

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**



ISO 9001:2008

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG

Sinh viên : Hoàng Thị Lương

Giảng viên hướng dẫn: Ths. Nguyễn Thị Diệp

HẢI PHÒNG - 2016

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

**ÁP DỤNG MARKETING THEO MÔ HÌNH 7P VÀO
HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG NHẪM MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG
TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ
PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM - CHI NHÁNH
THỦY NGUYÊN HẢI PHÒNG**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG**

**Sinh viên : Hoàng Thị Lương
Giảng viên hướng dẫn: Ths. Nguyễn Thị Diệp**

HẢI PHÒNG - 2016

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Hoàng Thị Lương Mã SV:1212404036

Lớp: QT1601T Ngành: Tài chính ngân hàng

Tên đề tài: Áp dụng marketing theo mô hình 7P vào hoạt động tín dụng
nhằm mở rộng hoạt động tín dụng tại Ngân hàng nông nghiệp
và phát triển nông thôn Việt Nam - chi nhánh Thủy Nguyên
Hải Phòng.

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (về lý luận, thực tiễn, các số liệu cần tính toán và các bản vẽ).
 - Lý luận chung về ngân hàng thương mại và mở rộng hoạt động tín dụng của ngân hàng thương mại.
 - Thực trạng mở rộng hoạt động tín dụng tại Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn chi nhánh Thủy Nguyên.
 - Một số giải pháp mở rộng hoạt động tín dụng tại Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn chi nhánh Thủy Nguyên.
2. Các số liệu cần thiết để thiết kế, tính toán.
 - Báo cáo tổng hợp của NHNo&PTNT Thủy Nguyên giai đoạn 2013 – 2015.
3. Địa điểm thực tập
 - Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam chi nhánh Thủy Nguyên – Hải Phòng.

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên: Nguyễn Thị Diệp

Học hàm, học vị: Thạc sĩ

Cơ quan công tác: Trường Đại học Dân lập Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn: Áp dụng marketing theo mô hình 7P vào hoạt động tín dụng nhằm mở rộng hoạt động tín dụng tại Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam - chi nhánh Thủy Nguyên Hải Phòng.

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 18 tháng 4 năm 2016

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 09 tháng 7 năm 2016

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2016

Hiệu trưởng

GS.TS.NGƯT *Trần Hữu Nghị*

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Đánh giá chất lượng của khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T. T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...):

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. Cho điểm của cán bộ hướng dẫn (ghi bằng cả số và chữ):

.....
.....
.....

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 2016

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

DANH MỤC VIẾT TẮT

Cụm từ viết tắt	Nghĩa tiếng Việt
NHTM	Ngân hàng thương mại
SPDV	Sản phẩm dịch vụ
NHNo&PTNT	Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
CBCNV	Cán bộ công nhân viên

