

Chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử tại ngân hàng số Timo Việt Nam - Chi nhánh Hồ Chí Minh

Nguyễn Thu Trang

Tóm tắt—Với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ trong lĩnh vực tài chính ngân hàng không thể không nhắc tới Fintech (Financial Technology). Công ty Fintech được chia thành 2 nhóm. Nhóm thứ nhất là các công ty phục vụ người tiêu dùng, cung cấp các công cụ kỹ thuật số để cải thiện cách các cá nhân vay mượn, quản lý tiền bạc, tài trợ vốn cho các startup. Nhóm còn lại là các công ty thuộc dạng "back-office" hỗ trợ công nghệ cho các định chế tài chính. Ngân hàng số thế hệ mới Timo đã góp phần đưa khái niệm Fintech rõ ràng hơn tới người dùng thông qua việc sử dụng Internet, công nghệ vào các ứng dụng trên điện thoại di động. Bài viết tập trung giới thiệu về ngân hàng số Timo và kết quả khảo sát về chất lượng dịch vụ mà ngân hàng này cung cấp. Từ đó đưa ra một vài kiến nghị nhằm phát triển hơn nữa loại hình ngân hàng này trong tương lai.

Từ khóa—Fintech; ngân hàng số; ngân hàng số Timo; chất lượng dịch vụ.

1. GIỚI THIỆU NGÂN HÀNG SỐ TIMO

CÔNG ty TNHH Lifestyle Project Management Việt Nam được thành lập và chính thức hoạt động vào 27/04/2016. Lifestyle Project Management Việt Nam là công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực Fintech, bất kỳ ngành nghề nào cũng có thể áp dụng công nghệ này để rút ngắn thời gian đồng thời tiết kiệm chi phí tuy nhiên đối với ngành ngân hàng thì đây quả là cuộc cách mạng giúp

Ngày nhận bản thảo: 17-9-2018, ngày chấp nhận đăng: 7-11-2018, ngày đăng: 24-11-2018.

Tác giả Nguyễn Thu Trang công tác tại khoa Ngân hàng, Trường Đại học Ngân hàng TP HCM (Email: nguyenthithutrangdhnh@yahoo.com).

không chỉ ngân hàng mà còn giúp khách hàng nhanh chóng trong việc giao dịch của mình ở bất cứ lúc nào. Chính vì thế mà Lifestyle Project Management Việt Nam đã trở thành đối tác của ngân hàng Thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng – VPBank, chính thức quản lý và cung cấp công nghệ cho chuỗi dự án Ngân hàng số thế hệ mới Timo với mục tiêu mang đến trải nghiệm công nghệ số về dịch vụ ngân hàng nâng tầm chất lượng cuộc sống. Vào ngày 7/5/2016, Công ty chính thức kết hợp với đại diện VPBank tổ chức họp báo ra mắt Ngân hàng số thế hệ mới Timo.

Được bảo trợ bởi Ngân hàng Thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng - VPBank và Global Online Financial Solution, Timo là ngân hàng đầu tiên trong nước không có chi nhánh hoặc các phòng giao dịch giống như các ngân hàng truyền thống khác.

Ngân hàng số Timo được phát triển trên nền tảng sử dụng đường truyền Internet để hoạt động thông qua 2 kênh là ứng dụng Mobile Banking và Internet Banking (Web Banking). Vì thế, đã có nhiều khách hàng nhầm tưởng sang dịch vụ ngân hàng điện tử E-Banking của các ngân hàng truyền thống.

Tất cả các dịch vụ, bao gồm: mở tài khoản tiết kiệm và tài khoản thanh toán đều được thực hiện trực tuyến thông qua ứng dụng Timo trên điện thoại thông minh hoặc trên website. Vì là ngân hàng số nên Timo không hề có văn phòng để thực hiện các giao dịch thông qua thủ tục, giấy tờ mà đều thực hiện bằng trực tuyến. Hầu hết các giao dịch được thực hiện một cách nhanh chóng với việc đảm bảo phục vụ thông suốt 24/7 và 100% không cần phải đến phòng giao dịch. Timo Hangout được biết đến giống như là một nơi giống phòng giao dịch, nhưng hầu như không có giao dịch nào được diễn ra ở đây, khách hàng đến với

Timo Hangoout sẽ được tư vấn và giải đáp những thắc mắc về Timo và là nơi khách hàng đến mở tài khoản.

nhà đầu tư.

