

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP.HCM



LA KIM VỊ

ĐỀ TÀI:
CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG THẺ
QUỐC TẾ EXIMBANK TỪ NAY ĐẾN 2015

Chuyên ngành: **Quản trị kinh doanh**

Mã ngành: 60.34.05

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ
NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC: TS. PHAN THỊ MINH CHÂU

TP.Hồ Chí Minh – Năm 2009

MỤC LỤC

Trang phụ bìa

Mục lục

Danh mục các ký hiệu, các chữ viết tắt

Danh mục các bảng, đồ thị, hình vẽ

LỜI MỞ ĐẦU 1

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG THẺ QUỐC TẾ...3

1.1. Lịch sử ra đời và phát triển thẻ Ngân hàng 3

1.2. Khái niệm và các đặc điểm đặc trưng của thẻ quốc tế 4

1.2.1. Khái niệm thẻ quốc tế.....4

1.2.2. Đặc điểm thẻ quốc tế.....5

1.3. Phân loại thẻ quốc tế 6

1.4. Thị trường thẻ quốc tế và các đối tượng tham gia 8

1.5. Lợi ích của việc sử dụng thẻ quốc tế 10

1.6 Các yếu tố then chốt có ảnh hưởng đến việc phát triển thẻ 12

1.7 Tình hình phát triển thẻ quốc tế trên thế giới và Việt Nam..... 12

1.7.1. Tình hình phát triển thẻ quốc tế trên thế giới 12

1.7.2. Tình hình phát triển thẻ quốc tế tại Việt Nam 14

1.7.2.1. Tình hình phát hành và sử dụng thẻ quốc tế tại Việt Nam 14

1.7.2.2. Tình hình phát triển mạng lưới chấp nhận thẻ 17

1.7.2.3. Đánh giá tình hình hoạt động thẻ quốc tế tại Việt Nam hiện nay 17

1.7.3. Kinh nghiệm của Trung Quốc..... 19

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG KINH DOANH THẺ TẠI

EXIMBANK 21

2.1. Giới thiệu về Eximbank và Phòng Quản Lý Thẻ Eximbank 21

2.1.1. Giới thiệu về Eximbank 21

2.1.2. Giới thiệu về Phòng Quản Lý Thẻ 21

2.2. Hoạt động kinh doanh thẻ của Eximbank	24
2.3. Đánh giá hoạt động thẻ quốc tế Eximbank tại Việt Nam	25
2.3.1. Thực trạng phát hành thẻ quốc tế ở Eximbank	25
2.3.2. So sánh dịch vụ thẻ của Eximbank với một số ngân hàng khác (phụ lục 3).....	29
2.3.3. Vị thế của Eximbank trên thị trường thẻ Việt Nam	36
2.3.4. Nghiên cứu các yếu tố tác động đến quyết định sử dụng thẻ tín dụng	40
2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh thẻ quốc tế của Eximbank.	42
2.4.1. Các yếu tố tích cực	42
2.4.2. Các yếu tố khó khăn và hạn chế.....	43
2.4.3. Tiềm năng về thị trường thẻ tại Việt Nam	44
CHƯƠNG 3: CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THẺ QUỐC TẾ EXIMBANK ĐẾN NĂM 2015	46
3.1. Các quan điểm về việc phát triển thẻ quốc tế tại Eximbank	46
3.2. Mục tiêu phát triển thẻ quốc tế của Eximbank đến 2015	46
3.3. Kế hoạch chi tiết triển khai và mục tiêu của từng giai đoạn.....	47
3.4. Các giải pháp	47
3.4.1. Giải pháp về tổ chức	47
3.4.2 Giải pháp về quản trị.....	51
3.4.2.1. Quản trị Ngân hàng.....	51
3.4.2.2. Quản trị rủi ro.....	51
3.4.3. Giải pháp về công nghệ thông tin.....	51
3.4.3.1. Bảo mật, phòng chống rủi ro	52
3.4.3.2. Nâng cấp hệ thống hiện tại	52
3.4.4. Giải pháp về Marketing.....	53
3.4.4.1. Đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ thẻ	53
3.4.4.2. Các loại phí.....	57

3.4.4.3. Chính sách khách hàng	58
3.4.4.4. Công tác quảng bá	59
3.4.4.5. Công tác liên kết.....	60
3.4.5. Các giải pháp khác	61
3.4.5.1. Công tác kế toán.....	61
3.4.5.2. Phát triển nguồn nhân lực	62
3.4.5.3. Xây dựng hệ thống tính điểm để mở rộng cấp tín dụng tín chấp thông qua thẻ quốc tế	63
PHẦN KẾT LUẬN	66

CÁC KÝ HIỆU VÀ THUẬT NGỮ VIẾT TẮT

NHNN:Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

NHTM: Ngân hàng thương mại

TMCP: Thương mại cổ phần

EXIMBANK hay EIB: Ngân hàng Thương mại cổ phần Xuất Nhập Khẩu Việt Nam

ĐVCNT: Đơn vị chấp nhận thẻ

SGD: Sở giao dịch

CN: Chi nhánh

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1.1: Các loại thẻ quốc tế được phát hành tại Việt Nam

Bảng 1.2: Tình hình phát hành và sử dụng thẻ quốc tế do các NHTM Việt Nam phát hành (tính đến 31/12/2008)

Bảng 2.1: Số lượng thẻ quốc tế hoạt động đến 31/12/2008

Bảng 2.2 :Doanh số sử dụng thẻ Eximbank năm 2008

Bảng 2.3: Mạng lưới điểm chấp nhận thẻ Eximbank đến 31/12/2008

Bảng 2.4: Số lượng ĐVCNT năm 2008

Bảng 2.5: Doanh số thanh toán thẻ Eximbank năm 2008

Bảng 2.6: Doanh số hoạt động thẻ Eximbank năm 2008

Bảng 2.7: Kết quả hoạt động kinh doanh thẻ qua các năm

Bảng 2.8: So sánh số lượng máy ATM của Eximbank so với các ngân hàng

Bảng 2.9: So sánh số lượng thẻ quốc tế của các Ngân hàng đến 30/06/2009

Bảng 2.10: Tổng hợp vị thế của Eximbank đến 30/06/2009

Bảng 2.11: Đặc điểm của người được điều tra

Bảng 2.12 : Đặc điểm của thẻ tín dụng sử dụng

Bảng 2.13: Các nhân tố tác động đến ý định sử dụng thẻ tín dụng

Bảng 2.14: Các nhân tố quyết định sử dụng thẻ tín dụng

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1: Thị phần máy ATM

Biểu đồ 2.2: Thị phần máy POS

Biểu đồ 2.3: Thị phần thẻ quốc tế

Biểu đồ 2.4: Thị phần doanh số sử dụng thẻ

Biểu đồ 2.5: Thị phần doanh số thanh toán thẻ

LỜI MỞ ĐẦU

Trong thời gian qua, kinh tế Việt Nam đã có nhiều thay đổi theo hướng tiến bộ. Tốc độ tăng trưởng kinh tế khá cao và ổn định. Thu nhập của nhân dân được cải thiện. Việt Nam đang mở rộng quan hệ nhiều mặt với các nước trên thế giới. Nhờ đó, đất nước đã tiếp cận được với sự phát triển chung của thế giới, du nhập, đuổi bắt công nghệ tiên tiến, nâng cao kiến thức và hiểu biết của nhân dân.

Trong quá trình đó, hoạt động ngân hàng có nhiều đổi mới, đa dạng hơn về nghiệp vụ, tăng nhanh về tốc độ. Các ngân hàng thương mại trở nên gần gũi hơn với người dân, giao dịch với ngân hàng dần được coi là tất yếu trong các hoạt động kinh tế. Các phương tiện thanh toán hiện đại như Séc, ủy nhiệm chi, thẻ... đang mở rộng phạm vi và đối tượng áp dụng. Thẻ quốc tế bắt đầu phát hành tại Việt Nam từ năm 1990 và tăng trưởng nhanh về số lượng và giá trị giao dịch trong thời gian gần đây. Qua thẻ quốc tế, các ngân hàng Việt Nam hòa nhập với sự phát triển của các ngân hàng trên thế giới, đáp ứng yêu cầu hội nhập và nhu cầu sử dụng các phương tiện thanh toán hiện đại của người dân.

Tuy vậy, thẻ quốc tế vẫn còn xa lạ với nhiều người, chưa trở thành phương tiện thanh toán phổ biến trong xã hội. Số lượng người sử dụng thẻ có tăng nhưng vẫn chưa tương xứng với tiềm năng phát triển thẻ quốc tế tại thị trường Việt Nam. Thực trạng trên do nhiều nguyên nhân, có nguyên nhân khách quan từ thị trường và nguyên nhân chủ quan từ các ngân hàng phát hành thẻ. Do đó, việc nghiên cứu định hướng và đưa ra các giải pháp để phát triển thẻ quốc tế có ý nghĩa rất thiết thực đối với các ngân hàng thương mại Việt Nam ở hiện tại và trong tương lai.

Xuất phát từ nhu cầu đó, tôi chọn đề tài **“Các giải pháp phát triển thẻ quốc tế Eximbank từ nay đến năm 2015”** để nghiên cứu và làm luận văn.

MỤC TIÊU CỦA ĐỀ TÀI

- Nghiên cứu một cách có hệ thống những vấn đề cơ bản về các phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt và thẻ quốc tế.

- Nguyên cứu quá trình phát triển thẻ quốc tế và các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển thẻ quốc tế của các ngân hàng thương mại Việt Nam. Trên cơ sở đó rút ra nhận xét và đánh giá tiềm năng phát triển thẻ quốc tế tại Việt Nam.

- Đề xuất những chương trình và giải pháp để phát triển thẻ quốc tế tại Việt Nam.

- Thông qua các số liệu sưu tầm và những nghiên cứu trong đề tài tôi mong góp phần hoàn thiện hơn tổ chức quản lý hệ thống ngân hàng nói chung và các ngân hàng thương mại Việt Nam nói riêng.

ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

- Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển **thẻ quốc tế nói chung** của các **ngân hàng thương mại Việt Nam** trong thời gian qua và trong thời gian tới năm 2015.

- Sử dụng các số liệu tổng hợp về hoạt động kinh doanh thẻ quốc tế của các ngân hàng thương mại Việt Nam trong những năm gần đây để phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thẻ quốc tế. Đánh giá tiềm năng phát triển thẻ quốc tế tại Việt Nam trong những năm tới.

- Dựa trên cơ sở phân tích và nghiên cứu, tôi đề xuất các chương trình và giải pháp nhằm phát triển thẻ quốc tế tại Việt Nam đến năm 2015.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

- Đề tài này áp dụng phương pháp tiếp cận thực tế, thu thập thông tin, thống kê, phân tích, tổng hợp, hệ thống hóa.

- Vận dụng lý thuyết về quản trị, lý thuyết về kế hoạch hóa phát triển kết hợp với nghiên cứu thực tiễn để đề xuất các giải pháp.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ THỊ TRƯỜNG THẺ

1.1. Lịch sử ra đời và phát triển thẻ Ngân hàng

- Năm 1914, một công ty điện báo hàng đầu của Mỹ là Western Union trong nỗ lực cải thiện chất lượng dịch vụ đã cấp cho những khách hàng thân thuộc những tấm thẻ bằng kim loại để thực hiện những giao dịch trên thị trường mà người ta tin rằng đó là những tấm thẻ thanh toán đầu tiên.
- Năm 1924 công ty General Petroleum ở California đã phát hành những tấm thẻ xăng dầu cho công nhân và những khách hàng chọn lọc của mình.
- Cuối năm 1930, công ty AT&T giới thiệu thẻ Bell Credit Card một công cụ thuận tiện được thiết kế để tạo dựng lòng trung thành của khách hàng được gọi là “Thẻ trung thực”
- Năm 1949 Frank Mc Namara, một chủ doanh nghiệp người Mỹ đã phát minh ra thẻ thanh toán mang tên Dinner’s Club
- Đến 1955, thị trường thẻ thế giới chứng kiến sự ra đời của hàng loạt thẻ mới như: Trip Charge, Golden Key, Gourmet Club... Đến năm 1958, công ty American Express Corporation phát hành thẻ tín dụng American Express ở Mỹ và nước ngoài. Công ty này nhanh chóng đứng đầu trong lĩnh vực thẻ ngân hàng phục vụ cho giải trí và du lịch. Sau đó, chuỗi hệ thống khách sạn Hilton cũng tung ra thị trường sản phẩm thẻ Carte Blanche dành riêng cho khách sạn của họ. Hai loại thẻ này đã thống lĩnh thị trường thẻ thế giới.
- Năm 1960, một ngân hàng ở Mỹ là Bank of America phát hành thẻ Bank Americard hình thức thẻ tín dụng tuần hoàn đầu tiên và cũng chính là tiền thân của thẻ VISA sau này
- Vào năm 1966, 14 ngân hàng ở Mỹ đã quyết định thành lập Hiệp Hội thẻ liên ngân hàng, gọi là InterBank Card Association – ICA. Tổ chức này có khả năng trao đổi thông tin về giao dịch thẻ tín dụng.
- Đến năm 1967, bốn ngân hàng ở California đã đổi tên Hiệp hội thẻ ngân hàng California (California BankCard Association) thành hiệp hội thẻ ngân hàng các bang phía Tây-Western State BankCard Association (WSBA) và kết nạp thêm các

tổ chức tài chính ở phía Tây làm thành viên và thẻ của Hiệp hội được biết đến với tên gọi là MasterCharge, đây chính là tiền thân của tổ chức MasterCard sau này

- Năm 1961, ngân hàng sanwa ở Nhật đã cho ra đời thẻ JCB (Japan Credit Bureau) và đã nhanh chóng phát triển trên thế giới vào năm 1981.

- Vào giữa năm 70, nền công nghiệp thẻ ngày càng phát triển, mở rộng phạm vi phát hành và thanh toán thẻ ra toàn thế giới vì vậy thương hiệu “America” không còn thích hợp nữa, do đó Bank AmeriCard đã đổi tên thành Visa international vào năm 1977 và Tổ chức Visa quốc tế ra đời từ đây

- Năm 1979, MasterCharge cũng đổi tên thành MasterCard và trở thành đối thủ cạnh tranh chủ yếu của Visa. MasterCard là tổ chức thẻ quốc tế lớn thứ hai sau Visa.

Ngày nay, hai loại thẻ ngân hàng Visa và MasterCard được sử dụng phổ biến nhất trên thế giới và chiếm lĩnh hoàn toàn thị trường thẻ thế giới cả về số lượng thẻ phát hành lẫn doanh số thanh toán thẻ.

1.2. Khái niệm và các đặc điểm đặc trưng của thẻ

1.2.1. Khái niệm thẻ quốc tế

- Thẻ quốc tế là công cụ thanh toán do ngân hàng hoặc công ty phát hành thẻ (đã được các tổ chức thẻ quốc tế công nhận) cấp cho khách hàng sử dụng trên phạm vi toàn thế giới theo hợp đồng ký kết giữa ngân hàng hoặc công ty phát hành thẻ với chủ thẻ.

- Thẻ quốc tế là phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt mà chủ thẻ có thể sử dụng để rút tiền mặt hoặc thanh toán hàng hóa, dịch vụ tại các đơn vị chấp nhận thanh toán thẻ (ĐVCNT), các đại lý của ngân hàng hoặc máy giao dịch tự động (ATM) trên toàn thế giới.

- Thẻ quốc tế là một phương tiện ghi số những số tiền thanh toán thông qua thiết bị đọc thẻ phối hợp với hệ thống nối mạng vi tính để kết nối trung tâm phát hành thẻ với các điểm thanh toán, nó cho phép thực hiện cuộc thanh toán nhanh chóng, thuận tiện và khá an toàn cho các đối tượng tham gia thanh toán.

Ngày nay, tại các nước phát triển có trên 80% các giao dịch thanh toán đều sử dụng các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt. Thẻ quốc tế là một trong

những phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt an toàn, văn minh, hiện đại, nhanh chóng và đang được lưu hành rộng rãi trên toàn cầu.

1.2.2. Đặc điểm thẻ quốc tế

Mặc dù có nhiều tên gọi và do nhiều ngân hàng khác nhau phát hành nhưng tất cả các loại thẻ quốc tế đang lưu hành trên thị trường hiện nay đều có hình dạng và cấu tạo tương đối giống nhau. Hầu hết các loại thẻ đều có hình chữ nhật bốn góc tròn, được làm bằng nhựa ABC hoặc PC, cấu tạo bởi ba lớp được ép th ường với kỹ thuật cao và có kích thước chuẩn là 85mm x 54mm x 0,76mm.

- Mặt trước của thẻ quốc tế thường bao gồm các yếu tố cơ bản sau:

- + Tên và logo của ngân hàng phát hành thẻ.
- + Biểu tượng của tổ chức thẻ quốc tế: các huy hiệu, logo và tên của tổ chức thẻ quốc tế (VISA, MasterCard, JCB...) dùng để phân biệt các loại thẻ quốc tế. Ví dụ: biểu tượng của Visa là Hologram có hình con chim bồ câu đang bay trong không gian ba chiều, của MasterCard là hình ảnh quả địa cầu giao nhau với các lục địa...
- + Tên chủ thẻ: được in dập nổi trên mặt thẻ, là tên cá nhân (hoặc tổ chức) được ngân hàng phát hành cấp thẻ để sử dụng.
- + Thời gian hiệu lực của thẻ: đây là khoảng thời gian ngân hàng phát hành cho phép chủ thẻ sử dụng thẻ, thời gian này tùy thuộc vào loại thẻ và chính sách của từng ngân hàng mà có thể là một năm, ba năm, năm năm. Hết thời gian sử dụng thẻ, chủ thẻ phải trả lại thẻ cho ngân hàng và có nhu cầu sử dụng tiếp thì tiến hành làm thủ tục gia hạn thẻ.
- + Số thẻ: in dập nổi trên thẻ, đây là số thẻ danh riêng cho chủ thẻ, số thẻ này được in lại trên hóa đơn khi chủ thẻ thực hiện giao dịch thanh toán hàng hóa, dịch vụ. tùy theo từng loại thẻ mà có chữ số khác nhau và cách cấu trúc theo nhóm cũng khác nhau. Ví dụ số thẻ Visa thường bắt đầu bằng số 4 (số Bin), MasterCard bắt đầu bằng số 5xxxxx
- + Thẻ EMV: được sử dụng đối với tất cả các loại thẻ thông minh, đây là loại thẻ được nhiều người ưu chuộng nhất vì độ an toàn rất cao.

+ Ngoài ra còn có thể có những yếu tố khác: các đặc điểm quy định về tính năng an toàn của thẻ như từng tổ chức thẻ có ký hiệu riêng của mình, hình chủ thẻ, code 10...

- Mặt sau của thẻ gồm các yếu tố:

+ Dây băng từ: gồm 3 rãnh, chứa những thông tin đã được mã hóa theo chuẩn thống nhất như số tài khoản, tên chủ thẻ, thời hạn hiệu lực thẻ, mã số cá nhân của chủ thẻ (số PIN), số thẻ, loại thẻ, tên ngân hàng phát hành... Khi thực hiện giao dịch các thiết bị đọc thẻ, những dữ liệu này sẽ truyền về ngân hàng chấp nhận thẻ và thông qua mạng thông tin kết nối với các tổ chức thẻ quốc tế, dữ liệu này sẽ được chuyển đến ngân hàng phát hành để kiểm tra thông tin và cấp số chuẩn chi để thực hiện giao dịch.

+ Ô chữ ký dành cho chủ thẻ: việc ngân hàng phát hành yêu cầu chủ thẻ ký tên vào mặt sau của thẻ là để xác nhận đúng người sử dụng thẻ khi thực hiện giao dịch thanh toán hàng hóa, dịch vụ tại các điểm chấp nhận thanh toán thẻ. Theo đó các đơn vị chấp nhận thanh toán thẻ đối chiếu chữ ký trên hóa đơn và trên thẻ xem có phù hợp không. Băng chữ ký này được làm bằng một nguyên liệu rất đặc biệt, nếu chữ ký bị tẩy xóa thì lập tức thẻ sẽ bị khóa và không thể thực hiện được giao dịch, lúc đó chủ thẻ yêu cầu ngân hàng cấp lại thẻ mới để sử dụng.

1.3. Phân loại thẻ quốc tế

Hiện nay trên thị trường thế giới cũng như Việt Nam, có rất nhiều loại thẻ khác nhau với những đặc điểm cũng như công dụng rất đa dạng và phong phú, có thể phân loại thẻ theo một số tiêu chí sau:

* Xét theo công nghệ sản xuất: Có hai loại thẻ

+ Thẻ băng từ (Magnetic Stripe): là loại thẻ sản xuất dựa trên kỹ thuật từ tính với một băng từ chứa ba rãnh thông tin ở mặt sau của thẻ, theo đó các dữ liệu, thông tin liên quan đến khách hàng sẽ được lưu vào trong dải băng từ này. Những thông tin này không được mã hóa tự động nên người ta có thể đọc được thông tin này một cách dễ dàng thông qua một thiết bị đọc thẻ khác ngoài những POS do ngân hàng cài đặt. Hơn nữa, khu vực chứa thông tin của

thẻ rất hẹp nên không thể áp dụng được các kỹ thuật mã hóa đảm bảo an toàn. Do đó, ngày nay các ngân hàng trên thế giới đang chuyển dần sang phát hành thẻ EMV thay cho thẻ từ.

+ Thẻ thông minh (EMV) hay còn gọi là Smartcard: đây là loại thẻ hiện đại nhất trên thế giới hiện nay, được áp dụng kỹ thuật băng thao tác gắn vào thẻ một bộ nhớ điện tử có khả năng lưu trữ và xử lý thông tin liên quan đến khách hàng, có cấu trúc giống như một máy vi tính hoàn hảo. Thẻ thông minh có nhiều nhóm với dung lượng nhớ của “Chip” điện tử khác nhau. Thẻ Chip có ưu điểm hơn so với thẻ từ là hạn chế được việc sử dụng thẻ giả mạo và gian lận. Tuy nhiên, chi phí đầu tư phát triển hệ thống thẻ thông minh cao hơn rất nhiều so với thẻ từ.

* Xét về tính chất thanh toán thẻ

+ Thẻ ghi nợ (Debit Card): là loại thẻ có quan hệ trực tiếp và gắn liền với tài khoản tiền gởi của chủ thẻ. Theo đó, khách hàng muốn sử dụng thẻ thì phải mở tài khoản tại ngân hàng phát hành thẻ và người sử dụng thẻ chỉ được thanh toán trong phạm vi số dư tài khoản của mình. Chủ thẻ khi sử dụng thẻ để thanh toán hàng hóa, dịch vụ tại các điểm chấp nhận thanh toán thẻ thì giá trị của những giao dịch sẽ được khấu trừ ngay lập tức vào tài khoản của chủ thẻ đồng thời ghi có vào tài khoản của đại lý chấp nhận thanh toán thẻ.

