

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

NGUYỄN THỊ MINH NGUYỆT

MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG
TẠI CHI NHÁNH NGÂN HÀNG
NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN
QUẬN SƠN TRÀ – THÀNH PHỐ ĐÀ NẴNG

Chuyên ngành: Tài chính Ngân hàng

Mã số: 60.34.20

TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng - Năm 2014

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

Người hướng dẫn khoa học : **PGS. TS. NGUYỄN HÒA NHÂN**

Phản biện 1: **PGS. TS. LÂM CHÍ DŨNG**

Phản biện 2: **TS. TÓNG THIÊN PHƯỚC**

Luận văn đã được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 27 tháng 9 năm 2014.

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

Trung tâm Thông tin - Học liệu, Đại học Đà Nẵng

Thư viện trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, nhu cầu của con người ngày càng có xu hướng tăng cao. Đó có thể là những nhu cầu cấp bách hoặc nhu cầu nhằm cải thiện mức sống thường ngày của họ. Tuy nhiên, không phải người nào cũng có khả năng tự tài trợ cho những nhu cầu tại thời điểm phát sinh những nhu cầu đó. Vì vậy, cho vay tiêu dùng ra đời nhằm đáp ứng cho những nhu cầu phát sinh nhưng chưa chuẩn bị được nguồn chi trả cho chúng.

Trong thời gian qua Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà đã triển khai loại hình cho vay tiêu dùng cho cán bộ và nhân dân trên toàn thành phố có nhu cầu được vay vốn và đã đạt được nhiều kết quả đáng khích lệ. Tuy nhiên trong thực tế loại hình cho vay này vẫn còn một số tồn tại cần phải nghiên cứu để có các giải pháp phù hợp từng bước đẩy mạnh, mở rộng thêm hình thức cho vay này nhưng cũng không ngừng nâng cao được chất lượng tín dụng, hạn chế tối đa các rủi ro xảy ra. Đó là lý do tôi chọn đề tài *“Mở rộng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà – TP Đà Nẵng”* làm đề tài nghiên cứu cho luận văn tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa lý luận cơ bản về mở rộng cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại.

- Phân tích, đánh giá thực trạng mở rộng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà.

- Đề xuất những giải pháp nhằm mở rộng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận

Sơn Trà trong thời gian tới.

*** Câu hỏi nghiên cứu**

- Mở rộng cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại bao hàm những nội dung gì? Các tiêu chí để đánh giá kết quả và các nhân tố ảnh hưởng đến mở rộng cho vay tiêu dùng của ngân hàng là gì?

- Thực trạng các biện pháp và kết quả của mở rộng cho vay tiêu dùng tại chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà như thế nào?

- Cần tiến hành những giải pháp gì để mở rộng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh?

3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Các vấn đề lý luận về cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại và tình hình thực tiễn cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà.

- Phạm vi nghiên cứu: Luận văn chỉ nghiên cứu thực trạng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà trong giai đoạn 2011 – 2013.

4. Phương pháp nghiên cứu

Trên cơ sở vận dụng phương pháp luận duy vật biện chứng, luận văn sử dụng các phương pháp nghiên cứu cụ thể như phương pháp điều tra thống kê, tổng hợp, so sánh, phân tích... và kết hợp giữa lý luận với thực tiễn để đưa ra những nhận định, đánh giá chung về thực trạng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà, đưa ra các giải pháp mở rộng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh.

5. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận và các mục liên quan, nội dung chính của luận văn được kết cấu thành 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về mở rộng cho vay tiêu dùng của NHTM.

Chương 2: Thực trạng mở rộng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà.

Chương 3: Giải pháp mở rộng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà.

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VÀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM

1.1.1. Ngân hàng thương mại và hoạt động cho vay của NHTM

a. Khái niệm Ngân hàng thương mại

b. Hoạt động của Ngân hàng thương mại

c. Hoạt động cho vay của Ngân hàng thương mại

1.1.2. Hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại

a. Khái niệm cho vay tiêu dùng

b. Vai trò của cho vay tiêu dùng

b. Đặc điểm của cho vay tiêu dùng

c. Phân loại cho vay tiêu dùng

1.2. MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM

1.2.1. Nội dung của mở rộng cho vay tiêu dùng của NHTM

Mở rộng cho vay tiêu dùng là việc tăng quy mô cấp tín dụng cho cá nhân, hộ gia đình thông qua gia tăng về số lượng khách hàng, về dư nợ bình quân đối với khách hàng... trên cơ sở nâng cao chất lượng dịch vụ, kiểm soát được rủi ro và đảm bảo khả năng sinh lời

phù hợp với mục tiêu và chiến lược kinh doanh của ngân hàng trong từng thời kỳ.

Từ quan niệm trên ta có thể rút ra một số vấn đề như sau:

- Mở rộng cho vay tiêu dùng là sự gia tăng về quy mô và nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng.

- Mở rộng cho vay tiêu dùng phải đi đôi với việc kiểm soát rủi ro tín dụng, tức là khi tiến hành các biện pháp mở rộng cho vay tiêu dùng phải đi đôi với việc tiến hành các biện pháp nhằm giảm thiểu rủi ro cho ngân hàng.

Ngân hàng có thể thực hiện mở rộng cho vay tiêu dùng bằng các phương thức khác nhau như: Thứ nhất là mở rộng đối tượng khách hàng cho vay tiêu dùng thông qua gia tăng số lượng khách hàng vay vốn của ngân hàng. Việc gia tăng số lượng khách hàng có thể thực hiện bằng cách phát triển thị trường mới hoặc gia tăng số lượng khách hàng trên thị trường đang hoạt động. Thứ hai là gia tăng quy mô dư nợ cho vay bình quân đối với khách hàng tức là gia tăng cho vay với cùng một số lượng khách hàng, hoặc giữ nguyên mức cho vay khi số lượng khách hàng giảm, hoặc mức cho vay tăng nhanh hơn số lượng khách hàng.

