

Hoạt động phát hành và thanh toán thẻ của ngân hàng thương mại - thị trường tiềm năng

ThS. ĐÀO THỊ LAN HƯƠNG

Học viện Ngân hàng

Là một sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại, đa tiện ích, thẻ ngân hàng ra đời đã làm thay đổi cách thức chi tiêu, giao dịch thanh toán của cộng đồng xã hội. Với tính linh hoạt và các tiện ích mà nó mang lại cho mọi chủ thể liên quan, thẻ ngân hàng đã và đang thu hút được sự quan tâm của cả cộng đồng và ngày càng khẳng định vị trí của nó trong hoạt động kinh doanh ngân hàng.

Tại các quốc gia phát triển, dịch vụ thẻ ra đời từ rất sớm và đã nhanh chóng trở thành phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt được yêu thích của nhiều người vì độ an toàn và sự tiện lợi. Ở Việt Nam, thẻ thanh toán ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc thực hiện chủ trương của Chính phủ về việc đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền mặt. Tuy nhiên, dịch vụ này được các ngân hàng thương mại (NHTM) ứng dụng phát triển khá muộn. Các ngân hàng VCB, ACB là những ngân hàng đi tiên phong với vai trò là đại lý thanh toán thẻ quốc tế từ những năm 1991-1992 và chính thức trở thành thành viên của tổ chức thẻ quốc tế từ những năm 1996-1997. Bên cạnh việc tham gia tích cực hơn vào mạng lưới phát hành và thanh toán thẻ tín dụng quốc tế thì nhiều sản phẩm

thẻ ghi nợ nội địa được phát hành như Connect24 của VCB, F@stAccess của Techcombank, thẻ đa năng của Ngân hàng Đông Á... Đồng thời VCB triển khai hệ thống giao dịch ATM dựa trên nền tảng kết nối trực tuyến toàn hệ thống. Song với những tiện ích vốn có, dịch vụ thẻ cũng đã nhanh chóng phát triển và trở thành phương tiện thanh toán khá phổ biến. Điều đó được thể hiện rất rõ ở số lượng thẻ phát hành, số lượng máy ATM, mạng lưới chấp nhận thẻ cũng như doanh số thanh toán thẻ của các NHTM tăng trưởng khá nhanh trong những năm qua.

1. Hoạt động phát hành thẻ

Với chủ trương phát triển thanh toán điện tử với nhiều sản phẩm, dịch vụ mới nhằm giảm thanh toán bằng tiền mặt, tạo thói quen thanh toán không dùng tiền mặt trong bộ phận lớn dân cư,

Bảng 1. Số thương hiệu thẻ và số lượng thẻ phát hành

Năm	Số thương hiệu thẻ (lũy kế)	Tổng số thẻ phát hành (lũy kế) (triệu thẻ)
2006	70	5,1
2007	95	9,34
2008	160	15,03
2009	210	22
2010	234	31,7
2011	285	42,3
9/2012	339	60

Nguồn: Báo cáo của Hội thẻ Ngân hàng Việt Nam

ngày 29/12/2006, Thủ tướng Chính phủ đã ký Quyết định số 291/2006/QĐ-TTg phê duyệt đề án “Thanh toán không dùng tiền mặt” giai đoạn 2006- 2010, theo đó, mục tiêu đến 2020, về cơ bản Việt Nam sẽ không còn thanh toán bằng tiền mặt trong thu chi ngân sách. Đề án là cơ sở pháp lý quan trọng cho hoạt động thẻ thanh toán đáp ứng nhu cầu phát triển của nền kinh tế, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập khu vực và thế giới của Việt Nam. Năm 2007, cơ sở pháp lý cho việc phát triển thẻ ngân hàng đã hoàn thiện thêm một bước với Quyết định số 20/2007/QĐ-NHNN ngày 15/5/2007 của Thống đốc NHNN ban hành quy chế phát hành, sử dụng, thanh toán và

trường thẻ Việt Nam đã có sự phát triển mạnh mẽ. Thẻ ngân hàng đang trở thành phương tiện thanh toán phổ biến, được nhiều người sử dụng và tiếp tục phát triển mạnh. Tính đến cuối tháng 9/2012 đã có 52 tổ chức đăng ký phát hành thẻ với hơn 300 thương hiệu thẻ khác nhau.