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN CHUNG VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VÀ MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	3
1.1. Khái quát về ngân hàng thương mại.	3
1.1.1. <i>Khái niệm ngân hàng thương mại.</i>	3
1.1.2. <i>Các nghiệp vụ cơ bản của ngân hàng thương mại.</i>	3
1.1.2.1. <i>Nghiệp vụ tài sản nợ.</i>	3
1.1.2.2. <i>Nghiệp vụ tài sản có.</i>	5
1.1.2.3. <i>Nghiệp vụ trung gian.</i>	5
1.1.3. <i>Chức năng và vai trò của ngân hàng thương mại.</i>	6
1.1.3.1. <i>Chức năng của ngân hàng thương mại.</i>	6
1.1.3.2. <i>Vai trò của ngân hàng thương mại.</i>	9
1.2. Tổng quan về hoạt động tín dụng của ngân hàng thương mại.	10
1.2.1. <i>Khái niệm về tín dụng ngân hàng thương mại.</i>	10
1.2.2. <i>Vai trò của tín dụng ngân hàng.</i>	11
1.2.3. <i>Phân loại tín dụng.</i> -----	13
1.2.4. <i>Các phương thức cho vay.</i> -----	15
1.2.5. <i>Quy trình hoạt động tín dụng.</i> -----	17
1.2.6. <i>Rủi ro trong hoạt động tín dụng ngân hàng.</i> -----	17
1.2.6.1. <i>Các loại rủi ro trong hoạt động tín dụng ngân hàng thương mại.</i>	17
1.2.6.2. <i>Nguyên nhân phát sinh rủi ro tín dụng</i>	18
1.2.7. <i>Những vấn đề liên quan đến mở rộng hoạt động tín dụng.</i> -----	19
1.2.7.1. <i>Quan niệm về mở rộng hoạt động tín dụng.</i>	19
1.2.7.2. <i>Những yêu cầu để mở rộng hoạt động tín dụng</i>	20
1.2.7.3. <i>Những chỉ tiêu đo lường kết quả mở rộng tín dụng</i>	23
1.2.7.4. <i>Các nhân tố ảnh hưởng đến mở rộng hoạt động tín dụng</i>	26
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG CỦA NHNo&PTNT VIỆT NAM - CHI NHÁNH THỦY NGUYÊN	29
2.1. Giới thiệu về Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – chi nhánh Thủy Nguyên.	29
2.1.1. <i>Quá trình hình thành và phát triển.</i>	29
2.1.2. <i>Sơ đồ cơ cấu tổ chức.</i>	30

2.2. Các sản phẩm tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.....	30
2.2.1. Sản phẩm tín dụng cho khách hàng cá nhân.-----	30
2.2.2. Sản phẩm tín dụng cho khách hàng doanh nghiệp.-----	32
2.3. Tình hình hoạt động của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Thủy Nguyên.	33
2.3.1. Công tác huy động vốn. -----	33
2.3.2. Hiệu quả kinh doanh. -----	36
2.4. Thực trạng về mở rộng hoạt động tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.....	39
2.4.1. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng sử dụng sản phẩm tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên. -----	39
2.4.1.1. Mức độ thoả mãn của khách hàng đối với từng sản phẩm tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.	39
2.4.1.2. Các yếu tố khuyến khích khách hàng sử dụng sản phẩm tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.	42
2.4.1.3. Nhận xét của khách hàng về nhân viên tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.	43
2.4.1.4. Nhận xét của khách hàng về cơ sở vật chất của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.....	44
2.4.1.5. Khả năng giới thiệu các sản phẩm tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên cho bạn bè và đồng nghiệp.....	44
2.4.1.6. Nhận xét chung của khách hàng về hoạt động tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.	44
2.4.2. Tình hình dư nợ tín dụng và doanh số cho vay của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.....	45
2.4.3. Đánh giá hoạt động tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.	55
2.4.3.1. Kết quả đạt được.	55
2.4.3.2. Hạn chế và nguyên nhân.	57
CHƯƠNG III. MỘT SỐ GIẢI PHÁP MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN CHI NHÁNH THỦY NGUYÊN.....	61
3.1. Định hướng hoạt động tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên năm 2016.	61
3.2. Một số giải pháp mở rộng hoạt động tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.	61

3.2.1.	<i>Chiến lược sản phẩm</i>	62
3.2.2.	<i>Chiến lược về giá.</i>	63
3.2.2.1.	Mục tiêu chiến lược giá của Chi nhánh.	63
3.2.2.2.	Căn cứ xác định giá của hoạt động tín dụng.	63
3.2.2.3.	Giá trên cơ sở quan hệ với khách hàng.	64
3.2.2.4.	Giá thâm nhập và phát triển thị trường.	64
3.2.3.	<i>Chiến lược phân phối.</i>	64
3.2.4.	<i>Chiến lược xúc tiến.</i>	65
3.2.4.1.	Quảng cáo	65
3.2.4.2.	Khuyến mãi.	67
3.2.4.3.	Quan hệ công chúng.	67
3.2.5.	<i>Con người.</i>	67
3.2.6.	<i>Quy trình.</i>	69
3.2.7.	<i>Phương tiện hữu hình.</i>	70
	KẾT LUẬN	72
	TÀI LIỆU THAM KHẢO	73

