

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

VÕ THỊ KIM QUYÊN

**PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH
KINH DOANH DỊCH VỤ THỂ
TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP
VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM,
CHI NHÁNH QUẢNG 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 2015

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học : PGS.TS. VÕ XUÂN TIẾN

Phản biện 1: TS. NGUYỄN HIỆP

Phản biện 2: PGS.TS. NGUYỄN VĂN TUẤN

Luận văn đã được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp
Thạc sĩ Quản trị kinh doanh tại Đại học Đà Nẵng ngày 25
tháng 01 năm 2015

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

Trong xu thế hội nhập, kinh tế - xã hội phát triển không chỉ trong phạm vi đất nước mà phát triển trên phạm vi thế giới, nhu cầu trao đổi hàng hóa ngày càng phát triển. Điều này đặt ra những đòi hỏi mới trong quá trình giao dịch, thanh toán hàng hóa dịch vụ. Với sự phát triển vượt trội của tin học, kỹ thuật, thẻ ra đời như một nhu cầu thiết yếu.

Mặc dù, thẻ và dịch vụ thẻ đã ra đời từ những năm 90 của thế kỷ trước và chúng có những tính năng vượt trội trong thanh toán. Tuy nhiên, thị trường dịch vụ thẻ tại Việt Nam nói chung và địa bàn Tỉnh Quảng Nam nói riêng, thanh toán hằng ngày bằng thẻ còn nhiều mới lạ, chưa ứng dụng rộng rãi trong thanh toán. Việc kinh doanh dịch vụ thẻ của Agribank-chi nhánh Tỉnh Quảng Nam thời gian qua chưa thực sự đem lại hiệu quả, chưa hấp dẫn và tiện ích chưa cao, do vậy đã làm hạn chế khả năng cạnh tranh, thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ tại chi nhánh. Xuất phát từ các lý do trên, tôi chọn đề tài “Phân tích tình hình kinh doanh dịch vụ thẻ tại Agribank- Chi nhánh Tỉnh Quảng Nam” làm đề tài nghiên cứu cho luận văn thạc sĩ.

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

- Hệ thống hoá lý luận về kinh doanh dịch vụ thẻ trong các ngân hàng thương mại (NHTM).
- Phân tích thực trạng kinh doanh dịch vụ thẻ của Agribank-chi nhánh Tỉnh Quảng Nam.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ tại Agribank- Chi nhánh Tỉnh Quảng Nam.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

a. Đối tượng nghiên cứu

Luận văn nghiên cứu những vấn đề kinh doanh dịch vụ thẻ mà chủ yếu là thẻ ATM tại Agribank- Chi nhánh Tỉnh Quảng Nam.

b. Phạm vi nghiên cứu

- Nội dung: Luận văn chỉ tập trung nghiên cứu những vấn đề cơ bản về kinh doanh dịch vụ thẻ, đặc biệt là dịch vụ thẻ ATM.
- Không gian: Chỉ nghiên cứu vấn đề kinh doanh dịch vụ thẻ tại Agribank- Chi nhánh Tỉnh Quảng Nam.
- Thời gian: Giải pháp đề xuất chỉ có ý nghĩa trong 5 năm tới.

4. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài sử dụng các phương pháp sau:

- Phương pháp phân tích thực chứng, PP phân tích chuẩn tắc,
- Phương pháp khảo sát, điều tra, phương pháp chuyên gia,
- Phương pháp phân tích, so sánh, tổng hợp,
- Các phương pháp khác,...

5. Bố cục của đề tài

Đề tài được bố trí gồm 3 chương:

Chương 1. Cơ sở lý luận về kinh doanh dịch vụ thẻ trong các ngân hàng thương mại.

Chương 2. Phân tích thực trạng kinh doanh dịch vụ thẻ tại Agribank- Chi nhánh Tỉnh Quảng Nam.

Chương 3. Giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ tại Agribank- Chi nhánh Tỉnh Quảng Nam.

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ KINH DOANH DỊCH VỤ THẺ TRONG CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1 KHÁI QUÁT VỀ KINH DOANH DỊCH VỤ THẺ

1.1.1. Các khái niệm

a. Thẻ ngân hàng

b. Dịch vụ, dịch vụ thẻ, kinh doanh dịch vụ thẻ ngân hàng

Dịch vụ thẻ là một hoạt động hay một lợi ích mà ngân hàng có thể cung cấp cho khách sử dụng thẻ, về bản chất là vô hình và không đem lại một sự sở hữu.

Kinh doanh dịch vụ thẻ là quá trình mua bán nhằm thu lại lợi nhuận từ việc cung ứng dịch vụ thẻ từ phía ngân hàng đối với khách hàng sử dụng thẻ.

Phân tích hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ là phân tích tiến trình mở rộng hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ nhằm đáp ứng tốt hơn yêu cầu của khách hàng trên cơ sở sử dụng tối đa năng lực của đơn vị mà vẫn kiểm soát được rủi ro và đảm bảo gia tăng lợi nhuận.

1.1.2. Các loại dịch vụ thẻ ngân hàng

a. Căn cứ vào tính chất dịch vụ

b. Căn cứ vào thiết bị thực hiện dịch vụ

1.1.3. Đặc trưng của dịch vụ thẻ

a. Tính linh hoạt

b. Tính tiện lợi

c. Tính an toàn, nhanh chóng

1.1.4. Ý nghĩa phân tích tình hình kinh doanh dịch vụ thẻ

- Đánh giá được quy mô, chất lượng dịch vụ thông qua qua trình thu thập, thống kê và xử lý số liệu về hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ.

- Kịp thời phát huy ưu thế và hạn chế những nhược điểm trong quá trình kinh doanh dịch vụ thẻ.

- Cung cấp các thông tin cần thiết cho nhà quản trị.

- Nhận diện và phòng ngừa các rủi ro có thể xảy ra.

