

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

Ths. Bùi Thị Thùy Dương

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam

Email: thuyduong07@gmail.com

PGS.TS Đàm Văn Huệ

Đại học Kinh tế Quốc dân

Cùng với sự phát triển của khoa học kỹ thuật và công nghệ, hệ thống các ngân hàng (NH) đã cho ra đời nhiều phương tiện thanh toán mới dựa trên nền tảng công nghệ hiện đại trong đó dịch vụ thẻ là một bước tiến vượt bậc trong hoạt động thanh toán NH. Thẻ NH có đầy đủ các đặc tính rút tiền, chuyển tiền và là phương tiện thanh toán thông dụng tại nhiều quốc gia trên thế giới cũng như tại Việt Nam. Bài viết này, tác giả giới thiệu tổng quan thẻ tại các NH trên thế giới, thực trạng phát triển dịch vụ thẻ tại các ngân hàng thương mại (NHTM) Việt Nam đồng thời đề xuất các giải pháp phát triển dịch vụ này trong thời gian tới.

Từ khóa: Dịch vụ thẻ, ngân hàng, ngân hàng thương mại.

1. Tổng quan phát triển dịch vụ thẻ tại các ngân hàng trên thế giới

Việc sử dụng thẻ làm phương thức thanh toán trong các hoạt động mua bán hàng hoá, dịch vụ đã trở lên phổ biến tại các nước phát triển do sự thuận tiện, với những tính năng ưu việt so với việc sử dụng tiền mặt trong thanh toán, dịch vụ thẻ đã ngày càng phát triển và trở thành một phương tiện thanh toán hiện đại không thể thiếu được đối với các quốc gia phát triển.

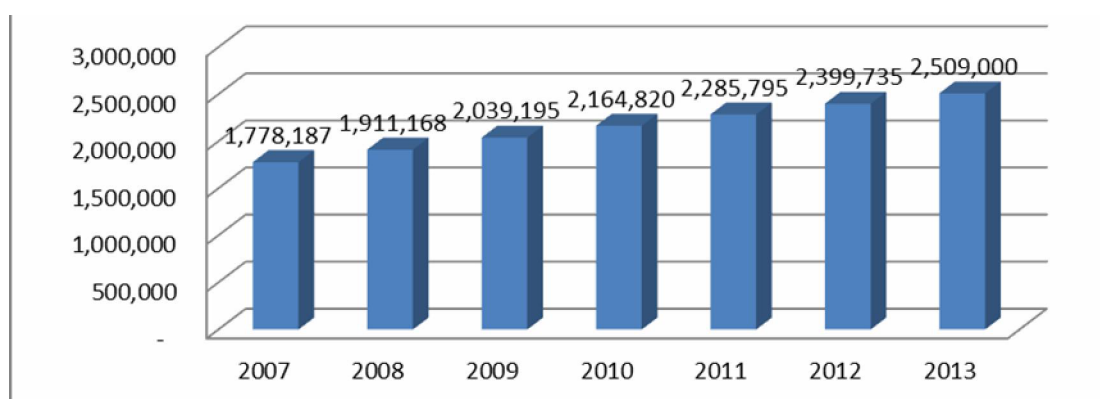
Thẻ thanh toán ra đời từ những năm 1940, đến nay số lượng phát hành thẻ trên thế giới đạt trên 1,7 tỷ thẻ, chiếm khoảng 25% dân số thế giới. Sản phẩm thẻ được sử dụng phổ biến, rộng rãi và phân chia nhau thống trị các thị trường lớn, gồm: Visa, Master card, Diners Club...

Năm 1950, Diners Club phát hành tấm thẻ tín dụng đầu tiên, được làm bằng chất liệu plastic. Sau này Frank McNamara, người sáng lập Diners Club. Sau Diners Club, vào năm 1958, công ty American Epress cũng tham gia vào thị trường thẻ NH, phát

triển thẻ trong lĩnh vực giải trí và du lịch (T & E) – một lĩnh vực có tốc độ phát triển nhanh chóng tại Mỹ và Châu Âu trong thời kỳ sau chiến tranh thế giới. Đến trước năm 1970, khái niệm về thẻ tín dụng đã được nhiều người biết đến và nhanh chóng được đón nhận.

