

PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐÔNG NAM Á

DEVELOPING CREDIT CARDS SERVICES AT SOUTHEAST ASIA COMMERCIAL BANK

Nguyễn Ngọc Hải

Khoa Tài chính Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

Đến Tòa soạn ngày 27/04/2020, chấp nhận đăng ngày 02/06/2020

Tóm tắt: Thẻ ngân hàng (NH) nói chung và thẻ tín dụng nói riêng là một trong những công cụ thanh toán không dùng tiền mặt (TTKDTM) ngày càng trở nên phổ biến và hấp dẫn được nhiều khách hàng sử dụng. Chính vì vậy, thị trường thẻ NH hiện nay đang chứng kiến sự cạnh tranh quyết liệt giữa các NH trong hoạt động cung cấp dịch vụ thẻ tín dụng cho khách hàng. Đối với mỗi NH, việc phải tự tìm ra giải pháp nhằm thu hút khách hàng đến với NH của mình là vô cùng quan trọng. Trên cơ sở khái quát thực trạng phát triển dịch vụ thẻ tín dụng tại NH thương mại cổ phần Đông Nam Á (SeABank), bài viết đề xuất một số giải pháp cụ thể nhằm phát triển dịch vụ thẻ tín dụng của SeABank.

Từ khóa: Dịch vụ thẻ tín dụng, SeABank.

Abstract: Bank cards in general and credit cards in particular are one of the Non-Cash Payment instruments that are becoming more and more popular and attractive to many customers. Therefore, the current bank card market is witnessing fierce competition among banks in providing credit card services to customers. For each bank, it is very important to find solutions to attract customers to their banks. Based on an overview of the current situation of developing credit card services at Southeast Asia Commercial Joint Stock Bank (SeABank), the article proposes a number of specific solutions to develop credit card services of SeABank.

Keywords: Credit card services, SeABank.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong xu thế phát triển của nền kinh tế thị trường, hình thức TTKDTM đang ngày càng phát triển mạnh mẽ. TTKDTM là một phương thức thanh toán đem lại nhiều lợi ích cho tất cả các bên tham gia vào quá trình thanh toán và tổng thể nền kinh tế. Thẻ NH là một trong những công cụ TTKDTM với nhiều tiện ích, do NH phát hành cho khách hàng để thực hiện các giao dịch thẻ. Có nhiều phương thức phân loại thẻ NH, thông thường phân loại theo bản chất của thẻ NH (trả trước/ trả sau) có thể chia

thẻ NH thành 2 loại là thẻ cần nạp tiền mới dùng được (ATM, Debit, Prepaid) và thẻ thanh toán trả sau (thẻ tín dụng). Thẻ tín dụng là một tấm thẻ tích hợp con chip có chứa các thông tin của chủ thẻ và liên kết với NH phát hành thẻ. Tùy theo thu nhập, khả năng tài chính và lịch sử tín dụng của khách hàng, NH sẽ cấp cho khách hàng một hạn mức tín dụng phù hợp. Theo thông tư 23/2011/TT-NHNN, thẻ tín dụng là một hình thức thay thế cho việc thanh toán trực tiếp. Hình thức thanh toán này được thực hiện dựa trên uy tín. Chủ thẻ không

cần phải trả tiền mặt ngay khi mua hàng. Nếu những chiếc thẻ tín dụng quốc tế đầu tiên của Việt Nam được NH Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) và NH Á châu (ACB) phát hành vào năm 1996 thì phải đến 14 năm sau, tức là cuối năm 2010 SeABank mới chính thức kết hợp với tổ chức MasterCard tung ra chiếc thẻ tín dụng đầu tiên của mình. Bài báo của tác giả trình bày thực trạng tình hình phát triển dịch vụ thẻ tín dụng đối với khách hàng cá nhân của SeABank trong giai đoạn 6 năm từ 2014-2019. Qua đó đề xuất các giải pháp cụ thể và có tính thực tiễn cao, phù hợp với SeABank nhằm phát triển hơn nữa dịch vụ thẻ tín dụng tại NH này.

2. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TÍN DỤNG TẠI SEABANK

2.1. Giới thiệu chung về thẻ tín dụng của SeABank

Tính đến thời điểm cuối năm 2019, SeABank đã và đang liên kết với 06 thương hiệu thẻ phổ biến nhất bao gồm 3 tổ chức thẻ là Napas, Visa, MasterCard, và 3 loại thẻ quốc tế khác là Amex, Dinner, JCB. Theo đó đối với sản phẩm thẻ tín dụng dành cho cá nhân, SeABank hiện đang liên kết với Visa và MasterCard phát hành các 4 dòng thẻ: SeA-Easy, SeABank Visa Platinum, SeABank Visa Classic, SeALady (Visa/MasterCard). Cá nhân là người Việt Nam hoặc công dân nước ngoài từ đủ 18 tuổi đến tối đa 65 tuổi thỏa mãn một số điều kiện cụ thể và thu nhập theo yêu cầu của SeABank đều có thể đăng ký đề nghị phát hành thẻ. Đối với khách hàng mở thẻ tín dụng không có tài sản đảm bảo, yêu cầu tối thiểu về thu nhập hàng tháng để mở thẻ tín dụng SeALady Cashback, thẻ tín dụng quốc tế SeABank Visa chuẩn là 8 triệu đồng, thẻ tín dụng quốc tế SeABank Visa vàng là 16 triệu đồng và thẻ tín dụng quốc tế SeABank Visa Platinum yêu cầu mức thu nhập tối thiểu là 40 triệu đồng/ tháng. Khách hàng sở hữu 2 dòng

thẻ tín dụng quốc tế SeaBank Visa Classic và thẻ tín dụng quốc tế SeaBank Visa Platinum, được hưởng ưu đãi miễn lãi tối đa 45 ngày như hầu hết các loại thẻ tín dụng khác, ưu đãi giảm giá tại một số nhà hàng ăn uống, giải trí, đối tác của SeABank. Riêng đối với dòng thẻ Platinum phát hành cho đối tượng khách hàng thỏa mãn điều kiện thu nhập cao còn có ưu đãi được giảm giá 25% phí chơi golf tại các sân golf thuộc BRG Golf và 50% phí ra sân tại 07 sân golf toàn quốc. Thẻ tín dụng SeALady Cashback (thẻ tín dụng quốc tế MasterCard hạng Titanium được SeABank ra mắt vào 15/08/2017, Visa hạng Gold được chính thức ra mắt vào 5/8/2019) với nhiều ưu đãi dành cho chủ thẻ như: hoàn tiền mọi giao dịch thanh toán với tỷ lệ tích lũy 0,2% đối với giao dịch bằng VND và 0,4% đối với giao dịch ngoại tệ. Nhân 5 lần điểm tích lũy cho các giao dịch vào các ngày đặc biệt (ngày 8/3, 20/10, sinh nhật khách hàng) và những lĩnh vực phụ nữ yêu thích: bảo hiểm, chăm sóc sức khỏe và làm đẹp...), miễn lãi lên tới 55 ngày. Ra mắt gần đây nhất vào ngày 27/12/2019, thẻ tín dụng quốc tế Sea-Easy là dòng thẻ tín dụng mới nhất của SeABank, dòng thẻ này hướng đến các đối tượng khách hàng thường có thanh toán trực tuyến với ưu hoàn tiền mọi giao dịch thanh toán trực tuyến lên đến 8%, tới 7.200.000 đồng/năm tại Tiki, iTunes, Amazon, Aliexpress và hoàn tiền 0,3% cho mọi giao dịch thanh toán trực tuyến khác. Cơ chế hoàn tiền rất đơn giản, chủ thẻ được đổi điểm thưởng khi số điểm thưởng tích lũy đạt tối thiểu 50.000 điểm và số điểm thưởng tích lũy tối đa được trong kỳ sao kê là 600.000 điểm.

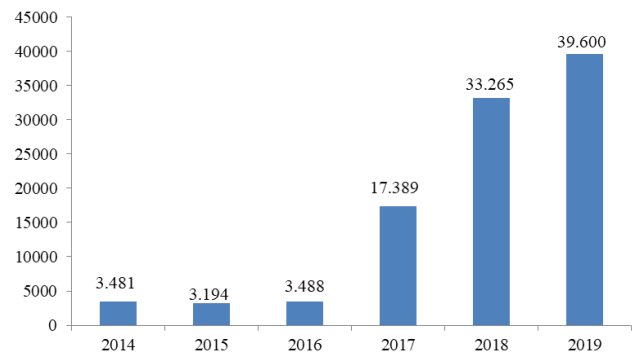
2.2. Thực trạng phát triển dịch vụ thẻ tín dụng tại SeABank

Phát triển xét về bản chất, thực chất là muốn nói đến phát triển theo xu hướng nào [1]. Như vậy có thể hiểu phát triển dịch vụ thẻ tín dụng tại NH thương mại là các phương pháp mà

NH thương mại thực hiện để đạt được các mục tiêu theo 2 hướng: (1) phát triển theo chiều rộng: gia tăng số lượng thẻ tín dụng phát hành, gia tăng số lượng máy POS để thanh toán; (2) phát triển theo chiều sâu: nâng cao chất lượng dịch vụ mà NH cung cấp cho khách hàng, đa dạng hóa tiện ích, sản phẩm thẻ tín dụng.

