

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

TRƯỜNG THANH HIỀN

**PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM
THỊNH VƯỢNG - CN BÌNH ĐỊNH**

Chuyên ngành: Tài chính và Ngân hàng

Mã số: 60.34.20

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS NGUYỄN THỊ NHƯ LIÊM

**2012 | PDF | 101 Pages
buihuuhanh@gmail.com**

Đà Nẵng, Năm 2012

LỜI CAM ĐOAN

Tôi 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.

Tác giả

Trương Thanh Hiền

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Phương pháp nghiên cứu.....	4
5. Kết cấu của Luận văn.....	4
6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu.....	4
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	8
1.1. KHÁI QUÁT DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM	8
1.1.1. Khái niệm cho vay tiêu dùng.....	8
1.1.2. Đặc điểm cho vay tiêu dùng của NHTM.....	10
1.1.3. Vai trò của cho vay tiêu dùng.....	13
1.1.4. Phân loại cho vay tiêu dùng.....	15
1.2. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM	21
1.2.1. Quan niệm phát triển cho vay tiêu dùng.....	21
1.2.2. Chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng.....	21
1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng phát triển cho vay tiêu dùng.....	28
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1	33
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP VPBANK - CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH	34
2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG (VPBANK) - CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH	34
2.1.1. Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh vượng.....	34
2.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy của NH TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) - chi nhánh Bình Định.....	36

2.1.3. Môi trường kinh doanh ảnh hưởng đến phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định	40
2.1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của VPBank Bình Định trong 3 năm.....	44
2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI VPBANK - CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH	45
2.2.1. Khái quát chung về hoạt động cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định.....	45
2.2.2. Quy trình cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định	46
2.2.3. Thực trạng phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank – Chi nhánh Bình Định	47
2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI VPBANK BÌNH ĐỊNH.....	65
2.3.1. Những mặt thuận lợi và kết quả đạt được	65
2.3.2. Những mặt hạn chế và nguyên nhân	66
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2	69
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG (VPBANK) - CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH.....	70
3.1. CÁC CĂN CỨ TIỀN ĐỀ CHO SỰ PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI VPBANK BÌNH ĐỊNH	70
3.1.1. Định hướng phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Bình Định trong thời gian đến.....	70
3.1.2. Phân tích về tiềm năng và nhu cầu của khách hàng cá nhân.....	71
3.1.3. Phân tích các yếu tố cạnh tranh và thị phần cho vay tiêu dùng của VPBank Bình Định trên địa bàn	72

3.1.4. Định hướng chiến lược phát triển cho vay tiêu dùng của VPBank nói chung và chi nhánh Bình Định nói riêng.....	73
3.2. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG TRONG THỜI GIAN TỚI	75
3.2.1. Nhóm giải pháp về Marketing và thị trường	75
3.2.2. Chính sách sản phẩm cho vay tiêu dùng	79
3.2.3. Hoàn thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng..	81
3.3. CÁC GIẢI PHÁP HỖ TRỢ VÀ KIẾN NGHỊ	84
3.3.1. Các giải pháp hỗ trợ.....	84
3.3.2. Kiến nghị.....	87
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	89
KẾT LUẬN.....	90
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	91
QUYẾT ĐỊNH GIAO ĐỀ TÀI LUẬN VĂN (Bản sao)	
PHỤ LỤC.	

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ACB	Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu.
CN	Chi nhánh.
CVTD	Cho vay tiêu dùng.
NHNN	Ngân hàng Nhà nước.
NHTM	Ngân hàng thương mại.
NHTMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần.
Techcombank	Ngân hàng kỹ thương Việt Nam.
TMCP	Thương mại cổ phần.
Sacombank	Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín.
VPBank	Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng.
VPBank Bình Định	Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng - Chi nhánh Bình Định.
VietinBank	Ngân hàng TMCP Công thương.

DANH MỤC CÁC BẢNG

Số hiệu bảng	Tên bảng	Trang
2.1	Tình hình hoạt động kinh doanh của VPBank Bình Định qua các năm	44
2.2	Tình hình cho vay tiêu dùng tại VPBank qua các năm	45
2.3	Số lượng khách hàng VTD tại VPBank Bình Định qua các năm	49
2.4	Dư nợ cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định qua các năm	50
2.5	Tình hình dư nợ cho vay của toàn chi nhánh	51
2.6	Thị phần CVTD một số các NHTM trên địa bàn tỉnh Bình Định	53
2.7	Thu nhập từ lãi CVTD tại VPBank Bình Định qua các năm	55
2.8	Dư nợ cho vay theo các hình thức CVTD	57
2.9	Bảng kết quả khảo sát chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định thời gian qua	62
2.10	Tỷ lệ nợ xấu/ Dư nợ cho vay	64
2.11	Tỷ lệ nợ xấu/ Dư nợ cho vay tiêu dùng	64

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ

Số hiệu hình	Tên hình	Trang
1.1	Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý	36
2.1	Tỷ lệ dư nợ CVTD so với nguồn vốn huy động	46
2.2	Tỷ lệ Dư nợ CVTD so với Tổng dư nợ	50
2.3	Tỷ lệ cho vay theo kỳ hạn trong tổng dư nợ	52
2.4	Dư nợ CVTD một số NHTM trên địa bàn	54
2.5	Tỷ lệ thu nhập từ lãi CVTD so với thu nhập từ lãi cho vay	56
2.6	Tỷ lệ CVTD theo các hình thức năm 2009	58
2.7	Tỷ lệ CVTD theo các hình thức năm 2010	58
2.8	Tỷ lệ CVTD theo các hình thức năm 2011	59
3.1	Phiếu xếp hạng tín dụng (Dùng cho khách hàng cá nhân)	77

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong quá trình tái cơ cấu các NHTM Việt Nam, việc phát triển các nghiệp vụ ngân hàng bán buôn và bán lẻ đang nổi lên trong hoạch định và thực thi chiến lược của từng hệ thống ngân hàng cũng như ở tầm quản lý vĩ mô của NHNN. Những năm gần đây, chúng ta đang chứng kiến sự phát triển và cạnh tranh mạnh mẽ của các dịch vụ ngân hàng Việt Nam, nhất là khối bán lẻ. Việc phát triển hoạt động ngân hàng bán lẻ là một trong những chiến lược trọng tâm của các NHTM Việt Nam. Thị trường bán lẻ là một cách nhìn hoàn toàn mới về thị trường tài chính, qua đó, phần đông những người lao động nhỏ lẻ sẽ được tiếp cận với các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng, tạo ra một thị trường tiềm năng đa dạng và năng động.

Kinh doanh có hiệu quả và từng bước phát triển ngành ngân hàng là mục tiêu của mỗi ngân hàng trong hoạt động kinh doanh của mình. Trong đó, tín dụng là hoạt động cơ bản của các NHTM. Tuy nhiên, từ xưa tới nay, các ngân hàng mới chỉ quan tâm đến cho vay các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng hóa mà chưa thực sự chú ý tới nhu cầu vay tiêu dùng của người dân. Cuộc sống ngày càng phát triển, mức sống của người dân ngày càng cải thiện, vay tiêu dùng gia tăng mạnh mẽ gắn liền với nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao như nhà, xe, dịch vụ y tế, giáo dục, nhu cầu du lịch... Nhu cầu nâng cao chất lượng cuộc sống là vô hạn tuy nhiên, để nhu cầu được đáp ứng đúng lúc, đúng thời điểm không phải lúc nào cũng dễ dàng thực hiện được bởi nó còn phụ thuộc vào một nhân tố rất quan trọng, đó là khả năng thanh toán. Và tất yếu các NHTM nhanh chóng nắm bắt được nhu cầu đó và đã phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng nhằm tạo điều kiện cho khách hàng của mình thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Chiến lược kinh doanh này là cần thiết và là

một xu hướng hợp thời đại. Bên cạnh đó, hoạt động này cũng đồng nghĩa với việc phân tán rủi ro qua đó giảm thiểu rủi ro cho cả hoạt động cho vay của ngân hàng...

Trong những năm tới đây, chương trình cho vay tiêu dùng sẽ tiếp tục đóng một vai trò chủ đạo trong dịch vụ ngân hàng cũng như trong quản lý ngân hàng. Xu hướng này diễn ra bởi vì tín dụng tiêu dùng không chỉ là một trong những khoản mục mang lại lợi nhuận cao nhất cho ngân hàng mà còn bởi vì người tiêu dùng với trình độ ngày càng cao sẽ vay nhiều hơn để nâng cao mức sống của bản thân và đáp ứng các kế hoạch chi tiêu trên cơ sở triển vọng về thu nhập trong tương lai. Cho vay tiêu dùng trong tương lai sẽ hướng theo mục tiêu về sự thân thiện, ngân hàng sẽ tạo điều kiện cho cá nhân, hộ gia đình nhận được khoản vay sớm hơn trong khi vẫn duy trì được sự kiểm soát đối với món vay tiêu dùng để tránh những giảm sút đáng kể về chất lượng tín dụng.

Để thực hiện mục tiêu này đòi hỏi mỗi ngân hàng nói riêng và hệ thống ngân hàng nói chung phải đa dạng hoá các nghiệp vụ vì nó góp phần quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội, thúc đẩy cho việc thực hiện chính sách kích cầu của Chính phủ, tạo ra công ăn việc làm cho đại bộ phận dân cư trong nền kinh tế của đất nước, tạo thu nhập cao hơn và nâng cao đời sống cho dân chúng. Về phía ngân hàng, hoạt động này sẽ giúp họ nhận thức được phần lớn số vốn từ phía dân cư, không chỉ ở tầng lớp có thu nhập cao mà còn ở bộ phận dân cư có thu nhập thấp, tạo cơ hội cho khách hàng có được tiện ích tiêu dùng trước khi có đủ điều kiện tích lũy tiền để sở hữu chúng.

Thị trường cho vay tiêu dùng ở Bình Định hiện nay đang ở bước đầu về phát triển, nhưng phải khẳng định đây là một thị trường rất nhiều tiềm năng. Hầu hết các ngân hàng thấy được lợi ích từ việc cho vay tiêu dùng nên đều

triển khai mạnh các dịch vụ này. Rầm rộ nhất, phải kể tới các NHTMCP như: Đông Á, Sacombank, ACB, đều vào cuộc với các chương trình khá phong phú như: cho vay mua xe, mua đất, mua nhà trả góp, xây dựng và sửa chữa nhà.

Xuất phát từ những lý do nêu trên, tôi đã chọn đề tài ***“Phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng tại ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam thịnh vượng - Chi nhánh Bình Định”*** làm đề tài nghiên cứu cho luận văn tốt nghiệp của mình.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Nghiên cứu lý luận cơ bản phát triển cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại.

- Đề tài chủ yếu tập trung đánh giá thực trạng phát triển cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh ngân hàng VPBank tại Bình Định thông qua những thông số liên quan đến tín dụng tiêu dùng như: sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng, dư nợ cho vay tiêu dùng, tình hình thu nợ, dư nợ, nợ quá hạn,... từ năm 2009-2011.

- Từ đó đề xuất một số giải pháp, kiến nghị nhằm phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh vượng - Chi nhánh Bình Định trong những năm tiếp theo.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Đề tài nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh vượng - Chi nhánh Bình Định.

- Phạm vi nghiên cứu: Đề tài nghiên cứu hoạt động cho vay tiêu dùng, thực trạng cho vay tiêu dùng trong giai đoạn từ 2009-2011.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Phương pháp thu thập thông tin - số liệu: các báo cáo và số liệu tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh vượng - Chi nhánh Bình Định, thông tin trên báo, internet, sách tham khảo...

4.2. Phương pháp xử lý thông tin số liệu:

- Phương pháp thống kê, miêu tả, tổng hợp số liệu.
- Phương pháp so sánh: cơ sở dữ liệu; tỷ trọng; cơ cấu.
- Phương pháp phân tích số liệu và đánh giá số liệu (số tuyệt đối, số tương đối).

5. Bố cục đề tài

* Mở đầu

* Luận văn gồm 3 chương được trình bày như sau

Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.

Chương 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP VPBANK - CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

Chương 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP VPBANK - CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

* Kết luận

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

Hoạt động ngân hàng bán lẻ trong đó cho vay tiêu dùng đã và đang là chiến lược lâu dài và là mục tiêu kinh doanh của tất cả các ngân hàng hiện nay. Chính vì vậy trên thị trường ngân hàng luôn luôn có sự cạnh tranh gay gắt về dịch vụ này, đòi hỏi mỗi ngân hàng phải nâng cao nội lực để tạo chỗ đứng và có vị thế vững chắc. Phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng sẽ góp phần thúc đẩy nhanh và bền vững chiến lược ngân hàng bán lẻ. Hoạt động cho vay tiêu dùng là một hoạt động nhỏ của hoạt động tín dụng nói chung của ngân

hàng nhưng cũng không kém phần quan trọng mà các ngân hàng đang hướng đến. Hoạt động này đã được nhiều tác giả nghiên cứu và xuất bản nhiều giáo trình, nội dung những giáo trình này mang tính chất cơ sở lý luận về tài chính ngân hàng nói chung và lĩnh vực cho vay tiêu dùng nói riêng.

“Phát triển cho vay tiêu dùng” là một đề tài không mới nhưng được nhiều sự quan tâm và được nhiều tác giả nghiên cứu ở nhiều góc độ khác nhau.

Với đề tài “Giải pháp phát triển cho vay tiêu dùng tại chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn thành phố Đà Nẵng” của tác giả Đỗ Thị Thùy Trang - Đại học Đà Nẵng - 2011, luận văn đã phân tích được các chỉ tiêu đánh giá phát triển cho vay tiêu dùng, từ đó đánh giá, phân tích thực trạng phát triển cho vay tiêu dùng tại Agribank Đà Nẵng và đưa ra các giải pháp cụ thể, nhìn chung luận văn đã cơ bản giải quyết được những vấn đề lý luận về phát triển cho vay tiêu dùng. Bên cạnh đó, để có cơ sở đánh giá các nhân tố ảnh hưởng và tác động trực tiếp đến sự phát triển cho vay tiêu dùng, tác giả đã tiến hành điều tra, khảo sát nhu cầu và kiến thức của khách hàng trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng này. Từ đó làm cơ sở và tiền đề cho việc phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Từ thực trạng cho vay tiêu dùng tại Agribank Đà Nẵng, luận văn đã nêu lên được những hạn chế và nguyên nhân tồn tại để đưa ra các giải pháp hoàn thiện. Tác giả đã đưa ra các giải pháp cụ thể, đó là: hoàn thiện chính sách khách hàng, thị trường, đa dạng hóa sản phẩm, tăng cường quảng cáo tiếp thị.

Hay luận văn “Giải pháp phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt nam chi nhánh 6” của tác giả Triều Mạnh Đức - Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, luận văn đã cơ bản giải quyết được những vấn đề về hệ thống hóa những lý luận cơ bản liên quan đến Ngân hàng thương mại và hoạt động tín dụng bán lẻ. Tác giả đã

phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động tín dụng bán lẻ nói riêng của Agribank chi nhánh 6 từ đó rút ra hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế đó làm cơ sở đề xuất các giải pháp và kiến nghị nhằm đẩy mạnh phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ tại ngân hàng. Tác giả đã xây dựng các căn cứ và dựa trên các căn cứ đó đã đề ra những giải pháp nhằm đẩy mạnh phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ tại Agribank chi nhánh 6 cũng như những kiến nghị với các cơ quan quản lý nhằm đẩy mạnh phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ tại ngân hàng này.

Tuy nhiên trong luận văn của mình các tác giả vẫn chưa đi sâu phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của hoạt động tín dụng bán lẻ mà chỉ đánh giá thực trạng chung của hoạt động tín dụng bán lẻ thông qua các thông số về dư nợ tín dụng bán lẻ, danh mục các sản phẩm tín dụng bán lẻ, dư nợ tín dụng tiêu dùng, nợ xấu, tỷ lệ nợ xấu,... từ đó đánh giá những thành tựu và hạn chế mà Agribank 6 đạt được.

Hay tương tự như đề tài “Phát triển cho vay tiêu dùng tại Vietcombank Quảng Nam” của tác giả Phạm Doãn Quốc - Đại học Đà Nẵng, tác giả cũng đã hệ thống hóa các vấn đề lý luận cơ bản về cho vay tiêu dùng và phát triển cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại; phân tích thực trạng, đánh giá kết quả và những hạn chế, thách thức đối với hoạt động cho vay tiêu dùng tại Vietcombank Quảng Nam. Trên cơ sở đó, tác giả đã đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển cho vay tiêu dùng tại đơn vị.

Các luận văn trên đều đưa người đọc có cái nhìn tổng quan về cho vay tiêu dùng và phát triển cho vay tiêu dùng, và cũng là một mục tiêu, chiến lược phát triển quan trọng của tất cả các ngân hàng trong giai đoạn đi theo định hướng ngân hàng bán lẻ trong giai đoạn hiện nay. Từ đó, mỗi tác giả đều đưa ra các giải pháp khác nhau nhưng nhìn chung đều nhằm phát triển hoạt động

cho vay tiêu dùng. Tất cả các nội dung trên phần nào giúp tôi có thêm định hướng cho luận văn của mình .

CHƯƠNG 1

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

1.1. KHÁI QUÁT DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM

1.1.1. Khái niệm cho vay tiêu dùng

Trước đây các ngân hàng thường tập trung cho vay sản xuất kinh doanh và ít cho vay đối với cá nhân, hộ gia đình. Họ cho rằng cho vay tiêu dùng có quy mô nhỏ, rủi ro lại rất cao. Sau chiến tranh thế giới thứ II, trước sức ép cạnh tranh, các ngân hàng đã phải tiến hành cải cách. Cùng với sự cạnh tranh của các tổ chức tín dụng và các tổ chức tài chính trung gian khác, sự phát triển mạnh mẽ của thị trường vốn khiến thị phần cho vay các doanh nghiệp của ngân hàng bị giảm sút, nhiều hãng lớn tự tài trợ bằng phát hành cổ phiếu và trái phiếu. Tất cả các khó khăn đó đã khiến các ngân hàng phải tìm cách chuyển hướng sang hoạt động khác để tăng thu nhập. Bên cạnh đó, sự phát triển của nền kinh tế khiến mức sống của dân cư được cải thiện đáng kể, nhu cầu vay tiêu dùng tăng mạnh mẽ, gắn liền với nhu cầu về hàng tiêu dùng lâu bền như nhà, xe, chi tiêu cá nhân, nhu cầu du lịch... Vì vậy, cho vay tiêu dùng trở thành một thị trường hấp dẫn đầy tiềm năng đối với ngân hàng. Các ngân hàng chuyển hướng sang tập trung mở rộng thị trường cho vay tiêu dùng. Nhiều ngân hàng chuyên môn hoá hoạt động cho vay tiêu dùng bằng cách lập các phòng tín dụng tiêu dùng độc lập giúp các ngân hàng tăng quy mô, giảm rủi ro và chi phí trong các khoản cho vay tiêu dùng đưa tín dụng tiêu dùng trở thành một trong những loại hình tín dụng có mức tăng trưởng cao.

Như vậy, tín dụng tiêu dùng ra đời cùng với sự phát triển của hệ thống ngân hàng. Đây là một hình thức khá phổ biến hiện nay đặc biệt là ở một số

nước phát triển trên thế giới. Tuy nhiên hình thức này còn khá mới mẻ ở Việt Nam. Chúng ta đã quen với việc mua hàng hóa tiêu dùng có giá trị từ vài triệu lên đến vài trăm triệu được trả trực tiếp bằng tiền mặt nhưng việc này là rất hiếm hoi ở nước ngoài. Bởi vì ở nước ngoài việc thanh toán hầu hết được thực hiện thông qua hệ thống ngân hàng.

Tuy nhiên trong vài năm gần đây, việc Chính phủ thực hiện chính sách mở cửa, làm cho bộ mặt nền kinh tế Việt Nam đã chuyển đổi mạnh, đời sống của người dân ngày càng nâng cao, tiến đến cuộc sống thoải mái hơn về vật chất lẫn tinh thần, ngoài những nhu cầu thiết yếu như ăn uống, đi lại... thì nhu cầu cuộc sống được nâng cao hơn, như nhà đẹp tiện nghi, xe cộ hiện đại, du lịch, học hành nước ngoài,... Do đó, đôi khi người dân cho phép mình chi tiêu vượt mức thu nhập, dẫn đến nhu cầu vay mượn để tiêu dùng tăng lên. Điều này đã tạo ra thị trường cho vay tiêu dùng đối với các ngân hàng thương mại diễn ra cạnh tranh cao.

Hiện nay, chưa có một văn bản quy phạm pháp luật nào quy định rõ khái niệm cho vay tiêu dùng nhưng thực tế, tại các ngân hàng thương mại thì dịch vụ cho vay tiêu dùng được hiểu là khoản tín dụng được cấp cho khách hàng để tài trợ cho nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng (cá nhân, hộ gia đình). Mục đích cho vay tiêu dùng là nhằm đáp ứng nhu cầu sinh hoạt, chi tiêu của khách hàng vay chứ không phục vụ trực tiếp cho mục đích kinh doanh, hoạt động thương mại.

Theo TS. Hồ Diệu - tác giả giáo trình *Tín dụng ngân hàng*, NXB Thống kê, năm 2001 thì cho vay tiêu dùng là các khoản vay nhằm tài trợ cho nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng, bao gồm cá nhân và hộ gia đình. Đây là một nguồn tài chính quan trọng giúp những người này trang trải nhu cầu nhà ở, đồ dùng gia đình và xe cộ... Bên cạnh đó, những chi tiêu cho nhu cầu giáo dục, y tế và du lịch... cũng có thể được tài trợ bởi cho vay tiêu dùng.

Tóm lại, *cho vay tiêu dùng là hình thức cho vay trong đó ngân hàng thỏa thuận để khách hàng là cá nhân và hộ gia đình sử dụng một khoản tiền với nguyên tắc có hoàn trả cả gốc và lãi theo một cách thức nhất định trong một thời gian xác định, để sử dụng vào các nhu cầu phục vụ đời sống như mua nhà ở, sửa chữa nhà ở, mua sắm phương tiện đi lại, đồ dùng gia đình, chi phí chữa bệnh, giáo dục và du lịch,...*

1.1.2. Đặc điểm cho vay tiêu dùng của NHTM

Cho vay tiêu dùng là một hoạt động tất yếu hình thành do yêu cầu của nền kinh tế. Nó có những đặc điểm riêng khác với tín dụng ngân hàng nói chung.

a. Giá trị mỗi khoản vay nhỏ nhưng số lượng các khoản vay lớn

Các khách hàng khi tìm đến ngân hàng với mục đích vay tiêu dùng thường có nhu cầu vốn không cao vì nhu cầu của người tiêu dùng đối với các loại hàng hóa xa xỉ là không cao hoặc đã có tích lũy từ trước đối với những tài sản có giá trị lớn. Mặt khác, do vay tiêu dùng có độ rủi ro cao hơn nên ngân hàng cũng thường thận trọng hơn trong việc quyết định số tiền cho vay căn cứ vào khả năng trả nợ và tài sản đảm bảo của khách hàng. Song nếu xét về quy mô thì nhu cầu vay tiêu dùng là khá lớn do đối tượng của loại hình cho vay này là mọi cá nhân trong xã hội, từ những người có thu nhập cao đến có thu nhập trung bình và thấp với nhiều nhu cầu phong phú, đa dạng. Khi chất lượng cuộc sống và trình độ dân trí được nâng cao, người dân càng có nhu cầu vay ngân hàng để cải thiện và nâng cao mức sống. Do đó, nền kinh tế càng phát triển thì số lượng các khoản vay tiêu dùng sẽ càng nhiều [2, tr. 249]

b. Các khoản cho vay tiêu dùng có chi phí khá lớn

Do số lượng món vay tiêu dùng nhiều, khách hàng đông và đa dạng nhưng giá trị mỗi khoản vay lại nhỏ, ngân hàng phải huy động nhiều nhân lực cho hoạt động cho vay, từ khâu tiếp nhận hồ sơ, thẩm định khách hàng, quyết

định cho vay. Mặt khác, ngân hàng cũng gặp không ít khó khăn để quản lý các khoản cho vay tiêu dùng với giá trị nhỏ nhưng số lượng lớn vì thông tin về tài chính của khách hàng cá nhân thường không minh bạch và khó kiểm soát. Tất cả những điều này làm cho chi phí tính trên một đơn vị tiền tệ cho vay tiêu dùng cao hơn so với các loại hình cho vay khác [2, tr. 249]

c. Các khoản cho vay tiêu dùng thường có độ rủi ro cao

Cho vay tiêu dùng có độ rủi ro rất cao trong danh mục cho vay của ngân hàng. Chịu tác động của những yếu tố khách quan như môi trường kinh tế xã hội, môi trường tự nhiên và các yếu tố khác như:

- Tính chu kỳ của hoạt động cho vay tiêu dùng. Nhu cầu vay vốn tỷ lệ thuận với sự tăng trưởng của nền kinh tế. Nó tăng lên khi nền kinh tế phát triển, mở rộng khiến người dân tin tưởng vào thu nhập của mình trong tương lai và sẵn sàng vay tiền để được sử dụng trước những hàng hoá cao cấp phục vụ đời sống. Ngược lại, khi nền kinh tế rơi vào suy thoái, hạn hán, bệnh dịch, mất mùa... khiến người tiêu dùng chỉ dám yêu cầu mức sống đảm bảo được những nhu cầu thiết yếu hàng ngày và hạn chế việc vay từ ngân hàng.

