

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

HUỶNH VÕ QUỲNH ANH

PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐÔNG Á,
CHI NHÁNH QUẢNG NGÃI

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. Võ Thị Thúy Anh

Phản biện 1: TS. Hồ Hữu Tiên

Phản biện 2: PGS.TS. Hà Thanh Việt

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 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. Tính cấp thiết của đề tài

Cho vay tiêu dùng được hiểu là hình thức tài trợ cho mục đích chi tiêu của cá nhân, hộ gia đình. Các khoản cho vay tiêu dùng là nguồn tài trợ chính quan trọng giúp người tiêu dùng có thể trang trải các nhu cầu trong cuộc sống như nhà ở, phương tiện đi lại, tiện nghi sinh hoạt, học tập ... trước khi họ có đủ khả năng về tài chính để hưởng thụ. Hoạt động cho vay tiêu dùng tại Việt Nam vẫn còn hạn chế, chiếm tỷ trọng nhỏ trong cho vay của các ngân hàng. Nếu như ở các nước phát triển, tỷ trọng cho vay tiêu dùng thường chiếm khoảng từ 40% đến 50% trên tổng dư nợ, thì tỷ lệ này của các ngân hàng Việt Nam hiện nay chỉ chiếm khoảng 10% trên tổng dư nợ tín dụng.

Dân số tỉnh Quảng Ngãi so với cả nước thuộc quy mô dân số trung bình, nhưng cơ cấu dân số trẻ nên nhu cầu lớn về tiêu dùng, đây là yếu tố tạo điều kiện cho các NHTM trên địa bàn mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng. Như vậy, cho vay tiêu dùng đang là thị trường đầy tiềm năng cho chi nhánh trong thời gian tới.

Từ nhận thức đó tôi chọn đề tài “**Phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á chi nhánh Quảng Ngãi**” làm đề tài nghiên cứu, hy vọng có đóng góp nhất định vào việc phát triển cho vay tiêu dùng, thực hiện chiến lược đa dạng hóa hoạt động ngân hàng và phân tán rủi ro tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á- chi nhánh Quảng Ngãi.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Hệ thống hóa những vấn đề lý luận về phát triển cho vay tiêu dùng.

Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á- chi nhánh Quảng Ngãi.

Đề xuất những giải pháp nhằm phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á- chi nhánh Quảng Ngãi.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á- chi nhánh Quảng Ngãi

Phạm vi nghiên cứu:

- Phạm vi về nội dung: Phát triển cho vay tiêu dùng.
- Phạm vi về thời gian: Chỉ lấy số liệu từ năm 2011 đến hết năm 2013.
- Phạm vi về không gian: đề tài chỉ nghiên cứu phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á- chi nhánh Quảng Ngãi.

4. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu sử dụng các phương pháp thu thập thông tin và phương pháp phân tích. Thông tin thu thập được thông qua nhiều kênh như quá trình thực tập trực tiếp tại ngân hàng, phỏng vấn các cán bộ công nhân viên của ngân hàng, các báo cáo tài chính năm, báo cáo thường niên... Phương pháp phân tích sử dụng các thông tin này, kết hợp với phương pháp so sánh, đối chiếu, tổng hợp thông tin, từ đó đưa ra những nhận định về tình hình cho vay tiêu dùng ở Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á- chi nhánh Quảng Ngãi, và sau đó đưa ra các giải pháp nhằm phát triển cho vay tiêu dùng tại chi nhánh ngân hàng này.

5. Bố cục đề tài

Ngoài phần mở đầu, tổng quan tài liệu và kết luận, luận văn được kết cấu gồm 3 chương:

- CHƯƠNG 1: Cơ sở lý luận về phát triển cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại.
- CHƯƠNG 2: Thực trạng phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á- chi nhánh Quảng Ngãi.
- CHƯƠNG 3: Giải pháp phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á- chi nhánh Quảng Ngãi.

6. Tổng quan tài liệu

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1 NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1.1 Khái niệm về cho vay

1.1.2 Khái niệm, đặc điểm của cho vay tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng là một hình thức cho vay, qua đó Ngân hàng chuyển cho khách hàng (cá nhân hay hộ gia đình) vay với mục đích tiêu dùng quyền sử dụng một lượng giá trị (tiền) trong một khoảng thời gian nhất định, với những thỏa thuận mà hai bên đã ký kết (về số tiền cấp, thời gian cấp, lãi suất phải trả...) nhằm giúp cho khách hàng có thể sử dụng những hàng hóa, dịch vụ tiêu dùng trước khi họ có khả năng chi trả, tạo điều kiện cho họ có thể hưởng một cuộc sống cao hơn. Cho vay tiêu dùng có đặc điểm:

- Đối tượng khách hàng vay là cá nhân và hộ gia đình; mục đích vay là nhằm phục vụ nhu cầu tiêu dùng của cá nhân và hộ gia đình.

- Quy mô của từng món vay thường nhỏ nhưng số lượng các món vay lại lớn.

- Các khoản cho vay tiêu dùng có chi phí cao

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

- Nhu cầu đối với các khoản vay tiêu dùng của khách hàng hầu như ít co giãn với lãi suất.

- Nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng phụ thuộc vào chu kỳ kinh tế.

- Chất lượng các thông tin tài chính của khách hàng vay thường không cao.

- Tư cách của khách hàng là yếu tố góp phần quyết định sự hoàn trả của khoản vay.

1.1.3 Vai trò của cho vay tiêu dùng

a. Đối với khách hàng vay

b. Đối với ngân hàng

c. Đối với nền kinh tế

1.1.4 Phân loại cho vay tiêu dùng

a. Căn cứ vào mục đích vay vốn:

- Cho vay tiêu dùng cư trú (Residential Mortgage Loan)

- Cho vay tiêu dùng phi cư trú (Nonresidential Loan)

b. Căn cứ vào hình thức đảm bảo tiền vay:

- Cho vay tiêu dùng không có đảm bảo:

- Cho vay tiêu dùng có đảm bảo:

c. Căn cứ vào nguồn gốc của khoản nợ:

- Cho vay tiêu dùng gián tiếp (Indirect Consumer Loan)

- Cho vay tiêu dùng trực tiếp (Direct Consumer Loan)

d. Căn cứ vào phương thức hoàn trả nợ:

- Cho vay tiêu dùng phi trả góp (Noninstallment Consumer Loan)