1.2. NỘI DUNG PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ THẺ

1.2.1. Phân tích quy mô kinh doanh dịch vụ thẻ

Phân tích quy mô kinh doanh dịch vụ thẻ là quá trình nghiên cứu, đánh giá quy mô kinh doanh dịch vụ thẻ của chủ thẻ phát hành thẻ với khách hàng thông qua số lượng thẻ phát hành, tần suất giao dịch và quy mô mỗi lần giao dịch.

- Số lượng thẻ phát hành đồng nghĩa với số lượng khách hàng sử dụng thẻ là số lượng những người có quan hệ mở thẻ, sử dụng thẻ của ngân hàng để thực hiện các giao dịch thanh toán. Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ tăng chứng tỏ số lượng khách hàng hài lòng với dịch vụ ngày càng cao. Cần phân tích quy mô số lượng khách hàng để biết được số lượng khách hàng đến giao dịch tăng, giảm qua các năm trong những điều kiện nhất định. Để gia tăng quy mô số lượng khách hàng cần:

- + Đa dạng hóa sản phẩm thẻ,
- + Sử dụng các phương tiện thông giới thiệu dịch vụ thẻ ,
- + Đơn giản hóa thủ tục giấy tờ nhưng đảm bảo tính pháp lý.
- + Nâng cao chất lượng dịch vụ thẻ, gia tăng các tiện ích thẻ.
- + Gia tăng số lượng điểm chấp nhận thẻ và máy ATM.

- Tần suất giao dịch là mức độ tiến hành các giao dịch cụ thể của chủ thẻ với ngân hàng. Tăng tần suất giao dịch giúp cho thu nhập từ phí của dịch vụ tăng lên, đồng thời cải thiện khả năng thanh toán của hệ thống. Để tăng tần suất giao dịch, ngân hàng cần:

- + Chăm sóc khách hàng,
 - + Gia tăng các dịch vụ tiện ích,
 - + Nâng cao chất lượng dịch vụ.
- Quy mô giao dịch bình quân là giá trị giao dịch của chủ thẻ trong 1 lần giao dịch. Tổng doanh thu, lợi nhuận suy cho cùng phụ thuộc vào số lượng thẻ và quy mô giao dịch.

Tiêu chí đánh giá:

- + Tình hình biến động số lượng thẻ cung ứng;
- + Tình hình biến động số thẻ phát hành mới;
- + Tốc độ tăng trưởng số lượng thẻ phát hành.
- + Tần suất giao dịch
- + Quy mô giá trị giao dịch bình quân;
- + Quy mô giá trị giao dịch.

Rủi ro trong kinh doanh dịch vụ thẻ

- + Khái niệm rủi ro trong kinh doanh dịch vụ thẻ
- + Các rủi ro trong kinh doanh dịch vụ thẻ:
- + Hạn chế rủi ro trong kinh doanh dịch vụ thẻ:

1.2.2. Phân tích chất lượng dịch vụ thẻ

Phân tích chất lượng dịch vụ thẻ là quá trình nghiên cứu, đánh giá mức độ hài lòng và thỏa mãn của khách hàng khi sử dụng dịch vụ thẻ của ngân hàng, cũng như sự trung thành của khách hàng với ngân hàng và sự tiến bộ về hành vi, thái độ phục vụ của đội ngũ cán bộ công nhân viên ngân hàng.

Phải phân tích chất lượng dịch vụ thẻ để xem:

- + Khách hàng trung thành với sử dụng dịch vụ NH không?
- + Nâng cao chất lượng dịch vụ thẻ cho phép duy trì, phát triển số lượng khách hàng cũ và lôi kéo khách hàng mới,
- + Giúp chi nhánh nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng.

Chất lượng dịch vụ được đo lường và đánh giá thông qua:

+ Hiệu quả: Thể hiện tốc độ giao dịch, dễ dàng tìm thông tin tại các website ngân hàng...

+ Tin cậy: hệ thống máy móc không bị treo, đường link không gặp sự cố, tốc độ tải nhanh và chính xác, thông tin chính xác.

+ Phản ứng: giải quyết nhanh các sự cố, thất mắc.

+ Bảo mật và đáp ứng: Khách hàng đáp ứng các nhu cầu giao dịch cách nhanh chóng cho khách hàng, đảm bảo tính bảo mật thông tin tài khoản của khách hàng.

Tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ thẻ:

+ Mức độ khách hàng hài lòng về độ tin cậy của dịch vụ thẻ,

+ Mức độ khách hàng hài lòng về tính năng dịch vụ thẻ,

+ Mức độ khách hàng hài lòng về tiện ích dịch vụ,

+ Mức độ khách hàng hài lòng về giá cả dịch vụ thẻ,

+ Mức độ khách hàng hài lòng về hình thức thẻ,

+ Chất lượng hoạt động của ĐVCNT, máy ATM, Máy POS,

+ Mức độ KH hài lòng về thái độ phục vụ của nhân viên.

1.2.3. Mở rộng mạng lưới cung ứng dịch vụ thẻ

Mở rộng mạng lưới cung ứng dịch vụ thẻ là mục tiêu để chi ngân hàng mở rộng thị trường. Mở rộng thị trường phản ánh sự gia tăng vị thế, thị phần mà ngân hàng thương mại đã chiếm lĩnh được trên thị trường so với các đối thủ cạnh tranh trên địa bàn, thường được đánh giá trên một vùng, miền, quốc gia, lãnh thổ....

Mở rộng thị trường giúp thu hút số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng sử dụng dịch vụ và nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ.

Mở rộng thị trường được thực hiện theo các hình thức sau:

+ Mở rộng thị trường theo vùng địa lý

+ Mở rộng thị trường theo đối tượng khách hàng

Để mở rộng thị trường kinh doanh dịch vụ thẻ cần thực hiện: Tăng cường công tác marketing về dịch vụ thẻ, Gia tăng số điểm chấp nhận thanh toán thẻ, Liên kết các ngân hàng, Nâng cấp máy móc thiết bị.

