

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG

KHOA KINH TẾ



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

CHUYÊN NGÀNH: TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

ĐỀ TÀI:

**GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG PHÁT HÀNH VÀ THANH TOÁN
THẺ TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN QUÂN ĐỘI -
CHI NHÁNH NAM ĐÀ NẴNG**

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Trần Ngọc Minh Trang

Sinh viên thực hiện : Trần Thị Kim Nguyên

MSSV : 2154020162

Lớp : 21NH2

ĐÀ NẴNG NĂM 2025

Đà Nẵng, ngày 19 tháng 5 năm 2025

NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Năm học: 2024 - 2025

1. Thông tin sinh viên thực hiện

- Họ và tên sinh viên: Trần Thị Kim Nguyên
- Chuyên ngành: Tài Chính - Ngân Hàng
- Trình độ đào tạo: Đại học
- Khóa học: 2021 - 2025

2. Tên đề tài Khóa luận tốt nghiệp

GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG PHÁT HÀNH VÀ THANH TOÁN THẺ TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH NAM ĐÀ NẴNG

3. Các số liệu ban đầu thực hiện Khóa luận tốt nghiệp.

- Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn (2022 - 2024)
- Tình hình sử dụng vốn tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn (2022 - 2024)
- Kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn (2022 - 2024)

4. Các bảng biểu

- Bảng biểu, hình vẽ và đồ thị xem tại danh mục các bảng biểu và hình vẽ, đồ thị của khóa luận.

5. Cán bộ hướng dẫn:

- Tên cán bộ hướng dẫn chính: Thạc sĩ Trần Ngọc Minh Trang, giảng viên khoa kinh tế, Trường Đại học học Kiến Trúc Đà Nẵng.

5. Ngày giao nhiệm vụ làm Khóa luận tốt nghiệp: 10/02/2025

6. Ngày sinh viên phải hoàn thành khóa luận: 19/5/2025

....., Ngày tháng..... năm 2025

Sinh viên thực hiện

(Ký và ghi rõ họ tên)

Giảng viên hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan rằng khoá luận tốt nghiệp này là công trình nghiên cứu của riêng em, được thực hiện dựa trên sự hướng dẫn tận tình của Thạc sĩ Trần Ngọc Minh Trang . Các số liệu, tài liệu, và kết quả nghiên cứu được trình bày trong khóa luận là trung thực và chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác. Em cũng xin cam kết rằng mọi sự trích dẫn trong khoá luận đều tuân thủ các quy định pháp luật và quy định của nhà trường về đạo đức học thuật. Nếu có bất kỳ sai sót hoặc dấu hiệu vi phạm nào được phát hiện, em xin hoàn toàn chịu trách nhiệm trước pháp luật và trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng.

Tên sinh viên

Trần Thị Kim Nguyên

LỜI CẢM ƠN

Suốt thời gian học tập và rèn luyện tại trường ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG. Bản thân em đã tiếp thu được những kiến thức cũng như các nghiệp vụ chuyên môn của ngành Tài chính - Ngân hàng. Với kiến thức đã được học kết hợp với quá trình thực tập tại Ngân hàng Thương mại cổ phần quân đội - Chi nhánh Nam Đà Nẵng. Em nhận thấy rằng giữa lý thuyết và thực tiễn còn có một khoảng cách nhất định. Do đó bản thân em cần phải tích lũy và trau dồi thêm kiến thức để vận dụng vào thực tế .

Trong suốt quá trình thực tập nghiên cứu và hoàn thành đề tài của mình, em đã may mắn nhận được sự quan tâm và giúp đỡ tận tình của cá nhân, tập thể trong và ngoài trường.

Nhân dịp này, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến Quý thầy cô giáo khoa Kinh tế - Ngành Tài chính – Ngân hàng cùng toàn thể Quý thầy cô và Ban giám hiệu trường Đại học Kiến trúc đà nẵng đã tận tình giảng dạy, trang bị kiến thức cho em trong suốt quá trình học tập và thực tập vừa qua. Đặc biệt, em xin chân thành cảm ơn Cô giáo hướng dẫn Trần Ngọc Minh Trang đã tận tình hướng dẫn, động viên và giúp đỡ em hoàn thành khóa luận tốt nghiệp này. Em cũng xin gửi lời cảm ơn chân thành tới các anh chị trong Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội, Chi nhánh Nam Đà Nẵng, đặc biệt là anh Bùi Hữu Cao Nam phòng Khách hàng cá nhân đã nhiệt tình giúp đỡ, tạo mọi điều kiện để em hoàn thành tốt quá trình thực tập, tiếp thu được nhiều kinh nghiệm chuyên môn lẫn thực tế.

Cuối cùng em xin chúc quý thầy cô Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng cùng toàn thể ban lãnh đạo và các Cán bộ nhân viên trong Ngân hàng TMCP Quân đội có sức khỏe dồi dào và công tác tốt.

NHẬN XÉT CỦA NGÂN HÀNG THỰC TẬP

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Đà Nẵng, ngày..... tháng..... Năm.....

Giám đốc

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Đà Nẵng, Ngày.... tháng..... năm.....

GVHD

Mục Lục

LỜI CẢM ƠN	I
NHẬN XÉT CỦA NGÂN HÀNG THỰC TẬP	II
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	III
DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU	VIII
DANH MỤC HÌNH VẼ	VIII
DANH MỤC ĐỒ THỊ, SƠ ĐỒ	IX
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	X
LỜI MỞ ĐẦU	XII
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG PHÁT HÀNH VÀ THANH TOÁN THẺ TÍN DỤNG CỦA NHTM.....	1
1.1 Ngân hàng thương mại và các hoạt động của ngân hàng thương mại:	
1	
1.1.1 Khái niệm về ngân hàng thương mại:	1
1.1.2 Các hoạt động của ngân hàng thương mại:	1
1.1.2.1 Hoạt động huy động vốn	1
1.1.2.2 Hoạt động cấp tín dụng.....	1
1.1.2.3 Hoạt động dịch vụ thanh toán và ngân quỹ	1
1.1.2.4 Các hoạt động khác.....	2
1.2 Khái quát về hoạt động phát hành và thanh toán tín dụng của NHTM	
2	
1.2.1 Khái niệm và phân loại thẻ tín dụng:	2
1.2.2 Đặc điểm của thẻ tín dụng	4
1.2.3 Khái niệm về hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng	5
1.2.4 Các chủ thể tham gia trong quá trình phát hành và thanh toán thẻ tín dụng:	6
1.2.5 Lợi ích của thẻ tín dụng đối với các chủ thể và nền kinh tế	8
1.2.6 Nghiệp vụ thanh toán và phát hành thẻ tín dụng tại các NHTM	
12	

1.2.7 Các chỉ tiêu đánh giá tình hình hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng.....	18
1.2.8 Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng	21
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG PHÁT HÀNH VÀ THANH TOÁN THẺ TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH NAM ĐÀ NẴNG.....	26
2.1 Tổng quan về Ngân hàng TMCP Quân đội:	26
2.1.1 Giới thiệu tổng quan về Ngân hàng TMCP Quân đội:	26
2.1.2 Quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Quân đội:	27
2.2 Tổng quan về Ngân Hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng:....	30
2.2.1 Quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng	30
2.2.2 Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Quân Đội - chi nhánh Nam Đà Nẵng.....	31
2.2.3 Chức năng của MB chi nhánh Nam Đà Nẵng:	34
2.2.4 Nhiệm vụ của MB chi nhánh Nam Đà Nẵng:	36
2.2.5 Kết quả kinh doanh của MB chi nhánh Nam Đà Nẵng trong giai đoạn từ năm 2022-2024	37
2.3 Giới thiệu chung về hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội	49
2.3.1. Giới thiệu chung về thẻ tín dụng MB BANK:	49
2.3.2 Thực trạng hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại NHTMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng:	60
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....	81
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN VÀ ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG PHÁT HÀNH VÀ THANH TOÁN THẺ TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI- CHI NHÁNH NAM ĐÀ NẴNG .	82
3.1. Định hướng hoạt động chung của Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng:.....	82

3.2 Định hướng phát triển hoạt động thanh toán và phát hành thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng.....	83
3.3 Các giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng:.....	84
3.3.1 Cập nhật hệ thống công nghệ tại chi nhánh, đảm bảo ổn định giao dịch	84
3.3.2 Mở rộng mạng lưới chấp nhận thanh toán và tích cực bảo trì, bảo dưỡng hệ thống máy Pos tại các ĐVCNT	85
3.3.3 Đề xuất với MB hội sở nâng cao năng lực xử lý khiếu nại giao dịch	86
3.3.4 Cải thiện hoạt động phát hành thẻ.....	87
3.3.5 Nói lỏng và linh hoạt hơn trong công tác xét duyệt thẻ tại MB chi nhánh Nam Đà Nẵng	87
3.3.6 Đẩy mạnh công tác, truyền thông và quảng bá sản phẩm thẻ tín dụng	88
3.3.7 Phát triển nguồn nhân lực và nâng cao kinh nghiệm phát hành thẻ ..	89
3.4 Một số kiến nghị nhằm thực hiện giải pháp phát triển hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng.....	90
3.4.1 Kiến nghị đối với Ngân hàng TMCP Quân đội (MB Hội sở)	90
3.4.2 Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước	93
3.4.3 Kiến Nghị đối với Chính phủ.....	94
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.....	96
KẾT LUẬN	97
TÀI LIỆU THAM KHẢO	98

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1	Tình hình huy động vốn của ngân hàng TMCP Quân đội Chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024	44
Bảng 2.2	Tình hình hoạt động cho vay của Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024	49
Bảng 2.3	Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024	54
Bảng 2.3.1	Tình hình phát hành thẻ tín dụng của MB Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024	72
Bảng 2.3.2	Số lượng thẻ tín dụng hoạt động trên số lượng thẻ phát hành của MB chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024	73
Bảng 2.3.3	Tình hình phát hành các loại thẻ tín dụng theo từng loại của MB Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024	76
Bảng 2.3.4	Tình hình doanh số thanh toán thẻ tín dụng tại MB Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024	78
Bảng 2.3.5	Thu nhập từ hoạt động phát hành thẻ tín dụng của MB chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024	81

DANH MỤC HÌNH VẼ

Hình 1.1	Logo chung của Ngân hàng TMCP Quân đội	31
Hình 2.3.1	Các loại thẻ tín dụng Quốc tế MB Visa	57
Hình 2.3.2	Thẻ tín dụng Quốc tế MB JCB	63
Hình 2.3.3	Thẻ MB Visa/ JCB Modern Youth	64
Hình 2.3.4	Thẻ đa năng MB Hi collection	66
Hình 2.3.5	Thẻ tín dụng Quốc tế MB Priceless World Elite Mastercard	67

DANH MỤC ĐỒ THỊ, SƠ ĐỒ

Đồ thị 2.3.3	Thị phần thẻ tín dụng tại các Ngân hàng ở Việt Nam (ước tính)	92
Sơ đồ 1.2.1	Quy trình phát hành thẻ	14
Sơ đồ 1.2.2	Quy trình nghiệp vụ thanh toán thẻ	16
Sơ đồ 2.2	Các phòng ban tại MB - Chi nhánh Nam Đà Nẵng	36
Sơ đồ 2.3.1	Quy trình phát hành thẻ tín dụng quốc tế của ngân hàng TMCP Quân đội	69
Sơ đồ 2.3.2	Quy trình thanh toán thẻ tín dụng quốc tế của MB	70

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

STT	Viết tắt	Từ viết tắt
1	MB	Ngân hàng thương mại cổ phần Quân đội
2	TMCP	Thương mại cổ phần
3	TCTD	Tổ chức tín dụng
4	NHPH	Ngân hàng phát hành
5	CSCNT	Cơ sở chấp nhận thẻ
6	TDQT	Tín dụng quốc tế
7	NHTT	Ngân hàng thanh toán
8	ĐVCNT	Đơn vị chấp nhận thẻ
9	CNPH	Chi nhánh phát hành
10	CNTT	Công nghệ thông tin
11	NHDL	Ngân hàng đại lý
12	NHNN	Ngân hàng Nhà nước
13	TTT	Trung tâm thẻ
14	HCNS	Hành chính nhân sự
15	KH	Khách hàng
16	VND	Việt Nam đồng

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài:

Trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam đang trên đà phát triển mạnh mẽ, Việt Nam đã và đang gia nhập vào thị trường khu vực và thế giới, thiết lập được mối quan hệ quốc tế trên nhiều lĩnh vực và đạt được nhiều thành tựu đáng kể. Môi trường kinh doanh quốc tế đang phát triển đòi hỏi sự cạnh tranh, hội nhập gay gắt đối với các doanh nghiệp trong nước và các ngân hàng trong nước cũng không phải là một ngoại lệ. Để giải quyết bài toán đó, các ngân hàng phải tìm cách hoạt động hiệu quả hơn để vừa mang lại lợi nhuận tối ưu cho ngân hàng, vừa giúp ngân hàng kịp thích ứng với môi trường kinh tế năng động và cạnh tranh hiện nay. Với sự phát triển đó, nhu cầu giao dịch không dùng tiền mặt ngày càng phổ biến, các quan hệ trao đổi mua bán hàng hóa dịch vụ từng bước phát triển cả về số lượng và chất lượng. Thẻ tín dụng đã trở thành một phương tiện thanh toán tiện lợi, an toàn và hiệu quả. Đặc biệt, tại Việt Nam, Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước đang tích cực thúc đẩy thanh toán không tiền mặt nhằm hiện đại hóa hệ thống tài chính và tăng cường minh bạch trong nền kinh tế. Ngân hàng TMCP Quân Đội (MB) là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần hàng đầu tại Việt Nam, với chiến lược mở rộng thị phần thẻ tín dụng nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng và thanh toán của khách hàng. Tuy nhiên, tại chi nhánh Nam Đà Nẵng, hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng vẫn còn gặp một số thách thức như mức độ nhận diện thương hiệu, sự cạnh tranh từ các ngân hàng khác, cũng như thói quen tiêu dùng tiền mặt của người dân. Với những lý do trên, tôi đã chọn đề tài “Giải pháp đẩy mạnh hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng” làm đề tài khóa luận. Đề tài sẽ giúp đánh giá thực trạng hoạt động thẻ tín dụng tại chi nhánh, xác định các yếu tố ảnh hưởng, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả phát hành và thanh toán thẻ tín dụng trong thời gian tới.

* Mục tiêu nghiên cứu:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận về hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng của ngân hàng thương mại.
- Tìm hiểu quá trình phát hành và thanh toán thẻ tín dụng của Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng

- Phát hiện những mặt mạnh và thiếu sót còn tồn tại trong quá trình phát hành và thanh toán thẻ tín dụng.

- Đề ra những giải pháp cho quá trình phát hành và thanh toán thẻ hoạt động tốt hơn.

* Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

- Phạm vi: tập trung phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng trong giai đoạn từ năm 2022-2024

- Đối tượng: hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng

* Phương pháp nghiên cứu:

Trên cơ sở kiến thức học ở trường, kiến thức tích lũy trong thời gian thực tập và qua tìm hiểu trên mạng, em sử dụng một số phương pháp sau đây trong việc nghiên cứu đề tài:

- Nghiên cứu các tài liệu về quy trình phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại MB Chi Nhánh Nam Đăng

- Phân tích báo cáo tài chính của Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn năm 2022-2024.

- Sử dụng các phương pháp thống kê toán học, định lượng, dự báo, so sánh.

* Bố cục chuyên đề

Chuyên đề gồm 3 chương:

- Chương 1: Tổng quan về hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng của NHTM

- Chương 2: Thực trạng phát hành và thanh toán thẻ tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024

- Chương 3: Giải pháp đẩy mạnh hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG PHÁT HÀNH VÀ THANH TOÁN THẺ TÍN DỤNG CỦA NHTM

1.1 Ngân hàng thương mại và các hoạt động của ngân hàng thương mại:

1.1.1 Khái niệm về ngân hàng thương mại:

Theo Peter S.Rose: Ngân hàng thương mại là loại hình tổ chức tài chính cung cấp một danh mục các dịch vụ tài chính đa dạng nhất – đặc biệt là tín dụng, tiết kiệm và dịch vụ thanh toán và thực hiện nhiều chức năng tài chính nhất so với bất kỳ một tổ chức kinh doanh nào trong nền kinh tế,

Theo Điều 4 Luật Tổ chức tín dụng (2010) ở Việt Nam định nghĩa:

Ngân hàng thương mại là loại hình ngân hàng được thực hiện tất cả các hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác theo quy định của Luật này nhằm mục tiêu lợi nhuận. (Điều 4 Luật các TCTD 47/2010/QH12)

Như vậy, NHTM là tổ chức được thành lập theo quy định của pháp luật, kinh doanh trong lĩnh vực tiền tệ, với hoạt động thường xuyên là nhận tiền gửi dưới nhiều hình thức khác nhau và sử dụng số tiền này để cấp tín dụng, cung ứng dịch vụ thanh toán cho các chủ thể trong nền kinh tế, nhằm mục tiêu lợi nhuận.

1.1.2 Các hoạt động của ngân hàng thương mại:

1.1.2.1 Hoạt động huy động vốn

Nhận tiền gửi của tổ chức, cá nhân và các tổ chức tín dụng khác dưới hình thức tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và các loại tiền gửi khác. Phát hành chứng chỉ tiền gửi, trái phiếu và giấy tờ có giá khác để huy động vốn của tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước. Vay vốn của tổ chức tín dụng khác. Vay vốn ngắn hạn của Ngân hàng Nhà nước. Các hình thức huy động vốn khác theo quy định của Ngân hàng Nhà nước.

1.1.2.2 Hoạt động cấp tín dụng

Ngân hàng thương mại được cấp tín dụng cho tổ chức, cá nhân dưới các hình thức cho vay, chiết khấu, bảo lãnh, cho thuê tài chính và các hình thức khác theo quy định của Ngân hàng Nhà nước như bao thanh toán tài trợ nhập khẩu, tài trợ xuất khẩu, cho vay thấu chi, cho vay theo hạn mức tín dụng và hạn mức tín dụng dự phòng...

1.1.2.3 Hoạt động dịch vụ thanh toán và ngân quỹ

Để thực hiện được các dịch vụ thanh toán giữa các doanh nghiệp thông qua ngân hàng, ngân hàng thương mại được mở tài khoản cho khách hàng. Để thực hiện thanh toán giữa các ngân hàng với nhau thông qua Ngân hàng Nhà nước, ngân hàng thương mại phải mở tài khoản tiền gửi tại Ngân hàng Nhà nước nơi ngân hàng thương mại đặt trụ sở chính và duy trì tại đó số dư tiền gửi dự trữ bắt buộc theo quy định. Ngoài ra, chi

nhánh của ngân hàng thương mại được mở tài khoản tiền gửi tại chi nhánh Ngân hàng Nhà nước tỉnh thành phố nơi đặt trụ sở của chi nhánh. Hoạt động dịch vụ thanh toán và ngân quỹ của ngân hàng thương mại bao gồm các hoạt động sau:

- Cung cấp phương tiện thanh toán
- Thực hiện các dịch vụ thanh toán cho khách hàng
- Thực hiện dịch vụ thu hộ chi hộ
- Thực hiện các dịch vụ thanh toán khác theo quy định của Ngân hàng Nhà nước - Thực hiện dịch vụ thu và phát tiền mặt cho khách hàng.
- Tổ chức hệ thống thanh toán nội bộ và tham gia hệ thống thanh toán liên ngân hàng trong nước

1.1.2.4 Các hoạt động khác

Ngoài các hoạt động truyền thống bao gồm huy động tiền gửi, cấp tín dụng và cung cấp dịch vụ thanh toán và ngân quỹ, ngân hàng thương mại còn có thể thực hiện một số hoạt động khác như:

* Góp vốn mua cổ phần

Ngân hàng thương mại được dùng vốn điều lệ và quỹ dự trữ để góp vốn, mua cổ phần của các doanh nghiệp và các tổ chức tín dụng khác trong nước theo quy định của pháp luật. Ngoài ra, ngân hàng thương mại còn được góp vốn, mua cổ phần và liên doanh với ngân hàng nước ngoài để thành lập ngân hàng liên doanh.

* Tham gia thị trường tiền tệ

Ngân hàng thương mại được tham gia thị trường tiền tệ, theo quy định của Ngân hàng Nhà nước, thông qua các hình thức mua bán các công cụ của thị trường tiền tệ.

* Kinh doanh ngoại hối

* Ủy thác và nhận ủy thác

* Tư vấn tài chính

1.2 Khái quát về hoạt động phát hành và thanh toán tín dụng của NHTM

1.2.1 Khái niệm và phân loại thẻ tín dụng:

1.2.1.1 Khái niệm:

Theo các Ngân hàng định nghĩa: Thẻ tín dụng (credit card) là thẻ cho phép chủ thẻ thực hiện giao dịch thẻ trong phạm vi hạn mức tín dụng đã được cấp theo thỏa thuận với tổ chức phát hành thẻ.

1.2.1.2 Phân loại:

Các loại thẻ tín dụng được phân theo rất nhiều tiêu chí khác nhau. Mỗi tiêu chí, mỗi loại thẻ cụ thể sẽ có những đặc điểm và phù hợp với từng đối tượng nhất định. Sau đây là các loại thẻ tín dụng phổ biến:

a) Phân loại thẻ tín dụng theo phạm vi sử dụng:

Phạm vi sử dụng thẻ sẽ quyết định rất lớn tới việc chi tiêu của chủ sở hữu. Có 2 loại thẻ tín dụng chính khi chia theo phạm vi sử dụng là:

- Thẻ tín dụng nội địa: Là loại thẻ khách hàng được thực hiện giao dịch phạm vi ở trong nước.

- Thẻ tín dụng quốc tế: Là loại thẻ khách hàng được thực hiện giao dịch ở tất cả các quốc gia trên thế giới.

b) Phân loại thẻ tín dụng theo chủ thể sử dụng

Chủ thể có thể là một cá nhân hoặc tập thể, tổ chức. Các ngân hàng đã triển khai thẻ tín dụng để đáp ứng cho 2 đối tượng chủ thể này.

- Thẻ tín dụng doanh nghiệp: Là loại thẻ cấp cho các tổ chức, công ty có nhu cầu sử dụng và dùng nguồn tiền của tổ chức để thanh toán tín dụng.

- Thẻ tín dụng cá nhân: Thẻ được phát hành cho cá nhân và việc chi tiêu, thanh toán sẽ do cá nhân thực hiện.

c) Phân loại thẻ tín dụng theo thương hiệu

Thương hiệu thẻ thường sẽ quyết định tới phạm vi sử dụng thẻ. Hiện nay thẻ tín dụng có 4 thương hiệu chính sau:

- Thẻ tín dụng Visa: Đây là loại thẻ phổ biến, do tổ chức Visa International Service Association - một công ty dịch vụ tài chính đa quốc gia tại Hoa Kỳ phát hành và có mạng lưới thanh toán trên toàn cầu. Loại thẻ này có mặt tại 190 quốc gia trên thế giới và sử dụng nhiều mục đích như rút tiền, thanh toán tại các điểm chấp nhận thẻ Visa.

- Thẻ tín dụng Mastercard: là loại thẻ sử dụng thanh toán quốc tế và do công ty Mastercard Worldwide của Mỹ liên kết với nhiều ngân hàng phát hành. Thẻ này được sử dụng trên toàn cầu nhưng ưa chuộng hơn ở Châu Mỹ.

- Thẻ tín dụng JCB: Đây là loại thẻ thanh toán quốc tế được phát hành từ Nhật Bản. Thẻ tín dụng JCB (Japan Credit Bureau) hiện có mặt tại hơn 190 quốc gia và cũng có tại Việt Nam.

d) Phân loại thẻ tín dụng theo mục đích sử dụng

Nhằm mang lại cho khách hàng nhiều ưu đãi, lợi ích lớn thì các ngân hàng sẽ phân loại thẻ tín dụng theo tiêu chí mục đích sử dụng. Sau đây là các loại thẻ tín dụng theo mục đích sử dụng để khách hàng lựa chọn cho phù hợp.

- Thẻ tín dụng hoàn tiền

Thẻ tín dụng hoàn tiền là một loại thẻ có tính năng hoàn lại một phần tiền nhất định dựa trên khoản mà khách hàng đã chi tiêu, thanh toán. Đây là một trong những loại thẻ ưu đãi hấp dẫn mà rất nhiều khách hàng lựa chọn sử dụng.

- Thẻ tín dụng tích điểm

Là thẻ mà sau khi thực hiện chi tiêu một số tiền nhất định khách hàng sẽ được tính ra điểm thưởng và từ số điểm thưởng tích lại được quy đổi thành quà tặng hoặc các voucher hấp dẫn.

- Thẻ tín dụng du lịch

Thẻ tín dụng du lịch là loại thẻ sử dụng cho các khách hàng có nhu cầu, sở thích “vi vu” khám phá các vùng đất mới. Khi chi tiêu cho mục đích này khách hàng sẽ được tích lũy dặm bay và đổi thành nhiều phần quà ưu đãi lớn.

- Thẻ tín dụng rút tiền

Là loại thẻ phục vụ cho mục đích rút tiền tại ATM. Thẻ tín dụng rút tiền giúp khách hàng rút tiền với mức phí ưu đãi hơn so với các thẻ tín dụng khác.

- Thẻ tín dụng đồng thương hiệu

Là sự kết hợp giữa ngân hàng và các thương hiệu lớn để khách hàng được “nhân đôi” ưu đãi khi sử dụng thẻ tín dụng. Ví dụ: Khi ngân hàng kết hợp cùng với các hãng hàng không như Vietnam Airlines sẽ đem lại cho khách hàng ưu đãi tích lũy dặm bay khi chi tiêu bằng thẻ tín dụng.

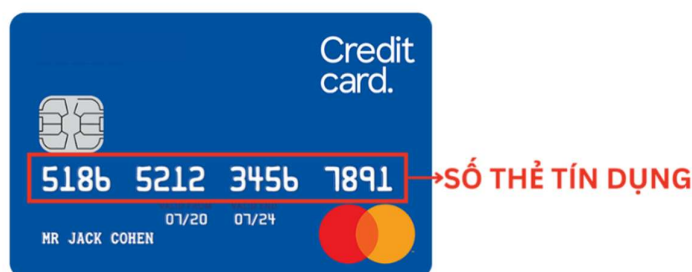
- Thẻ tín dụng đặc quyền

Đúng như tên gọi, thẻ tín dụng đặc quyền mang đến cho chủ sở hữu thẻ nhiều ưu đãi độc quyền, cực hấp dẫn xứng tầm quốc tế từ ngân hàng phát hành.

1.2.2 Đặc điểm của thẻ tín dụng

Trên mặt thẻ có các thông tin như sau: Tên chủ thẻ, tên NHPH, số thẻ, thời hạn sử dụng và nhãn hiệu thương mại. Phần lớn các loại thẻ hiện nay được làm bằng nhựa cứng (plastic), có kích cỡ 84mm x 54mm x 0,76mm, có góc tròn gồm hai mặt:

- Mặt trước thẻ:



Tên, biểu tượng thẻ tín dụng của NHPH thẻ: Biểu tượng được in nổi bằng kỹ thuật laser hiện đại, được NHPH thẻ thiết kế nổi bật, sinh động mang đặc điểm của từng ngân hàng và được xem là yếu tố chống giả mạo.

Số thẻ: Được in dập nổi lên trên thẻ, mỗi chủ thẻ có một số thẻ riêng biệt. Số thẻ thường có từ 13 đến 16 số, 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: đây là thời hạn lưu hành của thẻ, ngày hiệu lực được in dập nổi, thường có dạng dd/mm/yy hay mm/yy. Nếu quá hiệu lực thẻ sẽ không còn giá trị.

Họ và tên chủ thẻ, ngoài ra mặt trước thẻ có thể có ảnh của chủ thẻ và vài chi tiết đặc biệt của từng loại thẻ.

- Mặt sau của thẻ bao gồm:



Dãy băng từ có màu đen dùng để lưu trữ những thông tin quan trọng như: Số thẻ, ngày hiệu lực, tên chủ thẻ, tên NHPH, mã số PIN (Personal Identification Number – mã số riêng của từng chủ thẻ để thực hiện giao dịch)

Dưới dãy băng từ là phân chữ ký của khách hàng, không thể sửa đổi hay tẩy xóa.

Số CVV/CVC/CVV2: được sử dụng trong các giao dịch thanh toán trực tuyến.

1.2.3 Khái niệm về hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng

- Phát hành thẻ tín dụng là quá trình ngân hàng hoặc tổ chức tài chính cung cấp thẻ tín dụng cho khách hàng dựa trên điều kiện xét duyệt tín dụng. Khi phát hành thẻ, ngân hàng cấp cho khách hàng một hạn mức tín dụng để chi tiêu trước và hoàn trả sau theo các điều kiện đã thỏa thuận.

- Thanh toán thẻ tín dụng là quá trình khách hàng sử dụng thẻ để thực hiện giao dịch và hoàn trả số tiền đã chi tiêu theo quy định của ngân hàng phát hành.

1.2.4 Các chủ thể tham gia trong quá trình phát hành và thanh toán thẻ tín dụng:

1.2.4.1 Tổ chức thẻ quốc tế

Là tổ chức đứng ra liên kết các thành viên, đặt ra quy định bắt buộc đối với các thành viên, hoạt động thống nhất thành một hệ thống toàn cầu. Bất cứ ngân hàng nào hiện nay hoạt động trong lĩnh vực thẻ quốc tế đều phải gia nhập vào ít nhất một tổ chức thẻ quốc tế. Tổ chức thẻ quốc tế được tổ chức dưới hai hình thức: Hiệp hội và ngân hàng (hay công ty).

Hình thức hiệp hội: do một nhóm ngân hàng liên kết với nhau thành lập ra. Hiệp hội soạn thảo ra qui định riêng về cách tổ chức, cấp phép, bù trừ, thanh toán áp dụng cho tất cả các thành viên của hiệp hội, đồng thời tổ chức về vấn đề cạnh tranh trên thị trường và vấn đề pháp lý. Hiệp hội không trực tiếp phát hành thẻ mà giao cho các thành viên và thu phí thường niên. Điển hình của loại hình này là tổ chức thẻ Visa và Masters.

Hình thức ngân hàng (hay công ty): do một hoặc hai ngân hàng hay công ty đứng ra tổ chức và độc quyền phát hành loại thẻ của họ. Họ trực tiếp phát hành và quản lý thẻ, do vậy phạm vi hoạt động thường nhỏ hơn so với hình thức hiệp hội. JCB và American Express là điển hình của hình thức tổ chức này.

1.2.4.2 Ngân hàng phát hành thẻ

Là thành viên chính thức của tổ chức thẻ và được cấp phép phát hành thẻ. Ngân hàng có trách nhiệm tiếp nhận, xử lý hồ sơ xin cấp thẻ, thiết kế các yêu cầu kỹ thuật, mật mã ký hiệu cho các loại thẻ để đảm bảo an toàn cho quá trình sử dụng thẻ, sau đó phát hành thẻ cho khách hàng, mở và quản lý tài khoản thẻ. Cụ thể, ngân hàng phát hành chịu trách nhiệm:

- Thanh toán ngay số tiền trên hoá đơn do ngân hàng đại lý chuyển đến khi ngân hàng này thực hiện đúng thủ tục do ngân hàng phát hành qui định.
- Đăng ký các thẻ vào danh sách đen để bảo cho ngân hàng đại lý và cơ sở tiếp nhận.
- Cấp phép cho các thương vụ thanh toán vượt hạn mức thông qua trung tâm dữ liệu.
- Khấu trừ trực tiếp vào tài khoản chủ thẻ đối với thẻ ghi nợ.

- Từng kỳ lập bảng sao kê ghi rõ các khoản cụ thể đã sử dụng và yêu cầu thanh toán đối với thẻ tín dụng.
- Hoàn lại tiền ký quỹ nếu chủ thẻ không sử dụng hết đối với thẻ tiền mặt.
- Cung cấp các vật dụng dùng vào mục đích quảng cáo thẻ (giấy quảng cáo, biểu quảng cáo).

1.2.4.3 Chủ thẻ:

Chủ thẻ là người có tên trên thẻ, được ngân hàng phát hành thẻ cho phép sử dụng thẻ để thanh toán tiền hàng hoá, dịch vụ thay tiền mặt theo hạn mức được cấp trên thẻ. Ngoài ra chủ thẻ có thể sử dụng thẻ để rút tiền mặt tại các máy rút tiền tự động hoặc các NH đại lý. Chủ thẻ có thể là một cá nhân riêng lẻ, hoặc đại diện cho một công ty hay tổ chức nào đó có nhu cầu sử dụng thẻ thanh toán. Chủ thẻ phải trả phí cho ngân hàng phát hành thẻ.

Một chủ thẻ có thể yêu cầu cấp thêm thẻ phụ cho người thân. Chủ thẻ chính và chủ thẻ phụ cũng sử dụng chung một tài khoản thẻ với hạn mức tín dụng mà ngân hàng cấp cho chủ thẻ chính. Giao dịch của chủ thẻ chính và chủ thẻ được thể hiện trên cùng một sao kê và được gửi cho chủ thẻ chính để thanh toán. Chủ thẻ chính là người chịu trách nhiệm cuối cùng về các khoản chi tiêu của cả chủ thẻ chính và chủ thẻ phụ. Chủ thẻ có các trách nhiệm sau:

- Bảo quản thẻ không để kẻ khác lấy cắp số hoặc lợi dụng.
- Sử dụng thẻ đúng mục đích quy định.
- Không giao thẻ hoặc mật mã thẻ cho người khác, chủ thẻ phải chịu rủi ro, không thể kiện ngân hàng phát hành thẻ khi xảy ra việc giả mạo thẻ để rút tiền
- Có trách nhiệm thanh toán, hoàn trả các khoản đã sử dụng và lãi cho ngân hàng phát hành nếu là thẻ tín dụng.
- Khi mất thẻ phải báo ngay cho NHPH thẻ (tên, địa chỉ, số series ghi ở mặt sau của thẻ) để kịp thời xử lý.

1.2.4.4 Ngân hàng thanh toán thẻ

Ngân hàng thanh toán thẻ là thành viên chính thức hoặc thành viên liên kết của tổ chức thẻ hoặc các ngân hàng phát hành thẻ, được ủy quyền thực hiện nghiệp vụ phát hành thẻ. Ngân hàng thanh toán thẻ là ngân hàng trực tiếp ký hợp đồng với các cơ sở chấp nhận thẻ, và thanh toán các chứng từ giao dịch do cơ sở chấp nhận thẻ xuất trình. Một ngân hàng vừa có thể đóng vai trò là ngân hàng phát hành thẻ vừa là ngân hàng

thanh toán thẻ. Ngoài ra còn có các ngân hàng đại lý thanh toán thẻ, làm đại lý thanh toán cho các ngân hàng thanh toán thẻ. Ngân hàng thanh toán có trách nhiệm:

- Trong phạm vi một ngày làm việc kể từ khi nhận được biên lai thanh toán, phải trả tiền vào tài khoản của cơ sở chấp nhận thẻ và khi việc thanh toán thẻ đúng qui định thì phải thanh toán ngay với trung tâm phát hành thẻ nơi ngân hàng đại lý nhận làm đại lý.
- Có trách nhiệm cung cấp các máy móc thiết bị, các hoá đơn thanh toán và bảng kê hoá đơn; các tài liệu hướng dẫn cách tiếp nhận thẻ, kiểm tra thẻ, các thông báo mới của ngân hàng đại lý nhận làm thẻ đại lý.

1.2.4.5 Cơ sở chấp nhận thẻ

Cơ sở chấp nhận thẻ là các tổ chức hay cá nhân cung ứng hàng hoá, dịch vụ chấp nhận thẻ làm phương tiện thanh toán. Các cơ sở này thông thường được ngân hàng, hoặc các tổ chức thẻ quốc tế trang bị máy móc, thiết bị chuyên dụng để thực hiện thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ bằng thẻ. Cơ sở chấp nhận thẻ có trách nhiệm:

- Chỉ chấp nhận thanh toán các thẻ đóng mẫu do ngân hàng thanh toán, Ngân hàng phát hành hay hiệp hội thẻ quy định.
- Chỉ thanh toán các thẻ đã kiểm tra đúng mật mã, và qui định về kỹ thuật an toàn của Ngân hàng đại lý và ngân hàng phát hành.
- Sau khi giao hàng hoặc cung ứng dịch vụ theo thẻ, trong phạm vi số ngày làm việc qui định phải nộp biên lai thanh toán vào ngân hàng đại lý để đòi tiền. Để quá hạn, nếu gặp rủi ro ngân hàng đại lý không chịu trách nhiệm.
- Có trách nhiệm thường xuyên trưng bày các biểu tượng của thẻ mà cơ sở chấp nhận thanh toán.

1.2.5 Lợi ích của thẻ tín dụng đối với các chủ thẻ và nền kinh tế

1.2.5.1 Lợi ích của thẻ đối với chủ thẻ

- Thứ nhất, tiết kiệm thời gian, an toàn và tiện lợi.

Đã có khá nhiều phương thức thanh toán không dùng tiền mặt xuất hiện như: séc, uỷ nhiệm chi, uỷ nhiệm thu, phương thức chuyển tiền khác nhưng đều có những nhược điểm. Ví dụ như là với séc du lịch, người phát hành sẽ phải dự đoán trước xem sẽ tiêu hết bao nhiêu và phải đến ngân hàng làm thủ tục mua séc trước chuyến đi đồng thời thanh toán tiền trước cho ngân hàng cùng với một khoản phí dù trên thực tế bạn chưa sử dụng séc này. Khi trở về nhà, nếu chưa sử dụng hết số tiền trên séc, hoặc người chủ séc phải mất thời gian hay chi phí để đến ngân hàng làm thủ tục đổi từ séc thành tiền hoặc sẽ chấp nhận rủi ro về tỷ giá khi giữ séc cho lần sử dụng sau.

