường giao dịch tại quầy cho một khách hàng chuyển tiền mất khoảng 15

phút không kể thời gian đi lại và chờ đợi, nhưng giao dịch trên Internet, Mobile hoặc qua hệ thống thẻ chỉ qua một vài thao tác đơn giản trong một vài phút.

- Với ngân hàng điện tử, các bên liên quan có thể tiến hành giao dịch khi ở cách xa nhau, không bị giới hạn bởi không gian địa lý. Điều này cho phép các khách hàng tiết kiệm chi phí đi lại, thời gian gặp mặt trong khi mua bán. Với người tiêu dùng, họ có thể ngồi tại nhà để đặt hàng, mua sắm nhiều loại hàng hóa, dịch vụ thật nhanh chóng.
- Không phải mang theo nhiều tiền mặt, giảm thiểu rủi ro mất, tiền giả, nhầm lẫn, thời gian kiểm đếm. Tường minh các giao dịch giảm bớt được việc thiếu minh bạch so với giao dịch bằng tiền mặt.

Với những lợi ích như trên ngân hàng điện tử chính là giải pháp tiên phong trong việc đơn giản hóa hoạt động thanh toán. Những ngân hàng thực sự nhận thức được giá trị của ngân hàng điện tử sẽ là người chiến thắng trong cuộc cạnh tranh về chi phí và chất lượng dịch vụ.

Các dịch vụ ngân hàng điện tử đã áp dụng tại Việt Nam bao gồm:

- Dịch vụ ngân hàng tại nhà (Home Banking)
- Dịch vụ ngân hàng tự động qua điện thoại (Phone Banking)
- Dịch vụ ngân hàng tự động qua điện thoại di động (Mobile Banking hay SMS Banking)
- Dịch vụ ngân hàng qua mạng Internet (Internet Banking)
- Trung tâm cuộc gọi (Call Center)
- Dịch vụ Kiosk ngân hàng
- Dịch vụ thẻ

2.1.1.3. Dịch vụ ngân hàng qua mạng Internet (Internet Banking)

Internet Banking là một trong những kênh phân phối các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng thương mại. Hệ thống này cho phép khách hàng truy cập tài khoản giao dịch của mình cũng như những thông tin chung về sản phẩm, dịch vụ ngân hàng thông qua máy tính cá nhân hay một thiết bị thông minh khác.

Internet Banking sử dụng môi trường truyền thông Internet, cung cấp thông tin và thực hiện giao dịch tức thời (online). Do đó, để sử dụng Internet Banking, khách hàng cần có máy tính và thiết bị truy cập mạng. Thông qua trình duyệt web, khách hàng sẽ thực hiện các thao tác trên máy tính của mình để truy cập vào tài khoản, và thực hiện các giao dịch với ngân hàng mà không cần phải cài đặt thêm một phần mềm đặc biệt nào khác.

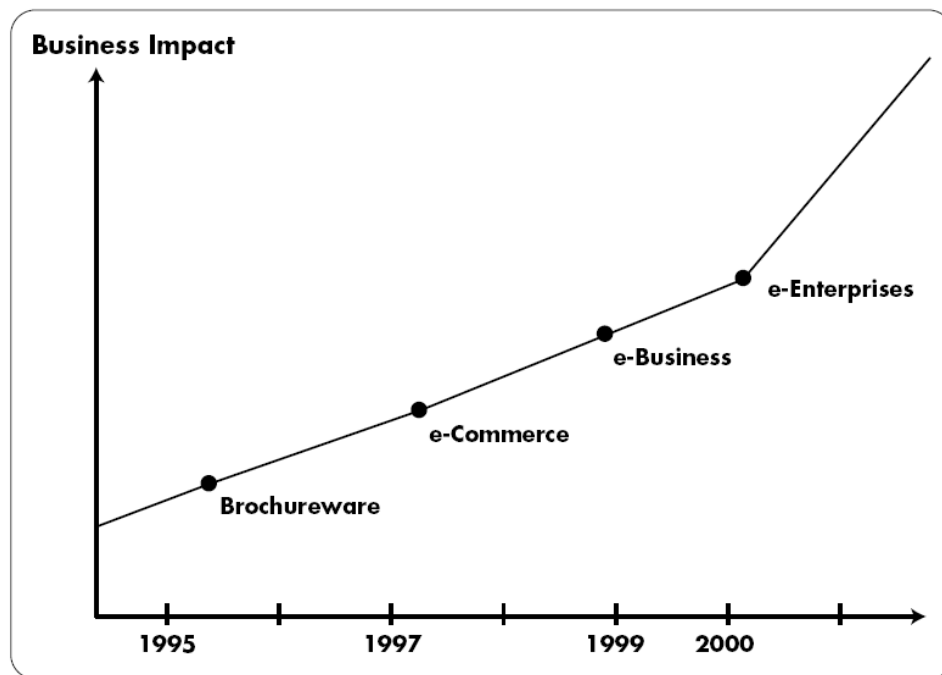
Là một dịch vụ ngân hàng điện tử còn khá mới mẻ tại Việt Nam, Internet Banking cho phép khách hàng có thể thực hiện giao dịch với ngân hàng thông qua mạng Internet vào bất cứ lúc nào và bất cứ nơi đâu mà khách hàng cảm thấy thuận phù hợp nhất.

Các sản phẩm và dịch vụ của Internet Banking có thể cung cấp cho khách hàng như thanh toán chuyển khoản, thanh toán hóa đơn, truy vấn số dư tài khoản, chuyển khoản, tra cứu thông tin giao dịch... Với Internet Banking, các ngân hàng có thể kết hợp với các doanh nghiệp bán hàng qua mạng để xây dựng cổng thanh toán qua mạng. Chính vì thế đây là hình thức thanh toán nhanh chóng, tiện lợi và là động lực thúc đẩy thương mại điện tử và thanh toán không dùng tiền mặt phát triển.

2.1.2. Các giai đoạn phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử

Theo Faisal Hoque, tác giả của “e-Enterprise”, kể từ khi ngân hàng đầu tiên - Well Fargo cung cấp dịch vụ ngân hàng qua mạng lần đầu tiên tại Mỹ, đến nay hệ thống ngân hàng điện tử trên thế giới đã được phát triển qua 4 giai đoạn sau:

Hình 2.1: Các giai đoạn phát triển của dịch vụ ngân hàng điện tử



Source: e-Enterprise, Faisal Hoque, Cambridge University Press, 2000

Nguồn: e- Enterprises, Faisal Hoque, năm 2000

Brochure-ware (Giới thiệu dịch vụ ngân hàng qua website): Đây là hình thái đơn giản nhất của ngân hàng điện tử. Hầu hết các ngân hàng khi mới bắt đầu xây dựng dịch vụ ngân hàng điện tử đều thực hiện theo mô hình này. Các ngân hàng sẽ xây dựng một website nhằm quảng cáo, chỉ dẫn, giới thiệu cho khách hàng những thông tin về ngân hàng và các sản phẩm, dịch vụ do chính ngân hàng cung cấp. Thực chất đây cũng chỉ là một kênh quảng

cáo mới mà các ngân hàng có thể tận dụng ngoài những kênh thông tin truyền thông như báo chí, truyền hình..., tất cả mọi giao dịch của ngân hàng vẫn được thực hiện qua hệ thống phân phối truyền thống, đó là các chi nhánh ngân hàng.

e-Commerce (Thương mại điện tử): Trong hình thái thương mại điện tử, các ngân hàng sử dụng Internet như một kênh phân phối mới cho các dịch vụ truyền thống như xem thông tin tài khoản, nhận thông tin giao dịch chứng khoán. Lúc này, Internet chỉ đóng vai trò như là một dịch vụ cộng thêm để tạo sự thuận lợi thêm cho khách hàng. Hầu hết, các ngân hàng vừa và nhỏ đang ở hình thái này.

e-Business (Kinh doanh điện tử): Trong hình thái này, các xử lý cơ bản cả ở phía khách hàng (front-end) và phía người quản lý (back-end) đều được tích hợp với Internet và các kênh phân phối khác. Giai đoạn này được phân biệt bởi sự gia tăng về sản phẩm và chức năng của ngân hàng với sự phân biệt sản phẩm theo nhu cầu và quan hệ của khách hàng đối với ngân hàng. Hơn thế nữa, sự phối hợp, chia sẻ dữ liệu giữa hội sở ngân hàng và các kênh phân phối như chi nhánh, mạng Internet, mạng không dây... giúp cho việc xử lý yêu cầu và phục vụ khách hàng được nhanh chóng và chính xác hơn. Internet và khoa học công nghệ đã tăng sự liên kết, chia sẻ thông tin giữa ngân hàng, đối tác, khách hàng, cơ quan quản lý... Một vài ngân hàng tiên tiến trên thế giới đã xây dựng được mô hình này và hướng tới xây dựng được một ngân hàng điện tử hoàn chỉnh.

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

2.1.3. Các cấp độ của Internet Banking

Cho đến nay, các sản phẩm của Internet Banking được chia thành 3 cấp độ:

Cấp độ cung cấp thông tin (Informative): Đây là cấp độ cơ bản của Internet Banking. Ở hình thức này, ngân hàng cung cấp các thông tin về sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng trên trang web, toàn bộ các thông tin này được lưu trữ trên một máy chủ (serve) hoàn toàn độc lập với hệ thống dữ liệu của ngân hàng. Ngân hàng có thể tự cung cấp dịch vụ Internet Banking này hoặc thuê một đơn vị khác. Rủi ro tương đối thấp vì không có sự liên kết giữa máy chủ Internet Banking và mạng nội bộ của ngân hàng. Mặc dù ít rủi ro nhưng máy chủ (server) hay trang web của ngân hàng cũng có thể bị tấn công, dẫn đến bị thay thế

hoặc sửa đổi. Rủi ro đáng quan tâm đối với loại hình Internet Banking này là khả năng bị tấn công dưới hình thức từ chối dịch vụ hay thay đổi nội dung.

Cấp độ trao đổi thông tin (Communicative): Ở cấp độ này, Internet Banking cho phép có sự trao đổi, liên lạc thông tin giữa ngân hàng và khách hàng. Những thông tin trao đổi được giới hạn trong các hoạt động như gửi thư điện tử, truy vấn thông tin tài khoản, xin cấp tín dụng, hay cập nhật dữ liệu (thay đổi tên và địa chỉ). Một số dịch vụ được cung cấp trên loại Internet Banking này là: truy vấn thông tin tài khoản; truy vấn thông tin chi tiết các giao dịch của tài khoản theo khoản thời gian; xem biểu phí, tỷ giá, lãi suất, cập nhật dữ liệu cá nhân... Hình thức này rủi ro cao hơn do các máy chủ có thể được kết nối với mạng nội bộ ngân hàng.

Cấp độ giao dịch (Transactional): Internet Banking ở cấp độ này cho phép khách hàng thực hiện các giao dịch với ngân hàng. Các giao dịch mà khách hàng có thể thực hiện như hoạt động mở tài khoản và truy vấn thông tin, mua sản phẩm/dịch vụ, thanh toán hóa đơn, chuyển tiền. Đây là hình thức Internet Banking có mức độ rủi ro cao nhất và cần được kiểm soát chặt chẽ do máy chủ được kết nối với mạng nội bộ của ngân hàng hoặc đơn vị cung cấp phần mềm.

2.1.4. Dịch vụ ngân hàng điện tử và Internet Banking trên thế giới

2.1.4.1. Dịch vụ ngân hàng điện tử trên thế giới

Ngày nay, thương mại điện tử đang là một xu thế phát triển tất yếu trên thế giới. Thương mại điện tử đang phát triển nhanh và làm biến đổi sâu sắc các phương thức kinh doanh, thay đổi hình thức, nội dung hoạt động kinh tế, văn hóa, xã hội của loài người.

Để thúc đẩy quá trình hội nhập, thu hút khách hàng cũng như giành giật cơ hội trong kinh doanh, hầu hết các ngân hàng trên thế giới đang không ngừng tăng cường và đưa ra các dịch vụ tiện lợi, nhanh gọn và được hỗ trợ mạnh mẽ của các công nghệ hiện đại như máy giao dịch tự động (ATM), máy thanh toán tại các điểm bán hàng (POS), mạng lưới cung cấp dịch vụ ngân hàng thông qua mạng điện thoại, máy tính cá nhân... Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và truyền thông, của khoa học kỹ thuật, của công nghệ mới như Internet, mạng điện thoại di động, Web..., mô hình ngân hàng với hệ thống quầy làm việc, những tòa nhà cao ốc, giờ làm việc hành chính 7, 8 giờ sáng đến 4, 5 giờ chiều (“brick and mortar” Banking) đang dần được cải tiến và thay thế bằng mô hình ngân hàng mới – ngân hàng điện tử (“click and mortar” Banking). Khẳng định bằng những thành công trong những năm qua, ngân hàng điện tử đã có những bước phát triển vượt bậc và trở thành mô hình tất yếu cho hệ thống ngân hàng trong thế kỷ 21.

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

Ở Anh, theo khảo sát của BACS (Bankers Automated Clearing Services), số người sử dụng dịch vụ trên đã tăng từ 3,5 triệu lên 7,8 triệu trong vòng hai năm. Số người thanh toán hóa đơn và chuyển tiền qua Internet hoặc qua điện thoại cũng tăng mạnh. Trong năm 2002 đã có 7,2 triệu người thanh toán các loại chi phí và chuyển khoản theo đường này tăng 44% so năm 2001 và đã có tổng cộng 72 triệu lượt thanh toán trực tuyến, trong đó số người sử dụng thẻ tín dụng chiếm hơn một nửa.

Tại Mỹ, những ngân hàng lớn tham gia kinh doanh trực tuyến ngày càng nhiều, theo báo cáo của FDIC, số ngân hàng có tài sản dưới 100 triệu USD có cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử chỉ chiếm khoảng 5%, trong khi đó số ngân hàng có tài sản lớn hơn 10 tỷ USD có dịch vụ ngân hàng điện tử chiếm tới 84%.

Bảng 2.1: Số lượng ngân hàng có mặt trên mạng Internet

Tổng tài sản (triệu USD)	Số ngân hàng	Có mặt trên mạng (%)
Ít hơn 100	5,912	5
Từ 100 đến 500	3,403	16
Từ 500 đến 1000	418	34
Từ 1000 đến 3000	312	42
Từ 3000 tới 10.000	132	52
Trên 10.000	94	84

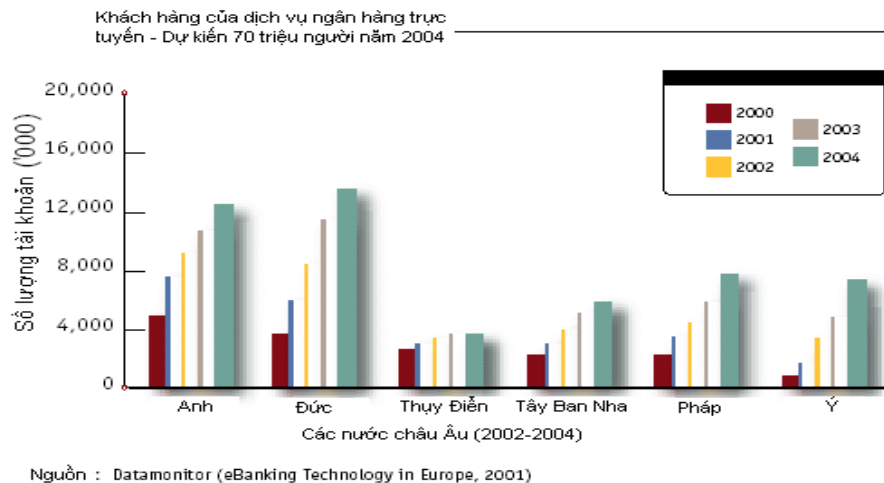
Nguồn: “E-business and E-challenge” tổng hợp từ [FDIC00]

Trong những năm vừa qua, ngân hàng điện tử đã phát triển lớn mạnh và nhanh chóng. Theo nghiên cứu của Jupiter Media, tổng số các giao dịch qua mạng của toàn bộ các ngân hàng tại Mỹ đã tăng 77,6% chỉ trong vòng một năm từ tháng 07/2000 tới tháng 07/2001, trong khi đó, cùng thời gian, lưu lượng giao thông trao đổi thông tin qua hệ thống World Wide Web chỉ tăng 19,8% trong cùng kỳ. Một cơ quan nghiên cứu trên mạng: Datamonitor đã báo cáo cho giai đoạn 2002 cho đến hết năm 2003: số lượng tài khoản ngân hàng điện tử tại Châu Âu tăng trung bình 34%/năm và tăng từ 14,3 triệu tài khoản năm 2002

lên xấp xỉ 43,2 triệu tài khoản vào cuối năm 2005, và số lượng người sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử sẽ tăng lên nhanh chóng.

Giao dịch qua ngân hàng điện tử hoạt động hiện nay chiếm từ 5 – 10% tổng khối lượng giao dịch của các ngân hàng bán lẻ ở Mỹ và Châu Âu. Tại Pháp, số lượng tài khoản ngân hàng điện tử đã tăng 75%/năm và dự đoán sẽ đạt con số 30.000 vào năm 2006.

Đồ thị 2.1 : Số lượng khách hàng của dịch vụ ngân hàng trực tuyến của các nước Châu Âu năm 2000 – 2004



2.1.4.2. Dịch vụ Internet Banking trên thế giới

Tại Mỹ

Các website của các ngân hàng xuất hiện lần đầu tiên trên mạng Internet vào khoảng những năm 90 thế kỷ XX. Hệ thống Internet Banking đầu tiên xuất hiện ở Mỹ. Ý tưởng sử dụng các lợi thế của Internet trong cuộc cạnh tranh trên thị trường tài chính đã dẫn đến sự ra đời của các ngân hàng hoàn toàn trên mạng. Ngân hàng đầu tiên thuộc loại này là Security First Network Bank (SFNB) ra đời vào ngày 18/10/1995⁽¹⁾. Trong vòng 8 tuần, SFNB đã nhận được yêu cầu mở tài khoản của 1000 cá nhân ở 40 tiểu bang. Cho tới tháng 04/1996, SFNB đã phục vụ 2000 khách hàng và tới 03/1997 có 8000 tài khoản cá nhân với 25 triệu USD tiền gửi. Các ngân hàng như Still Water National Bank – Oklahoma, Southwest Bankcorp.Inc hay State National Bank – Texas... cũng lần lượt đưa các dịch vụ của ngân hàng mình lên mạng Internet.

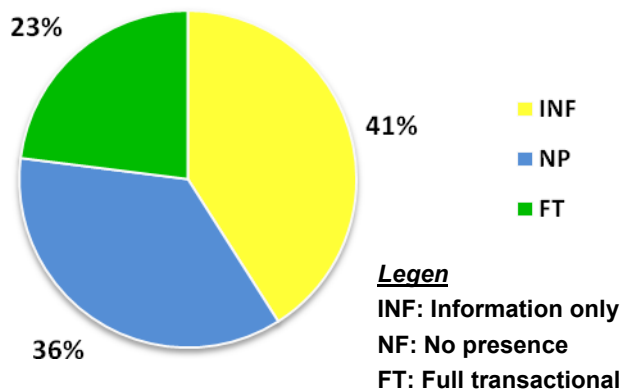
Kể từ giai đoạn có mặt trên mạng tới khi cung cấp đầy đủ dịch vụ trực tuyến là cả một quá trình. Vào thời điểm năm 2000, trong số top 100 ngân hàng của Mỹ thì có 36% không có mặt trên mạng, 41% chỉ cung cấp thông tin và còn lại 23% là cung cấp đầy đủ dịch vụ ngân hàng trực tuyến. Trong năm 2000 đã có khoảng 1.100 ngân hàng lớn nhỏ tại

⁽¹⁾ Tạp chí khoa học & Đào tạo ngân hàng số tháng 9 và 10/2002

Mỹ cung cấp đầy đủ mọi dịch vụ ngân hàng qua mạng, con số này tăng lên 1.200 vào cuối năm 2003.

Đồ thị 2.2 : Tình trạng cung cấp dịch vụ ngân hàng trực tuyến của 100 ngân hàng hàng đầu của Mỹ

Online status of the top 100 U.S Bank



Nguồn: “E-business and E-challenge” tổng hợp từ [FDIC00]

Theo nghiên cứu của Stegman, chi phí trung bình cho việc thực hiện một giao dịch bất kỳ trên mạng Internet thấp hơn rất nhiều so với giao dịch qua kênh truyền thống, qua các kênh ngân hàng tự động hay qua trung tâm liên lạc khách hàng (Call/Contact center). Điều này chứng tỏ rằng các giao dịch dựa trên công nghệ Internet đã trở nên kinh tế và hiệu quả cho ngành ngân hàng Mỹ trong việc cắt giảm chi phí và cải thiện chất lượng dịch vụ cho các khách hàng hiện tại và tiềm năng của Mỹ ở phạm vi toàn cầu. Kết quả là, sử dụng Internet Banking tại Mỹ tăng nhanh chóng và đặc biệt bùng nổ trong giai đoạn từ tháng 03/2000 đến tháng 10/2002 (tăng 127%, từ 15 triệu người sử dụng lên 34 triệu người sử dụng), cao hơn tất cả các hình thức giao dịch trực tuyến khác.

Để hạn chế rủi ro giao dịch của Internet Banking, ngoài việc đẩy mạnh hỗ trợ nghiên cứu, phát triển hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin, khuyến khích các ngân hàng tăng cường đầu tư cho hệ thống Internet Banking và các giải pháp bảo mật, chính phủ Mỹ còn đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức của khách hàng sử dụng Internet Banking cũng như các ngân hàng. Phòng quản lý tiền tệ trực thuộc ngân hàng trung ương đưa ra các văn bản hướng dẫn (Internet Banking – Comptroller Handbook, Authentication in an Electronic Banking Environment – 2001 Guidance...), xây dựng các quy tắc (Final Rule on Electronic Banking) và tổ chức các khóa đào tạo giúp cho các nhà cung cấp dịch vụ, các đơn vị gia công phần mềm và các ngân hàng có thể xây dựng những thủ tục, quy trình giám sát và kiểm tra hoạt động Internet Banking. Các quy tắc, văn bản hướng dẫn này thường

xuân được cập nhật và thay đổi cho phù hợp với môi trường công nghệ thông tin luôn biến động và yêu cầu kinh doanh thay đổi.

Bảng 2.2 : Tình hình thanh toán trực tuyến tại Mỹ qua các năm

Năm	Paying Online
2003	50%
2004	57%
2005	64%
2006	71%
2007	78%
2008	85%

(Nguồn Jupiter Research, 11/2003 – Ebanking Mr Van de Vyver)

Tại Úc

Cuối năm 1997, chỉ có 2 ngân hàng là Advance Bank và Common Wealth Bank sử dụng Internet Banking nhưng đến nay đã dẫn đầu trong khu vực Châu Á Thái Bình Dương về sử dụng giao dịch qua mạng.

Tại Châu Á

Trong khu vực này, Internet Banking đã được triển khai tại nhiều nước khác nhau như Trung Quốc, Hồng Kông, Singapore... Theo một khảo sát của IDC, đến hết năm 2002, có 16,8 triệu khách hàng sử dụng các dịch vụ ngân hàng trực tuyến ở tám nước và vùng lãnh thổ là Trung Quốc, Australia, Hồng Kông, Ấn Độ, Malaysia, Singapore, Đài Loan.

* Tại Trung Quốc, Ngân hàng Trung Ương đã khuyến khích các dịch vụ Internet Banking từ năm 2000. Tuy mới tham gia từ năm 2000 nhưng Trung Quốc đã có rất nhiều cải cách về chính sách cũng như chiến lược để phát triển lĩnh vực này.

* Tại Hồng Kông, ngân hàng HSBC bắt đầu cung cấp dịch vụ Internet Banking vào 01/08/2000. Với dịch vụ Internet Banking của HSBC, khách hàng có thể gửi tiết kiệm, đầu tư chứng khoán, thanh toán hóa đơn dịch vụ và giao dịch ngoại hối.

* Tại Thái Lan, dịch vụ Internet Banking được cung cấp từ năm 1995. Đặc biệt sau cuộc khủng hoảng tài chính năm 1997, các ngân hàng Thái Lan chịu sức ép phải cắt giảm chi phí đã chuyển sang hướng đẩy mạnh cung cấp các dịch vụ Internet Banking, coi đây là một giải pháp nhằm giảm chi phí nhân công và đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

* Tại Singapore, dịch vụ Internet Banking đầu tiên xuất hiện từ năm 1997. Hiện tại các ngân hàng lớn tại Singapore đều cung cấp dịch vụ này như Oversea Union Bank (OUB), DBS Bank, Citibank, Hong Kong's Bank of East Asia, Oversea – Chinese Banking Corp (OCBC).

Để tạo cho người dùng cảm giác tin cậy khi sử dụng Internet Banking, Ngân hàng Trung ương Singapore (MAS) đã nghiên cứu bối cảnh an ninh ở các quốc gia khác, xây dựng tiêu chuẩn phù hợp cho Singapore và giúp các ngân hàng thương mại triển khai được các tiêu chuẩn đó. Mặt khác, MAS còn giúp các ngân hàng thương mại không bị ảnh hưởng đến uy tín cũng như hình ảnh của họ khi bị tấn công, tạo lòng tin của người dùng đối với các dịch vụ trực tuyến và khuyến khích họ sử dụng. Có thể thấy vai trò của chính phủ Singapore là xây dựng, ban hành các tiêu chuẩn, các quy định, các định hướng để các ngân hàng tuân thủ và một khi họ tuân thủ thì hệ thống của họ được an toàn. Cụ thể, tháng 12/2006, Singapore chính thức đưa vào vận hành hệ thống 2FA (Two Factor Authentication – hệ thống xác thực 2 nhân tố) để đảm bảo an toàn cho hệ thống Internet Banking tại quốc gia này. Để xác thực, hệ thống an toàn thông tin này sử dụng nhiều nhân tố khác nhau như: what you have (cái bạn có, chẳng hạn mật khẩu, token), what you know (cái bạn biết, bao gồm các câu hỏi) hay what you are (cái bạn làm)... Hệ thống 2FA sử dụng 2 nhân tố xác thực thuộc hai nhóm khác nhau kể trên giúp tăng tính an toàn.

2.2. Các yếu tố quan trọng để phát triển Internet Banking

Sự hiểu biết và chấp nhận của công chúng: khách hàng có thói quen với cách giao dịch trực tiếp và thanh toán bằng tiền mặt. Thay đổi thói quen này của khách hàng không phải là điều đơn giản. Hơn nữa, Internet Banking là một kênh phân phối mới, muốn sử dụng phải tìm hiểu nên không dễ để thuyết phục khách hàng sử dụng dịch vụ này. Do đó, sự hiểu biết của công chúng về Internet Banking. Do đó, sự hiểu biết của công chúng về Internet Banking và các lợi ích của dịch vụ này là điều cần thiết. Các ngân hàng cần phải có những chiến dịch phổ biến làm cho khách hàng hiểu rõ ưu điểm, cũng như hướng dẫn họ sử dụng dịch vụ này.

Kết cấu hạ tầng về công nghệ thông tin và truyền thông: để phát triển Internet Banking trước tiên cần phải có một kết cấu hạ tầng về công nghệ thông tin và truyền thông phát triển. Internet Banking được cung cấp dựa trên sự rộng khắp, phổ biến của mạng Internet. Những tiến bộ nhanh chóng của ngành công nghệ thông tin và truyền thông thời gian qua đã tạo ra tiền đề cho hoạt động Internet Banking phát triển.

Kết cấu hạ tầng về công nghệ thông tin và truyền thông phát triển sẽ giúp tạo ra sự thuận tiện, chính xác, nhanh chóng và an toàn hệ thống mạng. Một khi khách hàng đã từ bỏ thói quen giao dịch trực tiếp và chấp nhận phương thức giao dịch qua Internet, hiểu rõ ưu điểm, có đủ kiến thức và kỹ năng để thực hiện giao dịch thì mong muốn sử dụng các dịch vụ Internet Banking sẽ phụ thuộc vào sự thuận tiện, nhanh chóng, chính xác và an toàn mà dịch vụ đó có thể bảo đảm.

Nguồn nhân lực: hệ thống Internet Banking đòi hỏi một lực lượng lớn lao động được đào tạo tốt về công nghệ thông tin và truyền thông để cung cấp các ứng dụng cần thiết, đáp ứng yêu cầu hỗ trợ và chuyển giao các tri thức kỹ thuật thích hợp. Thiếu các kỹ năng để làm việc trên Internet và làm việc với các phương tiện hiện đại khác, hạn chế về khả năng sử dụng tiếng Anh – ngôn ngữ căn bản của Internet cũng là những trở ngại cho việc phát triển Internet Banking.

Hệ thống cung ứng sản phẩm dịch vụ và thanh toán trực tuyến: Internet Banking sẽ không thể phát triển khi không có một hệ thống cung ứng hàng hóa, dịch vụ thanh toán trực tuyến. Một hệ thống cung ứng và thanh toán trực tuyến nói chung bao hàm các dịch vụ mạng cung cấp hàng hóa hoặc dịch vụ và thanh toán tiền cho các hàng hóa và dịch vụ đó. Hàng hóa ở đây có thể bao gồm hàng hóa thông thường hoặc hàng hóa điện tử như tài liệu điện tử, ảnh, nhạc. Tương tự, dịch vụ ở đây có thể là các dịch vụ truyền thống như khách sạn hoặc đặt vé máy bay, cũng có thể là các dịch vụ điện tử như phân tích thị trường tài chính dưới dạng điện tử. Chính sự phát triển của hệ thống này đã thúc đẩy Internet Banking phát triển.