Tiêu chí đánh giá mở rộng mạng lưới cung ứng dịch vụ thẻ:

- + Số điểm giao dịch trên một vạn dân/địa bàn,
- + Số điểm giao dịch mới,
- + Tốc độ tăng của số điểm giao dịch.

1.2.4. Phát triển dịch vụ mới

Phát triển dịch vụ mới là tăng thêm dịch vụ đưa ra thị trường để tận dụng ưu thế thị trường và kênh phân phối, tiêu thụ. Những dịch vụ này hỗ trợ cho các dịch vụ hiện có, gia tăng tiện ích thẻ nhằm đáp ứng các nhu cầu khác nhau của khách hàng.

Phát triển dịch vụ mới rất quan trọng đối với chiến lược kinh doanh của mỗi ngân hàng, giúp đa dạng hóa danh mục sản phẩm kinh doanh nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

Phát triển dịch vụ mới thực hiện qua các phương thức:

- *Phát triển dịch vụ giá trị gia tăng*
- *Phát triển dịch vụ mới hoàn toàn*

Các bước phát triển dịch vụ mới

+ Phân đoạn khách hàng để tìm ra cơ hội phát triển dịch vụ mới, khách hàng này là người có ý thức sử dụng dịch vụ.

+ Thực hiện điều tra nhằm tìm kiếm ý tưởng mới từ KH.

+ Liên kết với các NH khác trong việc cung cấp dịch vụ mới.

Tiêu chí đánh giá về phát triển dịch vụ mới:

- + Số lượng các dịch vụ mới có tại chi nhánh,
- + Giá trị giao dịch của dịch vụ mới.

1.2.5. Kết quả kinh doanh dịch vụ thẻ

1.3 NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN KINH DOANH DỊCH VỤ THẺ

1.3.1. Nhân tố bên ngoài

- a. Sự phát triển của nền kinh tế*
- b. Môi trường văn hóa-xã hội*
- c. Sự cạnh tranh của đối thủ*
- d. Hành lang pháp lý*

1.3.2. Nhân tố bên trong

- a. Chất lượng nguồn nhân lực*
- b. Trình độ khoa học công nghệ*

CHƯƠNG 2

PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG KINH DOANH DỊCH VỤ THẺ TẠI AGRIBANK-CHI NHÁNH TỈNH QUẢNG NAM

2.1. ĐẶC ĐIỂM AGRIBANK-CN TỈNH QUẢNG NAM

2.1.1. Đặc điểm về công tác tổ chức tại chi nhánh

- a. Quá trình hình thành và phát triển*
- b. Cơ cấu và hoạt động của chi nhánh*

2.1.2. Đặc điểm về các nguồn lực tại chi nhánh

- a. Nguồn nhân lực*

Nguồn nhân lực tại chi nhánh đông và tăng chậm qua các năm. Năm 2013 số lượng nhân viên là 435 lao động, trong đó 193 lao động nam và 242 nữ.

Cơ cấu lao động có độ tuổi dưới 30 chiếm số lượng thấp đạt 82 lao động năm 2013. Lao động có tuổi 40-60 chiếm 189 lao động, chiếm 43,45%. Qua đây cho thấy, lao động tại chi nhánh có thâm niên cao, có kinh nghiệm trong công việc nhưng thao tác cũng như

ứng dụng công nghệ thông tin chậm. Thiếu năng động trong công việc, còn tồn đọng tác phong làm việc theo kiểu cũ.

Chất lượng nguồn nhân lực tại chi nhánh đang dần được cải thiện, số lao động có trình độ đại học, trên đại học tăng lên đồng thời lao động phổ thông giảm dần. Trong những năm qua, chi nhánh có chú trọng việc tạo điều kiện cử cán bộ nhân viên đi học, có tổ chức những buổi tập huấn đào tạo kỹ năng cho cán bộ nhân viên.

b. Nguồn lực tài chính

Chi nhánh là đơn vị hoạt động phụ thuộc hội sở chính, mọi hoạt động của chi nhánh thực hiện bằng nguồn vốn huy động, khi thiếu và cần điều chuyển từ hội sở phải trả phí cho hội sở chính.

Dư nợ cho vay có tăng lên nhưng với tốc độ thấp. Lợi nhuận sau thuế cao năm 2012, giảm năm 2013 và có dấu hiệu phục hồi trong năm 2014.

c. Nguồn lực về cơ sở vật chất

Trong những năm qua, chi nhánh có chú trọng đến cơ sở hạ tầng, tạo một hội sở thuộc tình kháng trang, bề thế. Bên cạnh đó, chi nhánh đầu tư thêm cho phương tiện vận tải. Tuy nhiên, một số máy móc thiết bị như máy ATM, thiết bị đọc thẻ đã cũ nhưng chưa được nâng cấp, đây là điểm yếu mà chi nhánh đang khắc phục trong những năm tới.

2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của Agribank-Chi nhánh tỉnh Quảng Nam.

Do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế toàn cầu, tình hình tranh chấp biển đông... đã ảnh hưởng xấu đến hoạt động kinh doanh tại chi nhánh, nhờ vào sự nỗ lực của tập thể CBNV, CN có kết quả :

**Bảng 2.1 Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh
tại chi nhánh giai đoạn 2011-2013**

Chỉ tiêu	Năm 2011		Năm 2012		Năm 2013	
	Số tiền (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Số tiền (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Số tiền (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)
1. Tổng thu nhập	1,060	100,0	1,121	100,0	988	100,0
- Thu lãi cho vay	541	51.0	580	51.7	487	49.3
- Thu lãi thừa vốn	440	41.5	459	40.9	413	41.8
- Thu từ hoạt động dịch vụ	38	3.6	37	3.3	49	3.9
- Thu Khác	41	3.9	45	4.0	39	3.9
2. Tổng chi phí	926	100,0	1,008	100,0	883	100,0
- Chi hoạt động huy động vốn	724	78.2	774	76.8	639	72.4
- Chi dự phòng rủi ro	12	1.3	18	1.8	7	0.8
- Chi nhân viên	72	7.8	87	8.6	94	10.6
- Chi phí khác	118	12.7	129	12.8	143	16.2
3. Lợi nhuận	134		113		105	

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2011-2013
tại Agribank-chi Nhánh Tỉnh QN)

Từ số liệu ta thấy tình hình kinh doanh tại chi nhánh những năm qua không cao nhưng chí phí nhân viên và các chi phí khác tăng làm cho lợi nhuận của chi nhánh giảm đáng kể.