+ Thẻ rút tiền mặt (Cash Card): là loại thẻ được dùng để rút tiền mặt tại các máy rút tiền tự động (ATM) hoặc ở ngân hàng bằng cách sử dụng mã số nhận dạng cá nhân (số PIN). Thẻ rút tiền mặt cho phép người sử dụng thẻ được rút số tiền tối đa bằng số tiền ký quỹ trong tài khoản và số tiền rút ra mỗi lần sẽ được khấu trừ dần vào số tiền ký quỹ. Thẻ rút tiền mặt có hai loại:

+ Loại 1: chỉ được rút tiền tại các ATM của ngân hàng phát hành.

+ Loại 2: được sử dụng không chỉ rút tiền tại máy ATM của ngân hàng phát hành mà còn có thể rút tiền mặt tại các ngân hàng có tham gia tổ hợp thanh toán với ngân hàng phát hành thẻ, nhưng thông thường chủ thẻ phải chịu thêm phí.

+ Thẻ tín dụng (Credit Card): là loại thẻ mà chủ thẻ có thể có thể sử dụng để thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ hay rút tiền mặt tại các đơn vị chấp nhận thanh toán từ nguồn tiền vay của ngân hàng phát hành thẻ. Ngân hàng phát hành thẻ sẽ căn cứ vào nhu cầu và khả năng trả nợ của chủ thẻ để cấp cho họ một hạn mức tín dụng, chủ thẻ chỉ được sử dụng thẻ để thanh toán trong hạn mức này và sẽ không bị tính lãi nếu hoàn trả số tiền đã sử dụng cho ngân hàng đúng thời hạn mức này và sẽ không bị tính lãi nếu hoàn trả số tiền đã sử dụng cho ngân đúng thời hạn quy định, nếu không hoàn trả đúng hạn thì phải chịu một mức lãi suất trên số nợ theo quy định của ngân hàng phát triển. Có hai loại thẻ tín dụng:

+ Loại 1: Thẻ tín dụng được đảm bảo bằng tài sản thế chấp, ký quỹ. Chủ thẻ phải dùng tài sản của chính mình như: tiền mặt, sổ tiết kiệm, tiền gửi ngân hàng...để đảm bảo cho khả năng trả nợ của mình.

+ Loại 2: Thẻ tín dụng được đảm bảo bằng tín chấp. Ngân hàng sẽ dựa vào uy tín và khả năng trả nợ của khách hàng để cấp tín dụng cho họ mà không cần thế chấp hay ký quỹ tài sản. Thẻ tín dụng tín chấp chỉ được cấp cho một số đối tượng như: những người giữ những chức vụ lãnh đạo, cao cấp trong các tổ chức, doanh nghiệp, hoặc các cá nhân được những công ty có uy tín đứng ra bảo lãnh.

1.4. Thị trường thẻ quốc tế và các đối tượng tham gia

+ **Tổ chức thẻ quốc tế**: tham gia thị trường với tư cách là người tổ chức thị trường. Những tổ chức này đứng ra liên kết với các thành viên, đặt ra các quy định bắt buộc các thành viên phải áp dụng và tuân theo thống nhất thành một hệ thống một hệ thống toàn cầu đối với thị trường thẻ quốc tế. Theo đó, các tổ chức này sẽ cấp giấy phép hoạt động phát hành và thanh toán các sản phẩm thẻ mang thương hiệu của tổ chức họ, Bất cứ ngân hàng nào hiện nay hoạt động trong lĩnh vực thẻ thanh toán quốc tế đều phải gia nhập vào một tổ chức thẻ quốc tế.

+ **Ngân hàng phát hành thẻ (Issuer)**: tham gia thị trường với tư cách là người tạo ra hàng hóa (sản phẩm thẻ)trên thị trường. Để có thể hoạt động

trên thị trường, đòi hỏi ngân hàng phát hành thẻ phải được Ngân hàng Nhà nước cho phép thực hiện hoạt động phát hành thẻ ra thị trường. Đối với các ngân hàng phát hành thẻ quốc tế ngoài việc được phép của Ngân hàng phát hành thẻ có trách nhiệm tiếp nhận hồ sơ xin cấp thẻ của Tổ chức thẻ quốc tế. Ngân hàng phát hành thẻ có trách nhiệm tiếp nhận hồ sơ xin cấp thẻ của khách hàng, xử lý và phát hành thẻ, mở và quản lý tài khoản thẻ của chủ thẻ, đồng thời chịu trách nhiệm về việc thanh toán thẻ đó.

+ **Ngân hàng thanh toán thẻ (Acquirer)**: tham gia thị trường với vai trung gian, hoạt động như là đại lý của ngân hàng phát hành thẻ, đồng thời cũng là thành viên chính thức hoặc thành viên liên kết của tổ chức thẻ quốc tế (đối với thẻ quốc tế). Ngân hàng thanh toán thẻ có nhiệm vụ thực hiện các dịch vụ thanh toán thẻ theo hợp đồng dưới sự ủy quyền của ngân hàng phát hành thẻ. Ngân hàng thanh toán thẻ là ngân hàng trực tiếp ký hợp đồng với các cơ sở chấp nhận thẻ để tiếp nhận và xử lý các giao dịch về thẻ tại các đơn vị chấp nhận thanh toán thẻ, cung cấp các dịch vụ hỗ trợ cho đơn vị chấp nhận thanh toán thẻ và sẽ được hưởng khoản phí hoa hồng từ ngân hàng phát hành thẻ và đơn vị chấp nhận thẻ.

+ **Chủ thẻ (Cardholder)**: tham gia thị trường với tư cách là người mua hàng hóa trên thị trường. Chủ thẻ là người có tên trên thẻ do ngân hàng phát hành thẻ cấp và được quyền sử dụng tất cả những tiện ích mà thẻ mang lại như: thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ tại các đơn vị chấp nhận thanh toán, rút tiền mặt, kiểm tra số dư...đồng thời chủ thẻ có trách nhiệm thanh toán các khoản nợ (đối với thẻ tín dụng) và trả các khoản phí cho ngân hàng (phí thường niên, phí rút tiền mặt...)khi sử dụng những tiện ích của dịch vụ thanh toán qua thẻ mà ngân hàng đã cung cấp.

+ **Đơn vị chấp nhận thanh toán thẻ (Merchant)**: là những đơn vị bán hàng hóa, dịch vụ có ký hợp đồng với ngân hàng thanh toán thẻ để chấp nhận thanh toán thẻ để chấp nhận thanh toán hàng hóa, dịch vụ bằng thẻ như: cửa hàng, khách sạn, nhà hàng...Đơn vị chấp nhận thanh toán thẻ tham gia thị trường thẻ nhằm tăng lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ khác do đã đa dạng hóa

hình thức thanh toán tại đơn vị mình cũng như đáp ứng nhu cầu của khách hàng muốn sử dụng thẻ. Các đơn vị này sẽ được ngân hàng thanh toán trang bị những máy móc thiết bị cần thiết để tiếp nhận thẻ thanh toán thay cho tiền mặt và phải trả cho ngân hàng thanh toán một khoản chi phí dịch vụ khi sử dụng tiện ích này.

Các chủ thể tham gia trong thị trường thẻ có mối quan hệ hết sức chặt chẽ với nhau, tất cả đều hoạt động dưới sự kiểm soát, quản lý của các tổ chức thẻ quốc tế và cơ quan quản lý của mỗi quốc gia nhằm giúp cho hoạt động trên thị trường thẻ diễn ra lành mạnh, góp phần tạo điều kiện cho việc lưu thông hàng hóa tiền tệ được thực hiện một cách nhanh chóng, hiệu quả.

1.5. Lợi ích của việc sử dụng thẻ quốc tế

Với những tính năng ưu việt như an toàn, hiện đại và nhanh chóng mà phương tiện này mang lại, thẻ thanh toán được sử dụng để thanh toán các khoản chi phí hằng ngày như tiền ăn, ở, trả các khoản dịch vụ, thanh toán phí bảo hiểm, chữa bệnh, mua hàng, chi phí đi lại, rút tiền mặt... Việc thanh toán qua thẻ còn có những lợi ích cụ thể sau:

- Đối với xã hội

+ Nhanh chóng và chính xác và tiện lợi hơn trong việc dùng thẻ thanh toán tiền hàng hóa dịch vụ... Người ta không cần phải mang theo nhiều tiền để mua hàng, không phải nhận những tờ tiền lẻ, tiền giả, tiền rách, không tốn nhiều thời gian để kiểm đếm...

+ Giảm được nhiều chi phí cho xã hội. Thanh toán qua thẻ sẽ giảm được khối lượng tiền mặt trong lưu thông, từ đó giảm được một khoản chi phí rất lớn cho việc in ấn, bảo quản, vận chuyển, kiểm đếm, nhân sự thực hiện...

+ Góp phần kiểm soát và tăng nguồn thu cho Nhà nước. Khi mà hầu hết các khoản thu nhập và chi phí đều thanh toán qua ngân hàng thì việc tính thuế và thu thuế sẽ dễ dàng hơn, hạn chế được tình trạng trốn thuế.

- Đối với ngân hàng phát hành thẻ

Ngân hàng phát hành thẻ có thể tìm kiếm lợi nhuận khi phát hành thẻ vì thu được phí của cả hai bên: Phí thu từ chủ thẻ và phí từ đại lý chấp nhận thẻ. Thông

qua các phương thức thanh toán không dùng tiền mặt, các ngân hàng có thể đa dạng danh mục sản phẩm của mình để phục vụ khách hàng, tạo điều kiện để thu hút khách hàng đến giao dịch với ngân hàng. Mặt khác ngân hàng còn huy động được số lượng lớn tiền gửi tiết kiệm với lãi suất thấp.

- Đối với ngân hàng thanh toán thẻ

Ngân hàng thanh toán có thể gia tăng lợi nhuận từ phần hoa hồng được hưởng khi làm trung gian thanh toán, có thêm các dịch vụ thanh toán mới để phục vụ khách hàng hiện có, góp phần duy trì sự trung thành của khách hàng.

- Đối với đơn vị chấp nhận thẻ (ĐVCNT)

Thông qua việc làm đại lý chấp nhận thẻ, các đơn vị kinh doanh có thể thu hút khách hàng sử dụng thẻ. Đa dạng hóa hình thức thanh toán sẽ giúp các đơn vị kinh doanh tạo thuận tiện cho khách hàng trong việc thanh toán, qua đó góp phần tăng doanh thu.

- Đối với người sử dụng thẻ

+ Là phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt được pháp luật chấp nhận, thuận tiện cho việc thanh toán.

+ Là một hình thức mà gửi tiền một nơi, sử dụng được nhiều nơi, việc sử dụng dễ dàng, nhanh chóng, an toàn, văn minh và hiện đại và an toàn.

+ Có thể sử dụng thẻ trên phạm vi quốc tế, giảm đến mức tối thiểu nhu cầu giữ tiền mặt.

+ Trong một số trường hợp chủ thẻ được ngân hàng cho vay tiền sử dụng trước trả sau mà không cần phải thế chấp (thấu chi).

Ngoài rất nhiều ưu điểm, tiện ích đã nêu trên thẻ thanh toán cũng có một số nhược điểm như:

+ Không sử dụng được với giá trị lớn vì bị giới hạn hạn mức giao dịch trong ngày và giới hạn giá trị giao dịch của thẻ. Với nhược điểm đó thẻ thường được sử dụng mang tính chất cá nhân.

+ Chỉ sử dụng được tại các ĐVCNT hay các máy ATM.

+ Các ĐVCNT có thể bị mất tiền nếu không thực hiện đúng các quy định về kiểm tra, lập hóa đơn thanh toán thẻ.

+ Để phát triển dịch vụ thẻ các ngân hàng thường phải đầu tư rất lớn về công nghệ, máy móc thiết bị, phương tiện và phát triển nhân lực... mà không phải ngân hàng nào cũng có khả năng thực hiện được.

Tóm lại, việc phát triển thẻ thanh toán đều phát sinh ưu và nhược điểm. Tuy nhiên những ưu điểm mà thẻ thanh toán mang lại là rất to lớn trong khi đó các nhược điểm cũng như rủi ro khi phát hành thẻ có thể kiểm soát được.

1.6 Các yếu tố then chốt có ảnh hưởng đến việc phát triển thẻ quốc tế

Qua thực tế hoạt động của nhiều ngân hàng thành công trong hoạt động kinh doanh thẻ, để mang lại sự thuận tiện, an toàn, tiết kiệm trong quá trình thanh toán, đầu tư, vay mượn qua thẻ cho một số lượng lớn khách hàng là các cá nhân và doanh nghiệp vừa và nhỏ, một số yếu tố then chốt sau đây đã được cho là có tầm ảnh hưởng mạnh đối với hoạt động kinh doanh thẻ quốc tế:

1. Sản phẩm – dịch vụ đa dạng
2. Mạng lưới chi nhánh – điểm giao dịch – ATM rộng khắp và đa dạng
3. Chất lượng dịch vụ được quan tâm hàng đầu.
4. Tiếp cận một nền tảng khách hàng lớn.
5. Có nền tảng công nghệ hiện đại có thể đáp ứng việc xử lý nhiều giao dịch trong cùng một thời điểm..
6. Đội ngũ nhân viên nhiều, được tuyển chọn và đào tạo bài bản và thường xuyên.
7. Hoạt động Marketing, quảng bá, PR thương hiệu đa dạng và thường xuyên.
8. Mô hình cấu trúc tổ chức hỗ trợ và tương thích để vận hành và quản lý tốt hoạt động bán lẻ.

1.7 Tình hình phát triển thẻ quốc tế trên thế giới và Việt Nam

1.7.1. Tình hình phát triển thẻ quốc tế trên thế giới

Thị trường thẻ trên thế giới được phân ra những vùng chính như sau:

+ Châu Á- Thái bình dương: hầu hết các nước trong vùng đều có dịch vụ về thẻ. Ở đây có sự hiện diện của 5 loại thẻ lớn nhất thế giới, sự cạnh tranh giữa các loại thẻ này diễn ra khá sôi nổi. Các loại thẻ lớn bao gồm thẻ Visa, Master, JBC

trong đó Visa và Master đang giữ vị trí dẫn đầu ở thị trường này, JBC có quy mô hoạt động nhỏ hơn nhưng lại có tốc độ phát triển nhanh. Thẻ Amex và Diners Club cũng có mặt ở thị trường này nhưng đây không phải là thị trường chính của họ. Tại khu vực Châu Á- Thái bình dương mức tăng trưởng trong những năm gần đây của thẻ Visa và Master cũng khá cao.

+ Canada: là một trong những thị trường thẻ tín dụng phát triển mạnh nhất thế giới. Tại thị trường này thẻ Visa hoạt động trội hơn so với thẻ Master. Amex cũng có sự hiện diện đáng quan tâm ở nước này dù đang phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ Diners Club. Loại thẻ này đang hướng vào mục tiêu chính là người du lịch Canada và ngành hàng không nước này.

+ Châu Âu: là thị trường lý tưởng cho các tổ chức thẻ hoạt động và phát triển. Người dân sử dụng thẻ do sự tiện lợi của nó nhiều hơn là được cấp tín dụng (ngoại trừ Anh và Tây Ban Nha). Hầu hết thẻ thanh toán châu Âu là thẻ ghi nợ ngay hoặc thấu chi, gắn liền với việc sử dụng số dư trên tài khoản tiền gửi. Thị trường Đông Âu cũng đang có nhiều cơ hội phát triển lớn.

+ Châu Mỹ La Tinh: là châu lục có sự phát triển không đồng đều trong đó có những nước công nghiệp phát triển và những nước nông nghiệp lạc hậu. Đến những năm 90 nền kinh tế mới bắt đầu ổn định có sự đầu tư nước ngoài nên thị trường thẻ cũng được mở rộng. Hiện Master Card đang dẫn đầu thị trường này trên lĩnh vực thẻ ngân hàng trong khi Amex đang tấn công vào thị trường thẻ du lịch còn thẻ Diners đang suy yếu so với thập niên trước.

+ Trung Đông và châu Phi: đây là vùng nổi tiếng về du lịch, ở đây thu hút phần lớn khách du lịch châu Âu là thị trường tốt để kinh doanh thẻ. Các loại thẻ chính ở đây là Master card, Visa và Amex. Thẻ Diners Club chỉ giữ vị trí ở Nam phi. JBC hoạt động rất yếu hầu như không phát triển. Mạng lưới ATM ở đây khá mạnh được cài đặt ở Nam Phi và Trung đông.

+ Mỹ: là nơi sinh ra thẻ và đồng thời cũng là nơi phát triển nhất của các loại thẻ. Khu vực này dường như đã bão hoà về thẻ tín dụng, do đó cạnh tranh và phân chia thị trường rất khốc liệt. Dịch vụ ATM dường như có mặt ở khắp nơi. Visa và Master là hai tổ chức thẻ lớn nhất cạnh tranh gay gắt trên thị trường này. Amex và

Visa cũng cạnh tranh nhau ráo riết trên thị trường thẻ cao cấp. Discover Card tham gia thị trường năm 1986 và đang trực tiếp cạnh tranh với Master về giá cả, khách hàng. JCB là loại thẻ hàng đầu của Nhật và là nhà cạnh tranh đáng gờm trên thế giới đang tiếp tục mở rộng mạng lưới tiếp nhận tại Mỹ.

1.7.2. Tình hình phát triển thẻ quốc tế tại Việt Nam

Tại Việt Nam, thẻ quốc tế bắt đầu du nhập vào từ năm 1990 khi Ngân hàng Ngoại Thương Việt Nam làm đại lý chi trả thẻ Visa với ngân hàng BFCE. Hiện nay các loại thẻ phổ biến như Visa, MasterCard, JCB, American Express... được sử dụng tại Việt Nam và ngày càng có nhiều ngân hàng tham gia làm đại lý thanh toán cho thẻ quốc tế.

Nhận thấy tiềm năng cũng như tính phù hợp của việc phát hành thẻ quốc tế tại Việt Nam, năm 1996, Ngân hàng ngoại thương Việt Nam và Ngân hàng TMCP Á Châu đi tiên phong trong việc phát hành thẻ MasterCard quốc tế. Đến nay có rất nhiều NHTM Việt Nam tham gia phát hành thẻ quốc tế bao gồm cả NHTM quốc doanh và NHTM cổ phần.

1.7.2.1. Tình hình phát hành và sử dụng thẻ quốc tế tại Việt Nam

Tính đến 31/12/2008, tại Việt Nam có 10 ngân hàng phát hành thẻ quốc tế đó là Ngân hàng ngoại thương Việt Nam (VCB), Ngân hàng TMCP Á Châu (ACB), Ngân hàng xuất nhập khẩu Việt Nam (EIB), Vietinbank, ANZ, HSBC, Techcombank, VIB, VP, Sacombank với các sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế và thẻ ghi nợ quốc tế.

Bảng 1.1: Các loại thẻ quốc tế được phát hành tại Việt Nam

NGÂN HÀNG	CÁC LOẠI THẺ QUỐC TẾ PHÁT HÀNH	
	Thẻ tín dụng	Thẻ ghi nợ
VCB	Visa, MasterCard, American Express	-
ACB	Visa, MasterCard	Visa Electron, MasterCard Dynamic
EIB	Visa, MasterCard	Visa Debit
Vietinbank	Visa, MasterCard	-
ANZ	Visa	Maestro

HSBC	Visa	
Techcombank	Visa	Visa Debit
VIB	MasterCard	
VP	MasterCard	MasterCard
Sacombank	Visa	Visa Debit

(Nguồn: Báo cáo thường niên của Hội Thẻ Ngân Hàng Việt Nam)

Tính đến cuối năm 2008, ACB là ngân hàng dẫn đầu về số lượng thẻ quốc tế phát hành tại Việt Nam với tổng số phát hành hơn 300.000 thẻ, chiếm 32% thị phần. Có thể nói các sản phẩm thẻ ghi nợ quốc tế của ACB đóng vai trò hết sức quan trọng trong thành công của ACB. Tiếp theo sau là Vietcombank với hơn 293.000 thẻ (31% thị phần), EIB với gần 48.000 thẻ. Đến cuối năm 2008 tổng số thẻ quốc tế do các ngân hàng phát hành trên thị trường Việt Nam là đạt gần 1 triệu thẻ, tăng 60 % so với năm 2007.

Đối tượng được ngân hàng tín chấp cấp thẻ quốc tế tại Việt Nam thường là lãnh đạo các doanh nghiệp quốc doanh, chủ các doanh nghiệp có uy tín và thường xuyên giao dịch với ngân hàng phát hành thẻ, hoặc thế chấp tài sản cho ngân hàng. Trong khi đó nhu cầu sử dụng thẻ quốc tế trong nước không nhiều nên chỉ có những người có nhu cầu thường đi nước ngoài mới sử dụng thẻ quốc tế. Đối tượng chủ yếu tập trung vào sinh viên đi du học và cán bộ đi công tác nước ngoài. Tuy số thẻ quốc tế phát hành chưa nhiều so với tiềm năng của thị trường nhưng số lượng phát hành đang có xu hướng tăng mạnh do nhu cầu đi lại và du lịch nước ngoài gia tăng. Hiện nay các Tổ chức thẻ quốc tế đang rất quan tâm đến việc phát triển thị trường Việt nam, thể hiện bằng việc tăng cường các chương trình hợp tác, chương trình Marketing, mở văn phòng đại diện...Điều này sẽ có tác động tích cực đối với xu thế phát triển của thị trường thẻ Việt nam.

Số lượng các ngân hàng tham gia phát hành thẻ quốc tế ngày càng nhiều. Một số NHTMCP đang làm thủ tục đăng ký trở thành thành viên chính thức của tổ chức thẻ quốc tế.

Bảng 1.2: Tình hình phát hành và sử dụng thẻ quốc tế do các NHTM Việt Nam phát hành (tính đến 31/12/2008)

NGÂN HÀNG	SỐ LƯỢNG PHÁT HÀNH (Thẻ)	DOANH SỐ SỬ DỤNG THẺ (triệu đồng)
ACB	302,007	5,232,000
VCB	293,648	72,941,470
EIB	48,285	3,277,246
Sacombank	91,771	4,847,735
Vietinbank	13,240	31,619,756
Techcombank	143,416	6,091,311
Agribank	20,000	38,215,488
VIB	15,118	24,334
VP	6,683	437,931
Đông Á	2,699	43,856,452
Tổng cộng	936,981	234,340,331

(Nguồn : Hội thẻ Việt Nam 2008)

Tổng doanh số sử dụng thẻ quốc tế do các Ngân hàng Việt Nam phát hành trong năm 2008 đạt mức cao. VCB là ngân hàng có doanh số sử dụng thẻ cao nhất, tiếp theo là Đông Á, Agribank và Sacombank.

Thẻ quốc tế được phát hành tại Việt Nam chủ yếu là để chi tiêu ở nước ngoài, (chiếm 75% doanh số giao dịch). Tình hình kinh tế phát triển, thu nhập của người dân được cải thiện, nhu cầu đi du lịch và học tập ở nước ngoài tăng lên đã làm cho doanh số giao dịch bằng thẻ quốc tế cũng tăng đáng kể trong những năm gần đây.