2.2.1. Tình hình phát triển dịch vụ thẻ tín dụng theo chiều rộng tại SeABank

Trong giai đoạn năm 2014-2019, tổng lũy kế số lượng thẻ tín dụng do SeABank phát hành đạt 100.417 thẻ (số liệu năm 2019 là số ước tính từ báo cáo của trung tâm thẻ SeABank, chưa có số liệu chính thức từ báo cáo thường niên 2019 do Đại hội cổ đông SeABank 2020 diễn ra muộn hơn so với mọi năm bởi dịch Covid-19). Số lượng thẻ mở mới chủ yếu thuộc dòng thẻ SeALady, các loại thẻ khác như SeABank Visa chuẩn, vàng và Platinum ngoài tính năng cơ bản như miễn lãi 45 ngày như các loại thẻ tín dụng khác thì chưa có nhiều các ưu đãi, tiện ích bổ sung đi kèm, do đó số lượng thẻ phát hành chiếm tỷ lệ thấp. Năm 2017 số thẻ tín dụng phát hành mới tăng đột biến lên tới 12.901 thẻ so với năm 2016, tương ứng mức độ tăng 498,54%. Có được thành công này là nhờ sự đóng góp chủ yếu của dòng thẻ tín dụng SeALady. Năm 2017, SeABank đã tung ra thị trường sản phẩm thẻ tín dụng SeALady - thẻ tín dụng MasterCard đầu tiên của SeABank dành riêng cho phụ nữ. Điểm ưu việt của thẻ là tính năng hoàn tiền lại cho chủ thẻ với mọi giao dịch chi tiêu, và số tiền hoàn sẽ được trả tự động vào hạn mức thẻ tín dụng của khách hàng. Năm 2018 và năm 2019 số lượng thẻ tín dụng mở mới đều có mức tăng trưởng tốt, tăng 191% và 119,04% so với năm liền kề trước đó.



Hình 1. Số lượng thẻ tín dụng phát hành mới của SeABank giai đoạn năm 2014-2019

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ [4],[5]

Để có được những kết quả đó là nhờ các chương trình thúc đẩy kinh doanh được triển khai tập trung, một trong những chương trình có sự tác động lớn đến kết quả này trên là chương trình “SeABank tự hào có Tôi” đã tạo nên mối liên hệ khăng khít, hỗ trợ nhau giữa các cá nhân và đơn vị từ Hội sở đến đơn vị kinh doanh. Kết quả đạt được qua chương trình là 18.300 thẻ tín dụng đã được phát hành thành công. Bên cạnh đó Năm 2018 là năm vận hành thành công mô hình tổ chức chiến dịch phát hành theo lô với đối tác BigC. Phát hành thẻ tại BigC đợt 1 với 2.398 thẻ tín dụng, BigC đợt 2 với 9.323 thẻ tín dụng được phát hành. Mô hình phát hành thẻ theo lô mang lại sự thuận tiện tối đa cho khách hàng khi chỉ cần gặp cán bộ của SeABank 1 lần duy nhất cho cả công tác thu hồ sơ và trả thẻ. SeABank đã đạt được những thành công nhất định về hoạt động phát hành thẻ tín dụng, nhưng nếu so sánh với các NH phát triển mạnh về thẻ tín dụng như VPBank - NH đứng đầu về phát hành thẻ tín dụng trong năm 2019 với gần 1,3 triệu thẻ tín dụng (kể cả thẻ tín dụng FE credit), hay với TP Bank là 75.000 thẻ tín dụng phát hành năm 2019 thì SeABank cũng cần phải có những giải pháp mang tính đột phá hơn.

Bảng 1. So sánh tốc độ tăng trưởng thẻ tín dụng của SeABank giai đoạn năm 2014-2019

So sánh 2015/2014		So sánh 2016/2015		So sánh 2017/2016		So sánh 2018/2017		So sánh 2019/2018	
Chênh lệch	Tỷ lệ %	Chênh lệch	Tỷ lệ %	Chênh lệch	Tỷ lệ %	Chênh lệch	Tỷ lệ %	Chênh lệch	Tỷ lệ %
-287	91,76%	294	109,20%	13.901	498,54%	15.876	191,30%	6.335	119,04%

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu tổng hợp từ [4], [5]

Về số lượng POS của SeABank tính đến thời điểm cuối 31/12/2019, lũy kế đạt khoảng 840 máy (tác giả không đề cập đến số lượng máy ATM do sứ mệnh của thẻ tín dụng không nhằm để rút tiền mặt tại các máy ATM, bên

cạnh đó các NH cũng không khuyến khích khách hàng rút tiền mặt từ thẻ tín dụng nên thu phí rút tiền rất cao). Theo đó, sự phát triển về quy mô máy POS của SeABank thể hiện ở bảng 2.

