

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP TĂNG TRƯỞNG SỐ LƯỢNG THẺ TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN HD - CHI NHÁNH HOÀN KIẾM

● ĐOÀN TRẦN NGUYỄN

TÓM TẮT:

Sự tăng trưởng số lượng thẻ tín dụng phát hành bởi Ngân hàng Thương mại cổ phần HD (HDBank) - Chi nhánh (CN) Hoàn Kiếm đã có xu hướng tăng trong giai đoạn 2021-2023. Đồng thời, Ngân hàng còn đa dạng các dòng thẻ, như: Visa; Master; JCB; Family. Bài viết này phân tích thực trạng phát triển mạng lưới thẻ tín dụng tại HDBank - Chi nhánh Hoàn Kiếm, đồng thời đề xuất các giải pháp mở rộng thị phần sản phẩm thẻ tín dụng của Chi nhánh đến với khách hàng trong thời gian tới. Đó là: cần tiếp tục có chính sách thu hút và phát triển đa dạng hóa khách hàng, từ cá nhân cho đến doanh nghiệp, nâng cấp và đa dạng hóa các sản phẩm và dịch vụ thẻ tín dụng để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng, đồng thời đẩy mạnh các hoạt động quảng cáo và tiếp thị để tăng cường nhận thức thương hiệu và thu hút khách hàng,...

Từ khóa: tăng trưởng, thẻ tín dụng, ngân hàng.

1. Thực trạng phát triển mạng lưới thẻ tín dụng tại HDBank - Chi nhánh Hoàn Kiếm

Hiện nay, dịch vụ thẻ tín dụng của Ngân hàng HDBank cũng như Chi nhánh Hoàn Kiếm với 4 dòng thẻ tín dụng chính, gồm: Master Card; Visa Card; JCB Card và Family.

- Tốc độ tăng trưởng số lượng phát hành thẻ tín dụng. (Bảng 1)

Số liệu Bảng 1 cho thấy số thẻ tín dụng được phát hành mới cũng như số lượng thẻ tín dụng hoạt động trong giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2023.

Từ năm 2021 đến năm 2023, số lượng thẻ mới phát hành tăng từ 324 thẻ lên 482 thẻ, tăng 89 thẻ so

với năm 2021, tương đương với mức tăng 27,47%. Tuy nhiên, tốc độ này tiếp tục tăng thêm 16,71% so với năm 2022. Điều này cho thấy mức độ tăng trưởng của số lượng thẻ mới phát hành luôn có xu hướng tăng trưởng mạnh mẽ.

Số lượng thẻ hoạt động cũng tăng từ 244 thẻ lên 419 thẻ trong khoảng thời gian từ năm 2021 đến năm 2023, tăng 92 thẻ so với năm 2021, tương đương với mức tăng 37,70%. Tuy nhiên, số lượng thẻ hoạt động tiếp tục tăng 24,70% so với năm 2022, cho thấy số lượng thẻ hoạt động luôn có xu hướng tăng.

Tỷ lệ thẻ hoạt động so với số thẻ mới phát hành tăng từ 75,31% lên 86,93% trong khoảng thời gian từ năm 2021 đến năm 2023. Điều này chỉ ra rằng tỷ

Bảng 1. Số lượng thẻ tín dụng phát hành Ngân hàng HDBank - CN Hoàn Kiếm

Đơn vị: Thẻ

Chỉ tiêu	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	2022/2021		2023/2022	
				±	%	±	%
Số lượng thẻ mới phát hành	324	413	482	89	27,469	69	16,707
Số lượng thẻ hoạt động	244	336	419	92	37,705	83	24,702
Tỷ lệ thẻ hoạt động/thẻ phát hành	75,309	81,356	86,929	6	8,030	6	6,851

(Nguồn: BCTC Ngân hàng HDBank -CN Hoàn Kiếm năm 2021-2023)

lệ thẻ hoạt động đang tăng, đồng nghĩa với việc số lượng thẻ được kích hoạt và sử dụng có xu hướng tăng lên so với tổng số thẻ mới phát hành.