Khuôn khổ pháp lý và các chuẩn mực cho Internet Banking: Internet Banking là một hình thức cung ứng dịch vụ ngân hàng mới, do đó đòi hỏi các khuôn khổ pháp lý mới. Internet Banking chỉ có thể triển khai được hiệu quả và an toàn khi được công nhận về mặt pháp lý. Kênh phân phối này đòi hỏi môi trường kinh tế kỹ thuật được chuẩn hóa cao độ. Trong môi trường như vậy, chắc chắn sản phẩm và dịch vụ phải tuân thủ các chuẩn mực nghiêm ngặt. Do đó cần phải xây dựng và hoàn thiện khuôn khổ pháp lý và các chuẩn mực cho Internet Banking.

2.3. Lợi ích và rủi ro trong quá trình sử dụng Internet Banking

2.3.1. Lợi ích của dịch vụ Internet Banking

2.3.1.1. Lợi ích đối với Ngân hàng

🔗 Tiết kiệm chi phí, tăng doanh thu

Thông qua website của mình, ngân hàng có khả năng giới thiệu, cung cấp dịch vụ và sản phẩm mới, do đó làm giảm chi phí bán hàng và tiếp thị.

Bên cạnh đó, Internet Banking giúp Ngân hàng tiết kiệm đáng kể chi phí cố định mở văn phòng giao dịch và giảm được số nhân viên số nhân viên. Giao dịch qua mạng giúp rút ngắn thời gian tác nghiệp, chuẩn hóa các thủ tục, quy trình, nâng cao hiệu quả tìm kiếm và xử lý chứng từ. Phí giao dịch qua Internet được đánh giá là ở mức rất thấp so với giao dịch truyền thống, đặc biệt là giao dịch qua mạng Internet, từ đó góp phần tăng doanh thu cho

ngân hàng. Số liệu về phí giao dịch ngân hàng theo một số nghiên cứu tại Mỹ và Châu Âu chứng minh điều đó:

Bảng 2.3 : So sánh phí dịch vụ ngân hàng qua các hình thức giao dịch

STT	Hình thức giao dịch	Phí bình quân 1 giao dịch			
		Mỹ ^(*)		Châu Âu ^(**)	
		USD	%	EUR	%
1	Giao dịch qua nhân viên ngân hàng	1,07	100	2	100
2	Giao dịch qua máy ATM	0,27	25	0,22	11
3	Call centre	0,54	50	0,96	48
4	Giao dịch qua Internet	0,01	1	0,14	7

Nguồn: ^(*) Booz, Allen và Hamilton (1996); ^(**) Forrester Research (tháng 06/2003)

➤ **Mở rộng phạm vi hoạt động, nâng cao năng lực cạnh tranh**

Với sự trợ giúp của công nghệ thông tin, ngân hàng có thể cung cấp dịch vụ ngân hàng bán lẻ với tốc độ cao và liên tục. Điều quan trọng hơn là Internet Banking còn có thể giúp các ngân hàng thực hiện chiến lược “toàn cầu hóa”, “vươn tới mọi nơi” mà không cần mở thêm chi nhánh. Ngoài ra, Internet Banking còn là công cụ giúp ngân hàng quảng bá, khuếch trương thương hiệu một cách sinh động và hiệu quả.

➤ **Tăng khả năng chăm sóc và thu hút khách hàng**

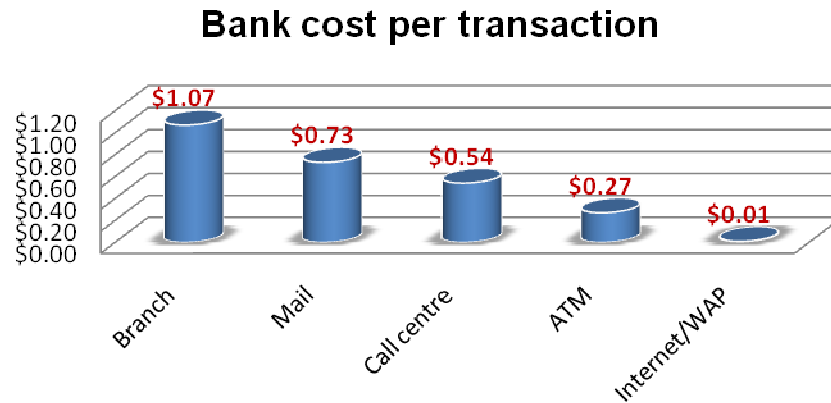
Chính những tiện ích có được từ công nghệ ứng dụng, từ phần mềm, từ nhà cung cấp dịch vụ mạng, dịch vụ Internet Banking đã thu hút khách hàng và giúp ngân hàng có được những khách hàng trung thành. Với mô hình ngân hàng hiện đại, kinh doanh đa năng thì khả năng phát triển, cung ứng các dịch vụ cho nhiều đối tượng khách hàng, nhiều lĩnh vực kinh doanh của Internet Banking là rất cao.

2.3.1.2. Lợi ích đối với khách hàng

➤ **Tiện lợi, tiết kiệm thời gian:** Với Internet Banking, khách hàng có thể giao dịch với ngân hàng thông qua mạng Internet tại bất cứ lúc nào (24 giờ mỗi ngày, 7 ngày một tuần) và ở bất cứ nơi đâu (tại nhà riêng hoặc ở văn phòng, khi đang ở trong nước hay đi nước ngoài). Internet Banking đặc biệt thích hợp đối với các khách hàng luôn di chuyển vị trí, có ít thời gian đến ngân hàng giao dịch hoặc có số lượng giao dịch với ngân hàng không nhiều, số tiền mỗi lần giao dịch không lớn.

➤ **Tiết kiệm chi phí:** Chi phí cho việc giao dịch qua mạng thấp hơn rất nhiều so với việc khách hàng thực hiện giao dịch trực tiếp tại ngân hàng, do khách hàng không phải tốn chi phí đi lại, cũng như không phải trả phí dịch vụ cho ngân hàng.

Đồ thị 2.3: Chi phí giao dịch qua các kênh khác nhau tại Mỹ



Nguồn: “E-business and E-challenge” tổng hợp từ [FDIC00]

↳ **Nhanh chóng, kịp thời, hiệu quả:** Internet Banking cho phép khách hàng thực hiện và xác nhận các giao dịch nhanh chóng, kịp thời. Chỉ cần truy cập vào một trang web, khách hàng có thể quản lý tất cả các tài khoản ngân hàng như IRAs, CDs, chứng khoán... Bên cạnh đó, nhiều trang web Internet Banking cũng thực hiện việc cung cấp cho khách hàng các công cụ đặc biệt như chương trình báo giá chứng khoán, thông báo lãi suất, quản lý danh mục đầu tư... nhằm giúp khách hàng quản lý hiệu quả tài sản của mình.

2.3.2. Rủi ro trong Internet Banking

Cũng như các phương thức giao dịch ngân hàng khác, Internet Banking cũng chứa đựng nhiều rủi ro. Những rủi ro của Internet Banking nói riêng cũng chính là những rủi ro chung của hệ thống ngân hàng điện tử.

Với tốc độ thay đổi nhanh chóng của công nghệ thông tin thì khó có thể đưa ra được một danh sách đầy đủ tất cả các loại rủi ro. Tuy nhiên, về cơ bản các rủi ro này cũng không nằm ngoài rủi ro truyền thống. Do đó có thể chia các rủi ro của hoạt động của ngân hàng điện tử thành các nhóm như đối với rủi ro truyền thống theo cách phân loại của Ủy ban Basel. Trong số đó, rủi ro hoạt động, rủi ro uy tín và rủi ro pháp lý là những rủi ro thường gặp nhất.

2.3.2.1. Rủi ro hoạt động

Rủi ro hoạt động là rủi ro phát sinh từ khả năng xảy ra thiệt hại cho ngân hàng do hệ thống không đảm bảo sự thống nhất và đáng tin cậy cần thiết. Trong đó, đảm bảo an ninh là vấn đề được quan tâm nhất vì các ngân hàng thường là đối tượng tấn công của những kẻ đột nhập hệ thống điện tử từ bên ngoài hoặc bên trong. Rủi ro hoạt động còn có thể phát sinh do nhầm lẫn của khách hàng, do các hệ thống ngân hàng điện tử được thiết kế, triển khai không hoàn chỉnh. Có thể tạm chia rủi ro hoạt động thành các nhóm nhỏ sau:

- *Rủi ro an ninh:* Rủi ro này phát sinh từ khâu kiểm soát tiếp cận vào hệ thống quản lý rủi ro và chứng từ quan trọng được lưu giữ tại ngân hàng, thông tin trao đổi giữa ngân hàng với các đối tác. Một lỗ hổng an ninh có thể dẫn đến những trách nhiệm pháp lý do bọn lừa đảo cố tình tạo cho ngân hàng, việc để lọt những trường hợp tiếp cận ngoài thẩm quyền có thể dẫn đến những thiệt hại trực tiếp hoặc gây ra các trách nhiệm pháp lý cho khách hàng và các rắc rối khác. Các rủi ro do gian lận ngân hàng có thể gặp thanh toán điện tử giả, ăn cắp dữ liệu của khách hàng...

- *Rủi ro thiết kế, duy trì hệ thống:* Các hệ thống được lựa chọn có thể không được thiết kế hoặc triển khai tốt, trong quá trình vận hành có thể bị lỗi gián đoạn hoặc chạy chậm... Việc nhiều ngân hàng dựa vào đối tác thứ ba cũng tiềm ẩn rủi ro vì bên cung cấp dịch vụ có thể không có chuyên gia cần thiết cho việc cung ứng các dịch vụ mà ngân hàng mong muốn hoặc không cập nhật kịp thời công nghệ của họ, hoặc hoạt động của nhà cung cấp dịch vụ bị gián đoạn do hệ thống bị hỏng hay khó khăn về tài chính. Tốc độ phát triển không ngừng của công nghệ thông tin lại tạo ra rủi ro hệ thống của ngân hàng do các nhân viên ngân hàng không hiểu được rõ và đầy đủ bản chất của công nghệ mới.

- *Rủi ro do nhầm lẫn của khách hàng:* Ngân hàng có thể bị tổn thất khi thiếu những biện pháp cần thiết để xác nhận giao dịch do khách hàng có khả năng phủ nhận những giao dịch trước đó, Trong trường hợp những thông tin cá nhân của khách hàng (số tài khoản, số CIF...) không được bảo mật, bọn tội phạm có điều kiện tiếp cận được với tài khoản của họ. Hậu quả là ngân hàng có thể chịu tổn thất tài chính do khách hàng thực chất không thực hiện giao dịch đó.

2.3.2.2. Rủi ro uy tín

Rủi ro uy tín là rủi ro dư luận đánh giá xấu về ngân hàng gây khó khăn nghiêm trọng cho ngân hàng trong việc tiếp cận các nguồn vốn hoặc khách hàng rời bỏ ngân hàng. Nguyên nhân có thể là do có những hành động nhằm tạo ra một hình ảnh xấu về ngân hàng đối với công chúng trong một thời gian dài, cũng có thể phát sinh từ cách mà ngân hàng phản ứng trước các hành động của bên thứ ba. Rủi ro uy tín thường là hệ quả trực tiếp của trạng thái rủi ro cao hoặc các rắc rối ở các nhóm rủi ro khác, nhất là nhóm rủi ro hoạt động.

Các tình huống mà ngân hàng có thể gặp các rủi ro về uy tín là:

☞ Rủi ro uy tín có thể phát sinh khi các hệ thống hoặc sản phẩm hoạt động như dự kiến và gây ra các phản ứng tiêu cực lan rộng trong công chúng hay một lỗ hổng nghiêm trọng về an ninh do bên ngoài hoặc bên trong tấn công lên hệ thống ngân hàng điện tử của ngân hàng, hoặc trong trường hợp khách hàng gặp vấn đề với dịch vụ được cung ứng nhưng không nhận được những thông tin cần thiết về quy trình giải quyết trực trặc.

☞ Ngoài ra, các hành động phi pháp và lừa đảo của bên thứ ba có thể khiến một ngân hàng phải chịu rủi ro uy tín.

☞ Rủi ro uy tín cũng có thể phát sinh từ các trục trặc hệ thống khiến khách hàng gặp khó khăn trong việc tiếp cận với thông tin tài khoản của họ, từ những tổn thất nhầm lẫn của một ngân hàng khiến cho khách hàng của một ngân hàng khác có sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử tương tự nghi ngờ và mất lòng tin.

☞ Những cuộc tấn công có chủ ý vào ngân hàng, chẳng hạn như, một kẻ đột nhập xâm nhập vào website của ngân hàng có thể cố tình thay đổi trang web này để gửi đi những thông tin không chính xác về ngân hàng và các sản phẩm của ngân hàng làm phát sinh rủi ro uy tín.

☞ Rủi ro uy tín cũng có thể phát sinh khi ngân hàng cung cấp các sản phẩm, dịch vụ không giống như các thông tin quảng cáo trên website của ngân hàng.

Rủi ro uy tín không chỉ ảnh hưởng đến sự tồn tại và phát triển của một ngân hàng mà còn ảnh hưởng đến toàn hệ thống ngân hàng. Nếu một ngân hàng bị tổn hại nghiêm trọng về danh tiếng do các hoạt động kinh doanh ngân hàng điện tử thì cũng gây nên rủi ro uy tín của những ngân hàng khác. Trong những trường hợp đặc biệt nghiêm trọng, có thể đe dọa đến sự ổn định của toàn hệ thống ngân hàng.

2.3.2.3. Rủi ro pháp lý

Rủi ro pháp lý phát sinh từ những vi phạm, hoặc do không tuân thủ pháp luật, các quy định, các thông lệ đã được xác lập; hoặc quy định không rõ về các quyền và nghĩa vụ pháp lý của các bên đối với giao dịch. Ngoài ra các ngân hàng tham gia vào hoạt động ngân hàng điện tử có thể phải đối mặt với các rủi ro pháp lý liên quan đến việc bảo vệ quyền riêng tư và công bố về khách hàng. Những ngân hàng tăng cường dịch vụ khách hàng bằng cách liên kết website của mình với các trang khác cũng phải đối mặt với các loại rủi ro này do kẻ xấu đột nhập, sử dụng các trang web được liên kết để lừa gạt khách hàng và ngân hàng sẽ là đối tượng bị khách hàng kiện. Đối với hoạt động ngân hàng đa quốc gia thông qua kênh phân phối điện tử, các ngân hàng có thể phải đối mặt với những yêu cầu pháp lý khác nhau ở những nước khác nhau khi mở rộng các hoạt động ngân hàng điện tử bán lẻ mới qua Internet ra những nước khác, do không tuân thủ đầy đủ những quy định và pháp luật các nước, kể cả luật bảo vệ khách hàng, các yêu cầu báo cáo, lưu trữ, quy định về quyền riêng tư và luật chống rửa tiền.

2.3.2.4. Các rủi ro khác

- *Rủi ro chiến lược*: trước áp lực cạnh tranh, ngân hàng có thể quyết định xâm nhập vào một thị trường mới, thiếu am hiểu về thị trường, hoặc cung cấp sản phẩm trực tuyến

mới mà thiếu sự nghiên cứu đầy đủ về công nghệ, thiếu các nguồn lực cần thiết để khai thác thị trường... dẫn đến bị thua lỗ.

- *Rủi ro quốc gia*: Khi ngân hàng có quan hệ với nhà cung cấp dịch vụ ở một quốc gia khác, hoặc cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử qua biên giới thì có thể phải chịu rủi ro quốc gia trong trường hợp các đối tác nước ngoài không thể thực hiện được các nghĩa vụ nợ của họ do các yếu tố kinh tế, chính trị và xã hội.

- *Một số loại rủi ro truyền thống* như rủi ro tín dụng, rủi ro khả năng thanh toán, rủi ro lãi suất, rủi ro thị trường cũng có thể phát sinh từ hoạt động ngân hàng điện tử.

2.3.2.5. Nguồn gốc của rủi ro

Rủi ro bắt nguồn từ những đặc tính của dịch vụ trực tuyến, bao gồm:

- Thứ nhất, do tốc độ thay đổi nhanh chóng, khó dự báo của công nghệ và dịch vụ khách hàng. Việc ngân hàng phải đón đầu những công nghệ mới để đáp ứng những đòi hỏi ngày càng cao về tính tiện lợi nhanh chóng của dịch vụ ngân hàng điện tử đặt ra nhiều vấn đề về an toàn và bảo mật. Vì các biện pháp bảo mật, phòng ngừa rủi ro thường ra đời sau khi công nghệ đang sử dụng bị phát hiện có kẽ hở tiềm ẩn rủi ro.

- Thứ hai, do đặc tính mở rộng toàn cầu của mạng lưới thông tin điện tử trực tuyến, một số rủi ro ngân hàng sẽ phải gặp như rủi ro uy tín, rủi ro quốc gia...

- Thứ ba, do tính phụ thuộc ngày càng cao của ngân hàng vào chất lượng dịch vụ kỹ thuật do bên thứ ba cung cấp.

2.4. Tình hình phát triển Internet Banking tại Việt Nam

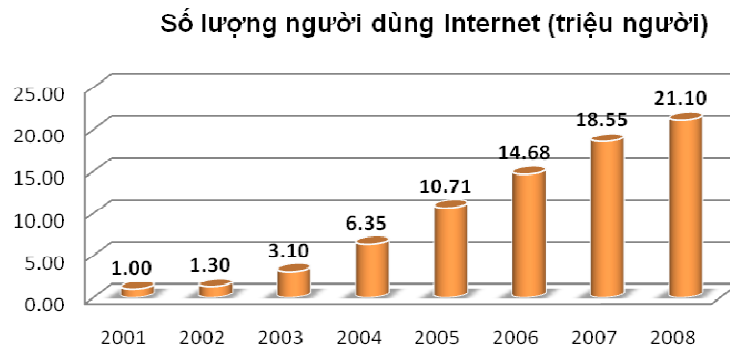
2.4.1. Những điều kiện cho việc phát triển Internet Banking tại Việt Nam

2.4.1.1. Cơ sở hạ tầng công nghệ

*** Tình hình phổ cập Internet tại Việt Nam**

Cùng với sự phát triển của khoa học công nghệ và nhận thức xã hội, mức độ phổ cập Internet ngày càng gia tăng nhanh chóng. Tỷ lệ người dùng Internet tại Việt Nam tính đến cuối năm 2008 đã vượt mức trung bình của thế giới (24,2%). Tổng số thuê bao băng rộng (ADSL) vào cuối năm năm 2008, đạt gần 2 triệu, gấp 10 lần so với thời điểm tháng 12/2005 (0,21 triệu thuê bao).

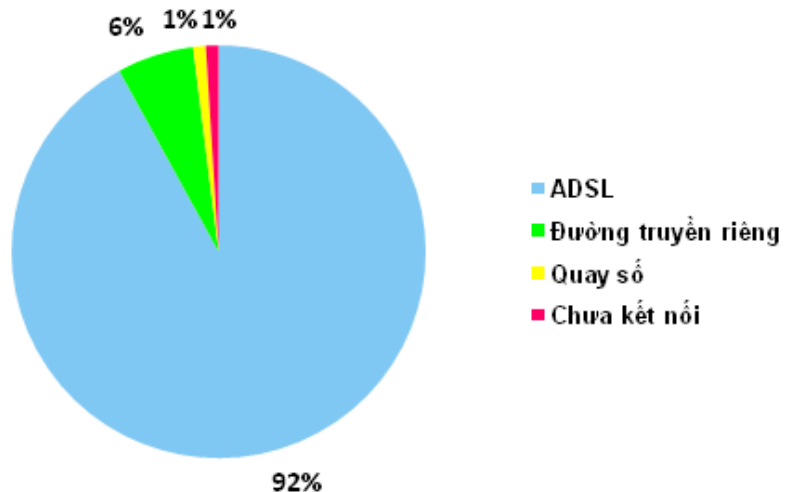
Đồ thị 2.4: Tốc độ phát triển người dùng Internet ở Việt Nam qua các năm



Nguồn: Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam năm 2007, 2008

Đồ thị trên cho thấy số người dùng Internet tăng nhanh chóng. Từ năm 2001 đến hết năm 2008, chỉ qua 8 năm, số người dùng Internet đã tăng lên 21 lần.

Đồ thị 2.5: Các hình thức truy cập Internet của doanh nghiệp năm 2008



Nguồn: Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam năm 2008

Internet là môi trường thiết yếu cho ứng dụng thương mại điện tử trong doanh nghiệp. Theo kết quả điều tra của Bộ Công thương đối với 1600 doanh nghiệp trên cả nước trong năm 2008, kết quả cho thấy, hầu hết 100% doanh nghiệp có máy tính, 88% doanh nghiệp đã xây dựng mạng nội bộ và 99% doanh nghiệp đã kết nối mạng internet (trong đó hình thức truy cập bằng ADSL chiếm 92%, đường truyền riêng chiếm 6% và hình thức truy cập bằng quay số chỉ còn 1%), vẫn còn 1% doanh nghiệp không kết nối Internet (chủ yếu là các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực cơ khí và nông lâm thủy sản). Tuy nhiên, tỷ lệ 92% doanh nghiệp truy cập Internet sử dụng phương thức ADSL cho thấy mức độ phổ cập Internet vẫn đang tiếp tục tăng trong những năm gần đây.

Đến cuối năm 2008, ở Việt Nam có khoảng 90.200 website có tên miền “.vn”. Số người có tài khoản thẻ tại ngân hàng là 10 triệu. Điều đó có nghĩa là tiềm năng sử dụng cụ thể thanh toán qua Internet là rất lớn. Ngoài ra xu hướng hội tụ công nghệ giữa dịch vụ viễn thông, truyền thông và Internet cũng đang góp phần đẩy nhanh tốc độ phổ cập Internet trong xã hội. Đây là tiền đề để phát triển Internet Banking.

**** Thực trạng hạ tầng thanh toán***

Để phục vụ cho hệ thống thanh toán qua mạng Internet, nhiều nhà cung cấp đã giới thiệu các cổng thanh toán trực tuyến tại Việt Nam như cổng thanh toán VASC Payment của công ty VASC, Payagte của Intercom, One Pay của công ty One Pay, Smarklink – MasterCard... Các cổng thanh toán này sử dụng nguyên lý của hệ thống thanh toán trực tuyến tập trung, kết hợp với hệ thống tác nghiệp của nhiều ngân hàng, phục vụ tất cả khách hàng có nhu cầu giao dịch qua mạng Internet.

Về phía các ngân hàng thương mại cũng ngày càng quan tâm đến đầu tư cho công nghệ. Nhiều ngân hàng đã thực hiện nâng cấp hệ thống ngân hàng lõi (core banking), một số core banking cho phép thực hiện đến 1.000 giao dịch/giây, cùng lúc cho phép 110.000 người truy cập và quản trị đến 50 triệu tài khoản. Trước đây, khi các ngân hàng chưa đầu tư vào core banking, việc quản lý khách hàng được thực hiện rải rác tại các chi nhánh của mình, khách hàng mở tài khoản ở chi nhánh nào thì phải giao dịch tại chi nhánh đó, mặc dù các chi nhánh này cùng một thuộc một hệ thống ngân hàng. Với việc đầu tư vào core banking, ngân hàng có thể quản lý thông tin khách hàng tập trung, cập nhật các giao dịch tức thời, điều này cho phép triển khai sản phẩm Internet Banking thuận lợi hơn.

2.4.1.2. Hệ thống pháp luật và chính sách

Trước năm 2000, thương mại điện tử và Internet Banking còn là một thuật ngữ rất mới. Hệ thống pháp luật Việt Nam có quy định nhưng chưa thể hiện được hết bản chất và tầm quan trọng của hoạt động này. Trong thời gian này, Bộ Thương mại và Bộ Tư pháp cũng đã có một số nghiên cứu và đề xuất xây dựng chính sách và pháp luật lên Chính phủ. Tuy nhiên, chưa có văn bản pháp quy nào của Chính phủ hoặc Thủ tướng Chính phủ được ban hành và trở thành nền tảng pháp lý hỗ trợ cho sự phát triển của thương mại điện tử, bao gồm Internet Banking. Quyết định 196/TTg ngày 01/04/1997 và Quyết định 44/2002/TTg ngày 21/03/2002 của Thủ tướng Chính phủ cho phép sử dụng chứng từ điện tử và chữ ký điện tử trong nghiệp vụ kế toán và thanh toán ngân hàng có thể coi là những văn bản pháp lý đầu tiên liên quan đến giao dịch Internet Banking tại Việt Nam.

Trong giai đoạn 2000 - 2005, một số văn bản dưới luật trong lĩnh vực ngân hàng đã có những quy định khá cụ thể về giao dịch điện tử. Tuy nhiên, do nhận thức chưa toàn diện

về thương mại điện tử, các chế định pháp lý còn thiếu cơ sở pháp lý cụ thể, vì vậy dẫn tới việc khó áp dụng trên thực tế.

Ngày 01/03/2006, Luật giao dịch điện tử chính thức có hiệu lực, mở ra một giai đoạn mới cho Internet Banking khi các giao dịch điện tử đã được pháp luật Việt Nam thừa nhận và bảo hộ. Đồng thời tháng 06/2006, Quốc hội đã thông qua Luật Công nghệ thông tin, có hiệu lực từ tháng 01/2007.

Trong khi xây dựng và ban hành Luật giao dịch điện tử và Luật Công nghệ thông tin diễn ra khá nhanh so với các luật khác, quá trình xây dựng và ban hành các nghị định hướng dẫn, thi hành các Luật này quá chậm chạp. Đến cuối năm 2006, Chính phủ mới ban hành Nghị định số 57/2006/NĐ-CP ngày 09/06/2006 về thương mại điện tử. Đây là nghị định đầu tiên hướng dẫn Luật giao dịch điện tử, đánh dấu một bước tiến lớn trong việc tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý về thương mại điện tử. Nghị định này thừa nhận giá trị pháp lý của chứng từ điện tử trong các hoạt động liên quan đến thương mại. Đây là cơ sở để các doanh nghiệp và khách hàng yên tâm tiến hành giao dịch thương mại điện tử trong đó có Internet Banking.

Các nghị định thương mại điện tử, giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính và giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng tập trung hướng dẫn Luật Giao dịch điện tử trên khía cạnh “thông điệp dữ liệu”, bằng cách quy định chi tiết những yếu tố cấu thành giá trị pháp lý của thông điệp dữ liệu trong các nghiệp vụ thương mại, tài chính và ngân hàng. Nghị định về ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước và Nghị định về chống thư rác hướng dẫn một số lĩnh vực ứng dụng khá cụ thể của Giao dịch điện tử. Còn Nghị định về Chữ ký số đặt nền tảng pháp lý cho việc triển khai chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số, điều kiện thiết yếu để tiến hành giao dịch điện tử trên quy mô rộng.

Với sự ra đời của Nghị định số 35/2007/NĐ - CP ngày 08/03/2007 về Giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng, khung pháp lý cho lĩnh vực này đã cơ bản được hoàn thành, đặt nền móng cho quá trình mở rộng triển khai và phát triển Internet Banking trong hoạt động ngân hàng.

**Bảng 2.4 : Các văn bản thuộc Hệ thống Luật Giao dịch điện tử
và Luật Công nghệ thông tin**

Luật	
29/11/2005	Luật Giao dịch điện tử
29/06/2006	Luật Công nghệ thông tin
Nghị định hướng dẫn Luật	
09/06/2006	Nghị định số 57/2006/NĐ-CP về Thương mại điện tử
15/02/2007	Nghị định số 26/2007/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Giao dịch điện tử về Chữ ký số và Dịch vụ chứng thực chữ ký số
23/02/2007	Nghị định số 27/2007/NĐ-CP về Giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính
08/03/2007	Nghị định số 35/2007/NĐ-CP về Giao dịch điện tử trong hoạt động ngân hàng
10/04/2007	Nghị định số 64/2007/NĐ-CP về Ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của cơ quan nhà nước
13/08/2008	Nghị định số 90/2008/NĐ-CP về chống thư rác
28/08/2008	Nghị định 97/2008/NĐ-CP của Chính phủ về quản lý, cung cấp, sử dụng dịch vụ Internet và thông tin điện tử trên Internet
Xử lý vi phạm	
10/04/2007	Nghị định số 63/2007/NĐ-CP quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực công nghệ thông tin
16/01/2008	Nghị định số 06/2008/NĐ-CP quy định về xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động thương mại
Thông tư hướng dẫn thi hành một số nội dung của các Nghị định	
21/07/2008	Thông tư số 09/2008/TT-BCT hướng dẫn Nghị định Thương mại điện tử về cung cấp thông tin và giao kết hợp đồng trên website thương mại điện tử
15/09/2008	Thông tư số 78/2008/TT-BTC hướng dẫn thi hành một số nội dung của Nghị định số 27/2007/NĐ-CP về giao dịch điện tử trong hoạt động tài chính

Các văn bản trên cùng nhiều văn bản liên quan đến thương mại điện tử và công nghệ thông tin khác được ban hành trong năm 2007 và 2008 đã góp phần hoàn thiện hệ thống pháp luật về thương mại điện tử nói chung và Internet Banking nói riêng.

2.4.2. Tình hình cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử và Internet Banking của các NHTM tại Việt Nam

2.4.2.1. Về dịch vụ ngân hàng điện tử

Thanh toán điện tử tại các ngân hàng đang phát triển nhanh chóng đã đẩy nhanh tốc độ thanh toán giữa các ngân hàng và tạo cơ sở cho sự phát triển ngân hàng bán lẻ.

Kể từ khi Ngân hàng Nhà nước thực hiện dự án thanh toán điện tử Liên ngân hàng từ năm 2002, tốc độ thanh toán điện tử đã tăng lên đáng kể. Năm 2005, tổng lệnh thanh toán điện tử là 3,5 triệu. Đến năm 2006, con số này tăng lên 4,5 triệu và đạt đến 6,3 triệu giao dịch.