Ngân hàng số Atom

Trụ sở chính của ngân hàng Atom cũng đặt tại Anh Quốc, được thành lập năm 2015, với phương châm: “In just a few minute, with no need for branches or paperwork”, khách hàng không cần phải đi đâu hay sử dụng những giấy tờ thủ tục rườm rà, phức tạp để làm việc với ngân hàng, chỉ cần ngồi tại nhà, sử dụng ứng dụng Atom, mọi giao dịch sẽ được hoàn thành chỉ trong tích tắc. Atom luôn cố gắng áp dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo bằng cách sử dụng các chatbot để giải đáp các thắc mắc cũng như yêu cầu về giao dịch liên quan đến tài chính cho khách hàng. Điều này có nghĩa thao tác trên bàn phím, khách hàng có thể sử dụng lời nói để thực hiện giao dịch của mình một cách tiện lợi hơn.

2. SƠ LƯỢC DỊCH VỤ NGÂN HÀNG SỐ CỦA CÁC NƯỚC TRÊN THẾ GIỚI

Ngân hàng số (Digital Bank) là một khái niệm hoàn toàn còn mới và lạ lẫm đối với nhiều người dân trên thế giới nói chung và người sử dụng dịch vụ ngân hàng tại Việt Nam nói riêng. Một phần vì sự phát triển trình độ kỹ thuật số cũng như an ninh mạng ở nước ta còn kém phát triển, song chi phí đầu tư vào các thiết bị hỗ trợ trên cũng thuộc phần khá lớn, nên là việc đẩy mạnh các ứng dụng ngân hàng số vẫn chưa triển khai rộng rãi. Nhìn xa hơn về bối cảnh toàn cầu thì các Digital Bank đã dần có vị thế khá quan trọng đối với ngành ngân hàng của thế giới. Với những ưu điểm cực kì tiên tiến nhằm tối ưu hóa việc tương tác giữa người dùng với các giao dịch ngân hàng, ngân hàng số là ứng dụng tài chính triển vọng trong tương lai. Hãy điểm danh qua một vài ngân hàng số lớn và hiện đại nhất thế giới:

3. KHẢO SÁT CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI NGÂN HÀNG SỐ TIMO

Ngân hàng số Nutmeg

Trụ sở của Nutmeg được đặt tại London, Anh Quốc, được thành lập từ năm 1936 và Nutmeg là một ngân hàng lâu đời của Mỹ. Đây cũng được xem là một trong những ngân hàng có nhiều ứng dụng công nghệ số ngày càng tiên tiến vượt bậc trong các giao dịch của ngân hàng. Ngân hàng Nutmeg có một lý lịch tương đối tốt trong hoạt động đầu tư nhờ vào công nghệ cao, giúp các nhà đầu tư luôn cảm thấy yên tâm khi sử dụng dịch vụ của ngân hàng này. Khác với các ngân hàng số khác, thay vì cứ chú trọng vào giao dịch chuyển tiền hay tiền gửi tiết kiệm của khách hàng, thì Nutmeg là một ngân hàng dành cho các nhà đầu tư. Chỉ với một số tiền nhỏ ban đầu, Nutmeg sẽ giúp bạn có cơ hội nhận được lại một khoản tiền lớn hơn nhiều lần. Nutmeg có một tài khoản gọi là ISA (Individual Saving Accounts - tương tự tính năng Term Deposit của Timo). Tài khoản này sẽ giúp bạn quản lý rủi ro về mặt tiền bạc, tránh được những rủi ro khác ngoài ý muốn, nhìn chung việc Nutmeg đem lại luôn là những lợi ích tốt cho các

Xây dựng và điều chỉnh thang đo

Thang đo được sử dụng phổ biến để đo lường chất lượng dịch vụ là thang đo SERVQUAL, dùng thang đo SERVQUAL làm cơ sở để nghiên cứu sơ bộ. Tuy nhiên, mỗi ngành dịch vụ ở mỗi thị trường có những đặc thù riêng và ngành ngân hàng cũng có những đặc thù riêng của nó.