Tại Việt Nam, đối tượng thanh toán thẻ quốc tế chủ yếu là các doanh nhân và khách du lịch nước ngoài vào Việt Nam. Trong những năm gần đây số lượng khách du lịch nước ngoài vào Việt Nam ngày càng gia tăng cũng như chính sách ưu đãi đầu tư nước ngoài đã thu hút các doanh nghiệp nước ngoài vào Việt Nam tìm cơ hội kinh doanh nên doanh số thanh toán các loại thẻ quốc tế cũng có xu hướng tăng theo. Năm 2008 là năm phát triển mạnh của ngành du lịch Việt Nam nên hoạt động thanh toán thẻ đạt mức khả quan. Giao dịch thanh toán thẻ quốc tế phát sinh chủ

yếu tại các ĐVCNT phục vụ nhu cầu du lịch, giải trí và lưu trú của khách nước ngoài như: khách sạn, nhà hàng, cửa hàng lưu niệm, quán bar, công ty du lịch, phòng vé máy bay... Doanh số thanh toán thẻ quốc tế tại Việt Nam vẫn ở tình trạng bị động, phụ thuộc chủ yếu vào nguồn khách nước ngoài vào Việt Nam.

1.7.2.2. Tình hình phát triển mạng lưới chấp nhận thẻ

Hiện nay việc phát triển các đơn vị chấp nhận thẻ là vấn đề khó khăn nhất đối với hoạt động thẻ trên thị trường Việt Nam. Các đơn vị chấp nhận thẻ chủ yếu tập trung vào các ngành kinh doanh khách sạn, nhà hàng cao cấp, giải trí, đồ lưu niệm, phòng tranh... tại các thành phố lớn, thành phố du lịch. Trong khi đó nhận thức được nguồn thu từ hoạt động thanh toán thẻ đối với khách quốc tế, các ngân hàng tập trung vào mảng thanh toán, tăng cường mở rộng mạng lưới đơn vị chấp nhận thẻ. Điều này đã dẫn đến sự chùng chéo một đơn vị sử dụng làm đại lý cho nhiều ngân hàng dẫn đến sự cạnh tranh không lành mạnh giữa các ngân hàng. Tuy nhiên việc hoạt động phát hành thẻ tăng trưởng mạnh sẽ có tác động tích cực đến hoạt động chấp nhận thẻ, tạo cơ sở cho việc mở rộng mạng lưới chấp nhận thẻ và mở rộng loại hình phục vụ của các đơn vị chấp nhận thẻ trong tương lai.

Tính đến cuối năm 2008, cả nước có hơn 26.000 ĐVCNT, cải thiện đáng kể so với những năm trước. Tuy nhiên, so với số lượng thẻ phát hành thì số lượng và tình hình phân bố ĐVCNT như vậy là còn quá ít và mỏng, chưa đáp ứng được nhu cầu sử dụng thẻ của người Việt Nam.

Phạm vi sử dụng thẻ thanh toán tại Việt Nam còn hẹp, chỉ sử dụng trong phạm vi một ngân hàng phát hành thẻ. Các ngân hàng thực hiện dịch vụ thẻ thanh toán chưa kết nối mạng được với nhau nên không thể làm đại lý thanh toán cho nhau. Đây cũng là nguyên nhân chủ yếu làm hạn chế khả năng thu hút khách hàng sử dụng thẻ thanh toán trong thời gian qua.

1.7.2.3. Đánh giá tình hình hoạt động thẻ quốc tế tại Việt Nam hiện nay

Những mặt tích cực:

+ Giới thiệu được một phương tiện thanh toán mới, văn minh, nhanh chóng, hiện đại đến dân chúng. Thẻ thanh toán đã giúp người dân quen dần với phương thức thanh toán không dùng tiền mặt đang được sử dụng phổ biến ở nhiều nước trên

thế giới.

+ Thông qua việc phát triển thẻ thanh toán các Ngân hàng Việt Nam đã thu hút được nhiều khách hàng, bán được nhiều sản phẩm dịch vụ ngân hàng, góp phần làm cho ngân hàng gần gũi hơn với người dân.

+ Tạo thuận lợi cho khách hàng có nhu cầu chi tiêu ở nước ngoài: thẻ quốc tế đã giúp những người đi du lịch, công tác nước ngoài có được phương tiện thanh toán thuận tiện ở nước ngoài.

+ Gia tăng thu nhập cho một số đối tượng tham gia vào hoạt động thẻ. Việc chấp nhận thanh toán thẻ đã đem lại hiệu quả cho một số loại hình kinh doanh như du lịch, nhà hàng, khách sạn, cửa hàng lưu niệm... mà nếu không chấp nhận thẻ có thể bị mất một số lượng khách hàng. Với việc làm đại lý ứng tiền mặt cho thẻ quốc tế, các ngân hàng, doanh nghiệp đã thu được nguồn phí đáng kể.

+ Tạo được tiền đề căn bản cho việc phát triển mạnh mẽ dịch vụ thẻ sau này. Các Ngân hàng Việt Nam đã tích lũy được nhiều kinh nghiệm, kiến thức trong lĩnh vực thẻ thanh toán. Mặt khác, do nhận thức được tầm quan trọng của dịch vụ thẻ, các Ngân hàng Việt Nam đã và đang tập trung đầu tư, quan tâm và coi thẻ thanh toán là sản phẩm chiến lược để phát triển ngân hàng trong tương lai.

Những mặt hạn chế:

+ Đối tượng đăng ký và sử dụng thẻ quốc tế tại Việt Nam còn rất hạn chế, chủ yếu là lãnh đạo các doanh nghiệp quốc doanh, chủ các doanh nghiệp có uy tín và thường xuyên giao dịch với ngân hàng phát hành thẻ, hoặc thế chấp tài sản cho ngân hàng, sinh viên đi du học và cán bộ đi công tác nước ngoài... Số lượng chủ thẻ quốc tế vẫn còn ít so với tiềm năng phát triển của nó.

+ Giao dịch thông qua thẻ chủ yếu vẫn là rút tiền mặt, chiếm tỷ trọng gần 90% doanh số thanh toán qua thẻ. Doanh số sử dụng các dịch vụ khác còn rất hạn chế. Đây là đặc điểm khác biệt của thị trường thẻ Việt Nam so với các nước khác.

+ Người dân vẫn còn xa lạ với thẻ thanh toán và các dịch vụ mà ngân hàng cung cấp. Tâm lý người dân vẫn còn thích sử dụng tiền mặt trong các giao dịch thanh toán. Công tác tiếp thị, giới thiệu thẻ thanh toán còn yếu, vì vậy thẻ thanh toán còn nhiều người chưa biết đến, thậm chí còn hiểu sai lệch về thẻ.

+ Phạm vi sử dụng dịch vụ thẻ quốc tế tại Việt Nam còn hạn chế, chủ yếu tập trung ở các thành phố lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và một số thành phố du lịch khác. Số lượng ĐVCNT và ATM chưa nhiều, khách hàng chưa thể sử dụng thẻ thanh toán ở mọi lúc, mọi nơi được.

+ Hạ tầng kỹ thuật của các Ngân hàng Việt Nam thực hiện dịch vụ thẻ thanh toán còn lạc hậu và thiếu đồng bộ. Hệ thống hạ tầng cơ sở đường truyền còn yếu nên khách hàng thường gặp khó khăn trong giao dịch do bị rớt mạng. Trình độ về công nghệ cũng như khả năng tài chính của các Ngân hàng là khác nhau nên hệ thống thẻ của các ngân hàng khác nhau khá nhiều, ảnh hưởng đến việc kết nối hệ thống thanh toán chung sau này. Bên cạnh một số ngân hàng có một số kinh nghiệm trong việc phát hành thẻ và đã bước đầu xây dựng được hệ thống thẻ khá mạnh thì cũng có nhiều ngân hàng mới chập chững bước chân vào lĩnh vực thẻ. Đây là hạn chế rất lớn của hệ thống thanh toán thẻ tại Việt Nam.

1.7.3. Kinh nghiệm của Trung Quốc

Hiện nay ở Việt Nam trung bình cứ 55 người dân Việt Nam mới có 1 người có thẻ ngân hàng, trong khi tỷ lệ này ở Trung quốc là nước mới đưa dịch vụ thẻ cách đây không lâu nhưng cứ 10 người dân có một người sử dụng thẻ. Kinh nghiệm của Trung quốc cho thấy các NHTM đã kết hợp với nhau cùng xây dựng một thương hiệu nên khách hàng có thể sử dụng được dịch vụ tại bất cứ ngân hàng nào. Trước năm 2002 tình hình Trung quốc cũng như Việt Nam hiện nay. Sau khi xây dựng BankNet, các ngân hàng chỉ kết nối và phát hành thẻ trên thương hiệu chung. Sau 3 năm thực hiện đã đạt thành công vượt bậc. Trung quốc đã rất thành công với hệ thống thẻ CUP (China Union Pay) hiện có tới hơn 800 triệu chủ thẻ và có thể giao dịch tại máy ATM của Trung quốc, Hongkong, Thailand, Singapore, Korea.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Trong chương 1, luận văn đã trình bày những vấn đề cơ bản về thẻ quốc tế, trong đó đã đưa ra khái niệm cơ bản về thẻ, phân loại thẻ, lịch sử phát triển thẻ và những lợi ích khi sử dụng thẻ.

Ngoài ra, chương 1 cũng đề cập đến tình hình phát triển thị trường thẻ quốc tế của các nước trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng.

Như vậy, sau khi kết thúc chương 1, luận văn đã trình bày cơ sở lý luận để sang chương 2 chúng ta sẽ tiếp tục tìm hiểu rõ tình hình cung ứng dịch vụ thẻ quốc tế của Eximbank trong những năm qua. Từ đó, đưa ra những nhận định cũng như tìm ra nguyên nhân hạn chế làm cơ sở đề xuất những giải pháp chủ yếu nhằm giúp cho dịch vụ thẻ Eximbank có một hướng đi bền vững - phát triển.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG KINH DOANH THẺ TẠI EXIMBANK

2.1. Giới thiệu về Eximbank và Phòng Quản Lý Thẻ Eximbank

2.1.1. Giới thiệu về Eximbank

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. Ngân hàng đã chính thức đi vào hoạt động ngày 17/01/1990.

Ngày 06/04/1992, Thống Đốc Ngân Hàng Nhà nước Việt Nam ký giấy phép số 11/NH-GP cho phép Ngân hàng hoạt động trong thời hạn 50 năm với số vốn điều lệ đăng ký là 50 tỷ đồngVN tương đương 12,5 triệu USD với tên mới là Ngân Hàng Thương Mại Cổ Phần Xuất Nhập Khẩu Việt Nam (Vietnam Export Import Commercial Joint-Stock Bank), gọi tắt là Vietnam Eximbank.

2.1.2. Giới thiệu về Phòng Quản Lý Thẻ

- Quá trình hình thành:

Năm 1993 được sự quan tâm của ngân hàng nhà nước và Ban hiện đại hóa của ngân hàng, Phòng thẻ tín dụng Eximbank đã chính thức đi vào hoạt động. Năm 1994 ngân hàng đã được tổ chức thẻ quốc tế là Visa International và Mastercard International chấp nhận cho ngân hàng Eximbank là hội viên chính thức. Tổ chức quốc tế cũng rất quan tâm đến ngân hàng, đã hỗ trợ một số phí: phí gia nhập 50.000 USD, phí chuyển giao công nghệ, đào tạo nhân lực...

Năm 1997-1998 Eximbank đầu tư khoảng 1.000.000 USD để phát triển hệ thống thanh toán và phát hành thẻ, bao gồm hệ thống máy chủ, hệ thống SEMA, máy in dập thẻ, máy sao chụp hình, máy telex, máy in và hơn 20 máy vi tính các loại, cũng trong thời gian này, ngân hàng đã ký hợp đồng thanh toán thẻ với ngân hàng UOB, ngân hàng UOB đã cung cấp các trang thiết bị như máy cà thẻ, các hóa đơn chuyên dùng... vì làm đại lý của UOB nên ngân hàng Eximbank hưởng mức phí khá thấp từ các dịch vụ mang lại. Do đó, trong thời gian này ngân hàng đã đào

tạo, phát triển nhân lực một cách mạnh mẽ, tạo điều kiện cho nhân viên đi học các khóa đào tạo về phát hành thẻ, phòng ngừa rủi ro...ở nước ngoài do tổ chức thẻ Visa và Mastercard tổ chức. Đến tháng 6 năm 1999 Eximbank đã hoàn tất việc phát triển này và chính thức thanh toán trực tiếp với tổ chức Visa và Mastercard, ngân hàng đã đầu tư các trang thiết bị như máy cà thẻ 300 cái và 50 máy điện tử và hoàn trả tất cả các trang thiết bị cho ngân hàng UOB.

Tháng 12 năm 2000 Eximbank đã hướng dẫn thêm hai loại thẻ thanh toán là JCB và Amex cho các đơn vị chấp nhận thẻ sau khi đã ký hợp đồng đại lý trực tiếp với Vietcombank. Trang bị thêm hàng loạt các trang thiết bị mới cấp cho đơn vị chấp nhận thẻ.

Tháng 3 năm 2001 Eximbank chính thức làm lễ khai trương phát hành thẻ tín dụng “Eximbank-Mastercard” sau một thời gian dài chuẩn bị từ khâu in hóa đơn, mẫu thẻ, hoàn chỉnh hồ sơ phát hành, thủ tục pháp lý...Đưa Eximbank tiến một bước vào công nghệ hiện đại hóa ngân hàng so với các ngân hàng khác đồng thời nâng cao uy tín của ngân hàng trong và ngoài nước.

Nhận ra tiềm năng của thị trường thẻ thanh toán nội địa, tháng 7 năm 2004 Eximbank cũng chính thức ra mắt thị trường thẻ Eximbank-Card, một loại thẻ ghi nợ đa năng có thể thanh toán các hóa đơn mua hàng hóa tại các đơn vị chấp nhận thẻ, thanh toán tiền điện nước, điện thoại, Internet, truyền hình cáp, chuyển khoản...

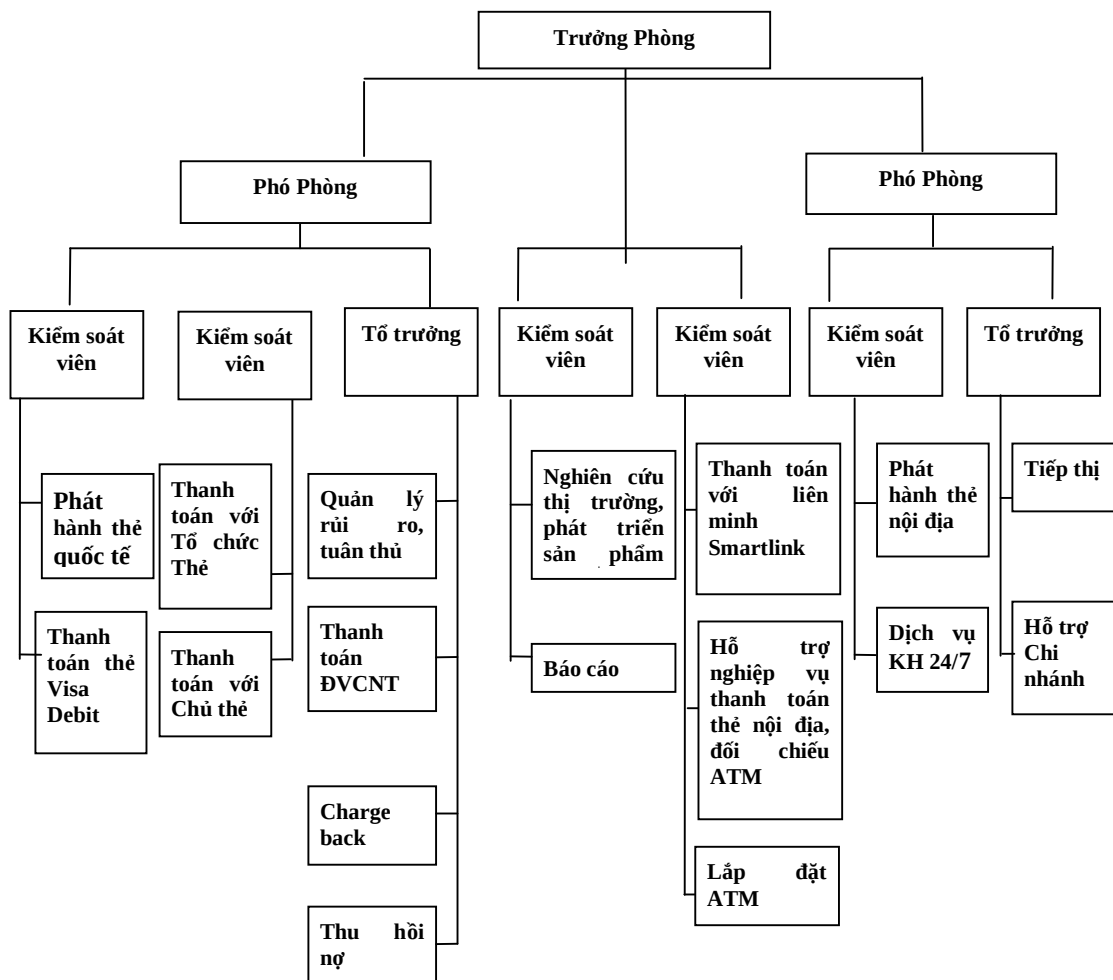
Đến tháng 3 năm 2005, Eximbank kết nối thành công mạng chuyển mạch tài chính quốc gia (Smartlink) bao gồm 21 thành viên

Đầu năm 2005, Eximbank là ngân hàng đầu tiên tại Việt nam phát hành thẻ ghi nợ quốc tế Visa Debit.

Năm 2007, để phù hợp với cơ cấu tổ chức mới của Ngân hàng, Phòng Thẻ tín dụng tách ra làm 2 phòng: Phòng Kinh Doanh thẻ trực thuộc Sở Giao Dịch và Phòng Quản Lý Thẻ trực thuộc Khối Khách hàng cá nhân hội sở.

SƠ ĐỒ TỔ CHỨC PHÒNG QUẢN LÝ THẺ

(đến 30/06//09)



Phòng Quản Lý Thẻ bao gồm tổng cộng 42 nhân sự, trong đó có 1 Trưởng Phòng, 2 Phó Phòng, 7 Kiểm Soát Viên/Tổ Trưởng và 32 nhân viên. Trưởng Phòng Quản Lý Thẻ do Ban Tổng Giám Đốc bổ nhiệm, chịu trách nhiệm trước Khối KHCN và Ban Tổng Giám Đốc về điều hành và kinh doanh trong hoạt động kinh doanh thẻ. Phó Phòng là người giúp Trưởng Phòng trong việc điều hành các hoạt động kinh doanh thẻ. Các Kiểm Soát Viên/Tổ Trưởng chịu trách nhiệm trước Trưởng Phòng về việc tổ chức vận hành các nghiệp vụ được giao.

2.2. Hoạt động kinh doanh thẻ của Eximbank

Dịch vụ phát hành thẻ (phụ lục 1):

Hiện tại Eximbank đang phát hành các loại thẻ sau:

- Thẻ ghi nợ nội địa V-TOP
- Thẻ tín dụng quốc tế Visa/MasterCard
- Thẻ ghi nợ quốc tế Visa Debit
- Thẻ tín dụng doanh nhân Visa Business

Dịch vụ thanh toán thẻ

Dịch vụ thanh toán thẻ được triển khai từ năm 1999, với số lượng ĐVCNT thẻ tích lũy được là khoảng hơn 1.389, số máy POS là 1.901 máy. Đây là loại hình dịch vụ đóng góp nhiều vào lợi nhuận kinh doanh thẻ của Eximbank.

Dịch vụ ATM

Máy ATM của Eximbank được triển khai vào năm 2004 cùng thời gian với phát hành thẻ ghi nợ nội địa. Thời gian đầu đi vào hoạt động là 10 máy ATM, đến năm 2007 là 60 máy, hiện nay là 260 máy. Các tiện ích thông qua máy ATM cũng được dần dần cải tiến phục vụ khách hàng như: rút tiền, xem số dư, xem sao kê, đổi số PIN, thanh toán hoá đơn điện, nước, điện thoại, internet, bảo hiểm, truyền hình cáp...

Dịch vụ thanh toán hoá đơn qua mạng

Dịch vụ thanh toán hoá đơn qua mạng được triển khai vào năm 2006, chủ yếu đối với các loại thẻ quốc tế, đây cũng là một dịch vụ mang lại nhiều tiện ích cho chủ thẻ Eximbank, tuy nhiên do chỉ chấp nhận thanh toán cho thẻ quốc tế nên số lượng giao dịch còn thấp, trong thời gian tới Phòng QLT sẽ dự kiến đưa vào việc thanh toán qua mạng bằng thẻ nội địa cho khách hàng sử dụng.

Dịch vụ phát hành thẻ qua mạng

Dịch vụ phát hành thẻ qua mạng triển khai đầu tiên cho thẻ Visa Debit vào năm 2007, đến tháng 07/2008 đã triển khai cho các loại thẻ khác của Eximbank như thẻ tín dụng quốc tế, thẻ ghi nợ nội địa V-Top...

Đây là một kênh phát hành thẻ rất có hiệu quả, tuy nhiên do số lượng người biết đến còn rất ít, việc quảng cáo cho phát hành thẻ qua mạng chưa có, và các chi

nhánh cũng chưa tích cực trong việc phát hành thẻ qua mạng nên số lượng thẻ phát hành qua mạng còn hạn chế

2.3. Đánh giá hoạt động thẻ quốc tế Eximbank tại Việt Nam

2.3.1. Thực trạng phát hành thẻ quốc tế ở Eximbank

❖ Hoạt động phát hành thẻ:

Bảng 2.1: Số lượng thẻ quốc tế phát hành tại Eximbank đến 31/12/2008

Chỉ tiêu	Năm 2007 (chiếc)	Năm 2008 (chiếc)	So đầu năm	
			tăng/giảm	%
Số lượng thẻ quốc tế	33,868	48,285	14,417	43%
- Thẻ ghi nợ	21,719	32,504	10,785	50%
- Thẻ tín dụng	12,149	15,781	3,632	30%

(Nguồn: Báo cáo Eximbank)

Số lượng thẻ quốc tế đến cuối năm 2008 đạt 48,285 thẻ, đạt tốc độ tăng trưởng 43% (# 14,417 thẻ) so với năm 2007.

Bảng 2.2 : Doanh số sử dụng thẻ Eximbank năm 2008 (ĐVT: Tỷ đồng)

Chỉ tiêu	2008			So cùng kỳ	
	T/hiện	Tích lũy	Tỷ trọng	tăng/giảm	%
2. Doanh số sử dụng thẻ Eximbank	319.46	3,277.19	100%	1,104.65	51%
2.1. Ngoài nước	85.86	539.46	16%	201.23	59%
2.2. Trong nước	104.77	1,057.08	32%	401.20	61%
Thẻ quốc tế (Tại ATM/POS)	14.72	139.42	4%	38.92	39%
2.3. Tại ATM/POS Eximbank	128.84	1,680.65	51%	502.22	43%
Thẻ quốc tế	16.30	201.61	6%	20.54	11%

(Nguồn : Báo cáo Eximbank)

Trong năm 2008, doanh số sử dụng thẻ tăng 51% (# 1,104.65 tỷ đồng) so với năm 2007. Trong đó, tăng đáng kể là tốc độ tăng doanh số sử dụng thẻ Eximbank trong nước 61% (# 401.20 tỷ đồng) nhờ vào các chương trình kích thích tiêu dùng vào các tháng cuối năm 2008 như “Giải thưởng lớn dành tặng chủ thẻ Eximbank”.