Ngân hàng đã tăng cường các hoạt động tiếp thị và quảng bá để thu hút khách hàng mới. Các chương trình khuyến mãi, ưu đãi đặc biệt hoặc chiến dịch quảng cáo đã được triển khai để tăng cường nhận thức thương hiệu và thu hút sự quan tâm từ phía khách hàng. Ngân hàng đã mở rộng đối tượng khách hàng mục tiêu của mình hoặc tập trung vào các phân khúc thị trường mới. Việc tăng cường mối quan hệ với khách hàng hiện tại và tiềm năng cũng đã giúp tăng cường sự tương tác và kích thích nhu cầu sử dụng thẻ tín dụng. Các điều chỉnh trong chính sách phát hành thẻ, như giảm hạn chế về điều kiện và yêu

cầu để nhận thẻ, đã giúp mở rộng phạm vi của thị trường tiềm năng. (Biểu đồ 1, 2)

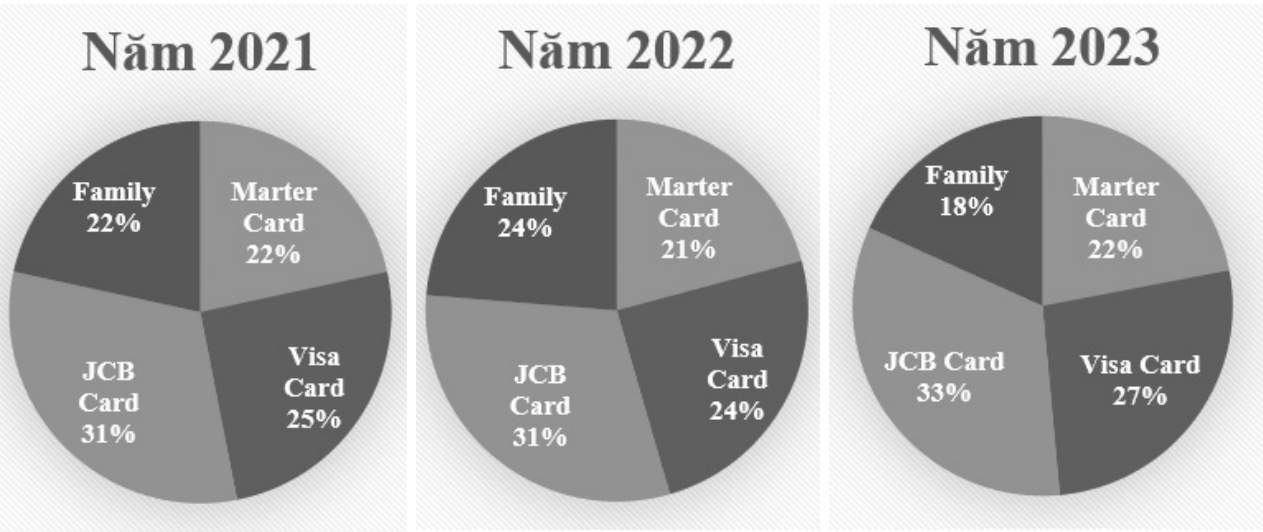
Từ Biểu đồ 1 và 2 ta thấy được số thẻ tín dụng được phát hành cũng như số lượng thẻ được khách hàng sử dụng và không sử dụng trong giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2023.

Master Card: Số lượng thẻ phát hành tăng từ 70 thẻ lên 106 thẻ trong giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2023, đồng thời khách hàng sử dụng thẻ cũng có xu hướng tăng từ 40 lên 87 thẻ.

