

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



LUẬN VĂN THẠC SĨ

NHỮNG GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THẺ THANH TOÁN
TẠI NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM

NGƯỜI THỰC HIỆN: NGUYỄN THỊ TÚ QUỲNH

LỚP TÀI CHÍNH DOANH NGHIỆP – Khóa 13

GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN: PGS.TS PHẠM VĂN NĂNG

- NĂM 2006 -

MỤC LỤC

Trang phụ bì

Mục lục

Danh mục các ký hiệu, chữ viết tắt

Danh mục các bảng biểu

Danh mục các hình vẽ, đồ thị

Lời Mở Đầu1

1.Tính cấp thiết của đề tài 1

2.Mục tiêu của đề tài 1

3.Đối tượng và phạm vi nghiên cứu2

4.Các phương pháp nghiên cứu2

5.Kết cấu của luận văn2

Chương I: Những nội dung cơ bản về thẻ thanh toán ngân hàng.....4

1.1. Tổng quan về thẻ ngân hàng4

1.1.1 Quá trình hình thành4

1.1.2. Lịch sử phát triển thẻ ngân hàng4

1.1.3. Khái niệm thẻ thanh toán 6

1.1.4 Phân loại thẻ ngân hàng7

1.1.5 Lợi ích của việc sử dụng thẻ ngân hàng10

1.2. Nghiệp vụ phát hành thẻ.....15

1.2.1. Khái niệm15

1.2.2. Quy trình phát hành thẻ15

1.3. Nghiệp vụ thanh toán thẻ.....21

1.3.1 Quy trình chấp nhận thẻ21

1.3.2 Quy trình thanh toán..... 22

1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển thẻ thanh toán tại ngân hàng thương mại

.....24

1.4.1. Nhóm nhân tố thuộc về ngân hàng24

1.4.2. Nhóm nhân tố thuộc về khách hàng.....	25
1.4.3. Nhóm nhân tố thuộc về cơ quan chức năng.....	26
1.4.4. Nhân tố rủi ro	27
Kết luận	33
Chương II : Thực trạng thẻ thanh toán tại Ngân hàng Công thương Việt Nam.....	34
2.1 Nhận định chung về các ngân hàng tại Việt nam có hoạt động thẻ	34
2.2. Tổng quan về Incombank.....	35
2.2.1. Giới thiệu chung về Ngân hàng Công thương Việt Nam	35
2.2.2. Quá trình phát triển thẻ thanh toán Ngân hàng Công thương Việt Nam.....	38
2.2.3. Mô hình tổ chức kinh doanh thẻ tại Ngân hàng Công thương Việt Nam.....	39
2.3 Thực trạng thẻ thanh toán tại Ngân hàng Công thương Việt Nam.....	41
2.3.1. Mô hình sản phẩm -dịch vụ.....	41
2.3.2. Thẻ ghi nợ E-partner	41
2.3.3. Thẻ CashCard.....	55
2.3.4. Thẻ tín dụng	59
2.3.5 .Công nghệ thẻ	64
2.3.6. Công tác Marketing.....	65
2.4. Đánh giá kết quả đạt được trong quá trình triển khai thẻ thanh toán tại Ngân hàng Công thương Việt Nam	66
2.4.1. Kết quả đạt được	66
2.4.2. Những hạn chế và nguyên nhân.....	70
2.5 .Cơ hội và thách thức đối với sự phát triển thẻ thanh toán của Incombank	76
2.5.1. Cơ hội	76
2.5.2. Thách thức.....	79
Kết luận	82
Chương III - Giải pháp phát triển thẻ thanh toán tại Ngân hàng Công thương Việt Nam.....	83
3.1. Định hướng phát triển thẻ thanh toán tại Ngân hàng Công thương Việt Nam	83
3.2. Giải pháp nhằm phát triển thẻ thanh toán tại Ngân hàng Công thương Việt Nam	83

3.2.1. Đẩy mạnh các chính sách Marketing và chăm sóc khách hàng	84
3.2.1.1 Chính sách Marketing	84
3.2.1.1.1 Đẩy mạnh hoạt động Marketing	84
3.2.1.1.2 Củng cố chính sách giá:	86
3.2.1.1.3 Đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ thẻ, tăng cường tính năng	87
3.2.1.1.4 Mở rộng mạng lưới thanh toán thẻ.....	90
3.2.1.2 Chính sách chăm sóc khách hàng	92
3.2.2. Hoàn thiện cơ chế động lực; quy trình thẻ thanh toán và mô hình tổ chức...	93
3.2.3. Nhanh chóng triển khai đề án tái cơ cấu Ngân hàng Công thương Việt Nam thành công	98
3.2.4. Phát triển và nâng cấp hệ thống công nghệ.....	98
3.2.5. Chú trọng công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực.....	100
3.2.6. Tăng cường công tác quản trị rủi ro	100
3.3. Một số kiến nghị với Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước.....	103
3.3.1. Với Chính phủ.....	103
3.3.2. Với Ngân hàng nhà nước	105
3.3.3. Với Hiệp hội thẻ	108
Kết luận.....	110

Tài liệu tham khảo

DANH MỤC CÁC BẢNG - BIỂU

	Trang
Bảng 2.1: Các chỉ số tăng trưởng của ICB	36
Bảng 2.2: Số lượng thẻ ghi nợ E-partner phát hành của ICB	46
Bảng 2.3: Số lượng thẻ ATM phát hành trên thị trường	47
Bảng 2.4 : Số lượng ATM của ICB.....	49
Bảng 2.5: Số lượng máy ATM trên thị trường	50
Bảng 2.6: Doanh số thanh toán thẻ ATM	52
Bảng 2.7: Số lượng thẻ tín dụng trên thị trường	60
Bảng 2.8: Số lượng CSCNT trên thị trường	62
Bảng 2.9 : Doanh số thanh toán thẻ tín dụng của ICB	63
Bảng 2.10 : Doanh thu từ nghiệp vụ thẻ của ICB	68

DANH MỤC HÌNH VẼ - ĐỒ THỊ

	Trang
(Hình 1.1) Quy trình phát hành thẻ.....	19
(Hình 1.2) Quy trình thanh toán thẻ.....	23
(Hình 2.1) Biểu đồ tăng trưởng vốn huy động	36
(Hình 2.2) Biểu đồ tăng trưởng tổng tài sản.....	37
(Hình 2.3) Biểu đồ tăng trưởng lợi nhuận ròng.....	37
(Hình 2.4) Mô hình tổ chức hoạt động thẻ tại Incombank.....	39
(Hình 2.5) Mô hình sản phẩm - dịch vụ	41
(Hình 2.6) Biểu đồ số lượng thẻ ghi nợ E-partner phát hành.....	46
(Hình 2.7) Biểu đồ số thẻ ATM phát hành trên thị trường tháng 6/2006.....	47
(Hình 2.8) Biểu đồ số lượng máy ATM.....	49
(Hình 2.9) Biểu đồ số lượng ATM trên thị trường	51
(Hình 2.10) Biểu đồ doanh số tiền gửi ATM	53
(Hình 2.11) Biểu đồ doanh số rút tiền tại ATM.....	54
(Hình 2.12) Biểu đồ doanh số thanh toán thẻ tín dụng của ICB.....	63
(Hình 2.13) Biểu đồ tăng trưởng doanh thu từ nghiệp vụ thẻ của ICB	68
(Hình 3.1) Mô hình trung tâm thẻ Incombank	94
(Hình 3.2) Mô hình bộ phận chuyên trách tại chi nhánh ICB.....	97

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài:

Trong những năm vừa qua, nền kinh tế Việt Nam có những bước phát triển ổn định. Đời sống và thu nhập của người dân ngày càng được cải thiện và nâng cao. Nhận thức của người tiêu dùng về thẻ đã thay đổi, một bộ phận không nhỏ đã xoá dần thói quen sử dụng tiền mặt, thay vào đó là sử dụng thẻ khi mua hàng hoá, dịch vụ.

Với ưu thế về thời gian thanh toán, tính an toàn, hiệu quả sử dụng và phạm vi thanh toán rộng. Thẻ thanh toán đã trở thành công cụ thanh toán hiện đại, văn minh và phổ biến trên phạm vi toàn cầu. Với tính linh hoạt và các tiện ích mà nó mang lại cho mọi chủ thể liên quan, thẻ ngân hàng ra đời đã làm thay đổi cách thức chi tiêu, giao dịch thanh toán của cộng đồng xã hội, thẻ ngân hàng đã và đang thu hút được sự quan tâm của cả cộng đồng và ngày càng khẳng định vị trí của nó trong hoạt động kinh doanh ngân hàng. Vì vậy phát triển thẻ thanh toán là tất yếu khách quan của xu thế liên kết toàn cầu; thực hiện đa dạng hoá dịch vụ và hiện đại hoá công nghệ ngân hàng đối với các ngân hàng trong tiến trình hội nhập vào khu vực và thế giới, trong đó có Ngân hàng Công thương Việt Nam.

Tuy nhiên, tình hình kinh doanh thẻ của Ngân hàng Công thương Việt Nam còn nhiều điểm bất cập. Với mạng lưới chi nhánh rộng khắp, thẻ thanh toán trong nước (thẻ ghi nợ) do Ngân hàng Công thương Việt Nam phát hành chủ yếu dùng để rút tiền mặt nên hiệu quả sử dụng máy ATM chưa cao, mặc dù đã có những hoạt động tích cực trong khuyến trương hoạt động thẻ nhưng lượng thẻ được phát hành chưa đúng với tiềm năng, thẻ thanh toán quốc tế thì chủ yếu do người nước ngoài thanh toán.

Đứng trước tình hình đó, việc nghiên cứu để đưa ra các giải pháp nhằm tạo được một thương hiệu thẻ nổi tiếng với bản sắc riêng, thu hút được sự quan tâm của khách hàng ở nhiều giới, đạt được hiệu quả kinh doanh tốt. Vì vậy tôi đã chọn đề tài “ Những giải pháp phát triển thẻ thanh toán tại Ngân hàng Công thương Việt Nam”

2. Mục tiêu của đề tài:

Nghiên cứu những vấn đề cơ bản của thẻ thanh toán, một công cụ thanh toán gắn liền với sản phẩm công nghệ.

Nghiên cứu các số liệu để hiểu rõ về tình hình kinh doanh thẻ của Ngân hàng Công thương Việt Nam để có cái nhìn tổng quát và định hướng cho hoạt động thẻ thanh toán của Ngân hàng Công thương Việt Nam.

Dựa vào đó đề xuất các giải pháp khả thi nhằm phát triển thẻ thanh toán của Ngân hàng Công thương.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

Đề tài được thực hiện thông qua việc nghiên cứu về thẻ thanh toán, phân tích số liệu tình hình phát hành và thanh toán thẻ tại Ngân hàng Công thương Việt Nam, số liệu phát hành thẻ và một số nét về các ngân hàng có hoạt động thẻ tại Việt Nam.

Nghiên cứu lý thuyết về thẻ thanh toán, lịch sử thẻ thanh toán. Tham khảo ý kiến của thầy hướng dẫn, các cán bộ của phòng thẻ Hội sở Ngân hàng Công thương Việt Nam.

Trên cơ sở phân tích đó, tổng hợp đưa ra các giải pháp nhằm phát triển hoạt động thẻ của Ngân hàng Công thương Việt Nam.

4. Các phương pháp nghiên cứu:

Áp dụng các phương pháp tiếp cận thực tế, phân tích số liệu của nghiệp vụ phát hành và thanh toán thẻ tại Ngân hàng Công thương Việt Nam, các văn bản pháp quy liên quan đến đề tài.

Dựa vào các kết quả phân tích, vận dụng lý luận vào thực tiễn để đưa ra các nhận định về tình hình hoạt động thẻ thanh toán tại Ngân hàng Công thương Việt Nam.

Xác định nhu cầu cấp thiết phải phát triển thẻ thanh toán tại Ngân hàng Công thương Việt Nam cùng với các giải pháp có tính khả thi.

5. Kết cấu của luận văn:

Luận văn sẽ gồm những phần chính sau:

Chương I: Những nội dung cơ bản về thẻ thanh toán ngân hàng

Chương II: Thực trạng thẻ thanh toán tại Ngân hàng Công thương Việt Nam

Chương III: Giải pháp phát triển thẻ thanh toán tại Ngân hàng Công thương Việt Nam

Hiện nay thẻ thanh toán vẫn là đề tài còn để ngỏ, còn nhiều giải pháp cho việc phát triển trong tương lai. Mặc dù tôi đã cố gắng thu thập số liệu và phân tích nhưng chắc chắn không thể tránh được những khiếm khuyết trong nhận định và các giải pháp đề xuất.

Kính mong thầy cô cùng những người quan tâm đóng góp ý kiến.

CHƯƠNG I

NHỮNG NỘI DUNG CƠ BẢN VỀ THẺ THANH TOÁN NGÂN HÀNG

1.1. Tổng quan về thẻ ngân hàng

1.1.1 Quá trình hình thành : Quá trình tái sản xuất xã hội luôn diễn ra liên tục và không ngừng phát triển, trong quá trình đó có nhiều mối quan hệ giữa các chủ thể của nền sản xuất, đặc biệt là mối quan hệ trao đổi mua bán hàng hoá. Do vậy việc tổ chức thanh toán trong các mối quan hệ của quá trình sản xuất là quan trọng và cần thiết. Nó được thể hiện dưới 2 hình thức là chu chuyển bằng tiền mặt hoặc không dùng tiền mặt. Chu chuyển tiền mặt là biểu hiện của các quan hệ thanh toán trực tiếp bằng tiền mặt, sự vận động của hàng hoá gắn liền với sự vận động ngược chiều của tiền tệ. Thanh toán tiền mặt thích hợp với vai trò của tiền tệ làm môi giới trong quá trình lưu thông. Tuy nhiên khi sản xuất và trao đổi phát triển ở trình độ cao hơn, quá trình mua bán chịu hàng hoá trở nên thường xuyên, thời gian kéo dài thì thanh toán trực tiếp bằng tiền mặt không còn tỏ ra là một phương thức thanh toán hữu hiệu nữa. Sự hạn chế của nó ở chỗ muốn thực hiện mua bán một khối lượng hàng hoá lớn thì phải chuẩn bị một lượng tiền mặt lớn, dẫn đến chi phí về lưu thông tăng lên, tốc độ chu chuyển vốn chậm, chi phí in ấn, bảo quản lớn, kiểm đếm, chuyên chở tốn kém mà lại không an toàn. Chính những bất tiện này đòi hỏi ngân hàng phải nỗ lực nghiên cứu các hình thức thanh toán thuận lợi hơn, phù hợp trong cuộc sống hiện đại. Ban đầu chỉ là uỷ nhiệm chi, uỷ nhiệm thu, séc rồi đến thẻ ngân hàng ra đời và ngày càng đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế.

1.1.2. Lịch sử phát triển thẻ ngân hàng

Thẻ ngân hàng, dưới hình dạng hiện nay, xuất hiện đầu tiên ở Mỹ vào đầu thế kỷ 20. Nó ra đời năm 1914, khi đó Tổng công ty xăng dầu California (mà ngày nay là công ty Mobil) cấp thẻ cho nhân viên và một số khách hàng của mình. Mục đích cơ bản là khuyến khích bán sản phẩm của công ty chứ không kèm theo một dự phòng nào về việc gia hạn tín dụng.

Hình thức thẻ ngân hàng đầu tiên là Charge-it, một hệ thống tín dụng được phát triển bởi ông John Biggins năm 1946, cho phép khách hàng mua hàng tại những nơi bán lẻ. Các nhà kinh doanh ký quỹ tại ngân hàng Biggins và ngân hàng thu tiền thanh toán từ phía khách hàng và hoàn trả cho nhà kinh doanh. Hệ thống này đã chuẩn bị cho thẻ tín dụng đầu tiên lưu hành vào năm 1951 tại New York do ngân hàng Franklin National. Năm 1955, hàng loạt thẻ mới như Trip Charge, Golden Key, Gourmet Club rồi đến Carte Blanche và American Express ra đời và thống lĩnh thị trường. Tuy nhiên, để hình thức thanh toán thẻ thu hút được khách hàng thì cần phải có mạng lưới thanh toán lớn, không chỉ trong phạm vi một địa phương, một quốc gia mà trên phạm vi toàn cầu. Đứng trước đòi hỏi đó, InterBank và Bank of American đã xây dựng hệ thống các quy tắc, tiêu chuẩn trong xử lý thanh toán thẻ toàn cầu. Năm 1977, Bank Americard đổi tên Visa USA và sau đó trở thành tổ chức thẻ quốc tế Visa. Năm 1979, Master Charge đổi tên là MasterCard. Ngày nay trên thế giới có 4 tổ chức thẻ quốc tế lớn nhất là Visa, MasterCard, AMEX, JCB.

Thẻ Diners Club đầu tiên được phát hành năm 1949. Đây cũng là thẻ đầu tiên có mặt tại Nhật Bản vào năm 1960. Năm 1990 có 6,9 triệu người sử dụng thẻ Diners Club trên toàn thế giới với doanh số khoảng 16 tỷ dollars.

Thẻ American Express ra đời năm 1958, tổng số thẻ phát hành gấp 5 lần Diners Club và gấp 2 lần JCB. Năm 1990, tổng doanh thu đạt 111,5 triệu Dollars với khoảng 35,4 triệu thẻ lưu hành. Nhưng đến năm 1993 thì tổng doanh thu lên khoảng 124 tỷ dollars với 36,5 triệu thẻ lưu hành và 3,6 triệu CSCNT. Không giống như các thẻ khác, Amex tự phát hành thẻ của chính mình và trực tiếp quản lý chủ thẻ. Nhờ có mối quan hệ này mà họ có thể nắm được các thông tin cần thiết về khách hàng, từ đó có các chương trình phân loại khách hàng để cung cấp dịch vụ. Năm 1987, Amex cho ra đời loại thẻ tín dụng mới có khả năng cung cấp tín dụng tuần hoàn cho khách hàng có tên là Optima Card để cạnh tranh với Visa và MasterCard.

Thẻ JCB là thẻ phát hành tại Nhật Bản năm 1961 bởi ngân hàng SanWa và bắt đầu phát triển thành một tổ chức thẻ quốc tế vào năm 1981. Mục tiêu chủ yếu là hướng vào thị trường du lịch và giải trí, đang là loại thẻ cạnh tranh với Amex. Đến năm 1990 doanh thu

MasterCard ra đời vào năm 1966 với tên gọi là Master Charge do Hiệp hội thẻ liên ngân hàng gọi tắt là ICA (Interbank Card Association) phát hành thông qua các thành viên trên thế giới. Năm 1990, hệ thống ATM lớn nhất thế giới được đưa vào sử dụng, phục vụ cho những người sử dụng MasterCard tại 50.000 địa phương trên thế giới. Cũng trong năm này, MasterCard phát hành được hơn 178 triệu thẻ, có 5.000 thành viên phát hành và 9 triệu CSCNT. Đến năm 1993, tổng doanh thu của MasterCard lên tới 320,6 tỷ dollars và phát hành được 215,8 triệu thẻ đang lưu hành tại 220 nước. Cho đến nay số lượng thành viên tham gia vào hiệp hội MasterCard đã lên đến hơn 29.000 thành viên, mạng lưới rút tiền mặt đã được triển khai rộng rãi với hơn 162.000 ATM đặt tại hơn 192.000 chi nhánh ngân hàng trên thế giới.

Cuối năm 1990 có 257 triệu thẻ Visa đang lưu hành với doanh thu khoảng 354 tỷ USD. Cuối năm 1993, doanh thu của Visa lên đến 542 tỷ dollars. Hệ thống rút tiền tự động của Visa khoảng 164.000 ATM ở 65 nước trên thế giới. Visa không trực tiếp phát hành thẻ mà giao lại cho các thành viên, đây cũng là điều kiện thuận lợi giúp cho Visa dễ mở rộng thị trường hơn các loại thẻ khác. Hiện nay thẻ Visa là thẻ có quy mô phát triển lớn nhất thế giới. Hiện có 22.000 thành viên tại hơn 200 nước, đã phát hành hơn 500 triệu thẻ, 13 triệu CSCNT, 320.000 máy rút tiền mặt, doanh số giao dịch hàng năm đạt 800 tỷ USD. Càng ngày thẻ càng được đa dạng hoá và trở thành sản phẩm rất được ưu chuộng. Trong suốt những năm 80 lượng giao dịch bằng thẻ tăng 20% hàng năm. Với những tiện ích mang lại, thẻ ngân hàng đã và đang trở thành một phương tiện thanh toán chủ yếu của mọi tầng lớp dân cư tại nhiều nước trên thế giới.

1.1.3. Khái niệm thẻ thanh toán

Thẻ thanh toán là một phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt mà chủ thẻ có thể rút tiền mặt tại các ngân hàng, cơ sở chấp nhận thẻ, máy rút tiền tự động hoặc thanh toán tiền hàng hoá, dịch vụ tại các điểm chấp nhận thanh toán thẻ.

Theo quy định của Ngân hàng nhà nước (Quy chế phát hành, sử dụng và thanh toán thẻ ngân hàng, ban hành kèm theo quyết định số 371/1999/QĐ-NHNN1 ngày 19.08.1999)

thẻ ngân hàng được hiểu là “Công cụ thanh toán do ngân hàng phát hành thẻ cấp cho khách hàng sử dụng theo hợp đồng ký kết giữa ngân hàng phát hành và chủ thẻ”

Như vậy thẻ thanh toán cũng là một phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt hiện đại hơn các phương tiện khác được áp dụng ngày càng nhiều ở các quốc gia khác nhau trên thế giới.

1.1.4. Phân loại thẻ ngân hàng

Thẻ ngân hàng thực sự rất đa dạng, được sử dụng với nhiều mục đích. Để hiểu rõ hơn về tính năng cũng như lợi ích của thẻ, tôi tập hợp và phân loại thẻ ngân hàng theo 4 nhóm tiêu thức cơ bản dưới đây:

- **Theo tính chất thanh toán**

Thẻ tín dụng: là loại thẻ cho phép chủ thẻ sử dụng thẻ trong hạn mức tín dụng được cấp và chủ thẻ phải thanh toán ít nhất mức trả nợ tối thiểu vào ngày đến hạn. Thẻ tín dụng được coi là một công cụ tín dụng trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng đối với các chủ thẻ. Đây là sự kết hợp giữa tín dụng và thanh toán. Đối với hình thức tín dụng thì khi ngân hàng đồng ý cho khách hàng vay tức là giao cho khách hàng trực tiếp quyền sử dụng một lượng vốn nào đó. Còn khi ngân hàng cấp cho khách hàng thẻ tín dụng thì chưa có một lượng tiền thực tế nào được vay, mà ngân hàng chỉ đưa ra sự đảm bảo về quyền được sử dụng một lượng tiền với hạn mức nhất định. Việc khách hàng có thực sự vay hay không còn phụ thuộc vào quá trình sử dụng thẻ của khách hàng sau đó. Khi khách hàng sử dụng thẻ tín dụng để mua hàng hoá dịch vụ là họ đang sử dụng dịch vụ thanh toán qua ngân hàng. Nhằm mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng, các tổ chức tài chính thường phát hành thẻ tín dụng có tính tuần hoàn cho phép người sử dụng mở rộng khả năng tài chính của mình trong ngắn hạn.

Các tổ chức tài chính hay ngân hàng phát hành thẻ tín dụng dựa trên uy tín hay khả năng đảm bảo chi trả của từng khách hàng. Khả năng đảm bảo chi trả được xác định dựa trên tổng hợp nhiều thông tin khác nhau như thu nhập, tình hình chi tiêu, mối quan hệ sẵn có với tổ chức tài chính, địa vị xã hội... của khách hàng. Do đó mỗi thành phần khách hàng có những hạn mức tín dụng khác nhau. Cũng từ đó mà các tổ chức tài chính thường

Thẻ ghi nợ: là loại thẻ phát hành cho khách hàng mở tài khoản tại ngân hàng. Thường thì thẻ ghi nợ không có hạn mức tín dụng vì nó phụ thuộc vào số dư có trong tài khoản thẻ. Chủ thẻ chỉ có thể chi tiêu hoặc rút tiền tại các CSCNT hoặc các đại lý rút tiền trong phạm vi số tiền mình có. Tuy nhiên để tạo điều kiện cho khách hàng trong quá trình giao dịch, hiện nay nhiều ngân hàng đã cho phép khách hàng chi tiêu hoặc rút tiền quá số dư trong một khoảng thời gian nhất định tùy thuộc vào mối quan hệ khách hàng, hình thức này gọi là thấu chi. Có 2 loại thẻ ghi nợ cơ bản là thẻ on-line và off-line. Thẻ on-line là thẻ ghi nợ mà giá trị giao dịch được khấu trừ ngay lập tức vào tài khoản thẻ tại thời điểm giao dịch. Còn thẻ off-line là thẻ ghi nợ mà giá trị giao dịch sẽ được khấu trừ vào tài khoản thẻ sau vài ngày kể từ thời điểm giao dịch.

Thẻ ATM là một hình thức phát triển đầu tiên của thẻ ghi nợ, cho phép chủ thẻ tiếp cận trực tiếp tới tài khoản tại ngân hàng từ hệ thống máy rút tiền tự động. Chủ thẻ có thể thực hiện nhiều giao dịch tại các ATM như: vấn tin, đổi số PIN, chuyển khoản, thanh toán hoá đơn, gửi tiền...vv. Sự tiện lợi là đặc điểm quan trọng nhất của thẻ ATM, thông qua việc nhập mã nhận dạng cá nhân (PIN), khách hàng có thể sử dụng thẻ 24h/24h, 7ngày/tuần tại các ATM. Để tăng tiện ích cho khách hàng, hiện nay nhiều ngân hàng đã liên kết với nhau để tạo ra một hệ thống ATM rộng khắp. Trên thế giới đã có 2 loại thẻ ATM Cirrus của MasterCard và Plus của Visa cho phép khách hàng rút tiền chung tại ATM trên phạm vi toàn thế giới.

- **Theo phạm vi lãnh thổ**

Thẻ nội địa: là loại thẻ chỉ sử dụng trong phạm vi một quốc gia, do vậy đồng tiền sử dụng mua bán hàng hoá hay rút ra phải là đồng bản tệ.

Thẻ quốc tế: là loại thẻ không chỉ dùng được trong phạm vi quốc gia mà còn được chấp nhận sử dụng rộng rãi trên toàn thế giới. Ngân hàng muốn phát hành loại thẻ này phải là thành viên của các tổ chức thẻ quốc tế như Visa, MasterCard, Amex, JBC...vv.

Trong thời gian tới, với ảnh hưởng của hội nhập kinh tế toàn cầu thì thẻ quốc tế phát triển sẽ là một xu hướng tất yếu. Thực tế này buộc các ngân hàng thương mại Việt

Nam phải đối mặt với yêu cầu kết nối các hệ thống thẻ để phù hợp với nhu cầu phát triển trên thị trường. Đây hiện vẫn là một trong những hạn chế lớn nhất, đã và đang cản trở đến sự phát triển của thẻ thanh toán tại các ngân hàng thương mại Việt Nam.

• **Theo chủ thể phát hành thẻ**

Thẻ do ngân hàng phát hành: và do các tổ chức phi ngân hàng phát hành. Thẻ do ngân hàng phát hành là loại thẻ do các ngân hàng phát hành cho chủ thẻ sử dụng để giao dịch trên phạm vi số dư tiền gửi tại ngân hàng hoặc trong phạm vi hạn mức tín dụng ngân hàng cho phép. Đây là loại thẻ được sử dụng phổ biến nhất hiện nay, nó không chỉ lưu hành trong một quốc gia mà còn có thể lưu hành toàn cầu như thẻ Visa, Mastercard, JCB...

Thẻ do các tổ chức phi ngân hàng phát hành: là loại thẻ do các tập đoàn kinh doanh lớn, các công ty xăng dầu, các công ty cung ứng hàng hoá dịch vụ, du lịch, giải trí.....vv phát hành cho chủ thẻ sử dụng tại các cửa hàng đại lý của công ty., để tạo thêm tiện ích cho khách hàng cũng như thuận lợi trong việc quản lý tài chính và kích thích tiêu dùng. Ví dụ như: Diners club, Amex

Đa số trên thế giới hiện nay là thẻ của các ngân hàng phát hành.

• **Theo công nghệ sản xuất:** có 03 loại:

Thẻ khắc chữ nổi: đây là loại thẻ được làm dựa trên kỹ thuật khắc chữ nổi. Trên bề mặt thẻ được khắc nổi các thông tin cần thiết. Hiện nay người ta không còn dùng nó nữa vì kỹ thuật sản xuất quá thô sơ dễ bị làm giả.

Thẻ băng từ: thẻ này được sản xuất dựa trên kỹ thuật thư tín với 2 băng từ chứa thông tin ở mặt sau của thẻ là loại thẻ theo đó các dữ liệu, thông tin liên quan liên quan đến khách hàng sẽ được lưu trữ trong băng từ ở mặt sau của thẻ . Thẻ được sử dụng phổ biến trong vòng 20 năm nay nhưng đã bộc lộ một số nhược điểm:

-Khả năng bị lợi dụng cao do thông tin ghi trong thẻ không tự mã hoá được , người ta có thể đọc thẻ dễ dàng bằng thiết bị đọc gắn với máy vi tính.

-Thẻ từ chỉ mang thông tin cố định, khu vực chứa tin hẹp không áp dụng được các kỹ thuật mã đảm bảo an toàn. Do những nhược điểm trên, thẻ từ những năm gần đây đã bị lợi dụng lấy cắp tiền.

Thẻ thông minh: đây là thế hệ mới nhất của thẻ thanh toán. Thẻ thông minh dựa trên kỹ thuật vi xử lý tin học nhờ gắn vào một thẻ “chip “ điện tử có cấu trúc giống như một máy tính hoàn hảo. Thẻ thông minh có nhiều nhóm với dung lượng nhớ của “chip” điện tử khác nhau.

Ngoài ra còn có một số tiêu chí khác để phân biệt như:

Căn cứ theo đối tượng sử dụng thẻ thì cũng có 2 loại là thẻ vàng và thẻ chuẩn. Thẻ vàng là loại thẻ phục vụ thị trường cao cấp, được xem như loại thẻ ưu hạng phù hợp với mức sống và nhu cầu tài chính của khách hàng có thu nhập cao và tình hình tài chính lành mạnh. Còn thẻ thường là loại thẻ có hạn mức tín dụng thấp hơn thẻ vàng, mang tính chất đại chúng, hiện nay được sử dụng rộng rãi nhất. Trong số các thẻ phát hành hiện nay thì phần lớn là thẻ chuẩn vì đối tượng khách hàng có mức thu nhập trung bình bao giờ cũng chiếm đa số trong xã hội .

Hoặc theo mục đích sử dụng, thẻ cũng chia ra làm 2 loại. Thứ nhất là thẻ cá nhân, đây là loại thẻ dùng cho mục đích thanh toán của các cá nhân, chủ thẻ chịu trách nhiệm thanh toán bằng nguồn tiền của mình thông qua tài khoản mở tại ngân hàng. Thứ hai là thẻ công ty, loại thẻ được phát hành cho nhân viên công ty sử dụng, nhằm giúp công ty này quản lý tình hình chi tiêu của nhân viên vì mục đích công việc. Hàng tháng, quý, năm, công ty sẽ được cung cấp những thông tin quản lý một cách tóm tắt chi tiêu của nhân viên mình trong kỳ.

1.1.5 Lợi ích của việc sử dụng thẻ ngân hàng

Trước khi đi sâu vào nghiệp vụ phát hành và thanh toán thẻ, chúng ta tìm hiểu những lợi ích mà thẻ ngân hàng mang lại cho những chủ thẻ tham gia.

- **Đối với chủ thẻ**

Sự linh hoạt, tiện lợi, an toàn trong thanh toán ở trong và ngoài nước: Tiện ích nổi bật cho người sử dụng thẻ là sự tiện lợi và tính linh hoạt, an toàn hơn hẳn các phương tiện thanh toán khác. Chủ thẻ có thể thực sự cảm nhận được điều này khi đi du lịch hay công tác xa đặc biệt ở nước ngoài, thay vì phải chuẩn bị trước một lượng tiền mặt, ngoại tệ hay séc du lịch, chủ thẻ có thể mang theo thẻ ngân hàng để rút tiền mặt 24/24h; 7h/ngày hoặc thanh toán cho mọi nhu cầu chi tiêu của mình. Sử dụng thẻ thanh toán an toàn hơn

Khi thẻ bị mất, người cầm thẻ cũng khó sử dụng được. Riêng thẻ quốc tế của tổ chức Visa, MasterCard và trong phạm vi nhỏ hơn là Amex và Diners còn được chấp nhận trên toàn thế giới. Hơn nữa trong quá trình sử dụng thẻ, nếu hàng đã mua không đủ tiêu chuẩn chất lượng thì chủ thẻ có thể yêu cầu được ngân hàng phát hành bảo vệ, thậm chí có thể được bồi thường.

Tiết kiệm thời gian: Thẻ ngân hàng giúp chủ thẻ tiết kiệm thời gian trong quá trình mua hàng vì nó tránh được khâu kiểm đếm khi thanh toán số tiền lớn. Hơn nữa nếu sử dụng séc để đi du lịch, công tác thì khách hàng sẽ phải đến ngân hàng làm thủ tục mua séc, đồng thời trả cho ngân hàng một khoản phí mặc dù thực tế khách hàng chưa hề sử dụng séc này. Khi trở về, nếu sử dụng không hết số tiền trên séc, khách hàng lại phải đến ngân hàng làm thủ tục đổi séc ra tiền mặt hoặc phải chấp nhận rủi ro về tỷ giá nếu giữ séc lại cho lần sau. Rõ ràng người sử dụng thẻ không những tiết kiệm thời gian thanh toán mà còn không mất thời gian đến giao dịch tại ngân hàng.

Được cấp tín dụng tự động tức thời khi khách hàng sử dụng thẻ tín dụng tuân hoàn: Thường thì người ta có tâm lý ngại đến ngân hàng làm thủ tục xin vay và họ sẽ đánh giá cao thẻ như là một khoản tín dụng ngắn hạn, thủ tục phát hành đơn giản (thậm chí có thẻ phát hành qua đường bưu điện). Hơn thế nữa, chủ thẻ chỉ phải thanh toán một phần nhỏ (hiện quy định là 20%) khi đến hạn thanh toán (thường là một tháng), số còn lại chủ thẻ có thể trả sau và chịu lãi suất tín dụng tiêu dùng hiện hành.

- **Đối với CSCNT**

Tăng hiệu quả kinh doanh: Thứ nhất là giúp CSCNT nhanh thu hồi vốn. Trường hợp khách hàng muốn thanh toán bằng séc cho một món hàng có giá trị lớn hơn mức đảm bảo của tờ séc thì cửa hàng đứng trước sự lựa chọn khó khăn, hoặc là chấp nhận thanh toán séc với số tiền lớn hơn hạn mức được đảm bảo và chịu rủi ro nếu ngân hàng phát hành từ chối thanh toán hoặc sẽ không bán được hàng, doanh số bán sẽ giảm. Với thẻ thanh toán, CSCNT có thể yên tâm là sẽ được ghi có vào tài khoản ngay khi dữ liệu về giao dịch thẻ được truyền đến ngân hàng hoặc CSCNT nộp hoá đơn thanh toán thẻ cho ngân hàng. Số tiền này họ có thể sử dụng ngay vào kinh doanh để quay vòng vốn hoặc các mục đích khác. Thứ 2 là tăng doanh số bán hàng hoá, dịch vụ và thu hút thêm khách hàng

An toàn, bảo đảm: Giao dịch thẻ được trả tiền ngay vào tài khoản của CSCNT, trong một số trường hợp chưa được thanh toán ngay thì thanh toán thẻ cũng ít có nguy cơ bị mất cắp hơn là séc hay tiền mặt. Một ngăn kéo đầy séc hay tiền mặt có giá trị lớn sẽ là mục tiêu của những nhân viên thiếu trung thực và kẻ trộm, nhưng cũng với một số tiền như vậy được thể hiện trên hoá đơn thẻ thì ít có người quan tâm vì nó không có ý nghĩa với ai khác ngoài CSCNT. Ngoài ra các CSCNT tránh được hiện tượng khách hàng dùng tiền giả.