DANH MỤC HÌNH BẢNG BIỂU

Hình 1.1: Sơ đồ chức năng trung gian tài chính.	6
Hình 1.2: Sơ đồ chức năng trung gian thanh toán.....	7
Hình 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.	30
Bảng 2.1. Huy động vốn theo kỳ hạn và phân loại tiền.....	34
Bảng 2.2. Bảng lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh.....	37
Bảng 2.3: Số lượng khách hàng sử dụng sản phẩm tín dụng tại Chi nhánh.	40
Bảng 2.4: Các yếu tố khuyến khích nhu cầu giao dịch với NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.	42
Bảng 2.5: Tình hình hoạt động tín dụng phân theo thành phần kinh tế tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên	46
Bảng 2.6: Tỷ lệ dư nợ / Vốn huy động.....	48
Bảng 2.7: Số lượng khách hàng, số món vay và quy mô món vay.....	49
Bảng 2.8: Dư nợ cho vay theo thời gian của Chi nhánh.	50
Bảng 2.9: Cơ cấu cho vay theo ngành kinh tế.....	51
Bảng 2.10: Chất lượng tín dụng	54
Biểu đồ 2.1: Nhận xét của khách hàng về nhân viên tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.	43

LỜI MỞ ĐẦU

Marketing là hoạt động cần thiết không chỉ đối với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh mà còn được các ngân hàng vận dụng một cách linh hoạt, hiệu quả, đặc biệt là trong việc mở rộng hoạt động tín dụng, một trong những hoạt động quan trọng đem lại lợi nhuận cho ngân hàng.

Trong nền kinh tế thị trường, làm thế nào để chiến thắng các đối thủ cạnh tranh luôn là mối quan tâm hàng đầu của các ngân hàng. Thông qua công tác nghiên cứu thị trường, với chính sách phát triển thị phần và các chính sách về khách hàng của mình ngân hàng sẽ thu thập được thông tin, hiểu rõ về thị trường cũng như nhu cầu của khách hàng, từ đó tạo ra những sản phẩm có khả năng thoả mãn cao nhất nhu cầu của khách hàng, nâng cao sức cạnh tranh của ngân hàng.

Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển Nông thôn chi nhánh Thủy Nguyên có một vị trí địa lý thuận lợi giúp Chi nhánh có nhiều cơ hội đưa khách hàng đến với Ngân hàng, là ngân hàng được người dân tin tưởng đặc biệt là những người nông dân. Vốn huy động tăng nhanh qua các năm. Tuy nhiên, Chi nhánh cũng có những hạn chế cần phải giải quyết như dư nợ cho vay trên nguồn vốn huy động của Chi nhánh còn khá thấp dẫn đến việc Chi nhánh phải điều chuyển nguồn vốn huy động thừa sang các Chi nhánh khác, sản phẩm tín dụng chưa đa dạng, phong phú, chưa tận dụng được toàn bộ lợi thế về địa điểm... Vì vậy, Chi nhánh cần phải mở rộng hoạt động tín dụng để tận dụng tối đa nguồn vốn huy động nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của Ngân hàng đồng thời tạo thương hiệu cho Ngân hàng.

Từ nhận thức trên, em đã chọn đề tài: ***“Áp dụng marketing theo mô hình 7P vào hoạt động tín dụng nhằm mở rộng hoạt động tín dụng tại Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam - Chi nhánh Thủy Nguyên Hải Phòng”*** làm khóa luận tốt nghiệp của mình.

Ngoài phần mở đầu và kết luận, kết cấu khóa luận gồm 3 chương:

Chương I: Lý luận chung về ngân hàng thương mại và mở rộng hoạt động tín dụng của ngân hàng thương mại.

Chương II: Thực trạng mở rộng hoạt động tín dụng tại Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn chi nhánh Thủy Nguyên.