Bảng 2. Số lượng máy POS lắp của SeABank giai đoạn năm 2014-2019

Năm	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Số máy POS của SeABank (1)	424	423	435	631	731	840
Số máy POS toàn hệ thống NH (2)	172.036	223.381	263.427	268.813	243.123	277.754
Tỷ lệ (1)/(2)	0,25%	0,19%	0,17%	0,23%	0,30%	0,30%

Nguồn: Tác giả tính toán từ số liệu tổng hợp từ [3], [4], [5]

Trong giai đoạn 3 năm 2014-2016, số lượng máy POS do SeABank lắp mới tăng rất chậm, không tăng (năm 2014), thậm chí giảm 1 POS (năm 2015). Năm 2017, số lượng máy POS lắp mới là 196 máy, cao nhất trong cả giai đoạn 2014-2019. Bảng 2 thể hiện so sánh tương quan số lượng máy POS của SeABank với số lượng máy POS của toàn hệ thống 48 NH tại Việt Nam, có thể thấy số lượng máy POS của SeABank còn rất hạn chế, chỉ chiếm khoảng 0,24% (trung bình giai đoạn 2014-2019) tổng số POS toàn hệ thống. Máy POS của SeABank chủ yếu được lắp đặt tại điểm thu ngân của các đơn vị đối tác với SeABank như: Siêu thị BigC, hệ thống siêu thị Fuji Mart và Seika Mart, Hapro Mart.

2.2.2. Tình hình phát triển dịch vụ thẻ tín dụng theo chiều sâu tại SeABank

Với mục tiêu đa dạng hóa các sản phẩm, nâng

cao chất lượng dịch vụ thẻ tín dụng nhằm đem lại cho khách hàng sự tiện lợi nhất. Tính đến nay, SeABank đã triển khai 4 sản phẩm dịch vụ thẻ tín dụng với tính năng tiện ích tương đối phong phú đó là Thẻ tín dụng quốc tế SeA- Easy, Thẻ tín dụng quốc tế SeABank Visa Platinum, Thẻ tín dụng quốc tế SeABank Visa Classic, Thẻ tín dụng quốc tế SeALady (Visa/MasterCard).

Kể từ năm 2014, SeABank đã chú trọng tăng cường chất lượng dịch vụ thẻ cũng như các chương trình khuyến khích khách hàng sử dụng thẻ. Đến cuối năm 2014, SeABank đã có trên 30 đối tác ưu đãi thẻ với các đối tác lớn về điện máy, du lịch, giáo dục,... như BigC Việt Nam, Công ty cổ phần Intimex, Hapro, CGV, Homestay Việt Nam để triển khai các chương trình ưu đãi và trả góp lãi suất 0%. Năm 2015, SeABank đã hoàn thành kết nối

thành công với NAPAS cùng 02 tổ chức thẻ quốc tế thông dụng nhất trên thế giới là Visa và MasterCard và 03 loại thẻ quốc tế khác là: Amex, DinersClub, JCB. SeABank thuộc TOP 15 ngân hàng tại Việt Nam có mạng lưới liên kết thẻ với 06 thương hiệu thẻ được ưa chuộng nhất toàn cầu. SeABank đã nghiên cứu đưa vào sử dụng thử nghiệm công nghệ giải pháp tạm thời Stand-In vào cuối năm 2016 và chính thức triển khai vào quý I/2017. Công nghệ này sẽ giúp cho các giao dịch Thẻ hoạt động bình thường trong quá trình nâng cấp hệ thống Core banking (T24) hoặc trong các trường hợp hệ thống Core banking bị lỗi, không kết nối được. Điều này ngay tại một số NH lớn như NH Công Thương Việt Nam (Viettin Bank), NH Việt Nam Thịnh vượng (VP Bank), NH thương mại cổ phần Sài Gòn (SCB) đều chưa có có được. Đặc biệt, trong năm 2017, SeABank đã phát hành sản phẩm thẻ tín dụng SeALady - thẻ tín dụng MasterCard đầu tiên của SeABank dành riêng cho phụ nữ. Dòng thẻ này được đánh giá là dòng thẻ chủ lực để SeABank nâng cao doanh số thẻ phát hành của NH. Điểm ưu việt của thẻ là tính năng hoàn tiền lại cho chủ thẻ với mọi giao dịch chi tiêu, và số tiền hoàn sẽ được trả tự động vào hạn mức thẻ tín dụng của khách hàng. Cuối năm 2017, đầu năm 2018, SeABank đã triển khai và hoàn thành giải pháp thanh toán tích hợp Samsung Pay cho tất cả các thẻ thương hiệu SeABank với 3 tổ chức thẻ là NAPAS, MasterCard và VISA. Đây là giải pháp thanh toán trên POS được phát triển bởi Samsung bằng cách sử dụng điện thoại smartphone: Thay vì thao tác quẹt thẻ, người dùng chỉ cần một chạm đơn giản vào POS với điện thoại Samsung đã cài đặt ứng dụng Samsung Pay. Cũng trong năm 2018, SeABank đã hoàn thành việc triển khai phát hành và chấp nhận thanh toán thẻ SeABank

mang thương hiệu VISA với công nghệ không tiếp xúc - Contactless, chuẩn chip EMV toàn cầu. Cuối năm 2019, SeABank đã ra mắt thẻ SeA-Easy với nhiều ưu đãi dành cho các tín đồ shopping online như hoàn tiền mọi giao dịch trực tuyến lên đến 8%, hoàn phí thường niên các năm và miễn lãi lên tới 45 ngày.

3. ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TÍN DỤNG TẠI SEABANK

3.1. Những thành công đạt được

Một là, sản phẩm thẻ tín dụng của SeABank ngày càng tiệm cận được với công nghệ thanh toán an toàn trên thế giới

SeABank đã phát hành thẻ tín dụng SeABank Visa classic, SeAlady Visa, SeABank Visa platinum với công nghệ không tiếp xúc - Contactless, chuẩn chip EMV toàn cầu. Để thanh toán, khách hàng chỉ cần chạm nhẹ, hoặc đặt thẻ SeABank VisapayWave trước máy POS/mPOS có biểu tượng chấp nhận thanh toán thẻ không tiếp xúc theo bất kỳ chiều nào. Điều này giúp đẩy nhanh tốc độ thanh toán và nâng cao tính bảo mật thông tin. Công nghệ thẻ chip contactless có nhiều ưu điểm vượt trội hơn như tốc độ xử lý thông tin giao dịch nhanh hơn; khả năng lưu trữ thông tin lớn gấp 13 lần giúp NH có thể tích hợp nhiều ứng dụng tiện ích cho khách hàng trong cùng một chiếc thẻ.

Hai là chất lượng phục vụ khách hàng được nâng cao

Bên cạnh việc đa dạng hóa sản phẩm, SeABank đã tập trung thực hiện nhiều giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng cá nhân với phương châm “Chúng tôi hoàn thiện để phục vụ bạn tốt hơn”. Trong năm 2015, SeABank đã ban hành bộ “Quy định tiêu chuẩn chất lượng phục vụ khách hàng” với những yêu cầu chuẩn mực đối với

cơ sở vật chất và nhân lực. SeABank đã triển khai đào tạo hướng dẫn bộ tiêu chuẩn đến toàn bộ các cán bộ, nhân viên tại các đơn vị kinh doanh thẻ trên toàn hệ thống, để từ đó các cán bộ, nhân viên của SeABank phục vụ khách hàng tốt hơn. Ngoài kênh hỗ trợ thông thường tiếp nhận toàn bộ các yêu cầu, thắc mắc, khiếu nại của khách hàng, SeABank đặc biệt đầu tư một bộ phận chuyên hỗ trợ kỹ thuật cho khách hàng để giải quyết các vấn đề kỹ thuật mà khách hàng gặp phải trong quá trình sử dụng dịch vụ thẻ tín dụng của NH như các vấn đề về máy POS hoặc thẻ không giao dịch được.

Ba là, thu nhập từ cung cấp dịch vụ thẻ tăng trưởng khá

Thu nhập từ hoạt động cung cấp dịch vụ thẻ tín dụng đều có sự tăng trưởng qua các năm. Năm 2018, mức phí thu được của mảng thẻ (bao gồm thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ quốc tế) cao nhất trong giai đoạn 2014-2019 đạt 77,4 tỷ đồng (tăng 213% so với năm 2017), chiếm 25,71% tổng doanh thu tất cả các loại phí của SeABank. Các loại phí SeABank có thể thu từ việc cung cấp dịch vụ thẻ tín dụng cho khách hàng bao gồm phí thường niên: 330.000 đồng (thẻ Visa hạng chuẩn) đến 990.000 đồng (thẻ Visa/Master hạng platinum); phí chậm thanh toán: 4,4% giá trị chậm thanh toán, tối thiểu 99.000 đồng; phí thay đổi hạn mức giao dịch: 110.000 đồng...

3.2. Những hạn chế và nguyên nhân

3.2.1. Những hạn chế

Một là, số lượng máy POS còn ít.

Mạng lưới máy POS do SeABank lắp đặt còn rất hạn chế. Đến cuối năm 2019, trên toàn hệ thống SeABank hiện có 840 máy POS, nếu so với 277.754 máy POS trên toàn hệ thống 48 NH của Việt Nam thì chỉ chiếm 0,3%. Mặt

khác, số lượng máy POS của SeABank lắp đặt chủ yếu tại các đơn vị đối tác như siêu thị BigC, hệ thống siêu thị Fuji Mart và Seika Mart, Hapro Mart, tuy nhiên việc lắp đặt POS của SeABank chỉ ở một vài chi nhánh nhỏ lẻ của hệ thống chuỗi siêu thị. Hầu hết các chuỗi siêu thị trên đều sử dụng máy POS của các NH như BIDV, Viettinbank, Agribank.

