

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

NGUYỄN QUỲNH TRANG

PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH KINH DOANH THỂ TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN XUẤT NHẬP
KHẨU VIỆT NAM

Chuyên ngành: Tài chính - Ngân hàng

Mã số: 60.34.02.01

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng – Năm 2016

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: **PGS.TS. NGUYỄN HÒA NHÂN**

Phản biện 1: TS. HỒ HỮU TIẾN

Phản biện 2: GS. TS. DƯƠNG THỊ BÌNH MINH

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 17 tháng 01 năm 2016.

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

Với sự phát triển của khoa học công nghệ, các Ngân hàng đã và đang cho ra đời ngày càng nhiều các sản phẩm có tính ứng dụng công nghệ cao đem lại nhiều tiện ích cho Khách hàng, trong đó thẻ được coi là một bước đột phá. Ngày nay, sản phẩm thẻ có thể đáp ứng được hầu hết các nhu cầu giao dịch căn bản của Khách hàng như rút tiền, nộp tiền, chuyển khoản, gửi tiết kiệm, hoặc thanh toán hàng hóa dịch vụ...

Có thể nhận thấy rằng hoạt động kinh doanh thẻ phát triển đã mang đến cho các Ngân hàng một vị thế mới, một diện mạo mới. Ngoài việc khẳng định sự phát triển về công nghệ, sản phẩm thẻ cũng làm tăng tính thuận tiện trong giao dịch từ đó làm tăng độ thân thiện của Ngân hàng trong con mắt của Khách hàng. Các sản phẩm dịch vụ thẻ với tính chuẩn hóa quốc tế cao là những sản phẩm dịch vụ có khả năng cạnh tranh cao trong quá trình hội nhập. Chính vì vậy hoạt động kinh doanh thẻ đã và đang được các Ngân hàng nhìn nhận là một lợi thế cạnh tranh hết sức quan trọng trong cuộc đua nâng cao vị thế của mình.

Là một cán bộ đã nhiều năm gắn bó với nghiệp vụ thẻ tại Phòng Thẻ của Eximbank, tôi luôn mong muốn hoạt động kinh doanh thẻ của Eximbank ngày càng hiệu quả hơn. Do vậy tôi chọn đề tài: "Phân tích tình hình kinh doanh thẻ tại Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam".

2. Mục tiêu nghiên cứu

Hệ thống hoá cơ sở lý luận về phân tích tình hình kinh doanh thẻ tại Ngân hàng thương mại.

Phân tích thực trạng tình hình kinh doanh thẻ tại Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam.

Nghiên cứu, đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện tình hình kinh doanh thẻ tại Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Các lý luận liên quan đến hoạt động kinh doanh thẻ và tình hình thực tế về kinh doanh thẻ tại Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam.

Phạm vi nghiên cứu: Tình hình kinh doanh thẻ của Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam từ năm 2012 cho đến năm 2014.

5. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu chủ yếu của luận văn là phương pháp điều tra, thu thập dữ liệu, xử lý dữ liệu, phân tích, tổng hợp, so sánh để đi đến kết luận đánh giá.

6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn

Luận văn đã hệ thống hóa được những vấn đề cơ bản về phân tích tình hình kinh doanh thẻ tại Ngân hàng thương mại.

Phân tích, đánh giá những mặt đạt được và hạn chế trong hoạt động kinh doanh thẻ của Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam.

Luận văn đã đưa ra các giải pháp nhằm hoàn thiện hoạt động kinh doanh thẻ tại Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam.

7. Bố cục luận văn

Ngoài phần mở đầu và kết luận, luận văn gồm 03 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về phân tích tình hình kinh doanh thẻ tại Ngân hàng Thương mại.

Chương 2: Phân tích thực trạng kinh doanh thẻ tại Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam.

Chương 3: Giải pháp hoàn thiện kinh doanh thẻ tại Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam.

8. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

Để thực hiện đề tài “*Phân tích tình hình kinh doanh thẻ tại Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam*” học viên đã tham khảo và tìm hiểu một số tài liệu.

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH KINH DOANH THẺ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. KHÁI QUÁT VỀ THẺ NGÂN HÀNG

1.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của thẻ

Về mặt lịch sử, thẻ ngân hàng xuất hiện đầu tiên ở Mỹ vào đầu thế kỷ 20. Nó ra đời năm 1914, khi đó Tổng công ty xăng dầu California cấp thẻ cho nhân viên và một số khách hàng của mình với mục ích chủ yếu là khuyến khích bán sản phẩm của công ty. Loại hình đầu tiên của thẻ thanh toán ra đời vào năm 1945. Đó là Charge-It của ngân hàng John Biggins (Mỹ), cho phép khách hàng dùng thẻ mua hàng tại những nơi bán lẻ.