- Đối tượng cho vay tiêu dùng là cá nhân và hộ gia đình. Thông tin tài chính của cá nhân và hộ gia đình thường khó đầy đủ và rõ ràng như thông tin về doanh nghiệp (thông qua báo cáo tài chính), dẫn đến rủi ro đạo đức và rủi ro thông tin không cân xứng. Các thông tin về khách hàng như sức khoẻ, công việc có thể có độ chính xác không cao do khách hàng cố tình giữ kín hoặc che giấu. Khả năng trả nợ của khách hàng sẽ thay đổi nhanh chóng khi thay đổi điều kiện làm việc hay tình trạng sức khoẻ. Nếu người vay bị chết, ốm, hoặc bị mất việc thì ngân hàng sẽ khó thu được nợ. Ngân hàng có thể phải đối mặt với những trường hợp khách hàng cố tình lừa đảo, chây ỳ với hy vọng quyt nợ, hoặc kéo dài thời gian sử dụng vốn của ngân hàng. Do vậy, dẫu ngân hàng

có nắm giữ tài sản đảm bảo trong trường hợp này cũng khó tránh khỏi tổn thất xảy ra.

- Lãi suất cho vay tiêu dùng khá cứng nhắc. Ngân hàng có thể phải chịu tổn thất khi chi phí huy động vốn tăng lên.

d. Các khoản cho vay tiêu dùng có lãi suất cao và cứng nhắc

Quy mô những khoản vay tiêu dùng thường nhỏ vào khoảng vài trăm triệu, dẫn đến chi phí cho vay cao, vì vậy lãi suất cho vay tiêu dùng thường cao và cứng nhắc hơn so với lãi suất của các loại cho vay trong lĩnh vực thương mại và công nghiệp. Hơn nữa, vì các khoản vay tiêu dùng có độ rủi ro cao nên khiến cho lãi suất cho vay tín dụng tiêu dùng cao hơn các khoản vay khác, đặc biệt đối với cho vay tiêu dùng tín chấp.

Vì vậy, “ Không như hầu hết các khoản vay kinh doanh, lãi suất có thể thay đổi tùy theo điều kiện thị trường, các khoản vay tiêu dùng thường có lãi suất cố định, đặc biệt là trong vay tiêu dùng trả góp” [8, tr. 721]

e. Cho vay tiêu dùng là một trong những khoản mục có khả năng sinh lời cao

Cho vay tiêu dùng là một trong những khoản mục tín dụng mạng lại mức lợi nhuận cao nhất trong danh mục cho vay của ngân hàng. Các khoản cho vay tiêu dùng thường được định giá rất cao vì việc định giá này dựa trên cơ sở chi phí cho vay tiêu dùng lớn và mức độ rủi ro cao.

Khi người tiêu dùng đến vay tiền của ngân hàng, họ thường quan tâm tới việc có vay được tiền hay không. Và sẵn sàng chấp nhận mức lãi suất cao để có thể vay được tiền thoả mãn nhu cầu tiêu dùng.

Có thể nói, cho vay tiêu dùng đã đem lại cho ngân hàng nguồn thu nhập cao. Đây là một thị trường rộng lớn, nhiều tiềm năng, và sẽ tiếp tục phát triển mạnh trong tương lai.

1.1.3. Vai trò của cho vay tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng là hình thức cấp tín dụng rất hữu ích nhằm tài trợ cho nhu cầu chi tiêu, mua sắm, sửa chữa nhà cửa... của các cá nhân, hộ gia đình. Các khoản vay này giúp người tiêu dùng có thể sử dụng hàng hóa, dịch vụ trước khi họ có khả năng chi trả, tạo cho họ có một cuộc sống có chất lượng cao hơn.

a. Vai trò đối với người tiêu dùng

Với nền kinh tế phát triển, khoa học - kỹ thuật hiện đại ngày nay, sản xuất ra nhiều hàng hóa đa dạng, phong phú đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong xã hội. Tín dụng tiêu dùng mở rộng sẽ hỗ trợ cho người dân trong việc chi tiêu (mua, xây sửa chữa nhà, mua xe, tiêu dùng, du lịch, du học,...) nhằm nâng cao mức sống, trình độ dân trí của họ. Nhu cầu chi tiêu được đáp ứng sẽ giúp cho người lao động được thỏa mãn, tái tạo sức lao động, kích thích người dân lao động làm việc tích cực, sáng tạo, năng suất cao.

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 tích lũy để đầu tư, phát triển, như: mua nhà, xây dựng, sửa chữa nhà ở, du học, mua xe, giải trí,... đời sống người dân được nâng cao.

Nhờ vào dịch vụ cho vay tiêu dùng mà khách hàng cá nhân có thể nâng cao chất lượng cuộc sống, sẵn sàng cho mọi nhu cầu chi tiêu bất chợt, thỏa mãn các nhu cầu mua sắm khi chưa có đủ nguồn tài chính, thậm chí đáp ứng kịp thời nhu cầu chi tiêu cấp bách như khám chữa bệnh.

b. Vai trò đối với người sản xuất

Mục tiêu cuối cùng của nhà sản xuất là bán được sản phẩm để thu lợi nhuận vì vậy khi hoạt động cho vay tiêu dùng được phát triển trong dân cư sẽ thúc đẩy quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp vì nhu cầu

mua sắm hàng hóa của người dân. Khi nhu cầu nâng cao chất lượng cuộc sống tăng thì người dân sẽ đi vay tiêu dùng để thỏa mãn nhu cầu mua sắm, điều này giúp cho nhà sản xuất tiêu thụ sản phẩm được thuận lợi hơn, quay vòng vốn nhanh, mở rộng sản xuất và lợi nhuận cũng sẽ tăng lên do vậy nó thúc đẩy sản xuất phát triển.

c. Vai trò đối với NHTM

Hoạt động cho vay tiêu dùng giúp ngân hàng nâng cao hiệu quả sử dụng vốn. Thực tế, hoạt động này tuy chi phí cao nhưng đồng thời cũng tạo ra lợi nhuận lớn hơn nhiều trên một đồng vốn bỏ ra so với các hình thức cho vay khác. Bên cạnh đó, với xu hướng tiến đến mục tiêu ngân hàng bán lẻ hiện nay thì hoạt động này góp phần giúp cho ngân hàng thu hút thêm được một lượng lớn khách hàng sử dụng thêm nhiều dịch vụ khác của ngân hàng. Thu hút khách hàng chính là mục tiêu để có thể tăng lợi nhuận và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Cho vay cá nhân là một kênh thuận lợi cho các ngân hàng tiếp cận khách hàng giúp mở rộng quan hệ với khách hàng, từ đó làm tăng khả năng khách hàng sử dụng các tiện ích của ngân hàng, như: tiền gửi, tiền thanh toán, các dịch vụ chuyển tiền, chuyển khoản, kiểm đếm, giữ hộ,... từ đó tạo điều kiện cho ngân hàng thực hiện đa dạng hoá hoạt động kinh doanh, nâng cao thu nhập đồng thời giúp ngân hàng phân tán rủi ro tín dụng.

d. Vai trò đối với nền kinh tế

Từ vai trò của cho vay tiêu dùng đối với người dân, nhà sản xuất ta có thể thấy được vai trò đối với nền kinh tế. Tín dụng tiêu dùng đã góp phần làm giảm khối lượng tiền lưu hành trong nền kinh tế, đặc biệt là tiền mặt trong tay các tầng lớp dân cư, làm giảm áp lực lạm phát, nhờ vậy góp phần làm ổn định tiền tệ. Mặt khác, do cung ứng vốn tín dụng hỗ trợ cho tiêu dùng đã kích cầu cho nền kinh tế, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hoàn thành kế hoạch sản

xuất kinh doanh ... làm cho sản xuất ngày càng phát triển, sản phẩm hàng hoá dịch vụ làm ra ngày càng nhiều, đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng của xã hội. Và có sự tác động trở lại là với năng suất, sản lượng tăng thì doanh nghiệp sẽ mở rộng lao động, nâng cao tiền công, tiền lương tăng thu nhập cho người lao động chính là những khách hàng vay tiêu dùng của ngân hàng. Chính nhờ đó mà góp phần làm ổn định thị trường giá cả trong nước, một xã hội phát triển mạnh, đời sống ổn định, ai cũng có công ăn việc làm... đó là tiền đề quan trọng để ổn định trật tự xã hội, thúc đẩy nền kinh tế phát triển.

Tóm lại, tín dụng ngân hàng nói chung cho vay tiêu dùng nói riêng không những là hoạt động quan trọng nhất, quyết định sự tồn tại và phát triển của ngân hàng mà còn có vai trò to lớn và ảnh hưởng sâu rộng đến sự phát triển của cả kinh tế - xã hội.

1.1.4. Phân loại cho vay tiêu dùng

Sự phát triển các hình thức tín dụng ngân hàng cho đến nay đã có nhiều thay đổi và phát triển cả về chiều rộng lẫn chiều sâu. Sự tác động mạnh mẽ của cuộc cách mạng khoa học, công nghệ; của sự toàn cầu hoá và khu vực hoá thông qua các tổ chức tiền tệ quốc tế và khu vực đã tạo điều kiện cho tín dụng ngân hàng phát triển ở trình độ cao, đặc biệt là việc áp dụng kỹ thuật điện toán, với sự phát triển chiến lược sản phẩm một cách đa dạng song song với việc tiến hành các mặt hoạt động của marketing ngân hàng. Mảng cho vay tiêu dùng ngày càng được chú trọng và xem là một trong những mục tiêu phát triển hàng đầu của các NHTM, trên cơ sở những đặc điểm riêng có của cho vay tiêu dùng và sự phối hợp những hình thức tín dụng ngân hàng nói chung ngày càng nhiều loại hình sản phẩm cho vay tiêu dùng ra đời với nhiều tên gọi khác nhau. Tựu trung lại thì cho vay tiêu dùng có thể phân loại theo một số tiêu thức như sau:

a. Phân loại theo mục đích vay

- Cho vay tiêu dùng cư trú (Residential Mortgage Loan): 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 hay hộ gia đình.

- Cho vay tiêu dùng phi cư trú (Nonresidential Loan): là các khoản cho vay phục vụ nhu cầu cải thiện đời sống như mua sắm phương tiện đi lại, đồ dùng sinh hoạt, du lịch, học hành, y tế hoặc giải trí,...

b. Phân loại theo phương thức hoàn trả

Theo tiêu thức này cho vay tiêu dùng được chia thành 3 loại gồm: cho vay tiêu dùng trả góp, cho vay tiêu dùng phi trả góp, cho vay tiêu dùng tuần hoàn.

- Cho vay tiêu dùng trả góp

Đây là hình thức cho vay tiêu dùng trong đó người đi vay trả nợ gốc và lãi cho ngân hàng nhiều lần theo kì hạn nhất định trong thời hạn cho vay. Phương thức này thường áp dụng cho các khoản vay có giá trị lớn hoặc không đủ khả năng thanh toán hết 1 lần số nợ vay.

Ngân hàng thường cho vay trả góp đối với người tiêu dùng thông qua hạn mức nhất định. Ngân hàng sẽ thanh toán cho người bán lẻ về số hàng hoá mà khách hàng đã mua trả góp. Các cửa hàng bán lẻ nhận ngay tiền sau khi bán hàng từ phía ngân hàng và làm đại lý thu tiền cho ngân hàng, hoặc khách hàng trả trực tiếp cho ngân hàng.

Tài sản được tài trợ trong trường hợp cho vay tiêu dùng trả góp thường là tài sản có thời hạn sử dụng lâu bền hoặc có giá trị lớn như nhà ở, ô tô, các phương tiện vận tải... khách hàng sẽ được hưởng lợi khi sử dụng những tài sản này trong thời gian dài khi mà chưa có đủ khả năng về tài chính để thanh toán.

Thông thường thì ngân hàng yêu cầu người vay phải thanh toán trước một phần giá trị tài sản cần mua sắm. Số tiền này được gọi là số tiền trả trước. Phần còn lại ngân hàng sẽ cho vay. Số tiền trả trước này nhiều hay ít phụ thuộc vào mức độ giảm giá nhanh hay chậm của từng loại tài sản. Tài sản nào có mức độ giảm giá nhanh thì số tiền trả trước nhiều, tài sản nào có mức độ giảm giá chậm thì số tiền trả trước ít. Ngoài ra số tiền trả trước này còn phụ thuộc vào thị trường tiêu thụ tài sản sau khi đã sử dụng, môi trường kinh tế, năng lực tài chính của người đi vay... Số tiền trả trước này có một vai trò khá quan trọng giúp ngân hàng hạn chế rủi ro.

Trong trường hợp này cần chú ý số tiền thanh toán định kỳ phải phù hợp với khả năng về thu nhập của khách hàng.

- Cho vay tiêu dùng phi trả góp

Đây là hình thức cho vay tiêu dùng mà có khoản vay ngắn hạn của cá nhân và hộ gia đình để đáp ứng nhu cầu tiền mặt tức thời hoặc mua hàng hóa có giá trị không lớn và được thanh toán một lần khi khoản vay đáo hạn. Lãi suất được áp dụng trong hình thức cho vay này thường cố định trong suốt hợp đồng tín dụng.

- Cho vay tiêu dùng tuần hoàn

Đây là hình thức cho vay tiêu dùng trong đó ngân hàng cho phép khách hàng vay và trả nợ nhiều kỳ một cách tuần hoàn, theo một hạn mức tín dụng nhất định bằng cách sử dụng thẻ tín dụng hoặc phát hành séc được phép thấu chi dựa trên tài khoản vãng lai.

Trong thời hạn tín dụng được thoả thuận trước, căn cứ vào nhu cầu chi tiêu và thu nhập kiếm được từng kỳ, khách hàng được ngân hàng cho phép thực hiện việc vay và trả nợ nhiều kỳ một cách tuần hoàn, theo hạn mức tín dụng. Lãi được trả mỗi kỳ có thể tính theo các cách sau:

+ Lãi được tính dựa trên số dư nợ trước khi được điều chỉnh, nghĩa là số dư nợ được dùng để tính lãi là số dư nợ mỗi kỳ có trước khi nợ được hạch toán.

+ Lãi được tính dựa trên số dư nợ đã được điều chỉnh: theo đó, số dư nợ được dùng để tính lãi là số dư nợ cuối cùng của mỗi kỳ sau khi khách hàng đã thanh toán nợ cho ngân hàng.

+ Lãi được tính dựa trên cơ sở dư nợ bình quân.

c. Căn cứ vào nguồn gốc khoản nợ

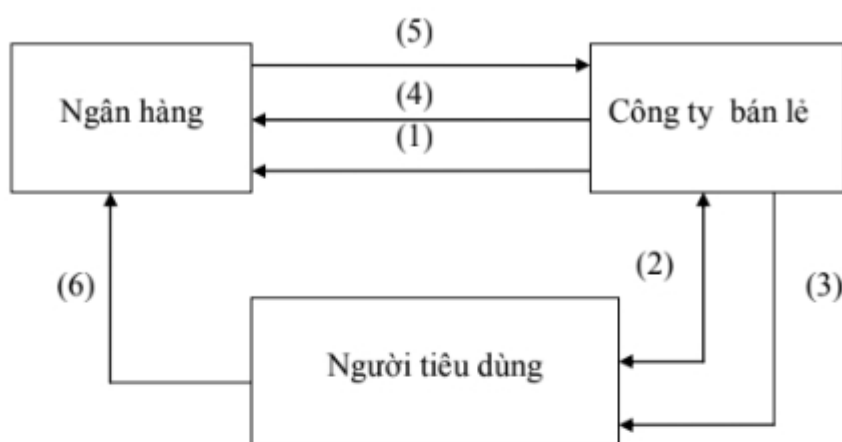
- Cho vay tiêu dùng gián tiếp (Indirect Consumer Loan):

“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”[2, tr. 262]

Cho vay tiêu dùng gián tiếp có ưu điểm là tạo điều kiện để ngân hàng thương mại dễ dàng mở rộng và tăng doanh số cho vay tiêu dùng. Các ngân hàng thương mại sẽ tiết kiệm được các chi phí khi cho vay. Đây là cơ sở để mở rộng quan hệ với khách hàng và tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động khác của ngân hàng.

Tuy nhiên, cho vay tiêu dùng gián tiếp cũng bộc lộ một số hạn chế như là ngân hàng không tiếp xúc trực tiếp với khách hàng trước khi cho vay mà chỉ được biết thông tin qua công ty bán lẻ. Thiếu sự kiểm soát của ngân hàng khi công ty bán lẻ thực hiện việc bán chịu hàng hoá, đặc biệt là trong việc lựa chọn khách hàng. Các công ty bán lẻ không có chuyên môn sâu để thẩm định khách hàng một cách chi tiết, chính xác dẫn đến rủi ro cho ngân hàng. Mặt khác cho vay tiêu dùng gián tiếp cũng đòi hỏi sự giám sát chặt chẽ của ngân hàng đối với công ty bán lẻ. Vì vậy mà những ngân hàng khi cho vay tiêu dùng gián tiếp thường có cơ chế quản lý chặt chẽ đối với công ty bán lẻ.

Quy trình cho vay như sau:



Hình 1.1: Sơ đồ quy trình CVTD gián tiếp

(1) Ngân hàng và công ty bán lẻ ký hợp đồng mua bán nợ. Trong hợp đồng, ngân hàng đưa ra các điều kiện về đối tượng khách hàng được bán chịu, số tiền bán chịu tối đa và loại tài sản bán chịu.

(2) Công ty bán lẻ và người tiêu dùng ký kết hợp đồng mua bán chịu hàng hóa. Thông thường, người tiêu dùng phải trả trước một phần giá trị tài sản.

(3) Công ty bán lẻ giao tài sản cho người tiêu dùng.

(4) Công ty bán lẻ bán toàn bộ chứng từ bán chịu hàng hóa cho ngân hàng.

(5) Ngân hàng thanh toán tiền hàng cho công ty bán lẻ.

(6) Người tiêu dùng thanh toán tiền trả góp cho ngân hàng [7, tr.9]

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

“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 này” [2, tr.267] Người tiêu dùng trả trước một phần số tiền mua tài sản cho công ty bán lẻ. Ngân hàng thanh toán số tiền mua tài sản còn thiếu

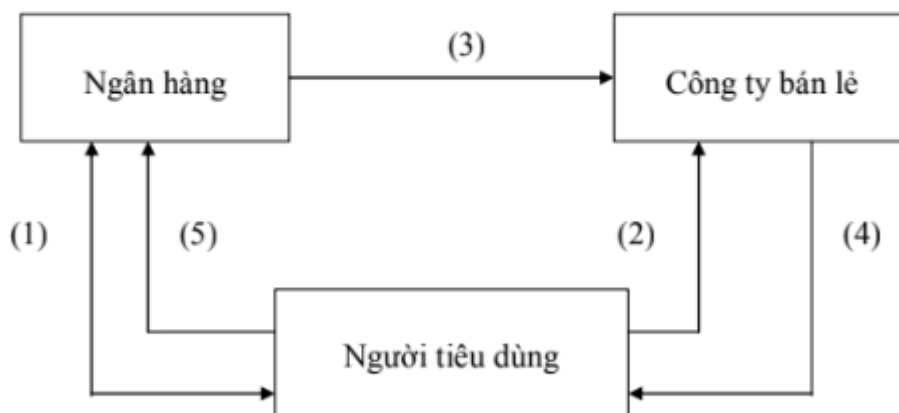
cho công ty bán lẻ, công ty bán lẻ giao tài sản cho người tiêu dùng, người tiêu dùng thanh toán tiền vay cho ngân hàng.

Cho vay tiêu dùng trực tiếp có những ưu điểm so với cho vay tiêu dùng gián tiếp:

- Các khoản cho vay thường có chất lượng cao hơn so với việc cho vay thông qua doanh nghiệp bán lẻ do ngân hàng có thể sử dụng trình độ, nghiệp vụ, kinh nghiệm... của cán bộ tín dụng. Các cán bộ ngân hàng khi cho vay thường chú ý tới chất lượng khoản vay, còn các doanh nghiệp bán lẻ khi cho vay thường chú ý tới doanh số bán hàng, trình độ phân tích thẩm định tín dụng còn thấp.

- Hình thức cho vay tiêu dùng trực tiếp linh hoạt hơn cho vay tiêu dùng gián tiếp. Khi cho vay tiêu dùng trực tiếp ngân hàng có thể dễ dàng xử lý tốt các tình huống phát sinh, làm thỏa mãn quyền lợi của cả khách hàng và ngân hàng.

Quy trình cho vay như sau



Hình 1.2: Sơ đồ quy trình CMTD trực tiếp

- (1) Ngân hàng và người tiêu dùng ký hợp đồng tín dụng với nhau.
- (2) Người tiêu dùng trả trước nhà cung cấp một phần số tiền mua hàng hóa của mình.

- (3) Ngân hàng thanh toán số tiền còn thiếu cho nhà cung cấp.
- (4) Nhà cung cấp giao hàng hóa cho người tiêu dùng.
- (5) Người tiêu dùng thanh toán khoản nợ cho ngân hàng [7, tr.11]

1.2. PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM

1.2.1. Quan niệm phát triển cho vay tiêu dùng

Thuật ngữ *phát triển* được hiểu như là một quá trình vận động đã xác định về hướng của sự vật: hướng đi lên từ thấp tới cao, từ đơn giản đến phức tạp, từ kém hoàn thiện đến hoàn thiện hơn,...phát triển là khuynh hướng chung, là bản chất của sự vận động biến đổi, phát triển không đơn thuần là gia tăng về mặt số lượng mà cả có sự nhảy vọt về chất lượng.

Trong lĩnh vực ngân hàng, phát triển cho vay tiêu dùng cũng phải hội tụ hai yếu tố đó là tăng trưởng về mặt lượng và hoàn thiện về mặt chất. Tăng trưởng cho vay phải đi đôi với nâng cao chất lượng cho vay, phải phù hợp với tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế để việc phát triển mới có thể ổn định và bền vững.

Như vậy, phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng là sự tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ, hợp lý hóa cơ cấu dịch vụ, nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ đảm bảo tốt hơn nhu cầu ngày càng cao của khách hàng trên cơ sở kiểm soát rủi ro và gia tăng hiệu quả kinh doanh phù hợp với mục tiêu và chiến lược kinh doanh của ngân hàng trong từng thời kỳ. Kết quả của sự phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng này là mang lại hiệu quả cho ngân hàng cả về doanh thu và vị thế của ngân hàng trên thị trường NHTM.

