

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

**VĂN THỊ MINH KHAI**

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN**  
**TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN**  
**QUÂN ĐỘI CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH**

**Chuyên ngành : Tài chính – Ngân hàng**

**Mã số : 60.34.20**

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**Đà Nẵng – Năm 2012**

Công trình được hoàn thành tại

**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

**Người hướng dẫn khoa học: TS. ĐỖ NGỌC MỸ**

**Phản biện 1: PGS. TS. Nguyễn Thị Thanh Liêm**

**Phản biện 2: GS. TS. Dương Thị Bình Minh**

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp thạc sĩ Quản trị Kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng ngày 26 tháng 01 năm 2013

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Trung tâm thông tin - Học liệu, Đại học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học kinh tế, Đại học Đà Nẵng

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Hội nhập kinh tế quốc tế đã đặt ra cho các NHTM Việt Nam không ít thách thức. Để đứng vững trong môi trường cạnh tranh, các dịch vụ ngân hàng hiện đại đã được các NHTM hiện nay lựa chọn nhằm đáp ứng xu hướng phát triển lâu dài, bền vững, mà trong đó, thẻ thanh toán được coi là một bước đột phá, nhanh chóng trở thành phương tiện thanh toán phổ biến và được ưa chuộng nhất hiện nay.

Nắm bắt được nhu cầu của khách hàng, NHTMCP Quân Đội đã lần lượt triển khai nhiều loại sản phẩm thẻ, đẩy mạnh hàng loạt dịch vụ thẻ đi kèm. Tuy nhiên, hoạt động dịch vụ thẻ của NHTMCP Quân Đội CN Bình Định vẫn còn nhiều bất cập: Kết quả đạt được có tương xứng với tiềm năng? Sự tăng trưởng của dịch vụ thẻ những năm qua có đạt được sự cân bằng giữa số lượng và chất lượng không? Có đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng trong nền kinh tế?... Với những lý do như trên, việc nghiên cứu để đưa ra giải pháp nhằm đẩy mạnh phát triển dịch vụ thẻ thanh toán tại MB Bình Định một cách có cơ sở khoa học và thực tiễn là vô cùng cấp thiết. Vì lý do đó, tôi đã chọn đề tài ***“Phát triển dịch vụ thẻ thanh toán tại Ngân hàng thương mại cổ phần Quân Đội Chi nhánh Bình Định”*** làm nội dung nghiên cứu cho luận văn của mình.

### 2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa lý luận về phát triển dịch vụ thẻ thanh toán của NHTM.
- Phân tích, đánh giá đúng thực trạng phát triển dịch vụ thẻ thanh toán tại NHTMCP Quân Đội CN Bình Định.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ thẻ thanh

toán tại NHTMCP Quân Đội CN Bình Định.

### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

- **Đối tượng nghiên cứu:** Luận văn tập trung nghiên cứu những vấn đề lý luận về thẻ thanh toán; phát triển dịch vụ thẻ thanh toán; thực tiễn phát triển dịch vụ thẻ thanh toán tại MB Bình Định.

- **Phạm vi nghiên cứu:** Luận văn tập trung tìm hiểu và hệ thống hoá cơ sở lý luận về sự phát triển dịch vụ thẻ, thực chất là các dịch vụ tiện ích của các NHTM hiện đại với sự ứng dụng công nghệ thông tin, viễn thông.

Về không gian: Đề tài nghiên cứu được triển khai tại ngân hàng TMCP Quân Đội chi nhánh Bình Định

Về thời gian: Số liệu phục vụ cho việc nghiên cứu được thu thập từ năm 2007 đến năm 2011

### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Phương pháp phân tích và tổng hợp; Phương pháp thống kê; Phương pháp chuyên gia, điều tra, phỏng vấn; Phương pháp diễn dịch và quy nạp.

### **5. Kết cấu của luận văn**

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận văn được trình bày trong 3 chương:

**Chương 1:** Lý luận cơ bản về phát triển dịch vụ thẻ thanh toán tại NHTM.

**Chương 2:** Thực trạng phát triển dịch vụ thẻ thanh toán tại NHTMCP Quân Đội CN BĐ.

**Chương 3:** Giải pháp phát triển dịch vụ thẻ thanh toán tại NHTMCP Quân Đội CN BĐ.

### **6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu**

# CHƯƠNG 1

## LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

### 1.1 TỔNG QUAN VỀ THẺ THANH TOÁN NGÂN HÀNG

#### 1.1.1 Khái niệm thẻ thanh toán

Thẻ thanh toán là một phương tiện thanh toán điện tử do ngân hàng phát hành cho khách hàng, cho phép chủ thẻ sử dụng để thanh toán hàng hóa, dịch vụ hoặc rút tiền mặt trong phạm vi số tiền trên tài khoản của khách hàng hoặc trong hạn mức tín dụng của thẻ.

#### 1.1.2. Phân loại thẻ thanh toán

Tùy theo mục đích nghiên cứu và ứng dụng thẻ thanh toán có thể được phân loại theo các tiêu thức sau:

*a. Theo công nghệ sản xuất:* thẻ khắc chữ nổi, thẻ băng từ và thẻ chip

*b. Theo chủ thể phát hành thẻ:* thẻ do ngân hàng hay tổ chức phi tín dụng phát hành

*c. Theo hạn mức của thẻ:* thẻ chuẩn, thẻ vàng

*d. Theo tính chất thanh toán của thẻ:* thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, thẻ trả trước

*e. Theo phạm vi lãnh thổ:* thẻ nội địa, thẻ quốc tế

**1.1.3. Vai trò của thẻ thanh toán trong phát triển kinh tế xã hội**

*a. Đối với ngân hàng*

*b. Đối với chủ thẻ*

*c. Đối với ĐVCNT*

*d. Đối với nền kinh tế xã hội*

## **1.2. DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN CỦA NHTM**

### **1.2.1. Khái niệm dịch vụ thẻ thanh toán**

Dịch vụ thẻ thanh toán là sự phát triển cao của dịch vụ ngân hàng, trên cơ sở sự phát triển của khoa học công nghệ. Đây là loại hình dịch vụ ngân hàng cung cấp cho khách hàng nhằm giúp khách hàng có thể chi tiêu một cách thuận tiện, an toàn, chủ động mà không cần dùng đến tiền mặt. Đồng thời, dịch vụ thẻ giúp cho ngân hàng đa dạng hoá loại hình dịch vụ, gia tăng thu nhập cho ngân hàng, nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng trên thương trường.

