

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

*NGUYỄN CAO PHONG*

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ NGÂN  
HÀNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI  
THƯƠNG VIỆT NAM

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

**Mã số : 60.34.20**

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

**Đà Nẵng – Năm 2011**

Công trình được hoàn thành tại

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ, ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

**Người hướng dẫn khoa học :**

**PGS. TS. LÂM CHÍ DŨNG**

Phản biện 1: **TS . NGUYỄN HOÀ NHÂN**

Phản biện 2: **TS. NGUYỄN PHÚ THÁI**

Luận văn đã được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn  
Thạc sĩ quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng  
vào ngày 02 tháng 07 năm 2011.

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

Vào đầu thập niên 90 chính sách đổi mới kinh tế của Đảng và Nhà nước thực sự phát huy tác dụng khi nền kinh tế được mở cửa, năng lực sản xuất kinh doanh sẵn có trong các tầng lớp dân cư vốn bị kìm hãm được tận dụng tạo của cải vật chất cho xã hội. Môi trường kinh doanh cải thiện đem lại kỳ vọng cho các nhà đầu tư nước ngoài khiến đầu tư trực tiếp nước ngoài tăng mạnh với các dự án có giá trị cao.

Hơn nửa thập kỉ sau khi chuyển sang kinh tế thị trường, nhiều điểm yếu cố hữu trong nền kinh tế Việt Nam vẫn còn tồn tại như một bài toán nan giải cho các nhà hoạch định chính sách. Hệ thống doanh nghiệp Nhà nước vẫn cồng kềnh, kém hiệu quả kinh tế, hơn 40% kinh doanh thua lỗ. Bản thân khu vực tài chính ngân hàng cũng bộc lộ nhiều yếu kém. Đầu tư trực tiếp nước ngoài bắt đầu sụt giảm từ năm 1996, tăng trưởng kinh tế bắt đầu chững lại. Tình hình kinh tế xã hội không thuận lợi càng làm trầm trọng thêm các vấn đề của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam như tồn đọng và trở ngại trong việc quản lý tín dụng, sự mất cân đối trong thành phần của tài sản có và tài sản nợ, thiếu vốn hoạt động, môi trường đầu tư khó khăn ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh, sức ép cạnh tranh ngày càng tăng. Trong khi đó lộ trình hội nhập kinh tế đang đến gần với những tổ chức tài chính quốc tế đã và sẵn sàng tham gia thị trường Việt Nam nhiều tiềm năng.

Đối mặt với những thách thức của thời cuộc, hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam dưới sự chỉ đạo của NHNN Việt Nam nhận thức sự cần thiết phải không ngừng nâng cao năng lực quản lý trên cơ sở ứng dụng một cách có chọn lọc các phương thức quản lý tài chính hiện đại của các nước trên thế giới. Mặt khác, phải không ngừng đổi mới dịch vụ ngân hàng theo chuẩn mực quốc tế để nâng cao sức cạnh tranh, đảm bảo phát triển bền vững trong quá trình hội nhập kinh tế với khu vực và thế giới. Cùng với toàn bộ hệ thống ngân hàng thương mại quốc doanh Việt Nam, NH TMCP NT tích cực triển khai đề án tái cơ cấu ngân hàng, dự án hiện đại hoá hệ thống NHTM VN do World Bank tài trợ, tạo dựng được một nền tảng công nghệ ban đầu khá tiên tiến để có thể phát triển sản phẩm dịch vụ mới, mở rộng tiện ích cho khách hàng đặc biệt là trong lĩnh vực ngân hàng bán lẻ.

Vào trước những năm 2000, thị trường dịch vụ ngân hàng bán lẻ ở Việt Nam hầu như chỉ gói gọn trong dịch vụ gửi tiết kiệm và cho vay cá nhân. Gần đây trong lĩnh vực ngân hàng bán lẻ, thẻ ngân hàng đã nổi lên như một sản phẩm tài chính cá nhân đa chức năng đem lại nhiều tiện ích cho khách hàng. Thẻ có thể được sử dụng để rút tiền, gửi tiền, cấp tín dụng, thanh toán hàng hoá dịch vụ hay để chuyển khoản. Thẻ cũng được sử dụng cho nhiều dịch vụ phi tài chính như tra vấn thông tin tài khoản, thông tin các khoản chi phí sinh hoạt...

Dịch vụ thẻ ngân hàng đã góp phần tích cực cải thiện văn minh thanh toán, tăng tính cạnh tranh của ngân hàng cũng như của các ĐVCNT để chuẩn bị cho quá trình hội nhập. Cũng nhờ tính năng của

thẻ là dễ dàng tiêu chuẩn hoá, các tổ chức tài chính và phi tài chính trong phạm vi quốc gia cũng như trên phạm vi toàn cầu có nhiều điều kiện để phối hợp, tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình toàn cầu hoá.

Thực tiễn đã chứng minh vai trò của dịch vụ thẻ ngân hàng như một mũi nhọn chiến lược trong hiện đại hoá, đa dạng hoá các loại hình dịch vụ ngân hàng, đem lại nhiều tiện ích cho khách hàng. Tuy nhiên, nhìn nhận một cách khách quan, thị trường thẻ ngân hàng Việt Nam còn đang ở giai đoạn sơ khai, các sản phẩm dịch vụ thẻ đã triển khai còn chưa đa dạng, bên cạnh nhiều cơ hội thuận lợi cũng còn nhiều thách thức đòi hỏi các NHTM Việt Nam nói chung và NH TMCP NT nói riêng phải có những giải pháp kinh doanh hợp lý.