Hai là, số lượng thẻ tín dụng SeABank phát hành còn thấp.

Lũy kế đến thời điểm 31/12/2019, trên toàn hệ thống SeABank đã phát hành được 113.759 thẻ tín dụng. Nếu đem so sánh số lượng thẻ tín dụng lũy kế do SeABank phát hành đến cuối năm 2018 là 74.259 thẻ và số lượng thẻ tín dụng được 48 NH phát hành lũy kế (4,6 triệu thẻ tín dụng tính đến thời điểm cuối năm 2018, chưa có số liệu tổng hợp năm 2019) thì tỷ lệ này rất nhỏ, chỉ khoảng 1,6%. Hoạt động phát hành thẻ tín dụng theo lô đã được triển khai và mang lại những hiệu quả nhất định, song mới chỉ diễn ra ở một đối tác duy nhất là BigC. Số lượng thẻ tín dụng do SeABank phát hành thực chất phần lớn đến từ việc phát hành cho các cán bộ công nhân viên tại hệ thống siêu thị BigC.

Ba là, các tiện ích mà thẻ tín dụng SeABank mang lại cho khách hàng chưa thực sự hấp dẫn.

SeABank đã nỗ lực đưa ra các nhiều chương trình ưu đãi sử dụng thẻ khi khách hàng mua sắm, ăn uống, giải trí, ăn nhà hàng, ngủ khách sạn, du lịch, chăm sóc sức khỏe... tại các đối tác của SeABank (thường là một số ít địa điểm đã được chỉ định sẵn, chứ không ưu đãi trên toàn bộ hệ thống của đối tác). Tuy nhiên, các chương trình này chưa được thường xuyên, liên tục và chưa thực sự hấp dẫn khách hàng.

3.2.2. Nguyên nhân

Nguyên nhân chủ quan

Một là, đầu tư cho mạng lưới POS còn thấp

Theo bảng 2, mạng lưới máy POS của SeABank chỉ chiếm trung bình 0,24% số lượng máy POS toàn hệ thống. Bên cạnh đó, một số ưu đãi tiêu dùng thẻ tín dụng của Seabank chỉ áp dụng khi khách hàng thanh toán tại POS của SeABank, như chương trình hoàn tiền 10% giá trị thanh toán tại Big C (được hoàn với điều kiện phải thanh toán qua POS của SeABank), hay một số chương ưu đãi khác cũng đòi hỏi phải thanh toán qua POS của SeABank. Với mạng lưới máy POS ít ỏi, điều này vô hình chung làm mất đi sự hấp dẫn của sản phẩm thẻ tín dụng SeABank.

Hai là, công tác quảng bá hình ảnh cho sản phẩm thẻ tín dụng còn mờ nhạt

Hoạt động quảng bá hình ảnh của SeABank chưa được tiến hành thường xuyên, chương trình quảng bá sản phẩm dịch vụ với tần suất còn ít, chưa có các chiến dịch quảng cáo tổng thể và hoạt động quảng cáo còn mang tính qua loa. Thực tế, khách hàng hầu hết tiếp xúc với hình ảnh, hoặc các quảng cáo về thẻ tín dụng của SeABank tại các chi nhánh, phòng giao dịch của NH, hoặc những mẫu tin nhắn trên các trang báo điện tử.

Nguyên nhân khách quan

Một là, cạnh tranh mạnh mẽ từ các NH khác

Thị trường thẻ tín dụng là một thị trường cạnh tranh khốc liệt với sự tham gia của 48 NH tại Việt Nam. Nhiều NH triển khai các chương trình khuyến mãi mở thẻ tín dụng rất hấp dẫn khách hàng như: NH Bản Việt với chính sách mở thẻ: không phí mở thẻ, không phí thường niên, không phí sử dụng NH điện tử, không thu phí tin nhắn SMS, rất nhiều chương trình ưu đãi khác hấp dẫn khách hàng. Hay đối với

NH SCB, hoàn tiền mọi thời điểm lên đến 10% giao dịch của khách hàng. NH VP Bank rất nhiều chương trình ưu đãi giảm giá lên đến 20% tại các đối tác là website thương mại điện tử có hàng chục triệu lượt truy cập mỗi tháng như Shopee, Lazada, Tiki, Sendo [2]. Chính điều này cũng gây khó khăn cho hoạt động phát triển dịch vụ thẻ của SeABank.