### **1.2.2. Đặc điểm dịch vụ thẻ thanh toán**

### **1.2.3. Các sản phẩm dịch vụ thẻ thanh toán**

#### ***a. Các sản phẩm thẻ thanh toán***

#### ***b. Dịch vụ thẻ thanh toán***

## **1.3. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN TẠI NHTM**

### **1.3.1. Quan niệm về sự phát triển của dịch vụ thẻ thanh toán**

Phát triển dịch vụ thẻ thanh toán là sự tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ thẻ thanh toán và gia tăng tỉ trọng thu nhập từ các dịch vụ này trên tổng thu nhập của ngân hàng; nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ bảo đảm đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu đa dạng của khách hàng trên cơ sở kiểm soát rủi ro và gia tăng hiệu quả kinh doanh phù hợp với mục tiêu và chiến lược kinh doanh của ngân hàng trong từng thời kỳ.

### **1.3.2. Các tiêu chí phản ánh sự phát triển dịch vụ thẻ thanh toán của ngân hàng thương mại**

#### ***a. Các chỉ tiêu định tính***

- Tính đa dạng hóa của sản phẩm dịch vụ thẻ thanh toán và kênh cung cấp, phân phối sản phẩm.
- Mức độ tiện ích và những dịch vụ hỗ trợ đi kèm

- Nâng cao chất lượng dịch vụ thẻ thanh toán nhằm nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ thẻ.

- Mức độ an toàn, bảo mật và khả năng phòng chống rủi ro về kỹ thuật.

***b. Các chỉ tiêu định lượng***

- Quy mô cung ứng dịch vụ.
- Số lượng các sản phẩm dịch vụ thẻ thanh toán cung ứng và sự mở rộng danh mục sản phẩm qua các thời kỳ.

- Thị phần dịch vụ thẻ thanh toán của ngân hàng và tốc độ gia tăng thị phần.

- Sự phát triển của hệ thống ATM, ĐVCNT

**1.3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển dịch vụ thẻ thanh toán**

***a. Các nhân tố thuộc về ngân hàng***

***b. Các nhân tố thuộc về khách hàng***

***c. Các nhân tố thuộc về thuộc về môi trường bên ngoài***

## **KẾT LUẬN CHƯƠNG 1**

Trong chương một, luận văn đã giải quyết một số vấn đề cơ bản sau:

Khái quát những vấn đề lý luận cơ bản về dịch vụ thẻ thanh toán của NHTM.

Trình bày quan điểm và các điều kiện cần thiết cho việc phát triển dịch vụ thẻ thanh toán của NHTM.

Khái quát các nhân tố ảnh hưởng đến việc phát triển dịch vụ thẻ thanh toán của NHTM.

**CHƯƠNG 2**  
**THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ THANH**  
**TOÁN TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI**  
**CN BÌNH ĐỊNH**

**2.1. KHÁI QUÁT VỀ NHTMCP QUÂN ĐỘI CN BÌNH ĐỊNH**

**2.1.1. Lịch sử ra đời và phát triển NHTMCP Quân Đội**

*a. Sơ lược về quá trình hình thành và phát triển*

*b. Giới thiệu về NHTMCP Quân Đội CN Bình Định*

**2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ của NHTMCP QĐ BĐ**

**2.1.3. Kết quả hoạt động tại NHTMCP QĐ BĐ**

*a. Tình hình huy động vốn*

Huy động vốn trong 5 năm qua tăng trưởng tương đối cao, đặc biệt năm 2009 và 2010 từ 51,84% đến 58,70%, đáp ứng cơ bản các nhu cầu về vốn kinh doanh, đảm bảo thanh khoản trong mọi thời điểm, phục vụ tốt công tác tín dụng và đầu tư vốn cho nền kinh tế.

*b. Tình hình cho vay*

Dịch vụ tín dụng của ngân hàng tương đối phong phú, đại đa số dịch vụ đã nhắm đến đối tượng khách hàng cụ thể. Thị phần dư nợ chiếm xấp xỉ 5% tổng dư nợ của các NHTM trên địa bàn tỉnh. Dư nợ qua các năm đều có xu hướng tăng lên cho thấy quy mô hoạt động của ngân hàng đã có sự phát triển cả về số lượng lẫn chất lượng..

*c. Kết quả hoạt động kinh doanh*

Thu nhập của ngân hàng liên tục tăng qua các năm. Năm 2008 cũng là năm hoạt động ngân hàng trải qua những khó khăn không nhỏ. Tuy nhiên, với nỗ lực lớn, sau một năm thành lập, chi nhánh hoạt động bắt đầu có hiệu quả, lợi nhuận đã tăng mạnh trong năm 2010 và vẫn duy trì tốt ở năm 2011.



## **2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN TẠI NHTMCP QUÂN ĐỘI CN BÌNH ĐỊNH.**

### **2.2.1 Tình hình chung**

#### ***a. Sản phẩm thẻ và dịch vụ thẻ đang triển khai tại MB BĐ***

##### ***a.1. Sản phẩm thẻ thanh toán:***

- Thẻ ghi nợ nội địa: Thẻ ghi nợ MB bao gồm Thẻ Active Plus, Thẻ Sinh viên, Thẻ MBPrivate, Thẻ MBVIP, Thẻ Bank Plus.

- Thẻ tín dụng: MB Visa

- Thẻ trả trước: Thẻ trả trước NewPlus.