2.2. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ THẺ TẠI AGRIBANK-CN TỈNH QUẢNG NAM.

2.2.1. Quy mô kinh doanh dịch vụ thẻ

Để phân tích quy mô kinh doanh dịch vụ thẻ cần đánh giá thông qua một số chỉ tiêu như số lượng khách hàng sử dụng thẻ, tần suất giao dịch, quy mô mỗi lần giao dịch và các rủi ro trong kinh doanh dịch vụ thẻ.

- Số lượng khách hàng sử dụng thẻ

Phân tích số lượng khách hàng sử dụng thẻ chính là phân tích số

lượng thẻ mà khách hàng sử dụng, qua điều tra thu thập ta thấy số lượng thẻ tại chi nhánh tăng lên qua các năm và được thể hiện ở bảng sau:

Bảng 2.2 Tình hình biến động số lượng thẻ qua các năm tại CN

Tiêu chí	Năm 2011		Năm 2012		Năm 2013	
	ST(thẻ)	TT(%)	ST(thẻ)	TT(%)	ST(thẻ)	TT(%)
Tổng số thẻ	123.512	100	152.557	100	176.750	100
Thẻ ghi nợ nội địa	123.348	99,87	152.327	99,85	176.389	99,8
Thẻ ghi nợ quốc tế	164	0,13	230	0,15	361	0.2

(Nguồn: Phòng kinh doanh thẻ-Agribank-chi Nhánh Tỉnh QN)

Từ số liệu ta thấy, số lượng thẻ tăng lên qua các năm, tuy nhiên số lượng thẻ phát hành chủ yếu là thẻ ghi nợ nội địa, loại thẻ này chiếm tỷ trọng khá cao và hầu như chiếm đa số trong tổng số thẻ phát hành tại chi nhánh. Nhìn chung, số lượng thẻ có tăng lên trong 3 năm qua nhưng tăng với số lượng còn thấp. Bên cạnh đó, số lượng khách hàng sử dụng thẻ đa phần là người dân thành thị là chủ yếu, chiếm 70,9% năm 2013 và là những cán bộ nhân viên, lao động làm tại các công ty, xí nghiệp, họ mở thẻ để nhận lương là chủ yếu. Những chủ thẻ ở độ tuổi 23-35 là chủ yếu.

+ . Tình hình phát hành thẻ mới trong 3 năm qua có xu hướng giảm năm 2013, do tình hình kinh tế khó khăn, tình hình cạnh tranh gay gắt của các chi nhánh ngân hàng khác trên địa bàn làm cho số lượng thẻ phát hành mới tại chi nhánh giảm.

- Tồn suất giao dịch

Trong những năm qua, tổng số lần giao dịch tại chi nhánh tăng. Tồn suất giao dịch của thẻ thấp, còn nhiều thẻ ít hoạt động.

- Doanh số giao dịch

+Doanh số giao dịch tại máy ATM

Trong các năm gần đây, doanh số giao dịch tại các máy ATM tương đối lớn và tăng qua các năm. Doanh số giao dịch bình quân

cho 1 máy trong một năm.

Doanh số rút tiền bình quân cho một lần rút tăng qua các năm.

Số tiền giao dịch bình quân của một món tăng.

+Doanh số giao dịch tại máy POS

Trong những năm qua, do thói quen thanh toán tiền mặt chủ yếu nên doanh số giao dịch tại các máy POS rất thấp

- *Thực trạng rủi ro trong hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ*

- Những rủi ro tại chi nhánh

- Thực trạng giải quyết rủi ro tại chi nhánh thời gian qua.

2.2.2. Chất lượng dịch vụ thẻ

Theo nguồn số liệu điều tra của chi nhánh từ việc phát phiếu thăm dò khách hàng cho thấy mức độ sử dụng dịch vụ thẻ của khách hàng như sau: Khách hàng sử dụng thẻ ghi nợ nội địa thường xuyên và rất thường xuyên chiếm trên 57,8%, thẻ ghi nợ quốc tế ở tiêu chí này chiếm 11%. Đa phần khách hàng sử dụng thẻ ghi nợ nội địa là để nhận lương hay thẻ sinh viên. Như vậy, so với thẻ phát hành thì số lượng thẻ được sử dụng không cao. Chi nhánh cần có chính sách khuyến khích, kích thích khách hàng sử dụng.

Trong số khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ của chi nhánh, mức độ hài lòng của khách hàng về dịch vụ thẻ của chi nhánh được thể hiện qua các tiêu chí như sau:

- Mức độ hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ thẻ: Qua kết quả điều tra cho thấy, trên 40% khách hàng không hài lòng và rất không hài lòng về tốc độ đường truyền nhanh và số điểm chấp nhận thẻ nhiều, Chi phí giao dịch cũng như tốc độ mở thẻ, được khách hàng đánh giá bình thường và hài lòng cao.

- Mức độ hài lòng của khách hàng về tính năng dịch vụ: Khách hàng không hài lòng và không hài lòng về tính đa dạng, sử dụng công

nghệ hiện đại của chi nhánh. Dịch vụ tại chi nhánh có độ an toàn và tiện lợi cao và được khách hàng hài lòng.