Tính đến tháng 12/2008, bình quân mỗi ngày các ngân hàng thực hiện khoảng 35.000 đến 45.000 lệnh thanh toán với khối lượng tiền giao dịch lên đến 33 ngàn tỉ đồng. Thời gian thực hiện mỗi giao dịch chỉ mất 10 giây.

Để phát triển thanh toán điện tử, các ngân hàng trong nước cũng đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động như triển khai hệ thống ngân hàng lõi, dịch vụ ngân hàng qua Internet, chấp nhận chữ ký điện tử trong giao dịch, đẩy mạnh mạng lưới an toàn bảo mật và mở rộng phương tiện thanh toán như máy ATM và máy POS.

Năm 2005, chỉ có 7 ngân hàng triển khai hệ thống Core Banking, nhưng trong năm 2008 đã có 44 ngân hàng quốc doanh và cổ phần trong nước triển khai hệ thống này. Cùng với việc ứng dụng Core Banking, các ngân hàng đã đẩy nhanh việc thanh toán thông qua hệ thống Internet. Tính đến năm 2008, có 11 ngân hàng triển khai Internet banking cho 9 loại hình dịch vụ khác nhau. Bên cạnh đó, đã có 18 ngân hàng triển khai hệ thống chữ ký điện tử. Để thanh toán điện tử được an toàn cao, đã có 25 ngân hàng triển khai các trung tâm lưu trữ và dự phòng thảm họa tại chỗ, hoặc cách xa trung tâm đến 45 km.

Theo Cục Công nghệ tin học thuộc Ngân hàng Nhà nước, năm 2008 có 39 tổ chức phát hành thẻ với tổng số máy ATM là 6.200 đơn vị và 22.000 điểm chấp nhận thẻ (máy POS), với 15 dịch vụ trên thẻ được áp dụng. Riêng liên minh thẻ SmartLink và BankNet có 4.500 máy ATM, phát hành 9,2 triệu thẻ, chiếm 85% toàn bộ hệ thống.

Với khoảng 15 triệu người sử dụng Internet, gần 50 triệu người sử dụng điện thoại di động hiện nay, rõ ràng Internet banking và Mobile banking sẽ là trào lưu phát triển tiếp theo tương tự như phát triển của thẻ thanh toán.

Tham gia cùng các ngân hàng thực hiện giải pháp thanh toán điện tử trong năm 2008 còn có sự góp mặt đông đảo của các công ty chuyên cung cấp các giải pháp thanh toán điện tử như VinaPay, VNPay, Paynet, MobiVi, OnePay và MobizCom. Ngày 02/11/2008, thêm một nhà cung cấp giải pháp thanh toán trực tuyến mới là Công ty Experian (Anh) đã công bố chính thức gia nhập thị trường thanh toán điện tử tại Việt Nam.

2.4.2.2. Về dịch vụ Internet Banking

Internet Banking là một kênh phân phối các sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử, mang ngân hàng đến với khách hàng. Khách hàng với máy tính kết nối mạng Internet có thể

truy cập Internet Banking ở bất kỳ lúc nào và ở bất cứ nơi đâu, sẽ được cung cấp, hướng dẫn đầy đủ tất cả các sản phẩm, dịch vụ.

Là một dịch vụ chỉ mới bắt đầu phổ biến trong những năm gần đây, tuy nhiên số lượng ngân hàng cung cấp dịch vụ Internet Banking tăng mạnh từ năm 2004. Nếu như năm 2004 chỉ có 3 NHTM triển khai dịch vụ Internet Banking thì đến năm 2008, con số này lên tới 25.

Bảng 2.5: Số lượng ngân hàng triển khai Internet Banking tại Việt Nam

Năm	Số lượng ngân hàng
2004	3
2005	5
2007	18
2008	25

Nguồn: Báo cáo Thương mại điện tử Việt Nam 2007,2008

Tốc độ phát triển của Internet Banking làm một minh chứng rõ ràng cho nỗ lực áp dụng khoa học công nghệ từ phía các ngân hàng thương mại Việt Nam, nhằm hướng đến mục tiêu phục vụ tốt hơn cho nhu cầu của người tiêu dùng.

Bảng 2.6: Kết quả kinh doanh dịch vụ Internet Banking của một số ngân hàng thương mại từ năm 2004 – 2008

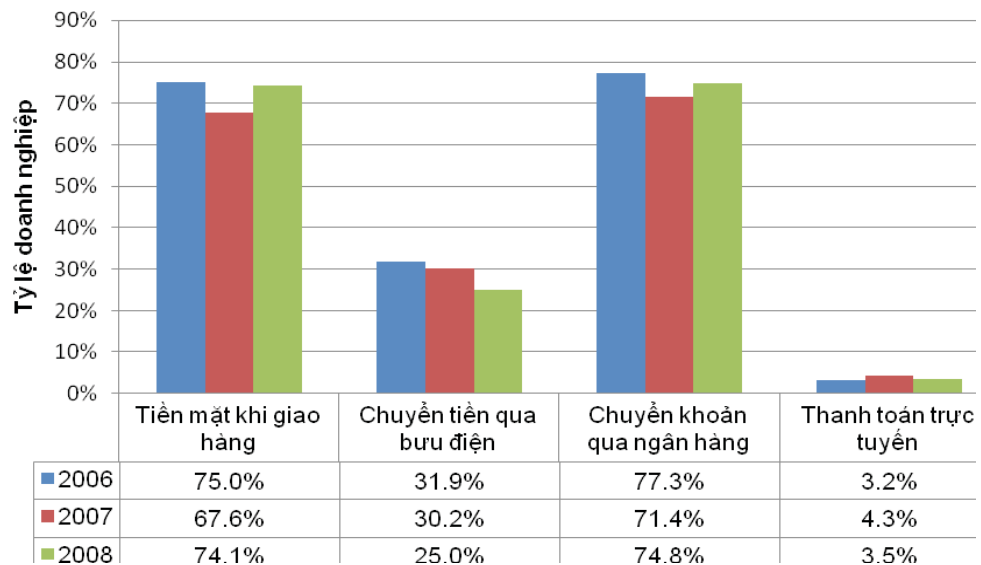
Năm	2004	2005	2006	2007	2008
Doanh số (tỷ VND)	0,8	1,5	2,1	2,7	3,2
Số lượng khách hàng (người)	1.520	3.150	6.697	15.182	31.786
Số lượng giao dịch (lần)	20.142	32.954	58.241	110.476	196.970

Nguồn: Báo cáo định kỳ của ACB, EAB, VCB, và Techcombank từ năm 2004 - 2008

Đối với dịch vụ Internet Banking, qua thống kê cho thấy khách hàng ngày càng quan tâm và sử dụng nhiều hơn với số lượng khách hàng tăng rất nhanh qua các năm, bình quân năm sau gấp đôi năm trước. Tính đến cuối năm 2008 thì lượng khách hàng sử dụng dịch vụ Internet Banking là 31.786 khách hàng (bao gồm khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp), đạt 209% so với năm 2007. Thống kê cũng cho thấy số lượng giao dịch tăng từ 60% đến 80% mỗi năm và năm 2008 đã đạt được 196.790 giao dịch (đạt 178% so với năm 2007).

Thương mại điện tử không thể phát triển toàn diện và đem lại hiệu quả cao nhất nếu không có thanh toán điện tử. Theo kết quả thống kê của Bộ Công thương Việt Nam, năm 2008, 74,1% doanh nghiệp sử dụng hình thức thanh toán là khách hàng trả tiền mặt khi giao hàng, 74,8% doanh nghiệp chấp nhận thanh toán chuyển khoản qua ngân hàng, chỉ có 25% doanh nghiệp thanh toán bằng chuyển tiền qua bưu điện và 3.5% doanh nghiệp thực hiện thanh toán trực tuyến.

Đồ thị 2.6: Các phương thức thanh toán được doanh nghiệp sử dụng qua các năm 2006 - 2008



Nguồn: Báo cáo thương mại điện tử năm 2008

Từ năm 2007 đến nay, hàng loạt nhà cung cấp dịch vụ thanh toán điện tử ra đời và phát triển. Đây chính là nguyên nhân của sự sụt giảm liên tiếp qua các năm trong việc áp dụng hình thức thanh toán bằng chuyển tiền qua bưu điện. Thay vào đó, hình thức chuyển khoản qua ngân hàng ngày càng phổ biến. Mặc dù vậy, tỷ lệ thanh toán bằng tiền mặt vẫn còn cao và tỷ lệ thanh toán trực tuyến vẫn còn thấp. Tỷ lệ 3,5% doanh nghiệp áp dụng phương thức thanh toán trực tuyến là rất thấp so với mặt bằng chung của thế giới và yêu cầu thanh toán của thương mại điện tử.

Các chuyên gia NHNN Việt Nam nhận định: “Các giao dịch Internet Banking tại Việt Nam hiện mới chỉ dừng lại ở người dùng các tiện ích đơn giản như truy vấn số dư tài khoản, thống kê các giao dịch trên tài khoản, tra cứu các khoản vay, tiết kiệm, chuyển khoản đến các tài khoản trong và ngoài hệ thống, tạo người thụ hưởng, tạo các biểu mẫu chuyển khoản... Còn muốn có những giao dịch khác, khách hàng vẫn phải liên lạc trực tiếp với ngân hàng hoặc nhân viên ngân hàng”.

**Bảng 2.7: Tình hình triển khai Internet Banking của một số ngân hàng tại Việt Nam
(tổng hợp đến đầu tháng 05/2010)**

STT	NGÂN HÀNG	TIỆN ÍCH CUNG CẤP							
		Đăng ký trực tuyến	Truy vấn thông tin	In sao kê	Chuyển khoản	Thanh toán hóa đơn	Dịch vụ tiền gửi tiết kiệm	Chuyển đổi ngoại tệ	Dịch vụ khác
1	ACB	x	x	x	x	x		x	x
2	ANZ		x	x	x	x			x
3	Citi Bank		x	x	x				x
4	DongA Bank		x	x	x	x			x
5	Eximbank		x	x					
6	Habubank	x	x						
7	HSBC	x	x	x	x	x	x		x
8	Maritime Bank		x	x					
9	MB		x	x	x				
10	Sacombank		x	x					
11	Saigonbank		x						
12	SCB		x	x	x		x		
13	SHB		x	x	x	x			
14	Techcombank	x	x	x	x	x	x		x
15	TienPhongBank	x	x	x	x	x	x		
16	VIB		x	x	x				x
17	Vietcombank		x	x	x	x			x
18	VietinBank	x	x	x	x				

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

Nhìn chung, các NHTM Việt Nam vẫn đang thận trọng và dè dặt trong việc cung ứng Internet Banking. Hầu hết, các ngân hàng chỉ mới dừng lại ở việc thiết lập trang web, chủ yếu là để giới thiệu ngân hàng và cung cấp thông tin dịch vụ. Các website cung cấp dịch vụ Internet Banking tại Việt Nam có nhiều điểm tương đồng. Các website đều có cấu trúc hợp lý, đơn giản và hướng dẫn cụ thể để khách hàng có thể dễ dàng truy cập và thao tác thực hiện yêu cầu của mình. Một dịch vụ ngân hàng trực tuyến tương đối hoàn chỉnh cần có những tính năng thông tin và tính năng thanh toán hóa đơn. Cụ thể như sau:

- Tra cứu số dư tài khoản.
- Tra cứu thông tin của ngân hàng.

- Sao kê tài khoản hàng tháng.
- Chuyển khoản trong và ngoài hệ thống.
- Thanh toán hóa đơn.

Ngoài ra, các ngân hàng cũng có thể tận dụng kênh giao dịch trực tuyến để cung cấp thêm một số dịch vụ chuyên ngành khác như chuyển đổi ngoại tệ, đăng ký mở thư bảo đảm tín dụng (L/C), chuyển tiền ra nước ngoài, đăng ký sử dụng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng khác...

Cho tới cuối năm 2008, hầu hết các ngân hàng vẫn chưa thể triển khai dịch vụ ngân hàng trực tuyến toàn diện. Tuy nhiên, những tính năng cơ bản và mang lại lợi ích ban đầu cho người tiêu dùng đã được đưa vào hoạt động tại các ngân hàng có triển khai dịch vụ ngân hàng trực tuyến. Trong đó, tra cứu thông số dư tài khoản cá nhân và in sao kê hàng tháng là tính năng phổ biến nhất. Tính năng này giúp khách hàng ngồi tại chỗ với máy tính nối mạng là có thể kiểm tra số dư tài khoản và nhật ký chi tiêu của mình mỗi tháng mà không cần phải đến ngân hàng hoặc chờ thông tin từ ngân hàng gửi đến qua đường bưu điện. Tính năng thứ hai cơ bản vẫn thuộc nhóm cung cấp thông tin. Những thông tin có tính năng thay đổi thường xuyên như tỷ lệ lãi suất tiết kiệm, tỷ giá ngoại tệ, vàng,... cũng được cung cấp cho khách hàng một cách nhanh chóng và chính xác thông qua dịch vụ Internet Banking. Một tính năng khác được nhiều ngân hàng đưa vào hoạt động là cho phép khách hàng chuyển khoản trong cùng hệ thống ngân hàng. Thay vì phải đến các địa điểm giao dịch của ngân hàng trong một khoảng thời gian làm việc nhất định, khách hàng có thể đặt lệnh chuyển khoản bất cứ lúc nào từ một máy tính có nối mạng. Tính năng này giúp khách hàng tiết kiệm và chủ động được thời gian giao dịch. Cho đến cuối năm 2008, mới chỉ có một số ngân hàng như Techcombank, Indovina, ACB, Tiên Phong, HSBC và Citi Bank cho phép chuyển khoản ngoài hệ thống. Một trong những cản trở đối với các NHTM trong việc cung cấp trực tuyến dịch vụ chuyển khoản ngoài hệ thống là mối lo về mức độ an toàn, bảo mật của khách hàng, cũng như năng lực của ngân hàng lõi - “core banking” chưa đảm bảo.

Nhưng nhìn ở một góc độ khác, Internet Banking thực sự đã mang lại những tiện ích đáng kể và dần dần chinh phục những khách hàng có kiến thức, có trình độ và thói quen sử dụng máy tính tại các thành thị, trung tâm. Chỉ cần có một máy tính kết nối với Internet là khách hàng đã có thể có một ngân hàng phục vụ ngay tại nhà mình. Để phát triển lâu dài trong tình hình cạnh tranh gay gắt như hiện nay, với sự xuất hiện của một loạt ngân hàng 100% vốn nước ngoài, có một hướng đi được khá nhiều ngân hàng trong nước lựa chọn là chinh phục thị trường khách hàng thành thị, có trình độ và phương tiện công nghệ thông tin hiện đại với mô hình Internet Banking. Những ngân hàng sớm thực hiện chủ trương này và

khá thành công như Techcombank, Đông Á, Vietcombank, ACB, VietinBank, và gần đây nhất là TienPhongBank.

Nếu so sánh các dịch vụ Internet Banking của các ngân hàng có mặt tại Việt Nam thì HSBC, Vietcombank, và VIB có tiện ích truy vấn nhiều nhất; Techcombank, TienPhongBank, HSBC, Đông Á, VIB dẫn đầu về giao dịch thanh toán; trong khi đó các dịch khác cũng được cung cấp tốt bởi những cái tên quen thuộc như ANZ, Citibank, Vietinbank hay ACB.

2.5. Quá trình phát triển Dịch vụ ngân hàng điện tử tại Vietcombank

Giai đoạn 1989 – 1992, đặt nền tảng đầu tiên cho sự phát triển ứng dụng công nghệ thông tin vào ngân hàng và bước đầu thực hiện tin học hóa các nghiệp vụ cơ bản của ngân hàng. Mặc dù mức độ tin học hóa ở giai đoạn này chưa cao nhưng đây được coi là mốc khởi đầu quan trọng.

Giai đoạn 1992 – 1993, thực hiện phát triển hệ thống chương trình ứng dụng và mạng cục bộ hóa cho toàn hệ thống Vietcombank và thực hiện việc thanh toán liên hàng nội bộ tại Trung ương, loại bỏ dần cơ chế các chi nhánh mở tài khoản tiền gửi và thanh toán với nhau.

Tháng 04/1994, triển khai hệ thống quản lý vốn và ngoại tệ tập trung tại Trung ương tạo điều kiện phát triển mô hình quản lý tập trung tại Trung Ương.

Tháng 08/1994, triển khai dịch vụ eBank cho các tổ chức tín dụng cho phép các tổ chức tín dụng thực hiện thanh toán với Vietcombank.

Tháng 04/1995, triển khai hệ thống thanh toán quốc tế qua mạng Swift.

Tháng 04/2002, triển khai dịch vụ ATM.

Tháng 05/2002, hệ thống thanh toán điện tử của NHNN và triển khai trang web và các dịch vụ Internet Banking, SMS Banking, Phone Banking...

*** Hệ thống bảo mật của Vietcombank:**

↳ Bảo mật bằng hệ thống tạo mã điện tử theo công nghệ RSA

Hệ thống tạo mã xác thực điện tử RSA bao gồm các phần mềm giao diện và thiết bị tạo mã điện tử nhằm tăng cường các công cụ bảo mật an toàn khi truy cập vào hệ thống công nghệ thông tin và dịch vụ do Vietcombank cung cấp. Cụ thể, hệ thống RSA là một giải pháp bảo mật truy cập sử dụng 2 yếu tố: mật khẩu (PIN do người sử dụng tự tạo) và dãy một số ngẫu nhiên (gồm 6 chữ số - do thiết bị tạo mã điện tử tạo, hiển thị và thay đổi theo chu kỳ 60s) sử dụng đồng thời tại thời điểm người sử dụng truy cập vào hệ thống. Tổ hợp PIN này và dãy số này tạo ra một dãy số trở thành mật khẩu luôn động (gọi là passcode). Người sử dụng phải nhập tổ hợp passcode này thay vì nhập mật khẩu cố định như trước đây.

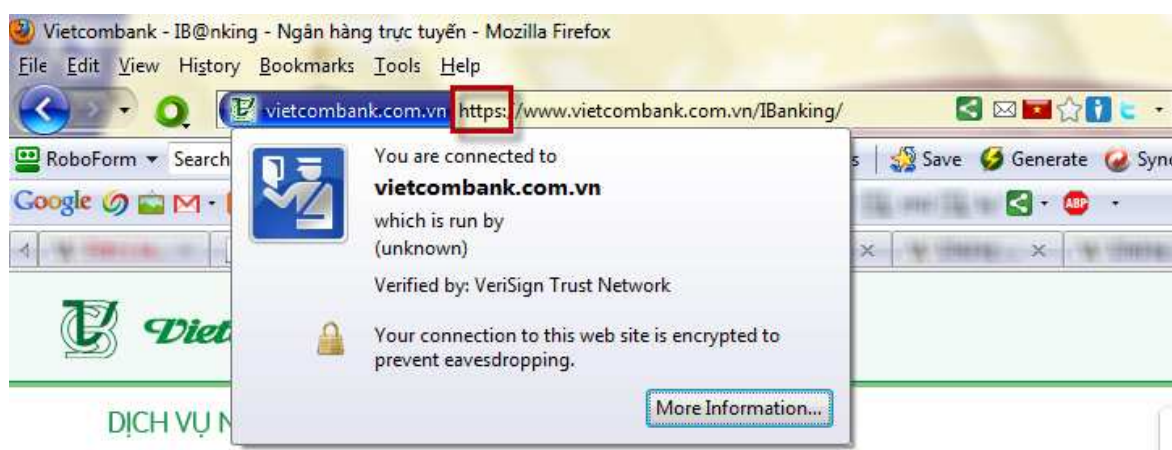
Sử dụng thiết bị tạo mã điện tử khi truy nhập đảm bảo tính bảo mật cao sử dụng đồng thời hai yếu tố trong quá trình xác thực tránh được việc dò tìm mật khẩu truy cập hoặc vô hiệu hóa truy cập trái phép trong trường hợp passcode bị nghe lén.

➤ **Bảo mật bằng hệ thống chứng chỉ điện tử**

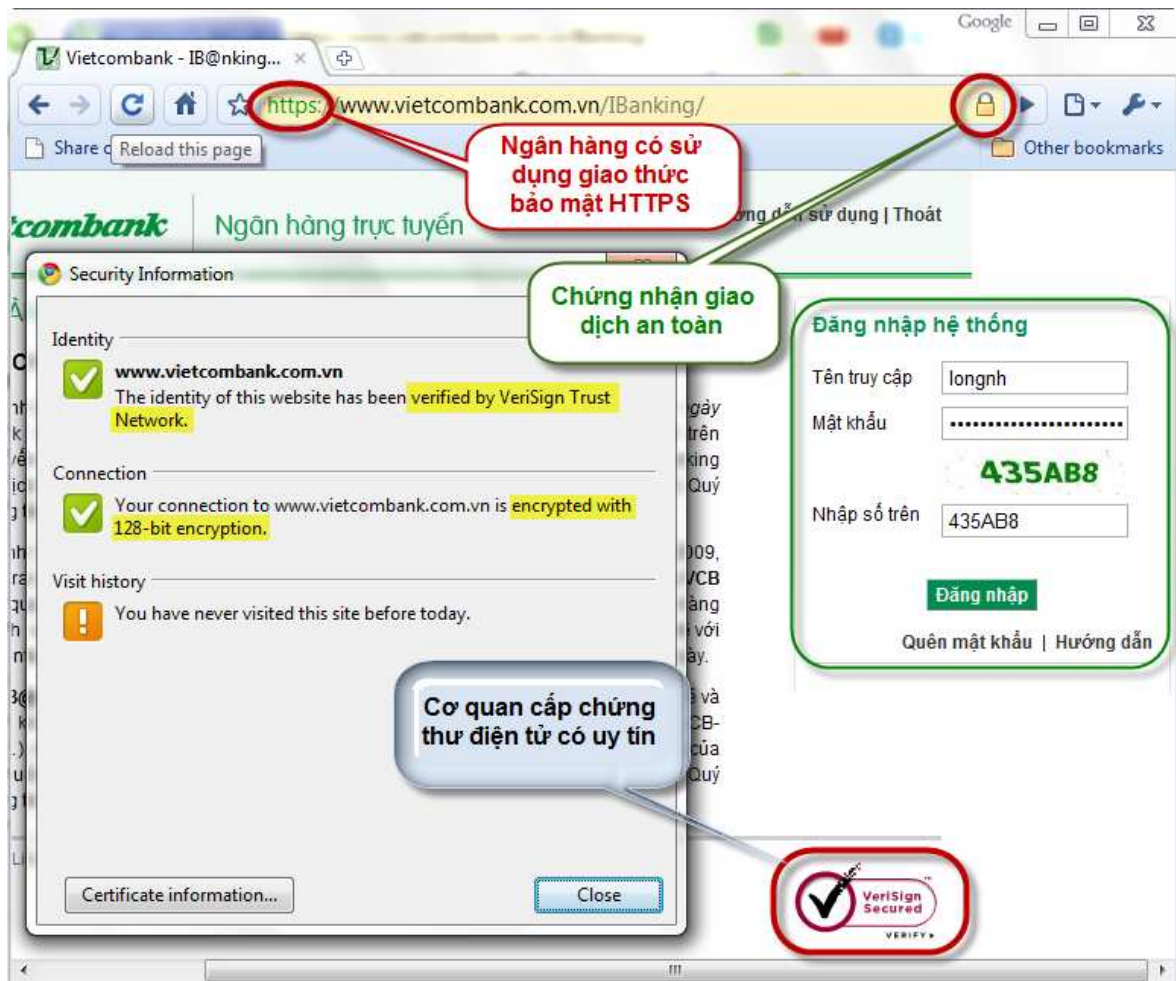


Vietcombank đã mua chứng chỉ bảo mật từ VeriSign, nhà cung cấp dịch vụ bảo mật web hàng đầu thế giới. Hiện tại thông tin trên trang web của Vietcombank đã được mã hóa với công nghệ Secure Sockets Layer (SSL). Với chứng chỉ bảo mật 128 bit SSL Certificate (Chứng chỉ chấp nhận SSL), độ bảo mật website của Vietcombank cùng với dịch vụ ngân hàng trực tuyến VCB - iB@nking đã được VeriSign đảm bảo và chứng nhận. Với dịch vụ Secure Site Seal khách hàng có thể nhấn vào biểu tượng của VeriSign trên trang web của Vietcombank để kiểm tra độ bảo mật và tin cậy của trang web. Cơ chế bảo mật SSL này thực hiện thông qua việc mã hóa các thông tin nhạy cảm trong quá trình giao dịch. Và mỗi SSL Certificate chứa các thông tin tin cậy cho phép truy cập thông qua định dạng từ nhà cung cấp. Chính công nghệ này đang được sử dụng khá rộng rãi trên Internet hiện nay. SSL Certificate chứa một khóa dùng chung (public key) và một khóa riêng (private key). Khóa dùng chung được sử dụng để mã hóa thông tin và khóa riêng được dùng để giải mã thông tin đã được mã hóa. Khi trình duyệt web vào một tên miền được bảo vệ, nhờ có SSL, các thông tin sẽ được mã hóa và kết nối an toàn từ trình duyệt máy client với máy chủ.

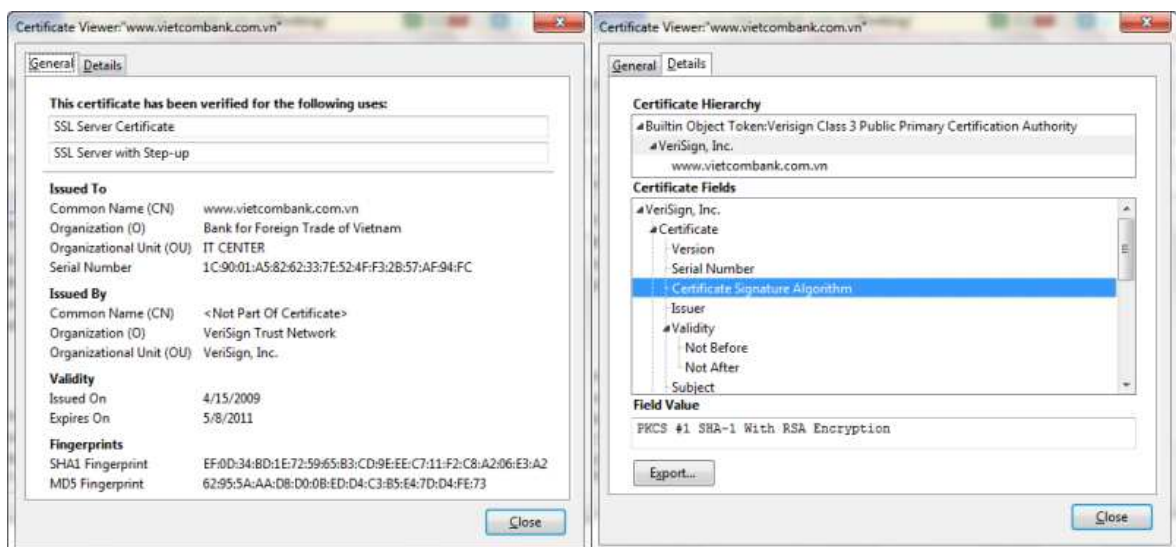
Hình 2.2: Bảo mật bằng hệ thống chứng chỉ điện tử



Trên Firefox và các trình duyệt khác cũng có thể xem chứng nhận một cách dễ dàng



Bạn có thể xem chứng nhận điện tử của Vietcombank do VeriSign cấp...



Thông tin chi tiết về chứng thư điện tử khi xem trên Firefox

2.6. Dịch vụ Internet Banking tại Vietcombank

2.6.1. Gói sản phẩm VCB - iB@nking

2.6.1.1. Vài nét về dịch vụ

Dịch vụ ngân hàng điện tử VCB - iB@nking là một chương trình cho phép khách hàng thực hiện truy vấn thông tin về tài khoản của mình qua mạng Internet tại địa chỉ website của Vietcombank (www.vietcombank.com.vn).

Tháng 11/2001, Vietcombank bắt đầu triển khai dịch vụ ngân hàng trực tuyến cho khách hàng với chức năng:

- ✓ Xem số dư và các giao dịch tài khoản.
- ✓ Xem sao kê và giao dịch của thẻ tín dụng.

Tháng 12/2004, Ban lãnh đạo ngân hàng giao cho Phòng Quản lý đề án công nghệ tổ chức lại việc cung ứng dịch vụ và đảm nhiệm việc phát triển kênh dịch vụ này.

Tháng 01/2005, Vietcombank tạm ngưng việc đăng ký dịch vụ qua mạng Internet để giải quyết số khách hàng còn tồn (khoảng 20.000 khách hàng); tiếp tục xây dựng các văn bản pháp lý điều chỉnh việc cung cấp dịch vụ và hoàn thiện chương trình cung ứng dịch vụ.

Ngày 24/05/2006, dịch vụ VCB - iB@nking chính thức được mở cửa lại, cho phép khách hàng đăng ký dịch vụ tại các điểm giao dịch của Vietcombank.

Ngày 10/3/2010, Vietcombank đã chính thức bắt đầu cung cấp dịch vụ tài chính qua kênh ngân hàng trực tuyến “cho thuê” có tên VCB-iB@nking. Đây là ngân hàng đầu tiên triển khai hình thức dịch vụ này tại Việt Nam.

✦ Dịch vụ cho phép khách hàng là cá nhân của các đơn vị có hợp tác với Vietcombank (công ty tài chính, bảo hiểm, chứng khoán, viễn thông...) được chuyển tiền cho các đơn vị này để thanh toán tiền lãi, gốc vay, tiền đầu tư chứng khoán, đóng phí bảo hiểm, phí sử dụng dịch vụ hoặc các nội dung thanh toán khác. Mọi giao dịch thanh toán được thực hiện bằng tiền đồng Việt Nam.

