

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

VÕ VĂN KHÁNH

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TẠI NGÂN HÀNG
TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM,
CHI NHÁNH HẢI VÂN**

**Chuyên ngành : Tài chính – Ngân hàng
Mã số : 60.34.20**

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

Đà Nẵng - Năm 2014

**Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. VÕ THỊ THÚY ANH

Phản biện 1: PGS.TS. Trần Đình Khôi Nguyên

Phản biện 2: TS. Phạm Long

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 vào ngày 29 tháng 9 năm 2014.

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

Hiện nay, với sự xuất hiện thẻ thanh toán đã làm thay đổi cách chi tiêu, thanh toán của cộng đồng xã hội. Với các đặc tính vốn có và các tiện ích mà nó mang lại dịch vụ thẻ đang từng bước thu hút được sự quan tâm của người dân. Điều đó sẽ tạo ra những khoản lợi nhuận cho các ngân hàng thương mại khi tham gia phát hành và thanh toán thẻ. Nắm bắt được cơ hội này, ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt nam – Chi nhánh Hải Vân đang từng bước triển khai để đưa dịch vụ thẻ là một trong những lĩnh vực kinh doanh nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh của mình trong thị trường đang có sự phát triển rất nhanh này. Do vậy, việc tìm ra các giải pháp cả về cơ sở vật chất, kỹ thuật, công nghệ, đào tạo nhân lực,... nhằm phát triển dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt nam – Chi nhánh Hải Vân là rất quan trọng. Đó là lý do tôi chọn đề tài “phát triển dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt nam – Chi nhánh Hải Vân” làm đề tài luận văn thạc sĩ của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Luận văn nghiên cứu 3 vấn đề cơ bản sau:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ thẻ tại các ngân hàng thương mại.

- Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt nam – Chi nhánh Hải Vân .

- Đề xuất các giải pháp nhằm phát triển vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt nam- Chi nhánh Hải Vân.

3. Câu hỏi nghiên cứu

- Mục tiêu phát triển dịch vụ thẻ tại các ngân hàng thương mại là gì? Để thực hiện được các mục tiêu trong phát triển dịch vụ thẻ thì ngân hàng thương mại đề ra những chiến lược nào? Có thể sử dụng

những tiêu chí nào để đánh giá kết quả phát triển dịch vụ thẻ của NHTM?

- Việc phát triển dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam- Chi nhánh Hải Vân có những mặt tích cực, tiêu cực gì? Do những nguyên nhân nào gây ra?

- Để dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam- Chi nhánh Hải Vân đáp ứng được các mục tiêu phát triển đề ra trong giai đoạn hiện nay thì cần phải sử dụng những biện pháp nào?

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài: đề tài tập trung nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến phát triển dịch vụ thẻ tại ngân hàng thương mại.

Phạm vi nghiên cứu:

- Về nội dung nghiên cứu: luận văn nghiên cứu về phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại.

- Về không gian: Nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Hải Vân

- Về thời gian: giai đoạn 2011-2013

5. Phương pháp nghiên cứu

Luận văn sử dụng phương pháp thống kê mô tả, thu thập dữ liệu thứ cấp, phân tích diễn giải, quy nạp, đối chiếu – so sánh. Ngoài ra, luận văn còn thu thập thêm thông tin và số liệu liên quan đến vấn đề nghiên cứu từ các sách tham khảo, tạp chí, báo điện tử, các qui định liên quan đến phát triển dịch vụ thẻ tại các ngân hàng thương mại của Ngân hàng Nhà nước Việt nam.

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

Thứ nhất, hệ thống hóa và khái quát hóa các lý luận cơ bản liên quan đến phát triển dịch vụ thẻ tại ngân hàng thương mại.

Thứ hai, từ việc phân tích, đánh giá để rút ra những nhận xét, kết luận về thực trạng phát triển dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu

tư và Phát triển Việt Nam- Chi nhánh Hải Vân. Nêu ra được hiện trạng và những vấn đề cần giải quyết.

Thứ ba, trên cơ sở nghiên cứu, đánh giá hiện trạng đó để đề xuất các giải pháp nhằm hỗ trợ cho phát triển dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam- Chi nhánh Hải Vân được tốt hơn.

7. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu thực hiện đề tài này, học viên đã nghiên cứu một số công trình sau:

Thứ nhất: Đề tài “ Phát triển dịch vụ thẻ tại ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam chi nhánh Nha Trang” năm 2012, Đại học Đà Nẵng, của tác giả Lê Khắc Tú.

Thứ 2: Đề tài “ Phát triển dịch vụ thẻ tại ngân hàng TMCP Á Châu chi nhánh Đăk Lăk” năm 2014, Đại học Đà Nẵng, của tác giả Đoàn Thanh Thương.

Thứ ba: Đề tài “ Giải pháp Phát triển dịch vụ thẻ ATM tại chi nhánh ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Tỉnh Kontum” năm 2011, Đại học Đà Nẵng, của tác giả Hoàng Minh Tân.

Thứ tư: Đề tài “Phát triển dịch vụ thẻ tại ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam chi nhánh Quy Nhơn” năm 2013, Đại học Đà Nẵng, của tác giả Lê Đức Hiếu.

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN THẺ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. KHÁI QUÁT VỀ DỊCH VỤ THẺ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1.1. Khái niệm về thẻ và phân loại thẻ của ngân hàng thương mại

a. Khái niệm: “Thẻ thanh toán là một phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt, mà người sở hữu thẻ có thể sử dụng để rút tiền mặt tại các máy rút tiền tự động (máy ATM), các quầy dịch vụ của ngân hàng, đồng thời có thể sử dụng thẻ để thanh toán tiền hàng hóa dịch vụ tại các cơ sở chấp nhận thẻ (có thiết bị đọc thẻ)”

b. Phân loại thẻ

1.1.2. Dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại

a. Khái niệm: Dịch vụ thẻ của ngân hàng là những sản phẩm dịch vụ ngân hàng cung cấp cho khách hàng thông qua các loại thẻ của ngân hàng.

b. Các sản phẩm dịch vụ thẻ: Dịch vụ thẻ của ngân hàng có thể được cung ứng thông qua một số sản phẩm như sau:

Giao dịch rút tiền, nạp tiền, chuyển khoản và dịch vụ tăng thêm như vắn tin tài khoản, in sao kê giao dịch trên máy ATM

Thanh toán qua tài khoản, cho vay vốn.

c. Đặc điểm: Dịch vụ thẻ ngân hàng thương mại cũng có những đặc điểm đặc trưng của sản phẩm dịch vụ như: tính vô hình, tính không đồng nhất, tính không thể tách rời và tính không thể cất trữ.

d. Các rủi ro trong dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại

1.2. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.2.1. Quan điểm và mục tiêu phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại

- Tăng qui mô phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại
- Tăng thị phần dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại
- Tăng thu nhập từ phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại
- Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ thẻ ngân hàng thương mại

- Gia tăng chất lượng dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại
- Kiểm soát rủi ro dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại

1.2.2. Nội dung phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại

a. Xác định rõ chiến lược kinh doanh:

b. Hoàn thiện Chính sách marketing

c. Kiểm soát rủi ro trong hoạt động phát triển dịch vụ thẻ

1.2.3. Các tiêu chí đánh giá kết quả phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại

a. Qui mô

b. Thị phần

c. Thu nhập

d. Chất lượng dịch vụ của ngân hàng

e. Kiểm soát rủi ro trong phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng

1.2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại

a. Nhân tố bên trong ngân hàng

b. Nhân tố bên ngoài ngân hàng

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM - CHI NHÁNH HẢI VÂN

2.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH HẢI VÂN

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Hải Vân

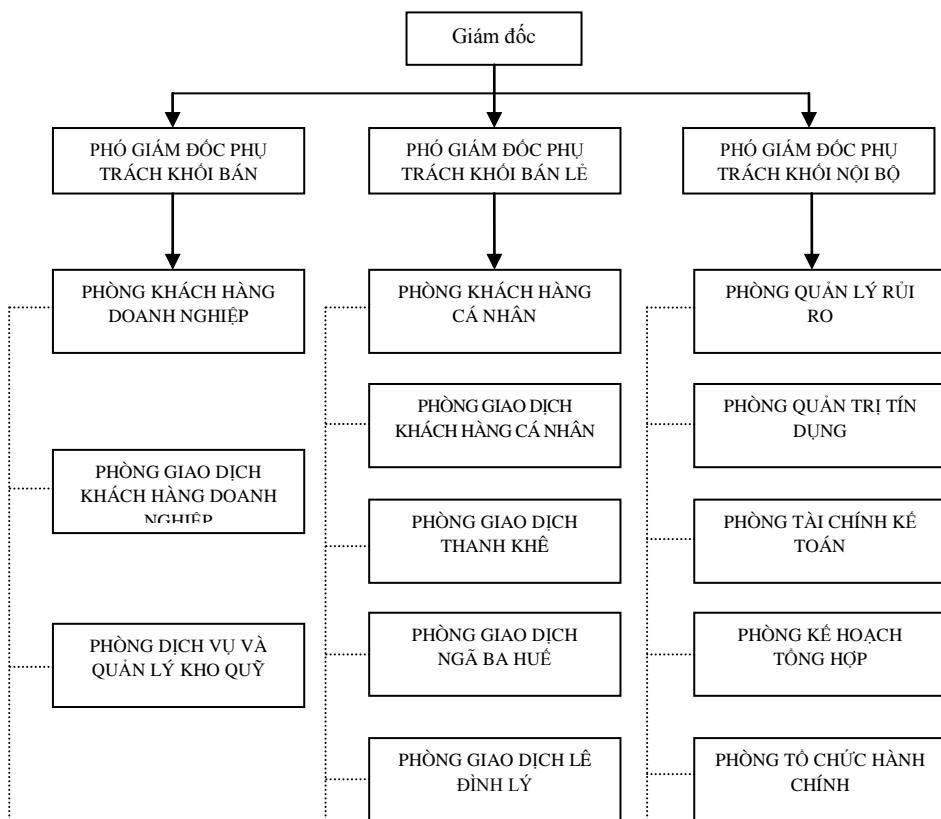
Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) là một ngân hàng chuyên doanh được thành lập theo Nghị định 177/TTg ngày 26/4/1957 của Thủ tướng Chính phủ. Qua 55 năm hoạt động và trưởng thành, có nhiều tên gọi khác nhau:

Trải qua hơn 55 năm xây dựng và trưởng thành, Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam đạt được những thành tựu đáng

khích lệ, đóng góp một phần công sức to lớn vào sự phát triển kinh tế xã hội của nền kinh tế đất nước.

Tính đến 31/12/2012, tổng tài sản của BIDV đạt 484.785 tỷ VND, tốc độ tăng trưởng tổng tài sản bình quân 19,5%; vốn chủ sở hữu đạt 26.494 tỷ đồng; ROE đạt 12,9%; lợi nhuận trước thuế đạt trên 4.325 tỷ VND.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam – chi nhánh Hải Vân



Sơ đồ 2.1. Sơ đồ mô hình tổ chức Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam chi nhánh Hải Vân

2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2011-2013 của BIDV Hải Vân

Bảng 2.1. Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2011-2013 của BIDV Hải Vân

TT	Tên chỉ tiêu	TH 2011	TH 2012	TH 2013	Tăng trưởng		Tăng trưởng BQ
					So 2011	So 2012	
I	Chỉ tiêu Kế hoạch kinh doanh						
1	Lợi nhuận trước thuế	49	73	56	49%	-23%	13%
2	Huy động vốn bình quân	793	1.864	1.754	135%	-6%	65%
3	Thu dịch vụ ròng	19	16	25	-16%	56%	20%
4	Dư nợ tín dụng cuối kỳ	2.531	3.518	2.590	39%	-26%	6%
	KHDN	2,363	3,236	2,288	37%	-29%	4%
	KHCN	169	282	302	67%	7%	37%
II	Chỉ tiêu quản lý						
5	Huy động vốn cuối kỳ	1.110	2.518	1.905	127%	-24%	51%
	Huy động vốn CK ĐCTC	58	264	343	355%	30%	193%
	Huy động vốn CK KHDN	556	1.575	705	183%	-55%	64%
	Huy động vốn CK bán lẻ	495	678	856	37%	26%	32%
6	Dư nợ TDH tối đa	2010	18.37	1.748			
7	Tỷ lệ nợ xấu	1.00%	0.06%	0.46%			
8	Thu ròng dịch vụ thẻ	1.26	3.42	6.14	171%	80%	125%

Kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV Hải Vân qua 3 năm đã có sự tăng trưởng rõ rệt về quy mô và hiệu quả. Tính đến 31/12/13, tổng nguồn vốn huy động đạt 1.905 tỷ đồng, tăng trưởng bình quân 51%. Nguồn vốn tăng trưởng đều ở các đối tượng từ định chế tài chính cho đến khách hàng tổ chức kinh tế và khách hàng cá nhân. Đặc biệt khách

hàng định chế tài chính và cá nhân tăng trưởng mạnh qua 2 năm 2012, 2013. Trong khi đó, khách hàng doanh nghiệp giảm mạnh trong năm 2013 sau khi đạt kết quả tăng trưởng rất ấn tượng trong năm 2012.

2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH HẢI VÂN

2.2.1. Đặc điểm khách hàng và thị trường thẻ của ngân hàng

a. Đặc điểm khách hàng của ngân hàng

Khách hàng dịch vụ thẻ của BIDV Hải Vân được chia làm hai nhóm: nhóm khách hàng có tài khoản tại ngân hàng và nhóm khách hàng không có tài khoản tại ngân hàng, lúc này ngân hàng đóng vai trò là ngân hàng thanh toán dịch vụ thẻ.

Bảng 2.2. Cơ cấu khách hàng mở thẻ tại ngân hàng

STT	Mức lương/tháng	Tổng số lượng khách hàng						
			Số lượng KH đã phát hành TGNNĐ	Tỷ trọng/SLKH của phân khúc	Số lượng KH đã phát hành TTDQT	Tỷ trọng/SL KH của phân khúc	Số lượng KH đã phát hành TGNQT	Tỷ trọng/SL KH của phân khúc
1	1 triệu đến < 5 triệu	4,612	4,584	99%	21	0.40%	22	0.50%
2	5 triệu đến < 7 triệu	1,649	1,646	100%	23	1.40%	15	0.90%
3	7 triệu đến < 10 triệu	1,196	1,193	100%	42	3.50%	26	2.20%
4	10 triệu đến < 15 triệu	799	796	100%	71	8.90%	41	5.20%
5	15 triệu đến < 30 triệu	585	582	99%	80	13.60%	58	9.90%
6	> 30 triệu	171	168	98%	49	28.70%	25	14.70%
Tổng số KH lương từ 1 triệu /Tháng		9,012	8,968	100%	286	3.20%	188	2.10%
Số lượng thẻ lũy kế đến T12/2013			25.957		451		363	
Tỷ trọng SL thẻ của KH trả lương/SL thẻ lũy kế			35%		63%		52%	

b. Đặc điểm thị trường thẻ

2.2.2. Các dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Hải Vân

a. Dịch vụ phát hành thẻ: BIDV Hải Vân hiện phát hành tất cả các loại thẻ của BIDV như thẻ ghi nợ nội địa, thẻ liên kết đồng thương hiệu, thẻ ghi nợ quốc tế thương hiệu Master debit Card, thẻ tín dụng thương hiệu Master Credit Card, Visa Credit Card.

b. Dịch vụ trên máy ATM

c. Dịch vụ thanh toán qua POS

d. Dịch vụ thanh toán qua Internet

2.2.3. Các biện pháp mà chi nhánh đã áp dụng nhằm phát triển dịch vụ thẻ

a. Xác định rõ chiến lược kinh doanh

b. Hoàn thiện chính sách marketing

c. Kiểm soát rủi ro trong hoạt động phát triển dịch vụ thẻ

2.2.4. Kết quả phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam Chi nhánh Hải Vân năm 2011-2013

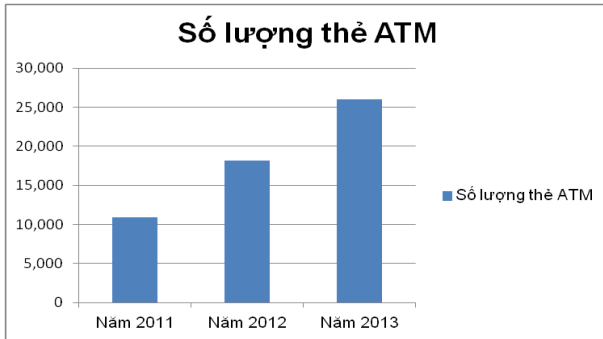
a. Phát triển qui mô

Bảng 2.3. Số lượng thẻ tại BIDV-CN Hải Vân

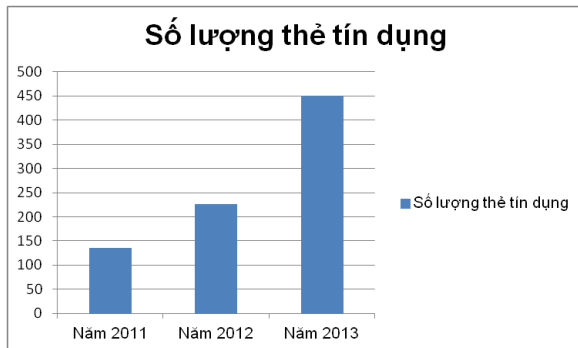
DVT: Thẻ

Số lượng thẻ	Năm 2011	Năm 2012			Năm 2013		
	Số lượng	Số lượng	Tăng trưởng tuyệt đối	%TT	Số lượng	Tăng trưởng tuyệt đối	%TT
Số lượng thẻ ATM	10,902	18,170	7,268	66.7%	25,957	7,787	42.9%
Số lượng thẻ tín dụng	135	226	91	67.4%	451	225	99.6%
Số lượng thẻ ghi nợ quốc tế	0	0	0		363	363	100%
Cộng	11,037	18,396	7,359		26,771	8,375	

(Nguồn: Phòng KHTH-BIDV Hải vân)