- *Mức độ hài lòng của khách hàng về giá cả dịch vụ:* Đa phần khách hàng hài lòng với giá cả dịch vụ thẻ ghi nợ nội địa và thẻ ghi nợ quốc tế tại ngân hàng.

- *Mức độ hài lòng của khách hàng về thái độ phục vụ của nhân viên:* Đội ngũ nhân viên giao dịch tại ngân hàng được khách hàng đánh giá và hài lòng về trình độ chuyên môn cao, nhưng tốc độ phục vụ, thái độ vui vẻ cởi mở của nhân viên chưa được khách hàng hài lòng.

2.2.3. Mở rộng mạng lưới cung ứng dịch vụ thẻ của CN

a. Mạng lưới chi nhánh và phòng giao dịch

Mạng lưới chi nhánh trong những năm qua có nhiều lợi thế hơn so với các ngân hàng khác trên địa bàn. Mạng lưới hoạt động đã trải rộng đến hầu hết các địa bàn trong tỉnh Quảng Nam, từ địa bàn thành phố đến tận vùng sâu, vùng xa, vùng hải đảo. Agribank Chi nhánh Quảng Nam đã đi trước các NHTM khác trong việc mở chi nhánh tại các khu công nghiệp, khu kinh tế mở, tạo lợi thế cạnh tranh, đón đầu trước sự phát triển của các khu vực kinh tế năng động. Với hệ thống mạng lưới gồm hội sở chính, 26 chi nhánh loại 3, 20 phòng giao dịch và Khu du lịch sinh thái nghỉ dưỡng Agribank tại Hội An, Agribank Chi nhánh Quảng Nam trở thành NHTM có mạng lưới rộng nhất so với các NHTM khác trên địa bàn, có khả năng phục vụ tốt cho nhiều đối tượng khách hàng

b. Hoạt động cung ứng dịch vụ thẻ của chi nhánh so với các ngân hàng khác trên địa bàn

Số lượng thẻ của chi nhánh chiếm tỷ trọng khá lớn so với số lượng thẻ của các NH khác trong toàn tỉnh, thế nhưng số lượng máy móc thiết bị phục vụ kinh doanh thẻ còn hạn chế.

- *Về số thẻ phát hành:* Trên toàn tỉnh có 27 NHTM tham gia cung ứng dịch vụ thẻ với tổng số thẻ 589.815 thẻ, trong đó Agribank Quảng Nam có tỷ lệ thẻ đạt mức cao 176.750 thẻ năm 2013 (chiếm 30% tổng lượng thẻ của các NHTM cung ứng dịch vụ thẻ toàn tỉnh).

- *Về thiết bị chấp nhận thẻ:* Đến cuối năm 2013, toàn tỉnh có 228 máy ATM và 954 thiết bị POS/EDC, trong đó Agribank Quảng Nam đạt 18% lượng máy ATM và 4 máy POS tại các điểm chấp nhận thẻ, 8 thiết bị EDC tại các chi nhánh và phòng giao dịch. Như vậy, số lượng POS/EDC chiếm tỉ lệ khá khiêm tốn so với số lượng máy trong toàn tỉnh. Hiện nay, còn tồn đọng 3 huyện chưa được lắp đặt máy ATM, POS là Tây Giang, Nam Giang và Nam Trà My.

2.2.4. Phát triển dịch vụ mới

Trong những năm qua, chi nhánh cũng có quan tâm phát triển dịch vụ mới nhưng chưa nhiều, tuy nhiên có những kết quả đáng kể như:

Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ SMS-banking nhiều và tăng lên qua các năm,

Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ gia tăng tăng lên, trong đó chủ yếu dịch vụ mobile banking.

Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ thấu chi, dịch vụ thanh toán điện, nước tăng nhưng không cao. Trong 3 năm qua, ngoài những thẻ mà chi nhánh đã triển khai thực hiện, chi nhánh chưa phát triển dịch vụ thẻ nào mới nhằm làm phong phú cho hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ, làm cho tình hình kinh doanh dịch vụ này còn chậm chạp, kém phát triển.

2.2.5. Kết quả kinh doanh dịch vụ thẻ

a. Số dư tiền gửi trên tài khoản thẻ thanh toán

Thông qua việc phát hành thẻ cho khách hàng, chi nhánh đã

huy động được một khoản vốn đáng kể nhằm góp phần phục vụ cho việc kinh doanh của chi nhánh trong thời gian qua.

Doanh số huy động được qua tài khoản thẻ tăng năm 2012 nhưng sang năm 2013 do ảnh hưởng khủng hoảng kinh tế, tình hình cạnh tranh của chi nhánh gặp nhiều khó khăn như có nhiều chi nhánh ngân hàng cạnh tranh trên địa bàn, lôi kéo khách hàng sử dụng thẻ tại chi nhánh làm số lượng thẻ có tăng nhưng doanh số giao dịch tụt lại.

Số dư bình quân trên 1 thẻ những năm qua có tăng nhưng với số lượng và tốc độ không đáng kể.

b. Doanh thu từ hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ

- Với số lượng thẻ cũng như tình hình kinh doanh dịch vụ thẻ như trên, chi nhánh đã thu được thu nhập đáng kể.

- Doanh thu từ khoản phí phát hành thẻ tăng qua các năm.