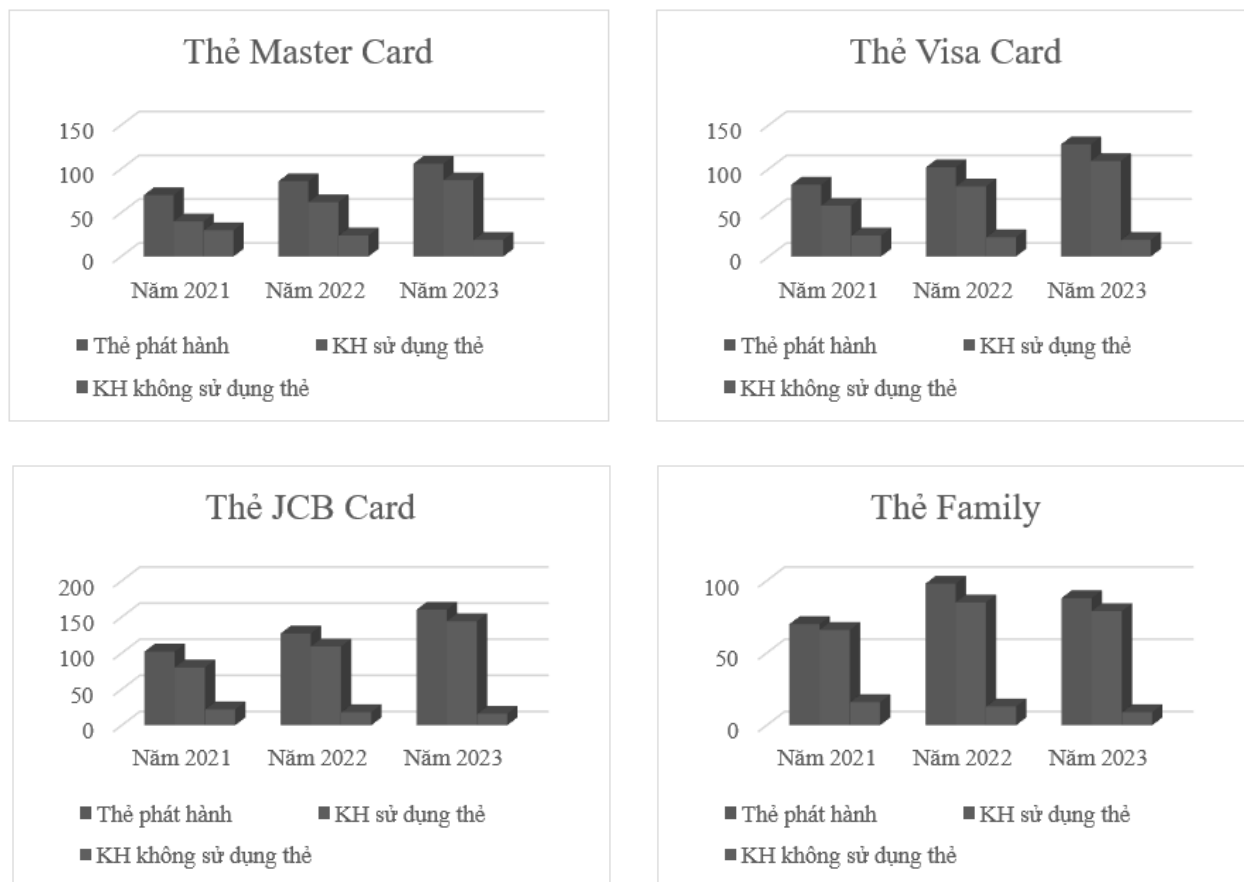
Visa Card: Số lượng thẻ phát hành tăng từ 82 thẻ lên 128 thẻ trong giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2023, đồng thời khách hàng sử dụng thẻ cũng có xu hướng tăng từ 58 lên 109 thẻ.

JCB Card: Số lượng thẻ phát hành tăng từ 102

Biểu đồ 1: Tỷ trọng các loại thẻ tín dụng của Ngân hàng HDBank - CN Hoàn Kiếm trong giai đoạn 2021-2023.



(Nguồn: Báo cáo tài chính Ngân hàng HDBank - CN Hoàn Kiếm)

Biểu đồ 2: Số lượng thẻ tín dụng của Ngân hàng HDBank - CN Hoàn Kiếm.