##### ***a.2. Dịch vụ thẻ thanh toán:***

- Dịch vụ máy rút tiền tự động ATM.

- Dịch vụ thanh toán hàng hoá dịch vụ tại các ĐVCNT.

- Dịch vụ tiết kiệm và thấu chi tài khoản.

- Dịch vụ Mobile banking.

- Dịch vụ Internet banking.

- Các dịch vụ hỗ trợ khác: như SMS banking, dịch vụ 24/24, dịch vụ bảo hiểm,...

#### ***b. Chất lượng dịch vụ thẻ***

Danh mục sản phẩm dịch vụ thẻ tại MB Bình Định ít đa dạng, độ tiện ích sử dụng cũng thấp hơn các Ngân hàng khác, khả năng đáp ứng nhu cầu cho khách hàng là chưa cao. Nhưng với nỗ lực nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ hiện có, phát triển một số dịch vụ mới, thời gian qua, MB đã cung cấp cho khách hàng thêm nhiều tiện ích mới của dịch vụ thẻ, thoả mãn được nhu cầu của khách hàng.

#### ***c. Rủi ro trong hoạt động dịch vụ thẻ tại Chi nhánh***

MB BĐ đã nghiêm túc thực hiện đúng quy trình tác nghiệp, nâng cấp đường truyền hệ thống, thường xuyên nâng cao trình độ cho cán bộ; không ngừng chấn chỉnh, nâng cao công tác quản trị rủi

ro tác nghiệp tại Chi nhánh, thực hiện nghiêm túc chế độ báo cáo, đánh giá, kiểm soát tốt các lỗi rủi ro tác nghiệp thường xuyên. Nhờ đó, đã hạn chế được lỗi do hành động sai thẩm quyền; lỗi thiết kế của sản phẩm; Sai sót trong quản lý các nhà cung cấp dịch vụ. Tuy nhiên, một số lỗi vẫn còn có dấu hiệu gia tăng: lỗi do gián đoạn hệ thống; Lỗi, sai sót khi nắm bắt thông tin, thực hiện và duy trì giao dịch, sai sót trong quản lý tài khoản, tài sản của khách hàng vẫn còn vượt ngưỡng cho phép của toàn hệ thống (2%);

### **2.2.2. Thực trạng dịch vụ thẻ thanh toán tại MB BD**

#### **a. Quy mô cung ứng dịch vụ**

- Doanh thu từ dịch vụ thẻ thanh toán của Chi nhánh tăng trưởng qua các năm. Năm đầu mới thành lập, doanh thu chỉ đạt 8,56 triệu đồng. Từ năm 2008 đến 2011, các hoạt động dịch vụ thẻ tăng đều làm khoản thu từ dịch vụ này cũng tăng. Đến năm 2011, doanh thu dịch vụ thẻ tăng lên 205,76 triệu đồng, chiếm 10,6% trong tổng thu dịch vụ của ngân hàng.

**Bảng 2.6. Thu nhập từ dịch vụ thẻ của MB BD**

<b>Kết quả HKKD</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
Tổng thu (tr.đồng)	74.914	66.323	110.356	173.847
<i>Trong đó: Thu DV</i>	722	817	1.224	1.942
Thu từ dịch vụ Thẻ	68	88	129,32	205,76
% Thu DV/ Tổng thu	0,96%	1,23%	1,11%	1,12%
%Thu DV thẻ/Tổng thu DV	9,42%	10,77%	10,57%	10,60%

(Nguồn: NHTMCP Quân Đội CN Bình Định)

- Tỷ trọng thu nhập: doanh thu từ dịch vụ thẻ có tăng qua các năm, tuy nhiên, tỷ trọng thu nhập từ dịch vụ thẻ trên tổng thu nhập của ngân hàng biến động không đáng kể, chiếm 10,60% trên

tổng thu dịch vụ trong năm 2011. Thu từ dịch vụ thẻ còn chiếm tỷ lệ thấp trong tổng thu. Qua thực trạng trên cho thấy tỷ trọng thu từ hoạt động dịch vụ thẻ của MB BĐ còn thấp, điều đó là tín hiệu cảnh báo và cũng là động lực để MB BĐ đầu tư, nghiên cứu phát triển dịch vụ này trong thời gian đến.

- Số lượng khách hàng tham gia dịch vụ thẻ tại Chi nhánh cũng không ngừng gia tăng.

Năm 2007, với chính sách ưu đãi trong hoạt động thẻ nhằm thu hút khách hàng, chi nhánh phát hành được 1.120 thẻ ATM. Năm 2008 số lượng chủ thẻ tăng lên 2.225; tăng gần gấp 2 lần so với năm 2007. Vẫn duy trì chính sách ưu đãi trong phát hành: mở thẻ miễn phí cho đối tượng là cán bộ công nhân viên thực hiện trả lương qua thẻ; Do thị trường thẻ đang dần bão hòa, đến năm 2011, số lượng chủ thẻ tham gia mới không thay đổi nhiều qua các năm, báo hiệu sự khó khăn của các ngân hàng trong tương lai.

### ***b. Tình hình phát hành thẻ của MB Bình Định***

**Bảng 2.9. Tình hình phát hành thẻ thanh toán của MB BĐ**

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
SL phát hành thẻ nội địa (thẻ)	2.225	2.492	2.363	3.007
SL phát hành thẻ TDQT (thẻ)	0	0	0	95
NV huy động từ TK thẻ	1.922	3.209	4.731	6.893

*(Nguồn: NHTMCP Quân Đội CN Bình Định)*

Năm 2008 số lượng thẻ MB Bình Định phát hành tăng nhanh do hoạt động dịch vụ trả lương qua tài khoản tại MB BĐ tăng mạnh. Năm 2011, số lượng thẻ ghi nợ phát hành của Chi nhánh tăng so với năm trước chủ yếu là thẻ Bank plus. Số lượng thẻ phát hành tăng qua các năm cải thiện thị phần thẻ của ngân hàng MB so với các ngân

hàng khác trên địa bàn, số lượng khách hàng ưa dùng sản phẩm thẻ của MB ngày càng tăng. Thẻ trở thành kênh huy động vốn với chi phí thấp đối với ngân hàng. Điều đó thể hiện ở số dư tiền gửi tăng cùng với việc tăng số lượng thẻ phát hành, đem lại nguồn vốn không nhỏ cho ngân hàng, phục vụ cho hoạt động kinh doanh.