Trên thế giới hiện nay có 4 tổ chức thẻ quốc tế lớn nhất là Visa, MasterCard, AMEX, JCB cùng với nhiều công ty và ngân hàng liên kết nhau cung ứng nhiều sản phẩm thẻ đa dạng, phong phú trên thị trường. Sự phát triển mạnh mẽ này đã khẳng định xu thế phát triển tất yếu của thẻ. Các ngân hàng và công ty tài chính luôn tìm cách cải thiện sao cho càng ngày thẻ càng dễ sử dụng và cung cấp những dịch vụ thanh toán tiện lợi nhất cho người tiêu dùng. Hiện nay, người sử dụng thẻ có thể sử dụng thẻ trên hầu hết các nước trên thế giới, họ không còn lo việc chuyển đổi sang đồng tiền nội địa khi đi ra nước ngoài.

1.1.2. Thẻ ngân hàng

a. Khái niệm thẻ

Thẻ ngân hàng là công cụ thanh toán hiện đại do ngân hàng phát hành cho khách hàng để họ sử dụng trong thanh toán mua hàng hoá, dịch vụ tại các điểm cung ứng hàng hoá dịch vụ có ký hợp đồng thanh toán với ngân hàng, hoặc rút tiền mặt tại các máy rút tiền tự

động hay các ngân hàng đại lý trong phạm vi số dư tiền gửi của mình hoặc hạn mức tín dụng được cấp theo hợp đồng đã ký kết giữa ngân hàng phát hành thẻ và chủ thẻ.

b. Tính năng của thẻ

Thẻ là công cụ để quản lý tài khoản cá nhân, có thể thực hiện được tất cả các chức năng cơ bản của tài khoản.

c. Phân loại thẻ

Trên thế giới có rất nhiều loại thẻ ngân hàng. Đứng trên nhiều góc độ khác nhau thì có thể phân chia loại thẻ theo công nghệ sản xuất, theo chủ thẻ phát hành, theo tính chất thanh toán thẻ, theo phạm vi lãnh thổ, theo hạn mức của thẻ: Phân loại thẻ theo công nghệ sản xuất, Phân loại thẻ theo tính chất thanh toán của thẻ, Phân loại thẻ theo phạm vi lãnh thổ.

1.1.3. Dịch vụ thẻ ngân hàng

Dịch vụ thẻ ngân hàng là một loại hình dịch vụ mới dựa trên kỹ thuật hiện đại được ứng dụng và phổ biến trên thế giới từ năm 1950, với tính năng ưu việt và ngày càng được cải tiến nhằm cung cấp cho khách hàng thêm nhiều tiện ích.

a. Các chủ thẻ tham gia thị trường thẻ

Các chủ thẻ tham gia thị trường thẻ bao gồm: Tổ chức thẻ quốc tế, Ngân hàng phát hành, Ngân hàng thanh toán, Chủ thẻ, Đơn vị chấp nhận thẻ.

b. Lợi ích của thẻ: Đối với xã hội, Đối với người sử dụng thẻ, Đối với Đơn vị chấp nhận thẻ, Đối với Ngân hàng.

c. Rủi ro trong kinh doanh thẻ ngân hàng: Rủi ro tác nghiệp, Rủi ro giả mạo, Rủi ro tín dụng

d. Các nhân tố ảnh hưởng hoạt động kinh doanh thẻ

- ***Nhân tố khách quan***

- Trình độ dân trí và thói quen tiêu dùng của người dân
- Thu nhập của người dùng thẻ
- Môi trường pháp lý
- Môi trường công nghệ
- Môi trường cạnh tranh
- ***Nhân tố chủ quan***
 - Trình độ của đội ngũ cán bộ làm công tác thẻ
 - Tiềm lực kinh tế và trình độ kỹ thuật công nghệ của ngân

hàng thanh toán thẻ

- Định hướng phát triển của ngân hàng

1.2. PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH KINH DOANH THẺ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

Phân tích tình hình kinh doanh thẻ của một ngân hàng là xem xét dựa trên các mặt sau:

1.2.1. Bối cảnh kinh doanh thẻ

Bất kỳ lĩnh vực kinh doanh nào cũng đều căn cứ vào bối cảnh kinh doanh để xác định các mục tiêu phát triển. Ngân hàng là tổ chức tài chính cung cấp một danh mục các dịch vụ tài chính đa dạng nhất so với bất kỳ một tổ chức kinh doanh nào trong nền kinh tế và có rất nhiều đối thủ cạnh tranh. Trong bối cảnh cạnh tranh đó các ngân hàng đã đưa ra các mục tiêu kinh doanh khác nhau cho các lĩnh vực hoạt động.