1.2.2. Chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng

Từ quan niệm nói trên, có thể nói phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng là kết quả của việc tăng cả về quy mô và chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng. Hiện nay, tăng trưởng về quy mô và chất lượng cho vay tiêu dùng là hai vấn đề không thể tách rời giúp cho ngân hàng thu lãi cao mà vẫn duy trì và

nâng cao uy tín trên thương trường. Cụ thể phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng có thể được đánh giá qua các chỉ tiêu sau:

a. Sự tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ và thu nhập cho vay tiêu dùng Chỉ tiêu này đánh giá sự phát triển cho vay tiêu dùng theo chiều rộng, thể hiện qua:

- Tăng số lượng khách hàng vay tiêu dùng

Đó là tổng số khách hàng vay vốn tiêu dùng tại một thời kỳ nhất định, một thời điểm nào đó và những khách hàng có nhu cầu vay tiêu dùng mà ngân hàng đang hướng tới và chăm sóc.

Khách hàng là nhân tố quyết định thành công của một ngân hàng. Mở rộng đối tượng khách hàng là mục tiêu của bất kỳ ngân hàng nào đặc biệt là khách hàng cá nhân vì khách hàng cá nhân là khách hàng đông đảo nhất và không ngừng tăng trưởng.

Khách hàng cá nhân là cầu nối trong tiến trình xâm nhập thị trường thông qua khả năng truyền thông tin nhanh và rộng. Nếu khách hàng hài lòng thì ngân hàng sẽ không tốn chi phí quảng cáo mà vẫn mở rộng được số lượng khách hàng thông qua việc phục vụ tốt nhóm khách hàng cá nhân hiện có. Đây là một trong những chỉ tiêu cơ bản đánh giá sự tăng trưởng, phát triển về mặt quy mô cho vay tiêu dùng của NHTM. Để thực hiện được chỉ tiêu này đòi hỏi ngân hàng phải luôn luôn nâng cao sự thỏa mãn, hài lòng của khách hàng qua dịch vụ của ngân hàng.

- Tăng dư nợ cho vay tiêu dùng

Dư nợ tín dụng phản ánh số tiền mà khách hàng đang nợ ngân hàng tại một thời điểm nhất định. Dư nợ tín dụng cho vay tiêu dùng tăng chứng tỏ quy mô cho vay tiêu dùng phát triển, khả năng cho vay tiêu dùng của ngân hàng tăng.

Để phân ánh dư nợ cho vay tiêu dùng của ngân hàng chiếm tỷ trọng bao nhiêu trong tổng nợ vay của ngân hàng ở cùng thời kỳ ta sử dụng công thức:

$$\frac{\text{Dư nợ CVTD của ngân hàng}}{\text{Tổng dư nợ cho vay của ngân hàng}} \times 100\%$$

Để phân ánh tốc độ tăng/giảm dư nợ cho vay tiêu dùng qua các năm ta sử dụng công thức:

$$\frac{\text{Dư nợ CVTD năm N} - \text{Dư nợ CVTD năm N-1}}{\text{Dư nợ CVTD năm N}} \times 100\%$$

- Tốc độ mở rộng thị phần kinh doanh

Là chỉ tiêu quan trọng đánh giá khả năng chiếm lĩnh thị trường trong dịch vụ cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Thông qua chỉ tiêu này sẽ đánh giá được dịch vụ của ngân hàng đang đứng ở vị trí nào, tốc độ phát triển ra sao.

- Tăng trưởng thu nhập cho vay tiêu dùng

Tăng thu nhập cho vay là kết quả đánh giá sự phát triển về mặt lượng của quá trình phát triển cho vay tiêu dùng. Dựa vào chỉ tiêu này ta xác định được tỷ trọng thu lãi từ cho vay tiêu dùng trên tổng thu lãi từ hoạt động cho vay theo công thức:

$$\frac{\text{Lãi cho vay tiêu dùng}}{\text{Tổng lãi cho vay của ngân hàng}} \times 100\%$$

Tiêu chí này cho biết hoạt động cho vay tiêu dùng đem lại lợi nhuận bao nhiêu và chiếm bao nhiêu phần trăm trong tổng thu lãi của cả hoạt động tín dụng của ngân hàng. Kết quả này đánh giá việc tăng dư nợ cho vay, tăng lượng khách hàng hàng năm, tăng thị phần có đạt hiệu quả hay không.

Bên cạnh đó, để đánh giá tăng trưởng thu nhập cho vay tiêu dùng, ta dùng chỉ tiêu mức sinh lời của đồng vốn CVTD

Đây là một trong các chỉ tiêu quan trọng quyết định đến chất lượng CVTD của NHTM. Nguồn thu nhập của ngân hàng chủ yếu từ lãi thu được của hoạt động cho vay của ngân hàng. Nó chiếm một tỷ lệ khá cao trong tổng thu nhập của ngân hàng, tạo ra lợi nhuận đồng thời đảm bảo bù đắp được các khoản chi phí cho ngân hàng như chi phí huy động tiền gửi, chi phí nhân viên,... vì vậy, khi đánh giá các khoản vay của ngân hàng thương mại cần xem xét đến khả năng sinh lời của nó. Chỉ tiêu mức sinh lời được đo bằng tổng thu lãi từ nghiệp vụ cho vay tiêu dùng trên dư nợ bình quân.

$$\text{Mức sinh lời CVTD} = \frac{\text{Tổng thu lãi CVTD}}{\text{Tổng dư nợ cho vay tiêu dùng}}$$

Tỷ lệ này càng cao chứng tỏ chất lượng CVTD càng tốt nguồn lợi nhuận ngân hàng tạo ra từ hoạt động này càng lớn.

b. Đa dạng hóa dịch vụ cho vay tiêu dùng

Để đánh giá sự đa dạng hóa trong cơ cấu cho vay tiêu dùng chúng ta cần xem xét các tiêu chí sau:

- Mở rộng danh mục các sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng

Danh mục các sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng cũng là một chỉ tiêu quan trọng đánh giá sự tăng trưởng, phát triển của hoạt động cho vay tiêu dùng tại một NHTM. Muốn tăng số lượng khách hàng thì ngân hàng phải luôn đa dạng hóa danh mục các sản phẩm phù hợp với nhu cầu của khách hàng mà nhu cầu của khách hàng thì hết sức đa dạng và thường xuyên thay đổi.

Bên cạnh đó, xu hướng bán lẻ mà hiện nay bất kỳ NHTM nào cũng đang hướng đến nên luôn có sự cạnh tranh khốc liệt. Các ngân hàng thường xuyên đưa ra nhiều gói sản phẩm cho vay tiêu dùng với tiện ích cao phục vụ

chất lượng cuộc sống của người dân. Vì vậy, việc nắm bắt thời cơ, tình hình kinh tế xã hội và nhu cầu của khách hàng để phát triển các gói dịch vụ cho vay tiêu dùng đáp ứng đúng nhu cầu khách hàng là điều quan trọng.

- Kết cấu dư nợ theo hướng hợp lý

Biến động cơ cấu dư nợ cho vay theo thời gian và theo từng chủng loại dịch vụ theo từng thời điểm có phù hợp với nhu cầu của thị trường và năng lực của ngân hàng hay chưa, có hiệu quả hay không. Mục tiêu đa dạng hóa sản phẩm đáp ứng ngày càng cao nhu cầu cá nhân là mục tiêu của cho vay tiêu dùng nhưng cũng cần tập trung vào các sản phẩm có đặc điểm nổi trội, đủ khả năng cạnh tranh trên thị trường

Xây dựng được một cơ cấu sản phẩm dịch vụ hợp lý có tác động tích cực đến hiệu quả kinh doanh và kiểm soát rủi ro của dịch vụ. Khi sản phẩm mới đáp ứng được nhu cầu thị hiếu, sẽ thu hút được một lượng lớn khách hàng từ đó sẽ mang lại lợi nhuận cho ngân hàng, bên cạnh đó, một cơ cấu sản phẩm hợp lý sẽ giúp cho quá trình kiểm soát rủi ro đạt hiệu quả hơn.

c. Sự hoàn thiện chất lượng dịch vụ

Chất lượng cũng là một chỉ tiêu rất quan trọng trong việc đánh giá sự phát triển của bất kỳ hoạt động nào mà đòi hỏi mỗi ngân hàng phải luôn quan tâm và đánh giá định kỳ để nâng cao uy tín và hình ảnh hoàn hảo của ngân hàng trong mắt khách hàng. Hoàn thiện chất lượng dịch vụ về các mặt thời gian nhanh chóng, thủ tục đơn giản thuận tiện và nâng cao sự hài lòng khách hàng trong dịch vụ cho vay tiêu dùng.

- Cải thiện quy trình cho vay tiêu dùng từ khâu xét duyệt hồ sơ đến khâu giải ngân và cách thức thu nợ nhằm phục vụ tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

- Mức độ hài lòng của khách hàng thể hiện ở sự mong đợi của khách hàng về sản phẩm dịch vụ, chất lượng và giá trị cảm nhận về dịch vụ đó,

chẳng hạn như đánh giá về cung cách, thái độ phục vụ của nhân viên giao dịch, thời gian hoàn tất một dịch vụ, thủ tục nhanh chóng, chính xác,... Trong bối cảnh cạnh tranh hiện nay, sự tồn tại và phát triển của mỗi NHTM đó là chỉ cần tạo sự thỏa mãn của khách hàng cao hơn đối thủ cạnh tranh, như vậy sẽ hài hòa lợi ích của khách hàng và lợi nhuận của ngân hàng. Dù sao thì sự thỏa mãn, sự hài lòng của khách hàng cũng có những ảnh hưởng tới lòng trung thành với ngân hàng. Việc đo lường mức độ hài lòng của khách hàng thường phải thông qua các phương pháp lượng hóa bằng việc xây dựng thang điểm và thông qua kết quả điều tra hay thống kê.

d. Kiểm soát rủi ro trong dịch vụ cho vay tiêu dùng

Mỗi hoạt động của ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng đều tiềm ẩn những nguy cơ rủi ro, việc kiểm soát rủi ro sẽ góp phần nâng cao hiệu quả của việc phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng, đảm bảo cho ngân hàng hoạt động an toàn, hiệu quả.

Hiệu quả cho vay tiêu dùng là một trong những chỉ tiêu quan trọng đánh giá sự phát triển cho vay tiêu dùng. Hiệu quả thể hiện ở việc tăng dư nợ cho vay tiêu dùng với tỷ lệ nợ xấu và nợ quá hạn ở mức thấp nhất. Để đánh giá công tác kiểm soát rủi ro trong dịch vụ cho vay tiêu dùng ta dựa vào các chỉ tiêu sau:

- Giảm tỷ lệ nợ quá hạn và nợ xấu trong cho vay tiêu dùng

Nợ quá hạn trong hoạt động tín dụng ngân hàng là khoản nợ mà khách hàng không trả được khi đã đến hạn thỏa thuận ghi trên hợp đồng tín dụng. Nợ quá hạn vi phạm đặc trưng cơ bản của tín dụng là tính hoàn trả, hoàn trả không đầy đủ và kịp thời gây nên sự mất niềm tin của ngân hàng đối với người vay. Nợ quá hạn là một hiện tượng tất yếu. Song vấn đề quan trọng là phải giảm tỷ lệ nợ quá hạn đến mức thấp nhất.

Tỷ lệ nợ quá hạn cho vay tiêu dùng được tính theo công thức:

$$\text{Tỷ lệ nợ quá hạn Cho vay tiêu dùng} = \frac{\text{Số dư nợ CVTD quá hạn}}{\text{Tổng dư nợ cho vay tiêu dùng}} \times 100\%$$

NHTM có tỷ lệ nợ quá hạn nói chung và CVTD nói riêng cao sẽ bị đánh giá là có chất lượng cho vay thấp. Đây là chỉ tiêu thường được sử dụng khi phân tích đánh giá chất lượng cho vay của NHTM hiện nay.

Bên cạnh đó, chỉ tiêu nợ xấu cũng cần quan tâm để đánh giá việc kiểm soát rủi ro của công tác tín dụng tiêu dùng. Nợ xấu phản ánh khả năng thu hồi vốn khó khăn, vốn của ngân hàng lúc này không còn ở mức độ rủi ro thông thường nữa mà là nguy cơ mất vốn.

- Giảm tỷ lệ xóa nợ

Xóa nợ là biện pháp cuối cùng để xử lý một khoản nợ. Khi một món nợ đã chuyển sang nợ xấu thời gian dài, ngân hàng không thể áp dụng các biện pháp để thu hồi như xử lý tài sản đảm bảo, khởi kiện,... Tỷ lệ xóa nợ được tính bằng công thức:

$$\text{Tỷ lệ xóa nợ cho vay tiêu dùng} = \frac{\text{Dư nợ CVTD được xóa}}{\text{Dư nợ CVTD bình quân}} \times 100\%$$

Tỷ lệ xóa nợ càng cao thì chất lượng cho vay càng thấp và ngược lại. Về lý thuyết không ngân hàng nào muốn xóa nợ, để giảm thiểu tỷ lệ xóa nợ thì ngân hàng phải thẩm định và kiểm tra kỹ khách hàng của mình khi cho vay, bên cạnh đó tài sản đảm bảo cũng là phao cứu sinh để giảm thiểu tỷ lệ này.

Giải quyết nợ quá hạn và nợ xấu là mối quan tâm thường trực của tất cả các NHTM. Do vậy, để kiểm soát được rủi ro trong hoạt động cho vay tiêu dùng đòi hỏi ngân hàng phải luôn tăng cường công tác thẩm định và kiểm tra

trước, trong và sau khi cho vay cũng như yêu cầu khách hàng mua bảo hiểm khi vay vốn cộng với việc phân tán rủi ro cho một số lượng lớn khách hàng vay tiêu dùng và các biện pháp xử lý nợ quá hạn và nợ xấu, khi đó hoạt động cho vay tiêu dùng của các NHTM mới đạt hiệu quả cao.

1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng phát triển cho vay tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng là một hình thức cho vay của ngân hàng thương mại, hoạt động của nó chịu tác động của rất nhiều yếu tố. Các ngân hàng luôn phải xem xét các yếu tố đó một cách thận trọng nhằm phát huy những yếu tố tích cực đến cho vay tiêu dùng, cũng như hạn chế tới mức tối đa các yếu tố làm hạn chế hoạt động cho vay tiêu dùng.

a. Các nhân tố bên ngoài

Các nhân tố bên ngoài thuộc về khách hàng như đạo đức người vay, khả năng tài chính và tài sản đảm bảo; nhân tố môi trường kinh tế xã hội; môi trường pháp lý và chính sách kinh tế của Nhà nước; đối thủ cạnh tranh cũng ảnh hưởng đến hoạt động cho vay tiêu dùng của các ngân hàng thương mại.

- Môi trường kinh tế xã hội

Có thể nói sự biến động cho vay tiêu dùng gắn bó chặt chẽ với sự biến động của môi trường kinh tế xã hội. Nếu ở một nước trong giai đoạn kinh tế phát triển hưng thịnh, thu nhập của người dân ổn định, nhu cầu tiêu dùng của họ sẽ tăng lên, họ sẽ vay nhiều hơn để nâng cao mức sống của bản thân và đáp ứng các kế hoạch chi tiêu lúc ấy ngân hàng có cơ hội mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng của mình và hoạt động cho vay tiêu dùng cũng sẽ diễn ra thông suốt, phát triển vững chắc và hạn chế những rắc rối có thể xảy ra. Ngược lại khi nền kinh tế đình trệ, suy thoái, không ổn định thì người dân sẽ không muốn đi vay tiền để thoả mãn những nhu cầu chi tiêu của mình, họ chỉ duy trì cuộc sống ở mức bình thường.

- Môi trường pháp lý và chính sách kinh tế của Nhà nước

Hiện nay, hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng phải nằm trong khuôn khổ pháp luật mà mọi hoạt động khác của ngân hàng đều phải tuân thủ những quy định của Nhà nước, của pháp luật.

Môi trường pháp lý bao gồm những hệ thống văn bản pháp luật chặt chẽ, đồng bộ sẽ góp phần tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh, tạo ra cơ hội phát triển cho hoạt động cho vay tiêu dùng, nhưng nếu một xã hội tồn tại một hệ thống các văn bản pháp luật chằng chịt, không rõ ràng, đầy đủ thì sẽ cản trở không chỉ hoạt động cho vay tiêu dùng và còn cản trở tất cả các hoạt động kinh tế - xã hội khác.

Bên cạnh đó, các chính sách kinh tế Nhà nước đều có ảnh hưởng tới hoạt động cho vay tiêu dùng vì khi chính sách kinh tế của Nhà nước kích thích sự phát triển kinh tế thì kinh tế trong nước được phát triển, GDP tăng lên, thu nhập của người dân sẽ được cải thiện khi đó nhu cầu của người dân tăng, các ngân hàng có cơ hội mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng của mình.

- Nhân tố về bản thân khách hàng

+ Đạo đức người vay:

Được đánh giá dựa trên năng lực pháp lý và độ tín nhiệm của khách hàng vay vốn. Đạo đức người vay trong quan hệ tín dụng được đánh giá bằng độ tín nhiệm của khách hàng trên cơ sở sự sẵn lòng trả nợ và ý muốn thực hiện tất cả các giao ước trong hợp đồng tín dụng.

+ Khả năng tài chính người vay

Là nhân tố ảnh hưởng tới khả năng trả nợ ngân hàng của khách hàng. Phần lớn các món cho vay tiêu dùng được quy định nguồn hoàn trả là thu nhập thường xuyên của khách hàng trong tương lai. Nếu khách hàng có thu nhập cao và ổn định thì việc trả nợ ngân hàng thường ít ảnh hưởng đến các chi tiêu khác, đặc biệt là các chi tiêu thông thường hay thiết yếu và đối với

những người vay này, họ sẵn lòng thanh toán nợ cho ngân hàng đúng hạn và khoản tín dụng này là an toàn.

+ Tài sản đảm bảo của người vay

Tài sản là cơ sở pháp lý để có thêm nguồn trả nợ thứ 2 cho ngân hàng ngoài nguồn thu nợ thứ nhất, mang tính dự phòng rủi ro và tăng mức độ an toàn cho khoản tín dụng ngân hàng.

- Đối thủ cạnh tranh

Sự gia tăng của các ngân hàng gần đây làm cho môi trường cạnh tranh trong lĩnh vực tài chính ngân hàng ngày càng trở nên khốc liệt hơn. Nếu môi trường có sự cạnh tranh khốc liệt giữa các ngân hàng để giành giật khách hàng thì cho vay tiêu dùng của các ngân hàng cũng sẽ gặp khó khăn. Hiện nay, xu hướng bán lẻ trong các ngân hàng đã và đang diễn ra mạnh mẽ nên dịch vụ cho vay tiêu dùng đang được các ngân hàng phát triển mạnh, nở rộ và tiếp thị khá mạnh như hạn mức vay cao, thời gian cho vay dài, lãi suất ưu đãi,... Đây cũng là một trong những nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay tiêu dùng mà ngân hàng cũng cần phải quan tâm.

b. Các nhân tố bên trong

- Chính sách tín dụng của ngân hàng

Chính sách tín dụng ngân hàng phản ánh chủ trương của một ngân hàng, là định hướng chung cho cán bộ tín dụng và các nhân viên ngân hàng, tạo sự thống nhất chung trong hoạt động tín dụng. Do tính chất cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng gay gắt nên một chính sách tín dụng đúng đắn, hợp lý là yếu tố thu hút khách hàng hiệu quả. Để phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng thì đòi hỏi ngân hàng phải có chính sách chiến lược cụ thể, hiệu quả bao gồm từ phát triển quy mô danh mục dịch vụ; thủ tục cho vay đơn giản, nhanh chóng, chính xác, thuận lợi cho người đi vay, điều kiện vay đơn giản,

để dàng... thì mới có thể phát triển mạnh mẽ dịch vụ đem lại lợi nhuận cao này cho ngân hàng.

- Năng lực tài chính của ngân hàng

Ngân hàng có sức mạnh tài chính lớn thì ngân hàng có thể đầu tư vào các danh mục mà ngân hàng đã có chiến lược phát triển như dịch vụ cho vay tiêu dùng, khi đó dịch vụ này sẽ có cơ hội phát triển nhanh chóng, 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 Marketing của ngân hàng

Nhân tố này cũng là một trong các nhân tố quan trọng giúp gia tăng khách hàng và tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng. Một chính sách marketing hợp lý sẽ góp phần tăng vị thế hình ảnh của ngân hàng trong lòng khách hàng từ đó ngân hàng mới có thể bán sản phẩm thu lợi nhuận.

- Trình độ nghiệp vụ và đạo đức nghề nghiệp của các cán bộ tín dụng

Nhân tố này ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động cho vay tiêu dùng của các NHTM. 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. Tuy nhiên, đạo đức không thôi chưa đủ mà cán bộ tín dụng cần phải có trình độ chuyên môn cao, trình độ hiểu biết rộng, nhạy bén thì mới có khả năng thẩm định chính xác khách hàng và dự án vay vốn, từ đó đưa ra các quyết định đúng đắn.

- Trình độ khoa học công nghệ và khả năng quản lý của ngân hàng

Công nghệ ngân hàng ảnh hưởng tới chất lượng hoạt động của các ngân hàng nói chung và mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng, công nghệ hiện đại là cơ sở để các ngân hàng gia tăng tiện ích cho khách hàng, các dịch vụ của họ sẽ được biết đến nhiều hơn, góp phần nâng cao vị thế cạnh tranh

trên thị trường. Bên cạnh vấn đề về công nghệ, ngân hàng cần có các quy định, nội quy làm việc thưởng phạt nghiêm minh, quản lý tốt để tạo động lực làm việc cho cán bộ nhân viên ngân hàng, tác động đến phong cách làm việc của nhân viên.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Trong xu hướng kinh tế hội nhập với thế giới, nền kinh tế Việt Nam đã không ngừng tăng trưởng mạnh, mức sống người dân được nâng cao, nhu cầu tiêu dùng trở nên đa dạng và phong phú. Do vậy thị trường cho vay tiêu dùng là một thị trường đầy tiềm năng mà các ngân hàng thương mại phải tập trung mở rộng.

Chương 1 đã trình bày những cơ sở lý luận về phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại như: khái niệm cho vay tiêu dùng, đặc điểm, vai trò và phân loại cho vay tiêu dùng. Ngoài ra, chương 1 còn đưa ra quan niệm phát triển cho vay tiêu dùng, các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng và các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển cho vay tiêu dùng.

Có thể nói chương 1 đã khái quát về dịch vụ cho vay tiêu dùng và phát triển cho vay tiêu dùng, là cơ sở cho việc đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ này tại Ngân hàng TMCP VPBank - CN Bình Định.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP VPBANK - CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG (VPBANK) - CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

2.1.1. Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh vượng

Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (tên giao dịch là VPBank) được thành lập theo Giấy phép hoạt động số 0042/NH-GP do Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cấp ngày 12/08/1993 với tên là Ngân hàng Thương mại Cổ phần Các Doanh nghiệp Ngoài Quốc doanh. Thời gian hoạt động theo giấy phép là 99 năm và Ngân hàng chính thức đi vào hoạt động ngày 12/08/1993. Ngày 27/07/2010, Ngân hàng đổi tên thành Ngân hàng Thương mại Cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng theo giấy phép số 1815/QĐ-NHNN do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam cấp.

Vốn điều lệ ban đầu của Ngân hàng do cổ đông góp là 20 tỷ đồng.

Năm 2006, VPBank chuyển trụ sở chính về số 8, Lê Thái Tổ, Hoàn Kiếm, Hà Nội. Ngân hàng OCBC chính thức trở thành cổ đông chiến lược lớn nhất của VPBank. Trong năm đó, VPBank cũng đã ký hợp đồng mua phần mềm hệ thống Ngân hàng lõi (Core Banking – T24) của Temenos (Thụy Sĩ) và đồng thời thành lập 2 công ty con là Công ty Quản lý Nợ và Khai thác Tài sản (VPBank AMC) và Công ty Chứng Khoán VPBank (VPBS).