(Nguồn: BCTC Ngân hàng HDBank - CN Hoàn Kiếm)

thẻ lên 160 thẻ trong giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2023, đồng thời khách hàng sử dụng thẻ cũng có xu hướng tăng từ 80 lên 144 thẻ.

Family Card: Số lượng thẻ phát hành của Family Card cũng có xu hướng tăng từ năm 2021 đến năm 2022 từ 70 thẻ lên 98 thẻ, nhưng từ năm 2022 đến năm 2023 đã giảm xuống còn 88 thẻ, cũng như số lượng khách hàng sử dụng thẻ có xu hướng biến động.

- *Tốc độ tăng trưởng thị phần thẻ tín dụng.*

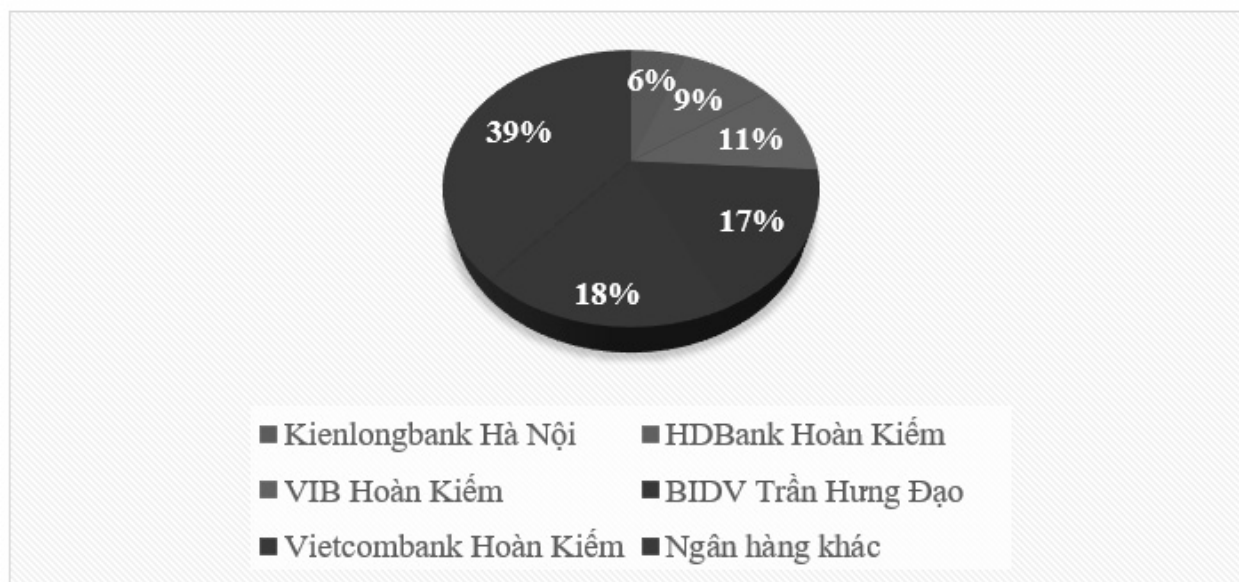
Biểu đồ 3 cho thấy, tốc độ tăng trưởng thị phần thẻ tín dụng trong khu vực Hoàn Kiếm giúp hiểu rõ về sự phân bố thị trường và cạnh tranh giữa các ngân hàng và tổ chức tài chính khác nhau. Điều này cung cấp thông tin hữu ích cho các chiến lược kinh doanh và tiếp thị trong ngành ngân hàng. Sự đa dạng trong các sản phẩm và dịch vụ thẻ tín dụng cũng là một yếu tố quan trọng. Các ngân hàng đã cung cấp các sản phẩm thẻ phong phú, từ thẻ tín dụng cơ bản đến

thẻ cao cấp với các tính năng đặc biệt như tích điểm, giảm giá, hoặc bảo hiểm đi kèm. Các ngân hàng với uy tín và tin cậy cao thường thu hút được nhiều khách hàng hơn. Sự ổn định tài chính và lịch sử vững chắc cũng là một yếu tố quan trọng khi người tiêu dùng quyết định chọn ngân hàng để sử dụng thẻ tín dụng.