Với sự cố gắng, nỗ lực của các ngân hàng, số lượng thẻ trên thị trường Việt Nam đã tăng lên đáng kể. Lượng thẻ trong lưu thông hiện đã đạt 60 triệu thẻ (tăng gấp 12 lần so với cuối năm 2006), trong đó thẻ ghi nợ chiếm khoảng 94%, thẻ tín dụng chiếm khoảng 2,5%, thẻ trả trước chiếm khoảng 3,5%.

Cùng với sự phát triển của

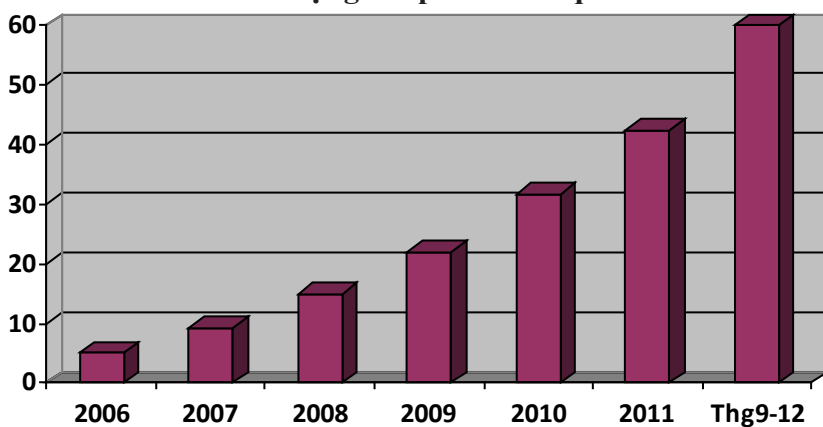
cung cấp dịch vụ hỗ trợ thẻ ngân hàng. Sau khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Quốc tế (WTO), thị

công nghệ và nhu cầu thị trường, thị trường thẻ Việt Nam có tốc độ phát triển nhanh, đến cuối năm 2012 có khoảng 60 triệu thẻ được phát hành. Tuy nhiên, đây vẫn được coi là thị trường đầy tiềm năng, và là cơ hội để các ngân hàng đẩy mạnh đầu tư. Là ngân hàng đầu tiên tham gia vào thị trường thẻ, cho đến nay, theo nghiên cứu của Nielsen, Vietcombank vẫn là ngân hàng giữ vị trí đứng đầu trong việc cung cấp dịch vụ thẻ cho khách hàng với số lượng khách hàng toàn quốc chiếm 30%, tiếp đến là Agribank (17%). Thị trường Hà Nội vẫn là thị trường chủ đạo của Vietcombank với 39% khách hàng được phỏng vấn sử dụng thẻ ATM của Vietcombank, tiếp theo là Agribank (18%) và BIDV (14%). Ở Tp. Hồ Chí Minh, vị trí đầu trong hoạt động thẻ vẫn thuộc về Vietcombank, tiếp theo sau là Agribank. Theo đánh giá của Hiệp hội Thẻ, không chỉ dẫn đầu thị phần về phát hành, Vietcombank còn đứng đầu hệ thống về doanh số thanh toán thẻ quốc tế với thị phần là 56,2%, tiếp theo là CTG (12,4%). Đối với thanh toán thẻ nội địa, Vietcombank dẫn đầu với thị phần là 37,4%, tiếp sau là Agribank (8,9%) và CTG (5,4%).