Như vậy, so với năm 2012, năm 2013 doanh thu tăng lên đáng kể, chi nhánh cần triển khai và phát triển hơn nữa việc kinh doanh dịch vụ thẻ tại chi nhánh, nhằm làm cho tình hình kinh doanh mang lại hiệu quả cao hơn.

c. Kết quả hoạt động kinh doanh thẻ tại chi nhánh

Trong những năm qua, tình hình doanh thu từ hoạt động kinh doanh dịch vụ thẻ cũng có những mức tăng lên đáng kể. Cụ thể tình hình doanh thu, chi phí được thể hiện tại bảng 2.3

Bảng 2.3 Kết quả hoạt động kinh doanh thẻ

Chi tiêu	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	So sánh 2012 so 2011		So sánh 2013 so 2012	
				ST(trđ)	TT(%)	ST(trđ)	TT(%)
Doanh thu (triệu đồng)	1.982	1.847	2.275	-135	-6,81	428	23,17
Chi phí (triệu đồng)	2.000	2.300	2.500	300	15,0	200	8,7
Lợi nhuận(triệu đồng)	-18	-453	-225	-435	24,17	228	-50,3

(Nguồn : phòng kinh doanh dịch vụ thẻ tại Agribank-
chi nhánh Tỉnh QN)

Từ số liệu trên cho thấy, tình hình kinh doanh dịch vụ thẻ tại chi nhánh lữ liên tiếp trong 3 năm qua, cụ thể năm 2011 lợi nhuận lữ 18 triệu đồng, năm 2012 lữ 453 triệu đồng, sang năm 2013 lợi nhuận lữ 225 triệu đồng, so với năm 2012 lợi nhuận có tăng lên nhưng vẫn không bù được chi phí bỏ ra. Tóm lại, doanh thu kinh doanh dịch vụ thẻ tăng nhưng không đáng kể so với mức tăng cao của chi phí chi nhánh bỏ ra, nên kết quả hoạt động kinh doanh từ dịch vụ thẻ bị lỗ, tuy vậy chi nhánh vẫn duy trì dịch vụ này nhằm phát triển dịch vụ tăng thêm của chi nhánh.

d. Kết quả kinh doanh dịch vụ thẻ so với các dịch vụ khác tại CN

Mặc dù tình hình kinh doanh dịch vụ thẻ có tăng lên nhưng so với các dịch vụ khác được kinh doanh tại chi nhánh, kết quả kinh doanh dịch vụ thẻ không cao. Tổng doanh thu từ hoạt động dịch vụ năm 2012 giảm so với năm 2011 nhưng sang năm 2013 tăng lên. Như vậy trong những năm qua, kinh doanh dịch vụ thẻ có lợi nhuận không cao do chi phí lĩnh vực kinh doanh này quá cao, nhưng dịch vụ thẻ làm cho thu nhập các dịch vụ liên quan đến thẻ tăng lên.

2.3.ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ KINH DOANH THẺ TẠI AGRIBANK- CN TỈNH QUẢNG NAM

2.3.1. Thành công và hạn chế

a. Thành công

- *Quy mô*: Số lượng thẻ phát hành tăng đều qua các năm.
- *Chất lượng dịch vụ*: số lỗi trong giao dịch tại máy ATM giảm đáng kể, độ an toàn cao.
- *Mở rộng thị trường cung ứng dịch vụ thẻ*: năm 2013 chi nhánh tăng thêm 2 máy ATM, số lượng tăng lên 39 máy toàn CN.
- *Phát triển dịch vụ mới*:

+ Chi nhánh đã triển khai và hoạt động tốt các dịch vụ như mobibanking, thanh toán điện, nước...

+ Công tác tuyên truyền, quảng bá sản phẩm dịch vụ đến khách hàng đã được quan tâm.

b. Hạn chế

- Quy mô

+ Số lượng thẻ phát hành mới có tăng nhưng với tốc độ giảm

+ Doanh số giao dịch năm 2013 giảm so với các năm trước.

-Chất lượng dịch vụ thẻ

+ Hạ tầng cơ sở công nghệ thông tin còn lạc hậu,

+ Đội ngũ nhân viên chưa nhiệt tình, chưa nhanh nhẹn, Chưa phát huy thế mạnh quảng bá.

- Mở rộng thị trường cung ứng dịch vụ

+ Đơn vị chấp nhận thẻ tại chi nhánh còn hạn chế

+ Việc phát triển đơn vị chấp nhận thẻ chưa được mở rộng,

- Phát triển dịch vụ mới

+ Chưa chú trọng phát triển thêm dịch vụ gia ,

+ Việc phát triển sản phẩm mới chưa thực hiện tự giác.

2.3.2. Nguyên nhân của các hạn chế

- Quy mô

+ Quy trình phát hành thẻ phức tạp, mất nhiều thời gian.

+ Tiện ích mà dịch vụ thẻ mang lại còn ít, chưa phong phú,

+ Chính sách chăm sóc khách hàng còn nhiều bất cập,

-Chất lượng dịch vụ thẻ

+ Thiếu đội ngũ nhân viên trẻ, năng động,

+ Công tác kiểm tra đôn đốc phát triển sản phẩm dịch vụ mới đối NH cơ sở còn bỏ ngỏ. Kiểm tra, giám sát chưa hiệu quả,

+ Một số sản phẩm dịch vụ chưa đáp ứng nhu cầu KH,

- + Hệ thống IPCAS, mạng, đường truyền còn xảy ra sự cố.
 - + Việc phối hợp giữa các chưa được đồng bộ,
 - + Những buổi tập huấn hầu hết mang tính giáo điều,
 - + Tiện ích dịch vụ thẻ chưa đáp ứng được nhu cầu KH.
 - *Mở rộng thị trường cung ứng dịch vụ thẻ*
 - + Số lượng máy ATM và máy POS tại chi nhánh còn quá ít so với địa bàn hoạt động,
 - + Chi nhánh chưa xây dựng được chính sách marketing trong việc quảng bá, tiếp thị gây ấn tượng cho khách hàng về dịch vụ thẻ.
 - + Thói quen sử dụng tiền mặt của khách hàng còn cao.
 - *Phát triển dịch vụ mới*
 - + Sự phối hợp thanh toán giữa chi nhánh với các ngân hàng khác còn chậm, nên tốc độ giao dịch kém,
- Với thực trạng như vậy, tác giả có một số ý kiến đề xuất nhằm hoàn thiện tình hình kinh doanh dịch vụ thẻ tại chi nhánh.