Mở rộng cho vay tiêu dùng là một khái niệm cụ thể song không phải vì thế mà giới hạn cách hiểu về vấn đề này, điều đó có nghĩa là mở rộng cho vay tiêu dùng không chỉ là sự tăng lên về quy mô cho vay tiêu dùng mà còn phải nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng. Muốn giành được thị phần lớn, giữ vững và không ngừng nâng cao vị thế của mình thì Ngân hàng phải không ngừng đổi mới, nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ của mình. Chất lượng dịch vụ nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng được thể hiện qua độ an toàn, chính xác trong quá trình thực hiện các nghiệp vụ cho vay tiêu dùng; thủ tục đơn giản khi khách hàng đến vay nhằm mục

đích tiêu dùng; trụ sở được bố trí, xây dựng thuận lợi; thái độ nhân viên ngân hàng niềm nở, vui vẻ, hòa nhã... để quảng bá thương hiệu, hình ảnh của ngân hàng đến với mọi người. Chính vì vậy, vấn đề quan trọng hiện nay là làm thế nào đến nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại.

Và việc mở rộng quy mô, nâng cao chất lượng phải đi đôi với việc kiểm soát, giảm thiểu rủi ro cho ngân hàng. Rủi ro trong hoạt động của ngân hàng có nhiều loại như rủi ro lãi suất, rủi ro tỷ giá, rủi ro tín dụng... nhưng phổ biến nhất ở đây là rủi ro tín dụng trong cho vay. Việc kiểm soát rủi ro tín dụng cho vay tiêu dùng của ngân hàng được thể hiện ở hiệu quả sử dụng vốn của người vay tiêu dùng. Khách hàng sử dụng vốn vay đúng mục đích, đạt được nhu cầu tiêu dùng thông qua sự tài trợ của ngân hàng. Kiểm soát rủi ro tín dụng cho vay tiêu dùng tốt giúp ngân hàng thu hồi được gốc và lãi, bù đắp chi phí và thu được lợi nhuận. Điều này có nghĩa là ngân hàng vừa tạo ra hiệu quả kinh tế lại tạo được hiệu quả xã hội, tác động rất tích cực tới sự phát triển kinh tế.

1.2.2. Các tiêu chí đánh giá kết quả mở rộng cho vay tiêu dùng của NHTM

a. Tăng trưởng quy mô

a1. Tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng

Dư nợ cho vay tiêu dùng là chỉ tiêu phản ánh số tiền mà ngân hàng đã giải ngân cho khách hàng nhưng chưa thu lại được tại một thời điểm nhất định.

- Tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng cho biết dư nợ của cho vay tiêu dùng chiếm tỷ trọng bao nhiêu trong tổng dư nợ cho vay của ngân hàng.

- Tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng thể hiện sự biến động của dư nợ cho vay tiêu dùng trong một thời kỳ nhất định.

a2. Tăng trưởng số lượng khách hàng vay tiêu dùng

- Số lượng khách hàng là một chỉ tiêu quan trọng trong việc đánh giá công tác mở rộng cho vay tiêu dùng. Số lượng khách hàng vay tiêu dùng là tổng số khách hàng đến giao dịch tiêu dùng tại ngân hàng trong một thời kỳ nhất định. Chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng số lượng khách hàng được tính bằng hiệu số giữa số lượng khách hàng năm t với số lượng khách hàng năm $(t-1)$.

- Tốc độ tăng trưởng khách hàng cho vay tiêu dùng: Phản ánh sự biến động số lượng khách hàng cho vay tiêu dùng trong một thời kỳ nhất định, thường là 1 năm.

a3. Tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng

Dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng là chỉ tiêu thể hiện số tiền bình quân mà ngân hàng đã giải ngân cho mỗi khách hàng vay tiêu dùng.

b. Mở rộng thị phần CVTD của ngân hàng trên địa bàn

Thị phần cho vay tiêu dùng là tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng của ngân hàng so với tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của tất cả các ngân hàng trên thị trường mục tiêu.

Chỉ tiêu tăng trưởng thị phần cho thấy năng lực cạnh tranh của ngân hàng trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng.

c. Hợp lý hóa cơ cấu dư nợ cho vay tiêu dùng

Chỉ tiêu này phản ánh sự đa dạng về loại hình cho vay tiêu dùng mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng bao gồm sản phẩm cho vay mua nhà, sản phẩm cho vay mua xe, sản phẩm cho vay du học,... Khi các sản phẩm cho vay được mở rộng thì sẽ đáp ứng, thỏa mãn tốt hơn nữa nhu cầu, mong muốn của khách hàng. Qua đó thể hiện việc 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,

phù hợp với nhu cầu của khách hàng và đi theo đúng định hướng, mục tiêu của ngân hàng đặt ra trong từng giai đoạn.

d. Nâng cao chất lượng dịch vụ

Nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng là việc cải thiện hiệu quả vốn vay tiêu dùng của khách hàng cá nhân cho mục đích tiêu dùng, qua đó thu hút thêm nhiều khách hàng đến với ngân hàng. Để nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng ngân hàng phải thường xuyên thu thập các thông tin đánh giá chất lượng, thái độ phục vụ của cán bộ tín dụng từ khâu tiếp xúc tư vấn khách hàng đến lúc làm hồ sơ thủ tục vay và giải ngân cho khách hàng. Ngoài ra, ngân hàng cũng phải chú trọng đến cơ sở vật chất, sự thuận tiện cho khách hàng khi muốn giao dịch với ngân hàng.

e. Kiểm soát rủi ro

Như trên đã nói, có rất nhiều cách để kiểm soát rủi ro nhưng ở đây chủ yếu xem xét các chỉ tiêu kiểm soát rủi ro tín dụng, thường bao hàm các chỉ tiêu sau:

e1. Biến đổi cơ cấu nhóm nợ

Theo quy định của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam tại quyết định số 493/2005/QĐ-NHNN ngày 22/04/2005 [4] và quyết định số 18/2007/QĐ-NHNN ngày 25/04/2007 [5] các khoản nợ được phân thành 5 nhóm từ nhóm 1 đến nhóm 5.