Chương III: Một số giải pháp mở rộng hoạt động tín dụng tại Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn chi nhánh Thủy Nguyên.

Trong thời gian thực hiện khóa luận em đã nhận được sự giúp đỡ tận tình của Ths. Nguyễn Thị Diệp cùng các cán bộ công nhân viên của Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn chi nhánh Thủy Nguyên đã giúp em hoàn thành khóa luận này. Do trình độ hiểu biết và kinh nghiệm của bản thân còn hạn chế nên khóa luận của em không tránh khỏi những sai sót, em rất mong nhận được sự góp ý của các thầy cô và các bạn để bài khóa luận của em được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hải Phòng, ngày 4 tháng 7 năm 2016

Sinh viên

Hoàng Thị Lương

CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN CHUNG VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI VÀ MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Khái quát về ngân hàng thương mại.

1.1.1. *Khái niệm ngân hàng thương mại.*

Có nhiều khái niệm về ngân hàng thương mại nhưng để đưa ra một khái niệm chính xác và tổng quan thì ta phải dựa vào tính chất và mục đích hoạt động của nó trên thị trường tài chính, đôi khi còn kết hợp tính chất, mục đích và đối tượng hoạt động.

Luật các tổ chức tín dụng do quốc hội khóa X thông qua ngày 12 tháng 12 năm 1997, định nghĩa về ngân hàng thương mại như sau: “Ngân hàng thương mại là tổ chức tín dụng được thực hiện toàn bộ hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác có liên quan vì mục tiêu lợi nhuận theo quy định của Luật các tổ chức tín dụng và các quy định khác của pháp luật.” [4]

Theo Luật Ngân hàng nhà nước: “Hoạt động ngân hàng là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng với nội dung thường xuyên là nhận tiền gửi và sử dụng số tiền này để cấp tín dụng, cung ứng dịch vụ thanh toán”.

Như vậy “ Ngân hàng thương mại là định chế tài chính trung gian quan trọng trong nền kinh tế thị trường, nhờ hệ thống định chế này mà các nguồn tiền nhàn rỗi sẽ được huy động tạo lập nguồn vốn tín dụng to lớn để có thể cho vay phát triển kinh tế”. [2]

1.1.2. *Các nghiệp vụ cơ bản của ngân hàng thương mại.*

1.1.2.1. *Nghiệp vụ tài sản nợ.*

Đây là nhóm các nghiệp vụ nhằm tạo lập nguồn vốn cho ngân hàng, là một đơn vị kinh doanh tiền tệ, nguồn vốn của ngân hàng là yếu tố quyết định tới quy mô hoạt động, uy tín và sức cạnh tranh của ngân hàng trên thị trường.

➤ Trước hết, để có thể thành lập và đi vào hoạt động, chủ ngân hàng phải tạo lập vốn tự có. Cách tạo lập nguồn vốn này tùy thuộc vào đó là loại ngân hàng nào.

- Đối với ngân hàng quốc doanh, vốn ban đầu do Nhà nước cung cấp, quy mô các ngân hàng này thường khá lớn.

- Các ngân hàng cổ phần: vốn ban đầu do các cổ đông đóng góp bằng việc mua cổ phiếu.

- Các ngân hàng liên doanh tạo lập vốn bằng việc góp vốn của các bên liên doanh.

- Đối với các Chi nhánh ngân hàng nước ngoài, vốn điều lệ là do ngân hàng mẹ cung cấp.

Trong quá trình hoạt động, NHTM thường xuyên sử dụng các biện pháp nghiệp vụ để bảo toàn vốn và không ngừng nâng cao quy mô, chất lượng vốn tự có bằng cách trích lập quỹ như: quỹ dự trữ, quỹ bảo toàn vốn... từ lợi nhuận thu được. Một số ngân hàng còn nâng mức vốn tự có bằng các nghiệp vụ như: phát hành thêm cổ phiếu, huy động vốn liên doanh... có vậy ngân hàng mới mở rộng được quy mô hoạt động của mình và nâng cao uy tín, khả năng cạnh tranh của mình trên thị trường.

