

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

BÙI KHẮC HOÀI PHƯƠNG

**GIẢI PHÁP MỞ RỘNG TÍN DỤNG
TIÊU DÙNG TẠI CHI NHÁNH NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG
TỈNH QUẢNG BÌNH**

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

ĐÀ NẴNG - NĂM 2011

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

BÙI KHẮC HOÀI PHƯƠNG

**GIẢI PHÁP MỞ RỘNG TÍN DỤNG
TIÊU DÙNG TẠI CHI NHÁNH NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG
TỈNH QUẢNG BÌNH**

**Chuyên ngành: Tài chính – Ngân hàng
Mã ngành: 60.34.20**

LUẬN VĂN THẠC SỸ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS LÂM CHÍ DŨNG

Đà Nẵng - Năm 2011

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi.

Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Tác giả

Bùi Khắc Hoài Phương

MỤC LỤC

TRANG PHỤ BÌA	
LỜI CAM ĐOAN	
MỤC LỤC	
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	
DANH MỤC CÁC BẢNG	
DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ - BIỂU ĐỒ	
MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ TÍN DỤNG TIÊU DÙNG	4
1.1 Tổng quan về tín dụng tiêu dùng.....	4
1.1.1 Sự hình thành hoạt động tín dụng tiêu dùng.....	4
1.1.2 Khái niệm và đặc điểm của tín dụng tiêu dùng.....	5
1.1.3. Phân loại tín dụng tiêu dùng.....	7
1.1.3.1 Căn cứ vào mục đích vay	7
1.1.3.2 Căn cứ vào phương thức hoàn trả	7
1.1.3.3 Căn cứ vào hình thức vay.....	9
1.1.4. Vai trò của tín dụng tiêu dùng	13
1.2. Các vấn đề cơ bản về mở rộng tín dụng tiêu dùng	15
1.2.1 Quan niệm mở rộng tín dụng tiêu dùng	15
1.2.2 Tiêu chí đánh giá mở rộng tín dụng tiêu dùng.....	16
1.2.2.1 Dư nợ cho vay tiêu dùng	16
1.2.2.2 Số lượng khách hàng vay tiêu dùng	17
1.2.2.3 Dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên khách hàng và Tốc độ tăng dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng	17
1.2.2.4 Sự đa dạng của sản phẩm, chủng loại cho vay.....	18
1.2.2.5 Tăng trưởng trong thu nhập cho vay tiêu dùng	19
1.2.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến việc mở rộng tín dụng tiêu dùng của NHTM.....	19
1.2.3.1 Nhóm các nhân tố bên trong ngân hàng.....	19
1.2.3.2 Nhóm các nhân tố bên ngoài tác động đến ngân hàng	23
1.3. Sự cần thiết mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Việt Nam hiện nay.....	25

1.4. Kinh nghiệm hoạt động tín dụng tiêu dùng của các NHTM tại một số nước trên thế giới và bài học đối với các NHTM Việt Nam	28
1.4.1. Hoạt động cho vay tiêu dùng tại một số nước	28
1.4.1.1. Hoạt động cho vay tiêu dùng tại Trung Quốc	28
1.4.1.2. Hoạt động cho vay tiêu dùng tại các NHTM Châu Âu	29
1.4.2 Bài học kinh nghiệm rút ra đối với các NHTM tại Việt Nam	32
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	33
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH.....	34
2.1 Đặc điểm hoạt động của NH ảnh hưởng đến mở rộng tín dụng tiêu dùng.	34
2.1.1. Chức năng và nhiệm vụ của ngân hàng TMCP VCB.QB	34
2.1.2 Cơ cấu tổ chức của ngân hàng TMCP VCB.QB.....	35
2.1.3 Tình hình hoạt động của ngân hàng TMCP VCB.QB.....	35
2.1.3.1 Nghiệp vụ huy động vốn	35
2.1.3.2 Nghiệp vụ cấp tín dụng và đầu tư.....	37
2.1.3.3 Các hoạt động dịch vụ khác của Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình	39
2.1.3.4 Kết quả kinh doanh của VCB.QB	41
2.2. Thực trạng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình.....	42
2.2.1 Khái quát tình hình tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB.....	42
2.2.2 Các sản phẩm cho vay tiêu dùng tại VCB.QB	47
2.2.3 Quy trình cho vay tiêu dùng	52
2.2.4 Phân tích cơ cấu cho vay tiêu dùng tại VCB.QB.....	59
2.2.4.1 Cho vay tiêu dùng theo thời hạn vay.....	59
2.2.4.2 Cho vay tiêu dùng phân theo hình thức đảm bảo	60
2.2.5 Thực trạng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình.....	60
2.2.5.1 Tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng tại VCB.QB	60
2.2.5.2 Tăng trưởng số lượng khách hàng vay tiêu dùng.....	62
2.2.5.3 Dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên khách hàng và Tốc độ tăng dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng	63

2.2.5.4 Sự đa dạng của sản phẩm, chủng loại cho vay.....	64
2.2.5.5 Doanh thu và tăng trưởng doanh thu hoạt động cho vay tiêu dùng	66
2.3 Đánh giá tình hình mở rộng tín dụng tiêu dùng tại NH TMCP VCB.QB qua khảo sát điều tra	67
2.3.1 Thông tin chung về khách hàng được điều tra phỏng vấn.....	68
2.3.2 Đánh giá chung về sự đáp ứng của VCB.QB đối với khách hàng vay vốn	69
2.4 Đánh giá thực trạng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB.....	74
2.4.1 Kết quả đạt được của hoạt động tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB	74
2.4.2 Những tồn tại và nguyên nhân ảnh hưởng tới hoạt động mở rộng tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB.....	75
2.4.2.1 Những tồn tại	75
2.4.2.2 Những nguyên nhân ảnh hưởng đến hoạt động mở rộng tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB	77
TÓM TẮT CHƯƠNG 2	83
CHƯƠNG 3:	84
GIẢI PHÁP MỞ RỘNG TÍN DỤNG TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH.....	84
3.1 Định hướng mở rộng tín dụng tiêu dùng của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Chi nhánh Quảng Bình.....	84
3.1.1 Định hướng, mục tiêu phát triển của Ngân hàng TMCP Ngoại thương	84
3.1.2 Định hướng, mục tiêu phát triển của Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình	85
3.2. Các giải pháp mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình.....	87
3.2.1 Hoàn thiện hệ thống chính sách, quy trình tín dụng tiêu dùng trong điều kiện mới	87
3.2.1.1 Mức cho vay	88
3.2.1.2 Lãi suất vay tiêu dùng.....	88
3.2.1.3 Nâng cao chất lượng công tác thẩm định xét duyệt cho vay tiêu dùng	89
3.2.1.4 Mở rộng hình thức cho vay tiêu dùng	90

3.2.2 <i>Thắt chặt mối quan hệ với khách hàng truyền thống đi đôi với việc khai thác khách hàng tiềm năng</i>	90
3.2.2.1 Mở rộng đối tượng khách hàng	90
3.2.2.2 Đa dạng hóa các sản phẩm cho vay tiêu dùng.....	91
3.2.3 <i>Hoàn thiện chính sách thu hút khách hàng</i>	92
3.2.4. <i>Hoàn thiện Phương pháp quản trị khoản vay tiêu dùng</i>	95
3.2.5 <i>Hoàn thiện chính sách xếp hạng tín dụng cá nhân</i>	96
3.2.6. <i>Các giải pháp hỗ trợ</i>	97
3.2.6.1 <i>Nâng cao công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực</i>	97
3.2.6.2 <i>Nhóm giải pháp hiện đại hóa cơ sở vật chất, mở rộng mạng lưới hoạt động</i>	99
TÓM TẮT CHƯƠNG 3	100
KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....	101
Đối với cấp cơ quan nhà nước	101
Đối với Ngân hàng Nhà nước	102
Đối với NHTMCP Ngoại thương Việt Nam.....	103
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	
QUYẾT ĐỊNH GIAO ĐỀ TÀI LUẬN VĂN	
PHỤ LỤC	

CÁC TỪ VIẾT TẮT TRONG ĐỀ TÀI

TT	VIẾT TẮT	NGHĨA
1	NHNN	Ngân hàng Nhà nước
2	NH TMCP VCB	Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương
3	NHTM	Ngân hàng thương mại
4	VCB.QB	Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình
5	TCTD	Tổ chức tín dụng
6	CBTD	Cán bộ tín dụng
7	NVTD	Nghiệp vụ tín dụng
8	CBCNV	Cán bộ công nhân viên
9	CBQLĐH	Cán bộ quản lý điều hành
10	USD	Đô la Mỹ
11	BCG	Boston Consulting Group (Công ty tư vấn của Mỹ)
12	PBOC	Ngân hàng Trung ương Trung Quốc
13	CVTD	Cho vay tiêu dùng
14	VNĐ	Việt Nam đồng
15	GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
16	NV	Nguồn vốn
17	DN	Dư nợ
18	NH	Ngân hàng
19	TPKT	Thành phần kinh tế
20	TSĐB	Tài sản đảm bảo
21	NQH	Nợ quá hạn
22	DNCV	Dư nợ cho vay

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1: Tình hình huy động vốn của VCB.QB giai đoạn 2006-2009.....	36
Bảng 2.2: Tình hình dư nợ của VCB.QB giai đoạn 2006-2009.....	38
Bảng 2.3: Tình hình phát triển dịch vụ của VCB.QB giai đoạn 2006-2009	40
Bảng 2.4: Kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB giai đoạn 2006-2009.....	41
Bảng 2.5: Dư nợ cho vay tiêu dùng tại VCB.QB giai đoạn 2007-2009	43
Bảng 2.6: Tình hình cho vay hỗ trợ nhà ở tại VCB.QB	47
Bảng 2.7: Tình hình cho vay hỗ trợ CBCNV&CBQLĐH tiêu dùng tại VCB.QB ..	48
Bảng 2.8: Tình hình cho vay mua sắm các phương tiện đi lại tại VCB.QB	50
Bảng 2.9: Tình hình cho vay du học, XKLD, học sinh, sinh viên tại VCB.QB.....	51
Bảng 2.10: Các chỉ tiêu chấm điểm XHTD cá nhân của VCB.QB	56
Bảng 2.11: Hệ thống ký hiệu XHTD cá nhân của VCB.QB	57
Bảng 2.12: Dư nợ cho vay tiêu dùng phân theo kỳ hạn	60
Bảng 2.13: Dư nợ cho vay tiêu dùng phân theo tài sản đảm bảo.....	60
Bảng 2.14: Dư nợ cho vay tiêu dùng của VCB.QB giai đoạn 2006-2009.....	61
Bảng 2.15: Số lượng khách hàng vay tiêu dùng tại VCB.QB	62
Bảng 2.16: Dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng tại VCB.QB	63
Bảng 2.17: Doanh thu cho vay tiêu dùng tại VCB.QB	66
Bảng 2.18: Sự hài lòng của khách hàng vay tiêu dùng đối với VCB.QB.....	71

DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ - BIỂU ĐỒ

Sơ đồ 1.1a:	Quy trình cho vay tiêu dùng gián tiếp.....	10
Sơ đồ 1.1b:	Quy trình cho vay tiêu dùng gián tiếp.....	10
Sơ đồ 1.2:	Quy trình cho vay tiêu dùng trực tiếp.....	12
Sơ đồ 2.1:	Cơ cấu tổ chức quản lý tại VCB.QB.....	36
Biểu đồ 2.1:	Thu nhập từ dịch vụ tại VCB.QB.....	41
Biểu đồ 2.2:	Cơ cấu dư nợ tiêu dùng tại VCB.QB.....	45
Biểu đồ 2.3:	Cho vay hỗ trợ nhà ở tại VCB.QB.....	48
Biểu đồ 2.4:	Cho vay mua phương tiện đi lại tại VCB.QB.....	50

MỞ ĐẦU

1/ Tính cấp thiết của đề tài:

Đa dạng hoá là một xu hướng tất yếu của sự phát triển trong hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động ngân hàng nói riêng. Đặc biệt trước những yêu cầu mới của cạnh tranh và hội nhập kinh tế, ngành ngân hàng phải không ngừng phát triển và tìm kiếm những hướng đi mới phù hợp để đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng vừa đứng vững trong cơ chế thị trường. Mở rộng cho vay tiêu dùng là một hướng đi như vậy. Trong những năm gần đây, tiêu dùng của người dân có xu hướng tăng đối với các nhu cầu như: phương tiện đi lại, hàng điện tử, các phương tiện truyền thông, nhà cửa tiện nghi, du lịch, du học nước ngoài... Với thu nhập của mình đôi lúc người tiêu dùng không thể đáp ứng được tất cả những nhu cầu đó, do vậy phát sinh nhu cầu vay mượn để tiêu dùng. Điều này tạo điều kiện xuất hiện và phát triển thị trường cho vay tiêu dùng đối với các ngân hàng thương mại.

Để khai thác tiềm năng của thị trường tín dụng tiêu dùng cũng như nâng cao khả năng cạnh tranh với các ngân hàng thương mại, Ngân hàng TMCP Ngoại thương đã triển khai loại hình tín dụng tiêu dùng đối với khách hàng cá nhân. Đối với Chi nhánh Quảng Bình trong những năm gần đây đã không ngừng đẩy mạnh dư nợ tín dụng tiêu dùng, đã từng bước cải thiện quy trình, quy chế cho vay phù hợp nhu cầu của người dân, nhưng đảm bảo an toàn về tín dụng. Tuy nhiên, về chính sách cũng như quy chế cho vay của Chi nhánh vẫn còn tồn đọng những vướng mắc khách quan, chủ quan làm ảnh hưởng đến khả năng tăng trưởng tín dụng tiêu dùng của Chi nhánh.

Việc nghiên cứu để đưa ra giải pháp khắc phục những khó khăn và đẩy mạnh tăng trưởng tín dụng tiêu dùng tại Chi nhánh một cách phù hợp và khoa học là vô cùng cấp thiết. Đó cũng là lý do tôi chọn đề tài “Giải pháp mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương tỉnh Quảng Bình” làm đề tài nghiên cứu cho luận văn tốt nghiệp của mình.

2/ Mục đích nghiên cứu:

- Hệ thống hóa, tổng hợp và phân tích về hoạt động tín dụng tiêu dùng và sự cần thiết phải phát triển nghiệp vụ này trong giai đoạn hiện nay.

- Khảo sát, đánh giá thực trạng cho vay tín dụng tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng TMCP Ngoại thương Quảng Bình trong giai đoạn 2006 – 2009.

- Từ hoạt động thực tiễn phân tích thực trạng hoạt động tín dụng tiêu dùng Chi nhánh Ngân hàng TMCP Ngoại thương Quảng Bình trên cơ sở đó đề tài đưa ra những giải pháp mở rộng tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng.

3/ Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Đề tài tập trung nghiên cứu hệ thống lý luận về tín dụng tiêu dùng và các giải pháp nhằm mở rộng tín dụng tiêu dùng tại chi nhánh ngân hàng TMCP Ngoại thương Quảng Bình

Phạm vi nghiên cứu: mở rộng tín dụng tiêu dùng bao hàm nhiều nội dung. Trong phạm vi đề tài, mở rộng tín dụng tiêu dùng được đề cập chủ yếu là tăng dư nợ trong hoạt động cho vay tiêu dùng tại VCB.QB

4/ Phương pháp nghiên cứu

- *Phương pháp phân tích:* Vận dụng các phương pháp thống kê, phân tích, tổng hợp để phân tích đánh giá thực trạng hoạt động tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình

- *Phương pháp tổng hợp và xử lý số liệu:* Luận văn sử dụng phương pháp điều tra, tổng hợp, phân tích số liệu điều tra.

5/ Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài

Đề tài nghiên cứu đã góp phần hoàn thiện các lý thuyết về tín dụng tiêu dùng và mở rộng tín dụng tiêu dùng, cũng như kinh nghiệm về quản lý và mở rộng tín dụng tiêu dùng của NHTM một số nước trên thế giới có ý nghĩa hết sức quan trọng nhằm trang bị những kiến thức cơ bản để chúng ta nhìn nhận và đánh giá một cách đầy đủ, chính xác về thực trạng mở rộng tín dụng của một NHTM nào đó.

Kết quả đề tài nghiên cứu có thể được áp dụng vào thực tiễn đối với chi nhánh VCB Quảng Bình nhằm hoàn thiện hệ thống các chính sách, quy trình tín dụng tiêu dùng phù hợp với quy định của pháp luật, hướng dẫn tới chuẩn mực quốc tế. Bên cạnh đó, chi nhánh từng bước khắc phục một số tồn tại, vướng mắc để đẩy mạnh hoạt động bán lẻ nhằm cải thiện cơ cấu nguồn vốn và sử dụng vốn theo hướng tăng tính ổn định và phân tán rủi ro.

6/ Cấu trúc của luận văn

A- Phần mở đầu: Tính cấp thiết, mục đích, đối tượng, phạm vi và phương pháp nghiên cứu đề tài.

B- Phần nội dung: bao gồm 3 chương:

Chương 1: Một số vấn đề lý luận cơ bản về tín dụng tiêu dùng

Chương 2: Thực trạng hoạt động tín dụng tiêu dùng của ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình

Chương 3: Giải pháp mở rộng tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình

C- Kết quả và bàn luận

CHƯƠNG 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ TÍN DỤNG TIÊU DÙNG

1.1 Tổng quan về tín dụng tiêu dùng

1.1.1 Sự hình thành hoạt động tín dụng tiêu dùng

Cho vay đối với người tiêu dùng được hình thành đầu tiên từ các hãng bán lẻ do yêu cầu đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa với hình thức đầu tiên là bán trả góp. Trong quá trình bán trả góp, một số hãng thiếu hụt vốn lưu động đã phải đi vay ngân hàng. Thêm vào đó thu nhập của người dân ngày càng gia tăng mạnh mẽ gắn liền với sự gia tăng về hàng tiêu dùng như: nhà cửa, xe ô tô, đi du lịch... Đã thúc đẩy sự ra đời và phát triển của hoạt động cho vay tiêu dùng trong các ngân hàng thương mại.

Đứng trên giác độ người tiêu dùng, những người có thu nhập ổn định thì việc mua sắm hàng hóa có giá trị lớn nhằm nâng cao chất lượng đời sống là một nhu cầu bách. Nhu cầu ở đây được xem xét trên ba mức độ khác nhau là: nhu cầu tự nhiên, nhu cầu mong muốn và nhu cầu được thanh toán. Nhu cầu tự nhiên là nhu cầu thiết yếu để con người có thể duy trì sự sống như: ăn, mặc, ở, đi lại... Mong muốn là nhu cầu có tính đặc thù phụ thuộc vào trình độ văn hóa và tính cách của mỗi người. Nhu cầu tự nhiên và mong muốn là vô hạn, chỉ có nhu cầu có khả năng thanh toán là có hạn. Để biến nhu cầu tự nhiên thành nhu cầu có khả năng thanh toán thì người tiêu dùng phải tính đến thu nhập trong tương lai. Đa số người tiêu dùng có nhu cầu chi tiêu các mặt hàng có giá trị lớn thì hầu như không có ngay các khoản tiền để thanh toán cho mặt hàng đó trong hiện tại mà phải qua tích lũy lâu dài. Thông qua hoạt động cấp tín dụng, ngân hàng tạo điều kiện cho người tiêu dùng sử dụng trước hàng hóa khi chưa có khả năng thanh toán.

Xét trên góc độ người sản xuất, họ chỉ đạt được hiệu quả trong hoạt động kinh doanh khi họ nắm bắt được nhu cầu của khách hàng và thỏa mãn những nhu cầu đó. Các công ty thương mại thường đẩy nhanh tốc độ tiêu thụ hàng hóa bằng cách cho khách hàng mua trả góp. Tuy nhiên hình thức này chỉ áp dụng được với một số mặt hàng nhất định. Như vậy, hoạt động tín dụng tiêu dùng của ngân hàng thương mại xuất hiện nhằm đáp ứng nhu cầu của cả người tiêu dùng và người sản xuất.

Hơn nữa sự cạnh tranh gay gắt giữa các NHTM đòi hỏi các ngân hàng phải cung cấp các sản phẩm mới hấp dẫn thu hút khách hàng. Cho vay tiêu dùng là một loại hình dịch vụ giúp các ngân hàng thương mại thu hút được khách hàng cá nhân.

1.1.2 Khái niệm và đặc điểm của tín dụng tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng là các khoản cấp tín dụng nhằm tài trợ cho nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng là cá nhân và hộ gia đình, như nhà ở, đồ dùng gia đình, phương tiện đi lại, giáo dục, y tế, và du lịch... [1]

Cho vay tiêu dùng có những đặc điểm sau:[14], [22]

➤ Cho vay tiêu dùng có tiềm năng lớn

Hầu hết tổ chức tín dụng đều đã tiến hành cho vay tiêu dùng từ 10 năm nay, nhưng thị trường này chỉ thật sự sôi động trong khoảng 3 năm trở lại đây, khi có sự tham gia của các ngân hàng thương mại, công ty tài chính nước ngoài. Đây là một phân khúc thị trường rất tiềm năng, vì số lượng người vay ngân hàng để tiêu dùng từ trước tới nay vẫn còn thấp. So với nước phát triển, tỷ lệ cho vay tiêu dùng ở Việt Nam còn quá nhỏ. Theo thống kê trong năm 2008, tính đến tháng 9/2008 dư nợ tín dụng tiêu dùng của cả hệ thống NHTM đạt 79.700 tỷ đồng, chiếm 6,54% tổng dư nợ tín dụng đối với nền kinh tế. Như vậy, trung bình mức dư nợ vay tiêu dùng theo đầu người chỉ đạt khoảng 921.000 đồng/người con số này quá thấp so với tiềm năng thị trường của nước ta.

➤ Quy mô của món vay nhỏ

Quy mô của các món vay tiêu dùng thường nhỏ là do khi khách hàng có nhu cầu mua sắm tiêu dùng, họ thường có xu hướng tiết kiệm từ trước và chỉ tìm đến ngân hàng để bù đắp phần thiếu hụt tạm thời. Chính vì vậy, so với các khoản vay kinh doanh, các khoản vay tiêu dùng có quy mô nhỏ hơn rất nhiều.

Cùng với xu thế phát triển của nền kinh tế xã hội, thu nhập của người dân cũng tăng lên. Do đó, nhu cầu hưởng thụ của họ vì thế cũng tăng theo. Tuy nhiên, tại một thời điểm nhất định thì khoản thu nhập tích lũy của họ chưa thể đáp ứng

được khoản chi tiêu mà họ đang cần. Để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của mình, khách hàng sẽ tìm đến ngân hàng để được tài trợ vốn.

➤ Các khoản cho vay tiêu dùng có chi phí cao

Cho vay tiêu dùng là một trong những khoản mục cho vay có chi phí cao nhất trong danh mục cho vay của ngân hàng. Xuất phát từ thực tế là các khoản vay tiêu dùng có quy mô nhỏ, số lượng nhiều nên chi phí cho khoản vay như lập hồ sơ, thẩm định... là lớn và tất cả các quy trình này là không thể rút ngắn. Mặt khác, khách hàng đến vay vì mục đích tiêu dùng thường là cá nhân, thời gian vay không dài nên công tác thu thập thông tin là khó khăn, không rõ ràng, khó đảm bảo tính chính xác. Vì vậy, việc ra quyết định cho vay cũng như thanh tra, kiểm tra, giám sát và thu nợ gây tốn kém nhiều chi phí của ngân hàng.

Ngoài ra, một nguyên nhân khác khiến cho chi phí của các khoản vay này cao là cho vay tiêu dùng chưa được đông đảo người dân biết đến, gần đây mới được các ngân hàng chú trọng nhiều hơn. Do đó, ngân hàng phải tiến hành các chương trình quảng cáo giới thiệu sản phẩm dịch vụ cũng như các tiện ích mà khách hàng có được khi giao dịch với ngân hàng. Các hoạt động này cũng góp phần làm cho chi phí của các khoản cho vay tiêu dùng tăng thêm.

➤ Lãi suất cho vay tiêu dùng còn khá cao so với lãi suất cho vay doanh nghiệp

Thông thường, các khoản cho vay tiêu dùng được định giá rất cao. Lý do chính được đưa ra để lí giải cho việc áp dụng mức lãi suất cao là các khoản cho vay tiêu dùng có chi phí lớn nhất và rủi ro cao nhất trong danh mục cho vay của ngân hàng. Hơn nữa, quy mô của từng hợp đồng vay thường nhỏ, chi phí tổ chức cho vay cao cũng là một yếu tố làm lãi suất các khoản cho vay tiêu dùng cao.

➤ Tín dụng tiêu dùng chứa đựng nhiều rủi ro nhưng đem lại thu nhập lớn cho ngân hàng.

Rủi ro trong cho vay tiêu dùng xuất phát từ những nguyên nhân khách quan như biến động quá nhanh và khó dự đoán của nền kinh tế, môi trường pháp lý chưa thuận lợi hay rủi ro từ mất việc làm, bệnh tật, tai nạn, chết... Ngoài ra rủi ro còn do

nguyên nhân chủ quan từ phía người vay như sử dụng vốn vay không đúng mục đích, thiếu thiện chí trả nợ, năng lực tài chính của người vay yếu kém, thiếu minh bạch, thông tin bất cân xứng... Các ngân hàng đang thiếu một hệ thống thông tin đầy đủ về lai lịch khách hàng, lịch sử quan hệ của khách hàng với các tổ chức tín dụng, mức độ tín nhiệm ra sao, thông tin cũng thiếu nhất quán... Vì vậy, rất khó thẩm định mức cho vay. Còn về khung pháp lý, các mức độ xử lý khi vi phạm hợp đồng cũng chưa rõ ràng. Ở các nước phát triển, họ có cả hệ thống thông tin đầy đủ về lịch sử giao dịch của khách hàng với các ngân hàng, vì thế rất dễ cho ngân hàng trong việc thẩm định cho vay.

1.1.3. Phân loại tín dụng tiêu dùng

Phân loại cho vay là việc sắp xếp các khoản cho vay theo từng nhóm dựa trên một số tiêu thức nhất định. Việc phân loại cho vay có cơ sở khoa học là tiền đề để thiết lập các quy trình cho vay thích hợp và nâng cao hiệu quả quản trị rủi ro tín dụng. Phân loại cho vay tiêu dùng dựa vào các căn cứ sau đây:[23]

1.1.3.1 Căn cứ vào mục đích vay

Cho vay tiêu dùng được chia làm hai loại:

➤ *Cho vay tiêu dùng cư trú (Residential Mortgage Loan):* Cho vay tiêu dùng cư trú là các khoản cho vay nhằm tài trợ cho nhu cầu mua sắm, xây dựng hoặc cải tạo nhà ở của khách hàng là cá nhân hoặc hộ gia đình.

➤ *Cho vay tiêu dùng phi cư trú (Nonresidential Mortgage Loan):* Cho vay tiêu dùng phi cư trú là các khoản cho vay tài trợ cho việc trang trải các chi phí mua sắm xe cộ, đồ dùng gia đình, chi phí học hành, giải trí và du lịch...

1.1.3.2 Căn cứ vào phương thức hoàn trả

Căn cứ vào phương thức hoàn trả có thể chia thành 3 loại:

➤ *Cho vay tiêu dùng trả góp:* là hình thức vay mà người đi vay trả cho ngân hàng một số tiền bằng nhau nhất định trên mỗi kỳ hạn (hàng tháng, quý hoặc 6 tháng).

Số tiền thanh toán định kỳ gồm nợ gốc (là khoản tiền nhất định trả mỗi kỳ hạn, thường bằng nhau) và nợ lãi tính trên dư nợ thực tế. Phương thức này thường áp dụng cho những khoản vay có giá trị lớn hoặc thu nhập định kỳ của người vay không đủ khả năng thanh toán hết một lần số nợ vay. Đây là hình thức cho vay chủ yếu của các ngân hàng thương mại, loại hình vay này giúp cho khách hàng vay không bị áp lực trả nợ vào cuối kỳ cao. Trong phương thức cho vay này, ngân hàng thường thỏa thuận với khách hàng một số điều khoản như: Loại tài sản được tài trợ, số tiền trả trước, chi phí khoản vay như lãi vay và các chi phí liên quan khác, điều khoản thanh toán như kỳ hạn trả nợ, số tiền trả mỗi kỳ và thời hạn cho vay.

- Kỳ hạn trả nợ: thường được tính theo tháng vì nguồn trả nợ của người vay là tiền lương được nhận hàng tháng của khách hàng.

- Số tiền trả mỗi kỳ: phải phù hợp với thu nhập và hài hòa với nhu cầu chi tiêu của khách hàng tại thời điểm trả. Số tiền này có thể được tính theo phương pháp lãi gộp hoặc lãi đơn.

$$\text{Số tiền trả 1 kỳ} = \frac{\text{Tiền gốc} \times \text{lãi suất} \times \text{thời hạn vay} + \text{Tiền gốc}}{\text{Số kỳ hạn phải thanh toán}}$$

Theo phương pháp lãi gộp, số tiền này được tính bằng cách lấy gốc nhân với lãi suất và thời hạn cho vay, sau đó cộng gộp vào gốc rồi chia cho số kỳ hạn phải thanh toán ở mỗi kỳ hạn nợ. Theo phương pháp lãi đơn thì số tiền trả mỗi kỳ bằng nhau và bằng vốn vay ban đầu chia cho số kỳ hạn thanh toán, số lãi trả mỗi kỳ tính trên số tiền gốc mà khách hàng chưa trả ngân hàng.

➤ *Cho vay tiêu dùng phi trả góp*: tiền vay được khách hàng thanh toán cho ngân hàng chỉ một lần khi đến hạn. Thường khoản cho vay tiêu dùng phi trả góp chỉ được cấp cho các khoản vay giá trị nhỏ, thời hạn vay không dài (thường dưới 1 năm), đối tượng khách hàng thu nhập khá cao.

➤ *Cho vay tiêu dùng tuần hoàn*: là khoản vay mà ngân hàng sẽ cấp cho khách hàng một hạn mức tín dụng được duy trì trong một khoảng thời gian nhất định, khách hàng có quyền vay và trả nhiều lần mà không vượt quá hạn mức tín dụng của

mình. Loại vay này thường được áp dụng cho vay thấu chi, thẻ tín dụng. Loại vay tuần hoàn dễ áp dụng, thuận tiện cho khách hàng trong việc chủ động sử dụng nguồn tiền linh hoạt.

1.1.3.3 Căn cứ vào hình thức vay

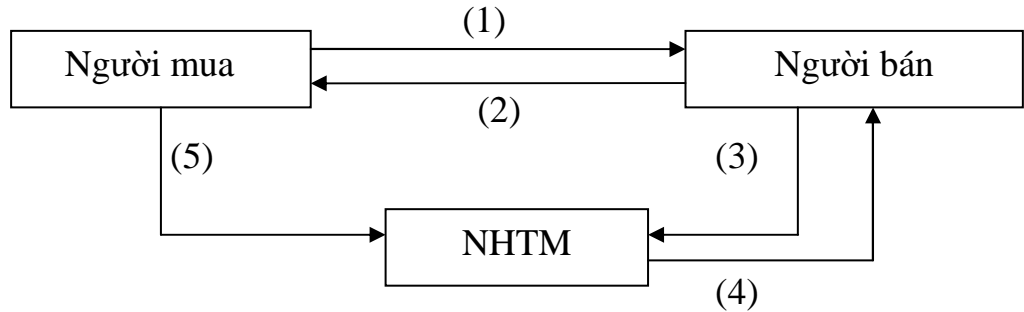
Căn cứ vào hình thức này tín dụng tiêu dùng được chia làm 2 loại:

➤ *Cho vay tiêu dùng gián tiếp*: là hình thức cho vay trong đó ngân hàng mua các khoản nợ phát sinh do những công ty bán lẻ đã bán chịu hàng hóa hay dịch vụ cho người tiêu dùng và thu lại từ khách hàng. Hình thức này ngân hàng cho vay thông qua các doanh nghiệp bán hàng hoặc làm các dịch vụ mà không trực tiếp tiếp xúc với khách hàng.

Hình thức tín dụng này được thực hiện bằng một trong hai cách:

Cách 1: Ngân hàng, người bán, người mua phải thỏa thuận với nhau về số tiền vay, mức vay và thời hạn trả dần, sau đó ngân hàng cho người mua hàng vay phần tiền chưa trả đủ cho người bán để giao cho người bán và giữ lại quyền sở hữu tài sản cho đến khi người mua trả góp đủ số tiền vay. Quá trình này được mô tả như sau:

Sơ đồ 1.1a: Quy trình cho vay tiêu dùng gián tiếp

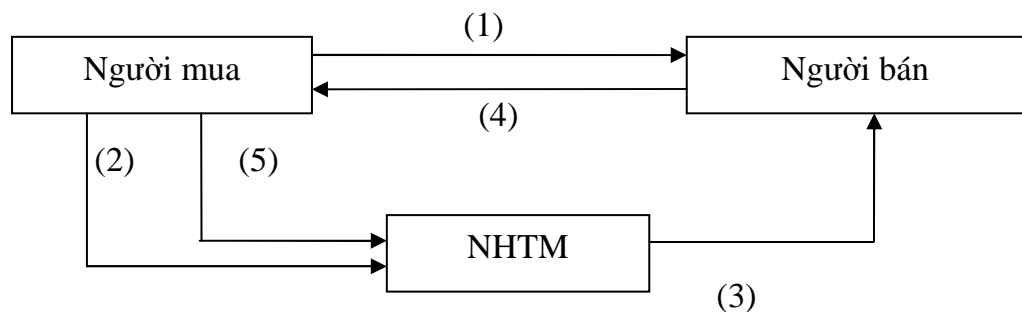


Trong đó:

- (1) Người mua trả trước 20-30% giá trị của tài sản
- (2) Người bán giao tài sản cho người mua đồng thời giữ lại quyền sở hữu tài sản
- (3) Người bán giao quyền sở hữu cho ngân hàng làm thế chấp và phiếu bán hàng
- (4) Ngân hàng trả phần tiền còn thiếu cho người bán
- (5) Người mua trả góp cho ngân hàng theo mức và kỳ hạn được xác định trước

Cách 2: Được thực hiện tương tự theo cách 1 về thời hạn và mức trả dần nhưng khác ở một số điểm là: người bán giao tài sản và giao sở hữu, người bán và người mua thực hiện hành vi mua bán chịu tài sản nên xuất hiện kỳ phiếu, ngân hàng chiết khấu kỳ phiếu cho người bán. Quá trình này được thực hiện như sau:

Sơ đồ 1.1b: Quy trình cho vay tiêu dùng gián tiếp



Trong đó:

- (1) Người mua chịu hàng hóa và xuất kỳ phiếu cho người bán
- (2) Người mua ký quỹ 20-30% giá trị tài sản và cam kết thế chấp tài sản
- (3) Ngân hàng chiết khấu kỳ phiếu từ người bán
- (4) Người bán giao tài sản và quyền sở hữu cho người mua
- (5) Người mua tiến hành trả góp cho ngân hàng theo mức và kỳ hạn được

xác định trước

Cho vay tiêu dùng gián tiếp có một số ưu điểm sau:

- Cho phép ngân hàng dễ dàng tăng doanh số cho vay tiêu dùng
- Ngân hàng tiết giảm được chi phí trong cho vay, như: giảm chi phí tiếp thị, quảng bá thương hiệu, tiết kiệm các chi phí tìm kiếm khách hàng...
- Là nguồn gốc của việc mở rộng quan hệ với khách hàng và phát triển các sản phẩm khác của ngân hàng
- Trong trường hợp có quan hệ với những công ty bán lẻ tốt, cho vay tiêu dùng gián tiếp an toàn hơn cho vay tiêu dùng trực tiếp.