Năm 1966, NH Bank of America chính thức trao quyền phát hành thẻ BankAmericard của mình cho các NH khác thông qua việc ký các hợp đồng đại lý, chính thức bắt đầu giai đoạn tăng tốc trong phát triển. Người dân đi du lịch nhiều hơn trên đất Mỹ và ra nước ngoài mà ko lo lắng tới việc phải có sẵn tiền để thanh toán. Thẻ tín dụng lúc này không chỉ mặc định dành cho những đối tượng giàu có và nổi tiếng mà dần trở thành những phương tiện thanh toán thông dụng. Thương hiệu BankAmericard với một loạt sản phẩm có màu xanh, trắng, vàng đặc trưng ngày càng trở nên quen thuộc với người tiêu dùng. Bằng việc ký hợp đồng đại lý và cho các NH khác hưởng phí thanh toán chuyển đổi (interchange fee), Bank of America đã nhanh chóng tăng được lượng

Hình 1: Số lượng máy ATM toàn cầu dự báo đến 2013



Nguồn: Global ATM Market and Forecasts to 2013

thẻ phát hành cũng như ký kết hợp đồng chấp nhận thẻ với các Đơn vị chấp nhận thẻ trên khắp nước Mỹ và mở rộng ra thế giới.

Thẻ thanh toán Visa có lịch sử hình thành và phát triển lâu đời, xuất hiện từ năm 1960, đến nay có hơn 21.000 thành viên là các tổ chức tài chính NH, có mặt trên 300 quốc gia và vùng lãnh thổ khác nhau. Thẻ Master Card ra đời năm 1966 với tên gọi ban đầu là Master Charge do Hiệp hội thẻ phát hành thông qua các thành viên trên thế giới. Đến 31/12/2012 thẻ Master Card được chấp nhận tới trên 30 triệu điểm chấp nhận thẻ, với 25.000 đơn vị thành viên, phát hành trên 6 tỷ thẻ được chấp nhận thanh toán rộng rãi trên các quốc gia.

Thẻ NH ra đời từ nhu cầu thanh toán và phát triển dựa trên nền tảng công nghệ cũng như chiến lược thay thế tiền mặt trong lưu thông. Thực tế cho thấy, thẻ NH là một phát triển tất yếu trong lĩnh vực tài chính NH đồng thời đã và đang phản ánh đầy đủ những tiến bộ của khoa học kỹ thuật và văn minh xã hội. Tiếp thu và ứng dụng những thành tựu của thế giới về khoa học kỹ thuật, nhất là về công nghệ thông tin, hệ thống thẻ ngày càng hoàn thiện. Cùng với mạng lưới thành viên và khách hàng phát triển

hàng ngày, các Tổ chức thẻ quốc tế đã xây dựng hệ thống xử lý giao dịch và trao đổi thông tin toàn cầu về phát hành, thanh toán, cấp phép, tra soát, khiếu kiện và quản lý rủi ro. Với doanh số giao dịch hàng trăm tỷ Đô la Mỹ mỗi năm, thẻ NH đang cạnh tranh quyết liệt cùng tiền mặt và séc trong hệ thống thanh toán toàn cầu. Đây là một thành công đáng kể đối với một ngành kinh doanh mới chỉ có vài thập kỷ hình thành và phát triển.

Song song với việc phát triển số lượng chủ thẻ, các NH không ngừng phát triển hệ thống các điểm chấp nhận thanh toán thẻ rộng khắp nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong quá trình tham gia sử dụng dịch vụ thẻ. Ngoài những chức năng, tiện ích cơ bản của dịch vụ thẻ, các NH không ngừng đa dạng hoá sản phẩm, gia tăng các tiện ích khác cho dịch vụ thẻ tạo điều kiện cho khách hàng có nhiều sự lựa chọn trong quá trình sử dụng dịch vụ.

Về thiết bị thanh toán thẻ, số lượng ATM toàn cầu năm 2007 đạt trên 1,7 máy và dự kiến đến 2013 sẽ đạt 2,5 triệu máy, theo dự tính tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm là 7%/năm. Bên cạnh số lượng ATM, số lượng EDC trên toàn cầu cũng đạt trên 14

Bảng 1: Dịch vụ thẻ tại các NHTM Việt Nam

Chỉ tiêu	Năm			
	2008	2009	2010	2011
Số lượng thẻ phát hành (triệu thẻ)	15,1	21,6	31,7	42,3
Số lượng ATM	7.480	9.723	11.700	13.648
Số lượng POS	26.930	36.620	54.000	77.467

Nguồn: Hiệp hội thẻ Ngân hàng Việt Nam

triệu máy với nhiều hãng sản xuất uy tín như: Ingenico, VeriFone, Thales, Hybercom...