2. Hoạt động phát triển hệ thống thanh toán thẻ

Gắn liền với việc phát hành thẻ, các ngân hàng cũng đã chú trọng đến công tác phát triển mạng lưới chấp nhận thanh toán thẻ và đầu tư cơ sở kỹ thuật cho hoạt động thanh toán

Biểu đồ 1. Số lượng thẻ phát hành qua các năm



Nguồn: Báo cáo của Hội thẻ Ngân hàng Việt Nam

thẻ. Số lượng máy ATM (Máy rút tiền tự động), POS (Điểm chấp nhận thẻ) trong mấy năm gần đây có xu hướng tăng cả về số lượng lẫn chất lượng.

Tính đến tháng 9/2012, toàn thị trường đã có 14.030 máy ATM, tăng hơn 4 lần so với năm 2006 và đã có tới hơn 94.500 điểm chấp nhận thanh toán thẻ POS, tăng hơn 6 lần so với năm 2006. Bên cạnh việc cung cấp các dịch vụ cơ bản như rút tiền mặt, chuyển khoản..., các ngân hàng còn triển khai nhiều tính năng gia tăng tiện ích trên hệ thống ATM như thanh toán hóa đơn dịch vụ nước, điện, viễn thông, bảo hiểm... Các ngân hàng cũng tích cực mở rộng mạng lưới và đẩy mạnh kết nối liên thông hệ thống ATM và POS. Hiện nay các ngân hàng đã liên kết tạo thành các liên minh thẻ. Đây là việc làm có ý nghĩa hết sức quan trọng đối với thị trường thẻ Việt Nam, nó tạo ra sự kết nối liên thông giữa hệ

thống thanh toán thẻ của tất cả các ngân hàng trong nước, mang lại tính thống nhất cho toàn hệ thống ATM và tạo ra một mạng lưới thanh toán thẻ rộng khắp tại Việt Nam.

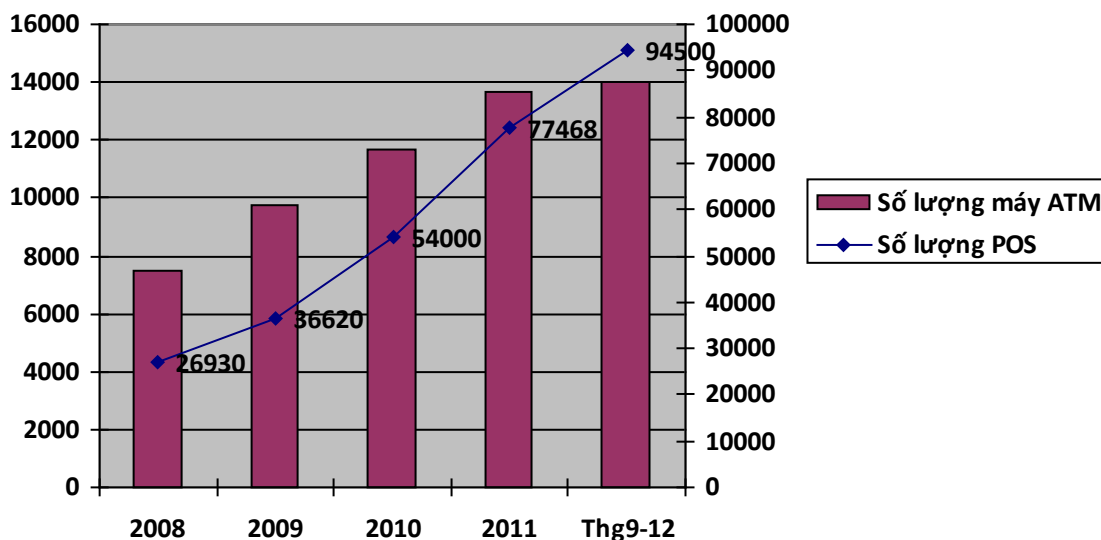
Việc ba liên minh thẻ lớn là Banknetvn, Smartlink, và VNBC hoàn thành việc kết nối các hệ thống ATM với nhau sẽ là tiền đề để các ngân hàng triển khai các dịch vụ thanh toán qua thẻ cũng như thanh toán liên ngân hàng nhằm hạn chế sử dụng tiền mặt trong nền kinh tế. Sự kết hợp này không chỉ góp phần gia tăng tiện ích cho chủ thẻ của các ngân hàng mà còn góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động thẻ của các ngân hàng. Thêm vào đó, việc các ngân hàng phát triển mạnh các dịch vụ ngân hàng trực tuyến (internet banking, home banking, mobile banking, ví điện tử...) sẽ rút ngắn khoảng cách giữa chủ thẻ và ngân hàng và giúp cho việc giao dịch thanh toán diễn ra thuận

tiện, nhanh chóng hơn.

