

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**  
**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

**TỪ CÔNG HOAN**

**PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG BÁN LẺ**  
**TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN**  
**VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

**Chuyên ngành: Tài chính – Ngân hàng**

**Mã số : 60.34.20**

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**Đà Nẵng – Năm 2013**

Công trình được hoàn thành tại  
**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS. TS. Lâm Chí Dũng**

Phản biện 1: PGS. TS. Võ Thị Thúy Anh

Phản biện 2: PGS. TS. Nguyễn Ngọc Vũ

Luận văn sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại Học Đà Nẵng vào ngày 23 tháng 03 năm 2013.

Có thể tìm hiểu Luận văn tại:

- Trung tâm Thông tin-Học liệu, Đại học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học Kinh Tế, Đại học Đà Nẵng

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Lĩnh vực bán lẻ đã và đang trở thành một xu hướng tất yếu trong nền kinh tế thị trường tại Việt Nam và ngày càng chiếm vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của một ngân hàng. Cùng với hoạt động dịch vụ bán lẻ, hoạt động tín dụng bán lẻ cũng ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm từ các Ngân hàng thương mại trong nước. Thực tế cho thấy Ngân hàng nào nắm bắt được cơ hội trong việc mở rộng và phát triển tín dụng bán lẻ đến đông đảo đối tượng khách hàng là các cá nhân, các hộ gia đình (hiện đang rất thiếu các dịch vụ tài chính) sẽ dễ dàng chiếm lĩnh thị trường. Với việc phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ, các Ngân hàng không chỉ có quy mô thị trường lớn hơn, mà hiệu quả kinh tế cũng cao hơn, nhờ các sản phẩm được đa dạng hoá và cung cấp với khối lượng lớn, doanh thu cao, phân tán được rủi ro kinh doanh; đồng thời mang lại cho Ngân hàng khả năng phát triển, nhờ liên tục đổi mới và đa dạng hoá các sản phẩm của mình.

Nắm bắt được nhu cầu của người dân, cũng như đẩy mạnh sự cạnh tranh với các ngân hàng, Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) đã triển khai loại hình tín dụng bán lẻ đối với khách hàng cá nhân, hộ gia đình. Đặc biệt, Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Đà Nẵng (VPBank Đà Nẵng) trong những năm gần đây đã không ngừng đẩy mạnh phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ, từng bước cải thiện quy trình, quy chế cho vay phù hợp nhu cầu của người dân và đảm bảo an toàn về tín dụng. Tuy nhiên, dư nợ tín dụng bán lẻ của VPBank Đà Nẵng vẫn còn thấp, việc mở rộng tín dụng bán lẻ trên địa bàn còn gặp nhiều khó khăn, số lượng sản phẩm triển khai còn hạn chế, tỷ trọng tín dụng bán lẻ thấp so với tổng dư nợ. Mặt khác, về công tác quảng cáo, marketing, cũng như công tác phát triển mạng lưới, nguồn nhân lực vẫn còn những vướng mắc, vừa khách quan, vừa chủ quan, làm ảnh hưởng đến khả năng mở rộng hoạt động tín dụng bán lẻ tại chi nhánh.

Với những lý do và thực tế như trên, việc nghiên cứu để đưa ra giải pháp khắc phục những khó khăn và phát triển tín dụng bán lẻ tại Ngân hàng Việt Nam Thịnh Vượng Đà Nẵng là có tính cấp thiết. Đó cũng là lý do tôi chọn đề tài ***“Phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Đà Nẵng”*** làm đề tài nghiên cứu cho luận văn tốt nghiệp của mình.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

- Hệ thống hóa những vấn đề cơ bản về phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ của ngân hàng thương mại.

- Phân tích và đánh giá thực trạng phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Đà từ năm 2007 đến năm 2011.

- Đề xuất các giải pháp nhằm phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ tại Ngân hàng Thương Mại Cổ Phần Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Đà Nẵng trong thời gian tới.

## **3. Phương pháp nghiên cứu**

Trên cơ sở phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng và duy vật lịch sử, các phương pháp được sử dụng trong quá trình nghiên cứu: điều tra, thống kê, so sánh, phân tích, tổng hợp...

## **4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

- Đối tượng nghiên cứu: là những vấn đề lý luận liên quan đến hoạt động tín dụng bán lẻ của NHTM và thực tiễn hoạt động tín dụng bán lẻ của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Đà Nẵng.

- Phạm vi nghiên cứu: Hoạt động tín dụng bán lẻ tại VPBank Đà Nẵng, giai đoạn từ năm 2007 đến năm 2011.

## **5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài**

- Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động tín dụng và tín dụng bán lẻ của Ngân hàng thương mại.

- Chương 2: Thực trạng hoạt động tín dụng bán lẻ của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Đà Nẵng.

- Chương 3: Giải pháp phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Đà Nẵng.

- Đề tài nghiên cứu ”Mở rộng cho vay tiêu dùng tại NHTM cổ phần các DN ngoài quốc doanh Việt Nam – CN Nghệ An, Tác giả: Đặng Quang Thế, Luận văn Thạc sĩ, bảo vệ 2010 tại Đại học Kinh tế Quốc dân.

## **6. Tổng quan tài liệu**

- Đề tài ” Một số giải pháp phát triển hoạt động bán lẻ tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam, Luận văn Thạc sĩ của tác giả Triều Mạnh Đức, bảo vệ 2009 tại Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh.

- Đề tài “Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại NHNN Quận Cẩm Lệ, TP Đà Nẵng” Tác giả: Lê Nguyên Thảo, Luận

văn Thạc sĩ, 2012, Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng.

- Đề tài “ Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ đối với khách hàng cá nhân tại Chi nhánh Ngân hàng đầu tư và phát triển Kontum”, Luận văn Thạc sĩ, tác giả; Võ thị Lệ Trinh, bảo vệ năm 2012 tại Đại học Đà Nẵng.

- Đề tài “Marketing các sản phẩm tín dụng bán lẻ tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Kỹ thương Việt Nam, Luận văn Thạc sĩ, Tác giả Tiền Thị Hằng (2010).

- Đề tài: “Mở rộng tín dụng đối với khu vực kinh tế tư nhân tại Ngân hàng Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn Việt Nam Chi nhánh Quảng Nam”, Luận văn Thạc sĩ của tác giả Nguyễn Trần Khôi An (2010), bảo vệ tại Đại học Đà Nẵng.

- Đề tài: “Giải pháp mở rộng tín dụng tại NHNN và PTNT - chi nhánh huyện Hòa vang”, Luận văn Thạc sĩ, tác giả Ông Hùng Cường, 2011, Đại học Đà Nẵng.

## CHƯƠNG 1

### CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG VÀ TÍN DỤNG BÁN LẺ CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

#### 1.1. TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

##### 1.1.1. Khái niệm , phân loại và vai trò tín dụng ngân hàng

Khái niệm

Tín dụng là một quan hệ kinh tế giữa người cho vay và người đi vay, là sự chuyển nhượng quyền sử dụng một lượng giá trị hay hiện vật theo những điều kiện mà hai bên thoả thuận.

Tín dụng ngân hàng là quan hệ cấp tín dụng giữa ngân hàng và các khách hàng. Cấp tín dụng là việc NH “thỏa thuận để tổ chức, cá nhân sử dụng một khoản tiền hoặc cam kết cho phép sử dụng một khoản tiền theo nguyên tắc có hoàn trả bằng nghiệp vụ cho vay, chiết khấu, cho thuê tài chính, bao thanh toán, bảo lãnh ngân hàng và các nghiệp vụ cấp tín dụng khác”.

