

## LỜI NÓI ĐẦU

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế thế giới, các quan hệ mua bán trao đổi hàng hóa dịch vụ từng bước phát triển cả về số lượng và chất lượng. Do đó, đòi hỏi phải có những phương tiện thanh toán mới đảm bảo tính an toàn, nhanh chóng, hiệu quả. Thêm vào đó, thế kỷ XX là thế kỷ mà khoa học công nghệ có những bước tiến vượt bậc, đặc biệt là công nghệ thông tin. Kết hợp những điều này, các ngân hàng thương mại đã đưa ra một loại hình dịch vụ thanh toán mới, đó là thẻ ngân hàng.

Thẻ ngân hàng xuất hiện là sự kết hợp của khoa học kỹ thuật với công nghệ quản lý ngân hàng. Sự ra đời của thẻ là một bước tiến vượt bậc trong hoạt động thanh toán thông qua ngân hàng. Thẻ ngân hàng có những đặc điểm của một phương tiện thanh toán hoàn hảo:

- Đối với khách hàng, thẻ đáp ứng được về tính an toàn cao, khả năng thanh toán nhanh, chính xác.

- Đối với ngân hàng, thẻ góp phần giảm áp lực tiền mặt, tăng khả năng huy động vốn phục vụ cho yêu cầu mở rộng hoạt động tín dụng, tăng lợi nhuận nhờ khoản phí sử dụng thẻ.

Chính nhờ những ưu điểm trên mà thẻ ngân hàng đã nhanh chóng trở thành một phương tiện thanh toán thông dụng ở các nước phát triển cũng như trên thế giới.

□ Việt Nam, nền kinh tế ngày một phát triển, đời sống người dân ngày càng nâng cao, thêm vào đó là xu thế hội nhập phát triển với nền kinh tế thế giới, việc xuất hiện của một phương tiện thanh toán mới là rất cần thiết. Nắm bắt được nhu cầu này, từ đầu những năm 90, Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam đã chủ trương đưa dịch vụ thẻ vào ứng dụng tại Việt Nam. Sau gần 15 năm hoạt

động trong lĩnh vực này, Ngân hàng Ngoại th-ong Việt Nam đã thu đ-ợc những thành tựu nhất định. Nh-ng bên cạnh đó vẫn còn không ít những khó khăn hạn chế để có thể phát triển dịch vụ thẻ trở nên phổ biến ở Việt Nam. Nhận thức đ-ợc vấn đề này, sau quá trình tìm hiểu về hoạt động thẻ tại Ngân hàng Ngoại th-ong, em đã chọn đề tài "**Phát triển hoạt động thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại th-ong Hà Nội**" làm đề tài cho chuyên đề tốt nghiệp của mình.

Đề tài đ-ợc chia làm 3 ch-ong:

**Ch-ong 1: Lý luận cơ bản về hoạt động thanh toán thẻ tại ngân hàng th-ong mại**

**Ch-ong 2: Thực trạng hoạt động thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại th-ong Hà Nội (VCB HN)**

**Ch-ong 3: Phát triển hoạt động thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại th-ong Hà Nội trong thời gian tới**

Em xin chân thành cảm ơn thầy giáo-thạc sỹ Phạm Long đã tận tình h-ớng dẫn em hoàn thành bản chuyên đề này.

Em cũng xin chân thành cảm ơn các cán bộ nhân viên phòng Kế toán dịch vụ Ngân hàng Ngoại th-ong - Chi nhánh Thành Công đã quan tâm và nhiệt tình giúp đỡ em trong suốt quá trình thực tập tìm hiểu đề tài này.

## CHƯƠNG 1

# LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

### 1.1 TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

#### 1.1.1. Khái niệm Ngân hàng thương mại

Trong một nền kinh tế hàng hóa, tại một thời điểm nhất định luôn tồn tại một thực tế là có những người tạm thời đang có một số tiền nhàn rỗi, trong khi đó có những người đang rất cần khối lượng tiền nhàn rỗi (để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng hay những cuộc đầu tư có hiệu quả) và họ có thể trả một khoản chi phí để có quyền sử dụng số tiền này. Theo quy luật cung - cầu, họ sẽ gặp nhau và khi đó tất cả (người cho vay, người đi vay, và cả xã hội) đều có lợi, sản xuất lưu thông được phát triển và đời sống được cải thiện. Cách thức gặp nhau rất đa dạng, và theo đà phát triển NHTM ra đời như một tất yếu và là một cách thức quan trọng, phổ biến nhất.

Thông qua các ngân hàng, những người có tiền có thể dễ dàng có được một khoản lợi tức còn người cần tiền có thể có được số tiền cần thiết với mức chi phí hợp lý.

Có thể nói các ngân hàng nói riêng và hệ thống tài chính ngân hàng nói chung đang ngày càng chiếm một vị trí quan trọng và vô cùng nhạy cảm trong nền kinh tế, liên quan tới hoạt động của đời sống kinh tế xã hội.

Ngày càng có nhiều người quan tâm tới hoạt động của ngân hàng, vậy thực ra ngân hàng là gì. Theo pháp lệnh ngân hàng ngày 23-5-1990 của Hội đồng Nhà nước Việt Nam xác định: “*Ngân hàng thương mại là tổ chức kinh doanh tiền tệ mà hoạt động chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền gửi từ khách*

*hàng với trách nhiệm hoàn trả và sử dụng số tiền đó để cho vay, thực hiện nghiệp vụ chiết khấu và làm ph- ơng tiện thanh toán” .*

Hoạt động ngân hàng là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng, với nội dung th- ờng xuyên là nhận tiền gửi, sử dụng số tiền này để cấp tín dụng và cung ứng các dịch vụ thanh toán.

### **1.1.2. Chức năng hoạt động của ngân hàng th- ơng mại**

Do nhu cầu tất yếu của nền kinh tế thị tr- ờng, các ngân hàng không ngừng tăng c- ờng mở rộng các danh mục các sản phẩm ngân hàng nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, sử dụng nguồn vốn có hiệu quả và thu lợi nhuận cao. Tuy nhiên, về cơ bản chúng ta có thể xếp xếp các hoạt động đó vào một trong ba nhóm sau:

- Hoạt động huy động tiền gửi.
- Hoạt động tín dụng.
- Hoạt động cung cấp các dịch vụ.

*\* Huy động tiền gửi:*

Ngân hàng tập trung huy động các nguồn vốn trong nền kinh tế quốc dân bao. Bên cạnh đó, khi cần vốn cho nhu cầu thanh khoản hay đầu t- cho vay, các Ngân hàng th- ơng mại có thể đi vay từ các tổ chức tín dụng khác, từ các công ty khác, các tổ chức tài chính trên thị tr- ờng tài chính.

Trong quá trình thu hút nguồn vốn Ngân hàng phải bỏ ra những chi phí giao dịch, chi phí trả lãi tiền gửi, trả lãi Ngân hàng vay và các khoản chi phí khác có liên quan. Những khoản chi này đòi hỏi Ngân hàng phải sử dụng những đồng vốn huy động đ- ợc có hiệu quả để có thể bù đắp các khoản chi phí và đem lại lợi nhuận cho Ngân hàng.

*\* Hoạt động tín dụng*

- Cho vay

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

+ *Cho vay th-ong mại*: Ngay thời kỳ đầu, các ngân hàng đã chiết khấu th-ong phiếu mà thực tế là cho vay đối với những ng-ời bán (ng-ời bán chuyển các khoản phải thu cho ngân hàng để lấy tiền tr-ớc). Sau đó b-ớc chuyển tiếp từ chiết khấu th-ong phiếu sang cho vay trực tiếp đối với các khách hàng (là ng-ời mua), giúp họ có vốn để mua hàng dự trữ nhằm mở rộng sản xuất kinh doanh.

+ *Cho vay tiêu dùng*: Trong giai đoạn đầu, các ngân hàng không tích cực cho vay đối với cá nhân và hộ gia đình do tính rủi ro cao. Sự gia tăng thu nhập của ng-ời tiêu dùng và sự cạnh tranh đã buộc các ngân hàng phải h-ớng tới ng-ời tiêu dùng nh- một khách hàng tiềm năng. Sau thế chiến thứ hai, tín dụng tiêu dùng đã trở thành loại hình tín dụng tăng tr-ởng nhanh nhất tại các n-ớc có nền kinh tế phát triển.

+ *Tài trợ cho dự án*: Bên cạnh cho vay truyền thống là cho vay ngắn hạn, các ngân hàng cũng ngày càng quan tâm vào việc tài trợ cho xây dựng nhà máy mới đặc biệt là tài trợ trong các ngành công nghệ cao. Một số ngân hàng còn cho vay để đầu t- vào bất động sản. Tất nhiên, loại hình tín dụng này rủi ro t-ơng đối cao.

Các khoản cho vay, nơi tiềm ẩn những rủi ro hơn cả, luôn chiếm phần lớn trong tổng tài sản của NH. Nếu không đ-ợc kiểm soát chặt chẽ các khoản vay rất dễ bị thất bại, trực tiếp ảnh h-ớng tới lợi nhuận, thậm chí đe dọa sự tồn tại của ngân hàng khi những nhu cầu rút tiền gửi của khách hàng không đ-ợc đáp ứng. Vậy thì, cho ai vay nh- thế nào, quản lý việc sử dụng tiền vay, tiến hành thu nợ gốc và lãi ra sao... là những vấn đề mà ngân hàng phải giải quyết tr-ớc và trong quá trình cho vay, nhằm có đ-ợc những khoản cho vay an toàn và hiệu quả. Chính vì thế, giai đoạn xem xét tr-ớc khi cho vay, xem xét ng-ời vay tiền và việc sử dụng tiền vay mà ng-ời ta gọi là thẩm định tín dụng luôn chiếm vị trí quyết định.

- *Đầu t-*

Hoạt động đầu t- chủ yếu của Ngân hàng trên thị tr- ờng tài chính thông qua việc mua bán các chứng khoán: công trái và tín phiếu. Thu nhập của Ngân hàng từ hoạt động này là khoản chênh lệch giữa giá bán và giá mua. Ngoài ra Ngân hàng còn hùn vốn liên doanh với các doanh nghiệp, trong quá trình đó Ngân hàng sẽ đ- ợc chia lợi nhuận từ hoạt động này.

*\* Hoạt động cung cấp các dịch vụ:*

Tận dụng vị trí uy tín, chuyên môn của mình là một trung gian tài chính có nhiều quan hệ với khách hàng, có khả năng tiếp cận với nhiều nguồn thông tin, các ngân hàng ngày nay cung cấp rất nhiều các dịch vụ khác nhau từ dịch vụ thanh toán, bảo lãnh, làm đại lý... cho đến việc lập kết giữ tiền, của cải phục vụ cho khách hàng. Các dịch vụ này có thể hoàn toàn độc lập hoặc có thể liên quan hỗ trợ cho các hoạt động huy động vốn, hoạt động tín dụng (đặc biệt là hoạt động thanh toán) nh- ng chúng đều đem lại thu nhập cho ngân hàng d- ới dạng phí dịch vụ. Đối với hầu hết các ngân hàng, thu nhập từ việc cung cấp các dịch vụ ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng thu nhập.

## **1.2 GIỚI THIỆU CHUNG VỀ THẺ**

### **1.2.1. Sự ra đời và phát triển của thẻ trên thế giới**

Cùng với sự phát triển kinh tế, đời sống nhân dân ngày càng đ- ợc nâng cao, nhu cầu tiêu dùng cũng vì thế phát triển mạnh, qua đó nhu cầu thanh toán nhanh chóng và thuận tiện trở thành một yêu cầu của khách hàng đối với ngân hàng. Điều này gây áp lực lên các ngân hàng đòi hỏi các ngân hàng phải nâng cao chất l- ợng dịch vụ thanh toán của mình nhằm cung cấp cho khách hàng dịch vụ thanh toán tốt nhất. Cũng trong thời gian đó, khoa học kỹ thuật thế giới đã có những b- ớc tiến đáng kể trong lĩnh vực thông tin, tạo điều kiện thuận lợi cho các ngân hàng, các tổ chức tín dụng phát triển và hoàn thiện ph- ơng thức thanh toán của mình, trong đó phải kể đến sự ra đời và phát triển của hình thức thanh toán bằng thẻ.

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

Những hình thức sơ khai của thẻ xuất hiện lần đầu ở Mỹ vào những năm 1920 dưới cái tên tạm gọi là “đĩa mua hàng” (shopper’s plate). Người chủ sở hữu của loại “đĩa” này có thể mua hàng tại cửa hiệu phát hành ra chúng và hàng tháng họ phải hoàn trả tiền cho chủ cửa hàng vào một ngày cố định, thường là cuối tháng. Thực chất ở đây chính là việc người chủ cửa hàng đã cấp tín dụng cho khách hàng bằng cách bán chịu, mua hàng trước và trả tiền sau.

Tuy nhiên, thẻ ngân hàng lại ra đời một cách ngẫu nhiên vào năm 1940 với tên gọi đầu tiên là thẻ DINNERS CLUB do ý tưởng của một doanh nhân người Mỹ là Frank Mc Namara. Năm 1950 chiếc thẻ nhựa đầu tiên được phát hành, những người có thẻ DINNERS CLUB này có thể ghi nợ khi ăn tại 27 nhà hàng tại thành phố New York và phải chịu một khoản lệ phí hàng năm là 5USD. Những tiện ích của chiếc thẻ ngay lập tức gây được sự chú ý và đã chinh phục một lượng đông đảo khách hàng do họ có thể mua hàng trước mà không cần phải trả tiền ngay. Còn đối với những nhà bán lẻ, tuy phải chịu mức chiết khấu là 5% doanh thu của họ tăng đáng kể do lượng khách hàng tiêu dùng tăng lên rất nhanh. Đến năm 1951, hơn 1 triệu đôla được ghi nợ, doanh số phát hành thẻ ngày càng tăng và công ty phát hành thẻ DINNERS CLUB bắt đầu có lãi. Một cuộc cách mạng về thẻ diễn ra ngay sau đó đã nhanh chóng đưa thẻ trở thành một phương tiện thanh toán mang tính toàn cầu. Tiếp nối thành công của thẻ DINNERS CLUB, hàng loạt các công ty thẻ như Trip Change, Golden Key, Esquire Club... ra đời. Phần lớn các thẻ này trước hết được phát hành nhằm phục vụ giới doanh nhân, nhưng sau đó các ngân hàng nhận thấy rằng giới bình dân mới là đối tượng sử dụng thẻ trong tương lai.

Năm 1960, Bank of America cho ra đời sản phẩm thẻ đầu tiên của mình là BANKAMERICARD. Đến năm 1966, 14 ngân hàng hàng đầu của Mỹ thành lập Interbank, một tổ chức mới với chức năng là đầu mối trao đổi các thông tin về giao dịch thẻ. Ngay sau đó, vào năm 1967, 4 ngân hàng bang California đổi tên từ Bank Card Association thành Western State Bank Card Association và tổ

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

chức này đã liên kết với Interbank cho ra đời thẻ MASTER CHARGE, loại thẻ này đã nhanh chóng trở thành một đối thủ cạnh tranh lớn của BANKAMERICARD. Đến năm 1977, tổ chức BANKAMERICARD đổi tên thành VISA USD và sau đó là tổ chức thẻ quốc tế VISA. Năm 1979, tổ chức thẻ MASTER CHARGE đổi tên thành MASTER CARD. Hiện nay, 2 tổ chức này vẫn đang là 2 tổ chức thẻ lớn mạnh và phát triển nhất trên thế giới.

Hình thức thanh toán thẻ nhanh chóng đ- ợc ứng dụng rộng rãi ở các châu lục khác ngoài Mỹ, năm 1960 chiếc thẻ nhựa đầu tiên có mặt tại Nhật báo hiệu sự phát triển của thẻ ở Châu □. Chiếc thẻ nhựa đầu tiên do ngân hàng Barclay Bank phát hành ở Anh năm 1966 cũng mở ra một thời kì sôi động cho hoạt động thanh toán thẻ tại Châu Âu.

Tại Việt Nam, chiếc thẻ đầu tiên đ- ợc chấp nhận là vào năm 1990 khi VCB kí hợp đồng làm đại lí chi trả thẻ VISA với ngân hàng Pháp BFCE và đây đã là b- ớc khởi đầu cho dịch vụ này phát triển ở Việt Nam.

Ngày nay, thẻ ngân hàng đã có mặt ở khắp nơi trên thế giới với những hình thức và chủng loại đa dạng, đáp ứng đầy đủ những nhu cầu riêng lẻ của ng- ời tiêu dùng. Cùng với sự phát triển của 2 tổ chức thẻ quốc tế là VISA và MASTER, một loạt các tổ chức thẻ mang tính quốc tế khác nối tiếp xuất hiện nh- : JCB, American Epress, Airplus, Maestro, Eurocard,... Sự phát triển mạnh mẽ này đã khẳng định xu thế phát triển tất yếu của thẻ. Các ngân hàng và công ty tài chính luôn tìm cách cải thiện sao cho càng ngày thẻ càng dễ sử dụng và cung cấp những dịch vụ thanh toán tiện lợi nhất cho ng- ời tiêu dùng. Hiện nay, ng- ời sử dụng thẻ có thể sử dụng thẻ trên hầu hết các n- ớc trên thế giới, họ không còn lo việc chuyển đổi sang đồng tiền nội địa khi đi ra n- ớc ngoài.



## **1.2.2. Khái niệm, đặc điểm cấu tạo và phân loại thẻ**

### **1.2.2.1. Khái niệm thẻ**

Thẻ thanh toán là một phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt do các ngân hàng hay các tổ chức tài chính phát hành và cung cấp cho khách hàng. Khách hàng có thể sử dụng để rút tiền mặt tại các ngân hàng đại lý, các máy rút tiền tự động (ATM) hoặc thanh toán tiền hàng hóa dịch vụ.

### **1.2.2.2. Đặc điểm cấu tạo của thẻ**

Kể từ khi ra đời cho đến nay, cấu tạo của thẻ tín dụng đã có những thay đổi khá lớn nhằm tăng độ an toàn và tính tiện dụng cho khách hàng. Ngày nay, với những thành tựu của kỹ thuật vi điện tử, một số loại thẻ được gắn thêm một con chip điện tử nhằm tăng khả năng ghi nhớ thông tin và tính bảo mật cho thẻ.

Hầu hết các loại thẻ tín dụng quốc tế ngày nay đều được cấu tạo bằng nhựa cứng (plastic), có kích cỡ 84mm x 54mm x 0,76mm, có góc tròn gồm hai mặt:

*\* Mặt trước của thẻ bao gồm:*

- Tên, biểu tượng thẻ và huy hiệu của tổ chức phát hành thẻ.
- Số thẻ: là số dành riêng cho mỗi chủ thẻ. Số này được dập nổi trên thẻ và sẽ được in lại trên hóa đơn khi chủ thẻ đi mua hàng. Tùy theo từng loại thẻ mà có số chữ số khác nhau và cách cấu trúc theo nhóm cũng khác nhau.
- Ngày hiệu lực của thẻ: là thời hạn mà thẻ được lưu hành.
- Họ và tên của chủ thẻ.
- Số mật mã đợt phát hành (chỉ có ở thẻ AMEX).

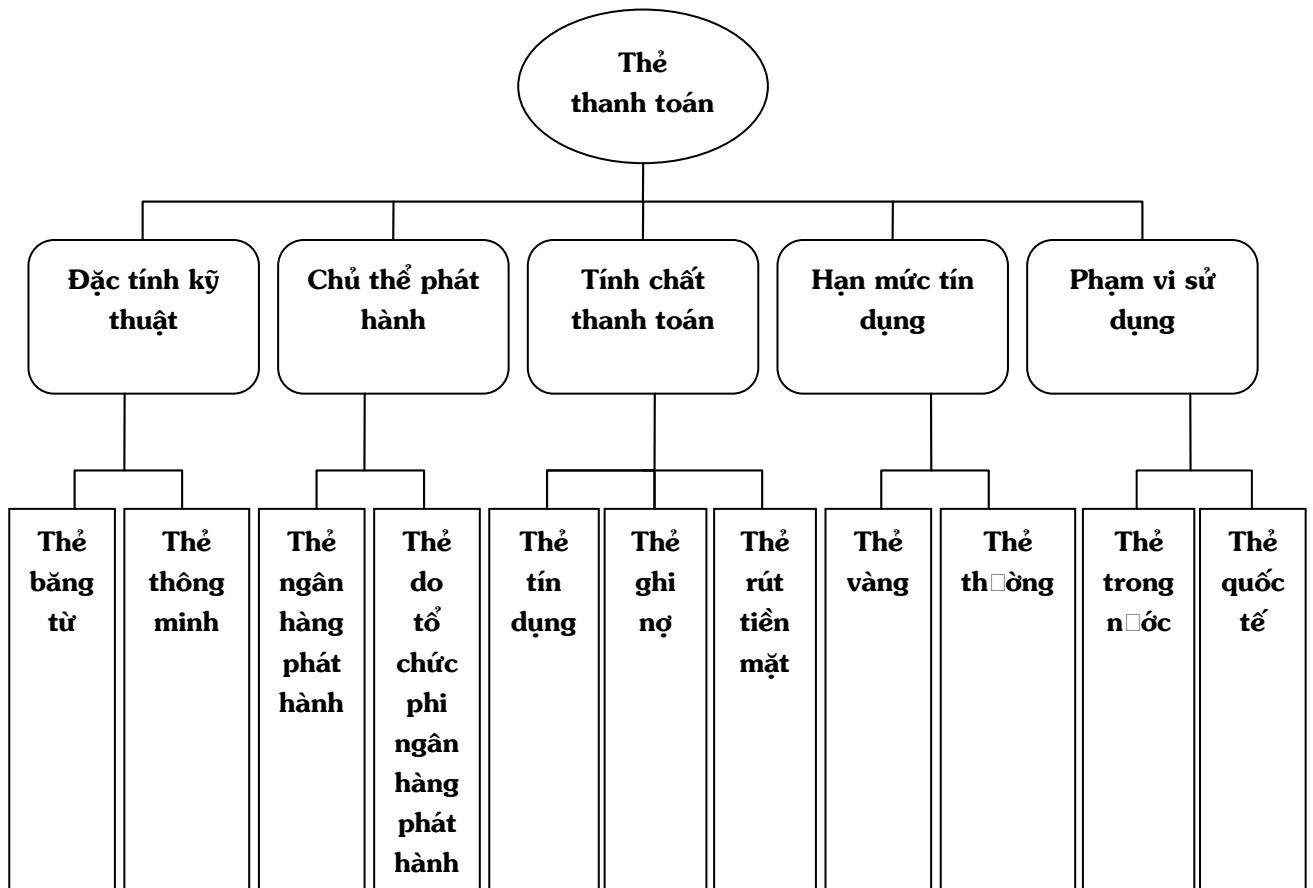
*\* Mặt sau của thẻ bao gồm:*

- Dãy băng từ có khả năng lưu trữ những thông tin như: số thẻ, ngày hiệu lực, tên chủ thẻ, tên ngân hàng phát hành, số PIN.

- Bảng chữ ký mẫu của chủ thẻ.

