

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG
KHOA KINH TẾ - TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG



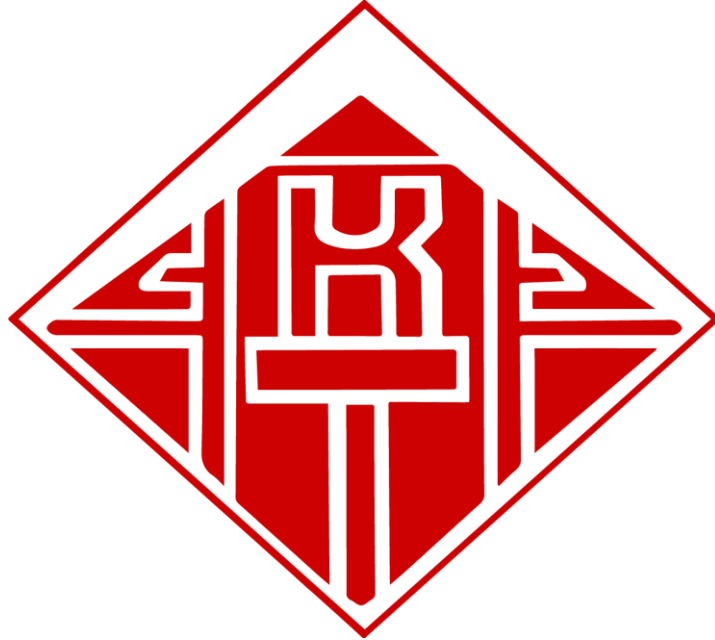
KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**ĐỀ TÀI: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH THẺ TÍN
DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG ĐÔNG (OCB) - CHI NHÁNH ĐÀ
NẴNG - PGD THANH KHÊ**

GVHD : Th.S Phan Thoại Chiêu
SVTH : Trần Thị Nhật Lam
Lớp : 22NH1
MSSV : 2254020008

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG
KHOA KINH TẾ - TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**ĐỀ TÀI: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH THẺ TÍN
DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG ĐÔNG (OCB) - CHI NHÁNH ĐÀ
NẴNG - PGD THANH KHÊ**

GVHD	: Th.S Phan Thoại Chiêu
SVTH	: Trần Thị Nhật Lam
Lớp	: 22NH1
MSSV	: 2254020008

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

Đà Nẵng, tháng 5 năm 2026

NHIỆM VỤ KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

NĂM HỌC: 2025 - 2026

1. Thông tin tác giả thực hiện

- Họ và tên sinh viên : Trần Thị Nhật Lam
- Chuyên ngành : Tài chính - Ngân hàng
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2022 - 2026

2. Tên đề tài khóa luận tốt nghiệp

“GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH THẺ TÍN DỤNG
TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG ĐÔNG (OCB) - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG
- PGD THANH KHÊ”

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

- Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025.
- Tình hình cho vay tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025.
- Kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025.
- Tình hình hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025.

4. Các bảng biểu thực hiện Khóa luận

Bảng biểu, hình vẽ và đồ thị xem tại các danh mục bảng biểu, hình vẽ và đồ thị của Khóa luận tốt nghiệp.

5. Cán bộ hướng dẫn

Tên cán bộ hướng dẫn: ThS. Phan Thoại Chiêu, Khoa Kinh Tế, Ngành Tài chính
- Ngân hàng, Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng.

6. Ngày giao nhiệm vụ làm Khóa luận tốt nghiệp: 2/3/2026

7. Ngày sinh viên phải hoàn thành khóa luận tốt nghiệp: 30/5/2026

Trưởng bộ môn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Giáo viên hướng dẫn
(Ký và ghi rõ họ tên)

Sinh viên đã hoàn thành và nộp khoá luận tốt nghiệp về cho bộ môn.

Ngày 30 tháng 05 năm 2026

Sinh viên thực hiện khoá luận
(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập tại Trường cũng như trong thời gian thực hiện khóa luận tốt nghiệp, em đã nhận được rất nhiều sự quan tâm, dìu dắt và hỗ trợ quý báu từ quý Thầy/Cô, gia đình cùng các anh chị công tác tại Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Thanh Khê. Những sự giúp đỡ chân thành ấy là nguồn động lực vô cùng quan trọng, tạo điều kiện để em có thể hoàn thành tốt nhiệm vụ học tập và nghiên cứu của mình.

Trước hết, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc nhất đến Cô Th.S Phan Thoại Chiêu, người đã trực tiếp hướng dẫn em trong suốt quá trình thực hiện khóa luận. Những ý kiến đóng góp và sự tận tâm của Cô đã giúp em hoàn thiện đề tài một cách khoa học và chặt chẽ hơn. Em trân trọng khắc ghi sự tận tâm và những bài học quý báu mà Cô đã truyền đạt.

Bên cạnh đó, em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến quý Thầy/Cô trong Khoa Kinh tế, Trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng đã truyền đạt kiến thức, tạo cơ sở vững chắc để em vận dụng vào quá trình phân tích thực tiễn tại ngân hàng. Những kiến thức tiếp thu được trong suốt thời gian học tại Trường chính là hành trang quan trọng giúp em tiếp cận đề tài một cách khách quan và toàn diện.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn đến Ban Giám đốc cùng toàn thể cán bộ - nhân viên Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Thanh Khê đã nhiệt tình hỗ trợ, tạo điều kiện để em được tiếp cận thực tế công việc, cung cấp số liệu, tài liệu liên quan và chia sẻ nhiều kinh nghiệm quý giá trong suốt thời gian thực tập.

Cuối cùng, em xin gửi lời biết ơn sâu sắc đến gia đình và bạn bè - những người luôn đồng hành, động viên và tiếp thêm động lực cho em trong suốt hành trình học tập và nghiên cứu vừa qua.

Do hạn chế về thời gian và kinh nghiệm thực tế nên khóa luận khó tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến từ quý Thầy/Cô để đề tài được hoàn thiện hơn..

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên thực hiện

Trần Thị Nhật Lam

[illegible]

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN.....	iii
MỤC LỤC.....	ii
DANH SÁCH BẢNG BIỂU.....	vi
DANH SÁCH CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ.....	vii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	viii
LỜI MỞ ĐẦU	
CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH THẺ TÍN DỤNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	1
1.1. Tổng quan về thẻ tín dụng của Ngân hàng thương mại.....	1
1.1.1. Khái niệm thẻ tín dụng.....	1
1.1.2. Đặc điểm cấu tạo của thẻ tín dụng.....	1
1.1.3. Phân loại thẻ tín dụng	2
1.1.4. Các chủ thể tham gia vào thị trường thẻ tín dụng	3
1.1.5. Vai trò của thẻ tín dụng	5
1.2. Hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của Ngân hàng thương mại	6
1.2.1. Khái niệm hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng	6
1.2.2. Quy trình kinh doanh thẻ tín dụng.....	6
1.3. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng.....	8
1.3.1. Số lượng thẻ tín dụng phát hành.....	9
1.3.2. Doanh số thanh toán thẻ.....	9
1.3.3. Doanh thu từ thẻ	9
1.3.4. Chi phí thẻ	9
1.3.5. Đánh giá của khách hàng	10
1.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng	10

1.4.1. Nhân tố bên trong	10
1.4.2. Nhân tố bên ngoài	11
1.5. Quan điểm về phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của NHTM....	8
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1.....	13
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH THẺ TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG ĐÔNG - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG - PGD THANH KHÊ GIAI ĐOẠN 2023 - 2025.....	14
2.1. Giới thiệu khái quát về Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB)	14
2.1.1. Tổng quan về Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB)	14
2.1.2. Tầm nhìn - Sứ mệnh - Giá trị cốt lõi.....	14
2.1.3. Quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng OCB	15
2.1.4. Thành tựu và giải thưởng	16
2.2. Giới thiệu khái quát về Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê	18
2.2.1. Lịch sử hình thành và phát triển Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê	18
2.2.2. Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê.....	19
2.2.3. Chức năng và nhiệm vụ của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi Nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê.....	19
2.2.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê.....	20
2.3. Thực trạng hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng Ngân hàng TMCP Phương Đông tại Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê.....	33
2.3.1. Các sản phẩm thẻ tín dụng đang triển khai	33
2.3.2. Quy trình và điều kiện phát hành thẻ tín dụng tại Chi nhánh	41
2.3.3. Tình hình số lượng thẻ tín dụng giai đoạn 2023 - 2025.....	42
2.3.4. Doanh số thanh toán thẻ.....	47

2.3.5. Doanh thu từ thẻ	52
2.3.6. Thu lãi từ hoạt động thẻ tín dụng.....	54
2.3.7. Về chi phí	56
2.3.8. Đánh giá của khách hàng	58
2.4. Đánh giá chung về hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng	64
2.4.1. Kết quả đạt được.....	64
2.4.2. Hạn chế còn tồn tại	65
2.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế.....	66
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2	68
CHƯƠNG III: MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH THẺ TÍN DỤNG CỦA NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG ĐÔNG (OCB) - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG - PGD THANH KHÊ.....	69
3.1. Thuận lợi và khó khăn trong hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê	69
3.1.1. Thuận lợi	69
3.1.2. Khó khăn	70
3.2. Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh thẻ vụ thẻ của Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê trong thời gian tới	71
3.3. Giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê	72
3.3.1. Giải pháp mở rộng đối tượng khách hàng.....	72
3.3.2. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng.....	72
3.3.3. Giải pháp đẩy mạnh marketing và liên kết đối tác	73
3.3.4. Giải pháp kiểm soát rủi ro trong hoạt động thẻ.....	74
3.3.5. Giải pháp về nhân sự và cơ chế khuyến khích bán hàng	74
3.4. Kiến nghị.....	75

3.4.1. Đối với Hội sở OCB	75
3.4.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước.....	76
3.4.3. Đối với các cơ quan liên quan	77
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	79
KẾT LUẬN CHUNG.....	80
DANH MỤC THAM KHẢO	81

DANH SÁCH BẢNG BIỂU

Bảng 2.1. Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê.....	20
Bảng 2.2. Tình hình cho vay của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê	24
Bảng 2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PDG Thanh Khê	29
Bảng 2.4. Các sản phẩm thẻ tín dụng tại OCB - Chi Nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê	33
Bảng 2.5. Tình hình số lượng thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê	42
Bảng 2.6. Tình hình phát hành thẻ tín dụng theo từng loại tại OCB - PGD Thanh Khê	45
Bảng 2.7. Tình hình doanh số thanh thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê	47
Bảng 2.8. Tình hình doanh số thanh toán bình quân/1 thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê	50
Bảng 2.9. Doanh thu từ thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê	52
Bảng 2.10. Thu lãi từ hoạt động thẻ tín dụng của OCB - PGD Thanh Khê	54
Bảng 2.11. Chi phí thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê	56
Bảng 2.12. Kết quả mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ thẻ tín dụng của OCB - PGD Thanh Khê	60

DANH SÁCH CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

Hình 2.1: Logo của Ngân hàng TMCP Phương Đông	16
Hình 2.2: Cơ cấu sơ đồ tổ chức PGD Thanh Khê	19
Biểu đồ 2.1: Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê	21
Biểu đồ 2.2: Tình hình cho vay của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê	25
Biểu đồ 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê	30
Biểu đồ 2.4: Tình hình số lượng thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê	42
Biểu đồ 2.5: Tình hình doanh số thanh thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê	48
Biểu đồ 2.6: Tình hình doanh số thanh toán bình quân/1 thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê	50

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Kí hiệu viết tắt	Tên đầy đủ
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
OCB	Ngân hàng TMCP Phương Đông
TMCP	Thương mại cổ phần
TTD	Thẻ tín dụng
CN	Chi nhánh
PGD	Phòng giao dịch
KH	Khách hàng
POS	Máy chấp nhận thẻ
ATM	Automated Teller Machine (Máy rút tiền tự động)
CVV	Card Verification Value (Mã xác minh thẻ)
OCR	Nhận diện ký tự quang học
CIC	Trung tâm Thông tin Tín dụng Quốc gia
KYC	Định danh khách hàng
CSKH	Chăm sóc khách hàng
HĐQT	Hội đồng quản trị
KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
TSDB	Tài sản đảm bảo
HĐLĐ	Hợp đồng lao động
SXKD	Sản xuất kinh doanh
KQHĐKD	Kết quả hoạt động kinh doanh
TCKT	Tổ chức kinh tế
TGCN	Tiền gửi cá nhân
DSCV	Doanh số cho vay
DSTN	Doanh số thu nợ
TCTQT	Tổ chức thẻ quốc tế
ĐVCNT	Đơn vị chấp nhận thẻ

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển của nền kinh tế và xu hướng chuyển đổi số trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng, hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam đang ngày càng được mở rộng và phát triển. Trong đó, thẻ tín dụng được xem là một trong những phương tiện thanh toán hiện đại, mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng nhờ tính linh hoạt, an toàn và khả năng đáp ứng nhu cầu chi tiêu trước - thanh toán sau. Không chỉ góp phần thay đổi thói quen tiêu dùng của người dân, thẻ tín dụng còn tạo điều kiện thúc đẩy hoạt động thương mại, dịch vụ và nâng cao tính minh bạch trong các giao dịch tài chính.

Đối với các ngân hàng thương mại, hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng không chỉ đơn thuần là cung cấp một sản phẩm dịch vụ thanh toán mà còn là lĩnh vực mang lại nguồn thu đáng kể thông qua phí dịch vụ, lãi vay và các hoạt động liên kết thanh toán. Đồng thời, việc phát triển dịch vụ thẻ tín dụng còn góp phần nâng cao hình ảnh thương hiệu, mở rộng tệp khách hàng cá nhân và gia tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng trong bối cảnh thị trường tài chính ngày càng sôi động.

Tuy nhiên, bên cạnh những cơ hội phát triển, hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại các ngân hàng hiện nay vẫn đang đối mặt với nhiều khó khăn và thách thức như sự cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng, yêu cầu ngày càng cao của khách hàng về chất lượng dịch vụ, nguy cơ phát sinh rủi ro trong thanh toán thẻ cũng như thói quen sử dụng tiền mặt của một bộ phận người dân vẫn còn phổ biến. Điều này đòi hỏi các ngân hàng cần không ngừng đổi mới sản phẩm, nâng cao chất lượng phục vụ và xây dựng các giải pháp phát triển phù hợp nhằm gia tăng hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng.

Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) là một trong những ngân hàng thương mại chú trọng đẩy mạnh phát triển mảng dịch vụ ngân hàng bán lẻ, đặc biệt là hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng. Trong thời gian qua, OCB - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê đã triển khai nhiều sản phẩm thẻ tín dụng với đa dạng tiện ích nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại đơn vị đã đạt được một số kết quả tích cực về số lượng phát hành thẻ, doanh số thanh toán và doanh thu dịch vụ.

Qua thời gian thực tập tại Ngân hàng, em nhận thấy hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng cũng là một hoạt động phổ biến và rất quan trọng trong chiến lược phát triển của ngân hàng hiện nay, em quyết định lựa chọn đề tài: “Giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê” để làm chủ đề nghiên cứu. Thông qua đề tài này, em mong muốn vận dụng những kiến thức đã được học vào thực tiễn, đồng thời góp phần đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại đơn vị trong thời gian tới.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1. Mục tiêu chung

Nghiên cứu và đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê trong giai đoạn 2023 - 2025, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại đơn vị trong thời gian tới.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản về hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của ngân hàng thương mại.
- Phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025.
- Đánh giá những kết quả đạt được, các hạn chế còn tồn tại và nguyên nhân ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại đơn vị.
- Đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm góp phần phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê trong thời gian tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Về không gian: Đề tài được nghiên cứu tại Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê.
- Về thời gian: Số liệu và thông tin phục vụ nghiên cứu được thu thập trong giai đoạn từ năm 2023 đến năm 2025.

- Về nội dung: Đề tài tập trung nghiên cứu thực trạng hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại đơn vị thông qua các chỉ tiêu như số lượng thẻ phát hành, doanh số thanh toán, doanh thu từ hoạt động thẻ, chi phí hoạt động và mức độ hài lòng của khách hàng.

4. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện đề tài, các phương pháp nghiên cứu sau được sử dụng:

- Phương pháp thu thập số liệu: Thu thập số liệu thứ cấp từ báo cáo tài chính, báo cáo hoạt động kinh doanh, tài liệu nội bộ của OCB - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê cùng với các giáo trình, sách tham khảo và nguồn tài liệu liên quan đến hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng.

- Phương pháp thống kê và mô tả: Sử dụng để tổng hợp, mô tả và phản ánh tình hình hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của đơn vị qua các năm nghiên cứu.

- Phương pháp phân tích và so sánh: Tiến hành phân tích, đối chiếu số liệu giữa các năm nhằm đánh giá sự biến động và xu hướng phát triển của hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại ngân hàng.

- Phương pháp khảo sát khách hàng: Thực hiện khảo sát và thu thập ý kiến đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ thẻ tín dụng để làm cơ sở đánh giá mức độ hài lòng cũng như đề xuất giải pháp phù hợp.

- Phương pháp tổng hợp: Tổng hợp các thông tin và kết quả phân tích nhằm đưa ra nhận xét, đánh giá và đề xuất giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại đơn vị.

5. Nội dung và kết cấu của đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, khóa luận được kết cấu gồm 3 chương:

- Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của ngân hàng thương mại.

- Chương 2: Thực trạng hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025.

- Chương 3: Một số giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH THẺ TÍN DỤNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Tổng quan về thẻ tín dụng của Ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái niệm thẻ tín dụng

Trong bối cảnh nền kinh tế ngày càng phát triển theo hướng số hóa và thanh toán không dùng tiền mặt, thẻ tín dụng đã trở thành một trong những phương tiện thanh toán hiện đại được sử dụng phổ biến tại các ngân hàng thương mại.

Thẻ tín dụng (Credit Card) là phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt, ra đời từ phương thức mua bán chịu hàng hóa bán lẻ và phát triển gắn liền với sự ứng dụng công nghệ tin học trong lĩnh vực ngân hàng. Thẻ tín dụng là công cụ thanh toán do ngân hàng phát hành thẻ cấp cho khách hàng sử dụng thanh toán hàng hóa dịch vụ hoặc rút tiền mặt trong phạm vi hạn mức tín dụng được cấp. Thẻ tín dụng còn dùng để thực hiện các dịch vụ thông qua hệ thống giao dịch tự động hay còn gọi là hệ thống tự phục vụ ATM.

Tại khoản 3 Điều 3 Thông tư số 18/2024/TT - NHNN quy định về thẻ tín dụng như sau: 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.

1.1.2. Đặc điểm cấu tạo của thẻ tín dụng

Thẻ tín dụng được làm bằng chất nhựa trắng có 3 lớp, lõi thẻ là lớp nhựa trắng cứng nằm giữa 2 lớp tráng mỏng, kích thước tiêu chuẩn quốc tế là 8,5 cm x 5,5 cm x 0,07 cm. Sau đây là đặc điểm cấu tạo chi tiết của từng mặt.

a. Mặt trước của thẻ gồm:

- Biểu tượng của tổ chức quốc tế phát hành thẻ: Mỗi loại thẻ có một biểu tượng riêng.
- Tên và logo của ngân hàng phát hành thẻ.
- Tên sản phẩm thẻ, hình ảnh biểu trưng của sản phẩm
- Số thẻ, tên của chủ thẻ được in nổi.
- Thời gian hiệu lực của thẻ: Là thời gian thẻ được phép lưu hành (tùy từng loại thẻ) được thống nhất là ngày dương lịch, tháng dương lịch, năm dương lịch.
- Biểu tượng con chip (nếu thẻ được phát hành theo công nghệ Chip chuẩn EMV).

b. Mặt sau của thẻ gồm:

- Dải băng từ chứa các thông tin đã được mã hoá theo một chuẩn thống nhất như: số thẻ, ngày hết hạn, các yếu tố kiểm tra an toàn khác.

- Ô chữ kí dành cho chủ thẻ. Trên nền ô chữ ký, khách hàng phải ký vào chữ ký mẫu của mình khi nhận thẻ từ ngân hàng phát hành để cơ sở chấp nhận thẻ so sánh với chữ ký trên ô hóa đơn mua bán hàng hóa, dịch vụ hay tạm ứng tiền mặt.

- Mã bảo mật CVV: Là dãy số mà bên ngân hàng cung cấp cho khách hàng khi phát hành thẻ và được in trực tiếp bề mặt của tấm thẻ. Mã này có chức năng bảo mật khi giao dịch và chứng thực quyền sở hữu thẻ khi thanh toán.

Đặc điểm cấu tạo các loại thẻ tín dụng đa phần giống nhau, tuy nhiên mỗi một thương hiệu sẽ có biểu tượng, ký hiệu khác nhau.

1.1.3. Phân loại thẻ tín dụng

1.1.3.1. Phân loại theo phạm vi sử dụng:

+ Thẻ nội địa: Là loại thẻ tín dụng chỉ được sử dụng trong phạm vi lãnh thổ Việt Nam. Các giao dịch thanh toán và rút tiền mặt được thực hiện bằng đồng Việt Nam thông qua hệ thống thanh toán nội địa.

+ Thẻ quốc tế: Là loại thẻ được sử dụng để thanh toán trong và ngoài nước. Thẻ tín dụng quốc tế được liên kết với các tổ chức thẻ quốc tế như Visa, Mastercard hoặc JCB và có thể thanh toán tại hàng triệu điểm chấp nhận thẻ trên toàn thế giới.

1.1.3.2. Phân loại theo tổ chức phát hành:

+ 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.

+ 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.

+ JCB: Là loại thẻ do tổ chức thẻ quốc tế JCB của Nhật Bản phát hành, thường được sử dụng phổ biến tại các quốc gia châu Á.

Ngoài ra, còn có các tổ chức phát hành khác nhưng không thông dụng ở thị trường Việt Nam.

1.1.3.3. Phân loại theo đối tượng khách hàng:

+ Thẻ cá nhân: Là loại thẻ được phát hành cho cá nhân nhằm phục vụ nhu cầu chi tiêu, mua sắm, thanh toán dịch vụ hoặc du lịch.

+ Thẻ doanh nghiệp: Là loại thẻ được phát hành cho các tổ chức, doanh nghiệp để phục vụ cho các hoạt động chi tiêu của doanh nghiệp như thanh toán chi phí công tác, mua sắm thiết bị hoặc thanh toán dịch vụ.

1.1.3.4. Phân loại theo hạng thẻ:

+ Thẻ chuẩn (Classic): Là loại thẻ cơ bản, thường được cấp cho khách hàng có thu nhập trung bình với hạn mức tín dụng ở mức thấp đến trung bình.

+ Thẻ vàng (Gold): Đây là loại thẻ dành cho khách hàng có thu nhập khá, với hạn mức tín dụng cao hơn và nhiều ưu đãi hơn so với thẻ chuẩn.

+ Thẻ bạch kim (Platinum): Là loại thẻ cao cấp dành cho khách hàng có thu nhập cao, hạn mức tín dụng lớn và đi kèm với nhiều dịch vụ ưu đãi như bảo hiểm du lịch, phòng chờ sân bay hoặc ưu đãi tại các đối tác cao cấp.

1.1.4. Các chủ thể tham gia vào thị trường thẻ tín dụng

1.1.4.1. Tổ chức thẻ quốc tế

Là Hiệp hội các tổ chức tài chính, tín dụng hoặc Công ty phát hành và thanh toán thẻ quốc tế, hiện tại bao gồm: Tổ chức thẻ Visa International, MasterCard Incorporated, Công ty thẻ American Express, Công ty thẻ JCB, Công ty thẻ Diner's Club. Đây là những đơn vị đứng đầu quản lý mọi hoạt động và thanh toán thẻ trong mạng lưới của mình, có mạng lưới hoạt động rộng khắp trên toàn thế giới. TCTQT đưa ra những quy định cơ bản về hoạt động phát hành, sử dụng và thanh toán thẻ, đóng vai trò trung gian giữa các tổ chức và các công ty thành viên trong việc điều chỉnh và cân đối các lượng tiền thanh toán giữa các công ty thành viên.

1.1.4.2. Ngân hàng phát hành thẻ

Là các tổ chức tài chính, tín dụng thực hiện việc phát hành thẻ cho chủ thẻ sử dụng một cách hợp pháp. Ngân hàng phát hành ra những tấm thẻ mang thương hiệu riêng hoặc được TCTQT, Công ty thẻ trao quyền phát hành thẻ mang thương hiệu của những tổ chức và công ty này. Ngân hàng phát hành là ngân hàng có tên in trên thẻ thể hiện đó là sản phẩm của mình.

Ngân hàng phát hành quy định các điều khoản, điều kiện sử dụng thẻ đối với khách hàng. Ngân hàng có quyền ký kết hợp đồng đại lý với bên thứ ba là một ngân hàng hoặc một tổ chức tài chính tín dụng khác trong việc thanh toán và phát hành thẻ tín dụng. Trong trường hợp này, Ngân hàng phát hành tận dụng được ưu thế của bên thứ ba về kinh nghiệm, khả năng thâm nhập thị trường và những ưu thế về vị trí địa lý. Tuy nhiên,

ngân hàng cũng phải chịu chấp nhận rủi ro về tài chính bởi ngân hàng đứng ra bảo lãnh cho bên thứ ba làm Ngân hàng đại lý trong việc phát hành thẻ. Bên thứ ba khi ký kết hợp đồng đại lý với Ngân hàng phát hành được gọi là Ngân hàng đại lý phát hành. Nếu tên của Ngân hàng đại lý xuất hiện trên tấm thẻ của khách hàng thì nhất thiết Ngân hàng đại lý đó phải là thành viên chính thức của Tổ chức thẻ hoặc Công ty thẻ quốc tế.

1.1.4.3. Chủ thẻ

Là những cá nhân đứng tên xin cấp thẻ hoặc người được ủy quyền (nếu là thẻ do công ty ủy quyền sử dụng), được ngân hàng phát hành thẻ và được sử dụng thẻ theo hạn mức tín dụng toàn hoàn được cấp và có tên được in nổi trên thẻ. Mỗi chủ thẻ chính có thể phát hành thêm thẻ phụ, cả thẻ chính và thẻ phụ cùng chi tiêu chung một tài khoản. Chủ thẻ phụ cũng có trách nhiệm thanh toán các khoản phát sinh trong kỳ nhưng chủ thẻ chính là người có trách nhiệm thanh toán cuối cùng đối với ngân hàng. Chủ thẻ sử dụng thẻ của mình để thanh toán hàng hoá, dịch vụ tại các đơn vị cung ứng hàng hóa, dịch vụ có chấp nhận thẻ, các điểm ứng tiền mặt thuộc hệ thống ngân hàng hoặc sử dụng thẻ để thực hiện các giao dịch tại máy rút tiền tự động.

1.1.4.4. Ngân hàng thanh toán thẻ

Là các tổ chức tài chính tín dụng thực hiện việc thanh toán thẻ thông qua mạng lưới ĐVCNT và/hoặc điểm ứng tiền mặt và/hoặc ATM một cách hợp pháp. Ngân hàng thanh toán chấp nhận các loại thẻ như một phương tiện thanh toán thông qua việc ký kết hợp đồng chấp nhận thẻ với các điểm cung ứng hàng hóa dịch vụ trên địa bàn. Ngân hàng thanh toán cung cấp các thiết bị phục vụ cho việc thanh toán thẻ và hướng dẫn các ĐVCNT cách thức vận hành, chấp nhận thanh toán thẻ cũng như quản lý và xử lý những giao dịch thẻ tại các đơn vị này. Thông thường Ngân hàng thanh toán sẽ thu từ các ĐVCNT một mức phí chiết khấu cho việc chấp nhận thanh toán thẻ của đơn vị, nó có thể tính phần trăm trên giá trị mỗi giao dịch hoặc tính theo tổng giá trị giao dịch thẻ. Mức chiết khấu cao hay thấp phụ thuộc từng ngân hàng và vào mối quan hệ chiến lược của ngân hàng với ĐVCNT. Trên thực tế, rất nhiều ngân hàng vừa là Ngân hàng phát hành vừa là Ngân hàng Thanh toán thẻ. Với tư cách là Ngân hàng phát hành, khách hàng của họ là chủ thẻ còn với tư cách là Ngân hàng thanh toán, khách hàng là các đơn vị cung ứng hàng hóa dịch vụ có ký kết hợp đồng chấp nhận thẻ.