Trong đó, nợ xấu là những khoản nợ từ nhóm 3 trở đi. Nợ xấu là các khoản vay có nguy cơ dẫn đến khả năng mất vốn, đem lại rủi ro cho ngân hàng. Nếu ngân hàng kiểm soát rủi ro tốt thì cơ cấu nhóm nợ của ngân hàng sẽ thay đổi theo hướng tập trung chủ yếu vào nhóm 1 và nhóm 2.

e2. Mức giảm tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng

Là tỷ lệ phần trăm giữa nợ xấu cho vay tiêu dùng và tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của NHTM ở một thời điểm nhất định. Nếu tỷ

lệ nợ xấu cao sẽ phản ánh được độ rủi ro cao. Ngược lại, nếu tỷ lệ nợ xấu thấp có nghĩa là ngân hàng có khả năng thu hồi và quản lý tốt.

e3. Mức giảm tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro

Nợ xấu càng cao thì mức trích lập dự phòng rủi ro càng cao.

e4. Mức giảm tỷ lệ xóa nợ rỗng

Xóa nợ rỗng là một số khoản cho vay không còn giá trị và ngân hàng xóa khỏi sổ sách (theo dõi ngoại bảng) được gọi là khoản cho vay được xóa nợ. Nếu một trong những khoản vay đó mà cuối cùng ngân hàng cũng thu hồi được thì khoản thu nhập đó sẽ khấu trừ tổng các xóa nợ thành khoản xóa nợ rỗng. Khoản xóa nợ rỗng là mức tổn thất thật sự, phản ánh mức rủi ro tín dụng trong hoạt động cho vay của ngân hàng. Do vậy để đánh giá chính xác hơn về mức độ rủi ro, người ta sử dụng chỉ tiêu tỷ lệ nợ xóa rỗng.

1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến CVTD của NHTM

a. Các nhân tố bên trong ngân hàng

b. Các nhân tố bên ngoài ngân hàng

CHƯƠNG 2

**THỰC TRẠNG MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG
CỦA CHI NHÁNH NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP
VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN QUẬN SƠN TRÀ**

2.1. GIỚI THIỆU VỀ NHNO & PTNT QUẬN SƠN TRÀ

**2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Chi nhánh
Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà**

2.1.2. Chức năng, nhiệm vụ

2.1.3. Cơ cấu tổ chức nhân sự

2.1.4. Khái quát tình hình hoạt động kinh doanh

a. Hoạt động huy động vốn

Bảng 2.1: Tình hình huy động vốn giai đoạn 2011-2013

Tình hình huy động vốn giai đoạn 2011-2013 từ các tổ chức kinh tế thì đều giảm dần qua các năm, trong khi đó thì tình hình huy động vốn từ tiền gửi dân cư lại tăng dần qua các năm, còn riêng tiền gửi của kho bạc thì tăng giảm mạnh qua các năm. Cụ thể là năm 2012, Chi nhánh huy động được 92,4 tỷ đồng từ tiền gửi kho bạc, tăng 59,51% so với năm 2011 nhưng sang năm 2013, Chi nhánh chỉ huy động được 58,8 tỷ đồng từ tiền gửi kho bạc. Chính vì nguồn vốn kho bạc không ổn định, tăng giảm thất thường nên Chi nhánh đã tập trung chủ yếu huy động từ tiền gửi dân cư. Vì vậy mà nguồn huy động từ dân cư chiếm tỷ trọng cao và tăng dần qua các năm. Năm 2011 huy động được 326,2 tỷ đồng và năm 2012 huy động được 448 tỷ đồng, tăng 8,11% so với năm 2011. Năm 2013 huy động được 506,8 tỷ đồng, tăng 10,81% so với năm 2012.

b. Hoạt động cho vay

Bảng 2.2: Cơ cấu dư nợ cho vay giai đoạn 2011-2013

Qua bảng số liệu, ta thấy dư nợ cho vay của Chi nhánh liên tục tăng qua các năm. Năm 2011 đạt 385 tỷ đồng, năm 2012 đạt 535,5 tỷ đồng, tăng 39,09% so với năm 2011 và đến năm 2013 dư nợ đạt 560 tỷ đồng, tăng 4,58% so với năm 2012. Nhằm thực hiện theo chỉ đạo của ngân hàng cấp trên là tỷ lệ nợ trung, dài hạn không vượt quá 40% tổng dư nợ. Vì vậy mà dư nợ ngắn hạn tại chi nhánh tăng dần qua các năm, dư nợ ngắn hạn năm 2011 là 226,8 tỷ đồng; năm 2012 đạt 330 tỷ đồng, tăng 45,5% so với năm 2011 và năm 2013 đạt 364,8 tỷ đồng chiếm 65,14% trên tổng dư nợ, tăng 10,55% so với năm 2012. Trong khi đó dư nợ trung, dài hạn năm 2012 đạt 205,5 tỷ đồng chiếm 38,38% trên tổng dư nợ và đến năm 2013 còn 195,2 tỷ đồng, giảm 5,01%.

c. Kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2011-2013

Qua bảng số liệu ta có thể thấy được hoạt động của chi nhánh các năm đều có thu đủ bù chi và có lãi. Nguồn thu chủ yếu của chi nhánh là thu từ hoạt động tín dụng, luôn chiếm tỷ trọng lớn trên 90% trên tổng thu. Năm 2012, nguồn thu từ tín dụng đạt 75,8 tỷ đồng, tăng 28,43% so với năm 2011 và đến hết năm 2013 đạt 93,69 tỷ đồng, tăng 23,6% so với năm 2012. Và do hoạt động của ngân hàng chủ yếu là huy động vốn trên thị trường để cho vay nên việc chi lãi và các chi phí kèm theo dành cho mảng hoạt động này cũng chiếm tỷ trọng cao trên 70% trên tổng chi. Năm 2012, tổng chi cho hoạt động tín dụng đạt 47,86 tỷ đồng, tăng 44,26% so với năm 2011 và đến hết năm 2013 thì tổng chi cho hoạt động tín dụng là 56,21 tỷ đồng, tăng 17,46% so với năm 2012. Nhìn chung kết quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh khá tốt, quỹ thu nhập đều tăng qua các năm. Năm 2012 đạt 20,1 tỷ đồng tăng 7,45% so với năm 2011 và đến năm 2013 đạt 27,19 tỷ đồng tăng 35,23% so với năm 2012.