1.2.2. Mục tiêu kinh doanh thẻ của ngân hàng thương mại

Cũng như các doanh nghiệp khác các Ngân hàng đều xác định các mục tiêu kinh doanh trong các hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động kinh doanh thẻ nói riêng. Cụ thể hoạt động kinh doanh thẻ của Ngân hàng bao gồm các mục tiêu kinh doanh cụ thể như sau:

a. Tăng quy mô dịch vụ cung ứng, đa dạng hóa sản phẩm ngân hàng

b. Phát triển sản phẩm, gia tăng tiện ích và các dịch vụ đi kèm

c. Hỗ trợ phát triển các hoạt động khác của Ngân hàng

d. Gia tăng thu nhập

e. Kiểm soát rủi ro

1.2.3. Công tác tổ chức hoạt động kinh doanh thẻ của ngân hàng thương mại

a. Cơ sở pháp lý

Các tổ chức phát hành và thanh toán thẻ thực hiện theo các hợp đồng được ký kết giữa ngân hàng thương mại trong nước với các tổ chức thẻ quốc tế, các quy định và luật lệ hiện hành của Ngân hàng Nhà nước, các tổ chức thẻ quốc tế và luật lệ quốc gia.

b. Cơ cấu tổ chức kinh doanh thẻ

Phòng quản lý thẻ chịu trách nhiệm quản lý hoạt động chung: ký kết hợp đồng với các tổ chức thẻ quốc tế, nghiên cứu sản phẩm, nhu cầu khách hàng, chương trình khuyến mãi phù hợp với thị trường.

Chi nhánh tìm kiếm, phát triển khách hàng sử dụng thẻ, ĐVCNT.

c. Quy trình thực hiện kinh doanh thẻ

Hoạt động thanh toán thẻ bao gồm hoạt động marketing, phát hành thẻ, thanh toán thẻ, quản lý rủi ro.

1.2.4. Các hoạt động triển khai kinh doanh thẻ của ngân hàng thương mại

a. Hoạt động nghiên cứu thị trường và phát triển sản phẩm thẻ

- Triển khai các hoạt động nghiên cứu nhu cầu khách hàng, đối tượng sử dụng dịch vụ nhằm đa dạng hóa sản phẩm. Tổ chức các hoạt động tiếp thị để đưa sản phẩm vào thị trường.

- Cung cấp các dịch vụ chăm sóc khách hàng, bố trí không gian giao tiếp tại khu vực giao dịch khách hàng mang lại sự thoải mái cho khách hàng, các trang thiết bị hiện đại phục vụ thanh toán thẻ.

b. Hoạt động phát hành thẻ

Hoạt động phát hành thẻ bao gồm việc quản lý và triển khai toàn bộ quá trình phát hành thẻ, sử dụng thẻ và thu nợ khách hàng.

c. Hoạt động thanh toán thẻ

Hoạt động thanh toán thẻ bao gồm việc xây dựng và quản lý hệ thống thông tin ĐVCNT, quản lý mạng lưới hoạt động đơn vị chấp nhận thẻ, tổ chức thanh toán các giao dịch sử dụng thẻ cho đơn vị chấp nhận thẻ.

d. Hoạt động quản lý rủi ro

Bộ phận quản lý rủi ro thực hiện các chức năng: Ngăn ngừa và điều tra các hành vi sử dụng thẻ giả mạo; quản lý danh mục các tài khoản liên quan tới những thẻ đã được thông báo mất, thất lạc, cập nhật thông tin trên các danh sách thẻ mất cắp, thất lạc; hợp tác với cơ quan có thẩm quyền liên quan trong việc điều tra, xử lý các hành vi vi phạm hợp đồng, giả mạo; tổ chức tập huấn cho nhân viên đơn vị chấp nhận thẻ và chủ thẻ về các biện pháp phòng ngừa giả mạo.