##### 1.1.2. Phân loại tín dụng ngân hàng

TDNH có thể phân loại theo nhiều tiêu thức.

**a. Căn cứ vào hình thức cấp tín dụng trong ngân hàng, TDNH bao gồm:**

Cho vay, Chiết khấu thương phiếu và chứng từ có giá, Bảo lãnh, Cho thuê tài chính.

**b. Căn cứ theo tiêu chí thời gian cấp tín dụng bao gồm:**

Tín dụng ngắn hạn, Tín dụng trung hạn, Tín dụng dài hạn.

**c. Căn cứ vào mục đích vay vốn**

Tín dụng phục vụ sản xuất kinh doanh, Tín dụng phục vụ nhu cầu tiêu dùng.

**d. Căn cứ vào phương thức đảm bảo tiền vay**

- TD bảo đảm bằng tài sản: Cầm cố thế chấp bằng tài sản của khách hàng vay vốn, Bảo lãnh bằng tài sản của bên thứ ba, Bảo đảm bằng tài sản hình thành từ vốn vay.

- Cho vay không có tài sản đảm bảo (tín chấp): Cho vay không có tài sản đảm bảo theo quy định của Chính Phủ, Cho vay hộ gia đình nghèo, có bảo lãnh bằng tín chấp của tổ chức đoàn thể chính trị xã hội, Cho vay hộ gia đình không có tài sản đảm bảo.

**e. Căn cứ vào Phương thức cho vay**

Cho vay trực tiếp từng lần, Cho vay theo hạn mức, Cho vay theo dự án, Cho vay đồng tài trợ, Cho vay trả góp, Phương thức cho vay khác.

**1.1.3. Vai trò của tín dụng ngân hàng**

**a. Tín dụng góp phần thúc đẩy sản xuất và lưu thông hàng hóa phát triển**

**b. Tín dụng góp phần ổn định tiền tệ, ổn định giá cả**

**c. Tín dụng góp phần ổn định đời sống, tạo công ăn việc làm và ổn định trật tự xã hội**

**d. Tín dụng có vai trò tích cực trong mối quan hệ đối ngoại**

**1.2. ĐẶC ĐIỂM TÍN DỤNG BÁN LẺ****1.2.1. Khái niệm tín dụng bán lẻ**

Trong bối cảnh kinh doanh của các NH Việt nam hiện nay, dịch vụ NHBL có thể hiểu là những dịch vụ mà ngân hàng cung cấp cho nhóm khách hàng cá nhân và hộ.

Tín dụng bán lẻ là một phần của dịch vụ NHBL, theo đó NH thực hiện cấp tín dụng cho các đối tượng khách hàng cá nhân và hộ.

**1.2.2. Đặc điểm của tín dụng bán lẻ**

- *Thứ nhất:* Quy mô món vay nhỏ, nhưng số lượng món vay lớn:

- *Thứ hai:* Nhu cầu của khách hàng TDBL phụ thuộc vào chu kỳ kinh tế:

Chu kỳ kinh tế ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động sản xuất kinh doanh trong nền kinh tế. Khi nền kinh tế phát triển mở rộng, thì thu nhập của người dân tăng lên, nhu cầu mua sắm cũng tăng. Do sức cầu tăng, nên các doanh nghiệp sẽ sản xuất và bán được nhiều sản phẩm

dịch vụ hơn.

- *Thứ ba*: Hiệu quả sinh lời cao

Lãi suất cho vay TDBL, thường cao hơn lãi suất các khoản cho vay khác của ngân hàng. Lãi suất cho vay cao, nên tỷ lệ lợi nhuận từ TDBL trên một đồng vốn cho vay thường cao hơn các hình thức cho vay khác.

- Thứ tư là rủi ro cao, nhưng phân tán được rủi ro:

Cho vay TDBL được đánh giá là tài sản rủi ro nhất trong danh mục tài sản của ngân hàng. Tuy nhiên, mỗi giao dịch TDBL thường có giá trị nhỏ, nên mức ảnh hưởng của các khoản vay này cũng không lớn đối với hoạt động tổng thể của ngân hàng. Số lượng khách hàng lớn, nên rủi ro được phân tán cho nhiều người.

### **1.2.3. Sự cần thiết phát triển tín dụng bán lẻ**

#### **a. Đối với NHTM**

- Hoạt động tín dụng bán lẻ đem lại nhiều lợi ích cho Ngân hàng.

- Tạo điều kiện cho các Ngân hàng đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ ngân hàng từ huy động vốn cho đến cấp tín dụng

#### **b. Đối với khách hàng của TDBL**

- Góp phần tạo điều kiện cho hộ gia đình có vốn để hoạt động sản xuất kinh doanh và phục vụ nhu cầu tiêu dùng sinh hoạt của cá nhân.

- Góp phần tạo điều kiện cho hộ gia đình nâng cao trình độ học vấn, trình độ tay nghề, nhằm giải quyết việc làm và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

**c. Đối với nền kinh tế:** Đáp ứng nhu cầu đòi hỏi ngày càng lớn của khách hàng trong nền kinh tế thị trường.

## **1.3. PHÁT TRIỂN TDBL TRONG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

### **1.3.1. Nội dung phát triển TDBL**

Phát triển TDBL là quá trình Ngân hàng tăng trưởng quy mô TDBL, đa dạng hóa cơ cấu TDBL phù hợp với bối cảnh của thị trường, gia tăng mức sinh lời từ TDB và nâng cao năng lực cạnh tranh của NH trong lĩnh vực TDBL, đồng thời nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ TDBL, thỏa mãn nhu cầu và đáp ứng sự hài lòng của khách hàng ngày càng tốt hơn.

Mục tiêu của phát triển TDBL bao gồm:

- Tăng trưởng quy mô, thông qua tăng trưởng dư nợ TDBL
- Nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ TDBL
- Đa dạng hóa cơ cấu TDBL
- Tăng khả năng sinh lời từ TDBL

- Kiểm soát tốt rủi ro tín dụng trong hoạt động TDBL

Để gia tăng quy mô TDBL, ngân hàng có thể thực hiện nhiều phương thức, trong đó hai phương thức cơ bản là:

- Tăng số lượng khách hàng TDBL:

- Tăng dư nợ bình quân trên từng khách hàng cá nhân và hộ thông qua các biện pháp khác nhau.

Để tăng số lượng khách hàng và tăng dư nợ bình quân, nhìn chung NH đều thực hiện các biện pháp cơ bản sau:

- Hoàn thiện sản phẩm TDBL hiện có và phát triển những sản phẩm TDBL mới.

- Hoàn thiện chính sách lãi suất.

- Phát triển mạng lưới, hoàn thiện kênh phân phối.

- Tăng cường các biện pháp truyền thông, cổ động, xúc tiến.

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ TDBL.

### **1.3.2. Tiêu chí đánh giá kết quả phát triển TDBL**

**a. Tăng trưởng quy mô TDBL được đánh giá qua các chỉ tiêu sau**

- Tăng trưởng tổng dư nợ TDBL

- Tăng trưởng số lượng khách hàng TDBL

- Mức tăng trưởng dư nợ bình quân trên một khách hàng TDBL

**b. Cơ cấu TDBL**

Cơ cấu TDBL bao gồm cơ cấu sản phẩm, loại hình TD, phương thức cấp TD, cơ cấu khách hàng...