Rút ngắn thời gian giao dịch với khách hàng: Khi giao dịch tiền mặt, việc đếm tiền, ghi chép sổ sách rất phức tạp. Còn giao dịch thẻ, với các thiết bị chuyển ngân điện tử tại điểm bán hàng EFTPOS (Electronic funds transfer at point of sale) được sử dụng ngày càng nhiều thì đơn giản, người ta chỉ việc đưa băng từ của thẻ qua thiết bị này, mọi thông tin trên thẻ được nhận dạng, giao dịch được thực hiện. Hệ thống EFTPOS giúp đẩy nhanh quá trình xử lý khi bán hàng, giúp CSCNT cung cấp cho NHPH giao dịch bán hàng mà không phải xử lý thủ công trên giấy tờ.

- **Đối với ngân hàng**

Hơn ai hết, ngân hàng chính là người được hưởng lợi từ hoạt động phát hành và thanh toán thẻ. Điều này thể hiện trên các mặt sau:

Tăng lợi nhuận ngân hàng: Lợi ích lớn nhất mà thẻ đem lại cho ngân hàng phát hành và thanh toán thẻ là lợi nhuận. Thu nhập từ thẻ mà ngân hàng có được từ phí CSCNT, phí thanh toán thẻ, phí phát hành, phí thường niên, lãi suất cho khoản tín dụng mà chủ thẻ chậm thanh toán... Đó là chưa kể các khoản thu từ các dịch vụ ngân hàng và đầu tư kèm theo. Một yếu tố nữa có thể mang lại lợi nhuận cho ngân hàng từ thẻ đó là lòng trung thành của khách hàng. Một khi khách hàng đã có tài khoản hoặc thẻ tại ngân hàng thì hiếm khi họ lại muốn chuyển sang một tổ chức khác. Với tâm lý này của khách hàng, ngân hàng có thể tăng lãi suất tương đối cho khoản tín dụng thanh toán thẻ để tăng thêm lợi nhuận cho ngân hàng mà không sợ mất khách hàng đồng loạt. Ngoài ra, kinh doanh thẻ còn tạo ra sự “hỗ trợ chéo” rất có hiệu quả cho ngân hàng. Tỷ lệ lợi nhuận tương đối cao từ kinh doanh thẻ có thể bù đắp cho những hoạt động kém sinh lời hơn của ngân hàng như kinh doanh trên tài khoản vãng lai thường có lãi suất thấp.

Tham gia chuỗi dịch vụ toàn cầu: Là thành viên của một tổ chức thẻ quốc tế như Visa hay MasterCard, một ngân hàng dù là nhỏ nhất trên thế giới cũng có thể cung cấp cho khách hàng một phương tiện thanh toán quốc tế có chất lượng như bất cứ đối thủ cạnh tranh lớn nào. Ví dụ: mỗi ngày Fleming/Save&Prosper (một ngân hàng ở Anh) phải thanh toán các giao dịch bằng thẻ tín dụng với rất nhiều ngân hàng trên toàn thế giới. Nhờ mối quan hệ với các tổ chức thẻ quốc tế, ngân hàng này chỉ phải thực hiện duy nhất một giao dịch thông qua tổ chức thẻ quốc tế Visa để trả tiền cho tất cả các khoản này, việc phân bổ tới các ngân hàng khác có liên quan sẽ do Visa thực hiện. Sau lợi nhuận, khả năng cung cấp dịch vụ toàn cầu là lợi ích lớn nhất cho ngân hàng, tạo điều kiện cho ngân hàng tham gia vào quá trình toàn cầu hoá, hội nhập với cộng đồng quốc tế.

Thúc đẩy đa dạng hoá dịch vụ ngân hàng: Thẻ ra đời làm phong phú thêm các dịch vụ ngân hàng, mang đến cho ngân hàng một phương tiện thanh toán đa tiện ích, thoả mãn tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Không chỉ có vậy, ngân hàng có cơ hội phát triển các dịch vụ khác như giao dịch ngân hàng qua Internet, qua điện thoại, đầu tư hoặc bảo

Góp phần hiện đại hoá ngân hàng: Đưa thêm một phương thức thanh toán mới phục vụ khách hàng buộc ngân hàng phải không ngừng nâng cao trình độ cán bộ công nhân viên, đầu tư thêm trang thiết bị kỹ thuật công nghệ để cung cấp cho khách hàng những điều kiện tốt nhất trong thanh toán, đảm bảo uy tín, sự an toàn, hiệu quả trong kinh doanh thẻ.

Tăng nguồn vốn cho ngân hàng: Nhờ thẻ mà số lượng tiền gửi của khách hàng để thanh toán thẻ và số lượng tài khoản của các CSCNT cũng tăng lên. Các tài khoản này sẽ tạo cho ngân hàng một lượng vốn bằng tiền đáng kể, ngân hàng có thể phục vụ các mục đích kinh doanh khác nhằm tối đa hoá lợi nhuận.

- **Đối với nền kinh tế**

Nhờ thành tựu rực rỡ trong lĩnh vực công nghệ thông tin những năm gần đây, lợi ích của việc sử dụng thẻ ngân hàng ngày càng phong phú. Thẻ bắt đầu thể hiện vai trò to lớn của mình trong sự phát triển kinh tế - xã hội. Điều này được thể hiện trên các mặt sau:

Giảm khối lượng tiền mặt trong lưu thông: là một phương tiện thanh toán thay thế tiền mặt, séc..., vai trò đầu tiên của thẻ là làm giảm khối lượng tiền mặt trong lưu thông. ở những nước phát triển, thanh toán tiêu dùng bằng thẻ chiếm tỉ trọng lớn nhất trong tổng số các phương tiện thanh toán, nhờ vậy mà khối lượng cũng như áp lực tiền mặt trong lưu thông giảm đáng kể.

Góp phần minh bạch tài chính, hỗ trợ quản lý vĩ mô của nhà nước: Trong thanh toán thẻ, các giao dịch đều thực hiện qua ngân hàng. Nhờ đó có thể giảm thiểu những tác động tiêu cực của các hoạt động kinh tế ngầm, tăng cường vai trò chủ đạo của Nhà nước trong việc điều tiết nền kinh tế và điều hành các chính sách tài chính quốc gia.

Tăng nhanh khối lượng chu chuyển, thanh toán trong nền kinh tế: Hầu hết mọi giao dịch thẻ trong phạm vi quốc gia hay toàn cầu đều được thực hiện trực tuyến (on-line). Vì vậy tốc độ chu chuyển, thanh toán nhanh hơn nhiều so với những giao dịch qua các phương tiện thanh toán khác như séc, uỷ nhiệm thu, uỷ nhiệm chi. Thay vì thực hiện các

Thực hiện biện pháp "kích cầu" của Nhà nước: Sự tiện lợi mà thẻ mang lại cho người sử dụng, CSCNT, ngân hàng khiến cho ngày càng có nhiều người ưa chuộng sử dụng thẻ, tăng cường chi tiêu bằng thẻ, tạo lập một xu hướng tiêu dùng mới "tiêu dùng trước, trả tiền sau", làm tăng cầu tiêu dùng. Nghĩa là thẻ đã trở thành một công cụ hữu hiệu góp phần thực hiện biện pháp "kích cầu" của nhà nước. Điều này cũng tạo nên một kênh cung ứng vốn hiệu quả của các ngân hàng thương mại.

Hình thành môi trường thương mại văn minh: Thanh toán bằng thẻ là giảm bớt các giao dịch thủ công, tiếp cận với một phương tiện thanh toán hiện đại của thế giới. Do đó sẽ tạo ra một môi trường thương mại văn minh hơn. Đây cũng là một yếu tố thu hút khách du lịch, các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam.

1.2. Nghiệp vụ phát hành thẻ

1.2.1. Khái niệm

Cơ sở pháp lý

Việc phát hành và thanh toán thẻ phải dựa trên cơ sở pháp luật của nước mà thẻ được phát hành, cụ thể là các quy chế về phát hành và thanh toán thẻ do Ngân hàng Nhà nước ban hành. Ngoài ra, nếu ngân hàng triển khai thẻ quốc tế thì việc phát hành và thanh toán thẻ phải được sự đồng ý của tổ chức thẻ quốc tế thông qua hợp đồng ký kết giữa ngân hàng với các tổ chức thẻ quốc tế, đồng thời tuân thủ các luật lệ và quy định hiện hành của các tổ chức thẻ quốc tế.

Dựa trên các cơ sở này, mỗi ngân hàng phát hành sẽ có những quy chế riêng về phát hành và thanh toán thẻ do Tổng Giám đốc ngân hàng quy định.

1.2.2. Quy trình phát hành thẻ

Chủ thẻ tham gia

Trong nghiệp vụ phát hành và thanh toán thẻ gồm nhiều đối tượng tham gia, nhưng cơ bản có các chủ thẻ sau:

- **Ngân hàng phát hành (NHPH)**

Là ngân hàng được Ngân hàng Nhà nước cho phép phát hành thẻ. Nếu ngân hàng phát hành thẻ quốc tế thì phải là thành viên chính thức của các tổ chức thẻ quốc tế. Để việc phát hành thẻ mang lại hiệu quả kinh tế cao, NHPH phải là ngân hàng có uy tín trong nước cũng như quốc tế. NHPH có trách nhiệm:

- Xem xét việc phát hành thẻ cho chủ thẻ, hướng dẫn chủ thẻ cách sử dụng thẻ và các quy định trong quá trình sử dụng thẻ.
- Khấu trừ trực tiếp vào tài khoản chủ thẻ đối với thẻ ghi nợ khi khách hàng thực hiện giao dịch rút tiền tại ATM, đại lý rút tiền hoặc thanh toán tiền mua hàng tại các CSCNT.
- Nếu NHPH thực hiện nghiệp vụ thẻ tín dụng thì còn có trách nhiệm:
 - Thanh toán ngay số tiền trên hoá đơn do ngân hàng đại lý chuyển đến khi ngân hàng này thực hiện đúng thủ tục do NHPH quy định. Ngoài ra còn phải thực hiện cấp phép cho các thương vụ thanh toán vượt hạn mức thông qua trung tâm dữ liệu.
 - Hoàn lại tiền ký quỹ nếu chủ thẻ không sử dụng hết đối với thẻ tiền mặt.
 - Định kỳ lập bảng sao kê ghi rõ các khoản cụ thể đã sử dụng và yêu cầu
 - Cung cấp các vật dụng dùng vào mục đích quảng cáo thẻ cho các đại lý rút tiền và CSCNT của ngân hàng.

- **Ngân hàng thanh toán (NHTT) và ngân hàng đại lý**

NHTT thẻ là các ngân hàng được NHPH uỷ quyền thực hiện nghiệp vụ thanh toán thẻ. Nếu ngân hàng này chấp thuận thanh toán thẻ quốc tế thì phải là thành viên chính thức hoặc liên kết của tổ chức thẻ quốc tế.

Ngân hàng đại lý thanh toán thẻ là ngân hàng được NHTT uỷ quyền thực hiện một số dịch vụ chấp nhận thanh toán thẻ thông qua hợp đồng ngân hàng đại lý.

NHTT có trách nhiệm:

-Trong phạm vi 1 ngày làm việc kể từ khi nhận biên lai thanh toán, phải trả tiền vào tài khoản của CSCNT. Khi việc thanh toán thẻ đúng quy định thì phải làm thủ tục thanh toán ngay với NHPH.

-Có trách nhiệm cung cấp các máy móc thiết bị, các hoá đơn thanh toán và các bảng kê hoá đơn; các tài liệu hướng dẫn cách tiếp cận thẻ, kiểm tra thẻ, các thông báo mới của NHPH về thay đổi hạn mức thanh toán...vv cho CSCNT.

- **Cơ sở chấp nhận thẻ (CSCNT)**

Là các tổ chức hay cá nhân cung ứng hàng hoá dịch vụ chấp nhận thẻ làm phương tiện thanh toán. Sau khi ký hợp đồng, CSCNT phải tuân theo các quy định về thanh toán thẻ của NHTT. CSCNT có trách nhiệm:

- Chỉ tiếp nhận thanh toán các thẻ đúng mẫu do NHTT và NHPH hay Hiệp hội thẻ quy định.
- Chỉ chấp nhận thanh toán thẻ sau khi đã kiểm tra đúng quy định về kỹ thuật an toàn của NHTT và NHPH.
- Sau khi giao hàng hoặc cung ứng dịch vụ theo yêu cầu của chủ thẻ, trong phạm vi số ngày làm việc quy định phải nộp biên lai thanh toán vào NHTT hoặc ngân hàng đại lý để đòi tiền. Để quá hạn, nếu gặp rủi ro trên không chịu trách nhiệm.
- Thường xuyên trưng bày các biểu tượng của NHTT hoặc tổ chức thẻ quốc tế.

- **Chủ thẻ**

Là người được NHPH cấp thẻ để sử dụng. Chủ thẻ là người duy nhất được quyền sử dụng thẻ của mình. Mỗi chủ thẻ được NHPH cấp cho một số PIN. Chủ thẻ có thể sử dụng thẻ của mình để thanh toán tiền hàng hoá, dịch vụ tại các CSCNT và rút tiền mặt tại ATM hoặc điểm ứng tiền mặt. Chủ thẻ có trách nhiệm:

- Bảo quản thẻ không để kẻ khác lấy cắp số hoặc lợi dụng.
- Sử dụng thẻ đúng mục đích theo quy định của NHPH.
- Không giao thẻ và PIN cho người khác, chủ thẻ phải chịu rủi ro khi để xảy ra giả mạo thẻ để rút tiền hoặc thanh toán.
- Có trách nhiệm thanh toán, hoàn trả các khoản tiền đã sử dụng và lãi cho NHPH nếu sử dụng thẻ tín dụng.
- Khi mất thẻ phải báo ngay cho NHPH để kịp thời quản lý.

- **Người chịu trách nhiệm thanh toán**

Áp dụng đối với việc phát hành và thanh toán thẻ tín dụng. Đây có thể là chủ thể chính (nếu là thẻ cá nhân) hoặc tổ chức, công ty xin cấp thẻ (nếu là thẻ do công ty uỷ quyền cho cá nhân sử dụng). Người chịu trách nhiệm thanh toán có nghĩa vụ thanh toán toàn bộ các khoản chi tiêu phát sinh từ việc sử dụng thẻ của chủ thẻ.

- **Trung tâm thẻ**

Là phòng quản lý thẻ trung ương - đại diện của các ngân hàng trong quan hệ đối ngoại trực tiếp về phát hành, sử dụng và thanh toán thẻ với các tổ chức thẻ quốc tế và các ngân hàng khác - chịu trách nhiệm điều hành hoạt động phát hành, cấp phép, tra soát, thanh toán thẻ và quản lý rủi ro; đồng thời là trung tâm phát hành và thanh toán thẻ giữa các chi nhánh trong hệ thống của ngân hàng.

- **Tổ chức thẻ quốc tế**

Là hiệp hội các tổ chức tài chính, tín dụng tham gia phát hành và thanh toán thẻ quốc tế, hiện tại bao gồm tổ chức thẻ Visa, tổ chức MasterCard, công ty thẻ American Express, công ty thẻ JCB.

Nguyên tắc phát hành và thanh toán thẻ

Thẻ tín dụng được phát hành dựa trên nguyên tắc cho vay ngắn hạn. Có nghĩa là, khi chấp nhận phát hành thẻ tín dụng cho khách hàng, ngân hàng cung cấp cho họ một khoản tín dụng ngắn hạn với hạn mức nhất định mà chủ thẻ được phép sử dụng trong chu kỳ tín dụng. Hạn mức tín dụng thẻ của khách hàng nằm trong tổng mức cho vay chung đối với khách hàng, tổng mức cho vay chung này không được vượt quá giới hạn cho vay tối đa của ngân hàng đối với một khách hàng theo quy định của pháp luật. Khi phát hành thẻ, một nguyên tắc quan trọng mà khách hàng phải tuân thủ đó là khách hàng phải có đảm bảo với ngân hàng bằng thế chấp hoặc tín chấp. Nếu dựa vào tín chấp, ngân hàng sẽ xem xét khả năng trả nợ của khách hàng. Còn thế chấp phải bằng tài sản có giá trị tương đương với hạn mức tín dụng mà thẻ được cấp. Tài sản thế chấp của khách hàng thường là tài khoản cá nhân ở ngân hàng hoặc các khoản tiết kiệm có kỳ hạn. Còn đối với các thẻ ghi nợ, thẻ được phát hành trên cơ sở số dư tiền gửi tại ngân hàng.

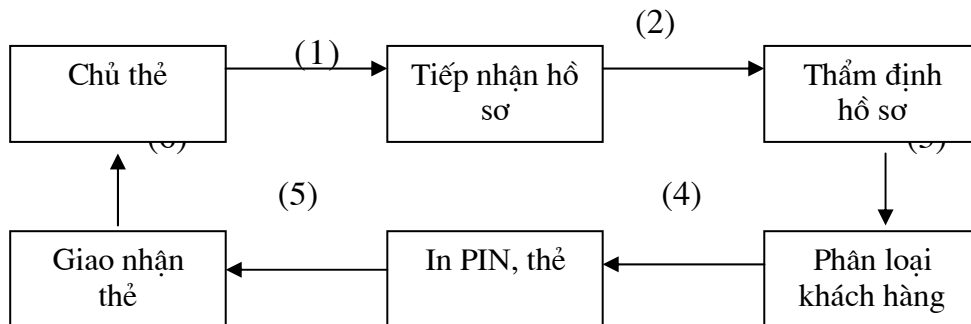
Nguyên tắc của quy trình thanh toán thẻ ngân hàng là ghi nợ trước, ghi có sau. Tùy theo mỗi ngân hàng ở mỗi nước mà có cách hạch toán riêng nhưng đều phải đảm bảo nguyên tắc này.

- **Quy trình nghiệp vụ phát hành thẻ**

Thông thường nghiệp vụ phát hành thẻ tại ngân hàng bao gồm từ việc quản lý và triển khai toàn bộ quá trình phát hành thẻ, sử dụng thẻ cho đến khi thu hồi nợ của khách hàng (đối với thẻ tín dụng). Tất cả các quá trình này đều quan trọng và có một vai trò riêng trong sự phát triển của thẻ thanh toán tại ngân hàng, bao gồm các công việc cụ thể sau:

- Hoạt động thông tin tiếp thị đưa sản phẩm thẻ vào thị trường
- Thiết kế và tổ chức mua thẻ trắng
- Phát hành thẻ: đây được coi là một trong những thao tác nghiệp vụ căn bản nhất để tạo ra được một thành phẩm thẻ của ngân hàng:

Quy trình phát hành thẻ



(1) Khách hàng đến ngân hàng đề nghị được phát hành thẻ

(2) Tiếp nhận hồ sơ phát hành thẻ: Thông thường khi khách hàng muốn phát hành thẻ phải đến ngân hàng để hoàn thành một số thủ tục cần thiết như điền vào giấy đề nghị sử dụng thẻ, xuất trình một số giấy tờ khác như chứng minh thư/hộ chiếu, biên lai trả lương, nộp thuế thu nhập...

(3) Thẩm định lại hồ sơ: Căn cứ vào hồ sơ khách hàng, bộ phận thẩm định tiến hành thẩm tra hồ sơ và ra quyết định chấp thuận phát hành thẻ hoặc từ chối. Ngân hàng thường xem xét lại hồ sơ được lập đúng hay chưa, tình hình tài chính của công ty hay các khoản thu nhập thường xuyên của khách hàng cá nhân trong trường hợp xin cấp

thẻ tín dụng dưới hình thức tín chấp, kiểm tra số dư trên tài khoản khách hàng (đối với thẻ ghi nợ), mối quan hệ tín dụng với khách hàng trước đây (nếu có)... Với những hồ sơ được chấp nhận, ngân hàng sẽ ký hợp đồng với khách hàng.

(4) Phân loại khách hàng: Nếu việc xem xét hồ sơ phát hành thẻ hoàn toàn hợp lệ thì ngân hàng có thể tiến hành phân loại khách hàng. Đối với thẻ ghi nợ thì đơn giản hơn vì khách hàng đã có tài khoản ở ngân hàng. Còn với thẻ tín dụng thì ngân hàng phải tiến hành xếp loại khách hàng để có một chính sách tín dụng phù hợp. Thông thường có 2 loại hạn mức tín dụng theo thẻ vàng và thẻ thường. Hạn mức thẻ vàng thường được cấp cho đối tượng có mức thu nhập cao và ổn định, có quan hệ tốt với ngân hàng. Còn hạn mức cho thẻ thường thấp hơn nhiều so với thẻ vàng, nhưng khách hàng cũng phải thuộc loại đủ tiêu chuẩn mới được cấp thẻ. Hạn mức của thẻ thường được phân thành hạn mức rút tiền mặt và hạn mức thanh toán tiền hàng hoá dịch vụ. Khi chủ thẻ sử dụng hết hạn mức tiền mặt thì dù hạn mức thanh toán tiền hàng hoá dịch vụ vẫn còn nhưng chủ thẻ vẫn không thể rút tiền mặt tại các đại lý rút tiền hay tại các ATM.

(5) In rập nổi thẻ và PIN, đóng gói thẻ: Bằng kỹ thuật riêng của từng NHPH, in rập nổi thông số cần thiết về chủ thẻ lên thẻ như số thẻ, thời gian hiệu lực, mã số ngân hàng... Đồng thời mã hoá và định dạng mã số cá nhân (PIN) cho chủ thẻ. Đóng gói thẻ và PIN vào từng phong bì riêng để gửi cho ngân hàng chi nhánh hoặc trực tiếp đến chủ thẻ.

(6) Giao thẻ cho khách hàng: Trước khi giao thẻ, ngân hàng phải kích hoạt thẻ cho khách hàng. Khi ngân hàng giao thẻ và số PIN thì yêu cầu chủ thẻ phải giữ bí mật về số PIN của mình. Mọi trường hợp mất tiền do để lộ số PIN, chủ thẻ phải chịu trách nhiệm.

- Quản lý thông tin khách hàng, quá trình sử dụng thẻ của khách hàng
- Quản lý thu hồi nợ (nếu phát hành thẻ tín dụng)
- Cung cấp dịch vụ khách hàng
- Tổ chức thanh toán với các đối tác như tổ chức thẻ quốc tế, NHPH, NHTT khác (nếu phát sinh)

Triển khai thẻ thanh toán, ngoài việc hưởng phí phát hành thẻ từ chủ thẻ, NHPH còn được hưởng các khoản phí chiết khấu từ NHTT khi chủ thẻ thực hiện giao dịch thẻ tại

ATM, đại lý rút tiền hoặc các CSCNT. Đây được coi là phần lợi nhuận cơ bản của NHPH. Trên cơ sở những nguồn thu này, các NHPH xây dựng các chính sách như miễn phí phát hành, phát triển các giá trị gia tăng kèm theo, phục vụ khách hàng sau bán... nhằm phát triển số lượng thẻ và tăng doanh thu thanh toán thẻ.

1.3. Nghiệp vụ thanh toán thẻ

Thực tế nghiệp vụ thanh toán thẻ tại các ngân hàng gồm các công việc như sau:

- Xây dựng và quản lý hệ thống thông tin về CSCNT
- Cung cấp trang thiết bị, vật tư phục vụ công tác thanh toán thẻ như ATM, thiết bị cà thẻ...
- Tổ chức đào tạo kiến thức thanh toán thẻ cho CSCNT
- Quản lý hoạt động của mạng lưới CSCNT
- Tổ chức thanh toán các giao dịch tại CSCNT: đây được coi là thao tác nghiệp vụ thanh toán cơ bản, gồm các công việc như sau:

- * Cung cấp dịch vụ khách hàng

- * Cập nhập, đối chiếu và quản lý các khoản thu chi tài chính liên quan đến giao dịch thẻ của khách hàng với các đối tác

1.3.1 Quy trình chấp nhận thẻ:

Khi khách hàng xuất trình thẻ để mua hàng hoá và dịch vụ, các CSCNT phải xem số tiền thanh toán có vượt hạn mức quy định của NHTT hay không. Trường hợp số tiền thanh toán lớn hơn hạn mức thì CSCNT phải xin cấp phép. Mỗi loại dịch vụ khác nhau sẽ có cho một hạn mức thanh toán riêng. Thông thường hạn mức này được đưa ra dựa trên mức độ rủi ro của ngành dịch vụ. Ngành nào có rủi ro cao thì hạn mức càng thấp. Tất cả các tổ chức thẻ quốc tế đều tổ chức hạn mức chung theo kiểu này nhưng tùy loại thẻ mà hạn mức của ngành dịch vụ có khác nhau và sử dụng thống nhất trên toàn thế giới. Xét các loại thẻ quốc tế hiện nay thì thẻ Amex có hạn mức lớn nhất, sau đó là MasterCard, JCB và cuối cùng là Visa. Thông thường CSCNT khi chấp nhận thanh toán thẻ phải thực hiện các công việc sau:

Bước 1: Kiểm tra tính thật giả của thẻ, số thẻ; xác thực chủ thẻ; hạn mức giao dịch có được thanh toán hay phải xin cấp phép

Bước 2: Lập 04 liên hoá đơn thanh toán

Bước 3: Trả lại thẻ cho chủ thẻ cùng một liên hoá đơn thanh toán, CSCNT thanh toán giữ lại một liên hoá đơn để lưu làm chứng từ khi có tranh chấp (thường lưu trong 1 năm), còn 2 liên hoá đơn nộp lại cho NHTT

Bước 4: Lập bảng kê hoá đơn và đề nghị thanh toán. Sau một khoảng thời gian nhất định CSCNT sẽ lập bảng kê cho từng loại thẻ nộp ngân hàng đề nghị thanh toán

1.3.2 Quy trình thanh toán:

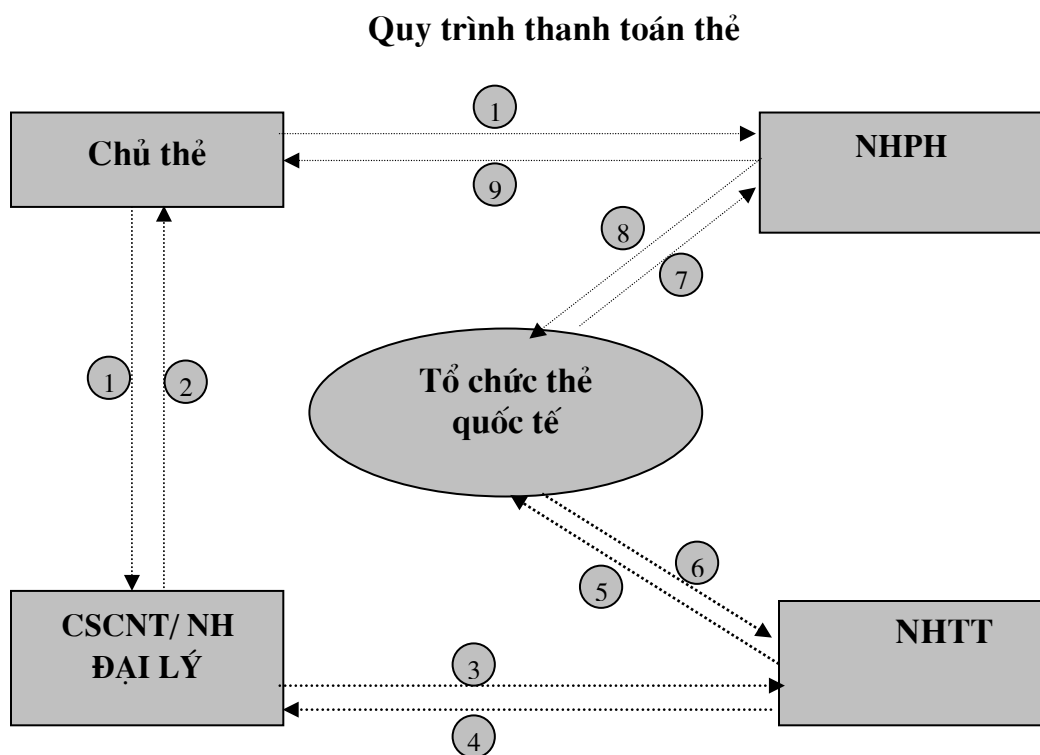
- Trong vòng 5 ngày sau khi phát sinh giao dịch, CSCNT lập hoá đơn và bảng sao kê nộp NHTT hoặc ngân hàng đại lý.

- Tại NHTT: Khi tiếp nhận hoá đơn và bảng kê phải tiến hành kiểm tra tính hợp lệ các thông tin, ghi nợ tài khoản của mình và ghi có tài khoản của CSCNT trong ngày. NHTT tổng hợp dữ liệu gửi đến trung tâm xử lý dữ liệu (trong trường hợp nối mạng trực tiếp), nếu NHTT không được nối mạng trực tiếp thì gửi hoá đơn, chứng từ đòi tiền NHPH.

- Tại trung tâm sẽ tiến hành chọn lọc dữ liệu, phân loại để bù trừ giữa các ngân hàng thành viên.

- NHPH thẻ khi nhận thông tin dữ liệu từ trung tâm sẽ tiến hành thanh toán, nếu có vấn đề tranh chấp đòi tiền cũng phải thực hiện thông qua trung tâm xử lý dữ liệu. Việc thanh toán giữa NHPH và tổ chức thẻ quốc tế được thực hiện qua mạng on-line mất khoảng 10 giây. Còn giữa NHPH, NHTT và các CSCNT có thể thực hiện bằng hai cách, hoặc on-line (thông tin về thẻ được kiểm tra trực tiếp thông tin qua mạng với NHPH) hoặc off-line (kiểm tra tính chính xác của thẻ thông qua việc định dạng mã số bằng máy cà tay).

- Định kỳ hàng tháng NHPH in sao kê và gửi đến chủ thẻ, yêu cầu chủ thẻ thanh toán. Thông thường các ngân hàng yêu cầu chủ thẻ sau 10 ngày kể từ ngày sao kê phải thanh toán toàn bộ chi phí phát sinh cho ngân hàng. Nếu chủ thẻ không thanh toán thì phải chịu một khoản phí trả chậm.



(Hình 1.2)

- (1) Chủ thẻ yêu cầu thanh toán hàng hoá, dịch vụ hoặc rút tiền mặt bằng thẻ.
- (2) CSCNT cung cấp hàng hoá, dịch vụ cho khách hàng.
- (3) Gửi hoá đơn thanh toán thẻ cho NHTT.
- (4) Ghi có vào tài khoản của CSCNT hoặc ngân hàng đại lý.
- (5) Gửi dữ liệu thanh toán tới tổ chức thẻ quốc tế.
- (6) Ghi có cho NHTT.
- (7) Báo nợ cho NHPH.
- (8) Thanh toán nợ cho tổ chức thẻ quốc tế
- (9) Gửi sao kê cho chủ thẻ
- (10) Thanh toán nợ cho NHPH.

Nếu ngân hàng thanh toán thẻ tín dụng nội địa thì bước (5), (6), (8) không có vì khi đó NHTT sẽ trực tiếp báo nợ cho NHPH và xử lý các bước tiếp theo tương tự như sơ đồ trên.

Như vậy NHTT ngoài việc phát triển mạng lưới CSCNT, cần duy trì những mối quan hệ với CSCNT thông qua chính sách thích hợp như dịch vụ hỗ trợ tốt, công tác chăm sóc khách hàng thường xuyên, thực hiện các chương trình khuyến mãi... nhằm thu hút các đơn vị đã và đang đăng ký làm đại lý thanh toán thẻ. Khi đó doanh số giao dịch của chủ thẻ tăng lên, đồng nghĩa với lợi nhuận ngân hàng tăng lên.

1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển thẻ thanh toán tại ngân hàng thương mại

1.4.1. Nhóm nhân tố thuộc về ngân hàng

- **Chính sách phát triển thẻ thanh toán**

Trong xu hướng phát triển và hội nhập như hiện nay thì thẻ là một sản phẩm được các ngân hàng đặc biệt chú trọng. Để phát triển hoạt động này, đầu tiên ngân hàng phải tạo ra nền tảng vững chắc liên quan đến thẻ như hoạch định chính sách vốn và công nghệ đầu tư cho thẻ thanh toán; chính sách phát triển nguồn nhân lực đối với cán bộ thẻ; xây dựng các quy chế, quy trình nghiệp vụ; đặt ra các cơ chế, nguyên tắc cũng như các chính sách đẩy mạnh việc phát triển thẻ thanh toán... Bên cạnh đó ngân hàng phải xây dựng các chiến lược phát triển thẻ thanh toán như chiến lược kinh doanh thẻ, tăng tiện ích cho thẻ; mở rộng mạng lưới hoạt động...vv để có định hướng phát triển trong thời gian tới.

Một trong các chính sách đặc biệt quan trọng thúc đẩy sự phát triển hoạt động thẻ là công tác Marketing và chăm sóc khách hàng, đây cũng là phần tôi chú trọng đề cập trong Chương II và Chương III của luận văn này. Về mặt lý thuyết, Marketing và dịch vụ khách hàng bao gồm toàn bộ các phương thức tìm kiếm khách hàng, giúp họ tiếp cận và lựa chọn hình thức thanh toán thẻ và trở thành khách hàng trung thành của ngân hàng. Do vậy trong quá trình triển khai thẻ thanh toán, ngân hàng phải đặc biệt chú trọng xây dựng các chính sách Marketing tổng thể; thiết kế và phát triển các sản phẩm thẻ mới, tăng cường tính năng thanh toán của thẻ ; chú trọng công tác khuyến khích sản phẩm cũng như tăng cường công tác chăm sóc khách hàng cả trước, trong và sau khi bán hàng ... Vì

- **Mô hình tổ chức**

Một mô hình kinh doanh thẻ phù hợp với thực lực tài chính cũng như chính sách phát triển thẻ của ngân hàng sẽ là động lực quan trọng thúc đẩy hoạt động thẻ phát triển. Có rất nhiều mô hình để ngân hàng nghiên cứu và lựa chọn như Phòng; Trung tâm thẻ; Công ty thẻ... Xu hướng của các ngân hàng trên thế giới là thành lập công ty thẻ hoạt động độc lập, còn tại Việt Nam chủ yếu các ngân hàng thành lập mô hình trung tâm thẻ trực thuộc trung ương quản lý.

- **Công nghệ và tiện ích thẻ:**

Thanh toán thẻ gắn liền với các máy móc thiết bị hiện đại như hệ thống máy chủ theo tiêu chuẩn quốc tế, máy cà thẻ, máy ATM, phần mềm hỗ trợ...vv. Nếu hệ thống máy móc này có trục trặc thì sẽ gây ách tắc trong toàn hệ thống. Vì vậy, nếu triển khai thẻ thanh toán thì ngân hàng phải đảm bảo có vốn để đầu tư một hệ thống công nghệ thẻ hiện đại đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế.

Với đặc trưng là loại công nghệ mới, những NHPH và cấp thẻ càng có nhiều tiện ích thì càng thu hút sự quan tâm sử dụng của khách hàng. Ngoài những chức năng thường có với thẻ ATM như rút tiền, chuyển khoản. Một số thẻ hiện nay còn mở rộng tiện ích thông qua việc cho phép thanh toán hàng hóa. . . Những tiện ích của thẻ không chỉ được tạo ra do NHPH mà còn phụ thuộc rất nhiều vào việc ngân hàng đó có tham gia vào các liên minh thẻ hay không, điều đó cho phép một người nắm giữ thẻ của ngân hàng này cũng có thể rút tiền và thanh toán tiền thông qua máy của các ngân hàng khác.

- **Trình độ cán bộ công nhân viên**

Thẻ thanh toán là nghiệp vụ ngân hàng mới gắn liền với việc ứng dụng công nghệ hiện đại trong hệ thống ngân hàng, do đó đòi hỏi đội ngũ nhân viên thẻ phải có trình độ chuyên môn cao, trình độ máy tính và ngoại ngữ lưu loát để đảm bảo hệ thống thẻ hoạt động ổn định, an toàn và hiệu quả.

1.4.2. Nhóm nhân tố thuộc về khách hàng

- **Thói quen tiêu dùng tiền mặt của dân cư**

Thói quen tiêu dùng tiền mặt càng lớn thì nhu cầu sử dụng và thanh toán thẻ của người dân càng ít. Một thị trường mà người dân vẫn chỉ có thói quen tiêu bằng tiền mặt sẽ không thể là một môi trường tốt để phát triển dịch vụ thẻ. Chỉ khi việc thanh toán được thực hiện chủ yếu qua hệ thống ngân hàng thì thẻ ngân hàng mới có cơ hội mở rộng và phát triển. Đối với Việt Nam đây thực sự là một khó khăn rất lớn vì hiện nay tiêu dùng tiền mặt chiếm khoảng 70-75% tổng khả năng thanh toán trên toàn xã hội.