2.1.5. Đặc điểm khách hàng CVTD của Chi nhánh

- Về mục đích vay vốn

+ Vay có thể chấp chủ yếu nhằm đáp ứng nhu cầu xây dựng, sửa chữa nhà cửa và một phần mua sắm dụng cụ trong gia đình...

+ Vay tín chấp chủ yếu nhằm để mua phương tiện đi lại, sửa chữa nhà cửa và mua sắm dụng cụ trong gia đình...

- Về hành vi của khách hàng

+ Mong muốn vay được càng nhiều càng tốt so với giá trị tài sản.

+ Mong muốn thủ tục nhanh gọn và sớm nhận được vốn vay.

+ Quan tâm đến lãi suất và phí trong các quan hệ khi vay vốn hoặc sử dụng dịch vụ.

+ Tâm lý ngại đến ngân hàng để tìm hiểu các thông tin, thủ tục vay mà thường được tìm hiểu, tư vấn thông qua sự giới thiệu của người quen hay tờ rơi, quảng cáo.

- Về nhu cầu vay vốn đa số khách hàng vay tiêu dùng có nhu cầu vay vốn dưới 50 triệu.

2.2. THỰC TRẠNG MỞ RỘNG CVTD CỦA CHI NHÁNH NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN QUẬN SƠN TRÀ

2.2.1. Thực trạng các biện pháp mở rộng CVTD của đơn vị đã tiến hành

a. Tìm kiếm, thu hút khách hàng

Ngân hàng đã nghiên cứu nhu cầu của các tầng lớp dân cư để phân loại khách hàng cho phù hợp với từng loại sản phẩm. Ngoài ra, ngân hàng còn mở các khóa đào tạo cơ bản cấp tốc cho những nhân viên tư vấn sản phẩm cho vay tiêu dùng và hỗ trợ thêm trong quá trình làm việc để tư vấn cho khách hàng. Thông qua việc phát tờ rơi, liên hệ qua điện thoại, mạng internet... của nhân viên tư vấn sản phẩm cho vay tiêu dùng thì hình ảnh của ngân hàng cũng được quảng bá rộng rãi và thu hút khách hàng đến giao dịch với ngân hàng nói chung và mảng cho vay tiêu dùng nói riêng.

Tuy nhiên, việc đào tạo cấp tốc không tránh khỏi những trường hợp nhân viên tư vấn không giải đáp cặn kẽ được những thắc mắc của khách hàng và những trường hợp hồ sơ đặc biệt, gây mất thời gian cho khách hàng, làm chậm quá trình làm thủ tục hồ sơ và giải ngân. Chưa kể đến việc điều chỉnh hồ sơ tới lui nhiều lần mất thời gian mà vẫn không được giải ngân, làm khách hàng khó chịu, sẽ gây hình ảnh xấu cho ngân hàng.

b. Đa dạng hóa sản phẩm CVTD đáp ứng nhu cầu của nhiều loại khách hàng của ngân hàng trên địa bàn

Hiện nay các sản phẩm tín dụng tiêu dùng của Chi nhánh bao gồm các loại

- Cho vay mua nhà ở, đất ở.

- Sửa chữa, xây mới nhà.
- Cho vay thấu chi.
- Mua, sửa chữa phương tiện đi lại.
- Học tập, du lịch, chữa bệnh.
- Các nhu cầu tiêu dùng khác.

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 kết hợp với mức phí và lãi suất thấp để thu hút khách hàng và đã đạt được những thành công bước đầu tư tạo tiền đề phát triển trong tương lai.

Nhìn chung, trước việc hội nhập kinh tế cạnh tranh gay gắt như hiện nay thì hầu hết các ngân hàng đều có những sản phẩm cho vay tiêu dùng giống nhau, không có sự khác biệt là mấy.

c. Hoàn thiện quy trình, nghiệp vụ cho vay tiêu dùng theo hướng hợp lý, tiện lợi cho khách hàng

Quy trình, thủ tục cho vay được bắt đầu từ khi cán bộ tín dụng tiếp nhận hồ sơ khách hàng vay vốn và kết thúc khi khách hàng trả hết nợ và thanh lý hợp đồng đang từng bước được hoàn thiện cho phù hợp với tình hình thực tiễn, phù hợp với từng sản phẩm, từng khách hàng. Tuy nhiên, trong quá trình triển khai cũng mắc phải những sai sót do cán bộ tín dụng tư vấn chưa kỹ nên khách hàng làm hồ sơ, thủ tục chưa đúng, gây mất thời gian cho việc điều chỉnh hồ sơ.

d. Gia tăng công tác thu thập thông tin khách hàng, chăm sóc khách hàng và phòng chống rủi ro

Chi nhánh đã tăng cường thu thập hồ sơ, tài liệu; kiểm tra, giám sát, cập nhật thông tin liên quan về khách hàng, kết hợp với chính sách chăm sóc khách hàng phù hợp với từng loại khách hàng, góp phần nâng cao công tác phòng chống rủi ro cho ngân hàng.