1.1.4.5. Đơn vị chấp nhận thẻ

Là tất cả các cơ sở cung cấp hàng hóa, dịch vụ, các Ngân hàng đại lý và điểm ứng tiền mặt được ủy quyền chấp nhận thẻ làm phương tiện thanh toán. Các ngành kinh doanh của các ĐVCNT trải rộng từ những cửa hiệu bán lẻ đến các nhà hàng ăn uống, khách sạn, sân bay,... Tại nhiều nước trên thế giới, khi thẻ ngân hàng đã trở thành một phương thức thanh toán thông dụng, chúng ta có thể nhìn thấy những logo của thẻ xuất hiện rộng rãi tại hầu hết các cửa hàng. Ở Việt Nam, các ĐVCNT tập trung chủ yếu tại các ngành hàng, dịch vụ phục vụ cho người nước ngoài như hàng thủ công mỹ nghệ, nhà hàng, khách sạn, du lịch, các đại lý bán vé máy bay. Mặc dù phải trả cho Ngân hàng thanh toán một tỷ lệ phí chiết khấu nhất định nhưng bù lại các ĐVCNT thông qua dịch vụ thẻ thu hút được khối lượng khách hàng lớn, bán được nhiều hàng hơn, góp phần nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh cũng như lợi nhuận của đơn vị.

Để trở thành ĐVCNT của một ngân hàng nhất thiết đơn vị đó phải có tình hình tài chính tốt và có năng lực kinh doanh. Cũng như các Ngân hàng phát hành thẩm định khách hàng trước khi phát hành thẻ, Ngân hàng thanh toán cũng tiến hành đánh giá lựa chọn ĐVCNT. Chỉ có những đơn vị có hiệu quả kinh doanh cao, có khả năng thu hút được nhiều giao dịch thanh toán thẻ thì ngân hàng mới có thể thu hồi được vốn đầu tư cho các đơn vị đó và có lãi.

1.1.5. Vai trò của thẻ tín dụng

1.1.5.1. Đối với ngân hàng

- Tăng nguồn thu dịch vụ: Hoạt động thẻ tín dụng giúp ngân hàng gia tăng nguồn thu từ các loại phí như phí thường niên, phí giao dịch, phí chậm thanh toán và lãi từ dư nợ tín dụng.

- Mở rộng thị phần và tệp khách hàng: Việc phát triển dịch vụ thẻ tín dụng giúp ngân hàng thu hút thêm nhiều khách hàng cá nhân, đặc biệt là nhóm khách hàng trẻ và có thu nhập ổn định.

- Tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường: Các ngân hàng ngày càng chú trọng phát triển sản phẩm thẻ tín dụng với nhiều tiện ích và chương trình ưu đãi nhằm nâng cao hình ảnh thương hiệu và khả năng cạnh tranh.

1.1.5.2. Đối với khách hàng

- Tạo sự thuận tiện trong thanh toán: Khách hàng có thể thanh toán nhanh chóng tại các điểm bán hàng hoặc trên các nền tảng thương mại điện tử mà không cần mang theo tiền mặt.

- Hỗ trợ tài chính ngắn hạn: Thẻ tín dụng cho phép khách hàng chi tiêu trước và thanh toán sau, giúp giải quyết nhu cầu tài chính tạm thời.

- Được hưởng nhiều ưu đãi và tiện ích: Khách hàng có thể nhận được nhiều ưu đãi như hoàn tiền, tích điểm, giảm giá khi mua sắm hoặc du lịch.

1.1.5.3. Đối với nền kinh tế

- Giảm khối lượng tiền mặt trong lưu thông, tăng nhanh tốc độ và khối lượng thanh toán trong nền kinh tế.

- Thực hiện chính sách quản lý vĩ mô của nhà nước và kích cầu cho nền kinh tế.

1.2. Hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của Ngân hàng thương mại

1.2.1. Khái niệm hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng

Hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của ngân hàng thương mại được hiểu là tổng thể các hoạt động liên quan đến việc phát hành, quản lý và thanh toán thẻ tín dụng nhằm cung cấp phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt cho khách hàng và tạo ra lợi nhuận cho ngân hàng. Cụ thể, hoạt động này bao gồm các khâu như thẩm định và cấp hạn mức tín dụng cho khách hàng, phát hành thẻ, xử lý các giao dịch thanh toán, quản lý dư nợ cũng như kiểm soát rủi ro phát sinh trong quá trình sử dụng thẻ.

Thông qua hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng, ngân hàng không chỉ gia tăng nguồn thu từ lãi và phí mà còn mở rộng dịch vụ ngân hàng bán lẻ, nâng cao khả năng cạnh tranh và thu hút khách hàng trong bối cảnh xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng phát triển theo định hướng của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

1.2.2. Quy trình kinh doanh thẻ tín dụng

1.2.2.1. Quy trình phát hành

Quy trình phát hành thẻ tín dụng tại ngân hàng thương mại thường bao gồm các bước sau:

Bước 1: Khách hàng nộp hồ sơ đăng ký mở thẻ tín dụng.

Khách hàng có nhu cầu sử dụng thẻ tín dụng sẽ tiến hành đăng ký tại ngân hàng thông qua việc nộp hồ sơ theo quy định. Hồ sơ thường bao gồm giấy tờ tùy thân, chứng

minh thu nhập, hợp đồng lao động hoặc các tài liệu liên quan đến khả năng tài chính. Ngân hàng có trách nhiệm hướng dẫn khách hàng hoàn thiện đầy đủ hồ sơ theo yêu cầu.

Bước 2: Ngân hàng tiến hành thẩm định hồ sơ và đánh giá khả năng tài chính của khách hàng.

Sau khi tiếp nhận hồ sơ, ngân hàng tiến hành thẩm định nhằm đánh giá mức độ tín nhiệm và khả năng trả nợ của khách hàng. Nội dung thẩm định bao gồm kiểm tra thông tin cá nhân, thu nhập, lịch sử tín dụng và các nghĩa vụ tài chính hiện tại. Đây là bước quan trọng nhằm hạn chế rủi ro tín dụng trong hoạt động phát hành thẻ.

Bước 3: Ngân hàng quyết định cấp hạn mức tín dụng phù hợp.

Căn cứ vào kết quả thẩm định, ngân hàng sẽ quyết định việc phát hành thẻ và xác định hạn mức tín dụng phù hợp với từng khách hàng. Hạn mức này phụ thuộc vào thu nhập, khả năng tài chính cũng như mức độ uy tín tín dụng của khách hàng tại thời điểm xét duyệt.

Bước 4: Tiến hành phát hành thẻ và gửi thẻ cho khách hàng.

Sau khi được phê duyệt, ngân hàng tiến hành phát hành thẻ và chuyển thẻ đến khách hàng. Thẻ có thể được nhận trực tiếp tại quầy giao dịch hoặc gửi qua đường bưu điện theo đăng ký của khách hàng. Đồng thời, ngân hàng cũng cung cấp các thông tin cần thiết như mã PIN, điều khoản sử dụng và hướng dẫn bảo mật thẻ.

Bước 5: Khách hàng kích hoạt thẻ và bắt đầu sử dụng.

Khách hàng thực hiện kích hoạt thẻ theo hướng dẫn của ngân hàng thông qua các kênh như ATM, Internet Banking hoặc ứng dụng ngân hàng số. Sau khi kích hoạt, thẻ có thể được sử dụng để thanh toán hàng hóa, dịch vụ hoặc thực hiện các giao dịch khác trong phạm vi hạn mức tín dụng đã được cấp.

1.2.2.2. Quy trình thanh toán

Quy trình thanh toán thẻ tín dụng thường diễn ra như sau:

Bước 1: Chủ thẻ sử dụng thẻ để thanh toán tại đơn vị chấp nhận thẻ.

Chủ thẻ sử dụng thẻ tín dụng để thanh toán hàng hóa, dịch vụ tại các đơn vị chấp nhận thẻ hoặc thực hiện thanh toán trực tuyến. Thông tin giao dịch sẽ được ghi nhận thông qua hệ thống POS hoặc công thanh toán điện tử.

Bước 2: Đơn vị chấp nhận thẻ gửi thông tin giao dịch đến ngân hàng thanh toán.

Sau khi giao dịch được thực hiện, đơn vị chấp nhận thẻ sẽ gửi thông tin giao dịch đến ngân hàng thanh toán (ngân hàng phục vụ đơn vị chấp nhận thẻ) để yêu cầu xử lý.

Bước 3: Ngân hàng thanh toán gửi yêu cầu xác nhận đến tổ chức thẻ quốc tế và ngân hàng phát hành thẻ.

Ngân hàng thanh toán tiếp nhận thông tin và chuyển yêu cầu đến tổ chức thẻ quốc tế (như Visa, Mastercard...) và ngân hàng phát hành thẻ để xin xác nhận giao dịch.

Bước 4: Ngân hàng phát hành xác nhận giao dịch và trừ hạn mức tín dụng của chủ thẻ.

Ngân hàng phát hành tiến hành kiểm tra tính hợp lệ của giao dịch, bao gồm hạn mức tín dụng, tình trạng thẻ và các yếu tố bảo mật. Nếu giao dịch hợp lệ, ngân hàng sẽ chấp nhận thanh toán và ghi giảm hạn mức tín dụng của chủ thẻ.

Bước 5: Ngân hàng thực hiện bù trừ và thanh toán giữa các bên liên quan

Sau khi giao dịch được chấp nhận, các bên liên quan tiến hành bù trừ và thanh toán. Ngân hàng thanh toán sẽ chuyển tiền cho đơn vị chấp nhận thẻ sau khi trừ phí dịch vụ, đồng thời ngân hàng phát hành sẽ ghi nhận khoản nợ của chủ thẻ để yêu cầu thanh toán vào kỳ sao kê.

1.3. Quan điểm về phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của NHTM

Phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại các ngân hàng thương mại cần được nhìn nhận theo hướng toàn diện, không chỉ dừng lại ở việc gia tăng số lượng thẻ phát hành mà phải chú trọng đến hiệu quả sử dụng và chất lượng dịch vụ. Trong bối cảnh xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng phổ biến theo định hướng của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, các ngân hàng cần tận dụng cơ hội để mở rộng thị trường thẻ, đồng thời xây dựng chính sách sản phẩm phù hợp với từng nhóm khách hàng. Tuy nhiên, do thẻ tín dụng gắn liền với hoạt động cấp tín dụng, việc phát triển cần đi kèm với kiểm soát rủi ro chặt chẽ, đặc biệt là rủi ro nợ quá hạn và gian lận.

Bên cạnh đó, việc đầu tư vào công nghệ, nâng cao chất lượng phục vụ và tăng cường các chương trình ưu đãi sẽ góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng và khả năng cạnh tranh của ngân hàng. Do đó, phát triển hoạt động thẻ tín dụng cần hướng đến sự cân bằng giữa tăng trưởng, an toàn và hiệu quả lâu dài.

1.4. Các chỉ tiêu đánh giá mục tiêu hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng

Một số chỉ tiêu thường được sử dụng để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của ngân hàng thương mại bao gồm:

1.4.1. Số lượng thẻ tín dụng phát hành

Chỉ tiêu này phản ánh quy mô phát triển hoạt động thẻ tín dụng của ngân hàng trong từng thời kỳ. Số lượng thẻ phát hành càng lớn cho thấy ngân hàng đang mở rộng được tệp khách hàng và gia tăng độ phủ của sản phẩm trên thị trường.

Tuy nhiên, việc gia tăng số lượng thẻ cần đi đôi với chất lượng, bởi nếu phát hành ồ ạt nhưng khách hàng không sử dụng thì hiệu quả kinh doanh không cao. Vì vậy, ngân hàng không chỉ quan tâm đến số lượng thẻ phát hành mà còn chú trọng đến số lượng thẻ đang hoạt động thực tế.

1.4.2. Doanh số thanh toán thẻ

Doanh số thanh toán thẻ là tổng giá trị các giao dịch được thực hiện bằng thẻ tín dụng trong một khoảng thời gian nhất định. Đây là chỉ tiêu quan trọng phản ánh mức độ sử dụng thẻ của khách hàng.

Doanh số thanh toán càng cao chứng tỏ thẻ tín dụng được sử dụng thường xuyên, qua đó giúp ngân hàng tăng thu nhập từ phí giao dịch và các dịch vụ liên quan. Ngược lại, nếu doanh số thấp dù số lượng thẻ phát hành nhiều thì cho thấy hoạt động kinh doanh chưa hiệu quả.

1.4.3. Doanh thu từ thẻ

Doanh thu từ thẻ bao gồm các khoản thu mà ngân hàng thu được từ hoạt động thẻ tín dụng như: phí thường niên, phí quản lý và duy trì hạn mức tín dụng thẻ, lãi suất từ dư nợ thẻ tín dụng, phí hủy thẻ và phí dịch vụ thẻ khác.

Chỉ tiêu này phản ánh trực tiếp hiệu quả tài chính của hoạt động kinh doanh thẻ. Doanh thu càng cao cho thấy ngân hàng khai thác tốt giá trị từ khách hàng sử dụng thẻ, đồng thời nâng cao đóng góp của mảng thẻ trong tổng thu nhập của ngân hàng.

1.4.4. Chi phí thẻ

Chi phí thẻ bao gồm các khoản chi mà ngân hàng phải bỏ ra để duy trì và phát triển hoạt động thẻ tín dụng, như: chi phí phát hành thẻ, chi phí công nghệ, chi phí marketing, chi phí quản lý và vận hành hệ thống thẻ.

Việc kiểm soát chi phí là yếu tố quan trọng để đảm bảo lợi nhuận. Nếu chi phí quá cao so với doanh thu sẽ làm giảm hiệu quả kinh doanh, do đó ngân hàng cần tối ưu hóa chi phí nhưng vẫn đảm bảo chất lượng dịch vụ.

1.4.5. Đánh giá của khách hàng

Đây là chỉ tiêu mang tính định tính, phản ánh mức độ hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm thẻ tín dụng và chất lượng dịch vụ của ngân hàng.

Các yếu tố thường được xem xét bao gồm: sự tiện lợi khi sử dụng thẻ, chất lượng dịch vụ, thái độ phục vụ, các chương trình ưu đãi và mức độ an toàn bảo mật. Mức độ hài lòng cao sẽ giúp ngân hàng giữ chân khách hàng và thu hút thêm khách hàng mới, từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh lâu dài.

1.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng

Hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của ngân hàng thương mại chịu tác động bởi nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm cả các nhân tố bên trong và bên ngoài ngân hàng. Việc nhận diện đầy đủ các nhân tố này giúp ngân hàng xây dựng chiến lược phát triển phù hợp và nâng cao hiệu quả kinh doanh.

1.5.1. Nhân tố bên trong

Các nhân tố bên trong là những yếu tố thuộc nội tại của ngân hàng, có thể kiểm soát và điều chỉnh nhằm phục vụ mục tiêu phát triển hoạt động thẻ tín dụng

1.5.1.1. Chính sách phát triển sản phẩm thẻ của ngân hàng

Chính sách phát triển sản phẩm đóng vai trò định hướng cho hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng. Nếu ngân hàng xây dựng được danh mục sản phẩm đa dạng, phù hợp với từng phân khúc khách hàng (sinh viên, nhân viên văn phòng, doanh nghiệp...), thì khả năng tiếp cận và mở rộng thị trường sẽ cao hơn.

Ngược lại, nếu sản phẩm đơn điệu, ít ưu đãi hoặc không có sự khác biệt so với đối thủ thì sẽ khó thu hút khách hàng. Do đó, việc thường xuyên cải tiến sản phẩm, bổ sung tiện ích và nâng cao giá trị gia tăng là yếu tố quan trọng.

1.5.1.2. Trình độ công nghệ và hệ thống thanh toán

Công nghệ là nền tảng cốt lõi của hoạt động thẻ tín dụng. Một hệ thống công nghệ hiện đại, ổn định sẽ giúp xử lý giao dịch nhanh chóng, đảm bảo an toàn và hạn chế rủi ro gian lận.

Ngoài ra, việc ứng dụng các công nghệ mới như thanh toán không tiếp xúc (contactless), ngân hàng số hay trí tuệ nhân tạo trong quản lý rủi ro cũng góp phần nâng cao trải nghiệm khách hàng và hiệu quả vận hành. Ngược lại, hệ thống lạc hậu dễ gây gián đoạn giao dịch và làm giảm uy tín ngân hàng.

1.5.1.3. Chất lượng dịch vụ khách hàng

Chất lượng dịch vụ là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng. Nếu ngân hàng cung cấp dịch vụ nhanh chóng, hỗ trợ kịp thời, xử lý khiếu nại hiệu quả thì sẽ tạo được niềm tin và giữ chân khách hàng lâu dài.

Ngược lại, dịch vụ kém, thủ tục phức tạp hoặc thái độ phục vụ không tốt sẽ khiến khách hàng chuyển sang sử dụng thẻ của ngân hàng khác.

1.5.1.4. Trình độ nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực có vai trò quan trọng trong việc triển khai và phát triển hoạt động thẻ tín dụng. Đội ngũ nhân viên có chuyên môn cao, am hiểu sản phẩm và kỹ năng tư vấn tốt sẽ giúp ngân hàng tiếp cận khách hàng hiệu quả hơn.

Bên cạnh đó, năng lực của nhân sự trong việc quản lý rủi ro, vận hành hệ thống và xử lý sự cố cũng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng hoạt động thẻ.

1.5.1.5. Chiến lược marketing và phát triển thị trường

Marketing là công cụ quan trọng giúp ngân hàng quảng bá sản phẩm thẻ tín dụng đến khách hàng. Một chiến lược marketing hiệu quả, kết hợp với các chương trình khuyến mãi, ưu đãi hấp dẫn sẽ góp phần thu hút khách hàng mới và kích thích khách hàng hiện tại sử dụng thẻ nhiều hơn.

Ngoài ra, việc mở rộng mạng lưới đơn vị chấp nhận thẻ và hợp tác với các đối tác (siêu thị, trung tâm thương mại, sàn thương mại điện tử...) cũng giúp gia tăng giá trị sử dụng của thẻ.

1.5.2. Nhân tố bên ngoài

Các nhân tố bên ngoài là những yếu tố thuộc môi trường kinh doanh mà ngân hàng khó kiểm soát, nhưng có ảnh hưởng lớn đến sự phát triển của hoạt động thẻ tín dụng.

1.5.2.1. Môi trường kinh tế vĩ mô

Tình hình kinh tế vĩ mô như tốc độ tăng trưởng kinh tế, thu nhập của người dân, lạm phát,... có ảnh hưởng trực tiếp đến nhu cầu sử dụng thẻ tín dụng.

Khi nền kinh tế phát triển ổn định, thu nhập người dân tăng lên thì nhu cầu tiêu dùng và sử dụng thẻ tín dụng cũng gia tăng. Ngược lại, trong giai đoạn kinh tế suy thoái, người dân có xu hướng thắt chặt chi tiêu, làm giảm nhu cầu sử dụng thẻ.

1.5.2.2. Chính sách và quy định của Ngân hàng Nhà nước

Hoạt động thẻ tín dụng chịu sự quản lý chặt chẽ của cơ quan nhà nước, đặc biệt là Ngân hàng Nhà nước Việt Nam thông qua các văn bản như Thông tư 19/2016/TT-NHNN.

Các quy định về phát hành thẻ, quản lý rủi ro, lãi suất, phí,... có thể tạo điều kiện thuận lợi hoặc hạn chế sự phát triển của hoạt động thẻ tín dụng. Do đó, ngân hàng cần tuân thủ và thích ứng kịp thời với các chính sách này.

1.5.2.3. Mức độ phát triển của thương mại điện tử

Sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử làm gia tăng nhu cầu thanh toán trực tuyến, từ đó thúc đẩy việc sử dụng thẻ tín dụng.

Khi người tiêu dùng mua sắm online nhiều hơn, thẻ tín dụng trở thành phương tiện thanh toán thuận tiện và phổ biến. Vì vậy, thương mại điện tử càng phát triển thì cơ hội mở rộng hoạt động thẻ tín dụng của ngân hàng càng lớn.

1.5.2.4. Thói quen thanh toán của người tiêu dùng

Tại các quốc gia có thói quen sử dụng tiền mặt, việc phát triển thẻ tín dụng sẽ gặp nhiều khó khăn. Ngược lại, ở những nơi người dân có xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt, thẻ tín dụng sẽ phát triển mạnh mẽ.

Do đó, việc thay đổi thói quen tiêu dùng là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến tốc độ phát triển của hoạt động thẻ.

1.5.2.5. Mức độ cạnh tranh giữa các ngân hàng

Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng trong lĩnh vực thẻ tín dụng ngày càng gay gắt, thể hiện qua việc liên tục đưa ra các sản phẩm mới, ưu đãi hấp dẫn và chính sách chăm sóc khách hàng tốt hơn.

Cạnh tranh vừa tạo áp lực, vừa là động lực buộc các ngân hàng phải đổi mới, nâng cao chất lượng dịch vụ và tối ưu hóa hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 đã trình bày những vấn đề lý luận cơ bản về hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của ngân hàng thương mại. Nội dung chương đã làm rõ khái niệm, đặc điểm, phân loại và vai trò của thẻ tín dụng; đồng thời phân tích các chủ thể tham gia, quy trình phát hành và thanh toán thẻ tín dụng trong hoạt động ngân hàng.

Bên cạnh đó, chương cũng đề cập đến các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng như số lượng thẻ phát hành, doanh số thanh toán, doanh thu từ thẻ, chi phí hoạt động thẻ và mức độ hài lòng của khách hàng. Đồng thời, các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng, bao gồm cả yếu tố bên trong và bên ngoài ngân hàng, cũng được phân tích nhằm làm rõ những điều kiện tác động đến hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ.

Những cơ sở lý luận được trình bày trong chương này là nền tảng quan trọng để phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - PGD Thanh Khê trong chương tiếp theo, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của đơn vị trong thời gian tới.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH THẺ TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG ĐÔNG - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG - PGD THANH KHÊ GIAI ĐOẠN GIAI ĐOẠN 2023 - 2025

2.1. Giới thiệu khái quát về Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB)

2.1.1. Tổng quan về Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB)

- **Tên đầy đủ:** Ngân hàng Thương mại Cổ phần Phương Đông
- **Tên tiếng Anh:** Orient Commercial Joint Stock Bank
- **Tên viết tắt:** OCB
- **Trụ sở chính:** Tòa nhà The Hallmark, 15 Trần Bạch Đằng, Phường An Khánh, TP.

Hồ Chí Minh

- **Điện thoại:** 028 38220960
- **Fax:** 028 38220963
- **Website:** <https://www.ocb.com.vn>
- **Email:** ocb@ocb.com.vn
- **Mã cổ phiếu:** OCB

2.1.2. Tầm nhìn - Sứ mệnh - Giá trị cốt lõi

2.1.2.1. Tầm nhìn

OCB hướng đến trở thành ngân hàng bán lẻ hiện đại, đứng trong nhóm ngân hàng TMCP hàng đầu Việt Nam về hiệu quả, công nghệ và chất lượng dịch vụ, đồng thời phát triển theo hướng ngân hàng số - ngân hàng xanh - ngân hàng bền vững trong dài hạn. Top 5 Ngân hàng TMCP tư nhân hàng đầu Việt Nam về hiệu quả và ESG.

2.1.2.2. Sứ mệnh

Hỗ trợ hiện thực hóa ước mơ và tham vọng của người tiêu dùng, doanh nhân và doanh nghiệp tại Việt Nam, giúp họ đạt được sự tăng trưởng, và hoài bão như kỳ vọng.

2.1.2.3. Giá trị cốt lõi

✓ Khách hàng là trọng tâm

- Chúng ta lắng nghe, trân trọng và thấu hiểu khách hàng.
- Chúng ta ưu tiên trước hết thỏa mãn nhu cầu khách hàng.
- Chúng ta cam kết mang lại giải pháp, sản phẩm tốt nhất cho khách hàng.

✓ Nỗ lực

- Chúng ta tập trung cao độ trong công việc và làm hết mình.
- Chúng ta chủ động và nhanh nhạy trong công việc.

- Chúng ta kiên cường trước những khó khăn.

✓ **Đổi mới - Sáng tạo**

- Chúng ta không thỏa mãn với những thứ hiện có và tìm cách đạt những thành tựu mới.

- Chúng ta tìm những phương thức, giải pháp thông minh, hiệu quả hơn.

- Chúng ta tìm kiếm cơ hội, chuẩn bị kế hoạch, sẵn sàng ứng biến cho những thay đổi.

✓ **Trách nhiệm**

- Chúng ta ứng xử chuyên nghiệp, chuẩn mực.

- Chúng ta dám ra quyết định và chịu trách nhiệm với hành động của mình.

- Chúng ta giữ chữ tín, và hướng đến lợi ích, giá trị bền vững.

✓ **Hợp tác cùng phát triển**

- Chúng ta có thái độ tôn trọng và tư duy cùng thành công.

- Chúng ta chia sẻ, đồng hành cùng nhau.

- Chúng ta trao đổi cởi mở, minh bạch, tích cực.

2.1.3. Quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng OCB

2.1.3.1. Quá trình hình thành và phát triển

Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) được thành lập vào ngày 10 tháng 6 năm 1996, đánh dấu sự xuất hiện của một ngân hàng thương mại cổ phần mới giữa giai đoạn chuyển mình mạnh mẽ của thị trường tài chính Việt Nam. Hơn 29 năm hình thành và phát triển, OCB đã không chỉ khẳng định vai trò của một định chế tài chính uy tín mà còn ghi dấu ấn với định hướng phát triển hiện đại, đặt công nghệ và khách hàng làm trọng tâm.

Sự ra đời của OCB mang ý nghĩa quan trọng trong bối cảnh hệ thống ngân hàng Việt Nam khi đó đang bước vào thời kỳ đổi mới toàn diện. Với tư duy quản trị tiên bộ, OCB nhanh chóng xây dựng nền tảng hoạt động ổn định, không ngừng hoàn thiện chất lượng dịch vụ và mở rộng mạng lưới trên toàn quốc. Từ một ngân hàng TMCP có quy mô khiêm tốn, OCB đã từng bước vươn lên trở thành một trong những ngân hàng năng động, sáng tạo và an toàn trong hệ thống.

Hành trình gần ba thập kỷ qua ghi nhận sự bứt phá mạnh mẽ của OCB trên nhiều phương diện: chuyển đổi số sâu rộng với nền tảng OCB OMNI, áp dụng các chuẩn mực quản trị quốc tế, phát triển hệ sinh thái sản phẩm toàn diện và liên tiếp đạt nhiều giải

thường trong nước và quốc tế. Những bước tiến đó cho thấy tầm nhìn dài hạn và chiến lược phát triển bền vững mà OCB theo đuổi từ những ngày đầu thành lập.

2.1.3.2. Logo - Slogan - Mục tiêu chiến lược của OCB

➤ Logo: Lấy cảm hứng từ hình khối vững chắc, kết hợp giữa màu cam và xanh lá - tượng trưng cho sự thịnh vượng, bền vững và năng động. Logo OCB cách điệu đồng tiền cổ, vòng tròn. Lưỡng Nghi thể hiện sự hài hòa, sung túc và phát triển không ngừng, bên trong là hình vuông (Khách hàng) thể hiện phương châm "Luôn lấy Khách hàng làm trọng tâm". Màu vàng - mặt trời Phương Đông, tiền tệ, sự thịnh vượng, sung túc; màu xanh lá gần gũi, thân thiện, trẻ trung và khát vọng vươn xa.