### 1.2.2.3. Phân loại thẻ

Dựa vào các tiêu chí khác nhau người ta phân loại thẻ thành:



#### 1.2.2.3.1 Phân loại theo đặc tính kỹ thuật

\* Thẻ băng từ (*Magnetic Stripe*): đ- ợc sản xuất dựa trên kỹ thuật từ tính với 1 băng từ chứa 2 rãnh thông tin ở mặt sau của thẻ. Thẻ này đ- ợc sử dụng phổ biến trong vòng 20 năm nay. Tuy nhiên nó có một số nh- ợc điểm sau:

- Khả năng bị lợi dụng cao do thông tin ghi trong thẻ không tự mã hóa đ- ọc, ng- ời ta có thể đọc thẻ dễ dàng bằng thiết bị đọc gắn với máy vi tính.

- Thẻ mang tính thông tin cố định, khu vực chứa thông tin hẹp không áp dụng các kỹ thuật mã đảm bảo an toàn. Do đó, trong những năm gần đây đã bị lợi dụng lấy cắp tiền

\* *Thẻ thông minh (thẻ điện tử có bộ vi xử lý chip)*: là thế hệ mới nhất của thẻ thanh toán, thẻ thông minh dựa trên kỹ thuật vi xử lý tin học nhờ gắn vào thẻ "chip" điện tử có cấu trúc giống nh- một máy tính hoàn hảo. Thẻ thông minh an toàn và hiệu quả hơn thẻ băng từ do "chip" có thể chứa thông tin nhiều hơn 80 lần so với dây băng từ.

#### ***1.2.2.3.2 Phân loại theo chủ thẻ phát hành***

\* *Thẻ do ngân hàng phát hành*: là loại thẻ giúp cho khách hàng sử dụng linh động tài khoản của mình tại ngân hàng, hoặc sử dụng một số tiền do ngân hàng cấp tín dụng, loại thẻ này hiện nay đ- ọc sử dụng khá phổ biến, nó không chỉ l- u hành trong một số quốc gia mà còn có thẻ l- u hành trên toàn cầu (ví dụ nh- : thẻ VISA, MASTER..).

\* *Thẻ do các tổ chức phi ngân hàng phát hành*: là loại thẻ du lịch và giải trí của các tập đoàn kinh doanh lớn phát hành nh- DINNERS CLUB, AMEX... và cũng l- u hành trên toàn thế giới.

#### ***1.2.2.3.3 Phân loại theo tính chất thanh toán của thẻ***

\* *Thẻ tín dụng (Credit Card)*: đây là loại thẻ mà khi sử dụng, chủ thẻ đ- ọc ngân hàng phát hành cấp một hạn mức tín dụng theo qui định và không phải trả lãi nếu chủ thẻ hoàn trả số tiền đã sử dụng đúng kỳ hạn để mua sắm hàng hóa, dịch vụ tại những cơ sở kinh doanh, cửa hàng, khách sạn... chấp nhận loại thẻ này.

# Assignment Supporting Group

## <http://assignmentssupporting.com>

---

\* *Thẻ ghi nợ (Debit Card)*: là ph- ơng tiện thanh toán tiền hàng hoá, dịch vụ hay rút tiền mặt trên cơ sở số tiền có trong tài khoản của chủ thẻ tại ngân hàng. Thẻ ghi nợ có hai loại cơ bản:

- Thẻ on-line là thẻ ghi nợ mà giá trị những giao dịch đ- ợc khấu trừ ngay lập tức vào tài khoản của chủ thẻ khi xuất hiện giao dịch.

- Thẻ off-line là thẻ ghi nợ mà giá trị những giao dịch sẽ đ- ợc khấu trừ vào tài khoản của chủ thẻ sau khi giao dịch đ- ợc thực hiện vài ngày.

Thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng có một số điểm khác biệt rõ rệt:

Điểm khác biệt lớn nhất giữa hai loại thẻ là với thẻ tín dụng, khách hàng chi tiêu theo hạn mức tín dụng do ngân hàng cấp, còn với thẻ ghi nợ khách hàng chi tiêu trực tiếp trên tài khoản tiền gửi của mình tại ngân hàng.

Thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ là ph- ơng tiện thanh toán bình đẳng và dành cho tất cả mọi ng- ời, mọi lứa tuổi, ngành nghề. Cả hai loại thẻ đều có thể giúp khách hàng tránh đ- ợc những rủi ro đáng tiếc có thể xảy ra khi phải mang theo tiền mặt. Đặc biệt, thẻ tín dụng quốc tế là ph- ơng tiện thanh toán tiện lợi an toàn đối với những ng- ời th- ờng xuyên đi công tác n- ớc ngoài.

\* *Thẻ rút tiền mặt (Cash Card)*: là một hình thức của thẻ ghi nợ song chỉ có một chức năng là rút tiền mặt tại các máy rút tiền tự động (ATM) hoặc ở ngân hàng. Với chức năng chuyên biệt chỉ dùng để rút tiền, số tiền rút ra mỗi lần sẽ đ- ợc trừ dần vào số tiền ký quỹ.

### ***1.2.2.3.2 Phân loại theo chủ thẻ phát hành***

\* *Thẻ do ngân hàng phát hành*: là loại thẻ giúp cho khách hàng sử dụng linh động tài khoản của mình tại ngân hàng, hoặc sử dụng một số tiền do ngân hàng cấp tín dụng, loại thẻ này hiện nay đ- ợc sử dụng khá phổ biến, nó không chỉ l- u hành trong một số quốc gia mà còn có thể l- u hành trên toàn cầu (ví dụ nh- : thẻ VISA, MASTER..).

\* *Thẻ do các tổ chức phi ngân hàng phát hành*: là loại thẻ du lịch và giải trí của các tập đoàn kinh doanh lớn phát hành như DINNERS CLUB, AMEX... và cũng lưu hành trên toàn thế giới.

#### ***1.2.2.3.4 Phân loại theo hạn mức tín dụng***

\* *Thẻ thông thường (Standard Card)*: Đây là loại thẻ căn bản nhất, là loại thẻ mang tính chất phổ biến, đại chúng, được hơn 142 triệu người trên thế giới sử dụng mỗi ngày. Hạn mức tối thiểu tùy theo Ngân hàng phát hành qui định (thông thường khoảng 1000 USD)

\* *Thẻ vàng (Gold card)*: là loại thẻ được phát hành cho những đối tượng "cao cấp", những khách hàng có mức sống, thu nhập và nhu cầu tài chính cao. Loại thẻ này có thể có những điểm khác nhau tùy thuộc vào tập quán, trình độ phát triển của mỗi vùng, nhưng chung nhất vẫn là thẻ có hạn mức tín dụng cao (trên 5000 USD) hơn thẻ thông thường.

#### ***1.2.2.3.5 Phân loại theo phạm vi sử dụng của thẻ***

\* *Thẻ dùng trong nước*: Có 2 loại

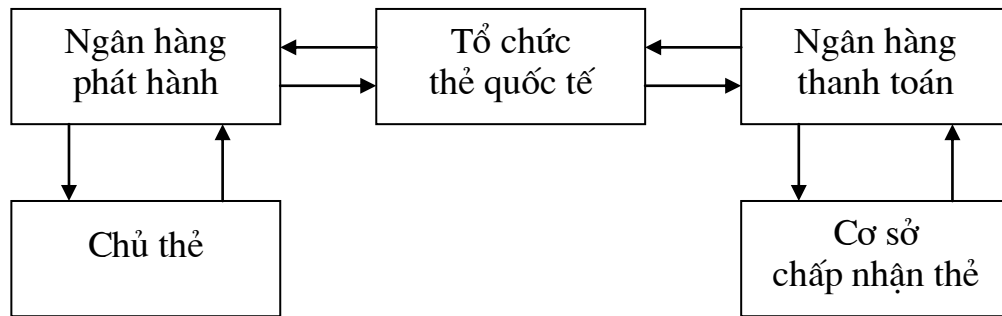
- Local use only card: là loại thẻ do tổ chức tài chính hoặc ngân hàng trong nước phát hành, chỉ được dùng trong nội bộ hệ thống tổ chức đó mà thôi.

- Domestic use only card: là thẻ thanh toán mang thương hiệu của tổ chức thẻ quốc tế được phát hành để sử dụng trong nước.

\* *Thẻ quốc tế (International card)*: là loại thẻ không chỉ dùng tại quốc gia nơi nó được phát hành mà còn dùng được trên phạm vi quốc tế. Để có thể phát hành loại thẻ này thì ngân hàng phát hành phải là thành viên của một tổ chức thẻ quốc tế.

### **1.3 HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

#### **1.3.1. Chủ thẻ tham gia vào hoạt động thanh toán thẻ**



Sơ đồ trên cho thấy một giao dịch thanh toán thẻ có 5 chủ thể tham gia.

\* *Tổ chức thẻ quốc tế*: là tổ chức đứng ra liên kết các thành viên là các ngân hàng, tổ chức tín dụng, các công ty phát hành thẻ, đặt ra các quy tắc bắt buộc các thành viên phải áp dụng thống nhất theo một hệ thống toàn cầu. Bất cứ ngân hàng nào hiện nay hoạt động trong lĩnh vực thanh toán thẻ quốc tế đều phải là thành viên của một Tổ chức thẻ quốc tế. Mỗi Tổ chức thẻ quốc tế đều có tên trên sản phẩm của mình. Khác với ngân hàng thành viên, Tổ chức thẻ quốc tế không có quan hệ trực tiếp với chủ thẻ hay cơ sở chấp nhận thẻ, mà chỉ cung cấp một mạng lưới viễn thông toàn cầu phục vụ cho quy trình thanh toán, cấp phép cho ngân hàng thành viên một cách nhanh chóng.

\* *Ngân hàng phát hành*: là ngân hàng được sự cho phép của tổ chức thẻ hoặc công ty thẻ trong việc phát hành thẻ mang thương hiệu của mình. Ngân hàng phát hành trực tiếp tiếp nhận hồ sơ xin cấp thẻ, xử lý và phát hành thẻ, mở và quản lý tài khoản thẻ của khách hàng, quy định các điều khoản, điều kiện sử dụng thẻ cho khách hàng là chủ thẻ. Ngân hàng phát hành có quyền ký hợp đồng đại lý với bên thứ 3 là một ngân hàng hay một tổ chức tín dụng khác trong việc thanh toán hoặc phát hành thẻ. Từng định kỳ, ngân hàng phát hành phải lập bảng sao kê ghi rõ các khoản cụ thể đã sử dụng và yêu cầu thanh toán đối với chủ thẻ tín dụng hoặc khấu trừ trực tiếp vào tài khoản của chủ thẻ ghi nợ

\* *Ngân hàng thanh toán*: là ngân hàng chấp nhận các giao dịch thẻ như một phương tiện thanh toán thông qua việc ký kết các hợp đồng chấp nhận thẻ

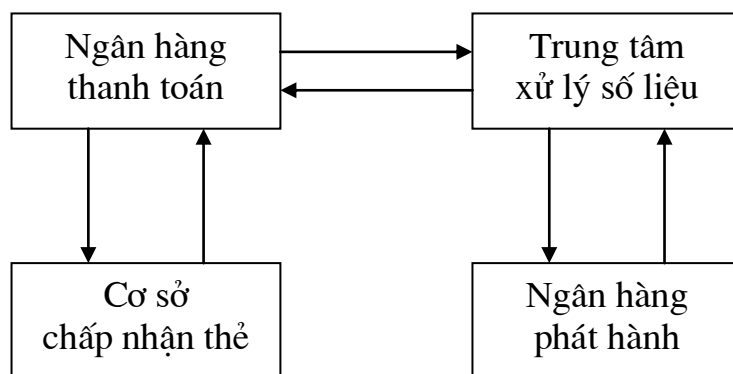
với các điểm cung cấp hàng hóa, dịch vụ. Qua việc kí kết hợp đồng, các địa điểm cung cấp hàng hóa, dịch vụ này đ- ợc chấp nhận vào hệ thống thanh toán thẻ của ngân hàng, ngân hàng sẽ cung cấp các thiết bị đọc thẻ, đào tạo nhân viên về dịch vụ thanh toán thẻ, quản lí và xử lí những giao dịch thẻ diễn ra tại địa điểm này. Trên thực tế, rất nhiều ngân hàng vừa là ngân hàng phát hành, vừa là ngân hàng thanh toán.

\* *Chủ thẻ*: là cá nhân hay ng- ời đ- ợc uỷ quyền đ- ợc ngân hàng cho phép sử dụng thẻ để chi trả các hàng hóa, dịch vụ hay rút tiền mặt theo những điều kiện, quy định của ngân hàng. Một chủ thẻ có thể sở hữu một hay nhiều thẻ.

\* *Cơ sở chấp nhận thẻ*: là các đơn vị cung ứng hàng hóa, dịch vụ có kí kết với ngân hàng thanh toán về việc chấp nhận thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ mà mình cung cấp bằng thẻ.

### 1.3.2. Quy trình phát hành và thanh toán thẻ

\* *Quy trình phát hành thẻ*



- Khách hàng đến ngân hàng phát hành đề nghị mua thẻ và hoàn thành một số thủ tục cần thiết nh- điền vào giấy tờ xin cấp thẻ, trình một số giấy tờ khác nh- : giấy thông hành, biên lai trả l- ơng, nộp thuế thu nhập ...

- Khi nhận đủ hồ sơ, ngân hàng tiến hành thẩm định lại. Thông th- ờng ngân hàng xem xét lại xem hồ sơ lập đúng ch- a, tình hình tài chính (nếu khách

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentssupporting.com>**

---

hàng là công ty) hay các khoản thu nhập thường xuyên của khách hàng (nếu là cá nhân) hoặc số dư trên tài khoản tiền gửi của khách hàng mối quan hệ tín dụng trước đây (nếu có).

- Nếu hồ sơ cấp thẻ hoàn toàn phù hợp, ngân hàng có thể tiến hành phân loại khách hàng. Đối với thẻ ghi nợ, việc phát hành thẻ đơn giản vì khách hàng đã có tài khoản tại ngân hàng. Đối với thẻ tín dụng, ngân hàng phải tiến hành phân loại khách hàng để có một chính sách tín dụng riêng. Thông thường có hai loại hạn mức tín dụng:

+ *Hạn mức theo thẻ vàng*: thường cấp cho các nhân vật quan trọng, có thu nhập cao và ổn định. Hạn mức tín dụng theo thẻ vàng thường cao hơn nhiều so với thẻ thường.

+ *Hạn mức thẻ thường*: Hạn mức tín dụng theo thẻ thường thấp hơn nhiều so với thẻ vàng, chủ yếu cung cấp cho người bình dân. Nhưng khách hàng cũng phải thuộc loại đủ tiêu chuẩn để nhận thẻ tín dụng.

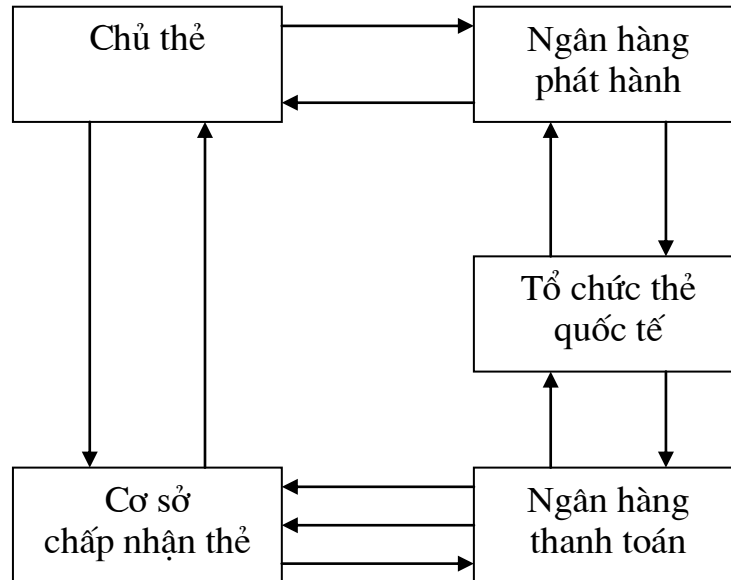
- Sau khi thẩm định và phân loại khách hàng, nếu khách hàng đáp ứng đủ điều kiện, ngân hàng tiến hành phát thẻ cho khách hàng. Trước khi giao thẻ ngân hàng yêu cầu chủ thẻ ký tên và đăng ký chữ ký mẫu ở ngân hàng. Sau đó bằng kỹ thuật riêng, từng ngân hàng tiến hành ghi những thông tin cần thiết về chủ thẻ lên thẻ, đồng thời ấn định và mã hóa mã số cá nhân (số PIN) cho chủ thẻ, nhập dữ liệu về chủ thẻ vào tập tin quản lý.

- Khi ngân hàng giao thẻ cho khách hàng thì giao luôn số PIN và yêu cầu chủ thẻ giữ bí mật. Nếu mất tiền do để lộ số PIN, chủ thẻ hoàn toàn chịu trách nhiệm.

- Sau khi giao thẻ cho khách hàng coi như nhiệm vụ phát hành thẻ kết thúc. Thời gian kể từ khi khách hàng đề nghị mua thẻ đến khi nhận được thẻ thường không quá 6 ngày.



\* Quy trình thanh toán thẻ



- Các đơn vị, cá nhân đến ngân hàng phát hành xin đ- ợc sử dụng thẻ (ký quỹ hoặc vay). Ngân hàng phát hành cung cấp thẻ cho ng- ời sử dụng và thông báo cho ngân hàng đại lý và cơ sở tiếp nhận thanh toán thẻ

- Ng- ời sử dụng thẻ mua hàng hóa, dịch vụ và giao thẻ cho cơ sở chấp nhận thẻ.

- Rút tiền ở máy ATM hoặc ở ngân hàng đại lý.

- Trong vòng 10 ngày, cơ sở chấp nhận thẻ nộp biên lai vào ngân hàng đại lý để đòi tiền.

- Trong vòng 1 ngày, ngân hàng đại lý trả tiền cho cơ sở chấp nhận thẻ.

- Ngân hàng đại lý chuyển biên lai để thanh toán, lập bảng kê cho ngân hàng phát hành qua tổ chức thẻ quốc tế (TCTQT).

- Ngân hàng phát hành thẻ hoàn lại số tiền mà ngân hàng đại lý đã thanh toán cũng thông qua tổ chức thẻ quốc tế.

- Ng- òi sử dụng thẻ muốn sử dụng nữa hoặc sử dụng hết số tiền trên thẻ thì ngân hàng phát hành hoàn tất quá trình sử dụng thẻ.

*Tại ngân hàng thanh toán:* khi tiếp nhận hóa đơn và bảng kê, ngân hàng phải tiến hành kiểm tra tính hợp lệ của các thông tin trên hóa đơn. Nếu không có vấn đề gì, ngân hàng tiến hành ghi nợ vào tài khoản của mình và ghi có vào tài khoản của cơ sở chấp nhận thẻ. Việc ghi sổ này phải tiến hành ngay trong ngày nhận hóa đơn và chứng từ của cơ sở chấp nhận thẻ. Sau đó ngân hàng thanh toán tổng hợp dữ liệu, gửi đến trung tâm xử lý dữ liệu (tr- òng hợp nối mạng trực tiếp). Nếu ngân hàng thanh toán không đ- ợc nối mạng trực tiếp thì gửi hóa đơn, chứng từ đến ngân hàng mà mình làm đại lý thanh toán.

*Tại trung tâm:* sẽ tiến hành chọn lọc dữ liệu, phân loại để bù trừ giữa các ngân hàng thành viên. Việc xử lý bù trừ, thanh toán đ- ợc thực hiện thông qua ngân hàng thanh toán và ngân hàng bù trừ.

*Tại ngân hàng phát hành:* khi nhận thông tin dữ liệu từ trung tâm sẽ tiến hành thanh toán. Định kỳ trong tháng, ngân hàng phát hành lập bảng sao kê báo cho chủ thẻ các khoản thẻ đã sử dụng và yêu cầu chủ thẻ thanh toán (đối với thẻ tín dụng).

#### **1.4. MỘT SỐ LỢI ÍCH KHI SỬ DỤNG THẺ**

\* *Đối với ngân hàng phát hành*

- Với khoản lệ phí hàng năm mà chủ thẻ phải nộp để h- ớng dịch vụ thanh toán mà ngân hàng cung cấp, chủ thẻ đã tạo nên một nguồn thu đều đặn cho ngân hàng phát hành.

- Ngoài ra, việc chủ thẻ nạp tiền vào tài khoản để sử dụng thẻ, ngân hàng cũng có thêm một nguồn huy động từ tiền gửi không kì hạn của khách hàng. Để có thể sở hữu thẻ, thông th- ờng chủ thẻ phải có thể chấp hoặc có số d- tài

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

khoản ở mức nhất định theo quy định của ngân hàng. Điều này đã làm số d- tiền gửi của ngân hàng tăng một cách đáng kể.

- Việc đặt các máy ATM hay liên hệ với các cơ sở chấp nhận thẻ mới cũng góp phần mở rộng địa bàn hoạt động của ngân hàng, điều này rất có ích ở những nơi mà việc mở chi nhánh là tốn kém.

### *\* Đối với chủ thẻ*

- Khi sử dụng thẻ, chủ thẻ đã đ- ợc ngân hàng cung cấp một dịch vụ thanh toán có độ bảo mật cao, độ tiện dụng lớn. Ngày nay, với trình độ kỹ thuật ngày càng cao, việc làm thẻ giả trở nên khó khăn hơn, điều này đồng nghĩa với việc các chủ thẻ có thể yên tâm hơn về tiền của mình. Thêm nữa, khi những cơ sở thanh toán thẻ ngày càng nhiều, các máy ATM ngày càng trở nên phổ biến, thẻ sẽ là một công cụ thanh toán lí t- ởng cho các chủ thẻ.

- Với việc ngân hàng có thể cấp tín dụng tr- ớc cho khách hàng để thanh toán hàng hóa dịch vụ mà không bị tính bất kì một khoản lãi nào, khách hàng đã đ- ợc ngân hàng giúp mở rộng khả năng thanh toán của mình. Ngoài ra, khi khách hàng có số d- trên tài khoản, nếu khách hàng không sử dụng, số d- này sẽ đ- ợc h- ởng mức lãi suất tiền gửi không kì hạn.

- Ngoài ra, khi sử dụng thẻ, khách hàng không phải mang theo một l- ượng tiền mặt lớn mà rủi ro bị mất cũng nh- việc bảo quản cũng rất phức tạp. Ch- a kể đến việc rất bất tiện khi sử dụng tiền mặt chi tiêu ở các n- ớc khác nhau. Việc dùng thẻ tín dụng hoặc thẻ thanh toán đảm bảo khả năng chi tiêu đa ngoại tệ, không bị lệ thuộc vào ngoại tệ của n- ớc nào.

### *\* Đối với ngân hàng thanh toán:*

- Trong quy trình thanh toán thẻ, các cơ sở phát hành th- ờng mở tài khoản tại các ngân hàng thanh toán cho tiện việc thanh toán. Điều này đã làm tăng l- ượng số d- tiền gửi và nguồn huy động cho ngân hàng thanh toán.

- Với các loại phí nh- : chiết khấu th- ong mại, phí rút tiền mặt, phí đại lí thanh toán, ngân hàng thanh toán sẽ có đ- ợc một khoản thu t- ong đối ổn định.

*\* Đối với các cơ sở chấp nhận thanh toán:*

- Với việc đ- ợc cấp tín dụng tr- ớc cho khách hàng, ngân hàng đã giúp khách hàng chi tiêu v- ợt quá khả năng của mình, đây là một sức đẩy đối với sức mua của khách hàng và chính điều này sẽ làm cho l- ợng tiêu thụ hàng hóa dịch vụ của các cơ sở chấp nhận thanh toán thẻ tăng cao.