**c. Tình hình hoạt động thanh toán thẻ của MB Bình Định**

**Bảng 2.11. Tình hình giao dịch thẻ của MB Bình Định**

<b>Năm</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
DS rút tiền tại ATM (triệu VNĐ)	29.637	34.540	38.512	56.706
Số lượt giao dịch rút tiền	31.444	37.949	39.236	45.168
DS thanh toán CK thẻ (triệu VNĐ)	0	729	1.706	3.778
Số lượt giao dịch CK thẻ	0	265	568	942

(Nguồn: NHTMCP Quân Đội CN Bình Định)

Giao dịch thẻ qua các năm tăng còn thể hiện uy tín của ngân hàng trong hoạt động thanh toán, khách hàng yên tâm và hài lòng với dịch vụ thẻ của ngân hàng. Có thể nhận thấy giá trị giao dịch tuy có tăng đều qua các năm, song tỉ lệ các giao dịch rút tiền mặt tại ATM để chi tiêu còn chiếm tỉ lệ khá lớn.

Cùng với việc phát triển các sản phẩm thẻ, MB Bình Định đang tiếp tục mở rộng hệ thống kênh phân phối bằng cách tăng thêm số lượng máy ATM, ĐVCNT.

Hiện nay, số lượng máy ATM của ngân hàng MB được triển khai lắp đặt tại hầu hết các tỉnh, thành phố trên khắp cả nước, đáp ứng nhu cầu sử dụng thẻ của khách hàng mọi lúc, mọi nơi. Đến năm 2011, tổng số máy ATM được MB lắp đặt đạt 390 máy, trong đó MB BĐ có 8 máy, chiếm gần 5% tổng số máy ATM trên địa bàn tỉnh.

Sau nhiều nỗ lực Marketing và khai thác khách hàng, MB đã ký hợp đồng với 13 ĐVCNT. Mạng lưới với 13 điểm trên địa bàn tỉnh như thế là quá mỏng, bởi MB chỉ là đại lý thanh toán thông qua ngân hàng VCB, phí dịch vụ thu được phải chia bớt cho cả ngân hàng VCB và MB Hội sở, phần thực tế CN nhận được rất thấp. Do đó, CN chưa tích cực mở rộng dịch vụ này đến với các đối tác truyền thống. Trong con số này chỉ có 50% ĐCNVT là có doanh số hoạt động thường xuyên, nên doanh số ứng tiền mặt từ thẻ tại các điểm ứng tiền mặt không cao.

Ngoài ra, việc mở rộng liên minh liên kết các ngân hàng, giúp MB mở rộng được phạm vi khách hàng và tận dụng được lợi thế về cơ sở hạ tầng của các thành viên khác trong hệ thống Banknetvn-Smartlink.

### **2.2.3. Thực trạng nâng cao chất lượng dịch vụ thẻ thanh toán tại MB BD**

Nỗ lực nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm làm tăng độ hài lòng của khách hàng, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, tạo sự gắn bó lâu dài của khách hàng. Đồng thời, chất lượng của đội ngũ nhân viên không ngừng nâng cao, đảm bảo cung cấp dịch vụ đến khách hàng một cách nhanh chóng, an toàn, thuận tiện.

## **2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ SỰ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN TẠI NHTMCP QUÂN ĐỘI CN BÌNH ĐỊNH**

### **2.3.1. Kết quả đạt được**

Thứ nhất, chủ động khai thác, phát triển các dòng sản phẩm thẻ đa dạng và kiểm soát tốt dịch vụ thẻ, hạn chế rủi ro, doanh số thẻ phát hành và thanh toán tăng trưởng qua các năm.

Thứ hai, góp phần tăng nguồn vốn huy động của ngân hàng.

Thứ ba, mở rộng mạng lưới thanh toán.

Thứ tư, thành công của liên minh thẻ trong nước giúp MB Bình Định có thể khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên chung, góp phần tiết kiệm chi phí lắp đặt thêm các thiết bị.

Thứ năm, việc liên kết làm đại lý, liên kết thanh toán giúp MB Bình Định đa dạng hoá sản phẩm, tăng thêm thu nhập, bán chéo sản phẩm.

Thứ sáu, trở thành thành viên của Tổ chức quốc tế Visa International, Master Card.

### **2.3.2 Hạn chế**

#### ***a. Về chức năng, tiện ích và chất lượng dịch vụ***

Chất lượng sản phẩm dịch vụ thẻ vẫn chưa phát triển đồng bộ, số lượng dịch vụ còn nghèo nàn, chất lượng và tiện ích dịch vụ chưa cao, chưa đáp ứng đầy đủ, kịp thời nhu cầu của khách hàng.

Hệ thống mạng và đường truyền nhiều khi chưa ổn định để đảm bảo sự hoạt động thông suốt của hệ thống.

Việc nâng cấp hệ thống chưa có kế hoạch và nặng về giải pháp tình thế khiến cho nhiều khi hoạt động máy ATM bị gián đoạn.

#### ***b. Hạn chế về mạng lưới và kênh phân phối***

Số lượng máy ATM và ĐVCNT còn ít, việc triển khai mạng lưới ĐVCNT còn chậm, loại hình không đa dạng. Một số máy ATM chưa phát huy hết hiệu quả do công tác bảo trì, bảo dưỡng máy chưa được chú trọng thực hiện.