Hình 2.1: Logo của Ngân hàng TMCP Phương Đông

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Phương Đông - PGD Thanh Khê)

➤ Slogan: “Niềm tin và thịnh vượng” khẳng định OCB mang lại giá trị và sự thịnh vượng cho khách hàng, đối tác và cổ đông, đồng thời xây dựng niềm tin vững chắc và nhận được sự ủng hộ từ phía khách hàng, đối tác và cổ đông đối với các hoạt động của ngân hàng.

➤ Mục tiêu: Đến năm 2030, trở thành ngân hàng số hàng đầu Việt Nam; phát triển mạnh mẽ bán lẻ, ngân hàng số, ngân hàng xanh và nâng cao vị thế trên thị trường tài chính quốc tế.

2.1.4. Thành tựu và giải thưởng

2.1.4.1. Giai đoạn hình thành (1996 - 2005)

- Xây dựng nền tảng hoạt động, mở rộng mạng lưới tại các tỉnh/thành trọng điểm.
- Đa dạng hóa dịch vụ cơ bản như huy động, tín dụng, thanh toán.

2.1.4.2. Giai đoạn đổi mới và hiện đại hóa (2005 - 2015)

- Triển khai hệ thống ngân hàng lõi (Core Banking) hiện đại.
- BNP Paribas trở thành cổ đông chiến lược giúp OCB nâng cấp quản trị theo chuẩn quốc tế.

- Mạng lưới tiếp tục mở rộng, chất lượng dịch vụ được chú trọng.

2.1.4.3. Giai đoạn tăng trưởng nhanh (2015 - 2020)

- Ra mắt OCB OMNI, đánh dấu bước tiến lớn trong chuyển đổi số.
- Tốc độ tăng trưởng tài sản, dư nợ và lợi nhuận vào nhóm cao nhất hệ thống.
- Nhiều sản phẩm ngân hàng số đạt giải thưởng quốc tế.

2.1.4.4. Giai đoạn chuyển đổi số - bền vững (2020 - nay)

- OCB nằm trong nhóm ngân hàng áp dụng Basel II/III sớm nhất.
- Doanh thu dịch vụ tăng mạnh, đặc biệt từ thanh toán điện tử và bảo hiểm liên kết.
- Duy trì tỷ lệ nợ xấu thấp, chất lượng tài sản cải thiện.

2.1.4.5. Các giải thưởng tiêu biểu của OCB những năm gần đây (theo công bố chính thức)

Năm 2021

- Top 500 Doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam 2021 - ghi nhận tốc độ tăng trưởng ấn tượng do “The Asian Banker” bình chọn.

Năm 2024

- Thương hiệu Quốc gia Việt Nam 2024
 - Lần thứ 3 *liên tiếp* được công nhận nhờ hiệu quả kinh doanh, đổi mới sáng tạo và quản trị bền vững.
- Thương hiệu truyền cảm hứng - APEA 2024
 - Tôn vinh những doanh nghiệp có tầm ảnh hưởng tích cực và đổi mới sáng tạo trong khu vực châu Á.
- Ngân hàng tiêu biểu về tín dụng xanh & Ngân hàng đồng hành cùng doanh nghiệp SME tiêu biểu 2024
 - Ghi nhận nỗ lực của OCB trong phát triển tín dụng xanh và hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ.
- Ngân hàng tiêu biểu về minh bạch và trách nhiệm xã hội 2024 (ESG Awards)
 - Khẳng định cam kết phát triển bền vững, minh bạch và trách nhiệm với cộng đồng.
- Giải thưởng tiến bộ vượt bậc về Báo cáo Phát triển bền vững 2024

- Được vinh danh nhờ cải tiến nội dung, chất lượng báo cáo và tuân thủ chuẩn quốc tế.

Năm 2025

- Ngân hàng có sản phẩm/dịch vụ sáng tạo tiêu biểu 2025 - VOBA
- Ghi nhận sự đổi mới liên tục trong thiết kế sản phẩm, đặc biệt là nền tảng số OMNI.
- Ngân hàng số tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam 2025 - Global Banking & Finance

Review

- Khẳng định vị thế dẫn đầu về chuyển đổi số trong nhóm ngân hàng TMCP.
- Top 50 Công ty kinh doanh hiệu quả nhất Việt Nam 2025
- Minh chứng cho chiến lược phát triển bền vững và hiệu quả hoạt động vượt trội.

2.2. Giới thiệu khái quát về Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

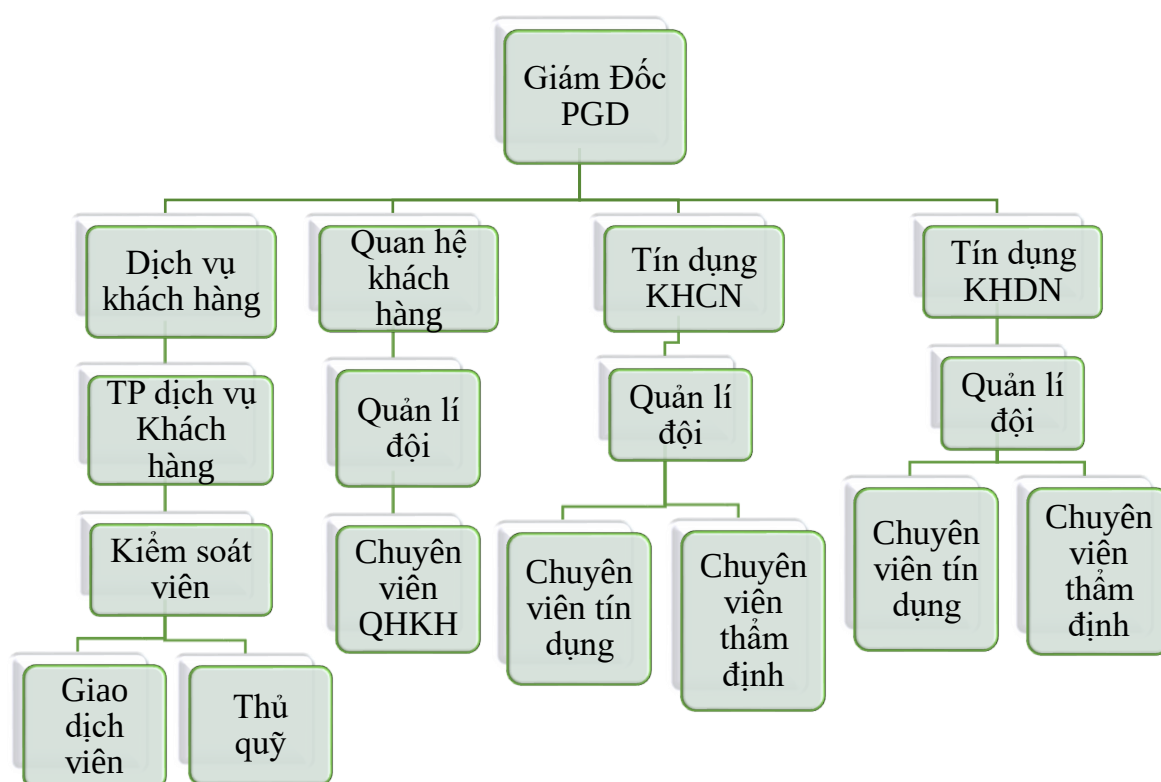
2.2.1. Lịch sử hình thành và phát triển Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

Trong chiến lược mở rộng mạng lưới tại khu vực miền Trung, OCB đã thành lập Chi nhánh Đà Nẵng nhằm phục vụ khách hàng trên địa bàn thành phố Đà Nẵng - một trung tâm kinh tế năng động của khu vực. Trực thuộc Chi nhánh Đà Nẵng, Phòng Giao dịch Thanh Khê được xây dựng và đưa vào hoạt động nhằm mở rộng khả năng phục vụ các dịch vụ ngân hàng tới khách hàng tại khu vực quận Thanh Khê và các quận lân cận.

Phòng Giao dịch Thanh Khê chính thức đi vào hoạt động từ ngày 27/05/2023, tọa lạc tại 135 Điện Biên Phủ, Phường Chính Gián, Quận Thanh Khê, Thành phố Đà Nẵng, Việt Nam. Việc thành lập Phòng giao dịch Thanh Khê đánh dấu một bước phát triển quan trọng trong quá trình mở rộng mạng lưới của OCB, giúp gia tăng khả năng tiếp cận dịch vụ và nâng cao trải nghiệm khách hàng trong khu vực có mật độ dân cư cao và hoạt động kinh doanh sôi động. Từ khi đi vào hoạt động, Phòng giao dịch Thanh Khê đã từng bước ổn định tổ chức, hoàn thiện cơ sở vật chất và xây dựng đội ngũ nhân sự có chuyên môn cao, tận tâm với khách hàng. Phòng giao dịch không chỉ thực hiện các nghiệp vụ cơ bản như huy động vốn, cho vay, phát hành và quản lý thẻ, dịch vụ thanh toán, mà còn chú trọng ứng dụng công nghệ vào hoạt động ngân hàng, đặc biệt là các dịch vụ ngân hàng điện tử như OCB OMNI nhằm mang đến sự thuận tiện và nhanh chóng cho khách hàng.

Trong quá trình phát triển, Phòng giao dịch Thanh Khê đã ghi nhận sự tin tưởng và ủng hộ ngày càng tăng của khách hàng, góp phần nâng cao thị phần hoạt động của OCB tại địa bàn Đà Nẵng. Hoạt động hiệu quả của phòng giao dịch đồng thời đóng góp vào sự phát triển chung của Chi nhánh Đà Nẵng và củng cố vị thế của Ngân hàng TMCP Phương Đông trên thị trường tài chính - ngân hàng Việt Nam.

2.2.2. Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi Nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê



Hình 2.2: Cơ cấu sơ đồ tổ chức PGD Thanh Khê

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi Nhánh Đà Nẵng)

2.2.3. Chức năng và nhiệm vụ của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi Nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

2.2.3.1. Chức năng

Phòng Giao dịch Thanh Khê có các chức năng cơ bản sau:

- Thực hiện các hoạt động kinh doanh ngân hàng theo đúng quy định của pháp luật và của Ngân hàng TMCP Phương Đông.
- Trực tiếp giao dịch, tư vấn và cung cấp sản phẩm, dịch vụ ngân hàng cho khách hàng cá nhân và doanh nghiệp nhỏ.

- Triển khai các chính sách, chương trình kinh doanh của Chi nhánh Đà Nẵng tại địa bàn quản lý.

2.2.3.2. Nhiệm vụ

Để thực hiện tốt các chức năng nêu trên, Phòng Giao dịch Thanh Khê có các nhiệm vụ sau:

- Huy động vốn thông qua các hình thức tiền gửi thanh toán và tiền gửi tiết kiệm.
- Thực hiện các nghiệp vụ tín dụng đối với khách hàng cá nhân và doanh nghiệp nhỏ.
- Tư vấn, phát hành và quản lý các sản phẩm thẻ; cung cấp dịch vụ thanh toán và ngân hàng số OCB OMNI.
- Chăm sóc khách hàng, quản lý hồ sơ và đảm bảo tuân thủ các quy định về an toàn, bảo mật trong hoạt động ngân hàng.

2.2.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

2.2.4.1. Tình hình huy động vốn

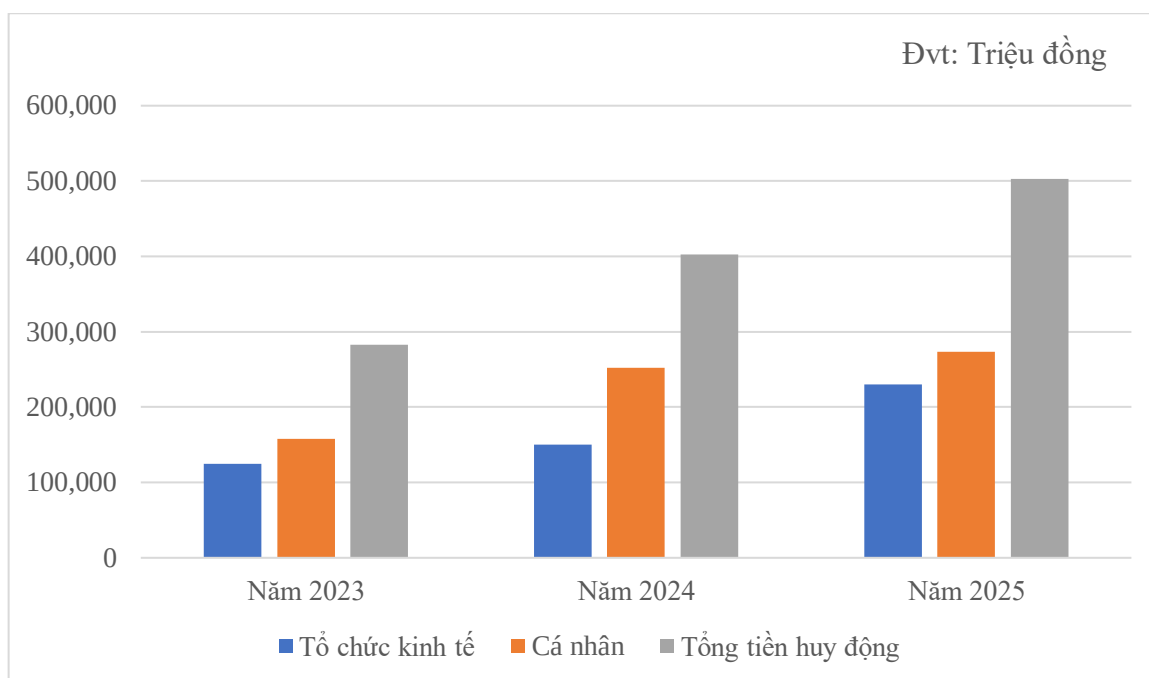
Để có cái nhìn rõ hơn về tình hình hoạt động kinh doanh của chi nhánh, trước hết cần xem xét đến công tác huy động vốn - đây là một trong những yếu tố nền tảng, quyết định khả năng mở rộng và phát triển các hoạt động khác của ngân hàng. Trong giai đoạn 2023 - 2025, hoạt động huy động vốn tại chi nhánh có nhiều chuyển biến đáng chú ý, không chỉ thể hiện ở sự gia tăng về quy mô mà còn ở sự thay đổi trong cơ cấu nguồn vốn. Những nội dung này sẽ được thể hiện cụ thể qua bảng 2.1 dưới đây

Bảng 2.1. Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

DVT: Triệu đồng

CHỈ TIÊU	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ lệ	Giá trị	Tỷ lệ
1. Tổ chức kinh tế	124.893	44%	150.113	37,3%	229.745	45,7%	25.220	20%	79.632	53%
2. Cá nhân	157.604	56%	252.418	62,7%	273.419	54,3%	94.814	60%	21.001	8%
TỔNG	282.497	100%	402.531	100,0%	503.164	100,0%	120.034	42%	100.633	25%

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng)



Biểu đồ 2.1: Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

Bảng 2.1 phản ánh tình hình huy động vốn của Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2023 - 2025, được phân chia theo hai nhóm khách hàng chính là tổ chức kinh tế và cá nhân. Qua số liệu cho thấy quy mô nguồn vốn huy động của chi nhánh có xu hướng tăng trưởng liên tục qua các năm, đồng thời cơ cấu nguồn vốn cũng có sự chuyển dịch nhất định giữa hai nhóm khách hàng.

Cụ thể, tổng nguồn vốn huy động năm 2023 đạt 282.497 triệu đồng. Sang năm 2024, tổng vốn huy động tăng lên 402.531 triệu đồng, tương ứng tăng 120.034 triệu đồng, với tốc độ tăng trưởng đạt 42% so với năm trước. Đến năm 2025, nguồn vốn tiếp tục tăng lên mức 503.164 triệu đồng, tăng thêm 100.633 triệu đồng, tương ứng tốc độ tăng trưởng 25% so với năm 2024. Điều này cho thấy hoạt động huy động vốn của chi nhánh đạt kết quả tích cực, quy mô vốn ngày càng được mở rộng, góp phần tạo nguồn lực tài chính ổn định cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Xét theo cơ cấu khách hàng, nguồn vốn huy động từ cá nhân luôn chiếm tỷ trọng lớn hơn so với tổ chức kinh tế trong toàn bộ giai đoạn nghiên cứu. Năm 2023, huy động từ khách hàng cá nhân đạt 157.604 triệu đồng, chiếm 56% tổng nguồn vốn huy động. Đến năm 2024, chỉ tiêu này tăng mạnh lên 252.418 triệu đồng, tăng 94.814 triệu đồng, tương ứng mức tăng trưởng 60%; đồng thời tỷ trọng cũng tăng lên 62,7%. Đây là mức tăng khá cao, cho thấy ngân hàng đã khai thác hiệu quả phân khúc khách hàng cá nhân

thông qua các chính sách lãi suất cạnh tranh, đa dạng hóa sản phẩm tiền gửi, cũng như nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng. Tuy nhiên, sang năm 2025, mặc dù số tiền huy động từ cá nhân tiếp tục tăng lên 273.419 triệu đồng nhưng tốc độ tăng trưởng chỉ còn 8%, khiến tỷ trọng giảm xuống còn 54,3%. Điều này phản ánh tốc độ tăng trưởng nguồn vốn cá nhân bắt đầu chậm lại, có thể do sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các ngân hàng thương mại trong việc thu hút tiền gửi dân cư hoặc do tâm lý khách hàng có xu hướng chuyển dịch sang các kênh đầu tư khác như bất động sản, chứng khoán hay vàng.

Đối với nhóm khách hàng tổ chức kinh tế, nguồn vốn huy động cũng có xu hướng tăng trưởng qua các năm nhưng biến động mạnh hơn. Năm 2023, huy động vốn từ tổ chức kinh tế đạt 124.893 triệu đồng, chiếm 44% tổng nguồn vốn huy động. Sang năm 2024, số vốn huy động tăng lên 150.113 triệu đồng, tăng 25.220 triệu đồng, tương ứng tốc độ tăng 20%; tuy nhiên tỷ trọng lại giảm xuống còn 37,3%. Điều này cho thấy tốc độ tăng trưởng của nhóm khách hàng doanh nghiệp thấp hơn so với nhóm khách hàng cá nhân trong năm 2024. Đến năm 2025, nguồn vốn huy động từ tổ chức kinh tế tăng mạnh lên 229.745 triệu đồng, tăng 79.632 triệu đồng so với năm trước, tương ứng mức tăng trưởng 53%, đồng thời tỷ trọng cũng tăng lên 45,7%. Kết quả này cho thấy chi nhánh đã có sự cải thiện đáng kể trong việc thu hút nguồn vốn từ các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế trên địa bàn. Nguyên nhân có thể xuất phát từ việc ngân hàng đẩy mạnh quan hệ khách hàng doanh nghiệp, triển khai các gói sản phẩm tiền gửi linh hoạt, ưu đãi lãi suất hoặc mở rộng hợp tác với các doanh nghiệp lớn tại khu vực Đà Nẵng.

Nhìn chung, trong giai đoạn 2023 - 2025, hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng có sự tăng trưởng khá tốt cả về quy mô lẫn cơ cấu khách hàng. Nguồn vốn huy động từ khách hàng cá nhân vẫn giữ vai trò chủ đạo và là nền tảng ổn định cho hoạt động của ngân hàng. Bên cạnh đó, sự tăng trưởng mạnh của nguồn vốn từ tổ chức kinh tế trong năm 2025 cho thấy chi nhánh đang từng bước đa dạng hóa cơ cấu nguồn vốn, giảm bớt sự phụ thuộc vào một nhóm khách hàng nhất định. Đây là tín hiệu tích cực, góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh, mở rộng quy mô hoạt động và đảm bảo tính ổn định trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng trong thời gian tới.

2.2.4.2. Tình hình hoạt động cho vay

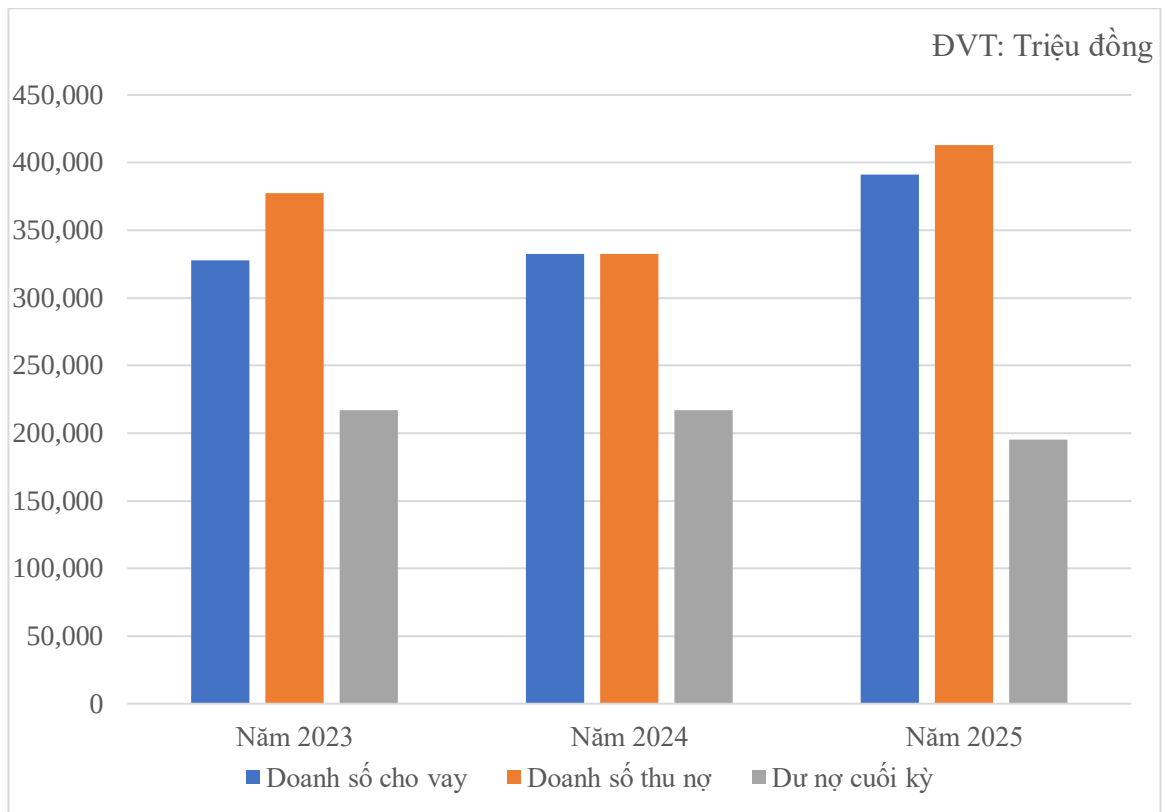
Hoạt động cho vay giữ vai trò quan trọng trong việc tạo ra thu nhập chủ yếu cho ngân hàng, đồng thời góp phần hỗ trợ khách hàng phát triển sản xuất, kinh doanh và ổn định đời sống. Để có cái nhìn rõ hơn về hiệu quả hoạt động tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê, đặc biệt là khả năng mở rộng cho vay cũng như kiểm soát rủi ro qua từng năm. Giai đoạn 2023 - 2025 phản ánh khá rõ sự thay đổi trong cách ngân hàng điều tiết dòng vốn - lúc thận trọng, lúc đẩy mạnh - tùy theo tình hình thực tế. Dựa vào bảng số liệu dưới đây, có thể thấy được phần nào hướng đi và cách ngân hàng cân bằng giữa tăng trưởng và kiểm soát rủi ro trong từng thời điểm.

Bảng 2.2. Tình hình cho vay của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

ĐVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
1. Doanh số cho vay	327.532	100	332.489	100	391.167	100	4.957	1,51	58.678	17,65
Ngắn hạn	105.269	32,14	104.335	31,38	159.015	40,65	(934)	-0,89	54.680	52,41
Trung - Dài hạn	222.263	67,86	228.154	68,62	232.152	59,35	5.891	2,65	3.998	1,75
2. Doanh số thu nợ	377.632	100	332.600	100	413.074	100	(45.032)	-11,92	80.474	24,20
Ngắn hạn	141.148	37,38	129.052	38,80	175.921	42,59	(12.096)	-8,57	46.869	36,32
Trung - Dài hạn	236.484	62,62	203.548	61,20	237.153	57,41	(32.936)	-13,93	33.605	16,51
3. Dư nợ cuối kỳ	217.053	100	216.942	100	195.035	100	(111)	-0,05	(21.907)	-10,10
Ngắn hạn	64.552	29,74	39.835	18,36	22.929	11,76	(24.717)	-38,29	(16.906)	-42,44
Trung - Dài hạn	152.501	70,26	177.107	81,64	172.106	88,24	24.606	16,13	(5.001)	-2,82
4. Nợ xấu	6.685	100	8.141	100	4.281	100	1.456	21,78	(3.860)	-47,41
Ngắn hạn	2.454	36,71	2.958	36,33	1.012	23,64	504	20,54	(1.946)	-65,79
Trung - Dài hạn	4.231	63,29	5.183	63,67	3.269	76,36	952	22,50	(1.914)	-36,93
5. Tỷ lệ nợ xấu	3,08%		3,75%		2,19%		0,67%		-1,56%	
Ngắn hạn	3,80%		7,43%		4,41%		3,62%		-3,01%	
Trung - Dài hạn	2,77%		2,93%		1,90%		0,15%		-1,03%	

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng)



Biểu đồ 2.2: Tình hình cho vay của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

Bảng 2.2 phản ánh tình hình hoạt động cho vay của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2023 - 2025. Qua số liệu có thể nhận thấy hoạt động tín dụng của chi nhánh có sự biến động qua từng năm nhưng nhìn chung vẫn duy trì xu hướng phát triển tương đối ổn định. Quy mô cho vay được mở rộng, công tác thu hồi nợ có nhiều chuyển biến tích cực và chất lượng tín dụng được cải thiện rõ rệt vào năm 2025. Điều này cho thấy chi nhánh đã có sự điều chỉnh phù hợp trong chính sách tín dụng cũng như chú trọng hơn đến công tác quản trị rủi ro trong hoạt động cho vay.

Trước hết, về doanh số cho vay, tổng doanh số cho vay của chi nhánh có xu hướng tăng qua các năm. Năm 2023, doanh số cho vay đạt 327.532 triệu đồng. Sang năm 2024, chỉ tiêu này tăng nhẹ lên 332.489 triệu đồng, tương ứng tăng 4.957 triệu đồng, với tốc độ tăng trưởng đạt 1,51%. Mức tăng này chưa thực sự cao, cho thấy hoạt động cho vay của ngân hàng trong năm 2024 còn khá thận trọng, có thể chịu ảnh hưởng từ tình hình kinh tế còn nhiều khó khăn, nhu cầu tín dụng của khách hàng chưa phục hồi mạnh hoặc ngân hàng thực hiện chính sách kiểm soát tín dụng nhằm hạn chế rủi ro.

Đến năm 2025, doanh số cho vay tăng mạnh lên 391.167 triệu đồng, tăng 58.678 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng trưởng 17,65%. Điều này phản ánh hoạt động tín dụng của chi nhánh đã có sự khởi sắc rõ rệt, khả năng mở rộng tín dụng được cải thiện đáng kể. Kết quả này có thể xuất phát từ việc nền kinh tế dần phục hồi, nhu cầu vay vốn của doanh nghiệp và cá nhân gia tăng, đồng thời ngân hàng cũng tích cực triển khai các chương trình ưu đãi tín dụng nhằm thu hút khách hàng.

Xét theo kỳ hạn cho vay, doanh số cho vay ngắn hạn có sự biến động đáng kể. Năm 2023, cho vay ngắn hạn đạt 105.269 triệu đồng, chiếm 32,14% tổng doanh số cho vay. Sang năm 2024, chỉ tiêu này giảm nhẹ xuống còn 104.335 triệu đồng, giảm 934 triệu đồng, tương ứng giảm 0,89%. Tuy nhiên đến năm 2025, doanh số cho vay ngắn hạn tăng mạnh lên 159.015 triệu đồng, tăng 54.680 triệu đồng, tương ứng tốc độ tăng trưởng 52,41%; đồng thời tỷ trọng tăng lên 40,65%. Điều này cho thấy ngân hàng đang có xu hướng đẩy mạnh các khoản vay ngắn hạn nhằm đáp ứng nhu cầu vốn lưu động của khách hàng cũng như tăng khả năng quay vòng vốn và hạn chế rủi ro thanh khoản.