❖ Hoạt động thanh toán thẻ:

Bảng 2.3: Mạng lưới điểm chấp nhận thẻ Eximbank đến 31/12/2008

Chỉ tiêu	Năm 2007	T.12/2008	So tháng trước		So đầu năm	
			tăng/giảm	%	tăng/giảm	%
1. Số lượng ATM	30	74	14	23%	44	147%
2. Số lượng POS	1,389	1,618	73	5%	229	16%
3. Số lượng ĐVCNT	1,003	1,091	46	4%	88	9%

(Nguồn : Báo cáo Eximbank)

Trong năm 2008, số ĐVCNT được tìm kiếm mới là 248 đơn vị, lắp mới thêm 406 máy POS. Tuy nhiên, với việc rà soát lại thông tin ĐVCNT mà các Đơn vị Eximbank đang quản lý, xóa dữ liệu các ĐVCNT không có doanh số hoạt động ổn định theo quy định và thu hồi máy POS làm giảm một số lượng nhất định ĐVCNT và máy POS so với đầu năm. Eximbank đã lắp đặt và đưa vào hoạt động thêm 14 máy ATM, nâng tổng số máy ATM trên toàn hệ thống là 74 máy, so với năm 2007 tăng 44 máy.

Bảng 2.4: Số lượng ĐVCNT năm 2008

Khu vực	2007		T.12/2008			Tích lũy (**)	So tháng trước		So đầu năm		KH 2008	
	Tích lũy	Tỷ trọng	Thực hiện	Tích lũy (*)	Tỷ trọng		tăng/giảm	%	tăng/giảm	%	KH	TH/KH
Miền Bắc	51	5%	2	16	6%	46	2	14%	-5	-10%	339	-2%
Miền Trung	45	4%	0	16	6%	52	0	0%	7	16%	225	4%
Đông Nam Bộ	3	0%	0	0	0%	1	0		-2	-67%	75	-3%
Tp.HCM	886	88%	44	214	86%	980	44	26%	94	11%	1,426	17%
ĐBSCL	18	2%	0	2	1%	12	0	0%	-6	-33%	90	-8%
Hệ thống	1,003	100%	46	248	100%	1,091	46	23%	88	9%	2,155	8%

(Nguồn : Báo cáo Eximbank)

Số lượng ĐVCNT tập trung nhiều nhất ở khu vực TP.HCM, chiếm tỷ trọng 86% so với toàn hệ thống, kế tiếp là Miền Bắc, Miền Trung và Khu vực ĐBSCL, Miền Đông Nam Bộ mới thành lập một vài chi nhánh nên hiệu quả của việc tiếp thị ĐVCNT chưa cao.

Bảng 2.5: Doanh số thanh toán thẻ Eximbank năm 2008

(ĐVT: Tỷ đồng)

Chỉ tiêu	2008			So cùng kỳ	
	T/hiện	Tích lũy	Tỷ trọng	tăng/giảm	%
1. Doanh số thanh toán thẻ	220.90	2,544.78	100%	817.42	47%
1.1. Tại ĐVCNT	69.58	686.73	27%	165.89	32%
1.1.1. Thanh toán thẻ do TCTD khác phát hành	58.01	545.90	21%	164.05	43%
a. Ngoài nước	39.55	423.06	17%	92.15	28%
b. Trong nước	18.46	122.84	5%	71.90	141%
1.1.2. Thanh toán thẻ Eximbank	11.57	140.84	6%	1.84	1%
a. Thẻ quốc tế	11.57	140.74	6%	2.37	2%
1.2. Tại máy ATM	151.31	1,858.05	73%	651.52	54%
1.2.1. Thanh toán thẻ do TCTD khác phát hành	34.05	318.23	13%	151.15	90%
a. Ngoài nước	4.48	52.73	2%	10.52	25%
b. Trong nước	29.57	265.50	10%	140.63	113%
- Thẻ quốc tế	0.67	6.01	0%	3.45	135%
1.2.2. Thanh toán thẻ Eximbank	117.27	1,539.81	61%	500.38	48%
a. Thẻ quốc tế	4.73	60.87	2%	18.17	43%

(Nguồn : Báo cáo Eximbank)

Trong năm 2008, doanh số thanh toán thẻ tăng 47% (# 817.42 tỷ đồng) so với năm 2007. Trong đó, tăng đáng kể là tốc độ tăng doanh số tại máy ATM 54% (# 651.52 tỷ đồng).

Bảng 2.6: Doanh số hoạt động thẻ Eximbank năm 2008 (ĐVT: Tỷ đồng)

Khu vực	Năm 2007		T.12/2008			So tháng trước		So cùng kỳ		KH 2008	
	Tị giá	Tỷ trọng	T/hiện	Tích lũy	Tỷ trọng	tăng/giảm	%	tăng/giảm	%	KH	TH/KH
Miền Bắc	322.18	12%	61.46	601.00	15%	24.59	67%	278.82	87%	733.37	82%
Miền Trung	154.50	6%	29.93	293.08	7%	5.85	24%	138.58	90%	353.71	83%
Đông Nam Bộ	3.47	0%	4.94	35.94	1%	0.84	20%	32.47	936%	49.29	73%
Tp.HCM	2,087.49	77%	285.37	2,936.30	71%	41.39	17%	848.81	41%	3,857.68	76%
EBSQL	154.20	6%	29.82	274.94	7%	7.10	31%	120.74	78%	309.96	89%
Hệ thống	2,721.84	100%	411.52	4,141.27	100%	79.77	24%	1,419.43	52%	5,304.01	78%

(Nguồn : Báo cáo Eximbank)

Trên nền tảng tăng trưởng các loại doanh số thanh toán và doanh số sử dụng thẻ Eximbank, doanh số hoạt động thẻ Eximbank trong năm 2008 tăng 52% (# 1,419.43 tỷ đồng) so với năm 2007.

❖ **Hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ:**

Bảng 2.7: Kết quả hoạt động kinh doanh thẻ qua các năm

(ĐVT: Tỷ đồng)

Chỉ tiêu	2007	T.12/2008	Lũy kế đến kỳ báo cáo	So tháng trước		So năm trước	
				tăng/giảm	%	tăng/giảm	%
Thu phí	17.78	2.44	27.00	0.62	34%	9.22	52%
Thu lãi	3.19	0.83	6.82	0.12	17%	3.63	114%
Chi	14.40	3.37	19.87	2.16	178%	5.47	38%
Lợi nhuận	6.57	-0.09	13.95	-1.41	-107%	7.38	112%

(Nguồn : Báo cáo Eximbank)

Lợi nhuận thẻ năm 2008 đạt tốc độ tăng đáng kể 112% (# 7.38 tỷ đồng) so với năm 2007.

❖ **Hoạt động phát triển sản phẩm, dịch vụ thẻ:**

Chương trình “Giải thưởng lớn dành tặng chủ thẻ Eximbank” đã kết thúc vào ngày 12/12/2008 và đạt được một số kết quả khả quan: Số lượng thẻ phát hành mới có hoạt động trong thời gian diễn ra chương trình đạt 66% (# 12,511 thẻ) và doanh số sử dụng thẻ đạt 95% (# 465.53 tỷ đồng) các kỳ vọng của chương trình. Mặc dù, có một số thiếu sót trong quá trình triển khai chương trình (tổ chức thực hiện chưa chu đáo, mất nhiều thời gian xin phép từ Bộ Công Thương, chưa thông báo cụ thể mức độ tham gia của các Đơn vị Eximbank vào chương trình, công tác quảng cáo chưa thực sự mang lại hiệu quả tích cực cho chương trình, thời điểm triển khai cũng là lúc một số chương trình khác dành cho khách hàng cá nhân diễn ra, ...) nhưng nhìn chung “Giải thưởng lớn dành tặng Chủ thẻ Eximbank” cũng góp phần gia tăng số lượng thẻ phát hành, doanh số sử dụng thẻ, củng cố vị thế Eximbank đối với các khách hàng đã sử dụng dịch vụ thẻ Eximbank thời gian và phát huy các tiện ích thẻ Eximbank.

Chương trình “Nhân viên tiếp thị thẻ xuất sắc năm 2008” đến nay đã thu hút sự tham gia của hơn 200 nhân viên của 25 Đơn vị Eximbank (trên tổng số khoảng 2,700 nhân viên của 35 Đơn vị Eximbank) với số lượng thẻ được giới thiệu khoảng 7,200 thẻ các loại, trung bình 20 thẻ các loại/ 1 nhân viên Eximbank.

Trong năm 2008, dịch vụ thẻ Eximbank đã có nhiều đợt điều chỉnh lãi vay qua thẻ tín dụng bắt kịp với việc thay đổi lãi vay trên thị trường. Trong 3 tháng cuối năm 2008, Eximbank đã 5 lần thực hiện điều chỉnh phí tài chính (lãi vay) qua thẻ tín

dụng. Mức phí hiện tại 1.0625%/ tháng (áp dụng từ ngày 22/12/2008) là ngang bằng với các ngân hàng phát hành thẻ khác.

2.3.2. So sánh dịch vụ thẻ của Eximbank với một số ngân hàng khác (phụ lục 2)

Về mặt phát hành thẻ, Eximbank hầu như đã phát hành được các loại thẻ cơ bản đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Về mặt thanh toán thẻ, Eximbank hiện nay chỉ thanh toán 2 loại thẻ, đó là Visa và MasterCard. Về thẻ JCB Eximbank cũng thanh toán nhưng chỉ là thanh toán thông qua Ngân Hàng Vietcombank với số lượng giao dịch và doanh số không đáng kể.

Về dịch vụ tại máy ATM, các chức năng cơ bản như rút tiền, xem số dư, xem sao kê, đổi PIN, chuyển khoản, thanh toán hóa đơn... đều có tại máy ATM của Eximbank, tuy nhiên với các chức năng ngày càng hiện đại như mua thẻ cào (điện thoại, internet...), nạp tiền qua máy ATM thì Eximbank hiện nay chưa thực hiện được.

Về dịch vụ qua mạng internet, đây là dịch vụ mà Eximbank còn yếu so với các ngân hàng khác, chỉ gói gọn trong 2 dịch vụ là thanh toán hóa đơn qua mạng và phát hành thẻ qua mạng.

Bảng 2.8: So sánh số lượng máy ATM của Eximbank so với các ngân hàng khác (tính đến 30/06/2009)

(ĐVT:: chiếc)

STT	Ngân hàng	Đến	Đến	Đến	Đến	Tỷ trọng	So đầu năm	
		31/12/2007	05/06/2008	31/12/2008	30/06/2009		+/-	%
1	Agribank	602	802	1,202	1,702	19.9%	500	42%
2	Vietcombank	888	1,090	1,244	1,385	16.2%	141	11%
3	VietinBank	492	742	742	1,042	12.2%	300	40%
4	BIDV	694	700	978	994	11.6%	16	2%
5	Đông Á	670	786	863	935	10.9%	72	8%
6	Sacombank	212	315	512	527	6.2%	15	3%
7	Techcombank	160	215	306	436	5.1%	130	42%
8	ACB	134	174	239	267	3.1%	28	12%
9	Eximbank	30	58	204	252	2.9%	48	24%
10	VPBank	163	228	302	226	2.6%	-76	-25%
11	MB	93	123	184	202	2.4%	18	10%

12	VIB	60	82	97	125	1.5%	28	29%
13	SCB	19	32	55	85	1.0%	30	55%
14	MHB	82	82	82	82	1.0%	0	0%
15	Saigon Bank	73	73	73	73	0.9%	0	0%

(Nguồn: Báo cáo hiệp hội thẻ)

Số lượng máy ATM của Eximbank tính đến 30/06/2009 là 252 máy, đứng thứ 9/15 ngân hàng có máy ATM. So với cùng kỳ năm 2008 tăng thêm 194 máy (300%), dự kiến trong năm 2010, số lượng máy ATM của Eximbank sẽ là 500 máy.

So sánh dịch vụ Call Center của các ngân hàng:

❖ **Eximbank:** Call Center của Eximbank độc lập với dịch vụ tổng đài thẻ 24/7.

Tổng tài thẻ của Eximbank nhìn chung chăm sóc khách hàng tốt, đáp ứng được các yêu cầu giải quyết các thắc mắc của khách hàng như: tư vấn làm thẻ, về truy vấn số dư, các vấn đề phát sinh khi khách hàng giao dịch, khiếu nại khách hàng.

❖ **ANZ:** đây là trung tâm dịch vụ khách hàng chung được chia theo các kênh như.

Số (1) tư vấn về các dịch vụ sản phẩm của ngân hàng ANZ

Số (2) hỗ trợ giao dịch liên quan đến thẻ, Internet banking, ANZ online.

Số (3) kiểm tra số dư tài khoản, thông tin khác.

❖ **Đông Á:** có tổng đài hỗ trợ điện thoại 24/7 với nhiều kênh thông tin, với đầu số dễ nhớ, khách hàng có thể được giải đáp các thắc mắc về các dịch vụ của ngân hàng như:

- Tư vấn thẻ nội địa.
- Tư vấn thẻ tín dụng.
- Ngân hàng điện tử.
- Tài khoản tiền gửi.
- Tín dụng.
- Trợ giúp.

❖ **HSBC:** có tổng đài hỗ trợ điện thoại chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp bao gồm:

- Nghe quảng cáo mới về thẻ tín dụng, vay tín dụng cá nhân.

- Dịch vụ thẻ ngân hàng
- Dịch vụ thẻ tín dụng.
- Thông báo mất thẻ.
- Sử dụng dịch vụ ngân hàng qua mạng.
- Kích hoạt thẻ tín dụng.
- Tình trạng đơn đăng ký thẻ tín dụng, vay cá nhân
- Trợ giúp khác
- Nghe lại danh mục.

Khách hàng có thể lựa chọn ngôn ngữ tiếng Việt, tiếng Hoa và tiếng Anh.

❖ **ACB:** với tổng đài điện thoại tích hợp nhiều kênh trong 1 line:

- Tư vấn tín dụng, tiền gửi.
- Dịch vụ thẻ.
- Giao dịch thanh toán, chuyển tiền.
- Khách hàng doanh nghiệp.
- Đặt lệnh vàng.

Nhìn chung, 2 dịch vụ Call Center của Eximbank, một phục vụ riêng cho thẻ, một phục vụ chung cho các dịch vụ khác là rất tốt. Đối với dịch vụ thẻ, khách hàng có thể gặp trực tiếp nhân viên, không phải chờ đợi lâu. Điều này cũng đồng nghĩa với việc không thể quảng bá được các dịch vụ khác mà Eximbank đang có đối với chủ thẻ khi gọi vào tổng đài thẻ mà không gọi vào tổng đài chung của ngân hàng. Với dịch vụ call center tập trung, các ngân hàng khác một phần xác định khách hàng đang có nhu cầu gì và đáp ứng dựa trên những nhu cầu đó, mặt khác cung cấp thêm các dịch vụ mà ngân hàng đang có, cũng như gián tiếp “bắt” khách hàng phải tiếp nhận những thông tin của các chương trình khác mà ngân hàng đang có. Điều này tạo nên “ấn tượng lớn” trong tâm trí khách hàng.

Bảng 2.9: So sánh số lượng thẻ quốc tế của các Ngân hàng đến 30/06/2009

(ĐVT:: chiếc)

STT	Ngân hàng	Đến 30/06/2008	Đến 30/06/2009	Tỷ trọng	So cùng kỳ	
					+/-	%
1	Vietcombank	204,545	368,124	35.52%	163,579	80%

2	ACB	274,153	297,026	28.66%	22,873	8%
3	Techcombank	77,351	138,455	13.36%	61,104	79%
4	Sacombank	83,971	102,512	9.89%	18,541	22%
5	Eximbank	42,449	54,457	5.25%	12,008	28%
6	Agribank		27,257	2.63%	27,257	
7	VIB	8,963	17,775	1.72%	8,812	98%
8	VietinBank	3,009	15,718	1.52%	12,709	422%
9	VPBank	4,797	7,545	0.73%	2,748	57%
10	Đông Á		4,341	0.42%	4,341	
11	ABBank		1,776	0.17%	1,776	
12	BIDV		1,397	0.13%	1,397	
13	VRB		14	0.00%	14	

(Nguồn: Báo cáo hiệp hội thẻ)

Số lượng thẻ quốc tế của Eximbank tính đến 30/06/2009 là 54,457 thẻ, đứng thứ 5/13 ngân hàng phát hành thẻ quốc tế, so với cùng kỳ năm 2008 tăng 28%.

So sánh về nền tảng công nghệ thẻ của các ngân hàng:

❖ Eximbank:

- Phối hợp với công ty Atos Origin nâng cấp hệ thống thẻ quốc tế (Asscend) thành công vào tháng 07/2009, tạo bước đột phá về tốc độ xử lý giao dịch và hệ thống tích hợp phát triển nhiều sản phẩm khác.

❖ ACB:

- Vận hành hệ thống ngân hàng lõi TCBS (giải pháp ngân hàng toàn diện) cho phép các CN, PGD nối mạng với nhau, giao dịch tức thời và dùng chung cơ sở dữ liệu tập trung.

- Hợp tác với Standard Chartered triển khai hiện đại hoá công nghệ ngân hàng: nâng cấp máy chủ, thay thế phần mềm xử lý giao dịch thẻ ngân hàng bằng một phần mềm mới có khả năng tích hợp với nền công nghệ lõi, lắp đặt hệ thống ATM.

❖ Đông Á:

- Chương trình ứng dụng chi lương “E-payroll” cho phép các công ty thực hiện việc chi lương qua thẻ Đa năng Đông Á một cách nhanh chóng, tự động và đảm bảo thông tin được bảo mật tuyệt đối.

- Phát triển thành công ứng dụng DAB Stock Trading Service cho phép các công ty chứng khoán kết nối trực tuyến và thực hiện thanh toán, hạch toán và nhiều tiện ích khác trong giao dịch chứng khoán thông qua tài khoản tại ngân hàng.

❖ **Techcombank:**

- Hệ thống ngân hàng lõi (do Temenos Holdings phát triển) được triển khai từ năm 2002 và liên tục được nâng cấp qua các năm. Techcombank đang sử dụng phiên bản mới nhất T24R07.

- Sử dụng công nghệ OTP (one time password) cho các dịch vụ ngân hàng điện tử.

- Triển khai thành công hệ thống thanh toán thẻ tín dụng VISA; kết nối thành công hệ thống thanh toán thẻ với ngân hàng HSBC Việt Nam, hệ thống Banknet, hệ thống Paynet; triển khai thành công hệ thống thẻ đồng thương hiệu với Tổng Công ty hàng không Việt Nam - Vietnam Airlines; triển khai thành công máy nộp tiền tự động ADM; triển khai hệ thống Fraud Analyzer chống giao dịch thẻ giả mạo.

❖ **Sacombank:**

- Xây dựng IT Roadmap dựa trên định hướng chiến lược phát triển đến năm 2015 và hướng tới năm 2020 dưới sự tư vấn của Chuyên gia Công ty Tài chính Quốc tế (IFC); thương thảo ký hợp đồng và triển khai nâng cấp Corebanking T24 phiên bản R8

So sánh đội ngũ nhân viên của các ngân hàng (phụ lục 3)

Đội ngũ nhân viên Eximbank so với các Ngân hàng khác là tương đối đồng đều, các chính sách cũng như các hoạt động đào tạo nhân viên luôn được Eximbank quan tâm đúng mức và thu nhập bình quân của nhân viên Eximbank so với các ngân hàng khác là tương đương nhau.

So sánh về hoạt động Marketing, quảng bá, PR thương hiệu thẻ

❖ **Eximbank**

Hoạt động marketing, quảng bá, PR thương hiệu thẻ của Eximbank chưa hiệu quả, chưa thực sự mang thương hiệu Eximbank nói chung và sản phẩm thẻ Eximbank nói riêng đến tận tay người tiêu dùng. Bên cạnh đó, màu xanh là màu được rất nhiều ngân hàng sử dụng và khi nhắc đến màu xanh của ngân hàng, người tiêu dùng thường nghĩ đến ANZ hoặc ACB nhiều hơn nghĩ đến Eximbank.

Các chương trình khuyến mãi chưa được phổ biến rộng rãi trên các phương tiện thông tin đại chúng. Eximbank chỉ thực hiện một chương trình tài trợ định kỳ như chương trình “thắp sáng ước mơ”, tuy nhiên tần suất người xem ít.

Việc quảng bá hình ảnh Eximbank hiện nay chỉ gói gọn trong các bài viết PR trên báo mỗi khi có chương trình khuyến mãi và ra mắt sản phẩm mới. Việc treo bandrole, đặt banner, leaflet, standee tại các chi nhánh, sở giao dịch và đưa thông tin lên website của chính ngân hàng là điều bắt buộc mà ngân hàng nào cũng phải thực hiện, đây chỉ là hình thức thông tin miễn phí trên các phương tiện truyền thông sẵn có.

❖ **Techcombank**

Kỉ niệm 16 năm thành lập 27/09/2009, Techcombank đã tổ chức 02 chương trình mang ý nghĩa hướng đến cộng đồng, “Chia sẻ ước mơ tuổi thơ” và chương trình đi bộ gây quỹ từ thiện quy tụ hơn 10,000 người tham gia ở Tp.HCM và Hà Nội. Việc tổ chức đi bộ gây quỹ từ thiện tạo hiệu ứng tốt cho việc quảng bá hình ảnh Techcombank khi 10,000 người tham gia mặc áo đỏ có logo Techcombank, bandrole, phướn in logo Techcombank cũng được treo dọc các tuyến đường trọng điểm của hai thành phố lớn. Các chương trình tài trợ của Techcombank luôn hướng đến cộng đồng và với thông điệp muốn truyền tải đến khách hàng là một ngân hàng thân thiện với cộng đồng.

Riêng về dịch vụ thẻ, trong 6 tháng năm 2009, Techcombank là ngân hàng có nhiều chương trình khuyến mãi nhất (07 chương trình).

❖ **ACB**

Mặc dù là ngân hàng Việt Nam, ACB đã có các bước thực hiện chương trình quảng bá thương hiệu của mình trên phương tiện truyền thông thành công. Đặc biệt, phim quảng cáo ACB dài 30 giây “ Mỗi ngày tôi chọn một niềm vui”, lời bài hát hay, nội dung phim ý nghĩa đã nâng cao hình ảnh và thương hiệu ACB (hơn 300,000 kết quả tìm kiếm từ google Việt Nam cho từ khóa “quảng cáo ACB”).