Xuất phát từ thực tiễn đó, là một người làm công tác thẻ tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương, tác giả chọn đề tài "***Giải pháp phát triển kinh doanh dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam***" làm mục tiêu nghiên cứu nhằm giải quyết vấn đề trên.

## **2. Mục đích nghiên cứu**

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận, phân tích tình hình, xu hướng phát triển dịch vụ thẻ ngân hàng Quốc tế và thực trạng dịch vụ thẻ ngân hàng tại NH TMCP NT để đưa ra những giải pháp phát triển dịch vụ thẻ ngân hàng của NH TMCP NT và thị trường thẻ Việt Nam.

## **3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu**

Xuất phát từ nền tảng cơ sở lý luận về hoạt động kinh doanh thẻ của NHTM, vai trò của thẻ đối với sự phát triển kinh tế, luận văn đi sâu nghiên cứu về phát triển dịch vụ thẻ của NHTM.

Trên cơ sở đánh giá về thực trạng và khả năng về phát triển dịch vụ thẻ Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam, các giải pháp và kiến nghị sẽ được trình bày để góp phần phát triển dịch vụ thẻ tại Ngân hàng này.

Trong quá trình nghiên cứu, luận văn dựa trên cơ sở vận dụng phép duy vật biện chứng kết hợp với các phương pháp phân tích, phương pháp thống kê, tổng hợp, phương pháp so sánh và phương pháp điều tra.

Đồng thời dựa vào các lý luận, quan điểm kinh tế, tài chính và định hướng phát triển kinh tế của Đảng và Nhà nước, xuất phát từ thực tiễn để làm sáng tỏ các vấn đề nghiên cứu.

## **4. Phạm vi nghiên cứu**

Căn cứ vào các chỉ tiêu phản ánh luận văn sẽ tiến hành nghiên cứu và sử dụng các kỹ thuật phân tích thực trạng kinh doanh thẻ, khả năng phát triển cũng như nâng cao chất lượng kinh doanh dịch vụ thẻ của NH TMCP Ngoại thương Việt Nam trong giai đoạn 2007 - 2009.

## **5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài**

Phân tích và hoàn thiện những lý luận cơ bản về thẻ ngân hàng và giải pháp phát triển dịch vụ thẻ ngân hàng.

Đánh giá những mặt đạt được và hạn chế của việc phát triển dịch vụ thẻ ngân hàng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam, trên cơ sở đó đề xuất những giải pháp cũng như kiến nghị nhằm phát triển dịch vụ thẻ hiện nay.

Ứng dụng những giải pháp vào hoạt động dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam.

## 6. Kết cấu của Luận văn

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận văn bao gồm 3 chương

**Chương 1: Lý luận chung về dịch vụ thẻ ngân hàng**

**Chương 2: Thực trạng dịch vụ thẻ ngân hàng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương VN.**

**Chương 3: Giải pháp phát triển dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương VN.**

-----

## CHƯƠNG 1 - LÝ LUẬN CHUNG VỀ DỊCH VỤ THẺ NGÂN HÀNG

### 1.1. TỔNG QUAN VỀ THẺ VÀ DỊCH VỤ THẺ NGÂN HÀNG

#### 1.1.1. Khái niệm và phân loại thẻ

##### 1.1.1.1. Khái niệm thẻ

Thẻ là phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt, ra đời từ phương thức mua bán chịu hàng hóa bán lẻ và phát triển gắn liền với việc ứng dụng công nghệ tin học trong lĩnh vực tài chính ngân hàng. Thẻ là công cụ thanh toán do ngân hàng phát hành thẻ cấp cho khách hàng sử dụng để thanh toán hàng hoá dịch vụ hoặc rút tiền mặt trong phạm vi số dư tiền gửi của mình hoặc hạn mức tín dụng được cấp. Thẻ còn dùng để thực hiện các dịch vụ thông qua hệ thống giao dịch tự động hay còn gọi là hệ thống tự phục vụ ATM.

##### 1.1.1.2. Phân loại thẻ

**a. Phân loại theo đặc tính kỹ thuật**

**b. Phân loại theo chủ thẻ phát hành thẻ**

**c. Phân loại theo tính chất thanh toán của thẻ**

- Thẻ tín dụng (Credit Card)

- Thẻ ghi nợ (Debit Card)

- Thẻ ký quỹ (Prepaid Card)

#### **d. Phân loại theo phạm vi thanh toán**

- Thẻ nội địa

- Thẻ quốc tế (International Card)

#### **1.1.2. Các thành phần tham gia hoạt động thẻ**

Hoạt động phát hành, sử dụng và thanh toán thẻ ngân hàng có sự tham gia chặt chẽ của 5 thành phần cơ bản là: Tổ chức thẻ quốc tế, ngân hàng phát hành thẻ, ngân hàng thanh toán thẻ, chủ thẻ và các đơn vị chấp nhận thẻ (ĐVCNT). Từng chủ thẻ đóng vai trò quan trọng khác nhau trong việc phát huy tối đa vai trò làm phương tiện thanh toán hiện đại của thẻ ngân hàng.

##### **1.1.2.1. Tổ chức thẻ quốc tế**

Đối với thẻ thanh toán quốc tế, một thành phần cốt lõi, không thể thiếu là các tổ chức thẻ quốc tế.