- **Thói quen giao dịch qua ngân hàng**

Đây là một trong những nhân tố quan trọng ảnh hưởng đến sự phát triển của thẻ ngân hàng. Niềm tin của công chúng vào hệ thống ngân hàng tăng lên sẽ thúc đẩy các hoạt động giao dịch, mở tài khoản thanh toán tại ngân hàng. Thẻ lại là một sản phẩm mới, hiện đại được sử dụng để thay thế các công cụ thanh toán thô sơ như uỷ nhiệm chi, séc... Do đó thẻ sẽ là sự lựa chọn tất yếu của khách hàng khi khách hàng đã có thói quen và nhu cầu giao dịch qua ngân hàng.

- **Thu nhập của người dân**

Thu nhập cao đồng nghĩa với mức sống cao hơn, nhu cầu chi tiêu, mua sắm, du lịch ... cũng đa dạng và phong phú hơn. Khi đó, nhu cầu của con người không chỉ đơn thuần là mua được hàng hoá mà phải mua bán với độ thỏa dụng tối đa. Thẻ ngân hàng là phương tiện hữu hiệu nhất đáp ứng nhu cầu này của họ. Mặt khác, chỉ khi khách hàng có một mức thu nhập tương đối ổn định mới có thể đáp ứng được những điều kiện của ngân hàng khi phát hành thẻ tín dụng hoặc cho phép thấu chi tài khoản thẻ ghi nợ. Khi thu nhập thấp, dù khách hàng có nhu cầu này thì ngân hàng cũng không thể đáp ứng được.

- **Trình độ dân trí**

Trình độ dân trí thể hiện thông qua nhận thức của người dân về thẻ, một phương tiện thanh toán ngân hàng an toàn, nhanh chóng và thuận tiện, để từ đó tìm cách tiếp cận và có thói quen sử dụng thẻ để rút tiền và thanh toán hàng hoá, dịch vụ.

- **Độ tuổi**

Những người lớn tuổi thường ít chấp nhận rủi ro và ít dùng thẻ. Trong khi đó những người ở độ tuổi 18 đến 45 rất dễ dàng chấp nhận mở tài khoản bởi vì ở độ tuổi này, họ

khá nhạy với những sự thay đổi của công nghệ mới và năng động trong việc tìm kiếm những dụng mới phục vụ cho cuộc sống của mình.

1.4.3. Nhóm nhân tố thuộc về cơ quan chức năng

- **Môi trường pháp lý**

Môi trường được xem là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự phát triển của thẻ. Một môi trường pháp lý hoàn thiện, chặt chẽ, đầy đủ hiệu lực mới có thể đảm bảo cho quyền lợi của tất cả các bên tham gia phát hành, thanh toán, sử dụng thẻ.

- **Môi trường kinh tế**

Sự phát triển của hoạt động thẻ cũng như các ngành kinh tế khác phụ thuộc chủ yếu vào sự phát triển của nền kinh tế. Bởi vì phát triển kinh tế gắn liền với tiền tệ ổn định, thu nhập của dân cư tăng lên... Đây chính là điều kiện cơ bản cho việc mở rộng sử dụng thẻ ngân hàng đối với bất kỳ quốc gia nào. Ngược lại việc mở rộng sử dụng thẻ tạo điều kiện cho ổn định tiền tệ và môi trường kinh tế nói chung phát triển, giữa chúng có mối quan hệ nhân quả với nhau.

1.4.4. Nhân tố rủi ro

- ❖ **Các loại rủi ro**

- **Nhìn từ góc độ chung** rủi ro có thể xảy ra là do nguyên nhân:

+ Rủi ro kỹ thuật: trong điều kiện hiện nay khi khối lượng giao dịch và số lượng thẻ đã lên tới con số khổng lồ thì quy trình xử lý đòi hỏi sự hỗ trợ và lệ thuộc rất lớn vào trang thiết bị đặc biệt là thiết bị xử lý tự động. Do vậy trình độ khoa học kỹ thuật, máy móc, trang thiết bị, mạng viễn thông .. tác động rất lớn đến rủi ro.

+ Rủi ro về xã hội : chủ thể là lực lượng chiếm đa số trong các chủ thể tham gia. Do vậy chưa nhận thức hết trách nhiệm , quyền hạn, quy định cũng như những ràng buộc có thể dẫn đến sai sót, vi phạm vô tình hay cố ý gây nên rủi ro cho chính bản thân mình hoặc cho chủ thể khác. Bên cạnh đó, kể cả với đông đảo tầng lớp dân cư không phải là chủ thể cũng có thể gây nên tổn thất, rủi ro cho ngân hàng như làm hư hỏng các trang thiết bị giao dịch tự động đặt tại nơi công cộng như ATM.

+ Rủi ro kinh tế: Thu nhập của người dân chưa cao và chưa ổn định, các cơ chế chính sách về thu nhập cũng như chính sách thuế nhập khẩu thường có những thay đổi, đã

làm ảnh hưởng đến khả năng chi trả của chủ thẻ cũng như hiệu quả của việc đầu tư , đổi mới trang thiết bị ngành thẻ.

+ Rủi ro pháp lý: do lĩnh vực thẻ là mới mẻ đối với Việt Nam nên hệ thống văn bản pháp luật điều chỉnh nó chưa hoàn thiện , dẫn đến tình trạng mỗi ngân hàng , mỗi bộ phận có cách hiểu khác nhau khi xử lý cùng một vấn đề. Đặc biệt trong quan hệ giao dịch hiện nay, các quá trình thực hiện đôi khi có liên quan đến các chủ thẻ nước ngoài. Như vậy, với một vấn đề có thể bị điều chỉnh bởi cả pháp luật nước ngoài , thông lệ quốc tế và luật pháp trong nước. Nếu không nắm bắt được hết các nội dung, các quy phạm điều chỉnh sẽ rất dễ dẫn đến rủi ro.

+ Rủi ro chính trị: Các hệ thống chính trị khác nhau sẽ có tác động đến hệ thống kinh tế khác nhau dẫn đến khả năng có thể xảy ra rủi ro, đặc biệt trong mối quan hệ với nước ngoài hoặc các tổ chức quốc tế. Bất cứ một lệnh cấm nào có hiệu lực đối với các nước có liên quan đều ảnh hưởng và có thể gây nên rủi ro.

➤ **Nhìn từ góc độ các chủ thẻ tham gia** rủi ro có thể xảy ra là do nguyên nhân:

• ***Đối với ngân hàng phát hành:***

+ Rủi ro do sử dụng vượt hạn mức: Khách hàng gian dối, họ cố tình sử dụng thẻ ở các CSCNT khác nhau với mức thanh toán thấp hơn hạn mức thanh toán nhưng tổng hạn mức lại cao hơn hạn mức thanh toán cho phép. Điều này chỉ được phát hiện khi NHTT kiểm tra các hoá đơn do CSCNT gửi đến và ngân hàng có thể chịu rủi ro khi chủ thẻ mất khả năng thanh toán. Chủ thẻ cũng có thể lợi dụng tính chất thanh toán toàn cầu của thẻ để thông đồng với người khác, giao thẻ cho người đó sử dụng ở các nước khác nhau bằng chữ ký giả mạo của chủ thẻ và từ chối thanh toán khi bị NHPH đòi tiền.

+ Rủi ro do sử dụng thẻ báo mất: trong một số trường hợp chủ thẻ thông báo cho NHPH là thẻ đã bị thất lạc, nhưng sau đó lại sử dụng trong thời gian thẻ chưa kịp đưa vào danh sách thẻ cấm lưu hành , chủ thẻ sử dụng bằng cách ký tên trên hóa đơn hơi khác chữ ký trên thẻ. Cũng có trường hợp chủ thẻ thay chữ ký bằng một băng chữ ký trắng và ký lại bằng một chữ ký hoàn toàn khác so với chữ ký cũ, khi thanh toán chủ thẻ sẽ ký bằng chữ ký mới. Như vậy chủ thẻ có thể thoái thác được trách nhiệm thanh toán các thương vụ do

+ Rủi ro do thông tin phát hành giả hoặc chủ thẻ mất khả năng thanh toán: Khi khách hàng có đơn xin phát hành thẻ với các thông tin giả mạo hoặc không đầy đủ. Nếu NHPH thẩm định không kỹ, không phát hiện ra mà vẫn xử lý dựa trên các yêu cầu đó sẽ dẫn đến những rủi ro tổn thất cho ngân hàng. Chủ thẻ mất khả năng thanh toán bởi lý do khách quan như: tai nạn bất ngờ, không còn khả năng làm việc và mất thu nhập.

+ Thẻ giả: là loại rủi ro lớn nhất và nguy hiểm nhất hiện nay mà các tổ chức thẻ rất quan tâm. Đây là trường hợp do tổ chức, cá nhân làm giả căn cứ vào các thông tin có được từ các giao dịch thẻ hoặc từ thẻ đã bị mất cắp, thất lạc. Trường hợp này đặt ra cho các NHPH phải có những biện pháp bảo mật thông tin trên thẻ cũng như các ràng buộc kiểm tra.

+ Chủ thẻ không nhận được thẻ do NHPH gửi: NHPH gửi thẻ cho chủ thẻ bằng đường bưu điện nhưng thẻ bị đánh cắp trên đường gửi. Thẻ bị sử dụng trong khi chủ thẻ chính thức không hay biết gì về việc thẻ đã được gửi cho mình. Nếu không có biện pháp quản lý đảm bảo, NHPH chịu mọi rủi ro đối với các giao dịch được thực hiện trong trường hợp này.

+ Tài khoản của chủ thẻ bị lợi dụng: rủi ro xảy ra trong trường hợp khi đến kỳ phát hành lại thẻ, NHPH nhận được thông báo thay đổi địa chỉ của chủ thẻ và được yêu cầu gửi về địa chỉ mới. Do không kiểm tra tính xác thực của yêu cầu đó nên NHPH đã thực hiện yêu cầu. Thẻ bị sử dụng bởi người khác đồng nghĩa với tài khoản của chủ thẻ bị lợi dụng.

+ Sao chép thông tin tạo băng từ giả: trường hợp này xảy ra khi đơn vị chấp nhận thẻ phối hợp với các tổ chức tội phạm lấy cắp thông tin trên băng từ của thẻ thật sử dụng tại đơn vị mình để tạo ra các thẻ giả. Đây là hình thức lợi dụng rất tinh vi, vô cùng khó phát hiện, gây tổn thất tương đối lớn cho NHPH thẻ.

• ***Đối với ngân hàng thanh toán:***

+ Rủi ro mà NHTT phải chịu do không kịp thời cung cấp danh sách thẻ bị cấm lưu hành cho các CSCNT khi các giao dịch đã được CSCNT thực hiện.

+ NHTT có sai sót trong việc cấp phép chuẩn chi với giá trị thanh toán lớn hơn giá trị cấp phép.

• ***Đối với cơ sở chấp nhận thẻ:***

+ Thanh toán hàng hoá dịch vụ bằng thẻ qua thư, điện thoại: CSCNT cung cấp hàng hoá dịch vụ theo yêu cầu của chủ thẻ qua thư hoặc điện thoại trên cơ sở các thông tin về thẻ như: loại thẻ, số thẻ, ngày hiệu lực, tên chủ thẻ. Trong trường hợp chủ thẻ chính thức không phải là khách hàng đặt mua hàng thì CSCNT bị NHPH từ chối thanh toán. Trường hợp này dễ dẫn đến rủi ro cho CSCNT và NHTT.

+ Lợi dụng qua hoá đơn thanh toán thẻ: Nguyên nhân của rủi ro này là do nhân viên CSCNT đã cố tình in ra nhiều bộ hoá đơn thanh toán của một thẻ, nhưng chỉ giao một bộ hoá đơn cho chủ thẻ ký để hoàn thành giao dịch. Sau đó nhân viên của CSCNT giả mạo chữ ký của chủ thẻ để nộp hoá đơn thanh toán cho NHTT. Trường hợp này dễ dẫn đến rủi ro cho CSCNT hoặc NHTT.

+ Thẻ hết hiệu lực mà CSCNT không phát hiện ra...vv

+ CSCNT quan niệm sai cho rằng mình chỉ chịu trách nhiệm ở phần vượt hạn mức nên đã thanh toán nhiều thương vụ vượt hạn mức tỷ lệ nhỏ mà không xin cấp phép hoặc xin cấp phép đã bị từ chối, nhưng vẫn cứ chấp nhận thanh toán. Thực tế NHTT sẽ từ chối toàn bộ thương vụ chỉ không phải chỉ là phần vượt hạn mức.

• ***Đối với chủ thẻ:***

Thẻ bị mất cắp hay thất lạc và thẻ được sử dụng trước khi chủ thẻ kịp báo cho NHPH để có biện pháp hạn chế sử dụng hoặc thu hồi thẻ. Hoặc có trường hợp sau khi nhận thẻ tín dụng và tính tiền cho khách thì nhân viên tại CSCNT lén quét một lần nữa qua một chiếc máy nhỏ xíu mà khách hàng không hề hay biết. Sau đó họ đưa máy đó cho các tổ chức tội phạm thẻ để làm thẻ giả.

Chính vì vậy, nhằm ngăn chặn các khả năng rủi ro có thể xảy ra cho khách hàng và ngân hàng, các ngân hàng phải có sự quan tâm đúng mức đến công tác quản lý và phòng ngừa rủi ro.

❖ **Quản lý và phòng ngừa rủi ro**

Cùng với xu hướng phát triển của khoa học kỹ thuật, ngày nay các ngân hàng đã biết ứng dụng các công nghệ sản xuất thẻ để đưa đến tay người tiêu dùng các sản phẩm có độ an toàn cao nhất. Trước đây, các ngân hàng phát hành thẻ khắc chữ nổi, đây là loại thẻ mà các thông tin cần thiết đều được khắc nổi trên thẻ. Công nghệ thẻ này hiện nay không được sử dụng nữa vì kỹ thuật sản xuất quá thô sơ, dễ dẫn đến tình trạng gian lận và giả mạo thẻ. Sau một thời gian để đáp ứng yêu cầu bảo mật, các ngân hàng ứng dụng thẻ băng từ, là loại thẻ được sản xuất dựa trên kỹ thuật từ tính với một băng từ chứa hai rãnh thông tin ở mặt sau của thẻ. Thẻ này được sử dụng phổ biến trong vòng 20 năm nay, nhưng nó dễ bị lợi dụng do thông tin trong thẻ không tự mã hoá được nên dễ dàng đọc thẻ bằng thiết bị đọc gắn với máy vi tính. Đồng thời thẻ mang tính thông tin cố định, khu vực chứa thông tin hẹp không áp dụng được các kỹ thuật mã đảm bảo tính an toàn. Do đó trong những năm gần đây đã bị lợi dụng lấy cắp tiền. Xu hướng sắp tới, các ngân hàng sẽ sử dụng thẻ thông minh để thay thế tất cả các loại thẻ nói trên. Loại thẻ này là thẻ điện tử có bộ vi xử lý chip. Đây là thế hệ mới nhất của thẻ, dựa trên kỹ thuật vi xử lý tin học nhồi gắn vào thẻ một “chip” điện tử có cấu trúc như một máy tính hoàn hảo. Thẻ thông minh có nhiều nhóm với dung lượng nhớ của “chip” điện tử khác nhau, nhờ vậy mà nó có đặc điểm an toàn và tính bảo mật cao. Hơn nữa nhờ bộ phận xử lý chip điện tử đã giúp cắt giảm chi phí cho các CSCNT vì tại thời điểm khách hàng thực hiện giao dịch, thông tin về chủ thẻ cũng như việc cập nhật thông tin trên thẻ được thực hiện ngay tại CSCNT. Tuy nhiên, do là một công nghệ mới và có nhiều ưu điểm như vậy nên giá thành cao, hệ thống máy móc chấp nhận loại thẻ này cũng đắt nên sử dụng còn chưa phổ biến như thẻ từ. Việc phát hành và chấp nhận thanh toán thẻ thông minh mới chỉ phổ biến ở các nước phát triển dù các tổ chức thẻ quốc tế vẫn đang khuyến khích các ngân hàng thành viên đầu tư để phát hành và chấp nhận loại thẻ này nhằm làm giảm tỷ lệ rủi ro do giả mạo thẻ. Trên thực tế, tổ chức thẻ Visa quốc tế quy định các ngân hàng phải phát hành và thanh toán thẻ thông minh kể từ năm 2008.

Bên cạnh việc ứng dụng các loại thẻ an toàn và bảo mật cao, để phòng ngừa và hạn chế rủi ro mỗi ngân hàng phải thực hiện đúng quy chế, quy trình phát hành và thanh toán thẻ. Các quy định này được các ngân hàng ban hành dựa trên quy tắc tiêu chuẩn của các

tổ chức thẻ quốc tế, quy định của mỗi quốc gia và tình hình thực tế ở từng ngân hàng. Ngoài ra, khi đã là thành viên chính thức của một tổ chức thẻ quốc tế, các ngân hàng có điều kiện tham gia vào hệ thống xử lý, trao đổi thông tin và quản lý rủi ro trên phạm vi toàn cầu thông qua một hệ thống mạng trực tuyến hoạt động có hiệu quả. Đó là chưa kể đến các chương trình tập huấn, dịch vụ hỗ trợ, đào tạo nghiệp vụ mà tổ chức thẻ quốc tế thực hiện đối với các thành viên của mình. Nhưng vấn đề cơ bản vẫn là ở nâng cao nhận thức của từng chủ thể tham gia nghiệp vụ phát hành và thanh toán thẻ, cụ thể:

➤ **Về phía ngân hàng**

- Tuân thủ các quy định và tham gia chương trình quản lý rủi ro của các tổ chức thẻ quốc tế.
- Sử dụng các biện pháp kỹ thuật và nghiệp vụ phù hợp để phòng ngừa rủi ro cho tất cả các chủ thể tham gia vào quá trình phát hành, sử dụng và thanh toán thẻ.
- Tuân thủ các quy định về cho vay phát hành thẻ thế chấp, bảo lãnh, cầm cố.
- Thực hiện việc thẩm định khách hàng và CSCNT chính xác.
- Thành lập trung tâm cấp phép cho chủ thẻ và CSCNT.
- Phối hợp giữa các ngân hàng trong quá trình xử lý thông tin về thẻ.
- Phối hợp với các cơ quan pháp luật trong nước và quốc tế trong phòng chống tội phạm giả mạo thẻ.

➤ **Về phía chủ thẻ**

- Tuân thủ tất cả các quy định trong hợp đồng sử dụng thẻ.
- Nắm vững cách sử dụng thẻ, lưu hoá đơn, thanh toán sao kê, thủ tục khiếu nại...
- Thực hiện tốt việc bảo mật thẻ, liên hệ ngay với NHPH khi có mất cắp, thất lạc thẻ hay thay đổi về địa chỉ liên lạc.

➤ **Về phía CSCNT**

- Tuân thủ các quy định về chấp nhận, thanh toán thẻ của ngân hàng.
- Nắm vững cách phân biệt thẻ thật, giả; thủ tục thanh toán với ngân hàng; thường xuyên xem danh sách thẻ đen NHTT cập nhật.
- Thực hiện quy định về tra soát, khiếu nại, tranh chấp.
- Quản lý, giáo dục đội ngũ nhân viên..

KẾT LUẬN: Trong chương 1, tôi đã hệ thống và phân tích đánh giá về vai trò, chức năng, lợi ích của thẻ ngân hàng cũng như những nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của thẻ thanh toán trên phương diện lý thuyết. Đồng thời mô tả khái quát quy trình phát hành, thanh toán thẻ chung nhất hiện đang áp dụng. Thông qua nội dung chương 1, có 3 vấn đề nổi bật

- Thẻ ngân hàng là một phương thức thanh toán mang lại lợi ích cho rất nhiều đối tượng chủ thẻ, ngân hàng... Trong nền kinh tế hội nhập ngày nay thì sử dụng thẻ ngân hàng là một xu hướng tất yếu.

- Thẻ thanh toán ngân hàng bao gồm rất nhiều công đoạn từ việc quản lý và triển khai toàn bộ quá trình phát hành thẻ, sử dụng thẻ và thanh toán thẻ cho đến khi thu hồi nợ của khách hàng (đối với thẻ tín dụng).

- Hoạt động Marketing và chăm sóc khách hàng, mô hình tổ chức, hệ thống công nghệ của ngân hàng, tiện ích của thẻ, yếu tố rủi ro, cũng như môi trường pháp lý, kinh tế là những nhân tố then chốt tác động đến sự phát triển của nghiệp vụ phát hành và thanh toán thẻ của một ngân hàng.

Để tìm hiểu rõ tình hình thẻ thanh toán của ngân hàng Công thương Việt Nam , trong những chương sau chương ta sẽ nghiên cứu hoạt động thanh toán thẻ của Ngân hàng Công thương 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 phát triển thẻ thanh toán của Ngân hàng Công thương trong thời gian tới.

CHƯƠNG II

THỰC TRẠNG THẺ THANH TOÁN

TẠI NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM

2.1 Nhận định chung về các ngân hàng tại Việt Nam có hoạt động thẻ

Trước khi ta đi vào phân tích cụ thể thực trạng hoạt động thẻ của Incombank ta nên có những nhận định chung về các ngân hàng ở Việt Nam có kinh doanh dịch vụ thẻ.

*** ATM:**

- Vietcombank hiện là ngân hàng đầu tiên ở Việt Nam triển khai dịch vụ thẻ, hiện đang dẫn đầu trên thị trường về số lượng thẻ ATM phát hành, số lượng ATM lắp đặt, số chủng loại sản phẩm và dịch vụ thẻ cũng như số lượng cơ sở chấp nhận thẻ. Thường xuyên có những đợt miễn phí phát hành thẻ.

- ACB là ngân hàng có thế mạnh về các sản phẩm tín dụng quốc tế, tín dụng nội địa, Visa Electron và đặc biệt là mạng lưới chấp nhận thanh toán.

- Ngân hàng Đông Á đang nổi lên như một ngân hàng tiên phong trong việc cung cấp các chức năng, tiện ích mới của ATM như gửi tiền qua ATM, đang hướng tới máy ATM như một ngân hàng tự động, thường xuyên có nhiều chương trình quà tặng và giảm giá...

- Agribank nỗ lực không ngừng trong việc gia nhập thị trường thẻ như khuyến mãi số dư ATM, là thành viên sáng lập Banknet

- Một số ngân hàng thương mại cổ phần khác Techcombank, TMCP quân đội, Habubank, VIB, Phương Nam, Phương Đông, Chohung Vinabank... kết nối vào hệ thống ATM của Vietcombank, phát hành thẻ ATM với thương hiệu của ngân hàng và trích phí phát hành cho Vietcombank với mục tiêu chiếm lĩnh và khai thác tối đa nguồn khách hàng của mình.

- Hệ thống VNBC với 4 ngân hàng thành viên : Đông Á, Sài gòn Công thương, Habubank, Ngân hàng phát triển nhà đồng bằng sông cửu long. Hệ thống này đã kết nối thành công với tập đoàn China Union Pay (CUP) qua ATM và POS

*** Thẻ tín dụng quốc tế:**

Các ngân hàng thanh toán trực tiếp thẻ TDQT Visa, Mastercard: VCB, Incombank, ACB, Eximbank, Sacombank, ngân hàng ANZ, ngân hàng HSBC, ngân hàng Indovina, ngân hàng UOB và các ngân hàng nước ngoài... Riêng VCB là ngân hàng duy nhất tại Việt Nam thanh toán trực tiếp thẻ American, Express, JCB, Dinner Club.

2.2. Tổng quan về Incombank**2.2.1. Giới thiệu chung về Incombank**

Ngân hàng Công thương Việt nam (Incombank) được đánh giá là một trong 4 ngân hàng thương mại quốc doanh lớn nhất Việt nam. Chính thức thành lập lại năm 1996, sau khi tách ra từ Ngân hàng Nhà nước, đến nay Incombank đã có trụ sở chính đặt tại Hà nội, văn phòng đại diện tại TP Hồ Chí Minh, văn phòng đại diện ở miền Trung, 2 sở giao dịch, 130 chi nhánh và trên 700 điểm giao dịch tại các tỉnh, thành phố trên toàn quốc. Ngoài ra Incombank còn bao gồm các đơn vị sự nghiệp là Trung tâm đào tạo, Trung tâm công nghệ thông tin và các đơn vị thành viên như Công ty cho thuê tài chính, Công ty chứng khoán, Công ty Quản lý và khai thác tài sản. Đến 30/6/2006 đã có 21 điểm giao dịch mẫu hoàn thành và đưa vào hoạt động, 48 điểm giao dịch mẫu được duyệt đang triển khai thiết kế và thi công.

Với vị thế là một trong những ngân hàng thương mại đi đầu trong việc ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ hiện đại vào hoạt động ngân hàng nhằm cung cấp các sản phẩm dịch vụ tốt nhất cho khách hàng, Incombank là ngân hàng đầu tiên mở trang Website nhằm cung cấp thông tin và các tiện ích liên lạc phục vụ kinh doanh của Incombank và khách hàng. Hơn thế, Incombank còn là một trong những thành viên sáng lập các tổ chức tài chính - tín dụng như Indovina, Sài gòn Công thương ngân hàng, Công ty cho thuê tài chính quốc tế VILC và Công ty liên doanh Bảo hiểm Châu á. Hoà chung với xu hướng hội nhập với bạn bè quốc tế, Incombank hiện đang là thành viên chính thức của Hiệp hội các Ngân hàng Châu á, Hiệp hội Phát hành và thanh toán thẻ Visa Master, Hiệp hội tài chính viễn thông liên ngân hàng toàn cầu. Tính đến nay Incombank đã thiết lập quan hệ đại lý với 735 ngân hàng của 60 quốc gia trên toàn thế giới.

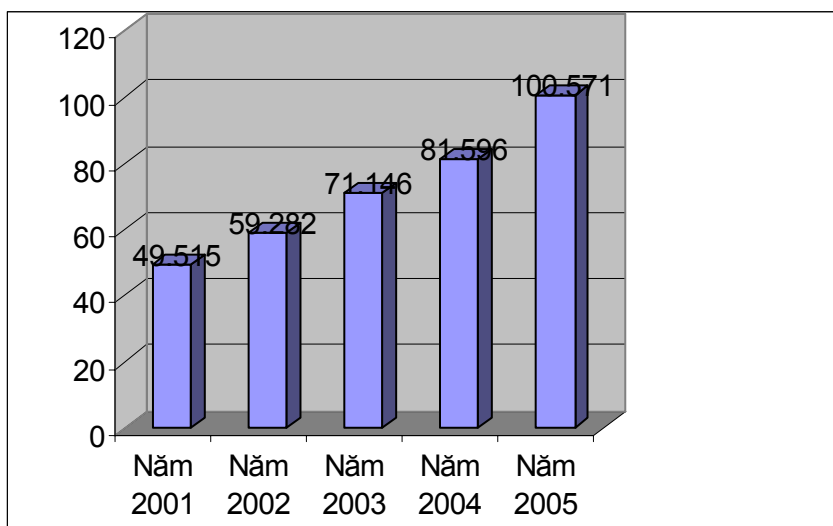
Bảng 2.1: Các chỉ số tăng trưởng của Incombank đv: tỷ đồng

Năm	2001	2002	2003	2004	2005
Vốn huy động	49.515	59.282	71.146	81.596	100.571
Tổng tài sản	58.336	67.980	80.887	90.734	116.773
Lợi nhuận ròng	153	175	205	206	403

(Nguồn: Báo cáo thường niên của Incombank 2000-2005)

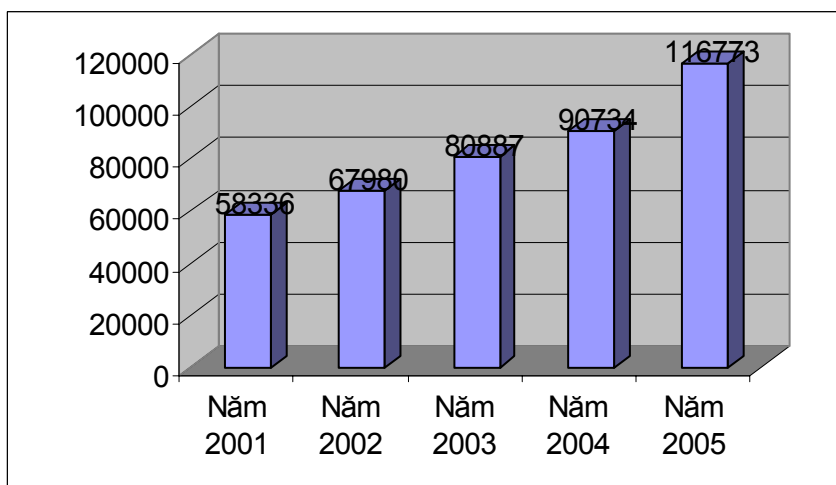
Để có bức tranh toàn cảnh về hoạt động của Incombank trong 5 năm qua, ta sẽ phân tích khái quát chỉ tiêu cụ thể sau:

- **Đánh giá tốc độ tăng trưởng vốn huy động**

Biểu đồ tăng trưởng vốn huy động đv: tỷ đồng**(Hình 2.1)**

Sau 5 năm, tổng vốn huy động của Incombank đã tăng lên gấp hơn 2 lần, từ 49.515 tỷ năm 2001 lên đến 100.571 tỷ năm 2005. Điều này khẳng định sự lớn mạnh không ngừng của Incombank trong thời gian qua.

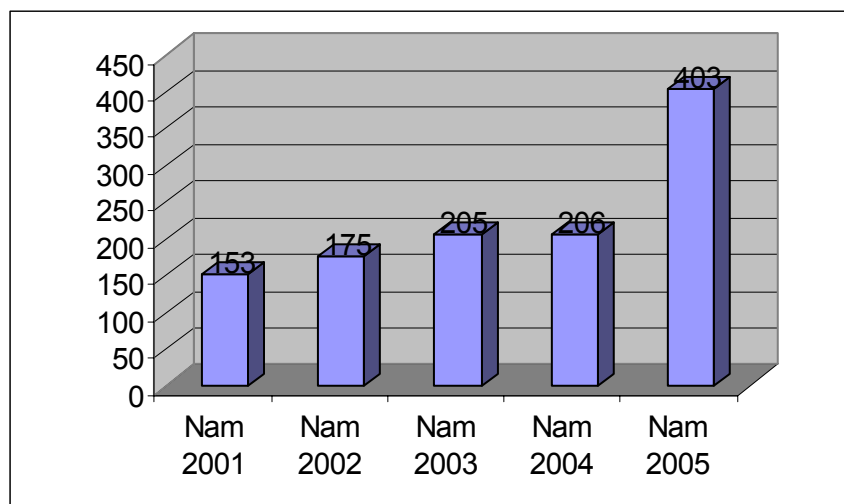
- **Đánh giá tốc độ tăng trưởng tổng tài sản**

Biểu đồ tăng trưởng tổng tài sản**đv: tỷ đồng****(Hình 2.2)**

Năm 2001 tổng tài sản của Incombank là 58.336 tỷ đồng, cuối năm 2005 tăng lên gấp đôi là 116.773 tỷ đồng. Yếu tố này khẳng định sự phát triển không ngừng của Incombank trong thời gian qua

- **Đánh giá tốc độ tăng trưởng lợi nhuận ròng**

Thông thường lợi nhuận là yếu tố quan trọng cuối cùng khẳng định quy mô, vị thế của một ngân hàng.

Biểu đồ tăng trưởng lợi nhuận ròng**đv: tỷ đồng****(Hình 2.3)**

Nhìn biểu đồ thấy rõ sự phát triển vượt bậc của Incombank, lợi nhuận ròng từ 153 tỷ đồng năm 2001 đã tăng hơn 2 lần sau 5 năm. Nỗ lực này không chỉ của Ban lãnh đạo Incombank cùng tập thể cán bộ công nhân viên mà còn phải kể đến các đối tác và khách hàng trung thành của Incombank trong suốt chặng đường vừa qua.

Trong quá trình hình thành và phát triển, Incombank không ngừng cải tiến các sản phẩm mới nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng tốt nhất. Trong tương lai không xa, khách hàng có thể sử dụng các sản phẩm ngân hàng tiên tiến nhất như hệ thống thanh toán điện tử 24/24h, dịch vụ ngân hàng Internet, dịch vụ ngân hàng tại nhà, ngân hàng điện thoại, bán lẻ ...vv. Suốt những năm qua, Incombank luôn đạt tốc độ tăng trưởng cao và bền vững. Với uy tín cao trong và ngoài nước, ngày càng có nhiều doanh nghiệp, gia đình, cá nhân ...vv đến với Incombank.

2.2.2. Quá trình phát triển thẻ thanh toán Incombank

Sau nhiều nỗ lực nghiên cứu nhằm đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ, năm 1997 Incombank tham gia vào thị trường thẻ với tư cách là đại lý thanh toán thẻ Visa và MasterCard thông qua ngân hàng UOB Thành phố Hồ Chí Minh. Tại thời điểm này thị trường thẻ Việt nam bắt đầu sôi động với sự tham gia của một số ngân hàng cổ phần và nước ngoài nên việc mở rộng các CSCNT trở nên rất khó khăn. Bằng các chính sách Marketing mềm dẻo, Incombank đã nỗ lực hết mình để mở rộng mạng lưới CSCNT của riêng mình, đáp ứng nhu cầu khách hàng sử dụng và thanh toán thẻ tại một số tỉnh thành quan trọng như Hà nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hải Phòng...vv.

Năm 1999 Incombank trở thành thành viên chính thức của tổ chức thẻ Visa và đồng thời trở thành ngân hàng thanh toán thẻ tín dụng. Thời điểm này đánh dấu chặng đường phát triển mới của dịch vụ thẻ Incombank trong quá trình hiện đại hoá và hội nhập quốc tế với việc triển khai thêm nhiều đại lý rút tiền mặt và CSCNT ở nhiều tỉnh thành trên toàn quốc.

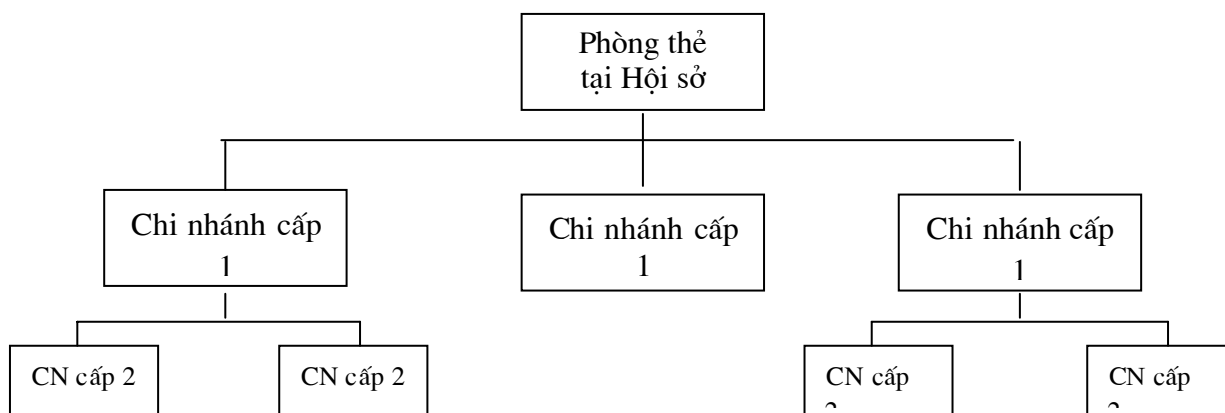
Năm 2001, sau nhiều nỗ lực nghiên cứu thị trường và đầu tư công nghệ hiện đại, Incombank là ngân hàng đầu tiên khai trương hệ thống thẻ ATM hiện đại và có quy mô lớn nhất Việt Nam.

Incombank trở thành thành viên chính thức của tổ chức thẻ MasterCard cuối năm 2002. Đây là cơ hội thuận lợi để Incombank chính thức phát hành thẻ tín dụng quốc tế Visa, MasterCard vào cuối năm 2004 với 2 loại thẻ vàng và thẻ chuẩn. Sau hơn 1 năm triển khai đã có 1.241 thẻ tín dụng được phát hành với doanh số hơn 1.2 tỷ đồng/tháng. Trong năm 2004 thẻ CashCard của Incombank phát hành trên công nghệ thẻ CHIP lần đầu tiên xuất hiện tại Việt Nam.

Hiện nay Incombank đang tích cực đa dạng hoá các loại thẻ ghi nợ, tín dụng bằng cách xúc tiến liên kết với các công ty hàng không, taxi, siêu thị, mỹ phẩm...vv để đưa sản phẩm mới vào thị trường. Đồng thời bắt đầu tiếp cận với các tổ chức thẻ quốc tế như Amex, JCB... để nhanh chóng phát triển các thương hiệu thẻ nói trên trong thời gian sớm nhất.