❖ **Đông Á**

Ngân hàng Đông Á cũng có nhiều chương trình quảng bá thương hiệu trên các phương tiện truyền thông (Chương trình tìm hiểu thẻ ATM). Việc kết hợp với

thép Pomina thành lập đội bóng đá NH Đông Á – Thép Pomina, khi đội bóng tham gia các giải đấu, đặc biệt các giải đấu lớn của Việt Nam như V-league, mặc nhiên, thương hiệu ngân hàng Đông Á được nhắc đến trên các phương tiện truyền thông mà không phải tốn nhiều chi phí. Tháng 03/2006, Đông Á được người tiêu dùng bình chọn là "Thương hiệu Việt nam nổi tiếng nhất" ngành Ngân hàng - Tài chính - Bảo hiểm.

❖ **Sacombank**

Là một ngân hàng có số vốn đầu tư lớn và số lượng chi nhánh trải đều trên khắp các tỉnh. Tuy nhiên, việc quảng bá hình ảnh của Sacombank chưa có gì thật sự nổi trội như các ngân hàng khác, các hình thức khuyến mãi, việc ra mắt sản phẩm mới được quảng bá trên các phương tiện truyền thông còn thừa thớt và đặc biệt chưa tạo được ấn tượng cho khách hàng về thương hiệu Sacombank.

❖ **HSBC**

Là ngân hàng 100% vốn nước ngoài, có kinh nghiệm hàng trăm năm trên lĩnh vực tài chính, ngân hàng. Tại Việt Nam, HSBC đã thực hiện bài bản việc quảng bá hình ảnh của hình ảnh trên các phương tiện truyền thông như tivi, radio, báo, tạp chí, internet v...v... mỗi khi có chương trình khuyến mãi, khai trương văn phòng, chi nhánh. HSBC tham gia tài trợ nhiều chương trình từ thiện nhằm mục đích nâng cao hình ảnh trách nhiệm với cộng đồng như tài trợ Chương trình vì trẻ em nghèo làng trẻ em SOS; Chương trình Future First, kéo dài đến 2012 với tổng giá trị 10 triệu USD. Là ngân hàng đa quốc gia và uy tín trên thế giới HSBC có lợi thế sử dụng hình ảnh của các nhân vật nổi tiếng như thái tử Anh để PR dịp khai trương trung tâm thanh toán quốc tế tại Tp.HCM.

❖ **ANZ**

Việc quảng bá hình ảnh ngân hàng 100% vốn nước ngoài đầu tiên đã đạt hiệu quả cao. Cụ thể: quảng cáo trên đài nhạc trẻ, cho nhân viên đội nón bảo hiểm và chạy xe Piaggio sơn màu xanh (là màu đặc trưng của ANZ) đăng tải điện thoại Hotline của ngân hàng chạy khắp thành phố. Để mang sản phẩm đến với khách hàng: ANZ sở hữu đội ngũ bán hàng qua điện thoại rất chuyên nghiệp và hầu như hoạt động suốt 24/7.

So sánh về mô hình tổ chức và cách thức vận hành của các Phòng Thẻ/ Trung tâm thẻ của các ngân hàng (phụ lục 4)

Về mô hình tổ chức thì hiện nay đa số các Ngân hàng đều thành lập Trung tâm thẻ, trong khi đó Eximbank vẫn giữ mô hình Phòng Quản Lý Thẻ chỉ đạo và các chi nhánh phát triển thẻ, vì vậy hoạt động kinh doanh thẻ còn gặp nhiều khó khăn do các chi nhánh thường tập trung vào 2 nghiệp vụ chính là huy động và cho vay, chưa chú trọng đến nghiệp vụ thẻ.

2.3.3. Vị thế của Eximbank trên thị trường thẻ Việt Nam

Thị trường thẻ tại Việt Nam đã phát triển mạnh trong những năm gần đây, thể hiện: Tính đến 30/6/2009:

- Số ngân hàng tham gia thị trường thẻ: 26 ngân hàng.
- Số lượng thẻ quốc tế hơn 1 triệu thẻ, tăng 48% so với cùng kỳ 2008.
- Số lượng máy ATM là 8.543 máy, tăng 48% so với cùng kỳ 2008.
- Số lượng POS là 28.223 máy, tăng 10% so với cùng kỳ 2008.

Trước tình hình phát triển mạnh mẽ của thị trường thẻ, sản phẩm thẻ của Eximbank cũng có những bước phát triển vượt bậc.

- Số lượng thẻ quốc tế đạt 54.457 thẻ, tăng 32% so với cùng kỳ năm 2008.
- Số lượng máy ATM là 252 máy, tăng gần 200 máy so với cùng kỳ 2008
- Số lượng POS: đạt 1901 máy, tăng 25% so với cùng kỳ 2008.

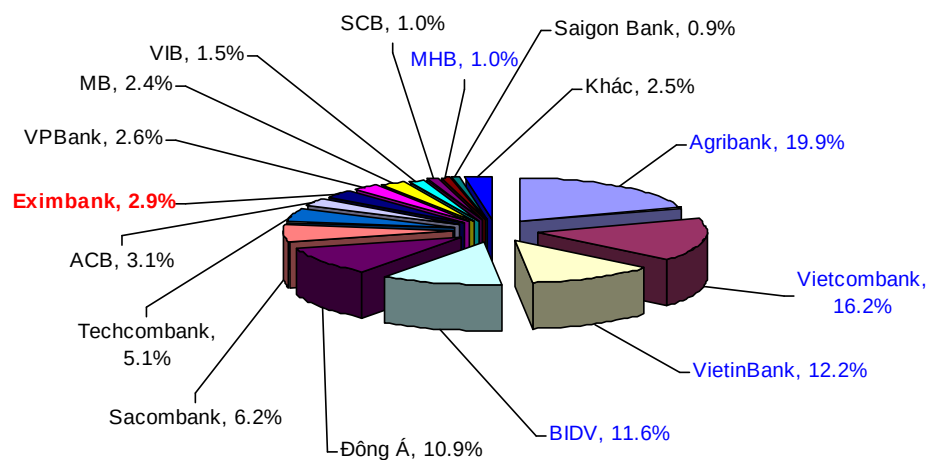
Vị thế Eximbank tính đến 31/06/2009.

Tuy phát triển mạnh mẽ trong những năm vừa qua, nhưng thị phần của Eximbank trong lĩnh vực thẻ còn thấp, được thể hiện qua các biểu đồ sau:

- Về máy ATM: 252 máy, đứng thứ 9/24 ngân hàng có máy ATM

Biểu đồ 2.1: Thị phần máy ATM

Thị phần máy ATM

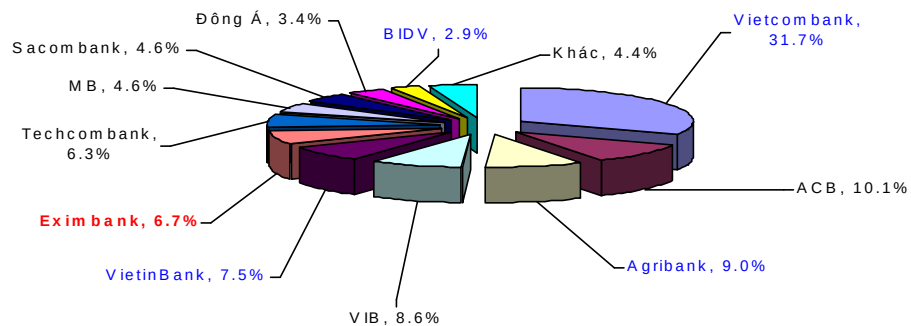


(Nguồn: Báo cáo của Hiệp hội ngân hàng Việt Nam)

- Về máy POS: 1.901 máy, đứng thứ 6/18 ngân hàng có máy POS

Biểu đồ 2.2: Thị phần máy POS

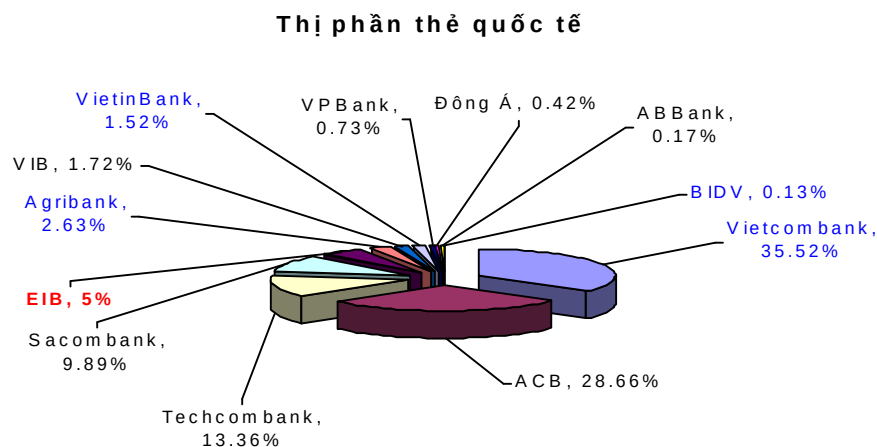
Thị phần POS



(Nguồn: Báo cáo của Hiệp hội ngân hàng Việt Nam)

- Về thẻ quốc tế: 54.457 thẻ, đứng thứ 5/13 ngân hàng phát hành thẻ quốc tế

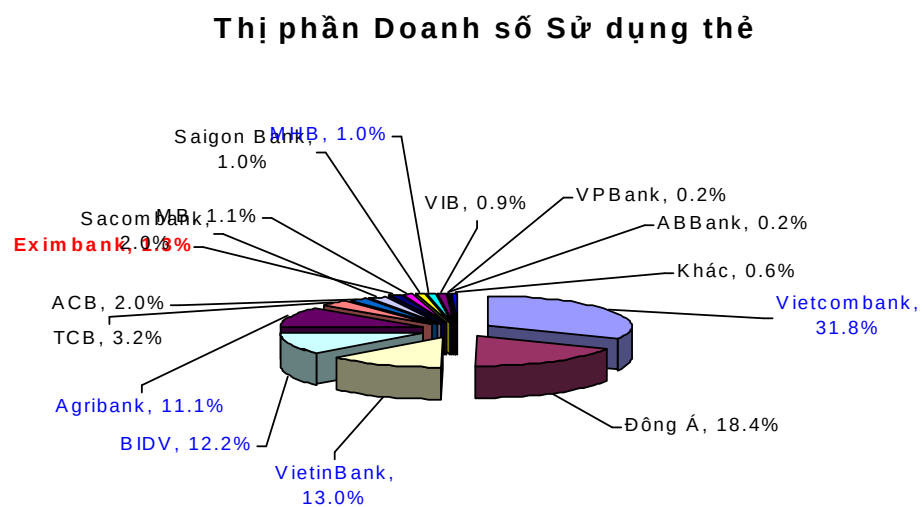
Biểu đồ 2.3: Thị phần thẻ quốc tế



(Nguồn: Báo cáo của Hiệp hội ngân hàng Việt Nam)

- Về doanh số sử dụng thẻ: 1.941 tỷ đồng, đứng thứ 9/26 ngân hàng

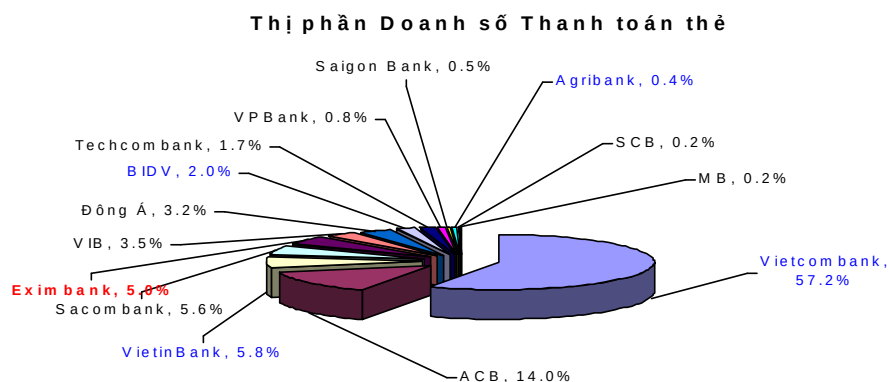
Biểu đồ 2.4: Thị phần doanh số sử dụng thẻ



(Nguồn: Báo cáo của Hiệp hội ngân hàng Việt Nam)

- Về doanh số thanh toán thẻ: 23 triệu USD, đứng thứ 5/15 ngân hàng

Biểu đồ 2.5: Thị phần doanh số thanh toán thẻ



(Nguồn: Báo cáo của Hiệp hội ngân hàng Việt Nam)

Bảng 2.10: Tổng hợp vị thế của Eximbank đến 30/06/2009

STT	Ngân hàng	ATM	EDC	Thẻ nội địa	Thẻ quốc tế	Tổng thẻ	Doanh số sử dụng từ 01/01/09 đến 30/06/2009 (tr.VND)	Doanh số thanh toán từ 01/01/09 đến 30/06/2009 (tr.USD)
5 NH Nhà nước								
1	VietinBank	1,042	2,117	3,237,140	15,718	3,252,858	18,971,853	27.15
2	BIDV	994	827	1,615,530	1,397	1,616,927	17,771,985	9.13
3	VCB	1,385	8,944	3,309,127	368,124	3,677,251	46,551,356	265.83
4	Agribank	1,702	2,547	2,812,287	27,257	2,839,544	16,288,609	1.69
5	MHB	82	0	90,000	0	90,000	1,460,000	0.00
Các NH TMCP								
6	EIB	252	1,901	182,334	54,457	236,791	1,941,104	23.17
7	ACB	267	2,853	110,832	297,026	407,858	2,988,461	65.04
8	AB Bank	45	300	17,336	1,776	19,112	256,405	0.00
9	OceanBank	10	0	3,180	0	3,180	9,548	0.00
10	GP Bank	11	10	7,731	0	7,731	22,433	0.00
11	NH Đông Á	935	969	2,962,547	4,341	2,966,888	26,930,074	14.72
12	SeaBank	31	85	23,125	0	23,125	8,580	0.00

13	MSB	30	0	11,324	0	11,324	133,395	0.00
14	Techcombank	436	1,773	553,089	138,455	691,544	4,694,124	8.10
15	VPB	226	0	20,749	7,545	28,294	270,118	3.60
16	OCB	0	0	15,348	0	15,348	81,472	0.00
17	Southernbank	12	0	14,632	0	14,632	8,052	0.04
18	MB	202	1,312	202,109	0	202,109	1,580,119	0.82
19	VIB	125	2,439	430,304	17,775	448,079	1,334,278	16.27
20	Saigon Bank	85	97	37,575	0	37,575	172,540	0.87
21	SGB	73	650	180,000	0	180,000	1,526,184	2.14
22	Sacombank	527	1,302	248,503	102,512	351,015	2,888,549	25.87
23	SHB	0	0	17,724	0	17,724	53,775	0.00
24	NH Việt Á	35	93	23,520	0	23,520	56,210	0.00
Các NH liên doanh								
25	NH Indovina	30	0	39,722	0	39,722	251,264	0.00
26	NH Việt Nga	6	4	7,961	14	7,975	18,184	0.00
Tổng		8,543	28,223	16,173,729	1,036,397	17,210,126	146,268,672	464.44
Vị thứ EIB		9/24	6/18	10/26	5/13	10/26	9/26	5/15
Thị phần (%)		3%	7%	1%	5%	1%	1%	5%

(Nguồn: Báo cáo của Hiệp hội ngân hàng Việt Nam)

Theo bảng tổng hợp báo cáo trên thì thị phần thẻ của Eximbank so với các ngân hàng khác còn khá thấp, thứ tự/tổng số như sau: máy ATM (9/24), máy EDC (6/18), Thẻ nội địa (10/26), Thẻ quốc tế (5/13), doanh số sử dụng (9/26), doanh số thanh toán (5/15).

2.3.4. Nghiên cứu các yếu tố tác động đến việc sử dụng thẻ quốc tế.

Sự khác biệt giữa sử dụng thẻ nội địa và thẻ quốc tế:

STT	Nội dung	Thẻ nội địa	Thẻ quốc tế
1	Phạm vi sử dụng	Nội địa	Quốc tế
2	Ngân hàng phát hành	Được NHNN công nhận	Được tổ chức thẻ và NHNN công nhận
3	Đối tượng sử dụng	Thu nhập cao, có nhu cầu đi nước ngoài thường xuyên	Đại trà
4	Tiện ích	Đa dạng toàn thế giới	Hạn chế trong phạm vi 1 quốc gia

5	Phí	Cao	Thấp
6	Hạ tầng công nghệ	Tiến tiến	Trung bình
7	Thời gian giải quyết khiếu nại	Lâu	Mau
8	Khẳng định vị trí trong xã hội	Có	Không
9	Yếu tố pháp luật	Điều chỉnh theo quy định NHNN	Điều chỉnh theo quy định NHNN và tổ chức thẻ quốc tế
10	Thu nhập hàng tháng	Yêu cầu	Không yêu cầu
11			

Từ bảng phân tích trên ta thấy được các yếu tố sau đây ảnh hưởng đến sự phát triển thẻ quốc tế:

- Tiềm ích sử dụng thẻ
- Nhận thức vai trò của thẻ
- Thu nhập hàng tháng
- Thói quen sử dụng phương thức thanh toán không dùng tiền mặt
- Chính sách Marketing của đơn vị phát hành thẻ
- Hạ tầng công nghệ
- Sự khẳng định vị trí trong xã hội
- Độ tuổi của người sử dụng
- Yếu tố luật pháp

Thông qua phân tích trên cho thấy việc phát triển thẻ quốc tế cần phải dựa vào các yếu tố có ảnh hưởng mạnh mẽ đến thẻ quốc tế như tiềm ích, hạ tầng công nghệ, pháp luật... nghiên cứu tốt việc này rất có ý nghĩa đối với Eximbank trong việc đề ra các giải pháp phát triển thị trường thẻ quốc tế sau này.

2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh thẻ quốc tế của Eximbank.

2.4.1. Các yếu tố tích cực

- Có mức tăng trưởng hằng năm về số lượng thẻ phát hành.
- Thẻ có nhiều tiện ích phục vụ khách hàng.
- Quản lý về rủi ro đối với thẻ quốc tế rất cao, tạo được tâm lý an toàn cho khách hàng sử dụng thẻ: có bộ phận quản lý rủi ro 24/24, để xử lý các giao dịch bất thường như mua hàng hoá ở 2 nơi khác nhau trong thời gian ngắn, tiến hành đổi thẻ cho khách hàng sử dụng ở các quốc gia có nguy cơ bị giả mạo cao, theo dõi các giao dịch qua mạng...
- Nguồn lực tài chính của Eximbank đầu tư vào lĩnh vực thẻ trong thời gian qua là rất cao. Eximbank có đủ tiềm lực về tài chính để đầu tư về công nghệ, máy ATM đáp ứng tốt nhất nhu cầu sử dụng thẻ của khách hàng (mua hệ thống quản lý thẻ quốc tế Sema, hệ thống quản lý thẻ nội địa Prime & Online, trang bị máy in dập thẻ tiên tiến, triển khai lắp đặt hơn 60 máy ATM năm 2007, 200 máy ATM năm 2008...).
- Đội ngũ nhân viên có mặt bằng kiến thức cao, khả năng tiếp thu công nghệ mới được tổ chức VISA đánh giá là rất cao (các nhân viên được đào tạo bài bản và thường xuyên tham gia các khoá huấn luyện của các tổ chức thẻ quốc tế). Điều này rất thuận lợi cho việc vận hành và phát triển thẻ quốc tế.
- Chủ thẻ quốc tế của Eximbank có thể rút tiền bất cứ tỉnh thành nào trên lãnh thổ Việt Nam và có thể sử dụng thẻ quốc tế đi khắp nơi trên thế giới.
- EIB là 1 trong những ngân hàng TMCP có nguồn lực tài chính mạnh nhất (một trong 3 NHTM có vốn điều lệ lớn nhất tại Việt Nam), với thế mạnh này EIB hoàn toàn có thể thực hiện các chương trình quảng cáo, khuyến mãi lớn để phát triển hình ảnh của mình...
- EIB có mối quan hệ hợp tác tốt với nhiều doanh nghiệp nên khách hàng thẻ của EIB chủ yếu là cán bộ công nhân viên của các doanh nghiệp, đối tượng khách hàng này có thu nhập và chi tiêu thanh toán cao...

- Là một trong số ít ngân hàng phát hành thẻ quốc tế hiện nay trên 30 ngân hàng phát hành thẻ tại Việt Nam có khoảng 13 ngân hàng tham gia phát hành thẻ quốc tế, Vietcombank, VietInbank, Techcombank, Sacombank, Á châu, Eximbank, VIB, VPBank, ANZ, HSBC, hiện tại EIB đang đứng ở vị trí thứ 5 trên bảng xếp hạng.

- Chính sách phí, lãi suất cạnh tranh so với các NH cùng qui mô.

- Chính sách tín dụng đối với khách hàng thẻ tín dụng có thể cạnh tranh được với các ngân hàng khác.

2.4.2. Các yếu tố khó khăn và hạn chế

- Vị thế và hình ảnh của Eximbank trong hoạt động thẻ hiện nay là khá thấp so với các ngân hàng đối thủ (đỉnh kèm). Một vài nguyên nhân chủ yếu có thể nhận thấy: **1)** Chưa có đường hướng rõ nét về hoạt động kinh doanh thẻ, **2)** Công nghệ thông tin còn yếu kém, **3)** Đầu tư cho lĩnh vực thẻ chưa tương thích, **4)** Công tác quản trị điều hành hoạt động KD thẻ còn nhiều hạn chế (sự cố gian lận của nhân viên tại CN Hà Nội),..

- Hệ thống công nghệ thông tin thẻ hiện nay chưa ổn định, còn nhiều lỗi gây hiệu ứng xấu cho hoạt động kinh doanh thẻ của Eximbank, hệ thống máy ATM bị lỗi giao dịch nhiều (tình trạng máy không rút được tiền nhưng tài khoản bị trừ, máy ngừng hoạt động, thẻ bị từ chối giao dịch do hệ thống xử lý chậm so với thời gian tiêu chuẩn... còn khá phổ biến) dẫn đến mất uy tín và niềm tin đối với chủ thẻ và các khách hàng tiềm năng. Ngoài ra, các phần mềm về thẻ đã được sử dụng khá lâu, chưa nâng cấp dẫn đến hạn chế việc quản lý cũng như việc phát triển các tiện ích gia tăng cho thẻ (chưa ứng dụng được công nghệ CHIP, công nghệ không tiếp xúc..).

- Do chưa có định hướng rõ nét trong hoạt động thẻ nên mức độ đầu tư cho hoạt động thẻ chưa tương thích và thấp hơn nhiều so với các ngân hàng đối thủ như: 1) số lượng ATM, 2) công nghệ, 3) kênh bán hàng, 4)quảng bá tiếp thị, ...

- Các điều kiện để hỗ trợ chi nhánh phát triển hoạt động kinh doanh thẻ chưa đầy đủ (chưa tổ chức cho chi nhánh sử dụng chương trình phát hành thẻ do chưa có user, chưa có các máy đập thẻ tại từng khu vực để rút ngắn thời gian in đập thẻ,

công tác đào tạo và tập huấn chưa được chú trọng). Ngoài ra, còn nhiều chi nhánh chưa quan tâm đúng mức đến hoạt động phát hành và thanh toán thẻ (đính kèm bảng số liệu).