**c. Tăng trưởng thu nhập từ hoạt động TDBL của ngân hàng**

Chỉ tiêu này thể hiện qua tốc độ tăng của thu nhập từ hoạt động cho vay qua thời gian.

**d. Nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ TDBL**

Chất lượng TDBL có thể thực hiện qua đánh giá của chính NH hoặc qua khảo sát từ phía khách hàng.

**e. Tăng trưởng thị phần cho vay của ngân hàng trên thị trường mục tiêu**

Chỉ tiêu này đánh giá năng lực cạnh tranh của NH trong lĩnh vực TDBL.

**f. Kết quả kiểm soát rủi ro tín dụng**

Được đánh giá qua các chỉ tiêu: tỷ lệ nợ xấu/ tổng dư nợ và Tỷ lệ trích lập dự phòng/tổng dư nợ.

**1.3.3. Những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động tín dụng bán lẻ của ngân hàng thương mại**

**a. Nhân tố bên ngoài**



Môi trường dân số, môi trường chính trị - pháp luật, môi trường kinh tế, môi trường công nghệ, môi trường văn hóa - xã hội, môi trường cạnh tranh.

**b. Nhân tố bên trong**

Chính sách tín dụng của ngân hàng, quy mô vốn và khả năng phát triển của ngân hàng, bộ phận marketing Ngân hàng, chất lượng nguồn nhân lực.

**1.4. KINH NGHIỆM MỞ RỘNG TÍN DỤNG BÁN LẺ CỦA MỘT SỐ NGÂN HÀNG TRONG NƯỚC VÀ THẾ GIỚI**

**1.4.1. Kinh nghiệm của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam**

**1.4.2. Kinh nghiệm của một số Ngân hàng trên thế giới**

**1.4.3. Bài học kinh nghiệm rút ra cho các NHTM ở Việt Nam**

- Một là: Mở rộng và đa dạng hoá mạng lưới phục vụ khách hàng
- Hai là: Đa dạng hoá sản phẩm và dịch vụ
- Ba là: Tăng cường hoạt động tiếp thị và chăm sóc khách hàng

**KẾT LUẬN CHƯƠNG 1**

Qua nghiên cứu chương 1, luận văn đã phân tích, luận giải các vấn đề cơ bản có liên quan đến đề tài nghiên cứu như sau:

Trình bày khái niệm về tín dụng, tín dụng bán lẻ, giới thiệu đặc điểm, vai trò và sự cần thiết phát triển tín dụng bán lẻ đồng thời cũng đưa ra các sản phẩm tín dụng bán lẻ.

Luận văn đã đưa ra các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động tín dụng bán lẻ của ngân hàng thương mại, cũng như kinh nghiệm phát triển tín dụng bán lẻ của một số ngân hàng thương mại trong nước và thế giới.

**CHƯƠNG 2**

**THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG BÁN**

**LẺ TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN**

**VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

**2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

**2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển**

**2.1.2. Cơ cấu tổ chức**

**2.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh chủ yếu của ngân hàng VPBank Đà Nẵng giai đoạn 2007-2011**

Tính đến hết 31/12/2011 VPBank Đà Nẵng đã xây dựng được nền khách hàng khá rộng với số lượng khách hàng là 8.375 khách hàng bao gồm cả khách hàng tiền gửi, tiền vay, khách hàng sử dụng các dịch

vụ khác. Trong đó có 619 khách hàng là Tổ chức kinh tế, Định chế tài chính và 7.756 khách hàng là cá nhân.

**a. Về huy động vốn**

Tính đến 31/12/2011, VPBank Đà Nẵng đã huy động được 924 tỷ đồng tăng 26,7% so với năm 2010 và tăng 118,4% so năm 2007.

*Bảng 2.1. Kết quả huy động vốn của VPBank Đà Nẵng giai đoạn 2007 - 2011*

*Đơn vị: tỷ đồng*

STT	Chi tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	Tăng trưởng bq hàng năm (%)
	Nguồn vốn huy động	423	448	530	729	924	21,57
1.1.	Phân theo khách hàng						
	Tiền gửi tổ chức kinh tế	175	115	147	258	219	5,76
	Tiền gửi dân cư	247	306	329	370	510	19,87
	Tiền gửi Định chế tài chính	0	27	54	101	195	63,9
1.2.	Phân theo loại tiền						
	Tiền gửi VND	359	376	459	658	827	23,19
	Tiền gửi USD (qui đổi)	64	72	71	71	97	10,95
1.3.	Phân theo kỳ hạn						
	Tiền gửi dưới 12 tháng	250	310	418	604	695	29,12
	Tiền gửi từ 12 tháng trở lên	173	138	112	125	229	7,26

*(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2007 - 2011 của VPBank Đà Nẵng)*

Bảng số liệu trên cho ta thấy, trong 5 năm 2007-2011, tổng nguồn vốn huy động của VPBank Đà Nẵng đã tăng hơn 2 lần, trong đó tăng chủ yếu là tiền gửi của dân cư.

**b. Về hoạt động tín dụng**

Trong giai đoạn 2007-2011 Thực hiện định hướng phát triển KT-XH của tỉnh và sự chỉ đạo của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh

Vượng, VPBank Đà Nẵng đã chủ động mở rộng cho vay, tìm kiếm dự án, tìm kiếm khách hàng thực hiện gia tăng doanh số hoạt động tín dụng

*Bảng 2.2. Kết quả cho vay của VPBank Đà Nẵng giai đoạn 2007-2011*  
Đơn vị tính: tỷ đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	Tăng trưởng bq hàng năm (%)
1.	Tổng dư nợ tín dụng cuối kỳ	631	780	1.039	1.168	1.368	21,34
1.1	<i>Cơ cấu tín dụng</i>						
	<i>Theo kỳ hạn</i>						
	Dư nợ cho vay ngắn hạn	442	553	829	974	1.116	26,05
	Dư nợ cho vay trung và dài hạn	189	227	210	194	252	7,46
1.2	<i>Theo đối tượng khách hàng</i>						
	DN của khách hàng ĐC/TC	0	0	0	0	0	
	DN của khách hàng doanh nghiệp	467	580	783	860	968	19,99
	DN của khách hàng cá nhân	164	200	256	308	400	24,97
1.3	<i>Theo loại tiền</i>						
	Dư nợ VND	603	725	949	1.038	1.302	21,22
	Dư nợ Ngoại tệ (quĩ đối)	28	55	90	130	66	23,91
2	Tỷ lệ nợ xấu	1,5%	2,7%	2,2%	2,8%	3,0%	
3	Tỷ trọng TTDH/TDN	30%	29%	20%	17%	17%	
4	Tỷ trọng DN Bán lẻ/Tổng DN	26%	26%	25%	26%	29%	

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2007 - 2011 của VPBank Đà Nẵng)

### c. Về các hoạt động dịch vụ khác

Đến 31/12/2011 tổng thu dịch vụ ròng đạt 8,645 tỷ đồng, tăng gấp 5 lần so với năm 2007, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân 55% giai đoạn 2007-2011.