##### **1.1.2.2. Ngân hàng phát hành**

Ngân hàng phát hành là ngân hàng có tên in trên thẻ do ngân hàng đó phát hành thẻ hiện thẻ đó là sản phẩm của mình.

##### **1.1.2.3. Chủ thẻ**

Chủ thẻ là những cá nhân hoặc người được ủy quyền (nếu là thẻ do công ty ủy quyền sử dụng) được ngân hàng phát hành thẻ, có tên in nổi trên thẻ và sử dụng thẻ theo những điều khoản, điều kiện do ngân hàng phát hành quy định.

##### **1.1.2.4. Ngân hàng thanh toán**

Ngân hàng thanh toán là ngân hàng chấp nhận các loại thẻ như một phương tiện thanh toán thông qua việc ký kết hợp đồng chấp nhận thẻ với các điểm cung ứng hàng hóa, dịch vụ trên địa bàn.

#### **1.1.2.5. Đơn vị chấp nhận thẻ (ĐVCNT)**

Các đơn vị cung ứng hàng hóa, dịch vụ ký kết hợp đồng chấp nhận thẻ như một phương tiện thanh toán được gọi là đơn vị chấp nhận thẻ (ĐVCNT).

### **1.2. VAI TRÀ CỦA DỊCH VỤ THẺ NGÂN HÀNG**

#### **1.2.1. Công cụ kích cầu**

#### **1.2.2. Huy động vốn trong dân cư**

#### **1.2.3. Dịch vụ thẻ ngân hàng - lợi ích kinh tế cho các bên**

### **1.3. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ CỦA NHTM**

#### **1.3.1. Nội dung phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại**

Một cách khái quát nhất, phát triển dịch vụ thẻ từ góc độ của Ngân hàng Thương mại là việc gia tăng không ngừng cả về lượng và chất của dịch vụ thẻ mà ngân hàng cung ứng.

#### **1.3.2. Các tiêu chí đánh giá phát triển dịch thẻ của NHTM**

##### **1.3.2.1. Các tiêu chí định tính**

- a. Mức độ đa dạng hóa của sản phẩm dịch vụ và kênh cung cấp hay phân phối sản phẩm dịch vụ thẻ của NH
  - Tính đa dạng của sản phẩm dịch vụ
  - Các kênh phân phối và phương thức cung cấp
- b. Mức độ tiện ích và những dịch vụ hỗ trợ đi kèm
  - Mức độ tiện ích
  - Những dịch vụ hỗ trợ khách hàng

- c. Sự hài lòng của khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ thẻ
- d. Mức độ phổ biến, phạm vi cung cấp dịch vụ thẻ
- e. Mức độ an toàn, bảo mật và khả năng phòng chống rủi ro về kỹ thuật. Độ an toàn của dịch vụ ngân hàng điện tử gồm: an toàn đối với số tiền trong tài khoản thẻ, an toàn trong thanh toán cho khách hàng, v.v...

##### **1.3.2.2. Các tiêu chí định lượng (Chỉ tiêu)**

- a. Các chỉ tiêu đánh giá tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ thẻ
  - Tốc độ tăng số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ
  - Tốc độ tăng doanh số cung ứng dịch vụ thẻ
  - Tốc độ tăng doanh thu (thu nhập) từ dịch vụ thẻ;
  - Sự thay đổi tỷ trọng thu từ dịch vụ thẻ trong tổng thu nhập của ngân hàng
- b. Tốc độ tăng trưởng thị phần dịch vụ thẻ của ngân hàng của NH
- c. Sự phát triển của hệ thống ATM, điểm bán hàng chấp nhận thẻ (POS).
  - Tốc độ tăng số lượng máy ATM/POS của Ngân hàng
  - Tỷ trọng máy ATM/POS của ngân hàng : Là tỷ lệ số lượng ATM/POS của ngân hàng này so với tổng số lượng ATM/POS của các ngân hàng. Nó thể hiện quy mô số lượng ATM/POS của ngân hàng so với ATM/POS của toàn thị trường mục tiêu.

### **1.3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển dịch vụ thẻ của các NHTM**

#### *1.3.3.1. Các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài ngân hàng*

#### *1.3.3.2. Các nhân tố thuộc về ngân hàng*

## **1.4. KINH NGHIỆM PHÁT DỊCH VỤ THẺ NGÂN HÀNG TẠI MỘT SỐ NƯỚC**

### **1.4.1. Hồng Kông**

### **1.4.2. Thái Lan**

### **1.4.3. Trung Quốc**

## **KẾT LUẬN CHƯƠNG 1**

Trong chương 1, Luận văn đã hệ thống hóa các vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến thẻ thanh toán, phân tích nội dung phát triển dịch vụ thẻ từ góc độ của ngân hàng, đề xuất các tiêu chí đánh giá quá trình phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng thương mại, lý giải các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình phát triển dịch vụ thẻ của Ngân hàng.

-----

## **CHƯƠNG 2 - THỰC TRẠNG DỊCH VỤ THẺ NGÂN HÀNG**

### **TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM**

## **2.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG**

### **2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng Ngoại thương VN**

### **2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ**

### **2.1.3. Cơ cấu tổ chức**

Từ một ngân hàng chuyên doanh phục vụ kinh tế đối ngoại, Vietcombank ngày nay đã phát triển rộng khắp toàn quốc với mạng lưới bao gồm Hội sở chính tại Hà Nội, 1 Sở Giao dịch gần 400 Chi nhánh và Phòng giao dịch trên toàn quốc, 3 công ty con tại Việt Nam, 1 Văn phòng đại diện tại Singapore, 4 công ty liên doanh, 2 công ty liên kết. Bên cạnh đó VCB còn phát triển hệ thống Autobank với gần 16.300 máy ATM và điểm POS trên toàn quốc. Hoạt động ngân hàng còn được hỗ trợ bởi mạng lưới hơn 1.300 ngân hàng đại lý tại 100 quốc gia và vùng lãnh thổ.