Trong khi đó, doanh số cho vay trung và dài hạn luôn chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu tín dụng của chi nhánh. Năm 2023, doanh số cho vay trung - dài hạn đạt 222.263 triệu đồng, chiếm 67,86% tổng doanh số cho vay. Năm 2024, khoản mục này tăng lên 228.154 triệu đồng và tiếp tục đạt 232.152 triệu đồng vào năm 2025. Mặc dù tốc độ tăng không quá lớn nhưng cho vay trung - dài hạn vẫn giữ vai trò chủ đạo trong hoạt động tín dụng của chi nhánh. Điều này cho thấy OCB - Chi nhánh Đà Nẵng vẫn tập trung đáp ứng nhu cầu vay vốn phục vụ đầu tư sản xuất kinh doanh, mở rộng hoạt động và tiêu dùng dài hạn của khách hàng. Tuy nhiên, việc tỷ trọng cho vay trung - dài hạn duy trì ở mức cao cũng đồng nghĩa với việc chi nhánh phải đối mặt với áp lực lớn hơn về rủi ro tín dụng và khả năng thu hồi vốn trong tương lai.

Đối với doanh số thu nợ, năm 2023 chi nhánh đạt 377.632 triệu đồng. Sang năm 2024, doanh số thu nợ giảm xuống còn 332.600 triệu đồng, tương ứng giảm 45.032 triệu đồng, với tốc độ giảm 11,92%. Sự sụt giảm này phản ánh khả năng trả nợ của một bộ phận khách hàng bị ảnh hưởng bởi tình hình kinh tế còn nhiều khó khăn, đặc biệt đối với các khách hàng sản xuất kinh doanh. Đồng thời, việc doanh số cho vay vẫn tăng trong khi doanh số thu nợ giảm cũng cho thấy áp lực quản lý tín dụng của chi nhánh trong giai đoạn này tương đối lớn. Tuy nhiên, đến năm 2025, doanh số thu nợ đã tăng mạnh lên 413.074 triệu đồng, tương ứng tăng 24,20% so với năm 2024. Đây là tín hiệu

tích cực cho thấy công tác thu hồi nợ của chi nhánh đã được cải thiện đáng kể, đồng thời phản ánh chất lượng tín dụng có xu hướng ổn định hơn.

Xét theo thời hạn, doanh số thu nợ ngắn hạn giảm từ 141.148 triệu đồng năm 2023 xuống còn 129.052 triệu đồng năm 2024, tương ứng giảm 8,57%. Tuy nhiên đến năm 2025, khoản mục này tăng mạnh lên 175.921 triệu đồng, đạt tốc độ tăng trưởng 36,32%. Tương tự, doanh số thu nợ trung - dài hạn cũng giảm trong năm 2024 nhưng phục hồi khá tích cực vào năm 2025 khi đạt 237.153 triệu đồng, tăng 16,51% so với năm trước. Điều này cho thấy chi nhánh đã chú trọng hơn đến công tác giám sát sau cho vay, đồng thời nâng cao hiệu quả quản lý và thu hồi các khoản nợ đến hạn.

Đối với dư nợ cuối kỳ, năm 2023 đạt 217.053 triệu đồng. Sang năm 2024 giảm nhẹ còn 216.942 triệu đồng, gần như đi ngang. Đến năm 2025 tiếp tục giảm xuống 195.035 triệu đồng, tức giảm 21.907 triệu đồng so với năm trước. Trong khi doanh số cho vay năm 2025 tăng mạnh nhưng dư nợ cuối kỳ lại giảm cho thấy vốn tín dụng được quay vòng tốt, ngân hàng giải ngân có chọn lọc nhưng thu hồi vốn hiệu quả hơn.

Xét về cơ cấu dư nợ, dư nợ trung - dài hạn tăng dần từ 70,26% năm 2023 lên 81,64% năm 2024 và đạt 88,24% năm 2025. Ngược lại, dư nợ ngắn hạn giảm mạnh về tỷ trọng. Điều này thể hiện chiến lược tập trung vào nhóm khách hàng có nhu cầu vốn dài hạn, khoản vay có tài sản bảo đảm hoặc hồ sơ tín dụng tốt. Tuy nhiên, việc tỷ trọng trung - dài hạn quá cao cũng đòi hỏi ngân hàng phải quản trị rủi ro chặt chẽ vì thời gian thu hồi vốn dài hơn và chịu ảnh hưởng nhiều hơn từ biến động kinh tế.

Về nợ xấu, đây là chỉ tiêu thể hiện rõ nhất chất lượng tín dụng trong giai đoạn này. Năm 2023, nợ xấu ở mức 6.685 triệu đồng, tương ứng tỷ lệ nợ xấu 3,08%. Mức này chưa quá cao nhưng vẫn cho thấy ngân hàng cần chú trọng hơn đến công tác giám sát sau cho vay. Trong cơ cấu nợ xấu, nợ xấu trung - dài hạn chiếm 63,29%, phản ánh rủi ro chủ yếu nằm ở các khoản vay có thời hạn dài, phụ thuộc nhiều vào khả năng tạo thu nhập của khách hàng trong tương lai.

Sang năm 2024, nợ xấu tăng lên 8.141 triệu đồng, tăng 1.456 triệu đồng, tương ứng 21,78%. Đồng thời tỷ lệ nợ xấu tăng từ 3,08% lên 3,75%. Đây là diễn biến đáng chú ý nhất trong toàn bộ bảng số liệu, bởi nó phản ánh năm 2024 không chỉ là năm tín dụng tăng chậm mà còn là năm áp lực rủi ro gia tăng mạnh. Khi doanh số thu nợ giảm sâu, nhiều khoản vay chậm trả bắt đầu chuyển nhóm nợ, kéo nợ xấu tăng lên. Nợ xấu ngắn hạn tăng 20,54%, trong khi nợ xấu trung - dài hạn tăng 22,50%, cho thấy khó khăn

xuất hiện ở cả khách hàng vay vốn lưu động lẫn khách hàng vay đầu tư dài hạn. Đặc biệt, tỷ lệ nợ xấu ngắn hạn tăng lên 7,43%, mức khá cao, phản ánh nhóm hộ kinh doanh và khách hàng cá nhân vay ngắn hạn gặp nhiều áp lực dòng tiền.

Đến năm 2025, nợ xấu giảm mạnh còn 4.281 triệu đồng, giảm 3.860 triệu đồng, tương ứng giảm 47,41% so với năm 2024. Đây là mức giảm rất sâu và là điểm sáng nổi bật nhất trong giai đoạn nghiên cứu. Tỷ lệ nợ xấu cũng giảm từ 3,75% xuống chỉ còn 2,19%, thấp hơn cả năm 2023. Kết quả này cho thấy PGD Thanh Khê đã xử lý khá hiệu quả các khoản nợ tồn đọng, đồng thời nâng cao chất lượng thẩm định các khoản vay mới. Nợ xấu ngắn hạn giảm tới 65,79%, còn nợ xấu trung - dài hạn giảm 36,93%, chứng tỏ ngân hàng đã tập trung xử lý đúng các nhóm rủi ro cao. Việc nợ xấu giảm mạnh trong bối cảnh doanh số cho vay vẫn tăng cao cho thấy tăng trưởng tín dụng năm 2025 là tăng trưởng có chất lượng, không đánh đổi an toàn để lấy quy mô.

Nhìn chung, hoạt động cho vay của OCB - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025 trải qua ba trạng thái khá rõ rệt. Năm 2023 là năm duy trì ổn định; năm 2024 là năm tăng trưởng chậm và chịu áp lực nợ xấu gia tăng; còn năm 2025 là năm phục hồi mạnh mẽ cả về cho vay lẫn thu nợ, đồng thời kéo giảm nợ xấu xuống mức an toàn hơn. Điều này cho thấy đơn vị đã có sự điều hành tín dụng linh hoạt, biết thắt chặt khi rủi ro tăng và mở rộng trở lại khi điều kiện thuận lợi hơn. Đây là nền tảng quan trọng để OCB - PGD Thanh Khê tiếp tục phát triển tín dụng bền vững trong các năm tiếp theo.

2.2.4.3. Kết quả hoạt động kinh doanh

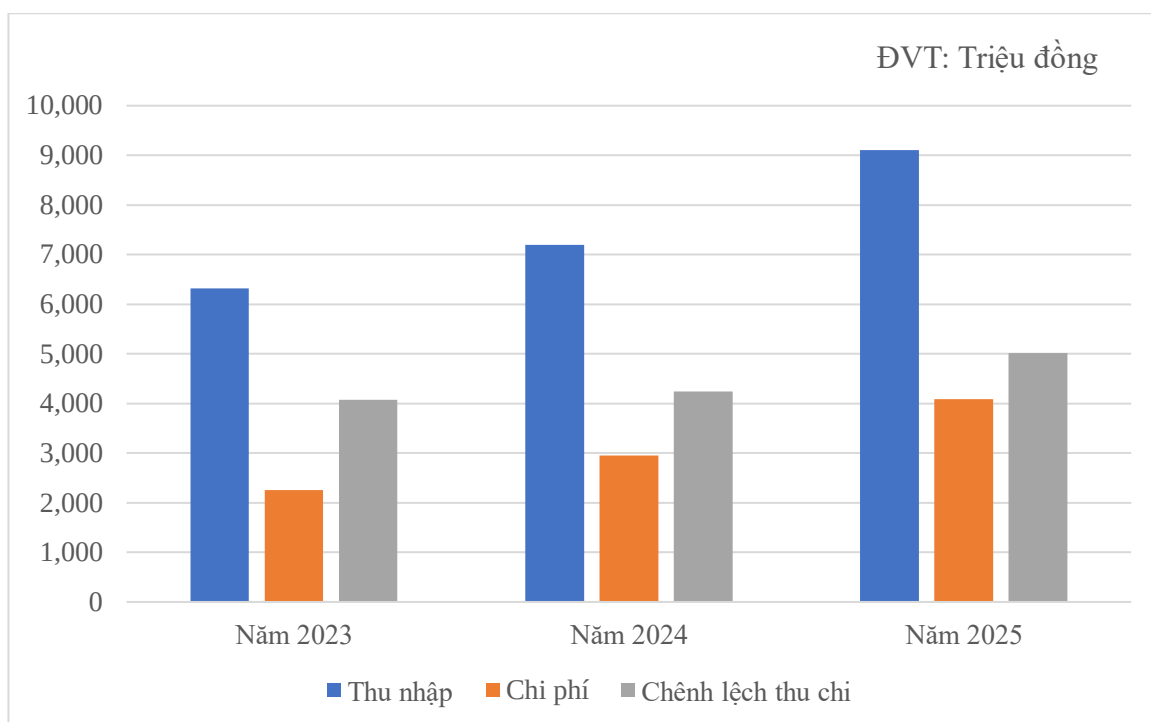
Kết quả hoạt động kinh doanh là chỉ tiêu tổng hợp phản ánh hiệu quả của toàn bộ các hoạt động huy động vốn, cho vay và cung cấp dịch vụ của ngân hàng. Thông qua các chỉ tiêu về thu nhập, chi phí và chênh lệch thu - chi, có thể thấy được mức độ tăng trưởng cũng như khả năng kiểm soát hoạt động của OCB - PGD Thanh Khê trong từng năm. Từ đó, không chỉ đánh giá được tình hình kinh doanh hiện tại mà còn phần nào phản ánh định hướng phát triển và khả năng thích ứng của ngân hàng trước những biến động của thị trường.

**Bảng 2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Phương Đông
(OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PDG Thanh Khê**

DVT: Triệu đồng

CHỈ TIÊU	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ lệ	Giá trị	Tỷ lệ
1. Thu nhập	6.324	100,0%	7.193	100,0%	9.100	100,0%	869	14%	1.907	27%
Thu nhập lãi cho vay	4.804	76,0%	5.398	75,0%	6.856	75%	594	12%	1.458	27%
Thu nhập từ hoạt động dịch vụ	925	14,6%	1.249	17,4%	1.572	17%	324	35%	323	26%
Thu nhập khác	595	9,4%	546	7,6%	672	7%	(49)	-8%	126	23%
2. Chi phí	2.254	100%	2.951	100,0%	4.088	100%	697	30,9%	1.137	39%
Chi phí trả lãi	1.300	57,7%	1.932	65,5%	2.706	66%	632	48,6%	774	40%
Chi cho hoạt động dịch vụ	679	30,1%	735	24,9%	809	20%	56	8,2%	74	10%
Chi phí khác	275	12,2%	284	9,6%	573	14%	9	3,3%	289	102%
3. Chênh lệch thu - chi	4.070	100%	4.242	100%	5.012	100%	172	4,2%	770	18%

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng)



Biểu đồ 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

Bảng 2.3 phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - Chi nhánh Đà Nẵng trong giai đoạn 2023 - 2025. Qua số liệu có thể nhận thấy hoạt động kinh doanh của chi nhánh nhìn chung duy trì được xu hướng tăng trưởng tích cực khi tổng thu nhập, tổng chi phí và chênh lệch thu - chi đều có sự gia tăng qua các năm. Điều này cho thấy chi nhánh đang từng bước mở rộng quy mô hoạt động, nâng cao khả năng khai thác khách hàng cũng như cải thiện hiệu quả kinh doanh trong bối cảnh thị trường tài chính - ngân hàng có mức độ cạnh tranh ngày càng cao.

Về thu nhập, tổng thu nhập của chi nhánh năm 2023 đạt 6.324 triệu đồng. Sang năm 2024, tổng thu nhập tăng lên 7.193 triệu đồng, tương ứng tăng 869 triệu đồng so với năm 2023, với tốc độ tăng trưởng đạt 14%. Đến năm 2025, tổng thu nhập tiếp tục tăng mạnh lên 9.100 triệu đồng, tăng 1.907 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 27%. Mức tăng trưởng này cho thấy hoạt động kinh doanh của chi nhánh có sự cải thiện rõ rệt, đặc biệt trong năm 2025 khi tốc độ tăng trưởng doanh thu cao hơn đáng kể so với năm trước. Điều đó phản ánh khả năng mở rộng thị phần, gia tăng dư nợ tín dụng cũng như hiệu quả trong việc phát triển các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng của chi nhánh.

Xét về cơ cấu thu nhập, thu nhập lãi cho vay luôn chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng thu nhập của chi nhánh, dao động từ 75% đến 76%. Cụ thể, năm 2023 khoản thu này đạt 4.804 triệu đồng, năm 2024 tăng lên 5.398 triệu đồng và đến năm 2025 đạt 6.856

triệu đồng. Điều này cho thấy hoạt động tín dụng vẫn giữ vai trò chủ đạo trong cơ cấu tạo thu nhập của OCB - Chi nhánh Đà Nẵng. Nguyên nhân chủ yếu là do cho vay vẫn là hoạt động mang lại nguồn thu chính đối với các ngân hàng thương mại. Đồng thời, việc dư nợ cho vay tăng qua các năm đã góp phần làm gia tăng nguồn thu lãi cho chi nhánh. Tuy nhiên, tỷ trọng thu nhập lãi cho vay có xu hướng giảm nhẹ từ 76% xuống còn 75%, cho thấy chi nhánh đang từng bước đa dạng hóa nguồn thu, hạn chế sự phụ thuộc quá lớn vào hoạt động tín dụng.

Bên cạnh nguồn thu từ lãi cho vay, thu nhập từ hoạt động dịch vụ cũng có sự tăng trưởng tương đối tích cực. Năm 2023, khoản thu này đạt 925 triệu đồng, chiếm 14,6% tổng thu nhập. Đến năm 2024, thu nhập dịch vụ tăng lên 1.249 triệu đồng, tương ứng tăng 35% so với năm trước. Sang năm 2025, khoản mục này tiếp tục tăng lên 1.572 triệu đồng, tương ứng mức tăng 26%. Đồng thời, tỷ trọng thu nhập dịch vụ cũng tăng từ 14,6% lên khoảng 17% trong tổng thu nhập. Kết quả này cho thấy chi nhánh đang chú trọng phát triển các dịch vụ phi tín dụng như dịch vụ thẻ, thanh toán, ngân hàng điện tử và các tiện ích tài chính khác nhằm gia tăng nguồn thu ngoài lãi. Việc thu nhập dịch vụ tăng trưởng ổn định không chỉ giúp cải thiện hiệu quả kinh doanh mà còn góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của chi nhánh trên thị trường.

Đối với thu nhập khác, khoản mục này có sự biến động qua các năm. Năm 2024, thu nhập khác giảm từ 595 triệu đồng xuống còn 546 triệu đồng, tương ứng giảm 8% so với năm 2023. Tuy nhiên đến năm 2025, khoản thu này đã phục hồi và tăng lên 672 triệu đồng, tương ứng tăng 23% so với năm trước. Mặc dù chiếm tỷ trọng không lớn trong tổng thu nhập nhưng khoản mục này vẫn góp phần hỗ trợ bổ sung nguồn thu cho chi nhánh trong quá trình hoạt động kinh doanh.

Về chi phí, tổng chi phí của chi nhánh có xu hướng tăng khá mạnh trong giai đoạn 2023 - 2025. Cụ thể, năm 2023 tổng chi phí đạt 2.254 triệu đồng. Sang năm 2024, tổng chi phí tăng lên 2.951 triệu đồng, tương ứng tăng 697 triệu đồng, với tốc độ tăng 30,9%. Đến năm 2025, tổng chi phí tiếp tục tăng mạnh lên 4.088 triệu đồng, tăng 1.137 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng mức tăng 39%. Mức gia tăng chi phí này phản ánh việc chi nhánh đang mở rộng quy mô hoạt động kinh doanh, gia tăng huy động vốn cũng như đầu tư nhiều hơn cho hoạt động vận hành và phát triển dịch vụ.

Trong cơ cấu chi phí, chi phí trả lãi luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất và có xu hướng tăng dần qua các năm. Năm 2023, chi phí trả lãi đạt 1.300 triệu đồng, chiếm 57,7% tổng

chi phí; năm 2024 tăng lên 1.932 triệu đồng, chiếm 65,5%; đến năm 2025 đạt 2.706 triệu đồng, chiếm khoảng 66% tổng chi phí. Có thể thấy tốc độ tăng của chi phí trả lãi tương đối cao, đặc biệt trong năm 2024 tăng 48,6% và năm 2025 tiếp tục tăng 40%. Điều này cho thấy chi nhánh phải gia tăng chi phí huy động vốn để đáp ứng nhu cầu mở rộng tín dụng và đảm bảo khả năng cạnh tranh trong hoạt động huy động tiền gửi. Tuy nhiên, tỷ trọng chi phí trả lãi tăng khá nhanh so với quy mô tăng trưởng thu nhập cho thấy áp lực về chi phí vốn của chi nhánh ngày càng lớn. Đây là vấn đề mà chi nhánh cần quan tâm nhằm nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn vốn huy động và cải thiện khả năng sinh lời trong thời gian tới.

Đối với chi cho hoạt động dịch vụ, khoản mục này tăng từ 679 triệu đồng năm 2023 lên 735 triệu đồng năm 2024 và đạt 809 triệu đồng vào năm 2025. Tuy giá trị tuyệt đối có tăng nhưng tỷ trọng lại giảm từ 30,1% xuống còn 20% tổng chi phí. Điều này cho thấy chi nhánh đã có sự kiểm soát tương đối hiệu quả đối với các khoản chi phục vụ hoạt động dịch vụ, đồng thời nâng cao hiệu quả khai thác doanh thu từ mảng dịch vụ ngân hàng.

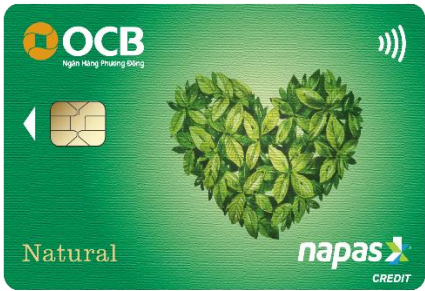
Ngoài ra, chi phí khác cũng có xu hướng gia tăng, đặc biệt trong năm 2025. Cụ thể, năm 2025 chi phí khác đạt 573 triệu đồng, tăng 289 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng tốc độ tăng 102%. Sự gia tăng này có thể xuất phát từ việc chi nhánh mở rộng hoạt động kinh doanh, phát sinh thêm các khoản chi liên quan đến quản lý, đầu tư cơ sở vật chất, công nghệ hoặc các khoản chi hỗ trợ hoạt động nội bộ.

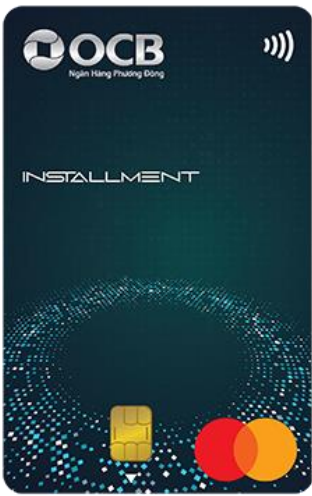
Nhìn chung, mặc dù tổng chi phí tăng tương đối mạnh qua các năm, đặc biệt là chi phí trả lãi, nhưng chênh lệch thu - chi của chi nhánh vẫn duy trì xu hướng tăng trưởng tích cực. Năm 2023, chênh lệch thu - chi đạt 4.070 triệu đồng; năm 2024 tăng lên 4.242 triệu đồng, tương ứng tăng 4,2%; đến năm 2025 tiếp tục tăng lên 5.012 triệu đồng, tương ứng tăng 18% so với năm trước. Điều này cho thấy hoạt động kinh doanh của OCB - Chi nhánh Đà Nẵng vẫn đạt hiệu quả nhất định, khả năng tạo lợi nhuận được cải thiện qua từng năm. Tuy nhiên, trước áp lực gia tăng chi phí huy động vốn, chi nhánh cần tiếp tục nâng cao hiệu quả quản trị chi phí, đẩy mạnh phát triển nguồn thu ngoài lãi và tối ưu cơ cấu vốn nhằm đảm bảo tăng trưởng bền vững trong những năm tiếp theo.

2.3. Thực trạng hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng Ngân hàng TMCP Phương Đông tại Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

2.3.1. Các sản phẩm thẻ tín dụng đang triển khai

Bảng 2.4. Các sản phẩm thẻ tín dụng tại OCB - Chi Nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

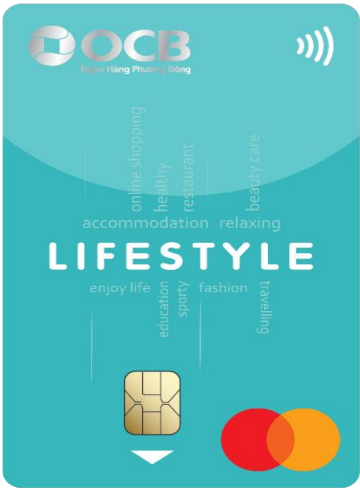
Thẻ tín dụng Nội địa			
STT	Tên thẻ	Mẫu	Đặc điểm
1	OCB Natural Credit		- Hướng đến mục tiêu đáp ứng mọi nhu cầu chi tiêu mua sắm thường ngày của người dân - Phí thường niên: 200.000 VNĐ (miễn phí thường niên năm đầu) - Phí rút tiền mặt: 3.300 VND/lần
	Tiện ích vượt trội		- Miễn lãi tối đa lên đến 45 ngày đối với các giao dịch thanh toán đúng hạn. - Rút tiền mặt tại các ATM có biểu tượng Napas trên toàn quốc - Thanh toán hàng hóa, dịch vụ trong phạm vi nội địa - Nạp tiền điện thoại/thanh toán hóa đơn tại máy ATM OCB - Thanh toán trực tuyến (ecommerce) trong nước - Sử dụng dịch vụ Contact Center 24/7, OCB Online, SMS Banking

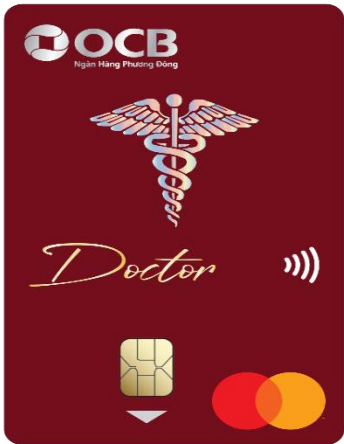
Thẻ tín dụng Quốc tế			
STT	Tên thẻ	Mẫu	Đặc điểm
1	OCB Mastercard World 2in1		- Sản phẩm thẻ đen quyền lực dành riêng cho phân khúc khách hàng cao cấp - Thẻ chính: 1.999.000 VNĐ/thẻ/năm. - Khách hàng hạng Diamond trở lên: miễn phí thường niên
	Tiện ích vượt trội		- Tích hợp hai chức năng thanh toán trên cùng một thẻ. - Hạn mức tín dụng cao đáp ứng nhu cầu chi tiêu lớn. - Hưởng quyền lợi sử dụng phòng chờ sân bay. - Có bảo hiểm du lịch toàn cầu dành cho chủ thẻ. - Nhiều ưu đãi tại khách sạn, nhà hàng, sân golf và trung tâm thương mại cao cấp. - Dịch vụ chăm sóc khách hàng ưu tiên. - Công nghệ thanh toán hiện đại giúp giao dịch nhanh chóng và an toàn..
2	OCB Installment Mastercard Platinum		- Thẻ tín dụng trả góp đầu tiên tại Việt Nam cho phép trả góp mọi nhu cầu chi tiêu. - Quý khách hàng sở hữu thẻ có thể trả góp với đặc quyền 4 không: không lãi suất, không phí chuyển đổi, không giới hạn giá trị giao dịch và không đăng ký. - Phí thường niên: 999.000 VNĐ - Thẻ phụ: 499.000 VNĐ

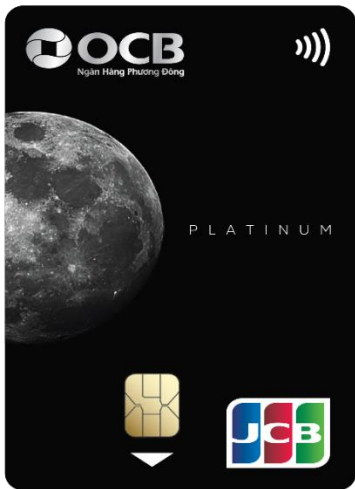
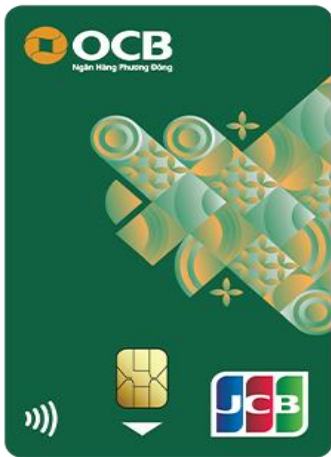
	Tiện ích vượt trội		- Chuyển đổi giao dịch sang trả góp linh hoạt. - Hỗ trợ giảm áp lực tài chính đối với các khoản chi tiêu lớn. - Ưu đãi tại các đối tác điện máy, công nghệ và nội thất. - Thanh toán quốc tế thuận tiện và an toàn.
3	OCB iGen Mastercard Platinum		- Thẻ tín dụng số - mở và sử dụng 100% online tại ứng dụng Ngân hàng số OCB OMNI mà không cần thẻ vật lý. - Không yêu cầu hồ sơ, miễn chứng minh thu nhập, cùng ưu đãi hoàn tiền lên đến 12% các giao dịch mua sắm trực tuyến trên Shopee, Tiktok Shop và giao dịch thanh toán qua ví Apple Pay/Google Pay. - Phí thường niên: 999.000 VNĐ. - Miễn phí thường niên năm đầu tiên - Thẻ phụ: Miễn phí (đối với thẻ phát hành từ 01/01/2025 trở đi)
	Tiện ích vượt trội		- Mở và sử dụng thẻ hoàn toàn trực tuyến trên ứng dụng OCB OMNI mà không cần thẻ vật lý. - Không yêu cầu hồ sơ và miễn chứng minh thu nhập. - Hoàn tiền lên đến 12% cho giao dịch mua sắm trực tuyến trên Shopee và TikTok Shop. - Hoàn thêm 3% khi thanh toán qua Apple Pay hoặc Google Pay. - Miễn lãi tối đa đến 55 ngày.