Thẻ tín dụng nhờ có các ưu điểm như: chủ thẻ không cần lên kế hoạch chi tiêu trước, cũng không cần phải trả tiền trước cho ngân hàng, chủ thẻ được quyền chi tiêu trước rồi trả tiền sau việc này đơn giản hơn so với dùng séc. Khi sử dụng thẻ, chủ thẻ sẽ tiết kiệm được thời gian mua hàng cũng như thời gian chờ làm các thủ tục với séc du lịch hay tiền mặt.

- Thứ hai, cung cấp khoản tín dụng tự động, tức thời

Khi sử dụng thẻ tín dụng thì khả năng mua hàng sẽ không bị gò bó. Dù việc mua hàng có được dự tính trước hay không thì thẻ thanh toán cũng là một nguồn tín dụng tự động giúp cho các chủ thẻ khỏi phải lên ngân hàng xin vay, Người nào có tâm lý ngại đến ngân hàng xin vay sẽ đánh giá cao tiện ích này. Hơn thế nữa chủ thẻ có thể thanh toán một phần nhỏ và số còn lại chủ thẻ có thể trả sau.

- Thứ ba, chủ thẻ được hưởng nhiều dịch vụ giá trị gia tăng đi kèm

Hiện nay, các tổ chức thẻ quốc tế đang ngày càng đa dạng hóa loại hình phục vụ của mình nhằm đem lại độ thỏa dụng cao nhất cho khách hàng. Ví dụ như cung cấp dịch vụ thanh toán hóa đơn tiền điện, nước, điện thoại hoặc các dịch vụ chăm sóc sức khỏe...

1.2.5.2 Lợi ích của thẻ đối với ngân hàng phát hành thẻ

- Thứ nhất, thẻ tín dụng là phương tiện tối ưu để hấp dẫn khách hàng mới.

Trong công cuộc cạnh tranh hiện nay, ngoài cách thức thông thường như giảm lãi suất để thu hút khách hàng (một công cụ quá quen thuộc nhưng không phải lúc nào cũng thực hiện được) các ngân hàng còn cố gắng tạo ra các sản phẩm mới để thu hút khách hàng. Lĩnh vực thẻ thanh toán là một lĩnh vực mới sẽ rất phát triển trong tương lai, nếu ngân hàng nào “tiếp cận” sớm sẽ chiếm được thị phần lớn và nếu “chậm chân” thì việc gia nhập sẽ rất khó khăn. Thẻ là phương tiện tối ưu bởi vì nếu khách hàng muốn phát hành thẻ phải mở tài khoản cá nhân tại ngân hàng, khi có tài khoản tại một ngân hàng thì khách hàng hiếm khi chuyển sang một tổ chức đối thủ cạnh tranh, điều này mang lại sự trung thành của khách hàng với ngân hàng. Dựa vào tâm lý này của khách hàng lúc đó ngân hàng có thể tăng lãi suất tương đối với các khoản tín dụng thanh toán thẻ.

- Thứ hai, việc áp dụng thẻ tăng thêm thu nhập cho ngân hàng.

Thu nhập chính của ngân hàng từ thẻ tín dụng gồm: phí từ cơ sở chấp nhận thẻ, phí từ khách hàng (phí phát hành, phí thường niên, phí chậm thanh toán, phí rút tiền mặt, lãi suất cho vay hiện hành, lãi vượt hạn mức tín dụng...) và các khoản thu từ các dịch vụ ngân hàng khác, các khoản đầu tư kèm theo. Ngoài ra, kinh doanh thẻ tạo một sự “hỗ trợ chéo” mà rất có hiệu quả cho ngân hàng. Tỷ lệ lợi nhuận tương đối cao từ kinh doanh thẻ có thể dùng để bù đắp cho những hoạt động kém sinh lời lớn của ngân hàng như

kinh doanh trên tài khoản vãng lai. Bằng việc khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ tín dụng, ngân hàng sẽ thực hiện số giao dịch séc và tiền mặt ít hơn. Điều này mang lại lợi nhuận cho ngân hàng và rất nhiều lợi ích: thực hiện số giao dịch ít hơn, những thông tin thường cập nhật được cung cấp bởi các tổ chức thẻ quốc tế dưới hình thức điện tử làm cho việc ghi nợ tương ứng vào các tài khoản của khách hàng được nhanh hơn và đơn giản hơn... hoạt động của ngân hàng nhờ đó có hiệu quả hơn.

- Thứ ba, phát hành thẻ là một loại tín dụng tiêu dùng hiện đại góp phần đa dạng hóa hình thức kinh doanh của ngân hàng.

Thẻ tín dụng ra đời làm phong phú thêm các dịch vụ ngân hàng, mang đến cho ngân hàng một phương tiện thanh toán đa tiện ích thoả mãn một cách tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Không chỉ có vậy, ở các nước đang phát triển phát triển dịch vụ phát hành và thanh toán thẻ, ngân hàng có thể có thêm các dịch vụ khác song song như: đầu tư hoặc bảo hiểm cho các sản phẩm. Thông tin về dịch vụ này đã được báo đến khách hàng sử dụng thẻ cùng với sao kê hàng tháng của ngân hàng.

- Thứ tư, thẻ mở rộng khả năng hoạt động của ngân hàng trên toàn cầu.

Trở thành thành viên chính thức của một tổ chức thẻ quốc tế như Visa hay Masters, một ngân hàng nhỏ nhất trên thế giới cũng thẻ cho khách hàng một phương tiện thanh toán quốc tế có chất lượng như bất cứ đối thủ cạnh tranh lớn nào. Ngoài ra, nhờ các mối quan hệ với các tổ chức thẻ quốc tế, ngân hàng chỉ phải thực hiện duy nhất một giao dịch đó là thông qua tổ chức thẻ quốc tế, ngân hàng này chỉ phải thực hiện duy nhất một giao dịch thông qua các tổ chức ngân hàng khác có liên quan sẽ do Visa thực hiện. Sau lợi nhuận, khả năng cung cấp dịch vụ toàn cầu đem lại lợi ích lớn cho ngân hàng, tạo điều kiện cho ngân hàng tham gia vào quá trình toàn cầu hoá, hội nhập với cộng đồng quốc tế.

- Thứ năm, kinh doanh thẻ sẽ làm tăng sức mạnh thương hiệu cho ngân hàng

Có thể nói rằng lợi ích mà ngân hàng nhận được từ hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng là rất lớn. Nó không chỉ dừng lại ở thu nhập của ngân hàng mà còn là uy tín, là danh tiếng của ngân hàng. Mà trong hoạt động kinh doanh ngân hàng thì uy tín cũng như danh tiếng là điều quan trọng bậc nhất quyết định sự tồn tại, phát triển của ngân hàng cũng như khả năng cạnh tranh của ngân hàng trong tương lai.

1.2.5.3 Lợi ích của thẻ đối với cơ sở chấp nhận thẻ

- Thứ nhất, thẻ làm tăng doanh số bán hàng hóa dịch vụ và giảm chi phí bán hàng

Chấp nhận thanh toán thẻ nghĩa là cung cấp cho khách hàng một phương tiện nhanh chóng tiện lợi do vậy khả năng thu hút khách hàng sẽ tăng lên, doanh số cung ứng hàng

hoá, dịch vụ của cơ sở chấp nhận thẻ cũng tăng lên. Thẻ tín dụng tạo ra cho cơ sở chấp nhận thẻ một khả năng cạnh tranh lớn so với đối thủ khác. Môi trường văn minh, hiện đại trong giao dịch, mua bán khi thanh toán thẻ là một yếu tố quan trọng để thu hút khách hàng, đặc biệt là khách du lịch nước ngoài và nhà đầu tư. Cùng với việc tăng doanh số bán hàng là việc giảm chi phí bán hàng bởi cơ sở chấp nhận thẻ sẽ không phải trả các khoản chi phí cho việc đếm, bảo quản tiền, quản lý tài chính.

- Thứ hai, thẻ tiết kiệm thời gian, đảm bảo an toàn.

Khi giao dịch thẻ, với các thiết bị chuyển tiền điện tử tại điểm bán hàng được sử dụng ngày càng nhiều thì rất đơn giản: người ta chỉ việc đưa băng từ của thẻ qua thiết bị này, mọi thông tin của thẻ đều được nhận dạng, giao dịch được thực hiện.

Giao dịch sẽ được trả tiền ngay vào tài khoản của cơ sở chấp nhận thẻ. Ngoài ra, dù cho chưa được thanh toán ngay thì thanh toán thẻ cũng có ít nguy cơ bị mất cắp hơn so với séc hoặc tiền mặt. Một ngăn kéo đầy séc hay tiền mặt có giá trị lớn dễ là mục tiêu của nhân viên thiếu trung thực hoặc kẻ trộm hơn, nhưng cũng với số tiền như vậy để trên hoá đơn thì chẳng có ai quan tâm vì nó chẳng có ý nghĩa với ai khác ngoài cơ sở chấp nhận thẻ.

- Thứ ba, tăng vòng quay thu hồi vốn, tiền trong tài khoản được hưởng lãi. Khi dữ liệu về giao dịch thẻ đã được truyền đến ngân hàng hoặc CSCNT nộp hoá đơn thanh toán thẻ cho ngân hàng thì tài khoản của CSCNT được ghi có ngay. Số tiền này họ có thể sử dụng ngay vào mục đích quay vòng vốn hoặc là các mục đích khác. Nhanh chóng luân chuyển vốn là điểm thuận lợi hơn của thẻ so với séc, séc thường phải mất một thời gian nhất định mới được thanh toán.

1.2.5.4 Lợi ích của thẻ đối với nền kinh tế:

- Thứ nhất, giảm khối lượng tiền trong lưu thông và tăng nhanh khối lượng chu chuyển, thanh toán trong nền kinh tế.

Là một phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt, vai trò đầu tiên của thẻ tín dụng chính là giảm khối lượng tiền mặt trong lưu thông. Tại những nước phát triển, thanh toán tiêu dùng bằng thẻ chiếm tỉ trọng gần như lớn nhất trong các tổng số các phương tiện thanh toán. Nhờ vậy mà khối lượng cũng như áp lực tiền mặt trong lưu thông đã giảm đáng kể. Cũng từ đó làm giảm chi phí giao dịch (chi phí của các phương tiện thanh toán điện tử thấp hơn chi phí giao dịch tiền mặt từ 30% - 50%).

- Thứ hai, thu hút được khách du lịch và đầu tư nước ngoài.

Thanh toán thẻ là làm giảm bớt các giao dịch thủ công bằng tay, tiếp cận với một phương tiện văn minh thế giới do đó sẽ tạo ra một môi trường thương mại văn minh,

hiện đại hơn. Đây cũng là yếu tố thu hút khách du lịch và các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam.

- Thứ ba, thực hiện được các chính sách quản lý vĩ mô của nhà nước.

Trong thanh toán thẻ các giao dịch đều nằm dưới sự kiểm soát của ngân hàng. Nhờ đó mà các ngân hàng có thể dễ dàng kiểm soát được mọi giao dịch, tạo nền tảng cho công tác quản lý vĩ mô của nhà nước, thực hiện chính sách ngoại hối quốc gia. Việc sử dụng thẻ tín dụng nói riêng và thanh toán qua ngân hàng nói chung tăng tính minh bạch tài chính cho nền kinh tế, giảm trốn thuế, tham nhũng, nền kinh tế ngầm. Và thực tế hiện nay mọi chế độ, chính sách liên quan tới thẻ đều dựa trên chính sách quản lý ngoại hối của nhà nước.

1.2.6 Nghiệp vụ thanh toán và phát hành thẻ tín dụng tại các NHTM

Như đã nói ở trên, thẻ tín dụng là một phương thức thanh toán không dùng tiền mặt. Bằng các biện pháp đảm bảo như tín chấp hoặc thế chấp, khách hàng có thể phát hành thẻ tín dụng quốc tế để thanh toán hàng hoá, dịch vụ tại các điểm bán hàng có chấp nhận thẻ và rút tiền mặt.

Tổng quát nghiệp vụ kinh doanh thẻ tín dụng gồm có 3 nghiệp vụ cơ bản là phát hành, thanh toán và quản lý rủi ro.

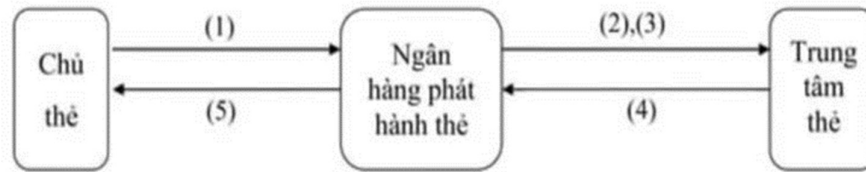
1.2.6.1 Nghiệp vụ phát hành thẻ tín dụng:

Khi phát hành thẻ TDQT cần phải căn cứ vào những quy định hiện hành của tổ chức thẻ quốc tế và luật pháp của nước sở tại. Đồng thời mỗi cơ quan quản lý việc phát hành sẽ có những quy chế riêng đòi hỏi phải tuân thủ trong quá trình phát hành. Cụ thể, thẻ tín dụng quốc tế được phát hành dựa trên cơ sở tín chấp, ký quỹ, thế chấp, và dựa trên khả năng tài chính của khách hàng.

Ngân hàng thương mại muốn được cung ứng dịch vụ thẻ phải thỏa mãn một số yêu cầu như: có năng lực tài chính, đảm bảo hệ thống trang thiết bị đủ tiêu chuẩn, có đội ngũ cán bộ đủ năng lực chuyên môn,....

Khi đã có đủ các điều kiện trên, ngân hàng thương mại mới được phép phát hành thẻ theo quy trình chung như sau:

- Quy trình phát hành thẻ



Sơ đồ 1.2.1 Quy trình phát hành thẻ của NHTM

Bước 1: Tiếp nhận hồ sơ phát hành thẻ

Khách hàng đến ngân hàng đề nghị được cấp thẻ tín dụng, khi đi có mang theo các hồ sơ cũng như giấy chứng nhận cần thiết. Đến nơi khách hàng trình giấy tờ và ký vào các văn bản mà ngân hàng yêu cầu.

Bước 2: Ngân hàng tiến hành thẩm định lại hồ sơ

Chi nhánh phát hành tiến hành xem xét lại hồ sơ được lập đúng chưa, tình hình tài chính (nếu là công ty) hay các khoản thu nhập thường xuyên của khách hàng (nếu là cá nhân), số dư trên tài khoản tiền gửi của khách hàng, mối quan hệ tín dụng với ngân hàng trước đây (nếu có). Sau khi thẩm định, ngân hàng sẽ ra quyết định chấp nhận hay từ chối phát hành.

Bước 3: Với những hồ sơ được chấp nhận, ngân hàng tiến hành phân loại khách hàng để cấp thẻ

Đối với thẻ ghi nợ, việc phát hành thẻ đơn giản vì khách hàng đã có tài khoản tại ngân hàng. Còn đối với thẻ tín dụng, ngân hàng phải tiến hành phân loại khách hàng để có chính sách tín dụng riêng.

Bước 4: Trung tâm thẻ lập hồ sơ quản lý thẻ và chuyển cho chi nhánh phát hành thẻ.

Bước 5: Ngân hàng phát hành giao thẻ cho khách hàng

Ngân hàng phát hành yêu cầu chủ thẻ ký tên và đăng ký chữ ký mẫu ở ngân hàng. Sau khi thẩm định và phân loại các khách hàng, ngân hàng ghi những thông tin cần thiết về chủ thẻ đồng thời mã hoá và ấn định mã số cá nhân (PIN) cho chủ thẻ, nhập dữ liệu về chủ thẻ vào tập tin quản lý và giao thẻ cho khách hàng.

Sau khi ngân hàng giao thẻ cho khách hàng, khách hàng được gọi là chủ thẻ, ngân hàng được gọi là ngân hàng phát hành. Trong quá trình sử dụng thẻ, chủ thẻ có quyền sử dụng thẻ để rút tiền tại các máy ATM hoặc thanh toán tiền mua hàng hóa, dịch vụ. Khi ngân hàng phát hành gửi sao kê cho chủ thẻ, chủ thẻ có quyền kiến nghị nếu có thắc mắc.

Ngân hàng phát hành phải giải đáp những thắc mắc của chủ thẻ, thanh toán tiền cho ngân hàng thanh toán, các đơn vị chấp nhận thẻ.

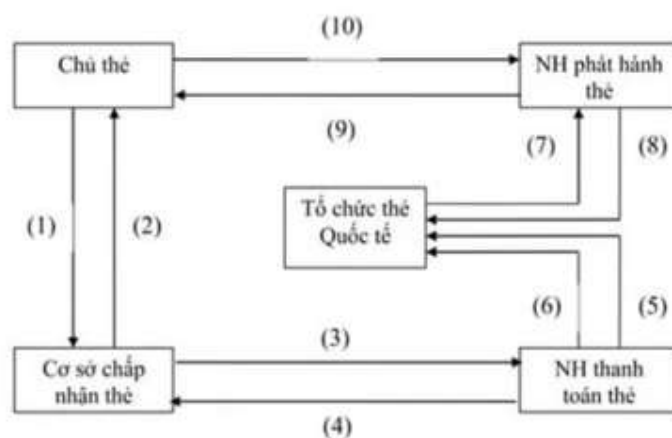
Trong trường hợp khách hàng yêu cầu phát hành lại thẻ, ngân hàng cần kiểm tra lại các chi tiết trong hồ sơ khách hàng. Việc in lại thẻ cũng giống như việc in thẻ mới.

Trong trường hợp thẻ của khách hàng hết hạn sử dụng, ngân hàng phát hành sẽ thông báo trước cho chủ thẻ. Nếu chủ thẻ yêu cầu được tiếp tục sử dụng thẻ, ngân hàng sẽ phát hành lại thẻ. Nếu chủ thẻ không có ý kiến gì, việc sử dụng thẻ sẽ mặc nhiên chấm dứt.

Sau khi kết thúc nghiệp vụ phát hành thẻ, ngân hàng phải tiến hành nghiệp vụ thanh toán thẻ vì kể từ lúc này khách hàng sử dụng thẻ trong thanh toán hoặc rút tiền mặt.

1.2.6.2 Nghiệp vụ thanh toán thẻ TDQT

Sau khi thẻ được Ngân hàng phát hành thẻ trao cho khách hàng sử dụng, qui trình thanh toán thẻ phát sinh khi chủ thẻ tiến hành mua sắm hàng hoá, dịch vụ... bằng thẻ tại các cơ sở chấp nhận thẻ, và rút tiền mặt tại máy ATM, tiếp đó các nghiệp vụ thanh toán hộ cho khách hàng giữa ngân hàng phát hành và các bên trung gian có liên quan trong thị trường thẻ, nhằm đảm bảo cuối cùng số tiền giao dịch của khách hàng được thanh toán cho cơ sở chấp nhận thẻ. Nghiệp vụ thanh toán thẻ có sự tham gia của hầu hết các thành viên của thị trường thẻ.



Sơ đồ 1.2.2 Quy trình thanh toán thẻ tại NHTM

(1) Chủ thẻ dùng thẻ để thanh toán tiền hàng hoá, dịch vụ, hoặc rút tiền mặt tại các cơ sở chấp nhận thẻ hoặc Ngân hàng đại lý.

(2) Cơ sở chấp nhận thẻ hoặc Ngân hàng đại lý khi nhận được thẻ từ khách hàng kiểm tra tính hợp lệ của thẻ, thiết lập hoá đơn thanh toán và trao hàng hoá, dịch vụ cho khách hàng.

(3) Cơ sở chấp nhận thẻ giao dịch với Ngân hàng, gửi hoá đơn thẻ cho Ngân hàng thanh toán.

(4) Ngân hàng thanh toán thẻ thực hiện thanh toán cho cơ sở chấp nhận thẻ (Ghi Có vào tài khoản của cơ sở chấp nhận thẻ hoặc Ngân hàng đại lý)

(5) Ngân hàng thanh toán tiến hành thanh toán với Tổ chức thẻ quốc tế và các thành viên khác.

Cuối mỗi ngày, Ngân hàng thanh toán tổng hợp toàn bộ các giao dịch phát sinh từ thẻ do Ngân hàng khác phát hành và truyền dữ liệu cho Tổ chức thẻ quốc tế.

(6) Tổ chức thẻ quốc tế ghi Có cho Ngân hàng thanh toán

Tổ chức thẻ quốc tế sau khi nhận được dữ liệu từ Ngân hàng thanh toán sẽ tiến hành ghi Có cho Ngân hàng. Dữ liệu mà tổ chức thẻ quốc tế truyền về bao gồm những khoản Ngân hàng thanh toán được trả, những khoản phí phải trả cho Tổ chức thẻ quốc tế, những giao dịch bị tra soát.

(7) Tổ chức thẻ quốc tế bảo nợ cho Ngân hàng phát hành.

(8) Ngân hàng phát hành thẻ thanh toán nợ cho Tổ chức thẻ quốc tế

(9) Ngân hàng phát hành thẻ gửi sao kê cho chủ thẻ

(10) Chủ thẻ thanh toán nợ cho Ngân hàng phát hành

Chủ thẻ sau khi nhận được sao kê sẽ tiến hành trả tiền cho những khoản hàng hoá, dịch vụ mà mình đã tiêu dùng.

Trong một số trường hợp cơ sở chấp nhận thẻ phải liên hệ với Ngân hàng phát hành hoặc Tổ chức thẻ quốc tế (thay mặt Ngân hàng phát hành) để cấp phép cho giao dịch mua bán hoặc ứng tiền mặt bằng thẻ.

Các trường hợp xin cấp phép bao gồm:

- Các giao dịch ứng tiền mặt bằng thẻ tín dụng.
- Các giao dịch thanh toán hàng hoá, dịch vụ mà số tiền của giao dịch thanh toán bằng hoặc cao hơn mức hạn mức thanh toán của cơ sở chấp nhận thẻ do các Tổ chức thẻ quốc tế quy định.
- Các thẻ mà cơ sở chấp nhận thẻ có nghi ngờ về hiệu lực của thẻ đối với chủ thẻ.
- Những thẻ thanh toán không có chữ ký mẫu của chủ thẻ trên ký ở mặt sau của thẻ.

1.2.6.3 Các rủi ro trong quá trình phát hành và thanh toán thẻ tín dụng

Căn cứ vào quy trình phát hành và thanh toán người ta chia rủi ro thành các nhóm như sau:

a) Rủi ro trong phát hành thẻ

- Giả mạo thông tin phát hành thẻ (Fraudulent Applications)

Khách hàng có thể cung cấp thông tin giả mạo về bản thân, khả năng tài chính, mức thu nhập...cho NHPH khi yêu cầu phát hành thẻ. Nếu NHPH không thẩm định thông tin khách hàng, có thể dẫn tới những tổn thất tín dụng cho NHPH khi chủ thẻ không có đủ khả năng thanh toán các khoản tín dụng thẻ cố tình lừa đảo để chiếm dụng tiền của Ngân hàng.

- Thẻ giả

Thẻ giả là loại rủi ro lớn nhất và nguy hiểm nhất hiện nay mà tất cả các tổ chức thẻ rất quan tâm. Có các loại thẻ giả sau:

- Thẻ bị thay đổi thông tin trên thẻ: Tội phạm dùng thẻ thật không còn giá trị lưu hành để thay đổi các thông tin trên thẻ.
- Thẻ giả mạo: Tội phạm làm thẻ giả dựa trên các thông tin lấy được từ việc đánh cắp các dữ liệu của thẻ thật bằng các thủ đoạn khác nhau. Loại giả mạo này thường liên quan đến tội phạm có tổ chức, vì yêu cầu công nghệ cao hơn.
- Thẻ chỉ giả mạo băng từ: Là loại thẻ giả chỉ có băng từ được mã hóa dựa trên dữ liệu của thẻ thật nhưng không có các thông tin dập nổi và những đặc điểm bảo mật trên thẻ. Tội phạm sử dụng thẻ tại các ĐVCNT thông đồng có EDC, hoặc tại các điểm bán hàng tự động không được kiểm soát chặt chẽ.
- Thẻ bị làm giả hoàn toàn: Là loại thẻ giả hoàn chỉnh với băng từ được mã hoá và trên phôi thẻ có đầy đủ những yếu tố như thẻ thật.

- Thẻ mất cắp, thất lạc (Lost - Stolen Card)

Thẻ bị mất cắp hoặc thất lạc và bị sử dụng trước khi chủ thẻ kịp thông báo cho NHPH để có các biện pháp chấm dứt sử dụng hoặc thu hồi thẻ. Thẻ bị mất cắp, thất lạc cũng có thể bị bọn tội phạm sử dụng để làm thẻ giả (dập, mã hóa lại băng từ bằng các thông tin giả mạo) như trường hợp thẻ giả.

- Chủ thẻ không nhận được thẻ do NHPH gửi (Never Received Issue)

Thẻ bị đánh cắp hoặc bị lợi dụng thực hiện giao dịch trong quá trình chuyển từ NHPH đến chủ thẻ.

- Tài khoản của chủ thẻ bị lợi dụng (Account Takeover)

Rủi ro này phát sinh khi NHPH nhận được những thay đổi thông tin của chủ thẻ đặc biệt là thay đổi địa chỉ của chủ thẻ. Do không xác minh kỹ, nên NHPH đã gửi thẻ về địa chỉ theo như yêu cầu, mà không đến tay chủ thẻ thực. Tài khoản của chủ thẻ thực đã bị người khác lợi dụng sử dụng.

- **Rủi ro tín dụng**

Chủ thẻ sử dụng thẻ nhưng không thực hiện thanh toán hoặc không đủ khả năng thanh toán

b) Rủi ro trong hoạt động thanh toán thẻ

- **ĐVCNT giả mạo**

ĐVCNT cố tình đăng ký các thông tin không chính xác với ngân hàng thanh toán. NH TT sẽ chịu tổn thất khi không thu được những khoản đã tạm ứng cho những ĐVCNT này trong trường hợp những ĐVCNT thông đồng với chủ thẻ hoặc cố tình tạo ra các hoá đơn hoặc các giao dịch giả mạo.

- **ĐVCNT thông đồng với chủ thẻ**

- CPP (Common Purchase Point): là hiện tượng một ĐVCNT được xác định là một điểm xảy ra việc đánh cắp dữ liệu thẻ để sử dụng vào mục đích tạo các thẻ giả hoặc giao dịch giả mạo

- POC (Point of Compromise): là hiện tượng ĐVCNT thông đồng với chủ thẻ thanh toán thẻ giả.

- **Thanh toán hàng hoá dịch vụ bằng thẻ qua các phương tiện viễn thông (MO/TO)**

ĐVCNT cung cấp hàng hoá dịch vụ theo yêu cầu của chủ thẻ qua thư, điện thoại, fax hoặc internet và thanh toán trên cơ sở các thông tin như: Loại thẻ, số thẻ, ngày hiệu lực, tên chủ thẻ. ĐVCNT cũng như NH thanh toán có thể chịu tổn thất trong trường hợp chủ thẻ thực không phải là khách hàng đặt mua hàng của ĐVCNT và giao dịch đó bị từ chối thanh toán.

- **Nhân viên ĐVCNT in nhiều hoá đơn thanh toán của một thẻ (Multiple imprint) hoặc sửa đổi thông tin trên các hoá đơn thẻ.** Đây chính là rủi ro liên quan đến đạo đức của nhân viên ĐVCNT.

- Khi thực hiện giao dịch, nhân viên của ĐVCNT đã cố tình in ra nhiều bộ hoá đơn thanh toán thẻ, nhưng chỉ giao một bộ hoá đơn cho chủ thẻ ký để hoàn thành giao dịch. Sau đó, nhân viên của ĐVCNT giả mạo chữ ký của chủ thẻ để nộp các hoá đơn thanh toán còn lại cho NH thanh toán để lấy tiền tạm ứng của NH.

- Nhân viên tại ĐVCNT cũng có thể sửa đổi các hoá đơn giao dịch, ghi tăng giá trị không được chủ thẻ chấp thuận.

- **Đánh cắp dữ liệu băng từ (Skimming)**

Các thiết bị đọc thẻ tại ĐVCNT có thể bị cài đặt thêm thiết bị để thu thập các thông tin trên băng từ của thẻ thanh toán tại các ĐVCNT; hoặc nhân viên tại ĐVCNT có thể câu kết với các tổ chức tội phạm đọc dữ liệu thẻ thật bằng thiết bị chuyên dùng riêng.

- Các ĐVCNT có tỷ lệ rủi ro cao (High Risk Merchant)

Các ĐVCNT có tỷ lệ rủi ro cao là các ĐVCNT kinh doanh hàng hoá dịch vụ có giá trị lớn, có tính chất dễ chuyển đổi sang tiền mặt - nơi tội phạm hoặc các tổ chức tội phạm thường sử dụng thẻ giả mạo.

c) Rủi ro nghiệp vụ

Rủi ro phát sinh tại CNPH, CNTT, NHDL của NHNN và TTT trong việc xử lý giao dịch, thực hiện quy trình nghiệp vụ hàng ngày.

d) Rủi ro kỹ thuật

Loại rủi ro này xảy ra khi hệ thống máy móc, trang thiết bị, viễn thông, trung tâm chuyển mạch... có trục trặc, không ổn định, ngừng hoạt động hoặc gây lỗi trong quá trình xử lý ảnh hưởng đến việc phát hành, sử dụng và thanh toán thẻ. Trong điều kiện hiện nay, khi khối lượng giao dịch tăng lên đến mức khổng lồ, dẫn đến việc xử lý nghiệp vụ lệ thuộc vào hệ thống máy móc, công nghệ, cũng như việc lưu trữ chứng từ điện tử trên vật mang tin như đĩa từ, băng từ, tape... là tất yếu. Do vậy, rủi ro chứa đựng trong khâu này cũng lớn theo.

Bên cạnh đó, việc bảo mật công nghệ, bảo mật dữ liệu lỏng lẻo cũng có thể là nguyên nhân gây nên rủi ro vô cùng nghiêm trọng.

1.2.7 Các chỉ tiêu đánh giá tình hình hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng

a) Chỉ tiêu định tính

- Khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng

Khách hàng là điều kiện tiên quyết để ngân hàng tồn tại và phát triển khả năng phát triển dịch vụ thẻ tín dụng của ngân hàng so với các ngân hàng khác chính là thể hiện ở khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng như thế nào. Điều này được thể hiện ở việc cung cấp các dịch vụ mang tính nhanh chóng thuận tiện và an toàn bảo mật cao chìa khóa của sự thành công trong cạnh tranh là duy trì và không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ thông qua việc đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách tốt nhất.

Tính nhanh chóng: bất cứ một hoạt động nào được thực hiện nhanh mà hiệu quả sẽ được đánh giá rất cao trong dịch vụ thẻ tín dụng, tính nhanh chóng được đánh giá dựa vào thời gian cần thiết để hoàn thành một giao dịch thời gian, thực hiện một giao dịch

cần được rút ngắn thì càng tiết kiệm được thời gian cho khách hàng và chứng tỏ công nghệ ngân hàng được sử dụng trình độ chuyên môn của nhân viên cao.

Tính thuận tiện: phản ánh mức độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng ở mọi lúc mọi nơi.

Tính an toàn và bảo mật: là yếu tố quan trọng nhằm bảo vệ thông tin cá nhân, tài chính của chủ thẻ và giảm thiểu rủi ro gian lận, lừa đảo. Ngân hàng phải có công nghệ bảo mật hiệu quả và quy trình giao dịch an toàn mới có thể đáp ứng được nhu cầu khách hàng

- Thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng

Nếu nhân viên được đào tạo chuyên nghiệp, có kiến thức chuyên môn cao được trang bị những kỹ năng mềm phục vụ tự giao tiếp và bán hàng thì sẽ phát triển hoạt động thanh toán và phát hành thẻ sẽ tạo được lòng tin và sự thuyết phục với khách hàng, chất lượng dịch vụ thẻ thanh toán ngày càng phát triển tốt số lượng khách hàng trung thành sẽ ngày càng cao., ngược lại nếu nhân viên ngân hàng có thái độ phục vụ không lịch sự, thiếu chuyên nghiệp, không nhiệt tình đáp ứng nhu cầu của khách thì hoạt động thanh toán và phát hành thẻ làm giảm số lượng khách hàng, tăng nguy cơ rủi ro và khiếu nại từ khách hàng.

- Khả năng cạnh tranh mở rộng thị phần thẻ tín dụng của ngân hàng

Thông qua quá trình nghiên cứu thị trường hành vi tiêu dùng của khách hàng ở các thị trường khác nhau để đưa sản phẩm dịch vụ thẻ tín dụng phù hợp với khách hàng nhất nhằm mở rộng thị phần thẻ tín dụng của ngân hàng thị phần của các ngân hàng trên thị trường thẻ ngày càng tăng nghĩa là đã có nhiều khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ của thẻ tín dụng ngân hàng doanh số lớn hơn các ngân hàng khác và như vậy hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của ngân hàng đã có hiệu quả.

- Mức độ hài lòng của khách hàng đối với việc sử dụng dịch vụ thẻ tín dụng

Khách hàng trước khi đến với ngân hàng đều có mức độ kỳ vọng nhất định về các sản phẩm dịch vụ. Đáp ứng được tốt kỳ vọng của khách hàng làm cho khách hàng hài lòng về dịch vụ sản phẩm của ngân hàng chính là một trong những điều rất quan trọng để phát triển dịch vụ thẻ tín dụng mức độ hài lòng của khách hàng càng lớn càng thể hiện sự phát triển hơn so với các ngân hàng khác chất lượng dịch vụ được đánh giá tốt, nếu khoảng cách giữa mức độ cảm nhận của khách hàng khi thụ hưởng dịch vụ với kỳ vọng đã hình thành từ trước được duy trì ở mức độ lớn, nói một cách khác chất lượng dịch vụ được xác định bằng hiệu số giữa dịch vụ cảm nhận với dịch vụ kỳ vọng ảnh hưởng càng cao chất lượng càng đảm bảo. Vì vậy đánh giá chất lượng dịch vụ ngân hàng cần phải dựa trên sự cảm nhận và mong muốn của khách hàng.

- Khả năng thu hút khách hàng mới sử dụng dịch vụ thẻ tín dụng của ngân hàng

Các ngân hàng không chỉ giữ chân những khách hàng trung thành mà luôn tìm kiếm mở rộng thị trường để đưa sản phẩm dịch vụ tín dụng thẻ tới cộng đồng thu hút những khách hàng tiềm năng mới sử dụng dịch vụ thẻ tín dụng, thông qua việc quảng bá trực tiếp hoặc gián tiếp của ngân hàng, nếu ngân hàng càng làm hài lòng khách hàng gia tăng hình ảnh uy tín ngân hàng vừa tạo được cho khách hàng hình ảnh quen thuộc thái độ phục vụ tốt hiện ngân hàng ngày càng tiếp cận gần hơn so với khách hàng mới nhất giữ chân được khách hàng cũ mở rộng thị trường thẻ tín dụng không chỉ trong nước mà còn tiến xa ra thị trường thẻ nước ngoài. Từ đó dịch vụ thẻ tín dụng sẽ ngày càng phát triển và vươn xa hơn. Chính sách ưu đãi, chương trình khuyến mãi như: Chương trình hoàn tiền, tích điểm, miễn lãi suất, giảm giá khi thanh toán.

b) Chỉ tiêu định lượng

- Số lượng thẻ tín dụng phát hành mới: Nhằm phản ánh khả năng thu hút khách hàng mới, đánh giá hiệu quả chiến lược kinh doanh, dự báo doanh thu tương lai từ phí thường niên, lãi suất ..

- Tỷ lệ thẻ tín dụng đang hoạt động: Đánh giá được mức độ sử dụng thẻ, quản lý rủi ro của thẻ tín dụng.

- Tỷ lệ duy trì thẻ: Đánh giá được sự trung thành của khách hàng, hiệu quả sản phẩm và dịch vụ đáp ứng được yêu cầu khách hàng, giảm rủi ro từ việc khách hàng không sử dụng hoặc hủy thẻ sớm, tối ưu chiến lược giữ chân khách hàng.

- Chi phí phát hành thẻ: phản ánh tổng chi phí mà ngân hàng hoặc tổ chức tài chính phải bỏ ra để phát hành một thẻ tín dụng mới, bao gồm chi phí sản xuất thẻ, marketing, khuyến mãi, vận hành và quản lý. Chỉ số này giúp đánh giá hiệu quả tài chính trong việc mở rộng thị phần thẻ tín dụng, tối ưu hóa chiến lược phát triển khách hàng và kiểm soát ngân sách. Nếu chi phí phát hành thẻ quá cao so với lợi nhuận thu về, ngân hàng cần điều chỉnh chính sách để đảm bảo hiệu suất kinh doanh bền vững.

- Tổng giá trị giao dịch qua thẻ: phản ánh tổng số tiền mà khách hàng đã chi tiêu hoặc giao dịch thông qua thẻ tín dụng trong một khoảng thời gian nhất định. Chỉ số này giúp đánh giá mức độ sử dụng thẻ, hiệu quả hoạt động của sản phẩm thẻ tín dụng và đóng vai trò quan trọng trong việc xác định doanh thu từ phí giao dịch, lãi suất dư nợ. Ngoài ra, nó cũng cho thấy xu hướng chi tiêu của khách hàng, từ đó ngân hàng có thể điều chỉnh chiến lược marketing, ưu đãi và mở rộng dịch vụ để thúc đẩy tăng trưởng doanh thu từ thẻ tín dụng.

- Số lượt giao dịch qua thẻ: thể hiện tần suất sử dụng thẻ tín dụng của khách hàng trong một khoảng thời gian nhất định. Chỉ số này giúp đánh giá mức độ gắn kết của khách

hàng với sản phẩm thẻ, đo lường hiệu quả của các chương trình khuyến mãi và chiến lược kích thích chi tiêu. Số lượng giao dịch cao cho thấy thẻ được sử dụng thường xuyên, góp phần gia tăng doanh thu từ phí giao dịch và lãi suất. Ngược lại, nếu số lượng giao dịch thấp, ngân hàng có thể cần điều chỉnh chiến lược để khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ nhiều hơn.