2. Thực trạng phát triển dịch vụ thẻ tại các NHTM Việt Nam

Theo Tổng cục thống kê Việt Nam: tính đến 31/12/2012, ước tính Việt Nam có khoảng 89 triệu người, trong đó trên 19 triệu dân sống các khu vực thành phố lớn, dân số khu vực thành thị là 26,3 triệu người, dân số khu vực nông thôn là 62,7 triệu. Năm 2011, Số lượng thẻ phát hành đạt 42,3 triệu thẻ chiếm 48% dân số là cơ hội cho các NH khai thác

và phát triển dịch vụ thẻ. So với các quốc gia trên thế giới, Việt Nam phát triển muộn hơn các sản phẩm thẻ song số liệu thanh toán thẻ gia tăng qua các năm cho thấy thẻ đã trở thành phương tiện thanh toán phổ biến.

Năm 2005, số lượng thẻ đạt 1,5 triệu thì đến 2011 đã lên đến trên 42 triệu thẻ với doanh số gia tăng từ 25.790 tỷ (năm 2005) lên đến 550.000 tỷ (năm 2010). Giai đoạn năm 2005, chỉ có hơn 20 NH tham gia thị trường thẻ thì đến nay hầu hết các NH đều tham gia, phát hành 285 thương hiệu thẻ các loại

Bảng 2: Một số sản phẩm thẻ tại các NHTM Việt Nam

STT	Ngân hàng	Loại thẻ			Thẻ trả trước	Tổng số (loại thẻ phát hành)
		Thẻ tín dụng	Thẻ ghi nợ	Thẻ liên kết		
1	Agribank	Thẻ tín dụng quốc tế Visa, Master Card, thẻ công ty	Thẻ Ghi nợ nội địa, ghi nợ quốc tế Visa, Master Card	Thẻ lập nghiệp, thẻ liên kết sinh viên		13
2	Vietcombank	Visa, MasterCard, American Express, JCB, Dinner Club	MTV, Connect 24, Visa	Golden Lotus		15
3	Vietinbank	Visa, Master Card	ATM, E-partner, Pink Card, Cash Card	Thẻ liên kết sinh viên		18
4	BIDV		Power, Etrans365+, vạn dặm	G7 Mart		9
5	Sacombank	Visa, Master Card	Debit SacomPassport			12
6	ACB	Visa, Master Card	e-card, Visa, Master Card	Vera Visa Electron, Phước lộc thọ, Citimart		15
7	Techcombank	Visa	F@st Access, F@st Access 1, Visa			8
8	VIB	Thẻ Tín Dụng Quốc Tế VIB Chip MasterCard	Thẻ ghi nợ nội địa (thẻ thanh toán và thẻ ATM)		Thẻ trả trước VIB prepaid MasterCard Thẻ trả trước nội địa (gift Card)	4
9	VP bank	Thẻ MasterCard E-Card, thẻ tín dụng quốc tế MasterCard mc2 Thẻ tín dụng quốc tế VPBank MasterCard Platinum	Thẻ ghi nợ nội địa Auto Link, VPSuper, thẻ ghi nợ quốc tế VPBank MasterCard mc2, thẻ ghi nợ quốc tế VPBank MasterCard Platinum	Thẻ Vietnam Airlines - VPBank Platinum MasterCard		7

Nguồn: Website các Ngân hàng

dựa trên đặc tính của thẻ ghi nợ nội địa, thẻ ghi nợ quốc tế, thẻ tín dụng thẻ trả trước.

Đến cuối năm 2011, tổng số thẻ phát hành đạt 42,3 triệu thẻ, bằng 133% so với lượng thẻ phát hành 2010. Vietcombank (VCB) là NH giữ vị trí đầu tiên trong việc cung cấp dịch vụ thẻ cho khách hàng với số lượng khách hàng toàn quốc chiếm 30% tiếp theo là Agribank (17%). Theo đánh giá của Hiệp hội thẻ, không chỉ dẫn đầu thị phần về phát hành, VCB còn đứng đầu hệ thống về doanh số thanh toán thẻ quốc tế với thị phần là 56,2%, và doanh số thanh toán thẻ nội địa với doanh số là 37,4% thể hiện sự phát triển về mặt chất lượng trong hoạt động kinh doanh thẻ.