			- Bảo hiểm du lịch toàn cầu và bảo hiểm mất bóp ví với tổng giá trị bảo hiểm lên đến 20 tỷ đồng/năm. - Quản lý giao dịch nhanh chóng qua ứng dụng ngân hàng số OCB OMNI.
4	OCB Bamboo Airways Mastercard Platinum		- Phù hợp với khách hàng thường xuyên sử dụng dịch vụ của Bamboo Airways - Phí thường niên: 999.000 VNĐ - Thẻ phụ: 499.000 VNĐ
	Tiện ích vượt trội		- Tích lũy điểm thưởng hoặc dặm bay khi thực hiện chi tiêu bằng thẻ. - Ưu đãi giảm giá khi mua vé máy bay Bamboo Airways. - Hưởng các chương trình ưu đãi liên quan đến du lịch, khách sạn và nghỉ dưỡng. - Hỗ trợ thanh toán quốc tế thuận tiện tại nhiều quốc gia. - Miễn lãi tối đa đến 55 ngày. - Công nghệ chip EMV và thanh toán không tiếp xúc giúp tăng cường độ an toàn khi sử dụng. - Có thể sử dụng để thanh toán trực tuyến, đặt vé máy bay và đặt phòng khách sạn nhanh chóng.

5	OCB Mastercard Priority		- Dành cho khách hàng ưu tiên - Thẻ chính: Miễn phí thường niên lên đến 5 năm tùy theo hạn mức cấp tín dụng - Thẻ phụ: 495.000 VNĐ
	Tiện ích vượt trội		- Chi tiêu trước, thanh toán sau, miễn lãi thanh toán lên đến 55 ngày. - Thanh toán trực tuyến tại các Website mua sắm chấp nhận thẻ MasterCard trên toàn thế giới với dịch vụ xác thực 3D-Secure. - Rút tiền mặt tại hơn 1 triệu máy ATM có biểu tượng Mastercard trên toàn cầu. - Hạn mức rút tiền mặt lên đến 80% hạn mức tín dụng. - Chấp nhận thanh toán hàng hóa, dịch vụ tại hơn 30 triệu điểm chấp nhận thanh toán thẻ Mastercard trên toàn cầu. - Giao dịch thanh toán không tiếp xúc. - Tận hưởng các chương trình ưu đãi mua sắm từ OCB và tổ chức thẻ quốc tế Mastercard. - Dễ dàng kiểm soát mọi giao dịch với ứng dụng Ngân hàng số OCB OMNI, dịch vụ Contact Center 24/7, SMS Banking. - Hoàn 1% cho giao dịch thanh toán bảo hiểm lên đến 6.000.000 VND/năm

6	OCB Mastercard Lifestyle		- Phù hợp với nhóm khách hàng có nhu cầu chi tiêu thường xuyên trong các lĩnh vực mua sắm, ăn uống và hoạt động giải trí ngoài trời (xem phim tại CGV, Galaxy...)/ tại nhà (Nextflit,...) - Thẻ chính: 399.000 VND/thẻ/năm - Thẻ phụ: 199.000 VND/thẻ/năm
	Tiện ích vượt trội		- Hoàn tiền đa lĩnh vực tối đa đến 18.000.000 VND/năm, trong đó: - Tổng chi tiêu/kỳ xét thưởng đạt từ 30 triệu trở lên: + Hoàn 15% giao dịch chi tiêu dịch vụ giải trí (Spotify, Netflix, BHD, CGV, Galaxy, Lotte Cinema, Youtube, truyền hình, Ticket box,...), tối đa 1.200.000 VND. + Hoàn 7% giao dịch chi tiêu làm đẹp (Thời trang, Spa, Gym,...), tối đa 300.000 VND. + Hoàn tối đa 1.500.000 VND/kỳ xét thưởng. - Tổng chi tiêu/kỳ xét thưởng đạt dưới 30 triệu: + Hoàn 7% giao dịch chi tiêu dịch vụ giải trí (Spotify, Netflix, BHD, CGV, Galaxy, Lotte Cinema, Youtube, truyền hình, Ticket box,...), tối đa 600.000 VND. + Hoàn 3% giao dịch chi tiêu chi tiêu làm đẹp (Thời trang, Spa, Gym,...), tối đa 150.000 VND. + Hoàn tối đa 700.000 VND/kỳ xét thưởng

7	OCB Mastercard Platinum		- Dành cho tín đồ yêu công nghệ - Thẻ chính: 999.000 VND/thẻ/năm - Thẻ phụ: 499.000 VND/thẻ/năm
	Tiện ích vượt trội		- Hạn mức tín dụng tương đối cao. - Miễn lãi tối đa đến 55 ngày. - Hỗ trợ chuyển đổi trả góp đối với nhiều giao dịch mua sắm. - Thanh toán hàng hóa và dịch vụ trong nước và quốc tế thuận tiện. - Công nghệ chip EMV giúp tăng cường bảo mật giao dịch. - Có nhiều ưu đãi trong lĩnh vực mua sắm, du lịch và ăn uống. - Hỗ trợ quản lý giao dịch dễ dàng qua ứng dụng ngân hàng số.
8	OCB Doctor Mastercard Platinum		- Một món quà mà OCB muốn gửi đến các Y - Bác sĩ nhằm tôn vinh mọi nỗ lực cống hiến thầm lặng trong sự nghiệp chăm sóc sức khỏe cộng đồng - Thẻ chính: 999.000 VND/thẻ/năm - Thẻ phụ: 799.000 VND/thẻ/năm
	Tiện ích vượt trội		- Chính sách xét duyệt và cấp hạn mức phù hợp với đặc thù ngành y. - Hỗ trợ thanh toán quốc tế và giao dịch trực tuyến thuận tiện. - Hưởng các ưu đãi liên quan đến chăm sóc sức khỏe và dịch vụ cao cấp. - Công nghệ bảo mật hiện đại giúp tăng cường an toàn giao dịch. - Miễn lãi tối đa đến 55 ngày. - Quản lý giao dịch và thanh toán dư nợ linh hoạt qua ứng dụng ngân hàng số.

9	OCB JCB Platinum		- Phù hợp với khách hàng yêu thích ẩm thực Nhật Bản, chủ thẻ còn tận hưởng những ưu đãi hấp dẫn từ JCB như lượt vào phòng chờ sân bay miễn phí, ưu đãi golf, ẩm thực cao cấp... - Thẻ chính: 999.000 VND/thẻ/năm - Thẻ phụ: 499.000 VND/thẻ/năm
	Tiện ích vượt trội		- Chi tiêu trước, thanh toán sau, miễn lãi thanh toán lên đến 55 ngày - Hạn mức rút tiền mặt lên đến 80% hạn mức tín dụng. - Tận hưởng các chương trình ưu đãi mua sắm từ OCB và tổ chức thẻ quốc tế JCB - Dễ dàng kiểm soát mọi giao dịch với ứng dụng Ngân hàng số OCB OMNI, dịch vụ Contact Center 24/7, SMS Banking
10	OCB JCB Gold		- Phù hợp với khách hàng yêu thích ẩm thực Nhật Bản - Chủ thẻ còn nhận được thêm hoàn tiền cho các chi tiêu siêu thị, cửa hàng tiện lợi và nhiều ưu đãi hấp dẫn tại hàng loạt thương hiệu liên kết. - Thẻ chính: 399.000 VND/thẻ/năm - Thẻ phụ: 199.000 VND/thẻ/năm
	Tiện ích vượt trội		- Điều kiện mở thẻ tương đối đơn giản. - Hạn mức phù hợp với nhu cầu chi tiêu cơ bản. - Hoàn tiền đa lĩnh vực tối đa đến 18.000.000 VND/năm, trong đó:

			- Hoàn 7% cho siêu thị/cửa hàng tiện lợi (GS25, Circle K, Family Mart, 7-Eleven,...). - Hoàn 1% cho giao dịch thanh toán bảo hiểm
--	--	--	--

(Nguồn: Ngân hàng Thương mại Cổ phần Phương Đông- Chi nhánh Đà Nẵng)

2.3.2. Quy trình và điều kiện phát hành thẻ tín dụng tại Chi nhánh

Phát hành thẻ tín dụng OCB tại CN Đà Nẵng - PGD Thanh Khê yêu cầu cá nhân từ 18 - 65 tuổi, thu nhập chuyển khoản từ 5 - 7 triệu/tháng (hoặc tài sản bảo đảm) và không có nợ xấu. Quy trình bao gồm: chuẩn bị hồ sơ (CCCD, HĐLĐ, sao kê lương), nộp tại quầy, thẩm định, ký hợp đồng và nhận thẻ trong 3 - 7 ngày làm việc.

2.3.2.1. Điều kiện phát hành thẻ tín dụng OCB

Khách hàng cần đáp ứng các điều kiện sau tại các chi nhánh/PGD OCB Đà Nẵng:

- Đối tượng: Cá nhân là người Việt Nam (hoặc nước ngoài đang cư trú hợp pháp) từ 18 đến 65 tuổi.
- Thu nhập: Chứng minh thu nhập ổn định qua lương chuyển khoản (thường yêu cầu tối thiểu 5 - 7 triệu VND/tháng) hoặc sở hữu tài sản bảo đảm (sổ tiết kiệm).
- Lịch sử tín dụng: Không có nợ xấu (nhóm 2 trở lên) tại các tổ chức tín dụng trong 2 năm gần nhất.

2.3.2.2. Hồ sơ cần chuẩn bị

- Hồ sơ nhân thân: CCCD/Hộ chiếu còn hiệu lực, Sổ hộ khẩu/Tạm trú (KT3) tại Đà Nẵng hoặc khu vực lân cận.
- Hồ sơ chứng minh thu nhập: Hợp đồng lao động, Sao kê lương 3 tháng gần nhất (có dấu mộc ngân hàng).
- Hồ sơ khác: Đơn đề nghị phát hành thẻ tín dụng (theo mẫu OCB).

2.3.2.3. Quy trình mở thẻ tại Chi nhánh/PGD

Bước 1 Tiếp nhận nhu cầu: Khách hàng đến trực tiếp PGD Thanh Khê hoặc Chi nhánh Đà Nẵng hoặc đăng ký qua hotline/ứng dụng OCB OMNI.

Bước 2: Hoàn thiện hồ sơ: Nhân viên tư vấn loại thẻ phù hợp (Platinum, JCB, Cash Back...) và tiếp nhận hồ sơ đăng ký, giấy tờ tùy thân (CMND/CCCD/Hộ chiếu).

Bước 3: Thẩm định: Ngân hàng thẩm định hồ sơ và kiểm tra lịch sử tín dụng (CIC).

Bước 4: Phê duyệt và Phát hành: Thông báo kết quả, ký hợp đồng và phát hành thẻ.

Bước 5: Nhận thẻ: Khách hàng nhận thẻ trực tiếp tại quầy hoặc đăng ký nhận tại nhà (thường từ 3 - 7 ngày làm việc)

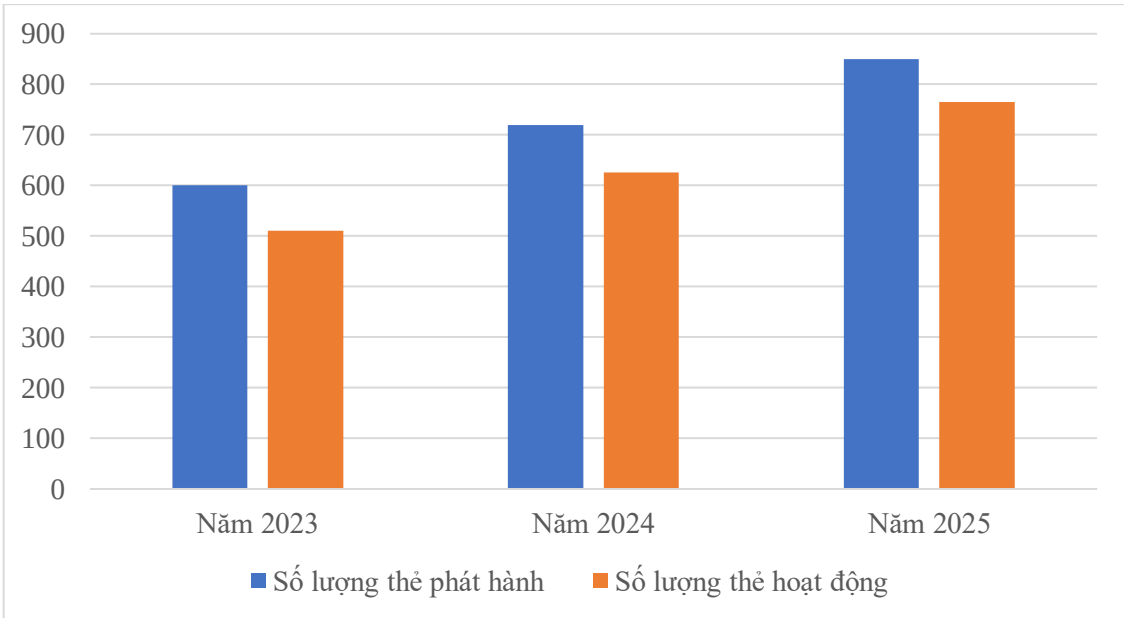
2.3.3. Tình hình số lượng thẻ tín dụng giai đoạn 2023 - 2025

Bảng 2.5. Tình hình số lượng thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê

ĐVT: Thẻ

STT	Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
					Số lượng	Tỷ lệ	Số lượng	Tỷ lệ
1	Số lượng thẻ phát hành	600	720	850	120	20,0%	130	18,1%
2	Số lượng thẻ hoạt động	510	626	765	116	22,7%	139	22,2%
3	Tỷ lệ hoạt động (%)	85%	87%	90%	2%		3%	

(Nguồn: Báo cáo hoạt động cuối năm của PCB - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025)



Biểu đồ 2.4: Tình hình số lượng thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê

Nhìn vào tình hình số lượng thẻ tín dụng giai đoạn 2023 - 2025, có thể thấy hoạt động phát triển thẻ của đơn vị không chỉ dừng ở việc tăng số lượng mà đang đi theo hướng bài bản và có chiều sâu hơn qua từng năm.

Trước hết, về số lượng thẻ phát hành, từ 600 thẻ năm 2023 tăng lên 720 thẻ năm 2024 và đạt 850 thẻ vào năm 2025. Mức tăng này thể hiện một nhịp độ khá ổn định, không tăng quá nóng nhưng cũng không bị chững lại, cho thấy ngân hàng đang mở rộng khách hàng một cách có chọn lọc. Điều này thường phản ánh chiến lược phát triển bền vững: tập trung vào đúng phân khúc khách hàng có nhu cầu thực, thay vì chạy theo số lượng để rồi dẫn đến tình trạng thẻ phát hành nhiều nhưng không sử dụng.

Phân tích sâu hơn cho thấy điểm đánh giá không nằm ở con số phát hành mà nằm ở số lượng thẻ hoạt động. Từ 510 thẻ năm 2023 tăng lên 626 thẻ năm 2024 và 765 thẻ năm 2025, mức tăng này gần như bám sát với tốc độ phát hành. Điều đó cho thấy phần lớn thẻ sau khi phát hành đều được đưa vào sử dụng thực tế, chứ không bị “nằm im”. Đây là một dấu hiệu rất tích cực, vì trong thực tế, không ít ngân hàng gặp tình trạng phát hành nhiều nhưng tỷ lệ sử dụng thấp, làm giảm hiệu quả kinh doanh. Ở đây, có thể thấy ngân hàng đã làm tốt từ khâu tư vấn ban đầu đến việc tạo ra giá trị sử dụng cho khách hàng, như các ưu đãi thanh toán, hoàn tiền, trả góp... khiến khách hàng có lý do để sử dụng thẻ thường xuyên hơn.

Một điểm đáng chú ý khác là tỷ lệ thẻ hoạt động tăng dần từ 85% lên 87% và đạt 90% vào năm 2025. Đây không chỉ là một con số đẹp mà còn phản ánh rõ chất lượng của hoạt động phát hành thẻ. Việc tỷ lệ này duy trì ở mức cao và còn có xu hướng tăng cho thấy ngân hàng đang ngày càng hiểu khách hàng hơn, phát hành đúng đối tượng, đúng nhu cầu. Đồng thời, nó cũng cho thấy công tác chăm sóc sau phát hành được chú trọng, từ việc nhắc nhở sử dụng, triển khai ưu đãi đến hỗ trợ khách hàng trong quá trình dùng thẻ.

Nếu nhìn tổng thể, có thể thấy hoạt động thẻ tín dụng trong giai đoạn này đang chuyển từ phát triển về lượng sang nâng cao về chất. Số lượng tăng đều là một chuyện, nhưng việc tỷ lệ thẻ hoạt động cao và tăng dần mới là yếu tố quyết định hiệu quả lâu dài. Điều này cũng phản ánh một xu hướng rõ ràng: ngân hàng đang dần khai thác sâu hơn vào hành vi sử dụng của khách hàng, hướng đến việc biến thẻ tín dụng thành một công cụ chi tiêu quen thuộc thay vì chỉ là một sản phẩm bổ sung. Với đà này, nếu tiếp tục duy trì được chất lượng phát hành và trải nghiệm sử dụng, thì mảng thẻ không chỉ giúp tăng nguồn thu phí dịch vụ mà còn góp phần giữ chân khách hàng và mở rộng hệ sinh thái dịch vụ của ngân hàng trong tương lai.

Dưới đây là tình hình phát hành thẻ tín dụng theo từng loại tại OCB - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025:

Bảng 2.6. Tình hình phát hành thẻ tín dụng theo từng loại tại OCB - PGD Thanh Khê

ĐVT: Thẻ

STT	Loại thẻ	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
		Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Tỷ trọng	Số lượng	Mức tăng/giảm	Số lượng	Mức tăng/giảm
1	OCB Natural Credit	125	20,8%	161	22,4%	198	23,3%	36	28,8%	37	23,0%
2	OCB Mastercard World 2in1	15	2,5%	21	2,9%	35	4,1%	6	40,0%	14	66,7%
3	OCB Installment Mastercard Platinum	40	6,7%	44	6,1%	50	5,9%	4	10,0%	6	13,6%
4	OCB iGen Mastercard Platinum	38	6,3%	40	5,6%	45	5,3%	2	5,3%	5	12,5%
5	OCB Bamboo Airways Mastercard Platinum	21	3,5%	25	3,5%	32	3,8%	4	19,0%	7	28,0%
6	OCB Mastercard Lifestyle	212	35,3%	242	33,6%	270	31,8%	30	14,2%	28	11,6%
7	OCB Mastercard Platinum	31	5,2%	41	5,7%	49	5,8%	10	32,3%	8	19,5%
8	OCB Doctor Mastercard Platinum	21	3,5%	34	4,7%	43	5,1%	13	61,9%	9	26,5%
9	OCB Mastercard Priority	55	9,2%	60	8,3%	66	7,8%	5	9,1%	6	10,0%
10	OCB JCB Platinum	20	3,3%	26	3,6%	30	3,5%	6	30,0%	4	15,4%
11	OCB JCB Gold	22	3,7%	26	3,6%	32	3,8%	4	18,2%	6	23,1%
	TỔNG	600	100%	720	100%	850	100%	120	20,0%	130	18,1%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động cuối năm của PCB - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025)

Nhìn vào cơ cấu phát hành thẻ tín dụng theo từng loại tại OCB - PGD Thanh Khê trong giai đoạn 2023 - 2025, có thể thấy không chỉ là câu chuyện tăng số lượng từ 600 thẻ lên 720 thẻ và đạt 850 thẻ, mà đằng sau đó là cách ngân hàng “chia nhỏ” sản phẩm để phục vụ đúng từng nhóm khách hàng, mỗi dòng thẻ đều có vai trò riêng khá rõ ràng.

Trước hết, dòng OCB Mastercard Lifestyle vẫn là sản phẩm chủ lực, với số lượng từ 212 thẻ năm 2023 tăng lên 242 thẻ năm 2024 và đạt 270 thẻ vào năm 2025. Đây là dòng thẻ phục vụ nhu cầu chi tiêu hằng ngày như mua sắm, ăn uống, thanh toán dịch vụ... nên luôn chiếm tỷ trọng cao nhất (trên 30%). Việc duy trì mức tăng đều cho thấy ngân hàng vẫn dựa vào dòng thẻ này để tạo doanh số, vì đây là nhóm khách hàng sử dụng thường xuyên, mang lại dòng tiền ổn định.

Bên cạnh đó, OCB Natural Credit cũng có xu hướng tăng rõ rệt từ 125 lên 198 thẻ, với tỷ trọng tăng từ khoảng 20,8% lên 23,3%. Đây là dòng thẻ cơ bản, dễ tiếp cận, phù hợp với khách hàng mới hoặc lần đầu sử dụng thẻ tín dụng. Việc ngân hàng đẩy mạnh dòng thẻ này cho thấy định hướng mở rộng tệp khách hàng từ gốc, tức là thu hút người dùng mới trước, sau đó mới phát triển lên các dòng thẻ cao hơn.

Ở nhóm thẻ có tính năng cụ thể hơn, OCB Installment Mastercard Platinum tăng từ 40 lên 50 thẻ, phục vụ nhu cầu trả góp - đặc biệt phù hợp với những khoản chi lớn như mua sắm đồ điện tử, nội thất. Trong khi đó, OCB iGen Mastercard Platinum tăng từ 38 lên 45 thẻ, hướng đến khách hàng trẻ, thường xuyên mua sắm online hoặc sử dụng các dịch vụ số. Dù số lượng không lớn nhưng đây là nhóm có xu hướng tăng đều, phản ánh sự thay đổi trong hành vi tiêu dùng.

Một số dòng thẻ liên kết và thẻ theo nhu cầu cụ thể cũng có sự tăng trưởng đáng chú ý. Ví dụ, OCB Bamboo Airways Mastercard Platinum tăng từ 21 lên 32 thẻ, phục vụ khách hàng thường xuyên đi lại, du lịch; hay OCB Doctor Mastercard Platinum tăng khá nhanh từ 21 lên 43 thẻ, cho thấy ngân hàng đang khai thác tốt nhóm khách hàng ngành nghề đặc thù. Những dòng thẻ này không chiếm tỷ trọng lớn nhưng lại giúp ngân hàng mở rộng chiều sâu, tiếp cận các phân khúc riêng biệt.

Ở phân khúc cao hơn, các dòng như OCB Mastercard Platinum tăng từ 31 thẻ năm 2023 lên 49 thẻ năm 2025; OCB JCB Platinum tăng từ 20 thẻ lên 30 thẻ; OCB JCB Gold tăng từ 22 thẻ lên 32 thẻ hay OCB Mastercard Priority tăng từ 55 thẻ lên 66 thẻ đều tăng trưởng ổn định. Đây là các dòng thẻ phục vụ khách hàng có thu nhập khá, nhu cầu chi

tiêu lớn hơn và thường xuyên giao dịch quốc tế. Việc các dòng này tăng đều cho thấy ngân hàng không chỉ mở rộng số lượng mà còn dần nâng chất lượng khách hàng.

Đặc biệt, OCB Mastercard World 2in1 dù số lượng thấp từ 15 thẻ năm 2023 tăng lên 35 thẻ năm 2025 nhưng tốc độ tăng rất nhanh, cho thấy ngân hàng đang thử nghiệm các sản phẩm tích hợp nhiều tiện ích trong một thẻ. Đây thường là dòng thẻ hướng đến khách hàng có nhu cầu linh hoạt, vừa chi tiêu vừa quản lý tài chính cá nhân.

Nhìn chung, cơ cấu thẻ của OCB - PGD Thanh Khê đang được phát triển theo hướng khá rõ ràng:

- Nhóm thẻ phổ thông (Lifestyle, Natural Credit) để tạo số lượng và thói quen sử dụng
- Nhóm thẻ tiện ích (Installment, iGen) để đáp ứng nhu cầu cụ thể
- Nhóm thẻ liên kết và chuyên biệt (Bamboo, Doctor) để khai thác phân khúc riêng
- Nhóm thẻ cao cấp (Platinum, JCB, Priority) để nâng giá trị khách hàng

Chính sự phân bổ này giúp ngân hàng không chỉ tăng từ 600 lên 850 thẻ trong 3 năm, mà còn đảm bảo mỗi thẻ phát hành ra đều có “mục đích sử dụng” rõ ràng. Nói một cách dễ hiểu, ngân hàng không phát hành thẻ một cách dàn trải, mà đang từng bước xây dựng một danh mục sản phẩm phù hợp với từng kiểu khách hàng, từ đó vừa mở rộng quy mô vừa nâng cao hiệu quả khai thác trong thực tế.

2.3.4. Doanh số thanh toán thẻ

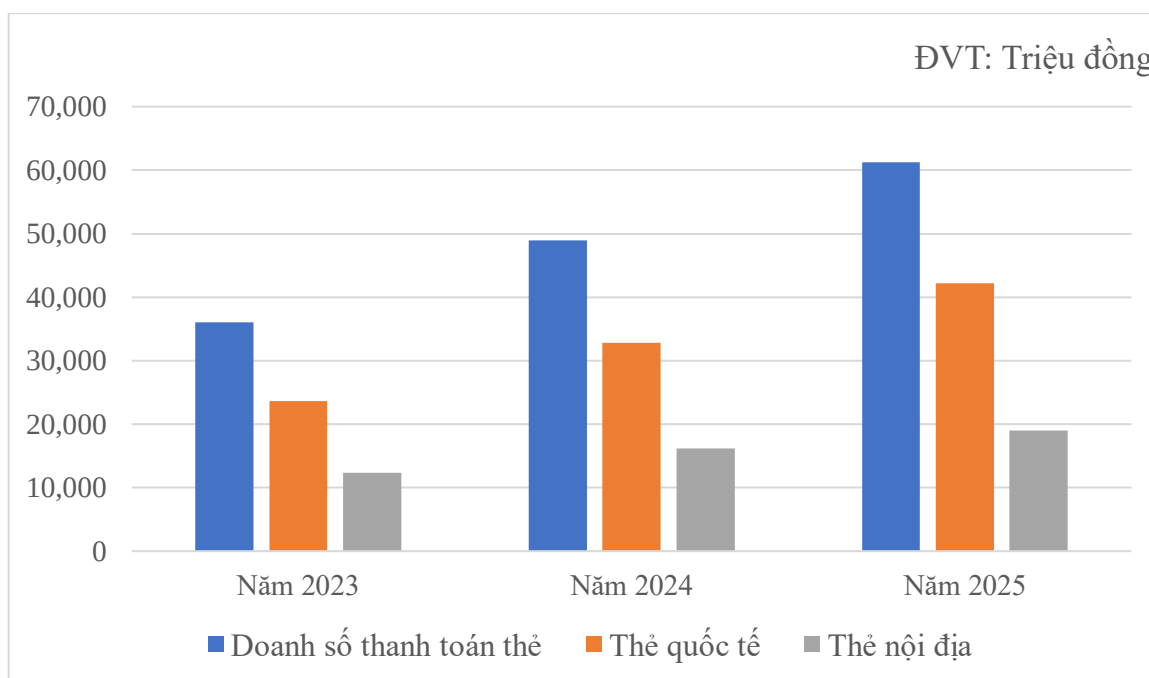
2.3.4.1. Doanh số thanh toán thẻ

Bảng 2.7. Tình hình doanh số thanh thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê

ĐVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ lệ	Giá trị	Tỷ lệ
Doanh số thanh toán thẻ	36.000	100%	48.960	100%	61.200	100%	12.960	36%	12.240	25%
Thẻ quốc tế	23.616	65,6%	32.803	67%	42.228	69%	9.187	39%	9.425	29%
Thẻ nội địa	12.384	34,4%	16.157	33%	18.972	31%	3.773	30%	2.815	17%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động cuối năm của PCB - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025)



Biểu đồ 2.5: Tình hình doanh số thanh thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê

Qua bảng 2.7 có thể nhận thấy doanh số thanh toán thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê trong giai đoạn 2023 - 2025 tăng trưởng tương đối tích cực. Kết quả này cho thấy hoạt động thanh toán không dùng tiền mặt tại đơn vị ngày càng được mở rộng, đồng thời phản ánh hiệu quả trong công tác phát triển dịch vụ thẻ của ngân hàng.