- Tỷ lệ sự cố xảy ra trên tổng số lần giao dịch

Ở nhiều khu vực tình trạng tắc nghẽn hết tiền, nuốt thẻ xảy ra khá nhiều nhất là trong những ngày lễ Tết người dân cần rút nhiều tiền mặt các tình trạng sai sót. Khi khách hàng thực hiện thanh toán cũng xảy ra rất nhiều trong mỗi lần giao dịch các sự cố này xảy ra có thể gây ảnh hưởng không nhỏ đến khách hàng và cả ngân hàng của muốn dịch vụ để giảm thiểu tối đa tình trạng sai sót khách hàng thực hiện thanh toán thẻ đem lại lòng tin cho khách hàng đối với dịch vụ ngân hàng thì các ngân hàng phải nỗ lực áp dụng các biện pháp chống nghẽn thẻ.

Tỷ lệ sử dụng hạn mức tín dụng: Tổng số tiền đã chi tiêu qua thẻ so với tổng hạn mức tín dụng được cấp.

- Doanh thu từ hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng:

Doanh thu phát hành và thanh toán thẻ tín dụng là giá trị các giao dịch thanh toán thẻ trong một kỳ của ngân hàng, nó được phản ánh qua hai chỉ tiêu là lợi nhuận và chi phí doanh thu thanh toán thẻ phản ánh sự phát triển về mặt số lượng của hoạt động thẻ, doanh số thanh toán càng cao thì lợi nhuận càng cao, tỷ lệ doanh thu thanh toán thẻ phản ánh sự phát triển về mặt số lượng hoạt động thẻ thanh toán càng cao thì lợi nhuận thu càng cao.

- Lợi nhuận từ hoạt động thanh toán và phát hành thẻ

Chỉ tiêu lợi nhuận từ hoạt động thanh toán và phát hành thẻ phản ánh hiệu quả kinh doanh của ngân hàng trong lĩnh vực này. Giúp ngân hàng đánh giá mức độ thành công của mình trong việc cung cấp dịch vụ thẻ, xác định khả năng cạnh tranh và đưa ra chiến lược phát triển phù hợp.

- Thị phần thẻ tín dụng (mạng lưới thẻ tín dụng)

Thị phần thẻ tín dụng sẽ cho biết mức độ chiếm lĩnh thị trường của ngân hàng trong lĩnh vực phát hành và thanh toán thẻ. Thị phần cao đồng nghĩa với việc ngân hàng có sức cạnh tranh mạnh, thu hút được nhiều khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ và ngược lại.

1.2.8 Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng

a) Nhóm nhân tố bên ngoài Ngân hàng

- Môi trường pháp lý:

Mỗi quốc gia đều ban hành các văn bản pháp luật để hoạt động kinh doanh thẻ nằm trong khuôn khổ pháp lý. Các quy chế, quy định về thẻ được ban hành có thể gây ra ảnh hưởng 2 mặt: có thể theo hướng khuyến khích việc kinh doanh và sử dụng thẻ nếu có những quy chế hợp lý, nhưng mặt khác những quy chế quá chặt chẽ, hoặc quá lỏng lẻo không phù hợp với tình hình thực tế có thể mang lại những ảnh hưởng tiêu cực tới việc phát hành thẻ.

- Trình độ dân trí và sự phát triển của nền kinh tế

Trình độ dân trí là một yếu tố quan trọng để đánh giá sự phát triển của một xã hội. Trình độ dân trí cao đồng nghĩa với một nền kinh tế phát triển về mọi mặt, tiếp cận được với nền văn minh thế giới, ứng dụng được những thành tựu khoa học kỹ thuật hiện đại phục vụ cho những nhu cầu cần thiết của đời sống. Do đó, khi trình độ dân trí phát triển sẽ giúp cho mỗi cá nhân có thể dễ dàng tiếp cận với các phương tiện thanh toán nhanh chóng, hiệu quả và an toàn nhất - thẻ thanh toán.

Thẻ là một phương tiện thanh toán đa tiện ích, cùng với sự phát triển của nền kinh tế thì doanh số phát hành thẻ sẽ tăng cao.

- Cơ sở hạ tầng, công nghệ thông tin

Kinh doanh thẻ đòi hỏi phải đầu tư máy móc, khoa học công nghệ đảm bảo cho thẻ là một phương tiện giao dịch an toàn, nhanh chóng, thuận tiện để khách hàng tin tưởng sử dụng thẻ, đặc biệt chống lại loại tội phạm công nghệ cao đang ngày càng tăng lên với nhiều thủ thuật tinh vi hơn.

- Thu nhập của người dân

Khi thu nhập của người dân tăng lên, họ cần phải có một phương tiện thanh toán hiện đại an toàn, thuận tiện với họ và thẻ đáp ứng rất tốt điều này. Hơn nữa, ngân hàng chỉ có thể cung cấp dịch vụ cho những người có một mức thu nhập hợp lý, những người thu nhập thấp sẽ không đủ điều kiện sử dụng dịch vụ này.

- Chính sách của Chính phủ

Bao gồm các quy định pháp lý liên quan đến thẻ tín dụng, như hạn mức tín dụng, lãi suất trần, yêu cầu cấp phép phát hành thẻ. Chính phủ có thể thúc đẩy hoặc hạn chế việc sử dụng thẻ tín dụng thông qua các chính sách thuế, hỗ trợ thanh toán điện tử hoặc kiểm soát tín dụng tiêu dùng.

- Xu hướng xã hội

Thói quen tiêu dùng, mức độ sẵn sàng sử dụng công nghệ mới, tâm lý e ngại nợ nần, sự phổ biến của các phương thức thanh toán không tiền mặt. Nếu người dân vẫn chuộng tiền mặt hoặc chưa tin tưởng vào hệ thống thanh toán điện tử, thẻ tín dụng khó phát triển.

- Số lượng các đơn vị chấp nhận thẻ

Số các đơn vị chấp nhận thẻ đóng vai trò rất quan trọng trong nghiệp vụ thanh toán thẻ, đây là cầu nối giữa ngân hàng và chủ thẻ trong hoạt động thanh toán. Một mạng lưới đơn vị chấp nhận thẻ đa dạng, chất lượng sẽ giúp cho người chủ thẻ thuận tiện hơn trong việc sử dụng thẻ và là điều kiện để hoạt động thanh toán thẻ phát triển mạnh mẽ.

b) Nhóm Nhân tố thuộc về Ngân hàng

- Tiềm lực kinh tế & trình độ kỹ thuật công nghệ của ngân hàng:

Thể hiện trong việc đầu tư máy móc, trang thiết bị hiện đại bởi nếu các máy móc này có hư hỏng gì thì sẽ gây ra ách tắc cho toàn hệ thống, thậm chí công việc không thể tiến hành được. Vì vậy khi đã đưa ra dịch vụ thẻ thì ngân hàng phải đảm bảo một hệ thống thanh toán hiện đại, nhanh chóng đáp ứng được các tiêu chuẩn kỹ thuật. Bên cạnh đó thì công tác bảo trì sửa chữa máy phải hợp lý để nâng cao chất lượng dịch vụ, giảm giá thành, từ đó thu hút thêm người sử dụng. Các máy móc ngân hàng phải có trong kinh doanh dịch vụ thẻ như: máy rút tiền tự động, máy đọc hóa đơn, hệ thống điện thoại - Telex...

- Định hướng phát triển thẻ tín dụng của ngân hàng:

Vì thẻ tín dụng trong tương lai không xa sẽ trở nên phổ biến và là phương tiện thanh toán được sử dụng chủ yếu, thực tế vài năm gần đây dịch vụ thẻ của hệ thống ngân hàng Việt Nam phát triển rất nhanh nên các ngân hàng cần phải có định hướng phát triển dịch vụ thẻ thật tốt như: xây dựng cho mình các kế hoạch, chiến lược Marketing phù hợp, nâng cao tiện ích của thẻ và sự tiện lợi cho người sử dụng thẻ. Tạo ra sản phẩm thẻ tín dụng của ngân hàng với chất lượng tốt để từ đó có thể mở rộng và phát triển dịch vụ kinh doanh thẻ tín dụng của mình.

- Uy tín của tổ chức phát hành thẻ

Độ tin cậy của ngân hàng hoặc tổ chức tài chính phát hành thẻ, bao gồm dịch vụ khách hàng, chính sách bảo mật, xử lý khiếu nại. Nếu ngân hàng có thương hiệu mạnh, được nhiều khách hàng tin tưởng, họ sẽ dễ dàng thu hút người dùng mở thẻ hơn.

- Nhận thức về tiềm năng phát triển của thẻ tín dụng

Mức độ hiểu biết của cả khách hàng và ngân hàng về lợi ích của thẻ tín dụng đối với nền kinh tế. Nếu khách hàng chưa hiểu rõ về tiện ích của thẻ, họ sẽ ngại sử dụng. Ngược

lại, nếu ngân hàng chưa nhìn thấy tiềm năng phát triển, họ có thể không đầu tư mạnh vào sản phẩm thẻ.

- Nhân sự của Ngân hàng

Nhân sự ngân hàng đóng vai trò quan trọng trong việc phát hành và thanh toán thẻ tín dụng. Đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao và tinh thần làm việc tốt sẽ đảm bảo thực hiện hiệu quả các nghiệp vụ liên quan đến thẻ. Hơn nữa, nhân viên giao dịch tận tâm, chuyên nghiệp sẽ tạo ấn tượng tích cực, thu hút và giữ chân khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ tín dụng của ngân hàng.

- Sự đa dạng sản phẩm thẻ tín dụng

Sự đa dạng hóa sản phẩm thẻ tín dụng có ảnh hưởng tích cực đến việc phát hành và thanh toán thẻ tín dụng. Khi ngân hàng cung cấp nhiều loại thẻ với các tính năng và ưu đãi khác nhau, họ có thể đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng, từ đó thu hút nhiều người sử dụng hơn. Việc này không chỉ tăng số lượng thẻ được phát hành mà còn thúc đẩy tần suất sử dụng thẻ trong các giao dịch thanh toán hàng ngày. Đặc biệt, việc phát triển thẻ tín dụng nội địa với các ưu điểm như thủ tục mở thẻ đơn giản, thời gian miễn lãi dài và phí dịch vụ thấp đã giúp thay đổi thói quen tiêu dùng của người Việt, khuyến khích họ chuyển từ thanh toán bằng tiền mặt sang sử dụng thẻ.

- Tiện ích thẻ tín dụng

Tiện ích của thẻ tín dụng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát hành và sử dụng thẻ. Các tiện ích hấp dẫn như tích lũy điểm thưởng, hoàn tiền, ưu đãi mua sắm, trả góp lãi suất 0% và bảo hiểm du lịch không chỉ đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng mà còn tạo động lực để họ lựa chọn và sử dụng thẻ thường xuyên. Khi khách hàng nhận thấy giá trị gia tăng từ các tiện ích này, họ có xu hướng đăng ký mở thẻ nhiều hơn, góp phần tăng số lượng thẻ được phát hành. Đồng thời, các ưu đãi liên quan đến thanh toán khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ trong các giao dịch hàng ngày, từ đó tăng doanh số thanh toán qua thẻ.

- Hoạt động Marketing về thẻ tín dụng

Hoạt động marketing đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát hành và thanh toán thẻ tín dụng. Các chiến lược tiếp thị hiệu quả giúp nâng cao nhận thức của khách hàng về lợi ích của thẻ tín dụng, từ đó khuyến khích họ đăng ký và sử dụng thẻ thường xuyên. Việc quảng bá rộng rãi trên các phương tiện truyền thông, tổ chức chương trình khuyến mãi và hợp tác với các đối tác uy tín không chỉ thu hút khách hàng mới mà còn duy trì sự hài lòng của khách hàng hiện tại. Ngoài ra, marketing còn giúp mở rộng mạng lưới đơn vị chấp nhận thẻ, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thanh toán không dùng tiền mặt.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Trong chương 1, đã nêu ra đầy đủ và hệ thống các cơ sở lý luận liên quan đến thẻ tín dụng và hoạt động phát hành, thanh toán thẻ tại ngân hàng thương mại – một lĩnh vực đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh ngân hàng hiện đại. Thông qua việc khái quát khái niệm, đặc điểm, phân loại, chức năng và vai trò của thẻ tín dụng, chương này giúp người đọc hiểu được bản chất cũng như tầm quan trọng của loại hình dịch vụ tài chính này. Ngoài ra, chương cũng phân tích sâu về quy trình phát hành và thanh toán thẻ tín dụng, các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động này, và các chỉ tiêu đánh giá kết quả triển khai của ngân hàng. Những nội dung lý thuyết được trình bày không chỉ cung cấp nền tảng kiến thức cần thiết mà còn định hướng rõ ràng cho việc phân tích thực trạng tại Chi nhánh Nam Đà Nẵng trong chương tiếp theo. Có thể khẳng định, chương 1 đóng vai trò định hướng, là cơ sở khoa học vững chắc để tiến hành nghiên cứu thực tiễn và đề xuất giải pháp phù hợp trong các phần sau của khóa luận.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG PHÁT HÀNH VÀ THANH TOÁN THẺ TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH NAM ĐÀ NẴNG

2.1 Tổng quan về Ngân hàng TMCP Quân đội:

2.1.1 Giới thiệu tổng quan về Ngân hàng TMCP Quân đội:

Ngân hàng TMCP Quân đội (MB) là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần lớn và uy tín tại Việt Nam. Với hơn 29 năm hoạt động, MB đã khẳng định được vị thế của mình trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng.

Tên đăng ký tiếng việt: NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN QUÂN ĐỘI

Tên đăng ký tiếng anh: MILITARY COMMERCIAL JOINT STOCK BANK

Tên giao dịch: MB

Năm thành lập: 04/11/1994

Xếp hạng VNR500: 30(B1/2020)

Mã số thuế: 0100283873

Mã chứng khoán: MBB (Ngày niêm yết: 1/1/2011)

Vốn điều lệ: 45.339.000.000.000 VNĐ

Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh số 0100283873 do Sở kế hoạch và đầu tư thành phố Hà Nội cấp đăng ký lần đầu ngày 30/09/1994, thay đổi lần thứ 52 ngày 11/04/2023.

Trụ sở chính: Tòa nhà MB, Số 18 Lê Văn Lương - Phường Trung Hòa - Quận Cầu Giấy - TP. Hà Nội

Fax: 024 6266 1080

Điện thoại: 024 6266 1088

Email: info@mbbank.com.vn

Website: www.mbbank.com

Logo:



Biểu tượng ngôi sao đỏ trong logo cũ được lấy cảm hứng từ quốc kỳ Việt Nam, thể hiện sự quyết tâm và khát vọng vươn lên của ngân hàng. Chữ “MB” là viết tắt của “Military” và “Bank”, phản ánh tên gọi “Ngân hàng quân đội”. Logo MB phiên bản này kết hợp các yếu tố tạo nên sự tin tưởng và bảo vệ.

Hình 1.1 Logo chung của Ngân hàng TMCP Quân Đội

Tầm nhìn: Trở thành doanh nghiệp số - Tập đoàn tài chính dẫn đầu

Phát triển ngân hàng và từng bước trở thành một ngân hàng thuận tiện nhất với khách hàng, một tập đoàn ngân hàng – Tài chính đa năng, hiện đại, nổi bật về chất lượng dịch vụ sản phẩm và uy tín thương hiệu

Sứ mệnh: Vì sự phát triển của đất nước, vì lợi ích của khách hàng

MBBank đặt mục tiêu vì sự phát triển của đất nước, vì lợi ích của khách hàng, cung cấp đầy đủ và đa dạng các sản phẩm và dịch vụ tài chính cho khách hàng cá nhân, hộ kinh doanh cá thể, doanh nghiệp nhỏ, vừa và doanh nghiệp lớn, tối ưu hóa lợi ích cho từng đối tượng khách hàng và cổ đông, đảm bảo phát triển bền vững, đóng góp tích cực vào sự phát triển chung của nền kinh tế và xã hội.

Phương châm hoạt động:

Phát triển toàn diện, an toàn, hiệu quả và bền vững đóng góp vào sự phồn thịnh của nền kinh tế và xã hội đất nước.

Triết lí kinh doanh:

Tận tâm tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng, đối tác, cổ đông, cán bộ công nhân viên và Cộng đồng – xã hội.

Giá trị cốt lõi: Đoàn kết – Kỷ luật – Tận tâm

Thực thi – Tin cậy – Hiệu quả

2.1.2 Quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Quân đội:

Trải qua 30 năm xây dựng và trưởng thành, Ngân hàng TMCP Quân đội (MB) ngày càng phát triển lớn mạnh, trở thành một tập đoàn tài chính đa năng với ngân hàng mẹ MB tại Việt Nam & nước ngoài (Lào, Campuchia) và các công ty thành viên (trong lĩnh vực chứng khoán, bảo hiểm, tài chính tiêu dùng, quản lý quỹ, quản lý tài sản, bảo hiểm nhân thọ). Với các mặt hoạt động kinh doanh hiệu quả, MB đã khẳng định được thương hiệu, uy tín trong ngành dịch vụ tài chính tại Việt Nam. MB có các hoạt động dịch vụ và sản phẩm đa dạng trên nền tảng quản trị rủi ro vượt trội, hạ tầng CNTT hiện đại, phát triển mạnh mẽ mở rộng hoạt động trên các phân khúc thị trường mới bên cạnh thị trường truyền thống của một NHTM. Sau gần 30 năm xây dựng và trưởng thành, hiện nay MB

được đánh giá là một định chế tài chính vững vàng, tin cậy, phát triển an toàn bền vững, có uy tín cao.

Mười năm đầu (1994-2004) là giai đoạn mang tính “mở lối” định hình phương châm hoạt động, xác định chiến lược kinh doanh và xác định thương hiệu. Kiên định với mục tiêu và tầm nhìn dài hạn, MB áp dụng linh hoạt các giải pháp hợp lý để từng bước tích lũy kinh nghiệm và năng lực tài chính, từng bước khẳng định vai trò và có những đóng góp quan trọng vào sự phát triển của nền kinh tế, góp phần thực hiện nhiệm vụ kinh tế - quốc phòng của Quân đội. MB đã vững vàng vượt qua cuộc khủng hoảng tài chính Châu Á năm 1997 và là ngân hàng cổ phần duy nhất có lãi; năm 2004, tròn 10 năm thành lập, tổng vốn huy động của MB tăng gấp trên 500 lần, tổng tài sản trên 7.000 tỷ đồng, lợi nhuận trên 500 tỷ và khai trương trụ sở mới to đẹp hơn tại số 3 Liễu Giai, Ba Đình, Hà Nội.

Giai đoạn 2005 – 2009: MB áp dụng một loạt các giải pháp đổi mới tổng thể từ mở rộng quy mô hoạt động, phát triển mạng lưới, đầu tư công nghệ, tăng cường nhân sự, hướng mạnh về khách hàng với việc tách bạch chức năng quản lý và chức năng kinh doanh giữa Hội sở và Chi nhánh, tổ chức lại đơn vị kinh doanh theo nhóm khách hàng cá nhân, khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ, nguồn vốn và kinh doanh tiền tệ...có thể nói, giai đoạn 2005 – 2009 đã tạo cơ sở vững chắc để MB đẩy mạnh triển khai các sáng kiến chiến lược sau này, góp phần đưa MB trở thành một trong những định chế tài chính hàng đầu Việt Nam hiện nay.

Năm 2009, đánh dấu 15 năm phát triển, MB vinh dự nhận Huân chương Lao động Hạng Ba do Chủ tịch nước trao tặng.

MB bắt đầu nghiên cứu xây dựng chiến lược giai đoạn mới 2011 – 2015, với kỳ vọng đưa MB vào TOP 3 ngân hàng TMCP không do nhà nước nắm cổ phần chi phối. Đây cũng là giai đoạn hết sức khó khăn của nền kinh tế. Dưới tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, Ngành Ngân hàng thực hiện tái cấu trúc mạnh mẽ, nhiều ngân hàng suy giảm lợi nhuận, thậm chí phải sát nhập, bán lại với giá 0 đồng. Trong bối cảnh đó, MB kiên định với chiến lược phát triển bền vững, an toàn đã vươn lên dẫn đầu về nhiều chỉ tiêu tài chính quan trọng, hoàn thành mục tiêu nằm trong TOP 3 trước 2 năm – vào năm 2013.

Với những thành quả đã đạt được, năm 2014, MB vinh dự đón nhận Huân chương Lao động Hạng Nhất. Đến năm 2015, tiếp tục được Phong tặng danh hiệu Anh Hùng Lao động.

Năm 2016 là bước đệm chuyển giao giữa hai giai đoạn chiến lược 2011 – 2015 và 2017 – 2021. Trong năm này, MB tiếp tục thành lập hai công ty thành viên mới trong lĩnh vực

bảo hiểm nhân thọ là MB Ageas Life và tài chính tiêu dùng là Mcredit, kiện toàn mô hình tập đoàn tài chính đa năng. Những nền tảng vững chắc MB đã xây dựng trong những năm qua sẽ tạo đà phát triển vững chắc cho MB trong giai đoạn mới.

Năm 2018, với phương châm "Đổi mới, hiện đại, hợp tác, bền vững", Ngân hàng TMCP Quân đội (MB) đã hoàn thành xuất sắc các nhiệm vụ, chỉ tiêu kinh doanh đề ra từ đầu năm. Trong đó, đáng chú ý là lợi nhuận trước thuế đạt 7.767 tỷ đồng, tăng 68% so với năm 2017. Bên cạnh việc hoàn thành vượt mức các chỉ tiêu kinh doanh, MB cũng hoàn thành xuất sắc các mục tiêu lớn đặt ra gồm: triển khai chiến lược 2017 - 2021; chuyển dịch ngân hàng số với 2,6 triệu users đang hoạt động với sản phẩm chủ lực nhiều tiện ích là ứng dụng App MBBank; thay đổi nhận diện hình ảnh cho 100% điểm giao dịch.

MB được vinh danh là "Ngân hàng Tiêu biểu Việt Nam" năm 2020 và nhận giải thưởng "Nơi làm việc tốt nhất Châu Á" vào năm 2021.

Tháng 12-2021, giải pháp Callbot của ITS đã vinh dự nhận giải thưởng Chuyển đổi số VDA 2021.

Giải thưởng App Store 2021 (App Store Awards 2021) mới đây đã được hãng Apple công bố. Đáng chú ý, App MBBank là ứng dụng ngân hàng góp mặt trong "Các ứng dụng được yêu thích nhất năm 2021" (Top Apps of 2021) trên hệ điều hành iOS tại Việt Nam.

App MBBank và Biz MBBank, Ngân hàng Quân Đội (MB) mới đây một lần nữa xuất sắc được vinh danh giải thưởng Sao Khuê 2021 cho giải pháp định danh trực tuyến (eKYC).

Năm 2022-2024:

MB tiếp tục đẩy mạnh đầu tư vào công nghệ và đổi mới sáng tạo, nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động và cung cấp trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng. Ngân hàng đã triển khai nhiều dự án công nghệ quan trọng, như hệ thống thanh toán số, nền tảng tài chính số, và các giải pháp bảo mật thông tin tiên tiến. MB Bank cũng đã hợp tác với nhiều đối tác công nghệ hàng đầu thế giới, nhằm phát triển các sản phẩm và dịch vụ tài chính hiện đại, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

MB nằm trong BẢNG XẾP HẠNG TOP 50 DOANH NGHIỆP XUẤT SẮC VIỆT NAM (TOP 50 VIETNAM THE BEST) được Vietnam Report công bố nhằm ghi nhận và tôn vinh Top 50 Doanh nghiệp đạt doanh thu xuất sắc nhất Việt Nam, đồng thời duy trì được hiệu quả kinh doanh ổn định và bền vững trong suốt giai đoạn 2022-2023.

Vượt qua hơn 1000 giải pháp, nền tảng Wealth Management, BIZ MBBank và ứng dụng Thiện Nguyên do MB phát triển đã được vinh danh tại Giải thưởng Chuyển đổi số Việt Nam (Vietnam Digital Awards) 2022.

Nhờ cam kết vững chắc đối với chiến lược nhân sự bền vững và tạo ra môi trường làm việc vui vẻ, đầy đủ, Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội (MB) đã đạt được sự công nhận uy tín là một trong Top 3 Địa điểm làm việc tốt nhất tại Việt Nam trong lĩnh vực ngân hàng và trong các doanh nghiệp lớn. Ngoài ra, ngân hàng cũng được xếp hạng trong Top 50 Thương hiệu Nhà tuyển dụng Hấp dẫn nhất cho sinh viên Việt Nam năm 2023, thể hiện sức hấp dẫn của nó đối với lực lượng lao động tương lai. Vừa qua, tại Hội nghị thường niên 2023 của Tổ chức thẻ Quốc tế Mastercard được tổ chức tại Hà Nội, vượt qua hơn 20 ngân hàng thành viên, MB đã đạt giải thưởng có giá trị lớn nhất về công nghệ: Breakthrough Digital Initiatives – Sáng kiến số hóa đột phá.

2.2 Tổng quan về Ngân Hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng:

2.2.1 Quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng

Địa điểm giao dịch: Số 152 đường 2/9, Phường Hòa Thuận Đông, Quận Hải Châu, Thành Phố Đà Nẵng.

SĐT: 0236 6255 789

Số Fax: 0511 6255 799

Mã số thuế: 0100283873-025

Ngày 12/01/2004 Phó Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam Trần Minh Tuấn đã ký Quyết định số 48/NHNN - CNH v/v chấp thuận Ngân hàng TMCP Quân đội mở chi nhánh cấp 1 tại thành phố Đà Nẵng.

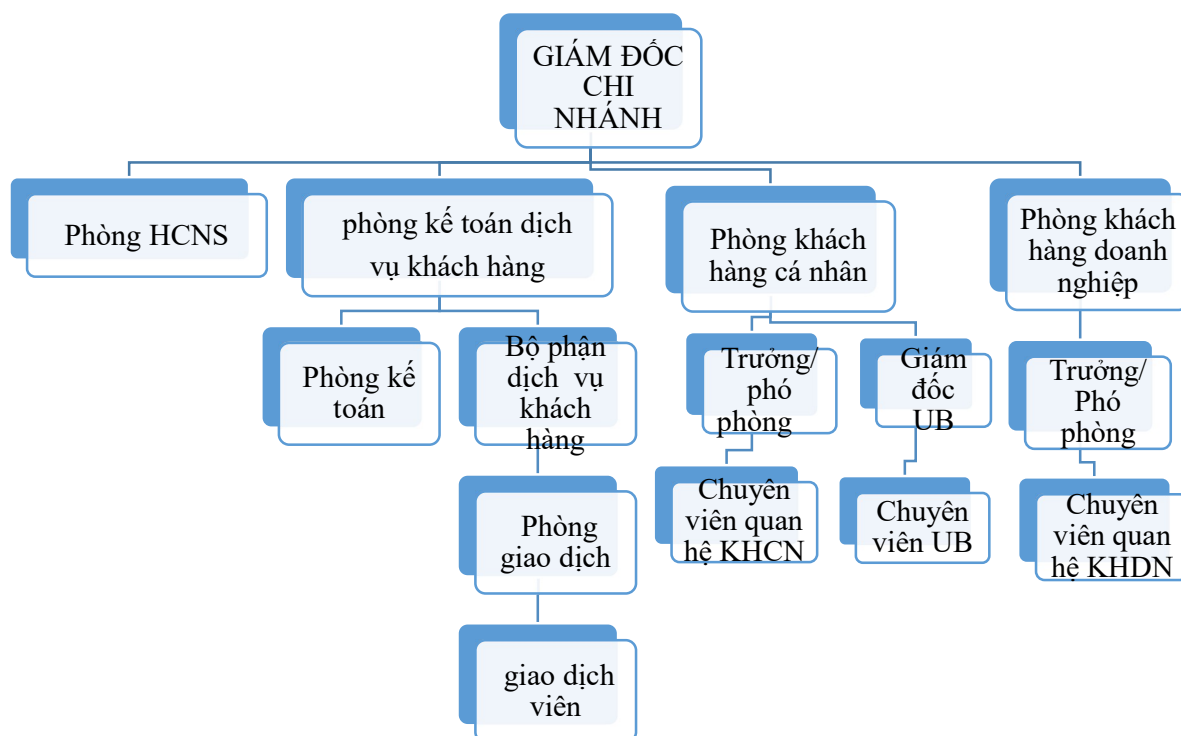
Ngày 19/5/2004 Chủ tịch Hội Đồng Quản trị Ngân hàng TMCP Quân đội Phạm Tuấn đã ký quyết định số 65/QĐ/NHQĐ-HĐQT thành lập Chi nhánh thành phố Đà Nẵng. 28/7/2004 Chi nhánh Ngân hàng TMCP Quân đội tại thành phố Đà Nẵng đã chính thức đi vào hoạt động tại địa chỉ 404 Hoàng Diệu, Q. Hải Châu thành phố Đà Nẵng và trở thành chi nhánh đầu tiên của MB tại khu vực Miền Trung – Tây Nguyên và Mạng lưới ban đầu chỉ có 1 chi nhánh, sau đó mở rộng thêm phòng giao dịch tại các quận huyện và ngày 26/9/2012, Ngân hàng TMCP Quân đội chính thức khai trương chi nhánh thứ hai tại Đà Nẵng - Chi nhánh MB Nam Đà Nẵng có địa chỉ ở số 152 đường 2 Tháng 9.

Trải qua 20 năm xây dựng và trưởng thành, nhờ chiến lược quản trị đúng đắn của các lớp thế hệ lãnh đạo, chi nhánh ngày càng phát triển, đi lên và gặt hái được nhiều thành công, khẳng định vị thế dẫn đầu trong hệ thống các chi nhánh khu vực miền Trung - Tây Nguyên, là một trong những chi nhánh có chất lượng dịch vụ tốt nhất hệ thống MB.

Sau 10 năm thành lập ,năm 2014, tổng tài sản MB Nam Đà Nẵng đạt gần 2.300 tỷ đồng, tăng gấp 22 lần năm 2004; tổng dư nợ đạt 2.176 tỷ đồng; tăng gấp 24 lần so với năm 2004, tăng trưởng 24% so với cuối năm 2013, cao hơn nhiều so với mức tăng bình quân toàn ngành tại địa bàn gần 7% và mức tăng trưởng toàn Miền Trung là 18%; huy động vốn đạt 1.742 tỷ đồng, tăng gấp 41 lần so với năm 2004, cao hơn mức tăng trưởng toàn vùng là 11%. Mạng lưới giao dịch gồm 06 điểm với tổng nhân sự gần 200 người. Năm 2023, MB Nam Đà Nẵng đã thực hiện chuyển đổi số toàn diện, tạo tăng trưởng đột phá trong kinh doanh ngân hàng số. Đến nay, số lượng khách hàng của chi nhánh sử dụng App MBBank đạt trên 104.600 người dùng. Tổng quy mô khách hàng cá nhân tại địa bàn đạt trên 513.000 khách hàng, chiếm tỷ lệ 42% dân số Đà Nẵng. Số lượng khách hàng doanh nghiệp tiếp tục tăng đều qua các năm.

Bên cạnh các kết quả kinh doanh ấn tượng, MB Nam Đà Nẵng còn tích cực tham gia các hoạt động cộng đồng, xã hội trên địa bàn như: hỗ trợ xây dựng nhà tình nghĩa, trao học bổng cho trẻ em nghèo vượt khó, tổ chức các chương trình “Về nguồn”, thăm viếng nghĩa trang và các gia đình có công với cách mạng....

2.2.2 Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Quân Đội - chi nhánh Nam Đà Nẵng



(Nguồn: Bộ phận HCNS MB – Chi nhánh Nam Đà Nẵng)

Chức năng của các phòng ban trong Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng:

Giám đốc chi nhánh:

Là người đứng đầu và chịu trách nhiệm về việc điều hành hoạt động chi nhánh theo thể lệ, chế độ của MB. Lập kế hoạch phù hợp với đặc điểm, tình hình, chiến lược kinh doanh và tổ chức thực hiện các nhiệm vụ của CN được quy theo quy chế. Bên cạnh đó, quản lý nguồn nhân sự thông qua kiểm tra, giám sát, đôn đốc các bộ phận, nhân viên thực hiện nghiệp vụ, chấp hành các chính sách, chế độ thể lệ của ngân hàng nhà nước và của MB. Thực hiện chế độ báo cáo (thường kỳ, đột xuất) theo quy định.

Phòng kế toán:

Đảm nhiệm công tác thanh tra của chi nhánh đối với nội bộ ngân hàng và các ngân hàng khác. Hướng dẫn và hậu kiểm việc hoạch toán kế toán đối với tất cả các đơn vị trực thuộc chi nhánh. Tổng hợp kế hoạch kinh doanh tài chính chi nhánh. Quản lý kho quỹ, bảo quản và sử dụng khuôn dấu của chi nhánh theo đúng quy định.

Phòng dịch vụ khách hàng:

Hướng dẫn KH mở tài khoản. Lập các thủ tục nhận và chi trả tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi của các tổ chức kinh tế, cá nhân. Lập các chứng từ, tổ chức thực hiện dịch vụ thanh toán chuyển tiền, thực hiện công tác điện toán và xử lý thông tin.

Phòng HCNS:

Tham mưu và hỗ trợ cho Ban lãnh đạo trong việc xây dựng và triển khai các chính sách, quy định về nhân sự, đồng thời đảm bảo các hoạt động nhân sự được thực hiện hiệu quả, đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp.

Phòng giao dịch:

Phòng làm nhiệm vụ tiếp nhận, xử lý các thanh toán của khách hàng tới giao dịch, trực tiếp chi trả các giao dịch tiền mặt có giá trị nhỏ dưới 300 triệu đồng, giải đáp, hỗ trợ, tư vấn khách hàng sử dụng sản phẩm dịch vụ Ngân Hàng.

Giao dịch viên:

Trực tiếp hỗ trợ khách hàng thực hiện các giao dịch ngân hàng như gửi tiết kiệm, vay vốn, thanh toán khoản vay,... khi khách hàng có nhu cầu.

Phòng khách hàng cá nhân:

Tổ chức quản lý và thực hiện nghiệp vụ tín dụng, bảo lãnh đối với khách hàng bao gồm các nghiệp vụ cho vay, cầm cố, chiết khấu, bảo lãnh, cam kết, quản lý rủi ro trong kinh doanh, quản lý phát triển và cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng cá nhân.

nhân. Huy động vốn, khai thác các dịch vụ khách hàng của khách hàng cá nhân. Nghiên cứu thẩm định, đề xuất và trình phê duyệt (cho vay, cầm cố, chiết khấu, bảo lãnh và cam kết) cho khách hàng theo quy định của Ngân Hàng. Họ chịu trách nhiệm đảm bảo rằng khách hàng nhận được sự hỗ trợ và chăm sóc tốt nhất trong suốt quá trình sử dụng sản phẩm/dịch vụ. Cụ thể, bộ phận này thực hiện các chức năng sau: Tương tác trực tiếp với khách hàng: Họ tiếp nhận, xử lý mọi yêu cầu, thắc mắc, khiếu nại của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả.

Trưởng/phó phòng:

Tham mưu giúp Trưởng phòng chỉ đạo, thực hiện một số mảng công việc theo phân công. Trực tiếp chỉ đạo, thực hiện một số mảng công tác theo sự phân công và chịu trách nhiệm trước Lãnh đạo Chi nhánh về công việc được giao.

Chuyên viên quan hệ khách hàng cá nhân:

Tiến hành thẩm định hồ sơ khách hàng có nhu cầu vay vốn của ngân hàng. Các tiêu chí thẩm định dựa trên các tiêu chuẩn về uy tín, khả năng tài chính, tình hình kinh doanh, tài sản thế chấp, khả năng trả nợ gốc và lãi vay,... duy trì, củng cố và phát triển mối quan hệ với khách hàng, nhằm khai thác tối đa nhu cầu sử dụng của khách hàng với sản phẩm, dịch vụ.

Giám đốc UB:

Trực tiếp xây dựng, triển khai và giám sát việc thực hiện kế hoạch hoạt động kinh doanh in - Shop Sale tại trụ sở Chi nhánh. Thiết lập mục tiêu kinh doanh, xây dựng chương trình hành động và chịu trách nhiệm kết quả kinh doanh mảng In-shop Sale tại trụ sở. Thực hiện phân giao mục tiêu kinh doanh (KPIs), phân giao khách hàng, tổ chức bán hàng và giám sát mức độ hoàn thành chỉ tiêu kinh doanh. Quản lý danh mục khách hàng cá nhân của line kinh doanh Inbound, triển khai các chương trình khai thác sâu và bán chéo các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng. Thiết lập các mối quan hệ, liên kết, hợp tác đối tác trong phạm vi được phân giao để phát triển các khách hàng mới. Quản lý, điều phối lực lượng bán và tổ chức triển khai hoạt động bán hàng tại sàn giao dịch.

Chuyên viên UB (hay chuyên viên tư vấn khách hàng):

Họ là những người thực hiện công việc liên quan đến phát triển sản phẩm, dịch vụ, phát triển kinh doanh. Đây là một vị trí nhân viên ngân hàng khá mới hiện nay. Chuyên viên UB thực hiện những nhiệm vụ, công việc liên quan đến tư vấn, giải quyết các vấn đề khiếu nại của khách hàng. Tiếp nhận nguồn khách hàng tiềm năng được cung cấp. Dựa vào nguồn data khách hàng, phân loại để thực hiện tiếp cận và phát triển kinh doanh. Gửi email, gọi điện tùy vào nhóm khách hàng để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ, giới thiệu

công ty theo từng mục đích, chiến dịch vụ thể mà bạn biết. Thực hiện cung cấp dịch vụ tại các Chi nhánh ngân hàng theo yêu cầu.