- Khi chấp nhận thẻ thanh toán, ng- ời bán hàng có khả năng giảm thiểu các chi phí về quản lý tiền mặt nh- bảo quản, kiểm đếm, nộp vào tài khoản ở Ngân hàng...

- Ngoài ra, đối với một số cơ sở, việc chấp nhận thanh toán bằng thẻ của ngân hàng cũng là một điều kiện để đ- ợc h- ởng các - u đãi của ngân hàng về tín dụng, dịch vụ thanh toán...

### **1.5. NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ**

Có rất nhiều nhân tố ảnh h- ởng đến hoạt động thanh toán thẻ, mỗi nhân tố có nhiều h- ởng tác động đến hoạt động thanh toán thẻ nh- ng nhìn chung các nhân tố có thể chia thành hai nhóm:

*\* Nhóm nhân tố khách quan:*

- *Trình độ dân trí và thói quen tiêu dùng của ng- ời dân:* trong một xã hội mà trình độ dân trí cao, các phát minh, ứng dụng của khoa học kĩ thuật công nghệ cao sẽ dễ dàng tiếp cận với ng- ời dân. Tiêu dùng thông qua thẻ là một cách thức tiêu dùng hiện đại, nó sẽ dễ dàng xâm nhập và phát triển hơn với những cộng đồng dân trí cao và ng- ợc lại. Cũng nh- vậy, thói quen tiêu dùng cũng ảnh h- ởng không nhỏ đến sự phát triển của dịch vụ thẻ. Khi ng- ời dân quen với việc thanh toán các dịch vụ, hàng hóa bằng tiền mặt họ sẽ ít có nhu cầu về thanh toán thông qua thẻ.

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentssupporting.com>**

---

- *Thu nhập của ng-ời dùng thẻ*: thu nhập con ng-ời cao lên, những nhu cầu của họ cũng ngày càng phát triển, việc thanh toán đối với họ đòi hỏi một sự thỏa dụng cao hơn, nhanh chóng hơn, an toàn hơn. Việc sử dụng thẻ đáp ứng rất tốt nhu cầu này. Hơn nữa, ngân hàng chỉ có thể cung cấp dịch vụ cho những ng-ời có một mức thu nhập hợp lý, những ng-ời thu nhập thấp sẽ không đủ điều kiện sử dụng dịch vụ này.

- *Môi tr-ờng pháp lý*: việc kinh doanh dịch vụ thẻ tại bất kỳ quốc gia nào đều đ-ợc tiến hành trong một khuôn khổ pháp lý nhất định. Các quy chế, quy định về thẻ sẽ gây ra ảnh h-ởng 2 mặt: có thể theo h-ớng khuyến khích việc kinh doanh và sử dụng thẻ nếu có những quy chế hợp lý, nh-ng mặt khác những quy chế quá chặt chẽ, hoặc quá lỏng lẻo có thể mang lại những ảnh h-ởng tiêu cực tới việc phát hành và thanh toán thẻ.

- *Môi tr-ờng công nghệ*: hoạt động thanh toán thẻ chịu ảnh h-ởng rất nhiều bởi trình độ khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin. Đối với một quốc gia có công nghệ khoa học phát triển, các ngân hàng n-ớc này có thể cung cấp dịch vụ thẻ với sự nhanh chóng và an toàn cao hơn. Chính vì thế, việc luôn luôn đầu t- nâng cấp công nghệ, nghiên cứu khoa học là những việc làm vô cùng cần thiết để nâng cao chất l-ợng dịch vụ cũng nh- bảo mật cho hoạt động của ngân hàng.

- *Môi tr-ờng cạnh tranh*: đây là yếu tố quyết định đến việc mở rộng và thu hẹp thị phần của một ngân hàng khi tham gia vào thị tr-ờng thẻ. Nếu trên thị tr-ờng chỉ có một ngân hàng cung cấp dịch vụ thẻ thì ngân hàng đó sẽ có đ-ợc lợi thế độc quyền nh-ng giá phí lại có thể rất cao và thị tr-ờng khó trở nên sôi động. Nh-ng khi nhiều ngân hàng tham gia vào thị tr-ờng, cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt thì sẽ góp phần phát triển đa dạng hóa dịch vụ, giảm phí phát hành và thanh toán thẻ.

\* *Nhóm nhân tố chủ quan*:

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

- *Trình độ của đội ngũ cán bộ làm công tác thẻ*: đội ngũ cán bộ có năng lực, năng động và có nhiều kinh nghiệm là một trong những yếu tố quan trọng để phát triển hoạt động dịch vụ thẻ, ngân hàng nào có sự quan tâm, có chính sách đào tạo nhân lực trong kinh doanh thẻ hợp lý thì ngân hàng đó sẽ có cơ hội đẩy nhanh việc kinh doanh thẻ trong tương lai.

- *Tiềm lực kinh tế và trình độ kỹ thuật công nghệ của ngân hàng thanh toán thẻ*: điều này gắn liền với các máy móc thiết bị hiện đại nếu hệ thống máy móc này có trục trặc thì sẽ gây ách tắc trong toàn hệ thống. Vì vậy, đã đưa ra dịch vụ thẻ, ngân hàng phải đảm bảo một hệ thống thanh toán hiện đại, theo kịp yêu cầu của thế giới. Không những thế việc vận hành bảo dưỡng, duy trì hệ thống máy móc phục vụ phát hành và thanh toán thẻ có hiệu quả sẽ làm giảm giá thành của dịch vụ, từ đó thu hút thêm người sử dụng. Để phục vụ cho phát hành và thanh toán thẻ ngân hàng cần trang bị một số máy móc như: máy đọc hóa đơn, máy xin cấp phép EDC, máy rút tiền tự động ATM và hệ thống điện thoại-Telex...

- *Định hướng phát triển của ngân hàng*: một ngân hàng nếu có định hướng phát triển dịch vụ thẻ thì phải xây dựng cho mình các kế hoạch, chiến lược marketing phù hợp, tham gia khảo sát các đối tượng khách hàng mục tiêu, tìm mọi cách để nâng cao tính tiện ích của thẻ cũng như sự thuận lợi cho người sử dụng thẻ thì ngân hàng đó sẽ có thể mở rộng và phát triển việc kinh doanh thẻ một cách bền vững và ổn định.

### **1.6. RỦI RO TRONG HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ**

Kinh doanh thẻ được coi là khá an toàn so với các loại hình dịch vụ khác của ngân hàng. Tuy vậy, đối với các tổ chức phát hành và thanh toán thẻ, việc phòng ngừa và quản lý rủi ro vẫn là một vấn đề rất quan trọng. Rủi ro trong hoạt động thanh toán thẻ của ngân hàng nằm trong hai khâu: phát hành thẻ và thanh toán thẻ.

### **1.6.1 Rủi ro trong phát hành**

*\* Đơn xin phát hành thẻ giả*

Do không thẩm định kỹ thông tin của khách hàng, ngân hàng có thể phát hành thẻ cho khách hàng đăng ký với những thông tin giả mạo. Và nh- vậy, ngân hàng có thể gặp rủi ro khi khách hàng không có khả năng thanh toán. Tuy vậy trên thực tế, điều này rất hiếm khi xảy ra vì hợp đồng thẻ rất dễ kiểm tra và có đảm bảo cao do có thể chấp hoặc tài khoản tiền gửi của khách hàng tại ngân hàng.

*\* Chủ thẻ thật không nhận đ- ợc thẻ đã phát hành*

Ngân hàng gửi thẻ cho chủ thẻ qua đ- ờng b- u điện nh- ng trên đ- ờng vận chuyển thẻ bị đánh cắp và bị sử dụng mà chủ thẻ không hay biết gì về việc thẻ đã đ- ợc gửi cho mình. Trong tr- ờng hợp này, ngân hàng phát hành thẻ phải chịu hoàn toàn phí tổn về những giao dịch đ- ợc thực hiện.

*\* Tài khoản thẻ bị lợi dụng*

Rủi ro này phát sinh tại thời điểm ngân hàng gia hạn hoặc phát hành lại thẻ. Ngân hàng phát hành nhận đ- ợc thông báo về thay đổi địa chỉ khách hàng và yêu cầu gửi thẻ về địa chỉ mới. Do không kiểm tra tính xác thực của thông tin nên ngân hàng đã gửi thẻ đến địa chỉ mới theo yêu cầu của khách hàng nh- ng đây không phải là yêu cầu của chủ thẻ thật. Tài khoản của chủ thẻ đã bị ng- ời khác lợi dụng. Điều này chỉ bị phát hiện khi ngân hàng nhận đ- ợc sự liên hệ của chủ thẻ thật do không nhận đ- ợc thẻ hoặc ngân hàng gửi yêu cầu thanh toán cho chủ thẻ.

### **1.6.2 Rủi ro trong thanh toán**

Đây là khâu thường xảy ra rủi ro trong kinh doanh thẻ. Rất nhiều rủi ro đã xảy ra cho các tổ chức phát hành và thanh toán thẻ trong khâu này.

*\* Thẻ giả*

Thẻ bị làm giả bởi các tổ chức tội phạm hoặc cá nhân làm giả căn cứ theo thông tin có được từ các chứng từ giao dịch của thẻ hoặc thẻ mất cắp, thất lạc. Thẻ giả được sử dụng để tạo ra các giao dịch giả mạo gây tổn thất lớn cho các ngân hàng phát hành.

*\* Thẻ bị mất cắp, thất lạc*

Trong lưu hành thẻ, trường hợp này rất dễ xảy ra đối với khách hàng và ngân hàng. Trong trường hợp thẻ bị mất, chủ thẻ không thông báo kịp cho ngân hàng dẫn đến thẻ bị người khác lợi dụng gây ra các giao dịch giả mạo làm tổn thất cho khách hàng. Ngoài ra với những thẻ này, các tổ chức tội phạm có thể mã hóa lại thẻ, thực hiện giao dịch, trường hợp này đem lại rủi ro cho bản thân ngân hàng phát hành.

*\* Thẻ được tạo bằng từ giả*

Đây là loại hình giả mạo thẻ sử dụng công nghệ cao, trên cơ sở thông tin của khách hàng trên băng từ của cơ sở chấp nhận thanh toán thẻ các tổ chức tội phạm sử dụng các phần mềm mã hóa và tạo ra các băng từ giả trên thẻ và thực hiện các giao dịch. Điều này dẫn đến rủi ro cho cả ngân hàng phát hành, ngân hàng thanh toán và chủ thẻ. Loại hình giả mạo thẻ thường xuất hiện ở những nước có dịch vụ thẻ phát triển cao.

*\* Rủi ro về đạo đức*

Đây là rủi ro xảy ra khi nhân viên cơ sở chấp nhận thanh toán thẻ cố tình in ra nhiều bộ hóa đơn thanh toán thẻ nhưng chỉ giao một bộ cho khách hàng, các bộ hóa đơn còn lại sẽ được giả mạo chữ ký của khách hàng đưa đến ngân



hàng thanh toán để yêu cầu ngân hàng chi trả. Thiệt hại của rủi ro có thể làm ảnh hưởng đến cả ngân hàng phát hành và ngân hàng thanh toán.

## **1.7. HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TRÊN THẾ GIỚI**

### **1.7.1. Hoạt động hiện tại**

Trên thế giới hiện nay có 5 loại thẻ được sử dụng rộng rãi nhất, phân chia nhau thống trị các thị trường lớn.

\* *Thẻ DINNERS CLUB*: Thẻ du lịch giải trí đầu tiên được phát hành vào năm 1949. Năm 1960 là thẻ đầu tiên có mặt tại Nhật, chi nhánh được quản lý bởi CitiCorp, đứng đầu trong số các ngân hàng được phát hành thẻ. Năm 1990, DINNERS CLUB có 6,9 triệu người sử dụng trên thế giới với doanh số khoảng 16 tỷ đôla. Hiện nay số người sử dụng thẻ DINNERS CLUB đang giảm dần, đến 1993 tổng doanh số chỉ còn 7,9 tỷ đôla với khoảng 1,5 triệu thẻ lưu hành.

\* *Thẻ American Express (AMEX)*: Ra đời vào năm 1958, hiện nay đang là tổ chức thẻ du lịch giải trí lớn nhất thế giới với tổng số thẻ phát hành gấp 5 lần DINNERS CLUB. Năm 1990, tổng doanh thu chỉ khoảng 111,5 triệu đôla với khoảng 32,5 triệu thẻ lưu hành, đến năm 1993, tổng doanh thu đã tăng lên 124 tỷ đôla với khoảng 35,4 triệu thẻ lưu hành và 3,6 triệu cơ sở chấp nhận thanh toán. Năm 1987, AMEX cho ra đời loại hình tín dụng mới có khả năng cung cấp tín dụng tuần hoàn cho khách hàng có tên Optima Card để cạnh tranh với VISA và MASTER CARD.

\* *Thẻ VISA*: Tiền thân là Bank Americard do Bank of America phát hành vào năm 1960. Ngày nay VISA là thẻ có quy mô phát triển nhất trên toàn cầu. Với hơn 21000 thành viên là các tổ chức tài chính ngân hàng, VISA International's đã trở thành hệ thống thanh toán cung cấp đầy đủ nhất các dịch vụ. Các sản phẩm thẻ VISA có mặt tại 300 quốc gia và vùng lãnh thổ, với hệ thống xử lý số liệu lớn nhất và phức tạp nhất trên thế giới, VISA có thể thực hiện trên 3700 giao dịch mỗi giây với 160 loại tiền tệ khác nhau trên thế giới. Cho đến

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

nay, VISA đã phát hành hơn 1 tỷ thẻ, đ- ợc chấp nhận tại hơn 20 triệu điểm POS, trên 840000 máy ATM tại 150 n- ớc trên thế giới.

\* *The JCB*: đ- ợc xuất phát từ Nhật vào năm 1961 bởi ngân hàng Sanwa, năm 1981 JCB đã v- ỡn ra thế giới. Mục tiêu chủ yếu của thẻ là h- ớng vào lĩnh vực giải trí và du lịch. Đến năm 1990, doanh thu thẻ JCB vào khoảng 16,5 tỷ đôla với 17 triệu thẻ l- u hành. Đến năm 1992, doanh thu tăng lên 30,9 tỷ đôla với khoảng 27,5 triệu thẻ l- u hành. Hiện tại, JCB đ- ợc chấp nhận trên 400000 nơi, tiêu thụ trên 109 quốc gia ngoài Nhật.

\* *The MASTER CARD*: ra đời vào năm 1966 với tên gọi là MASTER CHARGE do hiệp hội thẻ gọi tắt là ICA (Interbank Card Association) phát hành thông qua các thành viên trên thế giới. Năm 1990, thẻ MASTER đã phát hành đ- ợc trên 178 triệu thẻ, có 5000 thành viên phát hành và trên 9 triệu điểm chấp nhận thanh toán trên thế giới. Đến nay, số l- ợng thành viên tham gia vào hiệp hội thẻ MASTER đã lên tới 25000 thành viên và đến tháng 6/2003 đã phát hành 604,4 triệu thẻ trên thế giới.

Với những loại thẻ trên, thị tr- ờng thẻ trên thế giới hiện tại đ- ợc chia thành 6 khu vực chính. Đối với mỗi khu vực có một điều kiện kinh tế xã hội, dân c- , địa lý khác nhau, chính vì thế hoạt động thanh toán thẻ cũng có những điểm khác nhau:

\* *Mỹ*: là nơi khai sinh, đồng thời cũng là nơi mà hoạt động thanh toán phát triển nhất. Khu vực này d- ờng nh- đã bão hoà về thẻ tín dụng, do đó sự cạnh tranh và phân chia thị tr- ờng rất khốc liệt, thêm vào đó dịch vụ ATM d- ờng nh- có mặt tại khắp nơi ở Mỹ. VISA và MASTER là hai loại thẻ phát triển mạnh nhất trên thị tr- ờng này.

\* *Châu Á*: bắt đầu xuất hiện thẻ vào năm 1966, Châu Âu nhanh chóng trở thành một thị tr- ờng thẻ phát triển mạnh đứng thứ 2 sau Mỹ. Đa phần thẻ l- u hành trên thị tr- ờng này là thẻ ghi nợ. Là khu vực có trình độ dân trí cao, kinh tế phát triển, việc sử dụng thẻ trong thanh toán trở nên phổ biến. Ng- ời dân sử

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentssupporting.com>**

---

dụng thẻ không chỉ vì đ- ợc cấp tín dụng mà chủ yếu là vì những tiện ích mà thẻ mang lại cho họ.

\* *Châu Á - Thái Bình D- ơng*: khu vực Châu Á - TBD gồm 41 quốc gia với những điều kiện cơ sở hạ tầng, tập quán tiêu dùng khác hẳn nhau. Tại khu vực này, hầu hết các n- ớc đều có sử dụng dịch vụ thanh toán thẻ. Tại đây, VISA và MASTER là 2 loại thẻ đứng ở vị trí hàng đầu, JCB có thị phần nhỏ hơn nh- ng hiện nay là loại thẻ đang có tốc độ phát triển rất nhanh. Cả hai mạng l- ới rút tiền tự động CIRRUS đối với MASTER và PLUS đối với VISA đều đang có những b- ớc phát triển nhất định. Với đặc điểm bao gồm nhiều n- ớc đang phát triển, khu vực này hứa hẹn một tiềm năng tiêu dùng và sử dụng thẻ rất lớn.

\* *Canada*: là một trong những thị tr- ờng mạnh nhất trên thế giới của thẻ tín dụng. Tại đây, khách hàng khá trung thành với ngân hàng của mình nên th- ờng chỉ chấp nhận thanh toán thẻ của hiệp hội. Tại thị tr- ờng này, VISA hoạt động v- ợt trội hẳn so với MASTER. AMEX và DINNERS CLUB cũng có mặt với hai mục tiêu chính là lĩnh vực hàng không và du lịch.

\* *Châu Mỹ Latinh*: là khu vực có sự phát triển không đồng đều, bao gồm cả những n- ớc phát triển và những n- ớc nông nghiệp lạc hậu, cơ sở hạ tầng thông tin nhìn chung là yếu kém, khu vực này có sự phát triển về hoạt động thanh toán thẻ tại mỗi quốc gia không đồng đều.

\* *Trung Đông và Châu Phi*: đây là vùng nổi tiếng về du lịch và là khu vực tốt để kinh doanh thẻ. Các loại thẻ chính tại đây là MASTER, VISA và AMEX. Mạng l- ới ATM ở đây cũng khá mạnh, chủ yếu đ- ợc cài đặt ở Nam Phi và Trung Đông. Nhờ sự gia tăng của các thành viên, hiện nay một số ch- ơng trình phát hành thẻ mới đã đ- ợc giới thiệu đến một số quốc gia ở vùng này.

**1.7.2. Xu hướng phát triển dịch vụ thẻ trên thế giới**

**Bảng 1.1 Dự báo thị trường VISA và MASTER CARD trên thế giới**

Khu vực	Năm 1995		Năm 2000		Năm 2005	
	Tỷ USD	Thị phần	Tỷ USD	Thị phần	Tỷ USD	Thị phần
Mỹ	574,53	46%	1246,61	44%	2200,79	39%
Châu Âu	352,85	28%	728,16	26%	1426,73	26%
Châu Á - TBD	206,52	17%	594,87	21%	1497,33	25%
Canada	50,89	4%	81,21	3%	121,54	2%
Mỹ Latinh	41,23	3%	109,36	4%	283,57	5%
Trung Đông Châu Phi	19,65	2%	55,20	2%	145,51	3%
<b>Tổng</b>	<b>1245,67</b>	<b>100%</b>	<b>2815,41</b>	<b>100%</b>	<b>5585,47</b>	<b>100%</b>

*Nguồn: Các thị trường thẻ trên thế giới - Tạp chí VCB*

Trong vài năm tới đây, dịch vụ thẻ sẽ từng bước trở thành một trong những dịch vụ mang lại nguồn thu đáng kể và ổn định cho các ngân hàng thương mại. Với tốc độ tăng trưởng kinh tế trên thế giới hiện nay, thanh toán thông qua thẻ sẽ trở thành một phương thức thanh toán thông dụng nhất. Đây là cơ hội cho các ngân hàng và tổ chức tín dụng tham gia hoạt động thanh toán thẻ. Với tốc độ phát triển nhanh chóng như hiện nay, trong tương lai thẻ thanh toán vẫn sẽ là một phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt đáng chú ý, nhất là trong các tầng lớp dân cư. Số lượng thẻ sẽ tiếp tục tăng ở các thị trường trên thế giới. Nhưng tốc độ phát triển của thẻ tại các khu vực cụ thể sẽ có những thay đổi rõ rệt.

Theo bảng tổng kết dự báo, trong thời gian tới, Mỹ vẫn là nước có doanh số thanh toán thẻ lớn nhất trên thế giới, mỗi năm doanh số này vẫn tăng khoảng 20%.

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

Điều này dễ hiểu bởi Mỹ là quê hương của thẻ thanh toán. Nh- ng thị phần của Mỹ so với các khu vực khác đang giảm dần từ 46% (năm 1995) xuống còn 14% vào cuối năm nay và còn 39% vào năm 2005. Nguyên nhân là do sự v- ơn lên của các thị tr- ờng mới nổi khác.

Châu Âu là thị tr- ờng lý t- ờng cho các tổ chức thẻ hoạt động và phát triển. Ng- ời dân ở đây sử dụng thẻ do sự tiện lợi nhiều hơn là đ- ọc cấp tín dụng và thẻ đ- ọc xem nh- là một ph- ơng thức thanh toán của tầng lớp th- ợng l- u. Vì vậy thẻ vẫn sẽ là ph- ơng tiện thanh toán đ- ợc - a chuộng. Doanh số thanh toán thẻ tăng khoảng 195% từ 728,16 tỷ USD vào cuối năm 2000 và 1420,73 tỷ USD vào năm 2005. Nh- ng giống nh- thị tr- ờng Mỹ thị phần của nó cũng đang giảm đi để nh- ờng chỗ cho những thị tr- ờng tiềm năng khác.

Châu Mỹ Latinh là châu lục có sự phát triển kinh tế không đồng đều. Cho đến đầu thập niên 90, nền kinh tế ở đây mới bắt đầu ổn định và có đầu t- n- ớc ngoài. Điều này mở ra một thị tr- ờng mới đầy hấp dẫn cho thẻ. Thẻ ở đây vẫn còn t- ong đối xa lạ nh- ng với nhịp độ tăng tr- ờng nh- hiện nay, trong t- ờng lai thẻ sẽ trở thành một ph- ơng tiện thanh toán chủ yếu. Tốc độ tăng tr- ờng dự kiến trong 10 năm (từ 1995 - 2005) là 625%, khu vực này với số dân chiếm 59% dân số thế giới sẽ trở thành thị tr- ờng lớn thứ 2 thế giới cùng với Châu Âu vào năm 2005. Đây là thị tr- ờng có tốc độ tăng mạnh nhất trong thời gian tới.

Trung Đông và châu Phi là hai vùng nổi tiếng về du lịch, ở đây thu hút phần lớn khách du lịch từ châu Âu, là thị tr- ờng tốt để kinh doanh thẻ. Doanh số thanh toán thẻ của nó tăng mạnh trong thời gian qua và trong thời gian tới chủ yếu do l- ợng khách n- ớc ngoài ra vào nhiều. Việc sử dụng thẻ trong dân c- còn rất hạn chế do điều kiện về kinh tế, tôn giáo... Trong những năm tới, thị tr- ờng thẻ ở đây vẫn là thị tr- ờng khiêm tốn nhất ch- a xứng với tiềm năng của nó.