## 2.2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG BÁN LẺ CỦA NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG ( TỪ 2007 ĐẾN 2011)

### 2.2.1. Hệ thống các sản phẩm tín dụng bán lẻ và quy trình hoạt động tín dụng bán lẻ tại VPBank

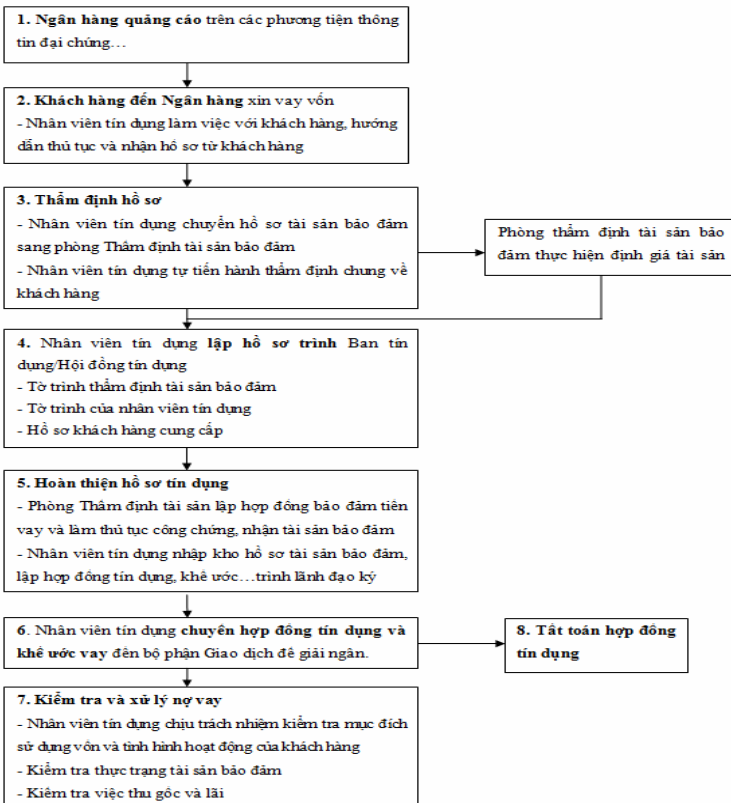
#### a. Hệ thống các sản phẩm tín dụng bán lẻ của VPBank

Các sản phẩm TD bán lẻ của VPBank hiện có:

Cho vay tiêu dùng tín chấp; Cho vay hỗ trợ nhu cầu về nhà ở; Cho vay mua ô tô phục vụ nhu cầu tiêu dùng; Cho vay cá nhân, hộ gia đình sản xuất kinh doanh; Cho vay thấu chi tín chấp; Cho vay đảm bảo bằng GTCG/TTK; Chiết khấu GTCG; Cho vay đi du học; Cho vay đầu tư kinh doanh chứng khoán; Cho vay ứng trước tiền bán chứng khoán niêm yết; Cho vay đối với người Việt Nam đi làm việc tại nước ngoài; Cho vay thẻ tín dụng.

Riêng tại VP Bank Đà Nẵng, do đặc điểm của thị trường đồng thời chủ trương của chi nhánh là phát triển những sản phẩm mà VPBank có lợi thế nên chi triển khai các sản phẩm sau: Cho vay hỗ trợ nhu cầu nhà ở; Cho vay cá nhân, hộ gia đình sản xuất kinh doanh; Cho vay đảm bảo bằng GTCG/TTK; Cho vay tiêu dùng tín chấp; Cho vay mua ô tô.

### ***b. Quy trình hoạt động tín dụng bán lẻ tại VPBank***



Sơ đồ 2.2. Quy trình nghiệp vụ tín dụng bán lẻ

### 2.2.2. Thực trạng triển khai các biện pháp phát triển TDBL tại Chi nhánh VPBank Đà Nẵng trong thời gian qua

- Phân khúc thị trường để triển khai những sản phẩm phù hợp
- Đa dạng hóa sản phẩm để đáp ứng tốt các nhu cầu đa dạng của khách hàng như
  - Liên kết với các đại lý bán xe ô tô để phát triển sản phẩm cho vay ô tô kinh doanh, cá nhân thành đạt, doanh nghiệp vận tải.
  - Tăng cường công tác truyền thông, cổ động và các biện pháp xúc tiến Marketing khác.
  - Tìm kiếm thông tin khách hàng qua các kênh như phòng đăng ký kinh doanh các quận để hỗ trợ vốn cho các hộ kinh doanh có nhu cầu.
  - Các bộ phận phối hợp, chăm sóc tặng quà khách hàng nhân dịp sinh nhật, lễ tết,..
  - Xây dựng kinh phí cho hoạt động chăm sóc khách hàng.
  - Cải tiến quy trình phê duyệt khoản vay: Rút ngắn thời gian giải quyết hồ sơ cho vay, đơn giản hóa thủ tục.
  - Đào tạo cán bộ, nhân viên trực tiếp làm việc với khách hàng.

### 2.2.3. Phân tích kết quả phát triển TDBL tại Chi nhánh

Hoạt động tín dụng bán lẻ của VPBank Đà Nẵng bao gồm 5 sản phẩm chủ yếu gồm: Cho vay hỗ trợ nhu cầu nhà ở; Cho vay cá nhân, hộ gia đình sản xuất kinh doanh; Cho vay đảm bảo bằng GTCCG/TTK; Cho vay tiêu dùng tín chấp; Cho vay mua ô tô.

#### a. Tăng trưởng quy mô TDBL

Bảng 2.4. Một số chỉ tiêu đánh giá tăng trưởng quy mô TDBL

STT	Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011	Tăng trưởng bq hàng năm (%)
1.	Tổng dư nợ tín dụng cuối kỳ	631	780	1.039	1.168	1.368	21,34
	<i>Cơ cấu tín dụng</i>						
1.1	<i>Theo kỳ hạn</i>						
	Dư nợ cho vay ngắn hạn	442	553	829	974	1.116	26,05
	Dư nợ cho vay trung và dài hạn	189	227	210	194	252	7,46
1.2	<i>Theo đối tượng khách hàng</i>						

	DN của khách hàng ĐCTC	0	0	0	0	0	
	DN của khách hàng doanh nghiệp	467	580	783	860	968	19,99
	DN của khách hàng cá nhân	164	200	256	308	400	24,97
1.3	<i>Theo loại tiền</i>						
	Dư nợ VNĐ	603	725	949	1.038	1.302	21,22
	Dư nợ Ngoại tệ (qui đổi)	28	55	90	130	66	23,91
2	Tỷ lệ nợ xấu	1.5%	2.7%	2.2%	2,8%	3.0%	
3	Tỷ trọng TDH/TDN	30%	29%	20%	17%	17%	
4	Tỷ trọng DN Bán lẻ/Tổng DN	26%	26%	25%	26%	29%	

(Nguồn: Báo cáo nội bộ của VPBank Đà Nẵng)

Nhìn chung, số lượng khách hàng giảm, trong khi dư nợ bình quân trên khách hàng lại tăng do đó VPBank nói chung và VPBank Đà Nẵng nói riêng cần có các biện pháp để tiếp thị khách hàng mới đồng thời giữ khách hàng cũ để tăng số lượng khách hàng nhằm phân tán rủi ro.