Phòng Khách hàng doanh nghiệp:

Tổ chức, quản lý và thực hiện nghiệp vụ cấp tín dụng, bảo lãnh đối với khách hàng bao gồm các nghiệp vụ cho vay, cầm cố, chiết khấu, bảo lãnh và cam kết, thực hiện các nghiệp vụ liên quan đến thanh toán LC, nhờ thu theo quy định của Ngân hàng Quân Đội, quản lý rủi ro trong kinh doanh. Quản lý, phát triển và cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách hàng Doanh Nghiệp. Quản lý tỷ giá hối đoái, biểu phí dịch vụ, tiếp thị và mở rộng thị trường. Huy động vốn, khai thác dịch vụ khách hàng của các khách hàng doanh nghiệp. Thực hiện công tác tín dụng bảo lãnh. Thực hiện công tác kinh doanh ngoại tệ và dịch vụ thanh toán quốc tế. Xây dựng và trình kế hoạch về quảng cáo sản phẩm dịch vụ Ngân Hàng

Chuyên viên quan hệ khách hàng doanh nghiệp:

Tìm kiếm, phát triển, chăm sóc khách hàng doanh nghiệp (phân khúc khách hàng SME). Thẩm định và đề xuất cấp tín dụng cho khách hàng. Duy trì quan hệ, chăm sóc khách hàng hiện hữu và phát triển khách hàng mới. Củng cố và phát triển mối quan hệ khách hàng nhằm khai thác tối đa nhu cầu sản phẩm dịch vụ của ngân hàng.

2.2.3 Chức năng của MB chi nhánh Nam Đà Nẵng:

- Chức năng huy động vốn:

MB Nam Đà Nẵng thực hiện chức năng huy động vốn thông qua việc tiếp nhận tiền gửi từ các cá nhân và tổ chức. Các sản phẩm tiền gửi bao gồm gửi tiết kiệm không kỳ hạn, gửi tiết kiệm có kỳ hạn, và các sản phẩm tiền gửi khác. Việc huy động vốn từ tiền gửi giúp ngân hàng có nguồn lực tài chính để thực hiện các hoạt động cho vay và đầu tư. MB có thể phát hành chứng chỉ tiền gửi để huy động vốn dài hạn từ các nhà đầu tư. Chứng chỉ tiền gửi là công cụ tài chính giúp ngân hàng tăng cường nguồn vốn và cung cấp lãi suất hấp dẫn cho các nhà đầu tư. Ngân hàng cũng có thể vay vốn từ các tổ chức tài chính khác, bao gồm các ngân hàng trong nước và quốc tế, để tăng cường khả năng cung cấp dịch vụ và thực hiện các hoạt động tài chính.

- Chức năng cấp tín dụng:

MB Nam Đà Nẵng cung cấp các khoản vay cho cá nhân để đáp ứng nhu cầu tài chính của khách hàng. Các sản phẩm cho vay cá nhân bao gồm vay tiêu dùng, vay mua nhà, vay mua ô tô, và các loại vay khác. Ngân hàng đánh giá khả năng thanh toán của khách hàng dựa trên các yếu tố như thu nhập, lịch sử tín dụng, và tài sản đảm bảo.

Ngân hàng cung cấp các khoản vay cho doanh nghiệp để hỗ trợ hoạt động kinh doanh và đầu tư. Các sản phẩm cho vay doanh nghiệp bao gồm vay vốn lưu động, vay đầu tư, vay xuất nhập khẩu, và các loại vay khác, MB Nam Đà Nẵng hỗ trợ doanh nghiệp trong việc quản lý tài chính và phát triển kinh doanh.

Ngoài cho vay, MB Nam Đà Nẵng còn cung cấp các dịch vụ tín dụng khác như bảo lãnh tín dụng, thư tín dụng, và các dịch vụ tài chính liên quan để hỗ trợ hoạt động thương mại và đầu tư của khách hàng

- Chức năng thanh toán:

MB Nam Đà Nẵng cung cấp dịch vụ chuyển khoản tiền giữa các tài khoản ngân hàng của khách hàng. Dịch vụ chuyển khoản bao gồm chuyển khoản nội bộ, chuyển khoản liên ngân hàng, và chuyển khoản quốc tế. Ngân hàng sử dụng các hệ thống thanh toán hiện đại để đảm bảo tính an toàn và hiệu quả của các giao dịch.

Ngân hàng cung cấp dịch vụ thanh toán hóa đơn cho các loại chi phí như điện, nước, điện thoại, và các loại hóa đơn khác. Khách hàng có thể thực hiện thanh toán trực tuyến hoặc tại các chi nhánh của ngân hàng.

MB Nam Đà Nẵng phát hành các loại thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, và thẻ trả trước để khách hàng thực hiện các giao dịch thanh toán. Các thẻ của ngân hàng được liên kết với hệ thống thanh toán quốc tế và nội địa, cung cấp tiện ích và bảo mật cho khách hàng.

- Chức năng đầu tư:

MB Nam Đà Nẵng thực hiện các hoạt động đầu tư tài chính để gia tăng giá trị tài sản và đạt được lợi nhuận. Các hoạt động đầu tư của ngân hàng bao gồm đầu tư vào chứng khoán, trái phiếu, và các công cụ tài chính khác.

Ngân hàng phát hành các loại thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ, và thẻ trả trước để khách hàng thực hiện các giao dịch thanh toán. Các thẻ của ngân hàng được liên kết với hệ thống thanh toán quốc tế và nội địa, cung cấp tiện ích và bảo mật cho khách hàng.

Cung cấp dịch vụ quản lý quỹ cho các tổ chức và cá nhân. Ngân hàng quản lý các quỹ đầu tư, quỹ hưu trí, và các quỹ tài chính khác để tối ưu hóa lợi nhuận và giảm thiểu rủi ro.

- Chức năng cung cấp dịch vụ tài chính:

MB Nam Đà Nẵng cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử, bao gồm ngân hàng trực tuyến và ngân hàng di động. Dịch vụ ngân hàng điện tử giúp khách hàng thực hiện các giao dịch tài chính, kiểm tra số dư, và quản lý tài khoản một cách thuận tiện và nhanh chóng.

Ngân hàng cung cấp dịch vụ tư vấn tài chính cho cá nhân và doanh nghiệp. Các dịch vụ tư vấn bao gồm lập kế hoạch tài chính, quản lý đầu tư, và tư vấn về các sản phẩm tài chính.

Cung cấp các sản phẩm bảo hiểm cho cá nhân và doanh nghiệp, bao gồm bảo hiểm nhân thọ, bảo hiểm sức khỏe, và bảo hiểm tài sản. Dịch vụ bảo hiểm giúp khách hàng bảo vệ tài sản và giảm thiểu rủi ro tài chính.

2.2.4 Nhiệm vụ của MB chi nhánh Nam Đà Nẵng:

- **Nhiệm vụ đảm bảo an toàn tài chính:**

MB Nam Đà Nẵng thực hiện nhiệm vụ quản lý rủi ro để đảm bảo an toàn tài chính và giảm thiểu các rủi ro liên quan đến hoạt động ngân hàng. Ngân hàng áp dụng các phương pháp quản lý rủi ro như phân tích tín dụng, đánh giá rủi ro thị trường, và quản lý rủi ro hoạt động.

Ngân hàng thiết lập các quỹ dự phòng để đối phó với các rủi ro không lường trước được, bao gồm dự phòng rủi ro tín dụng, dự phòng rủi ro thị trường, và dự phòng rủi ro hoạt động. Các quỹ dự phòng giúp ngân hàng duy trì sự ổn định tài chính và khả năng thanh toán.

MB Nam Đà Nẵng thực hiện nhiệm vụ tuân thủ các quy định pháp lý và tiêu chuẩn tài chính của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và các tổ chức quốc tế. Ngân hàng phải tuân thủ các quy định về vốn, báo cáo tài chính, và quản lý rủi ro để đảm bảo hoạt động an toàn và hợp pháp.

- **Nhiệm vụ phục vụ khách hàng:**

MB Nam Đà Nẵng cam kết cung cấp dịch vụ tài chính chất lượng cao cho khách hàng. Ngân hàng tập trung vào việc cải thiện chất lượng dịch vụ, nâng cao trải nghiệm khách hàng, và đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách hiệu quả.

Ngân hàng thực hiện nhiệm vụ hỗ trợ tài chính cho cá nhân và doanh nghiệp, bao gồm cung cấp các khoản vay, dịch vụ thanh toán, và các sản phẩm tài chính khác. MB Nam Đà Nẵng giúp khách hàng quản lý tài chính, đạt được mục tiêu tài chính, và phát triển kinh doanh.

MB Nam Đà Nẵng cung cấp dịch vụ tư vấn tài chính để giúp khách hàng đưa ra quyết định tài chính thông minh. Các chuyên gia tư vấn của ngân hàng giúp khách hàng lập kế hoạch tài chính, quản lý đầu tư, và giải quyết các vấn đề tài chính.

- **Nhiệm vụ phát triển kinh doanh:**

MB thực hiện nhiệm vụ mở rộng mạng lưới phòng giao dịch để tăng cường sự hiện diện trên thị trường và tiếp cận nhiều khách hàng hơn, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh và phát triển thị trường.

Ngân hàng tập trung vào việc phát triển các sản phẩm và dịch vụ tài chính mới để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. MB Nam Đà Nẵng liên tục nghiên cứu và phát triển các sản phẩm mới, bao gồm các giải pháp công nghệ tiên tiến và các dịch vụ tài chính hiện đại.

MB Nam Đà Nẵng thực hiện nhiệm vụ đổi mới công nghệ để nâng cao hiệu quả hoạt động và cải thiện dịch vụ khách hàng. Ngân hàng áp dụng các công nghệ tiên tiến trong quản lý dữ liệu, hệ thống thanh toán, và các dịch vụ ngân hàng điện tử.

- **Nhiệm vụ đóng góp xã hội:**

MB Nam Đà Nẵng thực hiện các chương trình từ thiện để hỗ trợ cộng đồng và các nhóm đối tượng cần giúp đỡ. Các hoạt động từ thiện của ngân hàng bao gồm hỗ trợ học bổng, cứu trợ thiên tai, và các chương trình phát triển cộng đồng. Ngân hàng thực hiện các chính sách phát triển bền vững để bảo vệ môi trường và đóng góp vào sự phát triển của cộng đồng.

2.2.5 Kết quả kinh doanh của MB chi nhánh Nam Đà Nẵng trong giai đoạn từ năm 2022-2024

2.2.5.1 Tình hình Huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022– 2024:

Huy động vốn là một trong những hoạt động cốt lõi, đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sự phát triển bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại. Trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam đối mặt với nhiều biến động từ đại dịch COVID-19 đến những thách thức về lãi suất và biến động kinh tế toàn cầu, Ngân hàng TMCP Quân đội (MB) chi nhánh Nam Đà Nẵng đã không ngừng nỗ lực nhằm duy trì tốc độ tăng trưởng huy động vốn. Nguồn vốn huy động càng lớn sẽ chứng minh rằng quy mô, trình độ nghiệp vụ, phương tiện kỹ thuật của ngân hàng hiện đại.

Trong những năm gần đây, chi nhánh luôn nỗ lực, áp dụng nhiều chính sách nhằm thu hút vốn huy động và đã đạt được kết quả như sau:

Bảng 2.1) Tình hình huy động vốn của ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022 – 2024

DVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022		2023		2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ lệ tăng trưởng	Số tiền	Tỷ lệ tăng trưởng
Tổng vốn huy động	6.702	100%	7.487	100%	8.955	100%	785	11,71%	1.468	19,61%
<i>Phân theo đối tượng huy động</i>										
TG của các TCKT	525	7,83%	635	8,48%	719	8,03%	110	20,95%	84	13,23%
TG của dân cư	6.120	91,32%	6.790	90,69%	8.163	91,16%	670	10,95%	1.373	20,22%
Vay từ các nguồn khác	57	0,85%	62	0,83%	73	0,82%	5	8,77%	11	17,74%
<i>Phân theo loại tiền</i>										
TG ngoại tệ	302	4,51%	384	5,13%	404	4,51%	82	27,15%	20	5,21%
TG VND	6.400	95,49%	7.103	94,87%	8.551	95,49%	703	10,98%	1.448	20,39%
<i>Phân theo kỳ hạn huy động</i>										
Không kỳ hạn	1.486	22,17%	1.522	20,33%	1.957	21,85%	36	2,42%	435	28,58%
Có kỳ hạn ≤ 12 tháng	3.269	48,78%	3.964	52,95%	4.741	52,94%	695	21,26%	777	19,60%
Có kỳ hạn > 12 tháng	1.947	29,05%	2.001	26,73%	2.257	25,20%	54	2,77%	256	12,79%

(Nguồn: Phòng kế toán MB – Chi nhánh Nam Đà Nẵng)

Nhận xét

Từ bảng số liệu trên ta có thể thấy rằng tình hình huy động vốn của MB - Chi nhánh Nam Đà Nẵng tăng dần đều qua các năm cụ thể như sau:

Năm 2023 tình hình huy động vốn tăng 785 tỷ đồng tương ứng tăng 11,71% so với năm 2022 (từ 6.702 tỷ đồng năm 2022 tăng lên 7.487 tỷ đồng năm 2023). Điều này là do có sự tăng trưởng mạnh hơn nhờ phục hồi kinh tế nhanh chóng, chính sách điều hành linh hoạt của Ngân hàng Nhà nước và nhu cầu vốn tăng cao từ cả cá nhân và doanh nghiệp. Đồng thời lãi suất tiết kiệm ổn định và cạnh tranh cũng góp phần thu hút nguồn vốn từ các cá nhân và tổ chức. Nhiều chủ trương và chính sách mới của Đảng, Nhà nước tiếp tục được triển khai sâu rộng, Ngân hàng nhà nước điều hành chủ động linh hoạt để ổn định kinh tế vĩ mô, hỗ trợ phục hồi tăng trưởng kinh tế. MB Nam Đà Nẵng tiếp tục đẩy mạnh chăm sóc khách hàng cũ, tìm kiếm khách hàng mới, đẩy mạnh các sản phẩm huy động vốn như: thẻ MB Hi Collection và vòng tay thanh toán MB Stellar... mang đến những trải nghiệm mới mẻ và tiện lợi hơn cho khách hàng.

- Từ năm 2023 đến 2024, tổng vốn huy động của MB Nam Đà Nẵng tiếp tục tăng trưởng mạnh, đạt mức tăng 19,61%. Đây là mức tăng trưởng cao hơn so với giai đoạn 2022-2023 (11,71%), cho thấy ngân hàng đang mở rộng huy động vốn hiệu quả, đồng thời phản ánh niềm tin của khách hàng vào ngân hàng trong bối cảnh kinh tế Đà Nẵng đang phục hồi và phát triển. Sau giai đoạn thắt chặt tiền tệ từ 2022-2023, nhiều ngân hàng trung ương (đặc biệt là Fed) bắt đầu có dấu hiệu giảm lãi suất để hỗ trợ tăng trưởng. Điều này giúp ổn định dòng vốn, hạn chế dòng chảy ngoại tệ ra nước ngoài, tạo điều kiện cho ngân hàng trong nước huy động vốn tốt hơn. Đà Nẵng đang có sự phục hồi đáng kể trong ngành du lịch, bất động sản và đầu tư công. Lượng khách du lịch tăng cao kéo theo nhu cầu tiêu dùng và giao dịch tài chính, giúp ngân hàng huy động vốn tốt hơn.

Đối với phân loại theo đối tượng, ta thấy tiền gửi dân cư của chi nhánh luôn chiếm tỉ trọng cao trên tổng nguồn vốn huy động, đạt tỉ trọng trên 90% qua 3 năm. Đến năm 2023, nguồn vốn từ dân cư tăng lên 6.790 tỷ đồng, chiếm 90,69%, với mức tăng 670 tỷ đồng, tương đương với tỷ lệ tăng trưởng 10,95%. Có sự tăng trưởng bền vững này là nền kinh tế dần phục hồi sau đại dịch COVID-19, dẫn đến thu nhập và tiết kiệm của người dân tăng lên. Lãi suất tiền gửi trong giai đoạn này tương đối hấp dẫn, đặc biệt trong bối cảnh các kênh đầu tư khác như bất động sản và chứng khoán gặp nhiều biến động. Niềm tin của người dân vào hệ thống ngân hàng được củng cố nhờ các chính sách đảm bảo an toàn tiền gửi và hỗ trợ khách hàng của Ngân hàng Nhà nước. Sự phát triển của công nghệ ngân hàng số và các chương trình khuyến mãi đã khuyến khích người dân gửi tiền

vào ngân hàng thay vì giữ tiền mặt. Những yếu tố này đã góp phần làm tăng tỷ trọng và sự ổn định của tiền gửi từ dân cư trong hệ thống ngân hàng.

Nguồn vốn huy động từ các tổ chức có tỉ lệ thấp hơn so với tiền gửi dân cư nhưng vẫn tăng đều qua các năm. Mặc dù giá cả hàng hóa trên thế giới đã giảm nhiệt so với thời kỳ đỉnh điểm 2022-2023, nhưng vẫn còn tiềm ẩn nguy cơ lạm phát cao do bất ổn địa chính trị (chiến tranh Nga - Ukraine, căng thẳng Trung Đông). Điều này khiến người dân có xu hướng tiết kiệm nhiều hơn, góp phần tăng tiền gửi dân cư tại MB Nam Đà Nẵng. Năm 2022, nguồn vốn từ TCKT là 525 tỷ đồng, chiếm 7,83%, tăng 65 tỷ đồng, tương đương với mức tăng 14,1%.. Năm 2023, nguồn vốn này tăng lên 635 tỷ đồng, chiếm 8,48%, với mức tăng 110 tỷ đồng, tương ứng với tỷ lệ tăng trưởng 20,95%. Đặc biệt, năm 2024, nguồn vốn từ TCKT tiếp tục tăng mạnh lên 719 tỷ đồng, chiếm 8,03%, với mức tăng 84 tỷ đồng, tương ứng với tỷ lệ tăng trưởng 13,23%. Sự tăng trưởng có thể được giải thích là các tổ chức kinh tế đang có xu hướng củng cố dự trữ tài chính để duy trì một lượng vốn lớn giúp họ đối phó với những rủi ro tiềm ẩn, bao gồm sự biến động của thị trường tài chính quốc tế và sự không chắc chắn trong nền kinh tế. Ngoài ra, Ngân hàng có các chính sách ưu đãi đối với khách hàng là tổ chức kinh tế khi gửi tiết kiệm như: giảm lãi suất cho vay, các chương trình khuyến mãi đặc biệt trong nhân dịp sinh nhật ngân hàng như: Khi gửi tiền từ 10 tỷ đồng, kỳ hạn từ 1 đến 11 tháng, khách hàng có cơ hội nhận voucher quà tặng với tổng giá trị lên đến 6,5 tỷ đồng.....

Đối với tiền gửi không kì hạn, đây là khoản tiền chiếm tỉ trọng thấp nhất nhất vì lãi suất tiền gửi không kì hạn khá thấp chỉ 0.1% nên khách gửi vào đây chủ yếu để thanh toán nên vốn thay đổi liên tục nên số tiền này chỉ để phục vụ thanh toán hàng ngày của khách hàng cá nhân cũng như doanh nghiệp nên loại tiền gửi này không hấp dẫn đối với khách hàng. Tuy nhiên tiền gửi không kì hạn vẫn tăng đều qua 3 năm, vì MB Nam Đà Nẵng phát triển công nghệ giúp thanh toán nhanh qua app, có nhiều ưu đãi đối với khách hàng thanh toán qua ngân hàng trong những dịp đặc biệt như: tặng quà sinh nhật, dịp cuối năm...

- Ở bảng 2.1, ta thấy tiền gửi có kì hạn đang chiếm tỉ trọng cao nhất và tỉ trọng này tăng đều theo thời gian điều này là vì lãi suất tiền gửi có kì hạn hấp dẫn hơn, Tiền gửi có kỳ hạn giúp khách hàng lập kế hoạch tài chính rõ ràng hơn. Năm 2022, MB Nam Đà Nẵng đã đưa ra các sản phẩm tiết kiệm linh hoạt (MB Flexi , MB Smart Save, MB Goal Save..) với mức lãi suất từ 3,5%- 8.5%, các sản phẩm tiết kiệm cho trẻ em (MB Future Save, MB Kids Save..) từ 4,5%-6,5%, lãi suất tiết kiệm online từ 4%-6.5% điều này giúp ngân hàng có thể huy động vốn hiệu quả, nhờ thế mà tiền gửi có kì hạn tăng đều qua các năm. Năm 2023, Ngân hàng đưa ra sản phẩm tiền gửi tiết kiệm mang tên “Tiền gửi Bình An Phú Quý”, từ đó làm cho khoản tiền gửi có kì hạn của MB Nam Đà Nẵng

2023 tăng lên cụ thể: tiền gửi ngắn hạn tăng lên 3.964 tỷ đồng tương ứng tăng 21,26% so với năm 2022, tiền gửi dài hạn tăng 2.001 tỷ đồng tương ứng tăng 2,77% so với năm 2022. Năm 2024, Nhân dịp sinh nhật 30 năm, MB Nam Đà Nẵng đã “chơi lớn” tặng ngay kho quà khủng cho khách hàng khi gửi tiết kiệm tại MB gồm 70 phần quà tặng giá trị và khi gửi trên app MBBank có ngay 150 triệu điểm MB Star trên App MBBank, điều này đã làm cho lượng tiền gửi có kì hạn của MB Nam Đà Nẵng trong năm 2024 tăng lên đáng kể, cụ thể: tiền gửi dài hạn tăng 256 tỷ đồng tương ứng tăng 12,79% so với năm 2023 và tiền gửi ngắn hạn tăng 777 tỷ đồng tương ứng tăng 19,60% so với năm 2023.

Đối với phân theo loại tiền, tiền gửi bằng VND có tỷ trọng tăng qua các năm, chiếm phần lớn trong tổng nguồn vốn huy động. Năm 2022, nguồn vốn VND là 6.400 tỷ đồng, chiếm 95,49% tổng nguồn vốn huy động. Đến năm 2023, nguồn vốn này tăng lên 7.103 tỷ đồng, chiếm 94,87%, với mức tăng 703 tỷ đồng, tương đương với mức tăng 10,98. Năm 2024, nguồn vốn VND tiếp tục tăng lên 8.51 tỷ đồng, chiếm 95,49%, với mức tăng 1.448 tỷ đồng, tương đương với tỷ lệ tăng trưởng 20,39%. Ta thấy, mức tăng trưởng tiền gửi VND mạnh mẽ, cho thấy sự ổn định trong nhu cầu huy động vốn từ dân cư và các tổ chức kinh tế. Sự gia tăng này có thể phản ánh niềm tin vững chắc của người dân vào đồng nội tệ, đặc biệt trong bối cảnh lãi suất huy động có xu hướng ổn định, khuyến khích người dân tiếp tục gửi tiền vào ngân hàng. Đồng thời, chính sách tiền tệ ổn định của ngân hàng trung ương cũng đóng vai trò quan trọng trong việc duy trì sự ổn định của nguồn vốn VND. Ta thấy, tiền gửi ngoại tệ có tỷ trọng nhỏ hơn, nhưng có mức tăng trưởng mạnh qua các năm. Năm 2022, tiền gửi ngoại tệ đạt 302 tỷ đồng. Đến năm 2023, tiền gửi ngoại tệ tăng 82 tỷ đồng so với năm 2021, tương ứng 27,15%. Trong năm 2024 đạt 404 tỷ đồng, tăng 20 tỷ đồng so với năm 2023 tương ứng 5,21% điều này là do đến năm 2024, tỷ giá VND/USD ổn định hơn do Fed bắt đầu có dấu hiệu giảm lãi suất và NHNN Việt Nam đã có các biện pháp điều tiết thị trường ngoại hối hợp lý. Khi tỷ giá không còn biến động mạnh, nhu cầu nắm giữ ngoại tệ của người dân và doanh nghiệp giảm dần, dẫn đến mức tăng trưởng tiền gửi ngoại tệ chậm lại.

2..2.5.2 Tình hình hoạt động cho vay của Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022- 2024:

Tình hình cho vay của Ngân hàng MB Nam Đà Nẵng trong giai đoạn 2022-2024 cho thấy sự tăng trưởng ổn định. Năm 2022, MB Nam Đà Nẵng đã thiết lập nền tảng vững chắc cho sự phát triển trong tương lai, đáp ứng nhu cầu vay vốn của các khách hàng cá nhân và doanh nghiệp, chi nhánh đã triển khai nhiều gói cho vay linh hoạt, với các chính sách tín dụng hấp dẫn. Những gói cho vay này không chỉ hỗ trợ cho việc mở rộng sản xuất, kinh doanh mà còn góp phần cải thiện đời sống của người dân, đặc biệt trong bối

cảnh nền kinh tế có nhiều biến động. Đến năm 2023, ngân hàng tiếp tục mở rộng hoạt động cho vay, đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Năm 2024, MB Nam Đà Nẵng duy trì đà tăng trưởng mạnh mẽ, triển khai hiệu quả các chiến lược kinh doanh, kiểm soát rủi ro và tối ưu hóa quy trình cho vay. Điều này giúp ngân hàng duy trì vị thế vững chắc trong thị trường tài chính ngân hàng Việt Nam

Để biết rõ tình hình hoạt động cho vay của MB – Chi nhánh Nam Đà Nẵng trong những năm 2022 – 2024 ta tìm hiểu thông qua bảng tình hình hoạt động cho vay của MB – Chi nhánh Nam Đà Nẵng dưới đây:

Bảng 2.2) Tình hình hoạt động cho vay của Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2022		Năm 2023		Năm 2024		Chênh lệch			
							2023/2022		2024/2023	
	Số tiền	Tỷ l	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ lệ	Số tiền	Tỷ lệ
1. Doanh số cho vay	8.090	100%	10.200	100%	12.338	100%	2.110	26,08%	2.138	20,96%
Ngắn hạn	2.890	35,72%	3.400	33,33%	4.523	36,66%	510	17,65%	1.123	33,03%
Trung, dài hạn	5.200	64,28%	6.800	66,67%	7.815	63,34%	1.600	30,77%	1.015	14,93%
2. Doanh số thu nợ	6.467	100%	6.812	100%	7.622	100%	345	5,33%	810	11,89%
Ngắn hạn	2.450	37,88%	2.670	39,20%	2.859	37,51%	220	8,98%	189	7,08%
Trung, dài hạn	4.017	62,12%	4.142	60,80%	4.763	62,49%	125	3,11%	621	14,99%
3. Tổng dư nợ	4.771	100%	8.159	100%	12.875	100%	3.388	71,01%	4.716	57,80%
Ngắn hạn	1.746	36,60%	2.476	30,35%	4.140	32,16%	730	41,81%	1.664	67,21%
Trung, dài hạn	3.025	63,40%	5.683	69,65%	8.735	67,84%	2.658	87,87%	3.052	53,70%
4. Nợ xấu	32,14	100%	41,23	100%	61,43	100%	9,09	28,28%	20,20	48,99%
Ngắn hạn	7,99	24,86%	6,98	16,93%	13,25	21,57%	-1,01	-12,64%	6,27	89,83%
Trung, dài hạn	24,15	75,14%	34,25	83,07%	48,18	78,43%	10,10	41,82%	13,93	40,67%
5. Tỷ lệ nợ xấu	0,67%		0,51%		0,48%					
Ngắn hạn	0,46%		0,28%		0,32%					
Trung, dài hạn	0,80%		0,60%		0,55%					

(Nguồn: Phòng kế toán MB – Chi nhánh Nam Đà Nẵng)

Nhận xét

Doanh số cho vay:

Trong năm 2022, kinh tế VN dần phục hồi sau đại dịch COVID – 19 giúp doanh nghiệp và cá nhân có nhu cầu vay vốn. Vì vậy doanh số cho vay năm 2022 tăng trưởng đạt 8090 tỷ đồng. Sau thời gian tập trung thực hiện mục tiêu kép "vừa phòng, chống dịch, vừa phát triển kinh tế", năm 2023 vừa qua nền kinh tế Việt Nam đã có bước phục hồi mạnh mẽ, đạt kết quả tích cực và tương đối toàn diện. Song song với đó, MB Nam Đà Nẵng đã tích cực triển khai các chương trình cho vay ưu đãi với lãi suất hấp dẫn, như gói vay sản xuất kinh doanh với lãi suất chỉ từ 6,5%/năm, nhằm trợ lực khách hàng tăng tốc kinh doanh, đồng thời đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số để đơn giản hóa thủ tục và rút ngắn thời gian phê duyệt khoản vay. Ngoài ra, nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) được hỗ trợ từ các gói kích cầu của chính phủ, góp phần gia tăng doanh số vay. Vì vậy mà doanh số cho vay năm 2023 đạt 10.200 tỷ đồng tương đương tăng 26,08% so với năm 2022. Sang năm 2024, tốc độ tăng trưởng của doanh số cho vay vẫn duy trì ở mức cao, đạt 20,96%, tương ứng với mức tăng 2.138 tỷ đồng do nền kinh tế Đà Nẵng và cả nước dần phục hồi sau những biến động trong các năm trước, đặc biệt là sự khởi sắc của các ngành thương mại, du lịch và sản xuất. Đà Nẵng là trung tâm du lịch lớn của cả nước, và khi lượng khách du lịch trong và ngoài nước gia tăng, các doanh nghiệp trong ngành dịch vụ, khách sạn, nhà hàng đã mở rộng hoạt động, dẫn đến nhu cầu vay vốn để đầu tư cơ sở vật chất, nâng cấp dịch vụ.

Ta thấy doanh số thu nợ: của ngân hàng cũng tăng đều qua từng năm. Năm 2022 doanh số thu nợ đạt 6.467 tỷ đồng. Điều này là do kinh tế Việt Nam phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch, giúp các doanh nghiệp và cá nhân vay vốn cải thiện khả năng thanh toán và trả nợ. Bên cạnh đó, MB Nam Đà Nẵng đã đẩy mạnh các biện pháp quản lý cho vay hiệu quả, bao gồm việc áp dụng các công nghệ số và phân tích dữ liệu để theo dõi, nhắc nhở và hỗ trợ khách hàng trong quá trình trả nợ. Năm 2023, doanh số thu nợ tăng nhưng ở mức độ chậm hơn tăng 5,33% so với năm 2022 ta thấy trong năm này GDP Việt Nam tăng trưởng mạnh mẽ, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển và trả nợ, bên cạnh đó, nhân viên ngân hàng cũng thường xuyên hỏi thăm về tình hình kinh doanh của khách hàng, đôn đốc khách hàng trả nợ đúng hạn và thậm chí là theo sát kiểm soát sau khi giải ngân nguồn vốn được sử dụng có đúng mục đích hay không để có thể thu hồi vốn tốt nhất. Năm 2024, doanh số thu nợ đạt 7.622 tỷ đồng tương ứng tăng 810 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 11,89% so với năm 2023 điều này là do nền kinh tế Đà Nẵng và cả nước phục hồi đã giúp nhiều doanh nghiệp và cá nhân vay vốn có dòng tiền tốt hơn, từ đó có khả năng trả nợ đúng hạn. Các lĩnh vực như du lịch, dịch vụ, thương mại phát triển mạnh mẽ hơn trong năm 2024, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tăng doanh thu, cải thiện

khả năng tài chính và thực hiện nghĩa vụ trả nợ đối với ngân hàng. MB Nam Đà Nẵng đã tăng cường quản lý rủi ro tín dụng và thu hồi nợ. Ngân hàng có thể đã thực hiện giám sát chặt chẽ hơn các khoản vay, đẩy mạnh công tác nhắc nhở, đôn đốc khách hàng thanh toán và đưa ra các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp tái cơ cấu khoản vay. Các khoản nợ đến hạn được ngân hàng chủ động xử lý, giúp cải thiện tỷ lệ thu hồi vốn.

Năm 2022, nền kinh tế phục hồi đã kích thích nhu cầu vay vốn từ cả doanh nghiệp và cá nhân để phục hồi sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng. Cũng như MB Nam Đà Nẵng đã tích cực mở rộng danh mục cho vay, tập trung vào các lĩnh vực trọng điểm như sản xuất, kinh doanh và bất động sản, đồng thời đưa ra các gói cho vay ưu đãi nhằm thu hút khách hàng. Ngoài ra, MB Nam Đà Nẵng đã đẩy mạnh chuyển đổi số, tối ưu hóa quy trình cho vay, giúp khách hàng có thể được đáp ứng vốn vay nhanh hơn và thuận tiện hơn, đặc biệt qua các nền tảng trực tuyến như app MB Bank. Chính sách lãi suất cạnh tranh và các chương trình tài trợ linh hoạt cũng là yếu tố quan trọng thu hút khách hàng vay vốn tại ngân hàng. Đồng thời, chiến lược mở rộng mạng lưới và tiếp cận khách hàng ở các khu vực mới, cùng với việc hợp tác với các đối tác chiến lược, đã giúp MB Nam Đà Nẵng mở rộng quy mô tín dụng và nâng cao dư nợ cho vay. Những nỗ lực này đã góp phần thúc đẩy mức tăng trưởng ổn định của dư nợ cho vay trong năm 2022. Chính vì thế mà dư nợ cho vay năm 2022 tăng 1.623 tỷ đồng. Năm 2023, kinh tế Việt Nam mặc dù không tránh khỏi những tác động bất lợi nhưng sự phục hồi kinh tế rõ rệt hơn, chính sách lãi suất được điều chỉnh hợp lý, cùng với nhu cầu tín dụng tăng mạnh từ phía doanh nghiệp và cá nhân, về cơ bản đã vượt qua những tác động tiêu cực của đại dịch COVID-19 và đang lấy lại đà tăng trưởng vốn có nên dư nợ cho vay tăng 3.388 tỷ đồng tương ứng tăng 71,01% so với năm 2022. Năm 2024, dư nợ cho vay tại MB Nam Đà Nẵng đạt 12.875 tỷ đồng, tăng mạnh 57,79% so với năm 2023. Sự gia tăng này xuất phát từ nhiều nguyên nhân quan trọng: nền kinh tế Đà Nẵng phục hồi mạnh mẽ sau giai đoạn khó khăn, đặc biệt là trong các lĩnh vực du lịch, thương mại, dịch vụ và sản xuất. Đà Nẵng là trung tâm du lịch lớn của cả nước, với sự gia tăng của lượng khách nội địa và quốc tế, các doanh nghiệp trong ngành này có nhu cầu vay vốn để mở rộng hoạt động kinh doanh, cải thiện cơ sở hạ tầng và dịch vụ. Thị trường bất động sản dần hồi phục, dù chưa sôi động như giai đoạn trước 2020, nhưng một số phân khúc như bất động sản du lịch, nhà ở thương mại và đất nền bắt đầu có dấu hiệu khởi sắc. Điều này thúc đẩy nhu cầu vay vốn từ các nhà đầu tư và doanh nghiệp bất động sản, góp phần làm tăng dư nợ cho vay, đặc biệt là ở nhóm trung và dài hạn. chính sách tín dụng của MB Nam Đà Nẵng linh hoạt và có nhiều ưu đãi, giúp thu hút khách hàng vay vốn.

Nợ xấu ngân hàng năm 2022 vẫn là thách thức khó khăn đối với MB nói chung và MB Nam Đà Nẵng nói riêng. Nguyên nhân nợ xấu tăng mạnh trong kỳ một phần do nợ xấu

của toán hệ thống ngân hàng có xu hướng tăng khi các ngân hàng chuyển dần các khoản nợ tái cơ cấu về đúng nhóm nợ sau khi Thông tư 14 hết hiệu lực vào ngày 30/6/2022. Ngày 30/6/2022, Thông tư 14 về cơ cấu lại thời hạn trả nợ, giữ nguyên nhóm nợ cho khách hàng bị ảnh hưởng bởi COVID-19 đã hết hiệu lực, chất lượng tài sản của ngân hàng đã bị ảnh hưởng bởi việc thông tư này hết hiệu lực. Năm 2023, nợ xấu ngân hàng tiếp tục tăng, tăng 28,28% so với năm 2022. Ngân hàng cần kiểm soát chặt chẽ khi thẩm định, phân tích đánh giá đúng khi đưa ra các quyết định cho vay, giám sát chặt chẽ, theo dõi sát sao các khoản vay sẽ giúp cho Ngân hàng giảm thiểu được rủi ro. Xử lý tài sản bảo đảm theo quy định.

Tỷ lệ nợ xấu tại MB Nam Đà Nẵng có xu hướng giảm từ 0,67% năm 2022 xuống 0,51% năm 2023, và tiếp tục giảm còn 0,48% năm 2024. Điều này phản ánh sự cải thiện đáng kể trong công tác quản lý rủi ro tín dụng của ngân hàng, cũng như điều kiện kinh tế và môi trường kinh doanh có nhiều thuận lợi hơn cho thấy ngân hàng đang quản lý rủi ro tín dụng hiệu quả hơn, bao gồm việc thẩm định khách hàng kỹ lưỡng trước khi cho vay, kiểm soát tốt quy trình phê duyệt và quản lý khoản vay. Bên cạnh đó cũng phản ánh sức khỏe tài chính của khách hàng được cải thiện, nhờ vào sự phục hồi của nền kinh tế, tăng trưởng thu nhập, hoặc các chính sách hỗ trợ tài chính từ chính phủ và ngân hàng. Cán bộ ngân hàng cũng đã thực hiện thành công các biện pháp thu hồi nợ, bao gồm đàm phán, cơ cấu lại khoản vay hoặc xử lý tài sản đảm bảo, qua đó giảm được số dư nợ xấu.

2.2.5.3 Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng:

Từ năm 2022 đến 2024, Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng đã khẳng định vị thế hàng đầu trong lĩnh vực tài chính tại miền Trung thông qua những bước tiến mạnh mẽ và bền vững. Với chiến lược kinh doanh linh hoạt cùng tầm nhìn chiến lược đúng đắn, chi nhánh đã đạt được mức tăng trưởng ấn tượng ở các chỉ tiêu quan trọng như doanh số tín dụng, huy động vốn và lợi nhuận trước thuế.