### **2.1.4. Kết quả hoạt động chủ yếu**

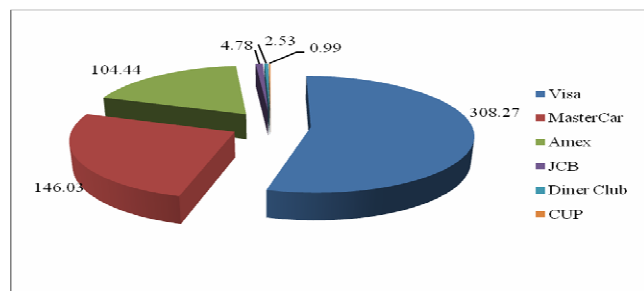
Tổng tài sản hợp nhất của Vietcombank tính đến 31/12/2009 đạt **255.496 tỷ** quy đồng - tăng 15,0% so với cuối năm 2008, vượt 3,7% so với chỉ tiêu kế hoạch của HĐQT giao. Tổng tài sản của riêng Ngân hàng đạt tại 31/12/2009 đạt 255.067 tỉ, tăng 15,6% so với năm 2008. Lợi nhuận trước thuế 2009 đạt 5.004 tỷ đồng, tăng 39,4% so với cùng kỳ 2008 và vượt 50,7% so với kế hoạch; Lợi nhuận sau thuế đạt 3.944,8 tỷ đồng; Lợi nhuận thuần trong kỳ (Lợi nhuận sau thuế trừ đi Lợi ích cổ đông thiểu số) đạt 3.921 tỷ đồng; Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu bình quân đạt 25,58% tăng trưởng tín dụng 25,6%.

## **2.2. THỰC TRẠNG KINH DOANH DỊCH VỤ THẺ CỦA VCB**

### **2.2.1. Môi trường kinh doanh thẻ Việt Nam**

### **2.2.2. Thực trạng dịch vụ thẻ của Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam**

#### **2.2.2.1. Hoạt động thanh toán thẻ quốc tế**



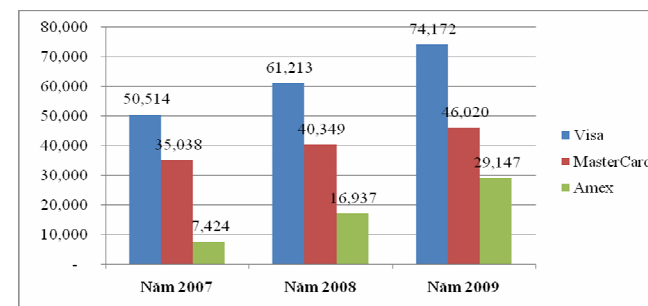
Sơ đồ 2.3 : Doanh số thanh toán các loại thẻ năm 2009

Trong năm 2009, tổng doanh số thanh toán quốc tế của VCB đạt 567,04 triệu USD, bằng 88,24% so với năm 2008 và đạt 105,49% so với kế hoạch (537,51 triệu USD). Trong đó, thương hiệu Visa tiếp tục là thương hiệu dẫn đầu với 308,27 triệu USD, chiếm 54,36% tổng doanh số thanh toán thẻ quốc tế, cách xa vị trí thứ hai là thẻ MasterCard với 146,03 triệu USD, tương ứng là 25,75%.

#### 2.2.2.2. Hoạt động phát hành và sử dụng thẻ do VCB phát hành

##### a. Thẻ tín dụng quốc tế

Với các tính năng đa dạng, mang lại sự tiện dụng cho khách hàng và chất lượng sử dụng dịch vụ ổn định, các sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế do VCB phát hành vẫn là những sản phẩm thẻ uy tín hàng đầu trên thị trường và được khách hàng rất ưa chuộng với các thương hiệu của các tổ chức thẻ lớn trên thế giới bao gồm Visa, Master và Amex, trong đó VCB vẫn là ngân hàng duy nhất phát hành thẻ mang thương hiệu Amex tại Việt Nam.



Sơ đồ 2.5: Số lượng thẻ tín dụng quốc tế phát hành lũy kế

##### - Doanh số sử dụng thẻ tín dụng quốc tế của VCB

Bảng 2.4: Doanh số sử dụng thẻ quốc tế của VCB Đơn vị: tỷ VND

Loại thẻ	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	% kế hoạch năm
Visa	652,3	854,65	1.083,96	<b>126,15%</b>
MasterCard	453,2	338,93	419,01	
Amex	252,7	415,56	617,39	
<b>Tổng</b>	<b>1.358,2</b>	<b>1.609,14</b>	<b>2.120,36</b>	

Nguồn: Báo cáo thường niên của VCB

##### b. Thẻ ghi nợ quốc tế

Bảng 2.5: Số lượng phát hành thẻ ghi nợ quốc tế của VCB 2007-2009 Đơn vị: thẻ

Loại thẻ	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	% kế hoạch năm
Visa Debit	45.038	77.952	138.858	<b>155,77%</b>
Master MTV	32.058	20.101	17.632	
<b>Tổng</b>	<b>77.096</b>	<b>98.053</b>	<b>156.490</b>	