2.2.2. Thực trạng kết quả mở rộng CVTD của Chi nhánh

a. Tăng trưởng quy mô

a1. Tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng

Bảng 2.4: Tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng giai đoạn 2011-2013

Qua bảng số liệu ta thấy, dư nợ cho vay của chi nhánh tăng dần qua các năm. Riêng dư nợ cho vay tiêu dùng năm 2012 đạt 39,9 tỷ đồng, giảm 3,39% so với năm 2011. Nhưng đến năm 2013, dư nợ cho vay tiêu dùng đạt 62,72 tỷ đồng, tăng 57,19% so với năm 2012. Tuy dư nợ cho vay tiêu dùng có sự tăng trưởng nhưng nó chiếm tỷ trọng không cao so với tổng dư nợ cho vay. Cụ thể, năm 2011 là 10,73%; năm 2012 chỉ còn 7,45% và năm 2013 là 11,2% trong tổng dư nợ cho vay của chi nhánh.

a2. Tăng trưởng số lượng khách hàng vay tiêu dùng

Tìm kiếm và khai thác khách hàng là yếu tố quan trọng, bên cạnh việc luôn quan tâm, chăm sóc khách hàng truyền thống thì Chi nhánh cũng không ngừng thay đổi các chính sách khách hàng nhằm thu hút khách hàng đến giao dịch với Chi nhánh.

Bảng 2.5: Tăng trưởng KH vay tiêu dùng giai đoạn 2011-2013

Số lượng khách hàng vay tiêu dùng của Chi nhánh năm 2012 là 1.264 khách hàng, giảm 21 khách hàng so với năm 2011 tương ứng với tỷ lệ giảm là 1,63%. Năm 2012, Chi nhánh đã thực hiện chính sách nâng cao chất lượng tín dụng thắt chặt hơn trong khâu thẩm định cho vay để đảm bảo khả năng thu hồi nợ vay. Năm 2013, số lượng khách hàng đạt 1.739 khách hàng, tăng 475 khách hàng so với năm 2012 tương ứng với tỷ lệ tăng là 37,58%. Chính sách lãi suất cho vay tiêu dùng đối với khách hàng cá nhân của Chi nhánh hấp dẫn, thu hút được nhiều người, cạnh tranh được với các ngân hàng trên cùng địa bàn.

a3. Tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng

Bảng 2.6: Dư nợ CVTD bình quân trên một khách hàng
giai đoạn 2011-2013

Qua bảng số liệu ta thấy, dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân khách hàng năm 2012 giảm 1,78% so với năm 2011, nhưng đến năm 2013 thì dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân khách hàng là 36,07 triệu đồng, tăng 14,26% so với năm 2012. Do cơ cấu dư nợ các khoản vay tiêu dùng của chi nhánh chủ yếu là vay tín chấp bằng lương đối với đối tượng là cán bộ của các đơn vị hành chính sự nghiệp chiếm trên 80% để hạn chế rủi ro và đảm bảo khả năng thu hồi nợ nên mức cho vay tiêu dùng tín chấp bằng lương của chi nhánh không cao. Nhưng với mức vay bình quân như vậy cũng gây ra hạn chế đối với những khách hàng mong muốn được vay vốn lớn phục vụ các nhu cầu như mua nhà, mua xe... Với mức sống ngày càng được nâng cao thì nhu cầu vay để đáp ứng các hàng hóa xa xỉ ngày càng tăng. Vì vậy, để mở rộng cho vay tiêu dùng trong thời gian đến chi nhánh cần tăng mức dư nợ đối với khách hàng.

b. Tăng trưởng thị phần CVTD của Ngân hàng trên địa bàn

Trên địa bàn Quận Sơn Trà hiện có 15 ngân hàng mở chi nhánh và phòng giao dịch như Vietcombank, TMCP Sài Gòn, Việt Á, Eximbank, ACB, VPbank...

Theo số liệu tham khảo các ngân hàng bạn trên địa bàn Quận Sơn Trà và ước tính trên cơ sở tham khảo số liệu của ngân hàng Nhà nước, thị phần của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà trong cho vay tiêu dùng chiếm 14,82% trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng trên địa bàn Quận. Do Quận Sơn Trà là một quận nhỏ so với các quận khác trên địa bàn thành phố Đà Nẵng nhưng lại có rất nhiều Ngân hàng khác mở chi nhánh và phòng giao dịch nên

sự cạnh tranh ngày càng gay gắt, đòi hỏi chi nhánh phải nỗ lực rất nhiều trong việc thu hút khách hàng cho vay tiêu dùng, để tăng thị phần cho vay tiêu dùng của chi nhánh trên địa bàn Quận Sơn Trà.

c. Hợp lý hóa cơ cấu dư nợ cho vay tiêu dùng

c1. Cơ cấu cho vay tiêu dùng theo thời hạn vay

Bảng 2.7: Dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn vay

Do thực hiện chỉ đạo của ngân hàng cấp trên là tỷ lệ nợ trung, dài hạn không vượt quá 40% tổng dư nợ nên tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn cũng được cơ cấu lại cho phù hợp. Mặc dù, dư nợ cho vay tiêu dùng trung, dài hạn tăng dần qua các năm nhưng tỷ trọng của nó đã có sự thay đổi đúng hướng theo chỉ đạo của ngân hàng cấp trên. Cụ thể năm 2012, tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng trung, dài hạn là 43,61% nhưng sang năm 2013 chỉ còn 38,8% trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng.

c2. Cơ cấu cho vay tiêu dùng theo mục đích sử dụng vốn

Bảng 2.8: Dư nợ cho vay tiêu dùng theo mục đích sử dụng

Dư nợ cho vay tiêu dùng với mục đích mua nhà ở, đất ở hay sửa chữa, xây mới nhà ở luôn chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của Chi nhánh. Cho vay thấu chi và cho vay học tập, du lịch cũng có sự tăng trưởng nhưng chiếm tỷ trọng rất nhỏ. Cùng với sự phát triển kinh tế - xã hội, nhu cầu phương tiện đi lại của người dân cũng theo đó tăng lên. Chính vì vậy mà cho vay để mua phương tiện đi lại cũng đang phát triển mạnh trong thời gian qua.