## CHƯƠNG 2

### THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI NGÂN HÀNG NGOẠI THƯƠNG HÀ NỘI (VCB HN)

#### 2.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG NGOẠI THƯƠNG HÀ NỘI

##### 2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng Ngoại thương Hà Nội

Được thành lập ngày 1-4-1963 mà tiền thân là Cục Ngoại hối Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam (VCB VN) là ngân hàng thương mại quốc doanh đầu tiên trong hệ thống ngân hàng Việt Nam. Trong suốt những năm 1963-1990, VCB VN là ngân hàng của Nhà nước và cung ứng tín dụng cho các ngành kinh tế chủ chốt của đất nước. Theo quy định của Ngân hàng Nhà nước, VCB VN là ngân hàng duy nhất thực hiện chức năng của một ngân hàng đối ngoại. Tuy nhiên từ khi pháp lệnh Ngân hàng ra đời ngày 24/05/1990, hoạt động ngân hàng chuyển đổi mạnh mẽ sang cơ chế mới phù hợp với chủ trương phát triển kinh tế hàng hoá nhiều thành phần có sự quản lý vĩ mô của Nhà nước, điều này đã tạo điều kiện cho VCB VN từng bước thay đổi và thích nghi dần cơ chế thị trường, từng bước hiện đại hoá công nghệ ngân hàng và đa dạng hoá các nghiệp vụ ngân hàng như thanh toán xuất nhập khẩu, thực hiện các khoản vay nợ viện trợ của các tổ chức quốc tế và của các chính phủ cho Việt Nam vay, bảo lãnh cho các doanh nghiệp vay vốn trong và ngoài nước... Hoạt động của VCB VN không chỉ còn dừng lại ở nghiệp vụ ngân hàng đối ngoại mà đã bao gồm cả các nghiệp vụ của ngân hàng đối nội như đầu tư tín dụng ngắn hạn, trung hạn và dài hạn, không chỉ đầu tư cho các tổ chức kinh tế quốc doanh mà mở rộng sang khu vực ngoài quốc doanh. Sau gần 39 năm xây dựng và trưởng thành, VCB VN đã đóng góp một phần to lớn vào sự nghiệp phát triển kinh tế đất nước.

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentssupporting.com>**

---

Hiện nay, VCB VN đ- ợc coi là một trong những ngân hàng th- ơng mại có uy tín nhất của Việt Nam, đ- ợc Nhà n- ớc xếp vào một trong 23 doanh nghiệp đặc biệt, đ- ợc tạp chí ASEAN Money, tạp chí tiền tệ uy tín ở Châu Á, bình chọn là ngân hàng hạng nhất Việt Nam năm 1995. Qua nhiều năm đổi mới và tự hoàn thiện, VCB VN đã học hỏi đ- ợc nhiều kinh nghiệm của các n- ớc phát triển, ứng dụng thành tựu khoa học kỹ thuật để hoàn thiện và phát triển nghiệp vụ ngân hàng, khuyến tr- ợng quan hệ buôn bán trên các thị tr- ờng lớn, đầy tiềm năng. VCB VN đã thực sự có một vị thế vững chắc, đủ khả năng cạnh tranh trên thị tr- ờng, đồng thời ngày càng khẳng định mình là một ngân hàng đứng đầu trong cả n- ớc, cố gắng v- ươn lên với ph- ơng châm “*Uy tín hiệu quả - luôn mang đến cho khách hàng sự thành đạt*” và đóng góp nhiều kinh nghiệm cho quá trình xây dựng và hoạt động của hệ thống ngân hàng th- ơng mại Việt Nam cũng nh- giữ vững niềm tin của đông đảo bạn hàng trong và ngoài n- ớc.

Là một trong số 23 chi nhánh cấp 1 VCB VN, chi nhánh Ngân hàng Ngoại th- ơng Hà Nội (VCB HN) đ- ợc thành lập ngày 1-3-1985 với cơ sở vật chất ban đầu còn thiếu thốn, lực l- ợng cán bộ mỏng,... Đến nay, sau gần 20 năm hoạt động, VCB HN đã tự khẳng định vị trí của mình trong thị tr- ờng tài chính và tiền tệ Thủ đô và là chi nhánh đ- ợc xếp loại doanh nghiệp hạng 1.

Là một ngân hàng th- ơng mại trên địa bàn Thủ đô, nơi đ- ợc coi là trung tâm th- ơng mại lớn của cả n- ớc và là nơi có mật độ dày đặc các ngân hàng th- ơng mại với 92 tổ chức tín dụng hoạt động với nhiều loại hình khác nhau, VCB HN đã kế thừa và phát huy có hiệu quả truyền thống hoạt động VCB VN và dần v- ươn lên khẳng định vị trí và uy tín của mình trên địa bàn, đóng góp vào tốc độ phát triển của kinh tế xã hội Thủ đô.

Quá trình hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế đang diễn ra hết sức sôi động và đặt tr- ớc mỗi ngân hàng trong n- ớc cả thời cơ và thách thức. Để sẵn sàng cho quá trình hội nhập khu vực và quốc tế VCB VN đã triển khai đề án cơ

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

cấu lại hoạt động của mình nhằm lành mạnh hóa tình hình tài chính, đổi mới mô hình tổ chức gắn với chuẩn mực quốc tế, đa dạng hóa và hiện đại hóa các dịch vụ ngân hàng, mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế, từng bước áp dụng các chuẩn mực ngân hàng hiện đại vào các lĩnh vực hoạt động. Đặc biệt, Ngân hàng Ngoại thương luôn tiên phong trong việc ứng dụng công nghệ hiện đại, tin học hóa các hoạt động ngân hàng nhằm cung cấp các dịch vụ tài chính ngân hàng có chất lượng cao, giữ vững niềm tin với đông đảo bạn hàng trong và ngoài nước.

Nhờ nỗ lực đổi mới và phát triển theo định hướng của VCB VN, của Thành phố Hà Nội, VCB HN đã đạt được một số kết quả quan trọng, tạo lợi thế cạnh tranh và uy tín trên địa bàn.

Về cơ cấu tổ chức của VCB HN:

- Tại trụ sở chính (78 Nguyễn Du) có 1 Giám đốc và 3 Phó Giám đốc phụ trách các phòng ban:

+ Phòng Tín dụng tổng hợp: Có chức năng tham mưu, giúp ban giám đốc xây dựng các biện pháp thực hiện chính sách, chủ trương của VCB HN về tiền tệ, tín dụng..., thực hiện cho vay đối với các thành phần kinh tế theo Luật Ngân hàng, mở tài khoản cho vay, theo dõi hợp đồng tín dụng, tính lãi theo định kỳ, thẩm định và xem xét bảo lãnh những dự án có mức ký quỹ dưới 100%, điều hoà vốn ngoại tệ và VND, thực hiện một số nhiệm vụ khác do giám đốc giao.

+ Phòng Thanh toán xuất nhập khẩu: Thực hiện các nhiệm vụ thanh toán xuất nhập khẩu hàng hóa, dịch vụ và các nghiệp vụ chuyển tiền đi nước ngoài của khách hàng, quản lý và kiểm tra các mẫu chữ ký của Ngân hàng nước ngoài và một số nhiệm vụ khác.

+ Phòng Kế toán:



## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentssupporting.com>**

---

Bộ phận "Xử lý nghiệp vụ chuyển tiền": nhận yêu cầu chuyển tiền từ các giao dịch viên tại FRONT\_END, bộ phận này có nhiệm vụ kiểm tra tính pháp lý và xử lý các yêu cầu liên quan đến nghiệp vụ chuyển tiền của khách hàng.

Bộ phận "Quản lý tài khoản": quản lý các bộ phận tài khoản của khách hàng và các tài khoản nội bộ.

Bộ phận "Quản lý chi tiêu nội bộ": Thực hiện các nghiệp vụ liên quan tới chi tiêu nội bộ và một số nhiệm vụ khác do ban giám đốc đề ra.

+ Phòng Ngân quỹ: Quản lý thu chi bằng VND, các loại ngoại tệ, kho tiền, tài sản thế chấp, chứng từ có giá. Thực hiện chế độ báo cáo về hoạt động thu - chi tiền mặt VND, ngoại tệ, séc. Xử lý các loại tiền không đủ tiêu chuẩn l- u thông.

+ Phòng Dịch vụ ngân hàng:

Bộ phận "Thông tin khách hàng": tiếp nhận và mở hồ sơ về các khách hàng mới. Tiếp nhận, quản lý và giải quyết các nhu cầu của khách hàng như: thay đổi tên, địa chỉ, mẫu dấu, chữ ký của chủ tài khoản. Giải đáp thắc mắc và hướng dẫn quy trình nghiệp vụ cho khách hàng.

Bộ phận "Dịch vụ khách hàng": Xử lý toàn bộ các giao dịch liên quan đến tài khoản tiền gửi, thanh toán séc và phát hành séc. Chi trả kiều hối, chuyển tiền nhanh... và một số nhiệm vụ do ban giám đốc đề ra.

+ Phòng Hành chính nhân sự: Tham m-u giúp việc cho ban giám đốc trong việc bố trí, điều động, bổ nhiệm, khen th- ưởng, kỷ luật, tiếp nhận cán bộ. Thực hiện các chế độ chính sách đối với cán bộ nhân viên trong ngân hàng. Quản lý bảo quản tài sản của chi nhánh nh- ô tô, kho vật liệu dự trữ của cơ quan theo đúng chế độ. Thực hiện công tác lễ tân, bảo vệ và một số nhiệm vụ khác.

# **Assignment Supporting Group**

## **<http://assignmentssupporting.com>**

---

+ Phòng tin học: Nghiên cứu phát triển công nghệ ngân hàng, cải tiến bổ xung các phần mềm hiện có. Có nhiệm vụ quản trị và quản lý toàn bộ hệ thống mạng, máy, cập nhật ứng dụng công nghệ thông tin cho ngân hàng.

+ Tổ kiểm tra-kiểm toán nội bộ: Lập kế hoạch định kỳ hoặc đột xuất về kiểm tra, kiểm toán nội bộ, trình giám đốc duyệt và tiến hành kiểm tra giám sát việc chấp hành các quy trình thực hiện nghiệp vụ, hoạt động kinh doanh và quy chế an toàn trong kinh doanh theo đúng quy định của Pháp luật về Ngân hàng ngoại th-ong Việt Nam. Làm đầu mối phối hợp với các đoàn thanh tra, kiểm toán đối với các hoạt động của chi nhánh.

- VCB HN có 2 chi nhánh cấp 2 tại địa chỉ 30-32 Láng Hạ và 147 Hoàng Quốc Việt. Ngoài ra, còn có 3 Phòng Giao dịch đặt tại số 2-Hàng Bài, số 14-Trần Bình Trọng và số 1-Hàng Đồng.

### **2.1.2. Hoạt động kinh doanh trong vài năm gần đây**

Tổng quan hoạt động của ngành Ngân hàng nói chung và hoạt động của Ngân hàng Ngoại th-ong nói riêng trong năm 2003 đã có nhiều diễn biến tích cực. Đặc biệt, kết quả hoạt động của hệ thống Ngân hàng Ngoại th-ong đ-ợc đánh dấu bằng danh hiệu Ngân hàng Việt Nam tốt nhất trong năm 2003. Đây là lần thứ 4 liên tiếp, tạp chí The Banker thuộc tập đoàn Financial Times (Anh Quốc), một tạp chí có uy tín hàng đầu trong giới tài chính quốc tế, bình chọn và trao tặng. Đó là kết quả của sự nỗ lực đổi mới, phát triển của toàn thể cán bộ nhân viên Ngân hàng Ngoại th-ong trong quá trình triển khai đề án tái cơ cấu hoạt động ngân hàng, lành mạnh hóa tình hình tài chính, đổi mới mô hình tổ chức gắn với chuẩn mực quốc tế, đa dạng hóa và hiện đại hóa các dịch vụ ngân hàng, mở rộng quan hệ hợp tác quốc tế và từng b-ớc áp dụng các chuẩn mực ngân hàng hiện đại vào các lĩnh vực hoạt động.

Để thực hiện tốt các ch-ơng trình hành động của VCB VN đề ra, chi nhánh VCB HN đã triển khai tích cực các mặt hoạt động đóng góp vào kết quả chung của toàn hệ thống, xứng đáng là một trong những chi nhánh đi đầu toàn

hệ thống. Kết quả hoạt động - ớc tính của VCB HN đ- ợc thể hiện trong các hoạt động sau.

**2.1.2.1. Công tác điều hành vốn**

*\* Về huy động vốn*

Nhu cầu huy động vốn cho đầu t- phát triển, nhập khẩu hàng hóa và thanh toán luôn là nhiệm vụ hàng đầu của VCB HN. Năm 2003 thị tr- ờng vốn trong n- ớc rất sôi động. VCB HN đã triển khai tích cực các đợt bán chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu, tiết kiệm Seagames dự th- ởng, tiết kiệm kì hạn 5 năm...

**Bảng 2.1 Tình hình huy động vốn của VCB HN**

*Đơn vị: triệu đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2003	% so với cùng kì 2002
Nguồn vốn huy động	<b>5.681.714</b>	<b>135</b>
<b>1. Đồng Việt Nam</b>	<b>2.310.757</b>	<b>173,6</b>
- Tiền gửi t/chức k/tế	661.200	115,16
- Tiền gửi dân c-	1.436.400	204,86
- Các nguồn khác	213.157	312,07
<b>2. Ngoại tệ (quy ra VND)</b>	<b>3.370.957</b>	<b>114</b>
- Tiền gửi t/chức k/tế	181.136	89,1
- Tiền gửi dân c-	302.366	115,73
- Các nguồn khác	166.205	704,97

*Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VCB HN năm 2003*

Với vị trí và uy tín trong nhiều năm qua, VCB HN đã hoàn thành tốt kế hoạch đã đề ra: tổng vốn huy động đạt 5682 tỷ đồng, tăng 35% so với năm 2002. Huy động từ dân c- là một - u thế nổi trội của VCB HN, điều này phản

ánh chính sách khách hàng đang đi theo đúng hướng đi đôi với hoạt động quảng bá các sản phẩm mang tính tiện ích cao hơn hẳn so với các ngân hàng th-ong mại khác. Tuy nhiên về dài hạn, chi nhánh sẽ có những biện pháp, chính sách để nâng cao tỷ lệ vốn huy động từ các tổ chức do nguồn huy động này có chi phí thấp nhằm giảm lãi suất huy động bình quân đầu vào, nâng cao lợi nhuận.

Trong cơ cấu huy động, tỷ lệ vốn huy động bằng ngoại tệ khá cao đang là một thách thức trong điều kiện kinh tế thế giới diễn biến phức tạp và có xu hướng giữ nguyên ở mức thấp trong một thời gian dài. Tuy nhiên, với kết quả kinh doanh năm 2003 - ớc đạt 42 tỷ VNĐ, tăng 32% so với năm 2002 đã khẳng định VCB HN đã có một chính sách quản lý kinh doanh tiền tệ đúng đắn.

*\* Về sử dụng vốn*

**Bảng 2.2 Tình hình sử dụng vốn của VCB HN**

*Đơn vị: triệu đồng*

Chỉ tiêu sử dụng vốn	Năm 2003	% so với cùng kì 2002
<b>1. Đồng Việt Nam</b>	<b>2.504.855</b>	<b>178,74</b>
- Tổng d- nợ cho vay	1.198.000	190,78
+ D- nợ vốn ngắn hạn	900.000	179,49
+ D- nợ vốn trung dài hạn	298.000	235,8
+ Góp vốn đồng tài trợ	19.875	85,72
- T/gửi có kì hạn tại VCB VN	1.188.355	187,47
- Mua công trái kho bạc	10.000	100
- Các khoản khác	108.500	77,7

**Assignment Supporting Group**  
**<http://assignmentsupporting.com>**

---

<b>2. Ngoại tệ (quy ra VND)</b>	<b>3.246.353</b>	<b>114,6</b>
- Tổng d- nợ cho vay	916.653	252,1
+ D- nợ vốn ngắn hạn	907.704	248,57
+ D- nợ vốn trung dài hạn	208.948	264,86
+ Góp vốn đồng tài trợ	30.941	89,48
- T/gửi có kì hạn tại VCB VN	2.029.074	84,92

*Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VCB HN năm 2003*

Công tác điều hành vốn của VCB HN luôn tuân thủ quy chế do VCB VN ban hành và thực hiện tốt ph- ong châm an toàn và hiệu quả. Tỷ lệ vốn sinh lời của chi nhánh trong năm 2003 đạt 98,6% tổng nguồn vốn. Chủ tr- ong mở rộng hoạt động đầu t- tín dụng trực tiếp đã tạo điều kiện tăng tr- ởng nguồn thu cho chi nhánh, bù đắp đ- ợc phần giảm sút từ nguồn thu tiền gửi.

Với lợi thế nguồn huy động lớn, chi nhánh đã chủ động mở rộng hoạt động tín dụng nhằm cung ứng vốn có hiệu quả cho nền kinh tế và tăng c- ờng nguồn vốn cho VCB đặc biệt là nguồn vốn ngoại tệ. Bên cạnh đó, chi nhánh đã tập trung dành vốn điều chuyển và gửi có kì hạn tại VCB VN, tăng năng lực về vốn cho hệ thống và sử dụng đến mức tối đa và có hiệu quả nguồn vốn của chi nhánh. Tuy nhiên, do mức lãi suất điều chuyển nội bộ ch- a hợp lý, chi nhánh phải huy động vốn với mức lãi suất t- ong đ- ợng Sở giao dịch song mức lãi suất điều chuyển với VCB VN lại thấp hơn, điều làm giảm doanh lợi của chi nhánh, ảnh h- ởng đến - u thế huy động vốn trong điều kiện vẫn áp dụng mức lãi suất huy động trên vì mục tiêu dài hạn.

***2.1.2.2. Các hoạt động kinh doanh chủ yếu***

*\* Công tác tín dụng*

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

Công tác tín dụng trong năm 2003 đã thực sự khởi sắc về cả quy mô và chất lượng, hoàn thành xuất sắc kế hoạch đề ra. Tốc độ tăng trưởng cao nhưng chất lượng tín dụng vẫn đảm bảo an toàn.

Bên cạnh việc thực thi có hiệu quả công tác khách hàng, VCB HN đã áp dụng thành công cơ chế lãi suất linh hoạt theo diễn biến thị trường. Cụ thể việc áp dụng lãi suất cho vay bằng ngoại tệ - ưu đãi để phục vụ cho nhu cầu thu mua và sản xuất hàng hóa xuất khẩu theo chủ trương hỗ trợ hoạt động xuất khẩu của thành phố đã thực sự hấp dẫn với khách hàng. Với định hướng mở rộng cho vay các doanh nghiệp vừa và nhỏ - một loại hình khách hàng đầy tiềm năng, VCB HN đã phát triển thêm một số khách hàng mới hiệu quả với doanh số hoạt động tương đối lớn góp phần mở rộng đội ngũ khách hàng truyền thống. Đối với đầu tư trung dài hạn, VCB HN đã đáp ứng vốn cho nhiều dự án lớn trên cơ sở bám sát định hướng phát triển của các ngành và thành phố, đồng thời xuất phát từ tính cấp thiết thực tế của dự án để tiến hành đầu tư vốn có hiệu quả góp phần hiện đại hóa máy móc thiết bị và công nghệ, tăng năng lực sản xuất và nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nắm bắt được thời cơ kinh doanh hiệu quả, góp phần tăng thêm việc làm cho lao động thủ công.

**Bảng 2.3 Hoạt động tín dụng của VCB HN năm 2003**

*Đơn vị: triệu đồng*

Chỉ tiêu	D/số cho vay	D/số thu nợ	D- nợ
<b>1. Tín dụng ngắn hạn</b>	<b>5.976.537</b>	<b>5.215.671</b>	<b>1.607.704</b>
- VND	3.644.788	3.273.005	900.000
Trong đó nợ quá hạn	783.554	780.642	
- Ngoại tệ	2.331.749	1.943.666	707.704
Trong đó nợ quá hạn	151.384	151.853	

**Assignment Supporting Group**  
**<http://assignmentssupporting.com>**

---

<b>2. Tín dụng trung dài hạn</b>	<b>387.056</b>	<b>190.707</b>	<b>506.948</b>
- VND	269.942	171.956	298.000
Trong đó nợ quá hạn	55.234	55.234	4.956
- Ngoại tệ	117.114	18.745	208.948
Trong đó nợ quá hạn	625	625	

*Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VCB HN năm 2003*

Hoạt động tín dụng của chi nhánh đã mở rộng và tăng nhanh nh- ng vẫn đảm bảo an toàn. Việc duy trì công tác kiểm tra kiểm soát luôn đ- ợc đảm bảo đúng và đầy đủ với những quy tắc tín dụng, đồng thời việc luôn bám sát các đơn vị có quan hệ tín dụng để t- vấn và có biện pháp kịp thời nhằm bảo đảm vốn vay đ- ợc sử dụng đúng mục đích và có hiệu quả.

Chi nhánh đáp ứng tốt nhu cầu vốn l- u động cho khách hàng, tạo điều kiện cho doanh nghiệp hoàn thành tốt kế hoạch sản xuất kinh doanh. Đặc biệt trong năm, chi nhánh đã cho vay USD với lãi suất - u đãi phục vụ hoạt động xuất nhập khẩu với doanh số cho vay đạt 156 triệu USD, d- nợ đạt 58,6 triệu USD.

Đối với vấn đề nợ quá hạn, trong năm 2003 chi nhánh chỉ có 0,25% nợ quá hạn trên tổng d- nợ. D- nợ quá hạn mới phần lớn phát sinh do khách hàng chậm trả gốc và lãi tạm thời bị chuyển sang nợ quá hạn, số nợ quá hạn hiện tại chủ yếu là nợ khó đòi phát sinh từ nhiều năm tr- ớc. Cũng trong năm, chi nhánh đã giải quyết xong nợ khoanh và trong thời gian tới chi nhánh đang phấn đấu để giải quyết các khoản nợ khó đòi triệt để hơn.

*\* Công tác kế toán*

Năm 2003, chi nhánh đã tích cực, chủ động triển khai và tham gia với VCB VN và Ngân hàng Nhà n- ớc ứng dụng công nghệ hiện đại vào công tác thanh toán của ngân hàng. Tham gia vào hệ thống thanh toán điện tử liên ngân

hàng, thanh toán trực tuyến VCB - ONLINE đã tạo điều kiện rút ngắn đ-ợc thời gian chuyển tiền cho khách hàng, nâng cao hiệu quả và chất l-ợng thanh toán không dùng tiền mặt qua ngân hàng, giảm bớt dần việc sử dụng tiền mặt trong l-u thông. Nói cách khác, hoạt động kế toán và thanh toán của ngân hàng đã góp phần tích cực vào kết quả chung của toàn hệ thống, đảm bảo thanh toán nhanh chính xác, tăng vòng quay sử dụng vốn và chuyển mạnh sang thanh toán điện tử.

Với việc áp dụng công nghệ ngân hàng hiện đại cùng với thái độ phục vụ khách hàng văn minh lịch sự của đội ngũ nhân viên kế toán đã mang lại những kết quả tốt trong công tác hạch toán kế toán, các giao dịch đ-ợc thực hiện nhanh chóng, chính xác tạo điều kiện để khách hàng luân chuyển vốn nhanh, đặc biệt những khoản vốn vay, góp phần cùng hoạt động tín dụng củng cố và mở rộng số l-ợng khách hàng giao dịch. Năm 2003, l-ợng khách hàng đến với chi nhánh tăng 22.4% so với năm 2002.