Năm 2007, giới thiệu sản phẩm thẻ VPBank Platinum MasterCard - thẻ chip đầu tiên có mặt tại Việt Nam.

Năm 2008, VPBank tăng vốn điều lệ lên 2.117 tỷ đồng và nâng tỷ lệ sở hữu cổ phần của OCBC lên 14,88%.

Năm 2009, VPBank bắt đầu triển khai dịch vụ Internet Banking.

Năm 2010, chính thức đổi tên thành Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng, đưa vào sử dụng logo và hệ thống nhận diện thương hiệu mới. Tăng vốn điều lệ lên 4.000 tỷ đồng. Đồng thời, ký kết thỏa thuận hợp tác toàn diện với Eurowindow Holding.

Năm 2011, tăng vốn điều lệ lên 5.050 tỷ đồng. Áp dụng cơ cấu tổ chức mới. Thay đổi diện mạo các điểm giao dịch với định hướng thiết kế và dịch vụ “Tất cả vì khách hàng”. Trong năm 2011, VPBank cũng đã ký kết thỏa thuận hợp tác toàn diện với Tổng Công ty Điện lực miền Bắc và Tập đoàn Hoàng Anh Gia Lai.

Trong suốt quá trình hình thành và phát triển, VPBank luôn chú trọng đến việc mở rộng quy mô, tăng cường mạng lưới hoạt động tại các thành phố lớn. Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng - Chi nhánh Bình Định đi vào hoạt động ngày 12/01/2008 căn cứ văn bản số 1877/QĐ-NHNN ngày 10/08/2007 của NHNN Việt Nam chấp thuận việc Ngân Hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) - Chi nhánh Bình Định có trụ sở tại 106 - 108 Phan Bội Châu, Phường Lê Lợi, TP Quy Nhơn, Tỉnh Bình Định. Chi nhánh là đơn vị cấp 1 trực thuộc Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank), có con dấu riêng, thực hiện chức năng, nhiệm vụ theo quy định của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng và Ngân hàng Nhà nước.

Chiến lược phát triển của VPBank: Là trở thành ngân hàng Bán lẻ hàng đầu Việt Nam.

*** Chức năng nhiệm vụ của NH TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) - chi nhánh Bình Định**

Các chức năng hoạt động chủ yếu của VPBank bao gồm:

- Huy động vốn ngắn hạn, trung hạn và dài hạn từ các tổ chức kinh tế và dân cư.

- Cho vay vốn ngắn hạn, trung hạn và dài hạn đối với các tổ chức kinh tế và dân cư từ khả năng nguồn vốn của Ngân hàng.

- Kinh doanh ngoại hối, chiết khấu thương phiếu, trái phiếu và các chứng từ có giá khác.

- Cung cấp các dịch vụ giao dịch giữa các khách hàng và các dịch vụ ngân hàng khác theo quy định của NHNN Việt Nam.

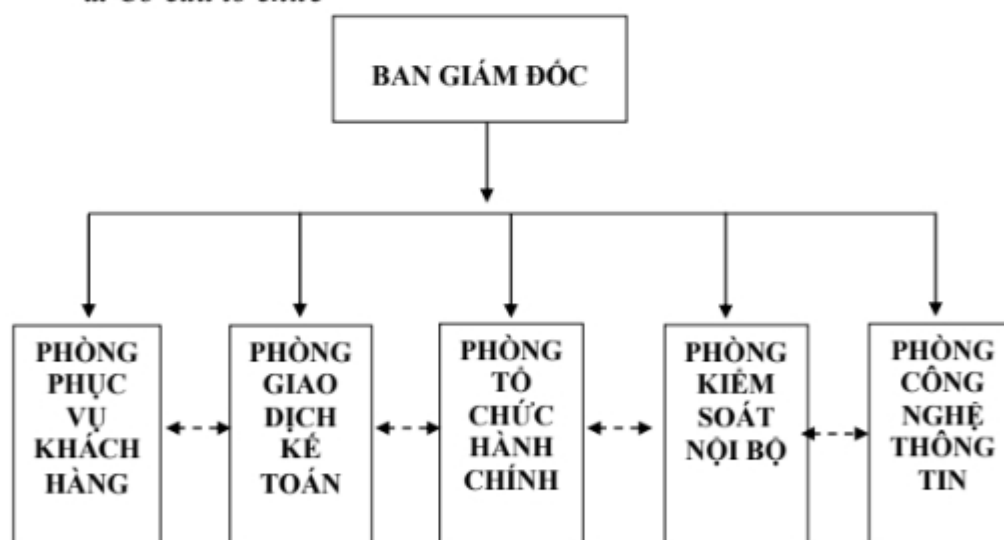
- Các dịch vụ trung gian (thực hiện thanh toán trong và ngoài nước, thực hiện dịch vụ ngân quỹ, chuyển tiền kiều hối và chuyển tiền nhanh qua ngân hàng.).

- Kinh doanh ngoại tệ.

- Phát hành và thanh toán thẻ tín dụng, thẻ ghi nợ...

2.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy của NH TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) - chi nhánh Bình Định

a. Cơ cấu tổ chức



Chú thích: —————> Quan hệ trực tuyến.

←-----> Quan hệ chức năng.

Sơ đồ 1.1: Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý

b. Chức năng và nhiệm vụ của các phòng ban tại chi nhánh

- **Ban giám đốc:** có 1 Giám đốc, hiện nay đã được bổ nhiệm thêm 1 Phó Giám là người được Hội sở bổ nhiệm. Ban Giám đốc có nhiệm vụ tổ chức, điều hành mọi hoạt động của chi nhánh, trực tiếp kí kết hợp đồng tín dụng của ngân hàng TMCP VPBank và chịu trách nhiệm trước Tổng Giám Đốc và pháp luật về các quyết định của mình, là người đề ra mục tiêu, kế hoạch cho chi nhánh và chỉ đạo hoạt động của chi nhánh.

- **Phòng phục vụ khách hàng:** Gồm có 3 bộ phận: Bộ phận thẩm định, bộ phận tín dụng, và bộ phận thanh toán quốc tế. Phòng phục vụ khách hàng chủ yếu thực hiện việc nghiên cứu hồ sơ, xác minh thẩm định tình hình sản xuất kinh doanh, tài chính, phương án vay vốn, khả năng tài trợ, tài sản bảo đảm của khách hàng. Phân tích thẩm định; đề xuất cho vay, bảo lãnh và thanh toán quốc tế.

- **Phòng giao dịch - kế toán và ngân quỹ:** gồm 3 bộ phận

+ **Bộ phận kế toán:** Có nhiệm vụ phản ánh toàn bộ hoạt động của NH một cách đầy đủ, kịp thời, chính xác bằng các số liệu, kiểm tra và đôn đốc quá trình thực hiện các kế hoạch về nguồn vốn và sử dụng vốn. Thực hiện công việc thống kê sổ sách hàng ngày, lập báo cáo tài chính theo ngày, tháng, quý, năm cho lãnh đạo và các cơ quan thanh tra. Ngoài ra, còn tham mưu cho ban giám đốc trong việc phân tích các hoạt động của NH.

+ **Bộ phận ngân quỹ:** Thực hiện công việc quản lý và bảo đảm an toàn tuyệt đối kho quỹ của chi nhánh, thu chi tiền mặt hàng ngày, kiểm tra, quản lý nguồn tiền mặt tại NH. Thực hiện kiểm kê tồn quỹ định kỳ và đột xuất theo quy định của NH.

+ **Bộ phận giao dịch:** Thực hiện chức năng giao dịch, nhận tiền gửi, thanh toán, chuyển tiền, cung cấp những thông tin yêu cầu của khách hàng.

- **Phòng tổ chức hành chính:** Có nhiệm vụ quản lý về mặt nhân sự, tiếp nhận, phát hành và theo dõi, lưu trữ văn thư tại chi nhánh. Tham mưu cho lãnh đạo về công tác đào tạo, điều động bố trí cán bộ, thực hiện công tác lao động tiền lương, bảo hiểm xã hội, y tế theo quy định của nhà nước và chịu sự quản lý trực tiếp của giám đốc.

- **Phòng kiểm soát nội bộ:** Có chức năng kiểm soát mọi hoạt động của chi nhánh và chịu trách nhiệm báo cáo cho ban Giám đốc về mọi hoạt động của ngân hàng.

- **Phòng công nghệ thông tin:** Thực hiện công việc cài đặt chương trình, truyền tải số liệu giữa các phòng ban.

Mỗi một phòng ban có trách nhiệm và hoạt động riêng nhưng vẫn tạo ra sự liên kết, đồng thời không thể tách rời hệ thống bộ máy của Ngân hàng.

c. Các hoạt động chính của ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) - chi nhánh Bình Định

**** Hoạt động huy động vốn***

Ngân hàng thực hiện huy động vốn dưới các hình thức sau:

- Nhận tiền gửi của các tổ chức, cá nhân và tổ chức tín dụng khác dưới các hình thức tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn và các loại tiền gửi khác.

- Phát hành chứng chi tiền gửi, và giấy tờ có giá khác để huy động vốn của các tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài khi được thống đốc NHNN chấp thuận.

- Vay vốn của các tổ chức tín dụng khác hoạt động tại Việt Nam và tổ chức tín dụng nước ngoài.

**** Hoạt động tín dụng***

- Ngân hàng cấp tín dụng cho tổ chức, cá nhân dưới các hình thức cho vay, chiết khấu thương phiếu và giấy tờ có giá khác, bảo lãnh, thanh toán quốc tế và các hình thức khác theo quy định của NHNN.

- Ngân hàng cho các tổ chức, cá nhân vay vốn dưới các hình thức sau đây:

+ Cho vay ngắn hạn nhằm đáp ứng nhu cầu vốn cho sản xuất, kinh doanh, dịch vụ, đời sống.

+ Cho vay trung hạn, dài hạn nhằm thực hiện các dự án đầu tư phát triển sản xuất, kinh doanh, dịch vụ đời sống.

+ Cho vay theo quyết định của thủ tướng chính phủ trong trường hợp cần thiết.

- Ngân hàng thực hiện nghiệp vụ bảo lãnh:

+ Bảo lãnh thanh toán, bảo lãnh thực hiện hợp đồng, bảo lãnh dự thầu, bảo lãnh bảo đảm chất lượng sản phẩm, bảo lãnh hoàn thanh toán, bảo lãnh đối ứng và các hình thức bảo lãnh NH khác cho các tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài theo quy định của NHNN.

- Ngân hàng chiết khấu, tái chiết khấu thương phiếu và các giấy tờ có giá ngắn hạn khác đối với các tổ chức cá nhân.

**** Hoạt động trung gian***

Ngân hàng thực hiện các dịch vụ thanh toán và ngân quỹ:

- Cung ứng các phương tiện thanh toán.
- Thực hiện các dịch vụ thanh toán trong nước cho khách hàng.
- Thực hiện dịch vụ thu hộ và chi hộ
- Thực hiện các dịch vụ thanh toán khác theo quy định của NHNN
- Thực hiện dịch vụ thanh toán quốc tế theo quy định của pháp luật
- Thực hiện dịch vụ thu và phát tiền mặt cho khách hàng.

2.1.3. Môi trường kinh doanh ảnh hưởng đến phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định

a. Môi trường kinh tế xã hội

Yếu tố nói đến trước tiên ở đây là trình độ phát triển của nền kinh tế. Ở các nước phát triển, các thành phần kinh tế phát triển với một trình độ cao, tạo ra cơ sở hạ tầng thuận lợi phục vụ cho thói quen tiêu dùng của người dân. Họ chi tiêu bằng thẻ thay vì dùng tiền mặt, và mỗi một điểm bán hàng hay dịch vụ đều là đơn vị chấp nhận thẻ. Do đó, CVTD thông qua hình thức phát hành thẻ rất phát triển ở các ngân hàng. Ngoài ra, người dân coi CVTD của ngân hàng là nguồn tài trợ phổ biến cho những nhu cầu tiêu dùng của mình thay vì tìm đến bạn bè, người thân. Và ngược lại kinh tế phát triển ở trình độ thấp là một yếu tố khách quan hạn chế phần nào sự phát triển của hoạt động CVTD. Hiện tại, sự phát triển kinh tế của Bình Định chưa mạnh, các thành phần kinh tế phát triển với một trình độ chưa cao và chưa tạo ra thói quen tiêu dùng của người dân nên là yếu tố ảnh hưởng nhiều nhất đến cho vay tiêu dùng.

Một yếu tố nữa phụ thuộc môi trường kinh tế là chu kỳ và mức độ ổn định của nền kinh tế. Nền kinh tế ở giai đoạn tăng trưởng là điều kiện thuận lợi để các ngân hàng mở rộng CVTD. Kinh tế tăng trưởng, thu nhập bình quân đầu người tăng, thất nghiệp giảm, sản xuất mở rộng, tiêu dùng tăng dẫn đến tín dụng ngân hàng nói chung và CVTD nói riêng có cơ hội phát triển mạnh. Thời gian gần đây do ảnh hưởng khủng hoảng kinh tế nên Bình Định cũng chịu ảnh hưởng mạnh, điều này làm cho sự phát triển kinh tế biến động và không còn ổn định. Tạo ra tâm lý cho người tiêu dùng cũng như tâm lý không an tâm của các Ngân hàng trong việc cho vay.

Đồng thời, trong nền kinh tế ổn định, không có khủng hoảng người dân sẽ thấy yên tâm về công việc của mình và lạc quan về tương lai. Từ đó họ có xu hướng muốn thoả mãn nhu cầu tiêu dùng của mình để đạt được mức sống

như mong muốn và tìm đến ngân hàng như một nguồn tài trợ hiệu quả. Vì họ tin tưởng vào thu nhập của mình trong tương lai có thể chi trả được các khoản nợ để phục vụ mục đích nâng cao chất lượng cuộc sống. Ngược lại, khi nền kinh tế suy thoái và bất ổn, cá nhân và hộ gia đình cảm thấy không tin tưởng, nhất là khi họ thấy tình trạng thất nghiệp tăng lên và họ sẽ hạn chế việc mượn tiền từ ngân hàng. Lúc này dân cư có xu hướng tích lũy hơn là tiêu dùng. Chính vì vậy mà tại thị trường Bình Định cũng bị ảnh hưởng chung của cuộc khủng hoảng làm cho người dân ít chi tiêu hơn, ít đầu tư kinh doanh phát triển hơn và điều này làm ảnh hưởng nhiều đến cho vay tiêu dùng của các ngân hàng nói chung và VPBank Bình Định nói riêng.

b. Pháp luật và chính sách nhà nước

Mọi hoạt động trong nền kinh tế đều dưới sự điều chỉnh của các quy định pháp luật, CVTD của NHTM cũng như vậy. Bên cạnh những quy định của Ngân hàng Nhà nước, hoạt động kinh doanh ngân hàng nói chung và CVTD nói riêng đều liên quan đến rất nhiều quy định của các ngành, lĩnh vực khác có liên quan. Nếu như không có một luật hay quy chế, quy định điều chỉnh hoạt động CVTD của các ngân hàng một cách rõ ràng và chặt chẽ thì sẽ gây cản trở cho hoạt động này được diễn ra thông suốt và phát triển bền vững, đồng thời ảnh hưởng đến lợi ích của cả hai phía ngân hàng và khách hàng, đặc biệt là khi xảy ra tranh chấp. Có thể nói có một hành lang pháp lý rõ ràng cho hoạt động CVTD của các ngân hàng là cơ sở rất quan trọng để hoạt động này phát triển và mở rộng. Bên cạnh đó, trình độ pháp luật của xã hội nói chung cũng ảnh hưởng rất nhiều đến hoạt động ngân hàng cũng như trong lĩnh vực tín dụng tiêu dùng. Nếu các bộ luật, các quy định pháp luật ở mọi ngành nghề, lĩnh vực không xây dựng được một cách chặt chẽ, đồng bộ, chồng chéo và không ổn định thì các thành phần kinh tế sẽ không an tâm, chần chừ và e ngại trong việc mở rộng hoạt động đồng thời tạo ra một môi trường đầu tư không

an toàn. Điều này gây ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế và tất nhiên, gián tiếp ảnh hưởng đến việc mở rộng quy mô tín dụng ngân hàng cũng như hoạt động CVTD.

Sự ổn định của chính trị và các chính sách nhà nước. Đối với mọi quốc gia, chính trị ổn định là cơ sở quan trọng nhất để phát triển kinh tế và duy trì sự phồn thịnh của xã hội. Sự bất ổn của chính trị như: Thay đổi thể chế chính trị, khủng bố, chiến tranh... sẽ dẫn đến hậu quả xấu cho bộ mặt của đất nước, thể hiện ở nhiều khía cạnh như: Mất an ninh trật tự xã hội, chính sách đường lối phát triển của nhà nước thay đổi, thoái lui đầu tư, nền kinh tế suy thoái... Và tất nhiên, tất cả các thành phần kinh tế đều bị ảnh hưởng, trong đó có hệ thống ngân hàng. Người dân sẽ thấy không an tâm, bi quan và mất niềm tin vào ngân hàng. Do đó, ảnh hưởng nhiều đến hoạt động huy động vốn cũng như hoạt động tín dụng của ngân hàng.

c. 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 tín dụng tiêu dùng, có nhiều yếu tố thuộc về phía khách hàng ảnh hưởng đến chất lượng của một khoản CVTD như: đạo đức, năng lực pháp lý, khả năng tài chính, tài sản đảm bảo.

Một khách hàng có đầy đủ các điều kiện về pháp lý, tài chính... nhưng không có thiện chí trả nợ thì khoản vay khó có khả năng được hoàn trả. Đây là yếu tố khó xác định song lại rất quan trọng, đòi hỏi cán bộ tín dụng phải hết sức chú ý khi thẩm định khách hàng, phải đảm bảo rằng khách hàng vay vốn ý thức rõ ràng về trách nhiệm hoàn trả đầy đủ và đúng hạn khoản nợ.

Ngoài việc kiểm tra về năng lực pháp lý là yếu tố cơ bản để khách hàng có quyền tham gia tín dụng, xác nhận thu nhập thường xuyên và sự ổn định

trong thu nhập của khách hàng là việc rất quan trọng vì đây là nguồn trả nợ cho khoản vay.

Ngoài những yếu tố trên, nhu cầu của khách hàng được coi là nhân tố hàng đầu tác động đến hoạt động 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.

d. Đối thủ cạnh tranh

Trong môi trường ngân hàng luôn có sự cạnh tranh khốc liệt cả về khách hàng lẫn con người. Theo nhận định của các chuyên gia ngân hàng, lĩnh vực cho vay tiêu dùng đang là “miếng bánh” hấp dẫn cho thị trường ngân hàng. Dịch vụ tín dụng tiêu dùng đang ở thời điểm nở rộ. Đã qua rồi cái thời người tiêu dùng phải chắt chiu, để dành từng đồng mới dám nghĩ tới việc sắm sửa. Hiện nay, đa số người tiêu dùng đã mạnh dạn mua sắm, chi tiêu cá nhân bằng hình thức vay ở ngân hàng.

Vì vậy, các ngân hàng luôn đưa ra các chính sách mới, liên tục, hấp dẫn để lôi kéo khách hàng. Từ sự cạnh tranh khốc liệt đó làm cho môi trường cạnh tranh mất đi sự lành mạnh về chính sách giá, thẩm định khoản vay, tài sản đảm bảo, tín chấp,... Điều này ảnh hưởng không ít đến việc phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng tại các NHTM nói chung và VPBank Bình Định nói riêng. VPBank Bình Định hiện nay đang đẩy mạnh hoạt động bán lẻ với những sản phẩm cho vay tiêu dùng được tung ra thường xuyên, liên tục và đáp ứng ngày càng cao nhu cầu, thị hiếu của người tiêu dùng.

2.1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của VPBank Bình Định trong 3 năm

Bảng 2.1: Tình hình hoạt động kinh doanh của VPBank Bình Định qua các năm

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	2009	2010	2011
Vốn huy động	131.777	256.386	269.457
Dư nợ	122.799	162.375	204.528
Lợi nhuận	6	3.808	6.014

(Nguồn: báo cáo tổng kết năm của VPBank - CN Bình Định)

Nhìn vào bảng 2.1 ta có thể thấy lợi nhuận của ngân hàng gia tăng qua các năm. Năm 2009, ngân hàng mới khai trương nên còn khó khăn về thị phần khách hàng nên lợi nhuận không cao, chỉ đạt 6 triệu/năm. Nhưng đến năm 2010, lợi nhuận tăng lên vượt bậc đến 3.808 triệu đồng, năm 2011 là con số 6.014 triệu đồng, gấp 2 lần so với năm trước. Tình hình hoạt động kinh doanh của VPBank Bình Định hai năm tiếp theo đều tốt, ngân hàng đã xây dựng được hình ảnh trên thị trường NHTM toàn tỉnh, lượng khách hàng biết đến VPBank ngày càng tăng. Huy động vốn tăng từ 131,777 triệu đồng năm 2009 lên 256.386 triệu đồng năm 2010, và lên 269.457 triệu đồng năm 2011. Dư nợ cho vay tăng từ 122.799 triệu đồng năm 2009 lên 162.375 triệu đồng năm 2010 và lên 204.528 triệu đồng năm 2011. Lợi nhuận các năm tăng từ 6 triệu năm 2009 lên gần 4 tỷ năm 2010 và lên hơn 6 tỷ năm 2011.

2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI VPBANK - CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

2.2.1. Khái quát chung về hoạt động cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định

Các năm qua tình hình cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định có tăng nhưng không cao, chưa thật sự phát triển mạnh ở lĩnh vực cho vay này, ngân hàng còn dè dặt trong việc cho vay tín chấp, chỉ chú trọng cho vay thế chấp với hạn mức thấp để giảm thiểu rủi ro như vay mua xe ô tô trả góp, cho vay mua nhà, sửa chữa nhà, xây nhà.

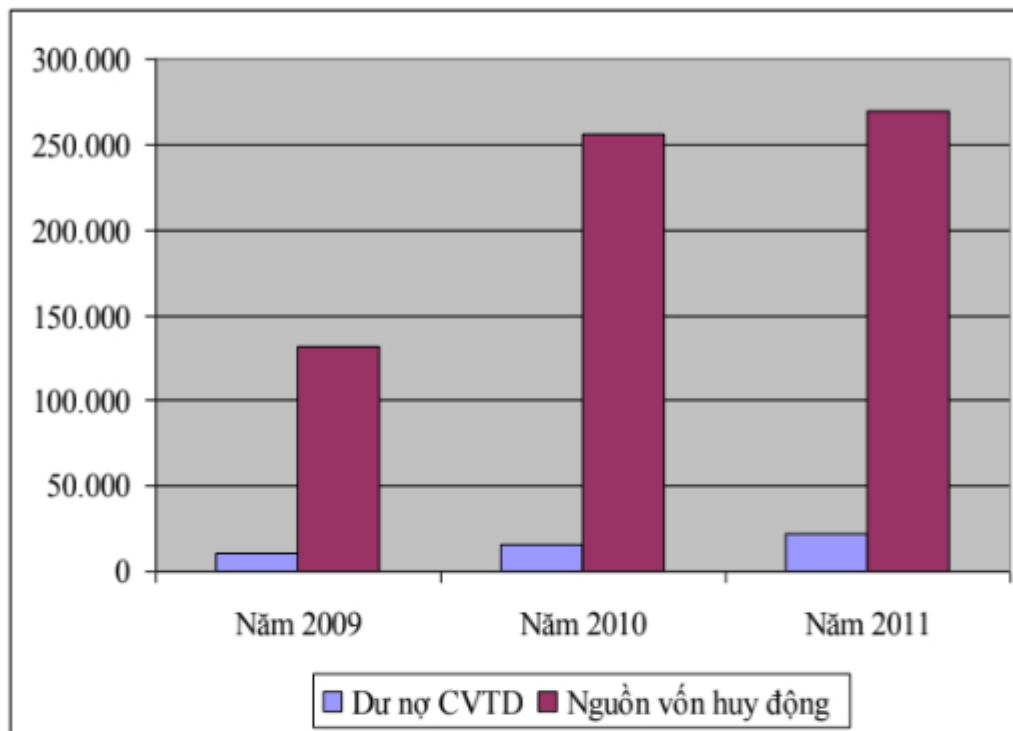
Bảng 2.2: Tình hình cho vay tiêu dùng tại VPBank qua các năm

Đơn vị tính: triệu đồng

CHI TIẾT	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
Dư nợ CVTD	10.425	15.250	21.850
Nguồn vốn huy động	131.777	256.386	269.457
Tỷ lệ dư nợ CVTD/Nguồn vốn huy động	7,91%	5,95%	8,11%

(Nguồn: báo cáo tổng kết năm của VPBank - CN Bình Định)

Dư nợ cho vay tiêu dùng điều tăng qua các năm, nhưng tốc độ tăng chưa cao, sự phát triển cho vay theo chiều hướng thận trọng. So với huy động vốn thì chưa phát triển đúng tầm. Việc này cũng dễ thấy rằng trong giai đoạn từ năm 2009 đến năm 2011 do tình hình chung là bị ảnh hưởng từ khủng hoảng kinh tế toàn cầu nên việc phát triển dư nợ cũng bị ảnh hưởng, tốc độ tăng trưởng tín dụng khá thận trọng.