c3. Cơ cấu cho vay tiêu dùng theo hình thức đảm bảo

Bảng 2.9: Dư nợ cho vay tiêu dùng theo hình thức đảm bảo

Tại Chi nhánh, dư nợ bảo đảm không bằng tài sản chiếm tỷ trọng tương đối do ngân hàng vẫn còn quá xem trọng bảo đảm bằng tài sản so với các điều kiện cho vay khác. Tuy nhiên trong những năm qua, chi nhánh cũng đang từng bước thay đổi tỷ trọng của cho vay tiêu

dùng bảo đảm không bằng tài sản trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng. Cụ thể, dư nợ cho vay tiêu dùng bảo đảm không bằng tài sản năm 2012 là 22,46 tỷ đồng chiếm 56,3% tổng dư nợ cho vay tiêu dùng, giảm 18,11% so với năm 2011. Nhưng đến năm 2013, dư nợ cho vay tiêu dùng bảo đảm không bằng tài sản là 45,59 tỷ đồng chiếm 72,69% tổng dư nợ cho vay tiêu dùng, tăng 102,98% so với năm 2012.

d. Nâng cao chất lượng dịch vụ

Chính sách khách hàng của chi nhánh còn thiếu cởi mở, chưa thu hút được lượng đông đảo khách hàng vay tiêu dùng đến với chi nhánh. Công tác marketing về cho vay tiêu dùng của chi nhánh chưa được quan tâm. Chính sách sản phẩm chưa tạo ra sự nổi bật cho sản phẩm của chi nhánh so với sản phẩm của các ngân hàng khác. Chi nhánh đã chủ động tìm kiếm khách hàng mới, tìm hiểu thực tế để đưa ra các sản phẩm dịch vụ chất lượng cao mới, thoả mãn nhu cầu của khách hàng, song hoạt động quan trọng này chưa thực sự được quan tâm đúng mức. Chính sách marketing của Chi nhánh mới chỉ được xây dựng chung chung, chưa hướng tới từng đối tượng khách hàng cụ thể. Việc quảng bá thương hiệu, hình ảnh mặc dù đã có nhưng chưa được đầu tư thích đáng nên hiệu quả đem lại không cao. Chính vì vậy mà những cố gắng trong việc nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng của chi nhánh chưa đạt được những kết quả như mong đợi.

e. Kiểm soát rủi ro

Bảng 2.10: Nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng
giai đoạn 2011-2013

Tuy nợ xấu cho vay tiêu dùng trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng đều ở ngưỡng an toàn là 5%, nhưng chi nhánh đã rất chú ý thực hiện nâng cao chất lượng quản trị rủi ro tín dụng, thực hiện tốt việc thu thập thông tin khách hàng để hạn chế rủi ro. Cụ thể là năm 2013, tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng chỉ

có 2,21%, giảm 42,27% so với năm 2012. Trong khi đó, tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của năm 2012 là 3,82%, tăng 24,59% so với năm 2011. Có được kết quả này là nhờ sự nỗ lực trong khâu thẩm định trước, trong và sau khi cho vay của cán bộ Chi nhánh. Bên cạnh đó, kết hợp với các biện pháp quản lý tốt khách hàng, tăng cường thu hồi nợ.

2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG MỞ RỘNG CVTD CỦA ĐƠN VỊ

2.3.1. Những kết quả đạt được

- *Thứ nhất*, quy mô không ngừng tăng trưởng qua các năm. Dư nợ cho vay tiêu dùng và mức dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân khách hàng của chi nhánh có sự tăng trưởng.

- *Thứ hai*, thị phần cho vay tiêu dùng của ngân hàng trên địa bàn có chiều hướng tăng lên.

- *Thứ ba*, cơ cấu dư nợ cho vay tiêu dùng đi theo đúng định hướng và mục tiêu ngân hàng đặt ra trong từng giai đoạn. Mặc dù, dư nợ cho vay tiêu dùng trung, dài hạn tăng dần qua các năm nhưng tỷ trọng của nó đã có sự thay đổi đúng hướng theo chỉ đạo của ngân hàng cấp trên.

- *Thứ tư*, chất lượng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh không ngừng cải tiến qua các năm. Chi nhánh đã có sự chú trọng đầu tư cơ sở vật chất, quảng bá hình ảnh của ngân hàng và thu thập các thông tin đánh giá chất lượng, thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng.

- *Thứ năm*, kiểm soát rủi ro tương đối tốt. Nợ xấu cho vay tiêu dùng trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng đều ở ngưỡng an toàn là 5%.

2.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân

a. Hạn chế

- *Thứ nhất*, tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng còn khiêm tốn, chiếm tỷ trọng không cao so với tổng dư nợ cho vay của ngân hàng. Và mức dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân khách hàng của chi

nhánh cũng có sự tăng trưởng nhưng nó vẫn chưa thỏa mãn đủ nhu cầu vay vốn của khách hàng.

- *Thứ hai*, năng lực cạnh tranh của chi nhánh gia tăng nhưng thị phần cho vay tiêu dùng của chi nhánh vẫn chưa cao.

- *Thứ ba*, hình thức CVTD của Chi nhánh còn đơn điệu.

- *Thứ tư*, lãi suất CVTD cao hơn nhiều so với các loại hình cho vay khác.

- *Thứ năm*, cơ cấu tổ chức và đội ngũ nhân sự của phòng tín dụng còn thiếu, chưa có tính chuyên nghiệp trong quản trị và hoạt động của một ngân hàng hiện đại.