- Thời gian hoàn tất việc phát hành thẻ cho khách hàng tại các chi nhánh rất chậm (10 ngày) so với các ngân hàng khác (khoảng dưới 5 ngày) do chưa bố trí các user của chương trình quản lý thẻ tại từng chi nhánh, cũng như chưa tổ chức công tác in dập thẻ tại từng khu vực.

- Các kênh cung ứng dịch vụ cho chủ thẻ còn hạn chế do hệ thống ATM, POS của Eximbank còn ít, đứng vị trí thứ 9 về số lượng máy ATM (252 máy), POS đứng vị trí thứ 6 so với các ngân hàng khác (1.901 máy).

- Các chương trình quảng cáo cho thẻ còn quá ít, chưa có chương trình quảng bá, khuyến mãi dành cho chủ thẻ, dẫn đến mức độ nhận biết về thẻ Eximbank của khách hàng hạn chế.

- Cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng gay gắt với sự tham gia của hơn 30 ngân hàng phát hành thẻ.

- Các hình thức giả mạo thẻ bằng công nghệ cao (skimming, phishing, internet hacking) đã xuất hiện nhiều tại Việt Nam có thể tạo ra rủi ro lớn cho Eximbank.

2.4.3. Tiềm năng về thị trường thẻ tại Việt Nam

- Thị trường thẻ hiện mới ở giai đoạn đầu phát triển, với hơn 85 triệu dân (trên 50% có độ tuổi từ 20 đến 55), mức độ tiếp cận dịch vụ ngân hàng của người dân hiện nay ở mức thấp (khoảng 12%), tốc độ tăng trưởng hoạt động thẻ tăng nhanh (bình quân từ 150-300% ở giai đoạn từ 2005-2008), cho thấy nhu cầu sử dụng thẻ của người dân ngày càng tăng, thị trường thẻ tại Việt Nam còn nhiều tiềm năng trong thời gian tới.

- Dịch vụ trả lương qua tài khoản thẻ tại các công ty có xu hướng phát triển mạnh, ngày càng nhiều đối tượng (sinh viên, cán bộ, nhân viên văn phòng, doanh nhân, ...) sử dụng thẻ, nhận thức về việc chấp nhận thẻ của các đại lý chấp nhận thẻ sẽ gia tăng theo nhu cầu của khách hàng.

- Hành lang pháp lý và chính sách của nhà nước có chiều hướng thuận lợi cho hoạt động kinh doanh thẻ (QĐ20/NHNN-2007), chỉ thị 20 của Chính phủ về việc trả lương qua tài khoản cho các cán bộ hưởng lương từ ngân sách nhà nước...) góp phần quan trọng thúc đẩy sự phát triển thị trường thẻ.

- Quá trình hội nhập nhanh của Việt Nam thời gian gần đây tạo nhiều cơ hội để Eximbank tiếp cận, chọn lựa các nhà cung cấp công nghệ, hạ tầng kỹ thuật thẻ (máy cào thẻ không dây, thẻ không tiếp xúc, thẻ Chip, thẻ tích hợp...).

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Trong chương 2, luận văn đã phân tích thực trạng dịch vụ thẻ quốc tế của Eximbank trong những năm vừa qua bao gồm tình hình phát hành thẻ, thanh toán thẻ và các dịch vụ đi kèm. Ngoài ra, còn phân tích tình hình phát triển Thẻ quốc tế của các đối thủ cạnh tranh tại Việt Nam. Qua đó, cho thấy hoạt động kinh doanh thẻ của Eximbank ngày càng phát triển mạnh mẽ, gặt hái được nhiều thành công rất đáng khích lệ. Luận văn cũng đã phân tích những điểm mạnh, điểm yếu của thẻ quốc tế Eximbank và tiềm năng phát triển thị trường thẻ quốc tế tại Việt Nam

Với những nội dung được nghiên cứu trong chương 2 sẽ góp phần làm nền tảng cần thiết cho việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp trong chương 3 tiếp sau, nhằm phát triển dịch vụ thẻ quốc tế tại Eximbank trong điều kiện hội nhập kinh tế khu vực và thế giới như hiện nay.

CHƯƠNG 3: CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THẺ QUỐC TẾ EXIMBANK ĐẾN NĂM 2015

3.1. Các quan điểm về việc phát triển thẻ quốc tế tại Eximbank

Với xu thế phát triển cũng như các điểm mạnh, điểm yếu đã phân tích ở chương 2, Eximbank cần phải nhanh chóng đẩy mạnh việc phát triển thẻ quốc tế:

- Đi tắt, đón đầu trong công nghệ thẻ quốc tế. Phát triển thẻ quốc tế phải đi kèm với hoạt động quản trị rủi ro.
- Chú trọng đầu tư cải tiến hạ tầng kỹ thuật, công nghệ. Khi nền tảng công nghệ vững chắc sẽ tạo thuận lợi để Eximbank phát triển các sản phẩm dịch vụ thẻ.
- Tập trung nâng cao chất lượng dịch vụ và **gia tăng các tiện ích** của thẻ quốc tế vì đây là yếu tố quyết định sự thành công.
- Tăng cường công tác tiếp thị, quảng bá các tiện ích của thẻ quốc tế vì thẻ vẫn còn xa lạ với đa số người Việt Nam.
- Chi phí đầu tư vào lĩnh vực thẻ quốc tế là rất lớn, do đó các ngân hàng cần thực hiện nhiều biện pháp để giảm chi phí, tăng hiệu quả của vốn đầu tư.
- Học hỏi và rút kinh nghiệm từ các quốc gia đi trước trong lĩnh vực thẻ, đặc biệt là các quốc gia có điều kiện kinh tế – xã hội gần giống Việt Nam như Thái Lan, Singapore, Trung Quốc.
- Xác định việc phát triển thẻ quốc tế có vị trí quan trọng, giữ vai trò kết nối với các sản phẩm dịch vụ khác của ngân hàng, có tính chất vượt lên trước.

3.2. Mục tiêu phát triển thẻ quốc tế của Eximbank đến 2015

Để củng cố và cải thiện vị thế của Eximbank trong hoạt động kinh doanh thẻ trong thời gian tới thì Eximbank cần có định hướng phát triển hoạt động kinh doanh thẻ trong thời gian tới, đồng thời xem xét và đề xuất xây dựng, bổ sung, hoàn chỉnh định hướng phát triển hoạt động kinh thẻ Eximbank với các mục tiêu chính sau:

1. *Củng cố và hoàn thiện những tồn tại trong hoạt động kinh doanh thẻ Eximbank.*

2. *Xác định hoạt động kinh doanh thẻ là hoạt động kinh doanh có thể thúc đẩy các mảng dịch vụ khác (tiền gửi, thanh toán..) của Eximbank.*
3. *Tập trung mạnh vào hoạt động phát hành thẻ.*
4. *Cải thiện nhanh vị thế Eximbank trong lĩnh vực thẻ.*

Mục tiêu cụ thể:

- ✓ Là một trong ba ngân hàng hoạt động kinh doanh thẻ lớn nhất tại Việt Nam.
- ✓ Là ngân hàng dẫn đầu về công nghệ thẻ thông qua các sản phẩm thẻ hiện đại nhất.
- ✓ Liên kết với các hệ thống thanh toán trong khu vực nhằm tạo điều kiện mở rộng tiện ích cho khách hàng cũng như quảng bá hình ảnh thẻ Eximbank ra ngoài nước.

3.3. Kế hoạch chi tiết triển khai và mục tiêu của từng giai đoạn

- ✓ Giai đoạn 2010 – 2011, mục tiêu là “Củng cố và Duy trì”. Với định hướng chính là “Ổn định hệ thống”, “Tạo niềm tin đối với khách hàng sử dụng thẻ Eximbank”.
- ✓ Giai đoạn 2012 – 2013 mục tiêu là “Phát triển mạnh mẽ”. Với định hướng chính “Hướng tới khách hàng”, “Đa dạng hoá các dịch vụ thẻ của Ngân hàng, tăng cường phục vụ cho người dân bằng cách gia tăng các tiện ích có liên quan đến lĩnh vực ngân hàng”.
- ✓ Giai đoạn 2014 – 2015, mục tiêu là “Tăng trưởng và mở rộng”. Với định hướng chính là “Gia tăng tối đa số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ thanh toán thẻ qua Ngân hàng Eximbank”. Giữ vững vị trí top 3 Ngân hàng phát hành thẻ tại Việt Nam.

3.4. Các giải pháp

3.4.1. Giải pháp về tổ chức

Để nhanh chóng cải thiện vị thế Eximbank trong hoạt động phát hành và thanh toán thẻ, phấn đấu đưa Eximbank trở thành 1 trong 3 ngân hàng có số lượng thẻ quốc tế lớn nhất tại Việt Nam vào 2015, ngoài việc củng cố và hoàn thiện các hạn chế hiện nay của Eximbank về công nghệ, đẩy mạnh các hoạt động kinh doanh, việc

hoàn thiện mô hình tổ chức để kiện toàn bộ máy quản lý, trong đó việc thành lập **Trung Tâm Thẻ Eximbank** thay thế mô hình **Phòng Quản Lý Thẻ** hiện nay là vấn đề cấp thiết cần thực hiện ngay nhằm tập trung nguồn lực cho hoạt động kinh doanh thẻ, chuyên môn hóa công tác quản lý và kinh doanh thẻ, đồng thời theo xu hướng hiện nay của các ngân hàng là nhanh chóng chuyển sang mô hình Trung tâm thẻ đã được nghiên cứu ở chương 2.

Mô hình Trung tâm thẻ tổ chức theo hướng gọn nhẹ và tập trung vào các nghiệp vụ chính tránh chồng chéo công việc lẫn nhau gồm 4 bộ phận: Phát triển kinh doanh, hỗ trợ kinh doanh, chính sách và quản lý rủi ro, kế toán.

Mô hình Trung Tâm Thẻ Eximbank (đề xuất)



Mô hình tổ chức trung tâm thẻ Eximbank gồm các đơn vị trực thuộc và các đơn vị phối hợp. Cụ thể:

+ Các đơn vị trực thuộc:

- Các phòng, ban chức năng theo mô hình cơ cấu tổ chức.

+ Các đơn vị phối hợp:

- Trung trung tâm công nghệ thông tin thẻ: quản lý toàn bộ các vấn đề kỹ thuật và công nghệ thông tin phục vụ hoạt động kinh doanh thẻ trực thuộc Khối Công Nghệ Thông Tin Eximbank. Trung Tâm Thẻ Eximbank phối hợp với Trung Tâm Công Nghệ Thông Tin Thẻ như một khách hàng nội bộ.

- Các bộ phận kinh doanh thẻ tại SGD, chi nhánh là các đơn vị phối hợp triển khai, cung cấp các sản phẩm đến khách hàng (chủ thẻ, đơn vị chấp nhận thẻ).

a. Phòng Phát triển kinh doanh: xây dựng và thực hiện kế hoạch phát triển hoạt động kinh doanh thẻ, triển khai công tác phát triển thẻ (phát hành thẻ, thanh toán thẻ), đơn vị chấp nhận thẻ, phân tích, đánh giá hiệu quả, đề xuất biện pháp

củng cố, phát triển hoạt động kinh doanh thẻ. Tổ chức công tác bán hàng, chăm sóc khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ phát hành và thanh toán thẻ.

b. Phòng tuân thủ chính sách và quản lý rủi ro: tham mưu về các chính sách, luật lệ, quy định của Ngân Hàng Nhà Nước Việt nam và các tổ chức thẻ Quốc tế; cập nhật thông tin thị trường thẻ và xu hướng phát triển thẻ. Biên soạn các quy chế, quy trình tác nghiệp, xây dựng các chính sách tín dụng liên quan đến nghiệp vụ phát hành, quản lý và thanh toán thẻ. Theo dõi, cập nhật những thay đổi về luật lệ của Tổ chức thẻ quốc tế để kịp thời điều chỉnh chính sách, quy chế, quy trình cho phù hợp. Theo dõi đánh giá tình hình nợ trong hoạt động thanh toán và phát hành thẻ, chuyển các khoản nợ xấu cho các bộ phận chức năng xử lý kịp thời. Thực hiện thủ tục chuẩn chi các giao dịch thẻ trong vai trò phát hành thẻ và thanh toán thẻ theo quy định. Cung cấp thông tin về thẻ giả, thẻ nghi ngờ giả mạo, gian lận cho các đơn vị liên quan trong Trung tâm Thẻ. Tiếp nhận, xử lý, phân phối các bản tin của các tổ chức thẻ quốc tế; giải quyết khiếu nại và quản lý rủi ro

c. Phòng Kế toán: hạch toán và theo dõi toàn bộ các nghiệp vụ phát sinh liên quan đến hoạt động phát hành và thanh toán thẻ; hạch toán và theo dõi nghiệp vụ bù trừ giữa hai hoạt động phát hành và thanh toán (Clearing & Settlement); giải quyết các vướng mắc phát sinh trong hoạt động kế toán nghiệp vụ và kế toán nội bộ Trung Tâm Thẻ. Theo dõi tài sản cố định phát sinh tại trung tâm Thẻ; quản lý công cụ lao động, các chứng từ có giá (liên quan đến thẻ), các vật liệu giấy tờ in phục vụ kinh doanh cho hoạt động thẻ về mặt hạch toán kế toán; lưu trữ chứng từ kế toán cho Trung tâm thẻ; tham gia xây dựng kế hoạch tài chính cho kế hoạch kinh doanh của Trung tâm Thẻ.

d. Phòng Hỗ trợ kinh doanh: hỗ trợ công tác hậu cần, phân tích báo cáo phục vụ công tác quản trị và cho các cơ quan chức năng, phối hợp quản lý tài sản ATM, POS, theo dõi tình hình nhân sự. Phát triển sản phẩm, tổ chức triển khai đào tạo nghiệp vụ thẻ cho Eximbank.

3.4.2 Giải pháp về quản trị

3.4.2.1. Quản trị Ngân hàng

- ✓ Thường xuyên theo dõi động thái thị trường thẻ tại Việt Nam để điều chỉnh chiến lược phát hành thẻ cho phù hợp với thực tế.
- ✓ Tổ chức đào tạo nâng cao nghiệp vụ của nhân viên Phòng Quản Lý Thẻ để nhân viên có thể có đầy đủ kiến thức đối với công nghệ cao này.
- ✓ Liên doanh với các ngân hàng chưa có hệ thống vận hành thẻ: Eximbank sẽ đóng vai trò là ngân hàng dẫn đầu cho các ngân hàng khác tham gia lĩnh vực phát hành và chấp nhận thanh toán thẻ. Nhằm mục đích tận dụng những khách hàng hiện có của các ngân hàng để gia tăng số lượng thẻ cũng như giao dịch thẻ trên ATM/POS.

3.4.2.2. Quản trị rủi ro

- ✓ Thường xuyên cập nhật những chính sách mới của các ngân hàng cạnh tranh trong lĩnh vực phát hành thẻ để điều chỉnh kịp thời chính sách của Eximbank nhằm đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng.
- ✓ Thường xuyên cập nhật thông tin cho toàn thể Hội Sở Eximbank Eximbank về những quy định mới của các tổ chức chấp nhận thẻ quốc tế cũng như những trường hợp phát hiện gian lận trong thời gian mới nhất.
- ✓ Đảm bảo hoạt động thẻ của Eximbank hoạt động đúng theo quy định của Pháp luật Việt Nam và thông lệ của các tổ chức chấp nhận thẻ quốc tế.
- ✓ Cần xây dựng những chính sách phù hợp, linh động để tạo điều kiện cho các CN/SGD phát hành được số lượng thẻ cần thiết. Kết hợp với CN/SGD để xây dựng những chính sách phát triển chăm sóc thích hợp cho khách hàng sử dụng thẻ. Bên cạnh đó phải có những quy trình thật rõ ràng để quản lý rủi ro từ thẻ quốc tế. Nếu hạn chế được rủi ro thì sẽ làm giảm được chi phí cho Eximbank góp phần tăng lợi nhuận.
- ✓ Kết hợp với Khối CNTT để kiểm tra, giám sát những giao dịch mang tính rủi ro cao, để kịp thời ngăn chặn và xử lý giao dịch một cách hiệu quả nhất.

3.4.3. Giải pháp về công nghệ thông tin

Thẻ quốc tế là sản phẩm mang tính công nghệ cao và hoạt động dựa trên hệ

thống xử lý điện tử hiện đại. Trong khi đó hạ tầng kỹ thuật, công nghệ của Eximbank còn chưa mạnh, điều này ảnh hưởng đến việc gia tăng tiện ích cho khách hàng và khả năng xử lý các giao dịch thanh toán thẻ. Do đó, các giải pháp về công nghệ thông tin tập trung vào các vấn đề sau:

- Bảo mật, phòng chống rủi ro trong hoạt động phát hành và thanh toán thẻ.
- Nâng cấp hạ tầng kỹ thuật, hiện đại hóa công nghệ ngân hàng.

Thực hiện việc này nhằm xây dựng nền tảng kỹ thuật và công nghệ hiện đại cho Eximbank. Trên cơ sở đó, tạo điều kiện thuận lợi để Eximbank mở rộng các sản phẩm dịch vụ bán lẻ, trong đó thẻ là sản phẩm chủ lực. Giải pháp này có vị trí quan trọng, quyết định sự thành công trong hoạt động phát triển thẻ của Eximbank.

3.4.3.1. Bảo mật, phòng chống rủi ro

- ✓ Tăng cường sự bảo mật về thông tin thẻ, đặc biệt là thẻ quốc tế để giảm được rủi ro cho ngân hàng, hạn chế tình trạng thẻ giả gây tổn thất về mặt tài chính cũng như uy tín của Eximbank. Đồng thời nghiên cứu các phần mềm mới để đề xuất thay đổi hoặc bổ sung để gia tăng tiện ích cho khách hàng cũng như mục đích quản lý của Eximbank.
- ✓ Nhanh chóng chuyển tất cả các thẻ sử dụng băng từ hiện tại sang thẻ chip, để đảm bảo an toàn cho các giao dịch của chủ thẻ.

3.4.3.2. Nâng cấp hệ thống hiện tại

Phát triển giao diện kết nối các hệ thống thẻ :

- Tạo giao diện cho phép upload dữ liệu từ Korebank vào Prime và Sema để giảm bớt thời gian nhập liệu.
- Tạo giao diện cho phép truy xuất tức thời từ Korebank các giao dịch thẻ trên hệ thống Sema.

Nâng cấp hệ thống thẻ quốc tế:

Eximbank cần phải nhanh chóng tiến hành nâng cấp hệ thống thẻ quốc tế vì:

- Số lượng thẻ, số lượng giao dịch thẻ tăng, số lượng máy ATM ngày càng tăng.
- Phát triển các sản phẩm mới dành cho thẻ quốc tế.

- Phát triển hệ thống quản lý máy ATM.
- Đưa chương trình quản lý thẻ đến từng chi nhánh.

Cải tiến chất lượng dịch vụ thẻ:

- Cải tiến chất lượng đường truyền dữ liệu và quy trình thực hiện giao dịch để đáp ứng được yêu cầu giao dịch bằng thẻ phải nhanh và chính xác hơn giao dịch bằng tiền mặt.

3.4.4. Giải pháp về Marketing

Thẻ quốc tế hiện nay vẫn còn xa lạ với nhiều người dân Việt Nam, có nhiều người cho rằng thẻ quốc tế chỉ dành cho giới thượng lưu, giàu có nên trong thời gian qua thẻ quốc tế chưa thu hút được đối tượng bình dân. Công tác tiếp thị và phổ biến kiến thức về thẻ quốc tế trong thời gian qua chưa được quan tâm nhiều. Giải pháp về Marketing được đưa ra nhằm:

- Gia tăng nhiều tiện ích thẻ quốc tế để thu hút khách hàng, ứng dụng các công nghệ mới vào thẻ quốc tế nhằm đa dạng hoá sản phẩm, dịch vụ thẻ.
- Nghiên cứu và ban hành các chính sách về giá (các loại phí của thẻ) phù hợp với xu thế hiện đại. Thực hiện chính sách đối với khách hàng phù hợp, đảm bảo được lợi ích của khách hàng.
- Bên cạnh các kênh phân phối truyền thống, cần mở rộng thêm một số kênh phân phối mới.
- Gia tăng số lượng khách hàng sử dụng thẻ quốc tế bằng các nỗ lực tiếp thị, quảng cáo và liên kết.

Giải pháp về marketing có vị trí quan trọng trong toàn bộ thời gian thực hiện hoạt động kinh doanh thẻ. Giải pháp này có tác dụng hỗ trợ và thúc đẩy đưa thẻ quốc tế nhanh chóng đến với người dân.

3.4.4.1. Đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ thẻ

a) Về sản phẩm thẻ:

Điểm yếu lớn nhất của thẻ quốc tế tại Eximbank là tiện ích chưa nhiều, phạm vi sử dụng còn hẹp, chưa thật sự mang đến sự tiện lợi cho người sử dụng. Điều này

đã làm cho thẻ quốc tế chưa phát triển tại Eximbank trong thời gian qua. **Vì vậy, Eximbank cần nhanh chóng đẩy mạnh việc nghiên cứu đa dạng hóa sản phẩm, từng bước phát triển các loại thẻ phù hợp với thị trường Việt Nam:**

Thẻ tích hợp, thẻ liên kết:

Là loại thẻ tích hợp chức năng thanh toán với thẻ sinh viên, thẻ CBCNV của Doanh nghiệp, thẻ khám chữa bệnh, thẻ mã số thuế...nhằm đem lại nhiều tiện ích sử dụng cho học sinh, sinh viên, khách hàng của doanh nghiệp, bệnh viện.

Thẻ đồng thương hiệu:

Là một sản phẩm mang thương hiệu Eximbank – Doanh nghiệp do Eximbank phát hành cho khách hàng và CBCNV của Doanh nghiệp để sử dụng các ưu đãi và tiện ích của 2 bên. Thẻ đồng thương hiệu được thiết kế dựa trên sự kết hợp giữa logo của Eximbank và logo của Doanh nghiệp.

Bên cạnh việc đẩy mạnh phát triển các loại thẻ truyền thống thì Eximbank nên tập trung phát triển thẻ đồng thương hiệu vì đây là sản phẩm giúp Eximbank gia số lượng thẻ phát hành, tăng nguồn vốn huy động giá rẻ vừa giúp doanh nghiệp tăng khả năng cạnh tranh và giữ khách hàng của mình.

Thẻ trả trước:

Là thẻ cho phép chủ thẻ thực hiện giao dịch thẻ trong phạm vi giá trị tiền đã được nạp vào thẻ tương ứng với số tiền mà chủ thẻ đã trả trước cho Eximbank.

Sản phẩm thẻ không tiếp xúc:

Phát hành các loại thẻ không tiếp xúc dành cho các hệ thống thu phí giao thông, hệ thống bán hàng tự động (như Visa wave hay MasterCard PayPass).