CHƯƠNG 3

CÁC GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ THẺ TẠI AGRIBANK -CHI NHÁNH TỈNH QUẢNG NAM

3.1. CĂN CỨ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP

3.1.1. Căn cứ vào xu hướng phát triển của xã hội

3.1.2. Căn cứ vào đối thủ cạnh tranh

3.1.3. Căn cứ vào định hướng kinh doanh dịch vụ thẻ tại chi nhánh

- Tư tưởng trong kinh doanh là lấy sản phẩm truyền thống (cấp tín dụng và huy động vốn) làm nền tảng, kết hợp với việc phát triển SPDV ngân hàng hiện đại, Giai đoạn 2014-2017, Agribank Chi

nhánh Quảng Nam phần đầu đạt được các chỉ tiêu sau:

+ Số lượng thẻ phát hành tăng 30% so với năm trước.

+ Số dư tài khoản thẻ tăng 30% so với năm trước.

+ Số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ Mobile banking đạt tỷ lệ 50% tổng số thẻ phát hành.

+ Phí DV thu được qua thanh toán thẻ quốc tế Visa tăng 20%.

+ Thu từ dịch vụ thẻ tăng 30% so với năm trước, tăng tỷ trọng trong tổng doanh thu của chi nhánh.

3.2. GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ THẺ

3.2.1. Tăng quy mô dịch vụ

a. Điều tra, tìm kiếm khách hàng có nhu cầu

- Phát phiếu điều tra, thăm dò tìm hiểu thị hiếu khách hàng .
- Tăng cường tìm kiếm thị trường tiềm năng,
- Tư vấn cho khách hàng từ đội ngũ cán bộ nhân viên NH.

b. Theo sát đối thủ cạnh tranh

Tìm hiểu các sản phẩm thẻ, tiện ích dịch vụ thẻ của các ngân hàng trong địa bàn.

Đưa ra nhiều chính sách thu hút khách hàng.

Mở rộng mạng lưới liên kết thanh toán thẻ,

Thực hiện chương trình khuyến mại, quảng bá dịch vụ thanh toán thẻ của khách hàng.

c. Thực hiện tốt công tác chăm sóc khách hàng

Tăng cường công tác quảng cáo về tiện ích của thẻ thông qua nhân viên, báo đài ...

Đa dạng các chương trình khuyến mãi, quà tặng khi phát hành thẻ mới,

Trong thời gian bán hàng, chi nhánh cần tối thiểu thời gian

giao nhận thẻ, cần có thao tác chính xác, nhanh gọn và hướng dẫn cụ thể cho khách hàng,

Thực hiện các chương trình chăm sóc sau bán hàng .

Tổ chức những buổi hội nghị hội ,

Phân loại khách hàng nhằm có những chương trình hậu đãi hấp dẫn đến những khách hàng thường xuyên.

Cần thành lập phòng tư vấn và xử lý khiếu nại khách hàng nhanh chóng và khéo léo.

Tăng cường liên lạc với khách hàng với khách hàng qua.

d. Phòng ngừa rủi ro trong kinh doanh dịch vụ thẻ

Để hạn chế những rủi ro trên chi nhánh cần có những biện pháp cụ thể nhằm phòng ngừa và hạn chế rủi ro ở mức thấp nhất, đây là một số giải pháp như sau:

- Việc phát hành thẻ, theo dõi nghiêm ngặt quá trình mở thẻ,
- Trong quá trình thanh toán thẻ, đối với ngân hàng thanh toán khi thẻ đã được kích hoạt, ngân hàng phải theo dõi thường xuyên các giao dịch để có thể can thiệp khi có bất kỳ dấu hiệu lạ nào.

- + Còn đối với các đơn vị chấp nhận thanh toán thẻ thì ngân hàng phải đánh giá và thẩm định kỹ trước khi ký hợp,

- + Quá trình thanh toán tại các máy ATM, cần có những giải pháp để hạn chế rủi ro ở mức thấp nhất,

- + Quá trình thanh toán tại các máy POS, cần thường xuyên kiểm tra báo cáo giao dịch, doanh số ...

- + Kiểm tra đánh giá định kỳ tại các ĐVCNT, máy ATM và máy POS.

Chi nhánh cần kiểm soát rủi ro thường xuyên để kịp thời nhận dạng, xác định rủi ro, đo lường rủi ro.

Chi nhánh cần thường xuyên bảo trì và kiểm tra hệ thống máy ATM, máy POS, xây dựng các chính sách, chương trình thực hiện giao dịch có tính bảo mật và an toàn.

Cuối cùng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực là điều rất cần thiết cho hoạt động kinh doanh trong ngân hàng.

3.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ thẻ

a. Tạo điều kiện thuận lợi để KH dễ tiếp cận dịch vụ

Để làm được điều này, chi nhánh cần có chương trình tập huấn cho nhân viên của mình để mỗi nhân viên cũng có thể là một tư vấn viên và cũng là một kênh truyền thông, quảng bá dịch vụ thẻ đến tầng lớp dân cư trong địa bàn. Nhân viên cần tạo điều kiện thuận lợi nhất cho khách hàng có thể tiếp cận dịch vụ thẻ dễ dàng,

Chi nhánh cần đơn giản hóa các thủ tục hồ sơ nhưng vẫn đảm bảo tính hợp lý, hợp pháp.

Hạn chế sai lệch thông tin khách hàng ở mức thấp nhất.

b. Nâng cao năng lực giải quyết vấn đề của chi nhánh

- Nâng cao chất lượng công tác quản lý, điều hành tại CN,
- Dự báo đúng nguồn nhân lực tại chi nhánh để kịp thời điều chuyển, tuyển dụng, có chính sách thu hút cán bộ giỏi, có năng khiếu.

- Cần xây dựng chương trình đào tạo cán bộ cụ thể như:

- + Có chế độ khen thưởng theo quý, năm về vật chất cũng như tinh thần để họ cố gắng hơn trong công việc.