Biểu đồ 2.1. Số lượng thẻ ATM



Biểu đồ 2.2. Số lượng thẻ tín dụng

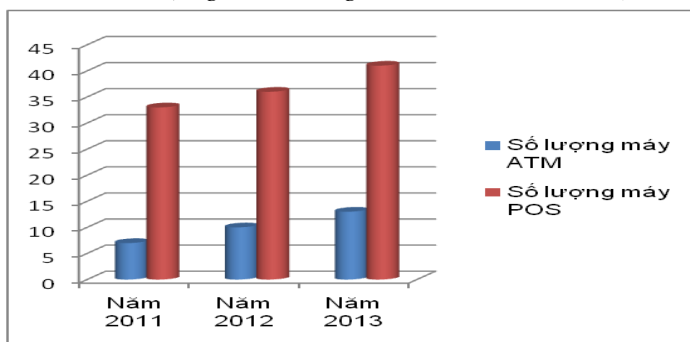
Số lượng thẻ ATM của ngân hàng tăng đều qua các năm năm 2011 đạt 10.902 thẻ, năm 2012 lũy kế đạt 18.170 thẻ và đến năm 2013 tổng số thẻ ATM đã phát hành là 25.957 thẻ. Số lượng thẻ ATM tăng đều qua các năm là do Ngân hàng một mặt là duy trì được khách hàng là các đơn vị chi lương qua ngân hàng, hầu như không có đơn vị nào đang sử dụng dịch vụ chi lương của BIDV Hải Vân mà chuyển sang sử dụng dịch vụ của ngân hàng khác. Đây là một thành quả rất đáng khích lệ, một phân cũng thể hiện được chất lượng phục vụ khách hàng của ngân hàng là rất tốt. Bên cạnh đó, ngân hàng cũng tiếp thị được thêm khách hàng có lượng công nhân đông đảo chi lương mới như Công ty cổ phần thép DaNa Ý, Công ty Matrix...những đơn vị này cùng với việc tăng qui mô của các khách hàng cũ làm cho số thẻ ATM phát hành

mới của ngân hàng liên tục tăng với tốc độ cao. Với lượng khách hàng dồi dào này là một thuận lợi rất lớn cho ngân hàng trong việc huy động vốn không kỳ hạn cũng như bán chéo các sản phẩm thẻ của ngân hàng.

Bảng 2.4: Số lượng máy ATM, POS tại BIDV-CN Hải Vân

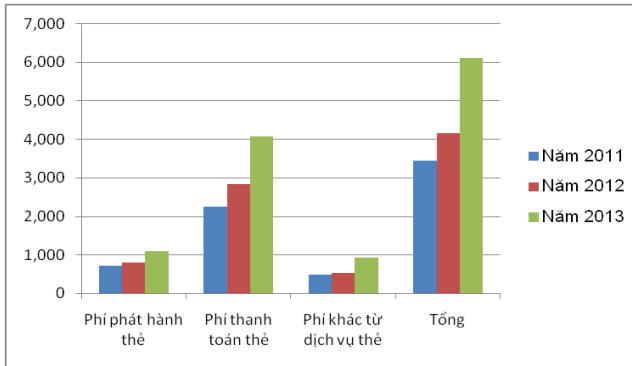
Số lượng máy	Năm 2011	Năm 2012			Năm 2013		
	Số lượng	Số lượng	Tăng trưởng tuyệt đối	%TT	Số lượng	Tăng trưởng tuyệt đối	%TT
Số lượng máy ATM	7	10	3	42.86%	13	3	30.00%
Số lượng máy POS	33	36	3	9.09%	41	5	13.89%

(Nguồn: Phòng KHTH-BIDV Hải vân)



Biểu đồ 2.3: Số lượng máy ATM, POS

Trong những năm vừa qua, điểm nổi bật của chi nhánh BIDV Hải Vân là doanh số thanh toán và phí dịch vụ thu được của dịch vụ POS. Năm 2011 số lượng máy POS là 33 máy, doanh số là 33 tỷ đồng thì đến năm 2013 con số này đã là 41 máy và doanh số là 80 tỷ. Xem chi tiết bảng



Biểu đồ 2.4. Phí dịch vụ thẻ

Có được kết quả trên là do ngân hàng đã có định hướng đúng đắn khi chú trọng đến công tác phát triển POS vào những điểm du lịch, nhà hàng, quà lưu niệm có nhiều khách du lịch, đặc biệt có khách hàng của ngân hàng có đơn vị chấp nhận thẻ là Công ty TNHH Đầu tư và Phát triển Silver Shores chủ yếu đón khách du lịch quốc tế đến nghỉ dưỡng và tham gia trò chơi có thưởng tại khách sạn.

Bảng 2.5: Loại thẻ chấp nhận thanh toán trên POS của BIDV

	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013
Loại thẻ chấp nhận thanh toán trên POS của BIDV	Thẻ nội địa	Thẻ nội địa	Thẻ nội địa
	Thẻ Visa	Thẻ Visa	Thẻ Visa
		Thẻ Master	Thẻ Master
			Thẻ CUP

(Nguồn: Phòng KHTH-BIDV Hải vân)

Mỗi khách hàng phát hành thẻ của ngân hàng sẽ cũng là một khách hàng tiền gửi tiết kiệm của ngân hàng, do đó để huy động tiền gửi từ nhóm khách hàng này, ngân hàng cần chú trọng gia tăng chất lượng dịch vụ để khách hàng trung thành với ngân hàng, muốn sử dụng dịch vụ thẻ của ngân hàng khách hàng phải để lại một lượng tiền nhất định trong tài khoản, với ngân hàng đây là nguồn huy động vốn ổn định với giá rẻ. Số dư tiền gửi trên tài khoản thẻ tăng đều qua các năm là do quy mô khách hàng ngày càng tăng và khách hàng đã trung thành gắn bó với ngân hàng nên duy trì số dư trên tài khoản để thuận tiện giao

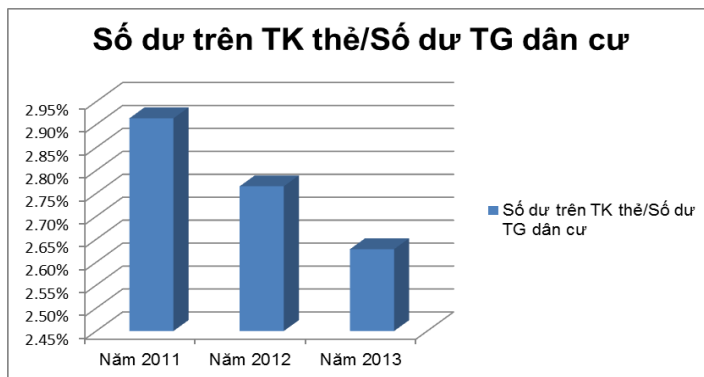
dịch. Tuy nhiên, tỷ lệ số dư trên tài khoản thẻ/số dư huy động vốn dân cư giảm qua các năm do tốc độ tăng trưởng huy động vốn dân cư tăng nhanh hơn so với tốc độ tăng huy động tiền gửi trên tài khoản thẻ.