Bên cạnh một số ưu điểm trên, cho vay tiêu dùng gián tiếp có một số nhược điểm sau:

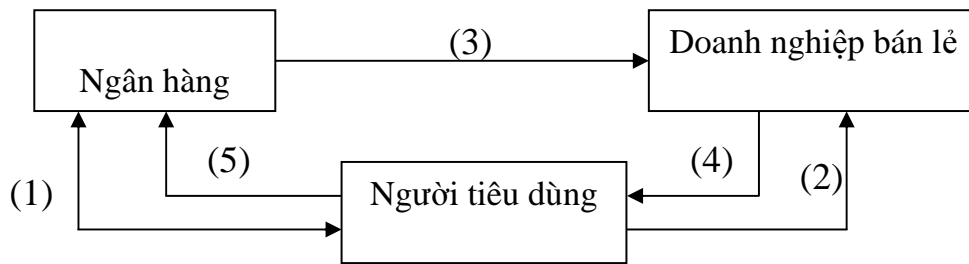
- Ngân hàng không tiếp xúc trực tiếp với người tiêu dùng (bên vay) mà thông qua doanh nghiệp đã bán chịu hàng hóa, dịch vụ. Ngân hàng không kiểm soát trực tiếp khách hàng do vậy các khoản vay này có mức độ rủi ro cao hơn so với các khoản vay trực tiếp.

- kỹ thuật nghiệp vụ cho vay tiêu dùng gián tiếp có tính phức tạp cao.

Do những nhược điểm kể trên nên có nhiều ngân hàng rất thận trọng với cho vay tiêu dùng gián tiếp. Các ngân hàng khi tham gia vào hoạt động này đều có các cơ chế kiểm soát tín dụng rất chặt chẽ.

➤ *Cho vay tiêu dùng trực tiếp*: Cho vay tiêu dùng trực tiếp là các khoản cho vay tiêu dùng trong đó ngân hàng trực tiếp tiếp xúc và cho khách hàng vay cũng như trực tiếp thu nợ từ người vay. Cho vay tiêu dùng trực tiếp được thực hiện theo sơ đồ sau:

Sơ đồ 1.2: Quy trình cho vay tiêu dùng trực tiếp



- (1) Ngân hàng và người tiêu dùng ký hợp đồng tín dụng
- (2) Người tiêu dùng trả trước một phần số tiền mua hàng cho doanh nghiệp bán lẻ
- (3) Ngân hàng thanh toán số tiền còn thiếu cho doanh nghiệp bán lẻ.
- (4) Doanh nghiệp bán lẻ giao tài sản cho người tiêu dùng.
- (5) Người tiêu dùng thanh toán nợ vay cho ngân hàng.

Trong cho vay tiêu dùng trực tiếp ngân hàng có thể tận dụng được sở trường của nhân viên tín dụng. Những người này thường được đào tạo chuyên môn và có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực tín dụng cho nên các quyết định tín dụng trực tiếp của ngân hàng thường có chất lượng cao hơn so với trường hợp chúng được quyết định bởi những công ty bán lẻ hoặc nhân viên tín dụng của công ty bán lẻ. Ngoài ra, trong hoạt động của mình nhân viên tín dụng ngân hàng có xu hướng chú trọng đến việc tạo ra các khoản cho vay có chất lượng tốt trong khi nhân viên của công ty bán lẻ thường chú trọng đến việc bán được nhiều hàng. Bên cạnh đó, tại các điểm bán hàng, các quyết định tín dụng thường được cấp ra một cách không chính đáng. Hơn nữa, trong một số trường hợp, do quyết định nhanh, công ty bán lẻ có thể từ chối cấp tín dụng đối với khách hàng tốt của mình. Nếu người cấp tín dụng là ngân hàng, điều này có thể được hạn chế.

Các phương thức cho vay tiêu dùng trực tiếp:

Tín dụng trả theo định kỳ: là phương thức trong đó khách hàng vay và trả trực tiếp cho ngân hàng với mức trả và thời hạn trả mỗi lần được quy định khi cho vay.

Thấu chi: là nghiệp vụ cho phép một cá nhân rút tiền từ tài khoản vãng lai của người đó vượt số dư có, tới một hạn mức đã được thỏa thuận.

Thẻ tín dụng: là nghiệp vụ tín dụng trong đó ngân hàng phát hành thẻ cho những người có tài khoản tại ngân hàng đủ điều kiện cấp thẻ và ấn định mức giới hạn tín dụng tối đa mà người có thẻ được phép sử dụng

1.1.4. Vai trò của tín dụng tiêu dùng

➤ *Đối với ngân hàng:*

Trong nền kinh tế Việt Nam thì ngành NH là một ngành có tốc độ tăng trưởng cao nhất nếu so với nhiều ngành nghề khác, vì kinh tế Việt Nam đang phát triển nên nhu cầu về dịch vụ tài chính lớn, sản phẩm và dịch vụ NH ngày càng đa dạng. Bên cạnh đó, trong điều kiện thị trường tín dụng doanh nghiệp đang cạnh tranh mạnh mẽ, hoạt động cho vay tiêu dùng giúp ngân hàng mở rộng quan hệ với khách hàng, mở rộng thị trường, đa dạng hoá hoạt động tín dụng. Đây là phân đoạn thị trường mà các NHTM có quy mô nhỏ có thể hướng đến và phát triển để mở rộng thị phần của mình.

Việt Nam với hơn 86 triệu dân là một thị trường tiềm năng đối với các ngân hàng thương mại, đặc biệt là khả năng mở rộng tín dụng tiêu dùng. Thu nhập của người dân ngày càng tăng nhanh (năm 2008 thu nhập bình quân đầu người trên 1000 USD, ước tính đến năm 2010 con số này 1200USD), là một thị trường hấp dẫn cho các ngân hàng thu hút vốn (dưới hình thức tiết kiệm có kỳ hạn, tiền gửi thanh toán), phí dịch vụ thanh toán, lợi nhuận từ cấp tín dụng. Một trong những mục tiêu quan trọng của các ngân hàng là tối đa hoá lợi nhuận và phân tán rủi ro, nên cho vay tiêu dùng với đặc điểm có trị giá khoản vay nhỏ và số lượng món vay lớn sẽ tạo điều kiện nâng cao thu nhập và phân tán rủi ro cho ngân hàng. Điều này tạo điều kiện cho sự phát triển bền vững của ngân hàng nói riêng và của thị trường tài chính nói chung.

Mức tiêu dùng phản ánh kỳ vọng về thu nhập tương lai của dân cư. Nó là động lực, là cầu chi trả về hàng hóa, dịch vụ cho sản xuất kinh doanh. Ngay cả các nhu cầu tiêu dùng về ô tô, nhà ở, đồ gia dụng, thậm chí mỹ phẩm cũng liên quan mật thiết với nhau không thể tách rời thu nhập kỳ vọng và đó là động lực của sản xuất. Tiềm năng sinh lợi từ các khách hàng cá nhân là vô hạn vì chừng nào còn có con người thì nhu cầu tiêu dùng vẫn luôn tồn tại và không phải tất cả mọi người có thể có nguồn thu nhập để thoả mãn nhu cầu đó.

Vì vậy tín dụng tiêu dùng từ lâu được coi là một phần quan trọng của ngân hàng bán lẻ (phần quan trọng nhất). Khảo sát của tập đoàn tư vấn BCG cũng cho thấy mặc dù cho vay tiêu dùng chỉ chiếm 30%-35%/tổng dư nợ nhưng tạo ra trên 60% lợi nhuận của các NHTM hàng đầu châu Á. Lý do rất đơn giản cạnh tranh khốc liệt đã khiến cho tín dụng doanh nghiệp có mức sinh lời ngày càng giảm, trái lại tín dụng tiêu dùng (kể cả thẻ tín dụng) đang có tốc độ tăng mạnh mẽ.

Ngoài ra, cho vay tiêu dùng cũng là một công cụ marketing rất hiệu quả, nhiều người sẽ biết tới ngân hàng hơn. Từ đó mà ngân hàng cũng sẽ huy động được nhiều nguồn tiền gửi của dân cư.

➤ *Đối với cá nhân hộ gia đình và đối với các doanh nghiệp:*

Trong nền kinh tế thị trường với quy mô sản xuất ngày càng phát triển tạo ra nhiều hàng hóa đa dạng phong phú về chủng loại, chất lượng đáp ứng nhu cầu chi tiêu của xã hội. Khi tín dụng tiêu dùng phát triển tạo điều kiện cho người dân chi tiêu vượt mức thu nhập của mình, hỗ trợ người dân chi tiêu nhằm nâng cao đời sống và nâng cao trình độ dân trí. Nhu cầu chi tiêu được đáp ứng, cuộc sống ổn định sẽ kích thích người dân lao động tích cực và sáng tạo trong công việc góp phần tăng năng suất lao động xã hội.

Ngoài ra, mở rộng cho vay tiêu dùng qua các ngân hàng sẽ làm giảm đi các hiện tượng cho vay nặng lãi, giúp những người nghèo giảm bớt gánh nặng trong việc trả lãi tiền vay mượn. Qua hoạt động cho vay tiêu dùng, người dân có thể tiết kiệm để đầu tư, phát triển, như: mua nhà, xây dựng, sửa chữa nhà ở, du học, mua xe, giải trí,... từng bước nâng cao đời sống.

Đối với doanh nghiệp, tín dụng tiêu dùng kéo nhu cầu tương lai về hiện tại, quy mô sản xuất tăng nhanh, mức độ đổi mới và phong phú về chất lượng sản phẩm ngày càng lớn. Chính điều này đã làm cho toàn bộ quá trình sản xuất, trao đổi, phân phối, tiêu dùng diễn ra nhanh chóng và hiệu quả, đó chính là nền tảng tăng trưởng kinh tế.

➤ *Đối với nền kinh tế:*

Cuối cùng, đối với nền kinh tế, cho vay tiêu dùng góp phần khơi thông luồng chuyển dịch hàng hoá. Quá trình sản xuất và lưu thông hàng hoá nếu như không có tiêu dùng thì tất yếu sẽ bị tắc nghẽn, hàng hoá không tiêu thụ được dẫn tới doanh nghiệp bị ứ đọng vốn và đương nhiên quá trình sản xuất không thể tiếp tục. Vai trò của ngân hàng lúc này trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Ngân hàng cho người tiêu dùng vay vốn đã tạo ra khả năng thanh toán cho họ trước khi họ tích lũy đủ số tiền cần thiết. Khách hàng có tiền sẽ tìm đến doanh nghiệp mua hàng và doanh nghiệp tiêu thụ được hàng hoá, sau đó mới có khả năng thanh toán nợ cho ngân hàng. Khi đã tiêu thụ được hàng hoá, doanh nghiệp sẽ mở rộng sản xuất và sẽ tìm tới ngân hàng để tiếp tục vay vốn. Như vậy, ngân hàng cho vay tiêu dùng sẽ có lợi cho cả ba bên: người tiêu dùng, doanh nghiệp và ngân hàng hay chính là có lợi cho cả nền kinh tế. Tóm lại, cho vay tiêu dùng được dùng để tài trợ cho chi tiêu về hàng hoá và dịch vụ trong nước thì nó có tác dụng rất tốt cho việc kích cầu, tạo điều kiện thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Song, nếu các khoản cho vay tiêu dùng không được dùng đúng mục đích thì chẳng những không kích được cầu mà nhiều khi còn làm giảm khả năng tiết kiệm trong nước.

1.2. Các vấn đề cơ bản về mở rộng tín dụng tiêu dùng

1.2.1 Quan niệm mở rộng tín dụng tiêu dùng

Mở rộng cho vay tiêu dùng là sự tăng lên tổng dư nợ vay, về số lượng khách hàng và các sản phẩm dịch vụ ngân hàng cung cấp. Nếu một ngân hàng đạt được cả ba tiêu chí này thì cho vay tiêu dùng của ngân hàng đã được mở rộng. Tuy nhiên, trong thực tế rất khó để một ngân hàng đạt được cùng lúc cả ba tiêu chí trên, do đó trong từng giai đoạn phát triển của mỗi ngân hàng mà ngân hàng đó sẽ ưu tiên mở rộng cho vay tiêu dùng bằng các cách khác nhau. Ngoài ra, để mở rộng cho vay tiêu dùng có hiệu quả, các ngân hàng thương mại cần xem xét các mục tiêu về hạn chế rủi ro và sinh lời là 2 mục tiêu kiểm soát.

Phương thức mở rộng tín dụng tiêu dùng bao gồm:

- *Mở rộng đối tượng khách hàng (gia tăng số lượng khách hàng)*

Phương thức mở rộng tín dụng tiêu dùng là mở rộng đối tượng khách hàng hay gia tăng số lượng khách hàng. Tăng số lượng khách hàng mới bằng cách phát triển thị trường mới, tăng số lượng khách hàng vay tiêu dùng bằng cách tìm kiếm và phát triển khách hàng mới, tìm kiếm phân khúc thị trường mới.

- Tăng quy mô vay bình quân của khách hàng

Tăng quy mô vay bình quân của khách hàng bằng cách phát triển thị trường cũ và thị trường mới gia tăng mức dư nợ bình quân/khách hàng; đồng thời đáp ứng nhu cầu của khách hàng và lãi suất hợp lý với thời gian xét duyệt nhanh chóng, thái độ tận tình, chu đáo; phát triển nhiều loại sản phẩm tiêu dùng mới kết hợp với nâng cao chất lượng dịch vụ đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng, tạo điều kiện cho khách hàng tiếp cận được nguồn vốn vay có hiệu quả. Từ đó đáp ứng mục tiêu mở rộng hoạt động tín dụng tiêu dùng của ngân hàng.

Cho vay tiêu dùng chịu ảnh hưởng bởi các nhân tố xuất phát từ bên trong ngân hàng: Định hướng phát triển của Ngân hàng; năng lực tài chính của ngân hàng; chính sách tín dụng; quy trình tín dụng; nguồn nhân lực; trình độ công nghệ... và các nhân tố từ bên ngoài tác động đến hoạt động ngân hàng: các nhân tố thuộc về khách hàng; tình trạng kinh tế vĩ mô; quan điểm của Chính phủ trong lĩnh vực tín dụng tiêu dùng...

1.2.2 Tiêu chí đánh giá mở rộng tín dụng tiêu dùng

1.2.2.1 Dư nợ cho vay tiêu dùng

Dư nợ là phản ánh số tiền mà Ngân hàng đã giải ngân cho khách hàng nhưng chưa thu lại được, bao gồm:

- Dư nợ thời điểm: Được phản ánh tại từng thời điểm (cuối tháng, cuối năm...).
- Dư nợ bình quân: Phản ánh qui mô trong một thời kỳ (năm).

Khi đánh giá mở rộng tín dụng tiêu dùng của NHTM, trong đó nói đến là chỉ tiêu dư nợ cho vay tiêu dùng, đó là khối lượng tiền mà NHTM cho khách hàng sử dụng tính theo thời điểm. Dư nợ của ngân hàng được xem xét theo thời gian có dư nợ ngắn hạn, trung hạn và dài hạn, theo thành phần kinh tế, theo các loại hình doanh

nghiệpDư nợ cho vay tiêu dùng càng cao chứng tỏ rằng ngân hàng mở rộng hoạt động tín dụng tiêu dùng càng lớn. Thông qua chỉ tiêu dư nợ cho vay tiêu dùng được thể hiện dư nợ tiêu dùng của ngân hàng chiếm tỷ trọng bao nhiêu trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của nền kinh tế ở cùng thời kỳ, thời điểm.

- Tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng:

$$\text{Tốc độ tăng dư nợ cho vay tiêu dùng} = \frac{\text{Dư nợ CVTD kỳ sau} - \text{Dư nợ CVTD kỳ trước}}{\text{Dư nợ CVTD kỳ trước}}$$

- Tốc độ phát triển dư nợ cho vay tiêu dùng:

$$\text{Tốc độ phát triển dư nợ CVTD} = \frac{\text{Dư nợ CVTD kỳ sau}}{\text{Dư nợ CVTD kỳ trước}}$$

Hai chỉ tiêu này cho phép đánh giá về tốc độ mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng sau từng thời kỳ. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ dư nợ tiêu dùng tăng càng nhanh, tuy nhiên nếu dư nợ tăng quá nhanh thì sẽ gây áp lực về huy động vốn và đặt ra vấn đề về chất lượng cho vay.

1.2.2.2 Số lượng khách hàng vay tiêu dùng

Số lượng khách hàng là tổng số khách hàng đến giao dịch tại ngân hàng trong một thời kỳ nhất định. Trong cho vay tiêu dùng, số lượng khách hàng được thể hiện thông qua số khoản vay tiêu dùng mà ngân hàng cấp cho khách hàng. Chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng số lượng khách hàng được tính theo công thức sau:

- Mức tăng số lượng khách hàng qua các thời kỳ:

$$\text{Mức tăng (giảm) số lượng khách hàng} = \text{Số lượng KH kỳ sau} - \text{Số lượng KH kỳ trước}$$

- Tốc độ tăng số lượng khách hàng

$$\text{Tốc độ tăng số lượng khách hàng CVTD} = \frac{\text{Số lượng KH kỳ sau} - \text{Số lượng KH kỳ trước}}{\text{Số lượng KH kỳ trước}}$$

1.2.2.3 Dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên khách hàng và Tốc độ tăng dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng

- Chỉ tiêu dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên khách hàng:

$$\text{Dư nợ CVTD/ KH} = \frac{\text{Dư nợ CVTD trong kỳ}}{\text{Số lượng KH trong kỳ}}$$

- Chỉ tiêu tốc độ tăng dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng:

$$\text{Tốc độ tăng CVTD/KH} = \frac{\text{Dư nợ CVTD/KH kỳ sau} - \text{Dư nợ CVTD/KH kỳ trước}}{\text{Dư nợ CVTD/KH kỳ trước}}$$

1.2.2.4 Sự đa dạng của sản phẩm, chủng loại cho vay

Tiêu chí này phản ánh sự đa dạng về loại hình cho vay tiêu dùng mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng bao gồm: cho vay hỗ trợ nhà ở, cho vay mua ô tô, cho vay thấu chi, cho vay khám, chữa bệnh, cho vay du học, xuất khẩu lao động... Khi các loại hình cho vay trên được mở rộng thì sẽ thỏa mãn tốt hơn nhu cầu, mong muốn của khách hàng qua đó thể hiện cho vay của ngân hàng đang có sự tăng trưởng, cách thức mà ngân hàng cung cấp dịch vụ cho vay tiêu dùng cho khách hàng cũng đa dạng hơn.

Nếu khách hàng sử dụng dịch vụ cho vay bán buôn đa số là doanh nghiệp, thì đối tượng dùng dịch vụ cho vay tiêu dùng (cho vay bán lẻ) chủ yếu là cá nhân, hộ gia đình. Trong khi dịch vụ cho vay bán buôn có thể đáp ứng được các nhu cầu khác nhau của từng khách hàng doanh nghiệp, tùy thuộc vào quy mô, lĩnh vực kinh doanh, mức độ ảnh hưởng, uy tín ... của khách hàng, thì các sản phẩm dùng cho dịch vụ cho vay tiêu dùng đòi hỏi sự chuẩn hoá cao (chuẩn hoá về đặc tính sản phẩm, quy trình bán hàng, kênh phân phối, sản phẩm bán kèm và phương thức quản trị rủi ro) nhằm đáp ứng được nhu cầu của từng phân đoạn khách hàng. Do đó, sản phẩm cho vay tiêu dùng của ngân hàng không chỉ được xây dựng trên cơ sở tham khảo quy chuẩn của các ngân hàng nước ngoài mà còn phải phù hợp với điều kiện, văn hoá và tập quán của người Việt Nam. Vì vậy, ngân hàng cần có đầu tư đúng mức về nghiên cứu thị trường, nhu cầu tiêu dùng, tập quán của nhóm đối tượng khách hàng cần hướng tới để phát triển kênh phân phối và xây dựng cơ chế quản trị rủi ro.

1.2.2.5 Tăng trưởng trong thu nhập cho vay tiêu dùng

Thu nhập là một trong những chỉ tiêu quan trọng mà các ngân hàng hướng tới. Thu nhập cho vay được tính theo công thức sau:

Thu nhập = Doanh thu cho vay tiêu dùng – Chi phí cho vay tiêu dùng

Trong đó:

Doanh thu từ cho vay tiêu dùng bao gồm lãi cho vay và các khoản phí thu được.

Chi phí cho vay tiêu dùng gồm chi phí huy động vốn (chi phí trả lãi tiền gửi, tiền vay), chi phí marketing và các chi phí cho vay khác.

Thu nhập có được từ cho vay tiêu dùng càng lớn cũng một phần thể hiện hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng đang ngày càng được mở rộng. Chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng thu nhập từ hoạt động cho vay tiêu dùng được xác định như sau:

- Chỉ tiêu phản ánh mức tăng trưởng thu nhập qua các thời kỳ:

$$\text{Mức tăng thu nhập CVTD} = \text{Thu nhập CVTD kỳ sau} - \text{thu nhập CVTD kỳ trước}$$

- Chỉ tiêu phản ánh tốc độ tăng trưởng thu nhập qua các thời kỳ:

$$\text{Tốc độ tăng thu nhập CVTD} = \frac{\text{Thu nhập CVTD kỳ sau} - \text{Thu nhập CVTD kỳ trước}}{\text{Thu nhập CVTD kỳ trước}}$$

1.2.3 Các nhân tố ảnh hưởng đến việc mở rộng tín dụng tiêu dùng của NHTM

1.2.3.1 Nhóm các nhân tố bên trong ngân hàng

➤ **Định hướng phát triển của ngân hàng**, là điều kiện tiên quyết để phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng. Nếu trong kế hoạch phát triển của mình các ngân hàng không quan tâm đến hoạt động này thì các khách hàng có nhu cầu về cho vay tiêu dùng cũng sẽ không được quan tâm. Ngược lại, nếu ngân hàng muốn phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng thì họ sẽ đưa ra những chiến lược cụ thể để thu hút

những khách hàng có nhu cầu đến với mình. Khi đó vay tiêu dùng sẽ có nhiều cơ hội phát triển.

➤ **Năng lực tài chính của ngân hàng**, sẽ là một trong những yếu tố được các nhà lãnh đạo ngân hàng xem xét khi đưa ra các quyết định trong đó có các quyết định về hoạt động cho vay tiêu dùng. Năng lực tài chính của ngân hàng được xác định dựa trên một số yếu tố như số lượng vốn chủ sở hữu, tỷ lệ phần trăm lợi nhuận năm sau so với năm trước, tỷ trọng nợ quá hạn trong tổng dư nợ, số lượng tài sản thanh khoản. Nếu ngân hàng có vốn chủ sở hữu lớn, tỷ lệ phần trăm lợi nhuận lớn, nợ quá hạn thấp và có số lượng tài sản thanh khoản lớn, khả năng huy động vốn lớn trong thời gian ngắn thì có thể coi là có sức mạnh về tài chính. Khi ngân hàng có sức mạnh tài chính lớn thì ngân hàng có thể đầu tư vào các danh mục mà ngân hàng quan tâm hơn thì hoạt động cho vay tiêu dùng có cơ hội phát triển, nhưng ngược lại, nếu ngân hàng không có được số vốn cần thiết để tài trợ cho các hoạt động được ưu tiên hơn thì hoạt động cho vay tiêu dùng sẽ ít có cơ hội để mở rộng.

➤ **Chính sách tín dụng của ngân hàng**, là hệ thống các chủ trương, định hướng quy định chi phối hoạt động tín dụng do hội đồng quản trị đưa ra nhằm sử dụng hiệu quả nguồn vốn để tài trợ cho các doanh nghiệp, hộ gia đình và cá nhân. Thông thường chính sách tín dụng có các khoản mục sau: hạn mức tín dụng, các loại hình cho vay mà ngân hàng thực hiện, quy định về tài sản đảm bảo, kỳ hạn của các khoản tín dụng, hướng giải quyết phần tín dụng vượt quá hạn mức cho vay, cách thức thanh toán nợ, ... Chính sách tín dụng vạch ra cho các cán bộ tín dụng hướng đi và khung tham chiếu rõ ràng về những căn cứ để xem xét các nhu cầu vay vốn. Vì vậy, những yếu tố trong chính sách tín dụng đều tác động một cách mạnh mẽ tới việc mở rộng tín dụng nói chung và cho hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng. Nếu như có những hình thức cho vay tiêu dùng không nằm trong chính sách cho vay của ngân hàng thì chắc chắn các khách hàng chẳng thể mong đợi vay được những khoản tiền từ ngân hàng để tài trợ cho nhu cầu chi tiêu của mình. Chẳng hạn như một ngân hàng không thực hiện cho vay theo thẻ tín dụng thì khách hàng dù có đủ điều kiện cũng không được cấp tín dụng. Mặt khác khi một ngân hàng đã sẵn có

các hình thức cho vay tiêu dùng đa dạng với chất lượng tốt thì việc mở rộng cũng dễ dàng và thuận lợi hơn là các ngân hàng mới chỉ có các sản phẩm đơn giản. Do tính chất cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng gay gắt thì một chính sách tín dụng đúng đắn hợp lý là yếu tố thu hút khách hàng hiệu quả. Ngân hàng càng đa dạng hoá các mức lãi suất phù hợp với từng loại khách hàng, từng kỳ hạn cho vay và cách xử lý đúng đắn các khoản nợ của khách hàng, có chính sách sản phẩm hấp dẫn thì càng thu hút được khách hàng đến với ngân hàng, từ đó thực hiện thành công việc mở rộng cho vay tiêu dùng.

➤ **Quy trình tín dụng**, Quy trình tín dụng bao gồm những bước phải thực hiện trong quá trình cho vay, thu nợ nhằm bảo đảm an toàn vốn tín dụng. Nó được bắt đầu từ khi chuẩn bị cho vay, phát tiền vay, kiểm tra quá trình cho vay cho đến khi thu hồi nợ. Mở rộng hoạt động tín dụng tiêu dùng phải đi kèm với các tiêu chí kiểm soát rủi ro trong hoạt động cho vay. Mở rộng cho vay tiêu dùng được đảm bảo hay không tùy thuộc vào việc thực hiện tốt các quy định ở từng bước và sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bước trong quy trình tín dụng.

Trong quy trình tín dụng, bước chuẩn bị cho vay rất quan trọng (khách hàng nhập hồ sơ vay vốn, ngân hàng thẩm định, phân tích để quyết định có cho vay hay không), bước này là cơ sở định hướng hoạt động tín dụng tùy thuộc vào chất lượng công tác thẩm định đối tượng được vay vốn cũng như quy định về điều kiện và thủ tục cho vay của từng NHTM.

Kiểm tra quá trình sử dụng vốn vay giúp cho ngân hàng nắm được diễn biến của khoản tín dụng đã cung cấp cho khách hàng để có những giải pháp cần thiết, sớm ngăn ngừa rủi ro có thể xảy ra. Việc lựa chọn và áp dụng có hiệu quả các hình thức kiểm tra sẽ thiết lập được một hệ thống phòng ngừa hữu hiệu cho chất lượng hoạt động tín dụng, góp phần thúc đẩy mở rộng hoạt động tín dụng.

Thu hồi nợ cho vay là khâu quan trọng quyết định đến sự tồn tại của ngân hàng. Sự nhạy bén của ngân hàng trong việc phát hiện kịp thời sẽ giảm tối thiểu những khoản NQH và điều đó sẽ có tác dụng tích cực đối với hoạt động tín dụng.

➤ **Số lượng, trình độ cũng như đạo đức nghề nghiệp của các cán bộ tín dụng**, cũng ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động cho vay tiêu dùng của các ngân hàng thương mại. Hoạt động cho vay tiêu dùng có thực hiện được hay không là do người điều hành, đó chính là các cán bộ nhân viên của ngân hàng. Bởi vậy, trước tiên muốn hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển thì cần phải quan tâm đến đời sống của các cán bộ nhân viên. Nếu như đạo đức người vay được xếp vào vị trí hàng đầu trong các nhân tố khách quan thì đạo đức cán bộ tín dụng được xếp vào vị trí hàng đầu trong các nhân tố chủ quan tác động đến hoạt động cho vay tiêu dùng.

Bên cạnh đạo đức nghề nghiệp, đòi hỏi cán bộ tín dụng phải có trình độ chuyên môn cao, trình độ hiểu biết rộng thì mới thẩm định chính xác khách hàng và dự án vay vốn, từ đó đưa ra các quyết định đúng đắn. Một cán bộ tín dụng có trình độ nghiệp vụ cao, khả năng giao tiếp, marketing tốt, trình độ ngoại ngữ, vi tính thành thạo, nhiệt tình trong công việc, có đạo đức nghề nghiệp sẽ tạo được ấn tượng đẹp trong khách hàng về ngân hàng, bởi dưới con mắt của khách hàng thì cán bộ ngân hàng chính là hình ảnh của ngân hàng. Nếu khách hàng giao tiếp với cán bộ ngân hàng mà họ cảm thấy an tâm về trình độ nghiệp vụ, hài lòng với phong cách giao tiếp của cán bộ ngân hàng, an toàn trong quan hệ với ngân hàng thì họ chắc chắn sẽ tiếp tục giao dịch với ngân hàng.

Trình độ khoa học công nghệ và khả năng quản lý của ngân hàng, cũng là một trong những nhân tố quan trọng ảnh hưởng tới sự phát triển của hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng đó. Nếu một ngân hàng được trang bị các công nghệ hiện đại thì họ có thể tăng tiện ích cho khách hàng và các dịch vụ của họ sẽ được biết đến nhiều hơn. Ví dụ, một ngân hàng có điều kiện đầu tư vào dịch vụ thẻ thanh toán, đặt các máy rút tiền, có thể giao dịch với khách hàng thông qua mạng internet thì ngân hàng đó có thể mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng của mình thông qua các tài khoản mà các khách hàng đã sử dụng dịch vụ trên của ngân hàng như cho vay thấu chi, thẻ tín dụng... Hơn nữa, áp dụng khoa học công nghệ tiên tiến các ngân hàng có thể quản lý danh sách khách hàng một cách dễ dàng hơn, họ có thể tiết kiệm được nhân công cũng như chi phí quản lý góp phần giảm giá thành dịch

vụ. Thêm vào đó, khi có các công nghệ hiện đại hỗ trợ thì việc giải quyết các thủ tục của ngân hàng được nhanh chóng, chính xác, giảm bớt các thủ tục rườm rà cho khách hàng.

1.2.3.2 Nhóm các nhân tố bên ngoài tác động đến ngân hàng

(1) Nhân tố thuộc về khách hàng

Khách hàng là yếu tố ảnh hưởng quan trọng nhất đối với mọi tổ chức kinh doanh cũng như đối với ngân hàng. Trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng có nhiều yếu tố thuộc về khách hàng ảnh hưởng đến mở rộng cho vay tiêu dùng thông qua các nhân tố như thu nhập của khách hàng, trình độ văn hoá, thói quen, đạo đức... của khách hàng. Thu nhập của khách hàng vay tiêu dùng quyết định đến nhu cầu vay tiêu dùng của họ và quyết định mức vay tối đa mà ngân hàng cho khách hàng vay. Ngân hàng khi cho vay tiêu dùng sẽ căn cứ vào mức thu nhập trong tương lai của khách hàng, vì đây sẽ là nguồn thanh toán các khoản nợ. Do đó, thu nhập có ảnh hưởng rất lớn đến nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng, đến quy mô của khoản vay và đến việc phát triển cho vay tiêu dùng của ngân hàng.

Mục đích vay vốn của khách hàng cũng là yếu tố hết sức quan trọng, nó phải phù hợp với chính sách cho vay của ngân hàng. Và cuối cùng, tài sản đảm bảo là nguồn thu nợ thứ hai khi khách hàng không trả được nợ. Tuy nhiên, một điều hiển nhiên là ngân hàng không phải là một tổ chức chuyên thanh lý các tài sản đảm bảo. Do đó, thẩm định khả năng và tư cách khách hàng là việc quan trọng nhất, có tính chất quyết định ảnh hưởng đến chất lượng của khoản vay.

Ngoài những yếu tố trên, nhu cầu của khách hàng được coi là nhân tố hàng đầu tác động đến hoạt động mở rộng CVTD của ngân hàng. Ngân hàng phải luôn tìm hiểu nhu cầu hiện tại và tìm ra những nhu cầu tiềm ẩn trên thị trường. Từ đó có những chiến lược kinh doanh đúng đắn, đưa ra những loại hình dịch vụ CVTD phù hợp.

(2) Tình trạng kinh tế vĩ mô

Sự ổn định kinh tế vĩ mô sẽ tạo cơ hội mở rộng tín dụng tiêu dùng một cách hiệu quả. Kinh tế vĩ mô ổn định, đặc biệt là ổn định tiền tệ với các chỉ tiêu giá cả, lãi

suất, tỷ giá, lạm phát sẽ làm yên tâm định chế tài chính cho vay vốn, các đối tượng vay vốn có thêm việc làm, tăng thu nhập, giúp họ yên tâm về sự ổn định trong thu nhập cũng như sự ổn định của chi phí đi vay, chi phí mua sắm, sửa chữa nhà cửa, và các hàng hóa, dịch vụ khác. Các nhân tố này có thể làm tăng các khoản vay của họ, đồng thời tạo điều kiện duy trì và phát triển bền vững quan hệ hai chiều vay vốn và trả nợ.