2.2.3. Mô hình tổ chức kinh doanh thẻ tại Incombank

Mô hình tổ chức hoạt động thẻ tại Incombank



(Hình 2.4)

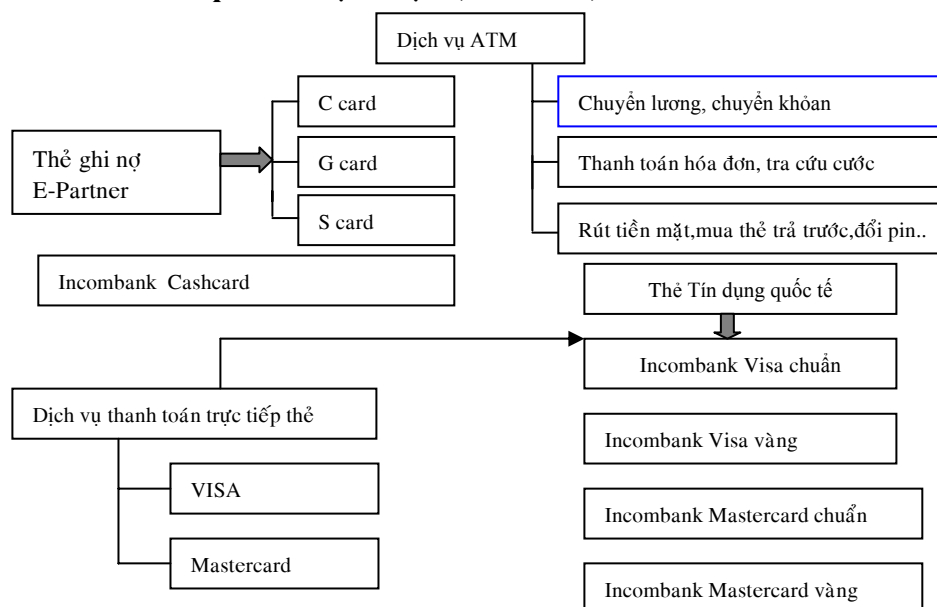
- **Phòng thẻ:** trực thuộc trụ sở chính ở Hà Nội được thành lập theo quyết định của Tổng giám đốc Incombank, bao gồm các bộ phận kỹ thuật và nghiệp vụ chịu trách nhiệm tổ chức phát hành, thanh toán và quản lý thẻ trên toàn hệ thống Incombank. Nhiệm vụ chủ yếu của Phòng thẻ:
 - Nghiên cứu, phân tích thị trường và khả năng nguồn lực của Incombank để xây dựng chính sách, mục tiêu và kế hoạch phát triển kinh doanh trên cả 2 lĩnh vực phát hành và thanh toán thẻ.

- Ban hành các văn bản hướng dẫn thực hiện triển khai công tác phát hành và thanh toán thẻ trong toàn hệ thống Incombank. Xây dựng quy trình vận hành của các nghiệp vụ thẻ tại Phòng.
 - Nghiên cứu thị trường thẻ, xây dựng kế hoạch Marketing cho các dịch vụ thẻ của Incombank. Thực hiện các hoạt động Marketing trực tiếp và các dịch vụ hỗ trợ để thu hút khách hàng và CSCNT. Nghiên cứu các phương án phối hợp với các CSCNT trong việc cung cấp các tiện ích và các chính sách khuyến mãi cho chủ thẻ.
 - Thực hiện và kiểm soát các nghiệp vụ phát hành và thanh toán thẻ. Tổ chức quản lý và giám sát hoạt động của các CSCNT. Thực hiện các chương trình đào tạo, tập huấn về nghiệp vụ thẻ cho các cán bộ thẻ tại chi nhánh.
 - Tổng hợp các báo cáo về hoạt động phát hành, thanh toán thẻ của các chi nhánh, đại lý, CSCNT.
 - Quản lý các thông tin liên quan đến rủi ro thanh toán và phát hành theo quy định của Incombank, phù hợp với các quy định của các tổ chức thẻ quốc tế.
 - Quản lý và vận hành hệ thống máy móc và thiết bị liên quan đến hoạt động phát hành và thanh toán thẻ. Xây dựng quy chế phối hợp với các đối tác, chi nhánh trong việc xử lý những trục trặc, hỏng hóc... đảm bảo tính liên tục của hệ thống.
- **Chi nhánh cấp 1:** thực hiện chức năng kinh doanh, điều phối hoạt động của các chi nhánh cấp 2 và các phòng giao dịch, điểm giao dịch mẫu.. Chi nhánh có trách nhiệm:
- Chủ động phát triển đại lý phát hành và thanh toán thẻ. Trực tiếp làm công tác tiếp thị và Marketing khách hàng trên địa bàn chi nhánh quản lý.
 - Đầu mối tiếp nhận hồ sơ khách hàng và chuyển tiếp lên Phòng thẻ trung ương để phát hành thẻ cho khách hàng.
 - Quản lý và bảo quản ATM, thiết bị thanh toán thẻ tại các CSCNT chi nhánh quản lý.
 - Định kỳ đề xuất nhu cầu về số lượng máy ATM, thiết bị thanh toán thẻ và các vật tư phục vụ hoạt động của các thiết bị này lên Phòng thẻ trung ương để có kế hoạch phát triển tổng thể trên toàn hệ thống Incombank.

2.3 Thực trạng thẻ thanh toán tại Incombank:

Hiện nay Incombank có rất nhiều sản phẩm thẻ đa dạng theo mô hình dưới đây

2.3.1 Mô hình sản phẩm -dịch vụ (Hình 2.5)



2.3.2 Thẻ ghi nợ E-partner:

- Quy trình phát hành:

Thẻ Incombank là hệ thống quản lý tập trung tại Phòng thẻ Trung ương. Trong những năm qua, nhằm thực hiện tốt các chính sách chăm sóc khách hàng và giảm bớt khối lượng công việc tập trung tại Phòng thẻ, các chi nhánh đã được trang bị màn hình "máy trạm Mosaic" để chi nhánh có thể theo dõi, kiểm tra tình hình sử dụng thẻ ghi nợ **E-partner** của khách hàng. Quy trình phát hành thẻ ghi nợ E-partner cho khách hàng được thực hiện theo các bước sau:

Bước 1: Khách hàng điền thông tin cá nhân và "Giấy yêu cầu sử dụng thẻ".

Bước 2: Nhân viên ngân hàng tại chi nhánh thẩm tra hồ sơ khách hàng, nếu đồng ý cho mở thẻ thì nhập thông tin vào hệ thống để gửi dữ liệu lên Phòng thẻ Trung ương.

Bước 3: Phòng thẻ in PIN, thẻ và gửi cho chi nhánh để trả thẻ cho khách hàng.

Ưu điểm của quy trình này là Phòng thẻ có thể kiểm soát chặt chẽ vật tư, thiết bị, hạch toán kế toán tập trung tại Phòng thẻ, các thao tác in PIN và thẻ được thực hiện an toàn. Tuy nhiên nhược điểm lớn nhất của nó là thời gian khách hàng nhận được thẻ lâu, nhất là khi phát hành tại những chi nhánh ở khu vực phía Nam thì phải mất 4-5 ngày mới

- **Các sản phẩm thẻ ghi nợ E-partner :**

Thẻ **E-partner** được thiết kế trên công nghệ từ tính tiên tiến hàng đầu thế giới với độ bảo mật cao.

Thẻ **E-partner** là thẻ ghi nợ, trước đây là thẻ ATM, chỉ dùng để rút tiền mặt và chuyển khoản tại các máy rút tiền tự động của Incombank trên phạm vi toàn quốc. Vì vậy, nhằm nâng cao lợi thế cạnh tranh cho các sản phẩm — dịch vụ thẻ của Incombank trên thị trường cũng như hỗ trợ hiệu quả cho công tác Marketing thẻ, nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng, vào 5/2006 Incombank đã nghiên cứu phát triển thành công dịch vụ thanh toán trực tuyến bao gồm thanh toán cước phí (Bưu điện Thành phố Hồ Chí Minh, Bưu điện Hà Nội) và mua sắm thẻ viễn thông trả trước (Internet card, Internet phone card, Mobilphone, Vinaphone... thanh toán trực tuyến qua ATM. Và vào tháng 8/2006 Incombank đã nghiên cứu phát triển thành công chức năng ghi nợ thẻ ATM, đánh dấu một bước ngoặt phát triển của thẻ Incombank- Thẻ ghi nợ Incombank với tên gọi **E-partner**.

Tiện ích ghi nợ cho phép chủ thẻ thực hiện giao dịch thanh toán hàng hoá, dịch vụ qua thẻ tại các cơ sở chấp nhận thẻ của Incombank bao gồm chuỗi siêu thị, nhà hàng, khách sạn, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng sách, văn phòng phẩm, khu vui chơi giải trí, phục vụ đại đa số người tiêu dùng.

Việc khai trương dịch vụ thanh toán tiền hàng hoá, dịch vụ qua thẻ **E-partner** mở ra một giai đoạn phát triển mới của sản phẩm thẻ ATM nói riêng và các sản phẩm - dịch vụ thẻ Incombank nói chung. Khi thực hiện thanh toán hàng hoá tại CSCNT, chủ thẻ sẽ thực hiện quét thẻ tại thiết bị thanh toán, nhập mã PIN của mình. Hệ thống sẽ kết nối trực tuyến đến Incombank, kiểm tra số dư tài khoản của chủ thẻ, và xác nhận thanh toán nếu tài khoản chủ thẻ còn đủ số dư thanh toán. Với tiện ích này, chủ thẻ Incombank trước mắt có thể thanh toán tại hơn 1.000 điểm đặt máy thanh toán thẻ (EDC) có sẵn của Incombank. Tiếp đó, Incombank sẽ tập trung đẩy việc triển khai mở rộng mạng lưới điểm chấp nhận thẻ trên phạm vi toàn quốc.

Như vậy, đến nay với những tiện ích vượt trội như: chi lương qua tài khoản thẻ đối với doanh nghiệp, thanh toán hàng hoá dịch vụ, thanh toán hoá đơn; mua thẻ viễn thông Mobiphone, Vinaphone, Internet tại ATM với giá cạnh tranh; rút tiền đến 1 tỷ đồng, chuyển khoản miễn phí trong hệ thống trong hạn mức cho phép, chuyển khoản đến 100 triệu đồng, tặng bảo hiểm chủ thẻ, gửi tiền vào miễn phí từ bất kỳ chi nhánh nào của Incombank trên toàn quốc kể cả người gửi không phải là chủ thẻ, rút tiền miễn phí trong hạn mức tối đa của thẻ, tra cứu thông tin miễn phí : thông tin tài khoản, dịch vụ tìm máy ATM qua hệ thống tin nhắn 997, tặng Cẩm nang mua sắm Vàng với hàng trăm địa chỉ ưu đãi dành cho giới trẻ tại các trung tâm giáo dục, siêu thị, nhà hàng, chăm sóc sắc đẹp (khác biệt chưa từng có : Tập đoàn khách sạn Accor, Victoria; Hanoi Club, Trung tâm chăm sóc sắc đẹp: Shiseido, Naris, Vichy... Và tại nhiều trung tâm vui chơi giải trí khác..) dịch vụ thẻ Incombank đã trở thành phương tiện thanh toán hoàn hảo, trở thành người bạn không thể thiếu của mọi người dân Việt Nam cũng như khách quốc tế đến Việt Nam.

Trong quá trình sử dụng thẻ, số dư trên tài khoản khách hàng được hưởng lãi suất không kỳ hạn theo quy định của Incombank trong thời kỳ. Với hạn mức rút tiền linh hoạt, hạn mức chuyển khoản lớn, mức phí dịch vụ cạnh tranh và chức năng của ATM phong phú, thẻ ghi nợ **E-partner** Incombank hiện đang là sản phẩm có tính cạnh tranh nhất trên thị trường. Kể từ ngày 31/8/2006 tất cả các sản phẩm thẻ ghi nợ Incombank được phát hành sẽ có nhãn hiệu **E-partner**.

Các mẫu thẻ hiện nay của Incombank

C - Card: Hiện đang tồn tại song song 2 mẫu như sau:



G - Card: Hiện đang tồn tại song song 2 mẫu thẻ



S - Card: Hiện đang tồn tại song song 2 mẫu thẻ



Incombank chú trọng phát triển sản phẩm thẻ dành cho từng đối tượng khách hàng, với những sự khác biệt sau:

	G card	C card	S card
Số lần rút tối đa/ ngày	10	5	5
Hạn mức rút tiền/lần	2.000.000đ	2.000.000đ	1.000.000đ
Số tiền rút tối đa trong ngày	20.000.000đ	10.000.000đ	5.000.000đ
Chuyển khoản tối đa trong ngày	100.000.000đ	100.000.000đ	100.000.000đ
Chuyển khoản miễn phí trong ngày	10.000.000đ	10.000.000đ	5.000.000đ

Số tiền rút tối đa tại quầy	40.000.000đ	40.000.000đ	10.000.000đ
Số dư tối thiểu trong tài khoản thẻ	1.000.000đ	50.000đ	50.000đ
Thu phí			
+ Thường niên : đóng mỗi năm	69.000đ	39.000đ	29.000đ
+ 1 lần duy nhất cho 3 năm	200.000đ	90.000đ	70.000đ
Bảo hiểm tai nạn con người 1 năm kể từ khi phát hành thẻ	20.000.000đ		5.000.000đ

* *E-partner G Card* : Thẻ dành cho khách hàng VIP với sự sang trọng vượt trội, dành cho các nhà quản lý, lãnh đạo, doanh nhân. Với thẻ G-Card, vị thế của quý khách hàng dễ dàng được nhận ra dù bất cứ nơi nào.

* *Thẻ E-partner C Card* : dành cho khách hàng trung lưu, cán bộ nhân viên. Đây là loại thẻ ghi nợ chuẩn áp dụng chung với mọi đối tượng khách hàng. Hạn mức thẻ cực kỳ phù hợp cho các Cán bộ nhân viên, thương nhân, doanh nghiệp sử dụng dịch vụ chi lương qua tài khoản thẻ mang tới cho quý khách hàng những dịch vụ sang trọng và vượt trội.

* *Thẻ E-partner S-Card*: thông qua E-partner S-Card Incombank mong muốn bày tỏ sự quan tâm tới các bạn trẻ, các bạn sinh viên và học sinh còn trên ghế nhà trường.

Thẻ phụ: là thẻ phát hành trên cùng một tài khoản của chủ thẻ G - Card, S - Card hoặc C - Card. Khách hàng sử dụng thẻ phụ được rút tiền tối đa 3 lần/ngày; hạn mức rút tiền của thẻ này tối đa 1 triệu/lần. Đối tượng sử dụng thẻ phụ có quan hệ vợ, chồng, con hoặc cùng gia đình với chủ thẻ chính.

- **Số lượng thẻ ghi nợ E-partner phát hành**

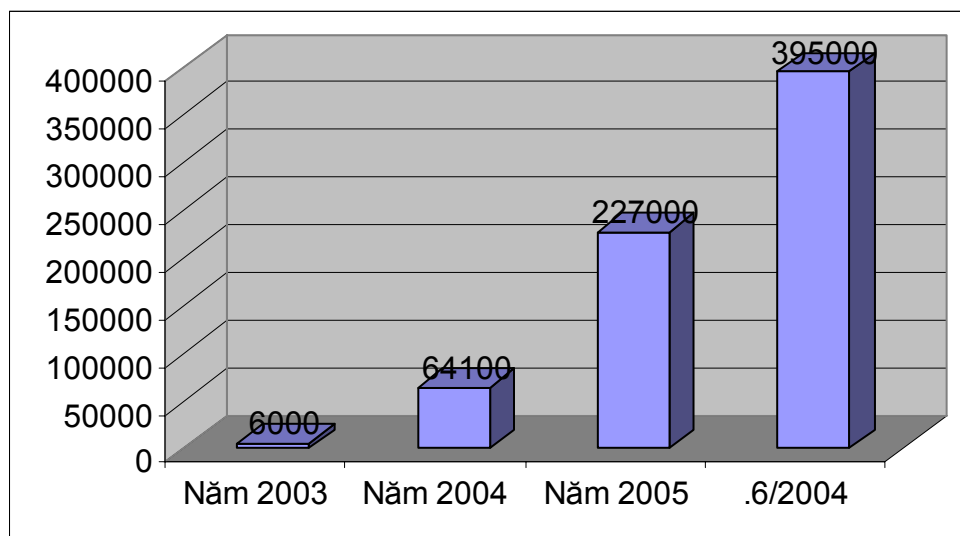
Sau 6 năm hoạt động nghiệp vụ thẻ ghi nợ E-partner Incombank đã thu được nhiều kết quả đáng khích lệ, cụ thể:

Bảng 2.2: Số lượng thẻ ghi nợ E-partner phát hành của ICB đv: chiếc

Năm	2003	2004	2005	6/2006
Số lượng thẻ ghi nợ	6000	64.100	227.000	395.000

(Nguồn: Báo cáo hoạt động thẻ của Incombank 2000-6/2006)

Biểu đồ số lượng thẻ ghi nợ E-partner phát hành đv: chiếc



(Hình 2.6)

Sau 3 năm hoạt động thẻ kể từ khi khai trương vào tháng 9 năm 2001, số lượng thẻ ghi nợ E-partner phát hành mới chỉ đạt được hơn 6.000 thẻ vào năm 2003. Lý do tại thời điểm đó thẻ ghi nợ E-partner là một dịch vụ mới với đại bộ phận dân chúng; số chi nhánh triển khai nghiệp vụ ghi nợ E-partner ít, chủ yếu ở 1 số thành phố lớn nên số thẻ phát hành còn hạn chế; chức năng tại máy ATM cơ bản chỉ là rút tiền, vấn tin, đổi PIN nên chưa hấp dẫn khách hàng; mô hình tổ chức thẻ tại Incombank là Tổ thẻ nên sự phát triển của thẻ thanh toán còn khiêm tốn. Tháng 7/2003, Incombank chính thức khai triển khai dịch vụ chuyển khoản nên 6 tháng cuối năm số thẻ phát hành tăng lên rõ rệt. Cũng năm này Incombank chính thức thành lập Phòng thẻ nên thẻ thanh toán đặc biệt được chú trọng phát triển. Năm 2004, Incombank phát hành 2 loại thẻ mới là thẻ S và thẻ G kèm theo nhiều giá trị gia tăng dành tặng khách hàng. Chính sự đa dạng hoá sản phẩm này đã hấp dẫn nhiều tầng lớp dân cư lựa chọn phát hành thẻ Incombank. Tính riêng 6 tháng đầu năm 2005, số lượng thẻ ATM phát hành mới tăng 50.000 thẻ và đến tháng 6 năm 2006 số lượng thẻ đã đến con số đang kích lệ là 395.000 thẻ.

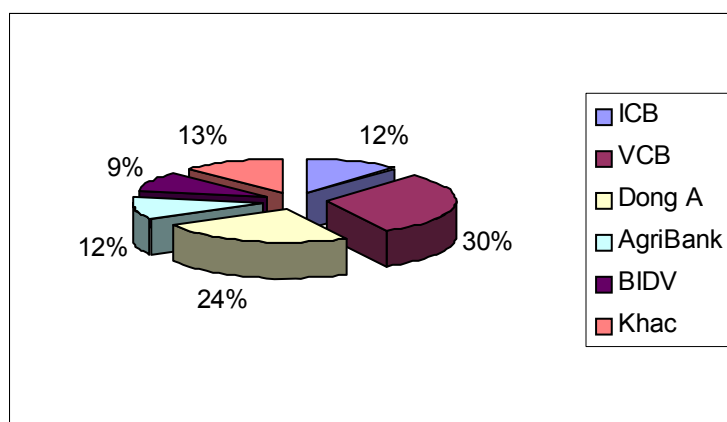
Số liệu trên thể hiện sự nỗ lực của Lãnh đạo cũng như toàn bộ cán bộ thẻ tại Incombank trong quá trình phát triển dịch vụ thẻ. Bên cạnh việc phát triển chức năng của ATM, Incombank đã không ngừng mở rộng mạng lưới thanh toán thẻ trên phạm vi toàn quốc. Tuy vậy, nếu so sánh tình hình trên với một số ngân hàng hiện đang phát hành thẻ

Bảng 2.3: Số lượng thẻ ATM phát hành trên thị trường

Số thẻ ATM năm	ICB	VCB	Đông á	AgriBank	BIDV	Khác	Tổng
2004	64.100	360.000	42.000	48.000	24.000	61.900	600.000
%	11	60	7	8	4	10	100
6/2006	395.700	1.000.000	800.000	380.000	300.000	424.300	3.300.000
%	12	30	24	12	9	13	100

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Hiệp hội thẻ năm 2004

và tài liệu Hội thẻ ngân hàng Việt Nam 10 hoạt động và trưởng thành)

Biểu đồ số thẻ ATM phát hành trên thị trường tháng 6/2006 Đv: chiếc**(Hình 2.7)**

Nhìn trên biểu đồ, VCB đang là ngân hàng dẫn đầu về số lượng thẻ ATM phát hành. Với mức phí phát hành thẻ và các chức năng trên máy ATM tương tự như Incombank, nhưng tốc độ phát triển thẻ ATM của VCB rất nhanh. Lý do cơ bản là VCB thực hiện xong chương trình hiện đại hoá ngân hàng trước nên tài khoản khách hàng on-line trên toàn hệ thống, nghĩa là khi khách hàng đến mở tài khoản đồng nghĩa với việc thêm 1 thẻ ATM được phát hành. Một nguyên nhân quan trọng nữa là VCB đã phát triển thành một thương hiệu thẻ trên thị trường hàng chục năm nay và chính sách giá đặc biệt trong từng thời kỳ như miễn phí phát hành thẻ... do đó có một lượng khách hàng trung

Bên cạnh những nét nổi trội của thẻ ghi nợ của ICB như đã nói ở trên thì vẫn còn tồn tại bất cập. Như chúng ta đã biết ICB có 3 loại thẻ ghi nợ E-partner SCard, E-partner CCard, E-partner Gcard trong đó thẻ E-partner GCard số dư tối thiểu theo quy định là 1 triệu, các loại thẻ khác số dư tối thiểu là 50.000đ nhưng hạn mức được chuyển khoản miễn phí là 10 triệu đối với thẻ là C Card và G card. Như vậy chưa thấy được sự hấp dẫn thực sự của thẻ G Card vì số dư của tài khoản tối thiểu của thẻ vàng cao nhất trong khi đó hạn mức được chuyển khoản miễn phí cũng chỉ là 10 triệu, chưa có sự khác biệt lớn so với 2 loại thẻ còn lại. Do đó trong thời gian tới Incombank nghiên cứu để tạo ra sức hấp dẫn cho thẻ.

- **Chức năng của ATM**

Chức năng của ATM là trong những nhân tố quan trọng quyết định chất lượng sản phẩm thẻ nên được các ngân hàng hết sức chú trọng. Hiện nay chức năng trên ATM của Incombank bao gồm rút tiền, thanh toán hoá đơn, chuyển khoản, mua bán thẻ cào, vấn tin, đổi số PIN, thông tin ngân hàng, tra cứu cước phí và thanh toán cước viễn thông trực tuyến với nhà cung cấp dịch vụ (điện thoại, điện,... Hiện tại dịch vụ đã sẵn sàng với các thuê bao cố định và di động của Bưu điện TP.HCM và Hà Nội)

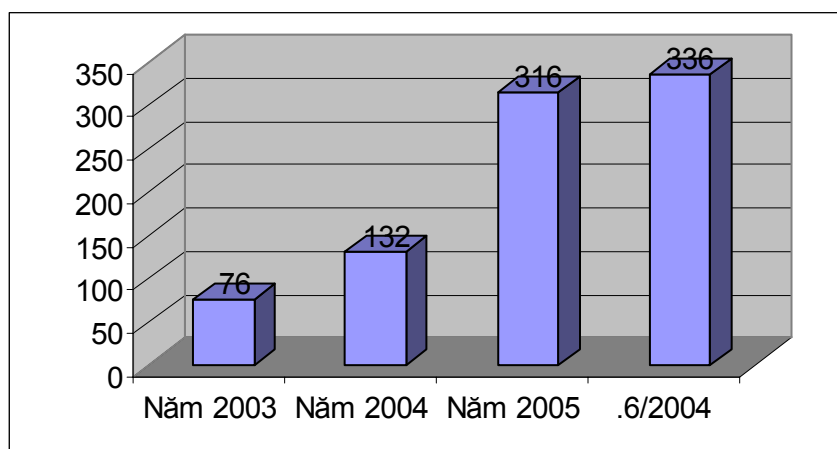
Máy ATM của Incombank còn có thể thực hiện các giao dịch như rút tiền mặt, thanh toán hàng hóa của các chủ thẻ đang sở hữu các loại thẻ mang nhãn hiệu Visa, Mastercard, gồm thẻ tín dụng quốc tế Visa, Mastercard, thẻ Plus, Maestro, Cirrus,

- Số lượng máy ATM

Bảng 2.4 : Số lượng ATM của ICB

Năm	2003	2004	2005	6/2006
Số máy ATM (chiếc)	76	132	316	336

(Nguồn: Báo cáo hoạt động thẻ của Incombank năm 2000 đến 6/ 2006)

Biểu đồ số lượng máy ATM**đv: chiếc****(Hình 2.8)**

Đến tháng 6/2006 số ATM gấp hơn 4 lần so với năm 2003 cho thấy sự lớn mạnh không ngừng của hệ thống thẻ Incombank. Ban đầu các máy ATM được cài đặt tại một số thành phố lớn như Hà nội, TP HCM, Hải phòng, Đà Nẵng. Nay đã xuất hiện tại 64 tỉnh thành phục vụ khách hàng 24/24h trong tuần với tần suất hoạt động lên tới 86%. Tất cả các máy ATM đều đặt tại các vị trí trung tâm thành phố, thị xã nên khách hàng rất thuận tiện trong quá trình sử dụng thẻ.

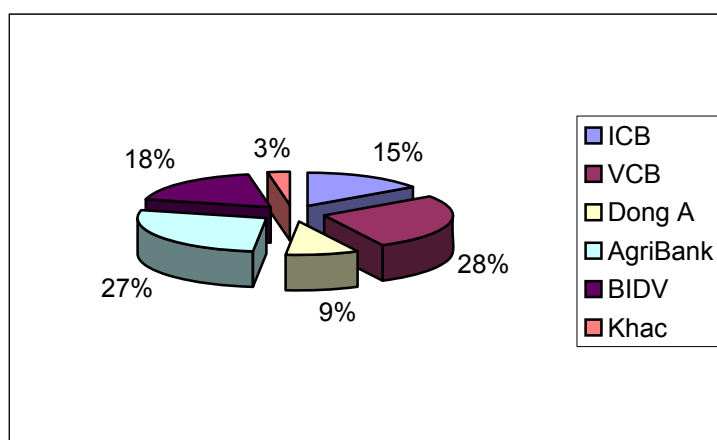
Tuy vậy nhu cầu khách hàng còn rất lớn, nhiều khách hàng than phiền về tình trạng không có ATM để sử dụng tại một số tỉnh miền núi và Tây Nguyên, thậm chí ngay tại một số tỉnh thành phố lớn như Vũng Tàu chỉ có 3 máy, Đà Nẵng 11 máy, Huế 8 máy,

Bảng 2.5: Số lượng máy ATM trên thị trường

Số lượng máy ATM năm	ICB	VCB	BIDV	ArgriB	Đông á	Khác	Tổng
2004	132	400	150	150	50		882
Tỷ trọng %	15	45	17	17	6		100%
6/2006	336	600	400	600	200	64	2200
Tỷ trọng %	15	27	18	27	10	3	100%

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Hiệp hội thẻ năm 2004

và tài liệu Hội thẻ ngân hàng Việt Nam 10 hoạt động và trưởng thành)

Biểu đồ số lượng ATM trên thị trường đv: chiếc**(Hình 2.9)**

Năm bắt được yêu cầu này Incombank đang nỗ lực đầu tư ATM, cuối năm 2005 đã cài đặt thêm 184 máy trên phạm vi toàn quốc nâng tổng số máy ATM của ICB là 316, đến

Một vấn đề được đặt ra số máy đặt ở các địa điểm lắp đặt máy ATM của Incombank hiện nay là đã hợp lý chưa? Hiện nay các chi nhánh 64 tỉnh thành đã được trang bị máy ATM tối thiểu mỗi tỉnh, thành từ 3 máy trở lên, các công ty, xí nghiệp, nhà sách, bệnh viện, trường học, các trục đường chính, khu công nghiệp... Tuy nhiên hiện nay các máy ATM của ICB chủ yếu vẫn được đặt tại các chi nhánh và điểm giao dịch của ICB, tại mỗi điểm đặt máy đa số chỉ được đặt 1 máy (chỉ trừ sở giao dịch 2 và hội sở chính được đặt 2 máy nên vào những giờ cao điểm thường phải chờ rất lâu mới rút được tiền), chưa có mặt ở tất cả các hệ thống siêu thị trong toàn quốc, trung tâm mua sắm, nhà sách... Mật độ đặt máy chưa đủ dày khoảng cách không đều nhau đặc biệt là ở những vùng ven các thành phố lớn số lượng máy rất ít. Ví dụ: TP.HCM nơi có rất nhiều công ty, xí nghiệp không nằm trong khu công nghiệp như ở Hóc Môn, nơi với nhiều công nhân có nhu cầu máy rất cao nhưng chưa được đáp ứng.

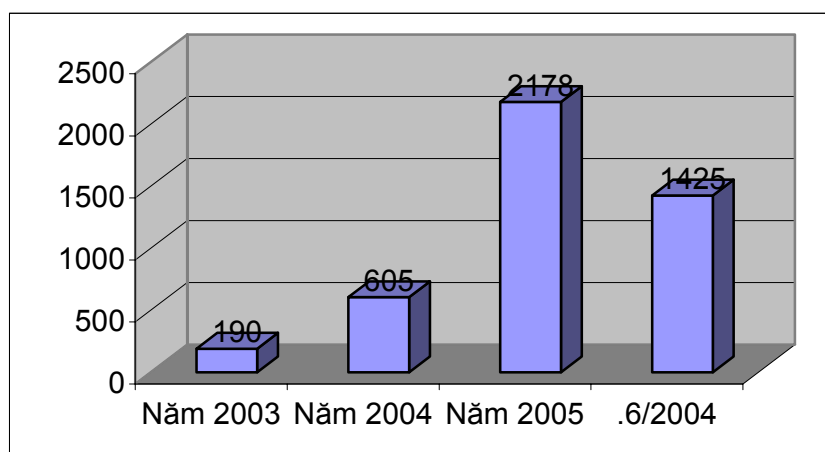
Hiện nay tỷ lệ sống của hệ thống ATM Incombank đạt 86%. Trong điều kiện khí hậu ẩm như tại Việt Nam, các điều kiện đường truyền lease-line chưa đạt theo tiêu chuẩn quốc tế, máy ATM thường xuyên phải bảo dưỡng thì chỉ số này là tương đối tốt.

Cũng qua sự phân tích trên thấy rõ một vấn đề bức xúc là Incombank thiếu rất nhiều ATM. Các ngân hàng khác như VCB, BIDV, AgriBank cũng đang phải đối phó với tình trạng tương tự. Lý do cơ bản là việc đầu tư mua một máy ATM quá đắt (khoảng 500 triệu VNĐ) trong khi hầu hết các ngân hàng đều đang thiếu vốn kinh doanh. Hiện nay trên thị trường đã có 4 liên minh thẻ: VCB với 17 NHCP, VNBC: hệ thống kết nối thẻ Việt Nam, liên minh thẻ ANZ và Công ty cổ phần chuyển mạch tài chính quốc gia — Banknet (hiện nay ICB đang là thành viên của Banknet nhưng Banknet chưa hoạt động). Câu hỏi đặt ra là tại sao các ngân hàng Việt nam không liên kết lại với nhau, vừa tránh

Doanh số giao dịch thẻ ATM**Bảng 2.6: Doanh số thanh toán thẻ ATM**

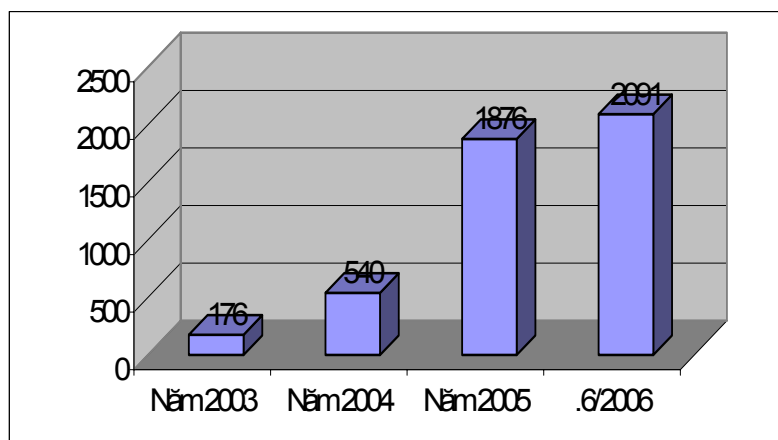
STT	Năm	2003	2004	2005	6/2006
1	Doanh số tiền gửi (tỷ đồng)	190	605	2.178	1.425
2	Doanh số rút tiền (tỷ đồng)	176	540	1.876	2.091
3	Số giao dịch tại ATM (lần)	400.000	1.000.000	3.781.807	3.688.127
4	Doanh số giao dịch tại ATM		1.973	6.599	6.690
5	Số giao dịch rút tiền (lần)	220.000	600.000	2.342.550	2.513.140
6	Số giao dịch chuyển khoản (lần)	1200	15.895	38.245	41.462
7	Doanh số chuyển khoản (tỷ đồng)		27	35	61

(Nguồn: Báo cáo hoạt động thẻ Incombank 2000-6/2006)

Biểu đồ doanh số tiền gửi ATM**đv: tỷ đồng****(Hình 2.10)**

Kết quả của việc mở rộng mạng lưới thanh toán thẻ ghi nợ cũng như sự gia tăng tiện ích giúp khách hàng có nhiều cơ hội và phương tiện để thực hiện giao dịch tại các ATM. Nghĩa là doanh số thanh toán tại các ATM đã tăng lên. Rõ ràng thẻ ghi nợ đã bắt đầu thể hiện là một trong các công cụ huy động vốn tương đối hiệu quả. Điều này đồng nghĩa với việc nhiều khách hàng đã bắt đầu quen với việc sử dụng các phương tiện thanh toán hiện đại như thẻ, sự kiện này mở màn cho việc sử dụng một loạt các dịch vụ kèm theo tại Incombank như L/C, tín dụng, bảo hiểm, chứng khoán, ...vv. Theo khảo sát tại Incombank cuối năm 2005, 60% khách hàng sử dụng thẻ ghi nợ Incombank đã từng có quan hệ trước với Incombank; 18% khách hàng mới sử dụng thẻ ghi nợ Incombank, sau đó tiếp tục mở rộng sang các dịch vụ khác.

Biểu đồ doanh số rút tiền tại ATM đv: tỷ đồng



(Hình 2.11)

Giao dịch rút tiền tại ATM tăng mạnh, từ năm 2003 chỉ có 176 tỷ, sau 2 năm tăng lên đến 1.876 tỷ (gấp 10.66 lần). Nhưng chỉ trong 6 tháng đầu năm 2006 thì tổng số tiền rút tại ATM là 2.091 tỷ nhiều hơn tổng số tiền được rút tại máy cho cả năm 2005. Có được những con số đáng khích lệ trên do một phần lớn là máy ATM của ICB đã được lắp khá nhiều trên các địa bàn và khách hàng đã quen dùng thẻ ATM của ICB.

Trong tổng số giao dịch thực hiện tại ATM thì giao dịch rút tiền thường chiếm khoảng hơn 50%, các giao dịch chuyển khoản chỉ chiếm khoảng hơn 1%. Có nghĩa là khách hàng chủ yếu sử dụng thẻ ATM để rút tiền tại các điểm rút tiền tự động. Hệ thống

Bên cạnh đó do dịch vụ thanh toán hàng hoá mới sẽ được triển khai cuối tháng 8/2006 nên mọi hoạt động còn đang nằm ở phía trước. Đến nay Incombank đã có hơn 1000 điểm chấp nhận thanh toán thẻ ghi nợ trong khi đó toàn bộ thị trường tính đến tháng 6/2006 đã có 14.000 điểm chiếm khoảng 7.14%. Dem con số này tạm so sánh với tỷ lệ thẻ ghi nợ của Incombank tại cùng thời điểm là 13% thì không thể đáp ứng được với số lượng thẻ chúng ta hiện có. Nên việc phát triển đơn vị chấp nhận thanh toán thẻ ghi nợ của Incombank là một trong những điều kiện tiên quyết.