✦ Với dịch vụ này các khách hàng cá nhân đã đăng ký sử dụng dịch vụ VCB-iB@nking của Vietcombank và là khách hàng của các đơn vị có hợp tác triển khai Dịch vụ tài chính với Vietcombank có thể thực hiện các giao dịch tài chính với nhau thông qua máy tính có kết nối Internet.

✦ Hiện các khách hàng của Công ty TNHH một thành viên tài chính (Prudential) và Công ty TNHH chứng khoán Ngân hàng Ngoại thương (VCBS) đã có thể chính thức sử dụng dịch vụ này.

2.6.1.2. VCB - iB@nking

2.6.1.2.1 Đặc điểm của sản phẩm

* Tên dịch vụ: VCB-iB@nking

* Mục đích: cho phép khách hàng truy vấn thông tin và thanh toán qua mạng Internet.

* Phạm vi cung cấp dịch vụ:

- Dịch vụ truy vấn:
 - ✓ Tra cứu thông tin tài khoản tiền gửi: tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi tiết kiệm; các loại giấy tờ có giá: kỳ phiếu, chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu; tài khoản tiền vay...
 - ✓ Truy vấn thông tin chi tiết các giao dịch của tài khoản theo khoảng thời gian.
 - ✓ Truy vấn thông tin của các loại thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ
 - ✓ Tra cứu các thông tin khác như xem biểu phí, tỷ giá, lãi suất...
- Dịch vụ thanh toán
 - ✓ Thanh toán hóa đơn hàng hóa, dịch vụ cho các nhà cung cấp (danh sách các nhà cung cấp có thể thay đổi theo từng thời kỳ).
 - ✓ Thanh toán chuyển khoản trong cùng hệ thống Vietcombank, với hạn mức tối đa 100.000.000 VNĐ/ngày, không tính số lần giao dịch (hiện tại, tiện ích này chỉ cung cấp cho khách hàng cá nhân).
 - ✓ Chuyển tiền cho các đơn vị có hợp tác với Vietcombank (công ty tài chính, bảo hiểm, chứng khoán, viễn thông...) để thanh toán tiền lãi, gốc vay, tiền đầu tư chứng khoán, đóng phí bảo hiểm, phí sử dụng dịch vụ hoặc các nội dung thanh toán khác với hạn mức thanh toán lên tới 500.000.000 VNĐ/ngày, không giới hạn hạn mức thanh toán/01 lần giao dịch và số lần thanh toán/01 ngày.
 - ✓ Các giao dịch thanh toán khác.
- Đăng ký sử dụng các dịch vụ khác của Vietcombank
 - ✓ Đăng ký, thay đổi yêu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử (SMS-Banking, Phone-Banking) và các tiện ích gia tăng.
 - ✓ Đăng ký in sao kê tài khoản theo thời gian.
 - ✓ Xem lại sao kê của thẻ tại các kỳ thanh toán trước.
 - ✓ Đăng ký sử dụng các dịch vụ khác.

* Hạn mức thanh toán: 20.000.000 – 100.000.000 VNĐ/ngày, không hạn chế số lần giao dịch, tùy sự lựa chọn của khách hàng (khách hàng có thể tự nâng hạn mức của mình trên trang web của dịch vụ VCB - iB@nking).

* Mức phí áp dụng:

- Truy vấn thông tin miễn phí.
- Thực hiện giao dịch thanh toán chuyển khoản: 3.300 VNĐ/giao dịch (đã bao gồm VAT), không bao gồm phí nhắn tin SMS nhận OTP 1.000 VNĐ/tin.

* Khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ tại quầy và được cung cấp mã truy cập (username) và mật khẩu (password) để sử dụng dịch vụ. Mật khẩu do hệ thống tự động gửi tới hòm thư điện tử khách hàng đăng ký và cần được thay đổi tại lần đầu tiên sử dụng. Mã truy cập được cung cấp cho khách hàng tại quầy.

2.6.1.2.2 Đối tượng khách hàng:

Mọi khách hàng cá nhân, tổ chức có giao dịch tại Vietcombank

2.6.1.2.3 Lợi ích cho khách hàng

- Tiếp cận với dịch vụ ngân hàng mọi lúc, mọi nơi.
- Tiết kiệm thời gian và chi phí giao dịch.
- An toàn về chất lượng dịch vụ với công nghệ bảo mật cao.
- Hiệu quả trong quản lý vốn với thông tin được cập nhật tức thời.

2.6.1.2.4 Yêu cầu đối với khách hàng

- Đăng ký sử dụng dịch vụ: tại bất kỳ điểm giao dịch nào của Vietcombank trên toàn quốc.
- Khách hàng cung cấp và ký các giấy tờ:
 - ✓ Xuất trình bản gốc CMND/Hộ chiếu còn thời hạn.
 - ✓ 01 bản “Đăng ký dịch vụ ngân hàng điện tử”(Mẫu NHBL.01.EB.DK/09.08) áp dụng cho trường hợp khách hàng đã có tài khoản tiền gửi tại thanh toán tại Vietcombank; hoặc 01 “Giấy đề nghị mở tài khoản cá nhân” (Mẫu NHBL.01.TK.DL/09.08) và 01 bản Hợp đồng sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của Vietcombank áp dụng cho trường hợp khách hàng chưa có tài khoản tiền gửi thanh toán tại Vietcombank.
 - ✓ Để thực hiện tính năng thanh toán chuyển khoản qua VCB-iB@nking, ngoài việc đăng ký sử dụng dịch vụ VCB - iB@nking ,khách hàng cần đăng ký sử dụng dịch vụ VCB-SMS B@nking (để nhận tin nhận mật khẩu động OTP) hoặc sử dụng thiết bị đọc thẻ chip EMV.

2.6.1.3. Một số kết quả triển khai dịch vụ thanh toán và đăng ký dịch vụ trên kênh VCB – iB@nking của Vietcombank

Kể từ ngày 15/05/2009 khi khách hàng cá nhân đăng ký sử dụng dịch vụ VCB – iB@nking thì bên cạnh việc truy vấn thông tin liên quan đến tài khoản tiền gửi, tiền vay, thẻ và các thông tin khác, khách hàng còn thực hiện thanh toán qua VCB – iB@nking.

Trong thời gian đầu, việc triển khai dịch vụ thanh toán qua VCB - iB@nking mới chỉ áp dụng cho khách hàng cá nhân. (Tạm thời khách hàng tổ chức vẫn chỉ duy trì truy vấn thông tin như hiện tại).

Khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ VCB - iB@nking để thực hiện chuyển tiền VND giữa 2 tài khoản tiền gửi thanh toán bằng VND của cá nhân trong cùng hệ thống Vietcombank (tạm thời chỉ áp dụng cho tài khoản đồng chủ tài khoản cá nhân). Hạn mức chuyển tiền tối đa là 20 triệu đồng/ngày/tài khoản (hạn mức này mặc định khi khách hàng đăng ký dịch vụ và không hạn chế số lần thực hiện giao dịch trong ngày). Kể từ ngày 16/11/2009, khách hàng có nhu cầu chuyển khoản mức cao hơn (mức 50 triệu đồng/ngày hoặc mức 100 triệu đồng/ngày) phải đăng ký thay đổi hạn mức tại chức năng “Thay đổi hạn mức chuyển khoản” trên kênh VCB - iB@nking. Khách hàng được miễn phí chuyển tiền khi có thông báo mới.

**Bảng 2.8: Kết quả sau 5 tháng triển khai dịch vụ thanh toán
(tính đến tháng 10/2009)**

Tháng	Số lượng giao dịch	Số tiền VND
05/2009	3.309	7.887.947.044
06/2009	10.595	38.153.042.210
07/2009	16.862	66.021.753.472
08/2009	19.868	78.457.176.120
09/2009	26.339	105.066.807.016
10/2009	24.809	95.712.059.847
Tổng cộng	100.977	391.298.785.709

Nguồn: <http://10.1.2.27/BOLManager/Reports/IBTransferSummary.aspx>

**Bảng 2.9: Tổng hợp các giao dịch chuyển khoản qua VCB - iB@nking
không thành công qua 5 tháng triển khai**

Trạng thái giao dịch	Số lượng giao dịch
Không thành công do sai OTP	21.463
Không thành công do Host Reject	4.157

Nguồn: Báo cáo tổng hợp dịch vụ ngân hàng điện tử của Hội sở chính Vietcombank

Ngay trong 5 tháng đầu triển khai dịch vụ thanh toán qua VCB - iB@nking (kể từ ngày 15/05/2009 đến ngày 15/10/2009) đã có 100.977 giao dịch thành công, chiếm 80% tổng số giao dịch khách hàng thực hiện, với tổng số tiền thanh toán hơn 391 tỷ VND. Số lượng giao dịch không thành công do sai OTP là 21.463 giao dịch, chiếm 17%, thường là do khách hàng nhập sai mật khẩu hoặc thời gian thao tác quá 5 phút, hoặc khách hàng nhận mật

khẩu đã hết hạn do thời gian các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông trả tin nhắn quá chậm); số lượng giao dịch không thành công do Host Reject là 4.157 giao dịch, chiếm 3%.

Mặc dù thời gian đầu triển khai với hạn mức chuyển khoản còn khiêm tốn, nhưng với tốc độ tăng trưởng số lượng giao dịch và giá trị giao dịch tăng mạnh qua 5 tháng đầu triển khai cho thấy sự ủng hộ của khách hàng đối với dịch vụ là rất cao, bởi sự an toàn và thuận tiện của dịch vụ, khách hàng có thể thực hiện chuyển tiền bất kỳ lúc nào và ở bất cứ đâu.

Theo số liệu thống kê đến ngày 31/12/2009, toàn hệ thống có tổng số 250.581 khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ, tăng trung bình 167,3% so với năm 2008 (tiêu chí đánh giá việc phát triển dịch vụ VCB - iB@nking dựa trên tiêu chí đánh giá cũ: tính cho chi nhánh quản lý hồ sơ khách hàng - CIF).

**Bảng 2.10: Số liệu tăng trưởng dịch vụ VCB - iB@nking
tại một số chi nhánh của Vietcombank tính đến 31/12/2009**

Đơn vị tính: người

Mã Chi nhánh	Tên Chi nhánh	31/12/2008	Kế hoạch năm 2009	Thực hiện đến 31/12/2009	% thực hiện kế hoạch
001	Sở giao dịch	24.295	36.443	39.250	123.1%
002	Hà Nội	10.087	15.131	16.516	127.5%
007	Hồ Chí Minh	31.462	47.193	48.992	111.4%
018	Nam Sài Gòn	4.254	6.381	7.496	152.4%
025	Bình Tây	3.713	5.570	8.073	234.9%
033	Bến Thành	6.654	9.981	10.494	115.4%
037	Tân Định	3.835	5.753	6.891	159.4%
042	Phú Thọ	3.099	4.649	6.629	227.8%
044	Tân Bình	2.714	4.071	5.433	200,4%
051	Quận 5	1.368	2.052	2.806	210.2%
053	Bình Thạnh	1.084	1.626	2.564	273.1%
Toàn hệ thống		136.014	204.514	250.581	167.3%

Nguồn: Thông báo số 33/TB.NHNT.CS&SPNHBL ngày 08/02/2010

Dựa trên tiêu chí đánh giá mới kể từ ngày 01/01/2010 (tính cho chi nhánh đăng ký dịch vụ Internet Banking cho khách hàng hiện được xử lý tại quầy giao dịch): tính đến ngày 31/12/2009, toàn hệ thống có tổng số 219.289 khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ Internet Banking. Trong năm 2010, kế hoạch tăng trưởng dịch vụ Internet Banking của toàn hệ thống là 60% so với năm 2009.

**Bảng 2.11: Số liệu tăng trưởng dịch vụ VCB - iB@nking
tại một số chi nhánh của Vietcombank tính đến 31/12/2009
(theo tiêu chí mới ngày 01/01/2010)**

Đơn vị tính: người

Mã Chi nhánh	Tên Chi nhánh	Thực hiện đến 31/12/2009	Số kế hoạch Internet Banking năm 2010	Tốc độ tăng trưởng
001	Sở giao dịch	30.807	43.130	40%
002	Hà Nội	16.027	24.041	50%
007	Hồ Chí Minh	42.120	58.968	40%
018	Nam Sài Gòn	5.675	9.080	60%
025	Bình Tây	5.770	9.232	60%
033	Bến Thành	7.992	12.787	60%
037	Tân Định	7.824	12.518	60%
042	Phú Thọ	5.598	10.076	80%
044	Tân Bình	5.458	9.824	80%
051	Quận 5	2.673	4.811	80%
053	Bình Thạnh	3.941	7.094	80%
Toàn hệ thống		219.289	250.581	60%

Nguồn: Thông báo số 33/TB.NHNT.CS&SPNHBL ngày 08/02/2010

Bên cạnh đó, sự quan tâm của khách hàng về dịch vụ này còn thể hiện thông qua số cuộc gọi của khách hàng đến Trung tâm dịch vụ khách hàng (VCC) với đầu số 1900545413. Ngoài việc yêu cầu VCC tư vấn về sản phẩm, hướng dẫn sử dụng, số cuộc gọi phản ánh về chất lượng dịch vụ ngày càng gia tăng, đặc biệt là các vấn đề liên quan đến việc nhận OTP. Tính đến tháng 12/2009, tổng số cuộc gọi trung bình trong tháng của khách hàng về các dịch vụ ngân hàng điện tử chiếm đến 20% tổng số cuộc gọi của khách hàng (hiện nay VCC tiếp nhận và giải quyết tổng số 40.000 cuộc gọi trung bình trong một tháng).

2.6.2. Các gói sản phẩm Internet Banking khác

2.6.2.1. Gói sản phẩm VCB-eTour

* Tên dịch vụ: VCB-eTour

* Mục đích: VCB-eTour là dịch vụ thanh toán tour du lịch trực tuyến hiện đại và tiện lợi nhất, lần đầu tiên có mặt tại Việt Nam.

* Phạm vi cung cấp dịch vụ:

- Đặt và thanh toán trực tuyến các cước phí dịch vụ du lịch trong và ngoài nước, 24 giờ trong ngày, 7 ngày trong tuần (24x7).
- Bảo mật mọi thông tin giao dịch trong quá trình thực hiện thanh toán với:
 - ✓ Công nghệ mã hoá đường truyền SSL.
 - ✓ Công nghệ bảo mật và xác thực của VerisignSecured.
 - ✓ Công nghệ tạo mật khẩu tự động OTP theo chuẩn quốc tế cho phép khách hàng lựa chọn hình thức nhận mật khẩu từng lần qua mobile nếu đã sử dụng dịch vụ VCB-SMS B@nking.
- Thực hiện giao dịch một cách đơn giản:
 - ✓ Đặt dịch vụ du lịch (tour, phòng, vé máy bay...) tại trang web của công ty du lịch mà Vietcombank có thoả thuận cung cấp dịch vụ.
 - ✓ Lựa chọn phương thức thanh toán trực tuyến qua tài khoản tại Vietcombank.

* Điều kiện sử dụng dịch vụ: Khách hàng có tài khoản tại Vietcombank và đã đăng ký sử dụng dịch vụ VCB - iB@nking.

* Chi phí sử dụng dịch vụ: Hoàn toàn miễn phí.

2.6.2.2. Gói sản phẩm VCB-Money

2.6.2.2.1 Đặc điểm của sản phẩm

* Tên dịch vụ: VCB-Money

* Mục đích: Là dịch vụ được xây dựng dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại giúp khách hàng có thể thực hiện các giao dịch với ngân hàng thông qua hệ thống máy tính tại trụ sở của khách hàng mà không cần trực tiếp tới ngân hàng.

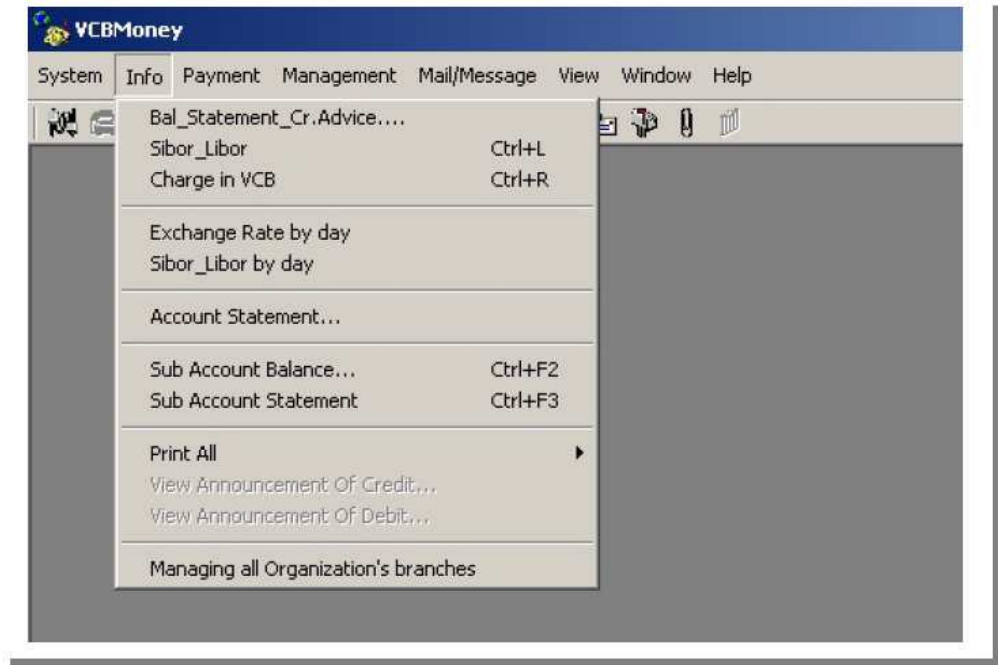
* Phạm vi cung cấp dịch vụ:

- Nhóm dịch vụ truy vấn thông tin
 - ✓ Truy vấn thông tin tỷ giá hối đoái, biểu phí, lãi suất.
 - ✓ In và xem thông tin về các giao dịch ghi có đối với tài khoản (credit advice).
 - ✓ Truy vấn số dư tài khoản.
 - ✓ In và xem sổ phụ tài khoản theo thời gian.
 - ✓ In và xem sao kê tài khoản theo thời gian.
 - ✓ Các dịch vụ truy vấn khác.
- Nhóm dịch vụ thanh toán
 - ✓ Chuyển tiền (Application for Remittance).
 - ✓ Ủy nhiệm chi (Payment Order).
 - ✓ Bán ngoại tệ (Application for Buying Foreign Currency).
 - ✓ Dịch vụ trả lương nhân viên (Salary).

✓ Các dịch vụ thanh toán khác.

* Mức phí áp dụng: Phí sử dụng dịch vụ VCB-Money thu theo biểu phí hiện hành của Vietcombank.

Hình 2.3: Giao diện chương trình VCB-Money



1 of 2 90% Total: 47 100% 47 of 47

BÁO CÁO SỐ DU THEO ĐƠN VỊ
Ngày 15 tháng 03 năm 2002

Ngày in: 15/03/2002

SỐ TÀI KHOẢN	TIỀN VND	TIỀN USD	NGOẠI TỆ KHÁC
01: TỔNG CÔNG TY DẦU KHÍ VN			
0101: Tổng công ty dầu khí VN			
00100000000000	966,977,526,847.00	0.00	0.00
00100000000000	0.00	584,714.24	0.00
00100000000000	0.00	43,497,446.87	0.00
00100000000000	0.00	0.00	2,000,000.00
00100000000000	200,000,000,000.00	0.00	0.00
00100000000000	0.00	500,000.00	0.00

2.6.2.2.2 Đối tượng khách hàng:

Khách hàng là định chế tài chính hoặc tổ chức kinh tế có tài khoản tiền gửi thanh toán tại Vietcombank.

2.6.2.2.3 Lợi ích cho khách hàng

VCB-Money được thiết kế để cung cấp cho khách hàng giải pháp ngân hàng từ xa một cách an toàn, hiệu quả và dễ sử dụng. Chương trình này giúp khách hàng:

- Thực hiện các giao dịch thanh toán với ngân hàng từ xa

- Truy vấn thông tin tài khoản tại ngân hàng 24 giờ/7 ngày;
- Tiết kiệm thời gian và chi phí giao dịch;
- Theo dõi và quản lý số dư trong tài khoản của các đơn vị thành viên.
- Tăng hiệu quả hoạt động, tối ưu hóa các nguồn lực.

Để đảm bảo an toàn các giao dịch của khách hàng, chương trình VCB-Money áp dụng các biện pháp bảo mật sau:

- Cung cấp chức năng quản lý người sử dụng theo mã truy cập và quyền truy cập.
- Sử dụng các giải pháp bảo mật tiên tiến (chữ ký điện tử, công nghệ bảo mật secureID với RSA Token)
- Sử dụng kỹ thuật mã hóa theo tiêu chuẩn quốc tế 128 Secure Sockets Layer.
- Quản lý máy tính và số điện thoại kết nối vào hệ thống của Vietcombank.

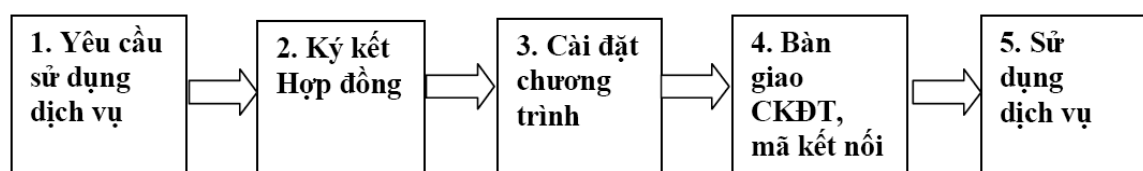
2.6.2.2.4 Yêu cầu đối với khách hàng

Để tham gia sử dụng dịch vụ VCB-Money, khách hàng cần đáp ứng được các điều kiện sau:

- Là tổ chức có tư cách pháp nhân theo pháp luật Việt Nam.
- Có tài khoản tiền gửi thanh toán tại Vietcombank.
- Có đầy đủ các thiết bị cần thiết theo yêu cầu của ngân hàng, cụ thể như sau:
 - ✓ Máy vi tính với bộ xử lý Pentium 500MHz (tối thiểu)/600MHz hoặc cao hơn.
 - ✓ Bộ nhớ 128MB (tối thiểu)/256MB hoặc nhiều hơn.
 - ✓ Ổ cứng còn trống từ 150MB trở lên.
 - ✓ Hệ điều hành MS Windows 98/MS Windows NT 4 hoặc cao hơn.
 - ✓ Màn hình với độ phân giải tối thiểu 800x600 và 256 màu.
 - ✓ Modem với tốc độ truyền 56kbs trở lên.
 - ✓ Mạng điện thoại cố định.

2.6.2.2.5 Đăng ký sử dụng VCB-Money

Để đăng ký sử dụng dịch vụ VCB-Money, khách hàng liên hệ với bộ phận Quan hệ khách hàng tại chi nhánh Ngân hàng Ngoại thương nơi khách hàng mở tài khoản.



2.6.2.2.6 Các khái niệm sử dụng trong chương trình

✦ **Kế toán viên (Accountant):** người lập các lệnh giao dịch mới, sửa lại các lệnh giao dịch chưa được xác nhận (giao dịch có trạng thái là "Pending") tại phía khách hàng.

✦ **Kiểm soát viên (Verifier):** là người xác nhận lệnh (Kế toán trưởng - Chief Accountant) hoặc duyệt lệnh (Chủ tài khoản - Accountant Holder) tại phía khách hàng. Sau khi duyệt, trạng thái của lệnh sẽ là "Waiting to send".

✦ **Người gửi lệnh (Sender):** là người gửi các lệnh đã được chủ tài khoản duyệt tới Vietcombank, đồng thời tải các thông tin và nhận phản hồi từ Vietcombank về. Người gửi lệnh sẽ quản lý TÊN và MẬT KHẨU KẾT NỐI với Vietcombank và/hoặc các thiết bị định danh khác (SecureID RSA Token) dùng để kết nối với hệ thống của Vietcombank. Sau khi gửi, trạng thái của lệnh sẽ được chuyển thành "Waiting for Response".

(Lưu ý: khách hàng hoàn toàn chịu trách nhiệm về tính chính xác, trung thực của số liệu và nội dung bức điện gửi cho Vietcombank)

✦ **Người quản trị hệ thống (Admin):** là người quản lý chương trình VCB-Money cài đặt tại phía khách hàng, người quản trị hệ thống có quyền:

- ✓ Khởi tạo các MÃ TRUY CẬP sử dụng chương trình và phân quyền Kế toán viên, Kiểm soát viên (Kế toán trưởng hoặc Chủ tài khoản) cho những người sử dụng chương trình.
- ✓ Thiết lập hạn mức duyệt lệnh cho các Kiểm soát viên.

Mã người quản trị hệ thống do Vietcombank cấp cho khách hàng sau khi cài đặt chương trình và khách hàng tự quản lý mã quản trị hệ thống này.

✦ **Chữ ký điện tử:** khi tham gia dịch vụ VCB-Money, khách hàng sẽ được cấp chữ ký điện tử để giao dịch. Chữ ký điện tử là yếu tố để xác định những người được phép duyệt lệnh và đảm bảo tính xác thực của chứng từ điện tử VCB-Money. Chữ ký điện tử được phép thay đổi hoặc cấp lại.

Khi có yêu cầu hủy bỏ/ thay đổi/ cấp lại chữ ký điện tử, khách hàng lập yêu cầu thay đổi/ hủy bỏ/ cấp lại chữ ký điện tử bằng văn bản và chuyển đến Vietcombank, trong đó nêu rõ lý do thay đổi và đính kèm danh sách cần thay đổi chữ ký điện tử.

(Lưu ý: chữ ký điện tử và mã người duyệt lệnh do Vietcombank cấp và quản lý)

✦ **Mã truy cập chương trình:** gồm tên truy cập và mật khẩu truy cập dùng để định danh và xác thực quyền hạn truy cập của người sử dụng vào hệ thống VCB-Money. Mã truy cập do người quản trị hệ thống VCB-Money phía khách hàng khởi tạo và quản lý.

✦ **Mã kết nối:** gồm tên và mật khẩu kết nối dùng để kết nối chương trình VCB-Money cài đặt tại phía khách hàng với chương trình VCB-Money tại Ngân hàng. Mã kết nối do Vietcombank khởi tạo và quản lý.

✦ **Thiết bị tạo mã điện tử RSA Token:** là thiết bị ứng dụng công nghệ tin học, có khả năng tạo mã ngẫu nhiên sử dụng khi kết nối với hệ thống VCB-Money của Vietcombank nhằm xác thực người được quyền truy cập hợp lệ.

2.6.2.2.7 *Phân chia quyền hạn truy cập vào chương trình*

Chương trình VCB-Money quản lý người sử dụng chương trình theo mã truy cập và quyền truy cập.

Mã truy cập do người quản trị hệ thống VCB-Money phía khách hàng khởi tạo. Mỗi một mã truy cập khi được khởi tạo sẽ gắn với một quyền truy cập nhất định. Số lượng mã truy cập sử dụng chương trình VCB-Money không hạn chế tùy thuộc vào nhu cầu cụ thể của khách hàng.

Chương trình VCB-Money cung cấp 02 quyền truy cập hệ thống là Kế toán viên (Accountant) và Kiểm soát viên (Verifier)

Khi truy cập vào chương trình VCB-Money bằng mã sử dụng có quyền Kế toán viên, người sử dụng có thể lập mới, sửa đổi, in, xóa các giao dịch chưa được kiểm soát viên duyệt.

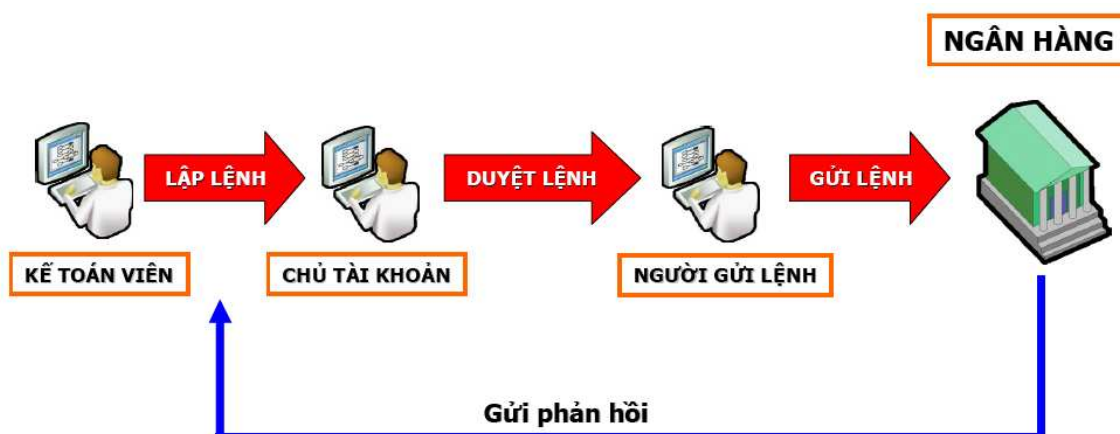
Khi truy cập vào chương trình VCB-Money bằng mã sử dụng có quyền Kiểm soát viên, người sử dụng được duyệt, in các giao dịch đã được lập. Kiểm soát viên có thể là Kế toán trưởng (Chief Accountant) hoặc Chủ tài khoản (Account holder).