Cụ thể, tổng doanh số thanh toán thẻ năm 2023 đạt 36.000 triệu đồng. Sang năm 2024, doanh số đạt 48.960 triệu đồng, tăng 12.960 triệu đồng so với năm 2023, tương ứng tốc độ tăng 36%. Đến năm 2025, doanh số tiếp tục tăng lên 61.200 triệu đồng, tăng thêm 12.240 triệu đồng, tương ứng 25% so với năm 2024.

Mặc dù tốc độ tăng trưởng năm 2025 có xu hướng chậm lại, tuy nhiên doanh số thanh toán thẻ vẫn duy trì mức tăng khá cao. Điều này cho thấy nhu cầu sử dụng thẻ trong thanh toán của khách hàng ngày càng gia tăng. Bên cạnh đó, ngân hàng cũng đã chú trọng triển khai các chương trình ưu đãi, mở rộng tiện ích thanh toán và đẩy mạnh hoạt động khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ trong các giao dịch tiêu dùng hằng ngày.

Xét theo cơ cấu doanh số thanh toán, thẻ quốc tế luôn chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh số thanh toán thẻ và có xu hướng tăng qua các năm. Năm 2023, doanh số thanh toán thẻ quốc tế đạt 23.616 triệu đồng, chiếm 65,6% tổng doanh số thanh toán thẻ. Đến năm 2024, doanh số tăng lên 32.803 triệu đồng, tăng 9.187 triệu đồng so với năm trước, tương ứng mức tăng 39%; tỷ trọng cũng tăng lên 67%. Năm 2025, doanh số tiếp

tục đạt 42.228 triệu đồng, tăng thêm 9.425 triệu đồng, tương ứng 29% so với năm 2024 và chiếm 69% tổng doanh số thanh toán thẻ.

Sự gia tăng của doanh số thanh toán thẻ quốc tế cho thấy xu hướng sử dụng các phương thức thanh toán hiện đại của khách hàng ngày càng phổ biến. Hiện nay, nhu cầu thanh toán trực tuyến, mua sắm trên các nền tảng thương mại điện tử và giao dịch quốc tế ngày càng tăng, góp phần thúc đẩy việc sử dụng thẻ quốc tế. Ngoài ra, ngân hàng cũng đã triển khai nhiều dòng thẻ quốc tế với các tiện ích và chương trình ưu đãi đa dạng, qua đó góp phần thu hút khách hàng sử dụng thẻ thường xuyên hơn.

Đối với thẻ nội địa, doanh số thanh toán vẫn tăng qua các năm nhưng tỷ trọng trong tổng doanh số thanh toán thẻ có xu hướng giảm nhẹ. Cụ thể, năm 2023 doanh số thanh toán thẻ nội địa đạt 12.384 triệu đồng, chiếm 34,4%. Năm 2024 đạt 16.157 triệu đồng, tăng 3.773 triệu đồng, tương ứng 30% so với năm 2023. Đến năm 2025, doanh số đạt 18.972 triệu đồng, tăng thêm 2.815 triệu đồng, tương ứng 17%; tuy nhiên tỷ trọng giảm xuống còn 31%.

Điều này cho thấy mặc dù thẻ nội địa vẫn giữ vai trò nhất định trong hoạt động thanh toán, đặc biệt đối với các giao dịch thông thường trong nước, nhưng mức độ tăng trưởng đang chậm hơn so với thẻ quốc tế. Nguyên nhân chủ yếu là do khách hàng ngày càng có xu hướng ưu tiên sử dụng các dòng thẻ có nhiều tiện ích hơn, đáp ứng được nhu cầu thanh toán đa dạng cả trong và ngoài nước.

Nhìn chung, doanh số thanh toán thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê trong giai đoạn 2023 - 2025 có sự tăng trưởng ổn định. Trong đó, thẻ quốc tế giữ vai trò chủ đạo và ngày càng chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu doanh số thanh toán. Kết quả này phản ánh sự phát triển tích cực của dịch vụ thẻ tại đơn vị, đồng thời cho thấy xu hướng chuyển dịch sang thanh toán không dùng tiền mặt của khách hàng ngày càng rõ nét.

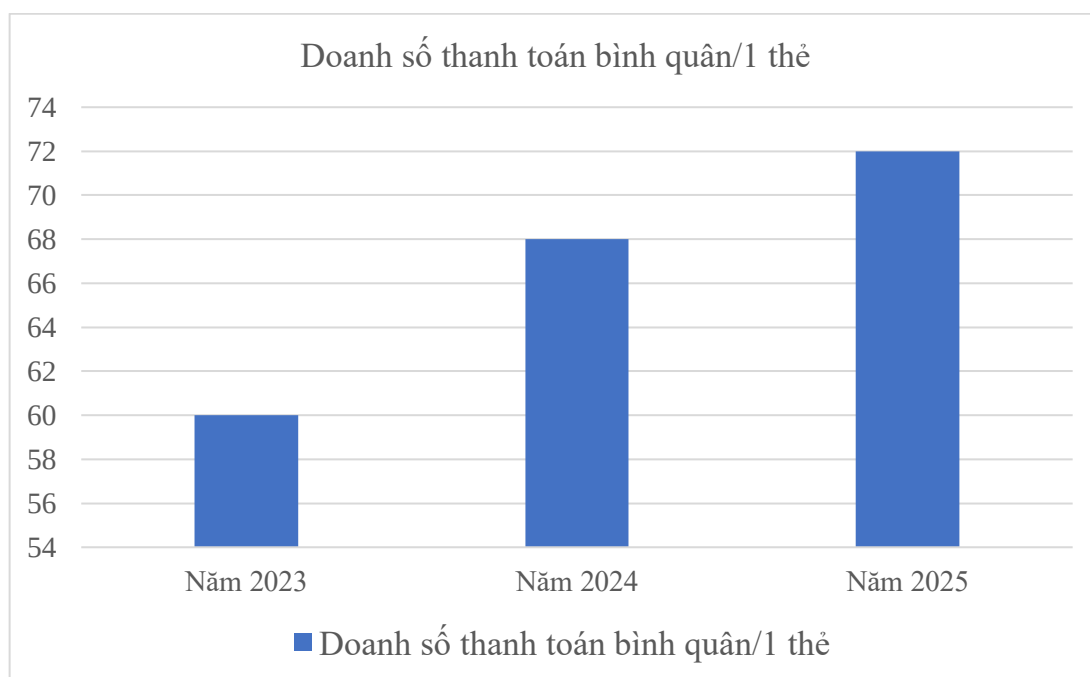
2.3.4.2. Doanh số thanh toán bình quân/1 thẻ

Bảng 2.8. Tình hình doanh số thanh toán bình quân/1 thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê

DVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Giá trị	Tỷ lệ	Giá trị	Tỷ lệ
Doanh số thanh toán bình quân/1 thẻ	60	68	72	8	13%	4	6%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động cuối năm của PCB - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025)



Biểu đồ 2.6: Tình hình doanh số thanh toán bình quân/1 thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê

Qua số liệu tại Bảng 2.8 có thể thấy doanh số thanh toán bình quân trên 1 thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê trong giai đoạn 2023 - 2025 có xu hướng tăng liên tục qua các năm, phản ánh hiệu quả sử dụng thẻ của khách hàng ngày càng được cải thiện. Chỉ tiêu này không chỉ cho thấy số lượng thẻ phát hành, mà quan trọng hơn còn phản ánh mức độ khách hàng sử dụng thẻ trong thanh toán và chỉ tiêu thực tế.

Cụ thể, năm 2023, doanh số thanh toán bình quân/1 thẻ đạt 60 triệu đồng/thẻ. Đây được xem là mức nền tương đối tích cực, cho thấy khách hàng đã bắt đầu hình thành thói quen sử dụng thẻ tín dụng trong thanh toán hàng hóa, dịch vụ và các nhu cầu tiêu dùng cá nhân. Trong bối cảnh sau giai đoạn phục hồi kinh tế, nhu cầu mua sắm và chi tiêu của người dân tăng trở lại, mức doanh số này phản ánh thẻ tín dụng đã dần trở thành công cụ thanh toán quen thuộc đối với nhiều khách hàng của OCB - PGD Thanh Khê.

Sang năm 2024, doanh số thanh toán bình quân/1 thẻ tăng lên 68 triệu đồng/thẻ, tương ứng tăng 8 triệu đồng/thẻ, với tốc độ tăng 13% so với năm 2023. Đây là mức tăng khá tốt và là tốc độ tăng cao nhất trong giai đoạn nghiên cứu. Kết quả này cho thấy ngân hàng đã có nhiều chuyển biến tích cực trong việc thúc đẩy khách hàng sử dụng thẻ. Nguyên nhân có thể đến từ việc OCB đẩy mạnh các chương trình ưu đãi thanh toán không tiền mặt, hoàn tiền, giảm giá tại các đơn vị liên kết, đồng thời mở rộng tiện ích thanh toán trực tuyến qua ứng dụng ngân hàng số và các nền tảng thương mại điện tử. Bên cạnh đó, thu nhập và nhu cầu tiêu dùng của khách hàng trong năm 2024 có xu hướng cải thiện, góp phần làm tăng giá trị giao dịch bình quân trên mỗi thẻ.

Đến năm 2025, chỉ tiêu này tiếp tục tăng lên 72 triệu đồng/thẻ, tương ứng tăng 4 triệu đồng/thẻ so với năm 2024, với tốc độ tăng 6%. Mặc dù tốc độ tăng thấp hơn năm trước, nhưng việc doanh số thanh toán bình quân vẫn duy trì xu hướng đi lên cho thấy khách hàng tiếp tục tin tưởng và sử dụng thẻ tín dụng như một phương thức thanh toán thường xuyên. Điều này chứng minh chất lượng dịch vụ thẻ của OCB - PGD Thanh Khê vẫn được duy trì ổn định, đồng thời ngân hàng đã giữ được tệp khách hàng có mức chi tiêu khá tốt.

Tốc độ tăng trưởng năm 2025 chậm hơn năm 2024 có thể xuất phát từ một số nguyên nhân như thị trường thẻ tín dụng ngày càng cạnh tranh, nhiều ngân hàng triển khai chương trình ưu đãi mạnh để thu hút khách hàng; mặt khác, người tiêu dùng có xu hướng thận trọng hơn trong chi tiêu, đặc biệt đối với các khoản vay tiêu dùng qua thẻ tín dụng khi lãi suất vẫn là yếu tố được cân nhắc. Ngoài ra, sau giai đoạn tăng mạnh của năm 2024, doanh số bình quân/1 thẻ bước vào giai đoạn tăng trưởng ổn định hơn là điều khá hợp lý.

Xét chung cả giai đoạn 2023 - 2025, doanh số thanh toán bình quân/1 thẻ đã tăng từ 60 triệu đồng lên 72 triệu đồng/thẻ, tức tăng 12 triệu đồng/thẻ, tương ứng mức tăng khoảng 20% sau 3 năm. Đây là kết quả tích cực, cho thấy không chỉ số lượng thẻ được

mở rộng mà hiệu quả khai thác trên từng thẻ cũng ngày càng tốt hơn. Nói cách khác, khách hàng không chỉ sở hữu thẻ mà còn chủ động sử dụng thẻ trong đời sống hằng ngày.

Từ kết quả trên có thể đánh giá hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê đang phát triển đúng hướng, tập trung vào nâng cao chất lượng sử dụng thẻ thay vì chỉ chạy theo số lượng phát hành. Trong thời gian tới, để tiếp tục gia tăng doanh số thanh toán bình quân/1 thẻ, ngân hàng cần đẩy mạnh các chương trình ưu đãi chi tiêu, mở rộng liên kết thanh toán với nhiều đối tác, nâng cao trải nghiệm thanh toán số và chăm sóc nhóm khách hàng có tần suất sử dụng thẻ cao. Đây sẽ là cơ sở quan trọng giúp OCB nâng cao doanh thu phí dịch vụ và tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường thẻ tín dụng.

2.3.5. Doanh thu từ thẻ

Bảng 2.9. Doanh thu từ thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê

ĐVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ lệ	Giá trị	Tỷ lệ
Thu từ phí thường niên	320.4	65,4%	432.3	65%	489.6	63%	111.9	35%	57.30	13%
Thu phí quản lý và duy trì hạn mức tín dụng thẻ	86.7	17,7%	140.3	21%	193.4	25%	53.6	62%	53.10	38%
Thu từ phí hủy thẻ - phí dịch vụ thẻ khác	82.5	16,9%	90.6	14%	96.8	12%	8.1	10%	6.20	7%
Tổng thu nhập	489.6	100%	663.2	100%	779.8	100%	173.6	35%	116.60	18%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động cuối năm của PCB - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025)

Dựa vào bảng 2.9 doanh thu từ thẻ trong Giai đoạn 2023 - 2025, doanh thu từ hoạt động thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê có xu hướng tăng trưởng khá tích cực, cho thấy mảng dịch vụ thẻ ngày càng đóng vai trò quan trọng trong cơ cấu thu nhập của đơn vị.

Nếu như trước đây nguồn thu của ngân hàng thường phụ thuộc nhiều vào tín dụng, thì qua số liệu này có thể thấy doanh thu phi tín dụng từ thẻ đang dần được mở rộng, góp phần tạo nguồn thu ổn định và bền vững hơn. Đồng thời, mức tăng liên tục qua từng năm cũng phản ánh việc ngân hàng đã chú trọng phát triển khách hàng sử dụng thẻ, mở rộng tiện ích thanh toán và khai thác tốt nhu cầu giao dịch không dùng tiền mặt của người dân.

Cụ thể, năm 2023 tổng doanh thu từ thẻ đạt 489.6 triệu đồng. Đây là mức doanh thu tương đối tốt trong điều kiện thị trường thanh toán thẻ đang cạnh tranh mạnh giữa các ngân hàng. Sang năm 2024, tổng doanh thu tăng lên 663.2 triệu đồng, tăng 173.6 triệu đồng so với năm trước, tương ứng tốc độ tăng 35%. Đây là mức tăng khá cao, cho thấy hoạt động kinh doanh thẻ trong năm này có bước phát triển rõ rệt. Nguyên nhân có thể đến từ việc ngân hàng đẩy mạnh phát hành thẻ mới, triển khai các chương trình ưu đãi chi tiêu, hoàn tiền, miễn giảm phí và mở rộng tập khách hàng cá nhân. Bên cạnh đó, xu hướng mua sắm online, thanh toán QR và thanh toán qua POS ngày càng phổ biến cũng góp phần làm tăng doanh thu dịch vụ thẻ.

Đến năm 2025, tổng doanh thu tiếp tục tăng lên 779.8 triệu đồng, tăng thêm 116.6 triệu đồng so với năm 2024, tương ứng tăng 18%. Mặc dù tốc độ tăng không còn cao như năm trước, nhưng đây vẫn là mức tăng tích cực và cho thấy nguồn thu từ thẻ đã đi vào giai đoạn ổn định hơn. Sau giai đoạn tăng mạnh năm 2024, năm 2025 ngân hàng tiếp tục duy trì đà tăng trưởng dựa trên nền khách hàng sẵn có, đồng thời khai thác sâu hơn nhu cầu sử dụng thẻ của khách hàng hiện hữu thay vì chỉ tập trung mở rộng số lượng.

Xét theo cơ cấu doanh thu, khoản thu từ phí thường niên luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng doanh thu thẻ. Năm 2023, nguồn thu này đạt 320.4 triệu đồng, chiếm 65,4% tổng doanh thu. Năm 2024 tăng lên 432.3 triệu đồng và năm 2025 đạt 489.6 triệu đồng. Điều này cho thấy số lượng thẻ đang hoạt động thực tế tại PGD Thanh Khê tăng khá đều qua từng năm. Khi khách hàng duy trì sử dụng thẻ lâu dài, ngân hàng sẽ có nguồn thu tương đối ổn định từ phí thường niên. Tuy nhiên, tỷ trọng khoản thu này lại giảm dần từ 65,4% xuống 63%, phản ánh cơ cấu doanh thu đang đa dạng hơn, không còn phụ thuộc quá nhiều vào một nguồn thu duy nhất. Đây là tín hiệu tích cực vì ngân hàng đang mở rộng thêm các nguồn thu khác từ dịch vụ thẻ.

Đối với khoản thu phí quản lý và duy trì hạn mức tín dụng thẻ, đây là chỉ tiêu có tốc độ tăng mạnh nhất trong giai đoạn nghiên cứu. Năm 2023 đạt 86.7 triệu đồng, chiếm 17,7%; sang năm 2024 tăng lên 140.3 triệu đồng, tăng 62%; đến năm 2025 tiếp tục tăng lên 193.4 triệu đồng, tăng thêm 38%. Tỷ trọng khoản thu này cũng tăng từ 17,7% lên 25%. Điều đó cho thấy ngân hàng đã khai thác tốt nhóm khách hàng sử dụng thẻ tín dụng, đặc biệt là các khách hàng có nhu cầu chi tiêu trước - trả tiền sau, sử dụng hạn mức cao hoặc có nhu cầu nâng hạn mức tín dụng. Đây là dấu hiệu cho thấy chất lượng khách hàng thẻ được cải thiện, không chỉ tăng về số lượng mà còn tăng về mức độ sử dụng dịch vụ.

Trong khi đó, khoản thu từ phí hủy thẻ và phí dịch vụ thẻ khác tăng chậm hơn so với hai nguồn thu còn lại. Năm 2023 đạt 82.5 triệu đồng, năm 2024 tăng lên 90.6 triệu đồng và năm 2025 đạt 96.8 triệu đồng. Tuy giá trị tuyệt đối vẫn tăng, nhưng tỷ trọng lại giảm từ 16,9% xuống còn 12%. Điều này có thể hiểu theo hướng tích cực, nghĩa là khách hàng ngày càng sử dụng thẻ hiệu quả hơn, ít phát sinh vi phạm thanh toán chậm hoặc hủy thẻ sớm. Đồng thời ngân hàng cũng cải thiện công tác chăm sóc khách hàng, tư vấn sử dụng thẻ rõ ràng hơn nên giảm các khoản thu mang tính xử phạt. Về lâu dài, việc giảm phụ thuộc vào nguồn thu này sẽ tốt hơn cho hình ảnh và chất lượng dịch vụ của ngân hàng.

Nhìn chung, bảng số liệu cho thấy hoạt động kinh doanh thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê đang phát triển đúng hướng. Doanh thu tăng liên tục qua ba năm, cơ cấu nguồn thu ngày càng cân đối hơn và đặc biệt là nhóm thu từ quản lý hạn mức tăng mạnh, phản ánh tiềm năng lớn của mảng thẻ tín dụng. Điều này chứng tỏ ngân hàng đã có những bước đi phù hợp trong việc chuyển dịch từ mô hình thu nhập phụ thuộc tín dụng sang gia tăng nguồn thu dịch vụ. Nếu tiếp tục đầu tư công nghệ, mở rộng tiện ích thanh toán và xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng tốt hơn, doanh thu từ thẻ trong các năm tới vẫn còn nhiều dư địa để tăng trưởng.

2.3.6. Thu lãi từ hoạt động thẻ tín dụng

Bảng 2.10. Thu lãi từ hoạt động thẻ tín dụng của OCB - PGD Thanh Khê

DVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ lệ	Giá trị	Tỷ lệ
Thu từ lãi	215.3	30,5%	233.7	26%	247.2	24%	18.4	9%	13.50	6%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động cuối năm của PCB - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025)

Qua bảng 2.10 có thể nhận thấy thu lãi từ hoạt động thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê trong giai đoạn 2023 - 2025 có xu hướng tăng ổn định về quy mô, nhưng lại giảm dần về tỷ trọng, đây là điểm khá đáng chú ý.

Cụ thể, về giá trị tuyệt đối, thu từ lãi tăng đều qua từng năm. Năm 2023 đạt 215.3 triệu đồng, sang năm 2024 tăng lên 233.7 triệu đồng, tức tăng 18.4 triệu đồng tương ứng 9%. Đây là mức tăng khá tốt, cho thấy trong năm 2024 ngân hàng khai thác hoạt động thẻ tín dụng khá hiệu quả, khách hàng sử dụng hạn mức nhiều hơn hoặc dư nợ phát sinh lãi tăng lên.

Đến năm 2025, thu từ lãi tiếp tục tăng lên 247.2 triệu đồng, tăng thêm 13.5 triệu đồng so với năm 2024 (tương ứng 6%). Tuy vẫn giữ được đà tăng trưởng nhưng có thể thấy tốc độ tăng đã chậm lại. Điều này là hợp lý, vì sau giai đoạn tăng trưởng ban đầu, ngân hàng thường sẽ bắt đầu kiểm soát rủi ro tín dụng chặt hơn, không đẩy mạnh cho vay qua thẻ quá nhanh nữa. Ngoài ra, khách hàng cũng có xu hướng thanh toán đúng hạn nhiều hơn nên phần lãi phát sinh không tăng mạnh như trước.

Tuy nhiên, điểm đáng chú ý nhất nằm ở tỷ trọng thu từ lãi. Cụ thể, tỷ trọng này giảm khá rõ qua các năm từ 30,5% năm 2023 xuống 26% năm 2024 và còn 24% vào năm 2025. Điều này cho thấy cơ cấu doanh thu từ thẻ của ngân hàng đang có sự chuyển dịch, không còn phụ thuộc nhiều vào nguồn thu từ lãi mà đang tăng dần các nguồn thu khác như phí dịch vụ, phí thường niên,...

Kết quả phân tích cho thấy đây là xu hướng tích cực, vì thu từ lãi thường đi kèm với rủi ro (đặc biệt là rủi ro nợ xấu từ thẻ tín dụng), còn thu từ phí thì ổn định và an toàn hơn. Tuy nhiên, ngân hàng cũng cần cân đối hợp lý, vì nếu giảm tỷ trọng thu từ lãi quá nhanh thì có thể ảnh hưởng đến khả năng sinh lời chung.

Như vậy, chỉ tiêu thu từ lãi trong giai đoạn này thể hiện rõ định hướng của ngân hàng: vẫn tăng trưởng nhưng theo hướng an toàn hơn, bền vững hơn, không phụ thuộc quá nhiều vào lãi như trước. Đây là một điểm đáng ghi nhận trong chiến lược phát triển hoạt động thẻ.

2.3.7. Về chi phí

Bảng 2.11. Chi phí thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê

ĐVT: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Giá trị	Tỷ lệ	Giá trị	Tỷ lệ
Chi phí phát hành thẻ	30	9%	36	9%	42.5	9%	6	20%	6,5	18%
Chi phí marketing	86	26%	119	28%	145	30%	33	38%	26	22%
Chi phí quản lý và vận hành hệ thống thẻ	145	43%	170	40%	185	39%	25	17%	15	9%
Chi phí công nghệ	75	22%	95	23%	107	22%	20	27%	12	13%
Tổng chi phí	336	100%	420	100%	479.5	100%	84	25%	59.5	14%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động cuối năm của PCB - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025)

Qua bảng 2.11 có thể thấy chi phí hoạt động thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê trong giai đoạn 2023 - 2025 nhìn chung tăng liên tục qua các năm, cho thấy đơn vị ngày càng quan tâm hơn đến việc phát triển mảng dịch vụ thẻ trong bối cảnh thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng phổ biến. Khi nhu cầu sử dụng thẻ của khách hàng tăng lên, ngân hàng buộc phải mở rộng đầu tư về vận hành hệ thống, công nghệ, marketing và các hoạt động hỗ trợ liên quan để nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường. Tổng

chi phí năm 2023 đạt 336 triệu đồng, đến năm 2024 tăng lên 420 triệu đồng, tương ứng tăng 84 triệu đồng hay 25%. Sang năm 2025, tổng chi phí tiếp tục tăng lên 479.5 triệu đồng, tăng thêm 59.5 triệu đồng, tương ứng 14% so với năm 2024. Việc tổng chi phí vẫn tăng nhưng tốc độ tăng có xu hướng chậm lại cho thấy sau giai đoạn mở rộng đầu tư mạnh vào năm 2024, ngân hàng đã từng bước kiểm soát ngân sách tốt hơn và sử dụng chi phí theo hướng hiệu quả hơn.

Xét về cơ cấu chi phí, chi phí duy trì hoạt động thường xuyên của mạng thẻ tiếp tục là khoản mục chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng chi phí suốt giai đoạn nghiên cứu. Năm 2023 khoản mục này đạt 145 triệu đồng, chiếm 43% tổng chi phí; năm 2024 tăng lên 170 triệu đồng, chiếm 40%; đến năm 2025 đạt 185 triệu đồng, chiếm 39%. Điều này phản ánh để duy trì hoạt động thẻ ổn định, ngân hàng phải dành nguồn chi đáng kể cho nhân sự, quản lý giao dịch, kiểm soát rủi ro, bảo trì hệ thống, chăm sóc khách hàng và các chi phí vận hành thường xuyên khác. Tuy nhiên, tỷ trọng khoản mục này giảm dần qua từng năm cho thấy ngân hàng đang từng bước tối ưu bộ máy vận hành, đồng thời chuyển bớt nguồn lực sang các khoản đầu tư mang tính phát triển dài hạn hơn.

Chi phí marketing là khoản mục có mức tăng khá mạnh và ngày càng chiếm tỷ trọng cao trong tổng chi phí. Năm 2023 chi phí marketing đạt 86 triệu đồng, chiếm 26%; năm 2024 tăng lên 119 triệu đồng, tăng 33 triệu đồng tương ứng 38%, nâng tỷ trọng lên 28%. Đến năm 2025 tiếp tục tăng lên 145 triệu đồng, tăng thêm 26 triệu đồng, tương ứng 22%, chiếm 30% tổng chi phí. Đây là tín hiệu cho thấy OCB - PGD Thanh Khê đang chú trọng hơn đến hoạt động quảng bá sản phẩm thẻ, triển khai các chương trình mở thẻ nhận ưu đãi, hoàn tiền, tích điểm thưởng, liên kết mua sắm và chăm sóc khách hàng hiện hữu. Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng thương mại, việc tăng đầu tư cho marketing là cần thiết để mở rộng tệp khách hàng và nâng cao nhận diện thương hiệu.

Bên cạnh đó, chi phí đầu tư hệ thống kỹ thuật phục vụ giao dịch thẻ cũng duy trì xu hướng tăng đều qua các năm và giữ vai trò ngày càng quan trọng trong hoạt động kinh doanh thẻ. Năm 2023 khoản mục này đạt 75 triệu đồng, chiếm 22% tổng chi phí; năm 2024 tăng lên 95 triệu đồng, tăng 20 triệu đồng tương ứng 27%, chiếm 23%; đến năm 2025 đạt 107 triệu đồng, tăng thêm 12 triệu đồng, tương ứng 13%, chiếm 22% tổng chi phí. Việc ngân hàng liên tục đầu tư cho công nghệ cho thấy định hướng phát triển ngân hàng số đang được chú trọng, đặc biệt trong các nội dung như nâng cấp hệ thống thanh

toán, tăng cường bảo mật dữ liệu, cải thiện tốc độ xử lý giao dịch và bổ sung các tiện ích hiện đại cho khách hàng sử dụng thẻ. Đây là yếu tố quan trọng giúp ngân hàng nâng cao chất lượng dịch vụ và tạo lợi thế cạnh tranh lâu dài.