Nguồn: Báo cáo thường niên của VCB

##### - Doanh số sử dụng thẻ ghi nợ quốc tế

Bảng 2.6: Doanh số sử dụng thẻ ghi nợ quốc tế do VCB phát hành Đơn vị: tỷ VND

Loại thẻ	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	% kế hoạch năm
Visa Debit	196	2,929	5.782	<b>215,92%</b>
Master MTV	859	2,245	2.270	
<b>Tổng</b>	<b>1.055</b>	<b>5,175</b>	<b>8.052</b>	

Nguồn: Báo cáo thường niên của VCB

### c. Thẻ ghi nợ nội địa

#### - Phát hành thẻ ghi nợ nội địa

Bảng 2.7 : Số lượng thẻ ghi nợ nội địa do VCB phát hành

Đơn vị: Thẻ

Loại thẻ	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Kế hoạch năm
Ghi nợ nội địa	648.315	745.135	782.913	127,98%

Nguồn: Báo cáo thường niên của VCB

Bảng 2.8: Doanh số sử dụng thẻ Connect 24 do VCB phát hành Đơn vị: Tỷ VND

Loại thẻ	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
VCB Connect 24	47.134	66.157	90.654

Nguồn: Báo cáo thường niên của VCB

Như vậy, với định hướng đẩy mạnh việc sử dụng thẻ của khách hàng, gia tăng tỷ lệ thẻ được sử dụng, doanh số sử dụng thẻ ghi nợ nội địa của VCB trong năm 2009 đã gia tăng rất tăng đáng kể. Việc doanh số sử dụng thẻ nội địa của VCB vẫn duy trì ở mức cao là còn nhờ số lượng thẻ phát hành và mạng lưới chấp nhận thẻ lớn nhất thị trường (hơn 3,8 triệu thẻ và gần 1.500 máy ATM trên cả nước). Ngoài ra, việc triển khai dịch vụ thanh toán thẻ trực tuyến bằng thẻ ghi nợ nội địa cũng mở rộng thêm sự lựa chọn cho khách hàng sử

dụng thẻ, qua đó kích thích đáng kể doanh số sử dụng loại hình thẻ này trong năm 2009. Bên cạnh đó, chính sách trả lương qua tài khoản của Chính phủ theo Chi thị 20 cũng góp phần không nhỏ trong việc gia tăng doanh số sử dụng thẻ ghi nợ nội địa của VCB.

### 2.2.3. Hệ thống công nghệ

#### 2.2.3.1. Hệ thống công nghệ nền tảng

Vào năm 2000, hệ thống này đã được đưa vào sử dụng với tên gọi VCB - Vision 2010. Trên cơ sở hệ thống nền tảng này, NH TMCP NT có điều kiện xây dựng hệ thống thanh toán trực tuyến VCB on-line và hệ thống giao dịch tự động ATM đã và đang hỗ trợ cho việc phát triển nhiều sản phẩm và dịch vụ.

#### 2.2.3.2. Hệ thống công nghệ thẻ

Về tổng thể, có thể nói hệ thống hạ tầng cơ sở kỹ thuật phục vụ hoạt động thẻ của NH TMCP NT đã có những bước phát triển đáng ghi nhận, đóng góp rất lớn cho công tác nâng cao chất lượng kinh doanh thẻ của NH TMCP NT. Tuy nhiên, cũng cần khẳng định rằng chỉ có việc đi đầu và ổn định về công nghệ thì chúng ta mới tiếp tục tăng trưởng trong những năm sắp tới. Điều này đòi hỏi sự nỗ lực không chỉ đối với bộ phận chuyên trách về kỹ thuật mà đối với từng cán bộ cụ thể, từng bước nâng cao trình độ nhằm nắm bắt và làm chủ công nghệ mới.

#### 2.2.3.3. Hoạt động marketing

##### a. Nghiên cứu và phân tích thị trường

Thực tế, NH TMCP NT cũng đã tiến hành triển khai tuy nhiên mới chỉ ở từng đề án riêng rẽ chứ chưa đạt tầm tổng thể, chiến lược



chung trong toàn hệ thống. Việc phân đoạn thị trường, chiến lược phát triển và mở rộng thị phần đối với từng phân đoạn chưa được hoạch định cụ thể ở mức cần thiết. Để khắc phục tình trạng này, phải có một bộ phận chuyên trách về nghiên cứu và phát triển với mục tiêu sẽ đóng vai trò làm nòng cốt cho hoạt động marketing nói chung.

### **b. Thiết kế và phát triển sản phẩm mới**

Thời gian vừa qua, bên cạnh sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế NH TMCP NT đã tập trung nghiên cứu phát triển 2 loại thẻ mới bao gồm thẻ ghi nợ Vietcombank Connect 24 và thẻ liên kết (co – branded).

### **c. Chính sách khuyến khích trương sản phẩm và quan hệ khách hàng**

Trong một vài năm gần đây, mặc dù còn có một số khó khăn liên quan đến cơ chế hành chính, tài chính và nguồn nhân lực nhưng NH TMCP NT đã làm tương đối bài bản và hiệu quả công tác này. Cùng với các mặt hoạt động khác, hình ảnh dịch vụ thẻ của NH TMCP NT bắt đầu hình thành trong công chúng, tạo ấn tượng sâu đậm.