1.2.5. Phân tích kết quả hoạt động kinh doanh thẻ của ngân hàng thương mại qua các tiêu chí

a. Số lượng thẻ phát hành

Số lượng thẻ phát hành càng nhiều chứng tỏ dịch vụ thẻ của ngân hàng đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Việc gia tăng số

lượng thẻ, gia tăng khách hàng, sự trung thành của khách hàng trong việc sử dụng thẻ của ngân hàng là một trong các tiêu chí quan trọng mà ngân hàng nào cũng hướng tới.

b. Số lượng thẻ hoạt động

Số thẻ được phát hành không đồng nghĩa với việc ngân ấy thẻ đang lưu hành trong đời sống người dân. Thẻ không hoạt động gây lãng phí tài nguyên của ngân hàng, tốn kém chi phí quảng cáo, phát hành, chi phí quản lý hoạt động kinh doanh thẻ đối với ngân hàng.

c. Doanh số thanh toán thẻ

Doanh số thanh toán thẻ là tổng giá trị các giao dịch được thanh toán bằng thẻ tại các điểm chấp nhận thẻ và số lượng tiền mặt được ứng tại các điểm rút tiền mặt. Đây là một tiêu chí phản ánh sự phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng.

d. Chất lượng dịch vụ kinh doanh thẻ

- Cơ sở vật chất, tiện nghi tại các điểm giao dịch, mạng lưới hoạt động phân bố.
- Quy trình nghiệp vụ, thao tác, thái độ phục vụ của các nhân viên.

- Sự hài lòng của khách hàng về sản phẩm thẻ

e. Kiểm soát rủi ro hoạt động kinh doanh thẻ

Hạn chế những thiệt hại về mặt tài chính, đảm bảo hoạt động thẻ an toàn, hiệu quả và nâng cao uy tín của ngân hàng.

f. Thu nhập từ hoạt động cung cấp dịch vụ thẻ

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Trong chương 1, luận văn đã trình bày cơ sở lý luận về phân tích tình hình kinh doanh thẻ. Trình bày tổng quan về thẻ ngân hàng (trong đó đưa ra các khái niệm cơ bản về lịch sử phát triển của thẻ, phân loại thẻ, rủi ro trong kinh doanh thẻ), đưa ra những lý luận về phân tích kinh doanh thẻ (bối cảnh, mục tiêu, công tác tổ chức, các hoạt động triển khai và hệ tiêu chí đánh giá tình hình kinh doanh thẻ và các nhân tố ảnh hưởng đến tình hình kinh doanh thẻ). Những lý luận của chương 1 sẽ là cơ sở lý luận, khung lý thuyết nhằm định hướng cho quá trình nghiên cứu thực hiện mục tiêu của đề tài.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG KINH DOANH THỂ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM

2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Eximbank

a. Thành lập

Eximbank được thành lập vào ngày 24/05/1989 theo quyết định số 140/CT của Chủ tịch Hội Đồng Bộ Trưởng với tên gọi đầu tiên là Ngân hàng Xuất Nhập Khẩu Việt Nam (Vietnam Export Import Bank), là một trong những Ngân hàng thương mại cổ phần đầu tiên của Việt Nam.

b. Địa bàn hoạt động

Eximbank có trụ sở chính đặt tại Tầng 8, Văn phòng số L8-01-11+16, tòa nhà Vincom Center, số 72 Lê Thánh Tôn, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.Hồ Chí Minh, Việt Nam. Mạng lưới hoạt động của Eximbank đến cuối năm 2014 có 208 điểm giao dịch tại các tỉnh, thành phố trên cả nước, bao gồm: 44 Chi nhánh, 163 Phòng giao dịch, 1 Quỹ tiết kiệm.

Hiện mạng lưới giao dịch Eximbank có mặt tại 22 tỉnh thành trên toàn quốc, bao gồm: Hà Nội, Hải Phòng, Nghệ An, Quảng Ninh, Quảng Ngãi, Quảng Nam, Đà Nẵng, Huế, Nha Trang, Lâm Đồng, Đắk Lắk, Bình Phước, Bình Dương, Đồng Nai, Bà Rịa – Vũng Tàu, TP.Hồ Chí Minh, Long An, An Giang, Tiền Giang, Cần Thơ, Bạc Liêu và Kiên Giang. Trụ Sở Chính đặt tại TP. Hồ Chí Minh và 207 chi nhánh và phòng giao dịch trên toàn quốc và đã thiết lập quan hệ đại lý với 869 Ngân hàng tại 84 quốc gia trên thế giới.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Eximbank

2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của Eximbank

Trong năm 2014, mặc dù tình hình hoạt động kinh doanh còn gặp nhiều khó khăn, thử thách, Eximbank vẫn tiếp tục duy trì mức độ tăng trưởng các chỉ tiêu trọng yếu như: dư nợ cho vay khách hàng tăng trưởng 4,6%; huy động vốn từ tổ chức kinh tế và dân cư tăng 22,7% so với năm 2013; tỷ lệ nợ xấu được kiểm soát ở mức khá thấp so với toàn ngành.