- Cho vay tiêu dùng trả góp (Installment Consumer Loan)

- Cho vay tiêu dùng tuần hoàn (Revolving Consumer Credit)

e. Căn cứ theo thời gian vay:

- Cho vay tiêu dùng ngắn hạn

- Cho vay tiêu dùng trung-dài hạn

1.2 PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.2.1 Quan điểm và mục tiêu phát triển cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại

Phát triển cho vay tiêu dùng đó chính là sự mở rộng về quy mô cho vay tiêu dùng nhằm tăng thu nhập nhưng vẫn đảm bảo chất lượng

dịch vụ cho vay tiêu dùng và kiểm soát rủi ro. Như vậy, phát triển cho vay tiêu dùng là nhằm để đạt những mục tiêu cụ thể:

a. Phát triển quy mô cho vay tiêu dùng

- Tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng
- Tăng số lượng các món cho vay tiêu dùng
- Tăng số lượng khách hàng vay tiêu dùng giao dịch với ngân hàng.

Để đạt được mục tiêu tăng dư nợ cho vay tiêu dùng, ngân hàng có thể thực hiện gia tăng số lượng khách hàng vay vốn của ngân hàng bằng cách phát triển thị trường đến những khu vực địa lý mới, hoặc những phân khúc thị trường mới trên thị trường cũ, hoặc gia tăng số lượng khách hàng trên những khu vực thị trường đã hoạt động từ trước kết hợp với việc sử dụng chính sách marketing một cách thích hợp.

b. Hợp lý hóa cơ cấu sản phẩm cho vay tiêu dùng: Hợp lý hóa sản phẩm cho vay tiêu dùng nhằm giảm thiểu rủi ro và gia tăng lợi nhuận, bao gồm phát triển các hình thức, loại hình, sản phẩm cho vay tiêu dùng với cơ cấu tỷ trọng từng sản phẩm cho vay tiêu dùng phù hợp với những đặc điểm nội tại của ngân hàng và thị trường mục tiêu. Sự phát triển cho vay tiêu dùng bằng cách hợp lý hóa cơ cấu sản phẩm sẽ tạo uy tín và thu hút được khách hàng, gia tăng hơn nữa lợi nhuận của ngân hàng.

c. Gia tăng thu nhập mang lại từ cho vay tiêu dùng: Thu nhập mang lại từ cho vay tiêu dùng càng lớn thể hiện hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng đang ngày càng được phát triển.

d. Gia tăng thị phần cho vay tiêu dùng: thể hiện qua thị phần mà Ngân hàng thương mại chiếm lĩnh được trên thị trường so với các đối thủ cạnh tranh trên địa bàn tăng, thường được đánh giá trong một vùng, miền, quốc gia, lãnh thổ...

e. Nâng cao chất lượng dịch vụ các khoản cho vay tiêu dùng:

Ngân hàng cần tạo ra sự tiện nghi trong quá trình phục vụ khách hàng, tạo được sự tin cậy cho khách hàng, luôn tạo cảm giác hài lòng và an tâm khi những nhu cầu về tài chính của họ được đáp ứng... Chất lượng cho vay tiêu dùng thể hiện ở thời gian hoàn tất các thủ tục cho vay vốn; thái độ phục vụ, tác phong, phong cách của đội ngũ nhân viên ngân hàng...

f. Kiểm soát rủi ro trong cho vay tiêu dùng: liên quan đến việc kiểm soát mối quan hệ giữa rủi ro, lợi nhuận và việc giảm thiểu rủi ro trong cho vay tiêu dùng. Để kiểm soát rủi ro cho vay tiêu dùng ngân hàng thường chú trọng đến việc xây dựng, hoàn thiện quy trình cho vay, bố trí nhân lực hợp lý thực hiện cho vay cũng như nâng cao chất lượng công tác thẩm định và kiểm tra sau giải ngân...

1.2.2 Những phương hướng cơ bản ngân hàng thương mại sử dụng để phát triển cho vay tiêu dùng

a. Xây dựng chính sách phát triển cho vay tiêu dùng

Chính sách cho vay tiêu dùng có thể bao gồm: các yếu tố giới hạn mức cho vay đối với khách hàng, kì hạn của khoản tín dụng, mức lãi suất cho vay, mức lệ phí, hướng giải quyết những khoản nợ khó đòi...nếu tất cả những yếu tố trên đều đúng đắn, hợp lý và linh hoạt, đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng thì chắc chắn ngân hàng sẽ thành công trong việc phát triển cho vay tiêu dùng.

b. Đẩy mạnh Marketing (thực hiện chính sách 7p)

- Sản phẩm (Products)
- Giá cả linh hoạt (Price)
- Phân phối (Place)
- Xúc tiến (Promotion)
- Con người (People)
- Quy trình (Process)

- Cơ sở vật chất (Physical Evidence)

c. Kiểm soát rủi ro cho vay tiêu dùng: Đối với cho vay tiêu dùng, kiểm soát rủi ro bao gồm xây dựng và hoàn thiện quy trình cho vay tiêu dùng; nâng cao chất lượng công tác thẩm định cho vay tiêu dùng; nâng cao chất lượng công tác kiểm tra sau; phân công nhiệm vụ và bố trí cán bộ một cách hợp lý trong cho vay tiêu dùng.

1.2.3 Các tiêu chí đánh giá sự phát triển cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại

a. Tiêu chí đánh giá quy mô cho vay tiêu dùng

- Tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng.
- Tốc độ tăng trưởng số lượng khách hàng sử dụng sản phẩm cho vay tiêu dùng của ngân hàng.
- Tốc độ tăng trưởng số món cho vay tiêu dùng.

b. Tiêu chí đánh giá việc hợp lý hóa cơ cấu sản phẩm cho vay tiêu dùng

Thể hiện qua tỷ trọng của từng sản phẩm cho vay tiêu dùng so với tổng cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Điều này cũng phản ánh cơ cấu cho vay tiêu dùng của ngân hàng đã phù hợp hay chưa. Ngân hàng phải bám sát nhu cầu của khách hàng và đưa ra những sản phẩm và dịch vụ mà thị trường cần dựa trên các nhu cầu đó.

c. Tiêu chí đánh giá mức độ gia tăng thu nhập mang lại từ hoạt động cho vay tiêu dùng