#### **2.2.3.4. Hoạt động quản lý rủi ro**

Với các ĐVCNT hoặc cá nhân muốn kinh doanh hoặc sử dụng loại hình dịch vụ này đều được khuyến cáo về khả năng xảy ra rủi ro và được xem xét kỹ lưỡng khả năng thực hiện trước khi cho phép triển khai.

- Công tác thẩm định và xét duyệt yêu cầu phát hành thẻ được thực hiện tương đối tốt.

- Hoạt động quản lý hệ thống và kiểm soát nghiệp vụ luôn được coi trọng đúng mức.

- Thực hiện nghiêm túc các chương trình quản lý rủi ro của các TCTQT.

### **2.2.4. Đánh giá hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ ngân hàng của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam**

#### **2.2.4.1. Tác động đối với công tác huy động vốn**

Dịch vụ thẻ, nhất là sản phẩm thẻ ghi nợ trước hết là một công cụ quan trọng để thu hút vốn nhàn rỗi trong dân cư.

Bên cạnh đó, sản phẩm thẻ ghi nợ đã giúp cho NH TMCP NT trong một thời gian rất ngắn thực hiện thành công việc phát triển tài khoản tiền gửi cá nhân cho hàng chục nghìn khách hàng. Với số lượng tài khoản tiền gửi cá nhân không kỳ hạn phục vụ cho việc sử dụng thẻ, vốn huy động từ nguồn này đã tăng trưởng nhảy vọt hơn 200% vào đầu năm 2010 so với cùng kỳ 2009.

#### **2.2.4.2. Mở rộng tín dụng**

Cùng với các giải pháp phát triển tín dụng khác, sản phẩm thẻ tín dụng được coi như một trong những sản phẩm phục vụ nhu cầu cho vay tiêu dùng của dân cư. Với từng khoản tín dụng nhỏ được cấp cho chủ thẻ, tổng doanh số sử dụng thẻ – tổng doanh số cho vay thẻ tín dụng đã tăng lên theo từng năm một cách từ từ nhưng chắc chắn, đầy sức thuyết phục với tỷ lệ tăng trưởng không dưới 70%/năm.

#### **2.2.4.3. Góp phần đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ**

Dịch vụ thẻ ngân hàng đã mở ra cho các tổ chức tài chính tín dụng khả năng tiếp cận với các khách hàng cá nhân – một mảng

khách hàng lớn rộng, đầy tiềm năng của thị trường tài chính và chưa được khai phá tại Việt Nam. Dịch vụ này cũng sẽ cung cấp khả năng bán chéo sản phẩm giữa các tổ chức tài chính khác nhau.

#### **2.2.4.4. Kết quả khác**

- Thực hiện tốt chính sách tiền tệ của Chính phủ và NHNN VN
- Tăng lợi nhuận: Lợi nhuận do dịch vụ thẻ mang lại cả về mặt thanh toán và phát hành thẻ..
- Hạn chế rủi ro do các nhân tố bên ngoài tác động vào vì thẻ thuộc lĩnh vực ngân hàng bán lẻ, ít chịu ảnh hưởng của chu kỳ kinh tế hơn so với các lĩnh vực khác.
- Tạo môi trường văn minh trong thanh toán.
- Nâng cao sức cạnh tranh và khả năng hội nhập.

### **KẾT LUẬN CHƯƠNG 2**

Trong chương 2, luận văn đã phân tích thực trạng kinh doanh dịch vụ thẻ của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt nam về các mặt khác nhau, theo từng loại thẻ, phân tích, đánh giá thực trạng về hệ thống công nghệ, về hoạt động Marketing, về hoạt động quản lý rủi ro. Đồng thời luận văn cũng đánh giá kết quả của hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ đối với hoạt động kinh doanh ngân hàng.

## **CHƯƠNG 3 - GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG DỊCH VỤ THẺ TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG**

### **3.1. ĐÁNH GIÁ THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN**

#### **3.1.1. Những cơ hội**

#### **3.1.2. Những thách thức**

#### **3.1.3. Định hướng phát triển dịch vụ thẻ ngân hàng của NH TMCP Ngoại Thương Việt Nam**

### **3.2. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TẠI VCB**

#### **3.2.1. Phát triển sản phẩm dịch vụ**

##### **3.2.1.1. Thẻ ghi nợ và những tiện ích phát triển trên nền tảng công nghệ tiên tiến**

Hiện tại, với hệ thống công nghệ của mình, triển khai sản phẩm thẻ ghi nợ trực tuyến, NH TMCP NT hầu như không phải đầu tư thêm về hệ thống và trang thiết bị. Với mức phí thanh toán thẻ thu từ các ĐVCNT khoảng 1%, thẻ ghi nợ trực tuyến dễ dàng có điều kiện phát triển và tăng doanh số trong thời gian không lâu. Kế hoạch phát triển thẻ ghi nợ trực tuyến của NH TMCP NT nhất định sẽ rất thành công, nhất là vào thời điểm hiện nay, khi giá cước viễn thông được giảm hầu hết ở mức 40% sẽ tạo điều kiện tốt cho NH TMCP NT giảm đáng kể chi phí trong xử lý giao dịch trực tuyến.