2.2. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH KINH DOANH THẺ TẠI NGÂN HÀNG TMCP XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM

2.2.1. Thực trạng bối cảnh hoạt động kinh doanh thẻ của Eximbank

Trong bối cảnh kinh doanh của các Ngân hàng trên lãnh thổ Việt Nam, hoạt động của Eximbank nói chung và hoạt động kinh doanh thẻ nói riêng chịu nhiều áp lực cạnh tranh gay gắt từ các ngân hàng khác.

2.2.2. Mục tiêu kinh doanh thẻ của Eximbank

Qua các thời kỳ, dựa trên cơ sở điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức, Eximbank đã đưa ra chiến lược mục tiêu chính là: tăng quy mô dịch vụ cung ứng, đa dạng hóa các sản phẩm.

2.2.3. Thực trạng công tác triển khai tổ chức kinh doanh thẻ tại Eximbank

a. Cơ sở pháp lý hoạt động thẻ tại Eximbank: dựa trên các quy định của tổ chức thẻ, NHNN và các quy định của Eximbank.

b. Cơ cấu tổ chức kinh doanh thẻ

Trung tâm quản lý thẻ chịu trách nhiệm nghiên cứu, phát triển các sản phẩm thẻ mới, các chương trình khuyến mãi, quản lý rủi

ro, giám sát hoạt động phát hành, thanh toán thẻ của chi nhánh.

c. Quy trình hoạt động kinh doanh thẻ

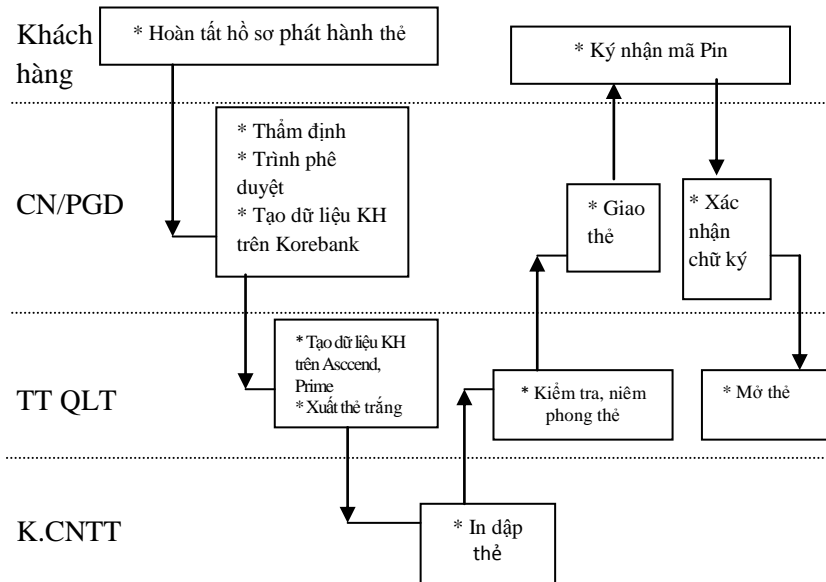
Hoạt động thanh toán thẻ bao gồm hoạt động marketing, phát hành thẻ, thanh toán thẻ, quản lý rủi ro.

2.2.4. Thực trạng các hoạt động triển khai kinh doanh thẻ tại Eximbank

a. Hoạt động marketing tại Eximbank

b. Hoạt động phát hành thẻ

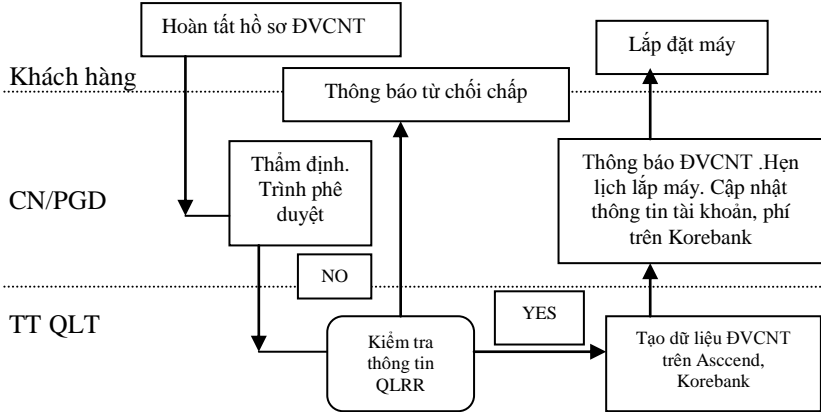
Quy trình xử lý nghiệp vụ phát hành thẻ



Quy trình nghiệp vụ phát hành thẻ tại Eximbank khá chặt chẽ. Tuy nhiên thẩm quyền phê duyệt hạn mức thẻ tại Chi nhánh còn tương đối thấp.

c. Hoạt động thanh toán thẻ

Quy trình xử lý nghiệp vụ thanh toán thẻ:



d. Nghiệp vụ quản lý rủi ro kinh doanh thẻ

2.2.5. Thực trạng kết quả kinh doanh thẻ tại Eximbank

a. Hoạt động phát hành thẻ

Số lượng thẻ phát hành được trình bày Phụ lục 01, bảng 01, biểu đồ 01.