Biểu đồ 2.1: Tỷ lệ dư nợ CVTD so với nguồn vốn huy động

Năm 2009, Dư nợ cho vay tiêu dùng là 10.425 triệu đồng chiếm 7,91% nguồn vốn huy động, đến năm 2010, con số này đã tăng lên 15.250 triệu đồng nhưng chỉ chiếm một tỷ lệ là 5,95% nguồn vốn huy động do những tháng đầu năm 2010, khó khăn thanh khoản là vấn đề nổi bật. Tăng trưởng tín dụng chung của hệ thống liên tục ở mức thấp, hoạt động cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định nói riêng theo đó cũng cầm chừng. Năm 2011, dư nợ cho vay tiêu dùng tăng lên đáng kể là 21.850 triệu đồng, chiếm hơn 8% tổng nguồn vốn huy động.

2.2.2. Quy trình cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định

Quy trình cho vay tiêu dùng được quy định rõ tại Hội sở và tất cả các chi nhánh VPBank trên toàn quốc, thực hiện qua tám bước sau:

(1) Ngân hàng quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng, tờ rơi.

(2) Khách hàng đến ngân hàng để xin vay vốn, nhân viên tín dụng cá nhân làm việc với khách hàng, hướng dẫn thủ tục và nhận hồ sơ từ khách hàng.

(3) Tiến hành thẩm định hồ sơ: Thẩm định tình hình tài chính, phương án vay vốn, mục đích vay vốn, tính pháp lý tài sản đảm bảo, định giá tài sản đảm bảo,...

(4) Nhân viên tín dụng cá nhân tập hợp hồ sơ trình lên cấp phê duyệt (Ban tín dụng, hội đồng tín dụng):

- Tờ trình thẩm định tài sản bảo đảm;
- Tờ trình của nhân viên tín dụng cá nhân;
- Hồ sơ khách hàng cung cấp.

(5) Hoàn thiện hồ sơ tín dụng:

Nhân viên tín dụng cá nhân nhập kho hồ sơ tài sản bảo đảm, lập hợp đồng tín dụng, kế ước... trình lãnh đạo ký.

(6) Nhân viên tín dụng cá nhân chuyển hợp đồng tín dụng và kế ước vay đến bộ phận giao dịch để giải ngân.

(7) Kiểm tra và xử lý nợ vay:

- Nhân viên tín dụng cá nhân chịu trách nhiệm kiểm tra mục đích sử dụng vốn và tình hình tài chính, hoạt động của khách hàng; theo dõi thu gốc, lãi.

- Kiểm tra lại việc thu lãi (số tiền, thời hạn).

(8) Tất toán hợp đồng tín dụng.

2.2.3. Thực trạng phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank - Chi nhánh Bình Định

Cho vay tiêu dùng là một nghiệp vụ cơ bản của các ngân hàng thương mại hiện đại trên thế giới, nó mang lại khoảng 60% thu nhập từ hoạt động cho vay của các ngân hàng này. Tại Việt Nam, cho vay tiêu dùng được thực

hiện từ cuối những năm 90 của thế kỷ 20; tuy nhiên, do nhiều yếu tố không thuận lợi như môi trường pháp lý chưa hoàn thiện, nền kinh tế Việt Nam chưa thật sự phát triển, mức sống của người dân chưa cao, hàng hóa còn ít, thói quen tiêu dùng còn hạn chế, ... nên cho vay tiêu dùng hầu như chỉ mang tính hình thức, manh mún. Nghiệp vụ này mới chỉ thật sự nở rộ và phát triển ở thị trường Việt Nam khoảng một vài năm trở lại đây khi nền kinh tế tăng trưởng mạnh mẽ và ổn định, đời sống nhân dân không ngừng được cải thiện, thu nhập bình quân đầu người không ngừng tăng lên, ... nhất là tại các thành phố lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và một số tỉnh thành phố khác. [7, tr. 46]

VPBank chi nhánh Bình Định đã đưa dịch vụ này từ ngày khai trương tuy nhiên vẫn chưa phát triển mạnh. Với mục tiêu trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu, ngân hàng vẫn ra sức thúc đẩy phát triển dịch vụ này ngày một tăng trưởng, đáp ứng ngày càng cao nhu cầu tiêu dùng của người dân toàn tỉnh Bình Định.

Đánh giá thực trạng phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định thông qua các chỉ tiêu sau:

a. Sự tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ và thu nhập cho vay tiêu dùng

Chỉ tiêu này đánh giá sự phát triển của dịch vụ thông qua các chỉ tiêu về mặt lượng, đó là sự tăng trưởng lượng khách hàng vay tiêu dùng qua các năm; là sự tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng; là tốc độ mở rộng thị phần và sự tăng trưởng thu nhập cho vay tiêu dùng qua các năm.

**** Số lượng khách hàng***

Bảng 2.3: Số lượng khách hàng VTD tại VPBank Bình Định qua các năm

Đơn vị tính: khách hàng

Chỉ tiêu	2009	2010	2011	2010/2009	2011/2010
Số lượng khách hàng vay tiêu dùng	52	85	135	163%	158%

(Nguồn: báo cáo tổng kết năm của VPBank - CN Bình Định)

Nhìn vào bảng số liệu 2.3, ta có thể thấy số lượng khách hàng liên tục tăng trong 03 năm qua với mức tăng trung bình 61%. Với chiến lược kinh doanh hiện nay là phát triển dịch vụ bán lẻ thì trong tương lai những năm đến thì lượng khách hàng sẽ tiếp tục gia tăng không ngừng ở dịch vụ cho vay tiêu dùng.

Tuy nhiên, lượng khách hàng này vẫn chưa cao so với các NHTM khác trên địa bàn nhất là các ngân hàng cổ phần thương mại với lợi thế dịch vụ thanh toán lương qua tài khoản như các, điều này tạo điều kiện cho dịch vụ cho vay tiêu dùng phát triển dễ dàng, thuận lợi.

VPBank Bình Định vẫn còn khó khăn trong việc tiếp cận với khách hàng vay tiêu dùng với nhiều nguyên nhân như không thanh toán lương qua ngân hàng; các sản phẩm vẫn chưa thật sự đa dạng, tiện ích; người tiêu dùng còn e ngại vay tiêu dùng,...

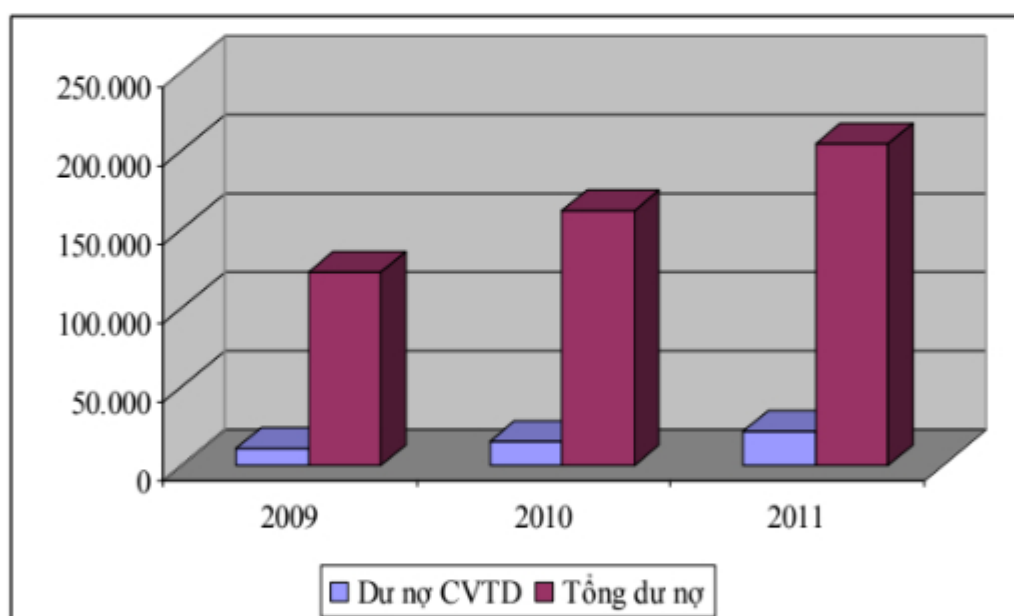
*** Dư nợ cho vay tiêu dùng**

Bảng 2.4: Dư nợ cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định qua các năm

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	2009		2010		2011	
	Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)
Dư nợ CVTD	10.425	8,48	15.250	9,39	21.850	10,68
Tổng dư nợ	122.799	100,00	162.375	100,00	204.528	100,00

(Nguồn: báo cáo tổng kết năm của VPBank - CN Bình Định)



Biểu đồ 2.2: Tỷ lệ Dư nợ CVTD so với Tổng dư nợ

Năm 2009, dư nợ cho vay tiêu dùng là 10.425 triệu đồng, chiếm 8,48 % tổng dư nợ. Đến cuối năm 2010 số dư nợ tăng lên 15.250 triệu đồng, chiếm 9,39 % và đạt 21.850 triệu đồng chiếm 10,68 % năm 2011. So với cuối năm

2009, dư nợ cho vay tiêu dùng cuối năm 2011 đã tăng 11.425 triệu đồng, tương đương 109,6 %.

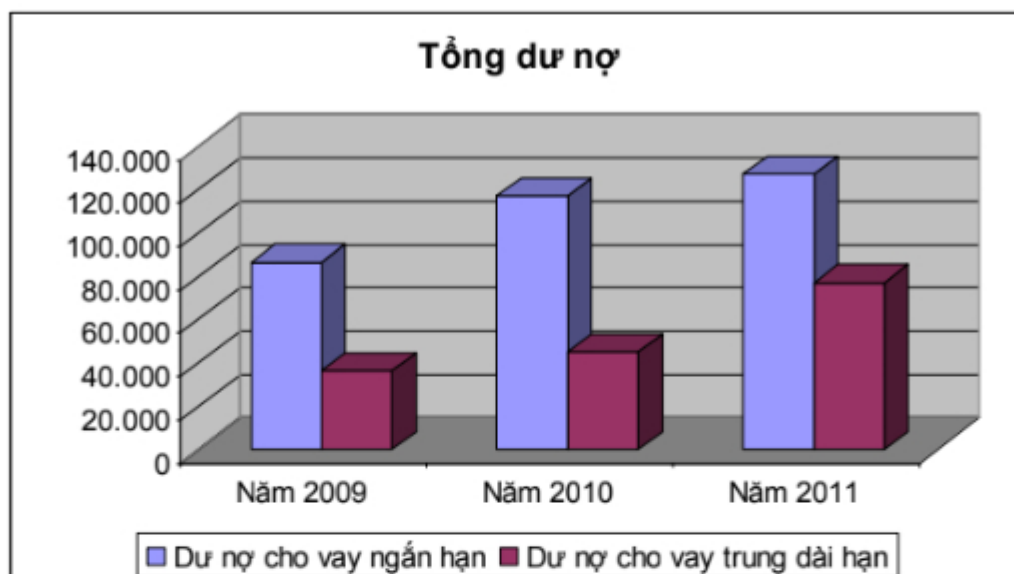
Qua các năm ta thấy, dư nợ cho vay tiêu dùng của VPBank Bình Định đã tăng lên với tốc độ khá nhanh và chất lượng tương đối ổn định nhưng vẫn là con số khá khiêm tốn nếu so với tổng dư nợ nói chung. VPBank Bình Định vẫn chưa thật sự chú trọng trong công tác cho vay tiêu dùng, vẫn còn e ngại rủi ro cao nên hạn chế cho vay tín chấp chỉ ưu tiên vay thế chấp nhưng cũng chỉ giải ngân từ 50-65% giá trị tài sản thế chấp đảm bảo.

Bảng 2.5: Tình hình dư nợ cho vay của toàn chi nhánh

Đơn vị tính: triệu đồng

CHI TIẾT	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
Tổng dư nợ	122.799	162.375	204.528
Dư nợ cho vay ngắn hạn	86.480	117.146	127.429
Dư nợ cho vay trung dài hạn	36.319	45.229	77.099
Huy động vốn	131.777	256.386	269.457
Ngắn hạn	125.694	255.045	268.315
Trung dài hạn	6.083	1.341	1.142

(Nguồn: báo cáo tổng kết năm của VPBank - CN Bình Định)



Biểu đồ 2.3: Tỷ lệ cho vay theo kỳ hạn trong tổng dư nợ

Qua bảng số liệu trên cho thấy dư nợ cho vay ngắn hạn chiếm 1 tỷ trọng tương đối lớn khoảng hơn 60% trên tổng dư nợ. Do thời gian gần đây ngân hàng nhà nước kiểm soát chặt chẽ các khoản vay trung dài hạn, nhằm đảm bảo cân đối nguồn vốn giữa huy động và cho vay. Không bị mất cân đối là dùng vốn huy động ngắn hạn để cho vay trung dài hạn. Đồng thời thị trường bất động sản đóng băng dài hạn, các nhu cầu mua nhà đất giảm rất nhiều điều này cũng góp phần làm cho sản phẩm cho vay tiêu dùng ít phát triển trong giai đoạn này.

*** Tốc độ mở rộng thị phần dịch vụ cho vay tiêu dùng**

Kinh tế thị trường ngày càng phát triển, thu nhập người dân tăng theo cũng như chất lượng cuộc sống ngày càng tăng kéo theo nhu cầu tiêu dùng tăng lên. Nắm bắt được nhu cầu này, các NHTM trên địa bàn đã thực hiện cung cấp các khoản cho vay tiêu dùng dưới nhiều hình thức và quy mô khác nhau. Trong đó phải kể đến Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank), là một trong những ngân hàng thương mại đi đầu trong lĩnh vực

này, tiếp đến là Ngân hàng Quân đội, hai ngân hàng này có dư nợ cho vay tiêu dùng tăng trưởng mạnh qua các năm được thể hiện qua bảng 2.6.

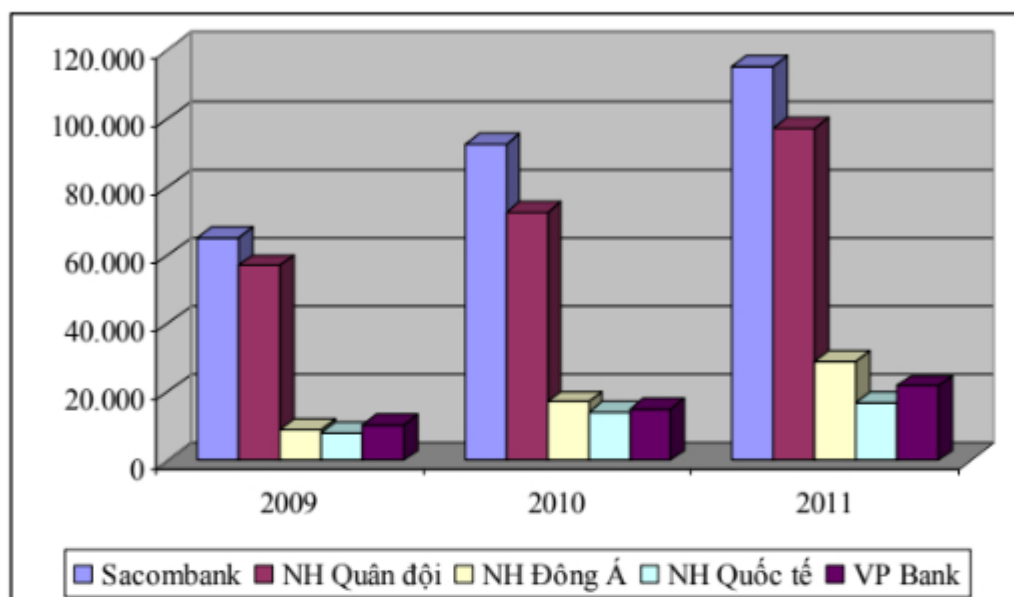
Bảng 2.6: Thị phần CVTD một số các NHTM trên địa bàn tỉnh Bình Định

Đơn vị tính: triệu đồng

Tên ngân hàng	2009		2010		2011	
	Dư nợ CVTD	Tỷ lệ Dư nợ CVTD/Dư nợ	Dư nợ CVTD	Tỷ lệ Dư nợ CVTD/Dư nợ	Dư nợ CVTD	Tỷ lệ Dư nợ CVTD/Dư nợ
1. Sacombank	65.250	14,5%	92.625	16,8%	115.562	17,69%
2. NH Quân đội	57.250	13,55%	72.625	14,68%	97.252	15,69%
3. NH Đông Á	9.250	10,5%	17.251	13,82%	29.253	16,69%
4. NH Quốc tế	8.250	11,52%	14.265	12,38%	16.862	14,69%
5. VP Bank	10.425	8,48%	15.250	9,39%	21.850	10,68%

(Nguồn: báo cáo tổng kết năm của NHNN - CN Bình Định)

Nhìn vào bảng 2.6 ta có thể thấy rõ dư nợ cho vay tiêu dùng của VPBank tuy cao hơn ngân hàng Đông Á và Quốc tế nhưng chỉ chiếm tỷ lệ thấp so với tổng dư nợ, thể hiện quy mô tăng trưởng dư nợ chưa cao so với các ngân hàng thương mại trên toàn tỉnh.



Biểu đồ 2.4: Dự nợ CVTD một số NHTM trên địa bàn

Qua biểu đồ 2.4, ta thấy rõ sự tăng trưởng vượt bậc dự nợ cho vay tiêu dùng của Sacombank trong các ngân hàng thương mại trên địa bàn với dự nợ cho vay tiêu dùng từ 65.250 triệu đồng năm 2009 lên đến 115.562 triệu đồng cuối năm 2011, tăng gần 100%. Sacombank là ngân hàng thương mại đầu tiên mở chi nhánh tại Bình Định, lại chú trọng phát triển mảng dịch vụ này nên dự nợ nói chung và dự nợ cho vay tiêu dùng nói riêng tăng trưởng mạnh qua các năm với lợi thế về khách hàng, sản phẩm phong phú nhiều tiện ích và quy mô hoạt động.

Cũng giống như lợi thế của Sacombank, ngân hàng Quân đội cũng có sự tăng trưởng dự nợ khá mạnh, năm 2009 đạt 57.250 triệu đồng lên 72.625 triệu đồng năm 2010 và đạt 97.252 triệu đồng năm 2011. Tốc độ tăng đều nhưng chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng dự nợ tín dụng toàn tỉnh đó là các ngân hàng Đông Á, Quốc tế, VPBank,... Các ngân hàng này ra đời sau, chưa có lợi thế về khách hàng, chưa thật sự chú trọng vào mảng cho vay tiêu dùng, tỷ

trọng cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ dao động qua các năm chỉ từ 8% đến gần 17%.

Qua các năm, dư nợ cho vay nói chung và mảng tiêu dùng nói riêng có chiều hướng tăng nhưng tỷ lệ tăng không cao do tình hình kinh tế giảm sút, Chính phủ thắt chặt chi tiêu năm 2010, 2011. Năm 2010, 2011 chủ trương của Ngân hàng nhà nước là tạm thời “siết lại” cho vay tiêu dùng, để dành tín dụng cho lĩnh vực ưu tiên khác nên lãi suất cho vay tiêu dùng ở mức khá cao không dưới 22%/năm vì thế người tiêu dùng không mấy mặn mà với các sản phẩm cho vay tiêu dùng.

*** Tăng trưởng thu nhập**

Bảng 2.7: Thu nhập từ lãi CVTD tại VPBank Bình Định qua các năm

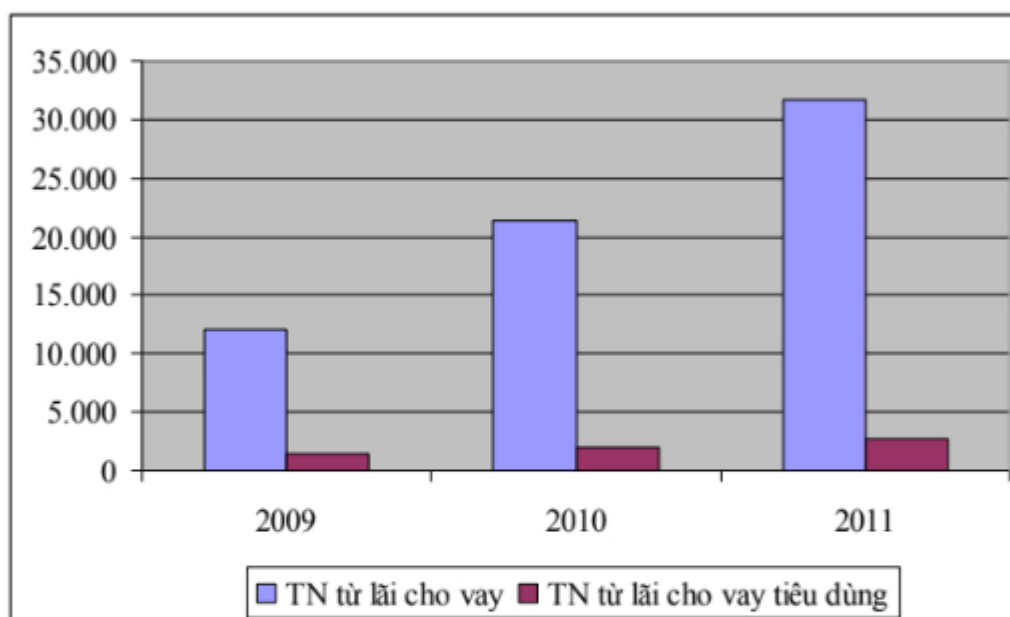
Đơn vị tính: triệu đồng

CHỈ TIÊU	2009	2010	2011
Tổng dư nợ CVTD	10.425	15.250	21.850
TN từ lãi cho vay	12.042	21.438	31.705
TN từ lãi cho vay tiêu dùng	1.445	1.950	2.730
Mức sinh lời CVTD	0,14	0,13	0,12

(Nguồn: báo cáo tổng kết năm của VPBank - CN Bình Định)

Nhìn vào bảng 2.7, ta thấy hoạt động cho vay tiêu dùng đem lại lợi nhuận không đáng kể trong tổng lợi nhuận cho vay của VPBank Bình Định. Vào đầu năm 2009, sau khi Chính phủ có chủ trương kích cầu và Ngân hàng Nhà nước cho áp dụng lãi suất thoả thuận, thị trường vay tiêu dùng được khởi động trở lại và nở rộ dịch vụ cho vay tiêu dùng, VPBank Bình Định cũng không nằm ngoài chủ trương chung, đạt lãi CVTD 1.445 triệu đồng chiếm

12% năm 2009. Nhưng đến năm 2010, 2011, tình hình kinh tế giảm sút, dịch vụ cho vay tiêu dùng theo đó cũng bị ảnh hưởng, lãi cho vay giảm sút chỉ đạt 1.950 triệu đồng, chiếm 9,1% năm 2010 và năm 2011 là 2.730 triệu đồng, chiếm 8,61% trong tổng thu lãi của cả hoạt động tín dụng của ngân hàng.