2.3.3. Thẻ CashCard:

Nắm bắt sự phát triển của thị trường thẻ Việt Nam, NHCTVN đã tung ra thị trường một loại hình thẻ mới - Thẻ Cashcard - hoàn toàn khác biệt với các loại thẻ hiện có trên thị trường với nhiều tính năng vượt trội nhờ vào công nghệ thẻ chip. Câu hỏi được đặt ra là **Tại sao thẻ thông minh Cashcard lại tốt hơn các thẻ khác?**

Tính bảo mật cao hơn: dữ liệu của thẻ thông minh được bảo vệ bởi các cơ chế bảo mật rất tinh vi và phức tạp. Vì thế sẽ gặp nhiều khó khăn và tốn kém để có thể gian lận thông tin hoặc làm thẻ giả, việc thay đổi từ thẻ từ sang thẻ thông minh giúp chống lại các gian lận về thẻ có liên quan tới thẻ giả cũng như gian lận liên quan đến giao dịch off-line giao dịch phi trực tuyến, không cần nối mạng điện thoại.

• **Chi phí vận hành thấp hơn:** Các cơ sở chấp nhận thẻ không phải trả cước điện thoại cho các giao dịch off-line vì vậy sẽ kinh tế hơn cho khách hàng khi thanh toán điện tử cho các giao dịch có số tiền nhỏ.

• **Nhanh hơn:** thẻ thông minh có thể thực hiện các giao dịch off-line trong chưa đầy một giây (so với các giao dịch on-line mất vài giây — giao dịch trực tuyến, phải nối mạng điện thoại). Với các công dụng như là ví điện tử, khách hàng dễ dàng nhận thấy sự tiết

• **Dung lượng chứa dữ liệu lớn hơn:** thẻ thông minh có dung lượng lưu trữ lớn hơn thẻ từ. Việc phát triển công nghệ đa ứng dụng, như Proton, giúp cho việc tích hợp nhiều ứng dụng khác nhau vào một thẻ: thanh toán/ghi nợ ; ví điện tử, vé du lịch; điểm thưởng, bảo mật nhận dạng...

• **Tính mềm dẻo, linh hoạt :** thẻ thông minh không chỉ thực hiện giao dịch thông qua các ATM và các thiết bị thanh toán tại các điểm bán hàng mà còn sử dụng cả Internet, điện thoại công cộng...

. Quy trình phát hành

Khách hàng có thể đến các chi nhánh Incombank để mua thẻ CashCard. Hệ thống thẻ là hệ thống thẻ vô danh chủ thẻ không cần có tài khoản tại ngân hàng. Nếu khách hàng có nhu cầu in tên trên thẻ thì chi nhánh Incombank gửi thẻ lên Phòng thẻ trung ương để xử lý. Sau đó Phòng thẻ trung ương gửi thẻ về cho chi nhánh để trả thẻ lại cho khách hàng.

Nhằm thực hiện tốt các chính sách chăm sóc khách hàng và giảm bớt khối lượng công việc tập trung tại Phòng thẻ, tại các chi nhánh đã được trang bị màn hình "máy trạm Proton" để chi nhánh có thể kiểm tra tình hình sử dụng thẻ CashCard của khách hàng; tình hình hoạt động của các CSCNT.

• Các loại thẻ CashCard

Thẻ CashCash hay còn gọi là ví tiền điện tử là phương tiện thanh toán dựa trên công nghệ thẻ thông minh, nạp tiền trước, tiêu dùng sau, do Incombank phát hành cho các tổ chức hoặc cá nhân sử dụng để thanh toán tiền hàng hoá dịch vụ tại các CSCNT hoặc rút tiền mặt tại các đại lý rút tiền. Hiện tại thẻ CashCard do Incombank phát hành bao gồm:

- **Thẻ Incombank CashCard có mệnh giá trước:** là thẻ Incombank CashCard được nạp tiền với mệnh giá khác nhau trước khi phát hành thẻ cho khách hàng. Trong quá trình sử dụng thẻ khách hàng có thể nạp thêm tiền vào thẻ.
- **Thẻ Incombank CashCard chưa có mệnh giá:** là thẻ Incombank CashCard được nạp số tiền theo yêu cầu khách hàng khi khách hàng làm thủ tục phát hành thẻ.

- **Thẻ Incombank CashCard ghi danh:** là trường hợp đặc biệt của thẻ Incombank CashCard chưa có mệnh giá, tên chủ thẻ được in rập nổi trên thẻ theo yêu cầu của chủ thẻ khi phát hành thẻ.

Đây là loại thẻ thông minh đầu tiên xuất hiện nên được rất nhiều khách hàng chờ đợi vì mức độ an toàn và tính tiện dụng. Thẻ CashCard tiện dụng ở chỗ thủ tục mua thẻ rất đơn giản, khách hàng không cần mở tài khoản tại ngân hàng, khi cần có thể sở hữu nhiều thẻ một lúc để thanh toán các khoản tiền nhỏ lẻ phát sinh hàng ngày như mua xăng dầu, taxi, phí cầu phà...vv. Trên thực tế đây là loại thẻ tiên phong trong lĩnh vực công nghệ thẻ Chip tại Việt Nam được khai trương tháng 9 năm 2004 nên giá thành của chiếc thẻ khá cao. Để khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ, Incombank hiện đang miễn phí phát hành và tặng khách hàng một loạt các giá trị gia tăng kèm theo như:

- Chủ thẻ được hưởng các chương trình giảm giá hàng hoá - dịch vụ khi thanh toán bằng thẻ tại mạng lưới CSCNT: siêu thị, nhà hàng, khách sạn, cửa hàng thời trang, mỹ phẩm, hiệu sách, trung tâm chăm sóc sắc đẹp...
- Chủ thẻ được hưởng các chương trình giảm giá khi mua hàng tại các các địa chỉ trên "Cẩm nang mua sắm vàng" của Incombank.
- Chủ thẻ được tham dự hàng loạt chương trình khuyến mại do Incombank tổ chức với nhiều quà tặng hấp dẫn.

- **Số lượng thẻ CashCard phát hành**

Khách hàng muốn sử dụng thẻ CashCard Incombank có thể đến các chi nhánh hoặc các đại lý bán thẻ để mua thẻ. Vì đây là loại thẻ không gắn với tài khoản nên thủ tục bán thẻ rất đơn giản gọn nhẹ. Hiện tại hệ thống CashCard được quản lý theo mô hình tập trung tại trung ương.

Sau 8 tháng hoạt động, Incombank đã phát hành được hơn 5.000 thẻ. Tuy nhiên số lượng thẻ đến tháng 6/2006 không thay đổi so với tháng 5/2005. Trong thời gian tới tốc độ phát triển của thẻ CashCard sẽ nhanh hơn khi Incombank kết nối các hệ thống thẻ ATM, CashCard và tín dụng, hứa hẹn sẽ mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng. Điều này có nghĩa là sử dụng thẻ CashCard không chỉ thanh toán tiền hàng hoá nhỏ, lẻ tại hệ

Sắp tới, Incombank sẽ liên kết với một số công ty như xăng dầu, taxi, quản lý cầu đường để ra mắt sản phẩm thẻ CashCard mới. Khách hàng sử dụng loại thẻ này sẽ được hưởng ưu đãi đặc biệt từ các nhà cung ứng dịch vụ nói trên với hy vọng có thể tạo ra xu hướng tiêu dùng mới trong một bộ phận dân cư sống tại thành thị, đặc biệt là giới trẻ.

- **Chức năng thẻ CashCard**

Hiện nay thẻ CashCard có 2 chức năng cơ bản là thanh toán tiền hàng hoá và rút tiền mặt tại các CSCNT và các đại lý thanh toán thẻ. Đặc biệt đối với những khoản chi tiêu dưới 500.000đ không cần Password. Hai chức năng này tương đối giống chức năng của thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng nhưng khác ở chỗ thẻ CashCard là thẻ không cần tài khoản, chi tiêu theo mệnh giá của thẻ; còn thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng gắn liền với 1 tài khoản tuy nhiên thẻ tín dụng thì chi tiêu trước trả tiền sau. Trong thời gian tới, khi 3 hệ thống thẻ này tích hợp với nhau thì tính năng của các loại thẻ không đổi, nhưng tiện ích của các loại thẻ tăng lên rất nhiều do mạng lưới CSCNT sẽ nhân rộng hơn. Đó chính là yêu cầu của khách hàng, cũng là điểm mà Incombank sẽ hướng tới trong thời gian ngắn.

- **Số lượng CSCNT**

Tính đến tháng 6/2005, Incombank đã ký hợp đồng thanh toán với 150 CSCNT trên toàn quốc. Hiện tại Incombank đang trong giai đoạn khuyến mại nên các CSCNT không phải chịu phí, không mất tiền điện thoại khi liên lạc với ngân hàng. Hơn nữa họ nhận được nhiều cơ hội quảng cáo cùng với một thương hiệu lớn như Incombank nên rất hoan nghênh sản phẩm này. Mặc dù vậy, con số trên vẫn còn là ít nếu tính trên cả nước có hàng triệu cửa hàng, siêu thị...vv. Tuy nhiên số lượng CSCNT đến tháng 6/2006 không thay đổi so với tháng 5/2005. CSCNT chủ yếu tập trung vào nhà hàng, khách sạn, cửa hàng thời trang, nhà sách, cửa hàng vàng bạc...mà không tập trung vào những dịch vụ là ưu thế của thẻ thanh toán off-line là những giao dịch nhỏ lẻ cần ít thời gian như: điện thoại công cộng, internet, xe buýt, bến phà, trạm thu phí cầu đường...Do đó Incombank cần mở rộng mạng lưới CSCNT hơn nữa để thu hút khách hàng sử dụng thẻ CashCard.

- **Doanh số thanh toán thẻ CashCard**

Sau 8 tháng hoạt động, doanh số gửi tiền đạt 700 triệu VNĐ, còn doanh số thanh toán tiền hàng hoá là 200 triệu VNĐ. Đây mới chỉ là những con số khởi đầu vì sản phẩm thẻ CashCard còn tương đối mới mẻ. Đến nay 6/2006 số hầu như doanh số gửi và rút tiền hầu như không tăng.

Hiện nay sản phẩm thẻ CashCard hầu như không phát triển được chủ yếu là do các nguyên nhân : nhiều khách hàng đang sử dụng thăm dò thanh toán các khoản tiền nhỏ lẻ, CSCNT của Incombank hiện còn rất ít và chưa đa dạng nên chưa đáp ứng khả năng thanh toán của khách hàng. Điều này lý giải tại sao việc mở rộng mạng lưới thanh toán luôn là hướng đi quyết định sự phát triển của một sản phẩm thẻ.

2.3.4. Thẻ tín dụng:

- **Quy trình phát hành**

Việc thẩm định và cấp phát thẻ tín dụng được thực hiện tại chi nhánh. Nhận yêu cầu phát hành thẻ và các hồ sơ liên quan từ khách hàng, chi nhánh Incombank xem xét, thẩm định hồ sơ và duyệt cấp hạn mức tín dụng. Sau khi hồ sơ và hạn mức tín dụng được cấp có thẩm quyền phê duyệt, chi nhánh chuyển hồ sơ phát hành lên trung ương (qua fax). Phòng thẻ nhập dữ liệu vào hệ thống quản lý thông tin khách hàng, đồng thời dữ liệu này cũng được cập nhật trong hệ thống quản lý thẻ. Sau khi đối chiếu, kiểm soát chặt chẽ thông tin khách hàng, Phòng thẻ sẽ tiến hành in rập nổi thẻ và gửi kèm theo PIN về chi nhánh để trao trả cho khách hàng.

Hoạt động sử dụng thẻ của khách hàng được Phòng thẻ quản lý, do vậy hàng tháng Phòng thẻ gửi cho chi nhánh cấp 1 các báo cáo tình hình sử dụng thẻ của khách hàng như báo cáo thẻ hết hạn, báo cáo thẻ trả chậm... giúp cho các chi nhánh quản lý khách hàng được tốt hơn.

Giống như quy trình phát hành thẻ ATM, quy trình này có ưu điểm là kiểm soát tất cả các khâu tại Phòng thẻ, nhưng nhược điểm chính là thời gian khách hàng nhận thẻ lâu (5-7 ngày); chi nhánh không thể chủ động kiểm tra trực tiếp quá trình sử dụng thẻ của khách hàng và tình hình hoạt động của các CSCNT vì chưa được trang bị màn hình "Cardpro" tại chi nhánh.

- **Các loại thẻ tín dụng**

Hiện tại Incombank cung cấp 02 loại thẻ tín dụng sau

Thẻ chuẩn: Đây là loại thẻ áp dụng chung với mọi đối tượng khách hàng. Hạn mức tín dụng của thẻ chuẩn từ 10 triệu VNĐ đến dưới 60 triệu. Để tăng sức cạnh tranh cho thẻ tín dụng, Incombank hiện đang áp dụng chính sách miễn phí dịch vụ bảo hiểm tai nạn con người 24/24 với giá trị bảo hiểm lên tới 1.000 USD trong trường hợp chủ thẻ đi du lịch tại nước ngoài gặp tai nạn và thời hạn bảo hiểm là 1 năm kể từ khi phát hành thẻ.

Thẻ vàng: Đây là sản phẩm dành cho một số khách hàng có quan hệ lâu năm với ngân hàng, những người có thu nhập cao như các trưởng phó phòng, giám đốc công ty; giới doanh nhân và giới thượng lưu (VIP)...vv. Hạn mức tín dụng của loại thẻ này từ 60 triệu đến 100 triệu. Dù phí phát hành cao hơn thẻ chuẩn song thẻ vàng nhận được nhiều tín hiệu tốt từ khách hàng, vì chủ thẻ tín dụng được:

- Hưởng miễn phí dịch vụ bảo hiểm tai nạn con người 24/24 với giá trị bảo hiểm lên tới 5.000 USD trong trường hợp chủ thẻ đi du lịch tại nước ngoài gặp tai nạn và thời hạn bảo hiểm là 1 năm kể từ khi phát hành thẻ.
- Giảm giá tại một số câu lạc bộ dành cho giới trẻ; các cửa hàng thời trang, mỹ phẩm...vv.

- **Số lượng thẻ tín dụng phát hành**

Sau 6 tháng triển khai, Incombank phát hành được 1.000 thẻ, trong đó 70% là thẻ Visa. Lý do cơ bản là Incombank ký hợp đồng thanh toán với tổ chức Visa bằng USD Mỹ nên khách hàng khi mua hàng hoá tại nước ngoài không phải chịu thêm khoản phí chuyển đổi ngoại tệ. Hầu hết khách hàng sử dụng thẻ tín dụng hiện nay đều là khách hàng truyền thống của Incombank nên chủ yếu phát hành thẻ bằng hình thức tín chấp. Đây cũng là những đối tượng khách hàng chính sách Marketing, chính sách tín dụng...vv nên hướng tới vì xu hướng tiêu dùng trước, trả tiền sau trước sau cũng sẽ trở thành một trào lưu mới trong xã hội Việt Nam. Dù vậy, Incombank cũng chỉ là ngân hàng đi sau trong lĩnh vực này. Theo số liệu thống kê của báo cáo tổng kết của Hiệp hội thẻ năm 2004 thì :

Bảng 2.7: Số lượng thẻ tín dụng trên thị trường

Ngân hàng	ICB	VCB	ACB	EximBank	Khác	Tổng
Số thẻ (chiếc)	1.000	32.000	72.000	5.000	5.000	114.000
%	0	28	64	4	4	100

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Hiệp hội thẻ năm 2004)

Thực tế biểu phí thẻ tín dụng của các ngân hàng tương đối giống nhau. Do đó tính chất sản phẩm cũng như chính sách Marketing khách hàng sẽ quyết định ngân hàng nào sẽ chiếm lĩnh thị trường trong thời gian tới. Năm 2004 nhìn tổng quan thị trường cho thấy ACB đang là ngân hàng phát hành thẻ tín dụng lớn nhất trong năm, tuy nhiên trong tổng số 72.000 thẻ thì có đến 45.000 thẻ tín dụng nội địa. Đây là sản phẩm ACB hợp tác với một số tập đoàn lớn như Saigontourist, Liên hiệp hợp tác xã thương mại TP HCM, công ty taxi Mai linh... từ năm 2000. Khách hàng sử dụng loại thẻ này sẽ được giảm giá đặc biệt tại một số điểm của công ty đối tác. Chỉ sau 1 năm triển khai (năm 2001) ACB đã phát hành được 5.000 thẻ và nhận được hưởng ứng nhiệt tình của khách hàng. Đây có thể là một cơ hội phát triển mới mà Incombank nên xem xét vì cho đến nay tiềm năng thị trường thẻ tín dụng nội địa tại Việt nam còn rất lớn.

Như vậy VCB vẫn là ngân hàng hàng đầu về lĩnh vực phát hành thẻ tín dụng quốc tế với số lượng là 32.000 thẻ. Riêng năm 2004, số thẻ phát hành tăng vọt là 9.000 thẻ do VCB nói lỏng chính sách tín dụng, chấp thuận nhiều khách hàng mở thẻ bằng hình thức tín chấp. Bên cạnh đó VCB cho phép các chi nhánh được phê duyệt đơn mở thẻ tín dụng, do đó tận dụng được quan hệ tại chi nhánh để mở rộng mạng lưới khách hàng.

Năm 2005 tổng số lượng thẻ của thị trường là xấp xỉ 500.000 thẻ. Trong đó số lượng thẻ ACB là 136.666 thẻ chiếm tỷ lệ hơn 27%, số lượng thẻ tín dụng của ICB là 1.413 chiếm tỷ lệ 0.28% và đến tháng 6/2006 số lượng lên đến 1.985. Đây là con số hết sức khiêm tốn, con số này cho thấy hiện nay sản phẩm thẻ này chưa được quan tâm đúng mức vì từ năm 2004 đến tháng 6/2006 tổng số lượng thẻ tăng chỉ 141.30%.

Dân số Việt nam với 83 triệu người, tính ra trung bình hơn 166 người mới có 01 người sử dụng thẻ tín dụng để thanh toán tiền hàng hoá, dịch vụ. Do đó có thể khẳng định thị trường thẻ tín dụng tại Việt Nam mới chỉ bắt đầu, nhất là khi nền kinh tế nước ta vài năm trở lại đây tăng trưởng rất ổn định, đời sống người dân mỗi ngày được cải thiện, hàng hoá dịch vụ ngày càng phong phú và hấp dẫn, tâm lý tiêu dùng đã bắt đầu thay đổi từ “có tiền mới mua sắm” sang “tiêu dùng trước, trả tiền sau”... Đây đều là những yếu tố khách quan thuận lợi khuyến khích thẻ tín dụng tại Việt Nam nói chung, của Incombank nói riêng phát triển trong thời gian tới.

- **Số lượng CSCNT**

Sau nhiều nỗ lực Marketing và khai thác khách hàng, Incombank đã ký hợp đồng đại lý thanh toán và chấp nhận thẻ với hơn 1000 CSCNT. Mạng lưới này bao gồm các đơn vị cung ứng hàng hoá và các dịch vụ thuộc các lĩnh vực: khách sạn, nhà hàng, cửa hàng bán lẻ đồ thủ công mỹ nghệ và tơ lụa, các điểm bán vé máy bay, công ty du lịch, các siêu thị...vv. Trong nhiều năm qua, các loại hình này đáp ứng tương đối tốt nhu cầu chi tiêu sử dụng thẻ của người nước ngoài đến Việt Nam du lịch và thanh toán. Tuy vậy với một mạng lưới hơn 1000 điểm trên phạm vi toàn quốc là quá mỏng. Lý do cơ bản là những năm trước đây, Incombank chỉ là đại lý thanh toán thông qua ngân hàng UOB TP HCM, phí dịch vụ thu được phải chia đều cho cả ngân hàng UOB và Incombank nên phần thực tế chi nhánh nhận được rất thấp. Các chi nhánh chưa tích cực mở rộng dịch vụ này ở các bạn hàng, đối tác truyền thống. Bên cạnh đó là ban đầu Incombank chỉ là thành lập Tổ thẻ nên hạn chế trong quá trình hoạt động thẻ, thiếu các cơ chế, chính sách phù hợp, nhân sự không có để triển khai đầu việc...vv. Chính vì vậy mà số lượng CSCNT chưa phát triển đúng với tiềm năng và vị thế của Incombank trên thị trường.

Bảng 2.8: Số lượng CSCNT trên thị trường

Ngân hàng	ICB	VCB	ACB	Đông á	Khác	Tổng
Số CSCNT (cơ sở)	200	3.000	5.000	100	1.000	9.300
%	2	32	54	1	11	100

(Nguồn: Báo cáo tổng kết của Hiệp hội thẻ năm 2004)

Số lượng CSCNT trên thị trường nói chung rất ít. Một ngân hàng có thâm niên hơn 10 năm như VCB có 3.000 CSCNT trên phạm vi toàn quốc. Tổng số CSCNT cả nước không quá 10.000, con số này quá nhỏ bé vì còn hàng triệu cửa hàng, siêu thị, nhà hàng...vv chưa được khai thác. Trong con số này chỉ có gần 50% là có doanh số hoạt động thường xuyên, nên doanh số ứng tiền mặt từ thẻ quốc tế tại các điểm ứng tiền mặt hoặc các máy rút tiền tự động vẫn rất cao, chiếm khoảng 30% trong năm 2004. Những năm về trước tỷ lệ này cao hơn nhiều và nguồn thu phí ứng tiền mặt chiếm tỷ trọng lớn trong nguồn thu phí thẻ thanh toán của các ngân hàng Việt Nam. Đến tháng 6/2006 tổng CSCNT trong nước hơn 14.000 trong đó VCB có 4.000(chiếm 29%) , ICB 1.258 chiếm tỷ

Vấn đề nhận thức về việc chấp nhận thanh toán thẻ tại các đơn vị cung ứng hàng hoá dịch vụ là một trong những vấn đề nan giải đối với các ngân hàng triển khai dịch vụ thẻ tại Việt Nam. Với các đơn vị có người nước ngoài làm chủ thì việc tiếp cận, ký hợp đồng rất dễ dàng vì họ nhận thức quá rõ tầm quan trọng của việc chấp nhận thanh toán thẻ. Vấn đề đối với họ là lựa chọn ngân hàng nào tốt nhất để ký hợp đồng. Còn với các đơn vị nhỏ, lẽ ngân hàng thường phải mời chào và được đồng ý ký hợp đồng miễn cưỡng, họ chỉ chấp thuận cho khách hàng thanh toán tiền hàng hoá dịch vụ khi khách hàng không còn cách nào khác. Đôi khi những CSCNT này còn thu phí của khách hàng, họ đơn thuần nghĩ rằng họ bị thiệt một khoản phí cho ngân hàng nên họ phải thu hồi lại từ khách hàng mà chưa nhận thức được bao lợi ích to lớn từ việc chấp nhận thanh toán thẻ. Điều này nằm sâu trong tiềm thức của đại bộ phận dân chúng nên hạn chế lớn tới việc chi tiêu của khách nội địa cũng như khách quốc tế. Do đó để phát triển dịch vụ thẻ phải nhờ đến các cấp chính quyền, nhà trường và các tổ chức xã hội tuyên truyền thay đổi cách suy nghĩ của người dân. Đây thực sự sẽ là một cuộc cách mạng nhằm tạo ra xu thế tiêu dùng mới trong toàn xã hội, tiến tới cuộc sống hiện đại và văn minh.

- **Doanh số thanh toán thẻ**

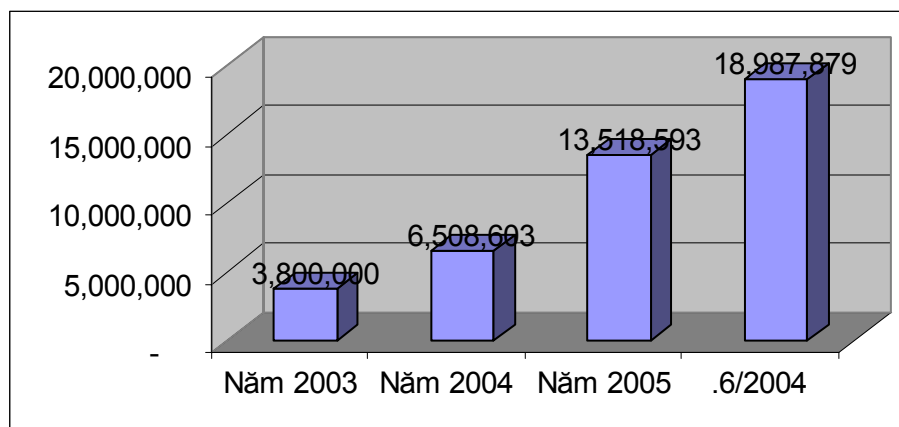
Cùng với việc mở rộng mạng lưới CSCNT là việc doanh số thanh toán thẻ tín dụng tăng lên qua các năm. Số liệu cụ thể như sau:

Bảng 2.9: Doanh số thanh toán thẻ tín dụng của ICB đv: USDMỹ

Năm	2003	2004	2005	6/2006
Doanh số thanh toán	3.800.000	6.508.603	13.518.593	18.987.879
Doanh số thẻ Visa	2.508.000	4.583.879	9.860.615	12.250.606
Doanh số thẻ MasterCarrd	1.292.000	1.474.724	3.657.978	6.737.273

(Nguồn: Báo cáo hoạt động thẻ của Incombank 2001-6/2006)

Biểu đồ doanh số thanh toán thẻ tín dụng của ICB đv: USDMỹ



(Hình 2.12)

Doanh số thanh toán thẻ Visa bao giờ cũng chiếm ưu thế (khoảng 60-70%), phù hợp với xu thế phát triển trên thị trường.

Năm 2004 là năm thành công của Incombank trong lĩnh vực thẻ tín dụng bằng việc thanh toán trực tiếp và chính thức phát hành thẻ tín dụng. So với năm 2003 doanh số tăng 171%, từ 3.800.000 USD lên 6.508.603USD. Tuy mới đến tháng 6/2006 doanh số thanh toán lên đến USD18.987.879 gấp năm lần so với năm 2003. Đạt được kết quả trên, trước hết phải kể đến nỗ lực của tập thể cán bộ thẻ Incombank trong quá trình phát triển sản phẩm mới. Những năm vừa qua nhiều chi nhánh Incombank cùng triển khai dịch vụ thẻ, nhờ vậy mạng lưới CSCNT được mở rộng, góp phần tăng doanh số thanh toán thẻ. Ngoài ra, Incombank đã tích cực hoàn thiện các quy trình nghiệp vụ thẻ hướng dẫn chi nhánh cũng như CSCNT, giúp cho người thực hiện trực tiếp có môi trường làm việc khoa học và lành mạnh. Dịch vụ khách hàng và cấp phép 24h/24h đã góp phần củng cố thương hiệu và uy tín của Incombank trên thị trường. Bên cạnh đó, còn phải kể thêm một số điều kiện khách quan thuận lợi góp phần phát triển dịch vụ thanh toán thẻ tín dụng của Incombank trong năm qua. Trước hết là do tốc độ tăng trưởng của du lịch và đầu tư nước ngoài vào Việt Nam tăng mạnh. Năm 2005 Việt Nam đón hơn 3.47 triệu lượt khách du lịch (tăng 18%) thu hút vốn đầu tư nước ngoài tăng hơn 40% càng làm cho số lượng khách hàng sử dụng thẻ tín dụng tăng mạnh. Thứ 2 là do nền kinh tế tăng trưởng ổn định (8.4%) cùng với thu nhập người dân thay đổi hẳn về chất (tăng hơn 18%) cũng góp phần gia tăng lượng khách hàng tiêu dùng thẻ trong nước. Thực tế này hứa hẹn năm đến cuối năm 2006

2.3.5 .Công nghệ thẻ

Hiện nay ICB vẫn dùng công nghệ thẻ từ mặc dù đã chuyển sang loại thẻ mới thẻ ghi nợ thanh toán được hàng hoá, dịch vụ. Là ngân hàng đầu tiên tại Việt Nam hoàn thành chuẩn EMV và là ngân hàng duy nhất chấp nhận thanh toán thẻ Tín dụng quốc tế Visa và Mastercard theo chuẩn EMV(Europay, Mastercard, Visa) cho thẻ ghi nợ ứng dụng công nghệ chip và các giao dịch thẻ tín dụng khác (thẻ chip có độ bảo mật cao). Theo tiêu chuẩn này giúp ngân hàng thanh toán và CSCNT tránh được gian lận thẻ/thẻ giả do trách nhiệm được đẩy về ngân hàng phát hành. Hơn nữa theo quy định chung của các tổ chức tín dụng quốc tế kể từ 1.1.2006 chính các ngân hàng thanh toán phải gánh chịu rủi ro mang lại nếu không áp dụng tiêu chuẩn EMV. Các nước trong khu vực sẽ chuyển sang công nghệ này trong trường hợp chúng ta không áp dụng thì sẽ trở thành điểm hấp dẫn cho tội phạm thẻ. Tuy nhiên đây chỉ là ưu thế tạm thời của ICB.

Các máy ATM của ICB hiện nay đã chấp nhận thẻ tín dụng quốc tế, và sắp tới sẽ áp dụng theo tiêu chuẩn EMV.

2.3.6. Công tác Marketing:

Hiện nay Incombank đã tạo được một khẩu hiệu riêng “Mang đến điều người khác hằng mơ”.

Incombank đã có trang Web riêng về sản phẩm thẻ và thường xuyên cập nhật những thông tin mới về sản phẩm mới, tiện ích mới, dịch vụ mới ...

Hiện nay hoạt động Marketing tại Incombank do hội sở lên kế hoạch và chuyển công văn về chi nhánh, các chi nhánh chưa thực sự chủ động trong công tác giới thiệu quảng bá các sản phẩm và dịch vụ thẻ đến các đối tượng khách hàng. Tuy các chương trình, kế hoạch cho hoạt động Marketing hội sở thiết kế nhưng tại các chi nhánh cứ tiến hành cầm chừng, không triệt để. Cụ thể:

- Hình ảnh sản phẩm và dịch vụ chưa đồng nhất như hệ thống biển báo, trang trí chưa đồng nhất, máy ATM do chi nhánh nào phụ trách thì các biển báo và hình ảnh quảng cáo tại đó là theo thiết kế của từng chi nhánh nên chưa tạo được cái chung cho việc

quảng bá sản phẩm thẻ của Incombank, làm cho khách hàng không thấy được đặc trưng riêng có của máy ATM Incombank. Bên cạnh đó thì vị trí gắn biển báo và đặt máy còn chưa thuận tiện, chưa nằm ở những vị trí dễ nhìn, còn bị khuất.

- Hoạt động khai thác cơ sở chấp nhận thẻ (CSCNT) và chủ thẻ còn yếu. Các chi nhánh còn thụ động trong công tác khai thác khách hàng vẫn còn tình trạng chờ khách hàng đến với chi nhánh. Cán bộ Marketing tại các chi nhánh còn mỏng, chủ yếu kiêm nhiệm, kỹ năng và kiến thức Marketing còn hạn chế. Hiện nay hầu hết các chi nhánh chưa thành lập được tổ thẻ riêng chứ không nói đến phòng thẻ. Không có cán bộ thẻ riêng tại các chi nhánh dành đặc biệt cho công tác này, cán bộ mà được xem là cán bộ thẻ tại phòng kế toán chủ yếu là để cho khách nộp tiền vào thẻ và chi tiền, mở thẻ mới cho khách chứ không thực hiện chuyên Marketing thẻ.

Việc phát triển CSCNT còn chạy theo số lượng và không đảm bảo mức thu phí dịch vụ đúng với quy định của Ngân hàng Công thương. Công tác thẩm định, quản lý đào tạo CSCNT còn yếu. Việc chăm sóc CSCNT chưa được quan tâm đúng mức. Danh sách thẻ đen chưa được cập nhật thường xuyên, kịp thời cho CSCNT, chưa có những hình thức khen thưởng động viên xứng đáng cho những CSCNT có doanh số hoạt động tốt.

- Chất lượng dịch vụ khách hàng không cao: chưa xây dựng được cơ sở dữ liệu khách hàng nên rất khó khăn trong công tác chăm sóc khách hàng. Cán bộ giao dịch còn kiêm nhiệm nên là một trong những yếu tố không tạo được sự thu hút dịch vụ thẻ nói riêng và hệ thống thẻ Incombank nói chung. Bên cạnh đó, còn chưa xây dựng được trách nhiệm của các chi nhánh liên quan đến việc xử lý các phát sinh trong quá trình sử dụng thẻ của chủ thẻ như hỏng thẻ, mất thẻ, kẹt thẻ trong ATM, kẹt tiền... đặc biệt là trong ngày nghỉ, ngày lễ. Thái độ phục vụ khách hàng còn chưa tốt chưa tốt như công tác hướng dẫn khách. VD như khi khách đến nhận thẻ và tiến hành kích hoạt lần đầu thì cán bộ được phân công công tác thẻ ngoài việc đưa cho khách hàng những tài liệu hướng dẫn cách dùng nên đưa khách ra máy và hướng dẫn cụ thể cho khách hàng để tránh những ngân ngại ban đầu dùng sản phẩm thẻ của Incombank. Và còn một vấn đề nữa cũng cần quan tâm là trên tờ giấy hướng dẫn cách sử dụng thì chỉ có cách sử dụng được in lên đó và danh sách đặt máy ATM là một tờ giấy riêng biệt có chiều dài rất dài không thuận tiện cho việc

luôn mang theo trong túi của khách hàng. Trong tờ hướng dẫn khách thiếu hẳn phần lưu ý để sử dụng thẻ an toàn như bảo quản số Pin, không cho mượn thẻ, khi thẻ mất thì báo ngay cho ngân hàng.

2.4. Đánh giá kết quả đạt được trong quá trình triển khai thẻ thanh toán tại Incombank

2.4.1. Kết quả đạt được

- **Tăng uy tín và hình ảnh Incombank trên thị trường**

Việc phát triển các loại sản phẩm mới, tiện ích mới, đặc biệt là dòng thẻ ghi nợ E-Partner đã tạo ra một thương hiệu mới cho thẻ ATM ghi nợ hiện đại giúp dân chúng nhận định Incombank thực sự là một ngân hàng hiện đại và có quy mô lớn. Các ngân hàng khác đã tạo được thương hiệu thẻ riêng cho thẻ của mình, như Vietcombank là Connect 24; Agribank là Success; BIDV là thẻ Etrans với khẩu hiệu là “Hành trang cho cuộc sống hiện đại”, Techcombank là F@stAccess...

Điểm nổi trội dịch vụ thẻ ATM của Incombank là luôn tạo ra thêm những giá trị gia tăng cho chủ thẻ như: bảo hiểm tai nạn cho chủ thẻ 24/24 với số tiền tối đa lên tới 20 triệu, cầm nang mua sắm vàng: chủ thẻ của Incombank được hưởng ưu tiên giảm giá khi thanh toán hàng hoá dịch vụ tại CSCNT có trong danh sách của cuốn cầm nang với những mức khác nhau dành cho các loại thẻ.

Cùng với việc đầu tư công nghệ hiện đại và áp dụng các phương thức thanh toán mới đòi hỏi cán bộ ngân hàng được đào tạo chuyên nghiệp hơn, kỹ năng hoàn hảo hơn để phục vụ khách hàng. Nhờ vậy uy tín cũng như thương hiệu thẻ Incombank được khẳng định trên thị trường. Cùng với việc quảng bá sản phẩm thẻ trên các phương tiện thông tin đại chúng, tên tuổi Incombank liên tục được cập nhật trong ý thức của khách hàng. Hơn nữa thẻ là dịch vụ bề nổi, dễ sử dụng và phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng, nhờ vậy rất dễ ăn sâu vào tiềm thức của dân chúng. Trong thời gian vừa qua, hầu hết các khách hàng ban đầu sử dụng thẻ Incombank là khách hàng truyền thống. Mối quan hệ này ngày càng bền vững sẽ thúc đẩy các dịch vụ bảo hiểm, đầu tư, thanh toán, tín dụng...vv phát triển, thu hút ngày càng nhiều hơn nữa khách hàng đến với Incombank.

- **Tăng nguồn vốn huy động**

Thẻ ghi nợ nói chung giúp phần quan trọng khơi tăng nguồn vốn ngân hàng. Như đã phân tích ở trên, hàng năm Incombank huy động được hàng trăm tỷ đồng từ thẻ ghi nợ. Theo quy định của Incombank, các chi nhánh được hưởng lãi trên số dư huy động vốn; được phép sử dụng linh hoạt và phù hợp với tình hình kinh doanh cụ thể tại chi nhánh. Chính sách này bước đầu được chi nhánh hết sức hoan nghênh, giúp họ tận dụng được nguồn vốn vốn, chủ động xây dựng các chương trình sử dụng vốn hiệu quả trên địa bàn mình quản lý. Có thể nói dịch vụ thẻ ra đời đã góp phần tích cực đẩy mạnh hoạt động Incombank phát triển.