➤ Nghiệp vụ huy động vốn: NHTM được coi là tổ chức kinh doanh tiền gửi, điều đó cho thấy nghiệp vụ huy động tiền gửi quan trọng tới mức nào trong hoạt động kinh doanh ngân hàng. Trong nền kinh tế thị trường, có một số lượng vốn rất lớn của khách hàng gửi tiền vào ngân hàng với mục đích cơ bản như: lưu giữ tiền tệ an toàn, kiểm lãi từ khoản tiền nhàn rỗi...

Thông qua hoạt động nghiệp vụ, ngân hàng đáp ứng được nhu cầu của khách hàng bằng cách đưa ra nhiều loại hình tiền gửi: tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi có kỳ hạn, tiền gửi không kỳ hạn... nguồn vốn huy động dưới hình thức tiền gửi thường chiếm tỷ lệ lớn trong tổng nguồn vốn mà ngân hàng dùng vào kinh doanh (thường chiếm từ 70-80%). Ngân hàng cũng huy động vốn dưới hình thức phát hành trái phiếu, chứng chỉ tiền gửi... nhằm mở rộng nguồn vốn, đáp ứng các nhu cầu tín dụng ngày càng đa dạng của khách hàng.

➤ Nguồn vốn vay: Khi tạm thời thiếu vốn, NHTM có thể đi vay từ Ngân hàng Nhà nước, hoặc từ các tổ chức tín dụng, các NHTM khác. Trên thực tế, trong quá trình hoạt động quan hệ vay mượn giữa các ngân hàng thường xuyên xảy ra với thời hạn ngắn do nguồn vốn và sử dụng vốn của mỗi ngân hàng biến động liên tục, lúc thừa lúc thiếu.

1.1.2.2. Nghiệp vụ tài sản có.

➤ Nghiệp vụ ngân quỹ: là các hoạt động tạo lập, quản lý, sử dụng các khoản tiền dự trữ để đáp ứng các nhu cầu quản lý kinh doanh của ngân hàng.

Để đáp ứng nhu cầu rút tiền, nhu cầu thanh toán của khách hàng và cũng là chính bản thân ngân hàng, mỗi ngân hàng đều phải dự trữ một khoản tiền nhất định tại quỹ, tại tài khoản tiền gửi thanh toán ở Ngân hàng Nhà nước và các ngân hàng khác. Nó đảm bảo đáp ứng kịp thời, đầy đủ nhu cầu thanh toán chi trả cho khách hàng, điều có liên quan trực tiếp tới uy tín của mỗi ngân hàng.

➤ Nghiệp vụ tín dụng: là việc NHTM cho khách hàng vay một số tiền để họ sử dụng trong một khoản tiền nhất định, khi đến hạn khách hàng sẽ phải trả tiền cho ngân hàng một khoản tiền lớn hơn khoản vay ban đầu bao gồm cả gốc và lãi.

➤ Nghiệp vụ đầu tư: ngân hàng thực hiện đầu tư vào chứng khoán Nhà nước, chứng khoán công ty hoặc có thể đầu tư trực tiếp. Nhìn chung hoạt động đầu tư luôn có khả năng sinh lời cao và chứa đựng nhiều rủi ro. Do đó, để đảm bảo an toàn của hệ thống ngân hàng hầu hết các nước đều quy định NHTM chỉ được sử dụng vốn tự có để hùn vốn và tổng các khoản đầu tư không được vượt quá tỷ lệ quy định.

1.1.2.3. Nghiệp vụ trung gian.

Ngoài hai nghiệp vụ cơ bản nói trên, trong quá trình hoàn thiện chức năng và vai trò của mình, các NHTM còn được thực hiện một số nghiệp vụ khác của một trung gian tài chính như:

- Nghiệp vụ bảo lãnh: là việc ngân hàng cam kết trả thay cho khách hàng trong trường hợp khách hàng không có khả năng thanh toán.