Biểu đồ 2.5: Tỷ lệ thu nhập từ lãi CVTD so với thu nhập từ lãi cho vay

Qua các năm ta nhận thấy mức sinh lời cho vay tiêu dùng các năm giảm dần từ 0,14 năm 2009 xuống còn 0,13 năm 2010 và 0,12 năm 2011. Điều này cho thấy hiệu quả cho vay tiêu dùng trong hai năm sau chưa cao, dư nợ có tăng nhưng không đạt mức lợi nhuận cao.

b. Đa dạng hóa dịch vụ cho vay tiêu dùng

Sự đa dạng hóa dịch vụ cho vay tiêu dùng được thể hiện ở một danh mục hợp lý các sản phẩm cho vay. Cũng như tất cả các ngân hàng thương mại, VPBank Bình Định đã thực hiện cho vay tiêu dùng để đáp ứng nhu cầu vốn cho người tiêu dùng hầu hết các lĩnh vực, thể hiện qua bảng 2.8.

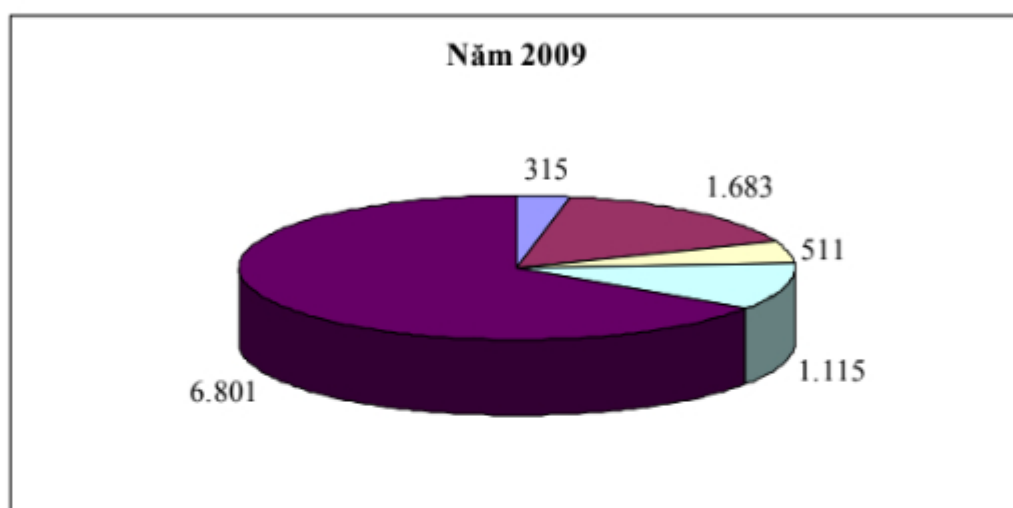
Bảng 2.8: Dư nợ cho vay theo các hình thức CVTD*Đơn vị tính: triệu đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2009		Năm 2010		Năm 2011	
	Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)
TỔNG DƯ NỢ CVTD	10.425	100	15.250	100	21.850	100
1. Cho vay thấu chi	315	3,02	452	2,96	752	3,44
2. Cho vay CBCNV	1.683	16,14	2.413	15,82	3.369	15,42
- Cho vay CBCNV VPB	1.425	13,67	2.042	13,39	2.797	12,80
- Cho vay CBCNV khác	258	2,47	371	2,43	572	2,62
3. Cho vay PH & TT thẻ	511	4,90	755	4,95	935	4,28
4. Cho vay cầm cố GTCG	1.115	10,70	1.512	9,91	2.015	9,22
5. CVTD khác	6.801	65,24	10.118	66,35	14.779	67,64
- mua, sửa chữa nhà	3.380	32,42	5.158	33,82	7.025	32,15
- mua xe ô tô	3.421	32,82	4.960	32,52	7.754	35,49

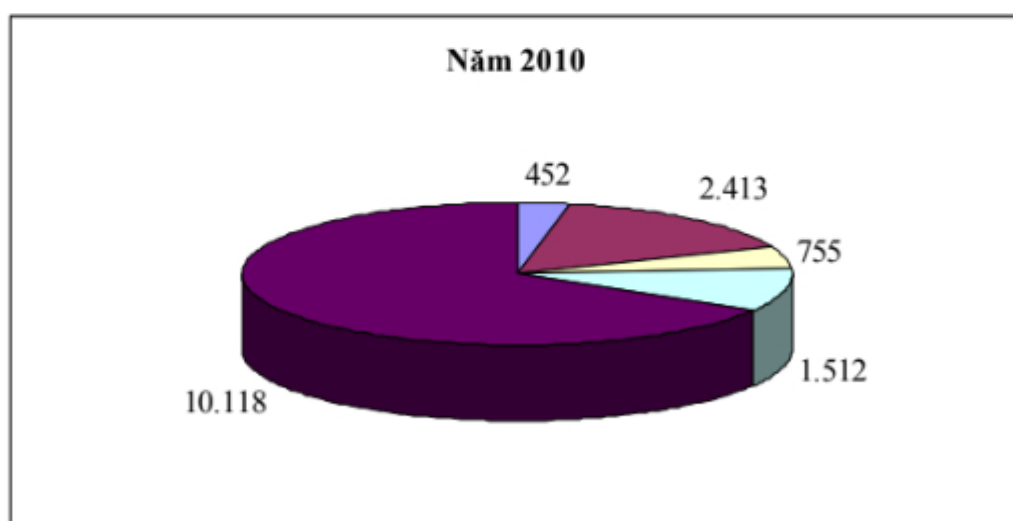
(Nguồn: báo cáo tổng kết năm của VPBank - CN Bình Định)

Qua bảng trên, ta có thể thấy VPBank Bình Định cho vay trên tất cả các sản phẩm tín dụng tiêu dùng, có tính đa dạng nhưng tỷ trọng chiếm chưa cao. Dư nợ tăng đều qua các năm, tỷ trọng của từng dịch vụ ổn định không có sự biến động lớn. Dư nợ cho vay tiêu dùng đều tăng qua các năm, năm 2010 dư nợ 15.250 triệu đồng tăng 146% so với năm 2009. Năm 2011 dư nợ 21.850

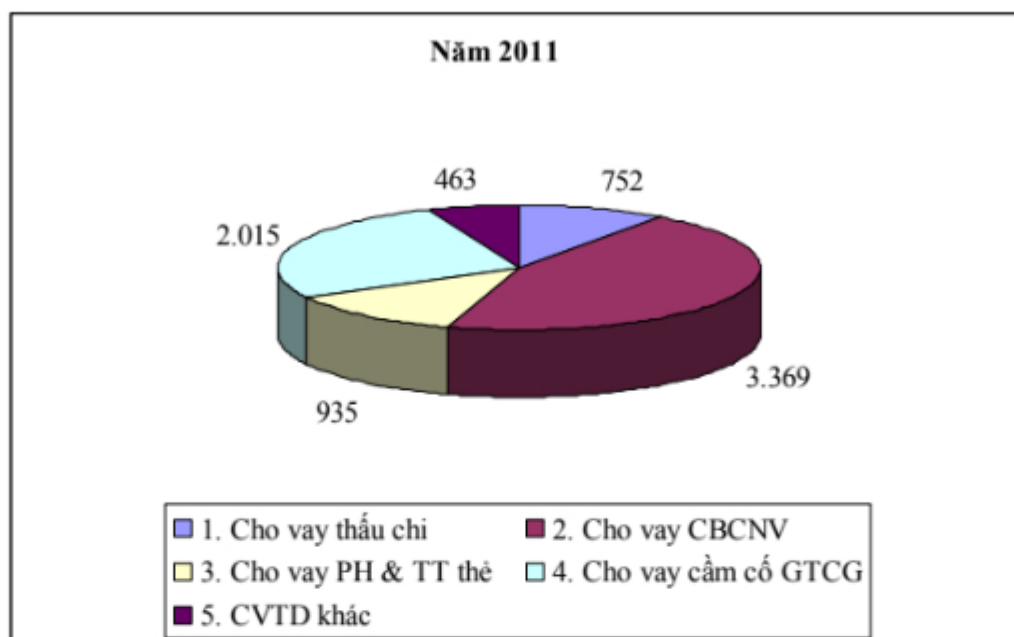
triệu đồng tăng 143,27% so với năm 2010. Tổng dư nợ cho vay tiêu dùng từ năm 2009 đến nay chưa cao là do tình hình khủng hoảng kinh tế toàn cầu, cùng sự biến động lãi suất trên thị trường, lạm phát tăng cao, nhu cầu tiêu dùng giảm, các chính sách tín dụng của VPBank cũng mang tính thận trọng và thắt chặt hơn.



Biểu đồ 2.6: Tỷ lệ CVTD theo các hình thức năm 2009



Biểu đồ 2.7: Tỷ lệ CVTD theo các hình thức năm 2010



Biểu đồ 2.8: Tỷ lệ CVTD theo các hình thức năm 2011

Nhìn vào các biểu đồ ta nhận thấy VPBank Bình Định qua các năm đã chú trọng đẩy mạnh cho vay ở lĩnh vực thiết yếu như mua nhà, sửa chữa nhà cửa, cho mua xe ô tô trả góp,... với dư nợ 6.801 triệu đồng chiếm đến 65,24 % năm 2009, đạt 10.118 triệu đồng năm 2010 chiếm 66,35 % và năm 2011 là 14.779 triệu đồng trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng. Chi phí mua nhà, sửa chữa nhà (VPBank Bình Định chỉ áp dụng dịch vụ mua nhà thông thường, không áp dụng cho vay mua nhà theo dự án) khá lớn nên nhu cầu vốn cao, vì vậy ngân hàng đã tập trung cho vay ở lĩnh vực này. Dư nợ cho vay lĩnh vực này tăng cả về số tuyệt đối lẫn chiếm tỷ lệ cao trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng. Đây là nhu cầu thường xuyên thiết yếu hơn nữa khi vay phải thế chấp tài sản bảo đảm nên rủi ro tín dụng được kiểm soát tương đối dễ dàng.

Chiếm tỷ lệ lớn tiếp theo là lĩnh vực cho vay CBCNV không có tài sản bảo đảm được tổ chức quản lý lao động bảo lãnh. Dư nợ tăng đều qua các năm, cuối năm 2009, dư nợ đạt 1.683 triệu đồng chiếm 16,14 %, năm 2010 là

2.413 triệu đồng chiếm 15,82 % và tăng lên 3.369 triệu đồng chiếm 15,42 % trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng năm 2011. Trong đó, VPBank chủ yếu tập trung cho vay CBCNV của VPBank với các ưu đãi và ràng buộc dành cho cán bộ làm việc trong hệ thống, dư nợ năm 2009 là 1.425 triệu đồng, năm 2010 đạt 2.042 triệu đồng và 2.797 triệu đồng là dư nợ cuối năm 2011. Hình thức cho vay này vừa khuyến khích tạo điều kiện nhân viên tiêu dùng hàng hóa vừa mang lại lợi nhuận đáng kể cho bản thân ngân hàng, là một chính sách khá hiệu quả.

Bên cạnh đó, hình thức cho vay cầm cố giấy tờ có giá cũng chiếm tỷ trọng tương đối, từ 9 % - 10 % trong tổng dư nợ qua các năm. Hình thức cho vay này khá đơn giản cả ở khâu thẩm định và thủ tục vay vốn, áp dụng cho khách hàng cần một phần hoặc toàn bộ số tiền mà họ đã gửi tiết kiệm ở các ngân hàng nhưng chưa đến kỳ hạn. Hình thức vay này đem lại lợi nhuận cho ngân hàng lẫn khách hàng đó là giữ vững nguồn vốn huy động và lại được tâm lý yên tâm, tin tưởng của khách hàng dành cho VPBank.

Hiện tại, VPBank vẫn chưa áp dụng trả lương qua tài khoản cho tổ chức, doanh nghiệp nào nên vay thấu chi tín chấp dựa vào lương chưa phát triển mạnh, hình thức vay này rủi ro cao nên ngân hàng vẫn còn hạn chế cho vay. Hình thức vay phát hành và thanh toán thẻ tín dụng đã được triển khai nhưng dư nợ vẫn còn là con số nhỏ so với tổng dư nợ, chỉ chiếm chưa đến 5 %, nguyên nhân là do người dân vẫn chưa quen với việc tiêu dùng qua hình thức thanh toán thẻ này.

Nhìn chung danh mục các sản phẩm cho vay tiêu dùng của VPBank khá hợp lý, ngân hàng đã tập trung cho vay những lĩnh vực có nhu cầu cao, đáp ứng được thị hiếu người tiêu dùng. Hiện tại, ngân hàng đã và đang phát triển nhiều sản phẩm cho vay tiêu dùng đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng cá nhân.

c. Chất lượng dịch vụ

- Công tác chăm sóc khách hàng mới và khách hàng mục tiêu được ngân hàng chú trọng, ngân hàng thường xuyên có những chương trình nâng cao chất lượng dịch vụ như tặng quà sinh nhật cho khách hàng VIP, thường xuyên cung cấp cho khách hàng các chương trình mới, hấp dẫn cho khách hàng,....

- Chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng cũng được thể hiện qua kết quả khảo sát đo lường mức độ hài lòng khách hàng. Về hình ảnh, dịch vụ VPBank đã được khách hàng trên toàn quốc đánh giá với danh hiệu là “Ngân hàng có chất lượng dịch vụ được hài lòng nhất” năm 2012, chương trình bình chọn này do thời báo Kinh tế Việt Nam tổ chức hàng năm dựa trên kết quả khảo sát trực tiếp và ý kiến bình chọn của độc giả các ấn phẩm: Tạp chí tư vấn tiêu dùng, Thời báo Kinh tế Việt Nam. Tại VPBank Bình Định, tiến hành khảo sát 100 khách hàng cá nhân về chỉ tiêu mức độ hài lòng của khách hàng đối với dịch vụ cho vay tiêu dùng. Quá trình khảo sát cho kết quả (Bảng 2.9: Bảng kết quả khảo sát chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định thời gian qua).

Kết quả khảo sát tổng quan về dịch vụ cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định cho thấy mức độ rất hài lòng chỉ chiếm 23,5 %, mức độ hài lòng chiếm 33,3 % và mức độ bình thường chiếm đến 36,4 %, ngoài ra ở mức độ kém hài lòng là 6,8 %. Kết quả này cho thấy chất lượng dịch vụ này tuy đã có nhiều cải thiện nhưng vẫn chưa đáp ứng được nhu cầu và thị hiếu của khách hàng. Khách hàng chỉ mới đánh giá tốt gần như tuyệt đối thái độ phục vụ của nhân viên và khâu giải ngân nhanh chóng của ngân hàng (chiếm đến 80 - 95 % mức độ rất hài lòng) mà chưa thật sự hài lòng ở sản phẩm dịch vụ, thời gian giải quyết hồ sơ vay, thủ tục vay vốn, điều kiện vay vốn, và biểu lãi suất cho vay tiêu dùng. Mà những chỉ tiêu này là những yếu tố quan trọng cấu

Bảng 2.9: Bảng kết quả khảo sát chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định thời gian qua

Chỉ tiêu đánh giá	Ý kiến đánh giá của khách hàng				
	Rất hài lòng	Hài lòng	Bình thường	Kém hài lòng	Hoàn toàn không hài lòng
1. Sản phẩm dịch vụ CVTD	7	15	67	11	0
2. Thời gian giải quyết một hồ sơ CVTD	10	55	32	3	0
3. Thái độ phục vụ của nhân viên tín dụng	80	20	0	0	0
4. Thủ tục vay vốn	5	56	35	4	0
5. Điều kiện vay vốn	8	24	43	25	0
6. Biểu lãi suất CVTD	4	37	45	14	0
7. Khâu giải ngân của dịch vụ CVTD	95	5	0	0	0
8. Hình thức và nội dung trên tờ rơi quảng cáo	20	36	41	3	0
9. Chính sách chăm sóc khách hàng	4	42	46	8	0
10. Hình ảnh của VPBank	2	43	55	0	0
TỔNG CỘNG	235	333	364	68	0
Tỷ lệ	23,5	33,3	36,4	6,8	0

thành nên một sản phẩm cho vay, nó quyết định sự gắn bó và hợp tác lâu dài của khách hàng với ngân hàng. Bên cạnh đó, một yếu tố cũng không kém phần quan trọng đó là hình ảnh của ngân hàng và các dịch vụ chăm sóc khách hàng cũng chưa thật sự nổi bật và đi vào lòng khách hàng.

d. Sự kiểm soát rủi ro trong hoạt động cho vay tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng là sản phẩm tiềm ẩn nhiều rủi ro. Vì vậy, ngân hàng luôn phải áp dụng những điều kiện ràng buộc và cân nhắc mức lãi suất sao cho có thể bù đắp chi phí, hạn chế một phần rủi ro của dịch vụ này. Trong thời gian qua, để kiểm soát rủi ro các khoản tín dụng nói chung và mảng tín dụng tiêu dùng nói riêng, ngân hàng đã có những biện pháp sau:

- Về cơ chế: Ngân hàng đã ban hành nhiều văn bản quy định chặt chẽ các khâu thẩm định tài sản bảo đảm đi vay, ban hành hạn mức phê duyệt cho chi nhánh, trước mỗi khoản vay thì nhân viên tín dụng phải trình phân tích bảng xếp hạng tín dụng cá nhân cho Lãnh đạo duyệt làm căn cứ cho vay.

Thông qua kết quả đánh giá của bảng xếp hạng tín dụng dành cho khách hàng cá nhân là căn cứ đánh giá mức độ rủi ro của khoản tín dụng để xét duyệt cho vay, ngân hàng phân loại, đánh giá được tiềm năng của khách hàng. Việc phân tích tiềm năng của khách hàng sẽ giúp ngân hàng định hướng sản phẩm nào phù hợp khách hàng nào để giới thiệu các sản phẩm cho vay cá nhân phù hợp với mức rủi ro thấp nhất.

- Về con người: Nhân viên tín dụng luôn được đào tạo, nhắc nhở thường xuyên liên tục trong công tác tín dụng. Đạo đức nghề nghiệp là yếu tố vô cùng quan trọng trong công tác kiểm soát rủi ro tại bất kỳ ngân hàng nào. Nhân viên tín dụng luôn tác nghiệp theo đúng quy trình, quy định của ngân hàng đề ra, kiểm soát trước, trong và sau khi giải ngân cho khách hàng. Trong thời gian qua, VPBank Bình Định vẫn chưa có trường hợp gian lận của nhân viên gây hậu quả nghiêm trọng nào.

Sự kiểm soát rủi ro thể hiện ở tỷ lệ nợ xấu, nợ quá hạn trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng. Nhân viên tín dụng luôn có sự giám sát và quản lý sau khi cho vay để đảm bảo tỷ lệ nợ xấu đến mức thấp nhất có thể, thể hiện qua bảng 2.10 và 2.11.

Bảng 2.10: Tỷ lệ nợ xấu/ Dư nợ cho vay

Đơn vị tính: triệu đồng

CHI TIẾT	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
Dư nợ cho vay	122.799	162.375	204.528
Nợ xấu	0	252	122
Tỷ lệ nợ xấu/ dư nợ cho vay (%)	0,00	0,16	0,06

(Nguồn: báo cáo tổng kết năm của VPBank)

Bảng 2.11: Tỷ lệ nợ xấu/ Dư nợ cho vay tiêu dùng

Đơn vị tính: Triệu đồng

CHI TIẾT	Năm 2009	Năm 2010	Năm 2011
Dư nợ cho vay tiêu dùng	10.425	15.250	21.850
Nợ xấu	0	12	17
Tỷ lệ nợ xấu/ dư nợ CVTD	0,00%	0,079%	0,078%

(Nguồn: báo cáo tổng kết năm của VPBank)

Ngân hàng cho vay với sự kiểm soát chặt chẽ, đồng thời luôn thận trọng nên tỷ lệ nợ xấu luôn được kiểm soát ở dưới mức quy định của Hội sở. Trong các năm qua, tăng trưởng dư nợ nói chung và dư nợ cho vay tiêu dùng nói riêng của VPBank Bình Định tuy có tăng nhưng tốc độ tăng không cao,

kết quả này vì ảnh hưởng không ít của chính sách kiểm soát rủi ro của ngân hàng. Vì vậy, rủi ro trong cho vay tại VPBank là khá thấp và tương đối an toàn, nhìn vào bảng 2.10 và 2.11 ta có thể thấy rõ tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ cho vay nói chung và mảng tiêu dùng nói riêng luôn ở mức thấp có thể kiểm soát được. Cuối năm 2010, tỷ lệ nợ xấu chỉ là 0,16 % và 0,06 % năm 2011 trên tổng dư nợ cho vay. Riêng mảng cho vay tiêu dùng, tỷ lệ nợ xấu chiếm 0,079 % năm 2010 và năm 2011 là 0,078 %. Có thể nói, dư nợ cho vay tiêu dùng hiện tại chưa cao nên rủi ro trong cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định là khá thấp và tương đối an toàn.

Các con số này chứng tỏ việc kiểm soát rủi ro cho vay nói chung và vay tiêu dùng nói riêng tại VPBank Bình Định rất có hiệu quả. Thông thường cho vay các món có dư nợ tương đối nhỏ, lãi suất tương đối cao, kiểm soát nợ xấu tốt.

2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI VPBANK BÌNH ĐỊNH

2.3.1. Những mặt thuận lợi và kết quả đạt được

a. Những mặt thuận lợi

- Nhân tố khách quan:

+ Sự tăng trưởng phát triển của nền kinh tế cả nước nói chung và tỉnh Bình Định nói riêng kéo theo những điều kiện tiên quyết thuận lợi cho việc phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng của hệ thống ngân hàng thương mại nói chung và VPBank Bình Định nói riêng.

+ Chất lượng cuộc sống ngày càng được nâng lên, thu nhập của người dân ngày càng được cải thiện tạo điều kiện nâng cao mức sống người dân dẫn đến nhu cầu tiêu dùng của người dân ngày càng cao. Khi đó sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các ngân hàng bán các sản phẩm dịch vụ tín dụng tiêu dùng.

- Nhân tố chủ quan:

+ Đội ngũ nhân viên của ngân hàng VPBank Bình Định đều là những nhân viên có đạo đức nghề nghiệp và có tâm huyết với ngân hàng.

+ Mục tiêu được hướng đến là ngân hàng bán lẻ hàng đầu được VPBank Bình Định tập trung phát triển các dịch vụ cá nhân nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng.

+ Dịch vụ ngân hàng chu đáo, tận tình tạo uy tín và hình ảnh tốt cho khách hàng.

b. Kết quả đạt được

- Xu hướng phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng tại ngân hàng VPBank Bình Định đang đi theo chiều hướng tốt, dư nợ tăng trưởng qua các năm, năm sau luôn cao hơn năm trước, góp phần nâng cao lợi nhuận cho chi nhánh.

- VPBank Bình Định luôn ban hành các quy chế cho vay linh hoạt giúp hoạt động cho vay tiêu dùng hiệu quả hơn, thuận lợi hơn cho khách hàng, tạo sự hài lòng cho khách hàng đi vay.

- Dịch vụ cho vay tiêu dùng góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân trong tỉnh.

2.3.2. Những mặt hạn chế và nguyên nhân

a. Hạn chế

- Thương hiệu VPBank còn mới lạ, chưa phủ sóng rộng nên lượng khách hàng còn hạn chế so với các NHTM khác trên địa bàn. Quy mô hoạt động còn nhỏ, mạng lưới giao dịch hẹp, chi nhánh chỉ mới mở một phòng giao dịch trong thành phố, nhiều địa bàn đông dân cư tại các huyện trong tỉnh chưa được khai thác.