Được đánh giá qua việc gia tăng tổng thu nhập mang lại từ cho vay tiêu dùng. Nếu cho vay tiêu dùng có doanh thu cao, chi phí cho việc thực hiện cho vay tiêu dùng thấp thì lợi nhuận thu được từ cho vay tiêu dùng sẽ tăng.

d. Tiêu chí đánh giá mức độ gia tăng thị phần cho vay tiêu dùng

Thể hiện ở tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng của ngân hàng so với tổng dư nợ cho vay tiêu dùng các ngân hàng trên địa bàn gia tăng.

e. Tiêu chí đánh giá việc nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng

- Thời gian hoàn thành các thủ tục cho vay
- Thái độ phục vụ, tác phong, phong cách của nhân viên ngân hàng
- Mức độ ứng dụng công nghệ khi thực hiện cho vay tiêu dùng

f. Tiêu chí đánh giá kiểm soát rủi ro cho vay tiêu dùng

Kiểm soát hiệu quả rủi ro cho vay liên quan đến việc kiểm soát chặt chẽ mối quan hệ giữa rủi ro và lợi nhuận. Để đánh giá, người ta hay căn cứ đến các tiêu chí:

- Tỷ lệ nợ xấu
- Tỷ lệ nợ quá hạn
- Tỷ lệ xóa nợ rỗng
- Tỷ lệ trích lập dự phòng

1.2.4 Các nhân tố tác động đến sự phát triển cho vay tiêu dùng

a. Các nhân tố chủ quan:

- Trình độ của cán bộ tín dụng
- Chính sách cho vay tiêu dùng
- Quy trình cho vay tiêu dùng
- Chất lượng và tính đa dạng của các sản phẩm dịch vụ cho vay

tiêu dùng

- Khả năng huy động vốn
- Công nghệ thông tin
- Quy mô hoạt động và uy tín của ngân hàng

b. Các nhân tố khách quan:

- Khả năng mua sắm và sức mua của người tiêu dùng
- Môi trường dân cư
- Cạnh tranh của các tổ chức tín dụng khác
- Sự điều hành nền kinh tế- xã hội của chính phủ và Chính sách

điều hành của Ngân hàng Nhà nước

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP ĐÔNG Á- CHI NHÁNH QUẢNG NGÃI

2.1 GIỚI THIỆU VỀ NGÂN HÀNG TMCP ĐÔNG Á- CHI NHÁNH QUẢNG NGÃI (DAB QUẢNG NGÃI)

2.1.1 Quá trình thành lập của DAB Quảng Ngãi

2.1.2 Cơ cấu tổ chức của DAB Quảng Ngãi

2.1.3 Khái quát tình hình hoạt động kinh doanh của DAB Quảng Ngãi

2.2 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI DAB QUẢNG NGÃI

2.2.1 Đặc điểm thị trường, khách hàng mục tiêu và các sản phẩm cho vay tiêu dùng của DAB Quảng Ngãi

a. Đặc điểm thị trường:

Dân số tỉnh Quảng Ngãi so với cả nước thuộc quy mô dân số trung bình, nhưng cơ cấu dân số trẻ. Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi có gần 20 ngân hàng và các tổ chức tín dụng hoạt động, tuy nhiên loại hình cho vay tiêu dùng vẫn chưa được quan tâm và chú trọng phát triển hầu hết ở các ngân hàng, mà chỉ chú trọng ở một số các ngân hàng lớn như VCB, Sacombank, Agribank, Vietinbank.

Nhu cầu về mua, xây dựng và sửa chữa nhà ở tại Quảng Ngãi khá lớn. Nhiều khu đô thị mới đã và đang được xây dựng tại Quảng Ngãi như khu đô thị Phú Mỹ (Tập đoàn phát triển nhà và đô thị), dự án nhà của Năm Bảy Bảy, Tân Tạo (Sơn Tịnh), Đồng Tâm, Phát Đạt, HUD, An Phú Sinh... Một loạt các hệ thống siêu thị, công ty, đại lý bán hàng được mở ra trên địa bàn như siêu thị Coop Mark, siêu thị Thành Nghĩa, trung tâm điện máy Hòa Bình, điện máy Việt Cường, loạt chi nhánh của Honda Việt Nam, Thế giới di động... tạo điều kiện cho việc mua sắm. Điều này cũng kích thích nhu cầu mua sắm của dân cư tăng trong tương lai.

b. Khách hàng mục tiêu của DAB Quảng Ngãi: các cá nhân là CBCNV nhà nước, CBCNV của các đơn vị có Hợp đồng liên kết với DAB Quảng Ngãi, tiêu thương ở chợ, các cá nhân khác có mức thu nhập ổn định, bảo đảm hoàn trả nợ vay; DAB Quảng Ngãi tập trung cho vay khách hàng có địa điểm sinh sống, kinh doanh gần nơi DAB có trụ sở (≤ 60 km) hoặc nơi có cơ sở hạ tầng phát triển...dễ dàng tiếp cận và phục vụ khách hàng một cách trọn gói, dễ gặp gỡ và thường xuyên kiểm tra tình hình khách hàng.

c. Các sản phẩm cho vay tiêu dùng đang áp dụng tại Ngân hàng TMCP Đông Á- Chi nhánh Quảng Ngãi: Nhìn chung, các sản phẩm cho vay tiêu dùng hiện có của DAB Quảng Ngãi chưa phong phú, đa dạng và mang nét đặc trưng riêng của ngân hàng. Tuy nhiên, so với nhu cầu chung của thị trường, thì những sản phẩm trên cũng đáp ứng được nhu cầu của đại bộ phận dân cư:

- Cho vay hỗ trợ nhà ở (mua, xây dựng, sửa chữa nhà ở),
- Cho vay trả góp chợ,
- Cho vay tiêu dùng trả góp,
- Cho vay tiêu dùng sinh hoạt,
- Cho vay du học,
- Cho vay thấu chi tài khoản thẻ,
- Cho vay cầm cố sổ tiết kiệm.