Ngược lại, khi kinh tế khủng hoảng hoặc điều kiện phát triển chậm chạp, hay kinh tế vĩ mô bất ổn định một mặt sẽ tác động gây hạn chế cấp tín dụng tiêu dùng của các trung gian tài chính. Các khoản cho vay chịu tác động của những biến động trên thị trường tài chính bất ổn có thể dẫn tới đổ vỡ tín dụng. Những thay đổi tích cực trong kinh tế vĩ mô diễn ra quá nhanh cũng gây ra những xáo trộn nhất định. Chẳng hạn tỷ lệ lạm phát và lãi suất giảm quá nhanh cũng có thể dẫn tới tình trạng vỡ nợ đối với các món vay với lãi suất dựa vào tỷ lệ lạm phát cao trước đó. Tỷ giá hối đoái kém linh hoạt, không phản ánh được sự biến động của kinh tế vĩ mô, làm méo mó những tín hiệu giá cả bên ngoài cũng ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập của khách hàng và tổ chức tín dụng. Mặt khác, kinh tế vĩ mô phát triển chậm chạp hay bất ổn cũng khiến thu nhập trong tương lai của người tiêu dùng trở nên bấp bênh, các chi phí biến động, khó kiểm soát, do đó người tiêu dùng phải giảm các khoản vay của họ.

(3) Môi trường pháp lý và cơ chế chính sách của Nhà nước đối với lĩnh vực cho vay tiêu dùng

Trong nền kinh tế thị trường có sự điều tiết của nhà nước, pháp luật có vai trò quan trọng đảm bảo cho nền kinh tế vận hành một cách trôi chảy. Với vai trò đảm bảo cho việc chuyển từ một nền kinh tế thị trường tự phát, kém tổ chức sang một nền kinh tế thị trường văn minh; pháp luật chính là hàng rào pháp lý tạo ra một môi trường kinh doanh bình đẳng thuận lợi, bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của các chủ thể kinh tế. Vì vậy pháp luật có ảnh hưởng lớn đến hoạt động ngân hàng nói chung và hoạt động mở rộng tín dụng tiêu dùng.

Một hệ thống pháp luật hoàn chỉnh là cơ sở để phát triển thị trường tín dụng an toàn, thúc đẩy các tổ chức tài chính cung cấp dịch vụ tài chính chất lượng cao cho dân cư, đảm bảo quyền lợi cho cả ngân hàng và khách hàng.

Cho vay tiêu dùng là hoạt động đem lại lợi nhuận cao nhưng rủi ro lớn, số lượng món vay nhiều và chất lượng thông tin về khách hàng chưa cao. Chính vì vậy, yêu cầu về một môi trường pháp lý hoàn thiện để điều chỉnh hoạt động cho vay tiêu dùng là rất cần thiết.

Các quy định, chính sách của NHNN có ảnh hưởng trực tiếp hay gián tiếp đến cho vay tiêu dùng; nó cũng có thể khuyến khích và có thể hạn chế cho vay nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng. Trong một thời kỳ nhất định, dựa trên tình hình kinh tế xã hội, dự báo xu hướng phát triển của nền kinh tế trong giai đoạn tiếp theo, NHNN có những chính sách khác nhau sao cho phù hợp với mục tiêu đã đề ra.

(4) Môi trường văn hoá- xã hội

Những yếu tố thuộc về văn hoá xã hội như thói quen sử dụng các sản phẩm ngân hàng, tỷ lệ tiết kiệm, trình độ dân trí, thị hiếu... ảnh hưởng rất lớn đến việc đưa ra quyết định lựa chọn hình thức cho vay tiêu dùng. Chẳng hạn như ở Mỹ, xã hội được cho là xã hội tiêu dùng với tỷ lệ tiết kiệm trên tổng thu nhập chỉ khoảng 10% và thói quen mua sắm sẽ là một thị trường rất lớn để mở rộng cho vay tiêu dùng. Các quan niệm về ngân hàng quen thuộc hay xa lạ, an toàn hay không an toàn, thói quen thanh toán tiền mặt trong dân cư cũng là những yếu tố có tác động rất lớn đến các dịch vụ mà ngân hàng cung cấp, trong đó có hoạt động cho vay tiêu dùng

1.3. Sự cần thiết mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Việt Nam hiện nay

Sự gia tăng số lượng các ngân hàng gần đây đã làm cho môi trường cạnh tranh trong lĩnh vực tài chính-ngân hàng ngày càng trở nên khốc liệt hơn. Việc một số doanh nghiệp lớn (các tập đoàn, tổng công ty nhà nước...) tham gia thành lập ngân

hàng mới hoặc góp vốn, mua cổ phần của các ngân hàng thương mại cổ phần đã làm giảm đi một lượng khách hàng cho vay bán buôn truyền thống của các ngân hàng vì các doanh nghiệp này đã chuyển sang sử dụng dịch vụ của chính ngân hàng mình hoặc tại ngân hàng có vốn góp, mua cổ phần. Ở các nước phát triển, cho vay tiêu dùng là dịch vụ mang lại lợi nhuận nhiều nhất cho các ngân hàng và chiếm thị phần lớn. Ở Việt Nam, dư nợ cho vay tiêu dùng của các ngân hàng tính đến tháng 12/2008 chỉ chiếm chưa đến 10% tổng dư nợ tín dụng của nền kinh tế. Theo thống kê của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, dư nợ vay tiêu dùng bình quân tính trên mỗi đầu người chưa đến 1 triệu đồng. Đây là con số khá khiêm tốn so với tổng dân số của cả nước khoảng 86 triệu người và tốc độ tăng trưởng kinh tế cao của Việt Nam trong những năm gần đây (GDP đạt trên 6,5%). Dân số Việt Nam trẻ và hiện chỉ có khoảng 10% dân số có tài khoản tại ngân hàng. Cho nên, cho vay tiêu dùng là lĩnh vực tiềm năng để các ngân hàng khai thác trong thời gian tới. Vì vậy, các ngân hàng đang có kế hoạch mở rộng cho vay tiêu dùng để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng tới đông đảo người dân, góp phần tăng thị phần.

Đẩy mạnh cho vay tiêu dùng là xu hướng tất yếu, nhất là trong điều kiện khách quan của nền kinh tế thị trường mở cửa hội nhập, khi mà mức sống người dân được nâng cao, đồng thời đó cũng là chiến lược, mục tiêu và là thị trường đầy tiềm năng của các ngân hàng thương mại Việt Nam.

Hiện nay, khi mức sống tăng lên, nhu cầu về các tiện nghi cho cuộc sống hiện đại cũng tăng lên. Với một bộ phận dân cư có thu nhập ổn định, nhu cầu có một ngôi nhà, một căn hộ khang trang và tiện nghi, mua sắm ô tô, hoặc một nguồn tài chính để đi du lịch, khám chữa bệnh, du học... là những nhu cầu thực tiễn và khá bức xúc, sẽ được giải quyết thông qua kênh tín dụng. Nắm bắt nhu cầu này, nhằm đạt chỉ tiêu tăng trưởng dư nợ và lợi nhuận, nhiều NHTM đã và đang tăng tốc triển khai các sản phẩm cho vay tiêu dùng (được áp dụng lãi suất thỏa thuận cao hơn 1% - 3% so với lãi suất cho vay thông thường), khoản vay có thể chấp bảo đảm bằng tài sản và không thế chấp tài sản (tín chấp). Mặt khác, Việt Nam được đánh giá là nước có nền chính trị ổn định vào bậc nhất Châu Á, nền kinh tế với tốc độ phát triển khá

cao thu hút mạnh mẽ vốn đầu tư nước ngoài. Như vậy, tiềm năng về lĩnh vực cho vay tiêu dùng là rất rộng lớn, đang mở ra cho hoạt động của các ngân hàng thương mại.

Với trình độ công nghệ tiên bộ ngày nay, dịch vụ thanh toán qua thẻ đã trở thành công cụ phổ biến, người dân đã có thói quen chi trả tiền qua tài khoản, nhất là qua các năm gần đây thị trường thẻ ATM ở Việt Nam tăng đột biến mạnh: như năm 2001 chỉ có 23.000 thẻ, năm 2002 có 42.500 thẻ thì năm 2005 đã tăng đột biến lên đến 2.000.000 thẻ và năm 2006 đạt gần 4.000.000 thẻ (nguồn: tạp chí ngân hàng số 5 tháng 3/2007). Đây là một thị trường đầy tiềm năng để phát triển mạng lưới dịch vụ tín dụng qua thẻ của ngân hàng (như cho vay thấu chi, thẻ tín dụng).

Việt Nam gia nhập WTO đã mở ra cánh cửa hội nhập lớn cho nền kinh tế - chính trị của đất nước, đời sống nhân dân được nâng cao, nhu cầu cuộc sống ngày càng chất lượng, hiện đại. Đặc biệt là dịch vụ ngân hàng đã trở thành công cụ hữu dụng cho cuộc sống người dân trong thanh toán, cất giữ tiền tiết kiệm (hạn chế không sử dụng tiền mặt, tiết kiệm chi phí), ngân hàng còn hỗ trợ vốn cho người dân trong kinh doanh, chi tiêu, học hành,...

Do vậy, các ngân hàng thương mại Việt Nam đã và đang phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ, đặc biệt các sản phẩm tín dụng tiêu dùng, đây là xu thế tất yếu, phù hợp với xu hướng chung của các ngân hàng trong khu vực và thế giới, phục vụ đối tượng khách hàng cá nhân, hộ kinh doanh nhỏ, đảm bảo cho các ngân hàng quản lý rủi ro hữu hiệu, cung ứng dịch vụ chất lượng cao cho khách hàng, định hướng kinh doanh, thị trường sản phẩm mục tiêu, giúp ngân hàng đạt hiệu quả kinh doanh tối ưu.

Có thể nói tại Việt Nam, kinh tế tăng trưởng liên tục, môi trường pháp lý hoàn thiện dần, nhu cầu xã hội ngày càng tăng, thị trường sản phẩm tín dụng tiêu dùng còn rất nhiều tiềm năng phát triển.

1.4. Kinh nghiệm hoạt động tín dụng tiêu dùng của các NHTM tại một số nước trên thế giới và bài học đối với các NHTM Việt Nam

1.4.1. Hoạt động cho vay tiêu dùng tại một số nước

1.4.1.1. Hoạt động cho vay tiêu dùng tại Trung Quốc

Dịch vụ tín dụng tiêu dùng càng ngày càng mở rộng và được khuyến khích phát triển tại các NHTM Trung Quốc. Các nhà quản lý ngân hàng đã nhận thấy cho vay tiêu dùng chính là “tương lai” của các NHTM Trung Quốc và họ phải tập trung các nguồn lực của mình nhiều hơn cho lĩnh vực này.

Ngay từ cuối những năm 1990, Ngân hàng Kiến thiết Trung Quốc (CCB) đã dẫn đầu về phát triển lĩnh vực này: vào năm 1999, thời hạn cho vay có thể chấp được kéo dài từ 20 năm lên 30 năm; giá trị của khoản vay cũng được nâng từ mức 70% lên 80% giá trị tài sản thế chấp. Đồng thời, từ cuối năm 1999, CCB bắt đầu chấp thuận các khoản cho vay do các cá nhân đứng ra bảo lãnh, bãi bỏ yêu cầu người đi vay cần phải được người chủ lao động của mình đứng ra bảo đảm cho khoản vay. CCB còn có một kế hoạch đầy tham vọng là sử dụng các phương tiện kỹ thuật, công nghệ sẵn có của mình để phát triển hình thức dịch vụ ngân hàng Internet và đưa ra một số sản phẩm dịch vụ ngân hàng điện tử bán lẻ.

Ngân hàng Phát triển Thượng Hải - Phú Đông cũng là một trong số các ngân hàng ở Trung Quốc sớm có dịch vụ tín dụng tiêu dùng phát triển mạnh. Ngân hàng này đã hợp tác với các công ty chuyên kinh doanh bất động sản để đơn giản hóa các thủ tục về tài sản thế chấp và giảm số lần mà người vay phải đến giao dịch với một chi nhánh ngân hàng từ 20 lần xuống còn có 3 lần. Từ tháng 8/1999, Ngân hàng Phát triển Thượng Hải - Phú Đông đã phối hợp với các công ty du lịch lữ hành để đưa ra các khoản cho vay du lịch và kể từ thời điểm đó đã có 13 cặp vợ chồng nhận được các khoản vay để đi du lịch tuần trăng mật. Ngân hàng này cũng đã kéo dài thời hạn của các khoản vay dành cho đào tạo đại học từ 2 năm lên 4 năm và thành lập một quỹ đặc biệt dành cho các bậc cha mẹ vay vốn do muốn gửi con cái vào các trường học tư nhân đắt tiền. Để thực hiện được các kế hoạch này, Ngân hàng

Phát triển Thượng Hải - Phú Đông đã tăng gấp đôi số nhân viên marketing cho lĩnh vực tín dụng tiêu dùng, chiếm tới 20% tổng quỹ lương.

Nhìn chung, vì các khoản cho vay tiêu dùng vẫn còn khá mới mẻ với cả người tiêu dùng và hệ thống ngân hàng ở Trung Quốc nên hậu quả của vấn đề rủi ro chưa thể hiện đầy đủ, chưa lường hết được. Hầu hết các khoản cho vay tiêu dùng là các khoản vay trung và dài hạn, với thời hạn từ 10-30 năm, nên khả năng trả nợ phụ thuộc rất nhiều vào tình trạng gia đình, sức khỏe và công việc của người đi vay. Một số ngân hàng đã không đánh giá được đầy đủ những rủi ro tiềm năng cũng như kinh nghiệm để ngăn chặn những rủi ro này. Thêm vào đó, kể từ năm 2003, hoạt động cho vay của khu vực ngân hàng đã kích thích lạm phát gia tăng và nạn đầu tư quá mức trong các khu vực khác nhau đã trở thành mối lo ngại hàng đầu của Chính phủ giữa lúc bao trùm tâm lý lo sợ tình trạng kinh tế bùng nổ kiểu bong bóng. Do vậy, PBOC vừa tăng tỷ lệ dự trữ bắt buộc, vừa kiểm soát các ngân hàng và hoạt động cho vay quá mức đối với khu vực bất động sản. Theo các quy định mới có hiệu lực từ ngày 1/3/2004, ủy ban Giám sát ngân hàng Trung Quốc (CBRC) yêu cầu tất cả các NHTM nước này đều phải đáp ứng tỷ lệ an toàn vốn 8% kể từ ngày 1/1/2007, trong đó khoản tiền cho khu vực bất động sản vay chưa trả sẽ không được phép chiếm hơn 30% tổng dư nợ vay chưa trả của mỗi ngân hàng. Các biện pháp này nhằm góp phần hỗ trợ giảm tỷ lệ lạm phát xuống còn 3 - 4% trong năm 2004 của Chính phủ Trung Quốc.

1.4.1.2. Hoạt động cho vay tiêu dùng tại các NHTM Châu Âu

Tại châu Âu, tín dụng tiêu dùng ra đời muộn hơn các loại hình tín dụng khác. Nó đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày một lớn của người dân tại các quốc gia phát triển. Cho đến nay, tín dụng tiêu dùng đã trở thành một hình thức tín dụng phổ biến tại châu Âu. Cùng với các loại tín dụng khác, tín dụng tiêu dùng làm hoàn thiện, làm phong phú môi trường tín dụng, hướng tới “bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng”.

➤ *Đối tượng, hình thức, giá trị và thời hạn của khoản cho vay tiêu dùng:*

Ra đời ngày 22/12/1986, Nghị định 87/102/CEF của Cộng đồng chung châu Âu khởi thảo bước đầu tiên có tính thống nhất về các điều luật, các quy tắc và quản lý hành chính tín dụng tiêu dùng trong phạm vi toàn bộ cộng đồng. Nghị định này liên tục được sửa đổi trong các giai đoạn tiếp theo: NĐ 90/08/CEE ngày 22/2/1990; NĐ 98/7/CEE ngày 16/2/1998.

Tất cả các cá nhân có đủ năng lực hành vi đều có khả năng được cấp tín dụng tiêu dùng, với điều kiện: khoản tín dụng đó không sử dụng để phục vụ cho hoạt động nghề nghiệp, nó chỉ mang tính chất thuần túy là tiêu dùng cho cá nhân. Tuy thế, để phòng ngừa rủi ro, các NHTM vẫn có những giới hạn về đối tượng nhận tín dụng ví dụ như giới hạn về độ tuổi.

Trên cơ sở Nghị định chung, các nước cũng có đề ra những luật, quy tắc của riêng mình, tạo ra sự khác biệt nhất định giữa các quốc gia về phạm vi, đối tượng, giá trị của khoản vay, thời hạn vay, lãi suất...

Chẳng hạn, tại Bỉ, thông thường các khoản tín dụng tiêu dùng thường được cấp cho những người có nhu cầu vay với khoản tín dụng tối thiểu là 1.250 EUR, tối đa là 20.000 EUR trong thời hạn tối thiểu là 3 tháng. Trên thực tế, các NHTM Bỉ cũng áp dụng quy định này một cách linh hoạt. Ví dụ tại ngân hàng AGF:

- Đối với cho vay mua ô tô, ngân hàng AGF áp dụng mức tín dụng từ 1.500 EUR đến 100% giá trị tài sản mua, trong khoảng thời gian từ 12 tháng – 60 tháng, với lãi suất 0,805%/tháng.

- Với việc sửa chữa bếp, nhà tắm, bể bơi, trang trí nhà cửa... cho vay từ 2.250 EUR đến 45.000 EUR trong thời gian từ 12 tháng – 120 tháng với mức lãi suất 0,814%/tháng.

➤ *Các thông tin trong cho vay tiêu dùng:*

Người vay khi đề nghị cấp một khoản tín dụng tiêu dùng phải có trách nhiệm khai báo chính xác và đầy đủ cho người cho vay những thông tin mà người cho vay thấy cần thiết nhằm đánh giá tình hình tài chính hay những khó khăn trong việc thanh toán của người vay. Trong khi đó, người cấp tín dụng có trách nhiệm thông báo chính xác và đầy đủ cho người vay những thông tin cần thiết, có trách nhiệm cố

vấn cho người tiêu dùng loại hình, số lượng tín dụng phù hợp nhất, căn cứ vào tình hình tài chính của người tiêu dùng tại thời điểm ký kết hợp đồng tín dụng và có trách nhiệm giữ kín thông tin cho người tiêu dùng trong trường hợp hợp đồng tín dụng không được ký kết.

➤ *Ký kết hợp đồng*

Trước khi ký kết, người cấp tín dụng gửi cho người vay một bản hợp đồng trong đó nêu lên những điều khoản cần thiết (như số tiền vay, lãi suất, điều kiện sử dụng tín dụng, người bảo lãnh, lãi quá hạn, quyền chuyển nhượng của người cấp tín dụng...) mà 2 bên có thể thỏa thuận. Trong thời gian 15 ngày kể từ ngày người vay nhận được bản hợp đồng, người cấp tín dụng có trách nhiệm chờ thông tin phản hồi từ người tiêu dùng. Trong thời gian đó, người tiêu dùng hoàn toàn có quyền từ chối ký kết và 7 ngày sau khi hợp đồng được ký kết, người tiêu dùng vẫn được phép hủy hợp đồng.

➤ *Thanh toán lãi và gốc*

Thanh toán trước: Vào bất cứ thời điểm nào, người vay đều có quyền thanh toán trước hạn hợp đồng với điều kiện họ phải thông báo trước một thời gian nhất định (ở Bỉ là 1 tháng).

Thanh toán chậm: Trong trường hợp thanh toán chậm, người tiêu dùng sẽ phải chịu mức lãi suất phạt tối đa là mức lãi suất đang áp dụng + 10%.

Khi không còn khả năng thanh toán: Người tiêu dùng có thể yêu cầu thẩm phán tòa án kinh tế xem xét cho họ được hưởng sự “đơn giản hơn trong thanh toán” khi tình trạng tài chính của người tiêu dùng trở nên trầm trọng. Thẩm phán tòa án kinh tế có quyền xác định số tiền còn lại mà người đi vay tiếp tục phải chịu.

➤ *Rủi ro và bảo đảm tín dụng*

Tín dụng tiêu dùng được đánh giá là mang nhiều rủi ro. Để đảm bảo cho khoản tín dụng, ngân hàng đòi hỏi khách hàng:

- Ký kết 1 hợp đồng bảo hiểm trọn đời liên quan trực tiếp đến khoản vay cá nhân này, nhằm bảo đảm được chi trả khi khách hàng qua đời trong thời hạn hợp

đồng còn giá trị. Với Hợp đồng này, công ty bảo hiểm đảm nhận trách nhiệm hoàn trả cả tiền vốn và lãi còn phải trả của người đi vay cho ngân hàng.

- Ký kết 1 hợp đồng chuyển nhượng lương. Hợp đồng này là 1 giấy uỷ quyền của khách hàng, bảo đảm chuyển toàn bộ quyền lợi (thu nhập) của anh ta vào hợp đồng bảo hiểm suốt đời. Chấm dứt hợp đồng tín dụng tiêu dùng, nếu khách hàng không còn nợ ngân hàng, khoản bảo hiểm được chuyển lại cho khách hàng.

➤ *Quản lý hành chính*

Mỗi quốc gia có 1 hệ thống quản lý hành chính công tác cho vay tiêu dùng. Ví dụ tại Bỉ, Vua là người quyết định thành lập một hội đồng kiểm soát. Hội đồng này bao gồm 5 thành viên, 1 chủ tịch, 2 chuyên gia luật về tín dụng tiêu dùng, 2 chuyên gia về thông tin. Trong nhiệm kỳ 6 năm, Hội đồng liên kết với các cơ quan liên quan tiến hành giám sát, hướng dẫn:

- Sự tuân thủ các điều khoản trong luật
- Soạn thảo các tài liệu, giấy tờ cần thiết cho việc áp dụng luật
- Giúp đỡ giải quyết tranh chấp có liên quan
- Làm báo cáo hàng năm (vào đầu kỳ) gửi tới Phòng làm luật

Các ngành, cơ quan khác có liên quan như Ngân hàng Trung ương Bỉ, các tổ chức tín dụng, các cơ quan quản lý hành chính khác đều có trách nhiệm gửi các thông tin cần thiết cho Hội đồng và các thành viên của Hội đồng khi Hội đồng yêu cầu.

1.4.2 Bài học kinh nghiệm rút ra đối với các NHTM tại Việt Nam

Tại đa số các nước, các ngân hàng ngày càng quan tâm đến việc phát triển loại hình tín dụng tiêu dùng trong hoạt động tín dụng chung của họ. Hoạt động cho vay tiêu dùng ngày càng trở nên phổ biến và được khuyến khích phát triển. Tính đến nay, kết quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại các nước cho thấy đây là loại hình rủi ro tương đối thấp, góp phần ổn định thu nhập cho các ngân hàng, nhất là tại các nước có khu vực công ty làm ăn kém hiệu quả.

Những hiểu biết của người dân về các vấn đề liên quan đến hoạt động cho vay tiêu dùng ảnh hưởng đáng kể đến kết quả và chất lượng của hoạt động này.

Việc phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng đòi hỏi các ngân hàng phải có quy định, quy trình giám sát và quản lý rủi ro tín dụng (trước, trong và sau khi cấp tín dụng) chặt chẽ, tỉ mỉ, hệ thống thông tin đánh giá khách hàng đầy đủ, cập nhật do hình thức tín dụng này chủ yếu là các món vay nhỏ và không có tài sản bảo đảm.

Để phát triển hình thức tín dụng này và bảo đảm an toàn cho hoạt động ngân hàng đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ giữa ngân hàng trung ương, các tổ chức tín dụng và các cơ quan quản lý hành chính khác.

Hoạt động cho vay tiêu dùng tại các nước trong khu vực hiện gặp phải những khó khăn như: thu nhập của người dân không ổn định; hệ thống thông tin tín dụng cá nhân chưa phát triển; các chính sách, quy định pháp lý liên quan đến tín dụng tiêu dùng chưa hoàn thiện; cạnh tranh ngày càng gia tăng khi có sự tham gia ngày càng lớn của các ngân hàng nước ngoài vào thị trường này.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Trong chương 1, đề tài nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản về tín dụng tiêu dùng và mở rộng tín dụng tiêu dùng: khái niệm, vai trò, quan niệm về mở rộng tín dụng tiêu dùng, các chỉ tiêu đánh giá mở rộng tín dụng tiêu dùng cũng như kinh nghiệm về quản lý và mở rộng tín dụng tiêu dùng của NHTM một số nước trên thế giới. Từ đó, trong chương này nêu làm nổi bật vai trò của tín dụng tiêu dùng và sự cần thiết phải mở rộng tín dụng tiêu dùng của NHTM. Dựa trên cơ sở lý thuyết trong chương, giúp ta nhìn nhận đánh giá quá trình mở rộng tín dụng tiêu dùng tại một NHTM nào đó. Trên cơ sở đó đề ra những giải pháp phù hợp với tính khả thi cao trong việc góp phần mở rộng tín dụng để bảo đảm cho NHTM kinh doanh ổn định, phát triển bền vững và có hiệu quả cao.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH

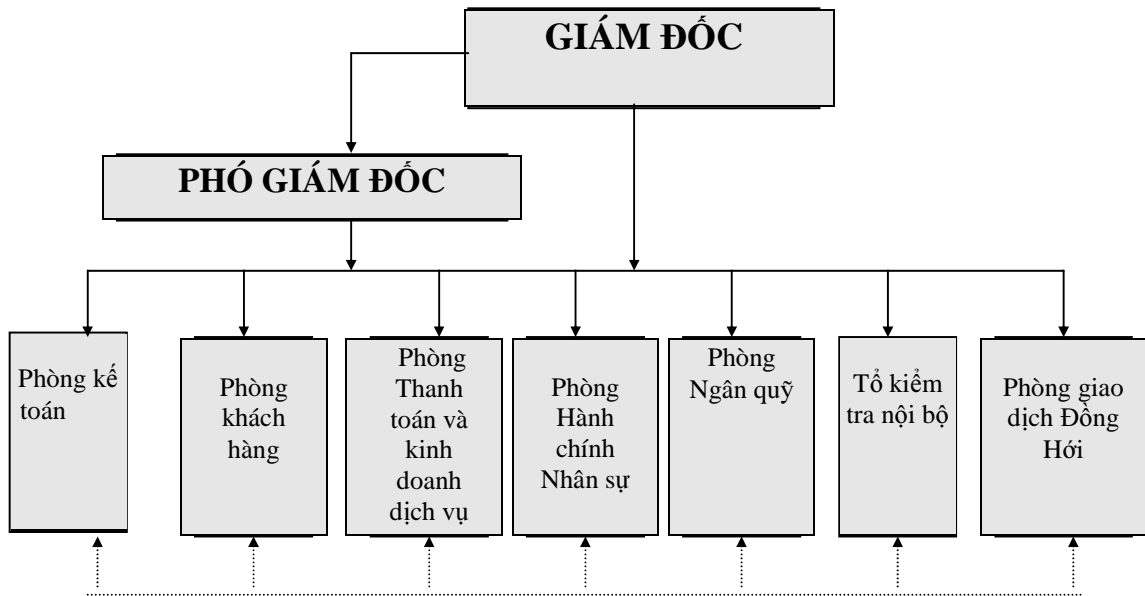
2.1 Đặc điểm hoạt động của NH ảnh hưởng đến mở rộng tín dụng tiêu dùng

2.1.1. Chức năng và nhiệm vụ của ngân hàng TMCP VCB.QB

Thực tiếp kinh doanh trên địa bàn theo phân cấp của NH TMCP VCB Việt Nam thông qua các nghiệp vụ: Huy động vốn; tức là khai thác và nhận tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi thanh toán của tất cả các tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài bằng đồng Việt Nam và ngoại tệ; Tiếp nhận vốn tài trợ, tín thác, uỷ thác đầu tư từ Chính phủ, NHNN và các tổ chức quốc tế, quốc gia và cá nhân ở trong nước và nước ngoài đầu tư cho các chương trình phát triển kinh tế - xã hội; Được phép vay vốn các tổ chức tài chính, tín dụng trong nước nếu cần thiết; Cho vay ngắn hạn, trung hạn và dài hạn bằng đồng Việt Nam và ngoại tệ đối với các tổ chức kinh tế các cá nhân và hộ gia đình thuộc mọi thành phần kinh tế; Kinh doanh ngoại hối, kinh doanh các sản phẩm dịch vụ ngân hàng khác trên địa bàn tỉnh và toàn quốc.

2.1.2 Cơ cấu tổ chức của ngân hàng TMCP VCB.QB

Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức quản lý tại VCB.QB



Chú thích:

- > Quan hệ trực tuyến
- > Quan hệ chức năng

2.1.3 Tình hình hoạt động của ngân hàng TMCP VCB.QB

2.1.3.1 Nghiệp vụ huy động vốn

Ngân hàng TMCP VCB.QB luôn chú trọng công tác huy động vốn, coi đây là nhiệm vụ trọng tâm và có ý nghĩa quyết định đến việc hoàn thành nhiệm vụ kinh doanh của Chi nhánh, trong các năm qua, với nhiều biện pháp tích cực và sáng tạo nhằm huy động vốn trong các tổ chức kinh tế, các tổ chức khác và mọi tầng lớp dân cư để chủ động trong hoạt động kinh doanh của mình cũng như góp phần tích cực vào sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Kết quả: Nguồn vốn huy động của đơn vị năm 2009 đạt 460 tỷ đồng tăng 31,4% so với năm 2008. [18]

Bảng 2.1: Tình hình huy động vốn của VCB.QB giai đoạn 2006-2009*ĐVT: Tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
Tổng nguồn vốn huy động	259	285	350	460
Trong đó:				
A. Theo thành phần kinh tế				
- Huy động từ dân cư	191,3	205,1	243,2	265,9
- Huy động từ tổ chức	67,7	79,9	106,8	194,1
B. Theo thời hạn				
- Không có thời hạn	37	44	60	125
- Có thời hạn (Vốn vay trung dài hạn)	222	241	290	335
C. Theo loại tiền				
- VND	156	173	224	312
- Ngoại tệ (triệu \$US)	6,5	6,9	7,8	8

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Qua bảng trên cho thấy nguồn vốn huy động của NHTMCP VCB.QB tăng trưởng khá nhanh qua các năm: Năm 2006 tổng nguồn vốn huy động chỉ đạt 259 tỷ đồng nhưng đến năm 2009 chỉ tiêu này đạt 460 tỷ đồng tăng 77,6%. Tốc độ tăng trưởng vốn huy động qua các năm như sau: 2007/2006 tăng 10,03%; năm 2008/2007 tăng 12,28%; 2009/2008 tăng 31,42%.

Nguồn huy động chủ yếu là nguồn nội tệ, nguồn ngoại tệ chiếm tỷ lệ thấp, năm 2009 huy động ngoại tệ đạt 8 triệu USD chiếm tỷ trọng khoảng 23,8% trong tổng nguồn vốn huy động. Nguồn huy động vốn của chi nhánh chủ yếu là từ tiền gửi của dân cư, tuy nhiên những năm gần đây mức tăng huy động vốn từ các tổ chức có chiều hướng tăng nhanh hơn so với huy động từ dân cư cả về số tương đối lẫn tuyệt đối. Đây là một hướng đi đúng với điều kiện kinh tế - xã hội của tỉnh.

Là một tỉnh sản xuất nông nghiệp là chủ yếu, công nghiệp và dịch vụ phát triển chậm, thu nhập bình quân đầu người thấp, do đó công tác huy động vốn tại chỗ

gặp nhiều khó khăn. Tuy nhiên, bằng nhiều biện pháp đồng bộ, linh hoạt công tác huy động vốn đã thu được nhiều kết quả. Trong đó tập trung vào một số giải pháp sau:

- Đa dạng hoá các hình thức huy động vốn, tạo ra nhiều sản phẩm tiền gửi phù hợp với mong muốn của khách hàng: Ngoài hình thức huy động vốn thông thường, Chi nhánh đã tổ chức các hình thức huy động vốn khác như: Tiết kiệm có thưởng, tiết kiệm trả lãi trước và đặc biệt là phát sinh các đợt kỳ phiếu, chứng chỉ tiền gửi với nhiều loại kỳ hạn và lãi suất hấp dẫn.

- Tăng cường công tác thông tin, quảng cáo để nâng cao uy tín của ngân hàng và quảng cáo các sản phẩm dịch vụ mới; cải tiến các thủ tục giao dịch theo hướng nhanh chóng, thuận lợi cho người gửi tiền, đồng thời kết hợp giữa huy động vốn và dịch vụ, tiện ích ngân hàng khác.....

- Tạo lập được thương hiệu chi nhánh, đưa ra các sản phẩm dịch vụ với nhiều tiện ích, tạo cho Khách hàng có nhiều lựa chọn trong sử dụng sản phẩm dịch vụ ngân hàng. Nâng cao công tác marketing, chiến lược tiếp thị phù hợp, tạo niềm tin và uy tín với người gửi tiền.

- Đưa ra các chính sách về lãi suất huy động hợp lý, phù hợp với từng thời gian và từng giai đoạn, đảm bảo cạnh tranh và lợi ích kinh doanh, lợi ích cho người gửi tiền.

- Tạo phong cách giao dịch mới, nhiều tiện ích mới phục vụ khách hàng tốt hơn; trang bị cơ sở vật chất, điều kiện làm việc phù hợp, hiện đại; trang bị hệ thống công nghệ hiện đại, các công cụ ứng dụng nhanh chóng, chính xác.

- Khuyến khích cán bộ ngân hàng trong việc huy động tiền gửi bằng lợi ích vật chất, thi đua khen thưởng, khoán ước cho cán bộ.

2.1.3.2 Nghiệp vụ cấp tín dụng và đầu tư

➤ Về đầu tư tín dụng theo ngành kinh tế: Đầu tư tín dụng của NH TMCP VCB.QB trong mấy năm qua đã có bước chuyển dịch tích cực theo hướng đa dạng hoá lĩnh vực đầu tư nhằm phân tán rủi ro và mở rộng quy mô tín dụng. Vì vậy, đã góp phần tích cực trong việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế của tỉnh, đồng thời thúc đẩy sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá.