- Việc mở rộng các sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng còn hạn chế, chưa chú trọng các sản phẩm mới như cho vay hợp tác các đại lý phục vụ nhu cầu thiết thực người dân như xe máy, đồ gia dụng; cho vay du lịch, khám chữa bệnh, du học,

- Con số dư nợ cho vay tiêu dùng của VPBank Bình Định chiếm tỷ trọng quá ít trong tổng dư nợ cho vay, tốc độ tăng trưởng qua các năm tuy có tăng nhưng không cao, tốc độ tăng còn yếu so với các NHTM khác trên địa bàn.

- Mức cho vay tiêu dùng dựa trên tài sản đảm bảo còn thấp, giá trị mỗi khoản vay chỉ đạt 50% - 65% giá trị tài sản đảm bảo. Trong khi đó, các ngân hàng đối thủ khác cho vay với tài sản đảm bảo lên đến 70% với thời hạn dài và thủ tục nhanh gọn như Techcombank, OceanBank, Sacombank,...

- Khâu xét duyệt hồ sơ và thẩm định tài sản đảm bảo chưa thật sự linh động vì phải phụ thuộc nhiều vào công tác kiểm soát rủi ro của ngân hàng.

- Ngân hàng vẫn chưa mạnh dạn trong việc cho vay tiêu dùng với hình thức tín chấp. Hình thức này áp dụng cho cán bộ, công nhân viên các cơ quan hành chính sự nghiệp và các công ty trên địa bàn là một nguồn lợi đáng kể cho ngân hàng nhưng vẫn chưa được VPBank chú trọng vì lo ngại rủi ro.

b. Nguyên nhân

- Do khách hàng cho vay tiêu dùng là những thể nhân nên việc thu thập thông tin để xác định các khoản thu trả nợ là khó, dẫn đến công tác kiểm soát rủi ro không dễ dàng. Do vậy, ngân hàng vẫn chưa đẩy mạnh mảng cho vay tín chấp.

- Hoạt động marketing về truyền thông quảng cáo, thị trường các sản phẩm tiện ích của ngân hàng còn hạn chế. Thời gian qua ngân hàng chưa thật sự chú trọng đến công tác này nên ảnh hưởng đến lượng khách hàng đến với dịch vụ cho vay tiêu dùng của ngân hàng.

- Hoạt động trong môi trường có nhiều đối thủ cạnh tranh mạnh về cho vay tiêu dùng như Techcombank, ACB, OceanBank,... nên ít nhiều ảnh hưởng đến việc chiếm lĩnh thị phần cho vay tiêu dùng trên địa bàn.

- Các chính sách pháp luật của Nhà nước về cho vay tiêu dùng chưa rõ ràng, các quy định về tài sản thế chấp, về giá nhà đất, chuyển quyền sở hữu, quy định về thủ tục đăng ký còn phức tạp gây ảnh hưởng đến công tác thẩm định, xét duyệt hồ sơ vay của khách hàng.

- Với một thực tế là người dân miền Trung với tâm lý tiết kiệm, không muốn vay mượn tiêu dùng còn nặng nề nên một lượng lớn khách hàng vẫn chưa tiếp cận với dịch vụ này. Do vậy, VPBank cần phải có chính sách hợp lý trong việc tác động tâm lý khách hàng, thuyết phục khách hàng nhận thấy được lợi ích các sản phẩm cho vay tiêu dùng của ngân hàng để ngân hàng có thể bán được sản phẩm và phục vụ nhu cầu người dân tốt hơn.

- Các chính sách về lãi suất, tiền tệ của ngân hàng nhà nước và Chính phủ gây khó khăn trong việc cho vay và đi vay của NHTM lẫn khách hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Với cơ sở lý luận đã trình bày ở chương 1, chương 2 đã đi sâu phân tích thực trạng phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định các năm 2009 - 2011 theo các tiêu chí đánh giá đã được nêu. Nhìn chung, hoạt động cho vay tiêu dùng của VPBank Bình Định qua các năm có sự phát triển nhưng chưa mạnh, chưa có được sự đầu tư phát triển. Kết quả phân tích dựa vào các số liệu thống kê hàng năm của ngân hàng, từ đó đánh giá được thực trạng cũng như những mặt hạn chế trong phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định. Điều này đặt ra cần phải có những giải pháp thiết thực để phát triển dịch vụ này.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG (VPBANK) - CHI NHÁNH BÌNH ĐỊNH

3.1. CÁC CĂN CỨ TIỀN ĐỀ CHO SỰ PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI VPBANK BÌNH ĐỊNH

3.1.1. Định hướng phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Bình Định trong thời gian đến

Bình Định là 1 trong 5 vùng kinh tế trọng điểm miền Trung, nằm ở trung tâm của trục Bắc - Nam Việt Nam trên cả 3 tuyến đường bộ, đường sắt và đường hàng không, là cửa ngõ ra biển gần nhất và thuận lợi nhất của Tây Nguyên, Nam Lào, đông bắc Campuchia và Thái Lan (bảng cảng biển quốc tế Quy Nhơn và quốc lộ 19). Với vị thế này Bình Định có lợi thế vượt trội trong liên kết, giao lưu kinh tế khu vực và quốc tế. Do đó, kinh tế Bình Định phát triển nhanh chóng, thị trường xe dịch vụ và vận tải cũng ngày một phát triển.

Hạ tầng đồng bộ, các dịch vụ phục vụ du lịch, vui chơi giải trí đã và đang được quan tâm đầu tư, nâng cấp. Và đặc điểm dân số trẻ, 16 triệu dân với hơn 50% trong tuổi lao động, nên xu hướng tăng tiêu dùng, rất thuận lợi để phát triển hoạt động cho vay.

Kinh tế phát triển năng động, an ninh ổn định: với tốc độ tăng trưởng GDP bình quân 12%, đồng thời an ninh, trật tự ổn định thu hút, nhiều nhà đầu tư và tạo điều kiện phát triển ổn định. Ngoài ra điểm mạnh của Bình Định là chế biến đồ gỗ, lâm sản, nông sản, khoáng sản, thủy sản, trong đó đồ gỗ là thế mạnh tạo nên tên tuổi của Bình Định trên thị trường trong nước và thế giới. Hiện nay trên địa bàn tỉnh có 3.442 DN trong nước và 28 DN có vốn đầu tư nước ngoài, với 5 khu công nghiệp (KCN): KCN Phú Tài, KCN Long Mỹ,

KCN Nhơn Hòa, KCN Nhơn Tân - Bình Nghi, KCN Nhơn Hội, thu hút lượng lớn người lao động, đồng thời có đến một lượng lớn khách hàng tiềm năng khác từ các trường đại học, cao đẳng, trung cấp...

Trong 6 tháng đầu năm 2012, kinh tế - xã hội tỉnh Bình Định cũng bị ảnh hưởng ít nhiều đến sự biến động kinh tế của cả nước, tuy nhiên vẫn đạt được những kết quả khả quan. Tổng sản phẩm địa phương (GDP) ước đạt 4.818,2 tỷ đồng, tăng 6,01% so với cùng kỳ (giảm 4,08% so với mức tăng trưởng 6 tháng đầu năm 2011); trong đó: nông, lâm thủy sản tăng 4,69% (riêng nông nghiệp tăng 4,03%, tăng 1,13% so với mức tăng cùng kỳ năm trước); công nghiệp và xây dựng tăng 6,55% (riêng công nghiệp tăng 6,83%, giảm 7,29% so với mức tăng trưởng cùng kỳ năm trước, xây dựng tăng 5,42%); dịch vụ tăng 7,01% (giảm 7,32% so với mức tăng trưởng cùng kỳ năm trước). Về cơ cấu kinh tế, tỷ trọng nông, lâm, thủy sản chiếm 41,93%; công nghiệp, xây dựng chiếm 23,76%; dịch vụ chiếm 34,31% (cùng kỳ tương ứng là 42,32%-24,33%-33,55%). Các hoạt động văn hoá - xã hội tiếp tục có chuyển biến tích cực, an sinh xã hội được bảo đảm, đời sống của đại bộ phận nhân dân trong tỉnh cơ bản ổn định. Quốc phòng - an ninh được giữ vững.

Với các chỉ tiêu trên có thể nói kinh tế - xã hội Bình Định trong thời gian đến có nhiều khả quan, thu nhập người dân càng cao và ổn định đồng nghĩa với việc chất lượng cuộc sống ngày càng được nâng cao kéo theo nhu cầu vay tiêu dùng sẽ ngày càng phát triển. Nhân tố này là một trong những nhân tố quan trọng giúp thúc đẩy hoạt động ngân hàng nói chung và dịch vụ cho vay tiêu dùng nói riêng.

3.1.2. Phân tích về tiềm năng và nhu cầu của khách hàng cá nhân

Khách hàng cá nhân chính là nhân tố quan trọng trong việc phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng. Khi đã nắm bắt được tiềm năng sinh lợi, nhu cầu

của khách hàng, ngân hàng sẽ có những hướng tập trung phát triển phân khúc thị trường tiềm năng, việc phát triển cho vay tiêu dùng sẽ hiệu quả hơn.

Hạng mục khách hàng tiềm năng mà VPBank cần hướng đến đó là:

- Hộ gia đình, kinh doanh cá thể: là nhóm khách hàng có nhu cầu tiêu dùng lớn, thu nhập cao, có tài sản bảo đảm khi đi vay tiêu dùng.

- CBCNV VPBank: là nhóm khách hàng tiềm năng có thu nhập ổn định, việc kiểm soát rủi ro cho vay dễ dàng, tạo mối quan hệ tốt giữa cấp quản lý và nhân viên.

- CBCNV các cơ quan, doanh nghiệp: là nhóm khách hàng tuy thu nhập không cao nhưng ổn định và chiếm lượng lớn khách hàng giao dịch, hơn nữa nhóm khách hàng này cũng có nhu cầu cao về tiêu dùng nên cũng cần được chú ý.

- CB lãnh đạo và điều hành các cơ quan, doanh nghiệp: nhóm khách hàng này có nhu cầu rất cao về nhu cầu cuộc sống, về đi lại, du lịch, khám chữa bệnh, cho con du học,... vì vậy nhu cầu vay tiêu dùng cũng không nhỏ.

- Nhóm khách hàng trẻ như sinh viên, sinh viên tốt nghiệp cũng có nhu cầu chi tiêu phong phú và là lực lượng đông đảo tuy nhiên khi đi vay có điều kiện là phải có sự bảo lãnh của gia đình.

3.1.3. Phân tích các yếu tố cạnh tranh và thị phần cho vay tiêu dùng của VPBank Bình Định trên địa bàn

Trên địa bàn tỉnh Bình Định, VP Bank là thương hiệu mới, chưa được phủ rộng, hiện tại chỉ mới phát triển một phòng giao dịch. Bên cạnh đó, tâm lý khách hàng vẫn tin tưởng các ngân hàng thương mại lớn nên khó khăn trong việc thu hút khách hàng. Quy mô cho vay tiêu dùng của ngân hàng còn thấp so với các ngân hàng khác trên địa bàn, danh mục sản phẩm và chính sách phân phối chưa đa dạng, định giá tài sản đảm bảo cho vay thấp,...

Trong khi đó, các ngân hàng thương mại ra đời trước như Techcombank, Sacombank, ACB,... và các ngân hàng thương mại cổ phần đã có lượng lớn khách hàng trung thành đã thường xuyên liên tục đưa ra các gói sản phẩm cho vay tiêu dùng hấp dẫn. Bên cạnh đó, một số các ngân hàng mới thành lập như VIB, Ocean Bank, Ngân hàng Hàng hải, ... đang đua nhau tung ra nhiều chiêu cho vay tiêu dùng như lãi suất cạnh tranh, hạn mức không ngừng tăng cao, thủ tục tiến hành nhanh gọn. Các sản phẩm cho vay tiêu dùng hấp dẫn như: gói sản phẩm **Không chỉ mơ ước, hãy tận hưởng** của **Techcombank** cho vay bất động sản với thời hạn và mức vay hấp dẫn, hạn mức tối đa lên đến 10 tỷ đồng, được vay 70% tổng nhu cầu vốn của khách hàng với thời gian vay tối đa đến 25 năm; hay gói sản phẩm cho vay mua ô tô với tỷ lệ cho vay tối đa trên giá trị xe mua tối đa lên đến 90% (trường hợp thế chấp bất động sản), và 70% (trường hợp thế chấp chính xe mua); hay gói sản phẩm **Làm đẹp hơn ngôi nhà của bạn** vay xây dựng, sửa chữa nhà của **ACB** với thời hạn vay lên đến 10 năm (xây nhà), và 7 năm (sửa chữa nhà); hay tại Ngân hàng TMCP Đại Dương (**Ocean bank**), khách hàng có thể vay tín chấp tối đa đến 300 triệu hoặc vay 10 tháng tiền lương với hình thức trả nợ và lãi hàng tháng được tính theo dư nợ giảm dần; Một hình thức khác là phát hành thẻ tín dụng quốc tế Cremium với phương châm **Cuộc sống phong lưu đơn giản không ngờ** của **VietinBank** mang đến lợi ích tối đa cho các tầng lớp chi tiêu cao cấp như cán bộ cấp cao, thương nhân, du học sinh, khách hàng thường xuyên đi công tác, du lịch nước ngoài, khách hàng được chi trả lương qua hệ thống VietinBank,

3.1.4. Định hướng chiến lược phát triển cho vay tiêu dùng của VPBank nói chung và chi nhánh Bình Định nói riêng

Ngân hàng Việt Nam thịnh vượng là một NHTM cổ phần - hoạt động với sứ mệnh: “Hành động vì ước mơ của bạn”. Trong những năm qua,

VPBank đã không ngừng cung cấp cho khách hàng những sản phẩm, dịch vụ phong phú, đa dạng, nhiều tiện ích, mà còn luôn quan tâm chăm lo đến công tác xã hội.

Chiến lược: Trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu Việt Nam.

Sứ mệnh phát triển:

- *VPBank hoạt động với phương châm:* lợi ích của khách hàng là trên hết; lợi ích của người lao động được quan tâm; lợi ích của cổ đông được chú trọng; đóng góp có hiệu quả vào sự phát triển của cộng đồng.

- *Đối với khách hàng:* VPBank cam kết thoả mãn tối đa lợi ích của khách hàng trên cơ sở cung cấp cho khách hàng những sản phẩm, dịch vụ phong phú, đa dạng, đồng bộ, nhiều tiện ích, chi phí có tính cạnh tranh.

- *Đối với nhân viên:* VPBank quan tâm đến cả đời sống vật chất và đời sống tinh thần của người lao động. VPBank đảm bảo mức thu nhập ổn định và có tính cạnh tranh cao trong thị trường lao động ngành tài chính NH. Đảm bảo người lao động thường xuyên được chăm lo nâng cao trình độ nghiệp vụ, đảm bảo được phát triển cả quyền lợi chính trị và văn hoá...

- *Đối với cổ đông:* VPBank quan tâm và nâng cao giá trị cổ phiếu, duy trì mức cổ tức cao hàng năm...

- *Đối với cộng đồng:* VPBank cam kết thực hiện tốt nghĩa vụ tài chính đối với ngân sách Nhà nước; luôn quan tâm chăm lo đến công tác xã hội, từ thiện để chia sẻ khó khăn của cộng đồng.

Thực hiện mục tiêu chung của Hội sở đó là trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam, và mục tiêu xây dựng VPBank Bình Định phát triển, tăng trưởng lành mạnh và hiệu quả, VPBank Bình Định đang có những định hướng phát triển cho vay tiêu dùng qua các nhân tố sau:

- Một quy mô tương đối đủ lớn để thực hiện các lợi thế chi phí, hình ảnh, uy tín và thị phần tại địa phương nói riêng và các tỉnh thành lân cận nói chung.

- Chính sách nguồn nhân lực năng động: thực hiện tuyển chọn, đào tạo, đãi ngộ trên cơ sở kết quả công việc, kết hợp tạo môi trường phát triển nghề nghiệp lâu dài.

- Hiện đại hóa công nghệ thông tin là cơ sở thực hiện đổi mới quy trình kinh doanh và quản trị của ngân hàng, đồng thời tạo cơ sở cho việc triển khai các sản phẩm dịch vụ mới.

- Một chiến lược rõ ràng cho sản phẩm chủ chốt, khách hàng mục tiêu và khu vực hoạt động.

3.2. CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DỊCH VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG TRONG THỜI GIAN TỚI

Phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng đã và đang là xu hướng tất yếu trong hoạt động của tất cả các ngân hàng thương mại cổ phần hiện nay. Dựa trên các căn cứ tiền đề về bối cảnh kinh tế - xã hội cùng năng lực cạnh tranh cũng như định hướng phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng, đề tài xây dựng một số giải pháp cụ thể và phù hợp hơn thực trạng hiện có của ngân hàng để góp phần thúc đẩy hơn nữa chiến lược phát triển trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu trong hệ thống ngân hàng thương mại. Các giải pháp sẽ góp phần thúc đẩy VPBank đạt mục tiêu tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ và thu nhập từ hoạt động cho vay tiêu dùng; đa dạng hóa cơ cấu dịch vụ, hoàn thiện chất lượng dịch vụ với tỷ lệ rủi ro thấp nhất. Đó là các giải pháp:

3.2.1. Nhóm giải pháp về Marketing và thị trường

Với mục tiêu là tăng trưởng quy mô cung ứng dịch vụ và tăng thu nhập, ngân hàng cần đẩy mạnh hơn nữa công tác Marketing. Giải pháp này là tiền đề quan trọng trong việc phát triển cho vay tiêu dùng, nếu có hướng đi tốt sẽ

giúp ngân hàng tăng số lượng khách hàng, tăng dư nợ cho vay tiêu dùng, mở rộng phát triển thị phần, và tăng trưởng thu nhập.

a. Tăng cường tiếp cận và thu hút khách hàng

Hoàn thiện chính sách khách hàng và thị trường nhằm nắm bắt và đáp ứng được nhu cầu của khách hàng từ đó thu hút được lượng lớn khách hàng sử dụng dịch vụ của mình. Luôn tìm hiểu và đưa ra các chính sách đa dạng hóa sản phẩm cho vay tiêu dùng theo từng mục đích khác nhau, mở rộng đối tượng và phạm vi cho vay để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng cá nhân. Bằng các hình thức sau:

- VPBank cần phải thực hiện chế độ cập nhật, lưu trữ thông tin khách hàng, thường xuyên đánh giá chất lượng tín dụng của khách hàng để chọn lọc khách hàng tốt, hạn chế phát triển khách hàng có kết quả xếp hạng tín dụng thấp (rủi ro tín dụng cao) hoặc không phù hợp định hướng chiến lược của ngân hàng. Thông qua kết quả đánh giá của bảng xếp hạng tín dụng dành cho khách hàng cá nhân (bảng 3.1) sẽ giúp ngân hàng định hướng sản phẩm nào phù hợp khách hàng nào để giới thiệu các sản phẩm cho vay cá nhân phù hợp với mức rủi ro thấp nhất.

Dựa vào kết quả đánh giá của mỗi khách hàng, ngân hàng sẽ có những cách giải ngân theo hướng:

+ Phê duyệt những khoản tín dụng đạt kết quả đánh giá tín dụng kết hợp từ “Trung bình” trở lên. Ưu tiên những khoản tín dụng có mức đánh giá “Tốt” và “Xuất sắc”.

+ Áp dụng mức lãi suất và phí bình thường theo quy định hiện hành của VPBank đối với các khách hàng loại “Trung bình”, và áp dụng lãi suất và phí giảm dần theo thứ tự ưu tiên đối với khách hàng thuộc các loại: Tốt => Xuất sắc.

Bên cạnh đó, thường xuyên định kỳ, ngân hàng phải luôn thăm dò ý kiến khách hàng về nhu cầu, thị hiếu của khách hàng thông qua các bảng câu hỏi hoặc phân tích nhu cầu chung của xã hội nhằm phát triển những sản phẩm cho vay đáp ứng được nhu cầu khách hàng tốt nhất.

Bảng 3.1: Phiếu xếp hạng tín dụng (Dùng cho khách hàng cá nhân)

Tên khách hàng:

Nhân viên tín dụng:

Ngày xếp hạng:

Chi tiêu	Kết quả đánh giá từng chi tiêu	Điểm tương ứng
YẾU TỐ NHÂN THÂN, LAI LỊCH		
1. Tiền án, tiền sự		
2. Tuổi		
3. Trình độ học vấn		
4. Nghề nghiệp		
5. Thời gian công tác		
6. Thời gian làm việc hiện tại		
7. Tình trạng cư trú		
8. Số người ăn theo		
9. Thu nhập hàng năm của cá nhân		
10. Thu nhập hàng năm của gia đình		
YẾU TỐ TÀI CHÍNH		
11. Tỷ trọng vay vốn trên tổng PA xin vay		
12. Tình hình trả nợ với ngân hàng (VPB và ngân hàng khác)		

13. Tình hình trả lãi		
14. Tổng nợ (kể cả khoản vay đang xét) trên giá trị bất động sản và động sản khác có thể chứng minh được quyền sở hữu hợp pháp của người vay		
15. Các loại dịch vụ sử dụng của VPB		
16. Loại tài sản bảo đảm		
17. Mức biến động tài sản bảo đảm có thể xảy ra		
18. Giá trị tiền vay so với tài sản bảo đảm		
TỔNG CỘNG ĐIỂM		
Kết quả xếp hạng rủi ro (A⁺, A, B⁺,...)		
Kết quả xếp hạng tài sản bảo đảm (mạnh/TB/yếu)		
Đánh giá TD kết hợp (Xuất sắc/Tốt/TB/Từ chối)		

- Phát triển đội ngũ bán hàng trực tiếp

Thực tế hiện nay, VPBank vẫn chưa có bộ phận bán hàng trực tiếp các sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng vì mảng dịch vụ này vẫn chưa được chú trọng là mục tiêu phát triển. Hầu hết khách hàng tự tìm hiểu và đến với VPBank khi có nhu cầu, điều này làm hạn chế việc bán sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng. Ngân hàng nên bố trí một bộ phận phụ trách mảng cho vay tiêu dùng và thực hiện việc hợp đồng với cộng tác viên riêng biệt cho mảng dịch vụ này, trả lương trên tỷ lệ phần trăm của hợp đồng cho vay. Biện pháp này rất hiệu quả cho công tác marketing của ngân hàng không chỉ cho mảng cho vay tiêu dùng mà còn có tác dụng trong việc xây dựng và phục vụ một mối quan hệ lâu dài và bán chéo các sản phẩm khác.

Bộ phận công tác viên này sẽ là người trực tiếp tìm kiếm khách hàng để bán sản phẩm vay tiêu dùng. Cộng tác viên sẽ tiếp xúc khách hàng, giới thiệu

tiện ích của sản phẩm, thuyết phục khách hàng sau đó hoàn chỉnh hồ sơ gửi bộ phận thẩm định của ngân hàng và cùng nhân viên tín dụng khối tiêu dùng giải quyết hồ sơ và giải ngân nếu được cấp quản lý duyệt đồng ý.

- Có chính sách liên kết với các cơ quan nhà nước, doanh nghiệp trả lương qua thẻ để tạo tiền đề cho việc cho vay tiêu dùng dễ dàng hơn. Hơn nữa, việc trả lương qua thẻ sẽ giúp cho công tác kiểm soát rủi ro thuận lợi và hiệu quả hơn.

b. Phát triển thương hiệu

Thời gian qua, khách hàng đến với dịch vụ cho vay tiêu dùng của ngân hàng chủ yếu là những khách hàng quen đã sử dụng sản phẩm của ngân hàng nên việc mở rộng số lượng khách hàng gặp nhiều khó khăn khi không thu hút được những khách hàng khác, do vậy, VPBank Bình Định cần phải:

- Đẩy mạnh hơn nữa công tác phát tờ rơi, quảng cáo rầm rộ các chương trình cho vay tiêu dùng để đến gần với người dân hơn. Hoặc gửi thư giới thiệu sản phẩm mới đến nhóm khách hàng tiềm năng để giới thiệu sản phẩm trực tiếp.