Bảng 2.6. Số dư tiền gửi trên TK thẻ

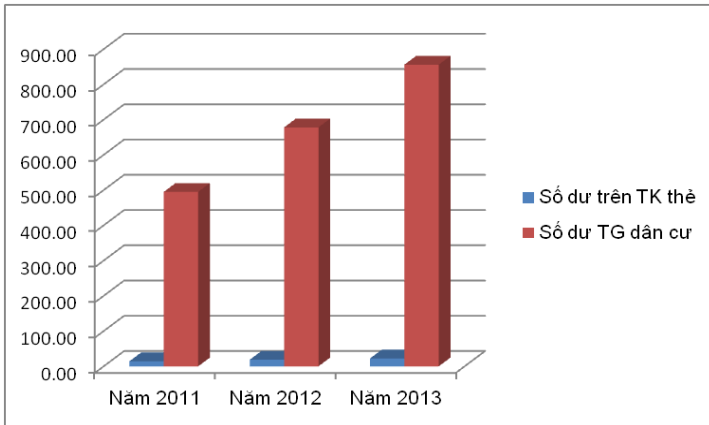
ĐVT: Tỷ đồng, %

Đối tượng	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	2012/2011		2013/2012	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	% tăng/giảm	Số tiền	% tăng/ giảm
Số dư trên TK thẻ	14.42	18.75	22.50	4.33	30%	3.75	20%
Số dư TG dân cư	495	678	856	183	37%	178	26.3%
Số dư trên TK thẻ/Số dư TG dân cư	2.91	2.77	2.63				

(Nguồn: Phòng KHTH-BIDV Hải vân)



Biểu đồ 2.5. Tỷ lệ số dư tiền gửi trên TK thẻ/số dư TG dân cư



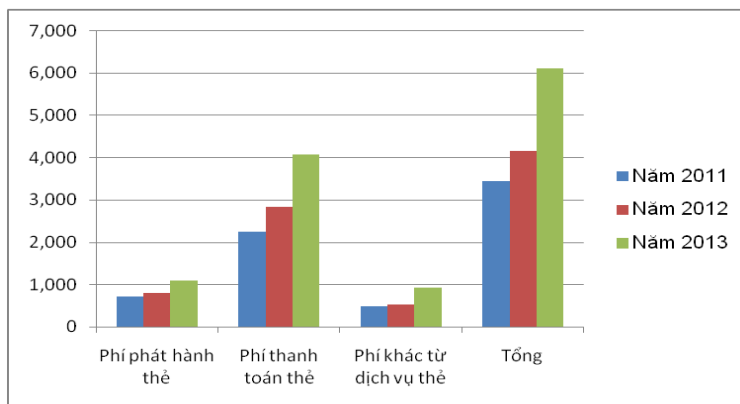
Biểu đồ 2.6. Số dư tiền gửi dân cư

b. Thị phần: Mục tiêu của BIDV là nằm trong top 5 ngân hàng có ảnh hưởng nhất trên thị trường thẻ: thẻ nội địa, thẻ ghi nợ quốc tế, thẻ tín dụng đứng thứ 5, dịch vụ POS đứng thứ 4. Mạng lưới ATM của chi nhánh trải rộng trên khắp địa bàn Đà Nẵng, phân bố chủ yếu ở những nơi đông dân cư và tại các khu công nghiệp nơi mà ngân hàng thực hiện chi lương cho cán bộ nhân viên của công ty. Các POS hiện nay được lắp đặt ở các địa điểm kinh doanh tại Đà Nẵng thuộc các lĩnh vực như: khách sạn, nhà hàng, các cửa hàng thời trang, quà lưu niệm.

c. Thu nhập: Thu nhập và chi phí luôn là điều mà ngân hàng quan tâm trong việc đánh giá hiệu quả một sản phẩm dịch vụ của mình. Thu phí dịch vụ thẻ tại BIDV được cấu thành lên từ 4 cấu phần chính là phí dịch vụ phát hành thẻ tín dụng quốc tế, phí dịch vụ phát hành thẻ ghi nợ (nội địa và quốc tế), phí dịch vụ thanh toán thẻ qua POS, phí dịch vụ thanh toán thẻ qua ATM với các nguồn thu chi cụ thể như dưới đây.

Bảng 2.7. Thu phí dịch vụ thẻ tại BIDV Hải Vân*DVT: triệu đồng, %*

Loại phí	Năm 2011	Năm 2012		Năm 2013			
	Số lượng	Số lượng	Tăng trưởng tuyệt đối	%TT	Số lượng	Tăng trưởng tuyệt đối	%TT
Phí phát hành thẻ	713	804	91	12.8%	1,096	292	36.3%
Phí thanh toán thẻ	2,250	2,824	574	25.5%	4,069	1,245	44.1%
Phí khác từ dịch vụ thẻ	480	528	48	10.0%	925	397	75.2%
Tổng	3,443	4,156	713	20.7%	6,090	1,934	46.5%

(Nguồn: Phòng KHTH-BIDV Hải Vân)**Biểu đồ 2.7. Phí dịch vụ thẻ tại BIDV Hải Vân****d. Chất lượng dịch vụ****e. Kiểm soát rủi ro****2.2.5. Đánh giá chung kết quả phát triển dịch vụ thẻ tại ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam Chi nhánh Hải Vân****a. Thành công**

- Số lượng thiết bị POS của ngân hàng đưa vào sử dụng tăng

mạnh, đặc biệt doanh số của ngân hàng tăng rất cao. Nguyên nhân là do ngân hàng nhận được chủ trương của hội sở chính, xem phát triển dịch vụ thẻ là nhiệm vụ trọng tâm hàng đầu trong thời kỳ này. Do đó chi nhánh Hải Vân thành lập tổ dịch vụ thẻ mà nhiệm vụ trọng tâm là phát triển dịch vụ POS, đồng thời chi nhánh cũng ký được hợp đồng độc quyền khai thác dịch vụ POS tại Công ty TNHH Đầu tư và Phát triển Silver Shores, nơi đây có khu vui chơi có thưởng cho người nước ngoài nên doanh số thanh toán tăng rất cao.