2.6.2.2.8 *Các mức sử dụng chương trình*

Mỗi khách hàng khi tham gia thanh toán qua chương trình VCB-Money của Vietcombank cần xác định rõ mức sử dụng chương trình. Khi tiến hành cài đặt chương trình, cán bộ tin học của Vietcombank sẽ thiết lập mức sử dụng chương trình theo yêu cầu của khách hàng. Mức sử dụng chương trình bao gồm:

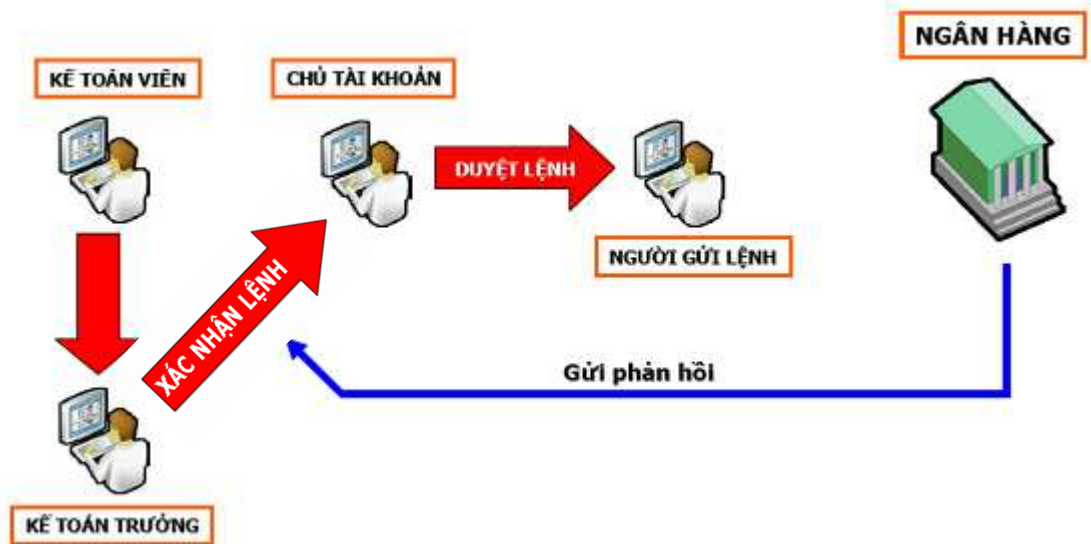
* **Level 2 (Hai cấp):**

- Kế toán viên: được phép in ấn, tạo và sửa các lệnh chưa được duyệt.
- Chủ tài khoản: dùng chữ ký điện tử để duyệt lệnh mà kế toán viên đã lập. Người nắm giữ chữ ký điện tử chính là chủ tài khoản.



*** Level 3 (Ba cấp):**

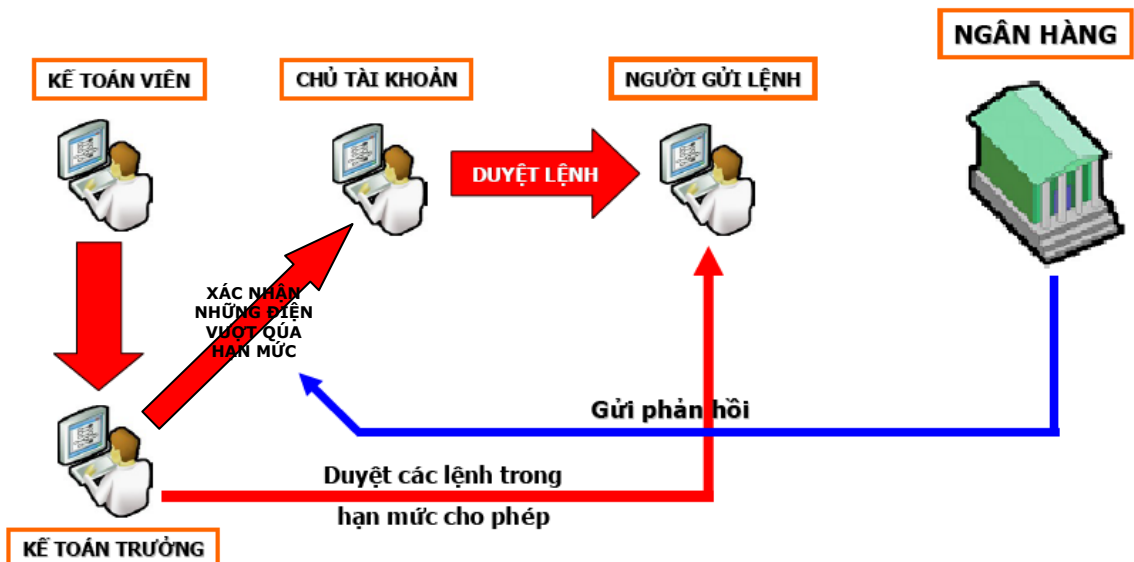
- Kế toán viên: được phép in ấn, tạo và sửa các lệnh chưa được duyệt.
- Kế toán trưởng: xác nhận lại các lệnh mà kế toán viên đã lập.
- Chủ tài khoản: duyệt các lệnh mà kế toán trưởng đã xác nhận. Người nắm giữ chữ ký điện tử chính là chủ tài khoản.



*** Level B (Kết hợp cả hai mức trên):**

Trên cơ sở hạn mức duyệt của khách hàng, người quản trị hệ thống sẽ thiết lập hạn mức duyệt đối với từng loại ngoại tệ và phân quyền cho chủ tài khoản và kế toán trưởng. Người nắm giữ chữ ký điện tử sẽ là kế toán trưởng và chủ tài khoản.

- Trường hợp số tiền giao dịch nằm trong hạn mức duyệt của kế toán trưởng thì kế toán viên lập lệnh, kế toán trưởng duyệt lệnh.
- Trường hợp số tiền giao dịch vượt quá hạn mức duyệt của kế toán trưởng thì kế toán viên lập lệnh, kế toán trưởng xác nhận lệnh, sau đó chuyển tiếp cho chủ tài khoản để duyệt.



2.6.3. Các bộ phận liên quan trong cung cấp dịch vụ Internet Banking

✦ *Phòng Chính sách và sản phẩm Ngân hàng bán lẻ*

- Đầu mối thiết kế sản phẩm, dịch vụ và xây dựng chính sách khách hàng.
- Hỗ trợ chi nhánh liên quan trong quá trình cung ứng và quản lý dịch vụ.
- Tiếp nhận ý kiến phản hồi từ các phòng/ban liên quan và chi nhánh để hoàn thiện sản phẩm.
- Triển khai các chương trình quảng bá phù hợp.

✦ *Phòng Quản lý các đề án công nghệ*

- Đầu mối về xử lý các chương trình; hỗ trợ tác nghiệp trong tra soát, khiếu nại của khách hàng, các vấn đề phát sinh.
- Phối hợp với Trung tâm Công nghệ thông tin chỉnh sửa, nâng cấp chương trình ứng dụng tại các kênh phân phối dịch vụ.

✦ *Trung tâm Công nghệ thông tin*

- Quản lý và duy trì chương trình, đảm bảo hệ thống hoạt động ổn định, chính xác, đáp ứng yêu cầu người sử dụng và xử lý các vấn đề kỹ thuật phát sinh liên quan đến hệ thống.
- Nâng cấp, cải tiến và chỉnh sửa chương trình theo yêu cầu của bộ phận nghiệp vụ.

✦ *Trung tâm Dịch vụ khách hàng*

- Tư vấn, hướng dẫn khách hàng sử dụng dịch vụ.
- Tiếp nhận yêu cầu tra soát, khiếu nại của khách hàng.
- Phối hợp với các phòng/ban liên quan, chi nhánh và nhà cung cấp dịch vụ (nếu có) để xử lý yêu cầu tra soát, khiếu nại của khách hàng.

✦ *Sở giao dịch/Chi nhánh*

- Chào bán dịch vụ.
- Tiếp nhận các yêu cầu tra soát, khiếu nại của khách hàng và phối hợp các phòng/ban liên quan tại Hội sở chính để xử lý.
- Thu thập thông tin phản hồi của khách hàng, báo cáo Hội sở chính để hoàn thiện dịch vụ và quy trình cung ứng dịch vụ.

2.6.4. Kết quả khảo sát ý kiến của khách hàng về dịch vụ Internet Banking của Vietcombank Tân Bình

2.6.4.1. Mục đích điều tra

Chúng tôi đang đứng ở góc độ là một Trung tâm dịch vụ khách hàng của Vietcombank. Thông qua cuộc khảo sát tôi muốn tìm hiểu về hành vi, thói quen tiêu dùng,

nhận xét và mức độ hài lòng của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ Internet Banking của Vietcombank Tân Bình, qua đó đưa ra những biện pháp nhằm thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ Internet Banking của Vietcombank Tân Bình bằng việc cải thiện sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ...

2.6.4.2. Phương pháp điều tra

Địa điểm: tòa nhà E-Town, số 364, phường 13, quận Tân Bình, TP.HCM.

Thời gian thực hiện điều tra: 8h00 sáng ngày 14 - 22/04/2008.

Đối tượng của cuộc điều tra: là khách hàng có tài khoản tại Vietcombank, tại tòa nhà E-Town, đường Cộng Hòa, quận Tân Bình.

Phương pháp chọn mẫu: Chọn mẫu theo phương pháp thuận lợi, phi xác suất một số khách hàng có tài khoản giao dịch tại Vietcombank, tòa nhà E-Town.

2.6.4.3. Nội dung điều tra

Bao gồm:

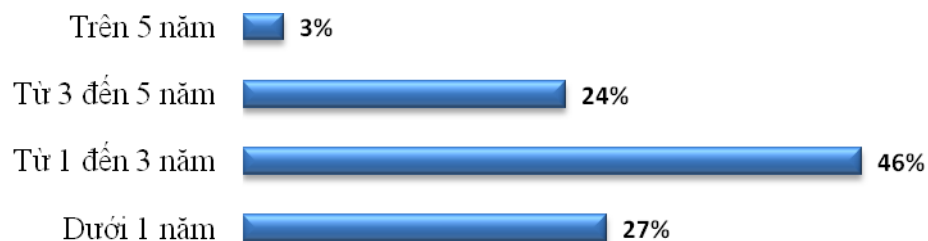
- Số khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ Internet Banking của Vietcombank.
- Các hình thức quảng cáo, tiếp thị để khách hàng biết đến dịch vụ Internet Banking của Vietcombank.
- Những tiện ích khách hàng sử dụng trong dịch vụ Internet Banking của Vietcombank.
- Lý do khách hàng chưa sử dụng dịch vụ của Internet Banking.
- Đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ Internet Banking của Vietcombank.
-

(bảng khảo sát đi kèm – phụ lục)

2.6.4.4. Kết quả điều tra

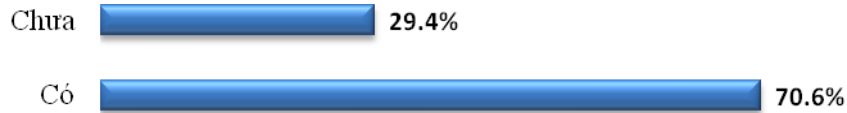
Tổng cộng số bảng khảo sát đạt chất lượng thu được dùng để thống kê là 161 bản. Qua xử lý số liệu thu thập được bằng Excel, số liệu mà chúng tôi thu thập được ở từng câu hỏi như sau:

Câu 1: Thời gian giao dịch với Vietcombank



Hầu như các khách hàng đang sử dụng dịch vụ Internet Banking của Vietcombank đa số là khách hàng đã giao dịch với Ngân hàng từ 1 đến 3 năm (73%).

Câu 2: Sử dụng dịch vụ Internet Banking



Theo kết quả khảo sát, 70.6% khách hàng có sử dụng dịch vụ Internet Banking của Vietcombank, 29.4% khách hàng chưa sử dụng dịch vụ này.

Câu 3: Hình thức tài khoản đăng ký Internet Banking

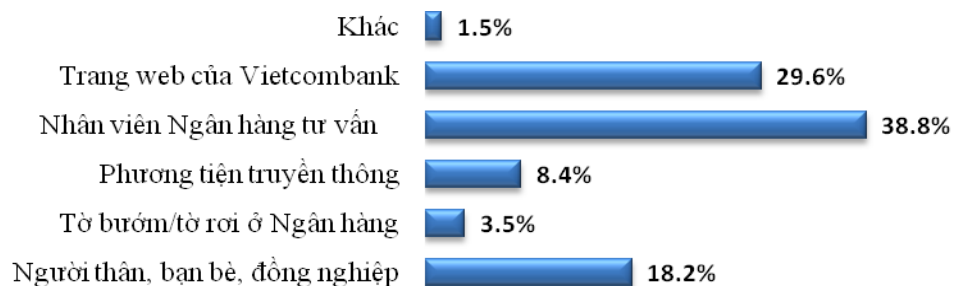


Câu 4: Hình thức dịch vụ Internet Banking sử dụng



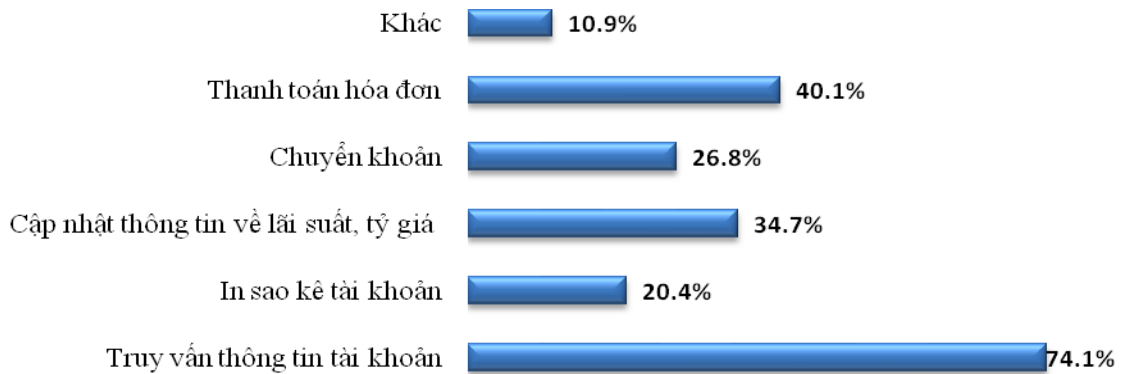
Trong số khách hàng khảo sát “có” sử dụng dịch vụ Internet Banking của Vietcombank thì 92% khách hàng sử dụng dịch vụ VCB - iB@nking (chiếm đa số), 11% khách hàng sử dụng dịch vụ VCB-Money của ngân hàng, có khách hàng vừa sử dụng cả 2 loại dịch vụ trên.

Câu 5: Nguồn nhận biết thông tin



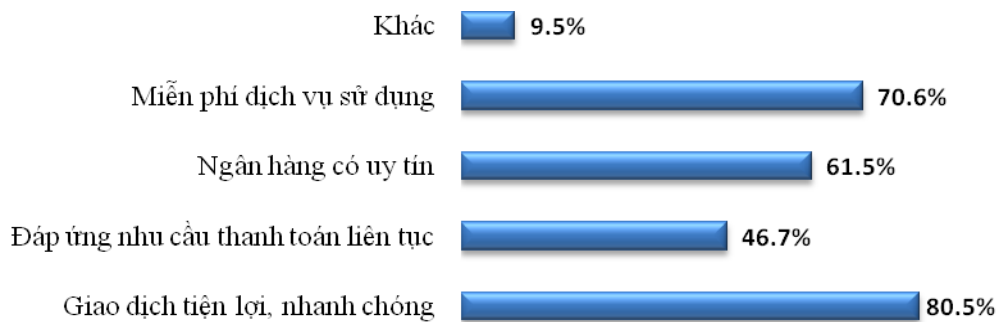
Khoảng 38.8% khách hàng biết đến dịch vụ Internet Banking là nhờ tư vấn của nhân viên ngân hàng. Ngoài ra, các kênh phương tiện truyền thông và trang web Vietcombank cũng là nguồn thông tin được nhiều khách hàng tham khảo.

Câu 6: Tiện ích sử dụng



Mục đích phổ biến nhất của khách hàng sử dụng Internet Banking là dùng để kiểm tra thông tin tài khoản (74.1%), thanh toán hóa đơn (40.1%). Chuyển khoản chỉ chiếm phần ít (26.8%), nguyên nhân do chỉ được chuyển khoản trong cùng hệ thống đối với khách hàng cá nhân (dịch vụ VCB - iB@nking) và phí khá cao (phí chuyển khoản 3.300 đồng/lần (đã bao gồm VAT), phí gửi tin nhắn nhận OTP là 1.000 đồng/tin nhắn).

Câu 7: Lý do sử dụng dịch vụ



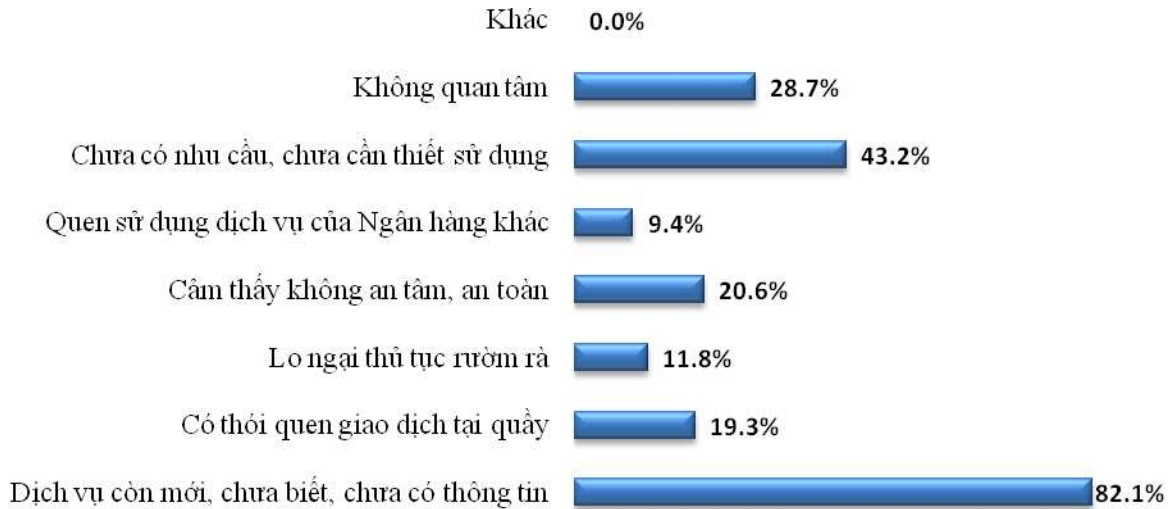
Nhờ tính tiện lợi và nhanh chóng của dịch vụ Internet Banking và uy tín của ngân hàng Vietcombank mà các khách hàng có thể lựa chọn các dịch vụ phù hợp có thể đáp ứng được nhu cầu của từng cá nhân và tùy theo từng mục đích sử dụng.

Câu 8: Đánh giá về dịch vụ Ngân hàng điện tử của Vietcombank

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

Nhìn chung, khách hàng khi sử dụng dịch vụ Internet Banking của Vietcombank đều cảm thấy hài lòng về dịch vụ, tuy nhiên vẫn còn phần đông khách hàng có những đánh giá “hơi đồng ý” theo các tiêu chí đánh giá trên.

Câu 10: Lý do chưa sử dụng dịch vụ



Khảo sát cho thấy những khách hàng có tài khoản tại Vietcombank chưa sử dụng dịch vụ Internet Banking là do cảm thấy không an toàn (20.6%), lo ngại thủ tục rườm rà (11.8%) và khách hàng có thói quen giao dịch tại quầy của ngân hàng (19.3%). Tuy nhiên còn một lý do khá quan trọng đó là do nhiều khách hàng chưa biết đến dịch vụ, dịch vụ còn mới (82,1%).

Câu 11: Giới thiệu về dịch vụ của khách hàng cho người thân, bạn bè



Qua cuộc khảo sát, 86% khách hàng khảo sát cho biết dự định hoặc giới thiệu cho bạn bè, đồng nghiệp, người thân sử dụng dịch vụ Internet Banking.

2.6.5. Những điểm mạnh, điểm yếu, thuận lợi, và khó khăn trong việc cung cấp và phát triển dịch vụ Internet Banking tại Vietcombank

2.6.5.1. Điểm mạnh

- Vietcombank là ngân hàng có nguồn vốn lớn, tạo điều kiện cho phép đầu tư các công nghệ hiện đại, từ máy móc thiết bị đến phần mềm thực hiện các nghiệp vụ ngân hàng. Hiện nay Vietcombank đã được nối mạng toàn hệ thống, nâng cấp hệ thống core banking,

cho phép khách hàng mở tài khoản tại một chi nhánh bất kỳ và có thể giao dịch ở tất cả các chi nhánh trong hệ thống. Đây là một bước đi cần thiết không thể thiếu giúp ngân hàng tổ chức việc thực hiện giao dịch trực tuyến.

- Vietcombank có chính sách định hướng phát triển các dịch vụ theo hướng hiện đại hóa, đây là chủ trương không chỉ của riêng Ban lãnh đạo Vietcombank mà còn là chủ trương của nhà nước, nhằm giúp ngành ngân hàng tạo dựng được sức mạnh cần thiết trong giai đoạn hội nhập cạnh tranh.

- Vietcombank là một trong những ngân hàng nhận được sự hỗ trợ của Ngân hàng Thế giới trong dự án hiện đại hóa ngân hàng. Từ sự hỗ trợ này Vietcombank không chỉ có được nguồn vốn để thực hiện hiện đại hóa công tác ngân hàng mà còn có được kinh nghiệm, định hướng trong việc lựa chọn các đối tác, lựa chọn công nghệ trong quá trình hiện đại hóa.

- Vietcombank là một thương hiệu mạnh trong lĩnh vực ngân hàng, điều này góp phần củng cố niềm tin của khách hàng đối với dịch vụ ngân hàng điện tử. Đó là niềm tin vào uy tín, chất lượng của dịch vụ. Điều này rất quan trọng trong bước đầu giới thiệu và cung cấp các sản phẩm điện tử tới khách hàng.

- Bên cạnh đó, thẻ Vietcombank Connect24 là thẻ ghi nợ nội địa đầu tiên trên thị trường có thể thanh toán trực tuyến qua Internet. Chủ thẻ Vietcombank Connect24 có thể thanh toán tại gần 100 website của các nhà cung cấp dịch vụ có uy tín trong nước, cung ứng rất nhiều dịch vụ đa dạng từ du lịch, mua vé máy bay, cung cấp thiết bị tin học, sách báo... Với công nghệ bảo mật hiện đại, sử dụng sử dụng mật khẩu động (OTP) và mã truy cập riêng của hệ thống VCB - iB@nking khi thanh toán online, thẻ Vietcombank Connect24 cho phép bảo vệ gấp đôi giao dịch của chủ thẻ.

2.6.5.2. Điểm yếu

- Việc triển khai các sản phẩm dịch vụ nói chung và sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử thường diễn ra chậm hơn so với các ngân hàng cổ phần thương mại. Do đó một số sản phẩm ngân hàng điện tử của các ngân hàng cổ phần thương mại khác ra đời trước có lợi thế hơn về việc thu hút sự quan tâm chú ý của khách hàng (khảo sát trên cho thấy 82.1% khách hàng chưa sử dụng dịch vụ Internet Banking là do chưa biết đến dịch vụ này, 9.4% là do đã quen sử dụng dịch vụ Internet Banking của ngân hàng khác).

- Việc quảng cáo cho các sản phẩm điện tử của Vietcombank không được tổ chức hay tổ chức một cách đơn giản chưa tạo được sự chú ý nơi khách hàng. Chủ yếu các sản phẩm này được biết đến từ những khách hàng quen thuộc đã thực hiện giao dịch tại ngân hàng. Còn bản thân sự tiện ích của dịch vụ ngân hàng điện tử của Vietcombank chưa đủ sức lôi kéo khách hàng mới.

- Vấn đề giải quyết sự cố, thắc mắc của khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử chưa được tổ chức thực hiện một cách chuyên nghiệp. Khi thắc mắc khách hàng thường quay trở lại chi nhánh - nơi khách hàng đã đăng ký sử dụng dịch vụ để hỏi. Tuy nhiên bộ phận này chỉ có chức năng thu thập thông tin phản hồi của khách hàng, báo cáo Hội sở chính để hoàn thiện dịch vụ và quy trình cung ứng dịch. Mọi tra soát, khiếu nại đều tập trung tại một đầu mối là Hội sở chính. Do đó các lỗi này thường được giải quyết chậm, buộc khách hàng phải chờ đợi. Đây là một vấn đề tối kỵ trong giao dịch trực tuyến.

- Bên cạnh đó, khi đăng ký dịch vụ Internet Banking tại Vietcombank, do hạn chế về cấu trúc phần mềm của ngân hàng nên trường địa chỉ email bị giới hạn ở 30 ký tự và không có CC (chỉ cho phép khách hàng đăng ký dịch vụ VCB - iB@nking với 1 địa chỉ email duy nhất). Do đó nếu địa chỉ e-mail của khách hàng lớn hơn 30 ký tự, muốn đăng ký sử dụng dịch vụ thì khách hàng phải đổi địa chỉ email; hoặc khi thay đổi địa chỉ email khách hàng phải đến ngân hàng thay đổi thông tin đăng ký ban đầu. Điều này gây phiền toái cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

2.6.5.3. Cơ hội

- Mở rộng phạm vi hoạt động đặc biệt khi ngân hàng cho phép khách hàng thanh toán qua mạng Internet, lúc này ngân hàng có thể mở rộng dịch vụ của mình trên phạm vi toàn cầu.

- Cơ chế chính sách của Nhà nước trong giai đoạn hiện nay đang dần được cập nhật, thay đổi theo hướng tạo điều kiện cho việc phát triển các sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại.

- Trình độ dân trí ngày một nâng lên, đặc biệt là mức độ tiếp cận và hiểu biết về Internet của người dân ngày một tăng, khách hàng dễ tiếp cận và chấp nhận loại hình giao dịch điện tử hơn.

- Trong thời đại bùng nổ công nghệ như hiện nay, ngân hàng dễ dàng tiếp cận được những hệ thống công nghệ hiện đại cho phép ngân hàng triển khai các dịch vụ trực tuyến trên Internet.

2.6.5.4. Thách thức

** Về công nghệ:*

- Nhiều cấu phần quan trọng của kênh phân phối này như Internet, truyền thông và các kỹ thuật công nghệ liên quan khác đều nằm ngoài sự kiểm soát trực tiếp của ngân hàng. Trong khi đó việc kết nối với ngân hàng trực tuyến lại phụ thuộc vào hạ tầng công nghệ. Tại Việt Nam hiện nay, cơ sở hạ tầng còn yếu kém như chất lượng mạng, tốc độ đường truyền không đảm bảo chất lượng dẫn tới chất lượng dịch vụ chưa cao, do đó việc kết nối có thể

diễn ra chậm, bị nghẽn mạch gây ách tắc trong quá trình giao dịch với ngân hàng, gây ảnh hưởng đến uy tín của ngân hàng.

** Về an ninh mạng:*

- Cùng với sự phát triển của công nghệ là sự gia tăng của tội phạm tin học, đặc biệt là các tội phạm tin học rất chú ý đến lĩnh vực ngân hàng và dịch vụ thanh toán qua mạng.

- Việc phát triển mạnh internet trên phạm vi toàn cầu, đã tạo ra môi trường không biên giới cho hoạt động Internet Banking. Khách hàng có thể truy nhập vào tài khoản của mình ở ngân hàng từ bất kỳ nơi nào, vào bất kỳ thời gian nào qua mạng Internet, hoặc các thiết bị không dây hiện đại. Điều đó khiến các ngân hàng phải chú trọng nhiều đến công tác kiểm soát an ninh, chứng thực khách hàng, bảo vệ dữ liệu, các thủ tục kiểm toán theo vết, bảo đảm tính riêng tư của khách hàng.

**Bảng 2.12: 7 lỗ hổng an ninh mạng phổ biến tồn tại
trong các hệ thống Internet banking hiện tại**

Nguyên cơ/lỗ hổng		Rủi ro	Biện pháp khắc phục
Xử lý dữ liệu đầu vào	SQL Injection	Hacker có thể lấy cắp thông tin về khách hàng chỉ bằng cách vắn tin thông thường	* Kiểm soát tốt dữ liệu đầu vào * Chọn sử dụng Store Procedure
	Cross Site Scripting (XSS)	Hacker có thể thực thi được một đoạn mã độc trên máy tính của người dùng từ việc lợi dụng tính năng chuyển tiền qua website	* Kiểm soát tốt dữ liệu đầu vào * Sử dụng thêm các hàm encode, HTML_entities...
	Malicious File Uploading	Hacker có thể tấn công trực tiếp vào hệ thống hosting nhờ lợi dụng tính năng "Góp ý/kiếu nại" trên website	* Kiểm tra kỹ phần mở rộng file của khách hàng đính kèm * Phân quyền chặt chẽ trên hosting
Xử lý logic	Authentication	Hacker lợi dụng quá trình xác nhận thông tin của hệ thống để lấy cắp dữ liệu trong hệ thống	* Truyền các thông tin nhạy cảm qua session thay vì parameters * Kiểm tra session và tài khoản tương ứng
	Cross Site Request Forgery (CSRF)	Hacker lừa người sử dụng để chuyển tiền cho chúng bằng cách vô tình click vào một đường link có chứa đoạn mã thực hiện lệnh chuyển tiền	* Các tác vụ nhạy cảm phải sử dụng CAPTCHA * Sử dụng thêm hard token, PKI
Môi trường và hệ điều hành	Bản vá phần mềm	Các nhà cung cấp phần mềm thường công khai lỗ hổng và hacker có thể khai thác từ đây	* Thường xuyên cập nhật bản vá * Nắm bắt tình hình an ninh mạng thường xuyên để có thể phòng tránh các lỗ hổng ZeroDay
	Cấu hình hệ thống chưa tốt	Do không đồng bộ các tiến trình nên có thể có những chức năng thừa vẫn được kích hoạt và hacker có thể lợi dụng	* Phải kiểm tra thường xuyên và liệt kê (checklist) về an ninh thông tin, loại bỏ các chức năng không cần thiết
Quy trình, vận hành		Lộ số tài khoản, lộ thông tin cá nhân, vô hiệu hóa tài khoản	* Thực thi theo tiêu chuẩn về ATTT ISO 27001

Nguồn: PC World Vietnam

Một khảo sát của Công ty An ninh mạng Bkis thực hiện trên hệ thống ngân hàng qua Internet (Internet banking) của 20 ngân hàng thương mại Việt Nam cho thấy 100% các hệ thống đều tồn tại lỗ hổng an ninh mạng. Cụ thể, có tới 93% trong số 20 ngân hàng nói trên xuất hiện lỗ hổng trên trình duyệt Internet Banking của khách hàng; 64% có lỗ hổng xác nhận với đối tượng bị tấn công là các chủ tài khoản trên hệ thống và các thao tác cá nhân; 80% có lỗ hổng từ hệ điều hành máy chủ thông qua việc chậm cập nhật các bản vá phần mềm....