Trong khi đó, chi phí phát hành thẻ là khoản mục có quy mô nhỏ nhất nhưng vẫn tăng ổn định qua từng năm. Năm 2023 đạt 30 triệu đồng, năm 2024 tăng lên 36 triệu đồng, tăng 20%; đến năm 2025 đạt 42.5 triệu đồng, tăng thêm 18% so với năm trước. Tỷ trọng khoản mục này duy trì ổn định ở mức 9% trong cả ba năm. Điều này cho thấy số lượng thẻ phát hành mới vẫn tăng đều, đồng thời ngân hàng kiểm soát khá tốt các chi phí liên quan đến in ấn, sản xuất, giao nhận và kích hoạt thẻ.

Nhìn chung, cơ cấu chi phí thẻ tại OCB - PGD Thanh Khê đang có sự chuyển dịch theo hướng tích cực. Nếu như trước đây phần lớn chi phí tập trung vào vận hành hệ thống, thì đến giai đoạn 2024 - 2025 ngân hàng đã dành nhiều nguồn lực hơn cho marketing và công nghệ. Điều này cho thấy đơn vị không chỉ chú trọng duy trì hoạt động hiện tại mà còn đầu tư cho tăng trưởng tương lai, nâng cao trải nghiệm khách hàng và mở rộng thị phần dịch vụ thẻ. Tuy nhiên, việc chi phí tăng liên tục cũng đặt ra yêu cầu ngân hàng cần tiếp tục kiểm soát hiệu quả sử dụng vốn, đảm bảo tốc độ tăng doanh thu từ hoạt động thẻ cao hơn tốc độ tăng chi phí. Nếu thực hiện tốt điều này, hoạt động kinh doanh thẻ sẽ trở thành một trong những nguồn thu dịch vụ quan trọng và bền vững của OCB - PGD Thanh Khê trong những năm tới.

2.3.8. Đánh giá của khách hàng

Đánh giá của khách hàng cũng là một trong những tiêu chí quan trọng để đánh giá hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của ngân hàng. Thông qua khảo sát khách hàng đang sử dụng thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê, nghiên cứu có cơ sở đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ và các tiện ích mà ngân hàng cung cấp.

Sau đây là những thông tin cơ bản về khảo sát:

- Số lượng mẫu khảo sát: 50 khách hàng đang sử dụng thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê.
- Phương pháp lấy mẫu: Phương pháp chọn mẫu thuận tiện. Nghiên cứu tiến hành khảo sát trực tiếp các khách hàng đến giao dịch tại ngân hàng và các khách hàng đang sử dụng thẻ tín dụng của OCB trong thời gian khảo sát.

- Thời gian khảo sát: Khảo sát được thực hiện trong quá trình thực tập và thu thập dữ liệu tại OCB - PGD Thanh Khê năm 2025 - 2026.

- Địa điểm khảo sát: Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - PGD Thanh Khê, thành phố Đà Nẵng.

- Đối tượng khảo sát: Khách hàng cá nhân đã và đang sử dụng dịch vụ thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê.

- Hình thức khảo sát: Khảo sát bằng bảng câu hỏi trực tiếp, sử dụng thang đo Likert 5 mức độ để đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ thẻ tín dụng của ngân hàng.

Bảng 2.12. Kết quả mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ thẻ tín dụng của OCB - PGD Thanh Khê

Quy ước điểm: Rất hài lòng = 5 điểm; Hài lòng = 4 điểm; Bình thường = 3 điểm; Không hài lòng = 2 điểm; Rất không hài lòng = 1 điểm

CÂU HỎI KHẢO SÁT	5	4	3	2	1	Tổng	Điểm TB
I. THỦ TỤC VÀ QUÁ TRÌNH PHÁT HÀNH THẺ							
1. Thủ tục đăng ký thẻ tín dụng tại ngân hàng đơn giản, dễ thực hiện	28	15	4	2	1	50	4,34
2. Thời gian từ lúc đăng ký đến khi nhận được thẻ là hợp lý	28	16	3	3		50	4,38
3. Điều kiện mở thẻ tín dụng tại ngân hàng phù hợp với khách hàng	31	14	2	2	1	50	4,44
4. Hạn mức tín dụng ngân hàng cấp đáp ứng nhu cầu sử dụng	25	21	3	1		50	4,4
II. TIỆN ÍCH VÀ CHI PHÍ SỬ DỤNG THẺ							
5. Thẻ tín dụng mang lại sự tiện lợi trong thanh toán và chi tiêu hằng ngày	37	8	3	2		50	4,6
6. Mức phí dịch vụ thẻ là hợp lý	24	18	5	3		50	4,26
7. Mức lãi suất áp dụng đối với thẻ tín dụng phù hợp	23	20	4	3		50	4,26
8. Chương trình ưu đãi, khuyến mãi hấp dẫn và thiết thực	33	11	3	3		50	4,48
III. AN TOÀN VÀ CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG							
9. An tâm về độ an toàn và bảo mật khi sử dụng thẻ	33	12	3	2		50	4,52
10. Dịch vụ hỗ trợ khách hàng nhanh chóng và hiệu quả	33	12	3	2		50	4,52
11. Nhân viên thân thiện, nhiệt tình	31	14	2	2	1	50	4,44
12. Ngân hàng xử lý tốt sự cố hoặc khiếu nại phát sinh	30	13	4	3		50	4,4

(Nguồn: Kết quả thống kê từ Mẫu khảo sát)

Qua số liệu khảo sát tại Bảng 2.12 có thể nhận thấy mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê đang ở mức tích cực. Tất cả 12 tiêu chí đều có điểm trung bình lớn hơn 4,0 điểm, dao động từ 4,26 đến 4,60 điểm, chứng tỏ phần lớn khách hàng tham gia khảo sát đều có đánh giá tốt về chất lượng sản phẩm và dịch vụ mà ngân hàng cung cấp. Đây là kết quả khá khả quan trong bối cảnh thị trường thẻ tín dụng cạnh tranh ngày càng mạnh, khách hàng có nhiều lựa chọn và yêu cầu ngày càng cao về chất lượng phục vụ.

➤ Đầu tiên là về Nhóm thủ tục và quá trình phát hành thẻ: Được đo lường qua 4 câu hỏi:

Câu 1: Thủ tục đăng ký thẻ tín dụng tại ngân hàng đơn giản, dễ thực hiện

Câu 2: Thời gian từ lúc đăng ký đến khi nhận được thẻ là hợp lý

Câu 3: Điều kiện mở thẻ tín dụng tại ngân hàng phù hợp với khách hàng

Câu 4: Hạn mức tín dụng ngân hàng cấp đáp ứng nhu cầu sử dụng

Đối với nhóm tiêu chí liên quan đến thủ tục mở thẻ và quá trình phát hành thẻ, các chỉ tiêu đều đạt điểm trung bình khá cao, từ 4,34 đến 4,44 điểm. Điều này cho thấy OCB - PGD Thanh Khê đã xây dựng được quy trình cấp thẻ tương đối thuận tiện, tạo cảm giác hài lòng cho khách hàng ngay từ giai đoạn đầu tiếp cận sản phẩm.

Cụ thể, tiêu chí thủ tục đăng ký thẻ tín dụng tại ngân hàng đơn giản, dễ thực hiện đạt 4,34 điểm. Trong tổng số 50 khách hàng khảo sát có đến 43 khách hàng lựa chọn mức hài lòng và rất hài lòng. Kết quả này phản ánh thủ tục đăng ký thẻ nhìn chung đã được tối ưu, hồ sơ tương đối rõ ràng và khách hàng dễ tiếp cận. Tuy nhiên vẫn còn một số ít khách hàng đánh giá bình thường hoặc chưa hài lòng, điều đó cho thấy ở một vài thời điểm hoặc với một số đối tượng khách hàng, quy trình đăng ký vẫn còn những bước khiến khách hàng cảm thấy mất thời gian hoặc chưa thật sự thuận tiện.

Tiêu chí thời gian từ lúc đăng ký đến khi nhận được thẻ là hợp lý đạt 4,38 điểm. Đây là mức đánh giá tích cực, thể hiện ngân hàng đã xử lý hồ sơ và phát hành thẻ khá nhanh chóng. Trong thực tế, thời gian nhận thẻ là yếu tố rất quan trọng vì khách hàng thường mong muốn được sử dụng sản phẩm sớm sau khi đăng ký. Việc tiêu chí này đạt điểm cao cho thấy ngân hàng đã có sự phối hợp tốt giữa khâu xét duyệt hồ sơ, in thẻ và giao thẻ cho khách hàng.

Tiêu chí điều kiện mở thẻ tín dụng phù hợp với khách hàng đạt 4,44 điểm, là mức cao nhất trong nhóm này. Điều đó cho thấy ngân hàng đã xây dựng chính sách mở thẻ

tương đối linh hoạt, phù hợp với nhiều nhóm khách hàng khác nhau như người đi làm hưởng lương, hộ kinh doanh hay khách hàng có tài sản bảo đảm. Đây là lợi thế quan trọng giúp mở rộng tệp khách hàng sử dụng thẻ tín dụng.

Bên cạnh đó, tiêu chí hạn mức tín dụng ngân hàng cấp đáp ứng nhu cầu sử dụng đạt 4,40 điểm. Kết quả này cho thấy đa số khách hàng cảm thấy hạn mức thẻ được cấp tương đối phù hợp với khả năng chi tiêu và nhu cầu thanh toán của mình. Tuy nhiên, vẫn có một số khách hàng chỉ đánh giá ở mức bình thường hoặc chưa hài lòng, có thể xuất phát từ việc hạn mức chưa cao so với mong muốn hoặc chưa phù hợp với khách hàng có thu nhập tốt.

Nhìn chung, nhóm thủ tục và phát hành thẻ được đánh giá tốt, chứng tỏ OCB - PGD Thanh Khê đã tạo được ấn tượng khá tích cực ngay từ giai đoạn khách hàng tiếp cận sản phẩm.

✍ Tiếp theo là Nhóm tiện ích và chi phí sử dụng thẻ: Được đo lường qua 4 câu hỏi:

Câu 5: Thẻ tín dụng mang lại sự tiện lợi trong thanh toán và chi tiêu hằng ngày

Câu 6: Mức phí dịch vụ thẻ là hợp lý

Câu 7: Mức lãi suất áp dụng đối với thẻ tín dụng phù hợp

Câu 8: Chương trình ưu đãi, khuyến mãi hấp dẫn và thiết thực

Đây là nhóm tiêu chí phản ánh trực tiếp trải nghiệm thực tế của khách hàng trong quá trình sử dụng thẻ tín dụng. Nhóm này có mức điểm dao động từ 4,26 đến 4,60 điểm, trong đó xuất hiện tiêu chí cao nhất toàn bảng khảo sát.

Cụ thể, tiêu chí thẻ tín dụng mang lại sự tiện lợi trong thanh toán và chi tiêu hằng ngày đạt 4,60 điểm, là mức cao nhất trong toàn bộ 12 tiêu chí. Có tới 45 khách hàng lựa chọn hài lòng hoặc rất hài lòng. Điều này cho thấy thẻ tín dụng OCB đã đáp ứng tốt nhu cầu thanh toán không dùng tiền mặt, mua sắm trực tuyến, quẹt thẻ tại cửa hàng, thanh toán hóa đơn và nhiều nhu cầu tài chính hiện đại khác. Trong xu hướng chuyển đổi số hiện nay, đây là một lợi thế rất quan trọng của ngân hàng.

Tiêu chí mức phí dịch vụ thẻ là hợp lý đạt 4,26 điểm. Dù vẫn nằm trong mức hài lòng, nhưng đây là một trong những tiêu chí có điểm thấp nhất của bảng khảo sát. Điều này cho thấy khách hàng vẫn còn nhạy cảm với các loại phí như phí thường niên, phí chậm thanh toán, phí rút tiền mặt hoặc các khoản phí phát sinh khác. Trong bối cảnh nhiều ngân hàng đang miễn giảm phí để thu hút khách hàng, OCB cần tiếp tục xem xét chính sách phí cạnh tranh hơn.

Tiêu chí mức lãi suất áp dụng đối với thẻ tín dụng phù hợp cũng đạt 4,26 điểm, tương đương tiêu chí mức phí. Đây là điều khá dễ hiểu vì lãi suất thẻ tín dụng thường cao hơn các sản phẩm vay thông thường. Một số khách hàng có thể cảm thấy mức lãi suất còn cao nếu thanh toán chậm hoặc không thanh toán dư nợ đúng hạn. Vì vậy, ngân hàng nên tăng cường tư vấn rõ về thời gian miễn lãi, cách sử dụng thẻ hiệu quả và các gói ưu đãi lãi suất để khách hàng cảm thấy yên tâm hơn.

Tiêu chí chương trình ưu đãi, khuyến mãi hấp dẫn và thiết thực đạt 4,48 điểm. Kết quả này phản ánh các chương trình hoàn tiền, giảm giá, tích điểm, ưu đãi mua sắm hoặc liên kết với đối tác của OCB đã tạo được sức hút khá tốt. Đây là yếu tố quan trọng giúp giữ chân khách hàng sử dụng thẻ thường xuyên thay vì chỉ mở thẻ nhưng ít phát sinh giao dịch.

Nhìn chung, nhóm tiện ích và chi phí sử dụng thẻ được đánh giá tích cực, đặc biệt về tính tiện lợi. Tuy nhiên, yếu tố chi phí và lãi suất vẫn là vấn đề ngân hàng cần quan tâm nhiều hơn trong thời gian tới.

✍ Và cuối cùng là Nhóm an toàn và chăm sóc khách hàng: Được đo lường qua 4 câu hỏi:

Câu 9: An tâm về độ an toàn và bảo mật khi sử dụng thẻ

Câu 10: Dịch vụ hỗ trợ khách hàng nhanh chóng và hiệu quả

Câu 11: Nhân viên thân thiện, nhiệt tình

Câu 12: Ngân hàng xử lý tốt sự cố hoặc khiếu nại phát sinh

Đây là nhóm tiêu chí có ý nghĩa quan trọng vì dịch vụ thẻ tín dụng gắn liền với yếu tố bảo mật thông tin, xử lý sự cố và chất lượng phục vụ. Kết quả khảo sát cho thấy nhóm này được khách hàng đánh giá cao.

Tiêu chí an tâm về độ an toàn và bảo mật khi sử dụng thẻ đạt 4,52 điểm. Điều này chứng tỏ khách hàng khá tin tưởng vào hệ thống bảo mật của OCB, từ công nghệ xác thực giao dịch, mã OTP, cảnh báo biến động số dư đến khả năng phòng chống gian lận. Trong bối cảnh rủi ro lừa đảo công nghệ ngày càng phổ biến, việc khách hàng cảm thấy an tâm là thành công lớn của ngân hàng.

Tiêu chí dịch vụ hỗ trợ khách hàng nhanh chóng và hiệu quả cũng đạt 4,52 điểm. Kết quả này cho thấy khách hàng đánh giá cao khả năng hỗ trợ của ngân hàng khi gặp vấn đề như khóa thẻ, quên mã PIN, giao dịch lỗi hoặc cần tư vấn sản phẩm. Chất lượng hỗ trợ tốt sẽ giúp khách hàng yên tâm hơn trong suốt quá trình sử dụng thẻ.

Tiêu chí nhân viên thân thiện, nhiệt tình đạt 4,44 điểm. Đây là mức điểm khá tốt, phản ánh phong cách phục vụ của đội ngũ nhân viên tại OCB - PGD Thanh Khê được khách hàng ghi nhận tích cực. Sự chuyên nghiệp, thái độ niềm nở và khả năng tư vấn rõ ràng là yếu tố góp phần nâng cao hình ảnh ngân hàng.

Tiêu chí ngân hàng xử lý tốt sự cố hoặc khiếu nại phát sinh đạt 4,40 điểm. Dù ở mức hài lòng, nhưng thấp hơn hai tiêu chí còn lại trong nhóm. Điều này cho thấy vẫn còn một số khách hàng mong muốn thời gian xử lý tra soát, hoàn tiền hoặc phản hồi khiếu nại được rút ngắn hơn nữa. Đây là điểm ngân hàng nên tiếp tục cải thiện để nâng cao trải nghiệm sau bán hàng.

Nhìn chung, nhóm an toàn và chăm sóc khách hàng được đánh giá tốt, đặc biệt về độ bảo mật và khả năng hỗ trợ khách hàng.

☞ Đánh giá tổng thể

Từ kết quả khảo sát có thể khẳng định khách hàng nhìn chung hài lòng với dịch vụ thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê. Những điểm mạnh nổi bật của ngân hàng là tính tiện lợi khi sử dụng thẻ, độ an toàn bảo mật, dịch vụ hỗ trợ khách hàng và chính sách mở thẻ khá phù hợp. Đây là nền tảng quan trọng để ngân hàng tiếp tục phát triển mảng thẻ tín dụng trong thời gian tới.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả tích cực, ngân hàng vẫn cần chú trọng hơn đến mức phí dịch vụ, lãi suất thẻ tín dụng, cũng như rút ngắn thời gian xử lý sự cố và khiếu nại. Nếu cải thiện tốt các nội dung này, mức độ hài lòng của khách hàng sẽ tiếp tục được nâng cao, qua đó góp phần tăng khả năng cạnh tranh và mở rộng thị phần dịch vụ thẻ tín dụng trên địa bàn.

2.4. Đánh giá chung về hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng

2.4.1. Kết quả đạt được

Nhìn tổng thể giai đoạn 2023 - 2025, hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê không chỉ đơn thuần tăng về quy mô mà còn cho thấy sự chuyển dịch rõ rệt theo hướng nâng cao chất lượng và hiệu quả khai thác.

Trước hết, xét về khía cạnh phát triển quy mô, số lượng thẻ tín dụng phát hành và số lượng thẻ hoạt động đều có xu hướng gia tăng qua các năm. Tuy nhiên, điểm đáng chú ý không nằm ở con số phát hành mà nằm ở tỷ lệ thẻ hoạt động được cải thiện, phản ánh việc ngân hàng đã bắt đầu chú trọng hơn đến chất lượng khách hàng thay vì chạy

theo số lượng. Điều này cho thấy định hướng phát triển đã dần chuyển từ “mở rộng” sang “khai thác hiệu quả”.

Ở góc độ sử dụng, doanh số thanh toán thẻ và doanh số bình quân/thẻ tăng lên cho thấy hành vi tiêu dùng của khách hàng đang thay đổi theo hướng tích cực, từ việc sở hữu thẻ sang sử dụng thẻ như một công cụ chi tiêu thường xuyên. Đây là dấu hiệu quan trọng vì trong hoạt động thẻ tín dụng, giá trị không nằm ở số thẻ phát hành mà nằm ở mức độ sử dụng thực tế.

Về hiệu quả tài chính, doanh thu từ hoạt động thẻ có sự tăng trưởng ổn định, đặc biệt từ các nguồn thu phí và lãi. Điều này chứng tỏ ngân hàng đã từng bước khai thác tốt vòng đời của khách hàng thẻ, không chỉ dừng lại ở khâu phát hành mà còn tạo ra dòng thu nhập bền vững từ quá trình sử dụng.

Một điểm tích cực khác là cơ cấu chi phí dần được kiểm soát hợp lý hơn, đặc biệt là chi phí vận hành và công nghệ có xu hướng được phân bổ hiệu quả hơn so với mức tăng doanh thu. Điều này cho thấy hoạt động thẻ đang tiệm cận trạng thái tối ưu hóa chi phí - một yếu tố quan trọng trong giai đoạn phát triển chiều sâu.

Đáng chú ý, mặc dù dư nợ thẻ tín dụng có xu hướng tăng - phản ánh nhu cầu tín dụng tiêu dùng gia tăng - nhưng rủi ro tín dụng vẫn được kiểm soát trong ngưỡng cho phép. Điều này cho thấy công tác thẩm định và quản lý khách hàng đã có sự cải thiện, đảm bảo sự cân bằng giữa tăng trưởng và an toàn.

Cuối cùng, thông qua khảo sát khách hàng, có thể thấy mức độ hài lòng về tính tiện lợi và chất lượng dịch vụ ở mức tương đối tốt, tạo nền tảng cho việc duy trì và phát triển khách hàng trong dài hạn.

Nhìn chung, hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại đơn vị đã có sự chuyển biến theo hướng: tăng trưởng có chọn lọc - khai thác hiệu quả - kiểm soát rủi ro, thay vì chỉ mở rộng đơn thuần.

2.4.2. Hạn chế còn tồn tại

Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, nhưng khi đi sâu phân tích, hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê vẫn còn tồn tại những điểm nghẽn nhất định, đặc biệt ở khía cạnh hiệu quả khai thác và khả năng cạnh tranh.

Trước hết, tốc độ tăng trưởng thẻ chưa thực sự tương xứng với tiềm năng thị trường, nhất là trong bối cảnh thanh toán không dùng tiền mặt đang phát triển mạnh.

Điều này cho thấy ngân hàng vẫn chưa tận dụng hết cơ hội mở rộng tệp khách hàng, đặc biệt ở các phân khúc trẻ và khách hàng mới.

Thứ hai, mặc dù doanh số thanh toán có tăng, nhưng mức độ sử dụng thẻ chưa đồng đều giữa các khách hàng, dẫn đến tình trạng một bộ phận thẻ phát hành nhưng ít phát sinh giao dịch. Điều này làm giảm hiệu quả khai thác trên mỗi thẻ và kéo theo hiệu quả chung của hoạt động thẻ chưa cao.

Thứ ba, cơ cấu doanh thu từ thẻ chưa thực sự đa dạng, vẫn phụ thuộc nhiều vào một số nguồn thu truyền thống như phí và lãi, trong khi các nguồn thu giá trị gia tăng (liên kết đối tác, dịch vụ đi kèm...) chưa được khai thác mạnh.

Ngoài ra, mặc dù rủi ro đang được kiểm soát, nhưng xu hướng gia tăng dư nợ đi kèm với áp lực nợ quá hạn tiềm ẩn, đặc biệt trong bối cảnh khách hàng sử dụng thẻ ngày càng đa dạng về thu nhập và hành vi tài chính.

Một điểm hạn chế đáng chú ý khác là hoạt động marketing và xây dựng trải nghiệm khách hàng chưa thực sự nổi bật, chưa tạo được sự khác biệt rõ ràng so với các ngân hàng khác hoặc các nền tảng thanh toán số đang phát triển mạnh.

2.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế

Những hạn chế trên không chỉ xuất phát từ nội tại ngân hàng mà còn chịu tác động từ môi trường bên ngoài, phản ánh tính đặc thù của hoạt động thẻ tín dụng trong giai đoạn hiện nay.

Về phía nội tại, trước hết là chiến lược phát triển khách hàng chưa thực sự phân hóa rõ theo từng phân khúc, dẫn đến việc tiếp cận khách hàng còn dàn trải, chưa tối ưu hiệu quả. Các chương trình marketing chủ yếu mang tính phổ thông, chưa cá nhân hóa theo hành vi tiêu dùng.

Bên cạnh đó, chính sách cấp tín dụng vẫn mang tính thận trọng, đặc biệt yêu cầu về thu nhập và hồ sơ chứng minh còn là rào cản đối với một số nhóm khách hàng tiềm năng. Điều này giúp giảm rủi ro nhưng đồng thời cũng hạn chế tốc độ mở rộng thị trường.

Ngoài ra, công tác chăm sóc sau phát hành chưa được đầu tư tương xứng, dẫn đến việc khách hàng chưa được “nuôi dưỡng” để gia tăng tần suất sử dụng thẻ. Đây là nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng thẻ ít hoạt động.

Về phía khách hàng, thói quen sử dụng tiền mặt vẫn còn phổ biến, đặc biệt ở nhóm khách hàng truyền thống, khiến việc chuyển đổi sang thanh toán bằng thẻ diễn ra chậm hơn kỳ vọng.

Từ góc độ môi trường bên ngoài, sự cạnh tranh ngày càng gay gắt không chỉ đến từ các ngân hàng mà còn từ ví điện tử và fintech, với nhiều ưu đãi mạnh, thủ tục đơn giản và trải nghiệm người dùng tốt hơn. Điều này tạo áp lực lớn lên hoạt động thẻ tín dụng truyền thống.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Chương 2 đã tập trung phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025. Thông qua việc phân tích các chỉ tiêu như số lượng thẻ phát hành, doanh số thanh toán, doanh thu từ hoạt động thẻ và tình hình phát triển khách hàng, có thể thấy hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của đơn vị đã đạt được một số kết quả tích cực, từng bước mở rộng quy mô hoạt động và đáp ứng nhu cầu thanh toán không dùng tiền mặt của khách hàng.

Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê vẫn còn tồn tại một số hạn chế như áp lực cạnh tranh ngày càng lớn, thói quen sử dụng tiền mặt của khách hàng vẫn còn phổ biến, hiệu quả khai thác một số thẻ chưa cao và rủi ro trong hoạt động thẻ vẫn còn tiềm ẩn. Ngoài ra, hoạt động marketing, chính sách ưu đãi và khả năng thu hút khách hàng mới vẫn cần tiếp tục được cải thiện nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Nhìn chung, kết quả phân tích thực trạng trong chương 2 là cơ sở quan trọng để đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê trong thời gian tới.

CHƯƠNG III: MỘT SỐ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG KINH DOANH THẺ TÍN DỤNG CỦA NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG ĐÔNG (OCB) - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG - PGD THANH KHÊ

3.1. Thuận lợi và khó khăn trong hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

3.1.1. Thuận lợi

Trong bối cảnh nền kinh tế đang đẩy mạnh chuyển đổi số và phát triển thanh toán không dùng tiền mặt, hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - PGD Thanh Khê có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển. Chủ trương khuyến khích thanh toán điện tử của Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước đã góp phần thay đổi thói quen sử dụng tiền mặt của người dân, từ đó làm gia tăng nhu cầu sử dụng các phương thức thanh toán hiện đại như thẻ ngân hàng, chuyển khoản và ví điện tử. Đây là nền tảng thuận lợi để ngân hàng mở rộng hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng cả về số lượng khách hàng lẫn doanh số sử dụng thẻ.

Bên cạnh đó, Đà Nẵng là địa bàn có tốc độ phát triển kinh tế - dịch vụ khá năng động, tập trung nhiều doanh nghiệp, trung tâm thương mại, nhà hàng, khách sạn và các hoạt động du lịch. Mức sống của người dân ngày càng được cải thiện kéo theo nhu cầu chi tiêu, mua sắm và thanh toán trực tuyến gia tăng đáng kể, tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển sản phẩm thẻ tín dụng.

Ngoài ra, OCB hiện đang chú trọng đầu tư công nghệ, phát triển ngân hàng số và nâng cao trải nghiệm khách hàng thông qua ứng dụng OCB OMNI cùng nhiều tiện ích thanh toán hiện đại. Việc ứng dụng công nghệ vào hoạt động thẻ giúp khách hàng dễ dàng quản lý giao dịch, kiểm soát chi tiêu và thanh toán dư nợ, qua đó nâng cao tính tiện lợi và sự an tâm khi sử dụng thẻ tín dụng.

Bên cạnh những yếu tố trên, PGD Thanh Khê còn có lợi thế từ nguồn khách hàng hiện hữu tương đối ổn định thông qua các hoạt động huy động vốn, cho vay và dịch vụ tài khoản thanh toán. Đây là cơ sở thuận lợi để ngân hàng khai thác hoạt động bán chéo sản phẩm thẻ tín dụng, góp phần tiết kiệm chi phí tìm kiếm khách hàng và nâng cao hiệu quả phát hành thẻ. Đồng thời, đội ngũ nhân viên tại đơn vị ngày càng được nâng cao kỹ năng tư vấn và chăm sóc khách hàng, góp phần cải thiện chất lượng phục vụ và tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường.

Nhìn chung, với những thuận lợi về môi trường kinh tế, xu hướng tiêu dùng, nền tảng công nghệ và nguồn khách hàng sẵn có, OCB - PGD Thanh Khê đang có nhiều điều kiện thuận lợi để mở rộng và phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng trong thời gian tới.

3.1.2. Khó khăn

Bên cạnh những thuận lợi đạt được, hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB – PGD Thanh Khê vẫn còn gặp không ít khó khăn và thách thức trong quá trình triển khai thực tế. Những khó khăn này phần nào ảnh hưởng đến tốc độ tăng trưởng khách hàng, doanh số sử dụng thẻ cũng như hiệu quả kinh doanh của đơn vị.