- Số lượng thẻ nội địa liên tục tăng qua các năm nhờ quan hệ tốt với khách hàng trong khu công nghiệp Hòa Khánh. Nhiều doanh nghiệp trong khu công nghiệp ký hợp đồng chi lương với ngân hàng đều cảm thấy hài lòng về chất lượng dịch vụ. Hệ thống máy ATM hoạt động thông suốt nhờ chi nhánh bố trí phân công cán bộ trực theo dõi tình trạng máy ATM và hỗ trợ 24/24 cho khách hàng qua số điện thoại hot line riêng của chi nhánh.

- Số lượng thẻ tín dụng tăng mạnh do chi nhánh tập trung khai thác tiếp thị dựa trên nền khách hàng sẵn có là giảng viên các trường đại học trên địa bàn, nhóm khách hàng này có uy tín cao và nhu cầu đi công tác nước ngoài thường xuyên. Đặc biệt chi nhánh không có thẻ tín dụng nào quá hạn đến mức mất vốn không thu hồi được nợ.

- Công tác kiểm soát rủi ro của ngân hàng được đánh giá cao, cho đến nay hoạt động kinh doanh thẻ của ngân hàng vẫn được đảm bảo an toàn chính xác, an toàn tài sản của khách hàng và ngân hàng.

b. Hạn chế và nguyên nhân

- Số lượng thẻ phát hành nhiều nhưng hiệu suất sử dụng không cao: Với đa số khách hàng nhận lương là công nhân trong khu công nghiệp chủ yếu dùng thẻ ATM để đơn thuần là rút lương mà chưa sử dụng các dịch vụ tăng thêm của thẻ. Với nền khách hàng là công nhân dồi dào trong khu công nghiệp nhận lương qua ngân hàng nhưng do còn ngại rủi ro nên ngân hàng chưa khai thác bán sản phẩm cho vay tín chấp

thấu chi tài khoản cho nhóm khách hàng này. Thực sự nhu cầu vay thấu chi tài khoản để chi trả tiêu dùng hàng ngày của nhóm khách hàng này là rất lớn.

- Doanh thu dịch vụ POS phụ thuộc quá nhiều vào 1 khách hàng CTy TNHH Đầu tư và Phát triển Silver shores (chiếm hơn 90% tổng doanh số) điều này thật sự rủi ro nếu ĐVCNT gặp sự cố và đột ngột giảm doanh số.

- Chất lượng phục vụ khách hàng còn thấp: Tính tiện dụng của hệ thống POS chưa cao: hệ thống POS của ngân hàng chưa chấp nhận thanh toán 2 loại thẻ quốc tế phổ biến của khách du lịch là thẻ JCB, thẻ Amex, thẻ Dinner Club. Đối với dịch vụ POS mức phí BIDV áp dụng hiện tại là 2,1%/doanh số, cao hơn rất nhiều so với mức bình quân 1,6%/doanh số của các đối thủ

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH HẢI VÂN

3.1. CĂN CỨ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TẠI BIDV HẢI VÂN

3.1.1. Định hướng hoạt động kinh doanh của Hội sở chính

Nhằm mục tiêu đẩy mạnh hoạt động kinh doanh thẻ BIDV chiếm lĩnh thị phần, tạo tiền đề gia tăng nguồn thu phí dịch vụ, khẳng định vị trí Top dẫn đầu trong hoạt động kinh doanh thẻ BIDV đề ra mục tiêu kinh doanh thẻ năm 2014 như sau:

- Đối với thẻ ghi nợ: Tiếp tục giữ vị trí thứ 5 về số lượng và top 5 về mặt doanh số.

- Đối với thẻ tín dụng: Vươn lên Top 5 về doanh số và số lượng.

- Đối với dịch vụ POS: Giữ Top 3 về số lượng và Top 5 về doanh số.

- Tầm nhìn 2015: Là một trong ba ngân hàng dẫn đầu về dịch vụ thẻ tại Việt Nam.

3.1.2. Dự báo nhu cầu dịch vụ thẻ trong giai đoạn 2013-2015

Với chủ trương đẩy mạnh thực hiện thanh toán không dùng tiền mặt của chính phủ và với mức sống người dân ngày càng nâng cao như hiện nay thì trong giai đoạn 2013-2015 sẽ là giai đoạn bùng nổ của thị trường thẻ Việt Nam.

Với qui mô dân số TP Đà Nẵng khoảng một triệu dân và với quan điểm phát triển thành phố Đà Nẵng là thành phố du lịch, thêm nhiều đường bay quốc tế mới trực tiếp từ Đà Nẵng đến các thành phố lớn của các nước như Nhật Bản, Trung Quốc mở ra một tiềm năng to lớn cho việc thu hút khách du lịch đến Đà Nẵng tham quan, lưu trú và sử dụng các dịch vụ thẻ của ngân hàng.

3.1.3. Định hướng phát triển dịch vụ thẻ tại BIDV Hải Vân trong giai đoạn 2013-2015

Với định hướng phát triển ngân hàng bán lẻ hội sở chính đã giao. BIDV Hải Vân xem phát triển dịch vụ thẻ là nhiệm vụ trọng tâm xuyên suốt trong phân giao kế hoạch và thực hiện kế hoạch kinh doanh của mình. Phấn đấu nằm trong Top 10 chi nhánh có mức đóng góp dịch vụ thẻ cao nhất hệ thống. Khai thác triệt để nền khách hàng hiện tại nhằm bán được càng nhiều sản phẩm dịch vụ càng tốt.

Trong thời gian đến, chi nhánh đẩy mạnh phát triển dịch vụ thẻ đặc biệt là tăng nguồn thu dịch vụ thẻ thông qua việc tăng doanh số thanh toán qua POS, tăng số lượng thẻ ghi nợ quốc tế và thẻ tín dụng quốc tế nhằm tăng phí hoa hồng do các ngân hàng thanh toán thẻ trả khi thanh toán thẻ của BIDV.