- Nghiệp vụ thanh toán không dùng tiền mặt: thu hộ, chi hộ, chuyển tiền, thanh toán theo L/C...

- Thanh toán ngoại hối, vàng bạc đá quý

- Nhận ủy thác, ký gửi, tư vấn tài chính...

Nghiệp vụ trung gian góp phần bổ sung thêm vào các nghiệp vụ cơ bản của ngân hàng, tạo ra giá trị gia tăng và có thể tạo ra sự khác biệt của ngân hàng trong cạnh tranh.

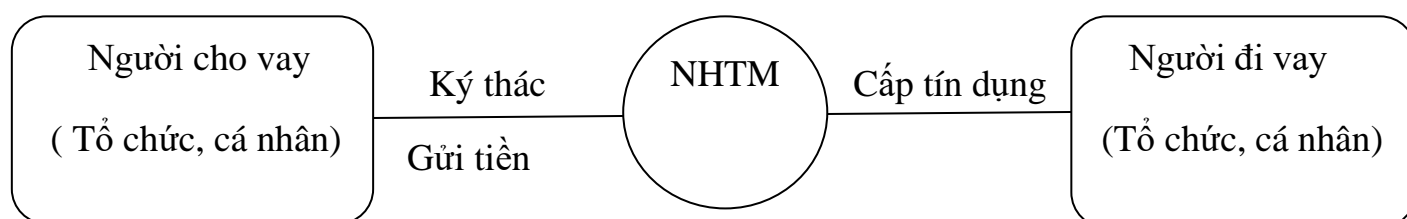
1.1.3. Chức năng và vai trò của ngân hàng thương mại.

1.1.3.1. Chức năng của ngân hàng thương mại.

Trong sự phát triển của nền kinh tế- xã hội ngân hàng là một yếu tố không thể thiếu bởi các chức năng cơ bản của nó là: trung gian tài chính, trung gian thanh toán và chức năng tạo tiền.

a) Chức năng trung gian tài chính.

Khi thực hiện chức năng trung gian tín dụng, NHTM là cầu nối giữa những người có vốn dư thừa và những người có nhu cầu về vốn.



Hình 1.1: Sơ đồ chức năng trung gian tài chính.

Thông qua việc huy động các khoản vốn tiền tệ tạm thời nhàn rỗi trong nền kinh tế, ngân hàng thương mại hình thành nên quỹ cho vay để cung cấp tín dụng cho nền kinh tế. Với chức năng này, ngân hàng thương mại vừa đóng vai trò là người đi vay vừa đóng vai trò là người cho vay.

Với chức năng trung gian tín dụng, ngân hàng thương mại đã góp phần tạo lợi ích cho tất cả các bên tham gia: người gửi tiền, ngân hàng và người đi vay, đồng thời thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế.

- Đối với người gửi tiền: họ thu được lợi từ khoản vốn tạm thời nhàn rỗi của mình dưới hình thức lãi tiền gửi mà ngân hàng trả cho họ. Hơn nữa, ngân hàng còn đảm bảo cho họ sự an toàn về khoản tiền gửi và cung cấp các dịch vụ thanh toán tiện lợi.

- Đối với người đi vay: họ sẽ thoả mãn được nhu cầu vốn để kinh doanh, chi tiêu, thanh toán mà không phải mất nhiều sức lực, thời gian cho việc tìm kiếm nơi cung ứng vốn tiện lợi, chắc chắn và hợp pháp.