2.2.2 Giải pháp ngân hàng TMCP Đông Á- Chi nhánh Quảng Ngãi đang áp dụng để phát triển cho vay tiêu dùng

a. Xây dựng chính sách phát triển cho vay tiêu dùng

Hàng năm theo sự phân công của Ban giám đốc, phòng Kinh doanh của DAB Quảng Ngãi cũng phải thực hiện các báo cáo nghiên cứu, khảo sát thị trường, tiềm hiểu nhu cầu của người dân trên tất cả các lĩnh vực như: bất động sản, lĩnh vực ô tô-xe máy, du học, đồ dùng gia đình... trên địa bàn tỉnh Quảng Ngãi. Đây là căn cứ quan trọng để

DAB Quảng Ngãi xây dựng chính sách phát triển cho vay tiêu dùng trong từng thời kỳ. Bên cạnh đó, trong quá trình cho vay, các CBTD luôn chú ý đến các yếu tố giới hạn mức cho vay đối với khách hàng, kì hạn của khoản tín dụng, mức lãi suất cho vay, mức lệ phí, tỷ lệ TSBD/ dư nợ vay đối với từng khách hàng có đúng đắn, hợp lý hay chưa để có biện pháp tiến hành điều chỉnh cho phù hợp trong điều kiện có thể.

DAB Quảng Ngãi rất chú trọng phát triển cho vay tiêu dùng trả góp vì kênh cho vay góp mang lại nguồn thu lớn cho chi nhánh.

b. Đẩy mạnh marketing

- Về sản phẩm cho vay tiêu dùng: tích cực trong việc tham gia đóng góp ý kiến cho Hội sở những khi Phòng phát triển khách hàng cá nhân xây dựng phát triển sản phẩm-dịch vụ mới, các chương trình khuyến mãi đi kèm. Điều này có ý nghĩa giúp cho các sản phẩm mới ra phù hợp hơn với nhu cầu, thị hiếu của khách hàng, của đặc điểm địa phương. Bên cạnh đó, DAB Quảng Ngãi xây dựng dịch vụ ngân hàng qua điện thoại để giải đáp thắc mắc và tư vấn cho khách hàng về sản phẩm.

- Giá cả linh hoạt: Lãi suất cho vay tiêu dùng áp dụng tại DAB tuân theo biểu lãi suất cho vay đề ra của Hội sở DAB. Tuy nhiên, đối với những khách hàng tốt, khách hàng có tiềm năng trong việc sử dụng các sản phẩm dịch vụ khác của DAB, DAB Quảng Ngãi luôn có chính sách ưu tiên với mức lãi suất thấp hơn mặt bằng chung.

- Phân phối: tuy mạng lưới còn mỏng nhưng các địa điểm giao dịch của DAB đều nằm ở khu vực đông đúc dân cư, những trục đường chính, tạo sự tiện lợi và giúp khách hàng tiết kiệm thời gian, khả năng khách hàng đến sử dụng dịch vụ càng cao. Kênh phân phối cho các sản phẩm của ngân hàng bán lẻ của DAB Quảng Ngãi chủ yếu qua 02 kênh chính: Kênh phân phối có sự tiếp xúc trực tiếp với khách hàng bao gồm hệ thống chi nhánh, PGD; Kênh phân phối điện tử: bao gồm hệ thống

ATM, hệ thống thanh toán POS.

- Xúc tiến: Để thu hút sự quan tâm của dân chúng đối với các sản phẩm của mình, DAB Quảng Ngãi đã xây dựng chiến dịch quảng cáo dưới các hình thức pano, áp phích, tờ rơi. Đồng thời, DAB còn xây dựng quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng như báo, đài, tivi, website, email, internet...trên cả nước.

Đặc biệt, hàng tuần/tháng, phòng kinh doanh luôn xây dựng và thực hiện kế hoạch về tiếp thị sản phẩm kể cả cho vay và huy động vốn đến khách hàng, cuối mỗi tuần/tháng đánh giá công tác tiếp thị khách hàng mới của mỗi nhân viên; từ đó đánh giá về năng lực, mức thưởng/phạt đối với từng nhân viên. Việc này mặc dù đem lại hiệu quả về kết quả công việc nhưng đồng thời tạo áp lực khá lớn cho CBNV.

Thực hiện tiếp thị, giới thiệu sản phẩm ở khắp các huyện xa xôi miền núi: Trà Bồng, Minh Long, Ba Tơ, Sơn Hà, Sơn Tây, Tây Trà. Tại các địa phương này, DAB Quảng Ngãi triển khai sản phẩm cho vay góp dành cho CBNV nhà nước (có đối tác liên kết) khá mạnh, trong đó, DAB Quảng Ngãi sẽ nhờ Kho Bạc các huyện này thu hộ nợ vay (đối với các đối tượng là người hưởng lương từ ngân sách nhà nước) nhằm giảm bớt áp lực đòi nợ cho nhân viên. Đây là một việc làm rất hiệu quả, nợ xấu cho vay tiêu dùng trả góp khi DAB ký hợp đồng với Kho bạc thu hộ nợ vay là không có.

- Con người: Hầu hết đội ngũ CBTD của DAB Quảng Ngãi được tuyển dụng đều có trình độ đại học chuyên ngành tài chính ngân hàng, kinh tế, tuổi đời bình quân 27 và tuổi nghề trung bình từ 3 – 4 năm. Đây là nguồn nhân lực có chất lượng, đảm bảo được các yêu cầu phức tạp của công việc. Nhằm nâng cao, trau dồi hơn nữa trình độ chuyên môn và kiến thức tổng quan cho CBTD, DAB Quảng Ngãi thường xuyên cho nhân viên tham gia tập huấn các khóa đào tạo ngắn hạn bồi dưỡng về các nghiệp vụ có liên quan như phân tích tín dụng, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng thương thảo hợp

đồng...do hội sở tổ chức định kỳ hàng năm tại TP. Đà Nẵng, TP. HCM.

- Quy trình: Từ đầu năm 2012 đến nay, DAB đã liên tục đưa ra những dự thảo đề toàn nhân viên DAB đóng góp ý kiến để hoàn thiện và cho ra đời nhiều quy trình cho vay, đặc biệt là quy trình về cho vay tiêu dùng trả góp. Thực tế, từ năm 2012, DAB đã xây dựng và hoàn thiện được 03 quy trình cho vay tiêu dùng chủ lực: Cho vay góp dành cho CBCNVC nhà nước (có đối tác liên kết), cho vay góp khách hàng hưu trí (có đối tác liên kết), cho vay góp CBCNV của tổ chức kinh tế (có đối tác liên kết). Điều này cũng dễ hiểu bởi cho vay góp là kênh rất an toàn và mang lại lợi nhuận khá cao cho DAB Quảng Ngãi, thủ tục cho vay lại khá đơn giản.