Bảng 2.2: Tình hình dư nợ của VCB.QB giai đoạn 2006-2009*ĐVT: Tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
I. Tổng dư nợ tín dụng	279	346	480	705
Trong đó:				
1. Theo TPKT				
+ Tổ chức	254	314	424	634
+ Cá nhân	25	32	56	71
2. Theo thời hạn vay:				
+ Ngắn hạn	130	156	180	300
+ Trung dài hạn	149	190	300	405
3. Theo tài sản đảm bảo:				
+ Không có TSĐB	18	21	24	35
+ Có TSĐB	261	325	456	670
II. Nợ xấu	34 triệu đ	29 triệu đ	25 triệu đ	21 triệu đ

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

- Qua bảng số liệu trên, ta thấy dư nợ tín dụng của chi nhánh tăng nhanh cả về số tuyệt đối và tương đối. Năm 2006 dư nợ tín dụng chỉ đạt 279 tỷ đồng đến năm 2009 con số này lên tới 705 tỷ đồng, tăng 426 tỷ đồng tương đương với 153%. Tốc độ tăng dư nợ bình quân thời kỳ 2006-2009 là 136%.

- Các doanh nghiệp ngoài quốc doanh có giao dịch với chi nhánh ngày càng tăng, DNNN giảm mà nguyên nhân chủ yếu là do cổ phần hoá các DNNN thành các công ty cổ phần, một số ít kinh doanh không hiệu quả đã phá sản hoặc giải thể; Doanh nghiệp ngoài quốc doanh cho vay tăng trưởng mạnh phù hợp với cơ chế đổi mới hiện nay; trong tổng số 1.600 DN ngoài quốc doanh tại Quảng Bình, trong đó gần 800 doanh nghiệp có quan hệ tín dụng tại VCB.QB.

- Đối với tín dụng cá nhân: trong năm 2009, VCB.QB đang đi sâu vào khai thác hoạt động cho vay tiêu dùng, đa dạng hoá sản phẩm, góp phần làm cho hoạt động tín dụng bán lẻ của ngân hàng phát triển mạnh mẽ... Kết quả, đã thúc đẩy hoạt

động tín dụng của ngân hàng trong năm 2009 tăng trưởng khá nhưng vẫn đảm bảo an toàn.

➤ *Dư nợ cho vay theo thời hạn cho vay:* Tập trung chủ yếu vào cho vay trung, dài hạn 57,4%. Tín dụng ngắn hạn chiếm 42,6% đối với loại tín dụng này do thời hạn ngắn; chủ yếu bổ sung vốn lưu động thiếu của khách hàng nên độ rủi ro xảy ra cao khi mà có biến động của thị trường, thời tiết, chính sách kinh tế thay đổi. Xét về mục tiêu đầu tư đã phù hợp, xét về hiệu quả: đã mang lại hiệu quả cao trong kinh doanh tín dụng do lãi suất cho vay trung, dài hạn cao hơn lãi suất cho vay ngắn hạn và góp phần tích cực thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, sự bất cập về kỳ hạn giữa nguồn vốn huy động và cho vay, nhất là trong điều kiện huy động vốn tại chỗ chưa đáp ứng đủ nhu cầu sử dụng vốn, đây sẽ là một khó khăn ảnh hưởng đến hoạt động mở rộng tín dụng tiêu dùng của Chi nhánh.

2.1.3.3 Các hoạt động dịch vụ khác của Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình

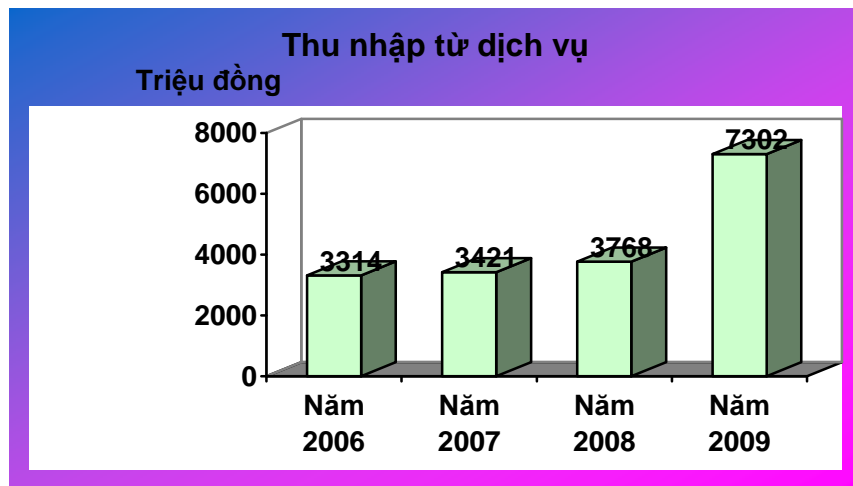
Ngoài nghiệp vụ huy động tiền gửi (mở sổ tiết kiệm, tiền gửi thanh toán, tiền gửi có kỳ hạn...) và nghiệp vụ tín dụng, VCB.QB đã và đang không ngừng phát triển các dịch vụ thanh toán khác nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng ngày càng cao, như: dịch vụ thanh toán chuyển khoản, thu tiền hộ (tiền điện, điện thoại Viettel...), dịch vụ kho quỹ (kết sắt, giữ hộ tài sản, điểm tiền...), thẻ ATM, nghiệp vụ thanh toán xuất nhập khẩu, chuyển tiền bằng chứng minh thư, kinh doanh ngoại tệ.

Bảng 2.3: Tình hình phát triển dịch vụ của VCB.QB giai đoạn 2006-2009

ĐVT: triệu đồng

Dịch vụ	2006	2007	2008	2009
- Thu từ kinh doanh ngoại tệ	265	273	325	658
- Thu từ dịch vụ thanh toán và ngân quỹ	1026	1155	1253	2190
- Thu từ dịch vụ thẻ ATM	435	445	513	1168
- Thu phí bảo lãnh, ủy thác	1588	1539	1677	3286
Tổng cộng	5320	5419	5776	7302

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Biểu đồ 2.1: Thu nhập từ dịch vụ tại VCB.QB

Qua bảng trên ta thấy thu phí bảo lãnh, ủy thác chiếm tỷ trọng cao trong tổng thu từ hoạt động dịch vụ, tỷ trọng này qua các năm như sau: năm 2006 chiếm 47,9%; năm 2007 là 44,9%; năm 2008 là 44,5%; năm 2009 là 45,0% . Việc mở rộng các loại hình dịch vụ nhằm tăng tính cạnh tranh của VCB.QB so với các ngân hàng trên địa bàn, đồng thời thỏa mãn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, việc thanh toán bằng tiền mặt ngày càng giảm, nhu cầu thanh toán bằng chuyển khoản được ưa chuộng hơn do hạn chế rủi ro trong kiểm đếm tiền và an toàn.

Hoạt động bán lẻ và dịch vụ khách hàng tại Chi nhánh đã có những bước phát triển mạnh với sự hỗ trợ của công nghệ. Năm 2009, VCB.QB đã đưa vào hoạt động Trung tâm dịch vụ khách hàng (Contact Center) với hệ thống công nghệ được trang bị hiện đại góp phần cải thiện đáng kể chất lượng dịch vụ, đáp ứng nhu cầu của khách hàng. VCB.QB đã xây dựng các chính sách đối với khách hàng cá nhân điều chỉnh theo sát với diễn biến của thị trường, đưa ra mức lãi suất hợp lý, cung cấp nhiều sản phẩm mới. Kết thúc năm, các chỉ tiêu, kế hoạch bán lẻ được thực hiện khá tốt. Các khoản thu từ dịch vụ năm 2009 đạt 7.032 triệu đồng, tăng 45% so với 2008. Các dịch vụ điện tử được đẩy mạnh và quan tâm. Dịch vụ Internet B@nking; SMS B@nking, VCB-Securities-Online v.v... đều có số khách hàng sử dụng gia tăng cả về số lượng và doanh số . Nhằm nâng cao tính cạnh tranh và đảm bảo an toàn trong

kinh doanh, trong những năm tới VCB.QB cần đẩy mạnh phát triển hoạt động kinh doanh dịch vụ, đây là một khoản thu nhập gần như không rủi ro.

2.1.3.4 Kết quả kinh doanh của VCB.QB

Trong hai năm trở lại đây, hoạt động kinh doanh của VCB.QB ngày càng đạt kết quả cao, thể hiện lợi nhuận trước thuế tăng đáng kể. Năm 2009 lợi nhuận trước thuế đạt hơn 10 tỷ đồng tăng 233% so với năm 2008.

Bảng 2.4: Kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB giai đoạn 2006-2009

Chỉ tiêu	ĐVT	2006	2007	2008	2009
1-Tổng thu nhập	tr.đồng	39437	45499	56186	92327
- Thu từ hoạt động tín dụng	tr.đồng	35985	41897	52200	84789
- Thu từ dịch vụ và thu khác	tr.đồng	3452	3602	3986	7538
<i>Tỷ trọng thu nhập tín dụng</i>	%	<i>91,2</i>	<i>92,1</i>	<i>92,9</i>	<i>91,8</i>
2- Tổng chi phí	tr.đồng	38160	44112	53094	82074
-Chi phí về huy động vốn	tr.đồng	23507	28099	33715	51542
- Chi phí khác	tr.đồng	14653	16013	19379	30532
<i>Tỷ trọng chi phí về huy động vốn</i>	%	<i>61,6</i>	<i>63,7</i>	<i>63,5</i>	<i>62,8</i>
3- Lợi nhuận	tr.đồng	1277	1387	3092	10253

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Qua bảng trên ta thấy hoạt động kinh doanh của VCB.QB qua những năm gần đây đều có lãi, với mức độ năm sau cao hơn năm trước, trong đó lợi nhuận mang lại từ hoạt động cho vay có tính quyết định đến thu nhập của đơn vị: năm 2006 chiếm 91,2%, năm 2007 là 92,1%, năm 2008 là 92,9%, năm 2009 là 91,8%. Điều này nói lên tính chất hoạt động của VCB.QB đang phụ thuộc nhiều vào hoạt động tín dụng, các dịch vụ ngân hàng đang từng bước được nâng cao nhưng chưa đứng tầm 1 ngân hàng hiện đại theo xếp hạng ngân hàng.

2.2. Thực trạng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình

2.2.1 Khái quát tình hình tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB

Khi Chi nhánh bắt đầu triển khai hoạt động tín dụng tiêu dùng thì những khoản cho vay tiêu dùng chỉ được thực hiện với các cán bộ, nhân viên của Chi nhánh và các ngân hàng khác trong hệ thống VCB. Hiện nay, hoạt động cho vay tiêu dùng đang được ngân hàng triển khai rộng rãi đối với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau và đã đạt được những thành công bước đầu tạo tiền đề phát triển trong tương lai.

Hiện nay các sản phẩm tín dụng tiêu dùng của VCB.QB bao gồm 8 loại là (1) cho vay hỗ trợ nhà ở; (2) cho vay cán bộ công nhân viên và cán bộ quản lý điều hành; (3) cho vay thấu chi; (4) cho vay mua ô tô, xe máy và các phương tiện đi lại khác; (5) cho vay khám, chữa bệnh; (6) cho vay du học, xuất khẩu lao động; (7) cho vay đối với học sinh, sinh viên và (8) một số nhu cầu tiêu dùng khác.

Bảng 2.5: Dư nợ cho vay tiêu dùng tại VCB.QB giai đoạn 2007-2009*ĐVT: Triệu đồng*

Chi tiêu	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
Cho vay hỗ trợ nhà ở	12.970	54,0	23.780	57,99	36.270	58,5
Cho vay CBCNV và CBQLĐH	4550	18,96	5.916	14,43	8.923	14,39
Cho thấu chi	-	-	400	0,98	750	1,21
Cho vay mua ô tô, xe máy và các phương tiện đi lại khác	2.440	10,2	5.120	12,49	8.153	13,15
Khám, chữa bệnh	-	-	105,4	0,26	146,6	0,24
Du học, XK lao động	177	0,74	360,8	0,88	489,8	0,79
Học sinh, sinh viên	63	0,27	77,8	0,19	95,6	0,15
Nhu cầu đời sống khác	3.800	15,83	5.240	12,78	7.172	11,57
Tổng dư nợ CVTD	24.000	100	41.000	100	62.000	100

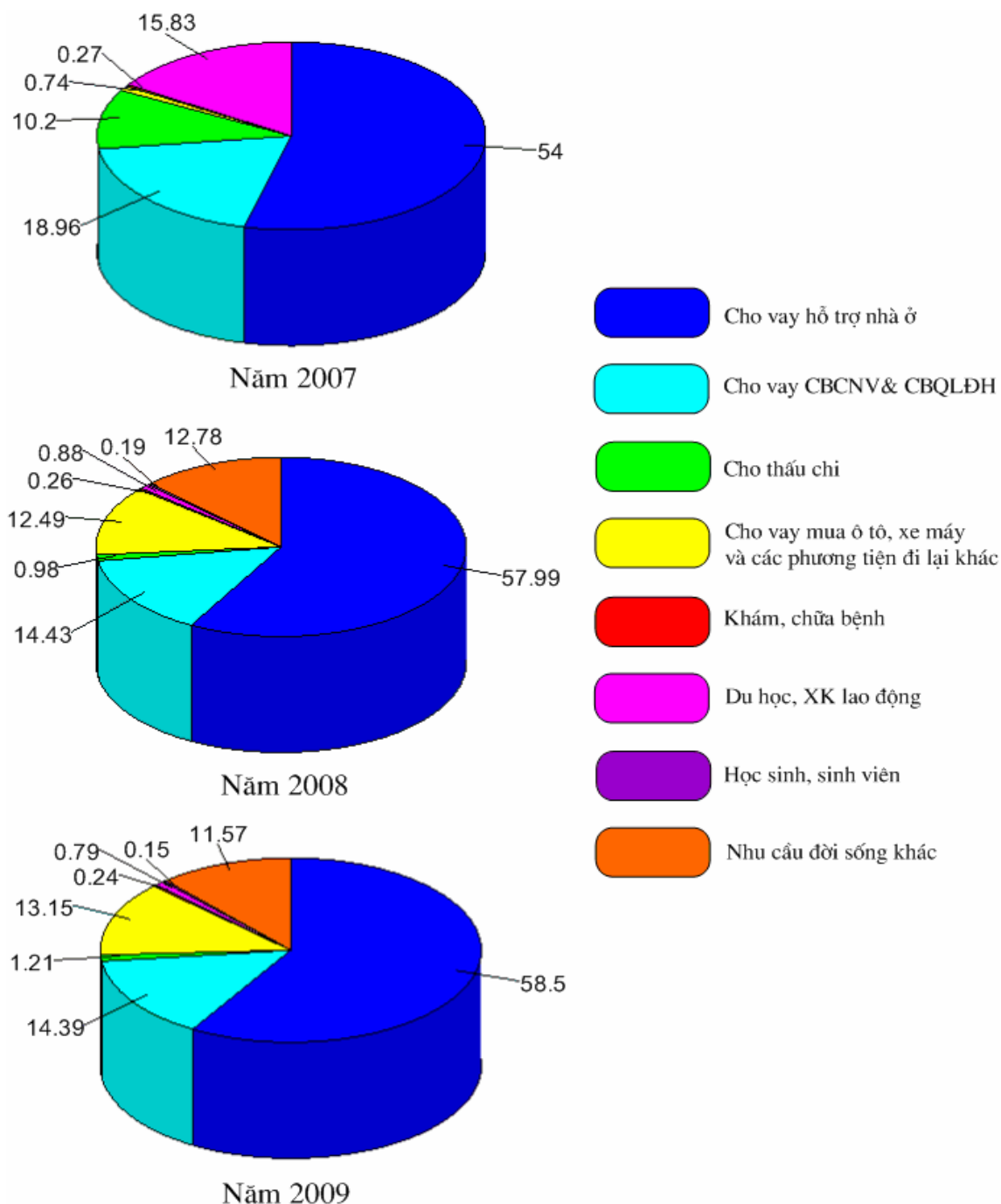
(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Trong những năm gần đây, tốc độ tăng trưởng cho vay tiêu dùng đã và đang tăng cao. Năm bắt được tình hình này, NH TMCP VCB.QB đã xúc tiến kịp thời và không ngừng mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng theo đúng chủ trương của Chính Phủ và NHNN thông qua các văn bản pháp quy đã ban hành.

Qua bảng trên ta thấy, dư nợ tín dụng tiêu dùng tăng qua các năm cả về số tương đối và tuyệt đối. Năm 2008 dư nợ tiêu dùng đạt 41 tỷ đồng tăng 70,8% so với năm 2007; năm 2009 dư nợ tiêu dùng đạt 62 tỷ đồng tăng 51,2% so với năm 2008; bình quân giai đoạn 2007 – 2009 tốc độ phát triển dư nợ tiêu dùng là 160,7%. Có được kết quả trên là do ngân hàng đang triển khai rộng rãi hoạt động cho vay tiêu dùng đối với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau, triển khai các sản phẩm mới và gia tăng tiện ích đối với các sản phẩm hiện có. Dư nợ cho vay tiêu dùng của Chi

nhánh không ngừng tăng cao, đã góp phần làm tăng tổng dư nợ, từ đó tạo nguồn thu làm tăng thu nhập cho ngân hàng.

Biểu đồ 2.2: Cơ cấu dư nợ tiêu dùng tại VCB.QB



- Cho vay hỗ trợ nhu cầu về nhà ở là hình thức cho vay mà trong đó ngân hàng cho khách hàng cá nhân vay mua nhà, mua đất ở hoặc xây mới, sửa chữa nhà cửa, có tài sản đảm bảo là nhà ở, đất ở. Người vay phải có hộ khẩu thường trú cùng

địa bàn của VCB nơi cho vay, có nguồn thu nhập ổn định để trả nợ. Khách hàng cần phải có tài sản thế chấp đảm bảo nợ vay hoặc được một người khác dùng tài sản để bảo lãnh.

Tuỳ theo nhu cầu và khả năng trả nợ của khách hàng, ngân hàng có thể cho vay không quá 70% giá trị tài sản thế chấp hoặc không quá 90% trị giá sổ tiết kiệm tại VCB. Thời hạn cho vay tối đa 10 năm, khách hàng trả góp vốn vay và lãi định kỳ hàng tháng. Lãi được tính trên dư nợ giảm dần hoặc dư nợ ban đầu. Khi đi vay, khách hàng phải có các giấy tờ chứng minh nguồn thu nhập, khả năng trả nợ của khách hàng, hợp đồng mua bán hoặc sửa chữa, xây dựng nhà kèm theo giấy đề nghị vay vốn. Trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của VCB.QB, dư nợ cho vay hỗ trợ nhu cầu nhà ở luôn chiếm tỷ trọng cao nhất (chiếm từ 50% trở lên). Do nhu cầu về nhà ở trong dân cư ngày càng tăng và nhất là khi xã hội phát triển, thu nhập người dân tăng, nhu cầu cuộc sống cao, dẫn đến nhu cầu vay ngân hàng để mua nhà mua đất, sửa chữa nhà tăng, hiện nay đối với cho vay hỗ trợ nhà ở mức vay trung bình mỗi người trên 100 triệu đồng/người. Cho vay tiêu dùng nhằm mục đích khám chữa bệnh và cho vay đối với học sinh, sinh viên chiếm tỷ trọng thấp trong tổng dư nợ tiêu dùng của chi nhánh, các sản phẩm này mới triển khai nên chưa đạt được những hiệu quả mong muốn.

- Cho vay mua xe ô tô là khoản cho vay tiêu dùng đối với cá nhân có nhu cầu mua ô tô, xe máy và các phương tiện đi lại khác. Giá trị khoản vay lên đến 80% giá trị chiếc xe nếu được bảo đảm bằng chính chiếc xe khách hàng định mua; và lên đến 100% giá trị xe nếu được bảo đảm bằng tài sản khác. Thời gian hoàn trả khoản vay trong vòng 05 năm. Khách hàng có nhiều cách lựa chọn để trả nợ : Trả góp với số tiền trả (tổng gốc và lãi) đều nhau cho tất cả các kỳ hoặc trả dần với số tiền trả gốc đều nhau hay tăng dần. Lãi vay tính theo dư nợ thực tế. Áp lực trả nợ gốc rất thấp trong thời gian đầu vay vốn. [24]

Riêng đối với các khoản vay nhằm mua ô tô, khách hàng phải có thu nhập thường xuyên hàng tháng từ 08 triệu đồng trở lên; Khi sử dụng Sản phẩm, khách hàng cần đáp ứng các yêu cầu:

+ Hợp đồng mua bán ô tô.

+ CMND hoặc hộ chiếu; Sổ hộ khẩu/Giấy chứng nhận tạm trú của khách hàng và của bên thứ ba (nếu có) có tài sản bảo đảm cho khoản vay này.

+ Giấy tờ chứng minh khả năng tài chính của khách hàng

+ Giấy tờ về tài sản bảo đảm.

+ Giấy đề nghị vay vốn do nhân viên Vietcombank hướng dẫn.

- Cho vay cán bộ công nhân viên và cán bộ quản lý điều hành, khách hàng có thể sử dụng trọn gói một bộ hai sản phẩm (i) cho vay tiêu dùng; (ii) thấu chi.

Tổng hạn mức vay vốn tương đương 12 tháng lương của khách hàng và tối đa lên tới 200 triệu đồng, hạn mức này được sử dụng một cách linh hoạt giữa bộ hai sản phẩm. Thủ tục vay trả thuận tiện, nhanh chóng, bạn sẽ nhận được câu trả lời từ Vietcombank tối đa trong vòng 03 ngày làm việc kể từ khi Vietcombank nhận được đầy đủ bộ hồ sơ.

+ Điều kiện để khách hàng có thể sử dụng ngay Gói sản phẩm khi:

Đã làm việc ổn định tối thiểu 12 tháng tại cơ quan công tác hiện nay;

Có lương trung bình một tháng tối thiểu là 02 triệu đồng;

Có tài khoản tiền gửi thanh toán tại Vietcombank

+ Khi sử dụng Gói sản phẩm, khách hàng cần có:

Chứng minh tài chính có giá trị xác định mức lương và thời gian công tác.

CMND hoặc hộ chiếu và Sổ hộ khẩu/Giấy chứng nhận tạm trú.

Giấy đề nghị vay vốn do nhân viên Vietcombank hướng dẫn cho bạn.[24]

- Cho vay du học, lao động ở nước ngoài, cho vay học sinh, sinh viên tuy không phải là thế mạnh của mình nhưng Chi nhánh cũng đã có quan tâm đến nhu cầu của loại hình này, nhìn chung đều tăng nhưng chưa đáng kể. Thực hiện chính sách của nhà nước về hỗ trợ xuất khẩu lao động trong nước, Chi nhánh VCB.QB cũng đã có những khoản cho vay phục vụ cho việc xuất khẩu lao động. Điều này, chúng tôi Chi nhánh đã có cố gắng trong việc mở rộng danh mục cho vay để cạnh tranh với các ngân hàng trong địa bàn nhưng do còn hạn chế trong chiến lược Marketing nên doanh số cho vay vẫn ở mức khiêm tốn.

2.2.2 Các sản phẩm cho vay tiêu dùng tại VCB.QB

➤ Cho vay hỗ trợ nhu cầu về nhà ở

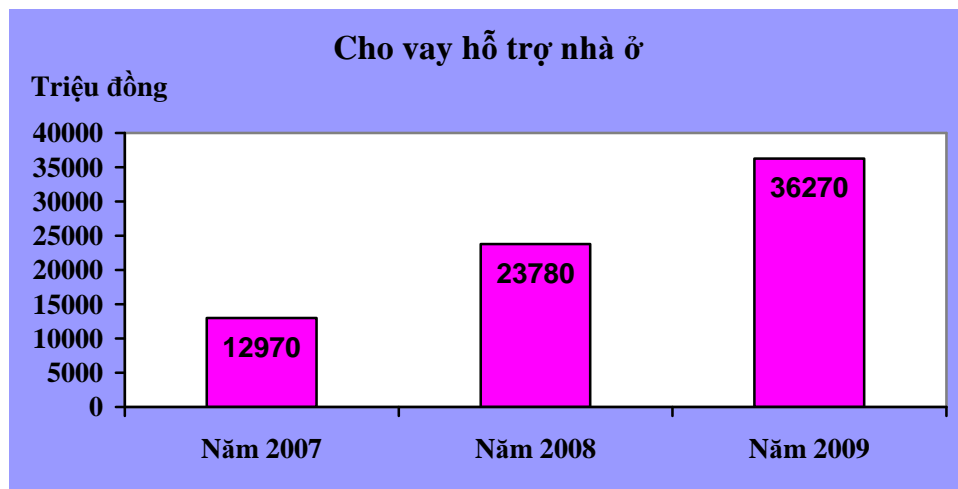
Bảng 2.6: Tình hình cho vay hỗ trợ nhà ở tại VCB.QB

ĐVT: Triệu đồng

Sản phẩm	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch 2008/2007		Chênh lệch 2009/2008	
				Số tiền	Tương đối(%)	Số tiền	Tương đối(%)
Cho vay hỗ trợ nhu cầu nhà ở	12.970	23.780	36.270	18.810	183,3	12.490	152,5

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Biểu đồ 2.3: Cho vay hỗ trợ nhà ở tại VCB.QB



Đối với chi nhánh VCB.QB Cho vay tiêu dùng nhằm mục đích hỗ trợ nhà ở chiếm tỷ trọng cao nhất trong các sản phẩm cho vay tiêu dùng vì nhu cầu nhà ở cũng như đất ở của người dân là rất lớn và mỗi khoản vay để mua nhà và đất có giá trị lớn. Dư nợ cho vay hỗ trợ nhà ở năm 2007 là 12.970 triệu đồng chiếm 54% tổng dư nợ cho vay tiêu dùng, năm 2008 vẫn chiếm một tỷ trọng khá lớn, với số tiền là 23.780 triệu đồng tăng 83,3% so với năm 2007; năm 2009 dư nợ cho vay hỗ trợ nhà

ở đạt 36.270 triệu đồng, tăng 52,5% so với năm 2008. Chi nhánh tập trung nhiều vào cho vay đối với nhu cầu hỗ trợ nhà ở vì món vay này có khả năng rủi ro thấp. Ngân hàng sử dụng tài sản hình thành từ vốn vay làm tài sản đảm bảo, khi khách hàng không có khả năng trả nợ, ngân hàng thực hiện bán tài sản bảo đảm để thu hồi nợ. Tuy nhiên trong thực tế, việc cho vay đối với nhu cầu này tiềm ẩn nhiều rủi ro do việc thẩm định hồ sơ nhà đất là rất phức tạp, việc xử lý tài sản đảm bảo là nhà, đất phải qua nhiều thủ tục mất nhiều thời gian. Ngoài ra, việc cho vay đối với đối tượng này đang bị hạn chế do tiến độ cấp giấy chứng nhận quyền sở hữu nhà, quyền sử dụng đất còn rất chậm.

➤ **Cho vay hỗ trợ CBCNV & CBQLĐH**

Bảng 2.7: Tình hình cho vay hỗ trợ CBCNV&CBQLĐH tiêu dùng tại VCB.QB

ĐVT: Triệu đồng

Sản phẩm	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch 2008/2007		Chênh lệch 2009/2008	
				Số tiền	Tương đối(%)	Số tiền	Tương đối(%)
Cho vay CBCNV &CBQLĐH	4.550	5.916	8.923	1.336	130,0	3.007	150,8
Cho vay thấu chi	-	400	750	-	-	350	187,5

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

- Cho vay hỗ trợ CBCNV & CBQLĐH tiêu dùng là một loại hình cho vay được đảm bảo từ lương, hay còn gọi là vay tín chấp, dựa trên uy tín của người vay mà Ngân hàng đồng ý hay không đồng ý cho vay. Dư nợ cho vay CBCNV & CBQLĐH tăng trưởng nhanh qua các năm. Năm 2008 dư nợ cho vay của sản phẩm này là 5.916 triệu đồng tăng 1.336 triệu đồng tương ứng tăng 30% so với năm 2007. Chênh lệch dư nợ vay năm 2009/2008 với số tiền là 3.007 triệu đồng hay tăng 50,8%. Tại VCB.QB, đối với cho vay CBCNV & CBQLĐH khách hàng có thể kết hợp dùng 2 gói sản phẩm: cho vay tiêu dùng có dư nợ chiếm trên 90% và dư nợ cho vay thấu chi chiếm gần 10%. Loại hình vay này được VCB.QB áp dụng cho các

cán bộ công nhân viên của VCB và các công ty có giao dịch với VCB và các đơn vị sự nghiệp... Dịch vụ thấu chi tài khoản cá nhân đảm bảo cho khách hàng khả năng thanh toán ngay cả khi tài khoản không còn tiền. Khách hàng được cấp thấu chi tại tất cả các điểm giao dịch (quầy, ATM) và đơn vị chấp nhận thẻ của Vietcombank. Người vay chỉ phải trả lãi theo đúng số tiền và ngày mà họ thấu chi thực tế, có thể được thấu chi tối đa lên tới 30 triệu đồng trong thời hạn 12 tháng. Đối với gói sản phẩm thấu chi VCB.QB mới chỉ áp dụng đầu năm 2008 tuy nhiên dư nợ của sản phẩm này tăng nhanh 2009/2008 dư nợ tăng 87,5% tương ứng với mức tăng 350 triệu đồng.

➤ **Cho vay mua ô tô, xe máy và các phương tiện đi lại khác**

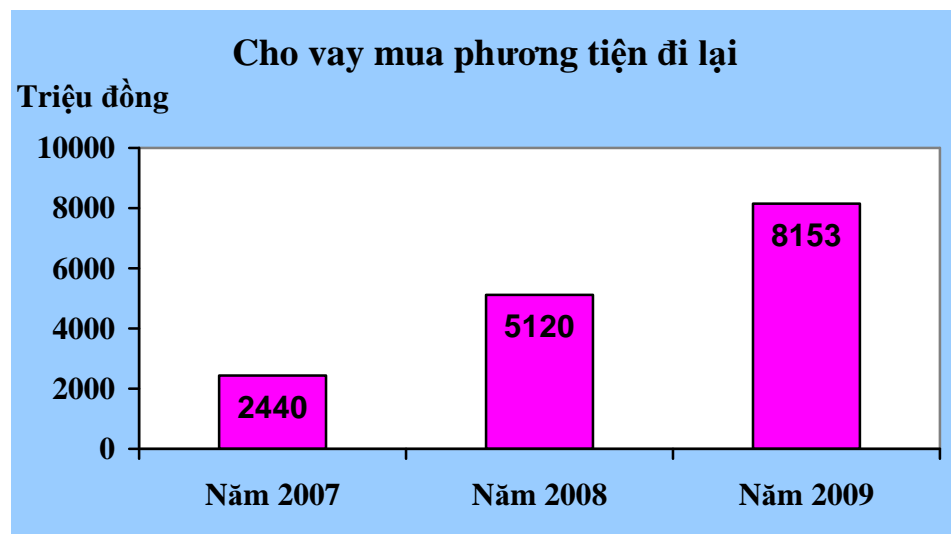
Bảng 2.8: Tình hình cho vay mua sắm các phương tiện đi lại tại VCB.QB

ĐVT: Triệu đồng

Sản phẩm	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch 2008/2007		Chênh lệch 2009/2008	
				Số tiền	Tương đối(%)	Số tiền	Tương đối(%)
Cho vay mua ô tô, xe máy và các phương tiện đi lại khác	2.440	5.120	8.153	2680	209,8	3.033	159,2

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Biểu đồ 2.4: Cho vay mua phương tiện đi lại tại VCB.QB



Cho vay để mua sắm phương tiện đi lại tại VCB.QB đang phát triển mạnh trong thời gian qua. Dư nợ cho vay năm 2008 là 5.120 triệu đồng chiếm 12,49% trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng và tăng nhanh so với 2007 với tốc độ tăng là 109,8%. Dư nợ vay trong năm 2009 đạt 8.153 triệu đồng tăng 59,2% so với năm 2008. Sự gia tăng đó hoàn toàn hợp lý vì năm 2009 thị trường ô tô, xe máy biến động rất mạnh do có sự tham gia của các nhà sản xuất nước ngoài trên thị trường, buộc các doanh nghiệp phải hạ giá thành thì mới cạnh tranh được. Chính vì thế việc mua sắm các phương tiện đi lại của người dân trở nên dễ dàng hơn. Đối tượng chủ yếu là những người làm công ăn lương có thu nhập ổn định tại các doanh nghiệp, cơ quan nhà nước. Trước đây việc mua phương tiện đi lại mới chỉ dừng lại ở mua xe máy, hiện nay nhu cầu mua ô tô làm phương tiện đi lại của những người có thu nhập cao và ổn định đang tăng nhanh.

Trên thị trường hiện nay, nhu cầu mua xe ô tô và vay vốn để mua xe ô tô ngày càng gia tăng. Bên cạnh đó, thị trường xe ô tô đang nóng dần trở lại với vô số các mẫu mã xe phong phú, với nhiều mức giá cả khác nhau, cả từ nguồn nhập khẩu lẫn sản xuất trong nước, càng thúc đẩy người tiêu dùng muốn được nhanh chóng sở hữu một chiếc ô tô như mong ước, cho bản thân hay cho cả gia đình. Trước tình hình đó, nhu cầu điều chỉnh cơ chế hoạt động của dịch vụ cho vay mua ô tô sao cho phù hợp hơn với nhu cầu hiện tại của khách hàng là hết sức cần thiết. Trong thời gian qua, VCB không ngừng đẩy mạnh phát triển dịch vụ này qua việc đưa ra những ưu đãi hấp dẫn và các điều kiện cho vay thuận lợi nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Điều này cũng chứng tỏ VCB luôn nhanh nhạy, đáp ứng kịp thời những thay đổi liên tục của thị trường cũng như nhu cầu vay vốn để mua ô tô ngày càng lớn từ các khách hàng cá nhân. Những ưu điểm nổi bật của sản phẩm cho vay mua ô tô của VCB.QB so với các NHTM trên địa bàn là: Đầu tiên, đó là *Tính linh hoạt* thể hiện qua việc hỗ trợ cho vay linh hoạt theo tài sản đảm bảo lên đến 80%, thậm chí 100% giá trị chiếc xe, thời gian vay lên đến 60 tháng. Điểm thứ hai là *Tính tiện lợi* với phương thức trả nợ đa dạng, khách hàng có nhiều cách lựa chọn để trả nợ : Trả góp với số tiền trả (tổng gốc và lãi) đều nhau cho tất cả

các kỳ hoặc trả dần với số tiền trả gốc đều nhau hay tăng dần. Điểm thứ ba là *Tính đa dạng*. Tài sản thế chấp đa dạng thuộc sở hữu người vay vốn, chính tài sản định mua là chiếc xe ô tô hoặc do bên thứ ba bảo lãnh. Một điểm quan trọng mà mọi người đều quan tâm khi đi vay là *Thủ tục đơn giản và nhanh chóng*. Với VCB thủ tục vay rất đơn giản cũng như việc xác nhận đồng ý cho vay luôn nhanh chóng. Điểm cuối cùng nhưng quan trọng đó là *Tính an toàn*. Khách hàng sẽ có cơ hội được bảo hiểm khoản vay khi tham gia chương trình bảo hiểm tín dụng.