**Bảng 2.4 Hoạt động thanh toán - kế toán của VCB HN năm 2003**

*Đơn vị: VND*

Chỉ tiêu	Năm 2003	% so với cùng kì 2002
- Thanh toán bù trừ	4.202.000	83,3
- Thanh toán qua NHNN	3.988.000	167
- Thanh toán điện tử liên ngân hàng	7.159.000	515

*Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VCB HN năm 2003*

Việc áp dụng các hình thức thanh toán điện tử liên ngân hàng, CITAD, thanh toán trực tuyến trong hệ thống VCB tạo điều kiện tăng nhanh doanh số thanh toán qua ngân hàng, duy trì chất l-ợng thanh toán, góp phần tăng tốc độ



## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentssupporting.com>**

---

chu chuyển vốn trong nền kinh tế, giảm dần l- ợng thanh toán tiền mặt, nâng cao chất l- ợng dịch vụ ngân hàng và qua đó tăng doanh thu cho ngân hàng.

### *\* Công tác thanh toán xuất nhập khẩu*

Đây luôn đ- ợc coi là thế mạnh của VCB. Phát huy uy tín th- ơng hiệu đã tạo dựng đ- ợc trên thị tr- ờng quốc tế, VCB HN đã trở thành địa chỉ đáng tin cậy cho các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu trên địa bàn.

Công tác thanh toán quốc tế năm 2003 có chất l- ợng tốt với tổng số xuất nhập khẩu cả năm - ớc đạt 260 triệu USD, tăng 32% so với cùng kì năm 2002. VCB HN đã triển khai nhiều chính sách khách hàng nh- - u đãi phí, nhận chứng từ tại cơ sở, kéo dài thời gian giao dịch... để phục vụ khách hàng. Tuy nhiên, chi nhánh vẫn gặp phải những khó khăn không ít trong việc giữ khách hàng truyền thống cũng nh- giữ khách hàng cũ do gặp phải sự cạnh tranh gay gắt trên thị tr- ờng bởi các ngân hàng trên địa bàn. Vì vậy trong thời gian tới, với việc triển khai Module mới về tài trợ th- ơng mại và thí điểm mô hình quan hệ khách hàng mới sẽ tăng thêm đ- ợc thị phần lớn hơn ở lĩnh vực kinh doanh khó khăn này.

**Bảng 2.5 Hoạt động thanh toán xuất nhập khẩu của VCB HN năm 2003**

*Đơn vị: 1000 USD*

Chỉ tiêu	Doanh số	% so với 2002
<b>Nhập khẩu (USD)</b>	<b>429.000</b>	<b>146,82</b>
- Mở L/C	215.000	140
- Thanh toán L/C	180.000	147
- Thanh toán TTR và Colection	34.000	121
<b>Xuất khẩu (USD)</b>	<b>63.000</b>	<b>114,54</b>

**Assignment Supporting Group**  
<http://assignmentsupporting.com>

- Mở L/C	17.000	113
- Thanh toán L/C	16.000	119
- Thanh toán TTR và Collection	30.000	88
<b>Phát hành th- bảo lãnh</b>		
- Trong n- ớc	718.7	300
+VND	66.7	145
+USD	651	155
- N- ớc ngoài (USD)	5.396	147
<b>Tổng cộng</b>	<b>161.2</b>	<b>172</b>

*Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VCB HN năm 2003*

\* Công tác dịch vụ ngân hàng

Với chính sách đa dạng hóa và nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, từng bước đưa các sản phẩm ngân hàng hiện đại vào cuộc sống, công tác dịch vụ của chi nhánh năm 2003 đã có những tiến bộ vượt bậc.

Tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động của VCB HN có sự tác động rất lớn của yếu tố dịch vụ:

**Bảng 2.6 Hoạt động dịch vụ ngân hàng của VCB HN năm 2003**

*Đơn vị: 1000 USD; 1.000.000 VND*

Chỉ tiêu	Năm 2003	% so cùng kì 2002
<b>Tổng nguồn vốn huy động</b>	<b>2.586.000</b>	<b>103,56</b>
Chuyển tiền trong n- ớc (qua CMND)	820.000	245
- Chuyển đi n- ớc ngoài (USD)	500	143
- Chuyển n- ớc ngoài đến	11.944	257

**Assignment Supporting Group**  
<http://assignmentssupporting.com>

- Doanh số chi trả kiều hối	24.155	324
- TK cá nhân với số d- bình quân đạt 60 tỷ VND	11.572	157
Thẻ VCB-Connect 24	11.750	380
Số máy ATM	8	400
Thẻ VISA, MASTER	1.130	698
- Doanh thu thanh toán tiền mặt (USD)	217	552
- Doanh thu dịch vụ (USD)	186	

*Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VCB HN năm 2003*

VCB HN luôn có các công tác khuyến tr- ợng tiện ích sản phẩm phục vụ khách hàng, đảm bảo thuận lợi cho khách hàng, từng b- ớc đồng bộ liên hoàn các dịch vụ ngân hàng, thu hút đông đảo khách hàng trên địa bàn và các khu vực lân cận.

Bên cạnh đó, chi nhánh đã phát triển mạng l- ới 26 đơn vị chấp nhận thẻ, tập trung chủ yếu vào các doanh nghiệp t- nhân, các cửa hàng kinh doanh dịch vụ, các trung tâm dịch vụ nh- : Hải Long Shop, Apollo Clock, Cụm cảng hàng không miền Bắc... Phòng dịch vụ của chi nhánh cũng đang theo dõi hoạt động của 10 bàn đại lý thu đổi ngoại tệ với doanh số bán ngoại tệ năm 2003 đạt 1.5022.000 USD, tăng 15% so với năm 2002.

*\* Kinh doanh ngoại tệ*

**Bảng 2.7 Hoạt động kinh doanh ngoại tệ của VCB HN năm 2003**

*Đơn vị: USD*

Chỉ tiêu	Năm 2003	% so với cùng kì 2002
<b>Mua</b>	<b>239.459</b>	<b>183,49</b>
- Từ các tổ chức kinh tế và cá nhân	193.792	276,72

- Từ VCB VN	45.667	84,62
<b>Bán</b>	<b>237.858</b>	<b>182,26</b>
- Bán cho các tổ chức kinh tế và cá nhân	203.022	164,48
- Bán cho VCB VN	34.836	492,17

*Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VCB HN năm 2003*

Hoạt động kinh doanh ngoại tệ trong những năm gần đây của VCB HN luôn đạt được những kết quả tốt, tạo điều kiện hỗ trợ công tác thanh toán nhập khẩu tăng mạnh. Công tác kinh doanh ngoại tệ thực hiện đúng chế độ quản lý ngoại hối của Nhà nước.

Năm 2003 do hiện tượng chênh lệch cán cân thanh toán và các biến động tâm lý khác làm tỷ giá đồng USD biến động mạnh vào cuối năm dẫn đến tình trạng khan hiếm ngoại tệ và ảnh hưởng không nhỏ đến công tác ngoại tệ của chi nhánh. Nhìn chung với nỗ lực cao, chi nhánh vẫn có một kết quả kinh doanh ngoại tệ rất khả quan.

## **2.2 THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI NGÂN HÀNG NGOẠI THƯƠNG HÀ NỘI TRONG VÀI NĂM GẦN ĐÂY**

Thẻ là một công cụ thanh toán không dùng tiền mặt rất được ưa chuộng trên thế giới, bắt đầu xuất hiện ở Việt Nam vào năm 1990 do VCB VN phát hành, thẻ đang dần trở thành một công cụ thanh toán hấp dẫn đối với người dân Việt Nam. Nhận thấy thị trường thẻ Việt Nam là một thị trường đầy tiềm năng, VCB VN đã nhanh chóng nắm bắt và trở thành ngân hàng đầu tiên cung cấp dịch vụ thẻ ở Việt Nam và có thị phần lớn nhất trong lĩnh vực kinh doanh này. Hiện nay, trong việc cung cấp thẻ nội địa, VCB VN chiếm 67% thị phần.

### **Bảng 2.8 Thị phần thanh toán thẻ của Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam**

*Đơn vị: %*

**Assignment Supporting Group**  
**<http://assignmentsupporting.com>**

---

Năm	91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02
Thị phần	100	100	100	100	95	70	59	45	40	35	45	45

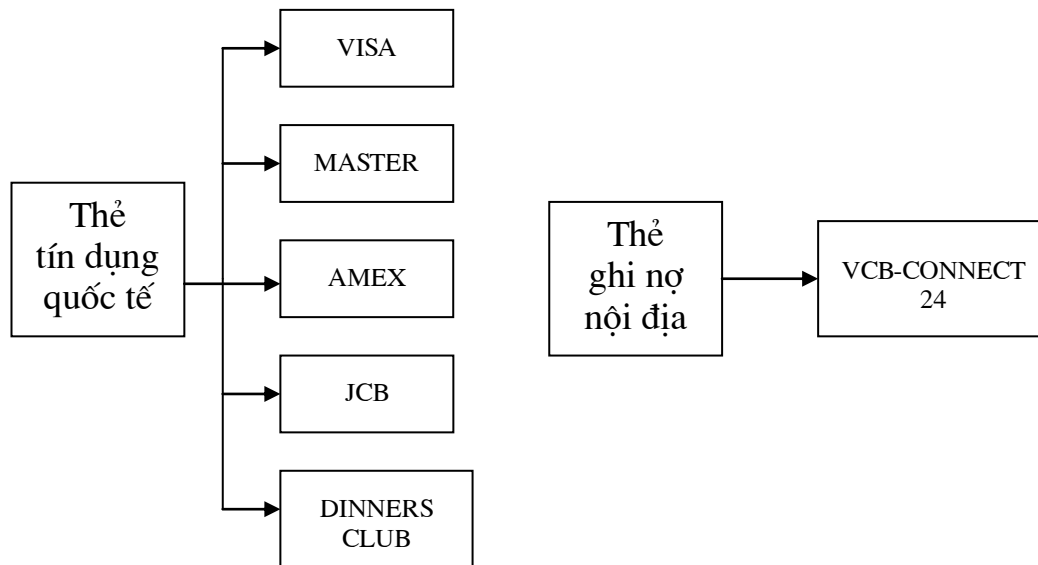
*Nguồn: Báo cáo hoạt động năm 2003 của hiệp hội thẻ ngân hàng Việt Nam*

Tuy nhiên cũng nh- các ngân hàng khác, doanh số thẻ của VCB VN phụ thuộc t- ơng đối lớn vào dòng khách du lịch, vào vài năm gần đây, l- ợng khách du lịch giảm mạnh, doanh số thẻ của VCB VN cũng giảm theo đáng kể. Hơn nữa, thị tr- ờng thẻ ngày càng có sự cạnh tranh khắc nghiệt, VCB VN ngày càng khó có thể duy trì vị trí độc tôn trên thị tr- ờng thẻ Việt Nam. Song đến nay, VCB VN vẫn là một đại gia trên thị tr- ờng thẻ, tính đến tháng 3 - 2004, VCB VN chiếm 67% thị phần thẻ nội địa và 32% thị phần thẻ quốc tế.

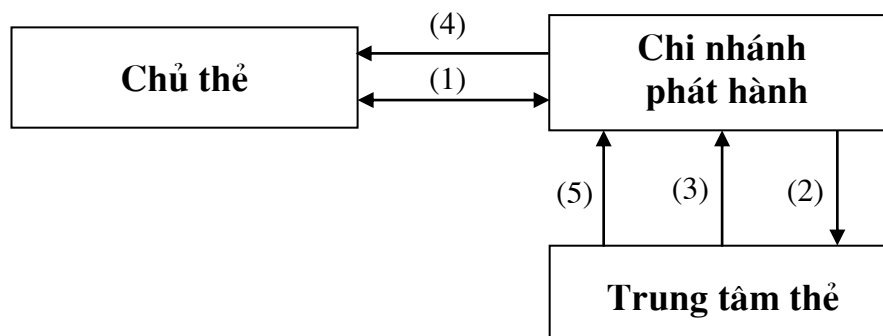
Tuy VCB VN đã có cả một quá trình lâu dài cho việc kinh doanh thẻ, từ khi chỉ làm ngân hàng đại lý thanh toán thẻ cho các ngân hàng n- ớc ngoài đến khi trực tiếp phát hành thẻ, song với chi nhánh VCB HN, kinh doanh thẻ lại là một lĩnh vực rất mới mẻ. Hoạt động này mới đ- ợc bắt đầu triển khai từ tháng 8-2002. Chính vì vậy, những số liệu về phát hành và thanh toán thẻ của chi nhánh VCB HN là rất nhỏ bé.

### **2.2.1. Quy trình phát hành thẻ tại Ngân hàng Ngoại th- ơng Hà Nội**

Hiện nay, tại VCB HN các loại thẻ đ- ợc chấp nhận thanh toán gồm:



### 2.2.1.1. Quy trình phát hành thẻ tín dụng quốc tế



(1). Các thủ tục yêu cầu phát hành thẻ

\* *Đối với khách hàng*

- Đối tượng:

+ Tổ chức, công ty: cơ quan Nhà nước, đoàn thể, doanh nghiệp, tổ chức quốc tế, cơ quan ngoại giao và tổ chức nước ngoài tại Việt Nam.

+ Cá nhân: người Việt Nam và người nước ngoài ở Việt Nam có nguyện vọng và đáp ứng các điều kiện sử dụng thẻ.

- Khách hàng hoàn thành bộ hồ sơ yêu cầu phát hành thẻ bao gồm:

+ Đơn xin phát hành thẻ tín dụng quốc tế.

**Assignment Supporting Group**  
**<http://assignmentsupporting.com>**

---

- + Hợp đồng sử dụng thẻ quốc tế.
- + Bản sao chứng minh th- nhân dân hoặc hộ chiếu.
- + Giấy tờ bảo lãnh, thế chấp, ký quỹ.

\* *Đối với chi nhánh phát hành*

- Trong vòng 4 ngày kể từ ngày nhận bộ hồ sơ đầy đủ, chi nhánh có trách nhiệm thẩm định bộ hồ sơ và quyết định chấp nhận hay từ chối phát hành thẻ.

- Tiến hành phân loại khách hàng:

- + Hạng đặc biệt: khách hàng thuộc dạng - u tiên đối với ngân hàng.
- + Hạng I: khách hàng tín nhiệm, có quan hệ th- ờng xuyên với ngân hàng.
- + Hạng II: các đối t- ờng còn lại.

- Tiến hành tạo một hồ sơ quản lý thẻ: tên chủ thẻ, ngày sinh, số CMT, hạn mức tín dụng thẻ, đại chỉ th- ờng trú, địa chỉ liên lạc,...

(2). Chi nhánh phát hành

- Điện yêu cầu phát hành thẻ gửi đến trung tâm thẻ tr- ớc 15h30 sẽ đ- ợc xử lý trong ngày, sau 15h30 sẽ đ- ợc xử lý vào ngày làm việc tiếp theo. Điện yêu cầu phát hành thẻ phải đ- ợc tr- ởng phòng duyệt.

- Trung tâm thẻ tiến hành các b- ớc:

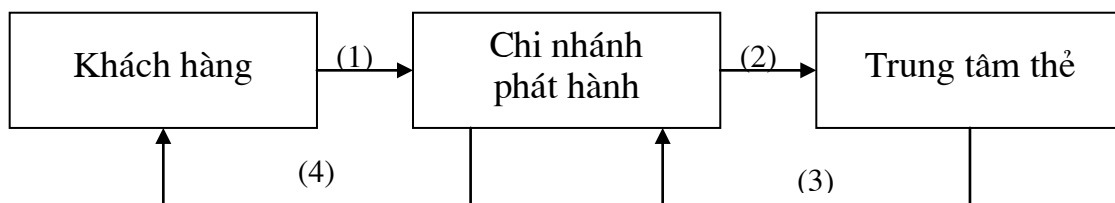
- + Đối chiếu dữ liệu nhận đ- ợc với các thông tin trên file sau đó cập nhật thông tin và tạo hồ sơ khách hàng tại trung tâm thẻ.
- + Căn cứ trên các dữ liệu nhận đ- ợc để tạo số PIN và in thẻ.
- + Kiểm tra dữ liệu đã in trên thẻ với dữ liệu trong file hồ sơ.

(3). Trung tâm thẻ gửi thẻ và số PIN của khách hàng cho chi nhánh phát hành.

(4). Sau 4 ngày làm việc kể từ ngày hồ sơ thẻ đ- ợc chấp nhận, chi nhánh phát hành gửi thẻ và số PIN cho khách hàng hoặc khách hàng tự đến ngân hàng nhận thẻ.

(5). Vào cuối mỗi tháng, Trung tâm thẻ gửi bản sao kê chi tiết các giao dịch của khách hàng cho chi nhánh phát hành, chi nhánh sẽ gửi bản sao kê này đến cho khách hàng.

#### **2.2.1.2. Quy trình phát hành thẻ Connect 24**



(1). Khách hàng hoàn thành đơn xin phát hành thẻ bao gồm:

- Đơn xin phát hành thẻ và mở tài khoản (nếu ch- a có tài khoản tại ngân hàng).
- Chứng minh th- nhân dân hoặc hộ chiếu.

(2). Chi nhánh kiểm tra hồ sơ xin phát hành thẻ và phân loại khách hàng theo 3 hạng (hạng chuẩn, hạng vàng, hạng đặc biệt)

**Bảng 2.9 Các hạng thẻ Connect 24 do VCB HN phát hành**

*Đơn vị: VND*

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>Hạng chuẩn</b>	<b>Hạng vàng</b>	<b>Hạng đặc biệt</b>
Hạn mức tiền mặt tối đa 1 ngày	10.000.000	15.000.000	20.000.000
Hạn mức chuyển khoản tối đa 1 ngày	10.000.000	15.000.000	20.000.000
Số lần giao dịch 1 ngày	10 lần	15 lần	20 lần



(3). Chi nhánh gửi hồ sơ khách hàng cho Trung tâm thẻ

- Trung tâm thẻ tiến hành lập hồ sơ khách hàng bao gồm:

+ Họ và tên khách hàng.

+ Số tài khoản cá nhân.

+ Số CIF.

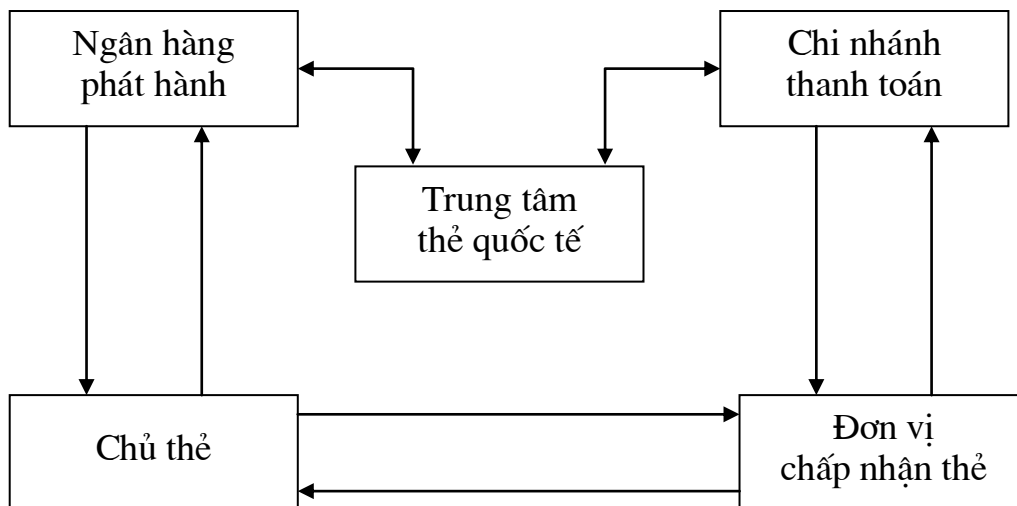
+ Hạng thẻ.

- Trung tâm thẻ tạo số PIN và in thẻ rồi chuyển cho chi nhánh phát hành.

(4). Sau 5 ngày làm việc kể từ ngày hồ sơ xin phát hành thẻ được chấp nhận, chi nhánh gửi số PIN và thẻ đến cho khách hàng hoặc khách hàng tự đến ngân hàng nhận thẻ.

## **2.2.2. Quy trình thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại thương Hà Nội**

### **2.2.2.1. Quy trình thanh toán thẻ tín dụng quốc tế**



*\* Tại đơn vị chấp nhận thẻ (ĐVCNT)*

Khi chủ thẻ xuất trình thẻ, ĐVCNT tiến hành kiểm tra tính hợp lệ của thẻ, đối chiếu với danh sách thẻ cấm lưu hành, kiểm tra chứng minh thư hoặc hộ chiếu của khách hàng.

- Đ-a thẻ qua máy đọc thẻ EDC, máy sẽ tự động cấp phép giao dịch. Nếu giá trị giao dịch lớn hơn hoặc bằng hạn mức thanh toán, ĐVCNT phải liên

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

hệ với Trung tâm thẻ để xin cấp phép. Các giao dịch ứng tiền mặt đều phải xin cấp phép tại VCB HN tr- ớc khi thực hiện giao dịch.

- Sau khi giao dịch đ- ợc chấp nhận, ĐVCNT yêu cầu khách hàng hoàn thành hoá đơn. Hoá đơn gồm 3 liên: 1 liên giao lại cho khách hàng, 1 liên gửi cho ngân hàng, 1 liên ĐVCNT l- u lại để tra soát nếu có.

+ Liên gửi cho ngân hàng phải đ- ợc gửi trong vòng 7 ngày sau khi giao dịch đ- ợc thực hiện.

+ Liên l- u lại ĐVCNT phải đ- ợc l- u trong vòng 18 tháng sau khi giao dịch đ- ợc thực hiện.

- Thực hiện truyền dữ liệu thanh toán đến ngân hàng: giao dịch đ- ợc truyền đến tr- ớc 14h đ- ợc báo có trong ngày, sau 14h đ- ợc báo có trong ngày làm việc tiếp theo.

### *\* Tại chi nhánh thanh toán*

Chi nhánh kiểm tra tính hợp lệ của hoá đơn và nhập dữ liệu để lập hồ sơ nhờ thu và theo dõi ĐVCNT.

- Chi nhánh đ- ợc quyền tạm ứng tiền cho ĐVCNT trên cơ sở tổng giá trị hoá đơn sau khi trừ đi phí mà ĐVCNT phải thanh toán với ngân hàng (theo tỷ lệ đã quy định trong hợp đồng đại lý đã ký với VCB HN).

- Chi nhánh lập bảng kê theo mẫu quy định và gửi Trung tâm thẻ nhờ thu. Bảng kê đ- ợc phân thành 2 loại: thẻ do VCB HN phát hành và thẻ do ngân hàng khác phát hành. Nếu nhận đ- ợc báo có do trung tâm thẻ gửi về, chi nhánh đối chiếu với hồ sơ gốc nếu khớp thì làm thủ tục tất toán tài khoản nhờ thu.

### *\* Tại Trung tâm thẻ*

- Hàng ngày, Trung tâm thẻ nhận dữ liệu thanh toán của chi nhánh thanh toán chuyển về, qua đó cập nhật hồ sơ quản lý thẻ.