Nghiên cứu chính thức

Dựa trên kết quả của nghiên cứu sơ bộ, các thang đo đã được xác định và bảng câu hỏi được thiết kế dựa trên thang đo Likert (1932). Sử dụng phương pháp lấy mẫu phi xác suất và quyết định lấy mẫu là 100. Sau khi có được bảng câu hỏi chính thức, tiến hành thu thập dữ liệu bằng cách gửi mail đến 200 khách hàng đã từng sử dụng dịch vụ ở Timo. Trong quá trình khảo sát, tiến hành làm sạch dữ liệu ban đầu sau khi thu bảng câu hỏi về.

Mô hình nghiên cứu – Bảng I

BẢNG I
MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

| Các biến trong mô hình | Ý nghĩa |
|--|---|
| Thời gian giao dịch nhanh | Đo lường mức độ hài lòng về thời gian giao dịch của ngân hàng số Timo |
| Thời gian hoàn tiền khi gặp sự cố trong giao dịch | Đo lường về mức độ hài lòng về mức độ rủi ro của ngân hàng số |
| Lãi suất tiền gửi hấp dẫn | Đo lường mức độ hài lòng về lãi suất tiền gửi |
| Những ưu đãi khi sử dụng dịch vụ | Đo lường mức độ hài lòng về những tiện ích |
| App mobile thân thiện với người dùng | Đo lường mức độ hài lòng về sự dễ sử dụng các dịch vụ trên App mobile |
| Mức độ bảo mật | Đo lường về mức độ hài lòng về độ an toàn của ngân hàng số Timo |
| Giao dịch ngoài giờ hành chính mọi lúc mọi nơi, không cần đến ngân hàng | Đo lường mức độ hài lòng ưu điểm về thời gian của các dịch vụ ở Ngân hàng số Timo |
| Không yêu cầu số dư miễn phí mở thẻ, phí thường niên, không tính bất kì phí nào. | Đo lường mức độ hài lòng về khả năng tiết kiệm được nhiều chi phí cho người dùng |
| Không gian tại Timo Hangout | Đo lường mức độ hài lòng về không gian tại Timo Hangout |
| Đồ ăn, thức uống tại Timo Hangout | Đo lường mức độ hài lòng về thức uống tại Timo Hangout |
| Thái độ phục vụ của nhân viên coffee | Đo lường mức độ hài lòng cách phục vụ Khách hàng của nhân viên coffee |
| Bạn cảm thấy thế nào khi được Timo mời nước khi đến hoàn tất việc mở thẻ Debit | Đo lường mức độ hài lòng về sự tử tế của ngân hàng |
| Thái độ của nhân viên Timo khi tư vấn cho khách về thẻ Debit | Đo lường mức độ hài lòng của nhân viên chăm sóc khách hàng |
| Cách giải đáp thắc mắc của tổng đài Timo khi khách gặp sự cố. | Đo lường mức độ hài lòng về cách giải quyết vấn đề của nhân viên chăm sóc khách hàng. |

Giả thiết nghiên cứu

Giả thiết H1: Có mối tương quan đồng biến giữa tiết kiệm thời gian và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

Giả thiết H2: Có mối tương quan đồng biến giữa thời gian hoàn tiền khi gặp sự cố trong giao dịch và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

Giả thiết H3: Có mối tương quan đồng biến giữa lãi suất tiền gửi hấp dẫn và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

Giả thiết H4: Có mối tương quan đồng biến giữa những ưu đãi khi sử dụng dịch vụ và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