Số lượng thẻ hoạt động được trình bày Phụ lục 01, bảng 02, biểu đồ 02.

b. Hoạt động thanh toán thẻ

Do có sự tăng trưởng của mạng lưới ĐVCNT, nên doanh số thanh toán tại POS cũng có sự gia tăng khá tốt qua các năm.

c. Lợi nhuận từ hoạt động phát hành và thanh toán thẻ

Phụ lục 01, bảng 04.

Sự hiệu quả của hoạt động kinh doanh được đánh giá bằng tốc độ tăng trưởng lợi nhuận từ hoạt động phát hành và thanh toán thẻ.

d. Kiểm soát rủi ro hoạt động kinh doanh thẻ tại Eximbank

➤ Đối với rủi ro tác nghiệp

Phụ lục 01, bảng 05

Các lỗi tác nghiệp ngày càng giảm thì các tra soát, khiếu nại lại tăng lên. Nguyên nhân do số lượng thẻ và ĐVCNT của Eximbank hiện nay khá lớn, thêm vào đó việc kết nối liên thông giữa các ngân hàng trong hệ thống Banknet, Smartlink làm cho số lượng khách hàng giao dịch quá nhiều dẫn đến đường truyền của hệ thống có lúc bị nghẽn mạng.

➤ Đối với rủi ro giả mạo

Đối với việc kiểm soát thẻ giả mạo, gian lận Eximbank đã thực hiện nhiều biện pháp để hạn chế rủi ro. Tuy nhiên, do số lượng tội phạm thẻ hoạt động ngày càng tinh vi, một số ĐVCNT không tuân thủ quy trình chấp nhận thanh toán thẻ dẫn đến dẫn đến các giao dịch thẻ giả mạo, gian lận có xu hướng tăng.

➤ Đối với rủi ro tín dụng

Phụ lục 01, bảng 06.

Có thể thấy dư nợ quá hạn đang có xu hướng gia tăng trong tổng dư nợ cho vay thẻ tín dụng. Nguyên nhân là do trong thời gian vừa qua, để phát triển thẻ tín dụng, Eximbank đã triển khai nhiều chương trình phát hành thẻ dưới hình thức tín chấp cho các khách hàng trả lương qua tài khoản tại Eximbank, Ban lãnh đạo các Công ty, doanh nghiệp giao dịch tại Eximbank... dẫn đến khi khách hàng nghỉ việc, việc thanh toán hóa đơn thẻ tín dụng bị chậm trễ.

2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH THẺ TẠI NGÂN HÀNG TMCP XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM

2.3.1. Những kết quả đạt được

Qua nhiều năm phát triển hoạt động kinh doanh thẻ, Eximbank đã tích lũy được nhiều kinh nghiệm, tạo lập được một vị thế trên thị trường thẻ Việt Nam.

2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân

a. Những hạn chế

Bên cạnh những thành tích đạt được, Eximbank còn gặp một số hạn chế trong kinh doanh thẻ.

b. Nguyên nhân

➤ Nguyên nhân khách quan:

- Hệ thống các văn bản, chính sách pháp luật:
- Thói quen sử dụng tiền mặt của người Việt Nam vẫn còn rất nặng nề
- Công nghệ, kỹ thuật
- Hệ thống đường truyền của các nhà cung cấp tại Việt Nam.
- Canh tranh ngày càng mạnh mẽ giữa các ngân hàng trên thị trường thẻ Việt Nam.
- Rủi ro trong hoạt động thẻ ngày càng gia tăng.

➤ Nguyên nhân chủ quan:

- Tổ chức hoạt động của Eximbank chưa tương xứng với sự phát triển của hoạt động thẻ.
- Đối tượng sử dụng thẻ còn hạn chế:
- Công tác Marketing thẻ chưa tốt:
- Nhân sự phục vụ cho hoạt động kinh doanh thẻ còn mỏng và chất lượng chưa cao

- Chất lượng dịch vụ chưa đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng:
- Chính sách phát triển sản phẩm chưa phù hợp

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Trong chương này, tác giả đã trình bày một số nội dung:

- Khái quát về Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam.