#### ***c. Tính chuyên nghiệp trong triển khai sản phẩm dịch vụ thẻ chưa cao***

Cơ chế quản lý điều hành trong việc cung cấp các sản phẩm dịch vụ thẻ thanh toán của Chi nhánh vẫn còn nhiều bất cập. Chưa có bộ phận chuyên trách nghiên cứu phát triển sản phẩm và cung cấp

dịch vụ thẻ thanh toán, chưa có chương trình quản lý theo dõi doanh số và thu nhập của từng sản phẩm dịch vụ.

***d. Tư duy, nhận thức của cán bộ nhân viên còn bất cập***

Hiểu biết về sản phẩm mới một cách đầy đủ và có hệ thống chưa nhiều, cộng với việc triển khai sản phẩm dịch vụ mới không thể cho hiệu quả tức thì nên dẫn đến tâm lý ngại triển khai, ứng dụng sản phẩm mới.

***e. Một số hạn chế khác***

Chưa tuân thủ tốt các quy trình kỹ thuật, nhiệm vụ.

Ngân hàng cũng chưa có quỹ dự phòng rủi ro cho hoạt động phát hành và thanh toán thẻ.

Tại các ĐVCNT, tâm lý người bán hàng vẫn muốn sử dụng tiền mặt thanh toán tránh rủi ro thẻ có thể xảy ra..

**2.3.3. Nguyên nhân của những hạn chế**

***a. Chính sách khách hàng của MB Bình Định còn nhiều bất cập***

Chính sách khách hàng của MB Bình Định còn nhiều bất cập và chưa có sự đồng bộ giữa các đối tượng khách hàng sử dụng các loại hình dịch vụ truyền thống với các đối tượng khách hàng sử dụng dịch vụ hiện đại; chưa có chính sách khuyến khích các ĐVCNT trong các loại hình dịch vụ khác ngoài việc có giảm phí cho các ĐVCNT... MB mới chỉ tập trung vào việc phát triển về số lượng chưa thực sự tập trung nâng cao chất lượng sản phẩm.

***b. Công tác tuyên truyền, quảng bá, tiếp thị còn nhiều hạn chế***

MB Bình Định cũng chưa chú trọng đúng mức trong quảng bá, tiếp thị sản phẩm. Chưa có chính sách khách hàng cụ thể cho từng đối tượng khách hàng.

***c. Hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin chưa đáp ứng yêu cầu***

Nhu cầu phát triển dịch vụ thẻ ngày càng tăng mà chưa có sự đầu tư nâng cấp đường truyền đúng mức để đảm bảo không gây gián đoạn giao dịch.

***d. Chất lượng nguồn nhân lực còn chưa cao***

So với yêu cầu, nhân sự tại Chi nhánh không chỉ thiếu về số lượng mà còn chưa đảm bảo yêu cầu về chất lượng, làm ảnh hưởng tới chất lượng việc triển khai dịch vụ thẻ tại MB BD.

Một nguyên nhân nữa là thời gian quá trình phát triển dịch vụ thẻ của MB chưa lâu, kinh nghiệm chuyên môn, kỹ thuật nghiệp vụ và chất lượng sản phẩm chưa đạt được yêu cầu như mong muốn.

***e. Thói quen sử dụng tiền mặt của người dân vẫn còn cao***

Lượng tiền mặt trong lưu thông còn chiếm tỷ trọng cao, nhiều khoản thu nhập thiếu sự minh bạch, lẫn tránh việc cơ quan kiểm soát.

## **KẾT LUẬN CHƯƠNG 2**

Việc phân tích thực trạng phát triển dịch vụ thẻ thanh toán đã khắc họa bức tranh toàn cảnh về hoạt động cung ứng dịch vụ thẻ thanh toán của NHTMCP Quân Đội CN Bình Định. Luận văn đã đánh giá những kết quả mà NHMCP Quân Đội CN Bình Định đạt được trong việc triển khai dịch vụ thẻ thanh toán, đồng thời chỉ ra những nhân tố chính ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động này. Với những khó khăn gặp phải khi triển khai dịch vụ thẻ thanh toán tại Ngân hàng TMCP Quân Đội Chi nhánh Bình Định như hiện nay thì việc thay đổi và khắc phục đòi hỏi cả một quá trình về thời gian, về nhận thức rộng rãi, về nguồn lực và môi trường triển khai.



### CHƯƠNG 3

## GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI CN BÌNH ĐỊNH

### 3.1. MỘT VÀI CĂN CỨ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

#### 3.1.1. Xu hướng phát triển dịch vụ thẻ ở Việt Nam trong những năm tới

Một trong những định hướng quan trọng của Chính phủ về việc phát triển phương thức TTKDTM là triển khai Đề án TTKDTM với các giải pháp đồng bộ giúp tạo cơ sở pháp lý cho hoạt động TTKDTM ở Việt Nam trong thời gian tới.

Việt Nam với nền kinh tế tăng trưởng nhanh, ổn định trong nhiều năm; dân số đông, cơ cấu dân số trẻ cùng với việc mở cửa hội nhập ngày càng sâu vào nền kinh tế khu vực và thế giới; sự phát triển bùng nổ của hệ thống ngân hàng và thị trường vốn; tỷ lệ thanh toán bằng tiền mặt có xu hướng ngày càng giảm... tất cả các yếu tố trên là tiền đề cho sự tiếp tục bùng nổ của thị trường thẻ Việt Nam trong thời gian tới.

Với những tiềm năng lớn về điều kiện tự nhiên, xã hội chính là những cơ sở đảm bảo cho sự phát triển và hiện đại hóa nền kinh tế. Thêm vào đó, đặc điểm về dân cư, phong tục tập quán và các điều kiện khác cũng có nhiều điểm thuận lợi có thể phát triển dịch vụ thẻ.

#### 3.1.2 Những cơ hội và thách thức

##### *a. Những cơ hội*

NH có được uy tín trên thị trường, niềm tin nơi khách hàng.

Địa điểm đặt trụ sở, chi nhánh, phòng giao dịch có nhiều thuận lợi như gần nhiều cơ quan, trường học, dân cư đông đúc.