Trong các sản phẩm thẻ phát hành, thẻ ghi nợ nội địa vẫn là sản phẩm chủ yếu chiếm hơn 93% tổng số thẻ phát hành. Tuy nhiên, hiện nay tỷ trọng thẻ ghi nợ nội địa đang có xu hướng giảm hơn so với trước. Thẻ trả trước chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng lượng thẻ phát hành, đến nay có một số NH phát hành thẻ trả trước: ACB, Sacombank, VIB...

Với sự phát triển kinh tế ổn định và có chiều hướng đi lên, thu nhập bình quân của người dân có xu hướng ngày càng tăng dẫn đến nhu cầu sử dụng các dịch vụ thanh toán hiện đại ngày càng rộng rãi. Tỷ lệ thanh toán bằng tiền mặt đã giảm, trong đó dịch vụ thẻ đóng góp một phần quan trọng, điều đó chứng tỏ tâm lý của người dân đã quen dần với việc sử dụng phương tiện thanh toán mới, hạn chế việc sử dụng tiền mặt trong hoạt động thanh toán.

Bên cạnh việc phát triển dịch vụ và tiện ích thẻ, các NHTM còn chú trọng đầu tư trang thiết bị, mở rộng mạng lưới thiết bị chấp nhận thẻ, cụ thể: Đến cuối năm 2011, tổng số máy ATM các NHTM đạt 13.648 máy tăng 82,46% so với năm 2008, số máy POS đạt 77.468 máy tăng 187,7% so với 2008. Các NH dẫn đầu về hệ thống ATM và POS bao gồm Agribank, VCB, BIDV, ACB. Trong đó, VCB dẫn đầu về thị phần POS, chiếm 28,4% toàn hệ thống, Agribank dẫn đầu về thị phần ATM trong 2011 (15,4%). Đến cuối năm 2011, doanh thu thanh toán thẻ tại ATM, POS, EDC đạt 932 nghìn tỷ đồng trong đó doanh số thanh toán thẻ tại các đơn vị chấp nhận thẻ đạt trên 48 nghìn tỷ đồng, doanh số tại máy ATM đạt 884 nghìn tỷ đồng.

Nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường thẻ, các NHTM tích cực hợp tác với các đối tác nhằm mở rộng, phát triển dịch vụ, giảm chi phí

đầu tư. Hiện nay trên thị trường đã có 4 liên minh thẻ ra đời, đó là Liên minh thẻ của Vietcombank và 17 NHTM cổ phần, Liên minh thẻ VNBC, Công ty Cổ phần Chuyên mạch Tài chính Việt Nam (BankNet), Liên minh thẻ NHTM Cổ phần Sài Gòn Thương tín-ANZ.

3. Một số giải pháp phát triển dịch vụ thẻ tại các Ngân hàng thương mại Việt Nam

3.1. Cơ hội và thách thức đối với phát triển dịch vụ thẻ tại các Ngân hàng thương mại

3.1.1. Cơ hội:

Chính phủ đã có nhiều chính sách để tạo điều kiện cho dịch vụ thẻ thanh toán phát triển trong thời gian tới như: Đề án thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2006-2010 và định hướng đến năm 2020 tại Việt Nam đã được Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 291/2006/QĐ-TTg ngày 29/12/2006. Theo Đề án, đến cuối năm 2010, mức phát hành thẻ trong thanh toán phần đầu đạt 15 triệu thẻ; 70% các trung tâm thương mại, siêu thị, nhà hàng... lắp đặt các thiết bị chấp nhận thanh toán bằng thẻ. Con số này đến năm 2020 phần đầu đạt lần lượt là 30 triệu thẻ và 95%. Tỷ lệ tiền mặt trên tổng phương tiện thanh toán đến năm 2010 không quá 18%; đến năm 2020 khoảng 15%. Số lượng tài khoản cá nhân vào cuối năm 2010 đạt mức 20 triệu; 70% cán bộ hưởng lương ngân sách và 50% công nhân lao động trong khu vực doanh nghiệp, tư nhân thực hiện trả lương qua tài khoản. Đến năm 2020 đưa những con số này lên lần lượt là 45 triệu tài khoản cá nhân (bình quân mỗi người có 0,5 tài khoản); 95% cán bộ hưởng lương ngân sách và 80% lao động được trả lương qua tài khoản. Các khoản thanh toán giữa các doanh nghiệp thực hiện qua NH đạt mức 80% vào năm 2010 và đạt 95% vào năm 2020. Ngoài ra, Thống đốc NHNN đã ký quyết định số 20/2007/QĐ-NHNN ngày 15/05/2007 về việc ban hành Quy chế phát hành, thanh toán, sử dụng và cung cấp dịch vụ hỗ trợ hoạt động thẻ NH thay thế quyết định 371/1999/NHNN1 đã có nhiều bất cập. Đây là cơ sở tiền đề để việc thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng phổ biến trong các tầng lớp dân cư và sự tăng trưởng số lượng khách hàng sử dụng thẻ thanh toán. Đồng thời, đây cũng là cơ sở pháp lý quan trọng cho các NHTM trong quá trình nghiên cứu, triển khai thực hiện.