Theo Bkis, có nhiều tình huống nguy hiểm mà hiện các hệ thống ngân hàng điện tử tại Việt Nam thường mắc phải, như lỗ hổng trong chức năng chuyển tiền có thể khiến người sử dụng bị lừa chuyển tiền cho kẻ xấu; chức năng khôi phục mật khẩu bị lợi dụng để đổi mật khẩu của chủ tài khoản; sử dụng tính năng thắc mắc khiếu nại để cài mã độc vào máy chủ, kiểm soát toàn bộ hệ thống...

Nguyên nhân căn bản nhất khiến các ngân hàng tại Việt Nam mắc phải lỗ hổng an ninh mạng, theo Bkis, là các ngân hàng đều thiếu các quy trình đánh giá độc lập về an ninh khi triển khai các hệ thống ngân hàng điện tử; thiếu việc áp dụng các tiêu chuẩn về an ninh an toàn thông tin.

** Về pháp luật:*

- Pháp luật trong nước cho việc đảm bảo giao dịch qua mạng vẫn chưa được hoàn chỉnh tạo ra sự e ngại từ phía khách hàng và ngân hàng, đặc biệt là chưa có tiền lệ trong vấn đề xử lý tranh chấp xảy ra giữa ngân hàng và khách hàng khi xảy ra sự cố giao dịch qua mạng Internet.

** Về khách hàng:*

- Khả năng của khách hàng trong việc tiếp cận công nghệ cũng như bảo mật thông tin cá nhân phụ thuộc vào trình độ dân trí, hiểu biết và nhận thức của khách hàng. Trình độ hiểu biết của khách hàng về sử dụng Internet nói chung và ngân hàng trực tuyến nói riêng còn bộc lộ nhiều yếu kém, điều này gây khó khăn cho ngân hàng khi muốn phổ biến rộng rãi loại hình dịch vụ này, với việc sử dụng không thành thạo sẽ dễ gây ra hiểu lầm, kém an toàn trong quá trình sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến

- Internet Banking thuộc loại dịch vụ gián tiếp từ xa của ngành ngân hàng. Vì là dịch vụ gián tiếp với công nghệ mới và liên quan trực tiếp đến tiền (tài sản) cho nên người khách hàng bình thường cần có thời gian để thích ứng và chấp nhận. Không thấy mặt người giao dịch. Không cầm và đếm được tiền của mình. Không quen (chưa an tâm) với giao dịch không có chữ ký giao nhận... Chính vì vậy, an toàn, an toàn, an toàn có thể được xem là yếu tố hàng đầu về chất lượng tốt.

Tâm lý người dân Việt Nam vẫn còn e ngại khi sử dụng các dịch vụ trên mạng và thích giao dịch trực tiếp tại quầy sẽ làm hạn chế việc phát triển dịch vụ ngân hàng trực tuyến (khảo sát cho thấy 19.3% khách hàng có thói quen giao dịch tại quầy).

** Sự cạnh tranh của các ngân hàng:*

- Trong giai đoạn mở cửa hội nhập, nhiều ngân hàng nước ngoài tham gia vào thị trường tài chính Việt Nam. Các ngân hàng này đã có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực ngân hàng điện tử. Trong khi đó dịch vụ này còn khá mới mẻ tại Việt Nam do đó tại Việt Nam các ngân hàng nói chung và Vietcombank nói riêng vẫn chưa có kinh nghiệm quản lý, vận hành và phát triển dịch vụ.

- Các ngân hàng thương mại trong nước đặc biệt là các ngân hàng thương mại cổ phần cũng đã và đang ra sức đầu tư tạo cho mình nền tảng công nghệ vững chắc sẵn sàng triển khai các ứng dụng công nghệ hiện đại để thu hút khách hàng.

- Việc xây dựng dịch vụ Internet Banking nói chung và thực hiện các giao dịch thanh toán trực tuyến trong giai đoạn hiện nay không chỉ là để gia tăng tính cạnh tranh trong việc thu hút khách hàng mà còn là yêu cầu bắt buộc đối với ngân hàng khi nhu cầu thanh toán hiện nay của khách hàng là phải nhanh chóng, tức thời. Đặc biệt là theo quyết định 27/2007/QĐ-BTC của Bộ Tài Chính các nhà đầu tư chứng khoán phải chuyển tài khoản về các ngân hàng thương mại thì việc triển khai dịch vụ để khách hàng theo dõi số dư và đặt lệnh chứng khoán qua mạng Internet là rất cần thiết.

Kết luận chương 2

Chương 2 là cơ sở lý luận về dịch vụ ngân hàng điện tử nói chung và dịch vụ Internet Banking nói riêng. Dựa trên cơ sở lý luận đó, đề tài tập trung nghiên cứu tình hình phát triển dịch vụ Internet Banking tại Việt Nam, những điều kiện cho sự phát triển Internet Banking tại Việt Nam. Bên cạnh đó, trong chương 2 này, tác giả cũng đề cập đến sản phẩm dịch vụ Internet Banking của Vietcombank, bao gồm các đặc điểm các gói sản phẩm ngân hàng trực tuyến, quy trình cung ứng dịch vụ, mức độ quan tâm của khách hàng đối với loại hình dịch vụ trên của ngân hàng, cũng như là những nhận xét chung về điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, cũng như là những thách thức của Vietcombank trong quá trình cung ứng dịch vụ Internet Banking cho khách hàng. Thông qua phần lý luận và thực trạng của chương 2, chương cuối cùng sẽ giới thiệu một số biện pháp mà Vietcombank có thể áp dụng nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ Internet Banking.

CHƯƠNG 3:

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ INTERNET BANKING TẠI VIETCOMBANK

3.1. Một số giải pháp đối với Ngân hàng

3.1.1. Giải pháp đối với những thắc mắc, ý kiến của khách hàng trong quá trình khảo sát ý kiến khách hàng và quá trình thực tập tại ngân hàng

Qua ý kiến phản ánh của số đông khách hàng và tổng hợp một số vấn đề khách hàng phản ánh trong cuộc khảo sát và trong quá trình thực tập, tác giả xin đề xuất ý kiến nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ, phục vụ nhu cầu ngày càng cao của khách hàng như sau:

VẤN ĐỀ PHÁT SINH KHÁCH HÀNG THƯỜNG PHẢN ÁNH	Ý KIẾN ĐỀ XUẤT
<ul style="list-style-type: none"> - Khách hàng rất quan tâm đến dịch vụ chuyển khoản trên Internet Banking - Nhiều khách hàng phản ánh về việc tại sao không áp dụng chuyển khoản sang tài khoản công ty và áp dụng việc chuyển khoản trên kênh VCB - iB@nking cho khách hàng tổ chức. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cần quảng bá nhiều hơn về dịch vụ này, cách sử dụng và điều kiện sử dụng dịch vụ, trước hết là đội ngũ cán bộ Vietcombank. - Cần sớm triển khai dịch vụ chuyển khoản ghi “Có” tài khoản công ty và sớm triển khai dịch vụ chuyển khoản trên kênh VCB - iB@nking (bên cạnh kênh VCB - Money).
<ul style="list-style-type: none"> - Một số khách hàng quan tâm đến dịch vụ gửi tiền tiết kiệm qua kênh Internet Banking, khi nào Vietcombank có sản phẩm này? 	<ul style="list-style-type: none"> - Cần sớm nghiên cứu, triển khai dịch vụ gửi tiết kiệm online vì đây là một sản phẩm sẽ rất cạnh tranh trong tương lai về huy động vốn giữa các ngân hàng.
<ul style="list-style-type: none"> - Vẫn còn nhiều trường hợp, Teller nhập sai thông tin khách hàng (địa chỉ email) nên khách hàng không nhận được mật khẩu, - Một số Chi nhánh tiếp nhận yêu cầu đăng ký dịch vụ nhưng không thực hiện ngay trên hệ thống. - Khách hàng không nhận được OTP do Teller nhập sai số điện thoại 	<ul style="list-style-type: none"> - Ngân hàng cần thực hiện chính xác yêu cầu của khách hàng.

<p>- Khách hàng không thực hiện được giao dịch do:</p> <p>+ Khách hàng không đăng ký mà sử dụng số điện thoại được đăng ký bằng tài khoản của người khác, hoặc số điện thoại chưa đăng ký dịch vụ SMS để nhận OTP và khi nhập OTP vào thì hệ thống từ chối.</p> <p>+ Khách hàng không sử dụng OTP nhận được lần cuối cùng mà vẫn sử dụng OTP của lần trước đó.</p> <p>+ Sau khi thực hiện việc đăng ký dịch vụ cho khách hàng, Teller trả lại cho khách hàng 1 bản đăng ký nhưng quên không in User name, hoặc có in nhưng không giải thích User name để làm gì và nhận mật khẩu ở đâu.</p>	<p>- Ngân hàng cần tư vấn, hướng dẫn kỹ cho khách hàng điều kiện, cách thức sử dụng dịch vụ (Ví dụ như: Khách hàng chỉ được sử dụng số điện thoại của mình đã đăng ký dịch vụ SMS B@nking để nhận OTP...)</p>
<p>- Giao dịch bị từ chối cho khách hàng nhập sai OTP, hoặc quá giờ quy định.</p>	<p>- Ngân hàng cần hướng dẫn kỹ khách hàng điều kiện sử dụng dịch vụ: Thời gian hiệu lực của OTP là 10 phút (trước đây là 5 phút) kể từ khi nhận được tin nhắn, trong trường hợp khách hàng nhấn nhiều tin thì OTP nhận được lần cuối cùng mới có giá trị sử dụng.</p>
<p>- Khách hàng nhập đúng OTP do tin nhắn cung cấp nhưng hệ thống vẫn báo sai, hoặc khách hàng đã đăng ký dịch vụ SMS nhưng khi nhấn tới tổng đài 8770 thì nhận được tin nhắn “Quý khách chưa đăng ký dịch vụ”.</p>	<p>- Các phòng xây dựng sản phẩm cần quan tâm đến việc mô tả Code lỗi rõ ràng và kèm theo hướng dẫn khách hàng phải làm gì sau đó.</p>
<p>- Khách hàng xem những giao dịch chuyển khoản VCB - iB@nking nhưng không thể biết ai là người chuyển và đã chuyển cho ai nếu như người chuyển không</p>	<p>- Các phòng xây dựng sản phẩm cần đưa thông tin về tên người chuyển, người nhận.</p>

ghi đầy đủ vào mục “Nội dung thanh toán”.	
- Xem sao kê tài khoản trên Internet Banking, sau mỗi lần giao dịch không hiện được số dư còn lại gây khó khăn cho khách hàng khi thống kê và đối chiếu số dư	- Ngân hàng cần bổ sung thêm thông tin về số dư sau mỗi lần giao dịch.
- Khách hàng có yêu cầu hủy giao dịch chuyển khoản VCB - iB@nking do thực hiện nhầm hoặc thay đổi nhu cầu, nhưng hầu hết các Chi nhánh chưa phối hợp xử lý theo đúng quy trình. - Theo phản ánh của khách hàng, nhiều yêu cầu của khách hàng bị từ chối khi khách hàng đến yêu cầu trợ giúp tại quầy giao dịch của các Chi nhánh Vietcombank.	- Các giao dịch chuyển khoản qua kênh này ngày càng gia tăng nhanh chóng, và nhu cầu trợ giúp của khách hàng về việc hủy giao dịch sẽ ngày càng gia tăng, vì vậy các phòng liên quan tại Trung ương cần có hướng dẫn, phối hợp xử lý cụ thể vấn đề này đối với các yêu cầu của khách hàng phát sinh trong giờ hành chính và ngoài giờ hành chính vì đặc thù của loại giao dịch này là khách hàng thực hiện giao dịch 24/7.
- Khách hàng yêu cầu ngân hàng hoàn trả phí nhắn tin trong trường hợp khách hàng không sử dụng được OTP đó do hệ thống trả tin quá chậm, hoặc khi khách hàng nhập đúng nhưng hệ thống vẫn báo sai, hoặc khi khách hàng gửi tin mà không nhận được OTP,..	- Mặc dù số tiền không lớn nhưng nhiều khách hàng vẫn yêu cầu hoàn trả phí này. Hiện tại, ngân hàng vẫn chưa có quy định để giải quyết các trường hợp này, do đó cần có sự nghiên cứu, phân tích lỗi để có cơ sở hoàn tiền phí cho khách hàng.
- Gần đây các mạng điện tử viễn thông như Vinaphone, Viettel, Mobifone... đang cung cấp dịch vụ 3G, có nhiều khách hàng sử dụng các nhà mạng trên để gửi tin nhắn nhận OTP nhưng không nhận được. Khách hàng chỉ biết khiếu nại Vietcombank _ nhà cung cấp dịch vụ thanh toán VCB - iB@nking chứ không hiểu rằng lỗi thật sự là do các công ty nhà mạng điện tử viễn thông.	- Cần có phân định lỗi rõ ràng để làm căn cứ giải thích với khách hàng, đặc biệt một số khách hàng khiếu nại yêu cầu ngân hàng đền bù về các chi phí cơ hội khác thì việc đưa ra lý do phải được phân minh và cụ thể (vấn đề này xảy ra thường xuyên khi thực hiện chuyển khoản ghi “Có” tài khoản công ty chứng khoán).

3.1.2. Giải pháp phát triển dịch vụ Internet Banking của Vietcombank trong tương lai

Các giải pháp phát triển dịch vụ Internet Banking sau đây được xây dựng dựa trên thực trạng hoạt động của Vietcombank và những rủi ro có thể xảy ra của hệ thống Internet Banking đã được phân tích ở trên.

3.1.2.1. Giải pháp xây dựng và hoàn thiện hệ thống Internet Banking

Ngân hàng điện tử nói chung và Internet nói riêng là bài toán liên quan đến công nghệ. Do đó trong ban lãnh đạo ngân hàng cần có một người có chuyên môn hoặc hiểu biết chuyên sâu trong lĩnh vực công nghệ thông tin để có những định hướng, chính sách đúng đắn trong quá trình phát triển.

Khi xây dựng hệ thống ngân hàng điện tử phải đảm bảo việc tạo ra và lưu giữ được những bằng chứng về nguồn gốc hoặc nơi phát ra thông tin điện tử để bảo vệ người gửi/nhận thông tin trước sự phủ nhận sai trái của người nhận/gửi về việc dữ liệu đã được truyền đi.

Trước khi xây dựng và đưa dịch vụ Internet Banking vào phục vụ khách hàng thì ngân hàng cần phải xây dựng các chính sách có liên quan để đảm bảo hệ thống hoạt động một cách tốt nhất, tuyệt đối tránh để các sự cố xảy ra rồi mới lo xây dựng các nội quy phòng chống. Cụ thể những chính sách này bao gồm:

- ✦ Xác định mọi yếu tố rủi ro đặc thù liên quan đến việc đảm bảo tính an ninh, hoàn chỉnh và luôn sẵn sàng của các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng điện tử. Ngân hàng phải có đủ năng lực cung ứng dịch vụ ngân hàng điện tử cho mọi người sử dụng cuối cùng và phải duy trì được khả năng đó trong mọi hoàn cảnh. Ngân hàng cũng cần xây dựng kế hoạch phản ứng khi xảy ra sự cố, kể cả các thảm họa liên lạc thông tin, để đảm bảo kinh doanh không bị gián đoạn, kiểm soát được rủi ro uy tín và hạn chế nguy cơ đổ vỡ của các dịch vụ ngân hàng điện tử của mình.
- ✦ Xây dựng kế hoạch xử lý những trường hợp sự cố có thể ảnh hưởng đến sự an toàn hay uy tín của ngân hàng (ví dụ như mạng lưới bị xâm nhập, vi phạm an ninh của nhân viên hay lạm dụng nghiêm trọng các thiết bị máy tính) như thông báo đến khách hàng, thông báo, trả lời cho các đơn vị truyền thông báo chí;
- ✦ Xây dựng hoàn chỉnh kế hoạch phân công trách nhiệm của từng bộ phận và cá nhân có liên quan đến hoạt động ngân hàng điện tử để kiểm soát được an ninh đối với các hoạt động ngân hàng điện tử. Xác định rõ trách nhiệm của người điều hành, nhân viên trong việc giám sát xây dựng và duy trì hệ thống ngân hàng điện tử.

Hiện nay Vietcombank đã có đội ngũ cán bộ công nghệ đông đảo và có trách nhiệm do đó tốt nhất là ngân hàng tự thiết kế và xây dựng ứng dụng Internet Banking cho mình mà không phải đi thuê đối tác thứ ba, vì ngoài vấn đề làm chủ công nghệ còn liên quan đến vấn đề bảo mật cho hệ thống.

3.1.2.2. Giải pháp kiểm soát bảo mật

Việc kiểm soát bảo mật hệ thống ngân hàng điện tử được thực hiện trên hai khía cạnh yếu tố kỹ thuật và yếu tố con người:

(1) Yếu tố công nghệ kỹ thuật: bao gồm những sản phẩm như Firewall, phần mềm phòng chống virus, giải pháp mật mã, sản phẩm mạng, hệ điều hành và những ứng dụng như: trình duyệt Internet và phần mềm nhận Email từ máy trạm... Phải có sự kết hợp của nhiều giải pháp, và các giải pháp này phải đảm bảo được cập nhật thường xuyên phù hợp với sự phát triển của công nghệ để đảm bảo cho hoạt động an ninh mạng

(2) Yếu tố con người: Hầu như phần lớn các phương thức tấn công được hacker sử dụng là khai thác các điểm yếu của hệ thống thông tin và đa phần các điểm yếu đó lại do con người tạo ra. Việc nhận thức kém và không tuân thủ các chính sách về an toàn thông tin là nguyên nhân chính gây ra tình trạng trên. Đơn cử là vấn đề sử dụng mật khẩu đã được quy định rất rõ trong các chính sách về an toàn thông tin song việc tuân thủ các quy định lại không được thực hiện chặt chẽ. Việc đặt một mật khẩu kém chất lượng, không thay đổi mật khẩu định kỳ, quản lý mật khẩu lỏng lẻo là những khâu yếu nhất mà hacker có thể lợi dụng để xâm nhập và tấn công. Do đó cần phải có chính sách quản lý phù hợp đến từng đối tượng.

- ✦ **Đối với nhân viên trong nội bộ của ngân hàng:** cần phải thiết lập việc phân quyền hợp lý, kiểm soát việc dùng đúng mã người sử dụng và mật khẩu người sử dụng phải thay đổi định kỳ, kiểm soát an ninh cơ sở hạ tầng nghiêm ngặt nhằm duy trì giới hạn cho phép truy cập hệ thống theo chức năng nhiệm vụ của từng người. Đảm bảo những người không có thẩm quyền không thể xem và sử dụng được những thông tin quan trọng. Việc sử dụng sai mục đích hoặc công bố trái phép các dữ liệu sẽ đặt ngân hàng trước rủi ro uy tín và rủi ro pháp lý. Tích cực tuyên truyền, giáo dục tạo ý thức cho người có liên quan đến an toàn hệ thống thông tin của ngân hàng về việc bảo vệ mật khẩu và xem đó như nghĩa vụ, trách nhiệm gắn liền với công việc.
- ✦ **Đối với người bên ngoài nội bộ:** phải có những bản hướng dẫn chi tiết, dễ hiểu về việc cấp và sử dụng mã truy cập và mật khẩu khi đăng nhập vào hệ thống cũng như những cam kết để đảm bảo an toàn bí mật mật khẩu người sử dụng. Hiện nay Vietcombank cung cấp mật khẩu lần đầu tiên cho người sử dụng Internet Banking

bằng email. Đây là hình thức chưa đảm bảo an toàn bởi vì thông tin này có thể dễ dàng bị đánh cắp nhất là đối với những hộp thư dùng chung trong cơ quan. Nếu mở rộng khả năng thanh toán thông qua Internet Banking thì khâu này phải được điều chỉnh đầu tiên, việc cung cấp mật khẩu truy cập vào hệ thống phải được giao nhận trực tiếp đến người có trách nhiệm chính với ngân hàng.

3.1.2.3. Giải pháp quản lý rủi ro pháp lý và rủi ro uy tín

(1) Để tránh rủi ro uy tín, ngân hàng phải đảm bảo cung cấp đầy đủ thông tin trên website, ví dụ như:

- ✦ Tên ngân hàng và địa chỉ trụ sở chính (và các chi nhánh nếu có thể);
- ✦ Cơ quan giám sát ngân hàng có thẩm quyền và trách nhiệm giám sát trụ sở chính của ngân hàng;
- ✦ Phương thức liên hệ với trung tâm dịch vụ khách hàng về những vấn đề về dịch vụ, khiếu nại, nghi ngờ tài khoản bị sử dụng sai mục đích...;
- ✦ Phương thức tiếp cận và sử dụng công cụ khiếu tố hoặc chương trình khiếu nại của khách hàng;
- ✦ Phương thức tiếp cận thông tin về việc bồi hoàn hoặc mức bảo hiểm tiền gửi và mức độ bảo vệ dành cho khách hàng (hoặc đường dẫn đến các website cung cấp những thông tin này);

Việc cung cấp đầy đủ thông tin trên website cho phép khách hàng có thể đưa ra đánh giá về vấn đề bảo mật và các quy định của ngân hàng trước khi tham gia vào các giao dịch Internet Banking. Hiện nay trang Web ngân hàng trực tuyến của Vietcombank đã được đăng ký bảo mật từ VeriSign, nhà cung cấp dịch vụ bảo mật web hàng đầu thế giới. Thông tin này cần được thể hiện rõ trên trang Web để khách hàng yên tâm khi giao dịch với ngân hàng.

(2) Có kế hoạch dự phòng nhằm đảm bảo tính sẵn sàng cao của dịch vụ và hệ thống Internet Banking.

Để tránh rủi ro trong hoạt động kinh doanh, rủi ro pháp lý và uy tín, các dịch vụ Internet Banking còn phải đáp ứng các yêu cầu ngày càng cao của khách hàng: thời gian xử lý giao dịch ngắn, được phục vụ liên tục 24 giờ/7 ngày.

Muốn như vậy, ngoài việc đầu tư phát triển các sản phẩm dịch vụ hiện đại, ngân hàng cần có giải pháp bảo đảm tính sẵn sàng cao của hệ thống, đặc biệt phải xây dựng phương án dự phòng (hệ thống backup) một cách hiệu quả tránh gây gián đoạn kinh doanh.

3.1.2.4. Bổ sung thêm một số tiện ích dịch vụ để nâng cao tính cạnh tranh so với các ngân hàng khác trong ngành

Một số hướng cần của phát triển dịch vụ Internet Banking của Vietcombank trong thời gian tới:

- ✦ Cho phép khách hàng đăng ký dịch vụ Internet Banking trực tuyến, thay đổi thông tin liên lạc (email, số điện thoại...) trên trang web của ngân hàng.
- ✦ Chuyển khoản từ tài khoản tiền gửi thanh toán sang tiền gửi tiết kiệm (và ngược lại), tất toán sổ tiết kiệm chuyển tiền vào tài khoản tiền gửi thanh toán
- ✦ Trả lãi, trả gốc tiền vay từ tài khoản tiền gửi, tài khoản tiết kiệm.
- ✦ Chuyển đổi ngoại tệ: khách hàng có tài khoản tiền gửi thanh toán bằng ngoại tệ tại Vietcombank có thể bán ngoại tệ trực tiếp cho Vietcombank và chuyển vào tài khoản tiền gửi thanh toán VND thuộc hệ thống Vietcombank.
- ✦ Thực hiện chuyển khoản giữa các tài khoản khác hệ thống.
- ✦ Yêu cầu cấp séc, ngừng thanh toán séc, thông báo mất séc.
- ✦ Yêu cầu mở LC, tu chỉnh LC.
- ✦ Mở yêu cầu xin vay...

3.1.2.5. Đẩy mạnh liên kết, phối hợp giữa Vietcombank và các NHTM

Vietcombank và các NHTM cần xây dựng chiến lược đồng bộ và tăng cường liên kết để có sự tương thích về công nghệ nhằm gia tăng yếu tố thuận tiện cho khách hàng. Điều cần nhất hiện nay là phải có một đầu mối đứng ra làm công tác tập hợp, chủ trì. Đó có thể là NHNN, Hiệp hội ngân hàng hoặc Hiệp hội Thẻ. Việc liên kết giữa các ngân hàng sẽ mang lại nhiều lợi ích cho cả ngân hàng và khách hàng. Vietcombank nói riêng và các NHTM nói chung sẽ có thể sử dụng hiệu quả vốn đầu tư hạ tầng, kỹ thuật, hạn chế được sự lãng phí và kém hiệu quả trong quá trình ứng dụng và phát triển công nghệ hiện đại. Khách hàng sẽ được tiếp cận với những dịch vụ ngân hàng thực sự tiện dụng.

3.1.2.6. Giải pháp về việc quảng bá, tiếp thị sản phẩm

Với đặc thù văn hóa tiêu dùng và thói quen đến ngân hàng giao dịch như hiện nay, công tác tuyên truyền, quảng bá, tiếp thị để người dân biết, làm quen, thấy được lợi ích thực sự và chấp nhận các dịch vụ ngân hàng trực tuyến – Internet Banking là rất quan trọng. Vietcombank cần làm cho khách hàng hiểu được dịch vụ Internet Banking là gì, nó mang đến cho họ những tiện ích gì hơn hẳn so với dịch vụ truyền thống mà lâu nay họ vẫn sử dụng. Các giải pháp ngân hàng có thể áp dụng triển khai như:

(1) Tổ chức các buổi hội thảo, hội nghị khách hàng

Thông qua các buổi hội thảo, hội nghị này, Vietcombank có thể giới thiệu các sản phẩm Internet Banking hiện có, những phát triển trong tương lai và cung cấp cho khách hàng những kiến thức cần thiết về dịch vụ ngân hàng trực tuyến nhằm để nâng cao nhận thức, dần dần thay đổi thói quen giao dịch truyền thống xưa nay của họ. Đồng thời, Ngân hàng cũng cần lắng nghe những ý kiến và những vấn đề khách hàng còn lo ngại, gặp khó khăn trong việc sử dụng dịch vụ này để ngân hàng sẽ có những hướng hoàn thiện và phát triển các dịch vụ cho thích hợp.

(2) Quảng cáo thông qua báo đài

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

(3) Hoàn thiện website của Ngân hàng

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

(4) Phát tờ rơi

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

(5) Nhân viên cần chủ động tư vấn dịch vụ Ngân hàng điện tử với khách hàng

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

3.1.2.7. Nâng cao trình độ nhân lực

Vietcombank cần có chính sách thu hút, đào tạo và đãi ngộ hợp lý để có được một đội ngũ nhân viên có trình độ cao trong lĩnh vực an ninh bảo mật và Internet Banking. Đây sẽ là lực lượng nòng cốt của ngân hàng nhằm giúp phát triển dịch vụ này một cách an toàn và hiệu quả.

Ngoài ra, ngân hàng cũng cần tăng cường các khóa đào tạo về Internet Banking và vấn đề bảo mật thông tin cho toàn thể nhân viên, đặc biệt là nhân viên của các phòng, ban có liên quan để đảm bảo cho các nhân viên này có những hiểu biết cần thiết và luôn được cập nhật, bổ sung kiến thức mới, theo kịp công nghệ hiện đại.

Để việc đào tạo và tái đào tạo được thực hiện liên tục, kịp thời và ít tốn kém, nhân viên có thể tham gia các khóa học tập trung được hướng dẫn bởi các chuyên gia hoặc qua hệ thống Internet, email của ngân hàng. Bên cạnh các khóa học tổ chức tại ngân hàng, Vietcombank cũng cần tạo điều kiện để nhân viên có thể tham gia các khóa học do các đơn vị bên ngoài tổ chức, để có thể học hỏi kinh nghiệm từ các tổ chức và ngân hàng bạn. Nếu có điều kiện, ngân hàng có thể tổ chức, cử nhân viên đi thực tập, nghiên cứu tại các ngân hàng ngoài nước hoặc tham gia các khóa học dài hạn tại nước ngoài.

Vietcombank cũng có thể tranh thủ sự hỗ trợ kỹ thuật của các đối tác chiến lược để học hỏi kinh nghiệm cũng như mời các chuyên gia nước ngoài tư vấn trong việc đầu tư và sử dụng các công cụ bảo mật, đảm bảo an toàn thông tin.

Sau quá trình đào tạo và làm việc thực tế, các nhân viên của ngân hàng phải có những sự hiểu biết nhất định về các rủi ro trong giao dịch Internet Banking và các biện pháp hạn chế. Vietcombank cũng cần có các biện pháp kiểm tra để đảm bảo yêu cầu này thông qua các kỳ thi sát hạch định kỳ, đặc biệt là đối với các cán bộ và nhân viên trong các phòng ban có liên quan.