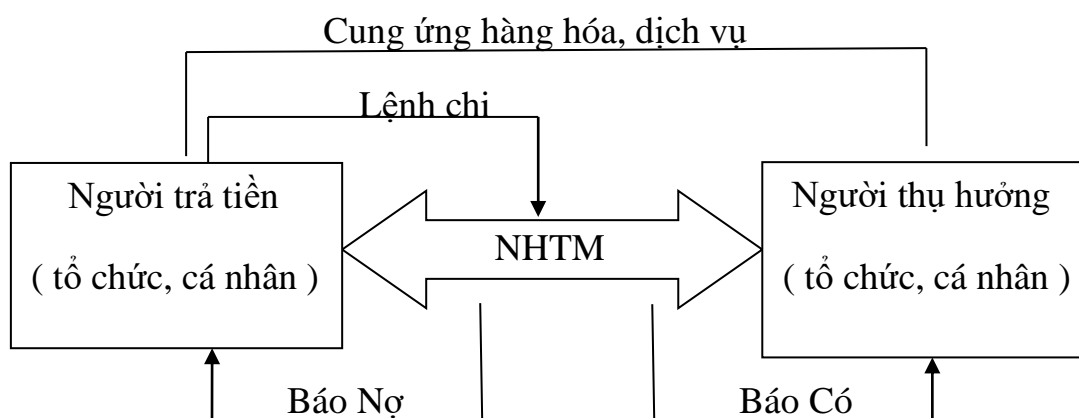
- Đối với ngân hàng thương mại: họ sẽ tìm kiếm được lợi nhuận cho bản thân mình từ chênh lệch giữa lãi suất cho vay và lãi suất tiền gửi hoặc hoa hồng môi giới. Lợi nhuận này chính là cơ sở để tồn tại và phát triển của ngân hàng thương mại.

- Đối với nền kinh tế: chức năng này có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế vì nó đáp ứng nhu cầu vốn để đảm bảo quá trình tái sản xuất được thực hiện liên tục và để mở rộng quy mô sản xuất. Với chức năng này, ngân hàng thương mại đã biến vốn nhàn rỗi không hoạt động thành vốn hoạt động, kích thích quá trình luân chuyển vốn, thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển.

Chức năng trung gian tín dụng được xem là chức năng quan trọng nhất của ngân hàng thương mại vì nó phản ánh bản chất của ngân hàng thương mại là đi vay để cho vay, nó quyết định sự tồn tại và phát triển của ngân hàng. Đồng thời nó cũng là cơ sở để thực hiện các chức năng khác.

b) Chức năng trung gian thanh toán.

Ngân hàng thực hiện chức năng trung gian thanh toán làm cho nó trở thành thủ quỹ cho khách hàng. Việc nhận tiền gửi và theo dõi các khoản thu, chi trên tài khoản tiền gửi của khách hàng làm cho ngân hàng thực hiện được vai trò trung gian thanh toán.



Hình 1.2: Sơ đồ chức năng trung gian thanh toán.

➤ Trong chức năng trung gian thanh toán, ngân hàng thực hiện các nhiệm vụ cụ thể:

- Mở tài khoản tiền gửi giao dịch cho khách hàng
- Quản lý và cung cấp các phương tiện thanh toán cho khách hàng (thanh toán không dùng tiền mặt, nó được thực hiện qua phản ánh trên sổ sách ngân hàng).

- Thanh toán qua ngân hàng là thanh toán qua chuyển khoản tức là bằng cách ghi Nợ, ghi Có vào các tài khoản liên quan, chúng từ do ngân hàng cấp và kiểm soát, đảm bảo quá trình thanh toán được tiến hành nhanh chóng, an toàn và chính xác, quyền lợi của khách hàng sẽ được đảm bảo. NHTM cung cấp các phương tiện thanh toán khác cho khách hàng như: séc, ủy nhiệm chi, nhò thu, thư tín dụng, các loại thẻ... Cung cấp mạng lưới thanh toán điện tử, kết nối các quỹ cung cấp tiền giấy khi khách hàng cần.

- Tổ chức và kiểm soát quy trình thanh toán giữa các khách hàng.

➤ Chức năng trung gian thanh toán cho phép làm giảm bớt chi phí và lượng tiền mặt lưu hành, tăng khối lượng thanh toán bằng chuyển khoản. Thanh toán không dùng tiền mặt cho phép khách hàng thực hiện thanh toán nhanh chóng và hiệu quả, góp phần tăng tốc độ lưu thông hàng hóa, tốc độ luân chuyển vốn và hiệu quả của quá trình tái sản xuất xã hội. Chức năng này cũng chính là cơ sở để hình thành chức năng tạo tiền của NHTM.

c) Chức năng tạo tiền.