- Thực trạng tình hình kinh doanh thẻ của Eximbank. Giới thiệu những chính sách, quy định của Ngân hàng về phát hành, thanh toán thẻ và những phân tích, nhận xét đánh giá thực hiện. Phân tích các tiêu chí đánh giá tình hình kinh doanh thẻ của Eximbank như: tốc độ tăng trưởng, tỷ lệ hoàn thành kế hoạch của các chỉ tiêu về số lượng thẻ phát hành, doanh số sử dụng thẻ, doanh số thanh toán thẻ cũng như tỷ lệ doanh thu thuần từ hoạt động thẻ so với tổng doanh thu của ngân hàng. Từ đó đưa ra các đánh giá về những kết quả và hạn chế, làm rõ nguyên nhân của những hạn chế này.

Các nội dung đề cập ở chương này được sử dụng làm cơ sở đề xuất các kiến nghị, khuyến nghị ở chương tiếp theo.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN KINH DOANH THẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM

3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM

3.1.1. Định hướng chiến lược cho hoạt động kinh doanh của Eximbank đến năm 2020

Eximbank đang tận dụng các cơ hội thị trường để duy trì tốc độ tăng trưởng bền vững, củng cố và mở rộng nền tảng khách hàng, nâng tầm vị thế và xây dựng Eximbank trở thành ngân hàng thương mại cổ phần hiện đại.

3.1.2. Định hướng chiến lược cho hoạt động kinh doanh thẻ của Eximbank đến năm 2015

Với hơn 25 năm thành lập và phát triển Eximbank ngày càng khẳng định vị trí của mình trong lĩnh vực kinh doanh thẻ. Doanh thu từ hoạt động thẻ tuy chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng thu nhập của ngân hàng, nhưng có thể nói hoạt động thẻ hoạt động hiệu quả không chỉ đem đến lợi nhuận từ dịch vụ thẻ mà còn đóng góp rất lớn trong việc huy động vốn ngắn hạn, tăng trưởng tín dụng tiêu dùng và là một phương tiện quảng bá hình ảnh thương hiệu của ngân hàng một cách rộng rãi nhất.

3.2. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN KINH DOANH THẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN XUẤT NHẬP KHẨU VIỆT NAM

3.2.1. Hoàn thiện các sản phẩm dịch vụ thẻ và phát triển thêm sản phẩm mới

Nhiều tiện ích trong một sản phẩm: Với tiềm năng thị trường

thẻ của Việt Nam còn rất lớn, việc các ngân hàng cần đầu tư cho việc đa dạng hóa sản phẩm, tiện ích thẻ để có thể thu hút thêm nhiều đối tượng khách hàng là rất cần thiết, Eximbank cần tiếp tục phát triển thêm các tiện ích cho các loại thẻ sẵn có, đồng thời nghiên cứu phát triển thêm nhiều loại thẻ mới phù hợp với nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

3.2.2. Xây dựng chương trình quảng bá hiệu quả và hoàn thiện chính sách chăm sóc khách hàng

Cũng như những ngành nghề khác, kinh doanh thẻ ngân hàng đòi hỏi chú trọng đáng kể vào công tác marketing và dịch vụ khách hàng. Eximbank phải tích cực trong việc tiến hành các hoạt động Marketing.

3.2.3. Kiểm soát rủi ro đối với hoạt động kinh doanh thẻ

➤ Kiểm soát rủi ro tác nghiệp

Tuân thủ các quy trình nghiệp vụ, đảm bảo thực hiện nhanh chóng, chính xác trong các giao dịch xử lý số liệu, đặc biệt các giao dịch online.

➤ Kiểm soát rủi ro do giả mạo

Eximbank cần thực hiện các biện pháp như cải tiến quy trình xác thực hồ sơ phát hành thẻ, tăng cường giám sát giao dịch, đặc biệt là các giao dịch e-commerce, áp dụng các biện pháp bảo mật 3D-Secured, OTP, sử dụng các chương trình cảnh báo rủi ro tức thời.

➤ Kiểm soát rủi ro tín dụng

Xây dựng và sử dụng hệ thống chấm điểm tín dụng tự động để nâng cao chất lượng và hiệu quả trong việc cấp tín dụng cho khách hàng, đồng thời giúp quản lý rủi ro tín dụng hiệu quả hơn.

3.2.4. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Xây dựng kế hoạch đào tạo hằng năm, trung hạn, dài hạn. Mở rộng các hình thức liên kết đào tạo. Tổ chức các khóa học, chương trình đào tạo do các cơ sở đào tạo của Trung tâm đào tạo hoặc liên kết, hợp tác với các cơ sở nghiên cứu và đào tạo ở trong và ngoài nước.