3.1.2.8. Đề ra tiêu chuẩn dịch vụ và chính sách khách hàng

Để nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng, ngoài việc đảm bảo chất lượng về kỹ thuật công nghệ, đa dạng hóa sản phẩm, đào tạo đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, có đủ trình độ kiến thức chuyên môn và kỹ năng tốt, Vietcombank cũng cần:

(1) Xây dựng những tiêu chuẩn về dịch vụ khách hàng

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

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

(2) Xây dựng chính sách khách hàng

Đối với những khách hàng thường xuyên sử dụng các tiện ích hoặc có khối lượng giao dịch lớn trên kênh dịch vụ ngân hàng trực tuyến - Internet Banking thì chính sách ưu đãi đối với các khách hàng VIP hoặc khách hàng thân thiết là điều không thể thiếu. Do đó, để giữ chân những khách hàng này Vietcombank nên có các chương trình cộng điểm tích lũy đối với mỗi giao dịch của khách hàng nhằm khuyến khích khách hàng duy trì mối quan hệ, hợp tác với ngân hàng lâu dài. Thành lập nhóm chăm sóc khách hàng nhằm phục vụ khách hàng được chu đáo, nhanh chóng, quan tâm, theo dõi để sớm nhận biết những khách hàng có thể chuyển sang sử dụng dịch vụ của ngân hàng khác để tìm hiểu nguyên nhân và từ vấn khuyến khích khách hàng giữ mối quan hệ với Ngân hàng.

(3) Cần hoàn thiện hơn các kênh giải quyết khiếu nại, thắc mắc của khách hàng

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

3.1.2.9. Giải pháp về phí

Hiện tại so với mức phí của các NHTM khác thì mức phí Vietcombank áp dụng cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ, được coi là khá “mềm”, phí được thu theo giao dịch phát sinh (theo từng giao dịch). Tuy nhiên, trong tương lai Vietcombank cũng cần triển khai thêm hình thức thu phí theo gói (theo từng tháng, từng quý hoặc từng năm...), tùy sự lựa chọn của khách hàng. Theo đó, khách hàng sẽ dễ dàng hơn trong việc lựa chọn hình thức thu phí phù hợp với nhu cầu giao dịch của mình. Đặc biệt là các khách hàng ít phát sinh giao dịch trên tài khoản thì hình thức thu phí theo giao dịch phát sinh là sự lựa chọn tối ưu, vừa tiết kiệm chi phí vừa kiểm soát được thông tin tài khoản của mình. Bên cạnh đó, tạo điều kiện cho những khách hàng thường xuyên thực hiện các giao dịch có thể được tiếp cận được mức phí thấp khi lựa chọn hình thức thu phí theo gói. Mức phí được Vietcombank được đưa ra có thể dựa trên một số mức phí của các NHTM khác để nâng cao tính cạnh tranh trong việc cung ứng dịch vụ này.

3.2. Một số giải pháp thực hiện cho khách hàng

Internet ngày càng phổ biến và đóng vai trò quan trọng trong đời sống cộng đồng. Tuy nhiên, những rủi ro xuất hiện trên Internet cũng ngày một gia tăng như: truy cập trái phép, đánh cắp thông tin cá nhân, phần mềm gián điệp... Rủi ro trong giao dịch Internet

Banking cũng không nằm ngoài những rủi ro trên và chủ yếu là đánh cắp thông tin cá nhân, mật khẩu, lừa đảo chuyển tiền tới một tài khoản nào đó có chủ ý.

Bảo mật cho các giao dịch trên Internet ngày càng được chú trọng và tăng cường ở các công ty/ngân hàng cung cấp dịch vụ. Tuy nhiên ở phía người sử dụng thì lại chưa được quan tâm đúng mức. Việc nhận thức được những rủi ro này từ phía người sử dụng là rất quan trọng, góp phần đáng kể vào việc giảm rủi ro trong giao dịch thông qua Internet.

Để giúp khách hàng hạn chế những bất cẩn, hoặc sai sót khi thực hiện giao dịch với ngân hàng qua mạng, ngân hàng có thể sao gửi đến khách hàng một số gợi ý với những hướng dẫn cụ thể để khách hàng có thể giao dịch trực tuyến giao dịch trực tuyến an toàn. Bên cạnh đó, ngân hàng còn phải thường xuyên liên lạc với khách hàng để tham khảo ý kiến đóng góp của khách hàng cho dịch vụ Internet Banking, đồng thời cập nhật những điều cần lưu ý cho khách hàng khi tiến hành giao dịch trên mạng. Một số gợi ý ngân hàng có thể đưa ra như:

✦ ***Không bao giờ lưu mật mã trên màn hình nền của máy tính***

Lưu mật mã trên màn hình nền máy tính có vẻ như tiết kiệm thời gian nhưng điều này giúp cho những người khác truy cập vào các thông tin cá nhân mà không cần cho phép

✦ ***Không đặt mật khẩu là thông tin cá nhân***

Tránh dùng mật khẩu liên quan đến các thông tin cá nhân. Ví dụ như số điện thoại, ngày sinh, mã số nhân viên, số nhà...thường là con đường dẫn đến thảm họa.

Đặt mật khẩu đủ khó bao gồm cả ký tự chữ và số, cả chữ hoa và chữ thường, và thường xuyên thay đổi mật khẩu. Tại các website có giao dịch trực tuyến, để ngăn chặn việc dò mật khẩu thì người ta chỉ cho phép nhập sai tối đa 3 hoặc 5 lần liên tiếp. Số lần này bị vượt thì hệ thống tự động khoá tài khoản hoặc từ chối giao dịch.

✦ ***Sử dụng bàn phím ảo (nếu có thể)***

Để tránh việc đọc các thông tin gõ từ bàn phím bởi các phần mềm gián điệp, trên một số website khi nhập những thông tin này hệ thống cho phép dùng chuột chọn các ký tự trên bàn phím ảo.

✦ ***Đừng mở thư điện tử gửi từ những địa chỉ lạ***

Các thư điện tử “lừa” thường được gửi đến cho bạn từ những kẻ tội phạm trên mạng- những kẻ muốn lấy trộm thông tin cá nhân của bạn. Hãy cảnh giác với những thư điện tử yêu cầu nhập số PIN, mật mã hoặc thông tin thẻ tín dụng của bạn. Các thư này thường được trang trí bằng các logo thật của các ngân hàng nơi bạn giao dịch. Đường liên kết trong các thư này có thể dẫn bạn đến những trang web lừa đảo đã được thiết kế sẵn khiến bạn tin rằng

đây là những trang web trung thực. Phần lớn các thư “lừa” không gọi bạn bằng tên chính xác vì chúng là những thư chung chung được gửi hàng loạt cho hàng ngàn địa chỉ tiềm năng

Thư điện tử không có biên giới, bạn có thể nhận được thư điện tử giả mạo được gửi từ bất cứ nơi nào trên thế giới, các thư này thường có lỗi về ngôn ngữ hoặc ngữ pháp. Hãy cực kỳ chú ý đến các chi tiết trong thư. Không điền thông tin các nhân của bạn vào trừ khi bạn kiểm chứng được trang web hoặc thư điện tử đó với ngân hàng bạn giao dịch

✦ ***Các màn hình nổi***

Hãy cẩn thận với bất cứ màn hình nổi nào trong quá trình lần giao dịch ngân hàng trên mạng nếu màn hình ấy đề nghị bạn truy cập vào trang web khác hoặc điền mật mã. Các virus có thể được tin tặc cài đặt trên các trang web hợp pháp để đánh cắp thông tin của bạn. Hãy gọi ngay cho bộ phận dịch vụ ngân hàng của bạn để xác định các hoạt động hợp pháp của trang web đó trước khi bạn chấp nhận bất cứ yêu cầu gì liên quan đến thông tin cá nhân của bạn

✦ ***Sử dụng biện pháp phòng chống virus và bức tường lửa tốt nhất có thể***

Nếu tin tặc xâm nhập vào máy tính của bạn, họ có thể kiểm soát toàn bộ máy tính và truy cập tài khoản ngân hàng Internet của bạn. Để giảm thiểu rủi ro, các máy tính cá nhân cần được cài đặt phần mềm chính hãng của các công ty có uy tín, một bức tường lửa tối thiểu, một phần mềm chặn virus và một mật khẩu đủ khó. Một việc rất quan trọng là thường xuyên cập nhật các phiên bản vá lỗi của các nhà cung cấp phần mềm, điều đó giúp máy tính của bạn chặn được các lỗ hổng mà tin tặc thường lợi dụng. Đồng thời, bạn chỉ nên giao dịch với các ngân hàng hoặc công ty có uy tín, không giao dịch với những trang web lạ, chưa rõ nguồn gốc. Điều này tránh cho bạn gặp phải những rắc rối không đáng có khi giao dịch với các website lừa đảo nhằm lấy cắp thông tin và tiền của bạn.

✦ ***Không kết nối internet khi không sử dụng***

Việc không kết nối máy tính và vô hiệu hóa các cổng không dây khi không sử dụng máy đóng vai trò then chốt trong việc bảo vệ thông tin của bạn.

✦ ***Phải kiểm tra đúng địa chỉ website mà bạn được cung cấp trong hợp đồng***

Thông thường các ngân hàng sử dụng hình thức bảo mật mã hóa thông tin truyền qua Internet của một công ty bảo mật chuyên nghiệp. Với những website này ở dòng địa chỉ sẽ bắt đầu bằng https thay cho http, ở góc bên phải cuối trang thường có biểu tượng hình chiếc khoá. Trên các website này thường cũng có biểu tượng của công ty cung cấp dịch vụ bảo mật. Khi nhấn vào biểu tượng này thì địa chỉ website, thông tin của nhà cung cấp dịch vụ website đó sẽ được thể hiện trên trang web của công ty bảo mật, điều này tránh cho người sử dụng vào một website giả.

✦ ***Sử dụng mật khẩu dùng một lần cho những giao dịch liên quan đến chuyển tiền được cung cấp bởi một thiết bị riêng biệt (Token Card)***

Đây là một biện pháp bảo mật mang tính an toàn cao. Với mật khẩu dùng một lần thì giả sử thông tin này có bị lộ thì người khác cũng không sử dụng lại được. Thiết bị này rất quan trọng, giúp bạn an toàn trong giao dịch trực tuyến, nên cần lưu ý bảo quản cẩn thận, khi mất phải báo cho nhà cung cấp khoá tài khoản ngay lập tức. Khi gặp hiện tượng đáng ngờ như cửa sổ thông báo (pop-up) dai dẳng; máy tính hoặc kết nối chậm đáng kể; khởi động lặp đi lặp lại; chuột hoặc bàn phím treo... cần lập tức dừng tất cả mọi việc đang làm, ngắt kết nối Internet, quét virus máy tính và các phần mềm độc hại.

✦ ***Cho phép ngân hàng liên lạc với bạn qua các kênh liên lạc thông thường***

Đảm bảo rằng ngân hàng của bạn có số điện thoại liên lạc thuận tiện nhất hoặc địa chỉ thư tín của bạn. Nếu muốn liên lạc với bạn, họ chắc chắn sẽ dùng điện thoại trước hoặc gửi thư bưu điện đến địa chỉ chính thức của bạn

Tốt hơn hãy thường xuyên hỏi hướng dẫn từ ngân hàng khi bạn nghi ngờ mình vô tình đã điền thông tin các nhân vào một trang web không có thật. Đừng chậm trễ liên lạc với ngân hàng của bạn.

3.3. Một số kiến nghị đối với chính phủ và các cơ quan quản lý

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

Thứ nhất, cần sớm có chính sách định hướng cho việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử nói chung và dịch vụ Internet Banking nói riêng

Qui định các tiêu chuẩn kỹ thuật cho các thiết bị đầu cuối, cổng thanh toán tạo nền tảng kỹ thuật chung để khi hội tụ đủ điều kiện các ngân hàng dễ dàng liên kết với nhau giúp khách hàng khi sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng này vẫn có thể thanh toán, giao dịch với khách hàng của ngân hàng khác tránh tình trạng khách hàng phải đăng ký sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của nhiều ngân hàng một lúc.

Thứ hai, đẩy mạnh giáo dục, đào tạo

Cần tăng cường công tác đào tạo, thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn, hội thảo về công nghệ thông tin và ngân hàng điện tử với sự tham gia của các chuyên gia nước ngoài. Có như vậy mới nâng cao kiến thức, kinh nghiệm, cập nhật thông tin mới từ nước ngoài,

giúp cho các ngân hàng thương mại hoàn thiện và phát triển dịch vụ này theo hướng khoa học, hiện đại

Bên cạnh đó, tăng cường công tác tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức và đào tạo kỹ năng về ngân hàng điện tử cho các Bộ ngành, doanh nghiệp và người dân.

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

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

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

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

Thực hiện tin học hoá các tổ chức kinh doanh dịch vụ, các Ngân hàng và tổ chức tín dụng, xây dựng cơ sở hạ tầng truyền thông mạnh, tốc độ cao, không bị nghẽn mạch, giá cước phù hợp, hạn chế độc quyền viễn thông ... tạo điều kiện cho toàn dân có thể sử dụng các dịch vụ trực tuyến cho sinh hoạt hằng ngày cũng như công việc kinh doanh.

Thứ năm, đẩy mạnh phát triển thương mại điện tử tạo điều kiện cho dịch vụ Internet Banking phát triển

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

Kết luận chương 3

*Dịch vụ ngân hàng điện tử nói chung và nhất là dịch vụ Internet Banking hiện nay còn rất mới mẻ tại Việt Nam, bên cạnh những thuận lợi cũng có không ít khó khăn, thách thức nhất là trong giai đoạn đầu khi Việt Nam chưa có kinh nghiệm trong lĩnh vực này. Do đó để đi đến thành công cần phải có sự đóng góp tích cực từ nhiều phía: **nhà nước** phải xây dựng hành lang pháp lý phù hợp với từng giai đoạn và định hướng cho sự phát triển của loại hình dịch vụ này; **NHTM** tích cực nghiên cứu ứng dụng công nghệ thông tin vào lĩnh vực ngân hàng, tạo ra nhiều sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử đáp ứng tốt yêu cầu khách hàng, học tập kinh nghiệm của ngân hàng nước ngoài để hạn chế bớt những rủi ro trong hoạt động ngân hàng điện tử; **khách hàng** cần thực hiện đúng những quy định của ngân hàng khi tham gia dịch vụ này.*

KẾT LUẬN



Trong xu thế hội nhập nền kinh tế quốc tế và bùng nổ công nghệ thông tin như hiện nay, để đáp ứng nhu cầu giao dịch nhanh chóng, thuận tiện thì việc phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử được xem như là xu thế tất yếu. Các ngân hàng thương mại Việt Nam tuy chưa bước chân trọn vẹn vào lĩnh vực này, song với những gì mà hệ thống ngân hàng thế giới đã trải qua và đạt được từ những tính năng ưu việt của hệ thống này thì có thể khẳng định việc xây dựng và phát triển các dịch vụ ngân hàng trực tuyến – Internet Banking là một định hướng đúng đắn. Với định hướng này, cùng với sự hỗ trợ tích cực từ phía nhà nước, Vietcombank - một thương hiệu mạnh trong lĩnh vực ngân hàng - cần có tầm nhìn chiến lược, đi trước, đón đầu, tiếp thu kinh nghiệm để xây dựng một hệ thống ngân hàng điện tử an toàn, hiệu quả và phù hợp với yêu cầu của chính mình. Để từ đó góp phần thúc đẩy thương mại điện tử của Việt Nam phát triển, hạn chế dần việc sử dụng tiền mặt trong thanh toán, tạo điều kiện cho khách hàng tiếp cận các phương thức giao dịch hiện đại từ thành quả ứng dụng công nghệ thông tin vào các dịch vụ ngân hàng và hoà mình vào xu thế chung của nền kinh tế thế giới.

PHỤ LỤC



STT	TÊN PHỤ LỤC
1	Phân biệt “chữ ký số” và “chữ ký điện tử”
2	Phiếu khảo sát ý kiến khách hàng về dịch vụ Internet Banking tại Vietcombank
3	Hướng dẫn sử dụng dịch vụ VCB - iB@nking của Vietcombank
4	Hướng dẫn sử dụng chức năng thanh toán trên VCB - iB@nking –Sử dụng thẻ EMV và Card Reader để nhận OTP
5	Bản đăng ký dịch vụ ngân hàng điện tử của Vietcombank (dành cho khách hàng cá nhân)
6	Bản đăng ký dịch vụ ngân hàng điện tử của Vietcombank (dành cho khách hàng doanh nghiệp)

Phụ lục 1

Phân biệt “chữ ký số” và “chữ ký điện tử”

Trên môi trường mạng, bất cứ dạng thông tin nào được sử dụng để nhận biết một con người đều được coi là chữ ký điện tử (CKĐT). Ví dụ: 1 đoạn âm thanh hoặc hình ảnh được chèn vào cuối e-mail, đó là chữ ký điện tử.

Chữ ký số là một dạng chữ ký điện tử, với độ an toàn cao và được sử dụng rộng rãi. Chữ ký số được phát triển trên lý thuyết về mật mã và thuật toán mã hóa bất đối xứng. Thuật toán mã hóa dựa vào cặp khóa bí mật (Privatekey) và công khai (Publickey), trong đó người chủ chữ ký sẽ giữ khóa Privatekey cho cá nhân dùng để tạo chữ ký, PublicKey của cá nhân hay tổ chức đó được công bố rộng rãi dùng để kiểm tra chữ ký. Khi được sử dụng cho việc mã hóa: PrivateKey để giải mã; PublicKey dùng cho mã hóa.

Chữ ký số được phát triển và ứng dụng rộng rãi hiện nay dựa trên thuật toán RSA (Tên viết tắt của ba tác giả: Rivest, Shamir và Adleman), là cơ sở quan trọng để hình thành hạ tầng khóa công khai (PublicKey Infrastructure) cho phép người sử dụng của một mạng công cộng không bảo mật như Internet trao đổi dữ liệu và tiền một cách an toàn, thông qua việc sử dụng một cặp mã khóa công khai và bí mật được cấp phát, sử dụng qua một nhà cung cấp chứng thực CA (Certificate Authority) được tin nhiệm. Việc thừa nhận chữ ký số thuộc quyền sở hữu của một cá nhân nào đó, cần phải được một tổ chức CA chứng thực. Và CA chứng nhận phải được thừa nhận về tính pháp lý và kỹ thuật.

✦ *Sử dụng “Chữ ký số” trong trường hợp nào?*

Chữ ký số chỉ dùng được trong môi trường số, giao dịch điện tử với máy tính và mạng internet. Trong môi trường số không thể dùng chữ ký tay được, tuy nhiên lại có rất nhiều ứng dụng đòi hỏi phải cần đến một cơ chế ký và xác thực người dùng như chữ ký tay, các công nghệ mã hóa và chữ ký số ra đời để giúp giải quyết vấn đề này. Như vậy chữ ký số có thể sử dụng trong tất cả các trường hợp giao dịch cần đến ký tay nhưng lại phải thực hiện trong môi trường số.

- Bạn có thể sử dụng chữ ký số trong các giao dịch thư điện tử, ký vào các email để các đối tác, khách hàng của bạn biết có phải bạn là người gửi thư không.
- Bạn có thể sử dụng chữ ký số này để mua bán hàng trực tuyến, đầu tư chứng khoán trực tuyến, có thể chuyển tiền ngân hàng, thanh toán trực tuyến mà không sợ bị đánh

cấp tiền như với các tài khoản VISA, Master.

- Bạn có thể sử dụng với các ứng dụng chính phủ điện tử, các cơ quan nhà nước trong tương lai sẽ làm việc với nhân dân hoàn toàn trực tuyến và một cửa. Khi cần làm thủ tục hành chính hay xin một xác nhận của cơ quan nhà nước bạn chỉ cần ngồi ở nhà khai vào mẫu và ký số vào để gửi là xong.

- Bạn có thể sử dụng để kê khai nộp thuế trực tuyến, khai báo hải quan và thông quan trực tuyến mà không phải in các tờ kê khai, đóng dấu đỏ của công ty và chạy xe ôm đến cơ quan thuế để chen lấn, xếp hàng và ngồi đợi vài tiếng đồng hồ có khi đến cả ngày để nộp tờ khai này.

- Bạn có thể sử dụng chữ ký số với các ứng dụng quản lý của doanh nghiệp của mình với mức độ tin cậy, bảo mật và xác thực cao hơn rất nhiều.

- Bạn có thể dùng chữ ký số để ký hợp đồng làm ăn với các đối tác hoàn toàn trực tuyến trên mạng mà không cần ngồi trực tiếp với nhau, chỉ cần ký vào file hợp đồng và gửi qua email.

Để sử dụng chữ ký số cần phải đăng ký chứng thư số và tạo khóa bí mật lưu vào trong PKI Token với nhà cung cấp dịch vụ như VNPT-CA. Các chương trình ứng dụng phải hỗ trợ chức năng ký số, khi đó việc sử dụng rất đơn giản: click chuột vào nút lệnh ký số, cắm thiết bị Token vào cổng USB, nhập PIN code bảo vệ Token, click chuột vào nút lệnh đồng ý ký.

Chữ ký số tương đương với chữ ký tay nên nó có giá trị sử dụng trong các ứng dụng giao dịch điện tử cần tính pháp lý cao. Tuy nhiên ngoài việc là một phương tiện điện tử được pháp luật thừa nhận về tính pháp lý, chữ ký số còn là một công nghệ mã hóa và xác thực rất mạnh, nó có thể giúp đảm bảo an toàn, bảo mật cao cho các giao dịch trực tuyến, nhất là các giao dịch chứa các thông tin liên quan đến tài chính, chuyển tiền chẳng hạn.

✦ Dùng “Chữ ký số” như thế nào?

Bạn có thể tự tạo cho mình một chữ ký số bằng rất nhiều phần mềm sẵn có như OpenSSL, hoặc đăng ký với một tổ chức cấp CA nào đó. Việc đăng ký này có tính phí, và chữ ký được cấp đó sẽ được tổ chức CA chứng thực. Định dạng file *.PFX hay *.P12 sau khi tạo ra sẽ bao gồm PrivateKey, PublicKey và chứng thư của bạn. Nếu sử dụng Windows, chỉ cần tiến hành cài đặt và làm theo chỉ dẫn. Kết thúc quá trình, chứng thư của bạn sẽ được cài đặt trong máy tính, nếu bạn cài lại máy phải cài lại chứng thư đó. Tuy nhiên, việc lưu chữ ký số của bạn trong máy tính cũng có thể phát sinh rủi ro do có thể bị sao chép và vô tình bị lộ mật khẩu bảo vệ PrivateKey. Để giải quyết vấn đề này, người ta thường dùng thẻ thông minh để lưu chữ ký số, nhằm nâng cao tính bảo mật và duy nhất của chữ ký số đó.

✦ ***Tính pháp lý của “Chữ ký số”?***

Theo quyết định số 25/2006/QĐ-BTM về quy chế sử dụng chữ ký số của bộ Thương Mại, mọi văn bản điện tử được ký bằng chữ ký số có giá trị pháp lý tương đương văn bản giấy được ký và đóng dấu. Ngoài ra, nghị định 26 về chữ ký số và dịch vụ chứng thực chữ ký số đã được Thủ Tướng Chính Phủ ban hành ngày 15/2/2007, qua đó công nhận chữ ký số và chứng thực số có giá trị pháp lý trong giao dịch điện tử, bước đầu thúc đẩy sự phát triển của thương mại điện tử tại Việt Nam.

✦ ***Đơn vị nào cung cấp giải pháp “chữ ký số”?***

Do chữ ký số vẫn đang là một khái niệm mới tại Việt Nam, nên số lượng đơn vị cung cấp chứng thực số (CA) hiện nay ở Việt Nam chưa nhiều, nếu có sẽ là một đơn vị hoặc tổ chức thuộc sự quản lý của Nhà Nước.

6 loại tiêu chuẩn trong giao dịch điện tử bao gồm: Chuẩn bảo mật cho HSM; Chuẩn mã hóa; Chuẩn tạo yêu cầu và trao đổi chứng thư số; Chuẩn về chính sách và quy chế chứng thực chữ ký số; Chuẩn về lưu trữ và truy xuất chứng thư số; Chuẩn về kiểm tra trạng thái chứng thư số.

✦ ***Cung cấp chứng chỉ số tại Việt Nam hiện nay có VASC-CA với các giải pháp:***

- Chứng chỉ số cá nhân VASC-CA: Giúp mã hóa thông tin, bảo mật e-mail, sử dụng chữ ký điện tử cá nhân, chứng thực với một web server thông qua giao thức bảo mật SSL.
- Chứng chỉ số SSL Server VASC-CA: Giúp bảo mật hoạt động trao đổi thông tin trên website, xác thực người dùng bằng SSL, xác minh tính chính thống, chống giả mạo, cho phép thanh toán bằng thẻ tín dụng, ngăn chặn hacker dò mật khẩu.
- Chứng chỉ số nhà phát triển phần mềm VASC-CA: Cho phép nhà phát triển phần mềm ký vào các chương trình applet, script, Java software, ActiveX control, EXE, CAB và DLL, đảm bảo tính hợp pháp của sản phẩm, cho phép người sử dụng nhận diện được nhà cung cấp, phát hiện được sự thay đổi của chương trình (do hỏng, bị hacker hay virus phá hoại).

Tương tự như vậy, số lượng đơn vị cung cấp giải pháp ứng dụng có dùng CKS ở Việt Nam hiện nay cũng chưa nhiều. Các công ty như Giải Pháp Thẻ Minh là những công ty cung cấp tích hợp giải pháp chữ ký số HSM (Hardware Security Module) vào thẻ thông minh và USB Token vào các ứng dụng và giao dịch cần bảo mật như: Internet Banking, Money Tranfer, VPN hay e-Signing.

Để chữ ký số được sử dụng rộng rãi tại Việt Nam, việc quan trọng là cần có một tổ chức cấp CA được thừa nhận, và được sự ủng hộ mạnh mẽ của nhà nước trong việc ứng dụng thương mại điện tử và hành chính điện tử.

✦ **Ứng dụng “Chữ ký số” tại Việt Nam**

Khả năng ứng dụng của chữ ký số khá lớn, do có tác dụng tương tự như chữ ký tay, nhưng dùng cho môi trường điện tử. Thường chữ ký số được sử dụng trong giao dịch cần an toàn qua mạng Internet, như giao dịch thương mại điện tử, tài chính, ngân hàng. Thứ 2 là dùng để ký lên eMail, văn bản tài liệu Soft-Copy, phần mềm... module phần mềm và việc chuyển chúng thông qua Internet hay mạng công cộng. Tuy nhiên, sử dụng hay không sử dụng chữ ký số vẫn còn tùy vào sự lựa chọn của người dùng.

Hiện nay nhiều ngân hàng Việt Nam đã ứng dụng chữ ký số trong các hệ thống như Internet Banking, Home Banking hay hệ thống bảo mật nội bộ. Ngoài ra các website của các ngân hàng, công ty cần bảo mật giao dịch trên đường truyền, mạng riêng ảo VPN đã áp dụng chữ ký số. Có thể nói, càng ngày càng nhiều sự hiện diện của chữ ký số trong các hệ thống, ứng dụng CNTT bảo mật của DN, tổ chức ở Việt Nam.

✦ **Chữ ký số” đem lại lợi ích gì?**

Ứng dụng chữ ký số giúp giải quyết tốt hơn các giải pháp xác thực và bảo mật. Chữ ký số giải quyết vấn đề toàn vẹn dữ liệu và là bằng chứng chống chối bỏ trách nhiệm trên nội dung đã ký, giúp cho các tổ chức, cá nhân yên tâm với các giao dịch điện tử của mình trong môi trường Internet.

Đối với lĩnh vực trao đổi thông tin, với sự phổ biến hiện nay của e-mail nhờ tính nhanh chóng linh hoạt, việc sử dụng chữ ký số sẽ giúp cho việc trao đổi văn bản nội dung trở nên dễ dàng và đảm bảo. Ví dụ: Hệ thống quản lý văn bản, hợp đồng số sẽ được lưu trữ, tìm kiếm bằng hệ thống máy tính. Các giao dịch, trao đổi văn bản giữa cá nhân - tổ chức nhà nước (C2G), DN - Nhà Nước(B-G), DN-DN(B2B) hay giữa các tổ chức cơ quan nhà nước với nhau sẽ nhanh chóng và đảm bảo tính pháp lý, tiết kiệm rất nhiều thời gian, chi phí giấy tờ và vận chuyển, đi lại.

Đặc biệt, tăng cường ứng dụng chữ ký số sẽ thúc đẩy việc ứng dụng thương mại điện tử, chính phủ điện tử, hành chính điện tử và kinh doanh điện tử, đồng thời cũng bảo vệ bản quyền các tài sản số hóa.



PHIẾU KHẢO SÁT Ý KIẾN KHÁCH HÀNG VỀ DỊCH VỤ INTERNET BANKING TẠI VIETCOMBANK

Xin chào Anh/Chị, em là sinh viên trường ĐH Kinh Tế TP.HCM đang thực hiện Chuyên đề thực tập tốt nghiệp nhằm khảo sát ý kiến của khách hàng về Dịch vụ Internet Banking tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam.

Mọi câu hỏi không nhằm mục đích nào khác ngoài việc thu thập thông tin. Rất mong Anh (Chị) trả lời đầy đủ các câu hỏi này để giúp chúng tôi hoàn thành bài nghiên cứu.

Xin chân thành cảm ơn.

Giới tính: Nam ☐ Nữ ☐

Nghề nghiệp: Tuổi:

Công ty:

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

- ☐ Dưới 1 năm
- ☐ Từ 1 đến 3 năm
- ☐ Từ 3 đến 5 năm
- ☐ Trên 5 năm

2. Anh/Chị có sử dụng dịch vụ Internet Banking của Vietcombank không?

- ☐ Có
- ☐ Chưa sử dụng

Nếu Anh/Chị “Chưa sử dụng”, vui lòng chuyển sang câu 10, 11, 12.