DAB Quảng Ngãi cũng rất quan tâm đến việc kiểm soát chặt chẽ thông tin của khách hàng tránh những rủi ro trong quá trình giao dịch gây rắc rối cho khách hàng và ngân hàng, đảm bảo được lòng tin của khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ DAB cung cấp.

- Cơ sở vật chất và công nghệ ngân hàng: DAB Quảng Ngãi đã xây dựng một hệ thống nhận diện thương hiệu thống nhất tại các quầy giao dịch hay các chi nhánh, các quỹ tiết kiệm trong toàn hệ thống. Thường xuyên đầu tư các máy móc với công nghệ hiện đại tích hợp nhiều tính năng; sử dụng mạng Internet tốc độ cao để quá trình giao dịch thuận lợi, nhanh chóng. Tại các điểm giao dịch phải tạo được không gian chuyên nghiệp từ trang phục của nhân viên đến các trang thiết bị để khách hàng cảm thấy yên tâm khi sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

Như vậy, trong tình hình cạnh tranh với rất nhiều ngân hàng khác trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng, việc DAB Quảng Ngãi thực hiện chính sách marketing một cách phù hợp sẽ góp phần đẩy mạnh hơn nữa sự phát triển cho vay tiêu dùng tại chi nhánh. Thực tế, hoạt động marketing của DAB Quảng Ngãi so với ngân hàng khác trên địa bàn là khá mạnh.

c. Kiểm soát rủi ro trong cho vay tiêu dùng

Tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng của DAB Quảng Ngãi qua các năm đều thấp dưới 1% . DAB luôn thực hiện chính sách tín dụng thận trọng, phân tán rủi ro trong cho vay, không cho vay quá nhiều đối với một khách hàng hoặc không tập trung cho vay quá nhiều vào một ngành, một lĩnh vực kinh tế có rủi ro cao.

Ngân hàng đã có chính sách phân loại nợ và trích lập dự phòng rủi ro tín dụng nghiêm ngặt theo Quyết định 493/2005/QĐ-NHNN của Thống đốc Ngân Hàng Nhà Nước.

2.2.3 Năng lực cạnh tranh của DAB Quảng Ngãi so với các ngân hàng khác trên địa bàn

a. Uy tín của DAB chi nhánh Quảng Ngãi trên địa bàn

Với sức mạnh thương hiệu sẵn có; từ khi được thành lập đến nay, với sự nỗ lực hết mình của tập thể cán bộ nhân viên, DAB Quảng Ngãi đã dần dần khẳng định được vị thế và tên tuổi của riêng mình. Mặc dù mạng lưới giao dịch của DAB Quảng Ngãi còn khá mỏng, tuy nhiên do chính sách tiếp thị, marketing sâu rộng đến các khách hàng, từ đồng bằng cho tới miền núi, rộng khắp các địa bàn trong tỉnh, nên cho vay tiêu dùng của DAB Quảng Ngãi khá mạnh. Tên tuổi của DAB Quảng Ngãi trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng đã là một trong những ngân hàng thuộc top đầu cho vay tiêu dùng như: Vietcombank, Sacombank, Viettinbank.

b. Lãi suất, chính sách cho vay tiêu dùng: Lãi suất cho vay nhìn chung so với các ngân hàng khác trong hệ thống là không có sự khác biệt nhiều, không áp dụng chiến lược cạnh tranh về giá. Để có được lợi thế so với đối thủ thì DAB Quảng Ngãi đã chú trọng xây dựng các ưu đãi khác cho khách hàng, đặc biệt là chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng.

2.2.4 Kết quả phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Đông Á- Chi nhánh Quảng Ngãi

a. Quy mô phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Đông Á- Chi nhánh Quảng Ngãi

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

Dư nợ cho vay tiêu dùng tại chi nhánh có sự tăng trưởng vượt bậc về quy mô và tốc độ; dư nợ bình quân cho vay tiêu dùng của chi nhánh năm 2012 là 85.180 triệu đồng, tăng 129,87% so với năm 2011, dư nợ cho vay tiêu dùng năm 2013 đạt 144.396 triệu đồng, tăng 69,52% so với năm 2012. Mặt khác, trong cơ cấu dư nợ vay của chi nhánh, tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng cũng khá cao. Nếu như năm 2011, tỷ trọng này chỉ có 20,29% thì đến năm 2013, tỷ trọng này đã lên đến 46,86%. Điều này chứng tỏ cho vay tiêu dùng đã trở thành hoạt động cho vay chủ lực của DAB Quảng Ngãi.

- Sự tăng trưởng số lượng hồ sơ khách hàng vay tiêu dùng tại ngân hàng

Năm 2012, số hồ sơ vay tiêu dùng đạt 1.876 hồ sơ, tăng 67,50% so với năm 2011. Năm 2013, số hồ sơ vay tiêu dùng đạt 3.259 hồ sơ, tăng 4,69% so với năm 2012. Đây là kết quả đáng khích lệ đối với hoạt động cho vay tiêu dùng của DAB Quảng Ngãi trong thời điểm khó khăn hiện nay, tuy phải đối mặt với các đối thủ cạnh tranh, nhưng DAB Quảng Ngãi vẫn thành công trong việc tìm kiếm và khai thác nguồn khách hàng giao dịch.

Tuy nhiên, bên cạnh số lượng hồ sơ khách hàng vay tăng đáng kể, thì số lượng CBTD quản lý hồ sơ lại không tăng mà ngược lại chỉ còn 6 người ở thời điểm hiện tại. Điều này cho thấy áp lực công việc quá lớn của các CBTD của DAB Quảng Ngãi.

b. Hợp lý hóa cơ cấu sản phẩm cho vay tiêu dùng

Nhìn chung, các sản phẩm cho vay tiêu dùng tại DAB Quảng Ngãi mặc dù chưa phong phú đa dạng và nét đặc thù so với các ngân hàng khác trên địa bàn nhưng phần nào cũng đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng đại chúng của khách hàng. Các sản phẩm cho vay tiêu dùng truyền thống như cho vay hỗ trợ nhà ở, cho vay trả góp chợ, cho vay tiêu dùng trả góp, cho

vay tiêu dùng sinh hoạt, cho vay thấu chi tài khoản có dư nợ vay chiếm tỷ trọng không cao trong tổng dư nợ cho vay tại chi nhánh. Dư nợ cho vay tiêu dùng trả góp chiếm tỷ trọng khá cao trong tổng dư nợ cho vay 84,29%. Chi nhánh ký kết thành công hợp đồng liên kết với các đơn vị sử dụng lao động có ý nghĩa không nhỏ trong việc mở rộng quy mô cho vay tiêu dùng cũng như đảm bảo được khả năng thu hồi nợ rất cao.