Và cũng như các ngân hàng khác, HDBank - CN Hoàn Kiếm đạt được thị phần tốt trong khu vực Hoàn Kiếm nhờ vào các yếu tố sau:

HDBank đã áp dụng các chiến lược tiếp thị và quảng cáo hiệu quả để tăng cường sự nhận biết thương hiệu và thu hút khách hàng mới. Việc quảng bá ưu đãi và chương trình khuyến mãi đã giúp tăng cường sự quan tâm và sự lựa chọn của khách hàng.

HDBank cung cấp một loạt các sản phẩm và dịch vụ thẻ tín dụng phong phú, từ các loại thẻ cơ bản đến thẻ cao cấp. Điều này giúp phục vụ nhu cầu đa dạng của khách hàng và tạo ra lợi ích đối với từng nhóm đối tượng. Sự hiện diện của HDBank với mạng lưới

Biểu đồ 3: Thị phần thẻ tín dụng đến ngày 31/12/2023.

(Nguồn: Theo khảo sát của tác giả)

chi nhánh và điểm giao dịch rộng khắp trong khu vực Hoàn Kiếm tạo ra sự tiện lợi và dễ dàng trong việc truy cập dịch vụ cho khách hàng.

HDBank có thể tập trung vào cung cấp dịch vụ chất lượng cao, từ quá trình phát hành thẻ đến hỗ trợ khách hàng sau khi sử dụng thẻ. Việc xử lý các yêu cầu và khiếu nại một cách nhanh chóng và hiệu quả có thể tạo ra sự hài lòng và lòng trung thành từ phía khách hàng. HDBank đã có những ưu điểm cạnh tranh như: lãi suất hấp dẫn, phí thấp, và các chương trình khuyến mãi hấp dẫn. Điều này giúp thu hút và giữ chân khách hàng trong thị trường cạnh tranh sôi động của khu vực Hoàn Kiếm.

Tóm lại, sự thành công của HDBank Hoàn Kiếm dựa trên việc triển khai các chiến lược tiếp thị hiệu quả, cung cấp các sản phẩm và dịch vụ đa dạng, mạng lưới chi nhánh rộng khắp, chất lượng dịch vụ cao và các ưu điểm cạnh tranh trong ngành. Tuy nhiên, bên cạnh đó vẫn còn nhiều điểm hạn chế khi sử dụng tại một số cửa hàng, nhà hàng, điểm bán lẻ nhất định. Điều này làm giảm sự thuận tiện khi sử dụng thẻ của khách hàng. Phí và lãi suất của thẻ tín dụng tại Ngân hàng HDBank, như: phí nộp tiền, phí giao dịch nước ngoài, phí trễ hạn và lãi suất trả chậm, phí thường niên, phí vượt hạn mức, phí khiếu nại sai, phí thay đổi hạn mức,... còn khá cao. Từ đó sẽ phát sinh nhiều khoản chi phí đối với khách hàng sẽ khiến khách hàng không lựa chọn sản phẩm thẻ tín dụng của ngân hàng, bởi vậy đây là một hạn chế

rất lớn đối với việc thu hút khách hàng mà HDBank cần khắc phục. Thị phần thẻ tín dụng nhìn chung đang khá thấp so với mặt bằng chung, các hoạt động tiếp thị, quảng bá về thẻ tín dụng tại HDBank - CN Hoàn Kiếm đang còn chưa được nhiều khách hàng đặc biệt quan tâm, về sự quan tâm chủ yếu phụ thuộc vào những chương trình ưu đãi của HDBank.