Hai là, sự cạnh tranh của các hình thức TTKDTM khác không cần thẻ như ví điện tử

Ví điện tử là một loại tài khoản điện tử dùng để thanh toán các giao dịch trực tuyến. Chỉ cần có một tài khoản NH là khách hàng có thể liên kết được nhiều ví điện tử khác nhau. Người tiêu dùng có thể mua sắm, thanh toán, chi tiêu bất cứ thứ gì mà không cần phải dùng tiền mặt với những ưu đãi hấp dẫn như giảm giá, chiết khấu, tặng voucher, tặng tiền khi liên kết tài khoản NH với ví điện tử, tặng tiền khi giới thiệu người khác sử dụng ví điện tử. Tính đến cuối năm 2019, 28 ví được cấp phép nhưng 80-90% thị phần thuộc về vài cái tên như Payoo, MoMo, SenPay, Moca, AirPay và ZaloPay [6].

Ba là, thói quen chủ yếu chỉ nhận thanh toán bằng tiền mặt

Theo thống kê của NH thế giới (WB), Việt Nam có lượng giao dịch phi tiền mặt thấp nhất trong khu vực chỉ đạt 4,9%; trong khi tỷ lệ này ở Trung Quốc là 26,1%; Thái Lan là 59,7% và Malaysia là 89% [7]. Với điều kiện mua sắm ở Việt Nam hiện chủ yếu thanh toán bằng tiền mặt khiến khách hàng dùng thẻ cũng khó khăn vì chỉ có một số địa điểm chấp nhận thanh toán bằng thẻ. Nhiều cửa hàng cũng chưa sẵn sàng với các phương thức TTKDTM như thẻ tín dụng. Do các chủ của hàng này phải trả phí cho NH từ 2,5-3,5% giá trị mỗi giao dịch nên một số quán ăn, cửa hàng điện máy, điện thoại, tiệm vàng... vẫn ngần ngại khi khách hàng thanh toán bằng thẻ tín dụng,

hoặc thu phí khi người mua thanh toán bằng thẻ, thậm chí kể cả khi có sẵn máy POS chủ cửa hàng cũng viện lý do là máy POS đang hỏng, không thanh toán được.

4. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ THẺ TÍN DỤNG TẠI SEABANK

Một là, tăng cường đầu tư và triển hợp lý mạng lưới POS.

Hiện tại số lượng máy POS của SeABank còn rất ít, do vậy SeABank cần tăng cường đầu tư hơn nữa để tăng số lượng máy POS trên toàn hệ thống. Đặc biệt là cần nỗ lực gia tăng số lượng máy POS tại các đơn vị liên kết sẵn có của SeABank như hệ thống siêu thị BigC, hệ thống siêu thị Fuji Mart và Seika Mart, Hapro Mart; đồng thời tăng cường liên kết với các đơn vị trung tâm điện máy, các siêu thị lớn khác như: Nguyễn Kim, Medimart, Pico, Vinmart...

Hai là, tăng cường hoạt động marketing, quảng bá hình ảnh thẻ tín dụng SeABank.

Như đã đề cập ở phần trên, thị phần thẻ tín dụng của SeABank chưa cao, chỉ chiếm 1,6% số thẻ tín dụng của toàn hệ thống NH, chính vì vậy SeABank cần đẩy mạnh hoạt động quảng bá sản phẩm thẻ tín dụng thường xuyên hơn nữa qua việc tài trợ các sự kiện văn hóa, thể thao; quảng cáo trên các poster, phát tờ rơi tại các đơn vị liên kết như hệ thống siêu thị BigC, Haprofood...; chạy chữ trên bảng điện tử tại các phòng giao dịch, chi nhánh của SeABank. Bên cạnh đó SeABank cần cải tiến phương thức mở thẻ tín dụng như hiện nay (khách hàng cần mở thẻ tìm đến NH nhờ tư vấn sau đó khách hàng hoàn thiện thủ tục gửi lại NH) bằng phương thức mở thẻ trực tuyến online tại website NH (như tại website NH VPBank đang áp dụng, khách hàng có thể upload trực tiếp hồ sơ mở thẻ tín dụng lên website của NH) hoặc điền vào form mẫu mở thẻ online, sẽ có nhân viên khách hàng gọi

điện tư vấn cho khách hàng (NH Bản Việt).

Ba là, đa dạng hóa các sản phẩm thẻ tín dụng.

SeABank chưa phong phú về các loại thẻ tín dụng. Hiện tại SeABank mới có 4 dòng sản phẩm thẻ tín dụng (nếu tính cả thẻ tín dụng quốc tế Sea-Easy mới ra mắt ngày 27/12/2019). SeABank cần phát triển thêm nhiều dòng sản phẩm thẻ tín dụng khác để khách hàng có thêm sự lựa chọn phù hợp với bản thân hơn như các dòng thẻ tín dụng có nhiều ưu đãi chuyên biệt về sức khỏe, y tế như thẻ tín dụng quốc tế SCB S-Care của NH SCB; ưu đãi chuyên biệt về du lịch như thẻ tín dụng Visa Platinum Travel Miles của NH VPBank, thẻ tín dụng OCB Passport Platinum của NH Phương Đông.