3.2. CÁC GIẢI PHÁP ĐỂ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

3.2.1. Nâng cao chất lượng dịch vụ thẻ.

Quản lý chặt chẽ danh mục khách hàng theo các bước thu hút khách hàng – kích hoạt – tăng cường sử dụng – gia tăng lòng trung thành để gia tăng tỷ lệ thẻ hoạt động, giảm tỷ lệ khách hàng phàn nàn, đóng thẻ.

Ngân hàng cần hạn chế để xảy ra tình trạng máy ATM bị lỗi không thanh toán được do nguyên nhân hết tiền, hết nhật ký. Nâng cấp máy móc để khách hàng không bị trường hợp tài khoản bị trừ tiền nhưng không nhận được tiền khi rút tiền mặt ở máy ATM, vừa gây mất uy tín ngân hàng vừa khiến khách hàng bức bối. Do đó ở góc độ chi nhánh ngân hàng BIDV Hải Vân cần quán triệt đến cán bộ nghiệp vụ thẻ thường xuyên theo dõi hoạt động của các máy ATM, tiếp tiền đầy đủ trước những ngày nghỉ, ngày mà các doanh nghiệp trả lương qua ngân hàng thực hiện chi lương. Phối hợp với các công ty viễn thông thường xuyên kiểm tra nâng cấp đường truyền nhằm tạo sự ổn định nhất có thể.

Dịch vụ POS của ngân hàng chất lượng dịch vụ cũng chưa cao, nhiều loại thẻ quen thuộc của khách du lịch không được chấp nhận thanh toán như Amex, JCB... khiến cho các ĐVCNT đã lắp máy POS của BIDV phải lắp bổ sung máy của ngân hàng khác để phục vụ những loại thẻ trên. Ngân hàng BIDV cần thương thảo với các tổ chức thẻ hoặc ký hợp đồng đại lý cho các ngân hàng để ký hợp đồng thanh toán nhằm tối đa hóa tiện ích cho các máy POS của mình.

Triển khai gói dịch vụ bán lẻ có liên kết hỗ trợ nhau phục vụ khép kín nhu cầu khách hàng bao gồm: Chi hộ lương, dịch vụ thẻ ATM, dịch vụ BSMS, POS, thấu chi, Vn-Toup, trong đó thẻ ATM có vai trò trung tâm. Các dịch vụ khác như vừa là một sản phẩm độc lập, vừa là sản phẩm kết hợp với dịch vụ thẻ ATM.

3.2.2. Hoàn thiện chính sách marketing

- Triển khai chính sách dịch vụ POS theo các nhóm khách hàng mục tiêu theo hướng: triển các nhóm MCC chi phí thấp mang lại lợi nhuận lớn. Khuyến khích và có chế độ khuyến mãi, hậu mãi đối với các cơ sở chấp nhận thanh toán thẻ có doanh số thanh toán qua thẻ cao.

Triển khai đa dạng các chương trình khuyến mại hướng tới các mục tiêu tăng trưởng số lượng thẻ phát hành mới, gia tăng doanh số giao dịch và tri ân khách hàng nhân dịp lễ tết, ngày đặc biệt

Đẩy mạnh phát hành thẻ ghi nợ cho khách hàng trả lương, khách hàng có tài khoản tiền gửi thanh toán nhưng chưa phát hành thẻ. Triển khai chương trình khuyến khích chủ thẻ ghi Nợ nội địa phát hành bổ sung thẻ ghi nợ quốc tế.

Đẩy mạnh phát hành thẻ liên kết các đối tác có số lượng khách hàng tiềm năng lớn như siêu thị, chuỗi bán lẻ.

Phát động phong trào thi đua trong toàn thể CBNV vận động khách hàng sử dụng dịch vụ bán lẻ: ATM, BSMS, TTHĐ điện lực tăng nhanh số lượng dịch vụ, có đánh giá khen thưởng kịp thời nhằm động viên thúc đẩy phát triển dịch vụ. Tiếp tục đẩy mạnh phát hành thông qua các cộng tác viên, các đại lý phát hành thẻ.

Hiện nay rất nhiều ngân hàng đã sử dụng hình thức quảng bá hình ảnh của họ trên truyền hình. Tiêu biểu là các NHTM cổ phần như VP bank tài trợ cho chương trình "khởi nghiệp", Techcombank tài trợ cho chương trình "sống khỏe mỗi ngày" và hình thức tài trợ tăng thẻ F@st Access cho mỗi người đoạt giải. BIDV đã tài trợ cho chương trình Ai là triệu phú trên VTV3. Chi nhánh có thể nghiên cứu áp dụng tài trợ cho một game show nào đó của đài truyền hình Đà để thu hút được sự chú ý của khán giả truyền hình, do đó tên tuổi và sản phẩm dịch vụ của các ngân hàng cũng được người dân biết đến nhiều hơn.

3.2.3. Kiểm soát rủi ro trong phát triển dịch vụ thẻ

Để phát triển bền vững dịch vụ thẻ ngân hàng cần phải sớm qui

trình làm việc nhằm có cảnh báo, nhận diện dấu hiệu rủi ro và có biện pháp kiểm soát hiệu quả

Cung cấp đầy đủ cho khách hàng những thông tin về thẻ, cách thức sử dụng và bảo quản thẻ an toàn thông qua tờ rơi, áp phích, internet. Đặc biệt, chi nhánh có thể xuống tận nơi hướng dẫn tại những doanh nghiệp có số lượng đông đảo cán bộ công nhân viên nhận lương qua thẻ.

Cập nhật thông tin từ Trung tâm thẻ để theo dõi các cảnh báo thủ đoạn gian lận hoạt động thẻ của các nước, đồng thời ghi nhận những khả năng gian lận có thể xảy ra.

Phân công cán bộ tiếp nhận và giải quyết nhanh chóng những thắc mắc, khiếu nại của khách hàng trong thanh toán thẻ. Thường xuyên bảo dưỡng và kiểm tra máy móc để phát hiện nhanh chóng những hỏng hóc và kịp thời sửa chữa. Theo dõi các báo cáo giao dịch thanh toán thẻ, sử dụng thẻ để phát hiện sớm các trường hợp có nghi ngờ giả mạo, đề ra các biện pháp xử lý thích hợp nhằm hạn chế tổn thất cho ngân hàng.