- Đối với thẻ do VCB HN phát hành, Trung tâm thẻ báo nợ chi nhánh phát hành tổng giá trị hoá đơn. Đối với thẻ do chi nhánh VCB HN tiến hành thanh toán (thẻ do ngân hàng khác phát hành), Trung tâm thẻ báo có cho chi nhánh ngân hàng đã thanh toán cho ĐVCNT tổng giá trị hoá đơn sau khi đã trừ đi phí của ĐVCNT và cộng với chi nhánh đ- ợc h- ởng. Đồng thời trung tâm thẻ tổng hợp thẻ do ngân hàng khác phát hành và làm thủ tục nhờ thu thông qua tổ chức thẻ quốc tế. Nếu nhận đ- ợc báo có của n- ớc ngoài, Trung tâm thẻ đối chiếu với hồ sơ gốc, nếu trùng khớp thì tiến hành tất toán các tài khoản có liên quan.

*\* Khi chi nhánh VCB HN phát hành là ngân hàng phát hành*

Khi nhận đ- ợc giấy báo nợ do Trung tâm thẻ gửi về, chi nhánh phát hành cập nhật hồ sơ quản lý thẻ, cuối tháng, chi nhánh in và chuyển bản sao kê các giao dịch đã thực hiện trong tháng cho khách hàng và tiến hành thu nợ khách hàng. Sau khi thu nợ khách hàng, chi nhánh gửi thông tin thu nợ về cho Trung tâm thẻ cập nhật hồ sơ quản lý thẻ.

#### ***2.2.2.2. Quy trình thanh toán thẻ Connect 24***

Khách hàng là chủ thẻ Connect 24 do VCB HN phát hành có thể rút tiền tại các điểm rút tiền mặt của VCB hoặc các máy ATM, chuyển khoản trong hệ thống VCB, chuyển khoản với các ngân hàng đại lý.

Khi khách hàng thực hiện giao dịch, các thông tin tài khoản từ hệ thống ATM đ- ợc truyền về Trung tâm thẻ, hệ thống sẽ đối chiếu các chứng từ với tài khoản khách hàng tại ngân hàng và tiến hành điều chỉnh số tiền trong tài khoản khách hàng tại ngân hàng.

### **2.2.3. Thực trạng hoạt động thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại thương Hà Nội trong vài năm gần đây**

#### **2.2.3.1. Về công tác phát hành thẻ**

Mới chỉ bắt đầu phát hành thẻ từ tháng 8 - 2002 nh- ng trong vòng 4 tháng cuối năm 2002, VCB HN đã phát hành:

- Thẻ VCB-Connect 24 đạt 2.800 thẻ và doanh số thanh toán đạt 18 tỷ đồng.
- Thẻ VISA và MASTER đạt 300 thẻ và doanh số thanh toán tín dụng là 104.000 USD.

Từ 18-3-2003, VCB VN nói chung và các chi nhánh VCB nói riêng đã có thẻ phát hành thẻ AMEX. Tuy nhiên, tại chi nhánh VCB HN ch- a có khách hàng nào yêu cầu phát hành thẻ AMEX do những đối t- ợng của thẻ AMEX th- ờng là những ng- ời có thu nhập cao, th- ờng xuyên đi các n- ớc công tác, du lịch và có nhu cầu chi tiêu cao nên loại hình thẻ này ch- a đ- ợc phổ biến ở Việt Nam.

Đến nay, tính trong năm 2003, VCB HN đã phát hành:

- Thẻ VCB-Connect 24 là 10.891 thẻ, số l- ợng giao dịch tiền mặt là 222.912 lần đạt doanh số 239.067 tỷ đồng.
- Thẻ tín dụng là 1.093 chiếc, trong đó
  - + Thẻ VISA là 807 thẻ
  - + Thẻ MASTER là 253 thẻ
  - + Thẻ AMEX là 33 thẻ

Qua một vài số liệu trên ta có thể thấy tỷ lệ thẻ để rút tiền mặt tăng khá cao trong vòng hơn một năm VCB HN bắt đầu cung cấp dịch vụ thẻ cho khách hàng. Đây là một điều dễ hiểu vì tại thị tr- ờng Việt Nam, thẻ nội địa phát hành thì có đến 98% là thẻ ghi nợ và thẻ ATM nên việc một ngân hàng có số l- ợng

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

máy ATM t-ong đối nhiều và một hệ thống thanh toán online nh- VCB HN có thể cung cấp dịch vụ thẻ tốt và thu hút một số l- ợng lớn khách hàng lớn là điều dễ hiểu.

Còn đối với thẻ tín dụng quốc tế, xét về doanh số sử dụng thẻ, thẻ do chi nhánh VCB HN phát hành chủ yếu đ- ợc dùng cho nhu cầu thanh toán và rút tiền mặt của các chủ thẻ ở n- ớc ngoài. Việc sử dụng thẻ trong n- ớc còn khá hạn chế do số l- ợng cơ sở chấp nhận thẻ trong thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ ch- a nhiều. Khách hàng dùng thẻ để chi tiêu ở n- ớc ngoài vẫn chiếm một tỷ lệ cao, khoảng 75%. Trong số đó có một phần lớn sinh viên, học sinh du học ở n- ớc ngoài đều sử dụng thẻ của VCB để chi tiêu. Điều này cho thấy rằng: công tác phát hành còn phụ thuộc vào bên ngoài, cụ thể là phụ thuộc vào l- ợng khách n- ớc ngoài đến Việt Nam và ng- ời Việt Nam ra n- ớc ngoài. Thực tế này bất lợi cho ngân hàng khi có sự biến động nào đó trong quan hệ quốc tế hoặc tình hình kinh tế ở n- ớc ngoài.

Một điểm nổi bật trong công tác phát hành của chi nhánh VCB HN là công tác phòng chống rủi ro. Rủi ro về thu nợ phát hành hầu nh- không có, chỉ chiếm khoảng 0,05%. Ngoài ra không có rủi ro nào khác. Thành công này xuất phát từ việc chi nhánh đã đề ra đ- ợc một hệ thống biện pháp xử lý khi rủi ro xảy ra. Chi nhánh cũng đã tuân thủ chặt chẽ các quy định về việc phát hành thẻ do Ngân hàng Ngoại th- ơng Việt Nam đề ra, nhất là trong khâu thẩm định hồ sơ khách hàng. Bên cạnh đó, khi mua thẻ, khách hàng phải ký quỹ một số tiền nhất định. Do đó không xảy ra rủi ro tín dụng mà chỉ có một vài tr- ờng hợp nợ quá hạn.

### ***2.2.3.2. Về công tác thanh toán thẻ***

Trong khoảng thời gian hơn 1 năm bắt đầu kinh doanh thẻ, doanh số thanh toán thẻ của VCB HN có sự tăng tr- ờng đáng kể.

- Thẻ Connect 24 và hệ thống ATM: Số l- ợng thẻ năm 2002 là 2.800 thẻ, đến 31 - 12 - 2003 số l- ợng thẻ đã đạt 11.750 thẻ với tổng doanh số rút tiền

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

mặt lên đến 239 tỷ VND, tổng giao dịch chuyển khoản đạt 13 tỷ VND. Số lượng máy ATM từ 8 máy năm 2002 đã được bổ sung thêm 3 máy vào năm 2003. Đây được coi là một hướng đi đúng đắn của VCB HN nhằm hướng tới mục tiêu chiến lược: "VCB Vision 2010" của toàn hệ thống VCB VN. Đây là một dịch vụ đáp ứng nhu cầu thực sự của đông đảo người dân Việt Nam hiện nay. Thẻ VCB-Connect 24 được kết nối trực tiếp vào tài khoản cá nhân của chủ thẻ và với tâm lý ngại vay nợ của người dân Việt Nam thì họ có thể yên tâm vì họ đang chi tiêu bằng tiền của chính mình. Với đặc tính đó, thẻ đã được rất nhiều công ty dùng để trả lương cho công nhân viên. Đến nay ngoài các giao dịch cơ bản như rút tiền mặt, chuyển khoản các chủ thẻ VCB-Connect 24 có thể thực hiện thêm các giao dịch thanh toán tiền điện, phí bảo hiểm. Sắp tới, VCB sẽ liên kết thêm với các nhà cung ứng điện, nước, mạng điện thoại di động... để phục vụ dịch vụ thanh toán cho khách hàng.

Đối với hệ thống ATM, đại bộ phận mọi người nhìn nhận hệ thống ATM chỉ để phục vụ thẻ Connect 24 như trên thực tế, hệ thống ATM còn phục vụ rất nhiều đối tượng chủ thẻ: chủ thẻ Connect 24, chủ thẻ quốc tế, thậm chí có thể phục vụ chủ thẻ ghi nợ nội địa của các ngân hàng khác. Với khả năng kết nối với hệ thống của các ngân hàng khác, VCB HN cũng thu được một nguồn lợi không nhỏ nhờ khả năng mở rộng mạng lưới rút tiền mặt.

- Thẻ tín dụng quốc tế: trước đây, doanh số thanh toán chủ yếu của chi nhánh là doanh số của hai loại thẻ VISA và MASTER, các loại thẻ khác có doanh số rất thấp hoặc hầu như bằng 0. Đến năm 2003, doanh số thẻ tín dụng quốc tế tăng đều ở cả 5 loại thẻ với tổng doanh thu là 467.063 USD, tổng số phí thu được từ hoạt động thanh toán là 13.714 USD trong đó phí tiền mặt là 6.922 USD và phí dịch vụ là 6.792 USD.

**Bảng 2.10 Doanh số thanh toán các loại thẻ tín dụng quốc tế tại VCB HN 2003**

*Đơn vị: USD*

Loại thẻ	D/số thanh toán	% trong tổng d/số h/động thẻ	Phí thu đ-ợc
VISA	290.294	62,153%	9.167
MASTER	134.366	28,77%	3.746
JCB	5.924	1,27%	159
AMEX	36.347	7,8%	366
DINNER	132	0,000%	8

*Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh VCB HN năm 2003*

Đối với dịch vụ thanh toán thẻ tín dụng, mạng l-ới đơn vị chấp nhận thanh toán (ĐVCNTT) đóng một vai trò rất quan trọng. Hiện nay mạng l-ới ĐVCNTT của VCB HN là 13 cơ sở. Đối với toàn bộ hệ thống VCB và đối với mạng l-ới ĐVCNTT của các ngân hàng th-ơng mại trên địa bàn Hà Nội, đây là một mạng l-ới t-ơng đối mỏng, ch-ả đáp ứng đ-ợc nhu cầu thực tế của thẻ trên thị tr-ờng. Tại các cơ sở này, số các đơn vị đ-ợc lắp đặt máy EDC vẫn còn quá ít, do không đủ trang bị đồng loạt nên VCB HN chỉ trang bị cho những đơn vị có doanh số lớn, đây là một nh-ợc điểm để các ngân hàng khác có thể thâm nhập vào các cơ sở chấp nhận thẻ của VCB HN.

## **2.3 ĐÁNH GIÁ VỀ HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI NGÂN HÀNG NGOẠI THƯƠNG HÀ NỘI**

Chỉ trong vòng ch- a đây 2 năm bắt đầu kinh doanh thẻ, VCB HN đã đạt đ- ợc một số thành quả đóng góp vào thành tích chung của toàn hệ thống VCB. Tuy có nhiều thuận lợi để phát triển hoạt động nh- ng VCB HN cũng đã và đang phải đ- ong đầu với những khó khăn từ nhiều phía.

### **2.3.1. Những thuận lợi**

Nằm trong hệ thống VCB VN, Chi nhánh VCB HN có những điều kiện rất tốt để phát triển hoạt động thanh toán thẻ nhờ những lợi thế của hệ thống VCB VN.

*\* Hệ thống VCB là hệ thống ngân hàng đi đầu trong lĩnh vực thanh toán thẻ ở Việt Nam*

Với vị thế là ngân hàng đi tiên phong trong lĩnh vực thẻ, VCB luôn là một th- ong hiệu lớn trong phát hành và thanh toán thẻ. Là ngân hàng đầu tiên đ- ợc Ngân hàng Nhà n- ớc chấp thuận thực hiện đại lý thanh toán thẻ tín dụng quốc tế cho các ngân hàng và các tổ chức tài chính n- ớc ngoài, VCB HN có thể chấp nhận thanh toán cho cả 5 loại thẻ tín dụng thông dụng nhất hiện nay: VISA, MASTER, JCB, AMEX, DINNERS CLUB. Là ngân hàng đầu tiên thực hiện thanh toán thẻ cho nên VCB HN đã và đang chiếm giữ một thị phần lớn trên thị tr- ờng thẻ thủ đô, có đ- ợc - u thế lớn trong cạnh tranh trên thị tr- ờng.

*\* VCB VN là một ngân hàng lớn và có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực thanh toán, dịch vụ*

VCB VN đ- ợc biết đến là một ngân hàng hoạt động trên lĩnh vực đối ngoại, vì vậy trong lĩnh vực thanh toán quốc tế VCB VN luôn là ngân hàng đi đầu, VCB VN có nhiều kinh nghiệm và tạo đ- ợc nhiều mối quan hệ kinh doanh với các tổ chức lớn trong n- ớc cũng nh- n- ớc ngoài. Trong công tác thanh toán thẻ, chủ yếu là thanh toán quốc tế, với các mối quan hệ có sẵn với các tổ chức



## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentssupporting.com>**

---

thanh toán quốc tế, VCB có một lợi thế to lớn khi tham gia lĩnh vực thanh toán thẻ.

Là một ngân hàng lớn đã có nhiều kinh nghiệm trong thanh toán quốc tế, VCB sẵn có những trang thiết bị phục vụ cho thanh toán nh- : máy tính nối mạng, máy Fax, Telex... Điều này giúp cho hệ thống VCB nói chung và VCB HN nói riêng b- ớc vào hoạt động thanh toán thẻ quốc tế mà không cần đầu t- quá nhiều cho cơ sở hạ tầng thông tin liên lạc.

Với những kinh nghiệm đã tích lũy đ- ợc, VCB luôn coi trọng công tác Marketing và chiến l- ợc khách hàng nhằm luôn luôn nâng cao chất l- ợng dịch vụ của mình. Khách hàng th- ờng xuyên đ- ợc cập nhật những thông tin, h- ớng dẫn cụ thể về các quy trình nghiệp vụ thanh toán thẻ. Ngoài ra, với mỗi đối t- ợng khách hàng, VCB luôn có thể đ- a ra những chính sách - u đãi phù hợp nhằm thu hút khách hàng.

*\* Công nghệ thông tin trong những năm gần đây ở Việt Nam có những b- ớc tiến bộ nhanh chóng*

Ngày nay, tốc độ phát triển của tin học trên thế giới đ- ợc ví nh- vũ bão và ở Việt Nam, công nghệ thông tin là một ngành đang có những tiến bộ v- ợt bậc. Những b- ớc phát triển v- ợt bậc trong công nghệ thông tin là một thuận lợi cho các ngân hàng nói chung và VCB nói riêng trong hoạt động kinh doanh thẻ. Ngân hàng có thể áp dụng những thành tựu trên thế giới cũng nh- những phần mềm và đội ngũ nhân lực trong n- ớc để đáp ứng những đòi hỏi về mặt tin học trong công nghệ thẻ. Đây là một yếu tố quan trọng giúp ngân hàng phát triển tốt công tác phát hành và thanh toán thẻ.

Trong hoạt động thanh toán thẻ, hệ thống thông tin đóng một vai trò vô cùng quan trọng. Thẻ là một thành tựu của công nghệ thông tin, chính vì thế để phát huy hết các tính năng - u việt của thẻ, ngân hàng phát hành cần phải có

một nền tảng công nghệ thông tin mạnh mẽ. Việc thanh toán thẻ không thể diễn ra suôn sẻ mà không có sự trợ giúp của hệ thống công nghệ thông tin.

### **2.3.2. Những khó khăn**

*\* Tâm lý chuộng tiền mặt vẫn còn phổ biến trong ng-ời dân Việt Nam*

Một trong những khó khăn lớn trong việc phát triển thị tr-ờng thẻ là tâm lý - a chuộng tiền mặt trong tiêu dùng từ lâu đã bén rễ trong thói quen tiêu dùng của ng-ời dân Việt Nam. Trong những công sở Nhà n-ớc, những doanh nghiệp sản xuất, th-ơng mại, hình thức trả l-ơng vẫn là bằng tiền mặt. Chính vì thế ng-ời Việt Nam hiện tại rất hiếm khi nghĩ đến một hình thức thanh toán khác.

Thêm nữa, trình độ dân trí và hiểu biết của ng-ời dân Việt Nam về các thành tựu khoa học công nghệ không đ-ợc cao. Trong tâm lý ng-ời dân, đến ngân hàng chỉ có các doanh nghiệp và giao dịch phải hàng trăm triệu đồng, hàng tỷ không thể chỉ là vài triệu nên đa phần xa lạ với các dịch vụ ngân hàng.

Và một khó khăn khó có thể khắc phục trong nay mai là vấn đề thu nhập bình quân đầu ng-ời Việt Nam còn quá thấp, việc sử dụng thẻ đ-ợc coi là xa xỉ, không cần thiết.

Hiện tại Việt Nam vẫn ch- a thể coi thẻ là một ph-ơng tiện thanh toán phổ thông. Hy vọng trong t-ương lai, với việc mức sống đ-ợc nâng cao hơn và các công tác Marketing của ngân hàng có hiệu quả, dịch vụ thẻ sẽ không còn xa lạ với phần lớn ng-ời dân.

*\* Khó khăn trong việc phát triển mạng l-ới các cơ sở chấp nhận thẻ*

Số l-ợng các cơ sở chấp nhận thẻ tuy có tăng qua 2 năm VCB HN hoạt động nh- ng về mặt bản chất, các cơ sở chấp nhận thẻ vẫn đa phần là các cơ sở tiếp xúc với ng-ời n-ớc ngoài th-ờng xuyên nh- : hàng không, khách sạn, nhà hàng lớn... Với cơ cấu nh- vậy, VCB không thể đ- a thẻ vào sử dụng đại chúng ở Việt Nam.

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

Ngoài ra, cách tính chiết khấu 2,5% đối với các cơ sở chấp nhận thẻ là giảm hứng thú của họ đối với việc chấp nhận thẻ do thấy tr- ớc mất lợi nhuận bị giảm. Thêm nữa, VCB HN gặp phải sự cạnh tranh của các ngân hàng khác trong việc mở rộng mạng l- ới cơ sở chấp nhận thanh toán. Với các mức - u đãi đây hấp dẫn của một số ngân hàng khác trên địa bàn, một số cơ sở chấp nhận thẻ của VCB HN đã chuyển sang chấp nhận thẻ của một số ngân hàng khác.

*\* Vốn đầu t- vào công nghệ quá cao đối với một chi nhánh nh- VCB HN*

Từ công đoạn sản xuất thẻ cho đến các nghiệp vụ thanh toán thẻ đều đòi hỏi ngân hàng phải có các trang thiết bị hiện đại. Đối với một chi nhánh nh- VCB HN, việc sản xuất thẻ trắng để làm thẻ là điều không thể, chính vì thế việc nhập thẻ trắng làm tăng chi phí sử dụng thẻ lên bình quân 3-4 USD/thẻ. Ngoài ra, các loại máy đọc thẻ, máy ATM phần lớn đều phải nhập cho đến tận phụ tùng thay thế. Điều này đòi hỏi một khối l- ượng vốn t- ơng đối lớn nằm ngoài khả năng của VCB HN. Chính vì vậy, việc có những hỗ trợ từ VCB VN là các chính sách trong nhập khẩu thiết bị thẻ của Nhà n- ớc là vô cùng quan trọng trong việc phát triển cơ sở hạ tầng cho dịch vụ thẻ tạo VCB HN.

*\* Một số khó khăn liên quan đến chính sách quản lý ngoại hối hiện hành*

- Hạn mức sử dụng của thẻ: với chế độ hạn mức tuần hoàn, rất khó có thể quản lý đ- ợc việc chi tiêu ngoại tệ của chủ thẻ. Khi sử dụng hết hạn mức, họ có thẻ thanh toán với ngân hàng và ngay lập tức hạn mức lại trở về nh- cũ. Hơn nữa, hiện nay ta ch- a có quy định về việc khai báo khi mang thẻ thanh toán quốc tế xuất cảnh ra khỏi Việt Nam.

- Hiện nay, việc phát hành thẻ tín dụng quốc tế đồng nghĩa với việc chấp nhận chuyển đổi tự do giữa đồng VND và USD mà không cần xin phép, điều này ảnh h- ớng lớn đến việc kiểm soát l- ượng ngoại tệ mà cá nhân có thể mang ra n- ớc ngoài.

## **CHƯƠNG 3**

# **PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI NGÂN HÀNG NGOẠI THƯƠNG HÀ NỘI TRONG THỜI GIAN TỚI**

### **3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI NGÂN HÀNG NGOẠI THƯƠNG HÀ NỘI**

Nếu so sánh lợi nhuận thu được từ hoạt động phát hành và thanh toán thẻ với lợi nhuận của toàn ngân hàng có thể thấy rõ đây chắc chắn phải là một nghiệp vụ lớn tại VCB HN. Tuy nhiên, ban lãnh đạo ngân hàng vẫn luôn coi đây là một nghiệp vụ quan trọng trong chiến lược phát triển của ngân hàng. Chính vì thế, trong những năm tới, công tác phát hành và thanh toán thẻ sẽ tiếp tục được đẩy mạnh ở VCB HN. Điều này được thể hiện trên các mặt:

### **3.1.1. Đối với nghiệp vụ phát hành thẻ**

Nhiệm vụ trọng tâm của ngân hàng là tập trung nỗ lực để đẩy mạnh công tác phát hành thẻ, phối hợp phòng thẻ với các phòng ban khác như phòng tín dụng, phòng hối đoái, nhằm tạo nên sự nhịp nhàng trong phát hành thẻ, nhằm cải tiến cả về chất lượng và số lượng của hoạt động này.

Nhằm giới thiệu rộng rãi hình thức thanh toán tiên tiến này, các chương trình tiếp thị, quảng cáo, khuyến mại lớn cần được xúc tiến cả về chiều rộng và chiều sâu.

Bên cạnh việc củng cố các sản phẩm hiện có, việc đưa ra các sản phẩm mới cũng là điều kiện tiên quyết để chiếm lĩnh thị trường đầy tiềm năng này. Hiện nay, VCB HN mới chỉ phát hành thẻ tín dụng VCB-VISA và VCB-MASTERCARD còn các loại thẻ thanh toán, thẻ ATM chỉ mới được triển khai. Trong thời gian tới, VCB HN dự định:

- Tiếp tục triển khai và phát triển hơn nữa hệ thống ATM toàn quốc, đưa hệ thống ATM vào cuộc sống.

- Nghiên cứu phát hành thẻ ghi nợ, cho phép khách hàng chi tiêu trên số dư tài khoản của mình mà không chịu lãi suất tín dụng, ngoài ra khách hàng còn được hưởng lãi trên số dư tài khoản của mình.

- Phát hành thẻ liên kết (Co-branch) với các tổ chức, công ty trong nước như: hàng không, bưu điện, du lịch với mục đích khai thác đối tượng khách hàng chung của các đơn vị có mối quan hệ làm ăn thường xuyên, lâu dài.

- Phát hành thẻ công ty (Corporate/Business card). Đây là loại thẻ phát hành theo yêu cầu của các công ty cho nhân viên của công ty. Việc chi tiêu thẻ sẽ do công ty thanh toán.

Để thực hiện điều này, ngân hàng cũng sẽ đưa ra những điều kiện phát hành thẻ mang tính khuyến khích đối với khách hàng trên cơ sở vẫn đảm bảo an toàn cho ngân hàng.