Tỷ trọng dư nợ trung, dài hạn cho vay tiêu dùng ở mức cao trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng và có xu hướng tăng.

c. Tăng trưởng thu nhập mang lại từ hoạt động cho vay tiêu dùng

Trong cơ cấu thu nhập thuần của DAB Quảng Ngãi thì thu nhập từ lãi vay chiếm trên 91% mỗi năm; trong đó, góp phần quan trọng không nhỏ là thu nhập lãi từ cho vay tiêu dùng.

Thu nhập từ hoạt động cho vay tiêu dùng luôn tăng trong 03 năm. Năm 2011, thu nhập thuần từ cho vay tiêu dùng chỉ chiếm 26,02% thu nhập, thì đến năm 2012 đã tăng đột biến lên 49,24%, và tỷ lệ này vẫn giữ ở mức cao trong năm 2013 là 53,53%. Có thể khẳng định, thu nhập mang lại từ cho vay tiêu dùng giữ vai trò chủ đạo trong hoạt động tín dụng của DAB Quảng Ngãi

d. Thị phần cho vay tiêu dùng

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 hơn, nhờ đó thị phần cho vay tiêu dùng của DAB Quảng Ngãi so thị trường cho vay tiêu dùng tại Quảng Ngãi cũng được nâng lên khá cao, dư nợ cho vay tiêu dùng chiếm 9.7% so với tổng dư nợ cho vay tiêu dùng các ngân hàng trên địa bàn.

e. Chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng

DAB nói chung và DAB Quảng Ngãi không ngừng cải thiện chất

lượng dịch vụ để thỏa mãn tốt hơn nữa các nhu cầu đa dạng của khách hàng.

- Thời gian hoàn thành các thủ tục cho vay: DAB Quảng Ngãi đẩy nhanh thời gian hoàn tất các thủ tục cho vay tiêu dùng một cách nhanh chóng, tối đa còn 3 ngày; trên cơ sở vẫn đảm bảo tôn trọng các nguyên tắc về an toàn tín dụng.

- Khi tiếp xúc khách hàng CBTD luôn nhiệt tình, niềm nở hướng dẫn cụ thể rõ ràng các thủ tục, quy định của ngân hàng trong việc vay vốn, luôn xây dựng tác phong chuyên nghiệp, hiện đại trong mắt khách hàng.

- DAB luôn thuộc top đầu những ngân hàng ứng dụng công nghệ hiện đại trong cho vay tiêu dùng.

f. Kiểm soát rủi ro trong cho vay tiêu dùng

Tỷ lệ Nợ xấu cho vay toàn chi nhánh tăng nhẹ từ 2,77% năm 2011 lên 2,89% năm 2012 và giảm còn 2,55% năm 2013; nợ xấu cho vay tiêu dùng vẫn ở mức an toàn khá thấp qua các năm. Điều này chứng tỏ việc kiểm soát rủi ro cho vay tiêu dùng của DAB Quảng Ngãi khá hiệu quả.

2.2.5 Đánh giá chung

a. Những mặt đạt được

- Quy mô và chất lượng cho vay tiêu dùng tăng đáng kể qua từng năm. Tỷ lệ tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng chiếm tỷ trọng nhỏ, thấp hơn nhiều so với các lĩnh vực cho vay khác.

- Chất lượng nhân sự tốt: Đội ngũ nhân sự của chi nhánh nhất là nhân viên tín dụng được tuyển dụng và đào tạo tốt, đa năng, chịu được áp lực công việc cao trong môi trường kinh doanh hiện đại. Đây là nguồn lực chủ yếu cho sự phát triển của chi nhánh.

- Xây dựng được nền tảng thương hiệu vững chắc: Theo kết quả nghiên cứu từ dự án Khảo sát tài chính cá nhân vào quý 3/2011 do Công ty Nielsen Viet Nam thực hiện, DAB có chỉ số sức mạnh thương hiệu (BEI) trung bình xét trên tổng 2 thành phố: Hồ Chí Minh và Hà

Nội xếp vị trí thứ 2. Khi tiến hành giao dịch với một ngân hàng, tâm lý khách hàng thường chọn những ngân hàng lớn, có uy tín trên thị trường. Do đó, thương hiệu là nền tảng quan trọng quyết định đến thành công của một ngân hàng.

b. Những hạn chế và nguyên nhân:

- Những hạn chế còn tồn tại

Sản phẩm cho vay tiêu dùng của DAB Quảng Ngãi chưa phong phú, chưa tạo thuận lợi một cách tốt nhất cho khách hàng khi sử dụng, còn nặng về sản phẩm cho vay truyền thống.

Ngoài ra, khách hàng đến với chi nhánh chưa thật sự nhận nhiều tiện ích từ dịch vụ cho vay tiêu dùng của Ngân hàng.

Đối tượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng chưa đa dạng.

Công tác kiểm tra sau cho vay của DAB Quảng Ngãi chưa được quan tâm đúng mức. CBTD cũng ít quan tâm, cập nhật tình hình tài chính của người vay, điều này góp phần gia tăng rủi ro cho ngân hàng.

Việc tạo lập mối quan hệ với lãnh đạo các doanh nghiệp, các cơ quan ban ngành có lực lượng lao động lớn trên địa bàn cũng chưa được chú trọng đúng mức.

Việc chăm sóc khách hàng vay chi nhánh chú trọng đến KH tiền gởi lớn, khách hàng vay nợ lớn chứ chưa thể quan tâm chú trọng đến các khách hàng vay cá nhân nhỏ lẻ, đặc biệt là các khách hàng có nhu cầu vay tiêu dùng.

- Nguyên nhân:

▪ Nguyên nhân chủ quan

Nhân sự cán bộ tín dụng: DAB Quảng Ngãi không có bộ phận tiếp thị và chăm sóc khách hàng độc lập, cán bộ tín dụng phải đảm nhận rất nhiều việc: tiếp thị, thẩm định, chăm sóc khách hàng...tạo nên áp lực lớn và không khách quan trong công tác thẩm định sau này.