Bốn là, gia tăng tiện ích cho khách hàng sử dụng thẻ tín dụng của SeABank.

Như đã đề cập ở mục 2.2.1, ngoài dòng thẻ SeALady thì các tiện ích của các dòng thẻ SeABank Visa chuẩn, Vàng và Platinum mới chỉ đem lại cho khách hàng những tiện ích ở mức độ cơ bản nhất, chưa thực sự hấp dẫn khách hàng. SeABank cần bổ sung thêm tiện ích cố định cho các dòng thẻ đã có, tăng cường nhiều chương trình ưu đãi cho khách hàng sử dụng thẻ tín dụng. Triển khai các chương trình khuyến mãi hấp dẫn như ưu đãi giảm giá, trả góp 0% tại các website thương mại điện tử lớn như Tiki, Lazada, Shopee. Triển khai nhiều chương trình hoàn tiền khi mua sắm tại các siêu thị như Vinmart, Haprofood, BigC, hoàn tiền khi khách hàng thanh toán tại các app đặt phòng du lịch như Booking, Agoda...

5. KẾT LUẬN

Có thể nói hoạt động phát triển dịch vụ thẻ tín dụng tại SeABank đã có nhiều khởi sắc, đặc biệt là từ năm 2017 với các chỉ tiêu như doanh số thẻ phát hành, số lượng máy POS lắp đặt mới, doanh thu phí từ thẻ có sự tăng trưởng

khá mạnh mẽ, tuy nhiên thị phần thẻ tín dụng của SeABank còn rất khiêm tốn. Do đó để phát triển dịch vụ thẻ tín dụng hơn nữa trong thời gian tới, SeABank cần phải thực hiện ngay một số nhóm giải pháp như tăng cường đầu tư và triển khai lý mạng lưới máy POS, tăng cường hoạt động marketing, quảng bá hình ảnh thẻ tín dụng SeABank, đa dạng hóa các sản phẩm thẻ tín dụng và gia tăng tiện ích cho khách hàng sử dụng thẻ tín dụng của SeABank. Trong quá trình thực hiện

nghiên cứu, do hạn chế về khả năng tiếp cận nguồn số liệu nội bộ từ các NH, tác giả nhận thấy còn có nhiều hướng để thực hiện những nghiên cứu bổ sung, như: (i) so sánh hoạt động kinh doanh thẻ tín dụng của SeABank và một số NH thương mại khác để đánh giá cụ thể hơn mức độ phát triển của SeABank đến đâu so với các đối thủ cạnh tranh, (ii) đánh giá sự phát triển dịch vụ thẻ tín dụng về chất qua chỉ tiêu nợ xấu của thẻ tín dụng và thu nhập của NH từ thẻ tín dụng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Nguyễn Hữu Đồng, "*Nhận thức khái niệm tăng trưởng, phát triển kinh tế và chính sách tái cơ cấu đầu tư công ở Việt Nam*",
<http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/nhan-thuc-khai-niem-tang-truong-phat-trien-kinh-te-va-chinh-sach-tai-co-cau-dau-tu-cong-o-viet-nam-67405.htm>, truy cập ngày 20/03/2020
- [2] Khánh My, "*Ngân hàng tung "mưa" ưu đãi*",
<http://thoibaotaichinhvietnam.vn/pages/nhip-cau-tieu-dung/2020-04-28/ngan-hang-tung-mua-uu-da-i-ho-tro-nguoi-dan-mua-dich-86026.aspx>, truy cập ngày 20/03/2020
- [3] Ngân hàng Nhà nước Việt Nam,
https://www.sbv.gov.vn/webcenter/portal/vi/menu/trangchu/tk/hdtt/gdqatmpos?_afrLoop, truy cập ngày 15/05/2020
- [4] Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á, "*Báo cáo thường niên năm 2014-2018*".
- [5] Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Nam Á, "*Báo cáo của trung tâm thẻ năm 2014-2019*".
- [6] Quỳnh Trang, "*"Miếng bánh" ví điện tử đang trong tay ai*",
<https://baodauthau.vn/tai-chinh/mieng-banh-vi-dien-tu-dang-trong-tay-ai-114382.html>, truy cập ngày 20/03/2020
- [7] Công Trí, "*Vẫn còn chi tiêu bằng tiền mặt tới 90%*",
<http://tapchitaichinh.vn/kinh-te-vi-mo/van-con-chi-tieu-bang-tien-mat-toi-90-141524.html>, truy cập ngày 20/03/2020

Thông tin liên hệ: Nguyễn Ngọc Hải

Điện thoại: 0972 980 638 - Email: nnhai@uneti.edu.vn

Khoa Tài chính Ngân hàng, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