➤ **Cho vay du học, xuất khẩu lao động, học sinh, sinh viên, cho vay khám, chữa bệnh**

Bảng 2.9: Tình hình cho vay du học, XKLD, học sinh, sinh viên tại VCB.QB

ĐVT: Triệu đồng

Sản phẩm	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009	Chênh lệch 2008/2007		Chênh lệch 2009/2008	
				Số tiền	Tương đối(%)	Số tiền	Tương đối(%)
Cho vay học sinh, sinh viên	63	77,8	95,6	14,8	123,5	17,8	122,9
Cho vay du học, xuất khẩu lao động	177	360,8	489,8	183,8	203,8	129	135,8
Cho vay khám, chữa bệnh	-	105,4	146,6	-	-	41,2	139,1

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Qua các năm, khoản mục cho vay học sinh, sinh viên, cho vay du học, xuất khẩu lao động và cho vay khám chữa bệnh luôn chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Năm 2008 tỷ trọng dư nợ các sản phẩm này lần lượt là 0,19%; 0,88%; 0,26% trong tổng dư nợ vay tiêu dùng. Đến năm 2009 tỷ trọng các sản phẩm này có xu hướng giảm. Đối với sản phẩm cho vay khám chữa bệnh, chi nhánh mới chỉ triển khai trong năm 2008. Theo đánh giá của chi nhánh,

các sản phẩm này mang lại lợi nhuận thấp, đặc biệt là khả năng thu hồi khó nên chi nhánh chưa chú trọng phát triển các sản phẩm này.

2.2.3 Quy trình cho vay tiêu dùng

- Quy trình tín dụng tại VCB.QB được thực hiện theo quy trình sổ tay tín dụng của VCB và các văn bản sửa đổi, bổ sung hiện hành. Khối tín dụng tại VCB.QB được chia thành hai bộ phận: tín dụng khách hàng doanh nghiệp và tín dụng khách hàng cá nhân. Do đặc điểm tác nghiệp của tín dụng khách hàng cá nhân tương đối đơn giản hơn tín dụng khách hàng doanh nghiệp nên quy trình tín dụng khách hàng cá nhân được chia thành hai bộ phận: cán bộ tín dụng và cán bộ tín dụng quản lý giải ngân. Nhiệm vụ của mỗi bộ phận khác nhau:

+ Cán bộ tín dụng (viết tắt là CBTD): là người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng, tư vấn, tiếp nhận hồ sơ vay, thẩm định, phân tích, trình lãnh đạo cấp hạn mức tín dụng cho khách hàng, liên lạc với khách hàng, theo dõi khoản vay, đôn đốc thu nợ đúng hạn, có trách nhiệm thu hồi nợ quá hạn, nợ xấu,...

+ Cán bộ tín dụng quản lý giải ngân (viết tắt là CBTD quản lý giải ngân): CBTD chuyển hồ sơ vay vốn đã được phê duyệt cho CBTD quản lý giải ngân cùng với các hướng dẫn cho việc giải ngân. CBTD quản lý giải ngân đảm bảo rằng các tài liệu yêu cầu và việc phê duyệt đã được thực hiện đầy đủ để thực hiện thủ tục giải ngân và lưu giữ hồ sơ, hạch toán trên mạng vi tính.

CBTD sau khi hoàn tất hồ sơ vay (bao gồm: khách hàng ký hợp đồng tín dụng, hợp đồng thế chấp/cầm cố, bàn giao bản gốc tài sản thế chấp/cầm cố cho ngân hàng, ký chứng từ giải ngân và bổ sung đầy đủ các chứng từ liên quan khác) thì bàn giao hồ sơ vay cho CBTD quản lý giải ngân. CBTD quản lý giải ngân sẽ trình Lãnh đạo giải ngân và lưu giữ hồ sơ. Đồng thời, CBTD quản lý giải ngân còn hỗ trợ CBTD đôn đốc thu nợ khách hàng đúng hạn, tránh nợ quá hạn và thực hiện các thủ tục gia hạn nợ, điều chỉnh kỳ hạn nợ cho khách hàng. Xét về quy trình tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB được chia 6 giai đoạn, theo trình tự sau:

➤ **Giai đoạn 1- Đề xuất:**

Ở giai đoạn đề xuất: CBTD khái quát sơ bộ xem mục đích vay, loại vay và tình hình tài chính của khách hàng phù hợp hay không với chính sách tín dụng của ngân hàng.

Trong giai đoạn này, nếu nhu cầu vay của khách hàng không phù hợp với quy định cho vay của ngân hàng thì CBTD từ chối khoản vay, không tiếp nhận hồ sơ, còn trường hợp nhu cầu vay của khách hàng phù hợp thì CBTD chấp nhận khoản vay và tiếp nhận hồ sơ và chuyển tiếp qua giai đoạn 2.

➤ **Giai đoạn 2 – Xác minh:**

Trong giai đoạn xác minh: CBTD hướng dẫn và tiếp nhận hồ sơ vay, nhằm mục đích xác minh tính chính xác và đầy đủ của dữ liệu, thông tin mà khách hàng đã cung cấp. Để xác minh tính chính xác các dữ liệu, thông tin của khách hàng, CBTD cần thực hiện các bước sau:

- Phỏng vấn, thảo luận trực tiếp khách hàng vay, người trả nợ thay (nếu có).
- Hướng dẫn khách hàng kê khai thông tin trên giấy đề nghị vay vốn (mẫu ngân hàng).
- Xác minh nguồn thu nhập để trả nợ của khách hàng: các chứng từ chứng minh nguồn thu nhập của khách hàng, như: hợp đồng lao động, bảng lương (hoặc sao kê tài khoản,...); nếu kinh doanh thì có giấy phép kinh doanh, biên lai nộp thuế (3 tháng gần nhất,...).
- Các giấy tờ sở hữu của tài sản đảm bảo.
- Báo cáo của Trung tâm thông tin tín dụng (viết tắt là CIC – CreditInformation Centre), thông tin từ các ngân hàng khác.
- Thông tin về khả năng tài chính và các mối quan hệ gia đình của khách hàng.
- Các chứng từ khác có liên quan.

Sau khi thu thập và xác minh tính đúng đắn của dữ liệu, thông tin khách hàng, CBTD chuyển sang giai đoạn phân tích để lập tờ trình cho Lãnh đạo xem xét phê duyệt.

➤ **Giai đoạn 3 – Phân tích:**

Từ những thông tin thu thập được của khách hàng và các nguồn hỗ trợ, CBTD phân tích, lập tờ trình và trình lãnh đạo xét duyệt. Trong giai đoạn này, CBTD cần phân tích các điểm sau:

- Mục đích vay: loại vay có phù hợp với quy định của VCB.QB hay không.
- Số tiền vay : phù hợp với khả năng tài chính của khách hàng và tỷ lệ cho vay trên tài sản đảm bảo của VCB.QB.

- Khả năng trả nợ: nhằm đảm bảo thu nhập ổn định, trả nợ đúng hạn, tránh nợ quá hạn, khó đòi. Cần tìm hiểu về đặc điểm công việc của khách hàng: chức vụ, mức lương, thời gian công tác, kinh nghiệm, uy tín,... và các mối quan hệ của họ trong gia đình, xã hội. CBTD thu thập thông tin từ khách hàng càng nhiều thì càng có lợi cho việc phân tích nguồn trả nợ khoản vay, giảm thiểu mức độ rủi ro mất khả năng trả nợ khách hàng.

- Tài sản đảm bảo: kiểm tra tính pháp lý và định giá tài sản đảm bảo (như: nhà ở, đất ở, giấy tờ có giá, phương tiện lưu thông,...) để xác định mức vay phù hợp với tỷ lệ cho vay của VCB.QB.

- Phân tích rủi ro khoản vay: phân tích các trường hợp rủi ro của khoản vay có thể xảy ra, gây tổn thất cho VCB.QB, như: rủi ro về nguồn thu nhập trả nợ không ổn định, rủi ro về tính khả mại của tài sản đảm bảo, khách hàng tuổi cao,... Từ đó, CBTD cùng lãnh đạo trong mức thẩm quyền phán quyết chủ động đưa ra các biện pháp nhằm giảm thiểu rủi ro, như: giảm mức vay hay thời hạn vay xuống, đề nghị khách hàng mua bảo hiểm hỏa hoạn tài sản thế chấp, trường hợp khách hàng vay tuổi cao thì đề nghị họ mua bảo hiểm an nghiệp bảo tín trong đó bên thụ hưởng là VCB.QB,...

- Phân tích các thông tin có liên quan đến khách hàng/khoản vay,...

Hệ thống xếp hạng tín dụng là công cụ quan trọng để tăng cường tính khách quan, nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động tín dụng. Mô hình tính điểm tín dụng là phương pháp lượng hóa mức độ rủi ro thông qua đánh giá thang điểm, các

chỉ tiêu đánh giá trong những mô hình chấm điểm được áp dụng khác nhau đối với từng loại khách hàng.

Nguyên tắc chấm điểm xếp hạng tín dụng của VCB.QB là tính điểm ban đầu của mỗi chỉ tiêu đánh giá theo điểm ứng với mức chỉ tiêu gần nhất mà thực tế khách hàng đạt được. Điểm dùng để tổng hợp xếp hạng tín dụng là tích số giữa điểm ban đầu và trọng số của từng chỉ tiêu, trọng số của từng nhóm chỉ tiêu.

Việc chấm điểm xếp hạng tín dụng cá nhân được thực hiện theo hai nhóm chỉ tiêu về nhân thân và quan hệ với ngân hàng. Đối với những khách hàng có tổng điểm < 0 ở các chỉ tiêu chấm điểm về nhân thân sẽ bị loại và chấm dứt quá trình xếp hạng. Căn cứ tổng điểm đạt được của khách hàng cá nhân để quy đổi theo mức ký hiệu xếp hạng tương ứng như trình bày trong bảng sau.

Bảng 2.10: Các chỉ tiêu chấm điểm XHTD cá nhân của VCB.QB					
A. chỉ tiêu chấm điểm thông tin cá nhân					
1	Tuổi	18-25	25-40	40-60	>60
		5	15	20	10
2	Trình độ học vấn	Trên đại học	Đại học; Cao đẳng	Trung học	Dưới trung học
		20	15	5	-5
3	Nghề nghiệp	Chuyên môn	Thư ký	Kinh doanh	Nghỉ hưu
		25	15	5	0
4	Thời gian công tác	<6 tháng	6 tháng- 1 năm	1-5 năm	> 5 năm
		5	10	15	20
5	Thời gian làm công việc hiện tại	<6 tháng	6 tháng- 1 năm	1-5 năm	> 5 năm
		5	10	15	20
6	Tình trạng cư trú	Chủ/ Tự mua	Thuê	Với gia đình	Khác
		30	12	5	0
7	Cơ cấu gia đình	Hạt nhân	Sống với cha mẹ	Sống với một gia đình khác	Sống với > gia đình khác
		20	5	0	-5
8	Số người ăn theo	Độc thân	< 3 người	3-5 người	> 5 người
		0	10	5	-5
9	Thu nhập cá nhân/năm	>120 triệu đ	36-120 triệu đ	12-36 triệu đ	< 12 triệu đ
		40	30	15	-5
10	Thu nhập gia đình/năm	>240 triệu đ	72-240 triệu đ	24-72 triệu đ	<24 triệu đ
		40	30	15	-5

B. Các chỉ tiêu chấm điểm quan hệ với ngân hàng					
1	Tình hình trả nợ với NH	Chưa giao dịch	Chưa bao giờ quá hạn	Quá hạn <30 ngày	Quá hạn >30 ngày
		0	40	0	-5
2	Tình hình chậm trả lãi	Chưa giao dịch	Chưa bao giờ chậm trả lãi	Chưa bị chậm trả lãi 2 năm gần đây	Có lần chậm trả lãi 2 năm gần đây
		0	40	0	-5
3	Tổng nợ hiện tại	<100 triệu đ	100-500 triệu đồng	500-1000 triệu đ	>1 tỷ đ
		25	10	5	-5
4	Các dịch vụ sử dụng	Chỉ gửi tiết kiệm	Chỉ sử dụng thẻ	Tiết kiệm và thẻ	Không
		15	5	25	-5
5	Số dư tiền gửi tiết kiệm năm trước	>500 triệu đ	100-500 triệu đồng	20-100 triệu đồng	<20 triệu đồng
		40	25	10	0
<i>(Nguồn: Chi nhánh NH TMCP VCB.QB)</i>					

Bảng 2.11: Hệ thống ký hiệu XHTD cá nhân của VCB.QB			
Điểm	Xếp loại	Mức độ rủi ro	
≥400	A+	Thấp	Cấp tín dụng ở mức tối đa
351-400	A	Thấp	Cấp tín dụng ở mức tối đa
301-350	A-	Thấp	Cấp tín dụng ở mức tối đa
251-300	B+	Thấp	Cấp tín dụng theo phương án bảo đảm tiền vay
201-250	B	Trung bình	Có thể cấp tín dụng với việc xem xét hiệu quả phương án vay vốn và đảm bảo tiền vay
151-200	B-	Trung bình	Tập trung thu hồi nợ
101-150	C+	Trung bình	Từ chối cấp tín dụng
51-100	C	Cao	Từ chối cấp tín dụng
01-50	C-	Cao	Từ chối cấp tín dụng
<0	D	Cao	Từ chối cấp tín dụng
<i>(Nguồn: Chi nhánh NH TMCP VCB.QB)</i>			

Kết thúc giai đoạn phân tích: CBTD sẽ trình khoản vay lên Lãnh đạo để xem xét phê duyệt cho khách hàng một mức tín dụng bao nhiêu (nếu Lãnh đạo không chấp thuận thì CBTD sẽ từ chối khách hàng, kết thúc quy trình thẩm định).

➤ **Giai đoạn 4 – Cam kết:**

Ngân hàng sẽ thông báo đến khách hàng về việc đồng ý mức cấp tín dụng với các điều khoản và điều kiện của khoản vay.

Ngân hàng thông báo bằng miệng hoặc văn bản đến khách hàng. Đây là một lời cam kết đồng ý cho vay của ngân hàng đối với khách hàng.

➤ **Giai đoạn 5 – Hoàn tất:**

Để hoàn thiện mọi thủ tục khoản vay, khách hàng sẽ cùng ngân hàng ký hợp đồng tín dụng, hợp đồng thế chấp/cầm cố và tiến hành thủ tục giải ngân.

Mục đích ở giai đoạn này: quy định quyền và nghĩa vụ giữa khách hàng và ngân hàng, nhằm bảo vệ quyền lợi của ngân hàng khi khách hàng vi phạm hợp đồng tín dụng.

➤ **Giai đoạn 6 – Quản lý :**

Mục đích của giai đoạn quản lý khoản vay là nhằm hướng tới cung cấp dịch vụ tín dụng tốt cho khách hàng, để tạo mối quan hệ tốt lâu dài giữa ngân hàng và khách hàng.

Ở giai đoạn quản lý: tác nghiệp trong nội bộ giữa các phòng ban của ngân hàng, nhằm theo dõi, quản lý hồ sơ vay, đảm bảo khách hàng vay trả nợ đúng hạn, tránh nợ quá hạn, khó đòi.

CBTD quản lý giải ngân có trách nhiệm lưu giữ hồ sơ, hỗ trợ CBTD theo dõi khoản vay và đôn đốc khách hàng trả nợ đúng hạn.

2.2.4 Phân tích cơ cấu cho vay tiêu dùng tại VCB.QB

2.2.4.1 Cho vay tiêu dùng theo thời hạn vay

Bảng 2.12: Dư nợ cho vay tiêu dùng phân theo kỳ hạn

ĐVT: tỷ đồng

Chi tiêu	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009	
	Số tiền	Tỷ trọng(%)	Số tiền	Tỷ trọng(%)	Số tiền	Tỷ trọng(%)
<i>Dư nợ cho vay tiêu dùng</i>	<i>24</i>	<i>100</i>	<i>41</i>	<i>100</i>	<i>62</i>	<i>100</i>
Cho vay ngắn hạn	5,14	21,4	9,72	23,7	14,38	23,2
Cho vay trung và dài hạn	18,86	78,6	31,28	76,3	47,62	76,8

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Qua bảng trên ta thấy, cho vay tiêu dùng của Chi nhánh tài trợ cho các khoản vay trung và dài hạn chiếm tỷ trọng lớn chiếm trên 76% tổng dư nợ cho vay tiêu dùng, các khoản vay ngắn hạn chỉ chiếm gần 24% qua các năm. Vì các khoản vay ngắn hạn này có đối tượng khách hàng chủ yếu là các cán bộ trong các cơ quan nhà nước vay với số lượng nhỏ và thường họ có thể trả ngay khi đến tháng lương. Việc thu nợ của Chi nhánh qua các năm rất thuận lợi chứng tỏ các khoản vay của Chi nhánh rất uy tín, hơn nữa quan hệ của khách hàng với ngân hàng rất tốt. Đó cũng là một khởi đầu khá thuận lợi đối với chi nhánh trong thời gian tới.

2.2.4.2 Cho vay tiêu dùng phân theo hình thức đảm bảo

Bảng 2.13: Dư nợ cho vay tiêu dùng phân theo tài sản đảm bảo

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2007		Năm 2008		Năm 2009	
	Số tiền	Tỷ trọng(%)	Số tiền	Tỷ trọng(%)	Số tiền	Tỷ trọng(%)
Dư nợ không có TSĐB	4,9	10	6,6	8	9,7	8
Dư nợ có TSĐB, trong đó	19,1	79,4	34,4	83,9	52,3	84,3
- Tài sản là bất động sản	15,28	80	28,9	84	44,5	85
Tổng dư nợ CVTD	24	100	41	100	62	100

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

- Cho vay không có tài sản hay còn gọi là cho vay tín chấp, VCB.QB cho vay dựa trên uy tín của người đi vay, đây là loại cho vay hỗ trợ cho cán bộ công nhân viên tiêu dùng, mức vay thấp (tối đa 50 triệu đồng). Chủ trương của VCB.QB đẩy mạnh cho vay có tài sản đảm bảo (chiếm trên 80%/tổng dư nợ) và giảm dần cho vay không có tài sản đảm bảo, nhằm đảm bảo an toàn tín dụng, hạn chế không để phát sinh nợ quá hạn, nợ khó đòi.

- Dư nợ có tài sản đảm bảo là bất động sản chiếm trên 80%/tổng dư nợ có tài sản đảm bảo, còn lại dưới 10% là dư nợ có tài sản đảm bảo là động sản (như xe ô tô), giấy tờ có giá (như sổ tiết kiệm, kỳ phiếu, ...) hoặc các tài sản khác có giá trị.

2.2.5 Thực trạng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình

2.2.5.1 Tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng tại VCB.QB

Hoạt động tín dụng tiêu dùng tại chi nhánh xuất hiện muộn hơn so với các ngân hàng thương mại khác như (Sacombank, ACB, Agribank...) nên ngay từ khi mới thành lập tín dụng tiêu dùng chưa được sự quan tâm của ban lãnh đạo

VCB.QB. Hiện nay, Chi nhánh đã nâng cao kinh nghiệm trong lĩnh vực tín dụng tiêu dùng, không ngừng hoàn thiện hệ thống thủ tục, cải tiến quy trình cho vay ngày càng linh động phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau nhằm phục vụ nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Bảng 2.14: Dư nợ cho vay tiêu dùng của VCB.QB giai đoạn 2006-2009

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
1. Tổng dư nợ tín dụng	Tỷ đồng	279	346	480	705
2. Dư nợ tiêu dùng	Tỷ đồng	19	24	41	62
3. Tốc độ phát triển DN tiêu dùng	%	100	126,3	145,8	148,6
4. Tốc độ tăng trưởng dư nợ CVTD	%	-	26,3	45,8	48,6
5. Tỷ trọng dư nợ CVTD/TDN	%	6,8	6,9	8,5	8,9

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Dư nợ tín dụng tiêu dùng tăng trưởng mạnh: năm 2009 đạt 62 tỷ đồng tăng 38 tỷ đồng so với năm 2007 (+58,3%), tăng 21 tỷ đồng so với năm 2008 (+48,6%). Tốc độ tăng trưởng dư nợ của VCB.QB trong hai năm trở lại đây có xu hướng tăng nhanh và ngày càng cao.

Đó là nhờ vào việc nắm bắt được nhu cầu tiêu dùng của người dân VCB.QB đã không ngừng cải tiến nâng cao về chất lượng dịch vụ, đẩy mạnh chính sách cho vay tiêu dùng vào đối tượng khách hàng cá nhân, đồng thời vẫn đảm bảo được mức độ an toàn tín dụng cho Chi nhánh; triển khai sản phẩm tín dụng tiêu dùng mới đáp ứng nhu cầu khách hàng, tăng cường công tác tiếp thị, nâng cao trình độ đội ngũ cán bộ tín dụng,... Chính sách lãi suất cho vay tiêu dùng đối với khách

hàng cá nhân của VCB.QB hấp dẫn, thu hút được nhiều người, cạnh tranh được với các ngân hàng trên cùng địa bàn.

Phương pháp quản lý rủi ro tín dụng tiêu dùng của VCB.QB hiệu quả, chưa từng phát sinh nợ xấu, nợ không thu hồi được. Đó là nhờ vào sự phối hợp tốt giữa CBTD và CBTD quản lý giải ngân trong quản lý rủi ro tín dụng, định kỳ hàng tháng có trách nhiệm rà soát hồ sơ vay, theo dõi tình hình tài chính khách hàng, bổ sung những chứng từ còn thiếu hoặc hết hiệu lực.

2.2.5.2 Tăng trưởng số lượng khách hàng vay tiêu dùng

Chi nhánh VCB.QB luôn chú trọng công tác mở rộng đối tượng khách hàng cũng như quy mô các món vay tiêu dùng. Hoạt động kinh doanh dịch vụ và ngân hàng bán lẻ phát triển mạnh với việc giới thiệu nhiều sản phẩm ngân hàng hiện đại và gia tăng tiện ích cho các sản phẩm hiện có. Thị phần về mảng thanh toán, kinh doanh thẻ, ... về cơ bản được giữ vững. Với điều kiện thuận lợi nằm trên địa bàn đông dân cư, lại có vị trí thuận tiện nên số lượng khách hàng đến giao dịch với ngân hàng ngày càng đông. Bên cạnh việc duy trì những khách hàng truyền thống đã giao dịch trong nhiều năm tại chi nhánh, ngân hàng cũng không ngừng mở rộng công tác tiếp thị đến đông đảo người dân nhằm thu hút thêm nhiều khách hàng đến với ngân hàng. Nhờ thực hiện tốt các công tác tiếp thị, quảng cáo, tuyên truyền mà khách hàng của ngân hàng đã tăng lên đáng kể.

Bảng 2.15: Số lượng khách hàng vay tiêu dùng tại VCB.QB

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
1. Dư nợ tiêu dùng	Tỷ đồng	19	24	41	62
2. Số lượng khách hàng	Người	412	452	584	746
3. Tốc độ phát triển số lượng KH	%	100	109,8	129,2	127,7
4. Tốc độ tăng trưởng KH	%	-	9,8	29,2	27,7

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Tốc độ tăng số lượng khách hàng tại chi nhánh VCB.QB như sau: năm 2007/2006 tăng 9,8% tương ứng với số lượng khách hàng tăng 40 người; năm 2008/2007 số lượng khách hàng tăng 29,2% tương ứng với 132 người; năm 2009/2008 tăng 27,7% tương ứng với 162 người. Điều đó chứng tỏ hoạt động cho vay tiêu dùng của Chi nhánh đang ngày càng thu hút được nhiều khách hàng. Đạt được được tốc độ tăng số lượng khách hàng như trên là do nắm bắt được nhu cầu tiêu dùng của người dân ngày càng tăng, VCB.QB đã không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ, cải tiến quy trình, thủ tục cho vay, chính sách lãi suất phù hợp với từng đối tượng khách hàng cá nhân đồng thời vẫn đảm bảo mức độ an toàn trong hoạt động cho vay, từ đó tạo khả năng mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng tại chi nhánh.

2.2.5.3 *Dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên khách hàng và Tốc độ tăng dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng*

Để đánh giá mở rộng tiêu dùng, trong nhóm chỉ tiêu đánh giá về khách hàng, ngoài chỉ tiêu tốc độ tăng số lượng khách hàng, chỉ tiêu không kém phần quan trọng đó là dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng và Tốc độ tăng dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng. Chỉ tiêu này càng tăng qua các năm chứng tỏ ngân hàng đã ngày càng mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng.

Bảng 2.16: Dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng tại VCB.QB

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	Năm 2009
1. Dư nợ tiêu dùng	Tỷ đồng	19	24	41	62
2. Số lượng khách hàng	Người	412	452	584	746
2. Dư nợ cho vay/KH	Triệudồng	46,12	53,10	70,21	83,11
3. Tốc độ phát triển DNCV/KH	%	100	115,1	132,2	118,4
4. Tốc độ tăng DNCV/KH	%	-	15,1	32,2	18,4

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Dư nợ cho vay bình quân trên một khách hàng tại chi nhánh VCB.QB qua các năm như sau: năm 2007 dư nợ bình quân trên một khách hàng đạt 53,1 triệu đồng tăng 6,98 triệu đồng tương ứng tăng 15,1% so với năm 2006; 2008/2007 tốc độ tăng dư nợ cho vay bình quân trên một khách hàng là 32,2% tương ứng với lượng tăng tuyệt đối là 17,11 triệu đồng; năm 2009/2008 tăng 18,4% tương ứng với 12,9 triệu đồng. Dư nợ vay bình quân trên khách hàng tại chi nhánh tăng qua các năm chứng tỏ hoạt động tín dụng tiêu dùng tại chi nhánh ngày càng mở rộng. Có được kết quả trên một phần là do chi nhánh đã thực hiện tốt công tác quảng cáo, tiếp thị các sản phẩm tiêu dùng mới, đồng thời chi nhánh cũng tạo ra các sản phẩm mới kết hợp với các sản phẩm tiêu dùng sẵn có tại chi nhánh để tạo ra nhiều sự lựa chọn cho khách hàng, từ đó góp phần làm tăng mức dư nợ bình quân. Trong năm 2008, chi nhánh đã kết hợp các gói sản phẩm như: Cho vay cán bộ công nhân viên và cán bộ quản lý điều hành, khách hàng có thể sử dụng trọn gói một bộ hai sản phẩm (i) cho vay tiêu dùng; (ii) thấu chi. Tổng hạn mức vay vốn tối đa lên tới 200 triệu đồng, hạn mức này được sử dụng một cách linh hoạt giữa bộ hai sản phẩm. Kết quả, năm 2009 mức dư nợ vay của gói sản phẩm trên tăng 3.357 tỷ đồng tức tăng 56,7% so với năm 2008. Bên cạnh đó, trong năm 2009 hoạt động tín dụng tiêu dùng và các dịch vụ khách hàng tại chi nhánh có sự phát triển mạnh mẽ là do có sự hỗ trợ của công nghệ. VCB.QB đã đưa vào hoạt động Trung tâm dịch vụ khách hàng (Contact Center) với hệ thống công nghệ được trang bị hiện đại góp phần cải thiện đáng kể chất lượng dịch vụ, đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Đề án thẻ chuẩn EMV (thẻ chip) cũng đã được hoàn thành giúp tăng cường tính năng bảo mật cho khách hàng sử dụng thẻ; dịch vụ internet banking được nâng cấp mang lại cho khách hàng nhiều tiện ích mới, ... Trên nền tảng công nghệ hiện đại, nhiều sản phẩm ngân hàng hiện đại của VCB đã được giới thiệu và nhanh chóng thu hút khách hàng: VCB-Etopup, V-cash, SMS B@nking, Internet B@nking, ... [21]

2.2.5.4 Sự đa dạng của sản phẩm, chủng loại cho vay

Tại các nước phát triển thì sản phẩm cho vay tiêu dùng đã trở nên quen thuộc và phổ biến. Điều đó cũng đồng nghĩa với sự đa dạng, phong phú của các sản phẩm

cho vay tiêu dùng trong danh mục tín dụng tại các Ngân hàng. Thông thường, tỷ trọng cho vay tiêu dùng tại các Ngân hàng phát triển chiếm khoảng 40% - 50% trên tổng dư nợ. Trái lại, tại Việt Nam, các sản phẩm cho vay tiêu dùng của các NHTM còn khá đơn điệu và tập trung vào một số loại sản phẩm như: cho vay sửa chữa, mua nhà ở; cho vay mua ô tô, xe máy và các phương tiện đi lại khác; cho vay cán bộ công nhân viên; cho vay xuất khẩu lao động, cho vay du học nước ngoài... cho vay tiêu dùng cũng chỉ chiếm một tỷ trọng khiêm tốn trong tổng dư nợ.

Chủng loại sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB ngày càng tăng, hiện gồm có 8 loại là (1) cho vay hỗ trợ nhà ở; (2) cho vay cán bộ công nhân viên và cán bộ quản lý điều hành; (3) cho vay thấu chi; (4) cho vay mua ô tô, xe máy và các phương tiện đi lại khác; (5) cho vay khám, chữa bệnh; (6) cho vay du học, xuất khẩu lao động; (7) cho vay đối với học sinh, sinh viên và (8) một số nhu cầu tiêu dùng khác.. Đầu năm 2008, VCB.QB bắt đầu triển khai hai sản phẩm mới là cho vay thấu chi và cho vay đối với nhu cầu khám chữa bệnh. Đối với gói sản phẩm thấu chi VCB.QB mới chỉ áp dụng đầu năm 2008 tuy nhiên dư nợ của sản phẩm này tăng nhanh 2009/2008 dư nợ tăng 87,5% tương ứng với mức tăng 350 triệu đồng. Dịch vụ thấu chi tài khoản cá nhân đảm bảo cho khách hàng khả năng thanh toán ngay cả khi tài khoản không còn tiền. Khách hàng được cấp thấu chi tại tất cả các điểm giao dịch (quầy, ATM) và đơn vị chấp nhận thẻ của Vietcombank. Người vay chỉ phải trả lãi theo đúng số tiền và ngày mà họ thấu chi thực tế, có thể được thấu chi tối đa lên tới 30 triệu đồng trong thời hạn 12 tháng. Hình thức vay thấu chi được VCB.QB triển khai nhằm hỗ trợ cho CBCNV của VCB.QB và của các công ty có giao dịch với VCB.QB và các đơn vị hành chính sự nghiệp... vay để tiêu dùng mua sắm vật dụng gia đình, phương tiện đi lại... Chủ trương của VCB.QB là cho vay có bảo đảm bằng tài sản (chiếm trên 80% tổng dư nợ) vì vậy mà sản phẩm cho vay thấu chi và cho vay khám, chữa bệnh chiếm tỷ trọng thấp trong tổng dư nợ vay tiêu dùng.

Tuy chiếm tỷ trọng không lớn trong dư nợ tiêu dùng nhưng sự ra đời của hai sản phẩm này đã cung cấp cho khách hàng nhiều sự lựa chọn hơn và đáp ứng tốt hơn nhu cầu tiêu dùng của khách hàng.

Hiện nay VCB.QB vẫn chưa triển khai sản phẩm cho vay cầm cố, chiết khấu các giấy tờ có giá (cổ phiếu, trái phiếu chính phủ, trái phiếu đô thị phiếu đô thị,...). Đây là hình thức vay, trong đó người vay mang các giấy tờ có giá còn hiệu lực đến ngân hàng đề nghị chiết khấu hay cầm cố theo một tỷ lệ của ngân hàng...). Loại hình sản phẩm này đã được các ngân hàng khác trên địa bàn tỉnh áp dụng như (Sacombank, Agribank, BIDV...). Trong thời gian tới để hướng tới mục tiêu cung cấp những sản phẩm dịch vụ đa dạng, phong phú, VCB.QB cần nghiên cứu và triển khai các sản phẩm tín dụng tiêu dùng mới nhằm mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng của chi nhánh.

2.2.5.5 Doanh thu và tăng trưởng doanh thu hoạt động cho vay tiêu dùng

Mục tiêu cuối cùng của các Ngân hàng thương mại là lợi nhuận mang lại trong hoạt động kinh doanh, cho vay tiêu dùng được mở rộng chỉ thực sự có ý nghĩa khi nó góp phần nâng cao khả năng sinh lời của ngân hàng. Cùng với sự phát triển quy mô hoạt động cho vay tiêu dùng tại VCB.QB trong thời gian qua, doanh thu từ hoạt động cho vay tiêu dùng ngày càng lớn. Với nỗ lực của Ban lãnh đạo cùng toàn thể CBCNV ngân hàng, doanh thu từ hoạt động cho vay tiêu dùng trong 2 năm vừa qua đã thể hiện sự tăng trưởng đáng kể với tốc độ tăng trưởng ở mức cao.