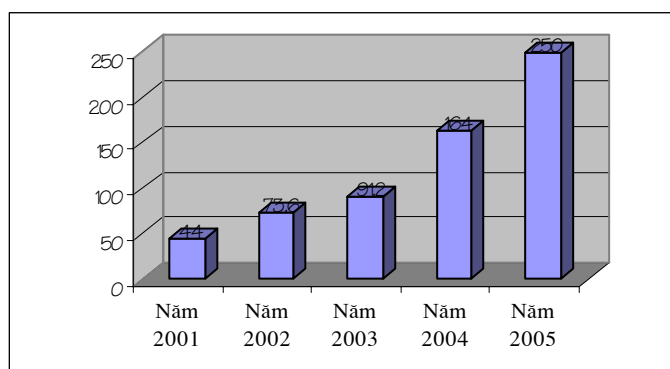
- **Tăng doanh thu cho ngân hàng :** Để đánh giá ảnh hưởng của thẻ thanh toán tới hoạt động của các lĩnh vực trong hệ thống Incombank, chúng ta sẽ phân tích qua mức độ tăng trưởng doanh thu về thẻ thanh toán của Incombank qua các năm như sau:

Bảng 2.10: Doanh thu từ thẻ thanh toán của ICB đv USD

Năm	2001	2002	2003	2004	2005
Doanh thu	44.000	73.600	91.200	164.000	250.000

(Nguồn: Báo cáo hoạt động thẻ của ICB 2000-2005)

Biểu đồ tăng trưởng doanh thu từ thẻ thanh toán của ICB đv: 1000 USD



(Hình 2.13)

Doanh thu từ thẻ thanh toán tăng lên nhanh chóng qua các năm, năm 2005 tăng gấp hơn 5 lần so với năm 2001. Tuy nhiên cho đến nay doanh thu của dịch vụ chỉ đạt một tỷ lệ khiêm tốn chưa đến 1% trong tổng doanh thu từ dịch vụ. Thẻ là một sản phẩm mới của Incombank nên trong những năm qua thu được kết quả như trên là đáng khích lệ. Hiện nay các ngân hàng đều có đầu tư lớn để giành thị phần, bởi lẽ sử dụng thẻ đã trở thành

Tại các nước phát triển, đa phần các ngân hàng kinh doanh thẻ đều thu được những khoản doanh thu và lợi nhuận khổng lồ. Hầu hết các tập đoàn tài chính đều có các công ty thẻ riêng, kinh doanh độc lập. Trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt như hiện nay, thị trường ngân hàng truyền thống như tín dụng, chứng khoán, bất động sản...vv đã bão hoà thì việc tìm ra sản phẩm kinh doanh mới được coi là một trong những bước tiến quyết định. Do đó trong thời gian tới thẻ là một sản phẩm được các ngân hàng Việt Nam nói chung và Incombank nói riêng đầu tư và chú trọng phát triển.

- **Đổi mới trong chiến lược kinh doanh ngân hàng**

Trước đây ngân hàng thường đi vào lối mòn truyền thống như tập trung cho vay các dự án lớn trung dài hạn. Kết quả cho đến nay hầu hết các ngân hàng đang phải xử lý nợ xấu và nợ quá hạn lên tới 30%. Như vậy dịch vụ tín dụng với lãi suất lớn nhưng vì không thu được tiền vốn lẫn lãi nên thực tế lợi nhuận thu được không như dự kiến. Với việc triển khai thẻ thanh toán, các ngân hàng đã chú trọng sang các sản phẩm ngân hàng bán lẻ, do đó rủi ro được san đều trong hoạt động ngân hàng, nhờ vậy mà lợi nhuận ròng tăng lên. Thực tế trong thời gian vừa qua, các ngân hàng như ACB, VCB, Incombank, SaComBank... đều chú trọng đổi mới kinh doanh bằng cách đa dạng hoá các sản phẩm thẻ, cho vay tiêu dùng và các hộ kinh doanh cá thể, dịch vụ Internet Banking...vv là những minh chứng sống động về vấn đề này.

- **Các kết quả khác**

Cơ sở hạ tầng của Incombank đã dần dần thay đổi: Rõ ràng với ngân hàng thì vấn đề công nghệ được ưu tiên hàng đầu. Cùng với việc đầu tư công nghệ thẻ hiện đại là việc thiết lập các công cụ hỗ trợ trên toàn hệ thống như xây dựng phần mềm hỗ trợ hệ thống thẻ; trang bị máy vi tính phục vụ hoạt động thẻ; lắp đặt các hộp đựng ATM mang thương hiệu Incombank đẹp và sang trọng trên toàn quốc...vv. Hiện nay các ngân hàng thương mại như VCB, Incombank, BIDV, AgriBank... đã cơ bản hoàn tất chương trình hiện đại hoá ngân hàng. Ưu việt của hệ thống này là quản lý tập trung tại Trung ương, cho phép

Nâng cao khả năng cạnh tranh và hội nhập của ngân hàng: Với nhiều sản phẩm ngân hàng hiện đại, ngày càng có nhiều khách hàng tiếp cận với Incombank, tạo thêm uy tín cho ngân hàng trên thị trường. Cùng với việc duy trì nền tảng công nghệ hiện đại, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế giúp cho các đối tác nước ngoài cũng như bạn hàng tin cậy và đánh giá cao Incombank.

Thực hiện tốt chính sách tiền tệ của Ngân hàng Nhà nước: Khách hàng sử dụng thẻ góp phần giảm bớt lượng tiền mặt ngoài lưu thông, góp phần tăng nhanh tốc độ chu chuyển vốn trong nền kinh tế.

Góp phần nâng cao dân trí của người dân: Thông qua việc sử dụng các dịch vụ thẻ của Incombank, người dân được tiếp cận với các phương tiện thanh toán văn minh. Qua đó giúp khách hàng hiểu thêm về các giao dịch thương mại điện tử gắn liền với các máy móc thiết bị của nền kinh tế hiện đại.

2.4.2. Những hạn chế và nguyên nhân

- **Những hạn chế**

Qua các số liệu phân tích ở trên cho thấy thẻ thanh toán của Incombank chưa thật sự phát triển, thể hiện:

- Thương hiệu thẻ Incombank chưa hình thành rõ nét trên thị trường; các chương trình quảng cáo tiếp thị xuất hiện nhỏ lẻ, manh mún và không chuyên nghiệp.
- Số lượng thẻ phát hành thấp so với ngân hàng bạn.
- Loại thẻ phát hành còn đơn giản, đơn điệu về chủng loại: tính đến nay, Incombank có 3 sản phẩm ghi nợ là E-partnerSCard, E-partner GCard; E-partnerCCard thẻ tín dụng có 2 loại thẻ chuẩn và thẻ vàng; thẻ CashCard có 3 loại là có mệnh giá, không có mệnh giá và ghi danh. Các loại thẻ này quá ít, chưa đáp ứng hết nhu cầu của các đối tượng khách hàng trên thị trường.
- Doanh số thanh toán thấp, chủ yếu phụ thuộc vào doanh số rút tiền mặt.

- Quy mô món thanh toán nhỏ, ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu và lợi nhuận về thẻ của ngân hàng.
- Mạng lưới CSCNT của Incombank mỏng so với ngân hàng bạn, chất lượng hoạt động của những điểm này không cao, ngành nghề kinh doanh chưa thiết yếu, chưa đa dạng để phục vụ khách hàng. Công tác đào tạo CSCNT còn yếu, trong quá trình giao dịch với khách hàng còn gặp nhiều khó khăn, gây phiền hà cho khách hàng.
- Chức năng các loại thẻ đơn giản, mới chỉ dừng lại ở một số chức năng truyền thống nên kém hấp dẫn khách hàng, chưa thực sự cạnh tranh so với ngân hàng bạn. Bên cạnh đó số lượng ATM của Incombank còn ít, tần suất phục vụ lại chưa đạt đến tiêu chuẩn quốc tế, vẫn còn tình trạng lỗi ATM hết tiền, ngừng hoạt động trong các ngày nghỉ, lễ tết; đặc biệt đa số máy ATM chưa đảm bảo yêu cầu phục vụ khách hàng 24/24h.
- Thời gian phát hành thẻ lâu, sau 3-5 ngày kể từ khi làm thủ tục khách hàng mới nhận được thẻ.
- Rủi ro có thể phát sinh vì quy trình phát hành thẻ của Incombank lặp lại tại nhiều khâu chi nhánh - Phòng thẻ tại trung ương - chi nhánh. Ngoài ra thẻ thanh toán là nghiệp vụ còn tương đối mới tại Việt Nam nên thiếu nhiều kinh nghiệm phòng chống và quản lý rủi ro. Incombank là ngân hàng triển khai thẻ thanh toán sau nhiều ngân hàng khác nên kinh nghiệm về vấn đề này lại càng ít.
- Các hệ thống thẻ của Incombank hoạt động độc lập, hiệu quả kinh tế đối với ngân hàng kém, tính tiện lợi dành cho khách hàng thấp.
- Doanh thu từ thẻ thanh toán chưa cao.
 - **Nguyên nhân**
- **Chính sách kinh doanh thẻ** chưa hướng tới khách hàng, đặc biệt các chính sách Marketing và chăm sóc khách hàng còn hạn chế, lực kéo của các chính sách Marketing chưa đủ mạnh để phát triển dịch vụ thẻ Incombank. Công tác quảng bá sản phẩm của ngân hàng còn yếu, thể hiện:
 - Ngân sách cho quảng cáo thẻ chưa có.
 - Hoạt động quảng cáo còn manh mún, chưa có chiến lược tổng thể.

- Các chi nhánh chưa chủ động trong công tác giới thiệu và quảng bá các sản phẩm thẻ đến với khách hàng.
- Hơn nữa, hoạt động khai thác CSCNT và chủ thẻ còn yếu:
- Đội ngũ cán bộ Marketing tại Phòng thẻ trung ương cũng như tại chi nhánh quá mỏng, phải kiêm nhiệm nhiều việc nên chưa phát huy hết tiềm năng.
 - Việc triển khai các kênh phân phối và đại lý còn nhiều bất cập về cơ chế cũng như rủi ro tiềm ẩn.
 - Các chi nhánh chưa chủ động trong việc xây dựng các chương trình ưu đãi trên đại bàn của mình vì giới hạn về kinh phí cũng như mô hình hoạt động.
- Bên cạnh đó chất lượng phục vụ khách hàng của Incombank chưa cao, cụ thể:
- Chưa xây dựng cơ sở dữ liệu khách hàng (CRM) nên khó khăn trong công tác chăm sóc khách hàng.
 - Công tác chăm sóc khách hàng trước, trong và sau khi bán còn yếu.
 - Tác phong phục vụ khách hàng chưa chuyên nghiệp.
- **Thiếu cơ chế động lực** tài chính và phi tài chính để khuyến khích chi nhánh chú trọng phát triển thẻ thanh toán.
 - **Mô hình tổ chức** chưa phù hợp: thẻ thanh toán của Incombank đã triển khai 4 năm nay song mô hình tổ chức hiện tại vẫn chỉ là cấp Phòng trực thuộc trung ương. Do đó rất nhiều quyết định, đặc biệt là các quyết định có tính thời điểm, thị trường còn chậm. Bên cạnh đó một số nghiệp vụ như kế toán, phê chuẩn tín dụng... tập trung hầu hết tại trung ương dẫn đến sự gia tăng, chồng kênh về nhân sự. Bên cạnh đó, tại chi nhánh Incombank chưa hình thành bộ phận chuyên trách về thẻ, cán bộ phải kiêm nhiệm nhiều công việc nên không tập trung phát triển thẻ thanh toán; thụ động trong công tác khai thác và chăm sóc khách hàng, chuyên môn chưa cao.... Dẫn đến vụ thẻ thanh toán của Incombank nói chung phát triển chưa đúng với quy mô và vị thế vốn có của nó.
 - **Quy trình nghiệp vụ** phát hành và thanh toán thẻ thường diễn ra theo chu trình khách hàng - chi nhánh - Phòng thẻ Trung ương - chi nhánh - khách hàng dẫn đến việc nhận sản phẩm thẻ rất lâu từ 3 đến 5 ngày.

- **Hệ thống công nghệ** thẻ còn nhiều bất cập, ảnh hưởng đến khả năng nghiên cứu và phát triển các tính năng của thẻ; khả năng kết nối giữa các hệ thống sản phẩm thẻ với nhau và khả năng hỗ trợ kỹ thuật trong quá trình vận hành hệ thống thẻ, cụ thể:
 - Chi nhánh Incombank thụ động về kỹ thuật thẻ: Hầu hết các hệ thống thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng, CashCard của Incombank đều tập trung tại Phòng thẻ trung ương, chi nhánh hoàn toàn bị động khi gặp trục trặc về kỹ thuật. Trong khi chất lượng đường truyền chưa tốt, chất lượng các thiết bị thanh toán chưa cao nên chi nhánh không thể chủ động giải quyết, dẫn đến tình trạng máy chết, máy hỏng không phục vụ được khách hàng 24/24h.
 - Các hệ thống thẻ của Incombank hoạt động độc lập: Thực tế hoạt động thẻ ATM chỉ thể hiện tối đa hiệu quả và tính năng khi nó hoạt động trong môi trường mà hoạt động thanh toán của ngân hàng là trực tuyến. Do đó hơn bao giờ các hệ thống thẻ của Incombank cần được kết nối với nhau để khách hàng rút tiền trên toàn hệ thống bằng các thẻ của Incombank, mở rộng mạng lưới thanh toán thẻ... Thế nhưng cho đến nay Incombank vẫn chưa có hệ thống Switch. Trong một vài năm nữa khi chúng ta mở cửa thị trường tài chính thì khả năng chúng ta bị thua ngay trên sân nhà là điều khó tránh khỏi. Không nói đâu xa, ngay các ngân hàng thương mại cổ phần trong nước như TechcomBank, Đông Á, Sacombank, EximBank, VIP, VP Bank đang tích cực đầu tư các hệ thống thẻ ATM cũng như thẻ tín dụng quốc tế nhằm tạo ra sự khác biệt nổi trội. Với ưu thế đi sau họ có quyền lựa chọn đầu tư các hệ thống công nghệ hiện đại hơn, ưu việt hơn. Do đó nếu ngay từ bây giờ Incombank không kịp thời đổi mới công nghệ, tích hợp các hệ thống thẻ, phát triển thêm các tính năng trên phần mềm sẵn có thì rất có thể Incombank sẽ mất dần khách hàng, hậu quả là thẻ thanh toán không có cơ hội phát triển.
 - Hệ thống kỹ thuật hỗ trợ chưa được đầu tư thoả đáng: Phần lớn Incombank mới chỉ tập trung vào đầu tư vào công nghệ phục vụ việc phát triển sản phẩm dịch vụ mà chưa coi trọng việc đầu tư công nghệ để quản trị khách hàng. Ngoài ra,

- **Chưa chú trọng công tác đào tạo cán bộ và phát triển nguồn nhân lực thẻ:** Với đội ngũ nhân ở nhiều độ tuổi, trong đó cán bộ trẻ ngày càng nhiều, hoạt động đào tạo thẻ tại Incombank hiện nay mới chỉ chú trọng đến việc phổ biến các quy trình nghiệp vụ tác nghiệp cụ thể, các cán bộ chủ yếu tự đào tạo bằng cách tự nghiên cứu tài liệu và thảo luận với đồng nghiệp, chưa được đào tạo một cách bài bản, không có một cách nhìn tổng quát có chiều sâu. Khi có chương trình hoặc nghiệp vụ mới chỉ cử đại diện 1, 2 nhân viên đi tập huấn sau đó về truyền đạt lại cho những nhân viên không đi tập huấn, việc này thường không hiệu quả vì các nhân viên này thường không có khả năng truyền đạt. Công tác phát triển nguồn nhân lực cũng chưa được đầu tư đúng mức vì mô hình Phòng thẻ hiện tại cũng chưa hình thành được các cơ chế khuyến khích nhân viên thẻ gắn bó và tâm huyết lâu dài với Incombank trong thời gian tới.

- **Sản phẩm thẻ còn đơn giản, chưa có nhiều tiện ích thu hút:** Các sản phẩm thẻ có nhiều nhưng chưa có sự khác biệt thu hút. Việc thu phí qua ngân hàng của các nhà cung cấp dịch vụ như nước sạch, thuế, hải quan, xăng dầu còn đứng ngoài cuộc, coi đó như là công việc kinh doanh kiếm lợi nhuận riêng của các NHTM. Họ không sẵn sàng hợp tác với NHTM vì mục tiêu chung của nền kinh tế, vì hiệu quả kinh doanh của chính họ và vì lợi ích chung khi hội nhập và tạo thuận tiện cho khách hàng. Các điểm chấp nhận thẻ cũng chưa sẵn sàng hợp tác với NHTM về thanh toán bằng thẻ như các siêu thị lớn, nhà hàng... Như siêu thị Metro tới thời điểm hiện tại chỉ mới chấp nhận thanh toán thẻ do ANZ, Đông Á và Vietcombank phát hành.

Thẻ thanh toán không còn là nghiệp vụ mới mẻ ở Việt Nam nói chung và Incombank nói riêng nhưng vẫn tiềm ẩn nhiều rủi ro ở các khâu phát hành và thanh toán thẻ; có thể bị các chủ thẻ tham gia như chủ thẻ, CSCNT, đại lý phát hành và thanh toán thẻ cũng cán bộ ngân hàng lợi dụng; đặc biệt hiện đang là mục tiêu tấn công của các nhóm tội phạm thẻ quốc tế.

-**Tâm lý ưa chuộng tiền mặt trong dân chúng:** Theo thống kê của Ngân hàng Nhà nước thì thanh toán bằng tiền mặt chiếm tới 70-75% tổng nhu cầu thanh toán trong toàn

Rõ ràng thanh toán thẻ quá nhỏ vì thanh toán qua tài khoản cá nhân trong hệ thống ngân hàng Việt Nam cũng lên tới 5% tổng thanh toán chung.

- **Thiếu hệ thống văn bản và quy phạm pháp luật thẻ:** Kinh tế xã hội nước ta ngày càng phát triển, các nghiệp vụ ngân hàng trong đó có nghiệp vụ thẻ cũng có xu hướng ngày càng đa dạng và phong phú cả về quy mô lẫn chất lượng thì dường như các luật lệ, chế tài và văn bản hướng dẫn liên quan lại không bắt kịp với sự phát triển của nó. Chẳng hạn Chính phủ khuyến khích thanh toán liên ngân hàng, khuyến khích người dân mở tài khoản tại ngân hàng và sử dụng các giao dịch thương mại điện tử như thanh toán qua Internet, điện thoại...vv nhưng cho đến nay Chính phủ và các cơ quan chức năng chưa có các văn bản hướng dẫn chi tiết để hạn chế rủi ro; thiếu các chế tài nghiêm ngặt để bảo vệ người tiêu dùng và trừng phạt kẻ xấu lợi dụng cơ chế để trục lợi. Do đó không những không khuyến khích công chúng cũng như các ngân hàng tham gia lĩnh vực này mà còn làm xu hướng tội phạm gia tăng trong thời gian tới. Bên cạnh đó, đối tượng khách hàng sử dụng thẻ của Incombank chủ yếu là người lao động có thu nhập cao, cán bộ đi công tác nước ngoài, công chức nhà nước, nhân viên các khu công nghiệp chế xuất, sinh viên, du học sinh đi nước ngoài...vv. Trong khi đó Việt Nam còn hàng triệu người có thu nhập trung bình sinh sống và làm việc tại các nông trang, điền trang, các doanh nghiệp tư nhân nhỏ, lẻ...vv thì hoàn toàn chưa được đề cập đến trong số lượng khách hàng sử dụng thẻ. Thực tế là họ không có thông tin về sản phẩm mới này và cũng không có cơ hội để sử dụng thẻ trên địa phương mình.

Hiện nay Việt Nam là thành viên của AFTA và đang trong lộ trình tiến tới gia nhập WTO, chúng ta đã và đang từng bước hội nhập vào nền kinh tế khu vực và quốc tế. Có thể khẳng định, hội nhập đã mở ra cho Việt Nam nói chung và các chủ thể kinh tế nói riêng những cơ hội và thách thức mới đồng thời từng bước đang làm cho môi trường kinh doanh của Việt Nam thay đổi theo các chiều hướng không ngừng tạo ra các áp lực về cạnh tranh, đòi hỏi các chủ thể kinh tế phải có những nhận thức và hành động kịp thời để có thể nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường trong nước, khu vực và quốc tế.

Là một trong các chủ thể kinh tế đóng vai trò chủ đạo trong nền kinh tế quốc dân, trong những năm vừa qua, Incombank đã và đang có những bước chuyển mình đáng kể: không ngừng đầu tư đổi mới hệ thống công nghệ; cung cấp các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng đa dạng đáp ứng nhu cầu của thị trường; cải tổ cơ cấu tổ chức, gia tăng nguồn vốn tự có... nhằm củng cố khả năng và vị thế trên thị trường tài chính Việt Nam. Tuy nhiên, dưới tác động của xu thế phát triển trên thế giới, Incombank lại bắt đầu một cuộc đua trong một môi trường cạnh tranh mới, khắc nghiệt hơn do có sự tham gia của các tổ chức tài chính, ngân hàng nước ngoài trong đó bao gồm cả các tổ chức tài chính, ngân hàng “đại gia” trong khu vực và quốc tế. Do đó, để phát triển hoạt động kinh doanh nói chung và phát triển thể thanh toán nói riêng thì Incombank cần phải có những phân tích, đánh giá cụ thể những cơ hội và thách thức đang gọi mở hoặc sẽ phải đối phó trong thời gian tới. Qua đó, tìm ra con đường có thể đảm bảo duy trì vị thế và nâng cao khả năng cạnh tranh, thăng tiến trên con đường hội nhập của nước nhà.

2.5 Cơ hội và thách thức đối với sự phát triển thể thanh toán của Incombank

2.5.1. Cơ hội

- **Kinh tế xã hội đang phát triển không ngừng**

10 năm trở lại đây nền kinh tế nước ta biến đổi không ngừng, GDP hàng năm đạt tốc độ tăng trưởng ổn định và cao so với các nước khu vực và thế giới. Trong các kỳ họp đại hội gần đây nêu rõ: “Từ nay đến năm 2010 ra sức phấn đấu đưa nước ta cơ bản trở thành một nước công nghiệp”. Khi đó GDP bình quân đầu người sẽ tăng gấp đôi, đạt khoảng 700USD/người/năm. Nhịp độ tăng trưởng sẽ từ 7-9%/năm; sản xuất nông lâm ngư nghiệp khoảng 4,5%-5%; công nghiệp khoảng 14-15%; dịch vụ khoảng 12-13%, xuất

Với tốc độ phát triển như vậy sẽ thúc đẩy thẻ thanh toán Incombank phát triển. Thu nhập người dân tăng lên đồng nghĩa với việc hướng tới việc tiêu dùng và thanh toán các phương tiện hiện đại như thẻ. Mặt khác, Việt Nam hiện nay được Liên hiệp quốc đánh giá là một trong những điểm đến an toàn nhất đối với du khách nước ngoài. Nền chính trị của chúng ta tương đối ổn định và bền vững trong suốt thời gian qua. Đây cũng là yếu tố quan trọng thu hút các nhà đầu tư nước ngoài cũng như đảm bảo cho nền kinh tế phát triển ổn định trong thời gian tới.

Trong năm 2006 Việt Nam có thể đạt được mục tiêu gia nhập các tổ chức thương mại lớn nhất thế giới WTO. Do đó trong vòng 5-7 năm nữa, Việt Nam sẽ mở cửa thị trường ngân hàng tài chính. Khi đó với sự góp mặt đa dạng của các ngân hàng nước ngoài cũng như các nhà đầu tư nước ngoài trong các lĩnh vực khác sẽ tạo ra những động lực đổi mới và cải cách ngân hàng, nâng cao năng lực quản lý nhà nước trong lĩnh vực ngân hàng, tăng cường khả năng tổng hợp tư duy trong các văn bản tài chính ngân hàng. Rõ ràng trong bối cảnh như vậy thì các dịch vụ ngân hàng hiện đại như thẻ sẽ có cơ hội phát triển.

- **Tiềm năng thị trường thanh toán thẻ tại Việt Nam**

Việt Nam nằm trong khu vực Châu á - Thái Bình Dương là khu vực có tốc độ phát triển thẻ nhanh nhất trên toàn thế giới. Theo báo cáo thống kê của các tạp chí tài chính danh tiếng thì riêng 2 loại thẻ Visa và MasterCard doanh số thanh toán đã tăng từ 207 tỷ USD năm 1995 lên 595 tỷ USD năm 2000. Năm 2005 doanh số thanh toán hơn 1.498 tỷ USD, đạt được mức tăng trưởng lớn nhất so với các khu vực khác trên thế giới. Tốc độ tăng trưởng ngoạn mục này cũng là cơ hội cho thẻ thanh toán tại Việt Nam nói chung, của Incombank nói riêng phát triển.

Theo như phân tích ở chương này - Thực trạng thẻ thanh toán tại Incombank thì đến cuối năm 2005 tại Việt Nam đã phát hành được 500.000 thẻ tín dụng và khoảng 2.5 triệu thẻ ATM. Tốc độ tăng trưởng hàng năm tăng đều và có xu hướng tăng nhanh trong thời gian tới. Tuy vậy so với dân số 83 triệu người thì con số trên quá khiêm tốn. Còn có hàng triệu người chưa biết đến thẻ cũng như chưa có cơ hội sử dụng thẻ. Do đó, mục tiêu

Doanh số thanh toán thẻ của Việt Nam trong năm 2004 đạt khoảng 320 triệu USD, năm 2005 đạt hơn 400 triệu USD. Trong khi đó tổ chức thẻ Visa ước tính năm 2006 Việt nam doanh số thanh toán thẻ đạt chừng 500 triệu USD. Rõ ràng với cơ sở hạ tầng và công nghệ sẵn có, Việt nam cũng chưa đạt được con số tiềm năng vốn có của mình. Chính điều này đòi hỏi các ngân hàng, trong đó có Incombank phải nỗ lực hơn nữa trong thời gian tới để xứng đáng với vị thế và tiềm năng vốn có của mình. Nếu không chúng ta sẽ thua ngay trên sân nhà, trong một thế bị động không đáng có.

- **Những thay đổi tích cực trong hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam**
- **Cạnh tranh lành mạnh** giữa các ngân hàng thương mại thúc đẩy sự phát triển dịch vụ thẻ: trên thị trường thẻ Việt Nam đến nay có hơn 10 ngân hàng tham gia, trong đó không chỉ có ngân hàng thương mại quốc doanh còn có các ngân hàng cổ phần, con số này sẽ gia tăng trong thời gian tới. Trong bối cảnh cạnh tranh như vậy, các ngân hàng sẽ đua nhau đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ thẻ; giảm phí phát hành thẻ, phí thu với CSCNT cũng như phí rút tiền mặt...vv, đồng thời mở rộng mạng lưới tiếp thị cũng như thực hiện các chương trình khuyến mại hấp dẫn...vv Do đó khách hàng là người có lợi nhất và thị trường thẻ Việt nam ngày càng phong phú. Chẳng hạn riêng sản phẩm thẻ ATM của Incombank thay vì có 1 loại thẻ duy nhất trước đây thì nay có 4 loại khác nhau; khách hàng thẻ vàng thay vì sau 3-5 ngày nhận thẻ thì có thẻ nhận thẻ sau 1h kể từ khi phát hành thẻ tại chi nhánh trên địa bàn Hà nội; khách hàng sử dụng thẻ của Incombank thường nhận thêm các giá trị gia tăng kèm theo thẻ như hưởng bảo hiểm, mua hàng giảm giá tại các điểm mua sắm vàng ...vv.
- **Cạnh tranh hoàn hảo** trong những thị trường trên thế giới: Xu hướng hội nhập giúp cho các ngân hàng có cơ hội cọ xát với thị trường quốc tế, tiếp thu chuyển giao công nghệ, tiếp cận phương pháp quản trị ngân hàng hiện đại. Nhờ thế mà thẻ thanh toán trong nước cũng có cơ hội phát triển.
- **Xu hướng hội nhập ngân hàng:** Theo chương trình của Ngân hàng Nhà nước, năm 2005, 4 ngân hàng thương mại quốc doanh VCB, BIDV, ArgriBank và Incombank phải

- **Trình độ quản trị** ngân hàng từng bước được nâng lên: ngân hàng được coi là một trong những lĩnh vực quan trọng của đất nước nên được ưu tiên phát triển nguồn nhân lực. Do đó ở đây tập trung đội ngũ nhân viên có năng lực, đầy nhiệt huyết và năng động, dễ dàng tiếp cận với sản phẩm mới và làm chủ các công nghệ hiện đại.
- **Mối liên kết** giữa các ngân hàng ngày càng chặt chẽ: Bằng chứng là sự ra đời của Hiệp hội thanh toán thẻ Việt Nam, các khoá học và hội thảo về thẻ liên tục được tổ chức trong thời gian qua. Hiệp hội này sẽ hoạt động trên 10 lĩnh vực như dịch vụ chuyển mạch tài chính, dịch vụ bảo trì hệ thống ATM, sản xuất và gia công thẻ trắng, dịch vụ in thẻ và phát hành thẻ SmartCard, dịch vụ kết nối thẻ quốc tế, cung ứng các phương tiện thanh toán, cung cấp và bảo trì hệ thống chuyển tiền điện tử. Trước mắt đầu năm 2007, các ngân hàng sẽ nối mạng ATM với nhau, tạo tiền đề cần thiết cho sự phát triển vượt bậc đối với dịch vụ thẻ này.

2.5.2. Thách thức

- **Cạnh tranh trên thị trường thẻ đang diễn ra mạnh mẽ, đặc biệt cạnh tranh về giá**

Thời gian qua các ngân hàng đã triển khai hoạt động thẻ luôn đưa ra những sản phẩm, dịch vụ mới để chiếm lĩnh thị trường, còn các ngân hàng chưa tham gia thì đã có sự thay đổi trong tư duy, chiến lược kinh doanh, chú trọng phát triển mảng dịch vụ nhiều hơn trong đó hoạt động thẻ được ưu tiên hàng đầu. Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng đã tham thị trường thẻ và các ngân hàng mới tham gia thị trường đã làm cho thị trường thẻ sôi động hơn bao giờ hết.

Để chiếm lĩnh thị trường, các ngân hàng thương mại như BIDV, Agribank, Đông Á đều triển khai các chiến dịch miễn phí phát hành thẻ trong thời gian dài, hay chính sách tặng tiền vào tài khoản...vv. Hay như ACB và VCB liên tục mở rộng các chương trình

- **Rào cản xâm nhập thị trường đối với một số sản phẩm và dịch vụ đi sau như Visa/MasterCard**

Thực tế là VCB và ACB sau hơn 10 năm hoạt động đã hình thành được thương hiệu về lĩnh vực thẻ tín dụng. Hai ngân hàng này đã đặt được ở hầu hết các CSCNT kinh doanh tốt, địa điểm đẹp và cài đặt ATM tại nhiều địa điểm lý tưởng trong các thành phố. Với lợi thế đi trước, VCB ký hợp đồng độc quyền phát hành thẻ Amex tại Việt Nam. Với lượng khách hàng đông đảo, VCB và ACB có cơ hội mở rộng đối tượng sử dụng thẻ tín dụng. Đó chính là các rào cản lớn mà Incombank phải đối mặt khi đi sau trong lĩnh vực này.

- **Khởi liên minh**

- * **VCB với 17 ngân hàng cổ phần khác**

Năm 2004, VCB từ chối tham gia vào công ty Banknet mà tự đứng ra thành lập liên minh gồm 11 ngân hàng do VCB chủ trì đến nay là 17 ngân hàng cổ phần. Hoạt động cơ bản của liên minh là liên kết dọc, dựa trên nền tảng công nghệ của VCB, các ngân hàng phát hành thẻ ghi nợ có thể rút tiền và thanh toán thẻ tại các ATM và mạng lưới CSCNT của VCB trên toàn quốc. Phí phát hành và thanh toán chia theo tỷ lệ cho các ngân hàng thành viên. Liên doanh này hoạt động khá hiệu quả, bằng chứng là sau gần hơn 2 năm tham gia liên kết ngân TechcomBank đã phát hành được hơn 100.000 thẻ thẻ Fast Access.

- * VNBC gồm 4 thành viên : Ngân hàng Đông Á, ngân hàng Sài Gòn Công thương, Habubank, ngân hàng phát triển nhà đồng bằng Sông cửu long. Hệ thống này đã kết nối vào hệ thống China Union Pay của Trung Quốc.

- * Liên minh thẻ ANZ gồm ANZ, Sài gòn thương tín, và TMCP Phương Nam.

- **Làn sóng thẻ giả mạo, đặc biệt đang diễn ra nghiêm trọng tại khu vực Châu á - Thái Bình Dương**

Theo tin <http://www.vnexpress.net> trong tháng 6/2005, hơn 40 triệu tài khoản thẻ của công ty Carssystem Solution - công ty chuyên làm dịch vụ thẻ cho nhiều ngân hàng

Thực tế đã có rất nhiều sự cố rò rỉ thông tin thẻ tín dụng quốc tế dẫn đến gian lận và giả mạo thẻ. ở các nước phát triển xu hướng này rất rõ nét và bị cảnh sát tấn công quyết liệt. Nay bọn tội phạm chuyển hướng sang các thị trường mới, trong đó có thị trường thẻ Việt Nam.

- **Ngoài ra với xu hướng hội nhập các tổ chức thương mại lớn, Incombank còn phải đối mặt với hàng loạt thách thức như:**

- **Thách thức** của sự thay đổi của môi trường: sự phát triển của công nghệ thay đổi không ngừng; Sức ép hội nhập và những ảnh hưởng từ cạnh tranh trong khu vực; Tốc độ tăng trưởng chóng mặt của thị trường, đặc biệt là tại những vùng thị trường mới.

- **Sức ép khi gia nhập** vào WTO và thực hiện những cam kết khi tham gia AFTA: xoá bỏ hoàn toàn các rào cản thương mại, chia sẻ thị trường thẻ với các doanh nghiệp nước ngoài, tìm kiếm và gây dựng cho mình những đoạn thị trường phù hợp với năng lực cạnh tranh.. Lĩnh vực thẻ cũng được các ngân hàng nước ngoài rất quan tâm theo hướng phát triển dịch vụ gia tăng trên thẻ, và để giảm chi phí đầu tư ban đầu, các ngân hàng này sẽ tìm cách khai thác ngay cơ sở hạ tầng hiện có của hệ thống thẻ thanh toán của các ngân hàng Việt Nam bằng các biện pháp liên kết dọc, ngang trên thị trường. Mục tiêu hàng đầu của các ngân hàng nước ngoài khi vào thị trường Việt Nam là sẽ nhanh chóng mở rộng thị phần. Giải pháp tối ưu của họ trong lúc này và những năm tới là tìm mọi cách mua cổ phần của các ngân hàng trong nước, tiến tới có thể chi phối. Như vậy họ sẽ tận dụng và phát triển ngay trên thị phần và cơ sở hạ tầng hiện có của các ngân hàng Việt Nam, thay vì phải thành lập chi nhánh hay thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài quá tốn kém.

- **Ảnh hưởng** của sự giao thoa với nền kinh tế thế giới: sự chuyển đổi tiền tệ và khác biệt về chính trị, luật pháp.
- **Thị trường rộng mở**, quyền lực của khách hàng lớn hơn: nhu cầu khách hàng sử dụng thẻ ngày càng phức tạp và đa dạng, họ có nhiều cơ hội lựa chọn hơn, nhiều kênh phân phối và thông tin hơn.
- **Khả năng bị thôn tính** bởi các ngân hàng nước ngoài có tiềm lực vốn, có nhiều kinh nghiệm kinh doanh thẻ quốc tế và năng lực cạnh tranh tiềm tàng về thẻ thanh toán.
- **Sự gia tăng cạnh tranh** mạnh mẽ của các ngân hàng cổ phần có chính sách phát triển thẻ thanh toán linh hoạt, cơ chế uyển chuyển.
- **Thách thức** từ những đối thủ cạnh tranh quốc tế: là các tổ chức tài chính, ngân hàng lớn trên thế giới và khu vực có kinh nghiệm quản lý thẻ, thông thạo thị trường quốc tế và tiềm lực dồi dào về nguồn vốn, đồng thời sẽ có những cuộc cạnh tranh nhằm thu hút nhân tài từ các ngân hàng trong nước, đặc biệt là từ các ngân hàng quốc doanh.