- Tổ chức các chương trình liên kết, tài trợ hoạt động cho các trường đại học, cao đẳng, cơ quan ban ngành nhằm tạo mối quan hệ và khuyến khích trưng thương hiệu để khách hàng biết đến nhiều hơn từ đó các dịch vụ ngân hàng dễ dàng đến với khách hàng hơn.

3.2.2. Chính sách sản phẩm cho vay tiêu dùng

Hiện nay, cơ cấu sản phẩm cho vay tiêu dùng tại VPBank nhỏ, sản phẩm chưa phong phú, dư nợ chiếm tỷ lệ thấp so với tổng dư nợ nên cần phải có sự chuyển dịch về cơ cấu cho vay. Ngân hàng cần có chính sách đẩy mạnh hơn nữa mảng cho vay tiêu dùng vì xu hướng dịch vụ ngân hàng bán lẻ đang là mục tiêu chiến lược của VPBank nói chung và VPBank Bình Định nói riêng. Việc phát triển các sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng được thực hiện

trên cơ sở đa dạng hóa danh mục sản phẩm dịch vụ tiện ích đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

- VPBank cần xây dựng các sản phẩm liên kết với các nhà cung cấp để cho vay mua các vật dụng thiết yếu như xe máy, vi tính, thiết bị điện tử gia dụng,... tập trung vào nhóm khách hàng trẻ, hộ gia đình nhỏ. Đây là một thị trường tiềm năng với nhu cầu tiêu dùng cao với thu nhập trung bình.

- Ngân hàng cần đẩy mạnh việc cho vay thấu chi qua tài khoản lương cho nhóm khách hàng CBCNV cơ quan, doanh nghiệp vì đây là nhóm khách hàng có nhu cầu vay tiêu dùng cao, thu nhập ổn định và có sự bảo lãnh của cơ quan quản lý cán bộ.

- VPBank cần xây dựng các sản phẩm cho vay tiêu dùng phù hợp tập trung vào khối khách hàng có thu nhập tương đối cao và ổn định với trình độ học vấn nhất định tại các cơ quan nhà nước và các doanh nghiệp làm ăn hiệu quả. Đây là một thị trường tiềm năng cho việc bán các sản phẩm cho vay tiêu dùng vì nhu cầu nâng cao chất lượng cuộc của khách hàng rất cao hơn nữa là thế hệ trẻ nên ít nhiều không ảnh hưởng tâm lý tiết kiệm chi tiêu của thế hệ đi trước.

- VPBank cần phát triển thêm nhiều sản phẩm mới nhiều tiện ích vượt trội như: Sản phẩm cho vay Hỗ trợ tài chính du học - phục vụ nhu cầu tài chính cho du học sinh hoặc người có thân nhân đi du học, với hạn mức tối đa chi phí khóa học, được vay từ 65 % đến 90 % tùy vào loại tài sản thế chấp, thời gian học tối đa; sản phẩm cho vay du lịch, khám chữa bệnh nước ngoài đang là một xu hướng phát triển mạnh trong thời gian đến khi mà đời sống người dân đang ngày càng được nâng cao, ngân hàng cần phải nghiên cứu phát triển loại hình sản phẩm này,... Bên cạnh đó, Ngân hàng cũng cần liên kết cùng các nhà đầu tư bất động sản như Hoàng Anh Gia Lai, An Phú, Kim Triều, An Phú Thịnh để bán các sản phẩm cho vay mua nhà dự án của các chủ

đầu tư,... một chính sách mà tại các đô thị lớn đã áp dụng đạt hiệu quả cao và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng tỷ trọng cho vay tiêu dùng.

3.2.3. Hoàn thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng

a. Chất lượng dịch vụ

Ngân hàng cần quan tâm đến chính sách khách hàng, một ngân hàng không thể thu hút được khách hàng nếu như không hiểu khách hàng cần gì, nhu cầu khách hàng là thế nào. Khách hàng là nguồn tài nguyên vô giá trong hoạt động của mỗi ngân hàng. Chính vì vậy nên xây dựng riêng cho ngân hàng những quy định chính sách khách hàng chung - khách hàng ưu đãi cùng một chiếc lược kinh doanh cụ thể, áp dụng cho khách hàng có giao dịch thường xuyên và khách hàng có giao dịch lần đầu. Ngân hàng phải đảm bảo đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Bên cạnh đó, việc cải thiện cho đơn giản hóa quy trình cho vay và công tác kiểm soát rủi ro cũng là một trong những yếu tố nâng cao chất lượng dịch vụ. VPBank Bình Định cần phải có các giải pháp như:

- Nên thành lập thêm một bộ phận tiếp tân kiêm tư vấn tài chính riêng biệt có chức năng tiếp khách hàng, tư vấn khách hàng về tiện ích của các sản phẩm nói chung và sản phẩm cho vay tiêu dùng nói riêng. Trong thời gian qua, các sản phẩm cho vay tiêu dùng của ngân hàng chưa được biết đến nhiều là do khâu giới thiệu, tiếp thị của VPBank còn yếu vì vậy việc tạo ra một bộ phận tư vấn khách hàng rất có ý nghĩa cho việc giới thiệu và thuyết phục khách hàng sử dụng sản phẩm cho vay tiêu dùng của ngân hàng và có thể bán chéo các sản phẩm khác nếu nhu cầu khách hàng cao.

- Ngân hàng cần phát huy hơn nữa cung cách phục vụ, tiếp xúc với khách hàng, được khách hàng đánh giá cao trong các năm qua, tạo hình ảnh và ấn tượng tốt đẹp trong lòng khách hàng là một lợi thế mà bất kỳ ngân hàng nào cũng đều quan tâm đến. Theo định kỳ 6 tháng hoặc qua 1 năm hoạt động,

ngân hàng nên có một cuộc thăm dò ý kiến khách hàng để đánh giá sự hài lòng của khách hàng về hoạt động ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng để từ đó kịp thời chấn chỉnh khuyết điểm, phát huy ưu điểm để nâng cao chất lượng dịch vụ của ngân hàng, tạo hình ảnh đẹp trong lòng khách hàng, để khách hàng luôn thấy mình là thượng đế và có ấn tượng tốt cho VPBank.

Năm 2012, VPBank đã được nhận danh hiệu "Ngân hàng có chất lượng dịch vụ được hài lòng nhất" do Thời báo Kinh tế Việt Nam trao tặng. Việc được bình chọn là Ngân hàng có chất lượng dịch vụ được hài lòng nhất đã khẳng định những ưu thế về chất lượng sản phẩm dịch vụ, vị thế của VPBank trong lòng người tiêu dùng, đồng thời là nguồn động viên quý báu của khách hàng để VPBank tiếp tục nỗ lực nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa sản phẩm, mở rộng mạng lưới phục vụ, phát huy hơn nữa thế mạnh của một Ngân hàng thương mại hiện đại của Việt Nam.

b. Cải thiện hệ thống quy trình, thủ tục cho vay

- Hiện nay, đối với những khoản vay có giá trị lớn, VPBank đã ban hành quy chế quy định về cấp định giá tài sản bảo đảm và hạn mức phê duyệt tín dụng nhằm hạn chế và kiểm soát rủi ro tín dụng. Tuy nhiên điều này cũng đồng nghĩa là gây bất lợi cho khách hàng về mặt thời gian và thủ tục. Vì vậy, VPBank Bình Định nên có cách thức làm việc khoa học để thực hiện các quy trình đúng quy định mà vẫn nhanh chóng, kịp thời, làm hài lòng khách hàng.

- Đối với những khoản vay nằm trong hạn mức phê duyệt của chi nhánh, nhân viên tín dụng cần phải thực hiện nhanh, gọn, đơn giản các quy trình, thủ tục cho vay từ khâu tiếp nhận hồ sơ đến khi hoàn tất hồ sơ một cách nhanh nhất.

- Các bộ phận trong hệ thống phải phối hợp nhịp nhàng, thống nhất đảm bảo việc hoàn thành các thủ tục nhanh chóng cho khách hàng, từ khi khách hàng đến ngân hàng đến khi giải ngân.

c. Tăng cường công tác kiểm soát rủi ro

Để đảm bảo ngân hàng phát triển bền vững và vận hành theo các chuẩn mực an toàn, lành mạnh bất cứ ngân hàng nào cũng phải đặt ra một hệ thống quản trị rủi ro. Quản lý rủi ro là công tác cần thiết và quan trọng đối với mọi hoạt động của ngân hàng mà đặc biệt là trong hoạt động tín dụng.

- Ngày 15/09/2012, Hội sở VPBank đã ban hành khuôn khổ khẩu vị rủi ro ban hành mức độ rủi ro và các cách tiếp cận, kiểm soát rủi ro mà ngân hàng gặp phải trong quá trình hoạt động. Dựa vào quy định này, VPBank Bình Định sẽ có định hướng về các đối tượng không được ưu tiên cấp tín dụng trong từng thời kỳ, từ đó ngân hàng có thể sàng lọc khách hàng, lựa chọn những đối tượng khách hàng phù hợp với sản phẩm nào nhất để ngân hàng có hướng tiếp thị.

- Phát huy công tác xếp hạng tín dụng khách hàng cá nhân ban đầu nhằm mục đích thẩm định, phân tích và định lượng rủi ro, quyết định cấp tín dụng, hạn mức tín dụng phù hợp cho từng đối tượng khách hàng cụ thể.

- Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát vốn vay theo quy trình cụ thể và nhất quán.

+ Kiểm tra, giám sát trong quá trình thẩm định, xét duyệt cho vay.

+ Kiểm tra trong quá trình giải ngân.

+ Kiểm tra sau khi giải ngân.

+ Thực hiện tần suất kiểm tra giám sát vốn vay. Tùy vào đặc thù từng khoản vay mà nhân viên tín dụng linh hoạt thực hiện. Kiểm tra thường xuyên 2 tháng 1 lần đối với các khoản vay đã có ít nhất 1 hoặc 2 lần chậm trả

nợ / gốc; các khoản vay có dư nợ từ 2 tỷ; khoản vay có tài sản bảo đảm hình thành từ vốn vay, máy móc thiết bị, phương tiện vận tải. Kiểm tra định kỳ 6 tháng 1 lần đối với các khoản vay khác.

Việc làm này giúp cho nhân viên tín dụng và ngân hàng luôn cập nhật thông tin khách hàng về tình hình tài chính, thu nhập, mục đích sử dụng tiền vay,...để từ đó phòng ngừa rủi ro nếu có đó là khả năng trả nợ của khách hàng, tài sản bảo đảm có vấn đề,... để kịp thời có biện pháp ngăn chặn tình trạng mất khả năng trả nợ của khách hàng.

- Yêu cầu khách hàng mua bảo hiểm cho tài sản bảo đảm đi vay đối với các khoản vay có giá trị lớn, việc làm này sẽ giúp cho ngân hàng quản lý được khoản vay an toàn, hạn chế được rủi ro có thể xảy ra.

- Tăng cường kiểm tra, kiểm soát nội bộ giữa cấp quản lý và nhân viên tín dụng định kỳ và đột xuất việc tuân thủ các quy chế, quy trình nghiệp vụ và thể lệ tín dụng hiện hành để kịp thời phát hiện những sai sót, vi phạm, tiêu cực để kịp thời xử lý nhằm hạn chế tổn thất về người và tài sản cũng như thương hiệu VPBank.

Việc quản lý rủi ro tốt không chỉ giúp các ngân hàng giảm thiểu được những rủi ro khách quan lẫn chủ quan mà còn góp phần nâng cao được hiệu quả đối với hoạt động cũng như những sản phẩm, dịch vụ mà ngân hàng cung cấp cho khách hàng.

3.3. CÁC GIẢI PHÁP HỖ TRỢ VÀ KIẾN NGHỊ

3.3.1. Các giải pháp hỗ trợ

Bên cạnh những giải pháp chủ đạo nhằm phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng thì VBBank Bình Định cần phải chú ý đến những giải pháp hỗ trợ phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng nói riêng và tổng thể hoạt động của ngân hàng nói chung.

a. Giải pháp về nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên và động lực hoạt động

Đội ngũ nhân viên có một vai trò rất quan trọng và tạo nên thành công trong mọi hoạt động của ngân hàng nói chung và hoạt động tín dụng nói riêng. Kết quả hoạt động tín dụng phụ thuộc rất lớn vào trình độ nghiệp vụ và đạo đức nghề nghiệp của nhân viên tín dụng, do vậy VPBank phải luôn có chính sách nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên và động lực hoạt động để thúc đẩy ngân hàng phát triển trong giai đoạn cạnh tranh hiện nay bằng các giải pháp:

- Xây dựng kế hoạch đào tạo bồi dưỡng đội ngũ nhân viên trong dài hạn đảm bảo phù hợp với nhu cầu thực tế, đào tạo đúng chuyên môn, đúng đối tượng, không nên đào tạo một cách tràn lan, không có trọng tâm.

- Đào tạo chuyên sâu các kỹ năng bán hàng chuyên nghiệp cho đội ngũ nhân viên tín dụng và cộng tác viên cả về nghiên cứu lẫn về marketing, đào tạo kỹ năng tiếp cận khách hàng và thuyết phục khách hàng sử dụng sản phẩm.

- Phải có chính sách khuyến khích cán bộ công nhân viên tự học tập nâng cao kiến thức, trình độ chuyên môn và rèn luyện bản thân để đáp ứng nhu cầu đòi hỏi ngày càng cao của ngành ngân hàng. Từ đó có chính sách đãi ngộ nhân tài, động viên nhân viên có thành tích, tâm huyết với ngân hàng.

- Cần coi trọng công tác bồi dưỡng đạo đức, phẩm chất cho nhân viên tín dụng vì với công tác tín dụng thì đây là yếu tố quan trọng nhất. Tăng cường công tác giáo dục, nâng cao tinh thần trách nhiệm, nhiệt tình của từng cán bộ.

- Đi đôi với tăng cường đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực, chi nhánh cũng cần phải xây dựng và nâng cao hiệu quả công tác thi đua, khen thưởng và kỷ luật xứng đáng cho hoạt động chung của chi nhánh và của từng nhân

viên. Điều này khuyến khích được nhân viên làm việc nhiệt tình cũng như tự chịu trách nhiệm với công việc của mình.

- Cần duy trì và phát triển hơn nữa các phong trào văn nghệ, thể dục thể thao và các hội thi nghiệp vụ ngành để khuyến khích, tạo môi trường làm việc thoải mái, phấn chấn tinh thần làm việc của cán bộ công nhân viên.

b. Giải pháp về công nghệ thông tin

Công nghệ thông tin là yếu tố hết sức quan trọng và không thể thiếu ở bất kỳ lĩnh vực nào, đặc biệt là lĩnh vực ngân hàng. Tại một ngân hàng bất kỳ, hầu hết tất cả các nghiệp vụ đều phải thông qua máy vi tính. Vì vậy, đòi hỏi ngân hàng luôn có giải pháp công nghệ hiện đại để thực hiện công việc đạt hiệu quả nhất. Một hệ thống ứng dụng công nghệ cần phải đáp ứng được các yêu cầu cơ bản sau:

- Đảm bảo tiêu chuẩn hoá hệ thống thông tin, số liệu;
- Có khả năng bảo quản, lưu trữ hồ sơ tốt;
- Phân định rõ các chức năng, nhiệm vụ;
- Có khả năng tích hợp nhiều ứng dụng;
- Nhanh, chính xác, thuận tiện khi sử dụng.

Đối với hoạt động cho vay tiêu dùng tại VPBank hiện nay, ngân hàng thực hiện việc quản lý các khoản vay, thanh toán lãi, thu nợ... trên máy tính, có hệ thống tính điểm xếp hạng tín dụng cá nhân để quyết định cho vay đối với khách hàng.

Phát triển công nghệ phải bảo đảm tính an toàn trong vận hành công nghệ, một sự cố bất kỳ về công nghệ thông tin có thể gây mất dữ liệu, lộ thông tin, hoặc có thể làm cho hoạt động ngân hàng ngưng trệ ảnh hưởng đến khách hàng đồng thời ảnh hưởng đến uy tín của ngân hàng.

Bên cạnh đó, ngân hàng cần phải phát triển hơn nữa các ứng dụng công nghệ thông tin trong các dịch vụ hỗ trợ ngân hàng như: Internet Banking I2B,

SMS Banking, VPB VnTopup, VPBILLING, ... và bảo đảm tin tức, thông tin kịp thời của ngân hàng thông qua website để phục vụ nhu cầu khách hàng ngày một tốt hơn.

3.3.2. Kiến nghị

a. Kiến nghị đối với Chính phủ

Chính phủ cần tạo môi trường kinh tế ổn định và hành lang pháp lý đầy đủ đồng bộ để hệ thống ngân hàng tài chính phát triển lành mạnh, hiệu quả và nhằm tạo cơ sở pháp lý vững chắc bảo vệ quyền lợi người đi vay và ngân hàng.

b. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước

Ngân hàng Nhà nước là cơ quan ngang Bộ của Nhà nước, thực hiện chức năng quản lý nhà nước về tiền tệ và hoạt động ngân hàng nên rất có vai trò quan trọng trong việc duy trì và phát triển vững mạnh nền tài chính tiền tệ của mỗi quốc gia. Các chính sách, quy định của Ngân hàng Nhà nước sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến các tổ chức tín dụng nói chung và hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng.

Ngân hàng Nhà nước cần hoàn chỉnh và ban hành những cơ chế, quy trình và những văn bản hướng dẫn cụ thể về những mặt hoạt động của ngân hàng thương mại trên cơ sở không có sự chòng chéo, mâu thuẫn với nhau, gây khó khăn trong việc triển khai áp dụng tại các ngân hàng thương mại.

Ngân hàng Nhà nước cần hoàn thiện hơn nữa hệ thống quản lý với kỹ thuật cao để công tác quản lý hoạt động của hệ thống các ngân hàng thương mại có hiệu quả. Kiện toàn công tác thanh tra, kiểm tra và giám sát hoạt động của các NHTM để mọi hoạt động đều đi vào khuôn khổ chung, đồng thời hạn chế các trường hợp cạnh tranh không lành mạnh trong lĩnh vực tài chính - ngân hàng trên thị trường.

Ngân hàng Nhà nước cần đổi mới cơ chế lãi suất phù hợp điều kiện thực tế, hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp quy sẽ tạo nền tảng cơ sở cần thiết cho hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trên cơ sở phân tích thực trạng hoạt động nói chung và thực trạng phát triển cho vay tiêu dùng của VPBank Bình Định trình bày trong chương 2 với những ưu điểm và hạn chế, chương 3 đi vào đề xuất một số giải pháp để góp phần phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định trong thời gian đến. Các đề xuất bao gồm 2 nhóm đó là nhóm giải pháp chính và nhóm giải pháp hỗ trợ. Tất cả các giải pháp đều hướng đến mục tiêu chung để phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng đó là: giúp tăng trưởng về quy mô cung ứng dịch vụ và tăng thu nhập; đa dạng hóa dịch vụ cho vay tiêu dùng; hoàn thiện nâng cao chất lượng dịch vụ và tăng cường công tác kiểm soát rủi ro. Các giải pháp này góp phần nâng cao hiệu quả dịch vụ ngân hàng, góp phần vào sự phát triển bền vững của VPBank Bình Định trong giai đoạn hội nhập.

KẾT LUẬN

Một trong những xu hướng phát triển của thị trường tài chính Việt Nam đó là chuyển hướng hoạt động ngân hàng sang mô hình đa năng, hoạt động đa lĩnh vực, đặc biệt là phát triển mạnh mẽ hoạt động bán lẻ trong đó có phát triển cho vay tiêu dùng.

Phát triển cho vay tiêu dùng trở thành mục tiêu, chiến lược quan trọng đối với mỗi ngân hàng trong giai đoạn cạnh tranh khốc liệt hiện nay. Phát triển cho vay tiêu dùng là biện pháp hữu hiệu để đa dạng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, và là xu thế tất yếu do những lợi ích thiết thực mà cho vay tiêu dùng mang lại.

Ngân hàng TMCP Việt Nam thịnh vượng - chi nhánh Bình Định cũng đang trong quá trình thực hiện chiến lược này với mục tiêu tiến tới ngân hàng bán lẻ hàng đầu Việt Nam. Trên cơ sở lý luận và phân tích, đánh giá thực trạng phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định, luận văn đã nêu được kết quả và những mặt hạn chế để từ đó đề xuất các giải pháp với hy vọng góp phần hoàn thiện và nhằm phát triển hơn nữa mảng cho vay tiêu dùng của VPBank Bình Định trong thời gian tới.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] PGS.TS. Phan Thị Cúc, Ths. Đoàn Văn Huy, Ths. Dương Hồng Thùy (2009), *Lý thuyết Tài chính tiền tệ*, NXB Thống kê, thành phố Hồ Chí Minh.
- [2] TS. Hồ Diệu (2001), *Tín dụng ngân hàng*, NXB Thống kê, thành phố Hồ Chí Minh.
- [3] Triều Mạnh Đức (2004), *Giải pháp phát triển hoạt động tín dụng bán lẻ tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt nam chi nhánh 6*, Luận văn thạc sĩ Quản trị kinh doanh, Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
- [4] Nguyễn Minh Kiều (2006), *Nghiệp vụ ngân hàng*, NXB Thống kê, thành phố Hồ Chí Minh.
- [5] Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (2010), *Báo cáo thường niên các năm 2009, 2010*.
- [6] Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng (2012), *Báo cáo tổng kết 2011 và kế hoạch hoạt động 2012*.
- [7] Phạm Doãn Quốc (2010), *Phát triển cho vay tiêu dùng tại Vietcombank Quảng Nam*, Luận văn thạc sĩ Quản trị kinh doanh, Đại học Đà Nẵng.
- [8] Peter S.Rose (2001), *Quản trị ngân hàng thương mại (Xuất bản lần thứ 4)*, Nhà xuất bản tài chính.
- [9] Đỗ Thị Thùy Trang (2010), *Giải pháp phát triển cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thành phố Đà Nẵng*, Luận văn thạc sĩ Quản trị kinh doanh, Đại học Đà Nẵng.

BẢNG CÂU HỎI ĐIỀU TRA

Mức độ hài lòng về chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng
tại ngân hàng VPBank Bình Định

1. Bạn có hài lòng về các sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định.

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Bình thường
- Kém hài lòng
- Hoàn toàn không hài lòng

2. Bạn có hài lòng về thời gian giải quyết một hồ sơ vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định.

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Bình thường
- Kém hài lòng
- Hoàn toàn không hài lòng

3. Bạn có hài lòng về thái độ phục vụ của nhân viên tín dụng tại VPBank Bình Định.

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Bình thường
- Kém hài lòng
- Hoàn toàn không hài lòng

4. Bạn có hài lòng về thủ tục vay vốn tại VPBank Bình Định.

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Bình thường
- Kém hài lòng
- Hoàn toàn không hài lòng

5. Bạn có hài lòng về điều kiện vay vốn tại VPBank Bình Định.

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Bình thường
- Kém hài lòng
- Hoàn toàn không hài lòng

6. Bạn có hài lòng với biểu lãi suất cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định.

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Bình thường
- Kém hài lòng
- Hoàn toàn không hài lòng

7. Bạn có hài lòng với khâu giải ngân của dịch vụ cho vay tiêu dùng tại VPBank Bình Định.

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Bình thường
- Kém hài lòng
- Hoàn toàn không hài lòng

8. Bạn có hài lòng về hình thức và nội dung trên tờ rơi quảng cáo các sản phẩm dịch vụ tín dụng cá nhân tại VPBank Bình Định.

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Bình thường
- Kém hài lòng
- Hoàn toàn không hài lòng

9. Bạn có hài lòng về chính sách chăm sóc khách hàng nhân dịp lễ, tết, sinh nhật tại VPBank Bình Định.

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Bình thường
- Kém hài lòng
- Hoàn toàn không hài lòng

10. Bạn có hài lòng về hình ảnh của VPBank.

- Rất hài lòng
- Hài lòng
- Bình thường
- Kém hài lòng
- Hoàn toàn không hài lòng