Bảng 2.3 Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2022		2023		2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ lệ tăng trưởng	Số tiền	Tỷ lệ tăng trưởng
Thu từ hoạt động tín dụng	601,09	75,21%	898,11	78,63%	1037,41	75,53%	297,02	49,41%	139,3	15,51%
Thu từ hoạt động dịch vụ và các khoản thu khác	198,14	24,79%	244,07	56,09%	336,15	24,47%	45,93	23,18%	92,08	37,73%
TỔNG THU NHẬP HOẠT ĐỘNG	799,23	100%	1142,18	100%	1373,56	100%	342,95	42,91%	231,38	20,26%
Chi hoạt động huy động vốn của NH	380,21	66,76%	435,13	69,13%	567,91	71,24%	54,92	14,44%	132,78	30,52%
Chi hoạt động dịch vụ	98,12	19,64%	116,06	20,38%	195,48	24,83%	17,94	18,28%	79,42	68,43%
Chi phí khác	21,18	4,24%	18,29	3,21%	23,75	3,02%	-2,89	-13,64%	5,46	29,85%
TỔNG CHI PHÍ HOẠT ĐỘNG	499,51	100%	569,48	100%	787,14	100%	69,97	14,01%	217,66	38,22%
LỢI NHUẬN TRƯỚC THUẾ	299,72		572,70		586,42		272,98	91,08%	13,72	2,4%
LỢI NHUẬN SAU THUẾ	239,78		458,16		469,14		218,38	91,08%	10,98	2,4%

(Nguồn: Phòng kế toán MB – Chi nhánh Nam Đà Nẵng)

Nhận xét:

Nhìn chung trong 3 năm qua, thu nhập của chi nhánh không ngừng tăng lên. Trong năm 2023 thu nhập của chi nhánh đạt 1142,18 tỷ đồng tăng 342,95 tỷ đồng tương đương tăng 42,91% so với năm 2022. Có thể thấy thu nhập của chi nhánh khá ổn định, chứng tỏ hoạt động kinh doanh ngày càng phát triển, tìm kiếm được nhiều khách hàng và thực hiện kế hoạch trong tác huy động vốn gửi cũng như chính sách ưu đãi cho khách hàng.

Trong tổng thu nhập của chi nhánh, thu nhập chiếm tỷ trọng chủ yếu là thu từ lãi, tiếp theo đó là thu từ hoạt động dịch vụ và các khoản thu khác. Các khoản thu đều có sự tăng trưởng qua các năm. Cụ thể năm 2023, thu từ hoạt động cho vay đạt 898,11 tỷ đồng tăng 49,41 % so với năm 2022. Năm 2024, thu từ hoạt động cho vay đạt 1037,41 tỷ đồng tăng 139,30 tỷ đồng tương đương 15,51 % so với năm 2023. Thu nhập của ngân hàng tăng phản ánh nhiều tín hiệu tích cực về hiệu quả hoạt động và tình hình kinh tế. Trước hết, điều này cho thấy hoạt động cho vay của ngân hàng có kết quả, đáp ứng tốt nhu cầu vay vốn tăng cao từ doanh nghiệp và cá nhân trong bối cảnh kinh tế phục hồi. Đồng thời, việc kiểm soát tốt chất lượng tín dụng và giữ tỷ lệ nợ xấu ở mức ổn định đã đảm bảo nguồn thu từ lãi bền vững. Môi trường lãi suất thuận lợi cũng góp phần quan trọng, khi lãi suất cho vay được điều chỉnh cao hơn so với lãi suất huy động, cải thiện biên lãi thuần (NIM). Ngoài ra, việc ứng dụng công nghệ số và tối ưu hóa quy trình vận hành giúp ngân hàng giảm chi phí, nâng cao hiệu quả tài chính. Những kết quả này không chỉ thể hiện sự thành công trong chiến lược kinh doanh mà còn khẳng định uy tín và năng lực cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường.

Về chi phí của chi nhánh cũng có biến động qua các năm. Cụ thể năm 2022, chi phí là 499,51 tỷ đồng. Năm 2023 chi phí là 569,48 tỷ đồng tăng 69,97 tỷ đồng tương đương tăng 14,01% so với năm 2022. Ngay sau khi Cục Dự trữ liên bang Mỹ (Fed) tăng lãi suất thêm 0.75 điểm phần trăm để kìm hãm lạm phát, Ngân hàng Nhà nước (NHNN) cũng nhanh chóng ban hành quyết định tăng một loạt lãi suất điều hành thêm 1 điểm phần trăm, có hiệu lực từ ngày 23/09/2022. Trong đó đáng chú ý nhất là trần lãi suất tiền gửi có kỳ hạn từ 1 tháng đến dưới 6 tháng tăng từ 4% lên 5%. Sau động thái của NHNN, ngay lập tức chi nhánh đã điều chỉnh khung lãi suất tiền gửi của mình. Việc tăng lãi suất tiền gửi sẽ tác động trực tiếp đến chi phí đầu vào của các ngân hàng thương mại. Chi phí huy động vốn tăng nhanh sau quyết định điều chỉnh lãi suất điều hành của Ngân hàng Nhà nước. Năm 2024 chi phí tăng lên 787,14 tỷ đồng tương ứng tăng 38,22% so với năm 2023.

Lợi nhuận trước thuế của MB Nam Đà Nẵng có sự tăng trưởng ấn tượng qua từng năm, từ 299,72 tỷ đồng năm 2022 lên 572,70 tỷ đồng năm 2023, tương đương mức tăng

91,08%, và tiếp tục tăng lên 586,42 tỷ đồng năm 2024, với mức tăng 2,4% so với năm 2023. Tương tự, lợi nhuận sau thuế cũng có mức tăng mạnh, từ 239,78 tỷ đồng năm 2022 lên 458,16 tỷ đồng năm 2023, tăng 91,08%, và đạt 469,14 tỷ đồng năm 2024, tăng 2,4%. Nguyên nhân của sự tăng trưởng này là do: Tăng trưởng thu nhập từ hoạt động kinh doanh Tổng thu nhập hoạt động đạt 1.142,18 tỷ đồng, tăng 42,91% so với năm 2022. Trong đó, thu nhập từ hoạt động cho vay tăng mạnh 49,41%, chiếm tỷ trọng lớn nhất (78,63%), phản ánh sự mở rộng danh mục cho vay và tăng trưởng tín dụng mạnh mẽ. Năm 2023 - 2024, kinh tế toàn cầu có sự phục hồi nhưng vẫn gặp nhiều thách thức do lạm phát cao, chính sách thắt chặt tiền tệ của các ngân hàng trung ương, xung đột địa chính trị, và sự suy giảm tăng trưởng kinh tế ở các nước lớn như Trung Quốc, Mỹ, và EU. Điều này ảnh hưởng đến dòng vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam, gián tiếp tác động đến hoạt động kinh doanh của các ngân hàng. Là trung tâm du lịch của miền Trung, Đà Nẵng hưởng lợi từ sự phục hồi của ngành du lịch, đặc biệt là lượng khách quốc tế tăng cao trong năm 2023 - 2024. Điều này giúp cải thiện tình hình kinh doanh của doanh nghiệp và cá nhân, từ đó nâng cao khả năng trả nợ và kích thích nhu cầu vay vốn. Thu nhập từ dịch vụ tài chính và các khoản thu khác tăng 23,18%, cho thấy MB Nam Đà Nẵng đã có chiến lược phát triển mảng dịch vụ phi tín dụng hiệu quả hơn. Mặc dù lợi nhuận tiếp tục tăng, nhưng tốc độ tăng đã chậm lại so với giai đoạn trước, chủ yếu do chi phí hoạt động và chi phí huy động vốn tăng nhanh hơn. Tổng thu nhập hoạt động tiếp tục tăng 20,26%, chủ yếu nhờ thu nhập từ cho vay tăng thêm 15,51% và thu nhập từ dịch vụ tài chính tăng 37,73%, cho thấy ngân hàng tiếp tục mở rộng hoạt động tín dụng và dịch vụ phi tín dụng. Chi phí huy động vốn tăng đáng kể 30,48%, cho thấy lãi suất huy động có thể đã cao hơn trong năm 2024, làm giảm biên lợi nhuận. Sau giai đoạn trầm lắng năm 2022 - 2023, thị trường bất động sản Đà Nẵng có dấu hiệu khởi sắc nhờ chính sách tín dụng linh hoạt hơn. Điều này giúp các ngân hàng, trong đó có MB Nam Đà Nẵng, đẩy mạnh các khoản vay liên quan đến lĩnh vực này. MB Nam Đà Nẵng chú trọng mở rộng danh mục cho vay cá nhân và SME để giảm rủi ro tập trung vào một nhóm khách hàng nhất định, đồng thời tận dụng sự phục hồi của nền kinh tế địa phương. Đồng thời, chi phí hoạt động tăng mạnh 38,22%, gây áp lực lên lợi nhuận. Tốc độ tăng lợi nhuận chậm lại so với năm trước, phản ánh sự cạnh tranh cao hơn trong ngành ngân hàng và chi phí vận hành gia tăng.

2.3 Giới thiệu chung về hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội

2.3.1. Giới thiệu chung về thẻ tín dụng MB BANK:

Thẻ tín dụng MB Bank là một sản phẩm thẻ giúp khách hàng thực hiện các giao dịch giao dịch thanh toán trong và ngoài nước một cách đơn giản và dễ dàng được cung cấp bởi Ngân hàng TMCP quân đội (MB). Mỗi chủ thẻ tín dụng sẽ được ngân hàng MB cung cấp hạn mức tín dụng từ 5 triệu đến 1 tỷ đồng để thực hiện giao dịch thanh toán trước, sau đó chủ thẻ sẽ có trách nhiệm hoàn trả số tiền tạm ứng trước đó về cho ngân hàng theo thời gian đã được thỏa thuận giữa 2 bên. Các loại thẻ tín dụng hiện có tại MB bao gồm:

a) Thẻ tín dụng quốc tế MB Visa

+ MB VISA là thẻ tín dụng quốc tế phát hành bởi Ngân hàng TMCP Quân Đội (MB). Chiếc thẻ này đáp ứng tất cả nhu cầu chi tiêu, mua sắm, ăn uống, giải trí và du lịch, dù bạn đang làm gì hay ở bất kỳ đâu. MB VISA giúp bạn rút ngắn khoảng cách không gian và thời gian, nối dài niềm vui, sống bên người thân, bạn bè và các mối quan hệ xã hội quanh mình.



Hình 2.3.1 Các loại thẻ tín dụng quốc tế MB Visa

+ Thẻ tín dụng quốc tế MB VISA gồm 04 hạng:

Hạng thẻ cao cấp - Infinite

Hạng thẻ Bạch kim - Platinum

Hạng thẻ Vàng - Gold

Hạng thẻ Chuẩn - Classic

Chi tiết các loại thẻ quốc tế MB Visa

Loại thẻ	Tính năng và tiện ích	Điều kiện mở thẻ	Biểu phí
Thẻ MB Visa Infinite – Cao cấp 	- Thanh toán hàng hóa và dịch vụ tại các điểm chấp nhận thẻ Visa trên toàn thế giới - Thanh toán thẻ với công nghệ không tiếp xúc (Contactless) - Thanh toán online bằng thẻ tín dụng tại các trang web và ứng dụng trực tuyến - Rút tiền mặt trong trường hợp cần thiết - Đặc quyền về ưu đãi phí, ưu tiên tại sân bay, du lịch toàn cầu..	- Là công dân Việt Nam từ đủ 18 tuổi hoặc người nước ngoài sinh sống và làm việc hợp pháp tại Việt Nam. - Không có nợ xấu. - Không có thẻ tín dụng tại 3 tổ chức/ngân hàng khác nhau. - Có chứng minh thu nhập hàng tháng - Có hợp đồng lao động ít nhất là 12 tháng và thời hạn lao động còn lại là trên 6 tháng	- Phát hành thẻ miễn phí - Phí thường niên miễn phí - Phí trả chậm: 6% số tiền tối thiểu chưa thanh toán, tối thiểu 200.000đ - phí rút tiền mặt tại ATM: 4% số tiền giao dịch - Phí giao dịch qua pos của NH khác: 4% * Số tiền giao dịch + Phí NH thanh toán thu (nếu có), tối thiểu 50.000VND.

Thẻ MB Priority – Bạch kim 	- Đặc quyền sân bay: Miễn phí phòng chờ thương gia tại 5 sân bay khi đạt điều kiện chi tiêu. - Bảo hiểm: Giao dịch thẻ & du lịch toàn cầu, giá trị lên đến 10.5 tỷ đồng. - Ưu đãi tài chính: Phí chuyển đổi ngoại tệ chỉ 1.5% (thấp nhất thị trường). - Ưu đãi du lịch & ẩm thực: Giảm đến 15% trên Agoda, hoàn 6-10% trên Booking. Giảm 20% tại nhà hàng Michelin toàn cầu. - Ưu đãi dịch vụ & mua sắm: Giảm đến 100K khi dùng GoFood, GoCar, Gojek, Shopee, BHD, Starbucks. - Được phục vụ ưu tiên tại chi nhánh MB trên toàn quốc.	- Công dân Việt Nam hoặc người nước ngoài đang sinh sống hợp pháp tại Việt Nam. - Đủ 18 tuổi, có đầy đủ năng lực hành vi dân sự, chịu trách nhiệm trước pháp lý. - Có CCCD/CMND/hộ chiếu còn thời hạn. - Có hồ sơ năng lực tài chính gồm hợp đồng lao động có thời hạn tối thiểu 12 tháng, sao kê tài khoản lương tối thiểu 6 tháng gần nhất. - Cung cấp các giấy tờ chứng minh tài sản đảm bảo chính chủ (nếu có). - Nộp giấy đăng ký phát hành thẻ tín dụng MB Priority VISA Platinum theo mẫu mà ngân hàng cung cấp.	- Phí phạt chậm thanh toán: 6% số tiền tối thiểu chưa thanh toán khi đã quá hạn hoàn trả tiền, tối thiểu là 200.000 đồng. - Phí rút tiền tại ATM: 4% số tiền giao dịch, tối thiểu là 50.000 đồng. - Phí giao dịch qua POS của ngân hàng khác: 4% số tiền ứng, tối thiểu là 50.000 đồng.
---	--	--	---

Thẻ MB Visa hạng chuẩn - classic 	- Thỏa sức mua sắm, chi tiêu, đi du lịch với hạn mức tín dụng tuần hoàn cao nhất thị trường Việt Nam hiện nay, tối đa lên đến 500.000.000 VNĐ. - Thanh toán hàng hóa dịch vụ, ứng tiền mặt tại hơn 30 triệu điểm ATM/POS có biểu tượng Visa trên toàn thế giới. - Hỗ trợ bảo hiểm du lịch toàn cầu lên tới 60.000\$ - An toàn, bảo mật với công nghệ thẻ chip EMV - Dịch vụ SMS tự động khi phát sinh giao dịch tài chính - Ưu đãi giảm giá tại các đối tác liên kết với MB về các lĩnh vực: ẩm thực, khách sạn, mua sắm,...	- Cá nhân từ 18 tuổi trở lên có đầy đủ hành vi dân sự - Có hộ khẩu/KT3 tại Tỉnh/thành phố nơi MB có trụ sở - Thu nhập tối thiểu 5 triệu đồng/tháng - Thời gian công tác tại công ty hiện tại tối thiểu 1 năm - Có hợp đồng lao động tối thiểu 1 năm trở lên - Và thời hạn còn lại của Hợp đồng lao động tối thiểu 6 tháng - Lương chuyển khoản hoặc tiền mặt	Phí phát hành thẻ miễn phí Hạn mức tối đa: chi tiêu càng nhiều, hạn mức càng cao - Phí trả chậm 6% - Phí giao dịch qua POS của ngân hàng khác: 4% số tiền ứng, tối thiểu là 50.000 đồng.
---	---	--	---

d) Thẻ tín dụng quốc tế MB Visa Gold 	- Hạn mức tín dụng cao: Thường dao động từ 50 triệu đến 200 triệu VNĐ, tùy theo điều kiện tài chính của khách hàng. - Hỗ trợ trả góp linh hoạt: Có thể mua sắm và chuyển đổi sang trả góp với lãi suất ưu đãi. - Rút tiền mặt: Có thể rút tiền tại ATM trong và ngoài nước (có phí). - Hoàn tiền & Tích điểm, bảo hiểm du lịch...	- Cá nhân từ 18 tuổi trở lên. - Có thu nhập ổn định, đáp ứng yêu cầu tối thiểu của ngân hàng (thường từ 5 triệu VNĐ/tháng). - Có lịch sử tín dụng tốt. - Có giấy tờ tùy thân còn hiệu lực - Giấy đăng ký phát hành thẻ kèm hợp đồng - Bản sao CMND/CCCD/Hộ chiếu Bản sao Hộ khẩu/KT3, visa, giấy phép cư trú	- Phí phát hành lại 200.000đ - Phí thường niên thẻ chính miễn phí - Phí thường niên thẻ phụ Miễn phí - Phí ứng/rút tiền mặt tại ATM: 4% số tiền giao dịch - Phí giao dịch ngoại tệ: 2% số tiền giao dịch - Phí chuyển đổi trả góp: 0 - Phí chậm thanh toán 6% số tiền tối thiểu chưa thanh toán
---	--	---	---

b) Thẻ tín dụng quốc tế MB JCB

Được thiết kế bằng công nghệ chip đáp ứng tiêu chuẩn EMV đó là sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế MB JCB Sakura.

Phân loại:

- Thẻ tín dụng quốc tế MB JCB Sakura (Hạng bạch kim, hạng vàng, hạng chuẩn)



Hình 2.3.2 Thẻ tín dụng quốc tế MB JCB

+ Tính năng và tiện ích của thẻ MB JCB

Trả góp lãi suất 0% tại hơn 1000 điểm mua sắm và tại app MB Bank.

Ứng tiền mặt dễ dàng.

Tiện lợi, nhanh chóng khi mua sắm online.

Tặng bảo hiểm thanh toán ngay khi sở hữu thẻ.

+ Điều kiện mở thẻ, tài khoản bao gồm:

Công dân Việt Nam, từ 18 tuổi trở lên.

Chủ thẻ sinh sống (có hộ khẩu hoặc tạm trú) tại khu vực có chi nhánh ngân hàng mở thẻ.

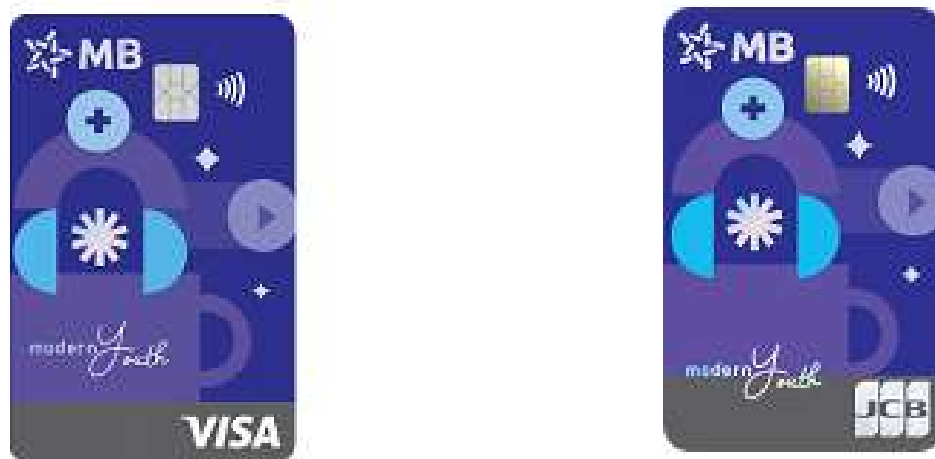
Thu nhập ổn định, tiền lương trả qua ngân hàng (thu nhập phụ thuộc vào ngân hàng liên kết)

+ Biểu phí:

Nội dung	Biểu phí
Phí phát hành	Miễn phí
Phí rút tiền tại ATM	4% Số tiền giao dịch , tối thiểu 100.000 VND
Phí thường niên	Miễn phí
Phí thanh toán chậm	6% Số tiền tối thiểu chưa thanh toán , tối thiểu 200.000 VND

c) Thẻ MB Visa Modern Youth (Visa/JCB)

Thẻ tín dụng MB Visa Modern Youth mang theo thông điệp ý nghĩa và hợp thời "Sống chủ động, sống trọn từng giây". Hãy tận hưởng những hoạt động mà bạn yêu thích và đừng để những cơ hội trải nghiệm cuộc sống trôi qua mà không được khám phá. Với thẻ tín dụng



Hình 2.3.3 Thẻ MB Visa/JCB Modern Youth

MB Visa /JCB Modern Youth, bạn có cơ hội thực hiện điều này một cách dễ dàng và thú vị.

+ Tính năng và tiện ích của thẻ:

Miễn phí phát hành và thường niên thẻ phi vật lý.

Mua sắm trả góp với lãi suất 0% tại hơn 1000 điểm bán hàng.

Nhận ngay bảo hiểm thanh toán khi sở hữu thẻ.

Tận hưởng các chương trình ưu đãi đặc biệt của MB dành cho chủ thẻ tùy thuộc vào từng thời kỳ.

+ Điều kiện mở thẻ, tài khoản bao gồm:

Đối tượng đăng ký: Công dân Việt Nam, từ 18 tuổi trở lên.

Tài khoản ngân hàng: Phải có tài khoản thanh toán tại ngân hàng MB Bank.

Giấy tờ tùy thân: Bao gồm chứng minh nhân dân, hộ khẩu, giấy khai sinh, giấy phép lái xe hoặc hộ chiếu.

Thông tin đăng ký thẻ: Cần điền đầy đủ và chính xác thông tin đăng ký thẻ.

Thu nhập: Thu nhập tối thiểu hàng tháng không dưới 5 triệu đồng.

Khả năng thanh toán: Có khả năng thanh toán các khoản nợ phát sinh trong quá trình sử dụng thẻ.

Ngoài ra còn cần bảo lãnh bằng uy tín của bên thứ 3.

Về phần thẻ chấp cần có: Đăng ký phát hành thẻ tín dụng quốc tế kèm điều kiện, điều khoản sử dụng thẻ (bản gốc). Bản sao CMTND; hoặc Hộ chiếu còn hiệu lực theo quy định của pháp luật.

+ Biểu phí:

Nội dung	Biểu phí
Phát hành thẻ	• Miễn phí
Phi thường niên	• Miễn phí
Hạn mức tối đa	• Khi bạn đăng ký mở thẻ tín dụng, hạn mức ban đầu sẽ là 0 đồng. • Hạn mức tối đa của thẻ tín dụng Mb Bank Modern Youth có thể đạt đến 30 triệu đồng.
Phí trả chậm	• 6%

d) Thẻ MB Hi Collection (Mastercard/Visa/JCB)

Thẻ đa năng MB Hi Visa Collection	Thẻ đa năng MB Hi Master Card Collection	Thẻ đa năng MB Hi JCB Collection
 MẶT TRƯỚC MẶT SAU		

Hình 2.3.5 Thẻ đa năng MB Hi Collection

Đây là loại thẻ kết hợp 2 loại thẻ: thẻ tín dụng và thẻ ATM. Dòng thẻ này được thiết kế hiện đại, năng động và cực kỳ đẹp mắt. Loại thẻ này phù hợp với các bạn trẻ thường xuyên giao dịch trực tuyến để thanh toán.

Không chỉ có vẻ ngoài đẹp mắt, thẻ MB Hi Mastercard Collection còn có một số ưu đãi như sau:

Hạn mức tín dụng được cấp tự động khi đạt điều kiện của MB, với việc chi tiêu càng nhiều thì hạn mức càng cao.

Hoàn tiền không giới hạn áp dụng cho hơn 100 thương hiệu mua sắm trực tuyến.

Cùng nhận ưu đãi giảm giá lên đến 30% tại hệ thống ẩm thực, mua sắm, du lịch, và chăm sóc sức khỏe.

Điều kiện mở thẻ, tài khoản bao gồm:

Cần phải có tài khoản tại ngân hàng MB Bank

Độ tuổi từ 18 trở lên

Biểu phí:

Nội dung	Biểu phí
Phí phát hành	Phí phát hành thẻ mới 70.000đ/thẻ
Phí rút tiền tại ATM	- 1,000 VNĐ/gd Giao dịch qua ATM của NH khác: - Phí rút tiền mặt trong nước 6.000 VNĐ - Phí rút tiền mặt nước ngoài 4% * Số tiền giao dịch + Phí NH thanh toán thu (nếu có), tối thiểu 100.000 VND
Phí thường niên	Miễn phí năm đầu Năm tiếp theo: 60.000 VNĐ (Miễn phí các năm tiếp theo khi KH được cấp hạn mức thẻ tín dụng)

f) Thẻ tín dụng quốc tế MB Priceless World Elite Mastercard

MB Priceless World Elite Mastercard là dòng thẻ cao cấp nhất của Tổ chức thẻ Mastercard, với những tính năng độc nhất, đặc quyền và ưu đãi xứng tầm, hứa hẹn sẽ đem tới cho Quý khách những trải nghiệm vô giá.

Với dòng thẻ này, khách hàng có thể tận hưởng hơn 500 trải nghiệm về du lịch, ẩm thực, hội họa, văn hoá, âm nhạc và thể thao tại 35 quốc gia trên khắp thế giới ở trang priceless.com* của Mastercard - một nền tảng về phong cách sống, kết nối mọi người qua những điểm chạm đam mê.



Hình 2.3.6 Thẻ tín dụng quốc tế MB Priceless World Elite Mastercard

Tiện ích của sản phẩm

- Thanh toán hàng hóa, dịch vụ tại các điểm chấp nhận thẻ Mastercard trên toàn cầu.
- Thanh toán thẻ với công nghệ không tiếp xúc (contactless).
- Thanh toán online tại các Website/App.
- Rút tiền mặt khẩn cấp khi cần theo các cách sau:
 - + Tại các máy ATM chấp nhận thẻ Visa trên toàn cầu;
 - + Tại App MBBank;
 - + Tại các điểm được phép ứng tiền mặt.
- Sử dụng các tiện ích của thẻ trên App MBBank:
 - + Kích hoạt thẻ;
 - + Thiết lập/Đổi mã PIN;
 - + Khóa/Mở khóa thẻ;
 - + Khóa/Mở tính năng chi tiêu online;
 - + Tra cứu lịch sử giao dịch thẻ;
 - + Vay siêu nhanh từ thẻ tín dụng;
 - + Tra cứu và đổi điểm Star Point.

Biểu Phí:

* Phí phát hành thẻ	
Phát hành mới (Không thu VAT) thẻ chính	Miễn phí
Phát hành mới (Không thu VAT) thẻ phụ	4.000.000 VNĐ/thẻ
Phát hành lại thẻ chính, thẻ phụ	Miễn phí
Phí cấp lại PIN giấy (PIN cứng)	20.000 VNĐ/lần/PIN
Phí cấp lại PIN qua Apps	Miễn phí
Thẻ tái phát hành	Miễn phí
* Phí thường niên thẻ	
Phí thường niên Thẻ chính	Miễn phí năm đầu - Các năm tiếp theo 5.999.000đ/năm (Miễn phí khi đạt DSCT từ 400.000.000 trong năm trước)
Phí thường niên Thẻ phụ	Miễn phí năm đầu Các năm tiếp theo 5.999.000đ/năm (Miễn phí

*** Tại Đơn vị chấp nhận thẻ (ĐVCNT):**

Khi chủ thẻ xuất trình thẻ, ĐVCNT tiến hành kiểm tra tính hợp lệ của thẻ .

- Đưa thẻ qua máy đọc thẻ, máy sẽ tự động cấp phép giao dịch. Nếu giao dịch lớn hơn hoặc bằng hạn mức thanh toán, ĐVCNT phải liên hệ với trung tâm thẻ để xin cấp phép.
- Sau khi giao dịch được chấp nhận, ĐVCNT yêu cầu khách hàng hoàn thành hóa đơn. Hóa đơn gồm 3 liên: 1 liên giao cho khách hàng, 1 liên giao cho ngân hàng, 1 liên ĐVCNT lưu lại để tra soát nếu có.
- Thực hiện truyền dữ liệu đến ngân hàng.

*** Tại chi nhánh thanh toán:**

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

- Chi nhánh được quyền tạm ứng tiền cho ĐVCNT trên cơ sở tổng giá trị hóa đơn sau khi trừ chi phí mà ĐVCNT phải thanh toán với ngân hàng (theo tỷ lệ đã ký trong hợp đồng với Ngân hàng Công thương Việt Nam).
- Chi nhánh lập bảng kê theo mẫu quy định và gửi trung tâm thẻ nhờ thu.

*** Tại trung tâm thẻ:**

- Hằng 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 Ngân hàng TMCP Quân đội phát hành, trung tâm thẻ báo nợ chi nhánh phát hành tổng giá trị hóa đơn. Sau khi nhận giấy báo nợ của trung tâm thẻ gửi về, chi nhánh phát hành cập nhật hồ sơ quản lý thẻ, cuối tháng, chi nhánh in và lập bản sao kê chuyển các giao dịch đã thực hiện cho khách hàng cho khách hàng và tiến hành thu nợ khách hàng. Sau khi thu nợ khách hàng, chi nhánh gửi thông tin về cho trung tâm thẻ cập nhật hồ sơ quản lý thẻ.
- Đối với thẻ do Ngân hàng TMCP Quân đội tiến hành thanh toán (thẻ của ngân hàng khác), trung tâm thẻ báo có cho chi nhánh ngân hàng thanh toán cho ĐVCNT tổng giá trị hóa đơn sau khi trừ đi chi phí của ĐVCNT cộng với chi nhánh được hưởng. 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.

2.3.2.2 Thực trạng hoạt động thanh toán và phát hành thẻ tín dụng của Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng trong giai đoạn 2022-2024

Ngân hàng TMCP Quân đội (MB) là một trong những ngân hàng thương mại lớn tại Việt Nam với tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ trong lĩnh vực thẻ tín dụng. MB không ngừng mở rộng thị trường và cải thiện chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Chi nhánh Nam Đà Nẵng đóng vai trò quan trọng trong mạng lưới hoạt động của MB tại khu vực miền Trung. Trong giai đoạn 2022-2024, hoạt động phát

hành thẻ tín dụng tại MB chi nhánh Nam Đà Nẵng ghi nhận sự gia tăng đáng kể. Số lượng thẻ phát hành mới mỗi năm tăng trung bình từ 15-20%, phản ánh xu hướng người dân chuyển sang sử dụng thanh toán không tiền mặt. Các loại thẻ được ưa chuộng bao gồm: Thẻ tín dụng quốc tế MB Visa & MB JCB là Phổ biến nhất nhờ vào mạng lưới chấp nhận rộng rãi và nhiều ưu đãi.

a) Tình hình phát hành thẻ tín dụng của MB Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024

Bảng 2.3.1 Tình hình số lượng phát hành thẻ tín dụng của MB Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024

DVT: thẻ

Năm	Tổng số thẻ phát hành (thẻ)	Tốc độ tăng trưởng
2022	2.452	
2023	2.899	18%
2024	3.550	22%

(Nguồn: Báo cáo tổng kết hoạt động thẻ của MB Nam Đà Nẵng)

Trong những năm gần đây, MB Nam Đà Nẵng đã ghi nhận sự tăng trưởng đáng kể trong việc phát hành thẻ tín dụng. Dựa vào số liệu thống kê từ bảng trên, có thể thấy rằng số lượng thẻ phát hành qua từng năm đều tăng, đặc biệt là tốc độ tăng trưởng cũng có xu hướng gia tăng. Cụ thể, năm 2022, MB Nam Đà Nẵng phát hành 2.452 thẻ tín dụng. Đến năm 2023, số thẻ phát hành tăng lên 2.899 thẻ, tương đương mức tăng trưởng 18% so với năm trước. Năm 2024, tốc độ tăng trưởng tiếp tục được đẩy mạnh khi số thẻ phát hành đạt 3.550 thẻ, tăng 22% so với năm 2023. Điều này cho thấy nhu cầu sử dụng thẻ tín dụng của khách hàng tại khu vực Đà Nẵng ngày càng tăng cao, đồng thời phản ánh những chiến lược phát triển hiệu quả của MB Nam Đà Nẵng. Nguyên nhân có sự tăng trưởng này xuất phát từ nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm bối cảnh kinh tế toàn cầu, sự phục hồi và phát triển của Đà Nẵng cũng như các chính sách mở rộng của ngân hàng. Trên phạm vi toàn cầu, xu hướng thanh toán không tiền mặt ngày càng phổ biến. Nhiều quốc gia và khu vực đã dần chuyển sang các phương thức thanh toán hiện đại như thẻ tín dụng, ví điện tử, QR code... Điều này đã ảnh hưởng trực tiếp đến thói quen tiêu dùng của người dân Việt Nam nói chung và Đà Nẵng nói riêng, thúc đẩy nhu cầu sử dụng thẻ tín dụng. Sau đại dịch COVID-19, Đà Nẵng đã có sự phục hồi mạnh mẽ về kinh tế, đặc biệt là trong lĩnh vực du lịch và dịch vụ. Một trong những lý do quan trọng giúp MB Nam Đà Nẵng đạt được mức tăng trưởng cao trong việc phát hành thẻ là nhờ những chính sách và chiến lược hợp lý từ phía ngân hàng. Nhờ vào sự chuyển đổi công nghệ

số trong Ngân hàng từ đó làm tăng nhu cầu khách hàng thanh toán không dùng tiền mặt và chỉ tiêu trước nên số lượng phát hành thẻ tín dụng tăng lên. Bên cạnh đó MB Nam Đà Nẵng liên tục nâng cấp công nghệ và ứng dụng ngân hàng số, đặc biệt trên ứng dụng MB Bank giúp khách hàng đăng ký thẻ tín dụng nhanh chóng và dễ dàng hơn. Đồng thời ngân hàng triển khai cho từng loại thẻ phù hợp với độ tuổi, thu nhập của khách hàng với nhiều chương trình miễn phí thường niên, ưu đãi hoàn tiền, giảm giá khi thanh toán bằng thẻ tín dụng tại các đối tác liên kết, thu hút khách hàng mở thẻ. Ví dụ như đối với thẻ MB Visa Gold khi sử dụng sẽ được hoàn tiền khi mua sắm trực tuyến không giới hạn tại hơn 100 thương hiệu mua sắm trực tuyến, Hoàn từ 6% đến 10% cho mọi chi tiêu tại Booking.com, Giảm đến 30% trong các lĩnh vực ẩm thực, mua sắm, du lịch, chăm sóc sức khỏe và nhiều hơn nữa. . Từ đó làm cho nhu cầu về thẻ tín dụng tăng lên.

b) Tình hình sử dụng thẻ tín dụng của khách hàng tại MB chi nhánh Nam Đà Nẵng

Bảng 2.3.2 Số lượng thẻ tín dụng hoạt động trên số lượng thẻ phát hành của MB chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024

ĐVT: Thẻ

Năm	Số thẻ hoạt động	Tỷ trọng (%)	Số thẻ không hoạt động	Tỷ trọng (%)	Chênh lệch thẻ hoạt động		Chênh lệch thẻ không hoạt động	
					Số thẻ	Mức tăng/giảm	Số thẻ	Mức tăng/giảm
2022	2.401	97,92	51	2,08				
2023	2.868	98,93	31	1,07	467	19	-20	-39
2024	3.530	99,44	20	0,56	662	23	-11	-35

(Nguồn: Phòng quản lý thẻ MB Nam Đà Nẵng)

Từ bảng 2.3.2 ta có thể thấy rằng năm 2022, số lượng thẻ hoạt động là 2.401 thẻ, chiếm 97,92% tổng số thẻ phát hành. Đến năm 2023, con số này tăng lên 2.868 thẻ, chiếm 98,93%, tương ứng với mức tăng 467 thẻ, tương đương 19%. Đến năm 2024, số thẻ hoạt động tiếp tục đạt 3.530 thẻ, nâng tỷ lệ lên 99,44%, với mức tăng 662 thẻ, tương ứng 23%. Sự gia tăng mạnh mẽ này cho thấy khách hàng ngày càng có xu hướng sử dụng thẻ tín dụng nhiều hơn thay vì chỉ mở thẻ nhưng không sử dụng. Ngược lại, số lượng thẻ không hoạt động lại có xu hướng giảm đáng kể. Nếu như năm 2022 có 51 thẻ không hoạt động (chiếm 2,08%), thì năm 2023 con số này giảm còn 31 thẻ (1,07%), tương đương mức giảm 39%. Đến năm 2024, số thẻ không hoạt động tiếp tục giảm còn 20 thẻ,

giảm thêm 35% so với năm trước. Điều này chứng tỏ MB đã có những chính sách hiệu quả trong việc khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ sau khi mở. Sự gia tăng số lượng thẻ tín dụng hoạt động và giảm số thẻ không hoạt động chịu tác động từ nhiều yếu tố, bao gồm tình hình kinh tế thế giới, môi trường kinh doanh tại Đà Nẵng và chính sách của ngân hàng MB. Sau dịch Covid-19, nhu cầu về chi tiêu mua sắm phát triển nhiều hơn, dịch vụ du lịch cũng trở lại thu hút đông đảo khách trong và ngoài nước, từ đó khách hàng có nhu cầu tăng chi tiêu trước dẫn đến thẻ tín dụng phát hành tăng lên. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp, khu công nghiệp tại Đà Nẵng cũng mở rộng hoạt động, nâng cao thu nhập của người dân, từ đó thúc đẩy việc sử dụng các sản phẩm tài chính hiện đại như thẻ tín dụng. Về phía ngân hàng MB Nam Đà Nẵng, đơn vị này đã triển khai nhiều chương trình ưu đãi hấp dẫn nhằm kích thích người dùng mở và sử dụng thẻ. Các chính sách như miễn phí thường niên, hoàn tiền khi chi tiêu như thẻ MB Visa được hoàn tiền từ 6% đến 10% khi đặt chỗ nghỉ tại Booking.com/ VisaVN và thanh toán bằng thẻ MB Visa, Khi mua sắm trên các sàn thương mại điện tử như Shopee, Lazada, Tiki, Sendo thông qua ứng dụng MBBank và thanh toán bằng thẻ MB Visa, bạn có thể được hoàn tiền lên đến 15%, không giới hạn số tiền và số lượt thanh toán. tích điểm đổi quà và lãi suất ưu đãi Tại các đơn vị liên kết: MB Bank thường xuyên triển khai các chương trình ưu đãi, cho phép chủ thẻ tín dụng hoặc thẻ đa năng có hạn mức thanh toán trả góp với lãi suất 0% và phí chuyển đổi 0 đồng. Ví dụ, khi mua sản phẩm Apple, khách hàng có thể được hưởng ưu đãi này điều kiện đối với giá trị giao dịch từ 1 triệu đồng, kì hạn trả góp từ 3-24 tháng giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận và tận dụng lợi ích của thẻ tín dụng. Tùy từng loại khách hàng mà MB Nam Đà Nẵng đưa ra các hạn mức tín dụng phù hợp cho từng đối tượng. Ngoài ra, MB cũng áp dụng công nghệ số vào quá trình phát hành thẻ, cho phép khách hàng mở thẻ online với thủ tục đơn giản, duyệt hồ sơ nhanh chóng, từ đó nâng cao tỷ lệ thẻ hoạt động. Nhìn chung, sự tăng trưởng mạnh mẽ của số lượng thẻ tín dụng hoạt động tại MB chi nhánh Nam Đà Nẵng từ năm 2022 đến 2024 là kết quả của sự kết hợp giữa xu hướng thị trường, tình hình kinh tế địa phương và các chính sách linh hoạt của ngân hàng. Điều này không chỉ phản ánh sự thay đổi trong thói quen tiêu dùng mà còn cho thấy tiềm năng phát triển của dịch vụ thẻ tín dụng tại khu vực này trong tương lai.