##### **3.2.1.2. Thẻ liên kết**

Nắm vững xu hướng phát triển của dịch vụ thẻ ngân hàng thế giới cũng như hiểu được mong muốn của khách hàng NH TMCP NT cần lưu tâm phát triển thẻ liên kết thông qua việc tìm kiếm các đối tác có uy tín trên thị trường nội địa và quốc tế nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh và khả năng khai thác thị trường thẻ nội địa cho tất cả các bên tham gia vì lợi ích của khách hàng và của chính mình. Các đề án liên kết với một số đối tác cung ứng hàng hoá và dịch vụ trong nước và quốc tế cần phải được nghiên cứu xây dựng và chuẩn bị triển

khai trong chiến lược phát triển thẻ của NH TMCP NT. Các lĩnh vực có khả năng liên kết với hiệu quả cao sẽ là: siêu thị, hàng không, bảo hiểm, bưu chính viễn thông, xăng dầu...

### **3.2.2. Giải pháp về công nghệ và kỹ thuật**

#### **3.2.2.1. Kết nối hệ thống giao dịch tự động ATM**

Với thực trạng của các NHTMVN hiện nay, tác giả xin đề xuất ba giải pháp có thể lựa chọn để xây dựng một hệ thống kết nối toàn bộ mạng lưới giao dịch tự động ATM của các ngân hàng nội địa như sau:

- **Giải pháp 1** - Sử dụng khung hệ thống sẵn có của NH TMCP NT: theo cách này, hệ thống giao dịch tự động ATM của NH TMCP NT sẽ là xương sống của hệ thống ATM cả nước. Các ngân hàng khác sẽ thực hiện kết nối hệ thống ATM của mình với hệ thống ATM của NH TMCP NT và phải tuân theo các tiêu chuẩn kỹ thuật của hệ thống này.

- **Giải pháp 2** - Sử dụng một bên thứ ba trong nước làm nhà xây dựng và điều hành hệ thống: Bên thứ ba này có thể là một công ty độc lập hoặc Cục Công nghệ Thông tin của NHNN. Công ty này sẽ xây dựng lên một chuẩn kỹ thuật và yêu cầu các ngân hàng tuân thủ, đầu tư cho hệ thống kết nối và được hưởng phí giao dịch.

- **Giải pháp 3** - Sử dụng hệ thống của Tổ chức thẻ quốc tế: các ngân hàng Việt Nam có thể sử dụng dịch vụ triển khai và vận hành mạng lưới thanh toán tự động do một TCTQT cung cấp. Tổ chức này sẽ đầu tư xây dựng hệ thống, đặt ra các tiêu chuẩn về công nghệ kỹ

thuật và nghiệp vụ cho các ngân hàng thành viên và thu phí xử lý giao dịch.

Cả ba giải pháp nêu trên đều có ưu thế và khó khăn khác nhau, cần phải xem xét và cân nhắc để tìm giải pháp thuận lợi và phù hợp với tình hình thực trạng của hệ thống NHTM VN.

#### **3.2.2.2. Xây dựng hệ thống thanh toán thẻ liên ngân hàng**

Việc thành lập một trung tâm thanh toán bù trừ cho giao dịch thẻ trong nội địa Việt Nam là cần thiết. Hầu hết các ngân hàng thương mại Việt Nam lớn và các chi nhánh ngân hàng nước ngoài có mở tài khoản tiền gửi tại NH TMCP NT. NH TMCP NT rất dễ dàng thoả thuận với từng ngân hàng về cơ chế thanh toán cũng như mức phí trao đổi để triển khai thanh toán bù trừ cho các giao dịch thẻ do NH TMCP NT phát hành được sử dụng tại các ĐVCNT thuộc ngân hàng đó nhằm mục đích giảm phí phải trả cho các TCTQT. Tuy vậy, đây không phải là giải pháp tổng thể. Giải pháp tổng thể là phải đầu tư xây dựng một hệ thống thanh toán thẻ liên ngân hàng kết nối với hệ thống thanh toán liên ngân hàng hiện tại và hệ thống xử lý giao dịch ATM và POS. Có như vậy, các ngân hàng có thể kết hợp xử lý giao dịch và thanh toán bù trừ cho nhau, giảm thiểu chi phí xử lý giao dịch thông qua các TCTQT. Các ngân hàng sẽ có điều kiện ưu tiên áp dụng mức phí chiết khấu thanh toán thẻ tín dụng cũng như thẻ ghi nợ đối với giao dịch nội địa đặc biệt thấp, chỉ khoảng 1% cho các ĐVCNT để khuyến khích việc sử dụng thẻ cũng như việc chấp nhận thẻ của khách hàng cả chủ thẻ và ĐVCNT. Chắc chắn với mức phí

này, các ĐVCNT sẽ rất vui mừng đón nhận thẻ như một phương tiện thanh toán hữu dụng.

### **3.2.3. Mở rộng cơ sở chấp nhận thanh toán thẻ**

Những việc ngân hàng cần làm ngay lúc này để phát triển mạng lưới đại lý chấp nhận thẻ là:

- Trang bị đầy đủ các máy móc thiết bị (chủ yếu là các thiết bị đọc thẻ điện tử EDC) cho các đại lý chấp nhận thẻ nhằm tránh tạo ra những khoảng trống cho các Ngân hàng khác xâm nhập.

- Tăng cường chính sách tiếp thị đại lý để họ thấy rõ lợi ích của việc chấp nhận thanh toán thẻ; Nghiên cứu gấp việc trích thưởng nhằm khuyến khích các đạt doanh số lớn đồng thời việc trích thưởng này là một phương tiện để ngân hàng cạnh tranh với ngân hàng khác, khuyến khích giảm phí cho những đại lý có doanh thu thanh toán thẻ lớn.

- Tăng cường liên kết hợp tác với các ngân hàng thương mại tại những nơi không có chi nhánh của VCB, nhưng lại có tiềm năng sử dụng thẻ để thiết lập các cơ sở để tiếp nhận thẻ như Huế, Quảng Ninh, SaPa...