Giả thiết H5: Có mối tương quan đồng biến giữa App mobile thân thiện với người dùng và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

Giả thiết H6: Có mối tương quan đồng biến giữa mức độ bảo mật và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

Giả thiết H7: Có mối tương quan đồng biến giữa Giao dịch ngoài giờ hành chính mọi lúc mọi nơi, không cần đến ngân hàng và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

Giả thiết H8: Có mối tương quan đồng biến giữa việc không yêu cầu số dư miễn phí mở thẻ, phí thường niên, không tính bất kì phí nào và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

Giả thiết H9: Có mối tương quan đồng biến giữa không gian tại Timo Hangout và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

Giả thiết H10: Có mối tương quan đồng biến giữa thái độ phục vụ của nhân viên coffee và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

Giả thiết H11: Có mối tương quan đồng biến giữa thái độ của nhân viên Timo khi tư vấn cho khách về thẻ Debit và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

Giả thiết H12: Có mối tương quan đồng biến giữa cách giải đáp thắc mắc của tổng đài Timo khi khách gặp sự cố và sẽ sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng số thường xuyên hơn trong tương lai.

4. KẾT QUẢ KHẢO SÁT CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI NGÂN HÀNG SỐ TIMO

Khi được hỏi 100 khách hàng về lí do để lựa chọn một ngân hàng mà mình hay sử dụng để giao dịch, gửi tiền, chuyển tiền... thì có câu trả lời được như sau:

- Có khoảng 10% khách hàng nói rằng vì ngân hàng có rất nhiều chi nhánh thuận tiện trong giao dịch.

- Hơn 5% khách hàng nói rằng vì có nhiều người sử dụng dịch vụ ở ngân hàng mà họ hay sử dụng nên việc chuyển tiền qua lại được nhanh hơn.

- Có hơn 10% người nói rằng lí do gắn bó với ngân hàng mà họ sử dụng vì phí dịch vụ thấp, miễn phí nhiều loại phí mà ngân hàng khác không có, chuyển tiền nhanh.

- Khoảng 2% người nói rằng lí do gắn bó là vì tài khoản nhận lương nên họ sẽ sử dụng sản phẩm dịch vụ của ngân hàng đó luôn.

- Gần 21% người nói rằng vì tính phổ biến cao, trạm ATM nhiều, nhiều dịch vụ thẻ được lựa chọn.

- 30% người nói rằng lí do gắn bó với ngân hàng bởi vì ở đó có sự uy tín cao, mức độ bảo mật tuyệt đối, lãi suất cao hơn các ngân hàng khác.

- Gần 30% người nói rằng do có nhu cầu sử dụng sản phẩm dịch vụ ở ngân hàng mà họ đang sử dụng, dịch vụ chăm sóc khách hàng tốt, tính tiện dụng cao.

Qua các tỉ lệ trên ta thấy được, để một khách hàng quan tâm và mong muốn gắn bó sử dụng sản phẩm dịch vụ ở một ngân hàng thì phải cần có 4 yếu tố chính: Thứ nhất, sự uy tín từ phía ngân hàng. Thứ hai, chính sách chăm sóc khách hàng tốt. Thứ ba, có nhiều chi nhánh, nhiều cây ATM phục vụ đến tận các tỉnh vùng sâu, vùng xa. Cuối cùng, lãi suất cao, phí dịch vụ hợp lí, có nhiều tính tiện dụng.

VỀ MỨC ĐỘ SỬ DỤNG CÁC ỨNG DỤNG TIMO.

BẢNG II
TỈ LỆ XU HƯỚNG VỀ MỨC ĐỘ SỬ DỤNG CÁC ỨNG DỤNG TIMO

| Trung bình 1 ngày anh/chị giao dịch trên App Timo bao nhiêu lần? | | Tỉ lệ (%) |
|--|-----------------|-----------|
| Số lần giao dịch | Không giao dịch | 34,0 |
| | 1 lần | 32,0 |
| | 2 lần | 25,0 |
| | Nhiều lần | 9,0 |
| | Tổng | 100,0 |

Từ tỉ lệ trên bảng II ta thấy được mức độ truy cập vào các ứng dụng Timo hầu như rất ít trong đó 34% khách hàng đã không sử dụng các ứng dụng trên APP, 32% khách hàng chỉ sử dụng 1 lần/1 ngày, nhìn vào con số 9% ta thấy được số lần khách hàng quan tâm vào ngân hàng số chỉ chiếm một lượng ít.