Việt Nam gia nhập WTO tạo điều kiện hội nhập và mở cửa nền kinh tế, đặc biệt là lĩnh vực NH tài

chính. Các NHTM có điều kiện tiếp cận với công nghệ hiện đại, liên kết giữa các công ty, tổ chức bên ngoài với các NH ngày càng gia tăng, tạo điều kiện tham khảo kinh nghiệm trong kinh doanh thẻ của các nước tiên tiến.

Sự phát triển của Công nghệ thông tin tạo cơ hội để cho kết hợp các sản phẩm, dịch vụ thẻ với các sản phẩm, dịch vụ khác như: Internet banking, mobile banking,...; đồng thời tăng tính bảo mật, an toàn trong sử dụng thẻ; gia tăng tiện ích sử dụng cho khách hàng.

Hệ thống thanh toán thẻ giữa các NHTM đã được kết nối qua nhiều liên minh thẻ từ đó tạo điều kiện mở rộng các loại hình thẻ thanh toán trong hệ thống các NHTM.

3.1.2. Thách thức:

Vấn đề cạnh tranh trên thị trường thẻ ngày càng gay gắt. Việc gia nhập thị trường thẻ của nhiều NH nước ngoài tạo sức ép lớn về năng lực tài chính, quản lý, công nghệ,... Để phát triển dịch vụ thẻ nhiều NHTM phải liên tục không ngừng đổi mới công nghệ, gia tăng tiện ích thẻ sử dụng, tăng cường liên kết, xây dựng nhiều hình thức khuyến mại, giảm giá nhằm tăng thu hút khách hàng sử dụng. Song nảy sinh vấn đề số lượng thẻ gia tăng nhanh nhưng doanh số phát sinh tăng không đáng kể, dẫn đến tình trạng gia tăng các chủ thẻ ảo, gia tăng chi phí cho các NH.

Sự thay đổi nhanh chóng về cách mạng công nghệ thông tin nói chung và công nghệ thẻ nói riêng dẫn đến nguy cơ tụt hậu về hệ thống công nghệ. Công nghệ đa dạng, thay đổi nhanh, chu kỳ sử dụng ngắn nên đòi hỏi các NH phải lựa chọn hệ thống công nghệ, máy, thiết bị sử dụng hợp lý.

Yêu cầu và đòi hỏi của khách hàng về các sản phẩm, dịch vụ thẻ ngày càng cao, khách hàng càng khó tính do có nhiều sự lựa chọn hơn trong quá trình sử dụng dịch vụ, điều đó chứng tỏ sự trung thành của khách hàng đối với các sản phẩm, dịch vụ NH nói chung có xu hướng giảm.

Vấn đề thu nhập và thói quen, người dân nước ta có thu nhập trung bình là không cao và có thể không ổn định do đó vấn đề sử dụng thẻ NH để thanh toán và phải trả một mức phí nhất định đối với người dân vẫn còn e ngại, hơn nữa nhiều NH cung cấp thẻ tín dụng sẽ không muốn cho vay vì có khả năng khách hàng không trả được nợ.

Vấn đề rủi ro và giả mạo trong hoạt động phát hành và thanh toán thẻ không ngừng gia tăng, đang có xu hướng chuyển từ các nước công nghiệp phát triển sang các nước đang phát triển. Do đó vấn đề quản trị rủi ro trong kinh doanh thẻ là vấn đề tạo không ít khó khăn cho các NHTM.

3.2. Quan điểm về phát triển dịch vụ thẻ tại các Ngân hàng thương mại trong thời gian tới

Tiếp tục triển khai thực hiện Đề án thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2006-2010 và định hướng đến năm 2020 tại Việt Nam, Chỉ thị 20 của Thống đốc NHNN, phát huy ưu điểm và kinh nghiệm, khắc phục những mặt hạn chế và xử lý tốt vướng mắc trong các giai đoạn vừa qua, phát triển mở rộng dịch vụ thẻ và chất lượng dịch vụ thẻ tại các NHTM.