- *Thứ sáu*, món vay nhỏ từ đó gây khó khăn cho cán bộ tín dụng trong khâu thẩm định, nhắc nhở và kiểm tra sử dụng vốn vay vì số lượng khách hàng đông. Chính điều này đã làm tăng tiềm năng rủi ro trong hoạt động cho vay tiêu dùng.

b. Nguyên nhân

- Mức dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân trên một khách hàng chưa thỏa mãn được nhu cầu vay vốn lớn của khách hàng do đó bỏ qua cơ hội cho vay đối với nhiều khách hàng tiềm năng có khả năng trả nợ cao trong tương lai và nhu cầu vay vốn lớn ở hiện tại.

- Môi trường cạnh tranh giữa các ngân hàng trên địa bàn ngày càng gay gắt do mật độ ngân hàng tăng mạnh nên thị phần cho vay tiêu dùng của chi nhánh chưa cao.

- Ngân hàng vẫn còn quá xem trọng bảo đảm bằng tài sản so với các điều kiện cho vay khác.

- Chi phí cho mảng cho vay tiêu dùng cao nên lãi suất cho vay tiêu dùng luôn cao hơn so với các loại hình cho vay khác.

- Đội ngũ cán bộ tín dụng còn thiếu, mạng lưới phòng giao dịch trên địa bàn còn mỏng làm hạn chế khả năng tiếp cận với khách hàng và kiểm soát rủi ro do cán bộ tín dụng quá tải.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA CHI NHÁNH NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN QUẬN SƠN TRÀ

3.1. CĂN CỨ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA CHI NHÁNH NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN QUẬN SƠN TRÀ

3.1.1. Định hướng, mục tiêu

a. Định hướng

b. Mục tiêu

3.1.2. Đánh giá nhu cầu vay tiêu dùng trên địa bàn

Nhìn chung, trong những năm gần đây, mức sống của người tiêu dùng đã được cải thiện đáng kể, hoà mình với xu hướng chung của khu vực và thế giới, nhu cầu tiêu dùng tại Việt Nam đã có sự tăng trưởng mạnh mẽ. Xu hướng tích lũy của cải đến một mức nhất định để chi cho các nhu cầu tiêu dùng có chi phí đắt đã dần thay đổi. Thêm vào đó người tiêu dùng đã dần quen với môi trường thanh toán hiện đại và các dịch vụ tài chính ngân hàng tiện ích. Nhu cầu vay vốn ngân hàng để chi cho tiêu dùng trở thành một nhu cầu tất yếu. Trong khi đó, lĩnh vực cho vay kinh doanh của các ngân hàng đang ngày một trở nên khó khăn do áp lực cạnh tranh, cho vay tiêu dùng trở thành thị trường tiềm năng cho các ngân hàng nhằm đa dạng hoá đầu tư. Hoạt động vay tiêu dùng đang được hưởng những lợi ích nhất định mà các ngân hàng mang lại, nhu cầu vay tiêu dùng qua đó ngày càng tăng cao. Để đáp ứng nhu cầu đó, các NHTM nói chung và chi nhánh nói riêng cần cải thiện chất lượng cho vay tiêu dùng, qua đó thu hút được nhiều khách hàng hơn.

3.2. NHỮNG GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA CHI NHÁNH NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN QUẬN SƠN TRÀ

3.2.1. Khai thác thị trường và hoàn thiện chính sách chăm sóc khách hàng

- Mở lớp tập huấn kỹ năng và xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng, phục vụ cho khách hàng truyền thống và tìm kiếm, khai thác khách hàng tiềm năng.

- Thành lập các tổ tư vấn hỗ trợ giúp khách hàng, giải đáp những thắc mắc.

- Nghiên cứu mở rộng mạng lưới phòng giao dịch trên địa bàn theo một lộ trình cụ thể.

3.2.2. Cung ứng các sản phẩm phù hợp với nhu cầu khách hàng

- Phát triển sản phẩm cho vay chăm sóc sức khỏe, khám chữa bệnh.

- Phát triển sản phẩm cho vay du học, du lịch cho học sinh, sinh viên...

Bên cạnh đó, không ngừng nâng cao và bổ sung những tính năng mới cho sản phẩm cũ như linh hoạt mức cho vay, đa dạng hóa các thời hạn cho vay, hình thức trả lãi và lãi suất phải linh hoạt theo đối tượng vay vốn.

3.2.3. Đẩy mạnh công tác quảng cáo, tiếp thị:

- Tiếp tục phát huy các hình thức quảng cáo qua báo chí, băng rôn, tờ rơi... Và phải có kế hoạch, chiến lược cụ thể cho từng giai đoạn phù hợp với định hướng, mục tiêu của Chi nhánh.

- Nội dung quảng cáo cần cô đọng, dễ hiểu, dễ nhìn.

- Liên kết với các doanh nghiệp, xí nghiệp để quảng bá những sản phẩm của mình đến với người tiêu dùng.

- Mở rộng các hình thức quảng cáo mới thông qua mạng điện thoại di động, qua mạng internet, qua mail...

3.2.4. Hoàn thiện quy trình, thủ tục CVTD phù hợp với thực tiễn bảo đảm nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng

- Cải thiện quy trình, quy chế thông thoáng, thời gian phục vụ khách hàng nhanh chóng, thẩm định chính xác, giữ mối quan hệ với khách hàng thường xuyên.

3.2.5. Thu thập thông tin khách hàng, nâng cao chất lượng công tác thẩm định trước khi cho vay và tăng cường công tác theo dõi, thu hồi nợ và xử lý nợ quá hạn

Ngân hàng thu thập thông tin của khách hàng

- Từ hồ sơ lưu.
- Từ cuộc phỏng vấn trực tiếp khách hàng.
- Từ bên ngoài.

Để góp phần nâng cao chất lượng công tác thẩm định trước khi cho vay bằng cách tìm hiểu, thu thập thông tin của khách hàng về

- Mục đích vay.
- Năng lực tài chính hoàn trả của khách hàng.
- Sự ổn định về việc làm và cư trú.
- Độ tin cậy của khách hàng.