MB hợp tác với các doanh nghiệp, nền tảng thanh toán theo nhiều mô hình khác nhau, tùy theo đặc thù của đối tác và mục tiêu chiến lược. Bao gồm các hình thức phổ biến như:

Tích hợp cổng thanh toán, MB cung cấp API để các đối tác (như sàn thương mại điện tử, cổng thanh toán, ví điện tử) tích hợp thanh toán qua thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ hoặc mã QR của MB. Khách hàng có thể thanh toán trực tiếp từ tài khoản ngân hàng MB mà

không cần nhập lại thông tin nhiều lần. Ví dụ: MB hợp tác với SePay để tích hợp Open Banking, giúp doanh nghiệp xác nhận giao dịch tự động.

Hợp tác với hệ thống ví điện tử và thanh toán QR là MB liên kết với các ví điện tử như MoMo, ViettelPay, ShopeePay, giúp khách hàng có thêm phương thức thanh toán đa dạng. Ngoài ra, MB còn triển khai VietQR động, giúp các chuỗi bán lẻ chấp nhận thanh toán qua mã QR của MB trên ứng dụng ngân hàng. Ví dụ: WinCommerce, Yody, TH True Mart đang sử dụng VietQR của MB.

Hợp tác với hệ thống quản lý bán hàng, Ngân hàng MB tích hợp thanh toán vào nền tảng quản lý bán hàng như Sapo, giúp các chủ shop dễ dàng theo dõi giao dịch, xác nhận thanh toán tự động. Điều này giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ tiết kiệm thời gian và giảm sai sót trong giao dịch.

c) Tình hình phát hành các loại thẻ tín dụng theo từng loại của MB Nam Đà Nẵng giai đoạn từ năm 2022-2024:

Bảng 2.3.3 Tình hình phát hành các loại thẻ tín dụng theo từng loại của MB Chi nhánh Nam Đà Nẵng năm 2022-2024

Đvt: Thẻ

Loại thẻ	Năm 2022		Năm 2023		Năm 2024		Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
	Số lượng	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Mức Tăng/ giảm	Số lượng	Mức Tăng/ giảm
Thẻ tín dụng Quốc tế MB Visa Gold	502	20,5	621	21,4%	738	20,8%	119	23,7%	117	18,8%
Thẻ tín dụng MB Infinite	301	12,3	362	12,5%	415	11,7%	61	20,3%	53	14,6%
Thẻ tín dụng MB Priority	251	10,2	310	10,7%	369	10,4%	59	23,5%	59	19,0%
Thẻ MB Visa Classic	201	8,2%	259	8,9%	323	9,1%	58	28,9%	64	24,7%
Thẻ tín dụng Quốc tế MB JCB	301	12,3%	362	12,5%	415	11,7%	61	20,3%	53	14,6%
Thẻ MB Visa Modern Youth	251	10,2%	310	10,7%	369	10,4%	59	23,5%	59	19,0%
Thẻ MB JCB Modern Youth	201	8,2%	259	8,9%	323	9,1%	58	28,9%	64	24,7%
Thẻ MB Hi Collection	291	11,9%	262	9,0%	369	10,4%	-29	-10,0%	107	40,8%
Thẻ tín dụng quốc tế MB Priceless World Elite Mastercard	153	6,2%	155	5,3%	231	6,5%	2	1,3%	76	49,0%
Tổng	2.452	100%	2.899	100%	3.550	100%				

(Nguồn: Báo cáo tổng kết quả hoạt động thẻ của MB Nam Đà Nẵng)

Dựa vào bảng số liệu về số lượng phát hành thẻ tín dụng của MB trong các năm 2022, 2023 và 2024, có thể thấy rõ xu hướng tăng trưởng mạnh mẽ của một số dòng thẻ, đặc biệt là thẻ tín dụng Quốc tế MB Visa Gold. Cụ thể, năm 2022 có 502 thẻ được phát hành, con số này tăng lên 621 thẻ vào năm 2023 và tiếp tục đạt 738 thẻ vào năm 2024. Nguyên nhân dẫn đến sự phổ biến của MB Visa Gold có thể đến từ chính sách ưu đãi hấp dẫn như hoàn tiền, miễn phí thường niên năm đầu tiên, chương trình tích điểm đổi quà cũng như khả năng thanh toán toàn cầu. Đây là dòng thẻ phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng, có nhiều ưu đãi đặc biệt như: Hoàn tiền lên đến 5% cho các giao dịch chi tiêu online và thanh toán hóa đơn, miễn phí thường niên năm đầu tiên khi đạt mức chi tiêu nhất định, lãi suất cạnh tranh và chương trình miễn lãi tối đa lên đến 45 ngày, chấp nhận tại hàng triệu điểm thanh toán trên toàn cầu nhờ liên kết với Visa, hỗ trợ chương trình trả góp với lãi suất 0% tại nhiều đối tác lớn trong nước và quốc tế đặc biệt là những người có nhu cầu chi tiêu lớn và thường xuyên giao dịch quốc tế.

Đứng ở vị trí thứ hai về số lượng phát hành là thẻ tín dụng MB Inifinitive và thẻ tín dụng Quốc tế MB JCB, vào năm 2022, số lượng 2 thẻ này phát hành đạt 301 thẻ, nhưng đến năm 2023 đã tăng lên 362 thẻ và tiếp tục đạt 415 thẻ vào năm 2024 thẻ phát hành trong năm 2024, chiếm 11,7% tổng số thẻ. Cả hai dòng thẻ này đều có sự tăng trưởng đáng kể so với năm trước (tăng 53 thẻ, tương ứng 14,6 %). Thẻ MB Inifinitive hướng đến nhóm khách hàng có nhu cầu chi tiêu cao, được hưởng nhiều ưu đãi về du lịch, nghỉ dưỡng, bảo hiểm và mua sắm. Trong khi đó, MB JCB là thẻ tín dụng quốc tế phổ biến tại khu vực châu Á, đặc biệt là tại Nhật Bản và Hàn Quốc, nơi có nhiều khách hàng sử dụng dịch vụ của MB. Chính vì vậy, thẻ JCB ngày càng được ưa chuộng nhờ mạng lưới thanh toán rộng rãi và các chương trình ưu đãi hấp dẫn dành riêng cho khách hàng sử dụng thẻ này.

Ở chiều ngược lại, ta thấy thẻ tín dụng quốc tế MB Priceless World Elite Mastercard là loại thẻ có số lượng phát hành ít nhất trong năm 2024, với 231 thẻ, chiếm 6,5% tổng số thẻ phát hành. Mặc dù số lượng phát hành đã tăng 76 thẻ (49,0%) so với năm 2023, nhưng đây vẫn là dòng thẻ có số lượng phát hành thấp nhất. Nguyên nhân chính là do đây là sản phẩm thẻ cao cấp, hướng đến khách hàng VIP, yêu cầu mức thu nhập cao và chi tiêu lớn. Tuy nhiên, những khách hàng sở hữu thẻ này lại được hưởng các dịch vụ đặc quyền như phòng chờ sân bay cao cấp, bảo hiểm du lịch toàn cầu, ưu đãi đặc biệt tại khách sạn và nhà hàng hạng sang. Việc MB hạn chế số lượng phát hành dòng thẻ này có thể nhằm duy trì tính độc quyền và đẳng cấp cho chủ thẻ, đồng thời tập trung vào nhóm khách hàng chiến lược.

Từ tình hình trên, ta thấy số lượng phát hành các loại thẻ tín dụng của MB có sự tăng trưởng đồng đều qua các năm, trong đó các dòng thẻ phổ thông như MB Visa Gold, MB

Inifinitive, MB JCB có tốc độ tăng trưởng mạnh mẽ. Trong khi đó, các dòng thẻ cao cấp như MB Priceless World Elite Mastercard tuy có mức tăng trưởng nhanh nhưng vẫn giữ số lượng phát hành ở mức thấp, phù hợp với chính sách duy trì sự độc quyền. Điều này cho thấy MB đang có chiến lược phát triển đa dạng các loại thẻ tín dụng để phù hợp với nhiều phân khúc khách hàng, từ phổ thông đến cao cấp, nhằm đáp ứng nhu cầu chi tiêu và thanh toán không tiền mặt ngày càng gia tăng.

d) Tình hình doanh số thanh toán thẻ tín dụng của MB Nam Đà Nẵng giai đoạn 2022-2024

Bảng 2.3.4 Tình hình doanh số thanh toán thẻ tín dụng tại MB Nam Đà Nẵng giai đoạn năm 2022-2024

DVT: triệu đồng

Chi tiêu	2022	2023	2024	Chênh lệch 2023/2022		Chênh lệch 2024/2023	
				Số tiền	Tăng/Giảm (%)	Số tiền	Tăng/giảm (%)
Thanh toán trực tuyến	1280,75	1600,12	2058,46	319,37	24,9%	458,34	28,6%
Doanh số thanh toán qua Pos	5013,02	6387,05	8567,12	1374,03	27,4%	2180,07	34,1%
Qua máy ATM	50,83	57,65	60,78	6,82	13,4%	3,13	5,4%
Tổng	6344,6	8044,82	10686,36	1700,22	26,8%	2641,54	32,8%

(Nguồn: Phòng kế toán MB – Chi nhánh Nam Đà Nẵng)

Bảng số liệu trên phản ánh sự tăng trưởng trong việc sử dụng thẻ tín dụng qua các phương thức thanh toán khác nhau, bao gồm thanh toán trực tuyến, quét thẻ qua POS và rút tiền qua máy ATM. Tổng doanh số thanh toán bằng thẻ tín dụng có sự gia tăng đáng kể qua các năm, cho thấy xu hướng người tiêu dùng ngày càng ưu tiên sử dụng thẻ tín dụng để chi tiêu thay vì dùng tiền mặt. Trong đó, thanh toán trực tuyến có mức tăng trưởng khá ổn định, từ 1280,75 triệu đồng vào năm 2022 lên 1600,12 triệu đồng vào năm 2023 (tăng 24,9%) và tiếp tục nhảy vọt lên 2058,46 triệu đồng vào năm 2024 (tăng 28,6%). Đây là tín hiệu tích cực phản ánh sự mở rộng của thương mại điện tử, dịch vụ số và xu hướng khách hàng thích thanh toán nhanh chóng, tiện lợi mà thẻ tín dụng mang lại. Doanh số quét thẻ qua POS cũng ghi nhận mức tăng ổn định từ 5013,02 vào năm 2022, doanh số này tăng lên 6387,05 vào năm 2023 (tăng 27,4%) và đạt 8567,12 vào

năm 2024 (tăng 34,1%). Điều này cho thấy POS vẫn là phương thức thanh toán phổ biến, đặc biệt trong các ngành như bán lẻ, nhà hàng, khách sạn, nhưng đang chịu sự cạnh tranh mạnh mẽ từ thanh toán trực tuyến và các phương thức khác như quét mã QR, ví điện tử. doanh số rút tiền qua máy ATM có xu hướng tăng rất chậm, chỉ từ 50,83 triệu đồng (2022) lên 60,78 triệu đồng (2024), tương ứng mức tăng 13,4% vào năm 2023 và 5,4% vào năm 2024. Điều này phản ánh xu thế hạn chế sử dụng tiền mặt, mức tăng này thấp hơn so với các phương thức thanh toán khác, cho thấy người tiêu dùng vẫn sử dụng thẻ tín dụng để rút tiền mặt khi cần, nhưng xu hướng này không phải là chính yếu do phí rút tiền cao, xu hướng giảm dùng tiền mặt và sự tiện lợi của các phương thức thanh toán không tiền mặt.

Sự thay đổi trong doanh số chi tiêu qua thẻ tín dụng chịu ảnh hưởng lớn từ cả ngân hàng và các đơn vị chấp nhận thẻ (ĐVCNT). Đối với thanh toán trực tuyến, MB Bank đã mở rộng hợp tác với các nền tảng thương mại điện tử, cổng thanh toán trực tuyến như VNPay, Momo, ShopeePay, đồng thời cung cấp các chương trình ưu đãi khi thanh toán bằng thẻ tín dụng, giúp thúc đẩy khách hàng sử dụng phương thức này nhiều hơn. Bên cạnh đó, các dịch vụ như đặt vé máy bay, khách sạn, gọi xe công nghệ và thanh toán hóa đơn cũng hỗ trợ thanh toán qua thẻ tín dụng, mang lại sự tiện lợi tối đa. Từ phía ngân hàng, MB Nam Đà Nẵng đã tích cực hợp tác với các ĐVCNT trực tuyến, cung cấp nhiều chương trình ưu đãi như hoàn tiền, tích điểm và miễn phí giao dịch để khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ. Chính sách này không chỉ thúc đẩy nhu cầu thanh toán trực tuyến mà còn tạo động lực để các ĐVCNT tích hợp phương thức này vào hệ thống của mình, góp phần làm gia tăng mạnh mẽ doanh số thanh toán trực tuyến. MB và đối tác có thể đưa ra các ưu đãi như:

- + Miễn phí lắp đặt máy POS
- + Miễn phí hoặc giảm phí thuê bao POS trong 6 – 12 tháng đầu
- + Chiết khấu phần trăm giao dịch hấp dẫn (tùy ngành nghề)
- + Tặng thưởng theo doanh số thanh toán
- + Tư vấn và hỗ trợ kỹ thuật miễn phí

Ngoài ra, các ĐVCNT vẫn phải chi trả phí trên doanh số chi tiêu thẻ tín dụng của khách hàng với mức là phí 1.8% cho tất cả các loại thẻ.

e) Thu nhập từ hoạt động phát hành thẻ tín dụng MB chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn năm 2022-2024

Bảng 2.3.5 Thu nhập từ hoạt động phát hành thẻ tín dụng của MB chi nhánh Nam Đà Nẵng giai đoạn năm 2022-2024*ĐVT: Triệu đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2022		Năm 2023		Năm 2024		Chênh lệch năm 2023/2022		Chênh lệch năm 2024/2023	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Mức tăng/giảm(%)	Số tiền	Mức tăng/giảm(%)
Tổng thu nhập	1.331,58	100	1.527,42	100	1.743,69	100	195,84	14,7%	216,27	14,2%
Thu từ phí phát hành và thanh toán thẻ	542,37	40,7%	690,51	45,2%	810,15	46,5%	148,14	27,3%	119,64	17,3%
Thu từ phí làm lại thẻ/ điều chỉnh dịch vụ	399,47	30,0%	458,23	30,0%	543,11	31,1%	58,76	14,7%	84,88	18,5%
Thu từ phí thường niên và phí phạt	389,74	29,3%	420,68	27,5%	450,43	25,8%	30,94	7,9%	29,75	7,1%

(Nguồn: Phòng kế toán MB – Chi nhánh Nam Đà Nẵng)

Trong giai đoạn từ năm 2022 đến năm 2024, tổng thu nhập từ phí dịch vụ thẻ tại MB Nam Đà Nẵng có sự tăng trưởng đều đặn và tích cực. Cụ thể, tổng thu nhập tăng từ 1.331,58 triệu đồng năm 2022 lên 1.527,42 triệu đồng năm 2023 và tiếp tục đạt mức 1.743,69 triệu đồng vào năm 2024. Mức tăng lần lượt theo từng năm là 14,7% và 14,2%, cho thấy sự mở rộng quy mô hoạt động cũng như khả năng khai thác hiệu quả nguồn thu từ dịch vụ thẻ của ngân hàng. Cơ cấu thu nhập từ các khoản phí cũng có sự chuyển biến rõ rệt, trong đó đáng chú ý nhất là sự gia tăng mạnh mẽ của thu từ phí thường niên và phí phạt.

Thu từ hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tăng mạnh nhất trong cơ cấu, từ 542,37 triệu đồng năm 2022 lên 810,15 triệu đồng năm 2024, chiếm đến 46,5% trong tổng thu nhập. Mức tăng trưởng 27,3% trong năm 2023 và 17,3% trong năm 2024 phản ánh rõ xu hướng người dân ngày càng ưu tiên thanh toán không dùng tiền mặt. Tại thành phố Đà Nẵng, chính quyền địa phương đã ban hành nhiều chính sách hỗ trợ chuyển đổi số, khuyến khích thanh toán số trong lĩnh vực hành chính công, giáo dục, y tế và tiêu dùng hàng ngày, từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho các ngân hàng thương mại, trong đó có MB Nam Đà Nẵng, thúc đẩy phát hành thẻ tín dụng và mở rộng mạng lưới thanh toán. Bên cạnh đó, Đà Nẵng là một trong những trung tâm kinh tế - du lịch lớn của miền Trung, có lượng khách du lịch trong nước và quốc tế gia tăng đáng kể sau đại dịch, góp phần thúc đẩy nhu cầu thanh toán không tiền mặt, đặc biệt là qua thẻ quốc tế.

Bên cạnh đó, khoản thu từ phí làm lại thẻ và điều chỉnh dịch vụ cũng tăng trưởng ổn định qua các năm. Năm 2022, khoản thu này đạt 399,47 triệu đồng, chiếm 30% cơ cấu thu nhập; đến năm 2023 tăng lên 458,23 triệu đồng (30%) và năm 2024 đạt 543,11 triệu đồng (31,1%). Mức tăng trưởng lần lượt là 14,7% và 18,5% cho thấy khách hàng có xu hướng sử dụng thẻ nhiều hơn, đồng thời cũng phát sinh các nhu cầu thay đổi như cấp lại thẻ do mất, hỏng, hoặc yêu cầu điều chỉnh thông tin, nâng cấp dịch vụ. Ngoài ra, việc ngân hàng khuyến khích chuyển đổi sang thẻ chip theo chuẩn EMV cũng góp phần làm tăng nhu cầu điều chỉnh thẻ và phát sinh phí tương ứng.

Ngược lại, thu từ phí thường niên và phí phạt lại ghi nhận mức tăng chậm và tỷ trọng có xu hướng giảm, từ 29,3% năm 2022 xuống còn 25,8% năm 2024. Nguyên nhân chủ yếu đến từ việc ngân hàng triển khai nhiều chính sách miễn hoặc giảm phí thường niên, đặc biệt trong năm đầu tiên sử dụng thẻ, nhằm thu hút khách hàng mới và nâng cao sức cạnh tranh so với các ngân hàng khác trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Bên cạnh đó, công tác quản lý rủi ro tín dụng và hỗ trợ khách hàng được cải thiện đáng kể; ngân hàng đã chủ động gửi thông báo nhắc nợ qua ứng dụng, SMS và tổng đài, giúp người dùng thanh toán dư nợ đúng hạn, qua đó giảm đáng kể số lượng các khoản phí phạt do chậm thanh toán. Thêm vào đó, MB Nam Đà Nẵng đang dần chuyển dịch cơ cấu khách hàng sang

nhóm có thu nhập ổn định, hiểu biết tài chính tốt và có thói quen chi tiêu thông minh – nhóm khách hàng này thường thanh toán đúng hạn và ít khi phát sinh vi phạm.

Nhìn chung, hoạt động thu phí từ dịch vụ thẻ tại MB Nam Đà Nẵng đã có sự tăng trưởng bền vững cả về quy mô lẫn cơ cấu nguồn thu. Tuy nhiên, sự gia tăng tỷ trọng thu từ các khoản phí thường niên và phí phạt cũng đặt ra thách thức trong việc đảm bảo trải nghiệm tích cực cho khách hàng. Ngân hàng cần tiếp tục cân đối giữa việc tối ưu hóa nguồn thu và tăng cường truyền thông, hướng dẫn khách hàng sử dụng thẻ hiệu quả để hạn chế phát sinh các khoản phí không cần thiết. Đồng thời, việc duy trì chính sách miễn giảm hợp lý đối với phí phát hành và thanh toán sẽ góp phần giữ chân khách hàng cũ và thu hút thêm khách hàng mới, tạo nền tảng cho sự phát triển ổn định trong dài hạn.

2.3.3 Đánh giá hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam ĐN

2.3.3.1 Những kết quả đạt được

Trong giai đoạn 2022-2024, lĩnh vực thẻ tín dụng tại Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ nhờ sự gia tăng nhu cầu tiêu dùng không dùng tiền mặt và chính sách đẩy mạnh chuyển đổi số từ phía các ngân hàng. Trong bối cảnh đó, Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng cũng đã có nhiều bước tiến trong hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng, góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng và mở rộng thị phần trên thị trường tài chính – ngân hàng.

a) Đầu tư công nghệ và xu hướng ngân hàng số

MB là một trong những ngân hàng tiên phong trong chiến lược chuyển đổi số toàn diện. Từ năm 2020 đến nay, MB đã đầu tư mạnh vào hệ sinh thái ngân hàng số, nổi bật là ứng dụng MBBank – một trong những ứng dụng ngân hàng có lượng người dùng tăng trưởng nhanh nhất tại Việt Nam.

Việc tích hợp chức năng đăng ký phát hành thẻ tín dụng online, quản lý chi tiêu, thanh toán dư nợ, theo dõi hạn mức... ngay trên ứng dụng giúp khách hàng tiếp cận dịch vụ thẻ một cách dễ dàng và thuận tiện. Ngoài ra, MB Nam Đà Nẵng cũng đã triển khai công nghệ thẻ chip EMV, đảm bảo an toàn bảo mật cao, đồng thời ứng dụng công nghệ xác thực OTP, biometrics (sinh trắc học) nhằm tăng cường an ninh trong quá trình thanh toán và quản lý thẻ.

Không chỉ đầu tư vào phần mềm, MB Nam Đà Nẵng còn chú trọng nâng cấp hạ tầng thanh toán như máy POS hiện đại, hợp tác với ví điện tử, QR code và NFC (thanh toán không tiếp xúc), giúp thẻ MB dễ dàng tích hợp vào xu hướng thanh toán không tiền mặt.

b) Phát triển tiện ích thanh toán thẻ tín dụng

Một trong những điểm mạnh của MB là sự phát triển đa dạng các tiện ích đi kèm thẻ tín dụng. Khách hàng có thể lựa chọn nhiều dòng thẻ như Visa MB Modern Youth, MB JCB Sakura, MB Visa Platinum... với hạn mức phong phú và chính sách hoàn tiền, tích điểm hoặc ưu đãi trả góp 0% tại hàng trăm đối tác liên kết.

MB cũng không ngừng mở rộng hợp tác với các thương hiệu lớn trong các lĩnh vực như bán lẻ, hàng không, khách sạn, giáo dục... để mang lại ưu đãi đặc quyền cho chủ thẻ tín dụng. Khách hàng có thể thanh toán học phí, đặt vé máy bay, mua sắm online một cách dễ dàng với chính sách trả góp lãi suất 0%, hoàn tiền đến 10%, hoặc miễn phí thường niên khi đạt điều kiện chi tiêu.

Đặc biệt, MB cũng phát triển tính năng quản lý giao dịch thẻ thông minh, cảnh báo chi tiêu qua SMS/Email/App và tích hợp trực tiếp các phương thức thanh toán như Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay giúp tăng tính tiện lợi và hiện đại.

c) Thủ tục phát hành nhanh chóng, tốc độ thanh toán hiệu quả

Một điểm sáng nổi bật của MB trong hoạt động phát hành thẻ tín dụng là quy trình thủ tục đơn giản, số hóa hoàn toàn. Khách hàng có thể đăng ký phát hành thẻ ngay trên App MB mà không cần đến quầy giao dịch. Đối với khách hàng có tài khoản tại MB, việc xét duyệt thẻ tín dụng chỉ mất từ 15 đến 30 phút và có thể nhận thẻ tại nhà trong vòng 2 – 3 ngày làm việc. Điều này thể hiện sự linh hoạt và hiện đại trong cách tiếp cận khách hàng.

Bên cạnh đó, tốc độ xử lý giao dịch thanh toán của thẻ tín dụng MB được đánh giá là nhanh chóng và ổn định, ít xảy ra lỗi giao dịch. Hệ thống xử lý online 24/7, liên kết với mạng lưới Napas, Visa, JCB cho phép thanh toán trong nước và quốc tế mượt mà.

** Thu nhập từ thanh toán và phát hành thẻ tăng trưởng mạnh*

Việc số hóa toàn bộ quy trình phát hành thẻ giúp MB tiết kiệm chi phí vận hành, đồng thời gia tăng số lượng thẻ phát hành nhanh chóng nhờ tiếp cận được lượng lớn khách hàng sử dụng App MBBank.

Các chính sách hoàn tiền, trả góp 0%, ưu đãi thường niên đã kích thích nhu cầu sử dụng thẻ tín dụng thay cho tiền mặt, làm tăng doanh số thanh toán thẻ, từ đó làm tăng thu nhập từ phí giao dịch, phí dịch vụ và lãi suất từ dư nợ.

MB cũng tận dụng tốt các đối tác liên kết trong bán lẻ, du lịch, giáo dục... để mở rộng phạm vi sử dụng thẻ, từ đó kéo theo sự tăng trưởng ổn định của thu nhập từ mảng thẻ tín dụng.

** Giải thưởng MB Nam Đà Nẵng đạt được*

MB Nam Đà Nẵng, với hiệu quả trong triển khai chiến lược phát hành và thanh toán thẻ, đã đạt được một số thành tích nổi bật:

- + Top Chi nhánh có doanh số chi tiêu thẻ tín dụng cao nhất khu vực miền Trung năm 2023
- + Giải thưởng Chi nhánh đổi mới công nghệ số xuất sắc năm 2022 (do MB trao tặng)
- + Ghi nhận từ tổ chức thẻ Visa và JCB về tốc độ tăng trưởng doanh số vượt trội trong giai đoạn 2021–2024
- + Theo các báo cáo nội bộ và truyền thông, MB nằm trong top các ngân hàng có thị phần thẻ tín dụng tăng trưởng cao nhất trong giai đoạn 2020–2024.

Phát triển các dòng sản phẩm thẻ tín dụng

Từ năm 2015 đến nay, MB đã mở rộng từ khoảng 2–3 dòng sản phẩm thẻ lên hơn 10 dòng, phục vụ từng nhóm đối tượng khách hàng cụ thể. Các dòng thẻ nổi bật hiện nay gồm:

MB Visa Modern Youth (cho giới trẻ, hoàn tiền cao)

MB JCB Sakura (ưu đãi phong cách sống Nhật)

MB Visa Platinum (cao cấp, tích điểm đổi quà)

MB Visa Infinite (đặc quyền du lịch, golf, khách sạn)

Cùng các dòng thẻ đồng thương hiệu và thẻ doanh nghiệp.

=> Trong giai đoạn từ năm 2022-2024, Ngân hàng MB chi nhánh Nam Đà Nẵng ghi nhận lợi nhuận từ kinh doanh thẻ tín dụng năm 2023 tăng 15% so với năm 2022 và năm 2024 tăng 18% so với năm 2023 đây là một dấu hiệu khá tích cực cho thấy hoạt động thanh toán và phát hành thẻ của MB Nam Đà Nẵng ngày càng phát triển. Điều này đã nằm trong kế hoạch định hướng của ngân hàng MB Nam Đà Nẵng giai đoạn này.

2.3.3.2 Những thuận lợi

Ngân hàng Quân đội (MB) – Chi nhánh Nam Đà Nẵng đang có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển mạnh mẽ hoạt động thanh toán và phát hành thẻ tín dụng. Những yếu tố này không chỉ đến từ nội lực của ngân hàng mà còn nhờ vào môi trường kinh tế, xu hướng tiêu dùng và sự hỗ trợ từ công nghệ giúp MB Nam Đà Nẵng mở rộng và nâng cao hiệu quả kinh doanh trong lĩnh vực này.

- Vị trí địa lý thuận lợi và nền kinh tế phát triển

Đà Nẵng là một trong những thành phố năng động nhất Việt Nam, với nền kinh tế phát triển mạnh mẽ và thu hút nhiều doanh nghiệp, du khách trong và ngoài nước. Là một

chi nhánh đặt tại khu vực Nam Đà Nẵng, MB có cơ hội tiếp cận với nhiều khách hàng tiềm năng, đặc biệt là các cá nhân và doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng dịch vụ thanh toán điện tử và thẻ tín dụng. Hơn nữa, Đà Nẵng là trung tâm du lịch lớn với lượng khách du lịch nội địa và quốc tế cao, tạo điều kiện để MB đẩy mạnh các sản phẩm thanh toán không dùng tiền mặt, hỗ trợ du khách và doanh nghiệp địa phương trong việc giao dịch.

- Xu hướng chuyển đổi số và sự phát triển của thanh toán không tiền mặt

Chính phủ Việt Nam đang khuyến khích phát triển thanh toán không dùng tiền mặt nhằm thúc đẩy sự minh bạch trong giao dịch tài chính và nâng cao hiệu quả kinh tế. MB Nam Đà Nẵng có thể tận dụng xu hướng này để mở rộng dịch vụ thanh toán thẻ tín dụng, kết hợp với các ứng dụng công nghệ tiên tiến như Mobile Banking, Internet Banking và ví điện tử.

Bên cạnh đó, sự phổ biến của thương mại điện tử cũng góp phần thúc đẩy nhu cầu sử dụng thẻ tín dụng trong các giao dịch trực tuyến. Người dân và doanh nghiệp ngày càng ưa chuộng các phương thức thanh toán tiện lợi, an toàn thay vì sử dụng tiền mặt, tạo cơ hội lớn cho MB Nam Đà Nẵng phát triển hoạt động thẻ tín dụng.

- Sản phẩm và dịch vụ đa dạng, ưu đãi hấp dẫn

MB đã xây dựng hệ sinh thái sản phẩm tài chính đa dạng, trong đó thẻ tín dụng được thiết kế với nhiều ưu đãi như hoàn tiền, miễn lãi suất trong thời gian đầu, tích điểm đổi quà và giảm giá khi mua sắm tại các đối tác liên kết. Những chính sách này giúp MB thu hút nhiều khách hàng mở thẻ và sử dụng dịch vụ thanh toán của ngân hàng.

Ngoài ra, MB Nam Đà Nẵng có thể hợp tác với các doanh nghiệp địa phương để triển khai các chương trình ưu đãi dành riêng cho chủ thẻ, từ đó gia tăng sự tiện lợi và giá trị cho khách hàng.

- Nền tảng công nghệ hiện đại và tính bảo mật cao

MB là một trong những ngân hàng tiên phong trong việc ứng dụng công nghệ vào các sản phẩm tài chính. Hệ thống bảo mật tiên tiến giúp MB đảm bảo an toàn cho khách hàng khi sử dụng dịch vụ thanh toán thẻ tín dụng, tạo sự tin tưởng và khuyến khích khách hàng sử dụng nhiều hơn.

Ngoài ra, với việc liên tục cập nhật các công nghệ thanh toán mới như thẻ chip EMV, thanh toán không tiếp xúc (contactless) và sinh trắc học, MB Nam Đà Nẵng có thể nâng cao trải nghiệm khách hàng, giúp các giao dịch diễn ra nhanh chóng và thuận tiện.

- Đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp và dịch vụ khách hàng tận tâm

Một trong những lợi thế lớn của MB Nam Đà Nẵng là đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, được đào tạo bài bản về nghiệp vụ ngân hàng và chăm sóc khách hàng. Sự tận tâm và chuyên môn cao của nhân viên giúp MB có thể tư vấn, hỗ trợ khách hàng trong quá trình mở thẻ, sử dụng thẻ tín dụng và giải quyết các vấn đề phát sinh nhanh chóng.

Hơn nữa, MB luôn chú trọng đến trải nghiệm khách hàng, không ngừng nâng cấp dịch vụ và đơn giản hóa thủ tục đăng ký thẻ tín dụng, giúp khách hàng tiếp cận sản phẩm dễ dàng hơn.

- Chính sách hỗ trợ từ ngân hàng hội sở và đối tác

MB Nam Đà Nẵng nhận được sự hỗ trợ mạnh mẽ từ ngân hàng hội sở - MB Bank, bao gồm các chiến lược phát triển, nguồn vốn dồi dào và chính sách ưu đãi dành cho khách hàng. Ngoài ra, MB Nam Đà Nẵng còn hợp tác với nhiều tổ chức tài chính quốc tế, giúp mở rộng mạng lưới thanh toán và cung cấp các sản phẩm thẻ tín dụng có tính cạnh tranh cao.

Nhờ vào vị trí địa lý chiến lược, xu hướng tiêu dùng mới, sự hỗ trợ từ công nghệ và đội ngũ nhân sự chuyên nghiệp, MB Nam Đà Nẵng có nhiều thuận lợi để phát triển mạnh mẽ hoạt động thanh toán và phát hành thẻ tín dụng. Trong thời gian tới, nếu tiếp tục tận dụng tốt các cơ hội này, MB Nam Đà Nẵng không chỉ mở rộng thị phần mà còn khẳng định vị thế của mình trong lĩnh vực ngân hàng số và thanh toán không tiền mặt tại khu vực Đà Nẵng.

2.3.3.3 Những khó khăn và nguyên nhân

Trong giai đoạn 2022-2024, hoạt động thanh toán và phát hành thẻ tín dụng tại MB Nam Đà Nẵng đã có nhiều chuyển biến đáng kể. Mặc dù đạt được nhiều thành tựu trong việc mở rộng thị phần và ứng dụng công nghệ số, chi nhánh vẫn đối mặt với không ít khó khăn. Những thách thức này xuất phát từ nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan, ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm khách hàng cũng như hiệu quả hoạt động của ngân hàng.

* Thứ nhất về khó khăn trong hoạt động thanh toán thẻ tín dụng

- Mạng lưới chấp nhận thanh toán qua Pos chưa đạt như tiềm năng

Dù xu hướng thanh toán không tiền mặt ngày càng phổ biến, nhưng tại MB Nam Đà Nẵng, một số doanh nghiệp nhỏ lẻ vẫn chưa sẵn sàng đầu tư vào hệ thống chấp nhận thẻ. Điều này khiến khách hàng gặp khó khăn khi thanh toán, đặc biệt với những người đã quen với việc sử dụng thẻ tín dụng thay cho tiền mặt nên dẫn đến số lượng Pos trên địa bàn vẫn chưa thực sự cao như tiềm năng. Bên cạnh đó, việc tích hợp thanh toán qua các phương thức hiện đại như QR Pay, Apple Pay, Google Pay vẫn chưa được triển khai

đồng bộ, dẫn đến sự hạn chế trong việc mở rộng hệ sinh thái thanh toán. Một số khách hàng không có nhu cầu mở thẻ vì phải chịu lãi và chi phí phát hành cao.

- Xử lý khiếu nại giao dịch chậm trễ

Một trong những vấn đề khiến khách hàng không hài lòng nhất trong giai đoạn 2022-2024 là thời gian xử lý tranh chấp và khiếu nại giao dịch. Khi gặp các trường hợp giao dịch sai, trừ tiền nhầm hoặc cần hoàn tiền, khách hàng thường phải chờ đợi khá lâu để ngân hàng xác minh và phản hồi. Quy trình xử lý còn mang tính thủ công, chưa tận dụng tối đa công nghệ, chưa triển khai một cơ chế giám sát lỗi hệ thống theo thời gian thực để rút ngắn thời gian giải quyết. Điều này không chỉ làm giảm mức độ hài lòng của khách hàng mà còn ảnh hưởng đến uy tín của MB Nam Đà Nẵng trong lĩnh vực thanh toán thẻ.

Nguyên nhân là do hệ thống xác minh giao dịch mất thời gian, một số giao dịch liên quan đến hệ thống thanh toán quốc tế (Visa, JCB) cần thời gian đối soát giữa nhiều bên trung gian: ngân hàng phát hành, ngân hàng thanh toán, đơn vị chấp nhận thẻ...việc thu thập và phân tích logic giao dịch từ các bên trung gian mất từ vài ngày đến hơn một tuần tùy từng trường hợp, quy trình nội bộ phức tạp hoặc chưa linh hoạt, thiếu tài liệu, bằng chứng từ phía khách hàng

* Thứ hai, khó khăn trong hoạt động phát hành thẻ tín dụng

- Cán bộ Ngân hàng chưa giải thích rõ các quy định, các loại phí khách hàng phải chi trả trong khi sử dụng thẻ tín dụng

Việc tư vấn, giải thích thông tin cho khách hàng trong quá trình phát hành thẻ còn chưa thực sự rõ ràng và đầy đủ, đặc biệt là về các quy định, điều kiện sử dụng thẻ và các loại phí liên quan. Cụ thể, có trường hợp cán bộ ngân hàng chỉ giới thiệu sơ lược về lợi ích của thẻ tín dụng, mà không tư vấn chi tiết các khoản phí như phí thường niên, lãi suất khi chi tiêu vượt hạn mức miễn lãi, phí rút tiền mặt, hay phí phạt trả chậm. Dẫn đến một số khách hàng sau khi sử dụng thẻ đã tỏ ra bất ngờ khi bị tính phí thường niên hoặc lãi suất cao do không thanh toán đúng hạn, và cho rằng họ không được thông báo rõ ràng về các khoản phí này ngay từ đầu. Tình trạng này khiến khách hàng cảm thấy thiếu tin tưởng, thậm chí hủy bỏ thẻ sau thời gian ngắn sử dụng, ảnh hưởng đến hiệu quả phát hành và duy trì tệp khách hàng của ngân hàng.