3. Những khó khăn, vướng mắc của việc phát triển thị trường thẻ ngân hàng tại Việt Nam

- Thói quen dùng tiền mặt của người dân Việt Nam đã khiến chủ thẻ chưa khai thác triệt để chất lượng, tiện ích trên thẻ. Mục đích chính của việc sử dụng thẻ là thanh toán hàng hóa, dịch vụ thay vì dùng tiền mặt, nhưng thực tế 83% giao dịch thực hiện tại hệ thống ATM là để rút tiền mặt, việc chuyển khoản chủ yếu được thực hiện trong nội bộ từng ngân hàng. Người sử dụng còn chưa hiểu rõ tính năng tác dụng của các loại thẻ thanh toán. Mức thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam còn thấp cũng là một trở ngại cho việc sử dụng thẻ. Đối với nhiều người, thẻ thanh toán là một sản phẩm công nghệ hiện đại dành cho người giàu. Một số người khác thì không sử dụng vì không tin hoặc thiếu

Biểu đồ 2. Số lượng máy ATM và POS



Nguồn: Báo cáo của Hội Thẻ Ngân hàng Việt Nam

hiểu biết về việc sử dụng thẻ.

- Dịch vụ đi kèm ATM đã có nhưng chưa nhiều, hệ thống POS chưa phát triển rộng, thanh toán qua POS còn hạn chế; số lượng giao dịch qua POS còn ít, chỉ đạt chưa đến 5% doanh số bán hàng (*theo báo cáo của Hội thẻ ngân hàng Việt Nam*).

- Về cơ chế chính sách: Đối với dịch vụ thẻ, cho đến nay, các cơ quan quản lý vĩ mô như Chính phủ, NHNN, Bộ Tài chính vẫn chưa ban hành chính sách nhằm tạo một bước đột phá đối với dịch vụ thanh toán thẻ như: Quy định về các loại hình kinh doanh bắt buộc phải thanh toán qua thẻ, giảm thuế/hoàn thuế cho các giao dịch thanh toán bằng thẻ, miễn/giảm thuế nhập khẩu đối với thiết bị thanh toán thẻ EDC... Với sự phát triển của khoa học công nghệ và truyền thông, nhiều dịch vụ thanh toán mới ra đời nhưng hành lang pháp lý chưa được thiết lập; các cơ chế, chính sách nhằm thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt chưa thật đồng bộ, chưa khuyến khích đầu tư mạnh cho cơ sở hạ tầng; sự phối kết hợp giữa những biện pháp hành chính và biện pháp kích thích kinh tế chưa đủ mạnh để đưa chủ trương đi vào cuộc sống. Bộ Luật Hình sự của Việt Nam cũng chưa quy định tội danh và khung hình phạt cho những vi phạm trong lĩnh vực thanh toán thẻ.

- Về công nghệ ngân hàng: So với các công cụ thanh toán khác thì chi phí đầu tư đối với

lĩnh vực thẻ trong việc xây dựng hệ thống phát hành và thanh toán thẻ là rất lớn. Các NHTM đã cố gắng đổi mới công nghệ song vẫn còn lạc hậu so với nhiều nước trong khu vực và trên thế giới. Cơ sở hạ tầng kỹ thuật phục vụ thanh toán còn hạn chế, phát triển chưa đồng bộ. Số lượng máy ATM và POS phục vụ cho việc thanh toán thẻ mặc dù đã tăng lên nhưng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu sử dụng của khách hàng dẫn đến tình trạng nhiều máy ATM thường xuyên bị quá tải vào những giờ cao điểm. Việc các máy ATM, POS của ngân hàng gặp sự cố, bị lỗi dẫn đến khách hàng không thể thực hiện được giao dịch làm cho lòng tin của khách hàng bị giảm sút.