2. Giải pháp mở rộng thị phần sản phẩm thẻ tín dụng của chi nhánh đến với khách hàng

Một là, Ngân hàng sẽ cần tiếp tục có chính sách thu hút và phát triển đa dạng khách hàng, từ cá nhân cho đến doanh nghiệp. Điều này bao gồm cả việc tăng cường tiếp cận đến các đối tượng mới thông qua các chiến lược quảng cáo, tiếp thị và các chương trình khuyến mãi đặc biệt.

Hai là, tiếp tục nâng cấp và đa dạng hóa các sản phẩm và dịch vụ thẻ tín dụng để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Điều này có thể bao gồm việc cung cấp các loại thẻ phù hợp với nhu cầu và mong muốn của từng đối tượng khách hàng, cũng như các dịch vụ đi kèm như ứng dụng di động tiện ích và các chương trình tích điểm hấp dẫn.

Ba là, đẩy mạnh các hoạt động quảng cáo và tiếp thị để tăng cường nhận thức thương hiệu và thu hút khách hàng. Các chiến lược tiếp thị sẽ được thiết kế để tăng hiệu suất tiếp cận khách hàng và tạo ra sự hứng thú và niềm tin đối với thương hiệu của ngân hàng.

Bốn là, tiếp tục mở rộng hệ thống đối tác chấp nhận thẻ tín dụng của mình, bao gồm cả các cửa

hàng, nhà hàng, dịch vụ và trang web mua sắm trực tuyến. Điều này giúp tăng cường tiện ích và tiện lợi cho khách hàng khi sử dụng thẻ của ngân hàng.

Năm là, tập trung vào việc cải thiện trải nghiệm của khách hàng thông qua việc tăng cường dịch vụ khách hàng, hỗ trợ trực tuyến và cải thiện quy trình xử lý khiếu nại. Điều này giúp tạo ra một môi trường

giao dịch tích cực và tăng cường sự hài lòng của khách hàng.

Sáu là, sẽ đào tạo và phát triển nhân viên kiến thức về sản phẩm và dịch vụ thẻ tín dụng, cũng như kỹ năng giao tiếp và tư vấn khách hàng, để họ có thể cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp và tận tình cho khách hàng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Nguyễn Thị Thuỳ Linh (2016), Phát triển dịch vụ thẻ tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Bắc Quảng Bình. Luận văn thạc sĩ, Học viện Hành chính Quốc gia.
2. Phạm Công Uẩn (2013), Thông tin tín dụng với sự phát triển của thị trường thẻ tín dụng Việt Nam, Tài liệu hội thảo “Các giải pháp phát triển hiệu quả thị trường thẻ tín dụng tại Việt Nam”, do Hội thẻ Ngân hàng Việt Nam tổ chức.
3. Thu Hà (2012), Thẻ ngân hàng đang trở thành phương tiện thanh toán phổ biến. Truy cập tại <https://www.vccinews.vn/news/6283/.html>
4. Ngân hàng TMCP Phát triển Hồ Chí Minh - Chi nhánh Hoàn Kiếm (2024), Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh các năm 2021,2022,2023.

Ngày nhận bài: 10/5/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 24/5/2024

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/6/2024

Thông tin tác giả:

ThS. ĐOÀN TRẦN NGUYỄN

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

CURRENT SITUATION AND SOLUTIONS FOR INCREASING THE NUMBER OF CREDIT CARDS AT HD COMMERCIAL JOINT STOCK BANK - HOAN KIEM BRANCH

● Master. **DOAN TRAN NGUYEN**

University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

The number of credit cards issued by HD Commercial Joint Stock Bank (HDBank) - Hoan Kiem Branch has shown an increasing trend during the 2021-2023 period. Additionally, the bank has diversified its card lines, such as Visa, Master, JCB, and Family. This article analyzes the current situation of the credit card network development at HDBank - Hoan Kiem Branch, while also proposing solutions to expand the branch's credit card product market share to customers in the near future. These solutions include continuing policies to attract and diversify the customer base, from individuals to businesses, upgrading and diversifying credit card products and services to meet the diverse needs of customers, and strengthening advertising and marketing activities to enhance brand awareness and attract customers, etc.

Keywords: growth, credit cards, bank.