Tăng cường phối hợp với Trung tâm thẻ trong hoạt động quản lý rủi ro thanh toán thẻ

3.2.4. Công tác nhân sự

Bổ sung đội ngũ bán hàng được đào tạo bài bản, chuyên nghiệp đáp ứng nhu cầu mở rộng quy mô phát triển dịch vụ thẻ đã xây dựng. Nâng cao chất lượng cán bộ thẻ, tăng cường cho cán bộ tham gia các khóa đào tạo trong và ngoài nước, trong đó các khóa đào tạo chuyên sâu là đặc biệt quan trọng.

BIDV Hải Vân chưa có phòng phát triển thẻ độc lập mà hiện giờ cán bộ kinh doanh thẻ chỉ làm kiêm nhiệm. Để tăng cường phát triển dịch vụ thẻ một cách bài bản, dài hơi, có chiều sâu thì ngân hàng nên thành lập một phòng dịch vụ thẻ độc lập có cán bộ chuyên trách về mảng phát triển thị trường thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng, có cán bộ chuyên trách về phát triển vận hành POS, có cán bộ chuyên trách tác nghiệp vận hành hệ thống máy

ATM, phát hành thẻ và xử lý khiếu nại thẻ, có cán bộ kiểm soát chung. Có như thế mới tăng chất lượng dịch vụ tăng qui mô và đạt được mục tiêu dẫn đầu thị trường thẻ của BIDV.

3.3. CÁC KIẾN NGHỊ ĐỂ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

3.3.1. Đối với Trụ sở chính

Hoàn thiện qui trình nghiệp vụ, xem xét đàm phán với các tổ chức thẻ đã ký hợp đồng để xác định giá bán vốn dịch vụ POS một các hợp lý, có tính cạnh tranh trên thị trường. Với giá bán vốn mà hội sở chính đang áp dụng cho chi nhánh là quá cao so với các đối thủ. Đề nghị hội sở chính nghiên cứu tham gia ký hợp đồng với những tổ chức thẻ mà ta chưa thỏa thuận được như Amex, Dinner Club, JCB.

Nghiên cứu, xây dựng cơ chế cộng tác viên, tăng thêm định biên lao động cho dịch vụ thẻ để gia tăng sức bán hàng tại chi nhánh theo hướng hỗ trợ chi nhánh tối đa trong công tác bán hàng và chăm sóc khách hàng.

Triển khai đa dạng các chương trình khuyến mại hướng tới các mục tiêu tăng trưởng số lượng thẻ phát hành mới, gia tăng doanh số giao dịch và tri ân khách hàng nhân dịp lễ tết, ngày đặc biệt.

Nâng cấp website dịch vụ thẻ của BIDV đảm bảo nội dung hấp dẫn, cập nhật kịp thời thông tin sản phẩm cũng như thông tin các chương trình khuyến mại.

Tăng cường công tác cảnh báo, kiểm soát rủi ro dịch vụ thẻ cho chi nhánh.

3.3.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước

- Có qui định cụ thể để các ngân hàng phối hợp với nhau trong hoạt động phát triển dịch vụ thẻ.

- Hoàn thiện các văn bản pháp lý về phát hành và thanh toán thẻ.

- Hoạch định chiến lược về thẻ cho hệ thống NHTM: Để đảm bảo cạnh tranh theo đúng nghĩa là động lực thúc đẩy sự phát triển của

dịch vụ thẻ. Cần có những quy định nghiêm khắc về chế tài xử phạt đối với những vi phạm về dịch vụ thẻ.

Tăng cường công tác quản lý rủi ro, đấu tranh phòng chống tội phạm về thẻ

3.3.3. Đối với Chính phủ

Đẩy mạnh việc thực hiện thanh toán không dùng tiền mặt. Quy định cụ thể về việc trả lương các cơ quan doanh nghiệp qua tài khoản ngân hàng.

Chính phủ sớm ban hành các văn bản pháp lý để bảo vệ quyền lợi hợp pháp của các Ngân hàng kinh doanh thẻ, các ĐVCNT và chủ thẻ tín dụng.

Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng: Chính phủ cần có chính sách khuyến khích các Ngân hàng đầu tư phát triển và trang bị các máy móc thiết bị phục vụ thanh toán, phát hành thẻ.

KẾT LUẬN

Phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại nói chung, phát triển dịch vụ thẻ nói riêng là một xu thế tất yếu của thị trường tài chính. Khiphát triển dịch vụ thẻ các ngân hàng được rất nhiều lợi ích từ huy động vốn, thu phí dịch vụ cho đến khẳng định thương hiệu của mình trên thị trường. Do đó, nhiều ngân hàng đang tập trung xây dựng các sản phẩm thẻ mang thương hiệu riêng, với nhiều tiện ích riêng, góp phần tạo nên một thị trường thẻ đầy sôi động.

Nhằm khẳng định là 1 định chế tài chính dẫn đầu Việt Nam, Ban lãnh đạo ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam xác định phát triển dịch vụ thẻ là nhiệm vụ trọng tâm xuyên suốt trong giai đoạn hiện nay. BIDV Hải Vân đã tích cực đẩy mạnh phát triển dịch vụ thẻ, nâng cao công nghệ, đầu tư cơ sở vật chất, mở rộng mạng lưới đơn vị chấp nhận thẻ. Xác định được tầm quan trọng của phát triển dịch vụ thẻ, tôi chọn Đề tài *“Phát triển dịch vụ thẻ tại ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Hải Vân”* nhằm làm rõ thực trạng phát triển dịch vụ thẻ đồng thời đưa ra một số giải pháp góp phần phát triển dịch vụ thẻ tại ngân hàng. Mặc dù đã đầu tư thu thập số liệu, nghiên cứu một cách nghiêm túc nhưng chắc không tránh khỏi thiếu sót. Do vậy, tôi sẽ tiếp tục hoàn thiện và mong nhận được những ý kiến đóng góp của các thầy cô giáo, các nhà quản lý trong lĩnh vực ngân hàng, các nhà kinh tế, đồng nghiệp.