Trước hết, áp lực cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại trên địa bàn Đà Nẵng ngày càng lớn khi nhiều ngân hàng liên tục triển khai các chương trình ưu đãi hấp dẫn về hoàn tiền, miễn phí thường niên và trả góp lãi suất 0%. Trong khi đó, mức độ nhận diện thương hiệu của OCB trong lĩnh vực thẻ tín dụng vẫn chưa thực sự nổi bật, gây khó khăn trong việc thu hút và duy trì khách hàng.

Bên cạnh đó, thói quen sử dụng tiền mặt của một bộ phận người dân vẫn còn phổ biến, đặc biệt ở nhóm khách hàng trung niên, lao động phổ thông và hộ kinh doanh nhỏ. Nhiều khách hàng còn e ngại sử dụng thẻ tín dụng do lo sợ phát sinh nợ, khó kiểm soát chi tiêu hoặc chịu lãi suất cao khi thanh toán chậm. Ngoài ra, điều kiện mở thẻ vẫn yêu cầu khách hàng chứng minh thu nhập và đáp ứng các tiêu chí tín dụng nhất định, làm hạn chế khả năng tiếp cận đối với nhóm khách hàng có thu nhập không ổn định.

Một khó khăn khác là tình trạng khách hàng mở thẻ nhưng chưa phát sinh giao dịch thường xuyên vẫn còn tồn tại, ảnh hưởng đến doanh số thanh toán và hiệu quả khai thác thẻ. Đồng thời, hoạt động thẻ tín dụng cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro về nợ quá hạn, nợ xấu và các hình thức gian lận công nghệ cao như giả mạo tin nhắn, đánh cắp thông tin thẻ hoặc lừa đảo OTP, gây ảnh hưởng đến mức độ tin tưởng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ.

Ngoài ra, hoạt động marketing và liên kết ưu đãi của PGD Thanh Khê vẫn còn một số hạn chế, chưa tạo được sự khác biệt rõ nét và chưa tiếp cận mạnh đến nhóm khách hàng trẻ. Nhìn chung, mặc dù hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê có nhiều tiềm năng phát triển, nhưng vẫn tồn tại không ít khó khăn và rủi ro cần được khắc phục nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh và phát triển hoạt động thẻ theo hướng an toàn, bền vững hơn.

3.2. Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh thẻ vụ thẻ của Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê trong thời gian tới

Trong bối cảnh nền kinh tế ngày càng chuyển dịch theo hướng số hóa, thanh toán không dùng tiền mặt đang trở thành xu hướng tất yếu và được Nhà nước khuyến khích phát triển mạnh mẽ. Đây vừa là cơ hội, vừa là động lực để các ngân hàng thương mại đẩy mạnh hoạt động kinh doanh thẻ, đặc biệt là thẻ tín dụng - một sản phẩm mang lại nguồn thu ổn định, góp phần mở rộng hệ sinh thái dịch vụ ngân hàng hiện đại.

Đối với OCB - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê, trong thời gian tới cần xác định hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng là một trong những mảng dịch vụ trọng tâm, không chỉ nhằm gia tăng doanh thu phí mà còn nâng cao hình ảnh thương hiệu, mở rộng tệp khách hàng cá nhân và tăng khả năng bán chéo các sản phẩm khác như tiền gửi, vay tiêu dùng, bảo hiểm, ngân hàng số.

Cụ thể, định hướng phát triển trong giai đoạn tới bao gồm:

- Tăng trưởng số lượng khách hàng mở mới thẻ tín dụng đi đôi với nâng cao chất lượng khách hàng.
- Đa dạng hóa sản phẩm thẻ phù hợp với từng phân khúc khách hàng như nhân viên văn phòng, hộ kinh doanh, khách hàng trẻ, khách hàng thu nhập cao.
- Đẩy mạnh thanh toán thẻ tại các đơn vị chấp nhận thẻ, giảm dần tỷ lệ sử dụng tiền mặt.
- Tăng doanh số chi tiêu và tỷ lệ sử dụng thẻ thường xuyên từ khách hàng hiện hữu.
- Nâng cao chất lượng dịch vụ, rút ngắn thời gian phát hành thẻ và xử lý yêu cầu khách hàng.
- Tăng cường ứng dụng công nghệ số trong quản lý, chăm sóc khách hàng và phòng ngừa rủi ro gian lận.
- Kiểm soát tốt nợ quá hạn, nợ xấu trong hoạt động thẻ tín dụng.
- Xây dựng đội ngũ nhân sự bán hàng chuyên nghiệp, có kỹ năng tư vấn và chăm sóc khách hàng tốt.

Với định hướng trên, OCB - PGD Thanh Khê có thể phát triển hoạt động thẻ tín dụng theo hướng bền vững, hiệu quả và phù hợp với xu thế cạnh tranh của thị trường ngân hàng hiện nay.

3.3. Giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê

3.3.1. Giải pháp mở rộng đối tượng khách hàng

Khách hàng là yếu tố cốt lõi quyết định quy mô và hiệu quả của hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng. Vì vậy, để gia tăng thị phần, PGD Thanh Khê cần đa dạng hóa đối tượng khách hàng thay vì tập trung chủ yếu vào nhóm khách hàng truyền thống như hiện nay.

Trước hết, ngân hàng cần khai thác mạnh nhóm khách hàng có nguồn thu nhập ổn định như cán bộ công chức, giáo viên, bác sĩ, nhân viên văn phòng, người lao động tại các doanh nghiệp trên địa bàn Đà Nẵng. Đây là nhóm khách hàng có khả năng chứng minh thu nhập rõ ràng, nhu cầu chi tiêu cao và mức độ rủi ro thấp.

Bên cạnh đó, PGD cần hướng đến nhóm khách hàng trẻ tuổi như người mới đi làm, nhân viên văn phòng trẻ, khách hàng có thói quen mua sắm online. Với nhóm khách hàng này, ngân hàng nên thiết kế các sản phẩm thẻ có hạn mức vừa phải, miễn phí thường niên năm đầu, hoàn tiền mua sắm trực tuyến hoặc trả góp linh hoạt.

Ngoài ra, ngân hàng nên tận dụng nguồn khách hàng hiện hữu đang sử dụng tài khoản thanh toán, gửi tiết kiệm, vay vốn hoặc sử dụng ứng dụng OCB OMNI để giới thiệu mở thẻ tín dụng. Đây là nguồn khách hàng có sẵn dữ liệu, dễ thẩm định và tiết kiệm chi phí tìm kiếm.

Đồng thời, PGD Thanh Khê cần chủ động liên kết với các doanh nghiệp, trường học, bệnh viện, đơn vị hành chính trên địa bàn để triển khai chương trình mở thẻ tập thể cho cán bộ nhân viên. Giải pháp này giúp tăng nhanh số lượng thẻ phát hành và mở rộng độ phủ thương hiệu trên địa bàn.

3.3.2. Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ và chăm sóc khách hàng

Trong môi trường cạnh tranh hiện nay, khách hàng không chỉ quan tâm đến ưu đãi mà còn đánh giá cao trải nghiệm dịch vụ. Do đó, nâng cao chất lượng phục vụ là yếu tố quan trọng giúp giữ chân khách hàng và tạo lợi thế cạnh tranh.

PGD Thanh Khê cần đơn giản hóa quy trình đăng ký mở thẻ, giảm thời gian xét duyệt hồ sơ, rút ngắn thời gian phát hành và giao thẻ cho khách hàng. Việc ứng dụng eKYC, hồ sơ điện tử và phê duyệt online sẽ giúp nâng cao sự thuận tiện.

Đội ngũ nhân viên giao dịch cần được đào tạo bài bản về kỹ năng tư vấn, kỹ năng xử lý tình huống và thái độ phục vụ chuyên nghiệp. Khách hàng khi gặp sự cố như khóa thẻ, quên mã PIN, giao dịch lỗi cần được hỗ trợ nhanh chóng và rõ ràng.

Ngân hàng cũng nên xây dựng hệ thống chăm sóc khách hàng sau bán như:

- ☞ Gọi điện hoặc nhắn tin chúc mừng khách hàng mở thẻ mới.
- ☞ Nhắc ngày thanh toán dư nợ đúng hạn.
- ☞ Thông báo ưu đãi mới phù hợp nhu cầu chi tiêu.
- ☞ Khảo sát mức độ hài lòng định kỳ.
- ☞ Hỗ trợ xử lý khiếu nại nhanh chóng.
- ☞ Chăm sóc khách hàng thân thiết có doanh số chi tiêu cao.

Khi khách hàng cảm nhận được sự quan tâm và tiện lợi, khả năng tiếp tục sử dụng thẻ và giới thiệu người khác sẽ cao hơn.

3.3.3. Giải pháp đẩy mạnh marketing và liên kết đối tác

Marketing là công cụ quan trọng giúp nâng cao độ nhận diện sản phẩm thẻ tín dụng và thu hút khách hàng mới. Trong thời gian tới, PGD Thanh Khê cần đổi mới cách tiếp cận thay vì chỉ quảng bá truyền thống tại quầy.

Ngân hàng nên đẩy mạnh marketing số thông qua Facebook, Zalo, TikTok, website và ứng dụng OCB OMNI. Nội dung truyền thông cần đơn giản, dễ hiểu, tập trung vào lợi ích thực tế như hoàn tiền, trả góp 0%, miễn lãi tối đa 45 ngày, ưu đãi ăn uống - du lịch - mua sắm.

Ngoài ra, PGD Thanh Khê cần tăng cường liên kết với các đối tác trên địa bàn như:

- ✓ Siêu thị, trung tâm thương mại.
- ✓ Nhà hàng, quán café.
- ✓ Spa, gym, trung tâm làm đẹp.
- ✓ Trường học, bệnh viện tư nhân.
- ✓ Đại lý du lịch, khách sạn.

Thông qua liên kết, ngân hàng có thể triển khai ưu đãi giảm giá khi thanh toán bằng thẻ OCB, hoàn tiền theo ngành hàng hoặc trả góp lãi suất 0%. Đây là cách kích thích khách hàng mở thẻ và tăng tần suất sử dụng thẻ hiện hữu.

Đồng thời, nên tổ chức các chương trình giới thiệu bạn bè mở thẻ nhận quà, thi đua bán thẻ theo tháng và sự kiện tư vấn trực tiếp tại doanh nghiệp.

3.3.4. Giải pháp kiểm soát rủi ro trong hoạt động thẻ

Hoạt động thẻ tín dụng luôn tiềm ẩn nhiều rủi ro như nợ quá hạn, gian lận giao dịch, giả mạo thông tin, lộ dữ liệu khách hàng. Vì vậy, mở rộng kinh doanh phải đi đôi với quản trị rủi ro hiệu quả.

Trước hết, ngân hàng cần nâng cao chất lượng thẩm định hồ sơ mở thẻ, đánh giá kỹ thu nhập, lịch sử tín dụng, khả năng trả nợ và mục đích sử dụng thẻ của khách hàng. Không chạy theo chỉ tiêu số lượng mà bỏ qua chất lượng tín dụng.

Bên cạnh đó, cần áp dụng hệ thống cảnh báo sớm đối với các trường hợp:

- ✍ Chậm thanh toán nhiều kỳ.
- ✍ Chỉ tiêu vượt ngưỡng bất thường.
- ✍ Giao dịch ở khu vực rủi ro cao.
- ✍ Rút tiền mặt liên tục.
- ✍ Sử dụng gần hết hạn mức trong thời gian ngắn.

Ngân hàng cũng cần tăng cường công nghệ bảo mật như OTP, xác thực đa lớp, thẻ chip EMV, khóa/mở thẻ trên ứng dụng, cảnh báo giao dịch tức thời.

Ngoài ra, công tác thu hồi nợ cần được thực hiện chủ động thông qua nhắc nợ sớm, tư vấn trả góp dư nợ, hỗ trợ khách hàng gặp khó khăn tạm thời nhằm hạn chế chuyển nhóm nợ xấu.

3.3.5. Giải pháp về nhân sự và cơ chế khuyến khích bán hàng

Con người là yếu tố quyết định sự thành công của mọi chiến lược kinh doanh. Do đó, muốn phát triển mạnh mẽ thẻ tín dụng, PGD Thanh Khê cần xây dựng đội ngũ nhân sự có năng lực chuyên môn cao và tinh thần bán hàng chủ động.

Ngân hàng cần tổ chức đào tạo định kỳ về:

- Kiến thức sản phẩm thẻ tín dụng.
- Kỹ năng tìm kiếm khách hàng.
- Kỹ năng tư vấn và chốt bán.
- Kỹ năng chăm sóc sau bán.
- Kiến thức pháp lý và quản trị rủi ro.
- Kỹ năng bán hàng trên nền tảng số.

Song song với đó, cần xây dựng cơ chế lương thưởng minh bạch, công bằng và tạo động lực. Chỉ tiêu đánh giá không nên chỉ dừng ở số lượng thẻ phát hành mà cần gắn với:

- Tỷ lệ thẻ kích hoạt thành công.
- Doanh số chỉ tiêu thực tế.
- Chất lượng khách hàng.
- Tỷ lệ nợ quá hạn.
- Mức độ hài lòng của khách hàng.

Ngoài ra, PGD có thể tổ chức các chương trình thi đua nội bộ theo tháng, quý để tạo động lực làm việc và nâng cao tinh thần cạnh tranh tích cực.

3.4. Kiến nghị

Để các giải pháp phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê được triển khai hiệu quả và mang lại kết quả thực tế, bên cạnh sự nỗ lực của đơn vị thì vẫn cần có sự hỗ trợ đồng bộ từ Hội sở OCB, Ngân hàng Nhà nước và các cơ quan, tổ chức có liên quan. Việc phối hợp giữa các bên sẽ tạo ra môi trường thuận lợi hơn cho hoạt động kinh doanh thẻ phát triển ổn định, an toàn và bền vững trong thời gian tới.

3.4.1. Đối với Hội sở OCB

Hội sở OCB giữ vai trò định hướng chiến lược, ban hành chính sách và hỗ trợ nguồn lực cho toàn hệ thống. Vì vậy, để PGD Thanh Khê nói riêng và các đơn vị kinh doanh nói chung phát triển tốt hoạt động thẻ tín dụng, Hội sở cần quan tâm nhiều hơn đến những nội dung sau:

Trước hết, Hội sở cần tiếp tục đầu tư mạnh vào nền tảng công nghệ phục vụ hoạt động thẻ. Trong bối cảnh khách hàng ngày càng quan tâm đến tốc độ xử lý giao dịch, tính an toàn và sự thuận tiện khi sử dụng dịch vụ, việc nâng cấp hệ thống thẻ, ứng dụng ngân hàng số và các tiện ích thanh toán là rất cần thiết. Hệ thống công nghệ hiện đại sẽ giúp quá trình phát hành thẻ nhanh hơn, xử lý giao dịch ổn định hơn, đồng thời hạn chế rủi ro gian lận và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Bên cạnh đó, Hội sở cần nghiên cứu đơn giản hóa quy trình phát hành thẻ tín dụng theo hướng tinh gọn, linh hoạt nhưng vẫn đảm bảo kiểm soát rủi ro. Hiện nay, một số khách hàng vẫn còn e ngại khi mở thẻ do thủ tục chứng minh thu nhập hoặc thời gian xét duyệt kéo dài. Vì vậy, cần đẩy mạnh số hóa hồ sơ, ứng dụng eKYC, tận dụng dữ liệu giao dịch nội bộ để chấm điểm tín dụng và rút ngắn thời gian phê duyệt hồ sơ cho khách hàng đủ điều kiện.

Ngoài ra, Hội sở nên đa dạng hóa sản phẩm thẻ tín dụng để phù hợp với từng phân khúc khách hàng. Thực tế nhu cầu của khách hàng hiện nay rất khác nhau, có người quan tâm hoàn tiền mua sắm, có người thích tích điểm du lịch, có người cần trả góp linh hoạt hoặc ưu đãi ăn uống. Nếu sản phẩm đa dạng, ngân hàng sẽ dễ tiếp cận nhiều nhóm khách hàng hơn và nâng cao khả năng cạnh tranh với các ngân hàng khác.

Một nội dung quan trọng khác là tăng cường hỗ trợ marketing cho các chi nhánh và phòng giao dịch. Trong nhiều trường hợp, đơn vị kinh doanh có tiềm năng khách hàng nhưng nguồn lực quảng bá còn hạn chế. Hội sở nên triển khai các chiến dịch truyền thông thống nhất trên toàn hệ thống, kết hợp hỗ trợ ngân sách quảng cáo địa phương, cung cấp bộ nhận diện truyền thông chuyên nghiệp và chương trình ưu đãi hấp dẫn để đơn vị dễ tiếp cận khách hàng.

Song song với đó, Hội sở cần xây dựng cơ chế lương thưởng và chính sách bán hàng hợp lý cho đội ngũ nhân viên kinh doanh thẻ. Chính sách động lực tốt sẽ giúp nhân viên chủ động tìm kiếm khách hàng, tăng tinh thần cạnh tranh tích cực và nâng cao hiệu quả công việc. Tuy nhiên, chỉ tiêu giao xuống đơn vị cũng cần phù hợp thực tế thị trường từng khu vực, tránh gây áp lực quá lớn dẫn đến chạy theo số lượng mà bỏ quên chất lượng khách hàng.

Ngoài ra, Hội sở nên thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu về sản phẩm thẻ tín dụng, kỹ năng bán hàng, kỹ năng chăm sóc khách hàng và quản trị rủi ro cho cán bộ nhân viên tại cơ sở. Khi nhân viên được cập nhật kiến thức thường xuyên, khả năng tư vấn và phục vụ khách hàng sẽ chuyên nghiệp hơn.

Nhìn chung, nếu Hội sở có định hướng rõ ràng, đầu tư đúng trọng tâm và hỗ trợ sát thực tế, hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại PGD Thanh Khê sẽ có điều kiện phát triển nhanh và bền vững hơn trong thời gian tới.

3.4.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước

Ngân hàng Nhà nước là cơ quan quản lý trực tiếp lĩnh vực tiền tệ và hoạt động ngân hàng, do đó có vai trò rất quan trọng trong việc tạo lập môi trường pháp lý thuận lợi cho dịch vụ thẻ tín dụng phát triển an toàn, minh bạch.

Trước hết, Ngân hàng Nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống văn bản pháp lý liên quan đến hoạt động phát hành và sử dụng thẻ tín dụng. Trong bối cảnh thị trường thay đổi nhanh, xuất hiện nhiều hình thức thanh toán mới, các quy định cũng cần được cập nhật kịp thời để phù hợp thực tế. Việc có khung pháp lý rõ ràng sẽ giúp ngân hàng

thuận lợi hơn trong triển khai sản phẩm, đồng thời bảo vệ quyền lợi chính đáng của khách hàng.

Bên cạnh đó, Ngân hàng Nhà nước cần tăng cường công tác giám sát, kiểm tra hoạt động thẻ tại các tổ chức tín dụng nhằm hạn chế tình trạng cạnh tranh không lành mạnh, cấp thẻ thiếu kiểm soát hoặc thu phí không minh bạch. Việc giám sát chặt chẽ sẽ góp phần giúp thị trường phát triển lành mạnh và bền vững hơn.

Một vấn đề rất quan trọng hiện nay là rủi ro gian lận công nghệ cao trong thanh toán điện tử. Vì vậy, Ngân hàng Nhà nước cần phối hợp với các ngân hàng thương mại và cơ quan chức năng xây dựng cơ chế cảnh báo sớm, chia sẻ thông tin về các hình thức lừa đảo mới, nâng cao tiêu chuẩn bảo mật trong thanh toán thẻ và hỗ trợ xử lý sự cố phát sinh trên toàn hệ thống.

Ngoài ra, Trung tâm Thông tin tín dụng quốc gia (CIC) cần tiếp tục nâng cao chất lượng dữ liệu, cập nhật thông tin nhanh chóng và chính xác hơn. Đây là cơ sở quan trọng để các ngân hàng đánh giá lịch sử tín dụng của khách hàng trước khi cấp thẻ tín dụng, qua đó hạn chế rủi ro nợ xấu.

Ngân hàng Nhà nước cũng nên tiếp tục đẩy mạnh các chương trình thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt trên phạm vi cả nước. Khi thói quen sử dụng tiền mặt dần thay đổi, nhu cầu sử dụng thẻ tín dụng và các dịch vụ thanh toán hiện đại sẽ tăng lên, tạo điều kiện thuận lợi cho ngân hàng phát triển sản phẩm.

Có thể thấy rằng, sự hỗ trợ về chính sách và quản lý từ Ngân hàng Nhà nước là yếu tố nền tảng để thị trường thẻ tín dụng phát triển đúng hướng, an toàn và hiệu quả.

3.4.3. Đối với các cơ quan liên quan

Bên cạnh Hội sở OCB và Ngân hàng Nhà nước, việc phát triển hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng cũng cần sự phối hợp từ các cơ quan quản lý địa phương, doanh nghiệp, đơn vị cung ứng dịch vụ và cả người tiêu dùng.

Trước hết, các cơ quan quản lý nhà nước tại địa phương cần khuyến khích mở rộng thanh toán không dùng tiền mặt trong các lĩnh vực công như học phí, viện phí, điện nước, thuế, lệ phí hành chính... Khi người dân quen với việc thanh toán qua ngân hàng trong các khoản chi tiêu hằng ngày, khả năng tiếp cận và sử dụng thẻ tín dụng cũng sẽ tăng lên.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp trên địa bàn nên phối hợp với ngân hàng trong việc chi trả lương qua tài khoản và triển khai chương trình phúc lợi tài chính cho nhân viên.

Đây là cơ sở thuận lợi để ngân hàng tiếp cận nhóm khách hàng có thu nhập ổn định và phát hành thẻ tín dụng phù hợp.

Đối với các đơn vị bán lẻ, siêu thị, trung tâm thương mại, nhà hàng, khách sạn và cơ sở dịch vụ, cần tiếp tục mở rộng chấp nhận thanh toán qua POS, QR code và các hình thức thanh toán điện tử khác. Khi mạng lưới thanh toán ngày càng rộng, khách hàng sẽ có nhiều cơ hội sử dụng thẻ hơn, từ đó thúc đẩy doanh số thanh toán không tiền mặt.

Ngoài ra, các cơ quan chức năng cần tăng cường đấu tranh với tội phạm công nghệ cao, lừa đảo qua điện thoại, giả mạo website ngân hàng, đánh cắp thông tin thẻ và các hành vi gian lận tài chính khác. Đây là yếu tố rất quan trọng để tạo niềm tin cho người dân khi sử dụng thẻ tín dụng.

Mặt khác, các cơ quan truyền thông, trường học và tổ chức xã hội cũng nên đẩy mạnh tuyên truyền kiến thức tài chính cá nhân, kỹ năng sử dụng thẻ an toàn, quản lý chi tiêu hợp lý và trách nhiệm thanh toán đúng hạn. Khi người dân có hiểu biết tài chính tốt hơn, việc sử dụng thẻ tín dụng sẽ hiệu quả và an toàn hơn.

Tóm lại, sự phối hợp đồng bộ giữa ngân hàng, cơ quan quản lý, doanh nghiệp và xã hội sẽ góp phần hình thành môi trường thanh toán hiện đại, minh bạch và tạo điều kiện thuận lợi để hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng phát triển mạnh mẽ trong thời gian tới.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trên cơ sở phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông - PGD Thanh Khê trong giai đoạn 2023 - 2025, chương 3 đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của đơn vị trong thời gian tới. Các giải pháp được đưa ra tập trung vào việc mở rộng tệp khách hàng, nâng cao chất lượng dịch vụ, đẩy mạnh hoạt động marketing, phát triển công nghệ và tăng cường kiểm soát rủi ro trong hoạt động thẻ tín dụng.

Bên cạnh đó, chương cũng nhấn mạnh vai trò của việc đa dạng hóa sản phẩm thẻ, tăng cường các chương trình ưu đãi, mở rộng mạng lưới liên kết thanh toán và nâng cao năng lực đội ngũ nhân viên nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng. Đồng thời, việc ứng dụng công nghệ hiện đại và nâng cao công tác quản lý rủi ro được xem là yếu tố quan trọng giúp ngân hàng phát triển hoạt động thẻ tín dụng theo hướng an toàn và bền vững.

Ngoài các giải pháp đối với đơn vị, chương 3 cũng đưa ra một số kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và hội sở OCB nhằm tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hoạt động phát triển thẻ tín dụng trong thời gian tới.

Nhìn chung, các giải pháp và kiến nghị được đề xuất trong chương này là cơ sở quan trọng góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng thị phần của ngân hàng trong bối cảnh xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng phát triển.

KẾT LUẬN CHUNG

Trong bối cảnh thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng phát triển, hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh và gia tăng nguồn thu dịch vụ của các ngân hàng thương mại. Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Phương Đông (OCB) - PGD Thanh Khê giai đoạn 2023 - 2025, khóa luận đã làm rõ những kết quả đạt được cũng như các hạn chế còn tồn tại trong quá trình triển khai hoạt động thẻ tín dụng tại đơn vị.

Kết quả nghiên cứu cho thấy hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê đã có sự phát triển nhất định thông qua việc gia tăng số lượng thẻ phát hành, doanh số thanh toán và doanh thu từ hoạt động thẻ. Đồng thời, đơn vị cũng từng bước nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng đối tượng khách hàng và triển khai nhiều chương trình ưu đãi nhằm đáp ứng nhu cầu thanh toán hiện đại của khách hàng.

Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của đơn vị vẫn còn gặp một số khó khăn như áp lực cạnh tranh ngày càng lớn, thói quen sử dụng tiền mặt của khách hàng còn phổ biến, hiệu quả khai thác một số sản phẩm thẻ chưa cao và rủi ro trong hoạt động thẻ vẫn còn tiềm ẩn. Trên cơ sở đó, khóa luận đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê như mở rộng tệp khách hàng, đẩy mạnh hoạt động marketing, nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa sản phẩm thẻ, ứng dụng công nghệ hiện đại và tăng cường công tác quản lý rủi ro.

Nhìn chung, các giải pháp được đề xuất kỳ vọng sẽ góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng tại OCB - PGD Thanh Khê trong thời gian tới, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh của đơn vị trong bối cảnh xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt ngày càng phát triển.

DANH MỤC THAM KHẢO

1. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2024), Thông tư số 18/2024/TT-NHNN ngày 28/6/2024 quy định về hoạt động thẻ ngân hàng, Hà Nội.
2. Tác giả PGS.TS.Trần Thị Xuân Hương & Th.S Hoàng Thị Minh Ngọc (2022), Giáo trình Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại, Đại học Kinh tế TP.HCM, Nhà xuất bản Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.
3. Tác giả Nguyễn Văn Tiến (2021), Giáo trình Thanh toán quốc tế và dịch vụ ngân hàng, Học viện Ngân hàng, 2021; Đại học Kinh tế Quốc dân, Nhà xuất bản H.
4. Hướng dẫn về phát hành và thanh toán thẻ tín dụng Master Card - Tài liệu nội bộ của Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng - PGD Thanh Khê.
5. Ngân hàng TMCP Phương Đông - PGD Thanh Khê (2023), Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2023, Đà Nẵng.
6. Ngân hàng TMCP Phương Đông - PGD Thanh Khê (2024), Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2024, Đà Nẵng.
7. Ngân hàng TMCP Phương Đông - PGD Thanh Khê (2025), Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2025, Đà Nẵng.
8. Ngân hàng TMCP Phương Đông - PGD Thanh Khê (2025), Báo cáo hoạt động thẻ giai đoạn 2023 - 2025, Đà Nẵng.
9. Ngân hàng TMCP Phương Đông - Chi nhánh Đà Nẵng (2025), Báo cáo tổng kết hoạt động dịch vụ thẻ, Đà Nẵng.
10. Website: <https://ocb.com.vn/vi/ca-nhan/the/the-tin-dung>
11. Website: <https://www.ocb.com.vn/vi/nha-dau-tu/bao-cao-thuong-nien>
12. Website: <https://www.ocb.com.vn/vi/cong-cu/bieu-phi>