### **3.1.2. Đối với nghiệp vụ thanh toán thẻ**

Đảm bảo cho các phần mềm quản lý và xử lý cấp phép, thanh toán hoạt động ổn định, tăng cường phối hợp với bên điện và các đối tác nước ngoài có liên quan nhằm khắc phục các lỗi hệ thống, khai thác toàn diện hệ thống thẻ chuẩn quốc tế Sema, giảm các chương trình giao diện để nâng cao khả năng an toàn và ổn định của hệ thống công nghệ thẻ.

Đầu tư vào chiến lược Marketing để mở rộng thị trường sử dụng và thanh toán thẻ đối với các hình thức: tăng chi phí cho Marketing để nghiên cứu phát triển loại thẻ mới, khuyến mại cho khách hàng sử dụng thẻ, tranh thủ kinh nghiệm và nguồn lực của các đối tác nước ngoài.

Duy trì và phát triển các cơ sở chấp nhận thẻ (CSCNT) song song với việc tự động hóa và nâng cao chất lượng phục vụ thanh toán thẻ tại các cơ sở này. Hợp tác với các ngân hàng chủ thanh toán thẻ để mở rộng mạng lưới CSCNT. Giảm phí cho các CSCNT có doanh số thanh toán lớn và ổn định, trang bị thêm một số máy EDC, CAT cho các CSCNT.

Nghiên cứu kết hợp thanh toán thẻ với các nghiệp vụ khác của ngân hàng nhằm đảm bảo cung cấp các sản phẩm ngân hàng một cách đồng bộ và có sức cạnh tranh nhất.

Từ nay cho đến năm 2005, ngân hàng sẽ xây dựng một trung tâm thanh toán thẻ độc lập nhằm phục vụ cho việc thanh toán và xử lý phát hành thẻ được tốt hơn. Việc chấp nhận thanh toán trên mạng Internet, E-commerce được triển khai.

### **3.1.3. Về tổ chức, con người**

Tổ chức tập huấn trong và ngoài nước cho đội ngũ cán bộ nhân viên để đáp ứng với đòi hỏi ngày càng cao của sự thay đổi công nghệ thẻ trên thế giới.

Gây dựng tinh thần đoàn kết, học hỏi và giúp đỡ lẫn nhau vì mục tiêu chung là hoàn thành tốt công việc giữa các nhân viên.

### **3.1.4. Về công nghệ, kỹ thuật**

Đầu tiên, thêm một số máy móc hiện đại kết hợp với nâng cấp và hoàn thiện tiếp hệ thống máy móc hiện có. Dần dần đồng bộ hóa hệ thống máy móc kỹ thuật dùng trong lĩnh vực thẻ. Định kỳ mời chuyên gia nước ngoài sang bảo dưỡng các thiết bị phục vụ phát hành và thanh toán thẻ.

## **3.2. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI NGÂN HÀNG NGOẠI THƯƠNG HÀ NỘI TRONG THỜI GIAN TỚI**

Thực tế của hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tại VCB HN đã cho thấy còn rất nhiều việc cần làm để đạt được những mục tiêu mà ngân hàng đề ra trong định hướng phát triển của mình. Cần thiết phải có một loạt các giải pháp trên tất cả các mặt.

### **3.2.1. Giải pháp về kỹ thuật công nghệ**

Thẻ thanh toán là một phương tiện thanh toán hết sức hiện đại với sự trợ giúp của những công nghệ tiên tiến nhất trên thế giới. Chính vì vậy đầu tiên cho kỹ thuật công nghệ có ý nghĩa hết sức quan trọng trong việc phát triển hoạt động thanh toán này, đây cũng là chiến lược nhằm đem lại hiệu quả cao. Trình độ công nghệ là yếu tố quyết định chất lượng của dịch vụ thanh toán thẻ và là nhân tố quan trọng trong việc cạnh tranh với các ngân hàng thương mại khác. Đây cũng là vũ khí để chống lại bọn tội phạm chuyên giả mạo thẻ. Ngân hàng cần lựa chọn những công nghệ hiện đại, những công nghệ đang được ứng dụng rộng rãi trên thế giới và phù hợp với ngân hàng để quản lý hệ thống thông tin, nâng cao chất lượng và số lượng của hoạt động thanh toán thẻ đồng thời có thể phát hiện và ngăn chặn những giả mạo thẻ của bọn tội phạm.

### **3.2.2. Giải pháp về con người**

Kỹ thuật công nghệ phát triển nhưng không có đội ngũ cán bộ công nhân viên có trình độ chuyên môn đủ đáp ứng thì cũng không thể thực hiện tốt nghiệp vụ kinh doanh thẻ được. Bên cạnh nâng cao trình độ chuyên môn, các

nhân viên cũng cần đ- ợc trang bị vốn ngoại ngữ thành thạo kết hợp với việc bổ sung kịp thời những cán bộ trẻ có năng lực và phẩm chất tốt làm nòng cốt cho tổ chức nhân sự của trung tâm thẻ VCB.

Một yếu tố cũng không kém phần quan trọng là nâng cao trình độ nghiệp vụ của nhân viên CSCNT để đảm bảo an toàn và phòng chống rủi ro vì đây là đầu mối quan trọng trong toàn bộ quy trình thanh toán. Đội ngũ nhân viên của CSCNT có đặc điểm là th- ờng xuyên thay đổi, các nhân viên mới khó có thể nắm bắt ngay các nghiệp vụ thanh toán thẻ nên việc phát hiện những giao dịch giả mạo là rất khó. Chính vì vậy, ngân hàng nên th- ờng xuyên giám sát các CSCNT và tổ chức các khóa tập huấn về các kỹ năng nghiệp vụ thanh toán thẻ và cập nhật th- ờng xuyên những thay đổi trong quá trình thanh toán thẻ.

### **3.2.3. Giải pháp về hoạt động Marketing**

Sự tiến bộ của khoa học công nghệ khiến cho thị tr- ờng thẻ không có ranh giới về không gian và thời gian, vì vậy chiến l- ợc Marketing của ngân hàng trong lĩnh vực này cũng cần có những thay đổi để thúc đẩy hoạt động này phát triển.

#### ***3.2.3.1. Lựa chọn thị tr- ờng mục tiêu***

Trong hoạt động kinh doanh của tất cả các ngành kinh doanh, việc lựa chọn thị tr- ờng mục tiêu đóng vai trò rất quan trọng. Khi xác định đúng khách hàng mục tiêu, ng- ời ta có thể đ- a ra các đối sách kinh doanh phù hợp hơn nhằm phục vụ tốt hơn yêu cầu của nhóm khách hàng đã chọn và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Công tác phát hành và thanh toán thẻ tại VCB HN cũng là một trong những loại hình của ngân hàng và việc lựa chọn thị tr- ờng mục tiêu cũng hết sức quan trọng.

Việt Nam là một n- ớc chậm phát triển, hơn 70% dân số sống ở nông thôn và gần 80% lao động trong nông nghiệp, thu nhập thấp và kém ổn định



## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentssupporting.com>**

---

với trình độ dân trí thấp. Vì vậy đây không thể là đối tượng để phát triển thị trường thẻ.

□ thành thị, các thành phần có đa dạng hơn như phân đông là những người buôn bán nhỏ, các cán bộ công nhân viên trong các cơ quan nhà nước... Mức thu nhập của họ cộng với các khoản phụ cấp bình quân vào khoản hơn 1 triệu đồng/người/tháng trong khi đó giá trị thấp nhất của thẻ VISA là 10 triệu đồng. Chính vì vậy việc phát hành thẻ tập trung cho đối tượng này là không kinh tế và không thuận lợi cho cả người sử dụng, ngân hàng phát hành và CSCNT.

Hiện nay, cùng với xu hướng đẩy mạnh việc phát triển các công ty liên doanh liên kết với nước ngoài, bộ phận dân cư làm việc trong các công ty có vốn đầu tư nước ngoài ngày càng tăng. Bộ phận công nhân viên làm trong những ngành có thu nhập cao và ổn định như: dầu khí, ngân hàng, bưu chính viễn thông, hàng không... và các chủ doanh nghiệp tư nhân cũng dần chiếm số lượng lớn. Đây là những người có thu nhập khá và ổn định, có nhu cầu và có điều kiện thường xuyên đến các siêu thị, nghỉ lại khách sạn, đi máy bay, đi du lịch... Đây là nhóm khách hàng đầy tiềm năng và có xu hướng ngày càng tăng mà ngân hàng cần phải tập trung khai thác.

Một đối tượng khác cũng có nhu cầu sử dụng thẻ thực sự và khá đông đảo là người nước ngoài, bao gồm cả người cư trú và người đầu tư nước ngoài vào Việt Nam..., những người không cư trú bao gồm Việt kiều về thăm tổ quốc, khách du lịch, thương gia nước ngoài đến làm việc ngắn ngày. Số lượng đối tượng này lên tới hơn 1 triệu người/năm. Mặc dù nhóm này thường sử dụng thẻ do nước ngoài phát hành xong nếu đẩy mạnh công tác quảng cáo, tiếp thị và gây dựng uy tín, đây sẽ là một đối tượng quan trọng mà ngân hàng cần quan tâm.

***3.2.3.2. Đa dạng các hình thức thẻ, phù hợp với điều kiện Việt Nam***

Cho đến thời điểm hiện tại, VCB HN đã phát hành 3 loại thẻ tín dụng quốc tế là VISA, MASTERCARD và AMEX đồng thời nhận thanh toán cho cả 5 loại thẻ hàng đầu thế giới: MASTERCARD, VISA, AMEX, JCB, DINNERS CLUB. Như vậy có thể nói các dịch vụ về thẻ của ngân hàng là khá đa dạng

Hiện nay đang có 3 giải pháp khác nhau để phát hành thẻ nội địa:

- Hiệp hội thẻ Việt Nam đứng ra yêu cầu các ngân hàng thành viên phát hành thẻ nội địa dùng chung cho các ngân hàng. Mọi giao dịch thanh toán bằng thẻ đều sử dụng đồng Việt Nam và thanh toán tập trung thông qua hiệp hội thẻ. Các giao dịch này không tốn chi phí cho việc truyền nhận dữ liệu giữa các ngân hàng trong nước với các tổ chức thẻ quốc tế.

- Một vài ngân hàng thành viên của Hiệp hội thẻ Việt Nam thỏa thuận với nhau phát hành một loại thẻ nội địa dùng chung cho các ngân hàng và chỉ dùng trong lãnh thổ Việt Nam. Loại thẻ nội địa này cũng giống như các loại thẻ trên nhưng không phải là thẻ của tất cả các ngân hàng thành viên mà chỉ của một nhóm ngân hàng, quá trình thanh toán không thông qua Hiệp hội thẻ Việt Nam mà trực tiếp liên lạc và thanh toán bù trừ với nhau.

- Thẻ nội địa do một ngân hàng thành viên phát hành, chỉ sử dụng ở Việt Nam. Đây là loại thẻ tín dụng nội địa có tính năng tương tự như thẻ tín dụng quốc tế và được sử dụng tại các đại lý, chi nhánh của ngân hàng phát hành.

Bên cạnh việc tập trung phát hành thẻ nội địa, ngân hàng cần cải tiến phương thức phát hành của hai loại thẻ tín dụng quốc tế của ngân hàng. Hiện nay, nguyên tắc cấp, phát hai loại thẻ này rất khó khăn. Chỉ có những đối tượng đủ tiêu chuẩn cấp tín dụng hoặc ký quỹ thì ngân hàng mới cấp thẻ do rủi ro của loại thẻ này khá cao. Mặt khác, do hạn mức tín dụng và các loại phí dịch vụ có liên quan đến thẻ đều khá cao so với thu nhập của người dân Việt Nam nên thẻ tín dụng quốc tế trở thành một mặt hàng xa xỉ đối với người dân

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentssupporting.com>**

---

Việt Nam. Tại Việt Nam, mức thu nhập đ- ợc gọi là cao cũng chỉ khoảng từ 5-7 triệu đồng/ng- ời/tháng và ng- ời dân th- ờng chỉ chi tiêu một phần trong số đó, phần còn lại gửi tiết kiệm với lãi suất cao hơn. Trong khi đó, hạn mức tín dụng cho thẻ là 10 triệu đồng d- ồng nh- v- ợt quá xa nhu cầu chi tiêu hàng ngày của ng- ời dân. Bên cạnh đó, với hạn mức tín dụng cao, khách hàng phải đáp ứng rất nhiều tiêu chuẩn ngặt nghèo mới đ- ợc cấp thẻ, chẳng hạn nh- khách hàng buộc phải ký quỹ một khoản tiền hoặc một tài sản có giá trị lớn hơn hoặc bằng 125% hạn mức tín dụng đ- ợc cấp. Nh- vậy, khoản tiền ký quỹ của ngân hàng không nhỏ chút nào. Cùng với việc thẩm định hồ sơ khách hàng cẩn thận tốn nhiều thời gian, việc phát hành hiện nay đang làm chậm tiến độ phát hành thẻ và gây khó khăn cho khách hàng. Biện pháp tốt nhất lúc này là ngân hàng nên hạ thấp mức tối thiểu còn khoảng 3-4 triệu đồng. Với hạn mức tín dụng mới, nhiều khách hàng có thu nhập cao và vừa ở thành phố có thể tham gia sử dụng thẻ. Đồng thời, các thủ tục cấp, phát thẻ cũng trở nên dễ dàng hơn. Khách hàng chỉ cần có nghề nghiệp và thu nhập ổn định, có hộ khẩu th- ờng trú tại địa ph- ơng, có lý lịch tốt và có bảo lãnh của ng- ời thân là đủ. Điều này làm cho rủi ro của bản thân ngân hàng cũng giảm xuống và mở rộng phạm vi các giao dịch của chủ thẻ, tăng thêm tiện ích cho ng- ời sử dụng thẻ.

Với tâm lý ng- ời dân Việt Nam hết sức thận trọng trong việc tiêu tiền, ch- a quen với việc tiêu tr- ớc, trả tiền sau thì việc phát hành thẻ ghi nợ d- ồng nh- là h- óng đi đúng đắn trong việc mở rộng các dịch vụ thẻ. Theo cách này, ngân hàng có thể phát hành thẻ ghi nợ cho một số đối t- ợng có tài khoản tại ngân hàng và hạn mức chi tiêu của chủ thẻ sẽ phụ thuộc vào số d- trên tài khoản của khách hàng tại ngân hàng. Mỗi khi khách hàng chi tiêu hay rút tiền mặt, các giao dịch đ- ợc chuyển về trung tâm để xin cấp giấy phép đồng thời khấu trừ luôn số tiền vào tài khoản của khách hàng tại ngân hàng. Điều này vừa giúp khách hàng kiểm soát đ- ợc việc chi tiêu vừa hạn chế rủi ro mất khả năng thanh toán của khách hàng cho ngân hàng. Loại thẻ này rất phù hợp với bộ

phận dân chúng không có nhu cầu th- ờng xuyên mà chỉ tạm thời muốn sử dụng thẻ để mang lại sự tiện lợi, an toàn khi du lịch hay đi xa...

Bên cạnh việc phát hành thêm thẻ ghi nợ, ngân hàng cũng nên phát hành loại thẻ liên kết. Ngân hàng cần tăng c- ờng việc triển khai phát hành thẻ liên kết giữa ngân hàng và các doanh nghiệp lớn nh- b- u điện, hàng không, taxi, các trung tâm th- ơng mại...Việc phát hành loại thẻ này đem lại lợi ích cho các bên liên quan. Về phía khách hàng, họ sẽ nhận đ- ợc những - u đãi đặc biệt khi thanh toán tại các doanh nghiệp liên kết. Các doanh nghiệp liên kết và ngân hàng sẽ có thêm một l- ợng khách hàng truyền thống của bên đối tác. Ngân hàng góp phần tiếp thị khách hàng, tăng doanh số cho doanh nghiệp liên kết, ng- ợc lại, doanh nghiệp liên kết góp phần quảng bá dịch vụ thẻ của ngân hàng.

### ***3.2.3.3. Đẩy mạnh công tác quảng cáo, giới thiệu dịch vụ thẻ***

Để giúp cho khách hàng làm quen với khái niệm thẻ, ngân hàng cần đẩy mạnh quảng cáo, giới thiệu dịch vụ thẻ để đông đảo dân chúng biết đến lợi ích kinh tế và sự tiện lợi khi dùng thẻ thông qua các biện pháp khác nhau.

Quảng cáo trên các ph- ơng tiện thông tin đại chúng là việc làm hết sức cần thiết, nó tác động mạnh mẽ vào nhận thức của mọi ng- ời, phá vỡ tâm lý ngần ngại của ng- ời dân tr- ớc những dịch vụ mới. Tuy nhiên để giảm bớt chi phí quảng cáo không phải là nhỏ, ngân hàng có thể quảng cáo chung với CSCNT. Với cách làm này, ngân hàng vừa có thể quảng cáo cho dịch vụ của mình vừa giới thiệu các CSCNT và có thể giảm chi phí quảng cáo cho cả hai bên. Quảng cáo trên các ph- ơng tiện thông tin đại chúng còn có tác dụng rất lớn trong việc kích thích sự tìm hiểu của khách hàng về các sản phẩm mới đặc biệt nếu đây lại là các quảng cáo hết sức ấn t- ợng.

Ngân hàng cũng cần kết hợp với việc tổ chức các buổi giới thiệu về thẻ cho các doanh nghiệp, công sở nơi nhân viên có thu nhập cao và ổn định, đồng thời có các ch- ơng trình khuyến mại và chăm sóc khách hàng. Ngân hàng cũng nên tổ chức một đội ngũ những nhân viên có khả năng thuyết phục cao và trình

độ chuyên môn tốt để tổ chức hội nghị khách hàng giới thiệu về thẻ hay các buổi t- vấn về thẻ trên phạm vi toàn thành phố.

***3.2.3.4. Đẩy mạnh công tác phân phối và khuyến khích việc mở tài khoản cá nhân tại ngân hàng***

Hiện nay, VCB HN có một mạng l- ới chi nhánh hoạt động khá rộng trong nội thành, tuy nhiên ở ngoại thành và các quận mới thành lập, số chi nhánh và phòng giao dịch còn ít. Ngân hàng cần thiết lập mạng l- ới các chi nhánh và tạo ra nhiều kênh phân phối để sản phẩm đến đ- ợc với khách hàng thuận tiện, hợp lý và thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng.

Một trong những điều kiện tiên quyết để thực hiện việc sử dụng thẻ là việc mở tài khoản tại ngân hàng. Vì vậy, ngân hàng cần có những biện pháp khuyến khích để tăng số l- ợng tài khoản cá nhân tại ngân hàng nh- : khách hàng không phải nộp lệ phí khi thực hiện các nghiệp vụ thanh toán qua tài khoản tiền gửi tại ngân hàng, khách hàng đ- ợc h- ớng lãi suất không kì hạn cho các khoản d- nợ trên tài khoản, ngân hàng có những hình thức khuyến mãi cụ thể nh- gửi quà l- u niệm đối với các khách hàng th- ờng xuyên giao dịch và có số d- bình quân trên tài khoản tiền gửi ổn định vào những ngày lễ hoặc bốc thăm may mắn dành cho các khách hàng mở tài khoản trong một khoản thời gian nhất định.

**3.2.4. Giải pháp nhằm mở rộng mạng l- ới cơ sở chấp nhận thẻ**

VCB HN cần phải tăng nhanh mạng l- ới CSCNT vì đây là một chủ thể quan trọng trong quy trình thanh toán thẻ. Số l- ợng CSCNT là cũng là một trong những yếu tố quan trọng nhằm đẩy mạnh doanh số thanh toán cũng nh- số thẻ phát hành.

Do thẻ đ- ợc sử dụng quá ít tại Việt Nam nên các CSCNT ch- a thấy đ- ợc những lợi ích có thể nhận đ- ợc từ việc thanh toán thẻ. Hiện nay, vì các máy đọc thẻ đ- ợc lắp đặt miễn phí tại các CSCNT nên chi phí của ngân hàng khá

cao nếu đầu tư - phát triển rộng mạng lưới CSCNT trong khi đó các CSCNT lại không có ý thức bảo quản máy. Để mở rộng các CSCNT, điều quan trọng là ngân hàng phải làm cho các CSCNT cần đến ngân hàng. Ngân hàng nên dành cho các cơ sở này những ưu đãi trong hoạt động giao dịch với ngân hàng như trong các hoạt động cho vay, thanh toán... Khi thấy rằng những ưu đãi này đem lại những hiệu quả thiết thực cho các CSCNT, các cơ sở khác cũng sẽ tự nguyện muốn tham gia vào mạng lưới này. Đối với những CSCNT mới, ngân hàng vẫn tiếp tục tiến hành trang bị cho họ máy đọc thẻ nhưng không trang bị miễn phí nữa. Ngân hàng nên yêu cầu các cơ sở này đóng góp một phần kinh phí nhất định hoặc chỉ cho họ sử dụng trong một khoảng thời gian nhất định, sau đó cho họ thuê hoặc mua lại. Khi phải bỏ tiền ra để đầu tư dưới hình thức này, các CSCNT sẽ có ý thức hơn trong việc giữ gìn và bảo quản các máy móc và thúc đẩy tăng doanh số theo hình thức này để bù đắp khoản vốn đã bỏ ra. Tuy nhiên, ngay cả khi các CSCNT đã mua lại các máy móc này, định kỳ ngân hàng vẫn nên cử người xuống các cơ sở kiểm tra và bảo dưỡng máy, sửa chữa kịp thời những hỏng hóc để tăng tuổi thọ và tạo điều kiện cho việc thanh toán tại các cơ sở được trôi chảy và thuận tiện.

Mặt khác, trong cuộc sống, mọi người đều có những mối quan hệ kinh tế khác nhau đồng thời cũng phải chi tiêu cho vô số nhu cầu cần thiết như: điện, nước, xăng, dầu, điện thoại... Nếu những chi phí trả cho các dịch vụ này đều được trả bằng thẻ thông qua hợp đồng với công ty cung cấp các dịch vụ trên thì số lượng thẻ phát hành và doanh số thẻ của ngân hàng sẽ tăng thêm rất nhiều. Ngân hàng có thể thỏa thuận với các công ty, cơ quan để chính những đơn vị này bảo lãnh phát hành thẻ cho nhân viên của mình.

### **3.2.5. Giải pháp hạn chế rủi ro trong thanh toán thẻ**

Hiện nay, rủi ro trong thanh toán thẻ tại VCB HN là khá thấp bởi số lượng thẻ phát hành ít, doanh số thanh toán không cao. Tuy nhiên, với trình độ công nghệ còn thấp và khả năng trong lĩnh vực thẻ chưa cao thì nguy cơ xảy ra

rủi ro trong hoạt động này tại ngân hàng cũng không phải là nhỏ. Vì vậy, ngân hàng cũng cần xây dựng chiến lược quản lý rủi ro trong mọi nghiệp vụ mới có thể đảm bảo an toàn cho hoạt động này.