Mạng lưới trụ sở giao dịch của chi nhánh còn khá mỏng. Tình

hình này gây khó khăn cho các phòng và chi nhánh trong việc thu hút khách hàng, quảng bá, giới thiệu sản phẩm của mình đến rộng rãi các tầng lớp nhân dân.

- Nguyên nhân khách quan

Nhu cầu của khách hàng về nhiều hàng hóa còn nhiều hạn chế do ảnh hưởng nặng yếu tố văn hóa truyền thống trong tiêu dùng của người Việt vẫn chưa quen trong việc vay tiền để tiêu dùng, khả năng tiếp cận và sử dụng các dịch vụ của khách hàng còn hạn chế

DAB có xây dựng các sản phẩm cho vay du học tuy nhiên các sản phẩm này không được phát huy hiệu quả, điều này một phần là do chi nhánh chưa chú trọng phát triển do nhận thức Quảng Ngãi là một tỉnh còn nghèo, nên các nhu cầu về du học bị hạn chế vì bị khống chế bởi khả năng tài chính của đại bộ phận dân cư.

Trong những năm qua, nền kinh tế chịu tác động nhiều của thiên tai, dịch bệnh, giá cả hàng hóa liên tục tăng, kinh tế suy thoái chưa hồi phục đã làm thu nhập của người lao động giảm, nguy cơ thất nghiệp cao, đã ảnh hưởng đến việc phát triển cho vay tiêu dùng.

Môi trường cạnh tranh gay gắt cũng là một nguyên nhân gây ra những hạn chế trong phát triển cho vay tiêu dùng của Chi nhánh.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN

HÀNG TMCP ĐÔNG Á- CHI NHÁNH QUẢNG NGÃI

3.1 ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI DAB QUẢNG NGÃI

3.2 GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI DAB QUẢNG NGÃI

3.2.1 Hoàn thiện chính sách phát triển cho vay tiêu dùng

Mặc dù hoạt động đa năng, nhưng DAB Quảng Ngãi phải xác định khách hàng chủ yếu trong hoạt động kinh doanh của mình là nhóm

khách hàng cá nhân và hộ gia đình. Việc xác định đúng thị trường, sẽ giúp chi nhánh định hướng đúng thị trường tiềm năng và phân khúc thị trường cho vay tiêu dùng. Khách hàng cá nhân là khách hàng to lớn và lâu dài của dịch vụ bán lẻ, đặc biệt chú ý tới khách hàng trẻ 25-40 với tính năng động trong tiếp cận và có nhu cầu lớn sử dụng sản phẩm cho vay tiêu dùng. Họ là những đang làm việc tại các cơ quan, đơn vị hành chính, sự nghiệp, cơ sở dân doanh, doanh nghiệp tư nhân, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài...

DAB Quảng Ngãi sẽ phải đề ra kế hoạch chi tiết cho việc thu hút khách hàng, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng vay vốn; Áp dụng mức lãi suất, kỳ hạn cho vay cần phải linh hoạt, có những ưu đãi nhất định nhằm thu hút được người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm, dịch vụ cho vay tiêu dùng của Chi nhánh.

Thực hiện tốt chính sách chăm sóc khách hàng. Chi nhánh có thể tổ chức các cuộc thăm dò khách hàng, lấy ý kiến, phỏng vấn hay sử dụng các phiếu góp ý... để thăm dò xem khách hàng cảm thấy thế nào về sản phẩm, dịch vụ cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Việc hỏi ý kiến khách hàng chứng tỏ ngân hàng có quan tâm đến những cảm nhận của khách hàng, đồng thời qua đó ngân hàng cũng có thể giải đáp những khúc mắc khách hàng một cách hữu hiệu và có hướng điều chỉnh cho phù hợp.

3.2.2 Đẩy mạnh marketing

Theo khuyến cáo của các chuyên gia ngân hàng thế giới, hoạt động marketing đóng góp tới 20% vào tổng lợi nhuận của ngân hàng bán lẻ.

a. Triển khai sản phẩm cho vay tiêu dùng mới và đẩy mạnh phát triển các sản phẩm phi tín dụng

- Triển khai sản phẩm cho vay tiêu dùng hỗ trợ xuất khẩu lao động vì thị trường xuất khẩu lao động ở Quảng Ngãi đang rất có tiềm năng bằng cách liên kết với các doanh nghiệp được phép đưa lao động

đi xuất khẩu trên địa bàn để nắm bắt nhu cầu vay vốn của người lao động, đây là sản phẩm không chỉ đem lại lợi nhuận từ cho vay mà còn đem lại nhiều lợi ích khác cho ngân hàng như mua bán ngoại tệ, thu dịch vụ chuyển tiền từ nước ngoài về...

- Đẩy mạnh phát triển các sản phẩm phi tín dụng

Việc đẩy mạnh 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 chuyển lương qua tài khoản ngân hàng, dịch vụ giữ hộ, ủy thác đầu tư... Các sản phẩm dịch vụ phi tín dụng ngày càng đa dạng, tiện ích sẽ giúp thu hút được nhiều khách hàng cá nhân, tạo sự hỗ trợ đan chéo giữa các sản phẩm ngân hàng, khách hàng tiếp cận sản phẩm này sẽ dễ dàng tiếp cận sản phẩm vay tiêu dùng và ngược lại.

b. Điều chỉnh quy chế một số các sản phẩm cho vay tiêu dùng hiện hành của DAB: việc xây dựng quy trình, quy chế sản phẩm CVTD là của Hội sở, do đó, đối với việc điều chỉnh này chi nhánh có thể kiến nghị lên Hội sở:

- Việc nhận tài sản bảo đảm cho các khoản vay tiêu dùng:

Nên có bộ phận thực hiện chuyên trách việc thẩm định giá trị tài sản thế chấp để đảm bảo việc xác định giá trị sát với thị trường.

Đối với những tài sản có giá trị cao, tính khả mại tốt, khách hàng tốt, chi nhánh có thể linh động nâng mức cho vay tối đa lên đến 80%-85% giá trị tài sản đảm bảo thay vì chỉ 70% đối với các khoản vay mua nhà.