3.2.5. Hoàn thiện về tổ chức hoạt động của Hội sở và chi nhánh

Trung tâm thể cần tách bạch ra hai bộ phận: Phòng Quản lý thẻ và Phòng Phát triển khách hàng để tập trung hỗ trợ các chi nhánh, làm đầu mối trong việc tìm kiếm các đối tác có quy mô, mạng lưới hoạt động rộng khắp trên cả nước.

3.3. KIẾN NGHỊ ĐỐI VỚI CÁC CƠ QUAN BAN NGÀNH LIÊN QUAN

3.3.1. Kiến nghị đối với Chính phủ

Thứ nhất, Hoàn thiện khuôn khổ pháp lý cho hoạt động thanh toán của nền kinh tế theo hướng tạo lập môi trường công bằng, hạn chế thanh toán bằng tiền mặt, ứng dụng công nghệ trong thanh toán.

Thứ hai, Phát triển thanh toán không dùng tiền mặt trong khu vực công, khu vực doanh nghiệp, khu vực dân cư.

Thứ ba, Phát triển bưu chính viễn thông và Internet để tạo điều kiện cho NHTM thực hiện đa dạng hóa nghiệp vụ. Sự phát triển của bưu chính viễn thông và Internet là cơ sở cho các NHTM hiện đại hóa công nghệ và phát triển các nghiệp vụ ngân hàng hiện đại.

3.3.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

- Phát triển những chính sách khuyến khích hoạt động kinh doanh của dịch vụ thẻ

- Xây dựng trung tâm thanh toán bù trừ tự động phục vụ cho các giao dịch bán lẻ.
- Xây dựng trung tâm chuyển mạch thẻ thống nhất:
- Tăng cường công tác thông tin tuyên truyền, quảng bá hoạt động thẻ.
- Tăng cường các biện pháp quản lý rủi ro:

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trong chương 3, luận văn đã đề xuất các giải pháp cơ bản nhằm hoàn thiện hoạt động kinh doanh thẻ của Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam, trong đó bao gồm nhóm giải pháp vĩ mô và vi mô.

Đối với nhóm giải pháp vĩ mô, đó là những kiến nghị với các cơ quan hữu quan, luận văn đã đề xuất những giải pháp cơ bản, qua đó cho thấy vai trò của chính phủ, NHNN, Hiệp hội thẻ là hết sức quan trọng trong việc phát triển thị trường thẻ nói chung và của Eximbank nói riêng.

Đối với nhóm giải pháp vi mô, đó là những giải pháp cụ thể thực hiện tại Eximbank. Luận văn đã đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao hoạt động phát hành và thanh toán thẻ, tăng doanh thu từ hoạt động thẻ.

Các giải pháp nêu trên là những giải pháp hết sức cần thiết và chỉ có thể phát huy có hiệu quả nếu được thực hiện một cách đồng bộ và nhất quán.

KẾT LUẬN

Nền kinh tế Việt Nam đang trong quá trình hội nhập nền kinh tế khu vực và thế giới. Điều này cũng đi đôi với việc người dân có nhu cầu ngày càng cao đối với cuộc sống của mình.

Trên cơ sở sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu, luận văn đã hoàn thành các nhiệm vụ sau:

- Nghiên cứu các lý luận cơ bản về thẻ, nghiệp vụ thẻ Ngân hàng và những lý luận về việc phân tích hoạt động kinh doanh thẻ của NHTM. Đây là những kiến thức cần thiết đối với các Ngân hàng kinh doanh thẻ.

- Bằng phương pháp tiếp cận thực tế, thu thập thông tin, phân tích, đánh giá luận văn đã nêu rõ được thực trạng hoạt động kinh doanh thẻ của Eximbank cho thấy những kết quả mà Eximbank đạt được trong hoạt động kinh doanh thẻ là đáng kể song chưa tương xứng với tiềm năng của Việt Nam nói chung cũng như Eximbank nói riêng.

- Đưa ra những giải pháp có tính thực tiễn nhằm nâng cao hoạt động kinh doanh thẻ và Kiến nghị một số giải pháp nhằm tạo môi trường thuận lợi tại thị trường thẻ Việt Nam nói chung và Eximbank nói riêng.

Với những nội dung được nghiên cứu trong luận văn, Tác giả hy vọng rằng những giải pháp đề ra sẽ sớm được áp dụng không chỉ tại Eximbank mà còn có thể là một sự lựa chọn giải pháp phù hợp cho các ngân hàng tham gia kinh doanh thẻ trên chặng đường hội nhập kinh tế khu vực và thế giới.