Thu nhập và trình độ dân cư ngày càng cao nên nhu cầu về các dịch vụ hiện đại, tiện ích như dịch vụ thẻ tăng lên nhanh chóng.

Được sự quan tâm hỗ trợ của NHTMCP Quân Đội, chi nhánh đã có một nguồn vốn và đặc biệt là công nghệ khá hiện đại, đây là điều kiện để ngân hàng phát triển dịch vụ thẻ.

### ***b. Những thách thức***

Nền kinh tế Việt Nam đang chịu tác động của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái toàn cầu, lạm phát trong nước làm ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Ngân hàng phải chịu áp lực cạnh tranh gay gắt từ các ngân hàng khác trên địa bàn.

Các kênh đầu tư khác như vàng, bất động sản, chứng khoán có xu hướng ngày càng tăng.

Lượng nhân viên có trình độ trình độ chuyên môn cao còn nhiều hạn chế.

Ngân hàng đã triển khai nhiều chính sách khuyến mại, chính sách khách hàng nhưng thực sự chưa được đầu tư đúng mức.

### **3.1.3. Định hướng và mục tiêu phát triển dịch vụ thẻ thanh toán của NHTMCP Quân Đội CN Bình Định trong những năm tới**

MB Bình Định đã kiên trì thực hiện đúng định hướng của Hội đồng quản trị và Ban tổng giám đốc NHTMCP Quân Đội, mục tiêu định hướng phát triển của MB không nằm ngoài mục tiêu chung của ngành ngân hàng Việt Nam. Qua đó, MB đã từng bước định hướng hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ thanh toán như sau:

- Đa dạng hoá các sản phẩm, tăng cường tiện ích của thẻ, nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, đáp ứng tối đa nhu cầu khách hàng. Tiếp tục nghiên cứu tìm kiếm đối tác và xây dựng hệ thống sản

phẩm mới, hiện đại, phù hợp hơn với đặc trưng nhu cầu của khách hàng tiềm năng.

- Khi nghiên cứu đưa ra các sản phẩm dịch vụ mới thì MB cũng đưa ra giải pháp đồng bộ xúc tiến khách hàng. Tiếp tục đẩy mạnh công tác tuyên truyền, khuyến khích, quảng bá sản phẩm dịch vụ đến đông đảo người dân.

- Đặc biệt coi trọng dịch vụ sau bán hàng. Củng cố khách hàng truyền thống, chủ động khai thác các thị trường và khách hàng tiềm năng. Xây dựng và khẳng định thương hiệu dịch vụ thẻ MB trên thương trường và khu vực.

- Tăng cường đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng và cải tiến công nghệ, đáp ứng ngày càng tốt hơn những yêu cầu của khách hàng.

- Tăng cường hợp tác, liên doanh liên kết với các đối tác trong nước và khu vực thông qua hình thức tận dụng ngoại lực và liên doanh thẻ.

- Phát triển dịch vụ thẻ theo tiêu chuẩn chất lượng quốc tế.

### **3.2. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ THANH TOÁN TẠI NHTMCP QUÂN ĐỘI CN BÌNH ĐỊNH**

#### **3.2.1 Các giải pháp phát triển quy mô dịch vụ thẻ**

##### ***a. Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ thẻ thanh toán***

##### ***Đa dạng hoá sản phẩm thẻ***

Xác định thẻ ghi nợ nội địa là sản phẩm chủ lực, đem lại nguồn thu phí dịch vụ lớn và nguồn vốn huy động tiền gửi không kì hạn ổn định với lãi suất thấp.

Bên cạnh các thương hiệu Visa, MasterCard, cần tập trung triển khai kết nối với các tổ chức thẻ quốc tế khác như CUP, JCB, Dinner Club, Amex.

MB Bình Định tiếp tục phối hợp với Công ty Tân Cảng Miền

Trung trong việc phát triển sản phẩm Thẻ trả trước NewPlus dùng để thanh toán phí dịch vụ logistics tại cảng Quy Nhơn.

Nhanh chóng triển khai và đưa vào thị trường Bình Định sản phẩm MB Private, Thẻ sinh viên. Đẩy mạnh hơn nữa sản phẩm Thẻ MB VIP đến khách hàng tiềm năng.

#### *Đa dạng hóa dịch vụ thẻ*

Tiếp tục nghiên cứu bổ sung thêm các chức năng, tiện ích và giá trị gia tăng cho chủ thẻ: vắn tin dư nợ thẻ tín dụng, thông báo biến động số dư nợ thẻ. Phát triển thêm các tính năng khác đối với dòng thẻ liên kết, phát triển tính năng thấu chi đối với thẻ ghi nợ nội địa. Nghiên cứu, triển khai các chức năng, tiện ích mới ưu việt để tạo sự khác biệt, sớm đưa chức năng thu đổi ngoại tệ; nộp tiền vào tài khoản tại ATM vào ứng dụng.

Ứng dụng hệ thống WebATM, cho phép kết nối ATM trên web không bao gồm rút tiền mặt. Đây là sản phẩm mang lại nhiều lợi ích cho khách hàng, đầu đọc thẻ chip gắn vào USB của máy tính cá nhân tìm dễ dàng trên thị trường, rẻ, tiết kiệm.

Bổ sung chức năng chuyển tiền liên ngân hàng tại ATM áp dụng trong toàn hệ thống chức năng chuyển tiền liên ngân hàng và chuyển tiền giữa các thẻ cùng loại tại ATM.

Triển khai hệ thống thẻ Chip: với tính năng xử lí, lưu trữ thông tin, xử lí mã hoá thông tin đầu vào và đầu ra. Cùng với các ứng dụng, các khóa bảo mật số liệu về chủ thẻ, Từ đó, triển khai nhiều dịch vụ giá trị gia tăng trên thẻ Chip, đảm bảo khả năng cạnh tranh về sản phẩm dịch vụ.

