

PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG THẺ TÍN DỤNG TẠI VIỆT NAM

Ngày nhận: 24/4/2014
Ngày nhận lại: 02/6/2014
Ngày duyệt đăng: 10/7/2014
Mã số: 7-14-NCTĐ-55

Trịnh Hoàng Nam (*)

Tóm tắt: Đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ thẻ là một trong những mục tiêu hàng đầu của các ngân hàng bán lẻ tại Việt Nam. Thẻ tín dụng là sản phẩm kết hợp giữa thẻ thanh toán và tín dụng tiêu dùng cá nhân theo nguyên tắc mua trước, trả sau. Tại Việt Nam, thị trường thẻ tín dụng thời gian qua đã đạt được một số thành tựu nhất định cả về số lượng lẫn chất lượng, nhưng vẫn chưa tương xứng với tiềm năng hiện có. Do đó, thị trường thẻ tín dụng Việt Nam cần những giải pháp phù hợp để tiếp tục phát triển, hướng tới mục tiêu đẩy mạnh thanh toán không dùng tiền mặt.

Từ khóa: Thẻ tín dụng, phát hành và sử dụng thẻ, nợ quá hạn, thanh toán không dùng tiền mặt.

Đặt vấn đề

Trong vài năm trở lại đây, thị trường thẻ ngân hàng Việt Nam không ngừng phát triển, mang lại nhiều tiện ích cho người sử dụng, cho ngân hàng và cho toàn xã hội. Các ngân hàng lần lượt đưa ra nhiều sản phẩm, dịch vụ thẻ để tăng cường tính cạnh tranh trên thị trường, trong đó thẻ tín dụng là một sản phẩm thẻ đặc biệt, một sự kết hợp linh hoạt giữa sản phẩm thẻ thanh toán và sản phẩm tín dụng tiêu dùng cá nhân.

Thị trường thẻ tín dụng Việt Nam thời gian qua đã có nhiều chuyển biến tích cực cả về số lượng thẻ phát hành lẫn doanh số sử dụng thẻ, nhưng vẫn chưa đáp ứng được kỳ vọng cũng như tiềm năng của thị trường. Một số lượng lớn thẻ tín dụng được phát hành nhưng không có dư nợ, hoặc có dư nợ nhưng không được thanh toán đúng hạn, dẫn đến nợ quá hạn, nợ xấu. Do đó, để phát triển sản phẩm thẻ tín dụng, các ngân hàng cần có các biện pháp thích hợp để gia tăng số lượng thẻ phát hành, doanh số sử dụng thẻ đồng thời kiểm soát được nợ quá hạn thẻ tín dụng.

Cơ sở lý thuyết

Thị trường được định nghĩa như là sự dàn xếp giữa người bán và người mua trong trao

đổi hàng hóa và dịch vụ (Begg và các tác giả, 2007). Theo đó, thị trường được cấu thành bởi cầu thị trường (hành vi của những người mua) và cung thị trường (hành vi của những người bán). Cầu (cung) thị trường được thể hiện thông qua số lượng hàng hóa mà người mua (bán) muốn mua (bán) tại mỗi mức giá chấp nhận được. Để đánh giá mức độ phát triển của thị trường, người ta sử dụng yếu tố quy mô thị trường, yếu tố này được đo lường dựa trên cơ sở tổng sản phẩm được tiêu thụ hay giá trị sản phẩm tiêu thụ của tất cả công ty trong ngành (Aaker và McLoughlin, 2010). Thị trường thẻ tín dụng có sự khác biệt nhất định khi đối tượng hàng hóa được trao đổi là thẻ tín dụng, người bán là ngân hàng phát hành thẻ (NHPHT), người mua là khách hàng có nhu cầu sử dụng thẻ. Theo Quyết định số 20/2007/QĐ-NHNN ngày 15/5/2007 về phát hành, sử dụng và thanh toán thẻ ngân hàng, thẻ tín dụng được định nghĩa là thẻ cho phép chủ thẻ thực hiện giao dịch trong phạm vi hạn mức tín dụng đã được cấp theo thỏa thuận với NHPHT. Mối quan hệ giữa NHPHT và chủ thẻ được xác lập khi hợp đồng phát hành, sử dụng và thanh toán thẻ tín dụng được ký kết, kéo dài cho đến khi chủ thẻ hoàn tất thủ tục thanh lý thẻ tín dụng theo quy định của NHPHT.