### **b. Cơ cấu TDBL tại Chi nhánh**

- Cơ cấu dư nợ TDBL theo kỳ hạn

*Bảng 2.5. Cơ cấu dư nợ TDBL theo kỳ hạn*

Chi tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	Dư nợ (tỷ.đ)	Tỷ trọng (%)	Dư nợ (tỷ.đ)	Tỷ trọng (%)	Dư nợ (tỷ.đ)	Tỷ trọng (%)
1. Dư nợ ngắn hạn	153,6	60	231	75	328	82
2. Dư nợ trung hạn	76,8	30	61,6	20	40	10
3. Dư nợ dài hạn	25,6	10	15,4	5	32	8
Cộng	256	100	308	100	400	100

(Nguồn: Báo cáo nội bộ của VPBank Đà Nẵng)

- Cơ cấu dư nợ TDBL theo hình thức bảo đảm tiền vay

Tỷ trọng dư nợ bảo đảm bằng thế chấp bất động sản thời kỳ từ 2009 đến 2011 chiếm tỷ trọng trên 85%. Kế đó là hình thức bảo đảm

bằng động sản và đến giấy tờ có giá, đây là các biện pháp đảm bảo an toàn trong hoạt động cho vay.

- Cơ cấu dư nợ TDBL theo sản phẩm

Dư nợ TDBL tập trung lớn nhất vào Sản phẩm cho vay cá nhân, hộ gia đình sản xuất kinh doanh. Thứ hai về dư nợ TDBL là Sản phẩm cho vay hỗ trợ nhu cầu nhà ở đây là nhu cầu cấp thiết trong đời sống người dân.

### c. Tăng trưởng thu nhập từ TDBL

Bảng 2.9. Kết quả thu lãi cho vay giai đoạn 2007 - 2011

Đơn vị tính: tỷ đồng

STT	Chỉ tiêu	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
1	Tổng thu lãi vay	73,7	93,80	141,8	109,3	150,4
2	Thu lãi từ tín dụng bán lẻ	19,7	23,4	36,6	32	41,1
3	Tỷ trọng thu lãi TD bán lẻ / tổng thu lãi (%)	26,7	24,9	25,8	29,3	27,3
4	Tốc độ tăng trưởng thu lãi tín dụng bán lẻ (%)		18,8	56,4	-12,6	28,4

(Nguồn: Báo cáo nội bộ của VPBank Đà Nẵng)

Qua bảng số liệu trên, ta có thể thấy tốc độ tăng thu lãi từ hoạt động tín dụng bán lẻ của chi nhánh qua các năm. Nếu như năm 2007 thu lãi từ tín dụng bán lẻ chỉ là 19,7 tỷ đồng, thì đến năm 2011 thu lãi từ tín dụng bán lẻ đạt 41,1 tỷ đồng tăng 110% so với năm 2007.

### d. Nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ TDBL

### e. Tăng trưởng thị phần TDBL

Bảng 2.10. Tỷ trọng dư nợ TDBL của VP Bank Đà Nẵng trên địa bàn TPĐN

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
Dư nợ TDBL của VP ĐN	Tỷ.đ	256	308	400
Tổng Dư nợ tại các TCTD trên địa bàn	Tỷ. đ	10.048	12.681	15.350
Tỷ trọng dư nợ của VP Bank/tổng dư nợ	%	2,55	2,43	2,58

(Nguồn: Số liệu của Ngân hàng Nhà nước thành phố Đà Nẵng)

Hiện nay, trên địa bàn TPĐN có khoảng 58 TCTD (Chi nhánh cấp 1) đang hoạt động, trong đó, VPBank ĐN được thành lập và hoạt động khá sớm nhưng tỷ lệ dư nợ TDBL chiếm tỷ lệ khá khiêm tốn. Tỷ lệ cao nhất trong thời gian qua mà VPBank ĐN đạt được chỉ ở mức 2,58%.

**f. Kiểm soát rủi ro TD trong hoạt động TDBL**

Để đánh giá mức độ kiểm soát rủi ro TDBL luận văn sử dụng các chỉ tiêu: tỷ lệ nợ xấu/tổng dư nợ và Tỷ lệ trích lập dự phòng/tổng dư nợ...

*Bảng 2.11. Tình hình rủi ro tín dụng trong hoạt động TDBL ba năm 2009-2011*

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
1. Nợ xấu trong TDBL	Tỷ.đ	3,74	8,16	12,2
2. Tỷ lệ nợ xấu TDBL/tổng dư nợ TDBL	%	1,46	2,65	3,05
3. Tỷ lệ trích lập dự phòng/tổng dư nợ xấu TDBL	%	78,2	81,3	83,2

*(Nguồn: Theo báo cáo trích lập dự phòng rủi ro năm 2009,2010,2011 của VPB ĐN)*

Qua bảng số liệu trên cho thấy dư nợ xấu đối với TDBL cao nhất trong những năm qua là 12,2 tỷ đồng, chiếm 3,05%/tổng dư nợ TDBL. Như vậy, khả năng kiểm soát rủi ro đối với hoạt động cho vay TDBL nằm trong giới hạn an toàn của Ngân hàng nhà nước quy định.

**2.2.4. Phân tích các sản phẩm tín dụng bán lẻ chủ yếu**

**a. Sản phẩm cho vay hỗ trợ nhu cầu nhà ở**

*Bảng 2.12. Kết quả hoạt động cho vay hỗ trợ nhu cầu nhà ở của VPBank Đà Nẵng*

*Đơn vị: tỷ đồng*

T	Cho vay hỗ trợ nhu cầu nhà ở	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
1	Dư nợ	25,6	25,1	26,80	29,5	63,5
2	Số lượng khách hàng vay	127	95	120	150	180
3	Số lượng khoản vay	155	120	145	175	240
4	Tốc độ tăng trưởng dư nợ so với năm trước		-1,9%	6,77%	10,07%	115,3%
5	Tỷ lệ nợ xấu/Tổng dư nợ	0,041	0,182	0,017%	0	0,59%
6	Tỷ trọng dư nợ/Tổng dư nợ bán lẻ	15,6%	12,55%	10,46%	9,57%	15,85%

*(Nguồn: Báo cáo nội bộ của VPBank Đà Nẵng)*



Dư nợ cuối năm 2007 là 25,6 tỷ đồng chiếm 15,6% tổng dư nợ bán lẻ, đến thời điểm 31/12/2011 dư nợ là 63,5 tỷ đồng tăng 2,48 lần so với năm 2007, chiếm 15,85% trong tổng dư nợ tín dụng bán lẻ.

**b. Sản phẩm cho vay cá nhân, hộ gia đình sản xuất kinh doanh**

**Bảng 2.13. Kết quả cho vay cá nhân, hộ gia đình sản xuất kinh doanh**

*Đơn vị tính : tỷ đồng*

TT	Cho vay cá nhân, hộ gia đình SXKD	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
1	Dư nợ	120	156	207,7	234,5	293,7
2	Số lượng khách hàng vay	4.863	4.426	3.692	2.197	1.642
3	Số lượng khoản vay	4.953	4.516	3.872	2.282	1.727
4	Tốc độ tăng trưởng dư nợ so với năm trước		30%	33,14%	12,9%	25,24%
5	Tỷ lệ nợ xấu	1,3%	1,34%	2,5%	2,7%	3,1%
6	Tỷ trọng dư nợ/Tổng dư nợ bán lẻ	73,17%	78%	81,13%	76,13%	73,43%

*(Nguồn: Báo cáo nội bộ của VPBank Đà Nẵng)*

Qua chỉ tiêu số liệu về sản phẩm này cho thấy, dư nợ vay tăng trưởng mạnh với mức tăng bình quân giai đoạn 2007-2011 là trên 25% . (Cụ thể năm 2008 tăng 30 % so với năm 2007, năm 2011 tăng 25,24% so với năm 2010). Tính đến 31/12/2011 dư nợ của sản phẩm này đã tăng 144,75% so với năm 2007.