- Có sự phối hợp động bộ các bộ phận nghiệp vụ tạo hậu thuẫn cho việc mở rộng các cơ sở chấp nhận thẻ.

- Thông qua các đại lý chấp nhận thẻ cũ, để tạo hậu thuẫn cho việc phát triển các đại lý chấp nhận thẻ mới trên nguyên tắc mở rộng cả chiều rộng và chiều sâu tức là mở cả theo lãnh thổ địa lý và theo cả lĩnh vực hàng hóa, dịch vụ ngành nghề kinh doanh.

- Nâng cao chất lượng thanh toán thẻ hiện trên các mặt rút ngắn thời gian thanh toán cho đại lý, việc cử nhân viên xuống đại lý nhận hoá đơn phải tiếp tục được củng cố phát triển.

- Đảm bảo hoạt động ổn định của phần mềm quản lý vừa xử lý cấp phát thanh toán thẻ.

- Luôn coi trọng nâng cao chất lượng thanh toán một cách toàn diện đảm bảo tạo thành rào cản có hiệu quả trước những biện pháp xâm nhập lôi kéo đại lý của các đối thủ cạnh tranh.

Cùng với việc phát triển mạng lưới đại lý ngân hàng nên xem xét có kế hoạch đầu tư phát triển hệ thống máy gửi rút tiền tự động ATM, phổ cập hoạt động thanh toán, rút tiền mặt qua máy ATM dần từng bước ra dân chúng.

### **3.2.4. Đẩy mạnh chương trình Marketing, quảng cáo, tiếp thị**

Với hoạt động này, VCB cần:

Xuất phát từ vai trò quan trọng của hoạt động marketing ngân hàng, trung tâm thẻ nên thành lập một marketing chuyên về thẻ.

Tổ chức chương trình giới thiệu và gửi thư mời tới cá nhân và tổ chức để quảng bá sản phẩm thẻ.

Đẩy mạnh công tác quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo chí, truyền hình.

Sử dụng pano, áp phích quảng cáo trên đường phố, các khu vực vui chơi giải trí, phát tờ rơi giới thiệu các sản phẩm thẻ ngân hàng cung cấp.

Phối hợp với đài truyền hình thực hiện các chương trình dưới dạng các buổi tọa đàm, hỏi đáp, phim tư liệu, phóng sự giới thiệu về

thị trường thẻ Việt Nam, công nghệ thẻ trên thế giới, các tiện ích khi sử dụng thẻ...

Hợp tác với các trường đại học tổ chức hội thảo, tọa đàm... nhằm tuyên truyền dịch vụ thẻ tới lớp trẻ.

### 3.2.5. Các giải pháp khác

- Thành lập trung tâm thanh toán thẻ hoạt động độc lập.
- Tăng cường đầu tư cho chiến lược nguồn nhân lực
- Phòng chống rủi ro

## 3.3. KIẾN NGHỊ VỚI CƠ QUAN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC

### 3.3.1. Đối với Chính phủ

### 3.3.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

#### KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trong chương 3, trên cơ sở đánh giá những thuận lợi và khó khăn đối với việc phát triển dịch vụ thẻ ngân hàng tại Ngân hàng Ngoại thương Việt nam, định hướng phát triển dịch vụ thẻ tại ngân hàng này, Luận văn đã đề xuất các giải pháp cụ thể nhằm phát triển dịch vụ thẻ tại ngân hàng. Luận văn cũng đã đề xuất một số kiến nghị với Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước Việt nam nhằm hoàn thiện một số vấn đề bất cập tạo điều kiện phát triển dịch vụ thẻ ngân hàng tại Việt nam.

-----

## KẾT LUẬN

Với những nỗ lực nghiên cứu nghiêm túc, Luận văn đã hoàn thành những nhiệm vụ sau:

- Hệ thống hóa các vấn đề lý luận liên quan đến dịch vụ kinh doanh thẻ của ngân hàng thương mại, phân tích nội dung phát triển dịch vụ thẻ, đề xuất các tiêu chí đánh giá quá trình này, lý giải các nhân tố ảnh hưởng, tổng hợp các bài học kinh nghiệm từ phát triển dịch vụ thẻ của một số nước.

- Phân tích và đánh giá có hệ thống thực trạng kinh doanh dịch vụ thẻ tại NH TMCP NT

- Đề xuất những giải pháp có cơ sở khoa học và tính thực tiễn và các kiến nghị đối với Chính phủ và Ngân hàng Nhà Nước Việt nam nhằm phát triển dịch vụ thẻ ngân hàng tại NH TMCP NT.

Với luận văn này, tác giả hy vọng rằng những giải pháp được đưa ra sẽ phát huy tác dụng thực tế, khắc phục các mặt tồn tại, góp phần hoàn thiện và thúc đẩy dịch vụ thẻ của NH TMCP NT cũng như thị trường thẻ ngân hàng Việt Nam nói chung trên chặng đường hội nhập kinh tế khu vực và thế giới.

Tác giả xin chân thành cảm ơn đến Quý Thầy, Cô đã tạo điều kiện hướng dẫn, quan tâm giúp đỡ trong quá trình học tập và nghiên cứu. Đặc biệt là Giáo viên hướng dẫn PGS.TS Lâm Chí Dũng đã tận tình chỉ dẫn trong suốt thời gian thực hiện và hoàn thành luận văn này.