Đối với tài sản cầm cố là sổ tiết kiệm, DAB nên nới rộng mức cho vay lên 90-100% đối với các sổ tiết kiệm do DAB phát hành, đồng thời nhận cầm cố sổ tiết kiệm do các ngân hàng khác phát hành để nâng tính cạnh tranh.

- Đối với sản phẩm cho vay mua nhà: Thời hạn cho vay đối với loại sản phẩm này nên kéo dài thêm thay vì tối đa 10 năm như hiện nay vì

chênh lệch giữa thu nhập của người dân và giá bất động sản quá lớn nên nếu với thời hạn cho vay quá ngắn thì khách hàng vay không có đủ khả năng trả nợ cho một khoản vay đủ lớn để mua nhà. Trong khi đó, VCB chào sản phẩm cho vay mua nhà với thời hạn cho vay kéo dài đến 15 năm.

- Đối với sản phẩm cho vay mua xe ô tô: Không nên cứng nhắc chỉ cho vay đối với xe ô tô mới 100%. Giao dịch mua bán xe qua sử dụng là rất nhiều so với xe mới 100%, do xe qua sử dụng sẽ phù hợp túi tiền của đa số người tiêu dùng hơn. Mà việc cho vay ô tô qua sử dụng là hoàn toàn có thể thực hiện nếu ngân hàng có bộ phận định giá chuyên trách hoặc có thể yêu cầu bên thứ 3 là một công ty định giá độc lập giám định.

c. Mở rộng mạng lưới phân phối cũng như tạo mối quan hệ tốt đẹp các đơn vị hỗ trợ hoạt động ngân hàng.

Cần mở rộng quan hệ với các đơn vị hỗ trợ hoạt động ngân hàng: chính quyền các địa phương, với các cơ quan, ban ngành, các doanh nghiệp có nhiều lao động làm việc ổn định, với các doanh nghiệp hoạt động trên lĩnh vực bất động sản, du lịch, xuất khẩu lao động, kinh doanh mô tô, ô tô... các trung tâm thương mại, siêu thị, trung tâm điện máy, cửa hàng nội thất...

d. Giá cả linh hoạt (Price)

DAB phải xây dựng chính sách giá cả hợp lý đối với cả 2 hoạt động là huy động vốn và cho vay nhằm đảm bảo hài hòa lợi nhuận ngân hàng và quyền lợi khách hàng.

- Tăng cường công tác huy động vốn:
 - Đa dạng hóa các hình thức huy động
 - Tăng tính hấp dẫn của các hình thức huy động.
 - Nâng cao chất lượng dịch vụ: phụ thuộc nhiều vào phong cách phục vụ nhân viên giao dịch.
- Áp dụng lãi suất cho vay linh hoạt

e. Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất và hiện đại hóa công nghệ ngân hàng.

f. Đẩy mạnh xúc tiến (promotion)

- Thành lập bộ phận marketing chuyên trách. Bộ phận marketing chuyên trách có nhiệm vụ thực hiện những nội dung:

- Nghiên cứu môi trường kinh doanh
- Tìm hiểu nhu cầu của khách hàng
- Tìm kiếm khách hàng mới, quảng bá hình ảnh của chi nhánh đến khách hàng.

- Cung cấp thông tin về sản phẩm, dịch vụ hiệu quả đến khách hàng qua quảng cáo, tờ rơi, website, thư ngỏ, xây dựng cảm nang về sản phẩm, dịch vụ ngân hàng...

- Tài trợ cho các sự kiện tiêu biểu nhằm thu hút sự chú ý của người tiêu dùng: đây là cách làm rất hữu hiệu để thu hút người tiêu dùng. Tuy nhiên, khi thực hiện phương thức này, chi nhánh cũng cần có sự chọn lựa để thực hiện tài trợ, cân nhắc giữa chi phí và lợi ích.

g. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực:

- Nâng cao chất lượng công tác tuyển dụng
- Chú trọng công tác đào tạo
- Chú trọng đến chế độ lương, thưởng và thăng tiến, chăm lo hoạt động đời sống cho các CBNV thông qua các hoạt động như tặng quà CBNV các dịp lễ, tết, ốm đau, sinh nhật, cưới hỏi, được tổ chức khám sức khỏe định kỳ 1 năm/lần ở những bệnh viện uy tín, tổ chức nghỉ mát cho CBNV...

h. Xây dựng văn hoá tác phong phục vụ khách hàng mang dấu ấn riêng của DAB

3.2.3 Kiểm soát rủi ro cho vay tiêu dùng

a. Nâng cao công tác thu thập, xử lý và quản lý thông tin khách hàng

b. Chú trọng công tác kiểm tra sau giải ngân

c. Thực hiện tái định giá tài sản đảm bảo định kỳ

3.3 KIẾN NGHỊ ĐỐI VỚI CÁC CƠ QUAN HỮU QUAN:

3.3.1 Đối với Chính phủ

3.3.2 Đối với Ngân hàng Nhà nước

3.3.3 Đối với DAB

KẾT LUẬN

Trên đây chỉ là một số ít trong rất nhiều giải pháp nhằm phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng. Để đạt hiệu quả cao nhất cần phối hợp tất cả các giải pháp một cách đồng bộ từ lúc tiếp cận khách hàng cho đến khi hoàn tất toàn bộ khoản vay đưa hồ sơ vào lưu trữ. Chỉ cần một hoặc một vài khâu trong cả quy trình có vấn đề, không chặt chẽ, không hiệu quả sẽ làm cho cả quy trình cho vay không hiệu quả. Trong đó quan trọng và cần thực hiện trước hết đối với hệ thống DAB là xây dựng chính sách ưu đãi hỗ trợ cho vay tiêu dùng, xây dựng hệ thống thông tin nhanh chóng, chính xác, kịp thời, đầy đủ và từ nhiều nguồn khác nhau để đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, nâng cao năng lực cạnh tranh và hạn chế rủi ro.

Đây là đề tài không mới nhưng là nội dung quan tâm của nhiều người, đặc biệt là đối với những ai luôn trăn trở về phát triển cho vay tiêu dùng ở Việt Nam hiện nay. Do tính chất phong phú của lĩnh vực nghiên cứu nên chắc chắn luận văn còn nhiều hạn chế cần được bổ sung. Rất mong nhận được những ý kiến đóng góp, chỉnh sửa của Quý thầy cô giáo, các bạn đồng nghiệp nhằm giúp cho tôi hoàn thiện hơn trong công tác nghiên cứu của mình.