- Quy trình xét duyệt ngày càng chặt chẽ, tỷ lệ hồ sơ bị từ chối cao

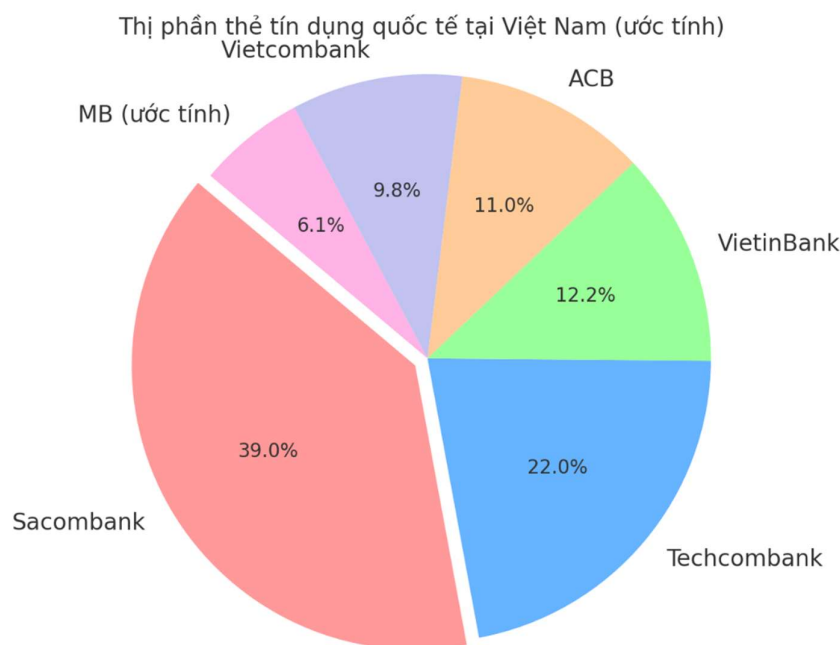
Sau đại dịch COVID-19, ngành ngân hàng có xu hướng thắt chặt các điều kiện cấp tín dụng nhằm kiểm soát rủi ro nợ xấu. Từ năm 2022, MB Nam Đà Nẵng áp dụng các tiêu chuẩn chấm điểm tín dụng khắt khe hơn, đòi hỏi khách hàng phải có thu nhập ổn định

và lịch sử tín dụng tốt mới có thể được cấp thẻ. Điều này khiến nhiều khách hàng, đặc biệt là những người kinh doanh tự do hoặc chưa có lịch sử tín dụng, gặp khó khăn trong việc tiếp cận sản phẩm thẻ tín dụng. Nguyên nhân là do chính sách kiểm soát rủi ro chặt, thuật toán kiểm soát gian lận còn cứng nhắc, đôi khi chặn nhầm các giao dịch hợp lệ, đặc biệt là giao dịch quốc tế hoặc thanh toán trực tuyến.

- Cạnh tranh gay gắt từ các ngân hàng và công ty tài chính

Trong giai đoạn 2022-2024, MB Nam Đà Nẵng không chỉ phải đối mặt với sự cạnh tranh từ các ngân hàng lớn như Vietcombank, Techcombank, BIDV mà còn chịu áp lực từ các công ty tài chính và fintech. Các đơn vị này liên tục tung ra các chương trình ưu đãi hấp dẫn như miễn phí thường niên, hoàn tiền cao, tích điểm đổi quà, khiến khách hàng có xu hướng lựa chọn các ngân hàng khác thay vì MB. Ngoài ra, sự phát triển của dịch vụ "Mua trước - Trả sau" (BNPL) cũng ảnh hưởng đến nhu cầu sử dụng thẻ tín dụng, do khách hàng có thêm nhiều lựa chọn thay thế.

Đồ thị 2.3.3 Thị phần thẻ tín dụng quốc tế tại các Ngân hàng ở Việt Nam (ước tính)



(Nguồn: Báo cáo của các ngân hàng về sự phát triển của thẻ tín dụng)

Dựa trên biểu đồ thị phần thẻ tín dụng quốc tế tại Việt Nam, có thể thấy rằng MB (Ngân hàng Quân đội) hiện chỉ chiếm khoảng 5% thị phần – một con số khá khiêm tốn so với các ngân hàng dẫn đầu như Sacombank (32%), Techcombank (18%), VietinBank (10%), ACB (9%) và Vietcombank (8%). Sự chênh lệch rõ rệt này phản ánh rằng dịch

vụ thẻ tín dụng của MB hiện chưa đạt được vị thế cạnh tranh cao trên thị trường so với các ngân hàng thương mại lớn khác.

Nguyên nhân đầu tiên đến từ định hướng chiến lược sản phẩm của MB. Trong nhiều năm qua, MB có xu hướng tập trung phát triển mạnh các dịch vụ ngân hàng số, sản phẩm cho vay cá nhân, khách hàng doanh nghiệp, và đặc biệt là phục vụ nhóm khách hàng thuộc khối quốc phòng – an ninh. Trong khi đó, lĩnh vực thẻ tín dụng chưa được đầu tư và khai thác một cách quyết liệt như các ngân hàng có thể mạnh truyền thống về bán lẻ như Sacombank hay Techcombank. Điều này khiến MB chưa xây dựng được một hệ sinh thái thẻ tín dụng phong phú, linh hoạt và đủ sức cạnh tranh về sản phẩm.

Thứ hai, tệp khách hàng chính của MB chủ yếu là cán bộ, chiến sĩ quân đội và các đơn vị cơ quan nhà nước. Đây là nhóm khách hàng có đặc điểm ổn định về tài chính nhưng ít có nhu cầu sử dụng thẻ tín dụng cho chi tiêu tiêu dùng hoặc mua sắm trả sau. Việc thâm nhập vào phân khúc khách hàng trẻ, có xu hướng tiêu dùng hiện đại, vốn là thế mạnh của các ngân hàng như ACB hay Techcombank, vẫn còn là thách thức đối với MB.

Ngoài ra, chính sách ưu đãi, hoàn tiền, tích điểm của MB bao gồm tỷ lệ hoàn tiền 20% cho giao dịch từ 300.000 VND, tối đa 100.000 VNĐ; giới hạn hoàn tiền tối đa 100.000 VND hoặc 500.000 VND tùy chương trình; chương trình ngắn hạn, áp dụng trong thời gian nhất định, điều kiện áp dụng chi tiêu từ 300.000 VND trở lên hiện chưa thực sự hấp dẫn và có chiều sâu như các chương trình liên kết đa dạng của Vietcombank, Techcombank Các ngân hàng này thường xuyên triển khai các ưu đãi về trả góp, miễn phí thường niên, hoàn tiền mua sắm như: đối với Vietcombank thì tỷ lệ hoàn tiền theo lĩnh vực chi tiêu, tối thiểu 100.000 VND/kỳ, giới hạn hoàn tiền tối đa 1 triệu VND/thẻ trong chương trình khuyến mại, đối với Techcombank tỉ lệ hoàn tiền lên đến 10% cho các lĩnh vực nhà hàng, khách sạn, du lịch; giới hạn hoàn tiền tối đa 5.000.000 điểm hoàn tiền/tháng; các chương trình ưu đãi này dài hạn, áp dụng liên tục khiến khách hàng có động lực sử dụng thẻ nhiều hơn.

Thêm vào đó, mạng lưới POS (thiết bị chấp nhận thanh toán thẻ) và sự hiện diện tại các hệ thống thương mại điện tử, siêu thị, nhà hàng, chuỗi bán lẻ của MB còn tương đối hạn chế. Điều này dẫn đến việc khách hàng khó tiếp cận và sử dụng thẻ tín dụng MB một cách thường xuyên, trong khi thẻ tín dụng của các ngân hàng lớn lại dễ dàng sử dụng ở nhiều điểm chấp nhận hơn.

Qua đây ta có thể thấy so với các ngân hàng như Sacombank, Techcombank, ACB hay Vietcombank, dịch vụ thẻ tín dụng của MB hiện vẫn ở mức phát triển ban đầu và cần được đầu tư mạnh mẽ hơn để gia tăng thị phần.

- Nhận thức của khách hàng về thẻ tín dụng chưa cao

Mặc dù thẻ tín dụng mang lại nhiều lợi ích, nhưng không ít khách hàng vẫn e ngại về các khoản phí, lãi suất và nguy cơ nợ xấu. Trong giai đoạn 2022-2024, MB Nam Đà Nẵng đã đẩy mạnh các chương trình truyền thông và tư vấn, nhưng nhận thức của một bộ phận khách hàng về cách sử dụng thẻ vẫn còn hạn chế. Điều này dẫn đến tình trạng nhiều khách hàng mở thẻ nhưng không sử dụng, hoặc sử dụng không hiệu quả, gây lãng phí tài nguyên và ảnh hưởng đến doanh số phát hành thẻ của ngân hàng.

Tại MB Nam Đà Nẵng, nhiều cửa hàng nhỏ, quán ăn, siêu thị mini vẫn chưa triển khai thanh toán thẻ tín dụng do lo ngại về chi phí lắp đặt thiết bị POS và phí giao dịch. Một số doanh nghiệp cũng chưa tích hợp các phương thức thanh toán hiện đại như QR Pay, Apple Pay, Google Pay, khiến khách hàng gặp khó khăn khi thanh toán bằng các phương thức này. Dù MB đã có chính sách hỗ trợ điểm chấp nhận thẻ, nhưng vẫn chưa đủ mạnh để khuyến khích các đơn vị kinh doanh nhỏ lẻ chuyển đổi từ tiền mặt sang thanh toán không tiền mặt. Việc thiếu chiến lược truyền thông rộng rãi cũng là một nguyên nhân khiến thói quen sử dụng tiền mặt của người dân chưa thay đổi đáng kể, làm giảm hiệu quả mở rộng hệ sinh thái thanh toán của ngân hàng.

Ngoài những hạn chế nêu trên thì kinh nghiệm trong kinh doanh cũng là một yếu tố rất quan trọng. Đối với chi nhánh nói riêng và hệ thống MB nói chung thì kinh nghiệm của những năm hoạt động vừa qua là chưa đủ đối với một lĩnh vực kinh doanh phức tạp như kinh doanh thẻ. Nhiều trục trặc, rắc rối xảy ra cũng do thiếu kinh nghiệm, trình độ chuyên môn, không xử lý được triệt để, làm cho khách hàng phải kêu ca, phàn nàn. Trong khi đó các ngân hàng nước ngoài vốn rất có kinh nghiệm trong lĩnh vực này lại có thêm sự hỗ trợ về tài chính mạnh, máy móc chuẩn lại sẵn sàng đầu tư mạnh để giành thị trường nên có thể đáp ứng tốt hơn yêu cầu của khách hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Thông qua việc khảo sát, thu thập và phân tích các số liệu trong giai đoạn 2022–2024, có thể nhận thấy hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng đã có những bước phát triển đáng ghi nhận. Cụ thể, số lượng thẻ tín dụng phát hành mới tăng qua từng năm, cơ cấu khách hàng sử dụng thẻ ngày càng đa dạng hơn, và doanh số thanh toán qua thẻ có chiều hướng tích cực. Những kết quả này cho thấy nỗ lực của chi nhánh trong việc đẩy mạnh dịch vụ ngân hàng hiện đại, đáp ứng nhu cầu thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng phổ biến hiện nay.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu đạt được, vẫn còn tồn tại một số hạn chế ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động. Thủ tục phát hành thẻ còn rườm rà, gây mất thời gian cho khách hàng, chất lượng dịch vụ chưa đồng đều, một bộ phận nhân viên còn thiếu kỹ năng tư vấn chuyên sâu về thẻ tín dụng; các chương trình tiếp thị, khuyến mãi chưa thực sự tạo được dấu ấn. Ngoài ra, sự cạnh tranh gay gắt từ các ngân hàng thương mại khác cũng là một thách thức lớn đặt ra đối với chi nhánh trong việc giữ chân và mở rộng tệp khách hàng.

Những đánh giá thực trạng trong chương này không chỉ đánh giá hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại đơn vị mà còn giúp xác định được các nguyên nhân cốt lõi của những tồn tại. Đây sẽ là căn cứ quan trọng để đưa ra những giải pháp phù hợp, đồng bộ và có tính thực tiễn cao trong chương tiếp theo, nhằm thúc đẩy hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại chi nhánh phát triển mạnh mẽ và bền vững hơn trong thời gian tới.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM HOÀN THIỆN VÀ ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG PHÁT HÀNH VÀ THANH TOÁN THẺ TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI- CHI NHÁNH NAM ĐÀ NẴNG

3.1. Định hướng hoạt động chung của Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng:

Năm 2025, MB Nam Đà Nẵng đã đề ra định hướng phát triển phù hợp với sự phát triển của nền kinh tế nói chung và toàn bộ hệ thống ngân hàng nói riêng, phấn đấu đạt lợi nhuận trước thuế là 1 tỷ đồng. Để đạt được mục tiêu này, với sự phấn đấu nỗ lực không mệt mỏi của cán bộ nhân viên và ban lãnh đạo đã đưa ra định hướng kinh doanh năm 2025 như sau:

- Ngân hàng đã đưa ra chính sách thúc đẩy Chuyển đổi số ngân hàng” nhằm tổng kết các thành tựu về chuyển đổi số, đưa ra giải pháp ứng dụng công nghệ vào phát triển sản phẩm, dịch vụ ngân hàng; Triển lãm trưng bày các sản phẩm, dịch vụ tiêu biểu về ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi số của ngành Ngân hàng.
- MB Nam Đà Nẵng tiếp tục đẩy mạnh hoạt động tín dụng và huy động vốn, tập trung vào các lĩnh vực ưu tiên và khách hàng tiềm năng trong khu vực.
- MB đã đặt mục tiêu trở thành tổ chức có năng lực công nghệ vượt trội và ra quyết định dựa trên khách hàng và dữ liệu . Chi nhánh Nam Đà Nẵng có thể sẽ tập trung phát triển các dịch vụ ngân hàng số, khuyến khích khách hàng sử dụng các phương thức thanh toán hiện đại như QR code, ví điện tử và mobile banking, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao về tiện ích và an toàn trong giao dịch.
- Ngân hàng hỗ trợ các chương trình tín dụng xã hội và phát triển bền vững, triển khai hiệu quả các chương trình tín dụng ưu tiên, đặc biệt là cho vay nhà ở xã hội, nhà ở công nhân và các lĩnh vực lâm sản, thủy sản
- Tiếp tục đổi mới, phát triển và không ngừng cập nhật công nghệ thông tin ngân hàng.
- Khai thác các nguồn vốn nhàn rỗi của các cá nhân, hộ gia đình, tổ chức tín dụng khác trong xã hội nhằm thu hút nguồn vốn có lãi suất thấp nhưng giàu về tiềm năng.
- Đẩy mạnh kinh doanh ngoại tệ, nâng cao trình độ cho cán bộ công nhân viên ngân hàng.
- Chú trọng phát triển các loại hình dịch vụ, đặc biệt là phát triển dịch vụ thẻ, thanh toán quốc tế, chuyển tiền nhanh và bảo lãnh. Ngân hàng sẽ giao nhiệm vụ cho trưởng các phòng ban phụ trách trực tiếp để quản lý và chấn chỉnh kịp thời, không để xảy ra sai sót trong các nghiệp vụ.

- Nâng cao công tác bồi dưỡng nghiệp vụ, hàng năm cử cán bộ nhất tham gia các khóa học đào tạo của Ngân hàng TMCP Quân đội. Bên cạnh đó, chỉ nhánh phát động các phong trào thi đua, cải tiến quy trình làm việc, nâng cao ý thức trách nhiệm, tác phong làm việc, thái độ phục vụ khách hàng của toàn nhân viên trong chi nhánh.

- Thực hiện tốt công tác marketing và thị trường mở để mở rộng hơn nữa công tác kinh doanh, góp phần xây dựng uy tín cho ngân hàng. Đẩy mạnh nghiên cứu thị trường, nắm bắt nhu cầu khách hàng. Tiếp tục mở rộng hoạt động của chi nhánh bên cạnh đó phải giữ mối quan hệ tốt với các khách hàng.

3.2 Định hướng phát triển hoạt động thanh toán và phát hành thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng

Chính sách của MB Nam Đà Nẵng là luôn bám sát mục tiêu đã đề ra, tập trung nguồn lực đẩy mạnh công tác phát hành thẻ, cải tiến về số lượng lẫn chất lượng trong hoạt động này. Bên cạnh đó, Ngân hàng chú trọng phát triển sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế nhằm thu hút một lượng lớn khách hàng cao cấp và phát triển chéo nhiều mảng dịch vụ khác, cụ thể:

- Phát triển ngân hàng số toàn diện trong hoạt động phát hành thẻ

Đẩy mạnh mô hình “phát hành thẻ tín dụng hoàn toàn số” từ khâu đăng ký, xét duyệt đến phát hành và quản lý qua MB App.

Tích hợp trí tuệ nhân tạo (AI) để tự động hóa phân tích hồ sơ tín dụng, cá nhân hóa hạn mức và ưu đãi theo từng khách hàng.

- Ứng dụng dữ liệu lớn (Big Data) và AI để cá nhân hóa sản phẩm

Sử dụng phân tích dữ liệu để đưa ra các gói thẻ phù hợp cho từng phân khúc như: người trẻ, gia đình trẻ, doanh nhân địa phương, khách du lịch.

Triển khai thẻ "ngách" theo hành vi chi tiêu như: thẻ du lịch, thẻ mua sắm, thẻ giáo dục – hướng đến nhóm khách hàng đặc thù tại Đà Nẵng.

- Thúc đẩy thanh toán thông minh và không tiếp xúc (contactless)

Phổ biến thẻ tín dụng hỗ trợ công nghệ thanh toán không tiếp xúc (NFC) và thẻ ảo (virtual card).

Tích hợp thanh toán qua thiết bị đeo thông minh, ứng dụng di động và mã QR cá nhân hóa.

- Xây dựng hệ sinh thái thanh toán liên kết địa phương

Hợp tác với các đơn vị trong hệ sinh thái thành phố thông minh Đà Nẵng (Smart City) để tích hợp thẻ tín dụng trong thanh toán giao thông, y tế, giáo dục.

Phát triển mô hình “thẻ đa năng” – kết hợp tính năng tín dụng với tích điểm, thanh toán công và dịch vụ công cộng.

Đầu tư và thực hiện chiến lược marketing để mở rộng thị phần thanh toán thẻ. Tăng cường đa dạng hóa sản phẩm, áp dụng chính sách khuyến mại, tăng cường quảng bá các sản phẩm thẻ của MBBank trên mọi phương tiện truyền thông để người dân có thể biết đến các sản phẩm, dịch vụ của Ngân hàng nhiều hơn.

Ngoài mục tiêu hoạt động kinh doanh, Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng luôn xem trách nhiệm với cộng đồng là một trong những ưu tiên trong chiến lược phát triển của Ngân hàng cụ thể như: Tài trợ học bổng cho học sinh, sinh viên nghèo vượt khó trên địa bàn thành phố, nhằm khuyến khích tinh thần hiếu học và hỗ trợ điều kiện học tập cho thế hệ trẻ, tham gia các hoạt động thiện nguyện, trao quà cho hộ nghèo, gia đình chính sách, người có công với cách mạng trong các dịp lễ, Tết. Phối hợp với chính quyền địa phương tổ chức chương trình hiến máu nhân đạo, thể hiện tinh thần tương thân tương ái, sẻ chia vì cộng đồng. Hỗ trợ tài chính cho các dự án môi trường và giáo dục tại các xã miền núi hoặc vùng khó khăn, giúp nâng cao chất lượng sống của người dân.

Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực: toàn thể cán bộ nhân viên tiếp tục được tập huấn để học hỏi kinh nghiệm, trau dồi kiến thức phục vụ cho việc phát triển theo một cách hiệu quả hoạt động phát hành và thanh toán thẻ của Ngân hàng MB chi nhánh Nam Đà Nẵng trong thời gian tới.

3.3 Các giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng:

Trong những năm qua, dưới sự lãnh đạo của ban lãnh đạo Ngân hàng MB chi nhánh Nam Đà Nẵng cũng như các cơ quan liên quan đã giúp cho hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại đã có nhiều kết quả đáng khích lệ. Tuy nhiên, qua các phân tích trên cho thấy hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng vẫn còn nhiều hạn chế, điểm yếu chưa tương xứng với tiềm năng, kì vọng, đòi hỏi cần có những giải pháp để cải thiện trên tất cả mọi mặt.

3.3.1 Cập nhật hệ thống công nghệ tại chi nhánh, đảm bảo ổn định giao dịch

- Để đảm bảo hệ thống giao dịch vận hành ổn định trong mọi điều kiện, đặc biệt là vào các dịp cao điểm như lễ, Tết hay mùa khuyến mãi, MB Nam Đà Nẵng cần đầu tư nâng cấp toàn diện hạ tầng công nghệ thông tin. Cụ thể, chi nhánh nên thay thế hoặc nâng cấp

máy chủ, thiết bị lưu trữ và hệ thống mạng tại trung tâm dữ liệu nhằm tăng khả năng xử lý đồng thời hàng ngàn giao dịch mà không xảy ra gián đoạn. Việc triển khai hệ thống xử lý song song (parallel processing) là giải pháp quan trọng giúp giảm thiểu tình trạng giao dịch bị từ chối do quá tải.

Kế hoạch nâng cấp cập nhật công nghệ theo quá trình phát triển công nghệ dựa theo hệ thống của MB, có thể được thực hiện trong ba giai đoạn: giai đoạn 1 là thời gian đánh giá hiện trạng hệ thống và xây dựng kế hoạch chi tiết; giai đoạn 2 là tiến hành triển khai và thử nghiệm kỹ thuật; giai đoạn 3 là hệ thống mới có thể được đưa vào vận hành chính thức. Cùng với đó, MB Nam Đà Nẵng có thể đề xuất với MB Hội sở sản phẩm “MB FastPay” – một giải pháp thanh toán thẻ tín dụng tốc độ cao, đảm bảo thời gian xử lý dưới 3 giây ngay cả trong giờ cao điểm. Giải pháp này sẽ trực tiếp nâng cao trải nghiệm người dùng và giúp MB xây dựng hình ảnh một ngân hàng hiện đại, đáng tin cậy.

-Chi nhánh có thể đưa đề xuất với Hội sở về việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và phân tích dữ liệu lớn (Big Data) trong quản lý rủi ro giao dịch. Bởi lẽ, trong bối cảnh gian lận và rủi ro giao dịch ngày càng tinh vi, việc ứng dụng công nghệ hiện đại vào giám sát là điều cấp thiết. Chi nhánh đề xuất Hội sở có thể hợp tác cùng các đối tác công nghệ như IBM, Microsoft Azure, hoặc các công ty trong nước như FPT.AI để phát triển giải pháp này. Thêm vào đó, MB Nam Đà Nẵng có thể đưa ra kiến nghị với MB hội sở đó là tính năng “Cảnh báo giao dịch bất thường” tích hợp ngay trên ứng dụng MB Bank, cho phép gửi thông báo thời gian thực đến khách hàng, đồng thời đưa ra các gợi ý hành động như xác nhận giao dịch hoặc khóa thẻ tạm thời để đảm bảo an toàn.

3.3.2 Mở rộng mạng lưới chấp nhận thanh toán và tích cực bảo trì, bảo dưỡng hệ thống máy Pos tại các ĐVCNT

Để mở rộng khả năng thanh toán thẻ tín dụng, MB Nam Đà Nẵng cần triển khai đồng bộ nhiều giải pháp nhằm gia tăng mạng lưới chấp nhận thẻ và khuyến khích thanh toán không tiền mặt trong khu vực. Trước tiên, chi nhánh nên đẩy mạnh chương trình hỗ trợ lắp đặt máy POS cho các cửa hàng, doanh nghiệp nhỏ và hộ kinh doanh cá thể. MB có thể miễn phí lắp đặt và giảm 50% phí giao dịch trong 6 tháng đầu tiên cho các đối tác mới, tập trung ở các khu vực có lượng giao dịch lớn như chợ Hàn, chợ Cồn, tuyến đường Bạch Đằng, Nguyễn Văn Linh. Đi kèm, MB Nam Đà Nẵng nên triển khai gói hỗ trợ truyền thông “Thẻ MB - Quẹt là tiện” cho các cửa hàng tham gia chương trình, giúp lan tỏa thói quen sử dụng thẻ tín dụng.

Chi nhánh cần đẩy mạnh việc hợp tác chiến lược với các trung tâm thương mại, siêu thị và nhà hàng lớn trên địa bàn thành phố Đà Nẵng như Lotte Mart, Vincom, BigC, Highlands Coffee hoặc Golden Lotus. MB chi nhánh có thể đưa ra các gói ưu đãi như

“hoàn 10% cho giao dịch thẻ MB tại điểm bán liên kết”, triển khai trong khung thời gian cao điểm mua sắm như mùa hè, lễ Tết để gia tăng mức độ sử dụng thẻ tín dụng. Đây là tiền đề để MB xây dựng hệ sinh thái thanh toán toàn diện và phủ sóng mạnh hơn tại khu vực Đà Nẵng.

Khi mạng lưới POS được mở rộng đồng thời với các phương thức thanh toán hiện đại, khách hàng sẽ có nhiều cơ hội và động lực để chuyển đổi từ tiền mặt sang thẻ tín dụng. Điều này không chỉ giúp MB Nam Đà Nẵng tăng trưởng doanh số thẻ, mà còn góp phần định hình thói quen tiêu dùng hiện đại trong cộng đồng địa phương. Đồng thời cán bộ phụ trách kỹ thuật Pos tại chi nhánh nên định kỳ 6 tháng 1 lần đến các điểm ĐVCNT để bảo dưỡng bảo trì máy POS như khắc phục tình trạng bị chai pin bằng cách thay pin mới hoặc thay máy Pos mới miễn phí cho khách hàng.

3.3.3 Đề xuất với MB hội sở nâng cao năng lực xử lý khiếu nại giao dịch

Một trong những giải pháp quan trọng nhằm nâng cao năng lực xử lý khiếu nại giao dịch thẻ tín dụng tại Ngân hàng MB Chi nhánh Nam Đà Nẵng là cần đề xuất về cải thiện toàn diện và chuyên nghiệp hóa quy trình xử lý, rút ngắn thời gian và gia tăng trải nghiệm khách hàng. Trước hết, chi nhánh cần xây dựng lại quy trình tiếp nhận và xử lý khiếu nại theo mô hình chuẩn 5 bước gồm: tiếp nhận, xác minh, đối soát, giải quyết và phản hồi – tất cả phải được cụ thể hóa thành quy định nội bộ rõ ràng. Bên cạnh đó, việc cam kết thời gian phản hồi tối đa 3 ngày làm việc đối với các khiếu nại liên quan đến giao dịch nội địa và từ 5 đến 7 ngày cho giao dịch quốc tế nên được công khai minh bạch thông qua bảng cam kết dịch vụ tại chi nhánh và trên các kênh số của ngân hàng như website và ứng dụng MB Bank.

Để nâng cao hiệu quả xử lý và giảm tải khâu thủ công, MB Nam Đà Nẵng cần phối hợp với Khối Công nghệ triển khai thí điểm công nghệ RPA (Robotic Process Automation) trong hoạt động kiểm tra và đối soát giao dịch, dự kiến triển khai trong quý III năm 2025. Công nghệ này sẽ giúp tự động hóa việc rà soát dữ liệu giao dịch, nhận diện lỗi nghi ngờ và hỗ trợ nhanh chóng cho bộ phận phụ trách khiếu nại. Nếu hiệu quả, việc mở rộng tự động hóa toàn bộ quy trình xử lý khiếu nại sang nền tảng số hóa sẽ được tiến hành trong năm 2026.

Về lâu dài, MB Nam Đà Nẵng có thể đề xuất với Hội sở thành lập một trung tâm xử lý khiếu nại chuyên biệt cho cụm khu vực miền Trung trong giai đoạn 2026–2027, với mục tiêu nâng cao chuyên môn hóa và hiệu quả xử lý các hồ sơ phức tạp. Trung tâm này cũng có thể ứng dụng công nghệ phân tích dữ liệu lớn (Big Data) để dự đoán sớm các rủi ro trong giao dịch và chủ động ngăn ngừa khiếu nại xảy ra. Tất cả các hành động nêu

trên sẽ góp phần không chỉ tăng sự hài lòng cho khách hàng mà còn nâng cao hình ảnh chuyên nghiệp, hiện đại và uy tín của MB trên thị trường thẻ tín dụng tại Đà Nẵng.

3.3.4 Cải thiện hoạt động phát hành thẻ

Để cải thiện hiệu quả hoạt động phát hành thẻ tín dụng, Ngân hàng MB Chi nhánh Nam Đà Nẵng cần triển khai một loạt hành động cụ thể, có lộ trình rõ ràng và gắn với mục tiêu nâng cao trải nghiệm khách hàng ngay từ khâu tư vấn ban đầu. Trước hết, chi nhánh cần tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu cho đội ngũ tư vấn viên và giao dịch viên về sản phẩm thẻ tín dụng, đặc biệt tập trung vào các nội dung dễ gây hiểu nhầm như phí thường niên, lãi suất sau kỳ miễn lãi, phí rút tiền mặt, mức phạt trả chậm và cách tính tổng dư nợ cuối kỳ. Các buổi đào tạo này nên được triển khai định kỳ hàng quý, có kèm đánh giá kết quả đào tạo để đảm bảo nhân viên nắm rõ và tư vấn đúng chuẩn.

Cùng với đó, MB Nam Đà Nẵng cần thiết kế và phát hành các bảng tóm tắt thông tin sản phẩm thẻ tín dụng dạng infographic với nội dung ngắn gọn, trực quan và dễ hiểu. Những bảng này cần được đặt tại quầy giao dịch, tích hợp trên màn hình lớn tại Chi nhánh và các PGD thuộc Chi nhánh.

Về mặt định hướng sản phẩm, chi nhánh cần đề xuất bổ sung một gói thẻ tín dụng “khởi đầu minh bạch” – sản phẩm dành cho người mở thẻ lần đầu, đi kèm với bảng minh họa dòng tiền đơn giản, các công cụ tính lãi suất và lịch nhắc thanh toán tích hợp ngay trong app. Gói này nên được phát hành thử nghiệm, đi kèm các chương trình khuyến mại như miễn phí thường niên năm đầu, để khuyến khích người dùng mới.

Cuối cùng, để đánh giá hiệu quả, chi nhánh nên theo dõi tỷ lệ khiếu nại liên quan đến phí/lãi suất và tỷ lệ nợ xấu trong nhóm khách hàng mở thẻ mới, từ đó hiệu chỉnh lại quy trình tư vấn hoặc các sản phẩm nếu cần thiết. Việc minh bạch thông tin, đào tạo kỹ nhân viên và thiết kế sản phẩm thân thiện sẽ là nền tảng giúp MB Nam Đà Nẵng tăng trưởng tệp khách hàng thẻ tín dụng một cách bền vững và có trách nhiệm.

3.3.5 Nói lời và linh hoạt hơn trong công tác xét duyệt thẻ tại MB chi nhánh Nam Đà Nẵng

Để cải thiện tỷ lệ duyệt thẻ và mở rộng tệp khách hàng, Ngân hàng MB Chi nhánh Nam Đà Nẵng cần triển khai một loạt hành động cụ thể, có lộ trình rõ ràng và bám sát các định hướng hiện đại hóa quy trình cấp tín dụng cá nhân.

Trước hết, chi nhánh cần linh động, nhạy bén đẩy mạnh hơn việc phát hành thẻ cho đối tượng khách hàng có sổ tiết kiệm tại chính nhánh (không phải tiết kiệm online) và có thể cấp hạn mức tín dụng phù hợp với từng khách hàng. Đối tượng mục tiêu là nhóm

khách hàng tự doanh, lao động tự do, hoặc người không có thu nhập cố định rõ ràng nhưng có khả năng tài chính. Chi nhánh cần phối hợp với khối sản phẩm để hoàn thiện chính sách và quy trình đơn giản hóa, giúp khách hàng đăng ký nhanh chóng chỉ với sổ tiết kiệm điện tử hoặc giấy tờ sở hữu tài sản tại MB.

MB Chi nhánh Nam Đà Nẵng cần sử dụng, áp dụng tốt hơn hệ thống chấm điểm tín dụng nội bộ dựa trên công nghệ để dựa vào đó nhanh chóng đánh giá cấp thẻ cho vay.

Chi nhánh cần thiết lập hệ thống báo cáo theo dõi tỷ lệ phê duyệt – từ chối theo từng nhóm khách hàng (doanh nghiệp, cá nhân, tự doanh...), định kỳ MB Nam Đà Nẵng nên có khảo sát về sự hài lòng của khách hàng về sự linh hoạt trong xét duyệt cấp thẻ hay thủ tục phát hành thẻ để từ đó có thể cải thiện, đưa ra những đề xuất hợp lý cho Ngân hàng Hội sở về quy trình cấp thẻ định kỳ 2 lần 1 năm. Việc cập nhật tiêu chí linh hoạt, đi kèm sản phẩm phù hợp sẽ giúp MB Nam Đà Nẵng mở rộng thị phần, giảm tỷ lệ từ chối không cần thiết và nâng cao năng lực cạnh tranh tại thị trường địa phương.

3.3.6 Đẩy mạnh công tác, truyền thông và quảng bá sản phẩm thẻ tín dụng

Công tác truyền thông cần được triển khai một cách bài bản trên cả nền tảng số và kênh truyền thống. Trên các mạng xã hội như Facebook, TikTok, Instagram, MB chi nhánh Nam Đà Nẵng có thể sử dụng các định dạng nội dung sáng tạo như video ngắn, mini game và có thể 1 tháng sẽ tổ chức Livestream trong 3 ngày có 3 phiên live: Buổi đầu tiên giới thiệu sản phẩm tiện ích thẻ tín dụng của MB, buổi cách thức, đăng ký, quy trình để nhận thẻ, buổi 3 là giải đáp các thắc mắc trong quá trình mở thẻ, khuyến mãi, chương trình ưu đãi...hoặc hợp tác với các influencer để truyền tải lợi ích của sản phẩm. Những chiến dịch này nên nhấn mạnh vào thông điệp “chi tiêu thông minh – sống phong cách”, phù hợp với xu hướng sống hiện đại của khách hàng trẻ. Cán bộ ngân hàng tại quầy giao dịch cần chủ động giới thiệu sản phẩm thẻ tín dụng của ngân hàng, các tính năng hay độ tuổi khi thấy khách hàng phù hợp. Có các Poster hoặc tờ rơi về thẻ tín dụng tại Ngân hàng nên bắt mắt hơn, có ghi tiêu đề hoặc những nội dung cơ bản mà khách hàng có thể nhớ đến ví dụ như: “Sống chất cùng thẻ tín dụng MB – Mua trước, trả sau không lãi suất”, “Thẻ tín dụng MB – Chi tiêu thông minh, hoàn tiền cực đỉnh!”... Ở kênh offline, việc tổ chức các điểm tư vấn và phát hành thẻ lưu động tại trung tâm thương mại, khu mua sắm hoặc trường đại học cũng là cách tiếp cận hiệu quả, vừa tăng độ nhận diện thương hiệu, vừa thúc đẩy phát hành thực tế.

Mỗi quý, chi nhánh nên xây dựng một chủ đề truyền thông riêng – chẳng hạn “Tận hưởng mùa hè với MB Lifestyle” hoặc “Mở thẻ cuối năm – Nhận ưu đãi lớn” – để duy trì sự hiện diện đều đặn và tạo dấu ấn truyền thông rõ ràng. Song hành với các hoạt động triển khai, MB Nam Đà Nẵng cần thiết lập cơ chế đo lường hiệu quả chiến dịch dựa trên

chỉ số như số lượng thẻ phát hành, tần suất giao dịch, và mức độ sử dụng ưu đãi của khách hàng. Các dữ liệu này sẽ là cơ sở để tối ưu hoá chương trình trong tương lai và đảm bảo các chính sách ưu đãi thực sự tạo ra giá trị.

3.3.7 Phát triển nguồn nhân lực và nâng cao kinh nghiệm phát hành thẻ

- Định kỳ hàng quý, chi nhánh có thể phối hợp với Khối thẻ MB tại Hội sở chính để tổ chức chuỗi lớp đào tạo chuyên sâu theo từng chuyên đề: phát triển sản phẩm thẻ, quản lý rủi ro tín dụng cá nhân, chiến lược định giá sản phẩm, kỹ năng tư vấn hiệu quả và xử lý tranh chấp. Những khóa học này nên được triển khai theo hình thức trực tiếp kết hợp trực tuyến để đảm bảo linh hoạt cho nhân viên. Mỗi tháng có thể tổ chức ít nhất một buổi, hướng đến xây dựng đội ngũ nòng cốt có kiến thức chuyên sâu và khả năng dẫn dắt đội nhóm.

Bên cạnh đào tạo nội bộ, MB Nam Đà Nẵng nên lên kế hoạch mời chuyên gia quốc tế hoặc đại diện các tổ chức thanh toán quốc tế như Visa, Mastercard, JCB... đến chia sẻ theo chuyên đề. Đây là cơ hội để nhân sự tiếp cận các mô hình quản trị rủi ro hiện đại, công nghệ định danh thông minh, hay giải pháp tăng trưởng thẻ tại các thị trường phát triển, từ đó nâng cao tư duy chiến lược.

Một bước đi quan trọng khác là thành lập tổ chuyên trách về phát triển kinh doanh thẻ trực thuộc chi nhánh. Bộ phận này gồm 3–5 nhân sự chuyên sâu, phụ trách việc phân tích thị trường địa phương, xây dựng danh sách khách hàng tiềm năng, triển khai chiến dịch tiếp cận riêng theo nhóm đối tượng (doanh nghiệp nhỏ, giáo viên, nhân viên ngành y, công chức...). Đây sẽ là lực lượng chủ động lên kế hoạch truyền thông và phối hợp với bộ phận tín dụng trong việc phát hành và chăm sóc khách hàng thẻ.