**c. Sản phẩm cho vay đảm bảo bằng GTCG/TTK**

**Bảng 2.14. Kết quả hoạt động cho vay đảm bảo bằng GTCG/TTK**

*Đơn vị tính : tỷ đồng*

TT	Cho vay đảm bảo bằng GTCG/TTK	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
1	Dư nợ	4,1	5,1	6,4	11,5	11,1
2	Số lượng khách hàng vay	68	59	50	74	93
3	Số lượng khoản vay	82	66	68	93	117
4	Tốc độ tăng trưởng dư nợ so với năm trước		24,3%	25,4%	79,6%	-3,4%
5	Nợ xấu/Tổng dư nợ	0	0	0	0	0
6	Tỷ trọng dư nợ/Tổng dư nợ bán lẻ	2,5%	2,55%	2,5%	3,73%	2,77%

*(Nguồn: Báo cáo nội bộ của VPBank Đà Nẵng)*

**d. Sản phẩm cho vay tiêu dùng tín chấp****Bảng 2.15. Kết quả hoạt động cho vay tiêu dùng tín chấp***Đơn vị tính: tỷ đồng*

T	Cho vay tiêu dùng tín chấp	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
1	Dư nợ	4,3	2,5	2,9	7,5	12
2	Số lượng khách hàng vay	199	144	90	100	190
3	Số lượng khoản vay	199	144	90	100	190
4	Tốc độ tăng trưởng dư nợ so với năm trước		-41,8%	16%	158,6%	60%
5	Nợ xấu/Tổng dư nợ	0,30%	4,56%	1,89%	0,21%	0,26%
6	Tỷ trọng dư nợ/Tổng dư nợ bán lẻ	2,62%	1,25%	1,13%	2,43%	3%

*(Nguồn: Báo cáo nội bộ của VPBank Đà Nẵng)***e. Sản phẩm cho vay mua ô tô****Bảng 2.16. Kết quả hoạt động cho vay mua ô tô***Đơn vị tính : tỷ đồng*

T	Cho vay mua ô tô	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
1	Dư nợ	10	11,3	12,20	25	19,7
2	Số lượng khách hàng vay	27	35	42	65	69
3	Số lượng khoản vay	27	35	42	65	69
4	Tốc độ tăng trưởng dư nợ so với năm trước		13%	7,96%	104,91 %	- 21,2%
5	Nợ xấu/Tổng dư nợ	0	0	0	2,16%	3,69%
6	Tỷ trọng dư nợ/Tổng dư nợ bán lẻ	6,09%	5,65%	4,76%	8,12%	4,93%

*(Nguồn: Báo cáo số liệu nội bộ của VPBank Đà Nẵng)*

Dư nợ cho vay mua ô tô tại VPBank Đà Nẵng tăng trưởng vượt trội. Tuy nhiên tốc độ không đều.

## **2.3. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG BÁN LẺ CỦA NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

### **2.3.1. Những thành tựu đạt được**

#### **a. Về quy mô tín dụng bán lẻ**

#### **b. Về mạng lưới hoạt động**

Hiện tại mạng lưới của chi nhánh tương đối lớn bao gồm 01 Hội sở chi nhánh, 9 phòng giao dịch.

#### **c. Về nền khách hàng**

#### **d. Về hiệu quả kinh doanh**

Nguồn thu nhập từ lãi vay chiếm một tỷ lệ rất lớn, khoảng trên 70% tổng thu nhập của Ngân hàng.

#### **e. Về các hoạt động truyền thông, cổ động, xúc tiến bán hàng**

#### **f. Về nguồn nhân lực**

#### **g. Về Công nghệ thông tin**

### **2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân**

#### **a. Hạn chế của hoạt động tín dụng bán lẻ trong thời gian qua của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Đà Nẵng**

\* Về cơ cấu và số lượng sản phẩm cung cấp.

- Sản phẩm tín dụng bán lẻ của VPBank Đà Nẵng hiện đã phần nào đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, chủng loại sản phẩm còn hạn chế, mới chỉ gói gọn trong 5 sản phẩm chủ yếu, trong khi VPBank đã có 12 sản phẩm bán lẻ.

- Cơ cấu cho vay bán lẻ chưa đa dạng.

\* Về hoạt động xúc tiến (Promotion) Marketing

- Công tác quảng bá sản phẩm, dịch vụ, chăm sóc khách hàng còn chưa chuyên nghiệp và còn hạn chế.

- Việc nghiên cứu đánh giá các đối thủ cạnh tranh còn chưa được thực hiện, cho nên đã hạn chế việc tham mưu tạo quyết sách đúng đắn cho cấp quản lý điều hành.

\* Về công tác nguồn lực

- Lực lượng cán bộ còn mỏng, nhân sự phần lớn là nhân viên trẻ, mới ra trường, ít kinh nghiệm nên còn lúng túng trong việc tư vấn, khách hàng.

- Công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ cho hoạt động tín dụng bán lẻ còn hạn chế.

- Chưa có cơ chế chính sách phù hợp để thu hút nguồn nhân lực tốt từ bên ngoài.

\* Về phát triển mạng lưới hoạt động

- Tốc độ phát triển mạng lưới hoạt động tuy nhiều nhưng chưa hiệu quả.

- Việc triển khai, cung cấp các sản phẩm, dịch vụ tại các Phòng giao dịch còn hạn chế.

***b. Nguyên nhân hạn chế của việc phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ trong thời gian qua của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Đà Nẵng***

\* Nguyên nhân từ phía Ngân hàng

- Trước đây cũng như các ngân hàng thương mại cổ phần khác, VPBank Đà Nẵng chỉ quan tâm phục vụ đối tượng khách hàng là các doanh nghiệp (doanh nghiệp ngoài quốc doanh vừa và nhỏ) và tập trung cho vay đối tượng này với các khoản vay lên đến hàng tỷ đồng, lớn hơn gấp nhiều lần so với các món vay bán lẻ.

- Danh mục sản phẩm tín dụng bán lẻ hiện có của VPBank so với ngân hàng khác tương đối đầy đủ, nhưng quy trình thủ tục còn phức tạp, hình ảnh về sản phẩm chưa rõ nét, chưa có phương thức tiếp cận tốt tới khách hàng bán lẻ cho nên hạn chế việc phát triển các sản phẩm tín dụng bán lẻ.

- Công tác tiếp thị trong vài năm trở lại đây của VPBank Đà Nẵng được quan tâm triển khai. Tuy nhiên, tính tổ chức nghiệp vụ tiếp thị, quảng cáo của VPBank Đà Nẵng còn yếu, chưa hiệu quả, do kinh nghiệm không cao và đầu tư chưa đúng mức.

\* Từ phía khách hàng

- Tâm lý của người dân Đà Nẵng là tích lũy đủ mới tiêu dùng họ rất ái ngại việc ngân hàng.