Tiếp tục hoàn thiện dịch vụ Mobile Banking, Internet Banking hiện có, gia tăng các dịch vụ khác như mở rộng kết nối với các website thương mại điện tử của các thương hiệu uy tín; Mở rộng

dịch vụ thanh toán hoá đơn trả sau cho các mạng viễn thông Viettel, Mobifone...; Phát triển thêm tính năng như thanh toán qua SMS Banking cả những hàng hóa, dịch vụ có giá trị lớn. Cần triển khai thêm một số dịch vụ như ngân hàng tại nhà (Home Banking)...

Sớm triển khai dịch vụ Phone Banking, CN có thể triển khai đường dây nóng, bố trí cán bộ luân phiên trực hotline nhằm tư vấn giải đáp phục vụ các nhu cầu khách hàng trong khi chưa trang bị hệ thống Contact Center tại MB BĐ.

### ***b. Chú trọng đầu tư và phát triển mạng lưới và kênh phân phối***

Nâng cao năng lực xử lý của hệ thống, mở rộng mạng lưới giao dịch, nâng cao chất lượng phục vụ và dịch vụ, nhất là bảo đảm an ninh, an toàn cho người sử dụng dịch vụ.

Việc liên kết hợp tác chặt chẽ với các TCTQT là một đòi hỏi cấp bách, giúp MB học hỏi được kinh nghiệm quản lý, chuyển giao công nghệ và nâng cao trình độ cán bộ. Nâng cao khả năng mở rộng hoạt động phát hành thẻ ra thế giới cũng như khả năng chấp nhận thanh toán thẻ của các TCTQT.

## **3.2.2 Các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ thẻ**

### ***a. Nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ***

Hoàn thiện và nâng cao chất lượng, mức độ tiện ích của những sản phẩm đang cung cấp, triển khai thêm một số sản phẩm, dịch vụ thẻ mới nhằm thỏa mãn được ngày càng nhiều hơn và cao hơn nhu cầu của khách hàng.

Triển khai thực hiện dự án Contact Center để hỗ trợ khách hàng nhanh chóng, kịp thời, chuyên nghiệp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ và nâng cao năng suất lao động cho nhân viên trong việc hỗ trợ khách hàng.

Thực hiện bảo trì tập trung máy ATM trong toàn hệ thống để nâng cao hiệu suất sử dụng của máy móc, tăng khả năng hài lòng của khách hàng khi thực hiện giao dịch.

Đảm bảo hệ thống máy chủ, CoreBank, Switching và phần mềm quản lý thẻ hoạt động ổn định. Đây là điều kiện vô cùng quan trọng, không thể thiếu để triển khai thành công nghiệp vụ thẻ, nâng cao chất lượng dịch vụ đáp ứng yêu cầu của khách hàng.

Thường xuyên tổ chức hướng dẫn sử dụng thẻ và giải đáp thắc mắc cho khách hàng, Đảm bảo hệ thống máy ATM luôn vận hành tốt. Hệ thống mạng và đường truyền ổn định đảm bảo sự hoạt động thông suốt của hệ thống

### ***b. Đẩy mạnh hoạt động quản lý và chăm sóc khách hàng***

*Hoàn thiện chính sách khách hàng trên cơ sở phù hợp với từng đối tượng khách hàng:* Nhu cầu mong muốn và cách thức sử dụng sản phẩm dịch vụ của khách hàng là yếu tố quyết định cả về số lượng, kết cấu chất lượng sản phẩm dịch vụ mà các NHTM cung cấp trên thị trường. MB BĐ cần thiết củng cố và hoàn thiện chính sách khách hàng để từng bước chiếm lĩnh thị trường và mở rộng thị phần.

*Xây dựng tiêu chuẩn trong dịch vụ khách hàng:* Tăng cường tính chuyên nghiệp trong cung cấp dịch vụ cũng là yếu tố quan trọng để phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại trong điều kiện cạnh tranh, hội nhập.

### ***c. Tạo thuận tiện tối đa cho khách hàng*** thông qua việc

Cải tiến môi trường phục vụ: thiết kế quầy giao dịch đảm bảo thẩm mỹ, khoa học và lịch sự; chú trọng công tác tiếp đón, hướng dẫn khách hàng; Giảm thiểu thời gian chờ đợi giao dịch.

Đa dạng hoá phương thức giao dịch như giao dịch qua điện thoại, qua Internet, qua các ATM...

### **3.2.3 Các giải pháp tăng cường hoạt động phòng chống rủi ro**

Nghiên cứu, áp dụng một tiêu chuẩn chung về vị trí đặt máy, cách bố trí đường dây mạng, tránh sự lợi dụng của kẻ gian.

Tuân thủ chặt chẽ các quy định của tổ chức thẻ quốc tế về thủ tục phát hành, thanh toán và quản lý và kiểm soát rủi ro.

Sử dụng tốt các công cụ hỗ trợ kiểm soát rủi ro như lắp đặt và bảo trì các thiết bị an ninh tại các nơi chấp nhận thẻ.

Chú trọng hướng dẫn các nghiệp vụ thanh toán thẻ đối với các ĐVCNT, đặc biệt là cách nhận dạng thẻ giả mạo.

Để giảm rủi ro từ phía khách hàng, cần quán triệt cho khách hàng ý thức tự bảo vệ thông tin thẻ của mình.

Mua bảo hiểm cho các nghiệp vụ thẻ hoặc trích lập dự phòng rủi ro để bù đắp cho các rủi ro phát sinh từ nghiệp vụ thẻ.

### **3.2.4 Các giải pháp hỗ trợ**

- *Giải pháp về công nghệ, phát triển hạ tầng cơ sở*

Tăng cường mở rộng mạng lưới ATM, ĐVCNT nhằm gia tăng doanh số thanh toán thẻ. Đảm bảo hệ thống máy chủ, CoreBank, Switching và phần mềm quản lý thẻ hoạt động ổn định.

- *Giải pháp về quản lý*

Thứ nhất, giao chỉ tiêu phát triển sản phẩm dịch vụ

Thứ hai, coi trọng công tác kiểm tra, kiểm soát, thường xuyên thực hiện kiểm tra, giám sát đảm bảo an toàn hệ thống và chấp hành đúng quy trình kỹ thuật, nghiệp vụ.