Những nguyên nhân dẫn đến khách hàng có

sử dụng sản phẩm dịch vụ ở Timo

Khi khảo sát 100 người thì biết được có rất nhiều nguyên nhân dẫn đến việc khách hàng có mong muốn sử dụng sản phẩm dịch vụ ở Timo, những nguyên nhân ấy xuất phát từ yếu tố chủ quan từ phía khách hàng cũng như yếu tố khách quan từ phía ngân hàng nhưng chung quy lại cũng là một số lý do như bảng III:

BẢNG III
NGUYÊN NHÂN DẪN ĐẾN KHÁCH HÀNG SỬ DỤNG ÍT/NHIỀU SẢN PHẨM DỊCH VỤ Ở TIMO

| Lý do sử dụng nhiều sản phẩm dịch vụ ở Timo | Lý do không muốn sử dụng các sản phẩm dịch vụ ở Timo |
|--|---|
| Miễn phí giao dịch | Chưa phát triển và mở rộng chi tập trung tại những nơi đông dân như Thành Phố |
| Thanh toán các hóa đơn trở nên nhanh chóng và tiện lợi. | Không có nhu cầu sử dụng đến thẻ, vẫn thích sử dụng tiền mặt |
| Nhiều tính năng có thể thao tác ngay trên App | Không có chi nhánh ở tỉnh khiến việc giao dịch trở nên bất tiện |
| Giao diện đẹp đơn giản, dễ sử dụng | Vấn đề bảo mật qua điện thoại vẫn còn đang e ngại |
| Thấy được sự hiện đại khi trải nghiệm một kết hợp của công nghệ FINTECH vào lĩnh vực ngân hàng | Không tin tưởng khi giao dịch trên mạng |
| Giao dịch mọi lúc mọi nơi không cần đến ngân hàng | Độ phổ biến chưa cao tính năng và dịch vụ chưa phong phú |
| | CDM hư liên tục không nạp được tiền |
| | Chưa hiểu nhiều về các tính năng Timo |

• Về phương tiện truyền thông.

| Anh (chị) biết đến ngân hàng số Timo qua phương tiện nào? | Tỉ lệ (%) | |
|---|---|-------|
| Phương tiện | Báo, tạp chí... | 28,0 |
| | Do bạn bè giới thiệu | 32,0 |
| | Quảng cáo trên facebook, zalo, viber... | 33,0 |
| | Khác | 7,0 |
| | Tổng | 100,0 |

Qua những nguyên nhân trên bảng III cần tìm hiểu kỹ để khắc phục những khuyết điểm khiến cho Ngân hàng ngày càng nhận được sự tin yêu của khách hàng.

Mức độ hài lòng về những tiện ích của sản phẩm thẻ Debit tại ngân hàng số Timo - Bảng IV

BẢNG IV
MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA KHÁCH HÀNG KHI SỬ DỤNG SẢN PHẨM THẺ DEBIT TẠI NGÂN HÀNG SỐ TIMO

| | Rất không hài lòng | Không hài lòng | Bình thường | Hài lòng | Rất hài lòng |
|--|--------------------|----------------|-------------|----------|--------------|
| Không yêu cầu số dư, miễn phí mở thẻ, phí thường niên và không tính bất kỳ phí nào khác (H1) | 4,0% | 13,0% | 23,0% | 25,0% | 35,0% |
| Giao dịch ngoài giờ hành chính mọi lúc, mọi nơi, không cần đến chi nhánh NH (H2) | 1,0% | 18,0% | 24,0% | 24,0% | 33,0% |
| Mức độ bảo mật (H3) | 2,0% | 26,0% | 24,0% | 29,0% | 19,0% |
| App mobile thân thiện với người dùng (H4) | 1,0% | 18,0% | 18,0% | 42,0% | 21,0% |
| Những ưu đãi khi sử dụng dịch vụ (H5) | 9,0% | 19,0% | 19,0% | 24,0% | 29,0% |
| Lãi suất tiền gửi hấp dẫn (H6) | 6,0% | 23,0% | 35,0% | 21,0% | 15,0% |

| | | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| Thời gian hoàn tiền khi gặp sự cố trong giao dịch (H7) | 2,0% | 26,0% | 23,0% | 25,0% | 24,0% |
| Thời gian giao dịch nhanh (H8) | 14,0% | 10,0% | 19,0% | 26,0% | 31,0% |

Ta thấy rằng ở (H1) mức độ hài lòng nằm ở vị trí khá cao trong đó 35% khách hàng rất hài lòng về ngân hàng khi Không yêu cầu số dư, miễn phí mở thẻ, phí thường niên và không tính bất kì phí nào khác, có 25% khách hàng tỏ ra hài lòng về chỉ tiêu này, tuy nhiên tỉ lệ khách hàng rất không hài lòng thì cũng chiếm một phần là 4% nguyên nhân là do tâm lý khách hàng còn e ngại khi sử dụng các dịch vụ miễn phí.

Ở (H2) ta thấy mức độ hài lòng về chỉ tiêu này nằm ở tỉ lệ rất cao chiếm 33% tuy nhiên con số 24% ở mức độ không hài lòng thì cũng rất đáng lo ngại nguyên nhân chính là do ở nhiều ngân hàng hiện tại cũng có chỉ tiêu này (H2) và cũng chiếm được sự tin yêu hơn ở Ngân hàng số Timo.

Ở (H3) chỉ tiêu về mức độ bảo mật, các con số thể hiện trên bảng khiến ngân hàng phải thể hiện chặt chẽ về một chính sách bảo mật tuyệt đối, khi khảo sát 100 người thì có tới 26% khách hàng tỏ ra không hài lòng về mức độ bảo mật ở ngân hàng số Timo, nguyên nhân chủ yếu là do gần đây có quá nhiều vụ việc mất tiền do việc bảo mật trên ứng dụng điện thoại, Internet Banking. Sự hài lòng về chính sách bảo mật đã làm cho khách hàng trở nên không tin tưởng hơn vì thế cần đưa ra một chiến

dịch truyền thông để đẩy mạnh tính năng này của Timo.

Ở 3 chỉ tiêu cuối H6, H7, H8 ta thấy được lãi suất tiền gửi thật sự chưa hấp dẫn được khách hàng mức độ không hài lòng chiếm tới 23% hầu hết khách hàng không mong muốn lãi suất tiền gửi thanh toán bằng tiền gửi tiết kiệm, chỉ tiêu thời gian hoàn tiền khi gặp sự cố trong giao dịch hầu như khách hàng chưa cảm thấy hài lòng tỉ lệ này chiếm khoảng 26% về mức độ không hài lòng, Timo cần quan tâm về vấn đề này hơn bằng cách theo sát các trường hợp về vấn đề gặp sự cố trong giao dịch. Trong khi đó ở chỉ tiêu thời gian giao dịch nhanh hầu như khách hàng tỏ ra khá hài lòng chiếm tỉ lệ khoảng 31%.

Nhìn chung, các tỉ lệ trên thấy được các sản phẩm thẻ DEBIT tại ngân hàng số Timo đang phát triển theo chiều hướng tích cực mức độ hài lòng của khách đối với các sản phẩm thẻ Debit khá cao chỉ có một số vấn đề khách hàng tỏ ra không hài lòng song vẫn không đáng kể, có thể khắc phục được khi phát hiện sớm.