- Hiểu biết của người dân về ngân hàng còn thấp.

- Những khách hàng có trình độ và có năng lực tài chính mạng thường đòi hỏi cao về chất lượng dịch vụ

\* Nguyên nhân khác

- Hành lang pháp lý cho hoạt động tín dụng bán lẻ còn chưa đầy đủ.

- Thị trường hoạt động còn có nhiều khó khăn do cơ cấu kinh tế chưa có sự bứt phá

- Nhu cầu của khách hàng là cơ sở để sản phẩm, cũng như doanh nghiệp đó phát triển.

- Do sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trong thị trường tín dụng bán lẻ của các Ngân hàng thương mại

## **KẾT LUẬN CHƯƠNG 2**

Qua nghiên cứu nội dung của chương 2, luận văn đã trình bày những thuận lợi và khó khăn của hoạt động tín dụng bán lẻ của Ngân hàng VPBank Đà Nẵng. Từ đó giúp cho việc nghiên cứu và đánh giá thực trạng hoạt động tín dụng bán lẻ của ngân hàng VPBank Đà Nẵng trong giai đoạn từ 2007 - 2011.

Trên cơ sở nghiên cứu thực tiễn, thu thập số liệu, luận văn đã tập trung phân tích thực trạng trên cơ sở hệ thống các sản phẩm tín dụng bán lẻ đã được đề cập trong chương 1, trong đó chủ yếu tập trung vào các nội dung: Phân tích kết quả đạt được của từng sản phẩm trong tổng dư nợ tín dụng của ngân hàng.

Thông qua phân tích thực trạng hoạt động tín dụng bán lẻ của Ngân hàng VPBank Đà Nẵng, luận văn đã đánh giá thực trạng trên 2 góc độ: Kết quả đạt được, hạn chế, đồng thời chỉ ra những nguyên nhân của hạn chế nhằm tạo cơ sở thực tiễn cho giải pháp và kiến nghị trong chương tiếp theo.

## **CHƯƠNG 3**

### **GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG BÁN LẺ TẠI NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG - CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

#### **3.1. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG BÁN LẺ CỦA NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG TRONG THỜI GIAN TỚI**

##### **3.1.1. Định hướng phát triển chung**

- Xây dựng VPBank Đà Nẵng từng bước lớn mạnh.
- Thực hiện mở rộng mạng lưới hoạt động, mở các phòng giao dịch, điểm giao dịch tại các nơi tập trung dân cư và doanh nghiệp hoạt động.
- Hoạt động kinh doanh đảm bảo an toàn, tuân thủ pháp luật Nhà nước, thể chế, quy định của ngành, kinh doanh có lãi.

##### **3.1.2. Định hướng phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Đà Nẵng**

- Tiếp tục cải tiến quy trình quy chế về TDBL, nâng cao tính chuyên nghiệp trong công tác phục vụ và chăm sóc khách hàng
- Mở rộng cung cấp cho khách hàng một danh mục sản phẩm đầy đủ và liên tục được cập nhật sản phẩm/dịch vụ phù hợp với nhu cầu của khách hàng:
- Phát triển tín dụng bán lẻ theo hướng mở rộng mạng lưới

- Đảm bảo tài chính lành mạnh
- Phát triển nền khách hàng
- Tăng cường công tác Marketing đối với sản phẩm tín dụng bán lẻ
- Huy động tối đa nguồn vốn tại địa phương.

### **3.2. CÁC GIẢI PHÁP CƠ BẢN NHẪM PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG BÁN LẺ CỦA NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG – CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG**

#### **3.2.1. Quán triệt tầm quan trọng chiến lược của mục tiêu phát triển tín dụng bán lẻ đối với Chi nhánh**

Quán triệt và nhận thức đầy đủ mục tiêu mang tính chiến lược phát triển của VPBank Đà Nẵng là ”trở thành ngân hàng thương mại hàng đầu tại địa bàn cung cấp các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng bán lẻ”. Trong đó hoạt động tín dụng bán lẻ là một trong những hoạt động chính, hoạt động cơ bản để từ đó mở rộng phát triển các hoạt động ngân hàng bán lẻ khác.

#### **3.2.2. Tăng cường thu hút khách hàng tiềm năng**

- Cán bộ QHKK cá nhân nên nhận thức ngân hàng cũng giống như một doanh nghiệp, cần phải bán được sản phẩm của mình cho khách hàng. Do vậy phải chú trọng quảng bá sản phẩm, hình ảnh ngân hàng tới khách hàng, đặc biệt là khách hàng cá nhân.

- Trong quá trình quảng bá sản phẩm cần phải xác định được nhóm khách hàng mà ngân hàng quan tâm, chú trọng.

- Đối với những khách hàng có thu nhập lớn và uy tín cao, ngân hàng nên chủ động cử cán bộ tới giới thiệu sản phẩm cùng những tiện ích của ngân hàng.

#### **3.2.3. Tăng cường giá trị của khách hàng**

- Giảm các chi phí cho khách hàng

- Thành lập bộ phận thực hiện nghiên cứu thị trường, đối thủ cạnh tranh và đặc biệt tìm hiểu, phân tích các sản phẩm tín dụng bán lẻ chủ chốt trên thị trường hiện nay của các Ngân hàng trên địa bàn nhằm phục vụ công tác cải tiến, hoàn thiện sản phẩm và việc phát triển các sản phẩm mới đáp ứng tối ưu nhu cầu của khách hàng.

#### **3.2.4. Cải tiến, đa dạng hóa sản phẩm tín dụng bán lẻ**

- Phát triển các sản phẩm dành cho khách du lịch nước ngoài như sản phẩm thẻ tín dụng quốc tế (thẻ VISA,...).

- Phát triển các sản phẩm cho vay thấu chi tín chấp

- Phát triển sản phẩm cho vay bảo đảm bằng Sổ tiết kiệm, Giấy tờ có giá.

- Thực hiện thăm dò và đo lường sự hài lòng của khách hàng theo định kỳ.

### **3.2.5. Mở rộng mạng lưới hoạt động của Ngân hàng**

Mở rộng mạng lưới ngân hàng bán lẻ tại những địa bàn có tiềm năng phát triển kinh tế, khu du lịch, khu đô thị, khu công nghiệp. Đồng thời phát triển các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng bán lẻ có hàm lượng công nghệ cao, kết hợp sản phẩm tín dụng với các sản phẩm tiện ích khác trong lĩnh vực huy động vốn, tài trợ thương mại, dịch vụ thẻ, ngân hàng điện tử để hình thành các sản phẩm trọn gói cho một khách hàng hoặc nhóm khách hàng, qua đó nâng cao khả năng cạnh tranh với các Ngân hàng trên địa bàn về mặt mạng lưới, khả năng tiếp cận, hiểu biết và chăm sóc khách hàng.

### **3.2.6. Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ hoạt động TDBL**

- Tổ chức thiết kế và thường xuyên triển khai các chương trình đào tạo về kỹ năng cho từng công việc cụ thể và về chuyên môn cho tất cả cán bộ làm công tác QHKK cá nhân.

- Có chính sách tạo động lực, khuyến khích cán bộ làm công tác QHKHCN.

- Từng nhân viên tín dụng cần thường xuyên tu dưỡng, rèn luyện phẩm chất đạo đức, xây dựng tác phong làm việc nhanh nhẹn, khoa học, nghiêm túc, không vụ lợi, không lợi dụng khách hàng.