Từ đó, giúp ngân hàng đưa ra quyết định cho vay nhanh chóng và giảm bớt rủi ro tín dụng. Bên cạnh đó, ngân hàng cần

- Mở sổ theo dõi hằng ngày cho từng khách hàng.
- Theo dõi tình hình trả nợ vay của khách hàng để thông báo và đôn đốc khách hàng trả nợ đúng hạn. Ngoài ra, cần phải tìm hiểu nguyên nhân gây ra nợ quá hạn để hợp tác cùng khách hàng tìm ra hướng giải quyết.

3.2.5. Các giải pháp hỗ trợ

a. Tăng cường phát triển đội ngũ nhân viên

- Tổ chức công khai thi tuyển chọn nhân viên.
- Tăng cường công tác đào tạo và đào tạo lại kỹ năng và chuyên môn nghiệp vụ cho cán bộ nhân viên ngân hàng.
- Nâng cao phẩm chất, đạo đức nghề nghiệp và khả năng giao tiếp của nhân viên.
- Có chế độ thưởng, phạt nghiêm minh.

b. Đầu tư, xây dựng cơ sở vật chất và công nghệ hiện đại

- Đầu tư xây dựng, nâng cấp cơ sở vật chất hiện đại, thuận tiện cho khách hàng đến giao dịch.
- Tiếp tục phát triển kênh phân phối điện tử trên cơ sở công nghệ hiện đại, đáp ứng nhu cầu giao dịch mọi lúc mọi nơi của khách hàng như trang bị thêm máy ATM, máy POS, Internet banking, SMS banking, Mobile banking,...

3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

3.3.1. Đối với Chính phủ

Chính phủ xây dựng hành lang pháp lý an toàn: về luật nhà ở, luật dân sự, luật kinh tế... nhằm tạo cơ sở pháp lý vững chắc bảo vệ quyền lợi người đi vay và ngân hàng.

3.3.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước

NHNN cần tiếp tục hoàn thiện trung tâm thông tin tín dụng với kỹ thuật cao, thường xuyên cập nhật thông tin khách hàng sao cho có thể biết tình trạng nợ của cá nhân hay một doanh nghiệp ở bất kỳ tổ chức tín dụng nào.

3.3.3. Đối với NHNo & PTNT Việt Nam

- Cần xem xét nâng mức cho vay và kéo dài thời hạn vay đối với các sản phẩm CVTD.

- Cần rà soát để xác định đơn giản hóa các thủ tục CVTD nhưng vẫn đảm bảo tính chặt chẽ và đúng pháp luật.

- Cần có văn bản hướng dẫn thi hành kịp thời khi có các quy định mới của NHNN, của các Bộ, Ngành và của Chính phủ có liên quan đến nghiệp vụ ngân hàng.

3.3.4. Đối với NHNo & PTNT thành phố Đà Nẵng

- Đưa ra những chiến lược, định hướng và kế hoạch hợp lý trong từng giai đoạn và nắm bắt được xu hướng của thị trường.

- Tăng cường công tác quản lý, giám sát và kiểm tra, thanh tra đột xuất hoạt động của Chi nhánh.

- Có chính sách đào tạo và hỗ trợ cán bộ nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ.

- Hỗ trợ và chuyển giao công nghệ cho Chi nhánh.

- Hỗ trợ kinh phí cho Chi nhánh để xây dựng, nâng cấp cơ sở vật chất.

3.3.5. Đối với các cấp có liên quan

Để hoạt động CVTD đạt hiệu quả cao thì rất cần có sự hỗ trợ từ các cơ quan chức năng tại địa phương như: UBND phường, xã, các cơ quan quản lý nơi khách hàng vay vốn... Những cơ quan này phải hợp tác, cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác thì ngân hàng mới đưa ra các quyết định tín dụng đúng đắn.

Các cơ quan chức năng của Nhà nước cũng cần chấn chỉnh hoạt động của mình trong phạm vi có liên quan như việc chứng nhận quyền sở hữu tài sản làm đảm bảo tín dụng hay quá trình xử lý các tài sản để thu hồi nợ... Các cơ quan này cần hạn chế các sai sót tiêu cực gây bất lợi cho ngân hàng.

KẾT LUẬN

Cho vay tiêu dùng là mảng tín dụng mà hiện nay trở thành điểm “nóng” của các Ngân hàng thương mại. Thị trường cho vay tiêu dùng được xem như thị trường tiềm năng để các NHTM đa dạng hoá danh mục đầu tư, nâng cao lợi nhuận của mình. Việc nghiên cứu mở rộng cho vay tiêu dùng của chi nhánh cho thấy hoạt động này đã đạt được nhiều kết quả đáng ghi nhận, song những kết quả đó còn chưa xứng đáng với vị thế và tiềm năng của chi nhánh. Hoạt động cho vay tiêu dùng của chi nhánh cũng còn nhiều hạn chế cần được khắc phục. Bởi vậy, chi nhánh cần nhanh chóng thực hiện các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng. Hơn thế nữa, các giải pháp đó phải được thực hiện với sự đầu tư lớn và quyết tâm cao, để hoạt động nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng thực sự đạt hiệu quả, góp phần tăng cường sức mạnh của chi nhánh trong cuộc cạnh tranh với các NHTM Việt Nam và nước ngoài.

Trên cơ sở lý thuyết và thực trạng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà, đề tài “*Mở rộng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà – TP Đà Nẵng*” đã tập trung hoàn thành được các nhiệm vụ nghiên cứu sau

- Hệ thống hóa lý luận cơ bản về mở rộng CVTD của NHTM.
- Phân tích, đánh giá được thực trạng cũng như những hạn chế và nguyên nhân trong công tác mở rộng CVTD tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà.
- Đề xuất những giải pháp và kiến nghị nhằm mở rộng CVTD tại Chi nhánh NHNo & PTNT Quận Sơn Trà trong thời gian tới.