Bảng 2.17: Doanh thu cho vay tiêu dùng tại VCB.QB

Chỉ tiêu	ĐVT	2008	2009	So sánh 2009/2008	
				Số tiền	Tỷ lệ (%)
Thu từ hoạt động TDTD	Triệudồng	6.385	11260	4875	176,4
Thu từ hoạt động tín dụng	Triệudồng	52418	85025	32607	162,2
Tỷ trọng	Triệudồng	12,2	13,24	-	-

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của VCB.QB)

Thu từ hoạt động tín dụng nói chung và thu từ hoạt động cho vay tiêu dùng của Chi nhánh liên tục tăng lên trong những năm vừa qua. Năm 2009, thu từ hoạt

động cho vay tăng 62,2% và thu từ cho vay tiêu dùng tăng lên 76,4% so với năm 2008. Dư nợ từ hoạt động tín dụng tiêu dùng tuy chiếm tỷ trọng còn thấp trong tổng dư nợ tín dụng của chi nhánh (năm 2009 chiếm 8,8%) tuy nhiên tổng thu từ hoạt động này ngày càng chiếm tỷ trọng cao trong tổng thu từ hoạt động tín dụng (năm 2009 chiếm 13,24%) điều đó chứng tỏ đây là một khoản mục đóng góp khá lớn vào tổng thu của Chi nhánh trong thời gian qua nên việc mở rộng cho vay tiêu dùng là hướng đi đúng đắn của Chi nhánh.

2.3 Đánh giá tình hình mở rộng tín dụng tiêu dùng tại NH TMCP VCB.QB qua khảo sát điều tra

Điều tra đối tượng vay vốn là khách hàng vay nhằm mục đích tiêu dùng tại VCB.QB trong phạm vi thành phố theo phương pháp phát phiếu điều tra lấy ý kiến. Thông tin số liệu sơ cấp được thu thập để có căn cứ cho việc đánh giá chất lượng dịch vụ tín dụng tiêu dùng của ngân hàng từ phía các đối tượng đi vay và qua đó đánh giá sự hài lòng của khách hàng vay vốn. Tổng số phiếu điều tra phát ra điều tra tại các khách hàng vay vốn là 280 phiếu, số thu về 260 phiếu.

Để đánh giá chất lượng dịch vụ tín dụng tiêu dùng và sự thỏa mãn của khách hàng đối với ngân hàng, tác giả sử dụng mô hình lý thuyết về chất lượng dịch vụ tuy vậy để ứng dụng vào nghiên cứu chất lượng dịch vụ tín dụng tiêu dùng, tác giả thay đổi một số yếu tố, xây dựng các biến quan sát phù hợp với mục đích nghiên cứu, với 5 thành phần cơ bản để đo lường chất lượng dịch vụ, bao gồm:[25]

Tin cậy (Reliability): liên quan đến khả năng chắc chắn thực hiện dịch vụ theo đúng cam kết với khách hàng.

Đáp ứng (Responsiveness): thể hiện sự mong muốn, khả năng sẵn sàng đáp ứng, cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng.

Năng lực phục vụ (Assurance) : thể hiện qua trình độ chuyên môn và cung cách phục vụ lịch sự, niềm nở với khách hàng.

Đồng cảm (Empathy): thể hiện sự quan tâm thấu hiểu những ước muốn, mối quan tâm của từng khách hàng

Phương tiện hữu hình (Tangibles): liên quan đến cơ sở vật chất, trang thiết bị..

Nếu một tổ chức được khách hàng đánh giá cao về các nhân tố trên thì đơn vị càng thu hút được nhiều khách hàng. Để phát triển và mở rộng tín dụng tiêu dùng thì các ngân hàng không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ của mình thông qua việc tìm hiểu, điều tra thị trường để tìm ra những giải pháp thích hợp nhằm nâng cao mức độ hài lòng của khách hàng, thu hút ngày càng nhiều đối tượng khách hàng khác nhau, tăng quy mô vay bình quân trên một khách hàng từ đó làm tăng dư nợ vay tiêu dùng.

2.3.1 Thông tin chung về khách hàng được điều tra phỏng vấn

Từ số liệu các bảng ở phần phụ lục từ phụ lục 2.1 đến phụ lục 2.4 có thể nhận xét:

- Tỷ lệ giới tính của khách hàng vay vốn như sau: nam 62%, nữ 38% và độ tuổi của người được phỏng vấn từ 30 đến 60 tuổi chiếm 82,8% tổng số người được phỏng vấn; đây là yếu tố quan trọng đảm bảo cho người vay vốn và người cung cấp vốn có đủ kinh nghiệm và hiểu được các thủ tục vay vốn và quản lý sử dụng vốn vay.

- Đối tượng khách hàng vay vốn: đầy đủ các đối tượng vay vốn nhằm mục đích tiêu dùng tại chi nhánh, trong đó đối tượng công nhân viên vay tiêu dùng lớn nhất, chiếm 78% số lượng phỏng vấn, số lượng này phù hợp đối tượng khách hàng vay tiêu dùng của VCB chủ yếu là cán bộ công nhân viên.

- Mục đích vay vốn của khách hàng: Tổng hợp kết quả điều tra trên thấy rằng mục đích khách hàng vay vốn khá phong phú; trong đó vay tiêu dùng nhằm mục đích nhà ở và bất động sản 107 khách hàng chiếm 41,15%; Cho vay hỗ trợ CBCNV & CBQLĐH tiêu dùng 35 khách hàng chiếm 13,46%; Cho vay thấu chi 10 khách hàng chiếm 3,88%; Mua ô tô, xe máy và các phương tiện đi lại khác 20 khách hàng chiếm 7,81%; Du học, xuất khẩu lao động 8 khách hàng, chiếm 3,1%; Khám, chữa bệnh 7 khách hàng chiếm 2,5%; Nhu cầu vay nhằm mục đích học tập

8 khách hàng, chiếm 3,1% và nhu cầu đời sống khác là 65 khách hàng, chiếm 25%.

- Nhu cầu vốn của khách hàng: Khách hàng có nhu cầu vốn dưới 100 triệu chiếm 80,8%, trong đó vay ngân hàng dưới 100 triệu chiếm 84,2%, Khách hàng có nhu cầu vốn dưới 200 triệu chiếm 15,8%, trong đó vay ngân hàng dưới 200 triệu chiếm 13,1%, điều này chứng tỏ nhu cầu vốn cho các mục đích vay tiêu dùng của các đối tượng vay của VCB.QB có số tiền không cao, chủ yếu mức dưới 100 triệu và đối tượng khách hàng chủ yếu là cán bộ công nhân viên. Nhu cầu đối với các khoản vay từ 200-500 triệu chiếm 3,4% trong đó vay ngân hàng chiếm 2,7%. Hiện nay chi nhánh cho vay tiêu dùng với số tiền tối đa là 500 triệu đồng. Như vậy nhu cầu vốn vay cho mục đích tiêu dùng tại chi nhánh VCB.QB phù hợp với đặc điểm của cho vay tiêu dùng là quy mô của các món vay nhỏ. Đây là hình thức cấp tín dụng để tài trợ cho mục đích tiêu dùng của từng cá nhân và hộ gia đình nên quy mô của từng món vay là nhỏ so với những món vay với mục đích kinh doanh hoặc đầu tư của các tổ chức kinh tế.

2.3.2 Đánh giá chung về sự đáp ứng của VCB.QB đối với khách hàng vay vốn

Qua kết quả điều tra nhận thấy có 64,93% khách hàng hài lòng về sự đáp ứng của VCB.QB trong cung cấp nguồn vốn tín dụng tiêu dùng, 28,68% khách hàng hài lòng mức trung bình và 6,39% khách hàng không hài lòng. Trong đó, nhóm các yếu tố được khách hàng đánh giá cao và hài lòng bao gồm: Ngân hàng luôn thực hiện đúng những gì đã cam kết, giới thiệu; Ngân hàng đáp ứng dịch vụ đúng thời điểm; Thời gian thẩm định khoản vay; Thời gian giải ngân vốn vay. Riêng các yếu tố như: Lãi suất vay tiêu dùng; Ngân hàng luôn thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn; Ngân hàng có quan tâm hơn với khách hàng truyền thống, khách hàng có uy tín; Khi bạn gặp khó khăn ngân hàng luôn hỗ trợ bạn có tỷ lệ khách hàng không hài lòng khá cao.

Kết quả phỏng vấn khách hàng được thực hiện theo thang đo chất lượng dịch vụ tín dụng tiêu dùng gồm 21 biến quan sát và 5 thành phần, bao gồm: thành phần tin cậy (tiêu chí từ 1-4); thành phần đáp ứng (tiêu chí 5-8); thành phần năng lực

phục vụ (tiêu chí 9-11); thành phần đồng cảm (tiêu chí 12-14); thành phần phương tiện hữu hình (tiêu chí 15-21). Qua kết quả điều tra, ta nhận thấy:

- Thành phần tin cậy: đa số các khách hàng được phỏng vấn đều hài lòng (đạt tỷ lệ 82,41%), trong đó yếu tố được khách hàng đánh giá và hài lòng cao nhất là thời gian giải ngân vốn vay với mức độ hài lòng đạt 86,54%, tuy nhân tố thời gian thẩm định khoản vay thấp nhất nhưng tỷ lệ lên tới 77,7%. Điều này chứng tỏ ngân hàng đã thực hiện khá tốt các cam kết đã đề ra và được khách hàng tin cậy.

- Thành phần đáp ứng: qua số liệu thống kê cho thấy khách hàng khá hài lòng về sự đáp ứng của ngân hàng trong lĩnh vực cung cấp tín dụng tiêu dùng (tỷ lệ hài lòng đạt 72,41%), hài lòng với mức độ 24,81%. Trong đó, khách hàng hài lòng cao nhất là nhân viên tín dụng phục vụ khách hàng nhanh chóng đúng hạn. Điều này chứng tỏ cán bộ tín dụng của ngân hàng đã đáp ứng tốt các yêu cầu của khách hàng và phục vụ khách hàng chu đáo, tận tình.

- Thành phần năng lực phục vụ: khách hàng hài lòng đạt 68,72%, hài lòng mức độ 27,18%, như vậy khách hàng vẫn chưa hài lòng cao đối với năng lực phục vụ của nhân viên tín dụng. Ngân hàng cần có giải pháp nhằm nâng cao hơn nữa tính chuyên nghiệp của nhân viên và tinh thần trách nhiệm của nhân viên tín dụng.

Bảng 2.18: Sự hài lòng của khách hàng vay tiêu dùng đối với VCB.QB

Tiêu chí điều tra	Không hài lòng		Phản náo không hài lòng		Bình thường		Phản náo hài lòng		Rất hài lòng		Tổng
	Số quan sát	Tỷ lệ (%)	Số quan sát	Tỷ lệ (%)	Số quan sát	Tỷ lệ (%)	Số quan sát	Tỷ lệ (%)	Số quan sát	Tỷ lệ (%)	
1. Ngân hàng luôn thực hiện đúng những gì đã giới thiệu, cam kết	1	0,38	2	0,77	45	17,31	115	44,23	97	37,31	260
2. Ngân hàng đáp ứng dịch vụ tín dụng đúng thời điểm	1	0,38	4	1,54	37	14,23	68	26,15	150	57,70	260
3. Thời gian thẩm định khoản vay	0	0	5	1,92	53	20,38	110	42,31	92	35,39	260
4. Thời gian giải ngân vốn vay	0	0	3	1,15	32	12,31	50	19,23	175	67,31	260
5. Nhân viên tín dụng phục vụ bạn nhanh chóng, đúng hạn	0	0	3	1,15	55	21,15	129	49,62	73	28,08	260
6. Nhân viên ngân hàng phục vụ bạn tận tình	1	0,38	4	1,54	59	22,69	96	36,92	100	38,47	260
7. Nhân viên ngân hàng luôn sẵn sàng giúp đỡ bạn	0	0	9	3,46	57	21,92	112	43,08	82	31,54	260
8. Nhân viên ngân hàng luôn giải đáp những thắc mắc của bạn	0	0	12	4,62	87	33,46	73	28,08	88	33,84	260
9. Nhân viên ngân hàng có tính chuyên nghiệp cao	0	0	4	1,54	75	28,85	71	27,31	110	42,30	260
10 Nhân viên tín dụng có tin thần trách nhiệm cao trong công việc	0	0	5	1,92	83	31,92	89	34,23	83	31,93	260

11. Nhân viên phục vụ bạn chu đáo trong giờ cao điểm	5	1,92	18	6,92	54	20,77	94	36,15	89	34,24	260
12. Ngân hàng luôn thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn	8	3,08	44	16,92	112	43,08	57	21,92	39	15,00	260
13. Ngân hàng có quan tâm hơn với khách hàng truyền thống, khách hàng có uy tín	1	0,38	7	2,69	105	40,38	104	40,00	43	16,55	260
14. Khi bạn gặp khó khăn ngân hàng luôn hỗ trợ bạn	9	3,46	47	18,08	98	37,69	72	27,69	34	13,08	260
15. Cơ sở vật chất tại các điểm giao dịch	3	1,15	19	7,31	87	33,46	69	26,54	82	31,54	260
16. Sản phẩm tín dụng tiêu của NH	3	1,15	17	6,54	72	27,69	106	40,77	62	23,85	260
17. Thời hạn vay	1	0,38	12	4,62	59	22,69	95	36,54	93	35,77	260
18. Lãi suất tín dụng tiêu dùng	13	5,00	49	18,85	113	43,46	60	23,08	25	9,61	260
19. Bạn dễ dàng tiếp cận với tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng	2	0,77	9	3,46	102	39,23	93	35,77	54	20,77	260
20. Điều kiện vay tín dụng tiêu dùng	1	0,38	8	3,08	108	41,54	76	29,23	67	25,77	260
21. Mức vay so với nhu cầu của bạn	4	1,54	15	5,77	73	28,08	96	36,92	72	27,69	260
Tổng cộng	53	0,97	296	5,42	1566	28,68	1835	33,61	1710	31,32	5460

(Nguồn: Số liệu điều tra)

- Thành phần đồng cảm: thành phần này được đánh giá từ tiêu chí (12-14), với mức độ hài lòng của khách hàng chỉ đạt 44,75%, chưa hài lòng 12,56%. Như vậy khách hàng không đánh giá cao sự đồng cảm của ngân hàng đối với khách hàng. Một trong những nguyên nhân này là do công tác chăm sóc khách hàng của chi nhánh chưa thực sự được chú trọng. Nguyên nhân là do số lượng cán bộ tín dụng phụ trách mảng tín dụng cá nhân trong chi nhánh ít hơn nhiều so với số lượng khách hàng vay và giao dịch vay, một cán bộ phải theo dõi nhiều đối tượng khách hàng... Do vậy mà những dịch vụ khách hàng sau vay như thường xuyên liên hệ với khách hàng để biết được những thay đổi về nhu cầu của khách hàng, cập nhật tình hình tài chính của khách hàng một cách thường xuyên chưa được ngân hàng thực hiện tốt. Điều này không chỉ làm ảnh hưởng đến mối quan hệ giữa khách hàng và ngân hàng mà còn làm tăng rủi ro cho ngân hàng khi không biết rõ về khách hàng của mình.

- Thành phần phương tiện hữu hình: thành phần này được đánh giá từ tiêu chí (15-21), khách hàng hài lòng đạt 57,69%, hài lòng mức độ 33,74%, trong đó các tiêu chí về sản phẩm tín dụng tiêu dùng và thời hạn vay tiêu dùng được khách hàng hài lòng cao. Chứng tỏ, ngân hàng đã chú trọng phát triển các sản phẩm tiêu dùng mới đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Trong năm 2008, chi nhánh đã triển khai kết các sản phẩm mới bao gồm: gói sản phẩm kết hợp giữa cho vay CBCNV & CBQLĐH với cho vay thấu chi với hạn mức tối đa cho cả hai gói sản phẩm là 200 triệu đồng, ngoài ra chi nhánh còn triển khai sản phẩm cho vay khám, chữa bệnh. Về thời hạn vay, các khoản vay tiêu dùng của chi nhánh chủ yếu là trung và dài hạn chiếm tỷ trọng qua các năm bình quân trên 76% tổng dư nợ vay tiêu dùng, Các khoản vay ngắn hạn bình quân gần 24%. Như vậy các khoản vay có thời hạn dài, áp lực trả nợ về thời gian không lớn nên đa số khách hàng hài lòng về tiêu chí thời hạn vay. Về lãi suất vay tiêu dùng, khách hàng hài lòng rất thấp (đạt 32,69%). Nguyên nhân là do lãi suất cho vay tiêu dùng thường cao hơn lãi suất cho vay sản xuất kinh doanh và những thay đổi về lãi suất vay tiêu dùng của ngân hàng, vì khi lãi suất trên thị trường biến động, chi nhánh đã có những điều chỉnh lãi

suất phù hợp. Đặc biệt là năm 2008 khi biến động về giá cả, lạm phát, lãi suất cho vay có thời điểm lên tới 21%/năm, mức cao nhất hơn 10 năm nay.

2.4 Đánh giá thực trạng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB

2.4.1 Kết quả đạt được của hoạt động tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB

Dư nợ cho vay tiêu dùng tăng trưởng mạnh qua các năm cả về tuyệt đối và tương đối, đặc biệt là trong năm 2009 dư nợ tiêu dùng đạt 62 tỷ đồng tăng 21 tỷ đồng tương ứng với 48,6% so với năm 2008; Tốc độ tăng dư nợ tiêu dùng bình quân trong cả thời kỳ 2006-2009 là 48,3%.

Cơ cấu cho vay chưa đồng đều nhưng Chi nhánh cũng đã chú trọng tới việc mở rộng danh mục cho vay. Chủ yếu tập trung vào cho vay hỗ trợ nhà ở bao gồm: mua đất xây nhà ở, sửa chữa, mua sắm nhà cửa, kể đến là cho vay cán bộ công nhân viên; cho vay phục vụ các nhu cầu tiêu dùng khác; thấp nhất là cho vay khám chữa bệnh và cho vay đối với sinh viên. Việc cho vay tiêu dùng làm phong phú thêm loại hình cho vay, đối tượng cho vay của Chi nhánh, tạo điều kiện cho Chi nhánh mở rộng tín dụng, tăng vòng quay vốn tín dụng, phân tán và giảm thiểu rủi ro tín dụng chung.

Chủng loại sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB ngày càng tăng, bao gồm có 8 loại là (1) cho vay hỗ trợ nhà ở; (2) cho vay cán bộ công nhân viên và cán bộ quản lý điều hành; (3) cho vay thấu chi; (4) cho vay mua ô tô, xe máy và các phương tiện đi lại khác; (5) cho vay khám, chữa bệnh; (6) cho vay du học, xuất khẩu lao động; (7) cho vay đối với học sinh, sinh viên và (8) một số nhu cầu tiêu dùng khác. Trong năm 2008 VCB.QB đã triển khai hai loại sản phẩm tiêu dùng mới là cho vay thấu chi và cho vay đối với nhu cầu khám chữa bệnh. Điều này, chứng tỏ Chi nhánh VCB.QB đã có cố gắng trong việc mở rộng danh mục cho vay để cạnh tranh với các ngân hàng trong địa bàn.

Hình thức cho vay tiêu dùng tại VCB.QB có thủ tục tương đối đơn giản, nhanh gọn, tạo được niềm tin của khách hàng đối với ngân hàng, góp phần làm tăng uy tín của Chi nhánh. Kết quả, số lượng khách hàng vay tiêu dùng ngày càng tăng, dư nợ

bình quân trên một khách hàng tăng nhanh, bình quân giai đoạn 2006-2009 tăng 21,7% tương ứng với gần 37 triệu đồng.

Cho vay tiêu dùng đã giúp cho các khách hàng của Chi nhánh làm quen và sử dụng các dịch vụ, tiện ích mà Chi nhánh đang thực hiện. Cho vay tiêu dùng đem lại cơ hội tiếp thị quảng cáo cho ngân hàng, đồng thời phục vụ khách hàng rất hiệu quả.

Phương pháp quản lý rủi ro tín dụng tiêu dùng của VCB.QB hiệu quả, chưa từng phát sinh nợ xấu, nợ không thu hồi được. Đó là nhờ vào sự phối hợp tốt giữa CBTD và CBTD quản lý giải ngân trong quản lý rủi ro tín dụng, định kỳ hàng tháng có trách nhiệm rà soát hồ sơ vay, theo dõi tình hình tài chính khách hàng, bổ sung những chứng từ còn thiếu hoặc hết hiệu lực.

Dư nợ cho vay tiêu dùng tại VCB.QB chiếm tỷ trọng 8,5% năm 2008 với số tiền 41 tỷ đồng đến năm 2009 đạt 62 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 8,9% trong tổng dư nợ nên mức độ đóng góp lợi nhuận của các khoản cho vay tiêu dùng chiếm tỷ lệ đáng kể, hơn nữa cho vay tiêu dùng tại chi nhánh chưa phát sinh nợ xấu, nợ khó đòi nên cho vay tiêu dùng đã góp phần mang lại lợi nhuận và nâng cao hiệu quả hoạt động tín dụng của ngân hàng.

Chi nhánh VCB.QB cho phép người vay có thể trả nợ dần hàng tháng, trích một phần từ thu nhập tiền lương nên việc cho vay này phù hợp với khả năng tài chính của khách hàng, cho phép khách hàng dễ dàng tiếp cận vốn vay hơn.

2.4.2 Những tồn tại và nguyên nhân ảnh hưởng tới hoạt động mở rộng tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB

2.4.2.1 Những tồn tại

➤ Về dư nợ cho vay tiêu dùng

Mặc dù dư nợ cho vay tiêu dùng của chi nhánh tăng nhanh qua các năm, tuy nhiên, tốc độ tăng chưa tương xứng với tiềm năng của chi nhánh, dư nợ cho vay tiêu dùng vẫn còn thấp và chiếm một tỷ lệ chưa cao trong hoạt động cho vay của ngân hàng. Hiện nay, dư nợ cho vay tiêu dùng mới chỉ chiếm khoảng trên 8% trong tổng số dư nợ cho vay (một số NHTM cổ phần đạt 20%). Điều này cho thấy khả năng

mở rộng và phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng ở VCB.QB là việc cần thiết và cấp bách.

➤ **Về sản phẩm tín dụng tiêu dùng**

Nhìn chung, những sản phẩm cho vay tiêu dùng của VCB.QB chưa có sự khác biệt so với các ngân hàng khác. Đây là điều hạn chế không chỉ ở VCB.QB mà là ở tất cả các NHTM Việt Nam hiện nay. Các NHTM nói chung và VCB.QB nói riêng đều chỉ mới có những cải tiến cho những sản phẩm hiện có, chưa đưa ra những chương trình khuyến mại, ưu đãi để kích cầu khách hàng còn việc phát triển sản phẩm mới chưa được thực sự chú ý.

Hoạt động cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh dù đã có nhiều chuyển biến, phát triển rõ rệt, nhưng vẫn chưa đáng kể so với nhu cầu của khách hàng. Các sản phẩm cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh vẫn chưa đa dạng chỉ mới tập trung vào việc khai thác một số những nhu cầu tiêu dùng về hàng hoá xa xỉ của người dân như mua nhà, mua ô tô... hoặc là những sản phẩm mang tính chất truyền thống và quen thuộc. Điều này chưa thực sự thích ứng kịp với những thay đổi trong xu hướng tiêu dùng mới của người dân cũng như thị hiếu của khách hàng.

➤ **Về cơ cấu sản phẩm tín dụng tiêu dùng**

Cơ cấu tiêu dùng không cân đối: cho vay tiêu dùng tại chi nhánh chủ yếu tập trung vào cho vay mua nhà, cho vay CBCNV&CBQLĐH, tỷ trọng hai khoản mục này luôn chiếm trên 70% trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng. Trong năm 2008, Chi nhánh triển khai thêm một số sản phẩm cho vay tiêu dùng mới nhưng tỷ trọng dư nợ các khoản mục trong cơ cấu dư nợ cho vay tiêu dùng vẫn có xu hướng mất cân đối. Cụ thể: khoản mục cho vay du học, xuất khẩu lao động và cho vay đối với học sinh, sinh viên chỉ đạt dưới 1% tổng dư nợ cho vay tiêu dùng.

Có thể thấy nhu cầu thị trường đối với cho vay tiêu dùng còn rất lớn và vẫn đang trong giai đoạn khai thác ban đầu. Do đó, trong thời gian tới chi nhánh cần tiếp tục mở rộng cho vay các sản phẩm mới, khai thác và cải tiến những sản phẩm có sẵn nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng đa dạng của khách hàng.

➤ **Về tổ chức mạng lưới và cơ sở vật chất**

Đến nay VCB tỉnh Quảng Bình chưa có mạng lưới ở các huyện, thị xã và những khu vực kinh tế phát triển. Tuy nhiên, với yêu cầu phục vụ ngày càng tốt hơn đến nhiều đối tượng khách hàng, nhất là ở nông thôn và khu vực đô thị cho thấy VCB.QB cần tăng cường mở rộng thêm các phòng giao dịch và các điểm giao dịch ở các huyện, thị xã. Ngoài ra cần tăng cường đào tạo cán bộ cũng như cơ sở vật chất để đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của hoạt động ngân hàng trong giai đoạn mới.

➤ **Về việc nắm bắt thông tin**

Việc tổ chức khai thác thông tin của VCB.QB thông qua trung tâm CIC của NHNN tiến hành chưa thường xuyên và chưa tốt, Chi nhánh mới chú trọng khai thác, tìm hiểu thông tin khi cho vay những khách hàng nhỏ. Việc nắm bắt thông tin về khách hàng, thị trường, giá cả chưa kịp thời, chưa khoa học, thiếu chính xác. Đó là những bất cập trong việc nâng cao sức cạnh tranh và chất lượng tín dụng của VCB.QB.

2.4.2.2 Những nguyên nhân ảnh hưởng đến hoạt động mở rộng tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB

Qua thực tế việc mở rộng tín dụng tiêu dùng tại chi nhánh chưa tương xứng với tiềm năng nguồn lực của chi nhánh cũng như chưa khai thác tối đa nhu cầu của thị trường. Những nguyên nhân chủ yếu là:

a. Nhóm nhân tố bên trong ngân hàng

➤ **Định hướng phát triển của ngân hàng:** Tuy định hướng phát triển hoạt động ngân hàng bán lẻ đã được ban giám đốc VCB Việt Nam thông qua nhưng chưa có sự đầu tư một cách tương thích cho hoạt động này nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng. Chủ trương đẩy mạnh phát triển bán lẻ chưa được hiện thực hóa như mong muốn. Đối tượng khách hàng chính của chi nhánh vẫn là các doanh nghiệp, còn đối với nhu cầu tín dụng của cá nhân và hộ gia đình thì chưa thực sự được chú trọng. Những cuộc điều tra, khảo sát về nhu cầu tín dụng của người dân trên địa bàn còn ít, chưa được thực hiện một cách chu đáo.

➤ **Chính sách tín dụng của ngân hàng:** Chính sách tín dụng tại VCB.QB trong thời gian qua không ngừng được hoàn thiện và theo hướng đảm bảo tính chủ động và linh hoạt trong các hoạt động nhằm nắm bắt tốt nhất các cơ hội phát triển đầu tư. Tuy nhiên chính sách này vẫn còn tồn tại một số hạn chế ảnh hưởng đến hoạt động mở rộng tín dụng tiêu dùng của chi nhánh, thể hiện qua một số phương diện sau:

- *Yếu tố lãi suất và rủi ro lãi suất:*

Trong những năm qua chi nhánh VCB.QB đã cung cấp các sản phẩm cho vay tiêu dùng, từ các khoản vay lớn như mua nhà, mua ô tô cho đến các khoản vay nhỏ như vay mua đồ gia dụng... Thực tế, nhiều người đã từng tìm tới chi nhánh để tìm hiểu các dịch vụ vay tiêu dùng nhưng tâm trạng chung là phân vân vì lãi suất quá cao hoặc lo ngại lãi suất sẽ tăng cao trong tương lai.

Hiện nay thu nhập của người dân có xu hướng tăng, mức chi tiêu của cá nhân và hộ gia đình trong tỉnh tăng nhanh. Do đó, nhu cầu mua nhà, ô tô, đồ gia dụng rất lớn nhưng người dân không sử dụng dịch vụ vay tiêu dùng vì lãi suất cao hơn so với mặt bằng lãi suất chung, hiện nay là khoảng 16-18%/năm, thậm chí 20-25%/năm.

Ngoài lãi suất cao, người vay còn lo ngại rủi ro về thay đổi lãi suất khi vay tiêu dùng. Thu nhập của người dân thường là những khoản cố định nên họ cũng mong được trả lãi đều đặn hàng tháng cho ngân hàng. Vậy nhưng khi có biến động lãi suất trên thị trường, có lúc chi nhánh điều chỉnh lãi suất, nhiều lúc lên tới trên 21%/năm, khiến người vay lâm vào thế bị động, không thể kiểm soát được nguồn tiền phải trả.

Bên cạnh đó, người đi vay thường không cung cấp được đầy đủ các giấy tờ chứng minh khả năng chi trả, mặc dù nhiều người có nguồn thu nhập khá cao. Do vậy hiện nay hình thức vay của người thân vẫn phổ biến hơn. Gần đây, thu nhập, nhu cầu và nhận thức của người dân ngày càng gia tăng nên nhiều người đã mạnh dạn hơn trong việc vay tiêu dùng. Tuy nhiên, lãi suất cao và sự biến động của lãi suất vẫn đang là rào cản đối với hoạt động cho vay tiêu dùng.

- *Về phương thức cho vay và đối tượng cho vay:*

Đối với chi nhánh VCB.QB cho vay tiêu dùng nằm ở đối tượng cán bộ, công nhân viên chiếm tỷ trọng lớn. Việc cho vay tín chấp thông qua các đoàn thể, tuy hạn mức có nâng lên nhưng cũng tùy khách hàng sẽ được vay với hạn mức khác nhau để làm thế nào đảm bảo cân đối được tiền trả ngân hàng và chi phí trong gia đình hàng tháng. Ngoài ra, mỗi địa bàn, mỗi đơn vị có mức thu nhập khác nhau từ đó hạn mức cho vay cũng khác nhau. Hạn chế nữa là hiện nay nhiều đơn vị trên địa bàn tỉnh chưa thực hiện chi trả lương qua thẻ, nên ngân hàng khó thực hiện cho vay và làm cho người có nhu cầu vay sẽ khó tiếp cận được vốn.

Đa số các khoản vay tiêu dùng được Chi nhánh thực hiện giải ngân bằng tiền mặt, do vậy khó quản lý được mục đích vay vốn thực tế và việc sử dụng vốn vay của khách hàng. Hơn nữa, Chi nhánh chưa khuyến khích được khách hàng sử dụng dịch vụ của ngân hàng và việc mở rộng loại hình cho vay tiêu dùng mới cũng sẽ gặp khó khăn như: cho vay thấu chi, thẻ tín dụng,... Việc chưa thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ cũng một phần do Chi nhánh chưa có hướng dẫn một cách cụ thể tới khách hàng, một phần cũng là do tâm lý chung của khách hàng là ngại đến ngân hàng vì các khoản vay thường không lớn lắm.

Việc cho vay đối với người đi lao động có thời hạn ở nước ngoài có khó khăn khi các doanh nghiệp xuất khẩu lao động ở xa Chi nhánh, hậu quả là việc thoả thuận, thực hiện thủ tục xác nhận đối tượng đi lao động mất nhiều thời gian, gây tốn kém cho các bên và giải ngân vốn vay bị chậm.

Đối tượng vay vốn chủ yếu là cán bộ công nhân viên, đây là đối tượng thuộc các thành phần kinh tế xã hội do Nhà nước quản lý. Đó là những người có thu nhập ổn định, có sự bảo lãnh của Thủ trưởng cơ quan, đại diện công đoàn và nguồn trả nợ từ việc trích một phần thu nhập hàng tháng. Đây cũng là đối tượng có khả năng trả nợ cao. Tuy nhiên, với đối tượng này cũng nảy sinh một số vấn đề như:

- + Do sự cẩn nể và thiếu trách nhiệm, một số cơ quan quản lý cán bộ đã ký xác nhận cho cán bộ vay tiền ở nhiều TCTD khác nhau nhưng nguồn lương để trả nợ chỉ có một, vì vậy đã ảnh hưởng nhiều đến khả năng trả nợ của khách hàng như đã cam kết trong hợp đồng tín dụng đối với Chi nhánh.

- + Ngoài ra, đối tượng nhân dân vay vốn cũng chiếm một tỷ lệ không nhỏ, nhu cầu vay chủ yếu phục vụ đời sống, vay vốn có thể chấp, cầm cố hoặc bảo lãnh

của bên thứ ba, đối tượng này có thu nhập ổn định và có khả năng trả nợ ngân hàng. Do vậy, các món vay đều có rủi ro thấp, có khả năng thu hồi vốn.

- Về thời hạn vay:

Phần lớn các khoản cho vay tiêu dùng có kỳ hạn dài, đặc biệt đối với các khoản cho vay để mua nhà ở và phương tiện đi lại có thời hạn từ 5 – 20 năm, trong khi nguồn vốn huy động chủ yếu của Chi nhánh là ngắn hạn có thời hạn từ 1 – 3 năm. Mức cho vay và thời hạn cho vay tại Chi nhánh nhiều lúc không được xác định phù hợp với nhu cầu vay vốn của khách hàng. Nguyên nhân từ cả phía khách hàng lẫn phía Chi nhánh. Về phía khách hàng, nhiều trường hợp không chứng minh được nguồn thu nhập phù hợp với kế hoạch trả nợ nhưng vẫn cam kết trả nợ đúng hạn, hoặc chỉ có hợp đồng lao động ngắn hạn nhưng lại có nhu cầu vay vốn dài hạn. Trong điều kiện khả năng huy động vốn trung và dài hạn của Chi nhánh VCB.QB hạn chế như hiện nay, thì hoạt động cho vay tiêu dùng có tiềm ẩn rủi ro thanh khoản do sự mất cân đối về kỳ hạn giữa tài sản có và tài sản nợ.

➤ ***Số lượng, trình độ cũng như đạo đức nghề nghiệp của các cán bộ tín dụng:***

Trình độ năng lực, kể cả cán bộ quản lý điều hành và cán bộ tín dụng tuy đã được quan tâm đào tạo nhưng vẫn còn bất cập, chưa đáp ứng đòi hỏi của cơ chế thị trường, một số cán bộ tín dụng chưa đủ khả năng trình độ, kinh nghiệm để thẩm định, đánh giá chính xác khách hàng và dự án vay vốn nên đã đưa ra các quyết định chưa đúng đắn ngay từ khâu xét duyệt hồ sơ. Một số ít cán bộ cố ý làm trái, không chấp hành nghiêm chỉnh chế độ, thể lệ quy định của ngành làm phát sinh các hiện tượng tiêu cực ảnh hưởng đến hoạt động mở rộng cho vay tiêu dùng của chi nhánh.