- + Thường xuyên tổ chức các buổi thi nghiệp vụ.

- + Tổ chức các buổi bồi dưỡng, tập huấn ít nhất 3 tháng 1 lần.

- Hoàn thiện và đổi mới phong cách giao dịch của nhân viên ngân hàng theo hướng hiện đại như:

+ Xây dựng chính sách lấy khách hàng làm trung tâm, sự hài lòng của khách hàng mang lại sự phồn thịnh cho ngân hàng.

+ Ăn mặc gọn gàng, đẹp, lịch sự và tau nhã,

+ Thái độ phục vụ của nhân viên

+ Sắp xếp làm việc cách khoa học, tạo điều kiện thuận lợi trong quá trình giao dịch, tránh tình trạng khách hàng chờ lâu,

+ Khuyến khích nhân viên tuyên truyền quảng bá hình ảnh và thương hiệu của ngân hàng, tiện ích của thẻ.

- Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát hoạt động giao dịch của nhân viên, thường xuyên thực hiện đánh giá nhân viên.

Tóm lại, năng lực quản trị và chất lượng nguồn nhân lực là 2 yếu tố rất quan trọng và có tầm ảnh hưởng lớn đến hiệu quả kinh doanh của chi nhánh.

c. Nâng cao chất lượng công tác chăm sóc khách hàng

- Tiến hành đánh giá khách hàng tiềm năng, đánh giá độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng thẻ.

- Hướng dẫn tận tình việc kích hoạt và sử dụng,

- Quảng cáo, quà tặng, quay số may mắn cho khách hàng phát hành mới thẻ, khách hàng sử dụng giao dịch nhiều,

- Phân loại khách hàng nhằm chăm sóc khách hàng.

- Tổ chức hội nghị, hội thảo thường xuyên trong năm

d. Nâng cao mức độ tin cậy của dịch vụ thẻ

- Cần chính trang và tu sửa chi nhánh, văn phòng nhằm tạo sự uy nghi bề thế của ngân hàng.

- Cải thiện công nghệ, hạn chế tối thiểu số lần giao dịch không thành công của khách hàng.

- Hỗ trợ chương trình phần mềm và an ninh mạng nhằm phục vụ cho công tác quản lý, giám sát hoạt động giao dịch .

- Đặt camera tại các điểm rút tiền thật kín đáo để theo dõi hoạt động giao dịch tại các máy ATM.

- Khắc phục nhanh những sự cố làm gián đoạn quá trình giao dịch của khách hàng như lỗi mạng, máy hết tiền, máy chậm....

- Ổn định hệ thống công nghệ thông tin và nâng cao khả năng an toàn của hệ thống.

3.2.3. Mở rộng thị trường cung ứng dịch vụ thẻ

- Nghiên cứu thị trường và tìm kiếm thị trường mục tiêu,

- Tăng cường tính chuyên nghiệp trong cung cấp dịch vụ thẻ, nâng cấp hệ thống máy ATM ,

- Hoàn thiện hệ thống phân phối, chi nhánh cần kiện toàn và hoàn thiện hệ thống phân phối dịch vụ của mình như:

+ Mở rộng chính sách hoa hồng hấp dẫn đối với ĐVCNT,

+ Lắp đặt thêm máy ATM, POS tại một số nơi đông người.

+ Có chính sách phối hợp với chính quyền địa phương mở thêm các phòng giao dịch ở khu vực đông dân và có nhiều giao dịch.

3.2.4. Phát triển dịch vụ mới

a. Đa dạng chủng loại nhu cầu khách hàng

Trước tiên, chi nhánh cần hoàn thiện dịch vụ thẻ hiện có.

Ngoài ra chi nhánh cần gia tăng nhiều tiện ích của thẻ để đáp ứng nhiều nhu cầu thị hiếu của khách hàng.

Đa dạng hóa chủng loại nhu cầu khách hàng như:

+ Nộp tiền tại các máy ATM

+ Thanh toán tiền điện thoại, tiền điện, tiền nước, cáp...

+ Nộp tiền vào NSNN tại các máy ATM

+ Thanh toán bằng thẻ tại các điểm mua hàng như nhà hàng, khách sạn, cây xăng, các cửa hàng bán lẻ...

+ Nộp tiền và chuyển tiền ngay tại máy ATM

b. Đa dạng hóa sản phẩm

- Gia tăng thêm nhiều loại thẻ với nhiều tiện ích vượt trội.
- Mở rộng các loại thẻ như thẻ giành riêng cho khách hàng VIP, thẻ quốc tế giành cho học sinh du học, ...

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Thời gian qua, chi nhánh đã không ngừng nỗ lực đổi mới công nghệ và đã phát triển sản phẩm dịch vụ này nhưng hoạt động chưa đem lại hiệu quả như mong muốn tuy nhiên nó cũng góp một phần không nhỏ trong kết quả kinh doanh chung của chi nhánh, đặc biệt là các dịch gia tăng . Để phát triển hơn nữa tình hình kinh doanh dịch vụ thẻ, chi nhánh cần chủ động đổi mới phương thức hoạt động, tăng cường các biện pháp nâng cao hoạt động phát hành, thanh toán thẻ để có thể thu hút tốt hơn số lượng khách hàng đồng thời, cần gia tăng tiện ích sản phẩm thẻ thường xuyên nhằm đáp ứng ngày càng cao nhu cầu khách hàng. Bên cạnh đó, chi nhánh cũng cần sự hỗ trợ rất lớn từ phía Chính Phủ và Ngân hàng Nhà nước, đây là một số kiến nghị:

- Xây dựng và hoàn thiện những văn bản liên quan đến kinh doanh dịch vụ thẻ.
- Phát triển hạ tầng công nghệ thông tin,
- Có biện pháp phát triển nền kinh tế không dùng tiền mặt.