Tăng cường hiện đại hóa và đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác thanh toán trên nền tảng công nghệ thông tin hiện đại, theo hướng tự động hóa và tăng tốc độ xử lý các giao dịch, bảo đảm dễ dàng kết nối, giao diện với các hệ thống ứng dụng khác;

Thực hiện kết nối hệ thống Thanh toán điện tử liên NH, tăng cường liên minh liên kết với việc tham gia làm thành viên của các tổ chức chuyên mạch Banknetvn, Smartlink, VNBC, phát triển hoạt động của các tổ chức phát hành và thanh toán thẻ. Bên cạnh đó với sự tham gia của NHNN trong hoạt động quản trị điều hành tại Banknetvn triển khai nhanh chóng, có hiệu quả Đề án xây dựng Trung tâm chuyên mạch thẻ thống nhất.

Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ thẻ, gia tăng tiện ích thẻ tăng thu hút khách hàng, tạo cho khách hàng nhiều sự lựa chọn, phát triển các sản phẩm thẻ thông minh, công cụ thanh toán dựa trên công nghệ hiện đại, thanh toán thương mại điện tử. Chuyển đổi dần từng bước từ công nghệ thẻ từ sang thẻ chip chuẩn EMV để đảm bảo an toàn hơn cho các giao dịch tại các đầu đọc thẻ, góp phần giảm chi phí và rủi ro trong phát triển hoạt động thẻ NH nói riêng và hoạt động kinh doanh NH nói chung.

Thường xuyên thực hiện công tác thông tin, tuyên truyền, hướng dẫn trong toàn xã hội nhằm giúp cho công chúng, người sử dụng và các tổ chức trong xã hội hiểu, tiếp cận và sử dụng các phương tiện, dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt một cách đầy đủ, kịp thời, tạo được sự chuyển biến căn

bản về thói quen sử dụng tiền mặt.

Đẩy mạnh hợp tác quốc tế để nhận được hỗ trợ kỹ thuật, tư vấn, học hỏi kinh nghiệm, mô hình dự án đã triển khai thành công và nguồn tài chính cần thiết phục vụ phát triển thanh toán không dùng tiền mặt.

3.3. Một số giải pháp phát triển dịch vụ thẻ tại các ngân hàng thương mại:

Qua nghiên cứu thực trạng phát triển dịch vụ thẻ các NH của một số NH trên thế giới và NH tại Việt Nam chúng tôi đề xuất một số giải pháp phát triển dịch vụ thẻ tại các NHTM Việt Nam:

Một là, đa dạng hóa sản phẩm thẻ tại các NHTM: Với tâm lý người Việt Nam trước hết NHTM có thể phát hành thẻ ghi nợ cho một số đối tượng có tài khoản tại NH và hạn mức chi tiêu của chủ thẻ sẽ phụ thuộc vào số dư trên tài khoản của khách hàng tại NH. Mỗi khi khách hàng chi tiêu hay rút tiền mặt, các giao dịch được khấu trừ luôn số tiền vào tài khoản của khách hàng tại NH. Điều này vừa giúp khách hàng kiểm soát được việc chi tiêu vừa hạn chế rủi ro mất khả năng thanh toán của khách hàng cho NH. Loại thẻ này rất phù hợp với bộ phận dân chúng không có nhu cầu thường xuyên mà chỉ tạm thời muốn sử dụng thẻ để mang lại sự tiện lợi, an toàn khi du lịch hay đi xa...

Ngoài việc phát hành thêm thẻ ghi nợ, NH cần phát hành các loại thẻ liên kết, liên kết giữa NH và các doanh nghiệp lớn như trường học, bưu điện, hàng không, taxi, các trung tâm thương mại,... nhằm đem lại lợi ích cho các bên liên quan. Về phía khách hàng, khách hàng sẽ nhận được những ưu đãi đặc biệt khi thanh toán tại các doanh nghiệp liên kết. Về phía doanh nghiệp liên kết và các NH, Các doanh nghiệp liên kết và NH sẽ có thêm một lượng khách hàng truyền thống của bên đối tác. NH góp phần tiếp thị khách hàng, tăng doanh số cho doanh nghiệp liên kết, ngược lại, doanh nghiệp liên kết góp phần quảng bá dịch vụ thẻ của NH.