Mức độ hài lòng về dịch vụ tại ngân hàng số timo – Bảng V

BẢNG V
MỨC ĐỘ HÀI LÒNG CỦA HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ

| | Rất không hài lòng | Không hài lòng | Bình thường | Hài lòng | Rất hài lòng |
|--|--------------------|----------------|-------------|----------|--------------|
| Cách giải đáp thắc mắc của tổng đài Timo khi khách gặp sự cố. (H9) | 11,0% | 12,0% | 39,0% | 9,0% | 29,0% |
| Thái độ của nhân viên Timo khi tư vấn cho khách về thẻ Debit (H10) | 0,0% | 15,0% | 41,0% | 30,0% | 14,0% |
| Thái độ phục vụ của nhân viên coffee (H11) | 4,0% | 29,0% | 37,0% | 18,0% | 12,0% |
| Đồ ăn, thức uống tại Timo Hangout (H12) | 12,0% | 31,0% | 29,0% | 26,0% | 2,0% |
| Không gian tại Timo Hangout(H13) | 5,0% | 30,0% | 30,0% | 14,0% | 21,0% |

Về cách giải đáp thắc mắc của tổng đài Timo khi khách gặp sự cố (H9) khách hàng tỏ ra khá hài lòng về cách các nhân viên chăm sóc khách hàng qua

điện thoại, tỉ lệ rất hài lòng chiếm được 29% một tín hiệu đáng mừng cho một ngân hàng start-up như Timo, tuy nhiên con số 11% khách hàng nói

rằng rất không hài lòng về cách chăm sóc khách hàng ở tổng đài Timo, một con số cũng khá là đáng lưu ý tuy nhiên một cuộc thống kê nhỏ diễn ra ở Timo thấy rằng nguyên nhân dẫn đến khách hàng tỏ ra rất không hài lòng là do lỗi hệ thống khiến các nhân viên cũng không thể kiểm soát được, một nguyên nhân nhỏ xuất phát từ sự không thống nhất giữa các bộ phận điển hình là bộ phận Marketing và Operations.

Về chỉ tiêu H10 thái độ của nhân viên Timo khi tư vấn cho khách về thẻ Debit nhìn chung cũng khá ổn, tỉ lệ hài lòng chiếm tới 30%, một số khách hàng tỏ ra bình thường với cách phục vụ của nhân viên Timo khi tư vấn về sản phẩm thẻ Debit, cũng như hướng dẫn cho khách về cách sử dụng các giao dịch trên App Timo, một tín hiệu đáng mừng là không có khách hàng nào tỏ ra rất không hài lòng giữa thái độ tư vấn của các nhân viên, mặc khác một con số cũng khá phải quan tâm là 15% khách hàng tỏ ra không hài lòng đối với thái độ phục vụ của nhân viên Timo, theo một số khách hàng gần đây phàn nàn rằng một nhân viên tư vấn một lúc 3,

4 khách một lượt dẫn đến không làm nhanh được một số khách đến sau phải chờ rất lâu, tư vấn rất chung chung, hướng dẫn rất nhanh, khi khách hỏi lại thì tỏ ra khó chịu...

Các chỉ tiêu ở H11, H12, H13 nhìn chung thì khách hàng tỏ ra khá hài lòng, tuy nhiên ở chỉ tiêu H12 đồ ăn, thức uống tại Timo Hangout có 12% tỉ lệ khách hàng rất không hài lòng xuất phát từ nguyên nhân là do đồ ăn thức uống ở đây chưa được đa dạng phong phú, có sự chênh lệch về giá cả và chất lượng của thức uống.

Nhìn một cách tổng thể thì chất lượng phục vụ của Timo cho đến thời điểm hiện tại đang đi theo chiều hướng tốt chỉ có một vài điểm là chưa được hài lòng tuy nhiên có thể khắc phục và ngày càng hoàn thiện hơn.