- Về nguồn nhân lực: Hầu hết các ngân hàng chưa có đội ngũ cán bộ giỏi và kinh nghiệm trong lĩnh vực này để đảm bảo thông suốt, an toàn cho hoạt động thẻ. Hơn nữa, Việt Nam chưa có chương trình đào tạo nào chuyên sâu về thẻ nên việc cập nhật thông tin, kiến thức còn hạn chế.

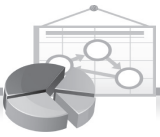
- Về rủi ro trong phát hành và thanh toán thẻ: Kinh doanh thẻ được coi là khá an toàn so với các loại hình dịch vụ khác của ngân hàng. Tuy vậy, đối với các tổ chức phát hành và thanh toán thẻ, việc phòng ngừa và quản lý rủi ro vẫn là một vấn đề quan trọng. Rủi ro trong hoạt động thanh toán thẻ của ngân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

Số lượng máy ATM tuy có tăng, nhưng phân bố chủ yếu ở các thành phố lớn, các khu công nghiệp. Vẫn còn tình trạng, khách hàng có trong tay thẻ tín dụng nhưng thay vì sử dụng thẻ tín dụng, lại rút tiền từ ATM để thanh toán bởi họ chưa nhận thấy lợi ích của việc thanh toán qua thẻ tín dụng. Hay tình trạng một đơn vị chấp nhận thẻ cùng tồn tại nhiều thiết bị POS của các ngân hàng khác nhau để phục vụ cho các giao dịch bằng thẻ, gây lãng phí trong đầu tư của các ngân hàng và khiến đơn vị chấp nhận thẻ cũng chưa mặn mà với việc thanh toán bằng thẻ.


sau:

+ *Rủi ro do giả mạo*: Giả mạo có thể xảy ra trong toàn bộ quá trình kinh doanh thẻ từ khâu phát hành đến khâu thanh toán. Giả mạo thẻ có thể chia thành các loại sau: Đơn xin phát hành thẻ giả mạo, thẻ giả (bao gồm thẻ bị đập nổi lại, thẻ bị mã hoá lại, thẻ bị làm giả hoàn toàn); đơn vị chấp nhận thẻ giả mạo; sao chép và tạo băng từ giả (Skimming); các giao dịch thanh toán không có sự xuất trình thẻ (giao dịch qua mạng, fax...). Nguyên nhân gây ra rủi ro loại này là do sự lơ đãng của chủ thẻ để lộ các

xem tiếp trang 32



mức đòn bẩy rất thấp hoặc một số ít doanh nghiệp hoàn toàn dựa trên vốn tự có.

Trong mô hình nghiên cứu không có sự hiện diện của ngân hàng trung ương và cho phép các ngân hàng dễ dàng phá sản giải thể, tuy vậy, trên thực tế ở Việt Nam sự sống còn của các ngân hàng thương mại, mức độ đòn bẩy tài chính của các doanh nghiệp, chu kỳ đòn bẩy sẽ chịu ảnh hưởng rất lớn bởi sự tác động của Ngân hàng Nhà nước. Như vậy, với sự điều tiết kịp thời, hợp lý đặt mục tiêu hàng đầu là phát triển bền vững không chạy theo mục tiêu tăng trưởng cao trong bối cảnh khó khăn chung của nền kinh tế thế giới thì việc phòng tránh và vượt qua khủng hoảng là có thể thực hiện được. 