Ngoài ra, MB Nam Đà Nẵng có thể xây dựng chương trình mentoring nội bộ, trong đó các nhân sự giàu kinh nghiệm về thẻ của MB từ các chi nhánh lớn hơn (Hà Nội, TP.HCM) sẽ hỗ trợ, kèm cặp đội ngũ tại Chi Nhánh Nam Đà Nẵng trong vòng 3–6 tháng, bắt đầu từ đầu năm 2026. Việc “chuyển giao kỹ năng mềm và kinh nghiệm thực chiến” như vậy sẽ giúp đội ngũ địa phương phát triển nhanh và bền vững hơn.

- Đội ngũ chăm sóc khách hàng cần chuyển từ vai trò thụ động sang chủ động trong việc tư vấn, hỗ trợ và thúc đẩy hành vi sử dụng thẻ. Trước hết, họ nên thực hiện phân loại khách hàng theo từng nhóm hành vi chi tiêu như: mua sắm online, ăn uống, du lịch, công tác,... Từ đó, đội ngũ CSKH có thể đưa ra những tư vấn cá nhân hóa, giúp khách hàng hiểu rõ và tận dụng tốt các ưu đãi phù hợp với nhu cầu thực tế. Đồng thời, việc chủ động gửi thông tin về các chương trình khuyến mãi, hoàn tiền, trả góp 0% hay giảm giá đặc biệt qua các kênh như tin nhắn, email, Zalo hoặc ứng dụng ngân hàng sẽ giúp khách hàng luôn được cập nhật và cảm thấy hấp dẫn khi sử dụng thẻ.

Bên cạnh đó, đội ngũ CSKH cũng cần hướng dẫn khách cách sử dụng thẻ một cách thông minh như theo dõi sao kê, tận dụng thời gian miễn lãi, kích hoạt trả góp hoặc tận dụng tính năng hoàn tiền – đổi quà. Những hỗ trợ này không chỉ nâng cao trải nghiệm mà còn giúp khách hàng cảm thấy an tâm, chủ động hơn trong việc chi tiêu bằng thẻ tín dụng. Ngoài ra, với những khách hàng đã mở thẻ nhưng chưa phát sinh giao dịch, bộ phận CSKH nên thực hiện các cuộc gọi chăm sóc hoặc nhắn tin cá nhân để khuyến khích sử dụng lần đầu, kết hợp với việc giới thiệu các ưu đãi đặc biệt dành riêng cho nhóm này.

Về dài hạn, chi nhánh nên phối hợp với các trường đại học kinh tế, tài chính tại khu vực miền Trung để tổ chức hội thảo sinh viên – ngân hàng, vừa để quảng bá hình ảnh chuyên nghiệp của MB, vừa tạo nguồn ứng viên tiềm năng cho mảng kinh doanh thẻ. Việc đầu tư phát triển nhân lực không chỉ nâng cao hiệu suất hoạt động mà còn tạo sự chủ động trong cạnh tranh, đặc biệt khi xu hướng cá nhân hóa sản phẩm và dịch vụ tài chính đang phát triển mạnh mẽ.

3.4 Một số kiến nghị nhằm thực hiện giải pháp phát triển hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội chi nhánh Nam Đà Nẵng

Để việc phát hành và thanh toán thẻ được mở rộng, Ngân hàng TMCP Quân đội nói chung và chi nhánh Nam Đà Nẵng nói riêng ngoài sự nỗ lực của bản thân cũng rất cần đến sự hỗ trợ từ chính phủ và của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cũng như Hiệp hội các Ngân hàng thanh toán thẻ tại Việt Nam.

3.4.1 Kiến nghị đối với Ngân hàng TMCP Quân đội (MB Hội sở)

* Cần mở rộng hoạt động Marketing

Để gia tăng sức hút của sản phẩm thẻ tín dụng, MB hội sở cần xây dựng các chương trình ưu đãi có chiều sâu và được cá nhân hóa theo từng phân khúc khách hàng. Một chiến dịch kéo dài từ tháng 6 có thể tập trung vào các lợi ích thiết thực như miễn phí thường niên năm đầu, hoàn tiền cao cho các giao dịch tại siêu thị, nhà hàng, sàn thương mại điện tử, và hệ thống tích điểm đổi quà trên app MB Bank. Việc luân phiên thay đổi ưu đãi theo từng tháng – chẳng hạn như tháng 9 tập trung vào mua sắm điện máy, tháng 10 ưu đãi ẩm thực – sẽ duy trì sức hấp dẫn liên tục cho chương trình.

Về mở rộng mạng lưới đối tác, MB hội sở chủ động kết nối với các sàn thương mại điện tử lớn như Shopee, Tiki, Lazada, cùng các hệ thống bán lẻ như Điện Máy Xanh, Coopmart, Lotte Mart để thiết lập các ưu đãi độc quyền dành riêng cho chủ thẻ MB. Quá trình ký kết và lên kế hoạch triển khai nên được hoàn tất trong quý III/2025, nhằm đón đầu mùa cao điểm tiêu dùng cuối năm.

Trên phương diện sản phẩm, việc phát triển một dòng thẻ mới mang tên “MB Lifestyle” sẽ là hướng đi phù hợp với nhóm khách hàng trẻ tuổi. Sản phẩm nên có thiết kế trẻ trung, tính năng quản lý thông minh, ưu đãi hướng đến các sở thích phổ biến như xem phim, ăn uống, du lịch, và mua sắm online. Kế hoạch thiết kế và thử nghiệm có thể diễn ra từ đầu năm 2026, với mục tiêu ra mắt vào dịp hè – thời điểm mà giới trẻ có nhu cầu chi tiêu và du lịch cao.

Bên cạnh đó, MB cần xây dựng các gói sản phẩm linh hoạt theo từng phân khúc rủi ro, ví dụ như:

- Gói "Khởi nghiệp thẻ": dành cho người lao động tự do có tài khoản giao dịch thường xuyên tại MB.
- Gói "Tín dụng học sinh – sinh viên": tích hợp hạn mức nhỏ và tính năng kiểm soát chi tiêu.

Các gói này nên đi kèm nội dung tư vấn quản lý tín dụng cá nhân để tạo giá trị dài hạn, dự kiến ra mắt vào đầu năm 2026.

* Đầu tư hệ thống công nghệ

Tiếp theo, MB hội sở nên phát hành thử nghiệm thẻ tín dụng trả trước (Prepaid Credit Card) dành cho nhóm khách hàng chưa có lịch sử tín dụng, đặc biệt là sinh viên, người mới đi làm hoặc người lao động phổ thông. Sản phẩm này có thể gắn với một khoản nạp trước làm hạn mức sử dụng, giúp khách hàng làm quen với việc quản lý thẻ và từng bước xây dựng điểm tín dụng cá nhân. Việc thử nghiệm nên bắt đầu trong quý I/2026, đi kèm các chương trình ưu đãi như hoàn tiền 2% hoặc miễn phí phát hành thẻ, để khuyến khích đăng ký sử dụng.

Bên cạnh đó, MB hội sở cũng nên tích hợp tính năng “Hiểu về thẻ của bạn” trong app MB Bank – là một mô-đun tương tác nhỏ giúp người dùng mới tìm hiểu về các thuật ngữ, biểu phí, và cách quản lý chi tiêu qua thẻ thông qua video, hình ảnh, và câu hỏi trắc nghiệm. Tính năng này nên được phát triển và tích hợp hoàn chỉnh trước quý I/2026, góp phần tăng khả năng tự học và giảm áp lực cho nhân viên tư vấn. Cần tích cực tích hợp các phương thức thanh toán hiện đại như QR Pay, Apple Pay, Google Pay tại các điểm bán hàng. Lộ trình triển khai có thể bắt đầu từ Quý II/2026, với việc ưu tiên các chuỗi cửa hàng tiện lợi, quán cà phê, siêu thị mini vốn có tỷ lệ thanh toán di động cao. Đồng thời, ứng dụng MB Bank cũng nên được cập nhật để hỗ trợ tính năng QR Code đa nền tảng – cho phép quét QR không chỉ qua mã MB mà còn liên kết với hệ thống VietQR để mở rộng phạm vi chấp nhận thanh toán. Tính năng này có thể phát hành dưới dạng “MB QuickPay” – dịch vụ thanh toán tức thì bằng QR cho cả người bán và người mua.

- Ngoài ra, Hội sở cần phát triển thêm tính năng “Khiếu nại giao dịch” ngay trên ứng dụng MB Bank, cho phép khách hàng nộp đơn khiếu nại, đính kèm bằng chứng, theo dõi tiến độ và nhận phản hồi trực tiếp trong app. Tính năng này cần được hoàn thiện và ra mắt vào quý IV/2025, đồng thời tích hợp chatbot thông minh để phân loại khiếu nại tự động và hỗ trợ hướng dẫn ban đầu cho khách hàng. Cùng với đó, việc thiết lập hệ thống dashboard nội bộ để theo dõi tiến độ xử lý của từng hồ sơ và từng nhân viên phụ trách sẽ giúp tăng tính minh bạch và kiểm soát chất lượng dịch vụ tốt hơn.

- Tối ưu vận hành và nâng cao trải nghiệm khách hàng nhờ số hóa

Công nghệ hiện đại cần được sử dụng để tối ưu vận hành nội bộ và nâng cao trải nghiệm người dùng. MB Hội sở nên đẩy mạnh số hóa toàn bộ quy trình xử lý giao dịch và chăm sóc khách hàng, nhằm giảm thiểu can thiệp thủ công, tiết kiệm thời gian và nhân lực. Việc tích hợp chatbot sử dụng AI để tự động giải đáp các vấn đề phổ biến liên quan đến thẻ tín dụng cũng là một giải pháp thiết thực.

Một số sản phẩm cụ thể bao gồm “MB Assistant” – trợ lý ảo chuyên hỗ trợ khách hàng thẻ tín dụng, giúp trả lời nhanh các câu hỏi về sao kê, hạn mức, lịch sử giao dịch,... Ngoài ra, Hội sở nên phát triển tính năng báo cáo chi tiêu trực quan theo biểu đồ, giúp người dùng quản lý tài chính hiệu quả và dễ hiểu hơn. Tất cả những cải tiến này không chỉ giúp giảm tải cho bộ phận vận hành mà còn tăng mức độ hài lòng và gắn bó của khách hàng đối với sản phẩm thẻ của MB.

- Triển khai hệ thống giám sát giao dịch theo thời gian thực

Song song với việc ứng dụng AI, Cần triển khai hệ thống giám sát giao dịch theo thời gian thực (real-time monitoring). Đây là công cụ cho phép theo dõi toàn bộ luồng giao dịch thẻ tín dụng ngay khi phát sinh, giúp bộ phận vận hành phát hiện và xử lý tức thì các lỗi hệ thống, nghẽn mạng hoặc dấu hiệu gian lận.

Hội sở nên trang bị phần mềm chuyên dụng để thiết lập các chỉ số cảnh báo (alerts) theo thời gian thực. Một tính năng cần bổ sung là “Live Transaction Dashboard” – bảng điều khiển giao dịch trực tuyến dành cho bộ phận vận hành, hiển thị trạng thái các giao dịch bằng mã màu dễ nhận biết (xanh - bình thường, vàng - nghi vấn, đỏ - lỗi). Đồng thời, app MB Bank cũng nên cập nhật mục “Trạng thái giao dịch” để khách hàng có thể theo dõi chính xác tình hình thanh toán của mình.

* Hội sở nên triển khai xây dựng một hệ sinh thái dịch vụ thẻ tín dụng thống nhất trên toàn hệ thống, trong đó tích hợp các tiện ích đa dạng, các chương trình ưu đãi hấp dẫn để thu hút người dùng. Đồng thời, MB cần thường xuyên tổ chức các chương trình đào tạo chuyên sâu về sản phẩm thẻ, kỹ năng bán hàng và chăm sóc khách hàng cho cán bộ,

nhân viên tại các chi nhánh. Điều này sẽ góp phần nâng cao năng lực tư vấn, thuyết phục khách hàng và gia tăng doanh số phát hành thẻ.

* Có chính sách thu hút các cơ sở kinh doanh chấp nhận thanh toán thẻ của MB

Hiện nay sự cạnh tranh của các ngân hàng trên thị trường thẻ là vô cùng khốc liệt. Đã có hiện tượng một số cơ sở chấp nhận thẻ của hệ thống MB đã chuyển sang chấp nhận thẻ của ngân hàng khác. Điều này là do các ngân hàng có các chính sách ưu đãi hơn so với MB như: giảm tỷ lệ chiết khấu, trích lại % giá trị thanh toán cho cơ sở chấp nhận thẻ... Vì vậy MB cần phải chú ý hơn đến công tác chăm sóc các đại lý, cơ sở chấp nhận thẻ của MB bằng các ưu đãi rộng mở hơn, chú trọng đến việc đầu tư trang thiết bị cho cơ sở chấp nhận thẻ như các máy EDC, các máy trạm, các máy tính nối mạng với MB.

3.4.2 Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước

* Hoàn thiện các văn bản pháp lý về dịch vụ thẻ

Môi trường pháp lý là nền tảng cho việc hiện đại hóa và đóng vai trò quyết định cho sự phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại đặc biệt là dịch vụ thẻ của ngân hàng. Tuy nhiên dịch vụ thẻ của Ngân hàng TMCP Quân đội hiện nay mới chỉ chịu sự quản lý chặt chẽ của hiệp hội thẻ quốc tế mà chưa có các pháp lệnh thống nhất về thẻ. Do đó Ngân hàng Nhà nước cần sớm ban hành hệ thống văn bản pháp quy hoàn thiện, đầy đủ cho dịch vụ thẻ ngân hàng.

Các cơ quan quản lý nhà nước cũng cần đưa ra những quy định cụ thể để kiểm soát các hoạt động giao dịch ATM cũng như quy định giải quyết tranh chấp giữa ngân hàng và khách hàng, quy định về bảo mật cho khách hàng...

* Có chính sách khuyến khích phát triển dịch vụ thẻ, tạo môi trường kinh doanh lành mạnh

Ngân hàng Nhà nước cần khuyến khích các ngân hàng thương mại đầu tư vào công nghệ thẻ và mở rộng dịch vụ thẻ ngân hàng bằng hình thức trợ giúp cho các ngân hàng thương mại từ đó tạo điều kiện cạnh tranh với các ngân hàng nước ngoài thâm nhập vào thị trường Việt Nam.

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

Phối hợp tổ chức chương trình “Tuần lễ không tiền mặt Đà Nẵng” hàng năm, với sự tham gia của các ngân hàng, doanh nghiệp, và cộng đồng tiêu dùng địa phương.

Tạo điều kiện về chính sách và truyền thông cho phát triển thanh toán không tiền mặt tại các chợ truyền thống, điểm du lịch, trường học. Áp dụng chính sách phê duyệt đơn giản với hạn mức nhỏ (dưới 20 triệu), lãi suất ưu đãi, không cần chứng minh thu nhập chi tiết

* Tăng cường công tác quản lý rủi ro, đấu tranh phòng chống tội phạm thẻ

Rủi ro phát sinh trong nghiệp vụ thanh toán thẻ chiếm phần lớn và thường vượt quá khả năng kiểm soát của ngân hàng. Hành động giả mạo thẻ và thực hiện các giao dịch giả đang phổ biến. Do đó Ngân hàng Nhà nước cần ban hành các chế tài cho tội phạm giả mạo thẻ, nâng cao trình độ của công an kinh tế - đơn thẩm quyền liên quan đến tội phạm này.

* Ngân hàng Nhà nước cần tiếp tục hỗ trợ các tổ chức tín dụng trong việc chuyển đổi số thông qua việc ban hành các chính sách ưu đãi về vốn, kỹ thuật và công nghệ. Việc áp dụng công nghệ hiện đại vào quy trình phát hành và thanh toán thẻ sẽ góp phần thúc đẩy xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt và nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng.

3.4.3 Kiến Nghị đối với Chính phủ

* Hoàn thiện môi trường pháp lý

Thẻ là một loại hình kinh doanh mới mẻ mà những quy định về nó còn nhiều bất cập. Chính phủ cần sớm ban hành các văn bản pháp lý để tạo hành lang pháp lý chặt chẽ cho sự phát triển dịch vụ thẻ được đảm bảo mà vẫn khuyến khích các ngân hàng thương mại phát huy được tính chủ động và sáng tạo trong kinh doanh thẻ tại Việt Nam.

Chính phủ cũng cần ban hành các văn bản pháp lý bảo vệ quyền lợi của các bên tham gia vào hoạt động thẻ để làm căn cứ cho cơ quan hành pháp bảo vệ luật pháp, luận tội, xử các tổ chức tội phạm giả mạo thẻ, các cá nhân có hành vi lừa đảo qua dịch vụ thẻ để chiếm đoạt tài sản cũng như các khiếu nại theo đúng quy định của pháp luật.

* Đầu tư vào xây dựng cơ sở hạ tầng

Chính phủ cần đầu tư mạnh mẽ vào hạ tầng số, đặc biệt là tại các địa phương chưa phát triển, nhằm đảm bảo mạng lưới Internet ổn định và phủ sóng rộng khắp. Đây là nền tảng quan trọng để mở rộng các dịch vụ ngân hàng điện tử, trong đó có thẻ tín dụng.

Cần có chính sách khuyến khích các ngân hàng đầu tư phát triển và trang bị máy móc thiết bị phục vụ thanh toán, phát hành.

Chính phủ cần sớm ban hành các quy định mang tính pháp lý về hoạt động thương mại điện tử trong dịch vụ thẻ hiện nay đảm bảo tính hợp lý, thống nhất không chồng chéo, gây lãng phí trong đầu tư.

*** Phát triển nền kinh tế xã hội**

Nhà nước nên tiếp tục chủ trương Công nghiệp hóa – Hiện đại hóa đất nước nhằm phát triển nền kinh tế, ổn định về chính trị. Có như vậy đời sống người dân mới được cải thiện, dân trí được nâng cao từ đó có điều kiện tiếp xúc với loại dịch vụ thẻ ngân hàng. Đó là điều kiện cần để phát triển dịch vụ thẻ tại các ngân hàng thương mại chứ không chỉ riêng với ngân hàng TMCP Quân đội.

* Chính phủ nên phối hợp cùng Ngân hàng Nhà nước và các tổ chức tài chính đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến kiến thức tài chính, nâng cao nhận thức cộng đồng về lợi ích và sự an toàn khi sử dụng thẻ tín dụng. Việc thay đổi thói quen tiêu dùng và tăng niềm tin vào sản phẩm ngân hàng sẽ là yếu tố quyết định đến sự thành công trong chiến lược phát triển thanh toán không tiền mặt tại Việt Nam.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trên nền tảng những phân tích thực trạng và các hạn chế đã chỉ ra trước đó, việc xây dựng hệ thống giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Quân đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng là điều cần thiết và cấp bách. Các giải pháp được đưa ra không chỉ xuất phát từ yêu cầu thực tiễn của chi nhánh, mà còn bám sát với xu hướng phát triển dịch vụ ngân hàng hiện đại trong bối cảnh chuyển đổi số ngày càng mạnh mẽ.

Cụ thể, đơn giản hóa quy trình phát hành thẻ, tăng cường tính tự động hóa và tích hợp công nghệ vào khâu xử lý hồ sơ để rút ngắn thời gian phục vụ khách hàng. Song song đó, việc đa dạng hóa sản phẩm thẻ, thiết kế các chương trình ưu đãi linh hoạt, phù hợp với nhu cầu từng phân khúc khách hàng sẽ góp phần nâng cao tính cạnh tranh cho dịch vụ. Công tác truyền thông – marketing cũng cần được đẩy mạnh thông qua nhiều kênh khác nhau, đặc biệt là các nền tảng số. Không thể thiếu trong quá trình này là việc nâng cao chất lượng đội ngũ nhân sự thông qua đào tạo nghiệp vụ chuyên sâu, cải thiện kỹ năng tư vấn và chăm sóc khách hàng.

Bên cạnh các giải pháp nội bộ, khóa luận cũng đưa ra một số kiến nghị đối với ngân hàng cấp trên nhằm tạo điều kiện hỗ trợ về nguồn lực và cơ chế vận hành, cũng như kiến nghị với Nhà nước về việc hoàn thiện hành lang pháp lý, nâng cấp hạ tầng thanh toán đồng bộ, hiện đại.

Những định hướng và đề xuất nêu trên không chỉ mang tính chất khắc phục khó khăn, mà còn hướng đến mục tiêu dài hạn: phát triển hoạt động thẻ tín dụng một cách bền vững, tạo đà để chi nhánh khẳng định vị thế trên thị trường, góp phần vào sự tăng trưởng chung của hệ thống Ngân hàng TMCP Quân đội trong thời gian tới.

KẾT LUẬN

Những thành tựu vượt bậc của công nghệ viễn thông hiện đại đã được nhanh chóng ứng dụng vào mọi lĩnh vực kinh tế, xã hội. Kỹ thuật tin học phát triển đã giúp cho ngân hàng mở rộng khả năng ứng dụng tin học vào công nghệ thanh toán làm cho kỹ thuật thanh toán qua ngân hàng ngày càng hiện đại và tinh vi. Thẻ ngân hàng ra đời là một phương tiện chi trả hiện đại của thế giới ngày nay, nó góp phần quan trọng trong việc cải thiện công tác thanh toán, chuyển dịch cơ cấu và thúc đẩy phát triển kinh tế của đất nước ta trong thời gian tới. Đồng thời trở thành một bộ phận không thể thiếu trong hoạt động kinh doanh của các NHTM nói chung và của Ngân hàng TMCP Quân đội nói riêng.

Phát triển dịch vụ thẻ tín dụng là một định hướng đúng đắn của MB. Cho đến nay công tác phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại MB đã đạt được những thành công ban đầu đáng khích lệ. Dịch vụ thẻ tín dụng không chỉ là sản phẩm phục vụ cho chiến lược hiện đại hóa dịch vụ ngân hàng của MB, mà còn là sản phẩm có ý nghĩa rất quan trọng trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh của MB trong thời gian tới, khi chiến lược của hầu hết các ngân hàng thương mại Việt Nam là sẽ tập trung khai thác thị trường bán lẻ.

Tin rằng với tốc độ phát triển mạnh mẽ của Ngân hàng TMCP Quân đội trong thời gian qua, với bộ máy quản trị hiệu quả, đội ngũ cán bộ kinh doanh năng động kết hợp với một nền công nghệ kỹ thuật hiện đại làm cơ sở, MB Nam Đà Nẵng sẽ phát huy tốt những thuận lợi, khắc phục khó khăn để tiến lên đạt được vị trí hàng đầu trong hoạt động kinh doanh thẻ tại Việt Nam, vươn tới đạt kết quả cao hơn, phục vụ tốt cho chiến lược phát triển thẻ tín dụng của MB Nam Đà Nẵng nói riêng và của toàn hệ thống ngân hàng nói chung.

Bằng việc vận dụng những kiến thức đã được nhà trường trang bị và thực tế học hỏi tại MB Nam Đà Nẵng, em đã đưa ra những khó khăn trở ngại và một số đề xuất nhằm đẩy mạnh hoạt động phát hành và thanh toán thẻ tín dụng tại MB Nam Đà Nẵng. Mặc dù đã cố gắng rất nhiều nhưng do thời gian tìm hiểu thực tế có hạn nên trong quá trình phân tích và nhận xét sẽ không tránh khỏi những sai sót. Em rất mong nhận được sự góp ý từ phía Thầy Cô giáo, các Anh, Chị trong Bộ phận thẻ tín dụng MB để đề tài nghiên cứu của em được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình nghiệp vụ Ngân hàng thương mại - Nhà xuất bản tài chính
2. Báo cáo về tình hình hoạt động và tổng kết hoạt động thanh toán thẻ của Ngân hàng TMCP Quân đội
3. Các tạp chí: Thời báo ngân hàng, Tạp chí ngân hàng, Tạp chí nghiên cứu khoa học ngân hàng, Thị trường tài chính tiền tệ, Tạp chí khoa học và đào tạo ngân hàng, Tạp chí tin học ngân hàng...
4. Trang web <http://www.mbbank.com.vn/>
5. <https://tima.vn/tin-tuc/thong-tin-chi-tiet-ve-ngan-hang-thuong-mai-co-phan-quan-doi-mbbank-3040.html>
6. <https://mfast.vn/mo-the-tin-dung-mb-bank/>
7. <https://www.thegioididong.com/game-app/the-mb-bank-va-cac-loai-bieu-phi-thong-dung-1557863>
8. <https://cadn.com.vn/mb-da-nang-ky-niem-20-nam-thanh-lap-post299913.html>
9. <https://kinhtevadubao.vn/mb-la-ngan-hang-dan-dau-toc-do-tang-truong-doanh-so-chi-tieu-the-tin-dung-8448.html>

PHỤ LỤC

MB		BIỂU PHÍ THẺ TÍN DỤNG QUỐC TẾ MBBANK
	LOẠI PHÍ	MỨC PHÍ (chưa bao gồm VAT)
1	PHÍ PHÁT HÀNH THẺ	
1.1	Thẻ tín dụng Visa (Bao gồm cả thẻ liên kết: VNA, Vietravel,...)	
a	Phát hành mới	
	- Thẻ Classic (Chính/Phụ)	Miễn phí
	- Thẻ Gold (Chính/Phụ)	Miễn phí
	- Thẻ Platinum (Chính/Phụ)	Miễn phí
b	Phí phát hành lại thẻ	100.000 VND/thẻ
c	Phí cấp lại PIN tại quầy (PIN giấy)	20.000 VND/đón/PIN
d	Phí cấp lại PIN trên App	Miễn phí
e	Trả thẻ tại nhà	30.000 VND/đón
1.2	Thẻ tín dụng JCB	
a	Phát hành mới	
	- Thẻ Classic (thẻ chính, thẻ phụ)	Miễn phí
	- Thẻ Gold (thẻ chính và thẻ phụ)	Miễn phí
	- Thẻ Platinum (thẻ chính và thẻ phụ)	Miễn phí
b	Phí phát hành lại thẻ (thẻ chính, thẻ phụ)	100.000 VND/thẻ
c	Phí cấp lại PIN tại quầy (PIN giấy)	20.000 VND/đón/PIN
d	Phí cấp lại PIN trên App	Miễn phí
e	Trả thẻ tại nhà	30.000 VND/đón
1.3	Thẻ SSC	
a	Phí cấp lại PIN	
	- Phí cấp lại PIN tại quầy (PIN giấy)	20.000 VND/đón/PIN
	- Phí cấp lại PIN trên App	Miễn phí
b	Trả thẻ tại nhà	30.000 VND/đón
2	PHÍ THƯỜNG NIÊN THẺ	
2.1	Thẻ tín dụng Visa (Bao gồm cả thẻ liên kết: VNA, Vietravel,...)	
a	Phí thường niên Thẻ chính	
	- Thẻ Classic	Miễn phí
	- Thẻ Gold	Miễn phí
	- Thẻ Platinum	Miễn phí
	- Thẻ VISA MB VINID Classic	Miễn phí
	- Thẻ VISA MB VINID Platinum	Miễn phí
b	Phí thường niên Thẻ phụ	
	- Thẻ Classic	Miễn phí
	- Thẻ Gold	Miễn phí
	- Thẻ Platinum	Miễn phí
	- Thẻ VISA MB VINID Classic	Miễn phí
	- Thẻ VISA MB VINID Platinum	Miễn phí
2.2	Thẻ MB JCB (bao gồm cả thẻ liên kết: Bamboo,...)	
a	Phí thường niên Thẻ chính	
	- Thẻ Classic	Miễn phí
	- Thẻ Gold	Miễn phí
	- Thẻ Platinum	Miễn phí
b	Phí thường niên Thẻ phụ	
	- Thẻ Classic	Miễn phí
	- Thẻ Gold	Miễn phí
	- Thẻ Platinum	Miễn phí
2.3	Thẻ SSC	
	Phí thường niên thẻ SSC	Miễn phí
3	PHÍ GIAO DỊCH THẺ	
3.1	Thẻ tín dụng Visa	
a	Giao dịch qua POS của MB	
	- Giao dịch thanh toán mua hàng hóa, dịch vụ	Miễn phí
	- Giao dịch ứng tiền mặt bằng thẻ tín dụng	3% * Số tiền giao dịch, tối thiểu 50.000 VND
	- Phí in sao kê 5 giao dịch gần nhất	Miễn phí
	- Phí đổi PIN	Miễn phí
b	Giao dịch ứng tiền mặt qua POS của ngân hàng khác	4% * Số tiền giao dịch + Phí NH thanh toán thu (nếu có), tối thiểu 50.000 VND
c	Giao dịch tiền ATM của MB	
	- Phí rút tiền mặt	
	+ Thẻ Visa Classic	4% * Số tiền giao dịch, tối thiểu 100.000 VND
	+ Thẻ Gold	4% * Số tiền giao dịch, tối thiểu 100.000 VND
	+ Thẻ Visa Platinum	4% * Số tiền giao dịch, tối thiểu 100.000 VND
	+ Thẻ Visa MB VINID Classic	4% * Số tiền giao dịch, tối thiểu 100.000 VND
	+ Thẻ Visa MB VINID Platinum	4% * Số tiền giao dịch, tối thiểu 100.000 VND
	- Phí truy vấn số dư	Miễn phí
	- Phí in sao kê giao dịch	Miễn phí
	- Phí đổi PIN	Miễn phí
d	Giao dịch qua ATM của NH khác	
	- Phí rút tiền mặt	
	+ Thẻ Classic	4% * Số tiền giao dịch + Phí NH thanh toán thu (nếu có), tối thiểu 100.000 VND
	+ Thẻ Gold	4% * Số tiền giao dịch + Phí NH thanh toán thu (nếu có), tối thiểu 100.000 VND
	+ Thẻ Platinum	4% * Số tiền giao dịch + Phí NH thanh toán thu (nếu có), tối thiểu 100.000 VND
	+ Thẻ VISA MB VINID Classic	4% * Số tiền giao dịch + Phí NH thanh toán thu (nếu có), tối thiểu 100.000 VND
	+ Thẻ VISA MB VINID Platinum	4% * Số tiền giao dịch + Phí NH thanh toán thu (nếu có), tối thiểu 100.000 VND
	- In sổ dư khả dụng (OTB)	
	- In sổ dư khả dụng (OTB)	
	- Phí in sao kê giao dịch	Theo biểu phí của Ngân hàng thanh toán. MB không thu
	- Phí đổi PIN	
e	Phí thay đổi hạng thẻ	200.000 VND/thẻ (miễn phí nâng hạ hạng do thẻ hết hạn và phí đổi hạng do ko đủ dk ở hạng cũ)
f	Phí của hạn thẻ (không thu VAT)	Miễn phí

g	Phí ngừng sử dụng thẻ theo yêu cầu của KH	- Thẻ vật lý có HMM>0, thời gian đóng: + Trong vòng 12 tháng kể từ ngày kích hoạt thẻ: 200.000 VND/thẻ. + Đối với các trường hợp còn lại: 100.000 VND/thẻ.
h	Phạt chậm thanh toán (không thu VAT)	
	- Thẻ Classic	6% * Số tiền tối thiểu chưa thanh toán, tối thiểu 200.000 VND
	- Thẻ Gold	6% * Số tiền tối thiểu chưa thanh toán, tối thiểu 200.000 VND
	- Thẻ Platinum	6% * Số tiền tối thiểu chưa thanh toán, tối thiểu 200.000 VND
	- Thẻ MB VINID Classic	6% * Số tiền tối thiểu chưa thanh toán, tối thiểu 200.000 VND
	- Thẻ MB VINID Platinum	6% * Số tiền tối thiểu chưa thanh toán, tối thiểu 200.000 VND
i	Phí điều chỉnh hạn mức tín dụng	Miễn phí
j	Phí thay đổi hạn mức giao dịch	Miễn phí
k	Phí thay đổi hình thức đảm bảo sử dụng thẻ (không thu VAT)	100.000 VND/Món
l	Phí cập nhật lần danh sách thẻ cầm lưu hành của tổ chức thẻ quốc tế	200.000 VND
m	Phí tra soát (Áp dụng khi chủ thẻ khiếu nại không đúng)	Miễn phí
n	Phí cấp lại bản sao sao kê	50.000 VND/bản
o	Phí yêu cầu xác nhận thông tin chủ thẻ hoặc các yêu cầu phát sinh khác	100.000 VND/Món
p	Phí chuyển đổi ngoại tệ (Khi thanh toán, rút tiền mặt bằng ngoại tệ)	
	- Thẻ Classic	2% * Số tiền giao dịch
	- Thẻ Gold	2% * Số tiền giao dịch
	- Thẻ Platinum	2% * Số tiền giao dịch
	- Thẻ MB VINID Classic	2% * Số tiền giao dịch
	- Thẻ MB VINID Platinum	2% * Số tiền giao dịch
q	Phí xử lý giao dịch nước ngoài	
	- Thẻ Classic	1% * Số tiền giao dịch
	- Thẻ Gold	1% * Số tiền giao dịch
	- Thẻ Platinum	1% * Số tiền giao dịch
	- Thẻ MB VINID Classic	1% * Số tiền giao dịch
	- Thẻ MB VINID Platinum	1% * Số tiền giao dịch
r	Phí cung cấp bản sao hóa đơn	
	- Tại Đơn vị chấp nhận thẻ của MB	
	+ Thẻ Classic	80.000 VND/hóa đơn
	+ Thẻ Gold	80.000 VND/hóa đơn
	+ Thẻ Platinum	80.000 VND/hóa đơn
	+ Thẻ MB VINID Classic	80.000 VND/hóa đơn
	+ Thẻ MB VINID Platinum	80.000 VND/hóa đơn
	- Tại Đơn vị chấp nhận thẻ của NH khác	
	- Thẻ Classic	80.000 VND/hóa đơn
	- Thẻ Gold	80.000 VND/hóa đơn
	- Thẻ Platinum	80.000 VND/hóa đơn
	+ Thẻ MB VINID Classic	80.000 VND/hóa đơn
	+ Thẻ MB VINID Platinum	80.000 VND/hóa đơn
3.2	Thẻ MB JCB	
a	Giao dịch qua POS của MB	
	- Giao dịch thanh toán mua hàng hóa, dịch vụ	Miễn phí
	- Giao dịch ứng tiền mặt bằng thẻ tín dụng	3% * Số tiền giao dịch, tối thiểu 50.000 VND
	- Phí in sao kê 5 giao dịch gần nhất	Miễn phí
	- Phí đổi PIN	Miễn phí
b	Giao dịch ứng tiền mặt qua POS của ngân hàng khác	4% * Số tiền giao dịch + Phí NH thanh toán thu (nếu có), tối thiểu 50.000 VND
c	Giao dịch tiền ATM của MB	
	- Phí rút tiền mặt	
	+ Đối với thẻ JCB Classic, thẻ Gold	4% * Số tiền giao dịch, tối thiểu 100.000 VND
	+ Đối với thẻ JCB Platinum	4% * Số tiền giao dịch, tối thiểu 100.000 VND
	- Phí truy vấn số dư	Miễn phí
	- Phí in sao kê giao dịch	Miễn phí
	- Phí đổi PIN	Miễn phí
	+ Đối với thẻ JCB Classic, thẻ Gold, thẻ tín dụng SSC	
	+ Đối với thẻ Platinum	
d	Giao dịch qua ATM của NH khác	
	- Phí rút tiền mặt	
	+ Đối với thẻ JCB Classic, thẻ Gold	4% * Số tiền giao dịch + Phí NH thanh, tối thiểu 100.000 VND toàn thu (nếu có)
	+ Đối với thẻ Platinum	4% * Số tiền giao dịch + Phí NH thanh, tối thiểu 100.000 VND toàn thu (nếu có)
	- In sổ dư khả dụng (OTB)	
	- Phí in sao kê giao dịch	Theo biểu phí của Ngân hàng thanh toán. MB không thu
	- Phí đổi PIN	
e	Phí thay đổi hạng thẻ	200.000 VND/thẻ (miễn phí nâng hạ hạng do thẻ hết hạn và phải đổi hạng do không đủ
f	Phí gia hạn thẻ (không thu VAT)	Miễn phí
g	Phí ngừng sử dụng thẻ theo yêu cầu của KH	- Thẻ vật lý có HMM>0, thời gian đóng: + Trong vòng 12 tháng kể từ ngày kích hoạt thẻ: 200.000 VND/thẻ. + Đối với các trường hợp còn lại: 100.000 VND/thẻ.
h	Phạt chậm thanh toán (không thu VAT)	
	- Phạt chậm thanh toán - thẻ Classic, thẻ Gold	6% * Số tiền tối thiểu chưa thanh toán, tối thiểu 200.000 VND
	- Phạt chậm thanh toán - thẻ Platinum	6% * Số tiền tối thiểu chưa thanh toán, tối thiểu 200.000 VND
i	Phí điều chỉnh hạn mức tín dụng	Miễn phí
j	Phí thay đổi hạn mức giao dịch	Miễn phí
k	Phí thay đổi hình thức đảm bảo sử dụng thẻ (không thu VAT)	100.000 VND/Món
l	Phí cập nhật lần danh sách thẻ cầm lưu hành của tổ chức thẻ quốc tế - thẻ JCB	900.000 VND
m	Phí tra soát (Áp dụng khi chủ thẻ khiếu nại không đúng)	Miễn phí
n	Phí cấp lại bản sao sao kê	50.000 VND/bản
o	Phí yêu cầu xác nhận thông tin chủ thẻ hoặc các yêu cầu phát sinh khác	100.000 VND/Món
p	Phí chuyển đổi ngoại tệ (Khi thanh toán, rút tiền mặt bằng ngoại tệ)	
	- Đối với thẻ JCB Classic, thẻ Gold (bao gồm cả thẻ liên kết: Bamboo,...)	2% * Số tiền giao dịch
	- Đối với thẻ JCB Platinum	2% * Số tiền giao dịch
q	Phí xử lý giao dịch nước ngoài	
	- Đối với thẻ JCB Classic	1% * Số tiền giao dịch
	- Đối với thẻ Gold	1% * Số tiền giao dịch
	- Đối với thẻ JCB Platinum	1% * Số tiền giao dịch