Kết luận:

Qua phân tích và đánh giá thực trạng thẻ thanh toán tại Incombank cho thấy sau 6 năm hoạt động, Incombank đã thu được nhiều thành công rất đáng khích lệ, góp phần khẳng định thương hiệu sản phẩm và dịch vụ trên thị trường, khẳng định sự đúng đắn trong hướng mở rộng và phát triển dịch vụ thẻ ngân hàng.

Mặc dù vậy trong quá trình hoạt động, thẻ thanh toán của Incombank đã dần bộc lộ nhiều bất cập. Do đó cần phải đưa ra các giải pháp và đề xuất nhằm mục đích phát triển dịch vụ thẻ ngân hàng nhanh chóng, mang lại những lợi ích to lớn cho các cá nhân, từng chủ thẻ và nền kinh tế, đồng thời mong rằng những giải pháp này sẽ góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của Incombank so với ngân hàng bạn, chuẩn bị tốt các điều kiện hội nhập kinh tế khu vực và thế giới trong thời gian tới.

CHƯƠNG III

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THẺ THANH TOÁN TẠI NGÂN HÀNG CÔNG THƯƠNG VIỆT NAM

3.1. Định hướng phát triển thẻ thanh toán tại Incombank

Incombank xác định phương hướng và nhiệm vụ trước mắt là trở thành một trong những ngân hàng đi đầu trong phát triển thẻ thanh toán với sản phẩm đa dạng, giá trị gia tăng vượt bậc, chất lượng dịch vụ hoàn hảo, tạo cạnh tranh, thương hiệu và bản sắc riêng. Cụ thể ở các mục tiêu sau:

- ✓ Xây dựng và khẳng định thương hiệu dịch vụ thẻ Incombank trên thương trường và khu vực.
- ✓ Phấn đấu trở thành một trong các ngân hàng hàng đầu trên thị trường thẻ. củng cố khách hàng truyền thống, chủ động khai thác các thị trường và khách hàng tiềm năng.
- ✓ Liên tục đổi mới công nghệ và đa dạng hoá các sản phẩm, tăng cường tiện ích của thẻ, đáp ứng tối đa nhu cầu của nhiều đối tượng khách hàng, đặc biệt là khách hàng có thu nhập trung bình, thấp.
- ✓ Đặc biệt coi trọng các dịch vụ sau bán và phát triển các giá trị gia tăng nhằm tạo ra sự khác biệt và khẳng định bản sắc riêng có của thẻ Incombank.
- ✓ Tăng cường hợp tác, liên doanh liên kết với các đối tác trong nước và khu vực thông qua hình thức tận dụng ngoại lực và liên danh thẻ.
- ✓ Phát triển dịch vụ thẻ theo các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế.

3.2. Giải pháp nhằm phát triển thẻ thanh toán tại Incombank

Để phát triển thẻ thanh toán, Incombank hiện nay đang ra sức tìm kiếm lời giải cho bài toán khó, đó là làm thế nào có thể nâng cao năng lực cạnh tranh nhằm đáp ứng với các biến động và thay đổi trong môi trường kinh doanh khu vực và quốc tế trên cơ sở phát huy các thế mạnh và tranh thủ các cơ hội, cũng như đối phó với những thách thức và hạn chế

- Giải quyết những hạn chế của Incombank đặc biệt là vấn đề công nghệ, khai thác khách hàng, cơ cấu tổ chức thẻ...
- Tận dụng các cơ hội, xây dựng các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, tạo khả năng bứt phá trong tương lai.

Đứng trên góc độ của nhà quản trị ngân hàng, để có thể giải quyết được các vấn đề này, qua nghiên cứu và tham khảo kinh nghiệm của các nước trong khu vực và trên thế giới, có thể đưa ra các giải pháp theo các định hướng sau:

3.2.1. Đẩy mạnh các chính sách Marketing và chăm sóc khách hàng

3.2.1.1 Chính sách Marketing

Hiện nay thẻ thanh toán là một sản phẩm rất phổ biến được sử dụng rộng rãi trong dân cư, nhất là ở các thành phố lớn. Thẻ thanh toán là một trong những sản phẩm chủ lực mà hầu hết các ngân hàng đang tập trung khai thác, không chỉ vì tiềm năng còn cao mà còn vì tính tất yếu của nhu cầu phát triển thanh toán không dùng tiền mặt. Tuy nhiên, thị trường thẻ Việt Nam vẫn còn rộng lớn tạo nên sự cạnh tranh mạnh mẽ... Tuy nhiên nếu sản phẩm và dịch vụ thẻ của Incombank rất tốt nhưng nếu khách hàng không biết đến thì họ vẫn dùng sản phẩm thẻ khác của các đối thủ cạnh tranh. Do đó Incombank cần phải đầu tư mạnh hơn nữa chính sách Marketing, quảng cáo rộng rãi dịch vụ thẻ đến với đông đảo tầng lớp dân cư. Với chính sách này, Incombank cần:

3.2.1.1.1 Đẩy mạnh hoạt động Marketing như xây dựng các chương trình quảng cáo, khuyến khích các sản phẩm thẻ tổng thể; hình thành đội ngũ Marketing đặc biệt gồm Ban lãnh đạo các cấp; xây dựng các chương trình khách hàng trung thành; giao quyền chủ động cho chi nhánh quảng cáo, khuyến khích sản phẩm thẻ. Incombank có mạng lưới chi nhánh rộng khắp, có nhiều khách hàng quan hệ truyền thống, có hình ảnh và uy tín của từng chi nhánh trên địa bàn... Nên đưa ra những yêu cầu Marketing tại chi nhánh như quảng cáo sản phẩm thẻ, khai thác chủ thẻ, tiên quyết khai thác cơ sở chấp nhận thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng quốc tế, địa điểm đặt ATM, khai thác các nhà cung cấp sử dụng dịch vụ thanh toán trực tuyến, khai thác các điểm ưu đãi cho chủ thẻ của Incomabank, tìm

+ Tăng cường quảng bá thương hiệu mới E-partner tạo ra một ấn tượng để nói đến sản phẩm thẻ ghi nợ của Incombank là nói đến thẻ E-partner. Việc quảng bá này rất quan trọng và đòi hỏi phải có sự kết hợp và nỗ lực rất lớn từ các chi nhánh. Vì nếu không quảng cáo thì mặc dù sản phẩm của Incombank tốt nhưng khách hàng sẽ dùng sản phẩm thẻ của các đối thủ cạnh tranh. Các mẫu quảng cáo phải thống nhất toàn hệ thống như: hệ thống băng rôn áp phích để treo tại trụ sở chi nhánh, phòng giao dịch, các điểm giao dịch mẫu, các cơ sở chấp nhận thẻ, tại các trung tâm thương mại, khu giải trí; mẫu biển báo có ATM, mẫu trang trí tại cabin của ATM, có cơ sở chấp nhận thanh toán thẻ của Incombank, các tờ rơi ... Các chi nhánh trước đây đã có những mẫu tự thiết kế tại ATM, cơ sở chấp nhận thẻ cần gấp rút thay thế bằng mẫu thống nhất chung.

Tăng cường quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo chí, đài phát thanh, đài truyền hình, loa đài của 64 tỉnh thành trong cả nước, gửi email quảng cáo về sản phẩm dịch vụ thẻ. Thiết kế trang Web thẻ của Incombank với nhiều nội dung hơn, hấp dẫn hơn, thường xuyên cập nhật những thông tin về sản phẩm mới, hoặc về sản phẩm sắp phát hành. Trên trang Web nên có một sân chơi gồm những phần trao đổi về sản phẩm thẻ của Incombank và sẽ có những phần thưởng có giá trị cho những ý kiến có giá trị.

Trực tiếp quảng cáo, giới thiệu về sản phẩm thẻ đến tất cả các khách hàng có giao dịch tại chi nhánh và các đơn vị của khách hàng tiềm năng. Có thể chủ động tiếp xúc các doanh nghiệp, đặc biệt là các cơ quan nhà nước, các đơn vị hành chính sự nghiệp để thực hiện trả lương qua ngân hàng... Đặc biệt nhấn mạnh có thể thiết kế thẻ riêng theo đặc thù của từng đơn vị. Nhân viên tại các chi nhánh không chỉ riêng các nhân viên ở bộ phận thẻ mà mỗi nhân viên phải hiểu và nắm rõ nghiệp vụ này để có thể quảng cáo về sản phẩm thẻ này trong mọi trường hợp.

Tài trợ các chương trình hỗ trợ sinh viên, học sinh, các chương trình lễ hội tại địa phương và các thành phố lớn. Tại sân bay, nhà ga, bến xe nơi có tập trung đông đảo người dân có nhu cầu đi lại thường xuyên thì ngoài việc treo băng rôn, tờ rơi thì Incombank nên tài trợ một số xe đẩy hàng hóa trên đó có logo của thẻ Incombank. Khi khách đi lại những

+ Khai thác chủ thẻ : đối với thẻ ghi nợ thì đối tượng là doanh nghiệp có nhu cầu trả lương qua tài khoản, giới trẻ, học sinh sinh viên, doanh nhân.. Đối với thẻ tín dụng quốc tế đối tượng là doanh nhân, giới thượng lưu(thẻ vàng), công nhân viên doanh nghiệp (thẻ chuẩn), người có thu nhập trung bình (thẻ chuẩn) , du học sinh, lưu học sinh, người nước ngoài sinh sống tại Việt Nam

+ Khai thác nhà cung cấp sử dụng dịch vụ thanh toán trực tuyến như: bưu điện các tỉnh thành, các công ty điện thoại (như Mobiphone, Vinaphone, Viettel, Sphone... mạng điện thoại của công ty điện lực), công ty cung cấp điện, nước, truyền hình cáp (HTV, SCTV...) , công ty bảo hiểm...

+ Các chi nhánh Incombank cần phải phân tích, đánh giá giá trị thị trường của đối thủ cạnh tranh bằng cách tìm hiểu các sản phẩm đưa ra của các ngân hàng, cách thức áp dụng giá đối với mỗi sản phẩm đối với từng nhóm khách hàng cụ thể, cách thức kênh phân phối (trực tiếp, gián tiếp), các chương trình khuyến trương thẻ của các ngân hàng báo cáo về hội sở chính theo từng tháng để hệ thống có những đối sách theo từng giai đoạn. Đặc biệt dựa trên những thông tin đó để có những chính sách phù hợp cho từng vùng, từng địa bàn.

3.2.1.1.2 Củng cố chính sách giá: Incombank xác định giá sản phẩm dịch vụ thẻ được xây dựng trên cơ sở các giá trị khác biệt về sản phẩm dịch vụ và nguyên tắc "không cần đối đầu trực tiếp về giá" mà theo giá trị gia tăng của từng loại sản phẩm; giá được xây dựng linh hoạt với các phương pháp định giá theo từng sản phẩm, giá một lần (phí phát hành) hoặc giá nhiều lần (phí thường niên). Đồng thời xây dựng cơ chế cho phép các chi nhánh được chủ động điều chỉnh giá tùy theo tình hình cụ thể của chi nhánh. Nên có những đợt giảm giá phát hành thẻ trong những dịp gần lễ, tết ; mức phí giảm có thể đến

3.2.1.1.3 Đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ thẻ, tăng cường tính năng của thẻ, tạo cho sản phẩm thẻ Incombank nét đặc trưng riêng có:

Phát triển các sản phẩm mới trên nền tảng các sản phẩm dịch vụ sẵn có.

Đặc biệt có thể đáp ứng những tiện ích gia tăng thêm theo đơn đặt hàng của khách

+ **Thẻ ghi nợ : cho phép thấu chi** với một số đối tượng khách hàng là nhân viên ngân hàng, có quan hệ lâu năm với ngân hàng, có tình hình tài chính lành mạnh... để tăng tiện ích cho thẻ ghi nợ của Incombank; phát triển các giá trị gia tăng cho các sản phẩm dịch vụ thẻ như tặng học bổng tiếng Anh, bảo hiểm, tặng tạp chí...cho chủ thẻ; hình thành các điểm mua hàng giảm giá như các trung tâm tiếng Anh, các cửa hàng thời trang, hệ thống nhà hàng, khách sạn... áp dụng cho chủ thẻ của Incombank. Thẻ ghi nợ của Incombank thẻ Gcard, Ccard, Scard không có sự khác biệt lớn thật sự hấp dẫn cho từng loại thẻ. Incombank nên tập trung nghiên cứu ở điểm này. Như: thẻ G card dành cho khách VIP với sự sang trọng vượt trội, dành cho các nhà quản lý nên tập trung ưu đãi những dịch vụ dành cho những chuyến công tác, những nhà hàng sang trọng S card dành cho giới trẻ, sinh viên học sinh nên ưu đãi những dịch vụ dành cho sinh viên như được giảm giá học phí , các lớp học tiếng Anh, vi tính ... khi thanh toán học phí bằng thẻ, hoặc có những phần học bổng cho các lớp học tiếng Anh... Hiện nay chỉ có Incombank có hạn mức chuyển khoản cao nhất cho sản phẩm thẻ ghi nợ là 100.000.000đ đây là nét riêng có của sản phẩm thẻ ghi nợ Incombank. Riêng sản phẩm E-partner G card nên tăng hạn mức lĩnh tiền mặt và chuyển khoản miễn phí lên 40 triệu đồng và giảm mức số dư tối thiểu trong tài khoản thẻ là 200.000đ, mức lĩnh tiền mặt tại máy ATM trong ngày lên 30 triệu đồng. Không nên giới hạn hạn mức chuyển khoản nếu chuyển cho tài khoản của chính người đó trong Incombank. Đặc biệt đối với một số doanh nghiệp nhiều công nhân cần

+ **Thẻ cashcard**: tiếp tục làm sống dậy sản phẩm này. Sản phẩm này có đặc trưng là thanh toán off-line nên sẽ rất thuận tiện cho những CSCNT ở những nơi khó khăn cho việc thiết lập một đường truyền. Sản phẩm này với chức năng như một ví tiền điện tử, có thể cho tặng như một món quà, người sở hữu thẻ không cần mở tài khoản tại ngân hàng, có thể mua như mua thẻ cào điện thoại và đối với những giao dịch dưới 500.000đ không cần Password rất thuận tiện cho những giao dịch nhỏ lẻ cần nhanh gọn như đi xe buýt, ở các trạm thu phí cầu đường, bến phà, xăng, dầu...Tuy nhiên cần điều chỉnh lại mức không cần Password là 100.000đ thì phù hợp hơn.

+**Phát hành thẻ tín dụng nội địa**: vì thực tế ACB, ngân hàng nông nghiệp đang phát hành loại thẻ này khá thành công. Việc ngân hàng liên kết với một số công ty bưu chính viễn thông, hàng không, du lịch, bảo hiểm, taxi, để cho ra đời các thẻ tín dụng nội địa khác nhau phục vụ khách hàng là một hướng đi hoàn toàn đúng đắn và Incombank nên triển khai càng sớm càng tốt.

+ **Ngoài ra chú trọng đến các đoạn thị trường còn bỏ ngỏ** như: giới trẻ, giới trung tuổi, phụ nữ, đàn ông, doanh nhân, trung lưu, lớp bình dân.... để tạo ra các sản phẩm thẻ phù hợp. Như thẻ dành cho phụ nữ, với thẻ này phụ nữ sẽ được hưởng những ưu đãi đặc biệt hoặc giảm giá khi sử dụng dịch vụ hoặc mua những hàng hóa dành cho phái đẹp, tặng tạp chí dành cho phụ nữ, tặng phiếu mua hàng, tặng phiếu khám sức khỏe dành cho phụ nữ định kỳ 1năm/1lần tại các trung tâm khám chữa bệnh cho phụ nữ...

+ **Thẻ ghi nợ quốc tế**: nghiên cứu và triển khai thẻ ghi nợ quốc tế, Visa electron, Maestro Card..Trên thực tế, các tổ chức thẻ lớn đã vào Việt Nam từ nhiều năm trước thông qua việc lựa chọn đại lý thanh toán cho mình, tức là các ngân hàng trong nước là đại lý phát triển hệ thống máy chấp nhận thẻ của các tổ chức thẻ quốc tế phục vụ khách quốc tế mang thẻ vào chi tiêu tại Việt Nam. Tiếp sau đó, họ chọn một số ngân hàng có khả năng làm đại lý phát hành thẻ trực tiếp cho các cá nhân trong nước. Tuy nhiên, các loại thẻ được phát hành trong nước chỉ là thẻ tín dụng quốc tế với điều kiện phát hành khá khó khăn, thế nên số lượng phát hành tuy phát triển nhưng chưa đáp ứng được nhu cầu.

Do thẻ tín dụng về bản chất là khách hàng vay tiền ngân hàng để chi tiêu trước nên khách hàng để được phát hành thẻ phải chứng minh khả năng tài chính hoặc phải ký quỹ một số tiền như tài sản đảm bảo đối với ngân hàng. Do việc chứng minh khả năng tài chính của khách hàng nhiều khi gặp khó khăn nên việc tín chấp phát hành thẻ còn hạn chế. Điều này khiến khách hàng cảm thấy ngân hàng khó khăn trong việc phát hành thẻ, nhưng thực ra ngân hàng rất cần khách hàng nhưng vì yêu cầu an toàn nên phải đặt ra một số quy định trước khi phát hành. Nhằm khắc phục tình trạng này mà vẫn đáp ứng được nhu cầu thanh toán trên phạm vi quốc tế không phải dùng tiền mặt, thẻ ghi nợ đang tỏ ra là giải pháp hữu hiệu. Thẻ ghi nợ được kết nối trực tiếp với tài khoản tại ngân hàng của khách hàng. Điều này cho phép khách hàng chi tiêu trực tiếp trên số tiền mình có trong tài khoản, tài khoản có bao nhiêu thì mức chi tiêu sẽ bấy nhiêu. Do không như thẻ tín dụng là vay nợ ngân hàng, nên việc phát hành thẻ rất dễ dàng như bất kỳ loại thẻ ATM nào hiện nay trên thị trường.

Về bản chất, các loại thẻ ghi nợ quốc tế cũng giống như các thẻ ATM, tức là chi tiêu tiền trên tài khoản của khách hàng, nhưng có điều khác là nó được chấp nhận trên phạm vi toàn cầu qua các máy thanh toán trực tiếp và các máy ATM trong hệ thống của Visa hay MasterCard. Theo con số mà Visa đưa ra thì thẻ Visa Debit có thể thanh toán tại 6.000 điểm chấp nhận thanh toán tại Việt Nam và 25 triệu điểm thanh toán khác trên toàn cầu. Còn theo con số của MasterCard đưa ra thì thẻ MasterCard Dynamic ngoài thanh toán tại thị trường Việt Nam, có thể thanh toán tại 220 quốc gia với số lượng điểm chấp nhận thanh toán không kém gì của Visa. Đây chính là lý do để ngân hàng kỳ vọng số lượng thẻ ghi nợ quốc tế phát hành sẽ tăng nhanh chóng trong thời gian tới.

+ ***Thẻ cảm ứng***: việc phát hành ghi nợ cảm ứng sử dụng công nghệ thẻ thông minh không tiếp xúc với quy mô toàn quốc. Khách hàng có thể thực hiện việc thanh toán chỉ đơn giản bằng cách giơ chúng gần các đầu đọc thẻ thay vì phải quẹt hay đưa cho nhân viên nhận tiền như trước kia. Loại thiết bị thanh toán mới (POS) sẽ phát ra âm thanh hoặc đèn tín hiệu — hay (nhấp nháy) - để thông báo cho khách hàng biết kết quả việc thanh toán. Tuy nhiên để có thể dùng loại thẻ này Incombank phải nỗ lực triển khai công nghệ mới tại hàng các trạm xăng, các cửa hiệu ăn nhanh, rạp hát và hàng loạt các cửa hàng bán

+ ***Incombank cần phát triển thêm các tính năng của ATM*** với mục tiêu dễ dàng sử dụng và thường dùng điều khiển Remote của tivi: như chuyển khoản ra ngoài hệ thống; xem tỷ giá ngoại tệ, giá vàng, kết quả xổ số kiến thiết, gửi tiền và tiết kiệm tại ATM; thanh toán nước, truyền hình cáp, thanh toán học phí, lĩnh lãi tiết kiệm khi đến kỳ lĩnh lãi (để thuận tiện hơn có thể lĩnh lãi nếu ngày lĩnh lãi rơi vào ngày thứ 7, chủ nhật hay ngày lễ, tết)vấn tin và đặt lệnh mua bán chứng khoán, mua vé tàu lửa để giảm bớt tình trạng xếp hàng vào những thời gian cao điểm trong năm, tra cứu danh bạ điện thoại ... trong thời gian sớm nhất để nâng cao tính cạnh tranh trên thị trường.

Bên cạnh đó không ngừng đa dạng tính năng trên thẻ CashCard, thẻ tín dụng như nạp tiền vào thẻ CashCard từ tài khoản thẻ ghi nợ và tài khoản cá nhân để tạo sức bật trên thị trường; chuyển đổi tất cả các loại thẻ sang thẻ CHIP để tăng độ an toàn và bảo mật cho cả khách hàng và ngân hàng.

Bên cạnh đó nên xúc tiến triển khai dịch vụ ngân hàng đại lý cho thẻ JCB, Dinner club. Hiện nay chỉ có VCB đang chấp nhận thanh toán 2 loại thẻ này nên tiềm năng sử dụng thẻ này tại Việt Nam còn tương đối lớn.

3.2.1.1.4 Mở rộng mạng lưới thanh toán thẻ: Trước mắt Incombank cần chú trọng để mở rộng thị phần. Đây là một trong các nhân tố quyết định sự thành công của dịch vụ thẻ. Mục tiêu của Incombank đến năm 2007 sẽ cài đặt được 600 ATM, mở rộng được 2000 CSCNT và phát triển hàng trăm đại lý phân phối thẻ là các trường học, nhà hàng, khách sạn, công ty...

Khai thác các điểm đặt ATM : chú trọng những nơi có nhiều công nhân, nơi tập trung nhiều khách du lịch , nơi tập trung nhiều người qua lại như ngã tư, ngã ba, chợ...Nên đảm bảo mật độ máy tránh trường hợp nơi tập trung quá nhiều nơi quá ít. Incombank nên tập trung lắp đặt tại các nhà hàng, siêu thị, khu công nghiệp, trung tâm thương mại, siêu thị ở một số thành phố trực thuộc trung ương như Hà nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng,

Khai thác cơ sở chấp nhận thẻ với mục tiêu là thẻ của Incombank có thể thanh toán mọi hàng hóa dịch vụ, mọi lúc, mọi nơi thuận tiện, nhanh chóng, chính xác, an toàn. **Đối với CSCNT thẻ ghi nợ** thì chú trọng các nhà hàng, khách sạn bình dân, cửa hàng thời trang, cửa hàng ở trung tâm thương mại lớn.. Hiện nay trên thị trường mức phí các CSCNT phải trả cho các ngân hàng như sau: VCB , Techcombank là 1% tổng giao dịch bằng thẻ, Đông Á là 0.6%, Sacombank: miễn phí... Để bước đầu có thể thâm nhập vào những nơi đã làm CSCNT cho những ngân hàng khác Incombank nên thực hiện miễn phí cho các CSCNT của Incombank trong 6 tháng đầu, còn những tháng tiếp theo nên áp dụng có tính phí nhưng ưu đãi đối với CSCNT có doanh số thanh toán cao. Bên cạnh đó nên có những hình thức thưởng đột xuất đối với các CSCNT này ví dụ như cho tặng những chuyến du lịch, thưởng tiền, hoặc giảm phí...**Đối với CSCNT thẻ tín dụng quốc tế** thì chú trọng khách sạn, nhà hàng sang trọng, cửa hàng lưu niệm, cửa hàng thời trang, các đại lý bán vé tàu lửa, máy bay, các điểm bán vé xe hơi du lịch... Đối với các CSCNT khi đi tiếp thị cần nhấn mạnh là ngân hàng đầu tiên chấp nhận thẻ chuẩn EMV, cần tận dụng mối quan hệ tín dụng lâu dài với các tổ chức kinh doanh..

Để có thể cài đặt được thêm nhiều máy ATM, mở rộng được nhiều CSCNT và phát triển các đại lý phân phối thẻ cần có sự nỗ lực, phối hợp của các chi nhánh Incombank trên toàn quốc. Cần lưu ý các chi nhánh không chỉ chú trọng phát triển số thẻ mà quan tâm phát triển thêm nhiều CSCNT và điểm lắp đặt ATM .Cần có chính sách khen thưởng phù hợp để khuyến khích các chi nhánh khai thác các, mở rộng mạng lưới thanh toán thẻ. Hiện nay đa số các ngân hàng có máy ATM hầu như đều đóng cửa lúc 22h nên các chi nhánh cần tận dụng những mối quan hệ sẵn có và khai thác các điểm cài đặt máy ATM có thể mở cửa 24/24 giờ an toàn, thuận tiện tạo sự khác biệt vượt trội cho ATM của Incombank.

3.2.1.2 Chính sách chăm sóc khách hàng

- Để thực hiện công tác chăm sóc khách hàng có hiệu quả, trước hết Incombank cần đầu tư xây dựng dữ liệu quản lý khách hàng CRM và hình thành các cuốn cẩm nang hướng dẫn chủ thẻ (sử dụng thẻ, địa điểm CSCNT và ATM, thông tin sử dụng thẻ an toàn, tiện ích hiện có của Incombank và một số tiện ích sắp đến của ngân hàng) và hướng dẫn CSCNT (sử dụng thiết bị thanh toán, hướng dẫn khách hàng, thanh toán với ngân hàng...). Tăng cường các đơn vị chấp nhận giảm giá trong cẩm nang mua sắm vàng ở đầy đủ các loại hình dịch vụ kinh doanh. Đây là các tài liệu quan trọng giúp tất cả các nhân viên Incombank hướng dẫn và quảng cáo dịch vụ thẻ đến với các đối tượng khách hàng. Ngoài ra cần chú trọng nghiệp vụ dịch vụ khách hàng gồm các hoạt động sau:

- Củng cố dịch vụ khách hàng trước khi bán hàng: Hình thành các bộ phận tư vấn thẻ, cung cấp các thông tin chính xác về sản phẩm thẻ, giúp khách hàng lựa chọn được sản phẩm phù hợp nhất; tổ chức dịch vụ tiếp nhận hồ sơ tại nhà; thực hiện tiếp nhận hồ sơ khách hàng ngoài giờ hành chính để tranh thủ tối đa thời gian của khách hàng. Ngoài ra còn nên thành lập đường dây nóng để khách hàng có thể liên hệ khi cần vào bất cứ lúc nào

- Củng cố dịch vụ khách hàng trong bán hàng: Incombank cần thể hiện các thao tác nghiệp vụ nhanh gọn, chính xác và an toàn trước khách hàng để tạo độ tin cậy cho khách hàng; nhân viên giao dịch phải có khả năng truyền đạt, đàm phán, thuyết phục, biết lắng nghe và tiếp thu ý kiến khách hàng, tặng khách hàng các ấn phẩm quảng cáo; luôn đặt mình vào vị trí khách hàng để có những ứng xử phù hợp. Người nhân viên đó phải có niềm tin vững chắc vào dịch vụ mình cung cấp, cung cấp dịch vụ phát hành thẻ nhanh (2-3h sau khách hàng có thể nhận thẻ); dịch vụ giao thẻ tận nhà để tránh phiền hà cho khách hàng nếu phải đến ngân hàng giao dịch.

- Củng cố dịch vụ khách hàng sau bán hàng: Hướng dẫn chủ thẻ, đại lý phát hành và thanh toán thẻ, CSCNT sử dụng thẻ và các thiết bị thanh toán; tài liệu phát cho chủ thẻ khi đến nhận thẻ phải đầy đủ các nội dung như: sử dụng thẻ ở đâu, cách thức thực hiện giao dịch tại máy ATM, tại cơ sở chấp nhận thẻ, các lưu ý để sử dụng thẻ an toàn, hạn mức rút, hạn mức chuyển khoản, biểu phí hiện hành tài liệu này nên được in trong một cuốn sổ nhỏ

24/24 giờ cho 7 ngày trong tuần ; chú trọng chăm sóc khách hàng nhân dịp sinh nhật, lễ tết ; hoặc có những hình thức tặng tiền vào tài khoản của chủ thẻ tính theo doanh số thanh toán tại các cơ sở chấp nhận thẻ, tính lãi cho khách hàng theo lãi suất tiết kiệm nếu thời gian tiền trong tài khoản đáp ứng về thời gian ; mở rộng các điểm giảm giá áp dụng cho chủ thẻ Incombank nhằm gia tăng giá trị cho thẻ Incombank. Ngoài ra nên gửi thư, gửi mail cho khách hàng biết về các sản phẩm mới, các tiện ích mới của thẻ kèm theo những ưu đãi hấp dẫn để khách hàng chờ đợi và đón nhận .

3.2.2. Hoàn thiện cơ chế động lực, quy trình thẻ thanh toán và mô hình tổ chức

- **Cơ chế động lực**

Chi nhánh Incombank là một trong các nhân tố quan trọng góp phần đẩy mạnh dịch vụ thẻ phát triển trên diện rộng. Với nguồn nhân lực, khách hàng, kinh nghiệm giao dịch khách hàng bán lẻ sẵn có, mỗi chi nhánh là một đại lý phát hành và thanh toán thẻ tiềm năng. Do đó để khuyến khích các chi nhánh Incombank phát triển dịch vụ thẻ trên địa bàn mình quản lý thì Phòng thẻ trung ương phải xây dựng được các cơ chế động lực tài chính, đó là cơ chế khoán chỉ tiêu; thực hiện công khai, công bằng các chính sách khen thưởng và phê bình đối với các chi nhánh; cơ chế sử dụng nguồn vốn huy động từ thẻ thanh toán; cơ chế trích khấu hao máy móc hợp lý; cơ chế khuyến khích tài chính cho cán bộ thẻ thanh toán tại chi nhánh.

Ngoài ra phải tạo được các cơ chế động lực phi tài chính như khen thưởng thi đua cho các chi nhánh triển khai thẻ thanh toán tốt căn cứ vào các tiêu chí như số lượng thẻ phát hành, số ATM, CSCNT lắp đặt, các chính sách chăm sóc khách hàng đã thực hiện, các hoạt động Marketing đã triển khai... Trong giai đoạn này , giai đoạn mà thẻ ghi nợ còn mới thì việc phát triển CSCNT nên được tập trung và động viên hơn cả vì Incombank triển khai tiện ích này muộn hơn những ngân hàng khác. Đây chính là động lực quan trọng để các chi nhánh thi đua với nhau, là một trong các chỉ tiêu quan trọng để đánh giá năng lực hoạt động của các chi nhánh Incombank trong một thời gian nhất định.

Đồng thời đề ra các hình thức khen thưởng cụ thể như tặng bằng khen, tổ chức các chuyến thăm quan, học tập tại nước ngoài cho các cán bộ thực hiện công tác thẻ để khuyến khích các cá nhân nỗ lực rèn luyện chuyên môn và nghiệp vụ, đóng góp chung vào sự phát triển của Incombank trên lĩnh vực thẻ.

- **Quy trình thẻ thanh toán**

Nên điều chỉnh quy trình nghiệp vụ theo hướng: khách hàng - chi nhánh - Phòng thẻ trung ương - khách hàng. Nghĩa là thay vì sau khi in PIN và thẻ, Phòng thẻ gửi đến các chi nhánh, khách hàng đến chi nhánh nhận thẻ hoặc yêu cầu chi nhánh gửi đến địa chỉ theo yêu cầu khách hàng thì bây giờ Phòng thẻ sẽ gửi thẻ trực tiếp đến khách hàng để rút ngắn thời gian nhận thẻ; tiết kiệm thời gian khách hàng phải đến ngân hàng giao dịch và giảm thiểu rủi ro có thể phát sinh khi thẻ lưu tại chi nhánh mà khách hàng chưa kịp đến nhận thẻ.

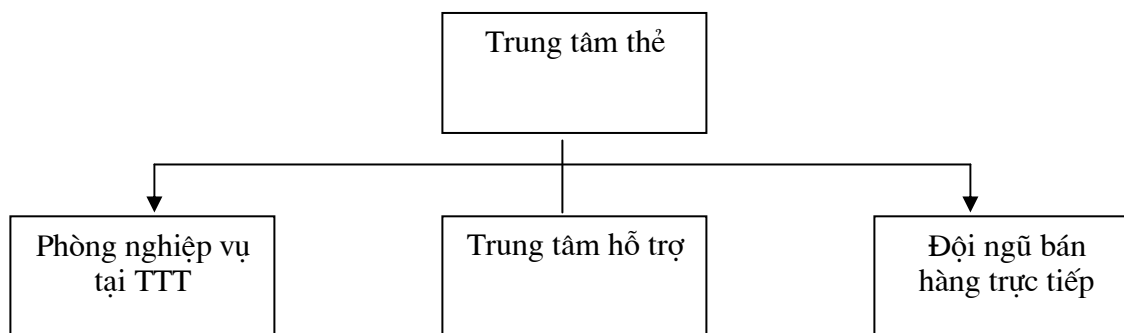
Hoặc có một bộ phận thẻ trung tâm đặt tại các văn phòng đại diện cho từng khu vực để việc giao nhận thẻ nhanh hơn và đỡ tốn chi phí, tránh tập trung toàn bộ ở hội sở chính.

- **Mô hình tổ chức**

Do đặc điểm mạng lưới chi nhánh rộng khắp trên tất cả các tỉnh thành trên cả nước nên mô hình hoạt động ngân hàng 2 cấp Trung ương và chi nhánh là mô hình phù hợp. Hoạt động thẻ cũng không là ngoại lệ. Trong quá trình hình thành Trung tâm thẻ Incombank, mô hình 2 cấp vẫn là sự lựa chọn hợp lý. Cụ thể là việc hình thành Trung tâm thẻ tại trung ương và các bộ phận chuyên trách thẻ tại các chi nhánh.

- **Thiết lập mô hình Trung tâm thẻ tại trung ương**

Mô hình Trung tâm thẻ Incombank



(Hình 3.1)

- Phòng nghiệp vụ tại Trung tâm thẻ: Các phòng này được phát triển từ các bộ phận nghiệp vụ tại Phòng thẻ, gồm các phòng như sau:

Phòng Dịch vụ khách hàng: Đóng vai trò là đầu mối chu trình phát hành thẻ: từ khâu tiếp nhận hồ sơ phát hành thẻ, chuyển giao hồ sơ cho bộ phận liên quan đến khâu tiếp nhận thẻ thành phẩm từ Phòng phát hành và gửi cho các chi nhánh Incombank; xây dựng các chính sách chăm sóc khách hàng, đề xuất các biện pháp phát triển dịch vụ thẻ; xây dựng bộ câu hỏi về thẻ thanh toán, các sổ tay chăm sóc khách hàng; giải đáp thắc mắc, khiếu nại của chủ thẻ và chi nhánh liên quan đến thẻ và quy trình, quy chế 24^h x7; quản lý và giao dịch thư tín với khách hàng; quản lý hồ sơ khách hàng, cập nhật thông tin ngân hàng trên máy ATM; quản lý thẻ trắng, thẻ thành phẩm tồn kho và thẻ đã gửi đến chi nhánh Incombank.

Phòng Marketing: Có nhiệm vụ cơ bản như nghiên cứu và xây dựng các kế hoạch Marketing cho từng sản phẩm thẻ cụ thể, bao gồm phân đoạn thị trường, xác định nhóm khách hàng mục tiêu, định vị các sản phẩm, xác định giá cạnh tranh và xác định loại hình kênh phân phối, hình thức khuyến khích, quảng cáo...; xây dựng kế hoạch giới thiệu sản phẩm thẻ trực tiếp đến từng đối tượng khách; xây dựng các chương trình quảng cáo, khuyến khích sản phẩm; xây dựng các chiến dịch khuyến mại để thu hút khách hàng mới và gia tăng khả năng sử dụng thẻ của những chủ thẻ hiện tại thông qua chương trình tính điểm cho chủ thẻ khi thanh toán tại các CSCNT, chi nhánh... ; xây dựng cơ chế khen thưởng, đãi ngộ cho các chi nhánh, nhân viên giao dịch thẻ phát triển được nhiều khách hàng và có doanh số giao dịch thẻ cao.