Các biện pháp hàng đầu là thực hiện phát triển và đào tạo đội ngũ nhân viên có trình độ cao, kịp thời phát hiện những sai sót hay lừa đảo. Ngoài ra, để ngăn chặn tình trạng chuyển nhượng thẻ và việc sử dụng thẻ ăn cắp của người khác, ngân hàng nên áp dụng hình thức in hình của chủ thẻ lên bề mặt thẻ với các loại thẻ (hình thức này mới được áp dụng với thẻ VISA). Điều này tạo sự thuận lợi cho các CSCNT trong việc kiểm tra thẻ và tránh tình trạng lừa đảo. Để hạn chế tình trạng chủ thẻ sử dụng thẻ thanh toán cho các giao dịch có giá trị nhỏ hơn hạn mức nhưng lại có tổng giá trị thanh toán trong ngày lớn hơn hạn mức trong một ngày, VCB HN phải liên hệ với các nhân viên thanh toán thẻ tại VCB VN để xin cấp phép cho toàn bộ giao dịch bằng hệ thống POS terminal.

Thêm vào đó, khi cấp thẻ cho khách hàng, ngân hàng nên hướng dẫn họ cách sử dụng cũng như cách bảo quản, bảo mật thẻ, thủ tục liên hệ với khách hàng khi xảy ra mất cắp, thất lạc hay khi có thay đổi về địa chỉ liên hệ.

### **3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ NHẪM THỰC HIỆN GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI NGÂN HÀNG NGOẠI THƯƠNG HÀ NỘI**

#### **3.3.1. Kiến nghị đối với Chính phủ**

##### ***3.3.1.1. Ban hành hệ thống văn bản pháp lý bảo vệ quyền lợi của các chủ thẻ tham gia lĩnh vực thẻ***

Chính phủ cần ban hành sớm các văn bản pháp lý bảo vệ quyền lợi hợp pháp của các ngân hàng kinh doanh thẻ, các CSCNT và các chủ thẻ và làm căn cứ cho các cơ quan hành pháp và tư pháp luận tội và xử phạt các tổ chức tội phạm giả mạo thẻ thanh toán cũng như các cá nhân có hành vi lừa đảo, dùng thẻ trái phép để chiếm đoạt tài sản của người khác.

Hiện nay các vụ lừa đảo thông qua thẻ tín dụng đã xuất hiện ở Việt Nam và chúng ta có thể khẳng định, một loại tội phạm mới, hết sức tinh vi và khôn khéo đã ra đời. Để hạn chế tình trạng này, Chính phủ cần tiếp tục đẩy mạnh việc xây dựng luật và các văn bản dưới luật về kinh tế, bổ sung các luật hiện hành và đồng thời sớm đưa ra các khung hình phạt cho các tội phạm liên quan đến thẻ nh- : sản xuất, tiêu thụ thẻ giả, ăn cắp mã số...

Công việc phòng chống loại tội phạm này không chỉ là công việc của một mình ngân hàng hay của các cơ quan chức năng nh- : Bộ Công an, cảnh sát kinh tế mà phải có sự phối hợp đồng bộ giữa các bên có liên quan. Không chỉ phối hợp giữa các cơ quan trong n- ớc mà phải phối hợp cả với các tổ chức cảnh sát quốc tế để kịp thời ngăn chặn các hành vi lừa đảo trong phạm vi quốc gia và trên thế giới.

### **3.3.1.2. Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng**

Nhà n- ớc cần đầu tư trang thiết bị để hiện đại hóa ngân hàng vì đây là công việc hết sức tốn kém đòi hỏi lượng vốn đầu tư lớn. Hơn thế, việc đảm bảo cho ngành ngân hàng phát triển sẽ là tiền đề cho sự phát triển của một loạt các ngành khác nhất là trong điều kiện trang bị kỹ thuật của các ngân hàng Việt Nam còn kém so với các n- ớc trong khu vực và trên thế giới.

Công nghệ thẻ là một công nghệ hoàn toàn mới ở Việt Nam, máy móc đều là những loại hết sức hiện đại mà ở n- ớc ta chưa thể nào tự sản xuất được ngay cả những linh kiện thay thế cũng phải nhập khẩu của n- ớc ngoài. Việc giao nhận sửa chữa thiết bị hiện nay chưa được tạo điều kiện thực hiện nhanh chóng buộc các ngân hàng phải tăng chi phí mua sắm thiết bị và dự phòng rất tốn kém. Chính vì vậy, Nhà n- ớc nên xem xét giảm thuế nhập khẩu cho những máy móc phục vụ công nghệ thẻ ở Việt Nam hay ít nhất cũng tạo điều kiện dễ dàng cho hoạt động nhập khẩu những máy móc này.



***3.3.1.3. Đề ra những chính sách khuyến khích hoạt động thanh toán thẻ tại Việt Nam***

Việt Nam là quốc gia mà việc sử dụng tiền mặt vẫn chiếm đa số trong các giao dịch thương mại. Chính vì vậy, việc sử dụng thẻ trong thanh toán cần được khuyến khích sử dụng ở Việt Nam để giảm lưu thông tiền mặt trong nền kinh tế. Việc cần thiết là giảm thuế giá trị gia tăng đối với loại dịch vụ này như đối với các loại hàng hóa mà Nhà nước khuyến khích tiêu dùng. Mức thuế 10% đối với dịch vụ này hiện nay dường như không hợp lý vì đây là một loại dịch vụ mới, chi phí hoạt động khá tốn kém khiến giá thành dịch vụ cao. Nếu Nhà nước tiếp tục giữ mức thuế như hiện nay thì khó có thể khuyến khích người dân trong nước sử dụng loại hình này. Nhà nước nên có chính sách thuế thỏa đáng hơn đối với mặt hàng thẻ, mức có thể chấp nhận được là 5%. Như thế sẽ tạo cơ hội cho các ngân hàng thực hiện việc giảm giá thành dịch vụ thẻ, đẩy nhanh tốc độ phát triển thẻ thanh toán ở Việt Nam.

Ngoài ra, Nhà nước có thể khuyến khích người dân trong nước mở tài khoản cá nhân tại ngân hàng. Nhà nước có thể thực hiện việc chi trả lương cho cán bộ công nhân viên thông qua hệ thống tài khoản cá nhân tại ngân hàng. Điều này vừa giúp cho Nhà nước quản lý mức thu nhập của cán bộ vừa có tác động trong việc đẩy mạnh thanh toán bằng thẻ.

***3.3.1.4. Tạo môi trường kinh tế xã hội ổn định***

Một môi trường kinh tế xã hội ổn định luôn là nền tảng vững chắc cho mọi sự phát triển, tất nhiên là đối với cả việc phát triển của thẻ thanh toán. Kinh tế xã hội có ổn định và phát triển bền vững thì đời sống người dân mới được nâng cao và họ mới có điều kiện tiếp xúc với công nghệ thanh toán hiện đại. Và đây cũng một điều kiện để có thể mở rộng quan hệ quốc tế, là điều kiện tốt để các ngân hàng mở rộng quan hệ với các tổ chức thẻ quốc tế.

### **3.3.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà n- ớc**

#### ***3.3.2.1. Hoàn thiện các văn bản pháp quy về thẻ***

Trong điều kiện hiện nay, thẻ đang dần trở thành một ph- ơng tiện thanh toán thông dụng, môi tr- ờng pháp lý cho thẻ cần phải nhanh chóng đ- ợc hoàn thiện. Hiện tại thẻ của VCB chịu sự quy định chặt chẽ của Hiệp hội thẻ quốc tế nh- ng vẫn cần có một văn bản pháp quy cụ thể về việc kinh doanh thẻ. Chính sách quản lý ngoại hối hiện nay có quy định về đồng tiền thanh toán nh- ng lại ch- a quy định rõ về hạn mức thanh toán và tín dụng của thẻ do các ngân hàng trong n- ớc phát hành. Chính sách quản lý ngoại hối hiện nay vẫn còn thiếu một quy định riêng cho thẻ thanh toán, nhất là thẻ tín dụng quốc tế nhằm tăng c- ờng quản lý việc sử dụng thẻ của khách hàng, tránh việc lợi dụng thẻ để chuyển ngoại tệ. Thêm vào đó, vấn đề tín dụng thẻ, một hình thức tín dụng mới cần phải có quy định riêng nhằm tạo điều kiện cho ngân hàng nâng cao quyền hạn của mình trong việc thẩm định, đảm bảo tín dụng cho khách hàng. Cần chú trọng hơn đến sự khác biệt giữa các điều kiện đảm bảo tín dụng thông th- ờng với đảm bảo tín dụng thẻ. Ngoài ra cũng cần chú ý các vấn đề liên quan đến dự phòng và quản lý rủi ro cho chủ thẻ và ngân hàng.

#### ***3.3.2.2. Cần có các chính sách khuyến khích mở rộng kinh doanh thẻ***

Tr- ớc hết Ngân hàng Nhà n- ớc cần phải có các chính sách hỗ trợ các ngân hàng phát triển các nghiệp vụ thẻ nhằm tăng khả năng cạnh tranh với các ngân hàng n- ớc ngoài. Th- ờng xuyên cập nhật thông tin và tổ chức các khóa học, trao đổi truyền bá kinh nghiệm giữa các ngân hàng. Ngân hàng Nhà n- ớc cũng cần phải có một số chính sách - u đãi nhất định để tăng khả năng cạnh tranh của các ngân hàng nội địa với các ngân hàng n- ớc ngoài nh- tỷ lệ dự trữ phòng ngừa rủi ro, các - u đãi về thuế... Ngoài ra cũng cần cho phép các ngân hàng đ- ợc áp dụng những ch- ơng trình - u đãi cho khách hàng nhằm thu hút khách hàng, đảm bảo tính cạnh tranh cho các ngân hàng.

Ngoài ra Ngân hàng Nhà nước cũng cần phải đưa ra các hoạch định chiến lược trong thời gian dài nhằm tránh tình trạng các ngân hàng nội địa cạnh tranh một cách vô ích. Việc thành lập Hiệp hội thẻ đã tỏ ra là một chính sách đúng đắn của Ngân hàng Nhà nước. Hiệp hội thẻ đã thu hút hầu hết các ngân hàng có thực hiện dịch vụ thẻ ở Việt Nam tham gia, thống nhất mức phí, các quy định phát hành, áp dụng những chính sách chung nhằm đảm bảo lợi nhuận cho các ngân hàng. Thông xuyên tiếp xúc trực tiếp với các ngân hàng, Hội đã nắm bắt được các khó khăn, tổ chức các buổi thảo luận đưa ra các phương hướng giải quyết chung.

### **3.3.3. Kiến nghị đối với Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam**

#### ***3.3.3.1. Cần mở rộng hoạt động Marketing***

Với tình hình người dân Việt Nam vẫn còn tâm lý chuộng tiền mặt, dịch vụ thẻ chưa được hiểu biết nhiều hiện nay, VCB VN cần phải có những chính sách khuyến khích sản phẩm thẻ. Cần phải đưa được những tiện ích của sản phẩm thẻ mà VCB VN cung cấp tới mọi tầng lớp đối tượng nhằm mở rộng số lượng khách hàng tiềm năng. Ngoài ra, VCB VN cần chú ý hơn nữa đến các chế độ ưu đãi cho các chủ thẻ tùy theo hạn mức thẻ mà chủ thẻ sử dụng: các dịch vụ hướng dẫn sử dụng thẻ, giảm tỷ lệ tài sản thế chấp đang ở mức quá cao hiện nay (125%)... điều này sẽ kích thích các chủ thẻ tiêu dùng thẻ ở hạn mức cao hơn.

#### ***3.3.3.2. Có các chính sách thu hút các cơ sở kinh doanh chấp nhận thanh toán thẻ của VCB***

Hiện nay sự cạnh tranh của các ngân hàng trên thị trường thẻ là vô cùng khắc nghiệt. Đã có hiện tượng một số cơ sở chấp nhận thẻ của hệ thống VCB đã chuyển sang chấp nhận thẻ của ngân hàng khác. Điều này là do các ngân hàng khác có các chính sách ưu đãi hơn so với VCB như: giảm tỷ lệ chiết khấu, trích lại % giá trị thanh toán cho cơ sở chấp nhận thẻ, ưu đãi tín dụng,...

Đối với VCB VN, là một ngân hàng lớn, có uy tín lâu năm, đây là một lợi thế cạnh tranh rất lớn để thu hút các cơ sở chấp nhận thanh toán. Tuy nhiên bên cạnh đó cần phải chú ý hơn đến công tác chăm sóc các đại lý, cơ sở chấp nhận thẻ VCB bằng các - u đãi rộng mở hơn, chú trọng đến việc đầu t- trang thiết bị trang bị cho cơ sở chấp nhận thẻ nh- các máy EDC, các máy trạm, các máy tính nối mạng với VCB...

## **KẾT LUẬN**

Thẻ thanh toán là một ph- ơng thức thanh toán hiện đại, đa tiện ích, rất đ- ợc - a chuộng trên thế giới, hiện nay theo số liệu thống kê của các tổ chức thẻ trên thế giới nguồn thu từ dịch vụ thẻ chiếm khoảng từ 15-22% tổng thu dịch vụ của ngân hàng. Ngoài ra, việc tham gia thị tr- ờng thẻ đòi hỏi các ngân hàng luôn phải chú trọng đầu t- khoa học kỹ thuật nhằm hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, đáp ứng nhu cầu khách hàng.

## **Assignment Supporting Group** **<http://assignmentsupporting.com>**

---

Nh- vậy, thông qua việc triển khai nghiệp vụ phát hành và thanh toán thẻ, các ngân hàng th- ong mại không những thực hiện đúng chủ tr- ong hiện đại hóa công nghệ ngân hàng của Chính phủ mà còn tạo điều kiện thuận lợi để tham gia vào quá trình toàn cầu hóa, góp phần xây dựng môi tr- ờng tiêu dùng văn minh và hòa nhập vào cộng đồng tài chính ngân hàng quốc tế. Do đó, phát hành và thanh toán thẻ là những nghiệp vụ kinh doanh không thể thiếu của một ngân hàng hiện đại, góp phần làm tăng thu nhập và làm phong phú thêm hoạt động ngân hàng.

Công tác phát hành và thanh toán thẻ là một trong những lợi thế của Ngân hàng Ngoại th- ong Việt Nam. Cho đến nay, Ngân hàng Ngoại th- ong Việt Nam đã thực hiện công tác phát hành và thanh toán thẻ tín dụng quốc tế đ- ợc gần 10 năm. Tuy vậy, đối với chi nhánh Ngân hàng Ngoại th- ong Hà Nội, hoạt động kinh doanh thẻ chỉ mới đ- ợc triển khai trong vòng ch- a đầy hai năm. Chính vì vậy, với kinh nghiệm còn ch- a nhiều, trong thời gian qua, chi nhánh đã gặp phải không ít những khó khăn, thách thức. Song trong t- ong lai không xa, với tiềm năng to lớn của thị tr- ờng thẻ Việt Nam cộng với chiến l- ợc kinh doanh đúng đắn và sự nỗ lực từ phía chi nhánh, thêm vào đó là sự trợ giúp tích cực từ phía Ngân hàng Ngoại th- ong Việt Nam, em tin rằng chi nhánh Ngân hàng Ngoại th- ong Hà Nội sẽ đạt đ- ợc những kết quả khả quan hơn, đ- a dịch vụ thẻ trở thành một trong những dịch vụ hàng đầu của mình, đồng thời củng cố và phát triển hơn nữa vị thế của mình trên thị tr- ờng thẻ Việt Nam.

Thông qua những phân tích đánh giá về thực trạng hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tại chi nhánh Ngân hàng Ngoại th- ong Hà Nội, chuyên đề đ- a ra một số giải pháp kiến nghị nhằm góp phần nhỏ bé hoàn thiện hoạt động kinh doanh thẻ tại chi nhánh. Tuy nhiên, do tính mới mẻ của vấn đề và do sự hạn chế về năng lực của bản thân, những nhận xét, đánh giá là những ý kiến chủ quan của bản thân em nên không thể tránh khỏi những sai sót. Em rất

**Assignment Supporting Group**  
**<http://assignmentsupporting.com>**

---

mong nhận đ- ợc sự đóng góp ý kiến của các thầy cô, các anh chị và các bạn để hoàn chỉnh hơn nữa chuyên đề của mình.

**TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh Ngân hàng Ngoại th-ong Hà Nội năm 2002, 2003.
2. Báo cáo tình hình hoạt động thẻ 2003 Ngân hàng Ngoại th-ong Hà Nội.
3. Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh thẻ Ngân hàng Ngoại th-ong Việt Nam năm 2003
4. Báo cáo tình hình kinh doanh thẻ của các ngân hàng Việt Nam - Hiệp hội thẻ Việt Nam năm 2002, 2003
5. Quy trình h-ớng dẫn nghiệp vụ phát hành và thanh toán thẻ của Ngân hàng Ngoại th-ong Việt Nam

**MỤC LỤC**

<b>LỜI NÓI ĐẦU</b> .....	<b>1</b>
<b>CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1 Tổng quan về Ngân hàng th- ong mại</b> .....	<b>3</b>
1.1.1. Khái niệm Ngân hàng th- ong mại .....	3
1.1.2. Chức năng hoạt động của ngân hàng th- ong mại .....	4
<b>1.2 Giới thiệu chung về thẻ</b> .....	<b>6</b>
1.2.1. Sự ra đời và phát triển của thẻ trên thế giới.....	6
1.2.2. Khái niệm, đặc điểm cấu tạo và phân loại thẻ .....	9
1.2.2.1. Khái niệm thẻ .....	9
1.2.2.2. Đặc điểm cấu tạo của thẻ.....	9
1.2.2.3. Phân loại thẻ .....	10
1.2.2.3.1 Phân loại theo đặc tính kỹ thuật .....	10
1.2.2.3.2 Phân loại theo chủ thể phát hành.....	11
1.2.2.3.3 Phân loại theo tính chất thanh toán của thẻ .....	11
1.2.2.3.2 Phân loại theo chủ thể phát hành.....	12
1.2.2.3.4 Phân loại theo hạn mức tín dụng .....	13
1.2.2.3.5 Phân loại theo phạm vi sử dụng của thẻ .....	13
<b>1.3 Hoạt động thanh toán thẻ tại Ngân hàng th- ong mại</b> .....	<b>13</b>
1.3.1. Chủ thể tham gia vào hoạt động thanh toán thẻ.....	13
1.3.2. Quy trình phát hành và thanh toán thẻ .....	15
<b>1.4. Một số lợi ích khi sử dụng thẻ</b> .....	<b>18</b>
<b>1.5. Nhân tố tác động đến hoạt động thanh toán thẻ</b> .....	<b>20</b>
<b>1.6. Rủi ro trong hoạt động thanh toán thẻ</b> .....	<b>22</b>
1.6.1 Rủi ro trong phát hành .....	23
1.6.2 Rủi ro trong thanh toán .....	24
<b>1.7. Hoạt động thanh toán thẻ trên thế giới</b> .....	<b>25</b>
1.7.1. Hoạt động hiện tại.....	25
1.7.2. Xu h- ớng phát triển dịch vụ thẻ trên thế giới .....	28
<b>CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI</b> .....	<b>30</b>
<b>NGÂN HÀNG NGOẠI THƯƠNG HÀ NỘI (VCB HN)</b> .....	<b>30</b>
<b>2.1. Tổng quan về Ngân hàng Ngoại th- ong Hà Nội</b> .....	<b>30</b>
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng Ngoại th- ong Hà Nội .....	30
2.1.2. Hoạt động kinh doanh trong vài năm gần đây .....	34
2.1.2.1. Công tác điều hành vốn .....	35
2.1.2.2. Các hoạt động kinh doanh chủ yếu .....	37



<b>2.2</b>	<b>Thực trạng hoạt động thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại th- ơng Hà Nội trong vài năm gần đây .....</b>	<b>44</b>
2.2.1.	Quy trình phát hành thẻ tại Ngân hàng Ngoại th- ơng Hà Nội .....	45
2.2.1.1.	Quy trình phát hành thẻ tín dụng quốc tế .....	46
2.2.1.2.	Quy trình phát hành thẻ Connect 24 .....	48
2.2.2.	Quy trình thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại th- ơng Hà Nội .....	49
2.2.2.1.	Quy trình thanh toán thẻ tín dụng quốc tế .....	49
2.2.2.2.	Quy trình thanh toán thẻ Connect 24 .....	51
2.2.3.	Thực trạng hoạt động thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại th- ơng Hà Nội trong vài năm gần đây .....	52
2.2.3.1.	Về công tác phát hành thẻ .....	52
2.2.3.2.	Về công tác thanh toán thẻ .....	53
<b>2.3</b>	<b>Đánh giá về hoạt động thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại th- ơng Hà Nội .....</b>	<b>56</b>
2.3.1.	Những thuận lợi .....	56
2.3.2.	Những khó khăn .....	58
<b>CHƯƠNG 3: PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG THANH TOÁN THẺ TẠI</b>		
<b>NGÂN HÀNG NGOẠI THƯƠNG HÀ NỘI TRONG THỜI GIAN TỚI</b>		
<b>3.1.</b>	<b>Định hướng phát triển hoạt động thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại th- ơng Hà Nội .....</b>	<b>60</b>
3.1.1.	Đối với nghiệp vụ phát hành thẻ .....	61
3.1.2.	Đối với nghiệp vụ thanh toán thẻ .....	62
3.1.3.	Về tổ chức, con người .....	62
3.1.4.	Về công nghệ, kỹ thuật .....	63
<b>3.2.</b>	<b>Giải pháp phát triển hoạt động thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại th- ơng Hà Nội trong thời gian tới .....</b>	<b>63</b>
3.2.1.	Giải pháp về kỹ thuật công nghệ .....	63
3.2.2.	Giải pháp về con người .....	63
3.2.3.	Giải pháp về hoạt động Marketing .....	64
3.2.3.1.	Lựa chọn thị trường mục tiêu .....	64
3.2.3.2.	Đa dạng các hình thức thẻ, phù hợp với điều kiện Việt Nam .....	66
3.2.3.3.	Đẩy mạnh công tác quảng cáo, giới thiệu dịch vụ thẻ .....	68
3.2.3.4.	Đẩy mạnh công tác phân phối và khuyến khích việc mở tài khoản cá nhân tại ngân hàng .....	69
3.2.4.	Giải pháp nhằm mở rộng mạng lưới cơ sở chấp nhận thẻ .....	69
3.2.5.	Giải pháp hạn chế rủi ro trong thanh toán thẻ .....	70
<b>3.3.</b>	<b>Một số kiến nghị nhằm thực hiện giải pháp phát triển hoạt động thanh toán thẻ tại Ngân hàng Ngoại th- ơng Hà Nội .....</b>	<b>71</b>
3.3.1.	Kiến nghị đối với Chính phủ .....	71

3.3.1.1. Ban hành hệ thống văn bản pháp lý bảo vệ quyền lợi của các chủ thẻ tham gia lĩnh vực thẻ.....	71
3.3.1.2. Đầu t- xây dựng cơ sở hạ tầng .....	72
3.3.1.3. Đề ra những chính sách khuyến khích hoạt động thanh toán thẻ tại Việt Nam.....	73
3.3.1.4. Tạo môi tr- ờng kinh tế xã hội ổn định .....	73
3.3.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà n- ớc.....	74
3.3.2.1. Hoàn thiện các văn bản pháp quy về thẻ .....	74
3.3.2.2. Cần có các chính sách khuyến khích mở rộng kinh doanh thẻ .	74
3.3.3. Kiến nghị đối với Ngân hàng Ngoại th- ơng Việt Nam .....	75
3.3.3.1. Cần mở rộng hoạt động Marketing.....	75
3.3.3.2. Có các chính sách thu hút các cơ sở kinh doanh chấp nhận thanh toán thẻ của VCB.....	75
<b>KẾT LUẬN</b> .....	<b>76</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	<b>79</b>