Sản phẩm thẻ đặc trưng theo yêu cầu của chủ thẻ.

Có một bộ phận khách hàng mà đặc biệt là giới trẻ muốn mình khác với mọi người và họ cũng muốn tấm thẻ của mình khác với thẻ của những người khác. Như vậy ngân hàng có thể in những hình ảnh, biểu tượng theo đề nghị của chủ thẻ. Ví dụ như hình phong cảnh, hình thú vật, hình người thân của chủ thẻ và thậm chí là một hình kỳ dị nào đó.

Thẻ Eximbank 2+:

Là thẻ do Eximbank phát hành được sử dụng trên 2 tài khoản: tài khoản thẻ ghi nợ nội địa và tài khoản thẻ tín dụng. Thẻ sử dụng 2 băng từ (một băng từ ở mặt trước và 1 băng từ ở mặt sau) và 1 con chip.

Tài khoản thông minh:

Tài khoản được sử dụng chung cho 2 loại thẻ: thẻ ghi nợ nội địa V-TOP và thẻ ghi nợ quốc tế Visa Debit.

Phát hành loại thẻ cao cấp dành cho người thành đạt (thẻ Platinum).

Các chủ thẻ này sẽ được ưu tiên khi đặt phòng tại khách sạn, khi đặt ghế Business hay First Class trên máy bay. Các ưu đãi đặc biệt tại các khu du lịch, resort cao cấp. Các ưu đãi có thể thay bằng cách tính điểm để đổi quà tặng.

Các loại thẻ khác:

- Thẻ tín dụng dành cho sinh viên.
- Phát hành thẻ cho những người thích thể thao, chủ thẻ được hưởng nhiều ưu đãi tại các câu lạc bộ thể thao như cầu lông, bóng đá.

b) Về dịch vụ thanh toán thẻ:

Dịch vụ thanh toán POS không dây:

Hệ thống POS không dây ứng dụng sử dụng rộng rãi trong các ngành dịch vụ: dịch vụ vận tải, dịch vụ viễn thông, dịch vụ ăn uống, dịch vụ giải trí nghỉ dưỡng,... để thanh toán, đặt hàng, quản lý thông tin khách hàng, thông tin sản phẩm...

Thanh toán Ecommerce cho thẻ Visa & MasterCard qua cổng MIGS:

Mở rộng dịch vụ thanh toán thẻ quốc tế thông qua mạng internet cho tất cả các ĐVCNT chấp nhận thẻ Eximbank.

c) Về các tiện ích dành cho chủ thẻ:

Chất lượng dịch vụ và tiện ích của thẻ là yếu tố then chốt quyết định số lượng người sử dụng. Do đó, Eximbank phải thường xuyên cải tiến chất lượng dịch vụ, không ngừng gia tăng tiện ích cho người sử dụng thẻ. Do công nghệ thông tin ngày càng phát triển và được ứng dụng nhiều vào thẻ, cho nên để thực hiện chương trình này Eximbank nên đẩy mạnh hoạt động nghiên cứu phát triển, luôn phân tích

nhu cầu của khách hàng, thường xuyên cập nhật và ứng dụng những tiến bộ, công nghệ mới về thẻ thanh toán trên thế giới:

Thanh toán hóa đơn trực tiếp với nhà cung cấp dịch vụ:

Gia tăng thêm tiện ích tự động thanh toán hoá đơn hàng tháng cho khách hàng, Eximbank nên kết hợp với các công ty có hệ thống công nghệ hiện đại như: Vinaphone, Mobifone, internet (FPT, Mega VNN, Viettel)... để triển khai trong thời gian đầu.

Chương trình tích điểm đổi quà cho khách hàng thân thiết:

Thiết kế chương trình tích điểm - quản lý khách hàng thân thiết làm gia tăng lòng trung thành từ những khách hàng cũ, thu hút thêm những khách hàng mới và nhằm nâng cao sức cạnh tranh với những ngân hàng khác.

Cập nhật tức thời khi có phát sinh các giao dịch thẻ quốc tế thông qua SMS và trang web Eximbank

Thanh toán thẻ quốc tế bằng Mobile (Mobile payment):

Các ứng dụng cho thẻ quốc tế qua điện thoại di động (SMS chuyển tiền, thanh toán hoá đơn, phí, topup...).

Gửi tiền qua máy ATM:

Sử dụng máy ATM hiện đại để thực hiện các giao dịch gửi tiền qua máy ATM.

Mở rộng các kênh phân phối thẻ:

Ngoài các kênh phân phối thẻ hiện tại như: phát hành thẻ qua các CN/SGD Eximbank, phát hành thẻ qua mạng (internet, email...), Eximbank nên nghiên cứu triển khai một số kênh phân phối mới như:

- Dịch vụ phát hành qua Call Center, bộ phận dịch vụ thẻ 24/7.
- Dịch vụ giao thẻ theo yêu cầu khách hàng.
- Thuê công ty ngoài.

Thiết lập mạng lưới ưu đãi:

Mở rộng mạng lưới các ĐVCNT ưu đãi cho tất cả các chủ thẻ Eximbank.

3.4.4.2. Các loại phí

- ✓ Trong giai đoạn đầu khi mà các ngân hàng khác trên thị trường thẻ đang miễn một số phí liên quan đến việc sử dụng thẻ. Eximbank không thể tập trung thu lợi nhuận bằng những phí liên quan đến thẻ mà nên tập trung vào việc tăng thị phần trong thời gian này. Eximbank nên áp dụng chính sách giá thấp hoặc có thể miễn một vài loại phí để tăng số lượng thẻ phát hành, chiến lược lâu dài của Eximbank là khi khách hàng quen với việc sử dụng thẻ thì việc thu phí không còn quan trọng nữa mà vấn đề là khách hàng cảm thấy thật tiện lợi trong việc sử dụng thẻ thì họ sẵn sàng bỏ phí để sử dụng dịch vụ này, lúc đó Eximbank đã có được lượng khách hàng thân thuộc và phí thu về ổn định và khá cao.
- ✓ Về lãi từ việc sử dụng thẻ tín dụng Eximbank đã áp dụng mức lãi suất phù hợp và thời hạn miễn lãi tối đa là 45 ngày đối với trường hợp sử dụng thẻ tín dụng để thanh toán hàng hóa dịch vụ. Đây là chính sách nhằm để cạnh tranh thu hút khách hàng và cũng là bước đệm để cho khách hàng sử dụng thẻ tín dụng ngày càng nhiều, khi đã quen với việc tiêu dùng bằng thẻ thì phí và lãi không còn là vấn đề nữa mà vấn đề là làm sao tăng được tiện ích của thẻ. Khi đó Eximbank sẽ thu rất nhiều lợi nhuận từ những khách hàng này, vì thông thường khi khách hàng sử dụng thẻ tín dụng chỉ yêu cầu thanh toán từ 5 - 10% tổng số dư trong kỳ, không bắt buộc phải thanh toán hết. Nên phần còn lại Eximbank sẽ tính lãi trong suốt thời gian sử dụng thẻ của khách hàng này.
- ✓ Chiến lược về giá hiện nay của Eximbank nên tập trung vào việc chi phí thấp để tăng khả năng cạnh tranh, thời gian đầu thì tạm thời chưa thực hiện việc chia sẻ phí với các CN/SGD, Hội Sở sẽ chịu các chi phí về phát hành thẻ để tạo động lực thúc đẩy các CN/SGD phát triển nghiệp vụ thẻ.
- ✓ Trong thời gian đầu phát hành thẻ Eximbank chỉ nên tập trung vào việc thu phí phát hành và chấp nhận thanh toán thẻ quốc tế để duy trì hoạt động của hệ thống thẻ. Vì những đối tượng sử dụng thẻ quốc tế thông thường là những người có thu nhập cao nên phí đối với họ không quan trọng bằng tiện ích và tính an toàn của thẻ. Hơn nữa việc thu phí từ thẻ quốc tế cao hơn thẻ nội địa

rất nhiều lần và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng thu nhập từ kinh doanh thẻ của Eximbank.

3.4.4.3. Chính sách khách hàng

- ✓ Xây dựng những sản phẩm thẻ mới phù hợp với nhu cầu khách hàng, tạo ra được sự khác biệt khi sử dụng thẻ cho khách hàng. Chính điều này sẽ khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ Eximbank và trở thành khách hàng trung thành của Eximbank. Muốn làm được điều này phải có sự phối hợp chặt chẽ với các Phòng ban tại Hội Sở Eximbank và phản ánh kịp thời của nhân viên kinh doanh thẻ về nhu cầu mới của khách hàng.
- ✓ Bên cạnh việc phát hành thẻ cho những khách hàng mới, Hội Sở Eximbank phải chú trọng chăm sóc và giữ chân những chủ thẻ hiện hữu. Bởi vì chi phí sử dụng cho việc giữ chân một khách hàng cũ sẽ thấp hơn rất nhiều chi phí cho việc tìm kiếm một khách hàng mới và hiệu quả của những khách hàng cũ thường cao hơn các khách hàng mới tham gia sử dụng thẻ.
- ✓ Mở rộng nhiều ưu đãi cho chủ thẻ tại các cơ sở chấp nhận thẻ. Ví dụ như chiết khấu, giảm giá hay tặng quà cho khách hàng nào thanh toán bằng thẻ. Và ngân hàng cũng phải tính toán sao cho mình không bị giảm lợi nhuận và đại lý cũng có lợi.
- ✓ Tất cả các thông tin liên quan đến thẻ như là hướng dẫn sử dụng, cách kiểm tra số dư, cách thanh toán, mức lãi suất, mức phí, các câu hỏi thường gặp... đều được đăng tải đầy đủ và rõ ràng trên trang web của ngân hàng như một số ngân hàng nước ngoài đã thực hiện.
- ✓ Ngân hàng sẽ chuyển từ thẻ ghi nợ sang thẻ tín dụng cho những chủ thẻ có doanh số giao dịch lớn.
- ✓ Xử lý khiếu nại, bồi hoàn thỏa đáng cho khách hàng cũng là một giải pháp giúp củng cố lòng tin của khách hàng. Thời gian giải quyết khiếu nại phải được công bố cụ thể và Eximbank cần nghiên cứu thêm chính sách giải quyết khiếu nại của khách hàng, bảo đảm những khiếu nại của khách hàng phải được điều tra ngay, đầy đủ và giải quyết thỏa đáng.

3.4.4.4. Công tác quảng bá

Trong thời gian qua hầu hết các ngân hàng phát hành thẻ đã có dấu hiệu tích cực trong việc quan tâm đến hoạt động quảng bá đối với thẻ quốc tế. Trong bối cảnh cạnh tranh, khi mà ngày càng nhiều ngân hàng tham gia phát hành thẻ, đặc biệt là các ngân hàng nước ngoài thì vai trò của việc quảng bá có ý nghĩa rất quan trọng đối với Eximbank trong việc thúc đẩy, lôi cuốn nhiều người sử dụng thẻ, gia tăng doanh số giao dịch qua thẻ..., góp phần quan trọng vào quá trình phát triển thẻ quốc tế tại Eximbank.

Thông qua các chương trình quảng bá này giúp Eximbank tiếp cận sâu sắc hơn khách hàng của mình nhằm thỏa mãn nhu cầu và mong muốn, khai thông sự hiểu biết, tạo được niềm tin khi sử dụng thẻ quốc tế. Thực hiện tốt công tác quảng bá sẽ góp phần đưa thẻ quốc tế trở thành phương tiện thanh toán rộng rãi trong xã hội, đẩy tỷ trọng thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam ngày càng tăng lên.

Các hình thức quảng bá:

- ✓ Tăng cường quảng bá thẻ quốc tế trên các phương tiện thông tin đại chúng. Vì thẻ quốc tế là sản phẩm của ngân hàng nên tính hiện đại, an toàn và tiện lợi là các yếu tố then chốt quyết định sự thành công. Do đó, các phương tiện quảng bá cần chú ý đến hình thức và nội dung để khai thác có hiệu quả các yếu tố then chốt này.
- ✓ Việc phát hành thẻ cần quan tâm đến chính sách quảng bá hình ảnh Eximbank cho từng đối tượng khi tiếp cận và phát triển.
- ✓ Có chính sách giải quyết cho các đối tượng nằm ngoài quy chế cấp thẻ tín dụng của Eximbank nếu xét thấy khả năng đối tượng này có thể trở thành đối tác lâu dài của Eximbank và sử dụng nhiều dịch vụ ngân hàng trong thời gian tới.
- ✓ Tiến hành phân khúc khách hàng để có thể khai thác được thế mạnh của các phân khúc cũng như nâng cao khả năng phục vụ đối với từng phân khúc. Trên cơ sở đó sẽ hình thành nhiều loại thẻ với mẫu mã và chức năng khác nhau để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng.

- ✓ Mạng lưới ATM/POS phải được phát triển rộng khắp để phục vụ cho việc phát hành thẻ. Nếu như số lượng thẻ phát hành quá nhiều mà không có nơi sử dụng thì ảnh hưởng rất lớn đến việc duy trì thẻ sử dụng lâu dài.
- ✓ Thực hiện các chương trình tài trợ với giải thưởng là một thẻ quốc tế có tiền mặt sẵn bên trong thẻ nhằm tạo thói quen sử dụng thẻ cho khách hàng. Ngoài ra, Ngân hàng có thể thực hiện các chương trình khuyến học cho sinh viên học sinh với giải thưởng học bổng là thẻ quốc tế có giá trị tương đương chi phí học trong một khóa học hoặc tài trợ thực hiện các chương trình thanh niên vui chơi, các chương trình thể thao. Tổ chức các cuộc thi tìm hiểu về sản phẩm thẻ quốc tế trong giới sinh viên học sinh...v...v... Thực hiện các chương trình tài trợ sẽ thu hút nguồn KH tiềm năng quan tâm tới thẻ thanh toán nhiều hơn và hiệu quả mặc dù chưa thu nhận được ngay nhưng sẽ có tác dụng về lâu dài.
- ✓ Thực hiện các chương trình khuyến mãi lớn nhằm tăng số lượng thẻ phát hành và doanh số sử dụng thẻ cũng như là tăng nhanh số lượng ĐVCNT:
 - o Thực hiện chương trình khuyến mãi lớn về thẻ vào các dịp lễ hội.
 - o Tổ chức chương trình phát hành thẻ ưu đãi (miễn phí, quà tặng) tại các trung tâm đông đúc (Siêu thị, trung tâm mua sắm ...).
 - o Kết hợp với các ĐVCNT thực hiện các chương trình khuyến mãi dành cho chủ thẻ của Eximbank.

3.4.4.5. Công tác liên kết

Bên cạnh tổ chức tốt công tác quảng bá để thu hút khách hàng sử dụng thẻ quốc tế các ngân hàng cần phải liên kết với các đơn vị khác để đẩy mạnh việc phát hành thẻ. Ngân hàng liên kết với các đơn vị sẽ giảm được nhiều chi phí trung gian và nhanh chóng có được số lượng lớn chủ thẻ do thu hút được khách hàng của đối tác. Hơn nữa, đối tượng khách hàng này thường có nhu cầu giao dịch lớn vì đã được đối tác tuyển chọn. Vấn đề đặt ra là các ngân hàng phải liên kết được với các đối tác có số lượng khách hàng lớn, những loại hình kinh doanh mà nhu cầu giao dịch giữa khách hàng và đối tác mang tính chất thường xuyên hoặc định kỳ.

Khi thực hiện liên kết phát hành thẻ các bên tham gia đều có lợi. *Về phía đối*

tác được lợi là quản lý tốt được nguồn thu của mình, thu được tiền nhanh chóng và an toàn, giữ được khách hàng... *Đối với khách hàng*, ngoài việc được sử dụng các tiện ích của thẻ thanh toán còn được ưu đãi khi thanh toán tại các đơn vị hợp tác với ngân hàng. *Đối với ngân hàng* sẽ gia tăng số lượng chủ thẻ đáng kể. Nếu thực hiện chương trình liên kết thẻ thành công sẽ góp phần đẩy mạnh số lượng người sử dụng thẻ quốc tế trong xã hội. Các hình thức và đối tác liên kết:

- ✓ Liên kết và hợp tác với các công ty lớn như các siêu thị, các trung tâm điện máy... phát hành các loại thẻ đồng thương hiệu nhằm thu hút một lượng lớn khách hàng của các đối tác và quảng bá hình ảnh của Eximbank.
- ✓ Kết hợp với các tổ chức thẻ quốc tế Visa và MasterCard trong việc thông tin đến khách hàng của Eximbank về các chương trình khuyến mãi của Visa và MasterCard.
- ✓ Tổ chức các cuộc hội thảo ở các công ty lớn hoặc các trường Đại Học nhằm quảng bá hình ảnh của Eximbank cũng như là đưa ra được cho khách hàng hiểu rõ hơn về các lợi ích khi sử dụng thẻ.

3.4.5. Các giải pháp khác

3.4.5.1. Công tác kế toán

- ✓ Phải theo dõi những khoản phải trả cho các ngân hàng thành viên khi thực hiện giao dịch thanh toán qua lại của các chủ thẻ sử dụng thẻ quốc tế. Theo dõi những chi phí đầu tư cho hệ thống phát hành và chấp nhận thanh toán thẻ của Eximbank.
- ✓ Quản lý những tài sản cố định của Hội Sở Eximbank để phản ánh kịp thời tình trạng sử dụng tài sản cố định của Hội Sở Eximbank. Phải nắm rõ những khoản phí của các tổ chức thẻ quốc tế để tiến hành thanh toán đúng và đủ các các tổ chức này.
- ✓ Quản lý tốt những chi phí này góp phần hoạch định tài chính rõ ràng và chính xác, xây dựng tốt dự phòng rủi ro do việc phát hành và chấp nhận thanh toán thẻ quốc tế.

- ✓ Hỗ trợ các Chi nhánh của Eximbank về mặt hạch toán đối với những giao dịch thẻ quốc tế. Giúp chi nhánh có được hệ thống báo cáo đầy đủ về giao dịch thẻ trong kỳ, nhất là những giao dịch thẻ tín dụng
- ✓ Theo dõi hệ thống hạch toán tự động của Hội Sở Eximbank về những giao dịch mà chủ thẻ của Eximbank sử dụng. Nếu như việc ghi Nợ tài khoản khách hàng có sai sót thì ảnh hưởng rất lớn đến tâm lý sử dụng thẻ của chủ thẻ. Điều này sẽ gây cản trở rất nhiều cho công việc phát hành thẻ của toàn bộ Eximbank.

3.4.5.2. Phát triển nguồn nhân lực

Hoạt động lĩnh vực kinh doanh thẻ mặc dù cũng là một trong các hoạt động lĩnh vực Ngân hàng nhưng do lĩnh vực này chỉ vừa mới du nhập vào Việt Nam trong những năm gần đây, do đó nguồn nhân lực trong hoạt động kinh doanh thẻ là điều kiện rất quan trọng mà các Ngân hàng khi tham gia thị trường thẻ phải phát triển ưu tiên nhất. Thực trạng hiện nay của lực lượng lao động tại Eximbank tuy là có kinh nghiệm về lĩnh vực thẻ nhưng tỷ trọng còn thấp và thường xuyên thay đổi, số lượng các nhân viên mới ngày càng nhiều nên vẫn còn hạn chế về trình độ kỹ thuật và chuyên môn nghiệp vụ. Vì vậy, để có một đội ngũ cán bộ có đủ năng lực đáp ứng nhu cầu của công việc, Eximbank cần thực hiện các biện pháp sau:

- ✓ Trước hết, nguồn nhân sự cần phải được đào tạo bài bản trong nước cũng như phải được tập huấn thường xuyên ở nước ngoài tại các tổ chức phát hành thẻ quốc tế như Visa, MasterCard, American Express... Hiện nay các tổ chức phát hành thẻ quốc tế cũng thường xuyên mở các khóa đào tạo nguồn nhân lực cho các thành viên phát hành thẻ của mình như Visa có thành lập trường Visa School tại Thái Lan dành cho các thành viên thuộc khu vực Châu Á - Thái Bình Dương và hầu hết các tổ chức phát hành thẻ trên thế giới đều có những chương trình đào tạo liên tục trên mạng Internet của mình để qua đó, các thành viên có thể truy cập, tải về những chương trình, sách vở để nghiên cứu và học tập. Mạnh dạn đào tạo, bổ sung, cập nhật đầy đủ kiến thức về hoạt động thẻ cho các nhân viên sẽ tạo cho Eximbank vị thế cạnh tranh trên

thị trường thẻ quốc tế và với nguồn nhân lực có trình độ cao cũng sẽ cống hiến cho sự phát triển chung của thị trường thẻ quốc tế tại Việt Nam. Nâng cao trình độ quản lý, trình độ chuyên môn, trình độ tay nghề của toàn thể cán bộ công nhân viên nhằm đảm bảo và nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ thẻ.

- ✓ Thứ hai, đào tạo một đội ngũ chuyên gia giỏi về lĩnh vực thẻ quốc tế. Lĩnh vực thẻ quốc tế còn khá mới mẻ đối với một số ngân hàng, vì vậy việc đào tạo đội ngũ chuyên gia giỏi về lĩnh vực thẻ quốc tế là hết sức cần thiết trong thời điểm hiện nay và trong quá trình hội nhập kinh tế của Việt Nam trong thời gian sắp tới. Do đó, Eximbank phải có chiến lược về con người một cách cụ thể, cần phải chọn lọc các nhân viên có trình độ ngoại ngữ, nghiệp vụ về công nghệ thông tin đi tu nghiệp tại nước ngoài. Đây có thể là giải pháp khá tốn kém về chi phí đầu tư ban đầu nhưng là giải pháp tối ưu nhất giúp cho Eximbank có thể phát triển thị trường thẻ một cách bài bản, khoa học tránh tình trạng phát triển tự phát, manh mún như hiện nay.
- ✓ Ngoài ra, Eximbank nên tổ chức các cuộc hội thảo về thẻ cho các CN/SGD hiểu rõ về lợi ích kinh doanh thẻ. Tổ chức đào tạo chi nhánh về nghiệp vụ thẻ, khi chi nhánh hiểu rõ về sản phẩm thẻ thì việc phát hành thẻ tại chi nhánh cũng thuận lợi hơn.

3.4.5.3. Xây dựng hệ thống tính điểm để mở rộng cấp tín dụng tín chấp thông qua thẻ quốc tế

Khách hàng là yếu tố sống còn của hoạt động kinh doanh thẻ của Ngân hàng, là nhân tố quyết định lợi nhuận thu được. Vì thế, vấn đề tìm kiếm mở rộng nguồn khách hàng và mở rộng cấp tín dụng tín chấp thông qua thẻ quốc tế là yếu tố rất quan trọng trong sự phát triển của Eximbank. Cụ thể là:

- ✓ Eximbank cần phải nghiên cứu tìm hiểu kỹ hơn nhu cầu của người dân để phát triển thêm những nguồn khách hàng tiềm năng phù hợp với từng loại sản phẩm mà ngân hàng đang cung cấp. Hiện nay, đa số khách hàng sử dụng thẻ tín dụng và ghi nợ quốc tế được Eximbank tập trung khai thác là các du học sinh đi du học nước ngoài, và khách hàng thường xuyên đi công tác

nước ngoài. Việc mở rộng, lựa chọn nhiều nguồn khách hàng khai thác và mở rộng cấp tín dụng tín chấp thông qua thẻ quốc tế sẽ giúp Eximbank phát triển mạnh sản phẩm thẻ đến tận tay người sử dụng nhanh chóng, phù hợp hơn.