Phòng Phát triển kinh doanh: Có nhiệm vụ chủ yếu như phân tích hoạt động, hiệu quả kinh doanh thẻ; xây dựng kế hoạch kinh doanh, phát triển tổng thể của từng loại thẻ tại mỗi giai đoạn phù hợp với kế hoạch kinh doanh, phát triển của Incombank; nghiên cứu và phát triển các sản phẩm thẻ trên cơ sở bổ sung, cải tiến chức năng các sản phẩm thẻ sẵn có, tập trung vào tăng tiện ích cho thẻ, phù hợp với nhu cầu thị hiếu của từng đối tượng khách hàng mục tiêu; nghiên cứu và phát triển các hình thức hợp tác, liên doanh liên kết với các lĩnh vực kinh doanh dịch vụ tạo ra các sản phẩm thẻ đặc thù.

Phòng quản lý và phát triển kênh phân phối: Nhiệm vụ chủ yếu gồm trực tiếp Marketing phát triển các loại hình kênh phân phối thẻ, CSCNT; nghiên cứu và thực hiện khảo sát khả năng mở rộng kênh phân phối bao gồm các chi nhánh NHCT, đại lý phát hành

Phòng Kế toán: Chịu trách nhiệm kế toán các giao dịch phát hành và thanh toán thẻ; quản lý việc nhập, xuất giấy in hoá đơn và nhật ký thẻ cho các chi nhánh; lập các báo cáo tài chính, báo cáo về doanh số thanh toán, phát hành cho các tổ chức thẻ liên quan; thực hiện phân tích tài chính; tổ chức xây dựng thang chấm điểm và chấm điểm cho chủ thẻ khi sử dụng thẻ thanh toán hàng hoá dịch vụ; quản lý và vận hành hệ thống báo cáo tài chính, số liệu, tài liệu liên quan.

Phòng Kỹ thuật: Có nhiệm vụ khảo sát khả năng lắp đặt hệ thống công nghệ thẻ tại các CSCNT, chi nhánh, đại lý phát hành, thanh toán về đường truyền, khả năng tương thích...; lắp đặt bảo dưỡng định kỳ hệ thống thiết bị chuyên dùng liên quan đến công nghệ thẻ; đảm bảo tính hoạt động xuyên suốt của hệ thống công nghệ thẻ tại Phòng thẻ; hỗ trợ chi nhánh, CSCNT, đại lý phát hành, thanh toán giải quyết các sự cố kỹ thuật của hệ thống công nghệ thẻ 24/24 giờ cho 7 ngày trong tuần..

Phòng Phê chuẩn tín dụng và thu hồi nợ: Nhiệm vụ cơ bản là tiếp nhận, duyệt và quản lý hồ sơ đăng ký sử dụng thẻ, chứng từ mở mới thẻ tín dụng; phê chuẩn hạn mức thấu chi cho thẻ ghi nợ; phê chuẩn hạn mức tín dụng (hạn mức mới, gia hạn hoặc tăng, giảm hạn mức..). Quản lý và theo dõi hạn mức tín dụng và doanh số thanh toán của chủ thẻ; phân định và theo dõi các khoản nợ: trong hạn, đến hạn, quá hạn; trực tiếp thu hồi các khoản nợ đến hạn, quá hạn.

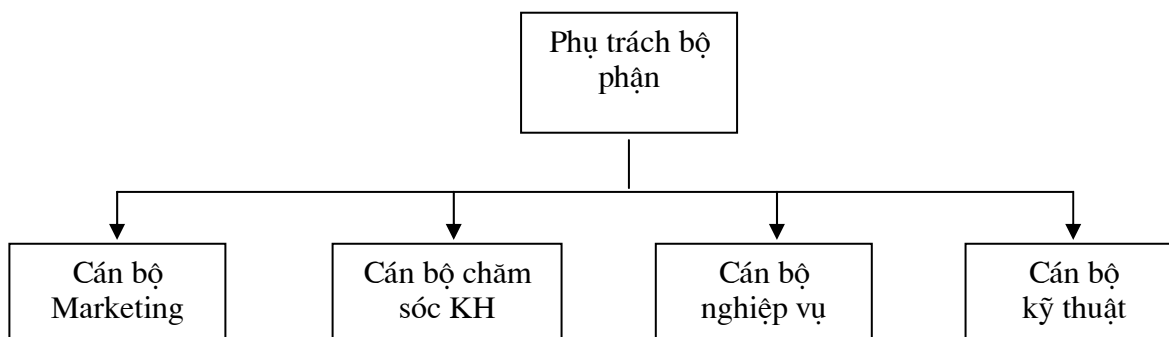
Quản lý rủi ro và quản lý chất lượng: Chịu trách nhiệm chính xây dựng các cơ chế, chính sách để hạn chế rủi ro nghiệp vụ, kỹ thuật, chính sách, bảo mật; phát hiện và ngăn chặn các gian lận trong thanh toán; đầu mối xử lý các tranh chấp, giả mạo; xây dựng các hợp đồng chấp nhận thanh toán, phát hành thẻ; điều tra gian lận; theo dõi và quản lý quy trình phát hành và thanh toán thẻ; kiểm tra, kiểm soát thường xuyên hoặc định kỳ hoạt động phát hành, thanh toán, thu hồi nợ tại các chi nhánh, đại lý và CSCNT.

Phòng Phát hành: Có trách nhiệm cấp phát và xác thực chữ ký điện tử ; nhập thông tin từ đơn xin cấp thẻ đã được bộ phận dịch vụ khách hàng và cán bộ nghiệp vụ phê chuẩn tin dụng xử lý vào hệ thống quản lý thẻ và tạo report, export file; thao tác in rập nổi thẻ, trang trí thẻ dựa trên các export file được tạo ra sau quá trình xử lý dữ liệu thẻ.

Phòng Chuẩn chi: Chịu trách nhiệm trực cấp phép giao dịch 24^h x 7.

- Trung tâm hỗ trợ: được hình thành với chức năng và nhiệm vụ hỗ trợ các chi nhánh trong công tác Marketing, kỹ thuật, nghiệp vụ và đào tạo.
 - Đội ngũ bán hàng trực tiếp: sẽ khai thác chủ thẻ và CSCNT trực tiếp.
- **Xây dựng mô hình bộ phận chuyên trách tại chi nhánh:** bộ phận này gồm những cán bộ chuyên môn hoá về tiếp thị và chăm sóc khách hàng để mở rộng đối tượng khách hàng cho chi nhánh. Khi đó trách nhiệm về tiếp thị và chăm sóc khách hàng giữa chi nhánh và Phòng thẻ trung ương được làm rõ để tăng cường sự chủ động và sáng tạo cho chi nhánh.

Mô hình bộ phận chuyên trách tại chi nhánh ICB



(Hình 3.2)

- Cán bộ Marketing: thực hiện Marketing và khai thác chủ thẻ, CSCNT, phát triển các giá trị gia tăng trên sản phẩm thẻ. Có những sáng kiến mới đề xuất cho phù hợp với tình hình thực tế của chi nhánh.
- Cán bộ chăm sóc khách hàng: thực hiện các dịch vụ chăm sóc khách hàng của chi nhánh trước, trong và sau bán hàng.

- Cán bộ nghiệp vụ: bao gồm các cán bộ kế toán, ngân quỹ, tín dụng.
- Cán bộ kỹ thuật: xử lý các lỗi kỹ thuật liên quan đến vận hành ATM và thiết bị thanh toán do chi nhánh quản lý.

3.2.3 Nhanh chóng triển khai đề án tái cơ cấu Incombank thành công

Có thể thấy rằng, tái cơ cấu ngân hàng là một trong những giải pháp tiên đề quan trọng tạo ra hệ thống tài khoản khách hàng on-line toàn hệ thống, góp phần lành mạnh hoá tình hình tài chính, giải quyết vấn đề nợ đọng, tăng vốn tự có và cơ cấu lại tổ chức của Incombank. Qua đó, xây dựng hệ thống các chi nhánh Incombank thực sự là lực lượng chủ đạo trong lĩnh vực ngân hàng, hoạt động đa năng, hiện đại và nâng cao uy tín và khả năng cạnh tranh của Incombank trên thị trường trong và ngoài nước.

3.2.4. Phát triển và nâng cấp hệ thống công nghệ

Đây là một trong các giải pháp quan trọng nhất để đẩy mạnh hoạt động thẻ ở Incombank vì kỹ thuật công nghệ luôn là vấn đề nhạy cảm có tính chất quyết định. Các giải pháp cụ thể:

- **Củng cố hệ thống máy chủ, máy trạm và thiết bị đầu cuối**

Trên nền tảng công nghệ sẵn có, Incombank phải củng cố, nâng cấp hệ thống máy chủ, máy trạm và các thiết bị thanh toán nhằm giảm thiểu tối đa thời gian chết của máy chủ ATM, sẵn sàng phục vụ khách hàng 24^h x7; nghiên cứu và đầu tư hệ thống máy chủ, truyền thông dự phòng cho hệ thống ATM, CashCard, tín dụng để tránh thời gian chết của các hệ thống, nâng tần suất hoạt động của các hệ thống thẻ đạt tiêu chuẩn quốc tế 90-98%. Ngoài ra Incombank là ngân hàng triển khai thẻ tín dụng sau các ngân hàng bạn nên nhất thiết phải hoàn thiện hệ thống kỹ thuật để tạo ra năng lực cạnh tranh vượt trội trong thời gian tới.

- **Củng cố hệ thống kỹ thuật hỗ trợ**

Bên cạnh việc chú trọng đầu tư các hệ thống kỹ thuật thì Incombank phải tích cực đầu tư hệ thống kỹ thuật hỗ trợ quan trọng như hệ thống toll free, hệ thống Call Centre để quản lý thông tin khách hàng phục vụ công tác chăm sóc khách hàng sau bán; nâng cấp hệ thống giám sát hoạt động ATM, tín dụng, CashCard và phân quyền chủ động giám sát

- **Kết nối các hệ thống thẻ**

Kể từ năm 2004 các ngân hàng Việt Nam thực sự chạy đua với nhau về ATM. Mỗi một ngân hàng đều có giải pháp công nghệ cho riêng mình, do đó từng ngân hàng có hệ thống xử lý thẻ ATM riêng, khách hàng phát hành thẻ ATM của ngân hàng nào thì chỉ sử dụng thẻ tại ATM của ngân hàng đó. Ngân hàng nào cũng nỗ lực giảm giá, cài đặt thêm ATM nhằm thu hút khách hàng về mình mà không cần quan tâm đến một giải pháp quan trọng là kết nối các hệ thống ATM của các ngân hàng với nhau để khách hàng có thể thực hiện giao dịch tại nhiều ATM của các ngân hàng khác nhau; tiết kiệm chi phí đầu tư cho mỗi ngân hàng.

Để thực hiện được điều này hệ thống này phải đạt các chuẩn quốc tế về nhiều mặt, cụ thể là mã ngân hàng gồm 6 số BIN; cấu trúc số thẻ gồm 16 số; có trang bị hệ thống Switch sẵn sàng kết nối thẻ với ngân hàng khác trong thời gian sớm nhất. Ngoài ra Incombank cần nhanh chóng tích hợp các hệ thống thẻ ATM, tín dụng và CashCard với nhau tạo ra sản phẩm “3 trong 1” để nâng cao tiện ích cho khách hàng, tiết kiệm chi phí đầu tư. Thay vì thẻ ATM chỉ rút tiền tại các máy rút tiền tự động thì nay đã có thể thanh toán tại các CSCNT; thẻ tín dụng và CashCard có thể rút tiền tại các ATM; khách hàng không cần đến ngân hàng để nạp tiền vào thẻ tín dụng và thanh toán sao kê hàng tháng mà chỉ cần đến ATM để thực hiện chuyển khoản một cách nhanh gọn và an toàn. Chính những lợi ích thiết thực này sẽ tạo ra động lực mạnh mẽ để các khách hàng từ bỏ việc sử dụng tiền mặt để đến với các phương tiện thanh toán hiện đại như thẻ ngân hàng.

3.2.5. Chú trọng công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

Nhằm nâng cao kiến thức chuyên môn cho các cán bộ thẻ, không chỉ kiến thức về thẻ mà cả kiến thức bao quát về thị trường thẻ, nền kinh tế... Incombank cần tổ chức các lớp kỹ năng bán hàng, định kỳ tổ chức các khoá đào tạo về nghiệp vụ thẻ cho tất cả nhân viên thẻ, nên có những đợt kiểm tra đột xuất về các sản phẩm hiện tại các chế độ khuyến mãi các nhân viên thẻ và có những phần thưởng đột xuất, nếu không đạt thì nên có những biện pháp khiển trách ... để tránh trường hợp khi nhân viên được điều chuyển ở các bộ phận khác đến hoặc nhân viên mới không nắm rõ nghiệp vụ mà đã được giao việc; phối hợp với các ngân hàng bạn tổ chức các khoá huấn luyện mang tính thực tiễn cao phù hợp với những thay đổi về hoạt động phát hành và thanh toán thẻ trên thế giới; phối hợp với các đối tác nước ngoài tổ chức các khoá đào tạo trong và ngoài nước để nâng cao kinh nghiệm quốc tế về thẻ cho các cán bộ thẻ.

Bên cạnh đó không quên chú trọng công tác phát triển nguồn nhân lực bằng cách thường xuyên thăm dò mức độ hài lòng của nhân viên thẻ, độ thỏa mãn của họ về lương, thưởng, định hướng phát triển của họ trong tương lai để có chính sách đãi ngộ phù hợp, khuyến khích họ gắn bó lâu dài với Incombank.

3.3.6. Tăng cường công tác quản trị rủi ro

Thẻ thanh toán là nghiệp vụ ngân hàng còn tương đối mới mẻ, quy trình nghiệp vụ cũng như các chế tài và quy phạm pháp luật đang trong quá trình hoàn thiện và phát triển. Do đó đòi hỏi Incombank phải xây dựng các biện pháp đề phòng rủi ro thẻ, cụ thể:

- **Trang bị kiến thức**

Nâng cao kiến thức và cập nhật thường xuyên các thông tin về sử dụng, bảo quản thẻ, các thông tin liên quan đến giả mạo thẻ cho tất cả các chủ thẻ tham gia nghiệp vụ phát hành và thanh toán thẻ như chủ thẻ, CSCNT, đại lý phân phối thẻ, các cán bộ thẻ tại trung ương cũng như tại chi nhánh.

- **Chú trọng đến khả năng thanh toán của chủ thẻ**

Trong quá trình phát hành thẻ tín dụng, nếu là vay tín chấp thì phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy trình thẩm định như cho vay một khoản vay thông thường. Còn nếu khách hàng có tài sản thì bên cạnh việc chú trọng đến tài sản thế chấp, đảm bảo thì cũng

Bên cạnh đó cần theo dõi thường xuyên hoạt động sử dụng thẻ cũng như tình hình chi tiêu của khách hàng. Thực hiện các biện pháp theo từng bước đối với chủ thẻ trì hoãn hoặc không thanh toán sao kê: thông báo, nhắc nhở, khuyến cáo, khoá thẻ tạm thời hoặc chấm dứt hợp đồng sử dụng thẻ tùy theo hành vi của chủ thẻ.

- Chú trọng doanh số thanh toán và số lượng giao dịch của CSCNT: để có thể phát hiện ra những thay đổi đột ngột, có biện pháp đề phòng rủi ro.

- **Tăng cường phòng chống tội phạm thẻ**

Khi phát hiện các hành vi gian lận, Incombank cần phối hợp hiệu quả với cơ quan an ninh địa phương để xử lý dứt điểm các hành vi gian lận này. Đồng thời công bố rộng rãi tình hình gian lận thẻ hiện đang xảy ra trên thế giới cũng như xu hướng tấn công của bọn tội phạm thẻ để các khách hàng cùng biết, nâng cao tinh thần cảnh giác cho họ để có thể giảm thiểu rủi ro trong điều kiện hội nhập quốc tế mở rộng, tội phạm thẻ sẽ gia tăng.

- Xây dựng quỹ bảo đảm rủi ro: không riêng chỉ ở Việt Nam, các ngân hàng trên thế giới có cung cấp dịch vụ thẻ đều phải xử lý các trường hợp mất tiền trên tài khoản của khách hàng theo nguyên tắc “khách hàng luôn luôn đúng”. Ngân hàng không quy kết khách hàng có hay không cố tình gian lận, việc đó thuộc thẩm quyền của tòa án. Cách giải quyết này tương tự như hoạt động bồi thường của bảo hiểm. Nếu phát hiện hay chứng minh được khách hàng cố tình gian lận thì pháp luật sẽ xử lý. Muốn vậy ngân hàng phải có quỹ bảo đảm rủi ro, là một phần chi phí cho việc cung cấp dịch vụ. Ngân hàng Nhà nước bắt buộc các ngân hàng cung cấp dịch vụ thẻ phải mua bảo hiểm trong trường hợp khách hàng bị mất tiền. Điều đáng tiếc là Việt Nam đã có hiệp hội thẻ nhưng giữa các thành viên chưa có được sự phối hợp với nhau trong việc chia sẻ thông tin nhằm bảo đảm an ninh giao dịch.

- **Cập nhật danh sách thẻ đen**

Thông thường các tổ chức thẻ quốc tế như Visa, MasterCard thường cập nhật các danh sách thẻ đen hàng ngày cho các ngân hàng phát hành cũng như ngân hàng thanh

- **Hạn chế rủi ro trong phát hành thẻ**

Trong quá trình phát hành thẻ phải đảm bảo chỉ có các cán bộ liên quan được vào phòng bảo mật thực hiện in thẻ cũng như PIN. Sau khi nhận thẻ thành phẩm, các bộ phận liên quan phải gửi PIN và thẻ theo 2 đường thư bảo đảm đến chi nhánh hoặc chủ thẻ. Đảm bảo nguyên tắc thẻ và PIN phải được trao tận tay khách hàng. Trong quá trình sử dụng thẻ, các bộ ngân hàng phải hướng dẫn chủ thẻ tuyệt đối bí mật số PIN và đặt số PIN theo các con số đặc biệt, tránh đặt theo ngày sinh của các thành viên trong gia đình, số CMND...vv thì dễ bị kẻ xấu phát hiện và lợi dụng.

- **Hạn chế rủi ro trong thanh toán**

Trước hết Incombank cần tìm hiểu kỹ về tư cách pháp nhân, hoạt động kinh doanh, tình hình tài chính các CSCNT trước khi ký hợp đồng với các CSCNT này. Trong quá trình CSCNT hoạt động, Incombank cần thường xuyên cập nhật tài liệu, tổ chức tập huấn nghiệp vụ cho nhân viên làm thẻ trực tiếp. Đồng thời theo dõi sát sao doanh số hoạt động thẻ cũng như tình hình tài chính của CSCNT, kịp thời phát hiện khó khăn bất thường để có biện pháp ngăn chặn rủi ro kịp thời.

Ngoài ra còn có thể thực hiện như sau để tăng cường tính an toàn cho thẻ : sau mỗi lần giao dịch như rút, gửi tiền hay thanh toán cước taxi, mua hàng... các chủ thẻ ghi nợ của Incombank sẽ thực hiện lệnh khóa tài khoản bằng cách nhập một mã số (password), giao dịch tiếp theo phải có mã số này mới thực hiện được. Như vậy dù lấy cắp được thẻ và biết được số pin, kẻ xấu không thể lấy được tiền nếu không biết mã số truy nhập. Thực hiện giải pháp này tuy hơi rắc rối nhưng không tốn kém lắm mà lại có thể khiến khách hàng yên tâm hơn.

-Lắp Camera: nên lắp Camera tại các máy ATM để theo dõi được các giao dịch của khách hàng, tránh tình trạng chủ Thẻ bị kẻ gian lợi dụng lấy tiền trong tài khoản.

- **Hạn chế rủi ro nội bộ**

Thực tế cho thấy các hoạt động gian lận thẻ trên thế giới có nguồn gốc chủ yếu từ các nhân viên thẻ vì đây là những đối tượng hiểu rõ quy trình phát hành và thanh toán thẻ, do đó họ dễ dàng phát hiện các lỗ hổng trong quy chế, quy định của ngân hàng để tìm cách kiếm tiền gian lận từ hoạt động thẻ bằng cách cấu kết với các nhân viên CSCNT và các đối tượng khác. Do đó Incombank cần rút kinh nghiệm của các nước phát triển bằng cách thực hiện một số biện pháp sau:

- Hoàn thiện quy trình nghiệp vụ phát hành và thanh toán thẻ.
- Đảm bảo hệ thống thẻ hoạt động liên tục và ổn định.
- Xây dựng các khu bảo mật 24^h x 7 kiểm soát chặt chẽ bằng các cửa từ. Đồng thời trang bị các thiết bị camera tại các khu vực nhạy cảm nói trên.
- Chọn các nhân viên có đạo đức tốt, lối sống lành mạnh và kiểm soát chặt chẽ hành vi của họ trong thời gian làm việc tại các bộ phận quan trọng và bảo mật.
- Luân chuyển nhân viên liên quan trực tiếp đến công việc phát hành thẻ theo định kỳ để một mặt là an toàn một mặt có thể phát huy được tính sáng tạo cũng như tinh thần trách nhiệm của nhân viên.

3.3. Một số kiến nghị với Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước

3.3.1. Với Chính phủ

- **Tạo môi trường kinh tế - xã hội ổn định và phát triển**

Đây là điều kiện quan trọng nhất để cho bất cứ hoạt động nào phát triển chứ không nói riêng gì thẻ thanh toán. Sau 20 năm đổi mới nền kinh tế nước nhà đã thay đổi ngoạn mục, từ một đất nước nghèo lạc hậu chúng ta đã phát triển thành một đất nước "rồng nhỏ" như chính lời nhận xét của các quan chức Chính phủ Mỹ khi Thủ tướng Phan văn Khải đến thăm nước Mỹ vào tháng 6/2005. Đi cùng với sự tăng trưởng của nền kinh tế là sự hình thành và phát triển của dịch vụ thẻ tại các ngân hàng thương mại nói chung, tại Incombank nói riêng. Kinh tế phát triển, xã hội ổn định gắn liền với việc cơ sở hạ tầng được đầu tư, khi đó đời sống dân chúng được cải thiện, hướng họ tới việc tiêu dùng và sử dụng các sản phẩm văn minh và tiện ích như thẻ.

- **Hoàn thiện các văn bản và quy phạm pháp luật chống tội phạm thẻ**

Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cần sớm ban hành hệ thống văn bản pháp lý quản lý hoạt động kinh doanh thẻ của ngân hàng. Hiện nay, các ngân hàng kinh doanh thẻ đều phải xây dựng riêng cho mình quy chế nghiệp vụ riêng dẫn đến sự không đồng nhất, gây khó khăn cho việc hợp tác kết nối hệ thống thẻ giữa các ngân hàng, dẫn đến việc đầu tư tốn kém, hiệu quả kinh doanh không cao.

Mặt khác, Chính phủ cần sớm ban hành quy định tội danh và khung hình phạt nghiêm khắc trong Bộ luật Hình sự cho loại tội phạm sử dụng thẻ giả và cấu kết lừa đảo giả mạo giao dịch thẻ. Thực tế loại tội phạm về thẻ rất nguy hiểm và tinh vi. Chúng cấu kết với cán bộ ngân hàng và các tội phạm máy tính để tấn công kho dữ liệu khách hàng thẻ nhằm ăn cắp thông tin về khách hàng, tạo các thẻ giả mạo lấy tiền của khách hàng. . Nhiều khi phạm vi hoạt động của chúng không chỉ dừng lại trong nội bộ một quốc gia mà ở phạm vi xuyên quốc gia, gây ra thiệt hại nặng nề cho các ngân hàng triển khai thẻ thanh toán. Do đó Việt Nam nên đưa ra các chế tài xử phạt hành chính thật nặng và hình sự nghiêm khắc nhất cho tội phạm thẻ là chung thân hoặc tử hình để tấn công triệt để các loại hình tội phạm này. Mặt khác nhanh chóng như xây dựng và đưa vào thực thi Luật tội phạm máy tính, Luật tội phạm thẻ, Luật tội phạm thương mại điện tử, Luật chữ ký điện tử...vv.Các hoạt động giả mạo thẻ thường có liên quan đến yếu tố nước ngoài nên Chính phủ có thể tham khảo luật và quy định của các tổ chức thẻ quốc tế cũng như các quy định của luật pháp quốc tế để ban hành các điều khoản có tính thực thi cao, phù hợp với thông lệ quốc tế, tránh những tranh chấp quốc tế có thể xảy ra mà không mâu thuẫn với hệ thống pháp luật Việt Nam

- **Tuyên truyền rộng rãi về thẻ ngân hàng**

Có rất nhiều người dân chưa hề nghe đến thẻ, thậm chí có nhiều cán bộ nhà nước có thẻ trong tay cũng không biết cách sử dụng. Nguyên nhân cơ bản là họ quá thiếu thông tin về hình thức thanh toán mới mẻ này. Mặc dù Incombank cũng như các ngân hàng khác đều thực hiện các chương trình quảng cáo về dịch vụ thẻ của mình trên tivi, đài phát thanh, báo song vì ngân sách dành cho hoạt động này rất hạn hẹp nên còn manh mún, không thường xuyên và thiếu cập nhật. Hơn ai hết Chính phủ phải tổ chức tuyên truyền sâu rộng về tính năng, sự ưu việt cũng như tính văn minh của các sản phẩm thẻ đến với

Bên cạnh đó, Chính phủ nên phổ biến rộng rãi các hình thức thanh toán qua ngân hàng và khuyến khích người dân mở tài khoản tại ngân hàng vì đây là cầu nối quan trọng hướng công chúng tới việc sử dụng và thanh toán thẻ. Để tiến tới quy định việc trả lương các Cơ quan doanh nghiệp nhà nước qua tài khoản thẻ. Chẳng hạn như ở Trung Quốc, Chính phủ khuyến khích các doanh nghiệp nhà nước trả lương nhân viên qua tài khoản ngân hàng; kêu gọi người dân thanh toán tiền điện, nước, điện thoại...từ tài khoản tại ngân hàng đã giúp ích rất nhiều cho sự phát triển của thẻ thanh toán tại các ngân hàng Trung Quốc. Vì vậy học tập kinh nghiệm các nước, Chính phủ cần chỉ đạo các bộ, ngành cung ứng dịch vụ viễn thông, điện, nước... tích cực phối hợp với ngành ngân hàng, không nên xem dịch vụ thẻ là việc kinh doanh chỉ đem lại lợi nhuận cho ngân hàng, để có thể đẩy mạnh việc chấp nhận thẻ như một hình thức thanh toán không dùng tiền mặt, góp phần giảm chi phí xã hội, đem lại nhiều lợi ích cho người tiêu dùng.

3.3.2. Với Ngân hàng nhà nước

Bên cạnh các giải pháp đứng trên góc độ của riêng Incombank đã đề cập ở trên, để đảm bảo cho thẻ thanh toán tại Incombank thực sự thắng trên sân nhà, Ngân hàng Nhà nước cần thiết phải thực hiện các giải pháp đứng trên góc độ vĩ mô như sau:

- **Đưa ra định hướng lộ trình phát triển hội nhập chung** đối với thẻ thanh toán để các Ngân hàng xây dựng định hướng phát triển của mình, tránh chồng chéo, gây lãng phí, dẫn đến không tận dụng được lợi thế chung.

- **Hoàn thiện các văn bản pháp quy về thẻ**

Hiện nay các ngân hàng trước khi thực hiện thẻ thanh toán đều phải xin ý kiến từ Ngân hàng Nhà nước. Đòi hỏi Ngân hàng Nhà nước phải là khâu đầu tiên đánh giá nghiêm túc, cho ý kiến chỉ đạo về hệ thống công nghệ, quy trình nghiệp vụ cũng như mô hình tổ chức của các ngân hàng thương mại. Tuy nhiên đến bây giờ Ngân hàng Nhà nước cũng chỉ có duy nhất một quy chế phát hành và thanh toán thẻ ban hành theo QĐ số 371 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước năm 1999. Trong đó quy định rất chung chung, không nêu rõ chế tài khen thưởng, xử phạt cũng như các quy trình thẻ thanh toán cơ bản.

- **Thực hiện tốt chính sách tiền tệ**

Để phát triển dịch vụ thẻ thì trước hết cần đẩy mạnh việc thanh toán không dùng tiền mặt trong dân cư, khuyến khích người dân mở tài khoản thanh toán qua ngân hàng. Như phát triển đa dạng các công cụ thanh toán không dùng tiền mặt đi đôi với các cơ chế phù hợp để tạo điều kiện thuận lợi cho các Doanh nghiệp và dân chúng sử dụng công cụ này. Đồng thời cần có chính sách thắt chặt hơn quản lý tiền mặt để người dân chuyển sang hình thức thanh toán khác (Ví dụ : như có thể quy định các giao dịch có giá trị lớn tới một mức nào đó thì phải được thanh toán qua ngân hàng không thanh toán tiền mặt trực tiếp) Do đó cùng với Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước phải thực hiện tốt các chính sách tiền tệ trong vai trò quản lý và điều tiết vĩ mô.

Bên cạnh đó, Ngân hàng Nhà nước nên đẩy mạnh hình thức thanh toán liên ngân hàng bằng việc cập nhật cho các ngân hàng thương mại văn bản hướng dẫn chi tiết quy trình thanh toán liên ngân hàng vì đây là bước tiền đề giúp các ngân hàng kết nối mạng lưới thẻ với nhau. Đây cũng chính là mục tiêu quan trọng trước mắt vì việc kết nối là mong mỏi của khách hàng và đem lại lợi ích thiết thực cho các ngân hàng thành viên.

- **Kiến nghị khác:**

- Tạo dựng một môi trường cạnh tranh lành mạnh giữa các ngân hàng thương mại nói chung và ngân hàng quốc doanh nói riêng mà trong đó cần xây dựng các khung pháp lý và các chế tài quy định và xử lý các vi phạm của các ngân hàng có biểu hiện cạnh tranh không lành mạnh nhằm mục đích trực lợi và làm thương tổn đến hoạt động kinh doanh của các ngân hàng khác.

- Đầu mối thực hiện kết nối, gắn kết các ngân hàng trong việc hợp tác đầu tư vào các cơ sở hạ tầng công nghệ hiện đại và triển khai các chương trình phát triển sản phẩm dịch vụ trên cơ sở các bên cùng có lợi (bản thân các Ngân hàng thương mại quốc doanh cũng cần chủ động hơn nữa trong việc tăng cường khả năng hợp tác lẫn nhau). Có thể khẳng định rằng, nếu không tạo ra một khối đoàn kết, nhất trí giữa các ngân hàng trong nước, bên cạnh việc không đảm bảo khả năng cạnh khi hội nhập, các Ngân hàng thương mại quốc doanh có thể bị thôn tính hoặc lệ thuộc vào các ngân hàng nước ngoài.

- Trong điều kiện nhiều ngân hàng của chúng ta với quy mô kinh doanh không lớn, hạn chế về vốn trong việc đầu tư trang thiết bị tin học cũng như các giải pháp phần mềm, thiếu kinh nghiệm trong các nghiệp vụ kinh doanh thẻ nhưng trước sức ép của thị trường, nhất là về uy tín của ngân hàng, việc sớm cho ra đời các sản phẩm ngân hàng hiện đại nói chung và đặc biệt là các sản phẩm thẻ nói riêng trở thành một nhu cầu cấp thiết đối với nhiều Ngân hàng Việt Nam hiện nay. Không phải ngân hàng nào cũng có đầy đủ điều kiện về hệ thống kỹ thuật, nghiệp vụ và nhân sự để triển khai dịch vụ thẻ. Chính vì vậy, giải pháp kết nối toàn hệ thống do NHNN làm đầu mối và đóng vai trò trung tâm thanh toán bù trừ là giải pháp tốt nhất cho thị trường thẻ Việt Nam phát triển. Khi NHNN trở thành trung tâm thanh toán bù trừ về thẻ, hệ thống ngân hàng sẽ có nhiều lợi ích:

+ Một là, tiết kiệm được chi phí cho các ngân hàng khi đầu tư mua sắm hệ thống ATM và POS. Khi đó, một máy ATM tại 1 điểm giao dịch nào đó có thể sử dụng tất cả các loại thẻ của tất cả các ngân hàng, và mỗi cơ sở chấp nhận thẻ chỉ cần trang bị 1 máy POS thay vì phải trang bị rất nhiều máy của nhiều ngân hàng như hiện nay. Các chi phí đầu vào như vậy, NHNN có thể phân bổ cho các ngân hàng tùy theo số lượng thẻ của các ngân hàng được giao dịch trên máy.

+ Hai là, hệ thống thanh toán thẻ thống nhất tạo sự tiện lợi tối đa cho khách hàng vì có thể sử dụng thẻ tại bất cứ nơi nào với mức phí thống nhất. Vấn đề còn lại của các ngân hàng là công tác Marketing và chăm sóc khách hàng để phát hành được nhiều thẻ hơn các ngân hàng khác.

+ Ba là, có hệ thống thanh toán thẻ thống nhất mới giải quyết được yêu cầu cơ bản hiện nay là giảm lượng tiền mặt trong lưu thông. Các NHTM sẽ khuyến khích các doanh

Như vậy, NHNN, với vai trò trung tâm thanh toán, chắc chắn sẽ được các NHTM hợp tác vì sự phát triển của thị trường, đưa dịch vụ thẻ đến với khách hàng, từng bước xã hội hóa dịch vụ thẻ, giúp người dân làm quen với thanh toán không dùng tiền mặt, đặt nền tảng cho việc tạo dựng nền văn minh thanh toán tại Việt Nam.

- Xây dựng hệ thống thông tin tín dụng cá nhân để các ngân hàng có được những thông tin về chủ thẻ nhằm quản trị được rủi ro trong nghiệp vụ phát hành thẻ tín dụng.

- Ngân hàng nhà nước đứng ra với vai trò là chủ đầu tư trong một số dự án cấp nhà nước trong lĩnh vực tài chính ngân hàng đặc biệt là là các dự án về hệ thống thanh toán không dùng tiền mặt trên cơ sở phối kết hợp với các bộ ngành liên quan và sự tham gia của các ngân hàng thương mại quốc doanh với tư cách là các cổ đông nhằm rút ngắn thời gian nghiên cứu, triển khai và ứng dụng trên phạm vi toàn quốc các sản phẩm có chức năng hỗn hợp tài chính và phi tài chính.

3.3.3. Với Hiệp hội thẻ

Trong thời gian qua Hiệp hội thẻ đã phần nào làm tốt vai trò của mình là tạo ra môi trường cạnh tranh lành mạnh giữa các Ngân hàng kinh doanh thẻ; quy định mức phí thanh toán tối thiểu và tối đa trong hoạt động thanh toán thẻ tín dụng; tập trung giải quyết các vướng mắc trong nghiệp vụ thẻ của các Ngân hàng...vv. Trong thời gian tới khi Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế càng đòi hỏi Hiệp hội thẻ làm tốt những công việc này hơn nữa. Bên cạnh đó Hội thẻ có thể tổ chức các hội thảo về công nghệ thẻ, giúp các Ngân hàng thương mại có thêm kinh nghiệm bởi vì kỹ thuật bao giờ cũng là vấn đề then chốt, quyết định sự thành công trong hoạt động thẻ của mỗi Ngân hàng. Để thực hiện tốt vai trò của mình, Hiệp hội thẻ cũng nên xây dựng các cơ chế tài chính, phi tài chính cũng như các chế tài nghiêm ngặt để xử phạt cũng như khuyến khích các ngân hàng thương mại kinh doanh thẻ.

Trong thời gian tới, Hiệp hội thẻ cần tiếp tục phát huy vai trò “diễn đàn hợp tác trao đổi” của mình trong hoạt động phòng chống rủi ro trong lĩnh vực kinh doanh thẻ tại

thanh toán cho các thành viên, trong đó có Incombank.

KẾT LUẬN

Thị trường thẻ Việt Nam vẫn còn nhiều tiềm năng và các ngân hàng hiện chỉ mới khai thác được một góc nhỏ nhoi của cả chiếc bánh lớn vốn chưa thành hình hài trọn vẹn. "Thị phần còn rất nhiều. Nhiệm vụ của các ngân hàng lúc này không phải là cạnh tranh, dẫm lên chân nhau mà phải khai thác phần bánh chưa được khai phá đó một cách hiệu quả nhất và có bản sắc riêng"

Vì vậy để phát triển thẻ thanh toán tại IncomBank, bên cạnh các giải pháp đề cập như trên, bản thân IncomBank cần phải nghiên cứu và đề ra các giải pháp cụ thể trên cơ sở phân tích các đặc thù của mình, qua đó từng bước tạo ra thương hiệu thẻ IncomBank trong xu thế hội nhập và cạnh tranh, trong đó các chi nhánh IncomBank thực sự là những chủ thể có khả năng cạnh tranh với các ngân hàng nước ngoài trong một môi trường kinh doanh mở, trên một sân chơi bằng phẳng không có sự phân biệt đối xử.