Thực trạng đội ngũ cán bộ tại VCB.QB đến cuối năm 2009 như sau:

Tổng số lao động 87 cán bộ, tuổi bình quân 31-32. Trong đó:

- Trên đại học: 8 người, chiếm 9,2%
- Đại học: 61 người, chiếm 70,1%, trong đó: Đại học chính quy: 52 người, chiếm 85,2%, tại chức: 9 người, chiếm 14,8%;
- + Cao đẳng, trung cấp: 11 người, chiếm 12,6%

- Sơ cấp, lái xe: 7 người, chiếm 8,1%

Tổng số cán bộ tín dụng là 31 người chiếm 35,6% tổng số cán bộ toàn chi nhánh, tỷ lệ này là quá thấp. Trong đó, chỉ có 5 nhân viên phụ trách mảng tín dụng cá nhân. Như vậy, số lượng nhân viên phục vụ cho mảng tín dụng cá nhân nói chung và hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng còn rất hạn chế. Nếu muốn mở rộng hoạt động này, việc tăng thêm số lượng nhân sự cho mảng tín dụng cá nhân là yêu cầu cấp thiết. Hơn nữa, mạng lưới phòng giao dịch của ngân hàng còn mỏng, hiện chỉ có một phòng giao dịch ở trung tâm thành phố. Điều này làm hạn chế khả năng tiếp cận với nguồn khách hàng ở trên địa bàn tỉnh.

b. Nhóm nhân tố bên ngoài tác động đến ngân hàng

(1) Nhân tố thuộc về khách hàng

Một trong những hạn chế của hoạt động mở rộng tín dụng tiêu dùng mà Chi nhánh gặp phải có nguyên nhân từ phía khách hàng. Thật vậy, khách hàng khó chứng minh đầy đủ và chính xác thu nhập và khả năng trả nợ của bản thân. Đối với đối tượng vay là CBCNV hưởng lương thì việc xác định thu nhập từ lương là dễ dàng thông qua bảng lương hàng tháng. Thông thường, ngoài khoản lương khách hàng còn có các nguồn thu nhập khác nhưng rất khó có thể xác định chính xác. Đối với khách hàng vay không phải là CBCNV thì thu nhập của họ chủ yếu do bản thân họ chứng minh và cán bộ cho vay là người thẩm định. Nếu việc chứng minh của họ không đủ sức thuyết phục Ngân hàng thì nhu cầu vay của họ sẽ không được đáp ứng. Điều này sẽ làm hạn chế khả năng mở rộng cho vay tiêu dùng đối với các nhóm khách hàng này, làm giảm hiệu quả hoạt động cho vay và hoạt động sử dụng vốn của Ngân hàng.

(2) Môi trường pháp lý trong hoạt động tín dụng tiêu dùng chưa đầy đủ, chưa đồng bộ là 1 trong những yếu tố làm giảm hoạt động mở rộng tín dụng tiêu dùng

- Một số văn bản pháp lý có liên quan đến vấn đề thế chấp vay vốn ngân hàng ở khía cạnh này, khía cạnh khác quy định chưa đồng bộ, chưa đầy đủ, nhất là

các văn bản hướng dẫn chưa phù hợp nên quá trình thực hiện còn nhiều vướng mắc. Cụ thể là các hướng dẫn về thế chấp giá trị quyền sử dụng đất, về đăng ký giao dịch đảm bảo, về xử lý tài sản thế chấp....

- Hiệu lực của các cơ quan hành pháp chưa đáp ứng yêu cầu giải quyết tranh chấp tố tụng về hợp đồng kinh tế, hợp đồng dân sự, phát mại tài sản thế chấp bảo lãnh. Chức năng quyền hạn, nhiệm vụ của các cơ quan bảo vệ pháp luật trong việc xử lý phát mại tài sản thế chấp, bảo lãnh vay vốn ngân hàng chưa được phân định rõ.

Các quy định điều chỉnh việc cung cấp dịch vụ cho vay tiêu dùng hiện nay do nhiều cấp ban hành, bao gồm các nghị định của Chính phủ, quyết định, thông tư hướng dẫn của NHNN và các quy định, quy trình nghiệp vụ của các NHTM. Nhìn chung, cơ sở pháp luật về cho vay tiêu dùng còn thiếu nhiều quy định cần thiết, các quy định thiếu cụ thể và chưa thích hợp. Các chính sách, luật lệ của NHNN cũng gây hạn chế đáng kể cho sự phát triển của hoạt động cho vay tiêu dùng. Các quy định thiên về thủ tục, giấy tờ khiến cho các ngân hàng dù muốn vẫn khó lòng đơn giản các quy trình, thủ tục cho khách hàng. Để ra một sản phẩm mới, các ngân hàng cũng phải trải qua rất nhiều bước nhiều khâu xin phép, trình duyệt...

(3) Môi trường văn hóa – xã hội:

Do thói quen, tâm lý của người dân chưa thực sự quen với việc sử dụng các dịch vụ ngân hàng: Nhiều người khi có nhu cầu mua sắm, sửa chữa nhà cửa hay tiêu dùng khác đều không nghĩ đến việc tìm đến ngân hàng để tài trợ cho nhu cầu của mình. Thứ nhất, vì người dân không thích vay ngân hàng hay ngại tiếp xúc với nguồn vốn của ngân hàng. Một nguyên nhân nữa là do người dân có thói quen tích lũy để mua sắm hoặc vay mượn từ người thân, bạn bè. Bên cạnh đó cũng một phần do thị trường tài chính phục vụ mục đích tiêu dùng ở nước ta còn chưa thực sự phát triển. Ngoài ra, phần lớn người dân nước ta vẫn có thói quen nhận lương bằng tiền mặt, đây cũng là một lý do hạn chế sự phát triển của các sản phẩm cho vay tiêu dùng sử dụng nguồn trả nợ từ lương.

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Qua nghiên cứu thực trạng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB có thể nhận thấy: hoạt động tín dụng tiêu dùng của ngân hàng ngày càng mở rộng về quy mô và các loại hình dịch vụ tiêu dùng ngày càng phong phú, đa dạng. Cụ thể, dư nợ tín dụng tiêu dùng tăng trưởng nhanh qua các thời kỳ; Nhiều sản phẩm ngân hàng hiện đại và gia tăng tiện ích cho các sản phẩm hiện có; Số lượng khách hàng tiếp cận với tín dụng tiêu dùng ngày càng nhiều; Dư nợ bình quân trên một khách hàng tăng... Qua điều tra thông tin từ 260 khách hàng vay vốn, ta thấy tỷ lệ khách hàng hài lòng về chất lượng dịch vụ tín dụng tiêu dùng của chi nhánh khá cao. Đặc biệt là ngân hàng ngày càng tạo được sự tin cậy của khách hàng, đây là nhân tố quan trọng giúp chi nhánh phát triển hoạt động tín dụng tiêu dùng nói riêng và giúp chi nhánh phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ. Bên cạnh đó, tỷ lệ khách hàng chưa hài lòng vẫn còn nhiều, nhất là chưa hài lòng về sự đồng cảm, hỗ trợ khách hàng, lãi suất vay tiêu dùng được khách hàng đánh giá là khá cao. Những vấn đề đó đã ảnh hưởng đến phát triển tín dụng tiêu dùng của ngân hàng. Vì vậy trong thời gian tới nhằm mở rộng hoạt động tín dụng tiêu dùng, ngân hàng cần có sự đầu tư, nghiên cứu triển khai các sản phẩm mới cũng như tăng cường công tác bán hàng tại chi nhánh.

CHƯƠNG 3:

GIẢI PHÁP MỞ RỘNG TÍN DỤNG TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH

3.1 Định hướng mở rộng tín dụng tiêu dùng của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Chi nhánh Quảng Bình

3.1.1 Định hướng, mục tiêu phát triển của Ngân hàng TMCP Ngoại thương

Vietcombank tiếp tục định hướng phát triển dài hạn theo mô hình tập đoàn tài chính đa năng hướng khách hàng, lấy hoạt động NHTM làm cốt lõi, được quản trị theo mô hình tiên tiến hiện đại với những chuẩn mực và thông lệ quốc tế tốt nhất, phù hợp với luật pháp Việt Nam; phát triển trên nền tảng công nghệ hiện đại; phấn đấu duy trì vị thế NHTM hàng đầu Việt Nam và trở thành một tập đoàn tài chính tầm cỡ châu Á. [21]

Với phương châm hoạt động “Tăng tốc - An toàn - Chất lượng - Hiệu quả”, toàn hệ thống Vietcombank tập trung thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm sau đây:

- Đột phá mạnh trong huy động vốn. Đặt nhiệm vụ huy động vốn làm nhiệm vụ trọng tâm và ưu tiên hàng đầu của năm nhằm mở rộng và tăng quy mô hoạt động;

- Tăng cường hoạt động ngân hàng bán buôn, đẩy mạnh mảng hoạt động ngân hàng bán lẻ nhằm cải thiện cơ cấu nguồn vốn và sử dụng vốn theo hướng tăng tính ổn định và phân tán rủi ro;

- Tăng trưởng trong hoạt động kinh doanh đi đôi với việc bảo đảm tuân thủ các giới hạn an toàn trong hoạt động ngân hàng; Phát huy tối đa lợi thế của Vietcombank trong các hoạt động truyền thống; Đảm bảo sự cân đối hài hòa giữa huy động và sử dụng vốn;

- Tiếp tục cơ cấu lại tổ chức theo mô hình khối tại HSC cũng như chuyển hoá cơ cấu tổ chức của các chi nhánh. Thực hiện nghiêm túc kỷ cương điều hành và ý thức tuân thủ, chấp hành của các cán bộ trong toàn hệ thống;
- Tiếp tục đổi mới, hiện đại hoá công nghệ nhằm đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách hàng trong kinh doanh và hỗ trợ công tác quản trị, điều hành;
- Đẩy mạnh các quan hệ đối ngoại; Thực hiện tốt hoạt động thông tin tuyên truyền, hoạt động truyền thông về hình ảnh, thương hiệu và sản phẩm của Vietcombank trong hệ thống cũng như trên thị trường;
- Ban hành và hoàn thiện các quy trình, quy chế của Vietcombank để phù hợp với các quy định của pháp luật, đi dần tới chuẩn mực quốc tế và nhằm giảm thiểu các rủi ro trong hoạt động;
- Tiếp tục chọn đối tác chiến lược theo tiêu chí đã định, phát hành cổ phiếu tăng vốn điều lệ nâng hệ số an toàn (CAR) 10%.

3.1.2 Định hướng, mục tiêu phát triển của Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình

Bám sát định hướng phát triển dài hạn và phương châm của NH TMCP VCB Việt nam đến năm 2010, VCB.QB đã xây dựng định hướng hoạt động kinh doanh từ nay đến năm 2010 như sau:

- + Tổng nguồn huy động đạt: 552 – 575 tỷ VNĐ, tốc độ tăng trưởng hàng năm: 20 – 25%.
- + Tổng dư nợ tín dụng đạt: 811 – 846 tỷ VNĐ, tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm 15% - 20%.
- + Nợ xấu dưới 3,5% so với tổng dư nợ.

Một số định hướng chủ yếu để thực hiện:

Thứ nhất: Giữ vững thị phần trong điều kiện cạnh tranh ngày một gay gắt với nhiều tổ chức tín dụng; phấn đấu nâng thị phần nguồn vốn, dư nợ tăng từ 1,5 đến 2%/ năm, đưa ra các giải pháp, chính sách, chiến lược nhằm thu hút khách hàng coi đây là nhiệm vụ trọng tâm đến năm 2010.

Thứ hai: Nâng cao năng lực quản lý điều hành theo hướng linh hoạt, năng động, chủ động, tự lực, tạo được những “hành lang” thông thoáng, tích cực, phù

hợp cho hoạt động kinh doanh. Cũng cố, sắp xếp lại mô hình tổ chức bộ máy theo hướng tinh gọn, hiệu quả. Xây dựng các công cụ, chính sách điều hành theo hướng vừa chặt chẽ, vừa thông thoáng nhằm khuyến khích sự đổi mới, sự cống hiến của người lao động.

Thứ ba: Quán triệt công tác huy động nguồn vốn là vấn đề quan trọng có tính sống còn đối với hoạt động của NH TMCP VCB.QB, phải bằng mọi giải pháp để tăng nguồn vốn huy động tại chỗ đồng thời với khai thác nguồn vốn ngoài địa bàn để đáp ứng đủ nhu cầu sử dụng vốn trên địa bàn.

Thứ tư: Đa dạng hoá các sản phẩm tín dụng phù hợp với yêu cầu sử dụng vốn của các đối tượng khách hàng. Thực hiện chính sách lãi suất phù hợp cho từng loại khách hàng và tăng cường giám sát thực hiện lãi suất thoả thuận, đảm bảo cạnh tranh và lợi ích tài chính.

Thứ năm: Nâng cao chất lượng tín dụng, thực hiện tái cơ cấu đúng kế hoạch, chấp hành nghiêm túc cơ chế tín dụng, tăng cường chất lượng kiểm tra, kiểm soát cho vay, quản lý rủi ro tín dụng, rủi ro lãi suất.

Thứ sáu: Đa dạng hoá các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng. Nâng cao công nghệ, trong đó chú trọng công nghệ tin học thực hiện chương trình hiện đại hoá VCB.QB. Cũng cố nâng cao chất lượng thông tin phục vụ quản trị điều hành.

Thứ bảy: Thường xuyên phối kết hợp với cấp uỷ, chính quyền địa phương, các ban ngành liên quan có phương hướng tháo gỡ và xử lý đối với các doanh nghiệp còn nợ tồn đọng, NQH.

Đối với hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng, ngân hàng định hướng phát triển về sản phẩm dịch vụ cá nhân, hoạt động này của ngân hàng trong tương lai sẽ được mở rộng, phát triển nhằm nâng cao hiệu quả, tạo nguồn thu lớn hơn cho ngân hàng. VCB.QB trong thời gian tới sẽ chú trọng phát triển, mở rộng đối tượng khách hàng cho vay tiêu dùng, khai thác các thị trường khách hàng tiềm năng trên địa bàn Đồng Hới và các khu vực phụ cận, mở rộng quy mô hoạt động ngân hàng và tạo nguồn thu cho ngân hàng. Bên cạnh đó, nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng, phong phú của các nhóm khách hàng này, ngân hàng cũng sẽ quan tâm tới việc nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ cung ứng, đồng thời phát triển và hoàn thiện các loại hình

sản phẩm cho vay tiêu dùng, tạo nên hệ thống sản phẩm dịch vụ cung ứng liên kết cho các khách hàng cá nhân, giúp cho các khách hàng có thể hưởng những lợi ích đầy đủ từ các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng. Tất cả những chiến lược phát triển hoạt động kinh doanh này của ngân hàng đều cũng nhằm tới phương châm, đó là “hướng tới khách hàng”.

Tăng cường đầu tư phát triển công nghệ ngân hàng, đào tạo cán bộ về nghiệp vụ tín dụng tiêu dùng. Tạo nguồn nhân lực và triển khai tiếp cận nhanh công nghệ ngân hàng hiện đại, thực hiện giải pháp nâng cao năng lực tài chính và trình độ quản lý điều hành trên cơ sở sắp xếp, phân loại cán bộ theo tiêu chí: năng lực, trình độ, nhận thức và phẩm chất đạo đức, từ đó định hướng đầu tư bồi dưỡng và đào tạo đáp ứng những đòi hỏi của quá trình cải cách và hiện đại hoá công nghệ ngân hàng.

3.2. Các giải pháp mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình

3.2.1 Hoàn thiện hệ thống chính sách, quy trình tín dụng tiêu dùng trong điều kiện mới

Cho vay tiêu dùng là loại hình cho vay có độ rủi ro lớn hơn cho vay tài trợ sản xuất kinh doanh, nên cần có biện pháp hạn chế tối thiểu rủi ro, đồng thời thu được mức lợi nhuận cao nhất.

Xây dựng từng bước các quy trình, quy chế cho vay tiêu dùng tại VCB.QB ngày càng hoàn thiện, phù hợp với nhu cầu tiêu dùng của khách hàng cá nhân, thu hút được nhiều khách hàng, làm tăng tính cạnh tranh của VCB.QB so với các ngân hàng thương mại.

Tuy nhiên, quy chế của sản phẩm cho vay tiêu dùng của VCB.QB hiện vẫn còn tồn đọng một số điều khoản hạn chế, ảnh hưởng khả năng cạnh tranh của mình, như về mức cho vay, lãi suất vay, hình thức vay. Để triển khai thực hiện chiến lược và chương trình hành động về phát triển hoạt động ngân hàng bán lẻ 2010-2015 với mục tiêu đưa VCB hướng tới vị trí “một trong 5 ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam”, VCB.QB cần phải nhanh chóng đưa ra biện pháp khắc phục những mặt hạn chế như sau:

3.2.1.1 Mức cho vay

Hiện nay, Chi nhánh VCB.QB đã có chính sách cho vay tín chấp đối với cán bộ công nhân viên làm việc tại chi nhánh với mức cho vay tối đa là 50 triệu đồng; đối với cán bộ công nhân viên không làm việc tại chi nhánh VCB.QB và có thời gian công tác liên tục tới thời điểm vay vốn tối thiểu là 03 năm và thời gian công tác còn lại là trên 03 năm, hạn mức cho vay không quá 30 triệu đồng. Trường hợp đặc biệt vượt quá 30 triệu đồng, thời hạn trên 03 năm sẽ do Ban Giám đốc quyết định. Số tiền này là quá nhỏ so với những nhu cầu của người vay nếu họ dùng tiền vay với mục đích để mua đất xây nhà, xây sửa nhà cửa, mua các phương tiện đi lại, mua các công cụ dụng cụ phục vụ hoạt động sản xuất cho nông dân (không phải để sinh lợi)... Do vậy nhiều người có nhu cầu vay vốn nhưng nếu chỉ vay theo mức mà Chi nhánh giới hạn thì khách hàng sẽ không vay nữa vì không những không đủ tiền phục vụ cho nhu cầu của mình mà còn có thể mất nhiều thời gian giao dịch với ngân hàng nếu chấp nhận vay. Chi nhánh nên linh hoạt về mức cho vay đối với từng đối tượng khách hàng. Nếu một khách hàng có thu nhập cao và họ chứng minh được thu nhập của họ là dài hạn thông qua các hợp đồng lao động thì Chi nhánh có thể xem xét cho vay với mức cao hơn và với thời hạn dài hơn mà không sợ rủi ro.

Đối với cho vay có tài sản đảm bảo, tùy vào các sản phẩm tiêu dùng khác nhau có mức cho vay tối đa khác nhau. Như cho vay mua nhà từ 70% - 100% tổng chi phí ngôi nhà (tùy tài sản đảm bảo); cho vay mua xe từ 80% -100% giá trị xe.

3.2.1.2 Lãi suất vay tiêu dùng

Hiện nay cho vay đối với sản xuất kinh doanh thường có lãi suất thấp hơn lãi suất cho vay tiêu dùng khoảng 3- 5%/năm. Điều này là không phù hợp với thực tế vì mục đích của vay tiêu dùng không phải để sinh lãi. Do vậy để xây dựng lãi suất hấp dẫn khách hàng mà lại phải hợp lý, vừa bù đắp được chi phí, vừa mang lại lợi nhuận thì Chi nhánh nên áp dụng mức lãi suất đa dạng cho từng loại khách hàng, tạo được sự hài hoà cân đối giữa lợi ích ngân hàng và lợi ích khách hàng. Cụ thể:

- Đa dạng hóa các hình thức trả lãi để tạo điều kiện phù hợp với các đặc điểm nhu cầu của khách hàng. Dựa vào từng lãi suất, từng kỳ hạn, khách hàng có cơ hội lựa chọn các khoản vay thích hợp, đảm bảo cho hoạt động của họ có kết quả cao, đảm bảo trả nợ ngân hàng đúng hạn.

- Lãi suất phải linh hoạt theo đối tượng vay vốn. Với các khách hàng quen thuộc, có uy tín thì Chi nhánh có thể áp dụng một mức lãi suất ưu đãi. Điều đó củng cố mối quan hệ lâu dài với khách hàng, vừa khuyến khích cho khách hàng tăng cường mối quan hệ với Chi nhánh, vừa tích cực làm ăn có hiệu quả, trả nợ lãi và gốc đúng hạn cho ngân hàng.

3.2.1.3 Nâng cao chất lượng công tác thẩm định xét duyệt cho vay tiêu dùng

Mục đích của tín dụng tiêu dùng là đáp ứng kịp thời nhu cầu về vốn cho khách hàng. Vì vậy, trong mối quan hệ tín dụng với ngân hàng các khách hàng phải giải trình mục đích vay, kế hoạch trả nợ... của mình để xin vay vốn. Ngân hàng muốn đạt hiệu quả cao khi cho vay cần phải làm tốt công tác thẩm định xét duyệt cho vay và phải thực hiện đúng quy trình tín dụng nhằm nâng cao chất lượng tín dụng giảm thiểu rủi ro cho ngân hàng, góp phần thúc đẩy hoạt động kinh doanh phát triển. Việc thẩm định cần tập trung vào các vấn đề:

- Hồ sơ, thủ tục vay vốn của khách hàng cần phải đầy đủ, hợp lệ, hợp pháp theo chế độ quy định, nếu xảy ra tranh chấp tố tụng thì nó đảm bảo an toàn về mặt pháp lý cho ngân hàng.

- Phải thực hiện theo đúng quy trình tín dụng của NHCT, không được bỏ qua bước nào, không được làm tắt.

Những tồn tại nhất định trong công tác thẩm định có thể là một trong những nguyên nhân làm tăng nợ quá hạn. Vì vậy, trong quá trình thẩm định cán bộ tín dụng cần điều tra về uy tín, tư cách của khách hàng nhằm mục tiêu hạn chế mức thấp nhất rủi ro do chủ quan gây ra như: Về đạo đức, năng lực, trình độ học vấn...

Nếu ngân hàng chỉ quan tâm đến việc mở rộng tín dụng mà không quan tâm đúng mức đến công tác kiểm tra, kiểm soát thì chất lượng tín dụng sẽ giảm, từ đó dẫn đến nợ quá hạn và nợ khó đòi sẽ tăng lên. Do đó, sau khi cho vay các cán bộ tín dụng phải thường xuyên kiểm tra, giám sát khách hàng xem họ sử dụng vốn vay như thế nào, có đúng mục đích như đã ký kết trong hợp đồng hay không. Nếu khách hàng có xu hướng sử dụng vốn vay không đúng mục đích thì ngân hàng cần phải có những động thái để khách hàng cần sử dụng vốn vay đúng mục đích hay như các cán bộ tín dụng có thể đưa ra những lời khuyên để giúp khách hàng sử dụng nguồn

vốn vay đó có hiệu quả hơn. Có như vậy mới đảm bảo được nguồn trả nợ sau này và như thế sẽ giảm thiểu được rủi ro không trả được nợ của khách hàng.

3.2.1.4 Mở rộng hình thức cho vay tiêu dùng

Hiện nay, chi nhánh VCB.QB mới chỉ áp dụng hình thức cho vay tiêu dùng trực tiếp, tức là cán bộ tín dụng tiếp xúc với khách hàng để cho vay cũng như thu nợ một cách trực tiếp. Với hình thức này, chi nhánh đã thực hiện có hiệu quả, tuy nhiên trong thời gian tới khi số lượng khách hàng tăng lên nhiều thì chi nhánh cần phát triển các hình thức cho vay mới nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Bên cạnh hình thức cho vay trực tiếp, VCB.QB nên nghiên cứu việc triển khai phương thức cho vay tiêu dùng gián tiếp thông qua các nhà phân phối và nhà sản xuất tạo thuận lợi cho các bên tham gia. Đối với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh thì bán được hàng hóa nhiều hơn, gia tăng sản xuất, đẩy nhanh tốc độ tiêu thụ sản phẩm. Đối với người tiêu dùng thì được sử dụng hàng hóa trước, thanh toán sau. Đối với ngân hàng thì mở rộng được hoạt động cho vay tiêu dùng, thu hút được nhiều đối tượng khách hàng hơn.

Trong điều kiện ngày nay, các doanh nghiệp trong nước đang được người dân tin cậy và sử dụng nhiều hàng hóa nội địa vì chất lượng và mẫu mã hàng hóa ngày càng phong phú, đa dạng. Đây là điều kiện tốt để các ngân hàng và các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trong nước liên kết với nhau. Tuy nhiên, khi áp dụng hình thức cho vay này, ngân hàng gặp phải một số rủi ro như: trình độ thẩm định khách hàng của công ty sản xuất, nhà phân phối hạn chế, thiếu sự kiểm soát của ngân hàng khi doanh nghiệp thực hiện bán lẻ hàng hóa, dịch vụ, các tổ chức trung gian này có thể chiếm dụng vốn của ngân hàng...

3.2.2 Thắt chặt mối quan hệ với khách hàng truyền thống đi đôi với việc khai thác khách hàng tiềm năng

3.2.2.1 Mở rộng đối tượng khách hàng

Hiện nay, đối tượng cho vay tiêu dùng chủ yếu mà Chi nhánh VCB.QB đang phục vụ là những cá nhân có tài sản thế chấp và công nhân chức nhà nước có thu nhập ổn định với phương thức cho vay trả góp. Đối với những khách hàng này,

Chi nhánh cần có chính sách ưu đãi để thu hút họ đến với Chi nhánh nhiều hơn và sử dụng các dịch vụ của Chi nhánh.

Những khách hàng thường xuyên hiện nay mà Chi nhánh đang thực hiện cho vay tiêu dùng (như đội ngũ giáo viên, lực lượng cán bộ nhân viên ngành công an, cán bộ công nhân viên có thu nhập ổn định) lại chỉ chiếm một phần nhỏ trong dân cư. Trong khi đó trên địa bàn Quảng Bình, những người có nhu cầu vay tiêu dùng như buôn bán nhỏ, làm việc tại các công ty tư nhân, công ty liên doanh, công ty cổ phần. Trong số đó, rất nhiều người không những có thu nhập ổn định mà còn khá cao. Xét cho cùng, các đối tượng cho vay tiêu dùng mà Chi nhánh nhắm vào chính là những người có thu nhập ổn định, có khả năng thanh toán. Vì vậy, đây chính là nguồn khách hàng có tiềm năng rất lớn mà Chi nhánh cần có chính sách để khai thác nhằm mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng của mình.

Các hộ kinh doanh nhỏ thường có vốn khá lớn và việc vay tiêu dùng của họ như là một sự hỗ trợ tạm thời khi tiền vốn còn đang bị đóng băng vào hàng hoá, và họ hoàn toàn có khả năng trả nợ đủ và đúng hạn cho ngân hàng. Ngoài ra, chi nhánh cần mở rộng cho vay tiêu dùng đối với các đối tượng nhân viên làm việc trong các loại hình doanh nghiệp nhỏ và vừa có thu nhập tương đối cao và ổn định so với mặt bằng thu nhập bình quân trên địa bàn tỉnh. Trên địa bàn tỉnh có nhiều doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả, có uy tín trên thị trường, Chi nhánh thực hiện cho vay tiêu dùng nhằm vào các đối tượng có hợp đồng dài hạn tại các doanh nghiệp uy tín này là có cơ sở mà không sợ rằng không thu hồi được nợ. Đối với các đối tượng này, Chi nhánh có thể cho vay theo hình thức tín chấp và theo phương thức trả góp.

3.2.2.2 Đa dạng hóa các sản phẩm cho vay tiêu dùng

Việc mở rộng đối tượng cho vay tiêu dùng sẽ tạo điều kiện làm đa dạng các khoản mục cho vay vì nhu cầu tiêu dùng của mỗi cá nhân rất phong phú: vay để thanh toán hàng hoá- dịch vụ, để mua sắm đồ dùng sinh hoạt gia đình hoặc là nhu cầu cho con đi học đại học, khám chữa bệnh.... Chi nhánh VCB.QB đã chú trọng đến những nhu cầu đó của khách hàng nhưng chưa đáp ứng tốt, chỉ phục vụ mục đích mua sắm đồ dùng và xây sửa nhà cửa là chủ yếu, trong khi các nhu cầu khác như: học hành, chữa bệnh, du lịch, cưới hỏi... rất ít. Chi nhánh cần chú trọng mở rộng đối tượng cho vay các mục đích này hơn nữa không những thu hút thêm khách

hàng, mở rộng thị phần mà còn tăng sức cạnh tranh giữa các ngân hàng trong cùng địa bàn. Tuy nhiên, việc thu hút nhóm khách hàng có mục đích trên không phải dễ dàng đối với Chi nhánh vẫn còn non trẻ như VCB.QB. Vì vậy, Chi nhánh nên chủ động tiếp cận với những khách hàng này thông qua việc hợp tác với các công ty, những người môi giới có liên quan đến nhu cầu của khách hàng. Cụ thể như hợp tác với các công ty sản xuất ô tô, xe máy; các trung tâm nhà đất; các công ty du lịch; hay các công ty xuất khẩu lao động,... Bên cạnh đó, Chi nhánh cũng nên có những buổi hội thảo để giới thiệu cho khách hàng về các loại sản phẩm tín dụng tiêu dùng và tiện ích của sản phẩm này đối với khách hàng, nhằm quảng bá thương hiệu, tạo mối liên hệ thường xuyên với khách hàng.

Đối với các NHTM hiện nay đã triển khai sản phẩm cầm cố cổ, phiếu trái phiếu (do công ty hoặc các ngân hàng phát hành), loại hàng hóa này hiện đang được giao dịch rất phổ biến trên thị trường, nhiều ngân hàng đã thu được nhiều lợi nhuận từ hàng hóa này. VCB.QB hiện vẫn chưa triển khai sản phẩm cầm cố cổ phiếu, trái phiếu do các tổ chức phát hành. Do đó Chi nhánh nên triển khai loại sản phẩm này nhằm vừa thu được lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh tín dụng vừa cung cấp cho khách hàng đa dạng các sản phẩm tiêu dùng. Tuy nhiên, tỷ lệ cho vay loại này chịu ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố, như tình hình tài chính, uy tín của tổ chức phát hành, biến động giá cả của thị trường chứng khoán,... Do đó, đòi hỏi Ban lãnh đạo cần phải có tầm nhìn chiến lược về sự biến động của thị trường chứng khoán, từ đó quyết định mức cho vay hợp lý, hạn chế rủi ro khó thu hồi nợ.

3.2.3 Hoàn thiện chính sách thu hút khách hàng

- **Đẩy mạnh phát triển các sản phẩm phi tín dụng:** như các dịch vụ thanh toán, chuyển tiền trong và ngoài nước, dịch vụ tiền gửi, thẻ ATM, thẻ tín dụng và các loại thẻ khác (thẻ Visa, Mastercard,...), dịch vụ thanh toán lương qua ngân hàng, dịch vụ giữ hộ, ủy thác đầu tư,... Các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng càng đa dạng, tiện ích sẽ thu hút được nhiều khách hàng, đặc biệt thu hút được nhiều khách hàng cá nhân vay tiêu dùng.

Trong năm 2009, tất cả các chỉ tiêu về thẻ của Vietcombank đều vượt kế hoạch đề ra cả về số lượng thẻ mới phát hành cũng như doanh số thanh toán.

Vietcombank là ngân hàng có số lượng thẻ phát hành và doanh số thanh toán không ngừng gia tăng qua các năm và luôn giữ vị trí dẫn đầu về các chỉ tiêu này trên thị trường thẻ Việt Nam. Tổng số lượng thẻ do Vietcombank phát hành được 966.243 thẻ, tăng 11,7% so với năm 2008. Doanh số thanh toán thẻ quốc tế đạt 567 triệu USD, đạt 105,5% kế hoạch năm. Vietcombank hiện chiếm hơn 53% thị phần thanh toán thẻ quốc tế, gần 36% thị phần phát hành thẻ quốc tế, 21% thị phần phát hành thẻ nội địa và hơn 33% thị phần doanh số sử dụng hệ các loại.

Vietcombank luôn chú trọng đầu tư cho hoạt động phát triển mạng lưới, tạo cơ sở hạ tầng kỹ thuật để thúc đẩy hoạt động thanh toán và sử dụng thẻ của khách hàng được thuận lợi, dễ dàng và hiệu quả. Đến cuối năm 2009, Vietcombank tiếp tục là ngân hàng có mạng lưới ATM cũng như POS lớn nhất thị trường với gần 15% thị phần về số lượng ATM (1.530 máy) và hơn 26% thị phần mạng lưới POS (hơn 9.700 máy POS). Từ tháng 4/2009 Vietcombank triển khai dịch vụ thanh toán trực tuyến trên internet cho thẻ quốc tế và thẻ nội địa đáp ứng được yêu cầu sử dụng thẻ của khách hàng và bắt kịp với xu thế phát triển của thị trường.

Nhìn chung, các sản phẩm dịch vụ của VCB.QB trong những năm gần đây đã được Ban lãnh đạo đầu tư phát triển. Chi nhánh đã áp dụng công nghệ hiện đại nhằm hỗ trợ hoạt động bán lẻ. Trong năm 2009, Chi nhánh đã từng bước hoàn thiện các chính sách đối với khách hàng cá nhân, điều chỉnh theo sát với thị trường và đã đạt được thành tựu nhất định. Dư nợ đối với cho vay tiêu dùng tăng nhanh, số lượng khách hàng ngày càng tăng... VCB.QB cần chú trọng đầu tư phát triển hơn nữa các sản phẩm dịch vụ cá nhân và nhất là trong giai đoạn hiện nay: kinh tế Việt Nam đang trên đà phát triển, mức sống người dân tăng cao, nhu cầu giao dịch qua ngân hàng ngày càng phổ biến. Đây là nguồn thu khá lớn, chiếm một tỷ trọng cao ở các ngân hàng cổ phần hiện nay (trên 30% tổng lợi nhuận).

VCB.QB cần đẩy mạnh phân bổ mạng lưới máy ATM tại các trung tâm thương mại, đông dân cư, nhằm tạo sự thuận lợi cho người dân khi sử dụng dịch vụ tiện ích của VCB. Mặt khác, đây cũng là cách đưa thương hiệu VCB dần dần trở nên quen thuộc trong dân cư.