- ✓ Eximbank nên xây dựng cho mình một chương trình xét duyệt tín chấp thẻ tín dụng dựa trên hình thức tính điểm mà các Ngân hàng trên thế giới hiện nay đang sử dụng. Khách hàng sẽ khai báo tất cả các thông tin cá nhân của mình theo yêu cầu của Eximbank như nhân thân, công việc, thu nhập, gia đình... Qua đó, Eximbank sẽ kiểm tra tính xác thực của các thông tin khai báo của khách hàng bằng nghiệp vụ của mình. Hệ thống này được xây dựng căn cứ theo nghiên cứu thị trường và nghiên cứu rủi ro trên số đông khách hàng. Hệ thống tính điểm sẽ cho kết quả quyết định hạn mức tín chấp thẻ tín dụng an toàn nhất để Eximbank căn cứ vào đó cấp thẻ cho khách hàng.
- ✓ Thực tế cho thấy tại ACB tỷ lệ thẻ tín dụng cấp theo hình thức ký quỹ đảm bảo thanh toán chiếm đến hơn 70% trong tổng số thẻ tín dụng phát hành. Như vậy, thẻ tín dụng tín chấp chỉ chiếm 30% trong tổng số thẻ tín dụng. Kinh nghiệm trên nhiều quốc gia có thị trường thẻ phát triển cũng như các khuyến cáo của các tổ chức phát hành thẻ quốc tế như Visa, MasterCard, cho thấy để phát triển mạnh các loại thẻ tín dụng thì Eximbank phải nhanh chóng hình thành cho mình hệ thống xét duyệt cấp tín dụng tín chấp cho các cá nhân thông thoáng hơn và thủ tục xét duyệt cũng đơn giản hơn.
- ✓ Với hệ thống tính điểm được xây dựng đầy đủ chính xác, hiệu quả sẽ giúp cho Eximbank mạnh dạn trong việc xét cấp tín chấp thẻ tín dụng, để từ đó mở rộng sản phẩm thẻ tín dụng đến tay người sử dụng nhanh chóng hơn và hiệu quả hơn. Ngoài ra việc phát triển thẻ tín dụng cũng sẽ làm gia tăng nguồn thu cho Eximbank từ những khoản cho vay nhỏ nhưng an toàn.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trong chương 3, luận văn đã đề xuất các giải pháp cơ bản nhằm phát triển dịch vụ thẻ quốc tế tại Eximbank, trong đó bao gồm các mục tiêu, kế hoạch cụ thể

cho từng giai đoạn, các giải pháp (về tổ chức, về quản trị, về công nghệ, về marketing, về công tác kế toán, công tác đào tạo...).

Đây là những giải pháp nhằm phát huy tối đa những mặt mạnh của thẻ quốc tế, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của người sử dụng thẻ để góp phần đưa dịch vụ thẻ quốc tế tại Eximbank ngày càng phát triển mạnh mẽ.

PHẦN KẾT LUẬN

Giai đoạn đầu từ năm 2010 – 2015, theo các chuyên gia kinh tế thì xu thế hợp tác giữa các ngân hàng nước ngoài với các ngân hàng trong nước sẽ nổi trội, do đó Ngân hàng EximBank cần nhanh chóng thực hiện các chiến lược vừa nâng cao vị thế của mình trên thị trường thẻ vừa chủ động hợp tác với các ngân hàng nước ngoài có tiềm lực cao để tăng tốc phát triển.

Ý thức được tầm quan trọng của việc định hướng phát triển thẻ của mình để tối đa hoá năng lực tự có nhằm đứng vững trong môi trường cạnh tranh tại Việt Nam, tác giả xây dựng luận văn “Định hướng phát triển thẻ quốc tế Eximbank trong giai đoạn 2010 – 2015”.

Trong phạm vi bài luận văn này, tác giả đã phân tích, đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh về thẻ quốc tế của ngân hàng EximBank, sau đó rút ra một số điểm mạnh, điểm yếu về năng lực cạnh tranh của EximBank cũng như xác định những tiềm năng của hoạt động kinh doanh thẻ tại Việt Nam. Trên cơ sở đó tác giả phân tích và đề xuất các định hướng phù hợp với Eximbank. Sau cùng tác giả cũng đã đề xuất một số nhóm giải pháp chủ yếu để hỗ trợ triển khai chiến lược.

Với thời gian có hạn và kinh nghiệm bản thân còn hạn chế nên mặc dù rất cố gắng nhưng luận văn cũng khó tránh khỏi những thiếu sót, sai lầm nhất định. Rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của Quý thầy cô, các đồng nghiệp về nội dung của đề tài.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Tấn Lộc,” **Giải pháp cơ bản nhằm phát triển thị trường thẻ Ngân hàng tại Việt Nam**”, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, năm 2004.
2. “ **Một số giải pháp góp phần phát triển thị trường thẻ thanh toán tại Việt Nam** “ - PGS. TS Trần Hoàng Ngân - GV. Phạm Cao Hồng Hạnh- Trường Đại học Kinh tế TP.HCM.
3. Trương Thị Hồng, “**Các giải pháp nhằm mở rộng sử dụng thẻ thanh toán tại Việt Nam**”, Luận án Tiến sĩ Kinh tế, năm 2002.
4. Ngân hàng Nhà nước, Quyết định 317/QĐ – NHNN1 “**Quy chế phát hành, sử dụng và thanh toán thẻ ngân hàng**”, ngày 19/10/1999.
5. Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam, “**Tài liệu hướng dẫn phát hành và sử dụng thẻ**” , Lưu hành nội bộ, 2008.
6. Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam, “**Tài liệu tập huấn nghiệp vụ thẻ** “, Lưu hành nội bộ, 2008.
7. Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam, “**Các giải pháp củng cố và phát triển dịch vụ thẻ Eximbank**”, Lưu hành nội bộ, 2008.
8. Ngân hàng TMCP Xuất Nhập Khẩu Việt Nam, “**Quy chế – quy trình phát hành và thanh toán thẻ**” , Tài liệu lưu hành nội bộ, 2008.
9. Nguyễn Đăng Dờn (2007), “**Nghiệp vụ ngân hàng thương mại**”, NXB Thống kê.
10. “**Một vài suy nghĩ góp phần mở rộng việc sử dụng thẻ ngân hàng đối với dân cư tại Việt Nam**”- Thạc sỹ : Hoàng Thị Minh Ngọc.
11. “**Những vụ án liên quan & một số giải pháp cho vấn đề an ninh thẻ** “ - PGS.TS Trần Hoàng Ngân – GV. Nguyễn Thị Thùy Linh- Trường Đại học Kinh tế TP.HCM.
12. “**Tiện ích trong thanh toán thẻ**”- PGS. TS Trần Hoàng Ngân - GV. Phạm Cao Hồng Hạnh- Trường Đại học Kinh tế TP.HCM 2005.
13. Tạp chí Ngân Hàng
14. Tạp chí Phát Triển Kinh Tế
15. Tạp chí Tin Học Ngân Hàng

16. Tạp chí Thị Trường Tài Chính Tiền Tệ

17. Các trang web tham khảo:

<http://www.acb.com.vn>

<http://www.carddata.com>

<http://www.vcb.com.vn>

<http://www.icb.com.vn>

<http://www.eximbank.com.vn>

<http://www.sacombank.com.vn>

<http://www.agribank.com.vn>

<http://www.techcombank.com.vn>

<http://www.dongabank.com.vn>

<http://www.mastercard.com>

<http://www.visa.com>

<http://www.sbv.org.vn>

<http://www.vnbaorg.info>

Và một số trang Web khác.

PHỤ LỤC 1
CÁC LOẠI THẺ DO EXIMBANK PHÁT HÀNH

Tên thẻ	Loại thẻ, nơi chấp nhận thẻ	Đối tượng	Tính năng, tiện ích sản phẩm
Thẻ ATM V-TOP 	Thẻ ghi nợ, điểm chấp nhận thẻ Eximbank, ATM liên minh Smartlink	- Cá nhân người Việt Nam đủ năng lực hành vi dân sự (từ đủ 18 tuổi trở lên). - Cá nhân người nước ngoài đang công tác tại Việt Nam.	- Rút tiền mặt (miễn phí), chuyển khoản (trong cùng hệ thống Eximbank), truy vấn số dư tài khoản tại máy ATM Eximbank và các ngân hàng liên minh Smartlink. - Thanh toán hóa đơn điện, nước, điện thoại,... tại máy ATM Eximbank. - Thanh toán hàng hóa, dịch vụ tại các ĐVCNT Eximbank (Hệ thống siêu thị Co.opMart, Trung tâm điện máy Nguyễn Kim,...).
Thẻ Eximbank-Visa Debit 	Thẻ ghi nợ quốc tế, điểm chấp nhận thẻ trên toàn thế giới	- Cá nhân người Việt Nam (từ 18 tuổi trở lên đối với thẻ Chính, từ 15 tuổi trở lên đối với thẻ Phụ). - Cá nhân người nước ngoài đang công tác tại Việt Nam.	- Rút tiền mặt (miễn phí) tại máy ATM Eximbank. - Thanh toán hóa đơn điện, nước, điện thoại,... tại website Eximbank. - Thanh toán hàng hóa, dịch vụ tại các điểm chấp nhận thẻ Visa, qua mạng Internet. - Rút tiền mặt tại các ATM, ngân hàng, điểm ứng tiền mặt chấp nhận thẻ Visa.
Thẻ Eximbank-Visa/MasterCard	Thẻ tín dụng quốc tế, điểm chấp nhận thẻ trên toàn thế giới	- Cá nhân người Việt Nam (từ 18 tuổi trở lên đối với thẻ Chính, từ 15 tuổi trở lên đối với thẻ Phụ). - Cá nhân người nước ngoài có thời hạn lưu trú và làm việc tại Việt Nam tối thiểu là 12 tháng kể từ ngày nộp hồ sơ phát hành thẻ. - Hạn mức tín dụng: Theo chính sách Eximbank trong từng thời kỳ.	- Như thẻ Visa Debit. Tuy nhiên, đây là loại thẻ tín dụng nên việc chậm thanh toán hoặc thanh toán không đầy đủ dư nợ theo sao kê, Eximbank tính phí trễ hạn và lãi vay từ ngày thực hiện giao dịch. Eximbank có thời gian miễn lãi tối đa 45 ngày kể từ ngày thực hiện giao dịch (không áp dụng cho giao dịch rút tiền mặt). - Thẻ được phân hạng Chuẩn và Vàng. Thẻ Chuẩn dưới 50 triệu, thẻ Vàng từ 50 triệu trở lên.

			
Thẻ Doanh nhân Eximbank-Visa Business  <i>Tên DN được in trên thẻ</i>	Thẻ tín dụng quốc tế, điểm chấp nhận thẻ trên toàn thế giới	- Hạn mức tín dụng (HMTD) được cấp cho Doanh nghiệp (DN) tùy thuộc vào giá trị TSDB (nếu có) hoặc chính sách tín dụng đối với KHDN của Eximbank trong từng thời kỳ. - DN sẽ phân chia lại HMTD này cho các cán bộ công nhân viên được đề nghị cấp thẻ Doanh nhân. - Không có thẻ Phụ.	- Như thẻ tín dụng Eximbank-Visa/MasterCard. - Tên DN được in trên thẻ nên có thể quảng bá thương hiệu DN tại các điểm chấp nhận thẻ khi sử dụng thẻ. - Không phân hạng thẻ.

PHỤ LỤC 2

SO SÁNH SẢN PHẨM DỊCH VỤ CỦA MỘT SỐ NGÂN HÀNG

Nhóm sản phẩm, dịch vụ	Nhóm NH TMCP				
	EIB	ACB	SACOM	EAB	TECHCOM
Phát hành thẻ	- Thẻ ghi nợ nội địa (V-Top) - Visa/Master Credit - Visa Business - Visa Debit	- Thẻ ghi nợ nội địa - Visa/ MasterCard Debit - Visa/ MasterCard Credit	- Thẻ ghi nợ nội địa (PassportPlus) - Visa Credit - Visa Debit	- Thẻ ghi nợ nội địa (Thẻ đa năng Đồng Á) - Visa Credit	- Thẻ ghi nợ nội địa (F@staccess) - Visa Debit - Visa Credit
Thanh toán thẻ	- Visa - Master	- Visa - Master	- Visa - Master - JCB	- Visa - UnionPay	- Visa - MasterCard
Dịch vụ tại máy ATM	- Rút tiền - Xem số dư - Chuyển khoản - Đổi số PIN - Thanh toán hoá đơn - Xem sao kê	- Rút tiền - Xem số dư - Chuyển khoản - Đổi số PIN - Thanh toán hoá đơn - Xem và in sao kê 10 giao dịch gần nhất.	- Rút tiền - Xem số dư - Chuyển khoản - Đổi số PIN - Thanh toán hoá đơn - In sao kê 5 giao dịch gần nhất	- Gửi/ Rút tiền - Xem số dư - Chuyển khoản - Đổi số PIN - Thanh toán hoá đơn - Xem và in sao kê - Mua thẻ cào (điện thoại, internet)	- Rút tiền - Xem số dư - Chuyển khoản - Đổi số PIN - Thanh toán hoá đơn
Dịch vụ qua mạng Internet	- Thanh toán hoá đơn qua mạng - Phát hành thẻ qua mạng	- Tra cứu thông tin tài khoản - Chuyển khoản - Thanh toán hoá đơn - Chuyển tiền - Chuyển đổi ngoại tệ - Nạp tiền vào thẻ	- Thông tin tỷ giá hối đoái - Tra cứu thông tin tài khoản tiền gửi không kỳ hạn, - tài khoản có kỳ hạn, tiền vay (lịch giải ngân; lịch trả nợ lãi đã trả; lịch trả nợ gốc đã trả...) - Tra cứu thông tin giao dịch - Quản lý thông	- Chuyển khoản/ Thanh toán - Số tiền tối thiểu: 50.000d/lần - Số tiền tối đa: 500.000.000/ngày - Thanh toán trực tuyến - Thanh toán hóa đơn điện với Công ty Điện lực TpHCM - Thanh toán cước viễn thông internet với FPT Telecom	- Tra cứu số dư và các giao dịch tài khoản - Quản lý và tra cứu các khoản vay, khoản tiết kiệm - Chuyển khoản giữa các tài khoản trong và ngoài hệ thống Techcombank - Thanh toán hàng hóa và dịch vụ (vé máy bay, bảo hiểm, các loại thẻ

			tin hóa đơn (dành cho tổ chức) - Lưu/In thông tin giao dịch định dạng file .xls - Lưu/In giấy báo có định dạng file .pdf, .xls - Kết xuất điện Swift chuẩn MT103 (dành cho tổ chức) - Kích hoạt sử dụng, cập nhật trực tuyến các dịch vụ truy vấn thông tin tài khoản như Mobile Sacombank, PhoneBanking, SMA. - Quản trị người sử dụng	- Mua thẻ trả trước các loại (thẻ điện thoại, thẻ Internet) - Nạp tiền điện tử - Kiểm tra số dư & xem chi tiết giao dịch trong tài khoản của KHCN và KHDN	nạp tiền tại vcard.vn - Đặt lệnh thanh toán tự động - Đăng ký các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng online
--	--	--	--	---	--

PHỤ LỤC 3
SO SÁNH VỀ NHÂN SỰ VÀ CHÍNH SÁCH NHÂN SỰ CỦA MỘT SỐ NGÂN HÀNG

Chỉ tiêu	EIB	ACB	Đông Á	Techcombank	Sacombank
Tổng số NV	3,104	6,598	3,138	4,224	5,975
Trình độ					
- ĐH và trên ĐH	N/A	93%	N/A	82%	77%
- Cao đẳng		7%		15%	23%
- PTTH				3%	
Các hoạt động đào tạo	- Thường xuyên đào tạo, bồi dưỡng cập nhật kiến thức cho nhân viên, nâng cao chất lượng của cán bộ quản trị viên - Cử nhân viên đi đào tạo ngắn hạn và dài hạn ở các viện, trường ĐH chuyên ngành trong và ngoài nước	- Đa dạng hoá phương thức đào tạo: học trên lớp, học tập ngay trong công việc, từ các nguồn khác, tự học trên trang web...	- Tổ chức nhiều khóa đào tạo nghiệp vụ cho nhân viên - Đào tạo kỹ năng quản lý cho cán bộ đương nhiệm	- Đào tạo nội bộ cho các CBCNV mới - Phối hợp với các trường ĐH lớn tổ chức các khoá học trong và ngoài nước.	- Trung tâm đào tạo liên tục mở các lớp đào tạo chuyên môn và các khoá đào tạo kỹ năng
Chính sách đối với nhân viên	- Công tác khen thưởng công khai và minh bạch, đúng người, đúng việc - Ưu đãi cổ phiếu cho CBCNV	- Chính sách khen thưởng hấp dẫn dành cho nhân viên gắn liền với kết quả kinh doanh và chất lượng phục vụ khách hàng: lương kinh doanh, lương tháng 13, lương	- Thực hiện điều chỉnh nhiều đợt tăng lương cho CBCNV phù hợp với tình hình thực tế - Các chính sách đối với người lao động đều được thực hiện đầy đủ	- Thực hiện tăng lương cho CBCNV - Bảo hiểm y tế Techcombank Care cho toàn bộ CBCNV và người thân của các cán bộ trung và cao cấp - Tặng thưởng cổ phần cho các CBCNV có thành	- Điều chỉnh lương từ 10-40% cho CBCNV - Định hướng phát triển dành cho các CN/SGD bằng sơ đồ thăng tiến đối với từng chức danh.

		hoàn thành công việc, khen thưởng nhân viên xuất sắc, nhân viên giỏi nghiệp vụ, nhân viên có sáng kiến cải tiến và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.		tích đóng góp cho sự phát triển của Techcombank	
Thu nhập bình quân	95 triệu/năm	8.668.000đ/tháng	N/A	8.365.000đ/tháng	107 triệu/năm

PHỤ LỤC 4
SO SÁNH VỀ MÔ HÌNH TỔ CHỨC VÀ CÁCH THỨC VẬN HÀNH CỦA
CÁC PHÒNG THẺ/ TRUNG TÂM THẺ CỦA CÁC NGÂN HÀNG

Trung tâm/ Phòng Quản lý Thẻ	Trung tâm thẻ ACB	Trung tâm thẻ Sacombank	Trung tâm thẻ Đông Á	Trung tâm thẻ Techcombank	Quản lý Thẻ EIB
Mục tiêu, định hướng phát triển thẻ	Thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ quốc tế và POS	Phát triển toàn diện	Phát triển thẻ nội địa đa năng cùng với việc bán chéo các sản phẩm tín dụng tiêu dùng, thanh toán	Phát triển toàn diện thẻ quốc tế, thẻ nội địa, ATM và cả POS	Phát triển toàn diện
Hình thức	Trực thuộc nhưng có bảng cân đối, có thu nhập, chi phí riêng	Trực thuộc	Được xem như 1 đội hỗ trợ, không có chức năng kinh doanh	Thuộc Khối bán lẻ, hơn 1 phòng tại Hội sở, nơi đề ra chính sách khách hàng	Thuộc Khối KHCHN, là nơi đề ra chính sách khách hàng
Chức năng nhiệm vụ	Giao chỉ tiêu KD riêng. Được phép mở TK để phục vụ thẻ.	Chi nhánh mở TK	Quản lý	Quản lý	Quản lý
Chỉ đạo hệ thống	Giao chỉ tiêu cho CN, phân chia LN. CN tìm kiếm khách hàng, quản lý nợ.	Từ Ban TGD. Có văn bản TTT ban hành, có văn bản TGD ban hành.	TTT ban hành văn bản thì các CN đều thực hiện. Thẻ là công cụ đa năng của Đông Á, là công cụ bán chéo sản phẩm dịch vụ khác, nếu không có thẻ thì khó phát triển KHCN.	Giao chỉ tiêu cho CN, PGD, nếu hoàn thành vượt mức thì được thưởng. P.Kế hoạch tổng hợp sẽ ra chỉ tiêu. Trung tâm thẻ đưa ra một số tiêu chí để P.KHTH hoạch định chỉ tiêu. Đây là chỉ tiêu pháp lệnh.	Đã giao chỉ tiêu, nhưng chưa thưởng phạt. P.QLT dự thảo chỉ tiêu. P.NCPT tổng hợp trình Ban TGD quyết định.
Mô hình tổ chức	Cũng là 1 kênh phân phối tương tự các CN	Nhân sự thẻ tại CN thuộc biên chế CN, kiêm nhiệm thêm các công tác khác.	Giao việc nhập liệu cho các CN, quyền approve thẻ thuộc TTT và 1 số CN lớn.	Là back office, phụ trách tra soát, nhập liệu phát hành	Phụ trách nhập liệu phát hành, tra soát, ...

Trách nhiệm	Có quy trình xét duyệt tín dụng. Hội đồng tín dụng sẽ ban hành quy trình này.	Cty thẩm định tín dụng trong vòng 7 ngày làm việc.	Quản lý tập trung tại Trung tâm KD tài chính cá nhân	Có trung tâm phê duyệt tín dụng riêng	Bộ phận tín dụng tại CN
Phân chia thu nhập, chi phí	Hàng tháng, kế toán sẽ phân chia lợi nhuận cho CN	TTT tự thu, tự chi	Phân chia thu, chi về CN.	Phát hành thẻ, chia sẻ phí	Hội sở chịu toàn bộ
Mua bán vốn	TTT mua bán vốn với Hội sở tương tự như CN			Không	Không
Công nghệ thông tin thẻ trực thuộc	IT	IT	TT điện toán và TT Thẻ	IT	IT
Phụ trách phát triển sản phẩm thẻ	Bộ phận phát triển sản phẩm thẻ nghiên cứu tính năng sử dụng, đặc điểm kỹ thuật. Trung tâm thẻ phụ trách nghiệp vụ.		K.KHCN	TTT đưa ra đặc tính sản phẩm mới, CNTT hỗ trợ thực hiện	Quản lý Thẻ gửi yêu cầu, CNTT hỗ trợ thực hiện
Trách nhiệm ban hành biểu phí	TTT	TTT	K.KHCN	TTT đưa ra phí tối thiểu, mức chênh lệch, bộ phận chức năng đưa ra 1 biểu phí chung.	Quản lý thẻ
Nơi in dập thẻ	Chỉ có tại Tp.HCM và quy định thời gian giao nhận thẻ đến từng địa bàn.	Chỉ tại Tp.HCM	Có trên 10 máy in dập thẻ tại các CN lớn	Tập trung tại 3 tỉnh, thành lớn	Chỉ có tại Hội sở