Tài liệu tham khảo

1. Báo cáo của Chính phủ tại kỳ họp Quốc hội khóa XIII 9/2012
2. NGND.PGS.TS Tô Ngọc Hưng-TS. Nguyễn Đức Trung, Hoạt động ngân hàng Việt Nam bức tranh toàn cảnh năm 2012 và khuyến nghị chính sách năm 2013, Tạp chí Khoa học và Đào tạo Ngân hàng 128+129, 2013
3. Godin.A & Kinsellay.S. *Leverage, Liquidity, and Crisis: A Simulation Study*, 2011
4. Tobias Adrian and Hyun Song Shin. *Liquidity and leverage*. *Journal of Financial Intermediation*, 19(3):418 – 437, 2010.
5. Varouj A. Aivazian, Ying Ge, and Jiaping Qiu. *The impact of leverage on firm investment: Canadian evidence*. *Journal of Corporate Finance*, 11(1-2):277 – 291, 2005.
6. David B. Audretsch and Julie

Ann Elston. Does firm size matter? Evidence on the impact of liquidity constraints on firm investment behavior in Germany.

7. Michael B. Devereux and James Yetman. *Leverage constraints and the international transmission of shocks*. *Journal of Money, Credit and Banking*, 42: 71–105, 2010.

tiếp theo trang 18

thông tin cá nhân liên quan đến thẻ, hoặc bị kẻ gian thực hiện skimming trong quá trình chi tiêu, nhất là qua các giao dịch qua mạng...

+ *Rủi ro tín dụng*: Thường xảy ra ở các loại thẻ tín dụng, khi chủ thẻ không có khả năng thanh toán hoặc không thanh toán đầy đủ các khoản chi tiêu bằng thẻ tín dụng. Nguyên nhân gây ra rủi ro này là do khâu thẩm định khách hàng không cẩn thận, không nắm bắt đầy đủ các thông tin về khách hàng, không sử dụng các biện pháp đảm bảo cần thiết...

+ *Rủi ro về kỹ thuật*: Đây là loại rủi ro liên quan đến hệ thống quản lý thẻ, như các sự cố về nghẽn mạng, các trục trặc về xử lý thông tin, bảo mật... Nguyên nhân gây ra rủi ro này có thể do sự cố bất khả kháng, nhưng cũng có thể do nguyên nhân chủ quan là hệ thống không được đầu tư đúng mức, công tác cập nhật, bảo quản không được quan tâm một cách nghiêm túc để kẻ gian xâm nhập hệ thống đánh cắp dữ liệu, thông tin...

+ *Rủi ro về đạo đức của cán bộ ngân hàng*: Đây là loại rủi ro liên quan đến cán bộ ngân

hàng trong lĩnh vực kinh doanh thẻ. Đó là hành vi cán bộ lợi dụng vị trí công tác, sự hiểu biết của mình về nghiệp vụ thẻ, quy trình tác nghiệp không chặt chẽ... để thực hiện các hành vi gian lận, giả mạo gây tổn thất cho ngân hàng. Nguyên nhân gây ra loại rủi ro này là do cán bộ thoái hoá, biến chất, công tác soạn thảo quy trình tác nghiệp, kiểm tra kiểm soát nội bộ không được thực hiện đúng chuẩn mực.

- Về công tác tuyên truyền, quảng cáo: Thẻ là một sản phẩm dịch vụ mới nên rất cần có những hoạt động hỗ trợ, tuyên truyền, quảng cáo. Các ngân hàng Việt Nam chưa tổ chức hoạt động xúc tiến phát triển thị trường thẻ một cách khoa học, người sử dụng chưa được phổ biến một cách đầy đủ về tiện ích của thẻ. Ngay cả tầng lớp trí thức, nhận thức về thẻ cũng chưa rõ ràng.

Giải quyết được những vướng mắc trên thì đó cũng là những giải pháp nhằm phát triển thị trường thẻ Việt Nam trong thời gian tới. Lợi thế của Việt Nam hiện nay là chúng ta đang có một “tháp dân số vàng” với 56,3% dân số đang trong độ tuổi lao động, tầng lớp trung lưu và cư dân đô thị tăng lên nhanh chóng chính là khách hàng tiềm năng của hoạt động kinh doanh thẻ của các ngân hàng. Thị trường thẻ sẽ tiếp tục phát triển. Tuy nhiên, cần phải phát triển thị trường theo cả chiều rộng và chiều sâu, theo hướng gia tăng tiện

xem tiếp trang 57