Thứ ba, đánh giá phản hồi của khách hàng, tổ chức đánh giá hiệu quả và mức độ hài lòng của khách hàng đối với từng sản phẩm dịch vụ đã triển khai, khắc phục những mặt hạn chế của sản phẩm

dịch vụ để và tăng tính hài lòng của khách hàng, tăng tính cạnh tranh cho sản phẩm.

- *Giải pháp về nguồn nhân lực*

*Thứ nhất*, tăng cường công tác đào tạo và đào tạo lại; mọi cán bộ nhân viên am hiểu rõ sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

*Thứ hai*, chính sách đãi ngộ theo riêng của MB, sử dụng đúng người, đúng việc, với chính sách thu nhập hấp dẫn, phù hợp. Cũng như xây dựng tiến trình nghề nghiệp rõ ràng để nhân viên có thể định hướng nghề nghiệp trong tương lai một cách phù hợp.

- *Đẩy mạnh công tác marketing, nghiên cứu thị trường*

Cần phải hoàn thiện hệ thống thu thập và xử lý thông tin. Đầu tư nhân lực có năng lực, trình độ am hiểu thị trường, có khả năng phân tích, đánh giá và xử lý thông tin một cách nhanh chóng, chính xác để khai thác triệt để các thông tin thu thập được.

*Mở rộng các kênh phân phối khác nhau*

- Cần đẩy mạnh hoạt động tiếp thị việc phát triển dịch vụ đến từng nhân viên. Mỗi cán bộ nhân viên phải là một tuyên truyền viên, giới thiệu đến khách một cách hiệu quả nhất.

- Thông qua hệ thống mạng lưới phân phối nhằm tổ chức giới thiệu các sản phẩm dịch vụ của MB, tăng cường công tác quảng cáo, chỉnh trang hình ảnh tại các điểm đặt máy ATM và POS.

- Thông qua công tác tổ chức Hội thảo, Hội nghị khách hàng để giới thiệu các sản phẩm ngân hàng nhằm nâng cao nhận thức, thay đổi thói quen sử dụng tiền mặt. Đồng thời lắng nghe những ý kiến và những vấn đề khách hàng còn gặp khó khăn trong việc sử dụng dịch vụ Ngân hàng, từ đó có hướng hoàn thiện và phát triển dịch vụ.

- Thông qua các phương tiện truyền thông và thông qua các hoạt động khác: như phát tờ rơi hay hoạt động từ thiện xã hội, trao học



bổnng cho các sinh viên nghèo, xây nhà tình thương, ủng hộ người nghèo, nâng cao hình ảnh của MB nói chung trong tâm trí người tiêu dùng và người dân nói chung.

### **3.3 KIẾN NGHỊ**

**3.3.1 Kiến nghị với Chính phủ và các cơ quan chức năng**

**3.3.1 Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước**

**3.3.1 Kiến nghị với NHTMCP Quân Đội**

## **KẾT LUẬN CHƯƠNG 3**

Trong xu thế hội nhập đã mở ra cho dịch vụ thẻ nhiều cơ hội nhưng cũng không ít thách thức đối với các NHTM. Đây sẽ là vũ khí cạnh tranh tốt nhất của NH do các ưu thế vượt trội mà dịch vụ thẻ mang lại.

Với chương ba, luận văn đã tổng hợp mục tiêu phát triển dịch vụ thẻ thanh toán của Ngân hàng TMCP Quân Đội, kết hợp với những nhân tố thuận lợi và khó khăn trong hoạt động cung ứng dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Quân Đội Chi nhánh Bình Định. Từ đó, luận văn đã đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển các dịch vụ thẻ thanh toán cho ngân hàng.

## KẾT LUẬN

Đầu tư vào thị trường thẻ là một định hướng và xu thế tất yếu của các NHTM trong nền kinh tế hiện đại. Những năm qua, cùng với quá trình phát triển, hội nhập kinh tế quốc tế, các NH đã đẩy mạnh hoạt động dịch vụ ngân hàng hiện đại, trong đó có dịch vụ thẻ.

Hoà cùng xu thế của thời đại, Ngân hàng Quân Đội đã gia nhập vào thị trường thẻ Việt Nam. Do tham gia muộn, nên MB hiện mới đang ở giai đoạn đầu của việc triển khai hoạt động cung ứng dịch vụ thẻ.

Trên cơ sở sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu, luận văn đã giải quyết được một số vấn đề cơ bản sau:

Một là, tổng hợp, hệ thống hóa một số vấn đề cơ bản về thẻ thanh toán, dịch vụ thẻ thanh toán, nhận thấy những ưu điểm và sự cần thiết phải phát triển dịch vụ thẻ trong xu thế hiện nay.

Hai là, nghiên cứu một cách có hệ thống tình hình hoạt động dịch vụ thẻ thanh toán tại NHTMCP Quân Đội CN Bình Định. Qua đó, nhìn thấy những thuận lợi, khó khăn cũng như những thành công, hạn chế để có những định hướng đúng đắn cho việc phát triển và ngày càng hoàn thiện hơn dịch vụ thẻ tại ngân hàng.

Ba là, dựa trên cơ sở vận dụng lý thuyết cũng như kết quả phân tích, đánh giá thực trạng dịch vụ thẻ tại đơn vị, kết hợp với những cơ hội và thách thức hiện tại, từ đó luận văn đã đề xuất các giải pháp có tính chất khả thi với điều kiện hiện nay để phát triển dịch vụ thẻ thanh toán tại NHTMCP Quân Đội Chi nhánh Bình Định.

Bốn là, đề xuất các kiến nghị đối với cơ quan hữu quan nhằm tạo điều kiện tốt nhất để phát triển dịch vụ thẻ thanh toán tại Việt Nam nói chung, tại NHTMCP Quân Đội nói riêng.