- **Thiết kế chương trình quảng cáo hấp dẫn:** Về công tác tuyên truyền quảng cáo sản phẩm dịch vụ và thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng: Một trong những đòi hỏi khắt khe của sản phẩm cho vay tiêu dùng là sự thuận tiện cho khách hàng. Khi tạo ra gói sản phẩm cho vay tiêu dùng, ngân hàng phải chủ động khuếch trương thông qua công nghệ và các phương tiện thông tin đại chúng để người tiêu dùng biết, hiểu về sản phẩm dịch vụ của ngân hàng. Khách hàng được thu hút và biết đến dịch vụ của ngân hàng có thể thông qua hoạt động marketing của ngân hàng. Do đó, ngân hàng khó có thể đẩy mạnh được hoạt động cho vay tiêu dùng nếu không thông tin đầy đủ để hấp dẫn, thu hút khách hàng và sản phẩm dịch vụ không thực sự tạo được sự thuận tiện cho khách hàng. Một vấn đề khác nữa để thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ cho vay tiêu dùng là trong giao tiếp và cung ứng dịch vụ cho khách hàng, cán bộ ngân hàng cần có thái độ tận tình, chu đáo, phục vụ văn minh và lịch sự. Phương châm “khách hàng luôn luôn đúng” hoặc “khách hàng là thượng đế” phải được ngân hàng quán triệt đến từng cán bộ, nhân viên và có cơ chế giám sát, động viên, khuyến khích, khen thưởng, duy trì thực hiện thường xuyên trong toàn hệ thống. Nhằm quảng bá thương hiệu VCB.QB đến mọi người dân Việt Nam, thông qua các phương tiện đại chúng, như báo chí, đài truyền hình, radio hoặc các chương trình khuyến mãi, rút thăm trúng thưởng hoặc chương trình diễn hành,... Mặt dù, các phương tiện truyền thông hiện nay rất phổ biến, nhưng thông tin về VCB đến người dân còn bất cập. Công tác quảng cáo thương hiệu VCB ở dân chúng trong các năm qua còn yếu, chưa có đầu tư hiệu quả, thương hiệu VCB chỉ được các doanh nghiệp, tổ chức có quan hệ tín dụng biết đến, trong khi đó cá nhân thì ít được biết đến. Đây là một hạn chế rất lớn đến tốc độ phát triển của sản phẩm cá nhân của VCB trong thời gian qua, nhất là sản phẩm tín dụng tiêu dùng. Do vậy, VCB.QB cần thiết lập một phận chuyên nghiên cứu sản phẩm và quảng bá thương hiệu VCB mang tính chuyên môn, có đầu tư hiệu.

- **Thị trường giao dịch bất động sản:** Nhằm phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng cho khách hàng cá nhân, như cho vay mua, xây dựng, sửa chữa nhà ở, đất ở, vay phục vụ chi tiêu sinh hoạt gia đình, cho vay du học, mua xe ô tô,... hầu hết các

sản phẩm cho vay tiêu dùng này đều có liên quan đến giao dịch bất động sản (nhà ở, đất ở). Do đó, nhằm tạo điều kiện thuận lợi trong giao dịch khách hàng, VCB.QB cần thành lập một bộ phận giao dịch về bất động sản: chuyên cung cấp các dịch vụ mua, bán nhà cửa cho khách hàng. Như vậy, thông qua ngân hàng, khách hàng có thể đến để thực hiện các giao dịch mua – bán nhà ở, đất ở và xin cấp tín dụng rất an toàn và tiện lợi. Mặt khác, ngân hàng sẽ có được nguồn thu phí từ các giao dịch trên. Có thể nói đây là một dịch vụ hỗ trợ trọn gói rất tiện ích cho cả khách hàng và ngân hàng.

- Một kênh phát triển sản phẩm tín dụng tiêu dùng không kém phần quan trọng là VCB.QB cần mở rộng mối quan hệ với các công ty, trung tâm về giao dịch bất động sản hoặc các cơ quan chức năng về bất động sản (như Sở Tài nguyên - Môi trường, Ủy ban nhân dân, phòng công chứng,...), nhằm cập nhật các thông tin về bất động sản kịp thời và tiếp thị các sản phẩm dịch vụ, tín dụng đến những người đang sở hữu tài sản có giá trị.

3.2.4. Hoàn thiện Phương pháp quản trị khoản vay tiêu dùng

- **Duy trì liên hệ thường xuyên với khách hàng:** Cán bộ tín dụng nên thường xuyên liên hệ với khách hàng (trung bình 2 lần/tháng) là cách hiệu quả để có thông tin về tình hình tài chính của khách hàng (như việc làm có thay đổi không, chức vụ như thế nào, địa chỉ công tác,... trường hợp kinh doanh thì hoạt động sản xuất kinh doanh tiến triển như thế nào), thông tin về chỗ ở, quan hệ gia đình,... Khi cán bộ tín dụng nhận thấy có dấu hiệu cảnh báo gây bất lợi đến khả năng trả nợ của khách hàng hoặc có thể ảnh hưởng làm giảm giá trị tài sản đảm bảo, cán bộ tín dụng hãy báo cáo với Lãnh đạo để tìm kiếm giải pháp, ngăn chặn tình trạng mất khả năng trả nợ vay ngân hàng.

Mặt khác, cán bộ tín dụng nên tái định giá tài sản đảm bảo lại (06 tháng hoặc 12 tháng một lần), nếu giá trị tài sản giảm thì phải yêu cầu khách hàng bổ sung tài sản đảm khác hoặc giảm dư nợ vay xuống nhằm đảm bảo an toàn tín dụng cho Ngân hàng.

- **Thực hiện chính sách quản lý khoản vay an toàn, hạn chế rủi ro:** đối với những khoản vay tiêu dùng có tài sản đảm bảo, VCB.QB nên đề nghị khách hàng mua bảo hiểm thiệt hại về tài sản trong suốt thời gian vay, người thụ hưởng là VCB.QB:

+ Tài sản đảm bảo là nhà ở, đất ở: mua bảo hiểm hỏa hoạn, chất nổ.

+ Tài sản đảm bảo là phương tiện đi lại (xe ô tô, xe buýt,...): mua bảo hiểm về vật chất xe.

Sự phối hợp chặt chẽ giữa lãnh đạo, cán bộ tín dụng và cán bộ tín dụng quản lý giải ngân trong việc quản lý hồ sơ vay khách hàng: cán bộ tín dụng nên có một kế hoạch quản lý khách hàng mình, như: lập danh sách khách hàng theo dõi thường xuyên, tránh tình trạng thiếu sót dẫn đến tình trạng nợ quá hạn. Đồng thời, cán bộ tín dụng quản lý giải ngân có trách nhiệm lưu giữ hồ sơ vay cẩn thận, rõ ràng, tránh thất lạc và có sự phối hợp với cán bộ tín dụng đôn đốc khách hàng thu nợ đúng hạn.

3.2.5 Hoàn thiện chính sách xếp hạng tín dụng cá nhân

Mục tiêu đặt ra đối với hệ thống XHTD của Vietcombank trước hết là nhằm kiểm soát rủi ro tín dụng hiệu quả hơn khi kết quả xếp hạng phản ánh được mức độ rủi ro của danh mục tín dụng, trên cơ sở đó giúp ra quyết định tín dụng chính xác. Bên cạnh đó, hệ thống XHTD sau điều chỉnh phải đảm bảo khả năng quản trị tín dụng thống nhất toàn hệ thống, đây là căn cứ để Vietcombank có thể dự báo được tổn thất tín dụng theo từng nhóm khách hàng, từ đó xây dựng chiến lược và chính sách tín dụng phù hợp.

Hoàn thiện hệ thống XHTD cũng đặt ra yêu cầu vừa phải phù hợp với thông lệ quốc tế nhưng không xa rời với điều kiện kinh doanh riêng biệt của Vietcombank, vừa phải đảm bảo tính linh hoạt có thể điều chỉnh phù hợp với những biến động của điều kiện kinh doanh trong tương lai, kết quả xếp hạng khách hàng phải tính đến những dự báo về nguy cơ vỡ nợ dẫn đến mất khả năng thực hiện các nghĩa vụ tài chính đối với ngân hàng, các chỉ tiêu chấm điểm XHTD trong mô hình phải đảm bảo không quá phức tạp và sát với thực tế để cán bộ nghiệp vụ tin tưởng

sử dụng. Vietcombank được các chuyên gia tài chính thuộc WorldBank tư vấn trong xây dựng mô hình XHTD doanh nghiệp và cá nhân áp dụng tại chi nhánh, do vậy các mô hình này tương đối phù hợp với tiêu chuẩn đang sử dụng của nhiều tổ chức tín nhiệm trên thế giới. Mô hình XHTD của Vietcombank tuân theo các trình tự, tiêu chí rất nghiêm ngặt và chặt chẽ, bao gồm: Hệ thống các tiêu chí đánh giá và điểm trọng số; cách xác định giá trị của từng tiêu chí đánh giá; cách quy đổi giá trị sang điểm của tiêu chí đánh giá; cách XHTD khách hàng và quan điểm cấp tín dụng theo từng mức xếp hạng.

Đối với mô hình chấm điểm XHTD cá nhân, giúp ngân hàng kiểm soát rủi ro tín dụng tiêu dùng hiệu quả hơn với kết quả xếp hạng phản ánh được mức độ rủi ro của danh mục tín dụng cá nhân, trên cơ sở đó để chi nhánh xác định mức phí phù hợp đối với hoạt động tín dụng tiêu dùng. Thông qua các mô hình XHTD đối với khách hàng cá nhân đã giúp chi nhánh đưa ra những chính sách lãi suất thích hợp với từng khách hàng và từng nhóm khách hàng khác nhau, từ đó tạo điều kiện để chi nhánh mở rộng đối tượng khách hàng, xác định điều khoản hạn chế trong hợp đồng; điều kiện về bảo đảm tiền vay... Mặt khác, với mô hình XHTD cá nhân giúp ngân hàng nâng cao chất lượng cấp phát tín dụng của mình, tạo điều kiện mở rộng hoạt động cho vay trong lĩnh vực tiêu dùng, tăng cường hiệu quả quản trị rủi ro tín dụng tiêu dùng.

3.2.6. Các giải pháp hỗ trợ

3.2.6.1 Nâng cao công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực

Hoạt động kinh doanh ngân hàng nói chung và tín dụng nói riêng, trước hết phải có đội ngũ cán bộ và lãnh đạo có trình độ nghiệp vụ cao, trình độ quản lý, điều hành, trung thực, tâm huyết với nghề nghiệp mới có thể hoàn thành nhiệm vụ, đạt kết quả cao trong kinh doanh. Vì vậy, cần phải tăng cường đào tạo, nâng cao trình độ cho cán bộ ngân hàng, đặc biệt là cán bộ tín dụng.

Cán bộ tín dụng có vai trò quyết định đến chất lượng tín dụng ở chỗ họ có chức năng kiểm tra giám sát tốt khoản vay, giúp cho việc sử dụng vốn của khách hàng đạt hiệu quả cao. Vì vậy cán bộ tín dụng phải giỏi về nghiệp vụ tín dụng, hiểu

biết kiến thức về thị trường và pháp luật, có đạo đức nghề nghiệp (trung thực, tự giác, trách nhiệm...) có tác phong giao dịch tốt... trên cơ sở đó có thể hiểu biết về khách hàng, quyết định đối tượng đầu tư cho vay đúng hướng, khách quan, có khả năng thu hồi vốn cao. Do vậy cần phải tăng cường đào tạo và đào tạo lại cán bộ ngân hàng nói chung và đội ngũ cán bộ tín dụng nói riêng một cách toàn diện, liên tục, có hệ thống để không ngừng nâng cao trình độ nhận thức, năng lực công tác. Bên cạnh đó đội ngũ nhân viên giao dịch ở các phòng ban như phòng kế toán, phòng ngân quỹ cũng cần được tiếp tục bồi dưỡng chuyên sâu về nghiệp vụ khả năng làm việc và khả năng giao tiếp văn minh lịch sự, có sức thu hút, hoà nhã và tôn trọng khách hàng. Giao tiếp với khách hàng có ý nghĩa quan trọng trong việc thu hút khách hàng đến với ngân hàng đồng thời góp phần tạo nên hình ảnh của Chi nhánh. Cụ thể ngân hàng cần phải tổ chức và thực hiện tốt các công tác sau:

- VCB.QB cần thiết lập một trung tâm chuyên đào tạo cán bộ về các sản phẩm của VCB.QB, bao gồm cả dịch vụ tín dụng và phi tín dụng. Chương trình đào tạo nhằm khái quát quy trình, quy chế trong quá trình tác nghiệp của VCB.QB. Mặt khác, VCB.QB nên thường xuyên tổ chức các lớp nghiệp vụ nhằm nâng cao kiến thức, truyền đạt kinh nghiệm cho cán bộ trẻ.

- Tăng cường công tác giáo dục, nâng cao tinh thần trách nhiệm cao trong công việc của từng cán bộ, triệt tiêu tư tưởng thờ ơ, làm việc thiếu trách nhiệm, thiếu nhiệt tình của từng cán bộ. Tuyên truyền tác phong làm việc có kế hoạch, có tổ chức của cán bộ, mà trước tiên Ban Lãnh đạo phải làm gương cho nhân viên của mình.

- Ban Lãnh đạo quan tâm đến đời sống của nhân viên mình, có những chính sách hỗ trợ hợp lý, tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên làm việc tốt. VCB.QB nên có chính sách lương cao, đảm bảo cuộc sống của nhân viên tốt, nhằm hạn chế tình trạng chảy chất xám của VCB.QB, nhất là đối với tầng lớp trẻ.

- Triệt tiêu tình trạng tham nhũng, tiêu cực trong tư tưởng ở mọi cấp, đề cao tinh thần khách quan trong công việc, tránh vì lợi riêng xét duyệt hồ vay không tốt,

gây thiệt hại cho ngân hàng. Ban lãnh đạo nên có xử lý nghiêm minh đối với từng trường hợp vi phạm.

- VCB.QB có chính sách khen thưởng những nhân viên công tác xuất sắc, nhằm khuyến khích mọi người phấn đấu tích cực trong công việc.

3.2.6.2 Nhóm giải pháp hiện đại hóa cơ sở vật chất, mở rộng mạng lưới hoạt động

Trong xu thế đổi mới hệ thống ngân hàng ở nước ta hiện nay, hiện đại hoá công nghệ ngân hàng là một yêu cầu lớn và cần thiết đối với bất cứ một NHTM nào muốn tồn tại và phát triển lâu dài. Chi nhánh cũng không nằm ngoài xu thế đó, luôn phải tiếp cận nhanh công nghệ ngân hàng hiện đại, đổi mới công nghệ nhằm tăng năng suất lao động, rút ngắn thời gian thực hiện các quy trình nghiệp vụ, hoàn thành khối lượng công việc ngày càng nhanh chóng; đồng thời từ đó hình thành và phát triển thêm sản phẩm, dịch vụ đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Cụ thể:

- Hiện đại hoá công tác thanh toán: Chi nhánh đẩy mạnh cung cấp các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt nhằm mục tiêu thu hút các thành phần kinh tế đến giao dịch với ngân hàng. Chi nhánh có thể phát triển các sản phẩm cho vay tiêu dùng đối với những khách hàng có tài khoản tiền gửi tại ngân hàng: như cho vay thấu chi, phát hành thẻ tín dụng. Và việc khách hàng trả nợ ngân hàng cũng dễ dàng hơn thông qua khấu trừ vào tài khoản mà không cần phải đến ngân hàng nhiều lần. Mở rộng các hoạt động dịch vụ như các dịch vụ thanh toán, dịch vụ bảo hiểm, dịch vụ tiền mặt, dịch vụ kết sắt... tới các tổ chức kinh tế và cá nhân có nhu cầu. Tập trung phát triển dịch vụ thẻ, máy ATM và công nghệ ngân hàng mới hiện đại.

- Trang bị cơ sở vật chất kỹ thuật và công nghệ thông tin để khách hàng có thể thấy được tính hiện đại của ngân hàng. Cụ thể trang bị các loại máy tính, máy móc thanh toán ở trụ sở giao dịch, quầy giao dịch phù hợp cho giao tiếp. Ngoài việc mua sắm sửa chữa các cơ sở vật chất cũ hay bị hư hỏng Chi nhánh cũng nên quan tâm chú ý đến cách bố trí, sắp xếp đồ đạc tranh ảnh, áp phích nhằm tạo ra một không gian hài hoà, tạo nên một sự thoải mái và tiện nghi cho khách hàng.

- Tiếp tục mở rộng mạng lưới hoạt động: Mở các Chi nhánh đến phường, xã những vùng sản xuất hàng hóa tập trung, nơi có mật độ dân cư cao, đảm bảo khả năng quản lý của ngân hàng cấp trên cũng như tại chi nhánh ngân hàng liên xã. Đồng thời, bố trí cán bộ nghiệp vụ và lãnh đạo có trình độ, năng lực phẩm chất đạo đức tốt, trung thực. Những khu vực chưa mở được Chi nhánh, do môi trường có nhiều khó khăn, sản xuất hàng hóa chưa phát triển, thu nhập còn thấp, nhu cầu về vốn cho đầu tư phát triển chưa nhiều, chưa có hiệu quả tín dụng, có thể bố trí thành ngân hàng lưu động hoặc các điểm giao dịch nhằm cung cấp sản phẩm của ngân hàng đến nhiều đối tượng khách hàng khác nhau.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Trên cơ sở lý luận chung về tín dụng tiêu dùng và mở rộng tín dụng tiêu dùng, thực trạng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại chi nhánh NHTMCP Ngoại thương Quảng Bình, luận văn đã đề xuất một số giải pháp cơ bản để mở rộng tín dụng tiêu dùng tại VCB.QB. Đây là những giải pháp có tính khả thi, trên cơ sở đó từng bước mở rộng hoạt động tín dụng tiêu dùng của chi nhánh. Tín dụng tiêu dùng ngày càng phát triển và đóng góp một phần không nhỏ vào thu nhập của chi nhánh. Trong thời gian tới chi nhánh cần có những chiến lược hiệu quả khai thác tiềm năng dồi dào của thị trường này. Đồng thời, trong chương còn nêu lên những kiến nghị trong cải cách đối với cơ quan chức năng nhà nước trong việc xây dựng môi trường kinh doanh lành mạnh, hiệu quả, hệ thống luật thống nhất, an toàn cho cả ngân hàng và khách hàng.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Mặc dù cho vay tiêu dùng của ngân hàng mới được triển khai những năm gần đây nhưng nó đã khẳng định vai trò tích cực của mình không chỉ đối với Ngân hàng, người tiêu dùng mà còn đối với nền kinh tế. Thật vậy, cho vay tiêu dùng đã trở thành mục tiêu chiến lược mang tầm quan trọng đối với các ngân hàng thương mại. Mở rộng cho vay tiêu dùng tạo điều kiện nâng cao đời sống vật chất, tinh thần của người dân, thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng ngày càng tăng. Mặt khác, mở rộng cho vay tiêu dùng giúp các nhà sản xuất – kinh doanh tăng quy mô sản xuất, tạo điều kiện cho nền kinh tế phát triển.

Đề tài nghiên cứu “Giải pháp mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương tỉnh Quảng Bình” là rất cần thiết, nhằm duy trì và phát triển khách hàng cá nhân vay tiêu dùng, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh đối với các ngân hàng thương mại hiện nay đang diễn ra gay gắt. Do vậy, VCB.QB phải không ngừng cải tiến mở rộng chính sách cho vay tiêu dùng ngày càng phù hợp với nhu cầu khách hàng, đồng thời vẫn đảm bảo ở mức độ an toàn tín dụng.

Dựa trên cơ sở số liệu điều tra, thống kê, phân tích và lý luận cơ bản, đề tài đã nêu lên những hạn chế và nguyên nhân tồn tại ảnh hưởng đến mức độ cho vay tiêu dùng chưa xứng với tiềm năng của nó tại VCB.QB. Từ đó, luận văn đã đưa ra những giải pháp, kiến nghị hiệu quả, tích cực góp phần mở rộng cho vay tiêu dùng tại VCB.QB.

Đối với cấp cơ quan nhà nước

- Chính phủ cần đầu tư phát triển công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng, phục vụ đời sống người dân. Từ đó sẽ góp phần đáng kể vào việc gia tăng mức cung về hàng hoá- dịch vụ tiêu dùng, nhằm đáp ứng được nhu cầu của công chúng ngày một tốt hơn.

- Chính phủ cần nghiên cứu để đưa ra các luật định và nghị định có liên quan về chính sách tài chính đối với nhà đất, phù hợp với điều kiện thực tế hiện nay và có giải pháp để hâm nóng thị trường bất động sản trong thời gian tới.

- Chính phủ cần có biện pháp xử lý nghiêm minh những hành vi tham nhũng dưới mọi hình thức của cán bộ, tránh hiện tượng lạm dụng chức vụ gây thiệt hại đến lợi ích của Nhà nước.

- Bên cạnh các biện pháp xử phạt, chính phủ cần có những chính sách khen thưởng đối với những lãnh đạo, cán bộ xuất sắc, hoàn thành tốt những chỉ tiêu công việc, nhằm khuyến khích tinh thần trách nhiệm làm việc của mỗi cán bộ.

Đối với Ngân hàng Nhà nước

Thứ nhất, NHNN cần tiếp tục đổi mới cơ chế lãi suất phù hợp mục tiêu chính sách tiền tệ, phù hợp với cung cầu tiền tệ và điều kiện thực tế. Khuyến khích các NHTM áp dụng cơ chế quản trị lãi suất để tránh rủi ro và có chênh lệch lãi suất đầu ra đầu vào cao hơn mức hiện nay, bảo đảm cho các NHTM đủ bù đắp chi phí, rủi ro và có lợi nhuận để phát triển bền vững.

Thứ hai, hoàn chỉnh hệ thống các văn bản pháp quy sẽ tạo nền tảng cơ sở cần thiết cho hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển. Trong thời gian tới, NHNN cần ban hành hệ thống các văn bản hướng dẫn cụ thể về các loại hình sản phẩm dịch vụ của cho vay tiêu dùng, đồng thời cũng ban hành các văn bản hỗ trợ, khuyến khích đối với cho vay tiêu dùng, tạo ra hành lang pháp lý thông thoáng và đầy đủ nhằm bảo vệ quyền lợi cho các NHTM phát triển hoạt động này.

Thứ ba, NHNN cần tạo khả năng thêm nữa cho các NHTM tự chủ, chịu trách nhiệm trong kinh doanh. Bên cạnh đó, NHNN cũng nên hỗ trợ hơn nữa cho các NHTM trong việc tổ chức những khoá học hội thảo, trao đổi kinh nghiệm về hoạt động ngân hàng nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng.

Đối với NHTMCP Ngoại thương Việt Nam

Thứ nhất, kịp thời có văn bản chỉ đạo, hướng dẫn nghiệp vụ khi có các văn bản mới của NHNN, của Chính phủ và của các ngành có liên quan đến nghiệp vụ của ngân hàng.

Thứ hai, có chiến lược khách hàng cụ thể để chỉ đạo các chi nhánh đến tiếp thị khai thác khách hàng.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. “*Một số vấn đề về tín dụng tiêu dùng hiện nay*”(2008) Ngân hàng Nhà nước Việt Nam
2. PTS. Nguyễn Đăng Dòn, “*Tiền tệ và ngân hàng*” (1998), NXB Tp. HCM.
3. TS.Phan Thị Thu Hà (2005), “*Giáo trình Ngân hàng Phát triển*”, NXB Lao động – Xã hội
4. ThS. Đinh Thế Hiền (2007),” *Quản trị tài chính công ty lý thuyết và ứng dụng*”, NXB Thống kê, Tp. HCM.
5. TS.Nguyễn Thị Mùi (2001), *Lý thuyết Tiền tệ ngân hàng*, NXB Xây dựng Hà Nội
6. PGS.Mai Siêu (2005), “*Giáo trình Tài chính và tiền tệ*”, NXB Thống kê, Hà Nội
7. PGS.TS Nguyễn Hữu Tài (2007), “*Giáo trình lý thuyết tài chính – tiền tệ*”, NXB ĐHKQTĐ, Hà Nội.
8. PGS.TS Nguyễn Thanh Tuyền (1994), “*Lý thuyết Tài chính*”, Trường Đại học Tài chính kế toán Tp HCM
9. Viện khoa học ngân hàng (1992), “*Tiền tệ ngân hàng và tín dụng*”
10. Huỳnh Vũ Như Bích (2003), “*Hoàn thiện quy trình cho vay tiêu dùng ở Ngân hàng TMCP Phương Đông*”, Khóa luận tốt nghiệp Đại học Ngân hàng, TPHCM.
11. Chính phủ (1999), “*Nghị định 178/1999/NĐ-CP*” về bảo đảm tiền vay của các tổ chức tín dụng.
12. Chính phủ (2001), *Nghị định số 16/2001/NĐ-CP* về tổ chức và hoạt động của Công ty cho thuê tài chính.
13. Chính phủ (2002), *Nghị định 85/2002/NĐ-CP* về sửa đổi bổ sung Nghị định 178/1999/NĐ-CP.
14. Tạp chí chuyên ngành của Vietcombank.
15. Trang thông tin Ngân hàng Nhà nước Việt nam [Http://www.sbv.gov.vn](http://www.sbv.gov.vn).
16. Trang thông tin Tạp chí kiểm toán Việt nam [Http://kiemtoan.com.vn](http://kiemtoan.com.vn).
17. David Cox (1997), “*Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*”, NXB Chính trị Quốc gia Hà Nội
18. David Begg (1995), “*Kinh tế học*”, NXB Giáo dục Hà Nội

19. Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình (2006-2009), *“Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh”* của Chi nhánh
20. Ngân hàng TMCP Ngoại thương chi nhánh Quảng Bình (2006-2009), *“Báo cáo cân đối kế toán”* của Chi nhánh
21. Ngân hàng TMCP Vietcombank Việt Nam, *“Báo cáo thường niên của Hội đồng quản trị”* tại Đại hội đồng cổ đông
22. www.kienthuctaichinh.com
23. Peter S.Rose, Quản trị ngân hàng thương mại, (2001), NXB Tài chính
24. www.vietcombank.com.vn
25. Nguyễn Đình Thọ - Nguyễn Thị Mai Trang (2007), *Nghiên cứu thị trường*, NXB Đại học Quốc gia TP HCM.

PHỤ LỤC

Phụ lục 1.1: PHIẾU ĐIỀU TRA KHÁCH HÀNG VAY VỐN TÍN DỤNG TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG QUẢNG BÌNH (VCB.QB)

Xin chào anh (chị)!

Hiện nay tôi đang tiến hành nghiên cứu đề tài “Giải pháp mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương tỉnh Quảng Bình”. Kính mong anh (chị) giành ít thời gian trả lời giúp tôi một số câu phát biểu sau. Xin lưu ý không có câu trả lời nào là đúng hoặc sai, tất cả các ý kiến đóng góp của các anh (chị) đều có giá trị và rất có ích cho tác giả. Tác giả rất mong có được sự hỗ trợ và cộng tác của các anh (chị).

I. Thông tin về khách hàng

1- Họ và tên khách hàng:Nam(Nữ)

2- Địa chỉ

(Xin vui lòng đánh dấu X cho sự lựa chọn cho các nội dung dưới đây)

3. Độ tuổi của Anh (Chị):

1- Từ 18 – 30 tuổi

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

4- Từ 50 - 60 tuổi

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

2- Từ 30 - 40 tuổi

5- Trên 60 tuổi

3- Từ 40 - 50 tuổi

4. Anh (Chị) thuộc thành phần nào sau đây:

1- Cán bộ công nhân viên

2- Cán bộ quản lý, điều hành

3- Kinh doanh buôn bán

4- Hiện tại chưa có việc làm

5- Học sinh, sinh viên

6- Thành phần khác(ghi rõ).....

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

5. Xin vui lòng cho biết anh (chị) đã sử dụng dịch vụ tín dụng tiêu dùng của VCB.QB trong bao lâu:

1- Dưới 1 năm

2- Từ 1-3 năm

3- Từ 3-5 năm

4- Trên 5 năm

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

II. Thông tin về vay vốn

1. Anh (chị) vay vốn nhằm mục đích:

1- Nhà ở và bất động sản

2- Mua ô tô, xe máy và các phương tiện đi lại khác

3- Xuất khẩu lao động

4- Vay du học

5- Khám chữa bệnh

6- Vay tiêu dùng khác

2. Tổng số nhu cầu vốn của anh (chị) nhằm mục đích tiêu dùng:

1- Dưới 30 triệu

4- Từ trên 100-150 triệu

2- Từ trên 30-50 triệu

5- Từ trên 150-200 triệu

3- Từ trên 50-100 triệu

6- Từ trên 200-500 triệu

3. Trong đó số vốn anh (chị) vay từ Ngân hàng là:

2- Dưới 30 triệu

3- Từ trên 30-50 triệu

4- Từ trên 50-100 triệu

5- Từ trên 100-150 triệu

6- Từ trên 150-200 triệu

7- Từ trên 200-500 triệu

4. Anh (chị) vay vốn tiêu dùng theo hình thức vay:

1- Ngắn hạn

2- Trung hạn

3- Dài hạn

5. Hình thức đảm bảo của anh (chị) là:

1- Thế chấp

2- Tín chấp

3- Cả thế chấp và tín chấp

6. Sử dụng vốn vay

1- Đúng mục đích

2- Một phần sai mục đích

3- Sai mục đích

7. Xin vui lòng cho biết ý kiến của mình về việc vay vốn tại NH VCB.QB bằng cách khoanh tròn vào những con số cho là phù hợp (1- Không hài lòng; 2- Phần nào không hài lòng ; 3- Bình thường; 4 Phần nào hài lòng- ; 5- Rất hài lòng).

Tiêu chí	Mức độ từ 1 đến 5				
	1	2	3	4	5
1. Ngân hàng luôn thực hiện đúng những gì đã giới thiệu, cam kết	1	2	3	4	5
2. Ngân hàng đáp ứng dịch vụ tín dụng đúng thời điểm.	1	2	3	4	5
3. Thời gian thẩm định khoản vay	1	2	3	4	5
4. Thời gian giải ngân vốn vay	1	2	3	4	5
5. Nhân viên tín dụng phục vụ bạn nhanh chóng, đúng hạn	1	2	3	4	5
6. Nhân viên ngân hàng phục vụ bạn tận tình	1	2	3	4	5
7. Nhân viên ngân hàng luôn sẵn sàng giúp đỡ bạn	1	2	3	4	5
8. Nhân viên ngân hàng luôn giải đáp những thắc mắc của bạn	1	2	3	4	5
9. Nhân viên ngân hàng có tính chuyên nghiệp cao	1	2	3	4	5
10 Nhân viên tín dụng có tin thần trách nhiệm cao trong công việc	1	2	3	4	5
11. Nhân viên phục vụ bạn chu đáo trong giờ cao điểm	1	2	3	4	5
12. Ngân hàng luôn thể hiện sự quan tâm đến cá nhân bạn	1	2	3	4	5
13. Ngân hàng có quan tâm hơn với khách hàng truyền thống, khách hàng có uy tín	1	2	3	4	5
14. Khi bạn gặp khó khăn ngân hàng luôn hỗ trợ bạn	1	2	3	4	5
15. Cơ sở vật chất tại các điểm giao dịch	1	2	3	4	5
16. Sản phẩm tín dụng tiêu của NH	1	2	3	4	5
17. Thời hạn vay	1	2	3	4	5
18. Lãi suất tín dụng tiêu dùng	1	2	3	4	5
19. Bạn dễ dàng tiếp cận với tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng	1	2	3	4	5
20. Điều kiện vay tín dụng tiêu dùng	1	2	3	4	5
21. Mức vay so với nhu cầu của bạn	1	2	3	4	5

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của quý Anh/Chị !

Phụ lục 2.1: Thông tin chung về đối tượng được phỏng vấn

Giới tính		
	Số quan sát	% trong cơ cấu
Nam	161	62
Nữ	99	38

Tuổi của người được phỏng vấn		
	Số quan sát	% trong cơ cấu
Từ 18 - 30 tuổi	15	5,9
Từ 30 - 40 tuổi	80	30,9
Từ 40 – 50 tuổi	103	39,5
Từ 50 – 60 tuổi	56	21,6
Trên 60 tuổi	6	2,1

Đối tượng khách hàng vay được phỏng vấn		
	Số quan sát	% trong cơ cấu
Cán bộ công nhân viên	203	78
Cán bộ quản lý điều hành	24	9,1
Học sinh, sinh viên	8	3,1
Kinh doanh buôn bán	10	3,8
Hiện tại chưa có việc làm	8	3,1
Thành phần khác	7	2,9
Tổng cộng	260	100

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Phụ lục 2.2 Mục đích vay vốn của khách hàng

Mục đích vay vốn để	Số quan sát	Tỷ lệ
Nhà ở và bất động sản	107	41,15
Cho vay hỗ trợ CBCNV & CBQLĐH tiêu dùng	35	13,46
Cho vay thấu chi	10	3,88
Mua ô tô, xe máy và các phương tiện đi lại khác	20	7,81
Du học, xuất khẩu lao động	8	3,10
Khám, chữa bệnh	7	2,50
Học tập	8	3,10
Nhu cầu đời sống khác	65	25,00
Tổng cộng	260	100,00

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Phụ lục 2.3: Nhu cầu vốn của khách hàng

Nhu cầu vốn của mục đích tiêu dùng	Tổng Nhu cầu		Trong đó: vay NH	
	Số quan sát	% trong cơ cấu	Số quan sát	% trong cơ cấu
1- Dưới 30 triệu	14	5,38	18	6,8
2- Từ trên 30-50 triệu	66	25,22	59	22,7
3- Từ trên 50-100 triệu	131	50,2	142	54,7
4- Từ trên 100-150 triệu	25	9,70	22	8,4
5- Từ trên 150-200 triệu	16	6,10	12	4,7
6- Từ trên 200-500 triệu	8	3,4	7	2,7
Tổng cộng	260	100,0	260	100,0

(Nguồn: Số liệu điều tra)

Phụ lục 2.4: Thông tin khác về vay vốn của khách hàng điều tra

Tiêu chí	Số quan sát	% trong cơ cấu
Loại vay		
Ngắn hạn	72	27,8
Trung hạn, dài hạn	188	72,2
Hình thức đảm bảo		
Thế chấp	230	88,6
Tín chấp	25	9,5
Cả thế chấp và tín chấp	5	1,9
Sử dụng vốn vay		
Đúng mục đích	252	96,9
Sai 1 phần	8	3,1

(Nguồn: Số liệu điều tra)