Thông qua việc hoàn thiện liên kết giữa các NHTM để hình thành một mạng lưới liên thông dịch vụ thẻ trong toàn ngành, tạo tiện lợi và giảm phí giao dịch cho khách hàng, liên kết giữa các NH phát triển sản phẩm dịch vụ thẻ có thể thanh toán tại mọi NH qua một trung tâm truyền dữ liệu tập trung do hiệp hội thẻ thành lập để giảm chi phí cho việc truyền nhận dữ liệu giữa các NHTM, khắc phục những hạn chế về mạng lưới, máy ATM hay đơn vị

chấp nhận thẻ.

Hai là, nỗ lực cải thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ thẻ của NH, tạo niềm tin cho người sử dụng, chất lượng dịch vụ NH cũng là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến thói quen dùng tiền của người dân. Phát triển Công tác quản lý bằng hệ thống phần mềm chấm điểm, phân loại khách hàng từ đó có chính sách khách hàng phù hợp. Tăng cường các biện pháp bảo đảm an toàn trong giao dịch thẻ. NHTM có thể áp dụng nhiều hình thức chăm sóc khách hàng trong và sau khi sử dụng thẻ: làm tốt công tác chăm sóc khách hàng như hướng dẫn sử dụng thẻ, xử lý vướng mắc, khiếu nại; có biện pháp hỗ trợ lắp đặt các máy thanh toán tại nơi có nhu cầu...

Ba là, tăng cường hiện đại hóa và đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng công nghệ thông tin trong công tác thanh toán theo hướng tự động hóa, tăng tốc độ xử lý giao dịch, bảo đảm dễ dàng kể nối với các hệ thống ứng dụng khác. Thực hiện kết nối hệ thống thanh toán điện tử liên NH, tăng thu hút sự hỗ trợ kỹ thuật từ nước ngoài, các tổ chức quốc tế, cần ưu tiên nguồn kinh phí cho việc phát triển công nghệ. Tăng cường trao đổi, học tập kinh nghiệm của các nước phát triển trong khu vực và trên thế giới, liên kết các hệ thống chuyển mạch của các quốc gia trong khu vực nhằm thúc đẩy hoạt động giao dịch thanh toán, sử dụng hiệu quả sự trợ giúp kỹ thuật giữa các ngân hàng hội viên, nâng cao chất lượng hệ thống kỹ thuật, phối hợp hoạch định chiến lược khai thác thị trường, thắt chặt mối quan hệ hợp tác giữa các thành viên, qua đó chia sẻ kinh nghiệm trong vận hành khai thác hệ thống cũng như cạnh tranh với các tổ chức thanh toán thẻ lớn khác tại các quốc gia, nâng vị thế trong khu vực về lĩnh vực chuyên mạch thẻ và thanh toán trực tuyến.

Bốn là, tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền, quảng bá hoạt động thẻ đến với mọi tầng lớp dân cư trong xã hội để từng bước xã hội hóa dịch vụ thẻ, đồng thời nâng cao sự hiểu biết của công chúng về quản lý, bảo mật thẻ, sử dụng thẻ an toàn. Thông qua việc sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng quảng cáo những tin tức về sản phẩm, dịch vụ hoặc hoạt động NH cho khách hàng. Ngoài việc quảng cáo trên tivi, đài, internet có thể quảng cáo thông qua các tạp chí Kinh tế, Thời báo Kinh tế, quảng cáo tuyên truyền về sản phẩm thẻ tại các cuộc họp báo, hội nghị khách hàng, hội chợ giới thiệu sản

phẩm dịch vụ NH qua đó giới thiệu nhiều hơn về các loại hình dịch vụ của NH cũng như tính ưu việt của chúng, đây là hình thức cung cấp thông tin đến thị trường tiềm năng rất hữu hiệu. Hiệp hội thẻ có thể kết hợp với các chương trình sự kiện lớn của đất nước hoặc các ngày lễ lớn thực hiện các chương trình tuyên truyền quảng bá hình ảnh thẻ, thúc đẩy thanh toán thẻ trên các cơ quan thông tấn, báo chí, truyền hình, ra các ấn phẩm, tạp chí giới thiệu về thị trường thẻ Việt Nam.

