

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Ý nghĩa
CN	Chi nhánh
ĐVKD	Đơn vị kinh doanh
KH	Khách hàng
NH	Ngân hàng
PGD	Phòng giao dịch
SXKD	Sản xuất kinh doanh
TMCP	Thương mại cổ phần

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

Bảng 1.1: So sánh sự phát triển của thẻ Visa, Mastercard và JCB.....	8
Bảng 2.1: Các hạng thẻ của thẻ tín dụng MB Bank.....	37
Bảng 2.2: Biểu phí thẻ tín dụng MB Bank.....	39
Bảng 2.3: Một số hoạt động khuyến mãi sản phẩm thẻ tín dụng của MB Bank – CN Quận 12.....	41
Bảng 2.4: Số lượng PGD của MB Bank – CN Quận 12 trên địa bàn quận 12, TP. HCM.....	43
Bảng 2.5: Một số hoạt động truyền thông sản phẩm thẻ tín dụng của MB Bank – CN Quận 12.....	44
Bảng 2.6: Tình hình nhân sự tại MB Bank – CN Quận 12.....	46
Bảng 2.7: Thống kê kết quả khảo sát cho yếu tố sản phẩm.....	53
Bảng 2.8: Thống kê kết quả khảo sát cho yếu tố giá cả.....	55
Bảng 2.9: Thống kê kết quả khảo sát cho yếu tố phân phối.....	57
Bảng 2.10: Thống kê kết quả khảo sát cho yếu tố truyền thông.....	59
Bảng 2.11: Thống kê kết quả khảo sát cho yếu tố nguồn nhân lực.....	60
Bảng 2.12: Thống kê kết quả khảo sát cho yếu tố quy trình.....	62
Bảng 2.13: Thống kê kết quả khảo sát cho yếu tố cơ sở vật chất.....	64
Bảng 3.1: Mức phí chuyển đổi giao dịch ngoại tệ áp dụng theo doanh số giao dịch...	76
Bảng 3.2: Phân tích doanh thu thu được trên giao dịch ngoại tệ theo từng mức phí chuyển đổi giao dịch ngoại tệ.....	77

Bảng 3.3: Phân tích tăng trưởng doanh thu dự kiến nếu áp dụng chính sách phí chuyển đổi giao dịch ngoại tệ.....	80
---	----

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ, SƠ ĐỒ

Hình 2.1: Cơ cấu tổ chức của MB Bank CN Quận 12.....	31
Hình 2.2: Thẻ tín dụng MB Visa.....	34
Hình 2.3: Thẻ tín dụng MB JCB Sakura.....	35
Hình 2.4: Quy trình mở thẻ tại quầy giao dịch.....	48
Hình 2.5: Quy trình mở thẻ online.....	49

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề tài

Nền kinh tế Việt Nam trong những năm vừa qua đã trải qua khá nhiều biến động từ sự ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, cũng như những ảnh hưởng của đại dịch Covid-19. Hiện nay Việt Nam đang trên đà phục hồi tăng trưởng và phát triển mạnh mẽ với nhiều chính sách và chủ trương hỗ trợ của Chính phủ. Trong bối cảnh này, sự cạnh tranh gay gắt trong hoạt động kinh doanh tại Việt Nam nói chung và lĩnh vực tài chính NH nói riêng là điều không thể tránh khỏi. Các NH buộc phải lựa chọn tái cấu trúc và thay đổi chính sách điều hành kinh doanh cho phù hợp với chiến lược phát triển kinh doanh nhằm nâng cao vị thế cạnh tranh của NH trên thị trường. Trong số đó, hoạt động kinh doanh thẻ nói chung và thẻ tín dụng nói riêng rất được các NH chú trọng đầu tư trong khoảng thời gian qua.

Tuy nhiên, một thực tế đáng quan ngại rằng rất nhiều người tiêu dùng có tâm lý dè dặt khi sử dụng dịch vụ thẻ tín dụng. Tính đến hết ngày 30/6/2022, tổng số thẻ tín dụng đang lưu hành tại Việt Nam khoảng hơn 9 triệu thẻ. Tuy nhiên, con số thực được đưa vào khai thác thường xuyên chắc chắn còn ít hơn nữa. Trong khi đó, ở các nước phát triển, loại hình thanh toán bằng thẻ tín dụng khá phổ biến. Tỷ lệ sử dụng phương thức thanh toán tiền mặt trung bình trên toàn thế giới chỉ vào khoảng 5%. Còn ở nước ta, phương thức thanh toán bằng tiền mặt vẫn đang chiếm tỉ trọng 47% năm 2022 (Ngô Hải, 2022). Mặc dù từ năm 2006, đề án thanh toán không dùng tiền mặt của NH Nhà nước được Chính phủ phê duyệt và bắt đầu đưa vào hoạt động nhằm hướng đến việc thay đổi thói quen tiêu dùng của người dân. Tỷ lệ người sử dụng thẻ tín dụng để thanh toán tăng từ 20% lên 24% trong giai đoạn 2020 – 2021 (Ngô Hải, 2022). Thị trường thẻ tín dụng Việt Nam đang cần hoàn thiện hoá chất lượng dịch vụ, các NH biết đặt mình vào góc độ của KH, tạo ra những giá trị khác biệt về tiện ích lâu dài để kích thích người tiêu dùng mở và sử dụng thẻ tín dụng.