### **3.2.7. Nâng cao hình ảnh, vị thế của Ngân hàng**

Nâng cao hình ảnh, vị thế của Ngân hàng bằng việc xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật đóng vai trò rất quan trọng trong chiến lược Marketing Ngân hàng. Do vậy mà trụ sở Ngân hàng tạo ra ấn tượng đầu tiên của khách hàng đối với Ngân hàng về mức độ an toàn, khả năng tài chính, khả năng cho vay đối với các dự án lớn, mức độ đa dạng của sản phẩm dịch vụ mà Ngân hàng cung ứng cũng như những tiện ích mà Ngân hàng mang lại cho khách hàng và hơn hết là mức độ hài lòng của khách hàng về việc sử dụng các sản phẩm Ngân hàng.

### **3.2.8. Tiếp tục tăng cường năng lực quản lý rủi ro tín dụng trong hoạt động TDBL**

#### ***a. Nâng cao chất lượng thẩm định***

Song song với việc phát triển hoạt động TDBL, chi nhánh cần quan tâm đến việc nâng cao chất lượng khoản vay vì khi chất lượng được quan tâm đúng mức, việc phát triển hoạt động TDBL sẽ gặp nhiều thuận lợi và có nhiều triển vọng hơn:

- Công tác thẩm định đòi hỏi cán bộ ngân hàng không những

phải giỏi về nghiệp vụ mà còn phải có hiểu biết rộng rãi, sâu sắc về nhiều lĩnh vực, am hiểu thực tế về nhiều ngành nghề, nhìn nhận đánh giá đúng thực tế khách hàng vay.

- Thường xuyên thu thập những thông tin về tình hình biến động của thị trường, các thông tin về kinh tế chính trị văn hóa xã hội, thông tin về các ngành nghề, việc làm để phổ biến lại cho cán bộ nhân viên trong ngân hàng thông qua trang web nội bộ, các bản tin nội bộ hàng ngày nhằm trang bị cho cán bộ nhân viên những thông tin cần thiết khi thẩm định cho vay.

- Tăng cường công tác kiểm tra giám sát nội bộ từ khâu thẩm định, xét duyệt món vay đến khâu quản lý sau cho vay, đảm bảo mọi khâu trong quá trình thẩm định và xét duyệt cho vay tuân thủ các quy trình, quy chế của VPBank và của NHNN.

- Kiểm tra và định giá lại tài sản đảm bảo theo định kỳ 06 tháng/1lần: Theo qui định 06 tháng/1lần Chi nhánh phải tiến hành định giá lại tài sản đảm bảo nợ vay, qua đó nhằm biết được tài sản của khách hàng có tăng /giảm, biến động để ngân hàng kịp thời điều chỉnh mức vay của khách hàng.

#### ***b. Kiểm tra giám sát đạo đức cán bộ***

Trong hoạt động tín dụng bán lẻ, cần phải đặc biệt quan tâm đến rủi ro đạo đức của cán bộ trong quá trình tác nghiệp. Rủi ro này xảy ra không nhiều, tuy nhiên lại gây ra tổn thất nặng nề cả về vật chất lẫn uy tín cho VPBank.

#### ***c. Kiểm tra, giám sát tính tuân thủ quy trình nghiệp vụ***

Kiểm tra, kiểm soát thường xuyên, liên tục tính tuân thủ nghiệp vụ của cán bộ: Tăng cường công tác kiểm tra kiểm soát quy trình nghiệp vụ của cán bộ trong khi tác nghiệp nhằm hạn chế rủi ro xảy ra. Thường xuyên đào tạo lớp học nâng cao nghiệp vụ chuyên môn của cán bộ.

### **3.3. KIẾN NGHỊ**

#### **3.3.1. Với Chính phủ và Bộ ngành liên quan**

#### **3.3.2. Kiến nghị đối với NHNN**

#### **3.3.3. Với UBND Thành phố Đà Nẵng**

#### **3.3.4. Kiến nghị đối với Ngân hàng VPBank Hội Sở**



### **KẾT LUẬN CHƯƠNG 3**

Qua nghiên cứu chương 3, luận văn đã trình bày những định hướng, mục tiêu hoạt động của Ngân hàng VPBank về phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ trong những năm tới và xác định rõ định hướng mở rộng tín dụng bán lẻ là một trong những định hướng phát triển quan trọng trong chiến lược xây dựng Ngân hàng thành một tập đoàn tài chính đa năng.

Trên cơ sở kế thừa kết quả nghiên cứu các chương trước, đã đề xuất hệ thống giải pháp phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ tại Ngân hàng VPBank Đà Nẵng. Tựu chung lại, hệ thống giải pháp đề cập đến tăng cường thu hút khách hàng, nguồn lực cho hoạt động tín dụng bán lẻ, phát triển các kênh phân phối thông qua việc phát triển mạng lưới, tăng cường chính sách marketing, nâng cao chất lượng sản phẩm để nâng cao năng lực cạnh tranh.

## KẾT LUẬN

Trong phạm vi đối tượng và mục đích nghiên cứu của đề tài, Luận văn đã hoàn thiện việc nghiên cứu để làm sáng tỏ những vấn đề lý luận và thực tiễn hoạt động TDBL của NHTM, qua đó đưa ra những giải pháp đẩy mạnh hoạt động tín dụng bán lẻ tại VPBank Đà Nẵng. Những kết quả đạt được của luận văn có thể tóm tắt như sau:

1. Xuất phát từ lý luận chung về hoạt động cho vay của NHTM, luận văn đã nghiên cứu các vấn đề cơ bản về hoạt động TDBL, nghiên cứu nội dung và các tiêu chí phản ánh hoạt động TDBL; các nhân tố ảnh hưởng đến việc hoạt động cho vay của loại hình này.

2. Luận văn đã phân tích, đánh giá một cách khái quát về hoạt động TDBL tại VPBank Đà Nẵng, từ đó đi sâu phân tích thực trạng hoạt động TDBL với những kết quả đạt được và chỉ ra những tồn tại, hạn chế và nguyên nhân của tồn tại, hạn chế đó.

3. Trên cơ sở định hướng mở rộng TDBL của VPBank Đà Nẵng, căn cứ những hạn chế đã nêu ra trong hoạt động TDBL, luận văn đã đề xuất hệ thống giải pháp nhằm đẩy mạnh TDBL tại VPBank Đà Nẵng. Cụ thể:

- Quán triệt tầm quan trọng chiến lược của mục tiêu phát triển tín dụng bán lẻ đối với Chi nhánh
- Tăng cường thu hút khách hàng tiềm năng
- Tăng cường giá trị của khách hàng.
- Cải tiến, đa dạng hóa sản phẩm tín dụng bán lẻ
- Mở rộng mạng lưới hoạt động của Ngân hàng
- Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ hoạt động TDBL
- Nâng cao hình ảnh, vị thế của Ngân hàng
- Tiếp tục tăng cường năng lực quản lý rủi ro tín dụng trong hoạt động TDBL.

Ngoài ra, Luận văn còn đưa ra những kiến nghị đối với Chính phủ và Bộ ngành liên quan, với Ngân hàng nhà nước, Chính quyền địa phương, VPBank Hội sở các vấn đề có liên quan đến cơ chế, chính sách nhằm đẩy mạnh hoạt động TDBL.