VỀ VẤN ĐỀ PHÍ Ở TIMO

Kết quả khảo sát 100 người về vấn đề phải thu phí trong thời gian tới thì được kết quả như bảng VI:

BẢNG VI
MỨC ĐỘ SỬ DỤNG CÁC DỊCH VỤ Ở TIMO KHI THU PHÍ

Nếu Timo thu phí 2000VNĐ/giao dịch khi rút tiền mặt tại ATM kể cả ATM cùng hệ thống thì A/C vẫn tin dùng với ngân hàng số Timo chứ?

| | Tỉ lệ (%) |
|------------------------------|-----------|
| Vẫn dùng | 28,7 |
| Còn đang suy nghĩ | 30,7 |
| Chắc chắn không dùng nữa rồi | 39,6 |
| Tổng | 99,0 |

Nhìn chung ngân hàng số Timo nếu cân nhắc về vấn đề thu phí thì phải xem lại vì theo khảo sát ta thấy được tỉ lệ 39,6% khách hàng chắc chắn không dùng đến sản phẩm dịch vụ ở Timo nữa khi tương lai bắt đầu thu phí các giao dịch. Tuy nhiên, con số 28,7% khách hàng sẽ vẫn tin dùng ở Timo. Thật vậy, tuy ngân hàng được nhiều người tin chọn vì ở đây tất cả các loại phí được miễn hoàn toàn song ở đó các tính năng công nghệ được Timo trang bị khá hiện đại, thân thiện để sử dụng chính điều đó đã khiến khách hàng vẫn tin dùng ở Timo.

5. MỘT VÀI KHUYẾN NGHỊ

Nên có nhiều ưu đãi hơn nữa dành cho các thành viên Timo.

Phải khắc phục lỗi ATM tại Timo hangout một cách nhanh chóng hơn.

Tiếp tục duy trì những lợi ích miễn phí chuyển tiền, giao dịch tại ATM, không cần duy trì số dư hay không trừ phí thường niên. Nếu trong tương lai có triển khai việc thu phí thì phải ở mức chi phí tối ưu, tiết kiệm và hiệu quả với khách hàng.

Có hệ thống bảo mật an toàn hơn nữa để tạo niềm tin cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ trên App Timo, có thể bảo mật tốt hơn về hệ thống dấu vân tay.

Mở rộng nhiều chi nhánh hơn nữa, cho phép khách hàng đăng kí làm thẻ mà không cần phải có địa chỉ ở TP.HCM.

Cải thiện chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng bằng cách một tháng học về nghiệp vụ một lần để nâng cao khả năng nghiệp vụ ngân hàng.

Dịch vụ đi kèm với thẻ Timo phải nhiều hơn nữa đặt biệt phải liên kết với nhiều đơn vị bán hàng mua sắm mà gần gũi với khách hàng, nhiều máy nạp tiền hơn để thuận tiện cho việc giao dịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Thông tin từ website www.timo.vn.
- [2] <http://cafef.vn/fintech-la-gi-ma-lai-duoc-coi-la-cuoc-cach-mang-de-doa-he-thong-ngan-hang-toan-cau-20170320111931948.chn>
- [3] <http://cafef.vn/fintech.html.chn>
- [4] <https://infodoanhnghiep.com/thong-tin/Cong-Ty-TNHH-Li-festyle-Project-Management-Viet-Nam-93007.html>

Service quality of digital banking of Timo Vietnam - Ho Chi Minh City

Nguyen Thu Trang

Banking University of Ho Chi Minh City
Corresponding author: nguyenthithutrangdnhh@yahoo.com

Received: 17-9-2018; Accepted: 7-11-2018; Published: 24-11-2018.

Abstract—In the context of the strong development of science and technology in finance and banking, Fintech has emerged as the most important trend. Fintech (Financial Technology) can be divided into two categories. The first one includes customer service companies that provide technological tools to improve personal lending, money management and funding for start-ups. The second one includes “back-office” companies that offer technology for financial institutions. New-generation digital banking

Timo has increased the public awareness of Fintech through the application of Internet and technology in mobile banking. The paper presents an overview of digital banking of Timo and survey results of its services, thereby offering some suggestions to further develop this form of banking in the future.

Key words— Fintech; digital banking; Timo digital banking; service quality.