Năm là, xây dựng các biện pháp vận động, khuyến khích. Trước hết là các cán bộ, công chức sử dụng dịch vụ thanh toán qua thẻ (như thanh toán qua POS, chuyển khoản, tín dụng...) để hình thành dần thói quen thanh toán ít dùng tiền mặt trong dân chúng. NH cần có những biện pháp khuyến khích để tăng số lượng tài khoản cá nhân tại NH như: khách hàng không phải nộp lệ phí khi thực hiện các nghiệp vụ thanh toán qua tài khoản tiền gửi tại NH, khách hàng được hưởng những hình thức khuyến mãi cụ thể như gửi quà lưu niệm đối với các khách hàng thường xuyên giao dịch và có số dư bình quân trên tài khoản tiền gửi ổn định vào những ngày lễ hoặc bốc thăm may mắn dành cho các khách hàng mở tài khoản trong một khoản thời gian nhất định...

Sáu là, quản trị rủi ro trong hoạt động kinh doanh thẻ: Rủi ro trong hoạt động kinh doanh thẻ không những làm giảm hiệu quả kinh doanh của NH mà còn làm giảm uy tín và thương hiệu của NH đó. Rủi ro về thẻ thường gặp hiện nay là: rủi ro khi mất thẻ, rủi ro về thông tin thẻ bị mất cắp, rủi ro tác nghiệp khi thực hiện xử lý giao dịch, rủi ro trong đạo đức

ngành nghiệp, rủi ro về công nghệ do nghẽn mạch, sự cố đường truyền,... Từ đó, để hạn chế rủi ro nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh trong hoạt động thẻ, các NHTM phải có những giải pháp cụ thể để quản trị rủi ro trong hoạt động này, cụ thể là:

Các NHTM nên có bộ phận chuyên trách về quản trị rủi ro các hoạt động kinh doanh trong đó có hoạt động kinh doanh thẻ.

Xây dựng quy trình, quy định chặt chẽ các nghiệp vụ liên quan đến hoạt động thẻ tránh rủi ro, gian lận.

Thường xuyên kiểm tra kiểm soát trong hoạt động kinh doanh thẻ về máy móc thiết bị, giám sát hoạt động của hệ thống thanh toán thẻ 24/24h để kịp thời xử lý khi có sự cố, kiểm soát các bước thực hiện nghiệp vụ của các cán bộ làm trực tiếp, đảm bảo tuân thủ nghiêm ngặt các quy định của quy trình nghiệp vụ, thường xuyên theo dõi diễn biến hoạt động thanh toán của chủ thẻ.

Tăng cường tính năng an toàn cho thẻ như: sau mỗi lần giao dịch rút, gửi tiền hay thanh toán cước taxi, mua hàng... các chủ thẻ thực hiện lệnh khóa tài khoản bằng cách nhập một mã số (password) do chủ thẻ tự đặt, giao dịch tiếp theo phải có mã số này mới thực hiện được tránh trường hợp lấy cắp được mã pin, mã thẻ. Rủi ro sử dụng thẻ thanh toán khi giao dịch qua internet, một số tổ chức phát hành thẻ quốc tế đã đưa ra giải pháp thay đổi số thẻ cho mỗi lần sử dụng, do đó tổ chức phát hành thẻ cung cấp cho chủ thẻ một con số ngẫu nhiên liên kết với tài khoản thẻ và chỉ có giá trị sử dụng 1 lần trong 1 thời gian ngắn, tránh kẻ gian lợi dụng trong giao dịch thanh toán qua internet.□

Tài liệu tham khảo:

1. Đề án thanh toán không dùng tiền mặt giai đoạn 2006-2010 và định hướng đến năm 2020 tại Việt Nam đã được Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 291/2006/QĐ-TTg ngày 29/12/2006.
2. Hiệp hội thẻ Ngân hàng Việt Nam, Báo cáo tổng kết (2008- 2011).
3. Tổng cục thống kê, Báo cáo thống kê dân số và kinh tế xã hội (2012).
4. Vũ Văn Thực (2012), “Phát triển dịch vụ thẻ tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam”, Tạp chí Phát triển và Hội nhập Trường Đại học Kinh tế Tài chính Thành phố Hồ Chí Minh.
5. Hoàng Tuấn Linh (2009), Giải pháp phát triển dịch vụ thẻ tại các ngân hàng thương mại nhà nước ở Việt Nam, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế quốc dân.
6. Website: <http://www.sbv.gov.vn>, www.voer.edu.vn, www.vCBS.com.vn và Website các NHTM.