3. Anh/Chị đăng ký dịch vụ Internet Banking của Vietcombank dưới hình thức tài khoản nào?

(có thể lựa chọn nhiều đáp án)

- ☐ Tài khoản khách hàng cá nhân
- ☐ Tài khoản khách hàng doanh nghiệp

4. Anh/Chị sử dụng dịch vụ Internet Banking nào của Vietcombank?

(có thể lựa chọn nhiều đáp án)

- ☐ VCB - IB@nking
- ☐ VCB - Money

5. Anh/Chị biết đến dịch vụ Internet Banking của Vietcombank qua nguồn thông tin nào?

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

6. Anh/Chị sử dụng những tiện ích nào của dịch vụ Internet Banking?

(có thể lựa chọn nhiều đáp án)

- ☐ Truy vấn thông tin tài khoản
- ☐ Đăng ký nhận sao kê tài khoản qua email
- ☐ Cập nhật thông tin về lãi suất, tỷ giá hối đoái, giá chứng khoán
- ☐ Chuyển khoản
- ☐ Thanh toán hóa đơn
- ☐ Khác:.....

7. Lý do Anh/Chị sử dụng dịch vụ Internet Banking của Vietcombank?

(có thể lựa chọn nhiều đáp án)

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

8. Đánh giá về dịch vụ Internet Banking Vietcombank:

Mức độ đồng ý được đánh số theo thứ tự tăng dần: 1 là hoàn toàn không đồng ý; 2 là hơi không đồng ý; 3 là bình thường; 4 là hơi đồng ý; 5 là hoàn toàn đồng ý

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

9. Một cách tổng quát, Anh/Chị cho rằng mức độ hài lòng của mình đối với dịch vụ Internet Banking của Vietcombank là:

- ☐ Rất không hài lòng
- ☐ Không hài lòng
- ☐ Tạm được
- ☐ Hài lòng
- ☐ Rất hài lòng

10. Lý do Anh/Chị chưa sử dụng dịch vụ Internet Banking của ngân hàng Vietcombank? (có thể lựa chọn nhiều đáp án)

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

11. Anh/Chị có dự định sử dụng hoặc giới thiệu cho bạn bè, đồng nghiệp, người thân sử dụng dịch vụ Internet Banking không?

- ☐ Có
☐ Không

12. Những ý kiến đóng góp của Anh/Chị nhằm cải tiến, phát triển dịch vụ Internet Banking của Vietcombank:

.....
.....
.....
.....
.....

Xin chân thành cảm ơn Anh (Chị) đã trả lời câu hỏi./

--- Hết ---

Phụ lục 3

**HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG DỊCH VỤ
NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN (VCB-iB@nking)
CỦA NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM**

1. DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN CỦA VIETCOMBANK:

Bạn cần đăng ký sử dụng dịch vụ Ngân hàng trực tuyến VCB-iB@nking với Vietcombank để truy cập và sử dụng chương trình này.

Vietcombank sẽ cung cấp cho bạn Tên truy cập (Username) và Mật khẩu truy cập (Password) để sử dụng chương trình Ngân hàng trực tuyến VCB-iB@nking. Nếu bạn là khách hàng cá nhân, bạn được cấp 01 (một) tên truy cập. Nếu bạn là khách hàng tổ chức, bạn được cấp tối đa 03 (ba) tên truy cập và bạn cần đăng ký số lượng tên truy cập với Vietcombank ở lần đăng ký sử dụng dịch vụ đầu tiên.

2. ĐĂNG KÝ SỬ DỤNG DỊCH VỤ:

Bước 1:

Bạn có thể nhận mẫu Đăng ký sử dụng dịch vụ Ngân hàng trực tuyến (VCB-iB@nking) theo một trong hai cách sau đây:

Tại trang web của Vietcombank với địa chỉ <http://www.vietcombank.com.vn>, mục Ngân hàng trực tuyến VCB-iB@nking (khách hàng tổ chức sử dụng mẫu 01C/NHNT-NHTT, khách hàng cá nhân sử dụng mẫu 01I/NHNT-NHTT);

Tại các điểm giao dịch của Vietcombank trên toàn quốc.

Bước 2:

Bạn điền đầy đủ thông tin vào 03 (ba) Bản đăng ký sử dụng dịch vụ. Bạn lưu ý rằng thông tin bạn điền trên Bản đăng ký phải đồng nhất với các thông tin Bạn đã đăng ký với Vietcombank (Thông tin Hồ sơ khách hàng) (VD: số CMT/số Hộ chiếu, ngày cấp CMT/Hộ chiếu, Địa chỉ liên hệ, Số điện thoại liên hệ, địa chỉ email...). Trong trường hợp bạn muốn thay đổi thông tin so với Hồ sơ khách hàng bạn đã đăng ký trước đây, bạn cần làm thủ tục thay đổi tại Chi nhánh Vietcombank nơi bạn mở tài khoản lần đầu. Chữ ký và mẫu dấu (nếu bạn là khách hàng tổ chức) trên bản đăng ký phải là Chữ ký, mẫu dấu bạn đã đăng ký giao dịch với Vietcombank.

Bước 3:

Bạn mang các Bản đăng ký, CMT/Hộ chiếu đến điểm giao dịch gần nhất của Vietcombank để đăng ký sử dụng dịch vụ. Nếu bạn là KH tổ chức, người đến đăng ký sử dụng dịch vụ là người có thông tin đăng ký tại mục “Người đại diện giao dịch”.

Sau khi xử lý xong yêu cầu của bạn, Vietcombank sẽ gửi lại bạn 01 (một) bản đăng ký có in Tên truy cập. Đồng thời, bạn sẽ nhận được một thư điện tử thông báo mật khẩu truy cập gửi vào địa chỉ email bạn đăng ký. Thông thường, bạn sẽ nhận được email này ngay trong ngày. Nếu sau 24h Hướng dẫn sử dụng VCB-iB@nking bạn không nhận được email của Vietcombank, bạn vui lòng liên hệ với Trung tâm dịch vụ khách hàng của Vietcombank để yêu cầu trợ giúp. Sau khi nhận được Tên truy cập và mật khẩu, bạn có thể bắt đầu sử dụng dịch vụ Ngân hàng trực tuyến của Vietcombank.

3. ĐĂNG NHẬP ĐỂ DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN VCB-iB@nking

Bạn truy cập vào trang Web của Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam tại địa chỉ tên miền: <http://www.vietcombank.com.vn>, chọn ô Ngân hàng trực tuyến VCB-iB@nking và nhấn vào nút “Đăng nhập”

Tại cửa sổ đăng nhập hệ thống, bạn cần nhập đúng Tên truy cập và mật khẩu đã được Vietcombank cung cấp, đồng thời bạn nhập đúng chuỗi bảo mật gồm 6 ký tự bất kỳ hiển thị trên màn hình.

DỊCH VỤ NGÂN HÀNG TRỰC TUYẾN

Để đăng ký dịch vụ Ngân hàng trực tuyến, Quý khách vui lòng thực hiện các bước sau:

- Điền đầy đủ thông tin vào 03 (ba) Bản đăng ký sử dụng dịch vụ Ngân hàng trực tuyến (VCB-iB@nking) - khách hàng cá nhân sử dụng mẫu 01/NHNT-NHTT, khách hàng tổ chức sử dụng mẫu 01C/NHNT-NHTT.
- Mang cả 03 (ba) Bản đăng ký đã được điền đầy đủ thông tin đến điểm giao dịch gần nhất của Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam.
- Lưu ý: Khách hàng cá nhân mang theo CMT / Hộ chiếu và 01 (một) bản photo CMT / Hộ chiếu, khách hàng tổ chức mang theo CMT / Hộ chiếu và 01 (một) bản photo CMT / Hộ chiếu của người đến giao dịch tại Ngân hàng.
- Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam sẽ gửi lại khách hàng 01 (một) Bản đăng ký đã được in Tên truy cập (ở phần dành cho Ngân hàng). Mật khẩu truy cập sẽ được chương trình tự động khởi tạo và gửi vào hộp thư điện tử mà khách hàng đã đăng ký.

Đăng nhập hệ thống

Tên truy cập:

Mật khẩu:

Nhập số trên:

Đăng nhập

[Quên mật khẩu](#) | [Hướng dẫn](#)

Điều khoản sử dụng | Bảo mật | Liên hệ
© 2005-2010 Vietcombank

Hình 1: Màn hình đăng nhập hệ thống

Bạn cần thay đổi mật khẩu ngay ở lần đăng nhập đầu tiên. Mật khẩu có thể đặt từ 6 (sáu) đến 20 (hai mươi) ký tự, mật khẩu có thể là số, chữ hoặc các ký tự đặc biệt (không có dấu cách) và có phân biệt chữ hoa chữ thường. Bạn cần nhập mật khẩu mới 02 (hai) lần để đảm bảo chính xác. Vietcombank khuyến nghị bạn không nên đặt mật khẩu dễ bị dò tìm như Tên cá nhân, tên người thân, ngày tháng năm sinh ...

Sau khi hệ thống thông báo “Bạn đã đổi mật khẩu thành công”, bạn đã hoàn tất quá trình thay đổi mật khẩu của mình.

Bạn quay trở lại màn hình “Đăng nhập hệ thống” để đăng nhập lại bằng mật khẩu mới đã đổi, khi màn hình “Danh sách tài khoản của bạn” hiện ra tức là bạn đã truy cập vào

chương trình thành công. Bạn có trách nhiệm bảo mật tên truy cập và mật khẩu của bạn trong suốt quá trình sử dụng dịch vụ.

Trong quá trình sử dụng dịch vụ VCB-iB@nking, bạn có thể thay đổi mật khẩu truy cập vào bất kỳ lúc nào bằng cách chọn chức năng “Đổi mật khẩu” trên chương trình nhưng sự thay đổi mật khẩu truy cập của bạn chỉ có hiệu lực khi đã được Vietcombank chấp nhận.

Để đảm bảo an toàn cho bạn, mỗi khi bạn thực hiện thao tác đổi mật khẩu trên hệ thống VCB-iB@nking, Vietcombank sẽ gửi thư thông báo vào địa chỉ email bạn đã đăng ký. Bạn không cần phải trả lời email này. Tuy nhiên, trong trường hợp bạn phát hiện/ngghi ngờ đó là giao dịch giả mạo, bạn hãy liên hệ ngay với Trung tâm dịch vụ khách hàng của Vietcombank.

4. KHÔNG ĐĂNG NHẬP ĐƯỢC VÀO VCB-IB@N KING

Nếu có bất kỳ thông tin nào (Tên truy cập, mật khẩu, chuỗi bảo mật) được nhập không chính xác, hệ thống sẽ hiển thị thông báo lỗi màu đỏ “Bạn đã nhập sai tên truy cập hoặc mật khẩu” hoặc “Bạn đã nhập sai chuỗi bảo mật”. Khi gặp trường hợp này, bạn hãy nhập lại thông tin chính xác vào các trường thông tin để đăng nhập lại

Nếu có 5 lần truy cập không thành công, vì lý do bảo mật, tên truy cập của bạn sẽ bị tạm khóa. Khi đó, bạn cần liên hệ với Vietcombank để yêu cầu mở lại dịch vụ.

5. XEM THÔNG TIN TÀI KHOẢN VÀ CHI TIẾT GIAO DỊCH

Bạn có thể xem thông tin tài khoản bằng cách chọn tài khoản cần xem (click chuột vào số tài khoản cần xem từ màn hình Danh sách tài khoản của bạn trên chương trình hoặc chọn chức năng Xem chi tiết giao dịch)

Chương trình liệt kê danh sách tài khoản theo tính chất của tài khoản để bạn dễ dàng chọn lựa gồm: Tài khoản tiền gửi không kỳ hạn; Tài khoản tiết kiệm không kỳ hạn; Tài khoản tiết kiệm có kỳ hạn; Tài khoản vay.

Sau khi bạn click chuột vào số tài khoản cần xem, chương trình sẽ hiển thị chi tiết thông tin về tài khoản của bạn (Số dư tài khoản, lãi suất, ngày mở tài khoản...). Để xem chi tiết giao dịch, bạn lựa chọn khoảng thời gian cần xem ở ô “Từ ngày” và “Đến ngày”. Chương trình cung cấp cho bạn chi tiết giao dịch trong thời gian bạn lựa chọn. Bạn lưu ý rằng chương trình chỉ cung cấp thông tin giao dịch của 3 tháng gần nhất. Trường hợp bạn muốn lấy sao kê tài khoản trong khoảng thời gian lâu hơn, bạn vui lòng liên hệ chi nhánh Vietcombank nơi bạn mở tài khoản để được hỗ trợ.

6. XEM THÔNG TIN THẺ TÍN DỤNG VÀ THẺ GHI NỢ QUỐC TẾ

Bạn có thể xem thông tin về các chi tiêu trên thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ quốc tế ở Menu Thẻ. Tại mục này, bạn có thể xem các thông tin sau:

- **Danh sách thẻ:** hiện lên danh sách các loại thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ quốc tế của bạn tại Vietcombank + Sao kê: hiển thị sao kê của thẻ theo các kỳ sao kê (bạn cần lựa chọn số thẻ và kỳ sao kê cần xem) Hướng dẫn sử dụng VCB-iB@nking 4

- **Các giao dịch đã được cấp phát:** hiển thị các giao dịch đã chi tiêu của thẻ, đã được hệ thống xử lý và sẽ thể hiện trên kỳ sao kê tiếp theo + Các giao dịch chưa cấp phát: hiển thị các giao dịch vừa thực hiện, giao dịch này tạm thời sẽ được khoanh giữ vào hạn mức thẻ của khách hàng và đang chờ hệ thống xử lý. Giao dịch chờ xử lý có thể lên hoặc không lên sao kê.

7. THANH TOÁN CHUYỂN KHOẢN

Bạn có thể thực hiện giao dịch thanh toán chuyển khoản giữa hai tài khoản trong cùng hệ thống của Vietcombank trên chương trình Ngân hàng trực tuyến VCB-iB@nking

Hiện tại, Dịch vụ thanh toán chuyển khoản trên VCB-iB@nking của Vietcombank chỉ cung cấp cho các khách hàng cá nhân

Vietcombank sẽ quy định phí và hạn mức chuyển khoản trên VCB-iB@nking. Phí, hạn mức có thể thay đổi tùy theo chính sách khách hàng của Vietcombank trong từng thời kỳ. Bạn hãy truy cập vào mục Ngân hàng trực tuyến VCB-iB@nking trên website của Vietcombank để biết phí và hạn mức giao dịch cập nhật.

Để thực hiện giao dịch thanh toán chuyển khoản trên VCB-iB@nking, bạn thực hiện như sau:

- ☞ **Bước 1:** Truy cập vào chương trình Ngân hàng trực tuyến và chọn chức năng thanh toán “Chuyển khoản”.
- ☞ **Bước 2:** Khởi tạo lệnh chuyển tiền với các thông tin sau: + Chọn tài khoản trích nợ (Chương trình hiển thị danh sách các tài khoản tiền gửi thanh toán của bạn mở tại Vietcombank để bạn lựa chọn. Dịch vụ thanh toán chuyển khoản trên VCB-iB@nking không áp dụng cho tài khoản đồng sở hữu) + Nhập tài khoản ghi có + Nhập số tiền cần chuyển + Chọn hình thức trả phí giao dịch (phí người chuyển chịu/phí người hưởng chịu) + Nhập nội dung chuyển tiền (tối đa 120 ký tự) Bước 3: Chương trình kiểm tra thông tin trong lệnh chuyển tiền của bạn (Kiểm tra số dư tài khoản trích nợ, tính xác thực của tài khoản ghi có...) và hiển thị tên tài khoản ghi có (Nếu tài khoản ghi có hợp lệ). Bước 4: Xác nhận lệnh chuyển tiền bằng cách chọn “Chấp nhận thanh toán” Bước 5: Nhập mật khẩu xác nhận thanh toán (OTP – Once Time Password) OTP là mật khẩu xác nhận thanh toán do Vietcombank cấp cho khách hàng khi thực hiện giao dịch thanh toán trên VCB-iB@nking và chỉ có giá trị

sử dụng một lần cho giao dịch đó trong một khoảng thời gian nhất định. Bạn có thể lựa chọn hình thức nhận OTP qua SMS (Bạn nhấn tin theo cấu trúc quy định đến tổng đài 8170 của Vietcombank để nhận OTP) hoặc qua thẻ EMV (Nếu bạn có thẻ EMV của Vietcombank và có đăng ký sử dụng thẻ EMV để nhận OTP) Bước 6: Xử lý giao dịch. Hướng dẫn sử dụng VCB-iB@nking 5

- ☞ Nếu bạn nhập OTP đúng, Vietcombank sẽ xử lý giao dịch chuyển khoản bạn yêu cầu. Bạn sẽ nhận được hóa đơn của giao dịch thanh toán chuyển khoản hiển thị trên màn hình/hoặc gửi vào địa chỉ email. Nếu nhập OTP sai, Vietcombank sẽ từ chối thực hiện giao dịch Lưu ý: Bạn nên giữ hóa đơn của giao dịch thanh toán chuyển khoản để sử dụng trong trường hợp cần tra soát với Vietcombank.

8. ĐĂNG KÝ SỬ DỤNG DỊCH VỤ PHONE BANKING

Bạn có thể đăng ký sử dụng dịch vụ Phone Banking của Vietcombank tại Menu Đăng ký sử dụng dịch vụ/Phone Banking. Dịch vụ Phone Banking cung cấp cho bạn tiện ích thực hiện một số dịch vụ ngân hàng từ xa (VD: Tra cứu thông tin tài khoản (số dư, các giao dịch gần nhất...); Thông tin thẻ (hạn mức sử dụng, khóa thẻ, ngừng sử dụng thẻ trên Internet); Thông tin chung của Vietcombank (tỷ giá, lãi suất, mạng lưới CN và ATM...); Yêu cầu ngừng sử dụng dịch vụ VCB-iB@nking/SMS Banking). Ngoài ra, thông qua dịch vụ PhoneBanking, bạn có thể nhận được sự chăm sóc từ phía Vietcombank thông qua điện thoại, thư điện tử hoặc các dịch vụ chatting qua web (Contact Center).

Số tổng đài của dịch vụ PhoneBanking là số điện thoại của Vietcombank Contact Center 1900545413 hoặc 04.38243524/04.38245716.

Thông qua VCB-iB@nking, bạn có thể

- Đăng ký sử dụng dịch vụ: sử dụng trong trường hợp bạn đăng ký sử dụng dịch vụ lần đầu tiên.
- Yêu cầu cấp lại mật khẩu/tên truy cập Phone Banking: sử dụng trong trường hợp bạn quên tên truy cập/mật khẩu của dịch vụ Phone Banking.
- Thay đổi số tài khoản mặc định: sử dụng trong trường hợp bạn muốn thay đổi tài khoản nhận thông tin mặc định trong dịch vụ Phone Banking
- Tạm ngừng sử dụng dịch vụ: sử dụng trong trường hợp bạn không muốn tiếp tục sử dụng dịch vụ PhoneBanking.
- Đăng ký sử dụng lại dịch vụ: sử dụng trong trường hợp bạn đã ngừng sử dụng dịch vụ và muốn sử dụng lại dịch vụ.

9. ĐĂNG KÝ NHẬN SAO KÊ TÀI KHOẢN QUA EMAIL

Bạn có thể đăng ký/hủy đăng ký sử dụng dịch vụ Nhận sao kê tài khoản qua email tại Menu Đăng ký sử dụng dịch vụ/Nhận sao kê tài khoản qua email. Khi đăng ký sử dụng dịch vụ Nhận sao kê tài khoản qua email, bạn sẽ nhận được thư thông báo sao kê tài khoản hàng tháng gửi vào địa chỉ email bạn đã đăng ký ở ngân hàng vào ngày làm việc đầu tiên của tháng tiếp theo.

Bạn có thể lựa chọn tài khoản bạn muốn nhận sao kê theo tính chất của tài khoản đó (Tài khoản tiền gửi thanh toán, Tài khoản tiết kiệm không kỳ hạn, Tài khoản tiền vay). Bạn cũng có thể lựa chọn ngôn ngữ thể hiện trên sao kê là Tiếng Việt hoặc Tiếng Anh

Trường hợp bạn không muốn tiếp tục nhận sao kê tài khoản qua email, bạn sử dụng chức năng này, chọn tài khoản và chọn nút “Hủy đăng ký”

10. TẠM NGỪNG SỬ DỤNG DỊCH VỤ VCB-iB@nking:

Khi muốn đăng ký tạm ngừng sử dụng Dịch vụ, bạn truy cập vào chương trình và thực hiện yêu cầu tại chức năng “Tạm ngừng sử dụng Dịch vụ”. Sau khi nhận được yêu cầu của bạn, Vietcombank sẽ xử lý và gửi thư thông báo về việc chấp nhận yêu cầu ngừng sử dụng Dịch vụ theo địa chỉ e-mail bạn đăng ký.

11. ĐĂNG KÝ SỬ DỤNG LẠI DỊCH VỤ VCB-iB@nking:

Khi bạn có nhu cầu tiếp tục sử dụng Dịch vụ sau thời gian tạm ngừng, bạn đến chi nhánh Vietcombank gần nhất để đăng ký sử dụng lại dịch vụ.

12. BỘ PHẬN HỖ TRỢ:

Nếu bạn cần sự hỗ trợ từ Vietcombank trong quá trình sử dụng dịch vụ VCB-iB@nking, bạn vui lòng liên hệ với Trung tâm dịch vụ khách hàng (Vietcombank Contact Center) theo số điện thoại 1900545413 hoặc 04.38243524/04.38245716 hoặc chi nhánh Vietcombank nơi bạn thực hiện giao dịch.

Phụ lục 4

HƯỚNG DẪN SỬ DỤNG CHỨC NĂNG THANH TOÁN CHUYỂN KHOẢN TRÊN VCB-IB@NKKING – SỬ DỤNG THẺ EMV VÀ CARD READER ĐỂ NHẬN OTP

Lưu ý: Để nhận mã giao dịch (OTP) bằng thẻ EMV, bạn cần có:

- Thẻ EMV do VCB phát hành
- Thiết bị đọc thẻ (Card Reader) do VCB cung cấp. Việc cung cấp thiết bị đọc thẻ được thực hiện theo chính sách khách hàng của VCB theo từng thời kỳ

Bạn sử dụng thẻ EMV và thiết bị đọc thẻ để thực hiện giao dịch chuyển khoản trên VCB-iB@nking như sau:

☞ **Bước 1:** Log In vào tài khoản sử dụng dịch vụ Ngân hàng trực tuyến trong trang web <http://www.vietcombank.com.vn>

Trong phần **Tài khoản** chọn chức năng *Chuyển khoản*

☞ **Bước 2:** Chọn **Tài khoản trích nợ** và **Tài khoản ghi có**, nhập **Số tiền** và **Nội dung** thanh toán.

Chuyển khoản	
Tài khoản trích nợ	0000000000001 ▼
Tài khoản ghi có	0000000000002
Số tiền	1000
Nội dung thanh toán	chuyen khoan
Xác nhận	

Click nút *Xác nhận*

☞ **Bước 3:** Chọn loại **Phí** và **Hình thức nhận mã giao dịch** (Sử dụng thẻ EMV)

Chuyển khoản	
Tài khoản trích nợ	0000000000001
Số dư tài khoản trích nợ hiện tại	123,456 VND
Số tiền chuyển khoản	1,000.00 VND
Số tiền bằng chữ	Một ngàn VND
Tài khoản ghi có	0000000000002
Tên chủ tài khoản ghi có	NGUYEN VAN A
Phí	Phí người chuyển trả ▼
Nội dung chuyển tiền	chuyen khoan
<p>Mã giao dịch: Mã giao dịch là chuỗi ngẫu nhiên có 10 ký tự gồm chữ cái và chữ số (không có chữ 0).</p> <p>Nhận mã giao dịch qua tin nhắn SMS: Quý khách vui lòng sử dụng số điện thoại đã đăng ký sử dụng dịch vụ VCB SMS-B@king tại Vietcombank và</p>	
Hình thức nhận mã giao dịch: <input type="checkbox"/> Qua SMS <input checked="" type="checkbox"/> Sử dụng thẻ EMV	
Quay lại Chấp nhận	

Kiểm tra lại thông tin một lần nữa, click nút *Chấp nhận*

☞ **Bước 4:** Sử dụng Card Reader để lấy **Mã giao dịch** thông qua số **Challenge** nhận được

Chuyển khoản	
Tài khoản trích nợ	0000000000001
Số dư tài khoản trích nợ hiện tại	123,456 VND
Số tiền chuyển khoản	1,000.00 VND
Tài khoản ghi có	0000000000002
Tên chủ tài khoản ghi có	NGUYEN VAN A
Phí	Phí người chuyển trả
Số tiền phí	.00 VND
Nội dung chuyển tiền	chuyen khoan
Số lệnh giao dịch	2605090788132001
Challenge	523726
Mã giao dịch	<input type="text" value="9028116"/>
Đề nghị Quý khách nhập mã giao dịch được hiển thị trên thiết bị đọc thẻ EMV	
Quay lại Chuyển khoản	

☞ **Cách thức nhận Mã giao dịch thông qua thẻ EMV và Card Reader**



1. **Insert Card:** đưa thẻ EMV vào thiết bị đọc thẻ
 2. **Press Code, C&R or Menu:** Chọn nút **Menu**
 3. **Sign:** Menu C OK: Nhấn nút OK
 4. **Enter PIN:** Nhập mã số (PIN) (Mã số này do VCB cung cấp cho khách hàng)
- Nhập PIN: *****
5. **Press OK?:** nhấn nút OK

6. Challenge?: Số Challenge do hệ thống tự động tạo ra và hiển thị trên màn hình thanh toán của giao dịch chuyển khoản trên VCB-iB@nking

Nhập số **Challenge** , ấn OK

7. VND: Menu or OK: nhấn nút OK để chọn số tiền thanh toán là VND

8. Amount (VND): Nhập số tiền chuyển khoản

Nhập vào số tiền chuyển khoản (VD: **1000.00**)

9. Code: Thiết bị cung cấp Mã giao dịch (OTP) gồm 7 số

Nhập mã giao dịch hiển thị trên Card Reader vào ô **Mã giao dịch** trên web

Ấn nút **Chuyển khoản**

☞ **Bước 5:** Chuyển khoản thành công

Chuyển khoản	
Tài khoản trích nợ	00000000000001
Tài khoản ghi có	00000000000002
Tên chủ tài khoản ghi có	NGUYEN VAN A
Số tiền đã chuyển khoản	1,000.00 VND
Số tiền phí	.00 VND
Nội dung chuyển tiền	chuyen khoan
Thời gian	Ngày 26 tháng 05 năm 2009 03:25:44
Số lệnh giao dịch	2605090788132001
<p style="text-align: center;">Giao dịch chuyển khoản thành công! Cảm ơn Quý khách đã sử dụng dịch vụ của Vietcombank!</p>	
In biên lai	

Số điện thoại sử dụng để hỗ trợ dịch vụ VCB-ib@nking, bạn vui lòng liên hệ với Trung tâm dịch vụ khách hàng **24*7** của Vietcombank (Vietcombank Contact Center) theo số điện thoại **1900545413** hoặc **04.38243524/04.38245716**.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO



- [1] Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam, 2009, Quyết định số 130/QĐ-NHTMCPNT.QLĐACN về Ban hành Quy trình cung cấp và sử dụng dịch vụ ngân hàng trực tuyến (VCB - iB@nking) của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam.
- [2] Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam, 2009, Tạp chí Vietcombank tháng 12/2009.
- [3] Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam, 2010, Tạp chí Vietcombank tháng 01/2010.
- [4] Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam, 2009, Sổ tay sản phẩm dịch vụ.
- [5] Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam, 2010, Thông báo số 33/TB.NHNT.CS&SPNHBL về Giao chỉ tiêu kế hoạch năm 2010 Dịch vụ ngân hàng điện tử và Chuyển tiền đến cá nhân quốc tế.
- [6] Bộ Công thương, 2008, Báo cáo thương mại điện tử Việt Nam 2008.
- [7] Xuân Anh, Một số giải pháp quản lý rủi ro trong hoạt động ngân hàng điện tử, Tạp chí ngân hàng số tháng 09/2005.
- [8] Nguyễn Đăng Hậu, Giáo trình Kiến thức thương mại điện tử, Viện đào tạo công nghệ và quản lý quốc tế.
- [9] Học viện hành chính quốc gia, Thương mại điện tử, NXB Lao Động.
- [10] Trần Hoàng Ngân – Ngô Minh Hải, Thanh toán điện tử trong thương mại điện tử, Tạp chí ngân hàng số 3 năm 2004.
- [11] Trần Hoàng Ngân – Ngô Minh Hải, Vài nét về sự phát triển ngân hàng điện tử trên thế giới, Tạp chí ngân hàng số 5 năm 2004.
- [12] Nguyễn Thị Thanh Thúy, 2009, Hạn chế rủi ro giao dịch nhằm phát triển dịch vụ Internet Banking trong các NHTM Việt Nam.
- [13] Trần Thị Hải Hòa, 2008, Nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam
- [14] Nguyễn Thị Bích Thủy, 2008, Phát triển dịch vụ ngân hàng điện tử tại các NHTM địa bàn TP.HCM.
- [15] Thu Hiền, 2008, Ngân hàng đẩy mạnh thanh toán điện tử, Thời báo Kinh tế Sài Gòn.
- [16] Tạp chí thế giới vi tính (PC world Việt Nam): <http://www.pcworld.com.vn>.
- [17] Và một số tài liệu từ sách, báo, tạp chí và trang web khác....