Đây là hệ quả của hai chức năng trên trong hoạt động ngân hàng: Từ một số dự trữ ban đầu thông qua quá trình cho vay và thanh toán bằng chuyển khoản của ngân hàng thì lượng tiền gửi mới được tạo ra và nó lớn hơn so với lượng dự trữ ban đầu gấp nhiều lần gọi là quá trình tạo tiền của hệ thống ngân hàng.

Ngân hàng sau khi nhận một món tiền gửi, trên tài khoản tiền gửi của khách hàng tại ngân hàng sẽ có số dư. Với số tiền này sau khi đã để lại một khoản dự trữ bắt buộc, ngân hàng sẽ đem đi đầu tư, cho vay từ đó nó sẽ chuyển sang vốn tiền gửi của ngân hàng khác. Với vòng quay của vốn thông qua chức năng tín dụng và thanh toán ngân hàng thực hiện được chức năng tạo tiền.

1.1.3.2. Vai trò của ngân hàng thương mại.

- NHTM là nơi cung cấp vốn cho nền kinh tế.

Thực tế cho thấy, để phát triển kinh tế các đơn vị kinh tế cần phải có một lượng vốn lớn đầu tư cho hoạt động sản xuất kinh doanh và các hoạt động khác. Bằng vốn huy động được trong xã hội thông qua hoạt động tín dụng, NHTM đã cung cấp vốn cho mọi hoạt động kinh tế, đáp ứng nhu cầu vốn một cách kịp thời cho quá trình sản xuất. Nhờ hoạt động của hệ thống NHTM và đặc biệt là hoạt động tín dụng các doanh nghiệp, cá nhân có điều kiện mở rộng sản xuất, cải tiến máy móc, công nghệ để tăng năng xuất lao động, nâng cao hiệu quả kinh tế và chất lượng sản phẩm cho xã hội.

- NHTM là cầu nối các doanh nghiệp với thị trường.

Sự phát triển của tín dụng ngân hàng đã khơi dậy sức sống của các nhà máy, xí nghiệp bằng các dây chuyền sản xuất hiện đại năng suất cao, thực hiện chuyển giao công nghệ từ các nước tiên tiến. Bên cạnh đó, tín dụng ngân hàng còn cung cấp một phần vốn không nhỏ trong việc tăng cường nguồn vốn lưu động của các doanh nghiệp, một vấn đề luôn là mối lo thường trực của các doanh nghiệp.

Một khía cạnh khác đòi hỏi sự có mặt của tín dụng ngân hàng đối với doanh nghiệp đó là một ngân quỹ để dành cho việc đào tạo đội ngũ lao động phù hợp với sự phát triển của khoa học - công nghệ cao, đặc biệt trong điều kiện nước ta vẫn còn thiếu nhiều những chuyên gia đầu ngành, những cán bộ có năng lực và những công nhân lành nghề.

- NHTM là một công cụ để Nhà nước điều tiết vĩ mô nền kinh tế.

Thông qua hoạt động của NHTM, Ngân hàng trung ương thực hiện chính sách tiền tệ phục vụ các mục tiêu ngắn hạn hoặc dài hạn của chính phủ bằng các công cụ như: ấn định hạn mức tín dụng bắt buộc, lãi suất tái chiết khấu, nghiệp vụ thị trường mở để tác động tới lượng tiền cung ứng trong lưu thông. Nhà nước điều tiết ngân hàng, ngân hàng dẫn dắt thị trường thông qua hoạt động tín dụng và thanh toán giữa các NHTM trong hệ thống, từ đó góp phần mở rộng khối lượng tiền cung ứng trong lưu thông và thông qua việc cung ứng tín dụng cho

các ngành trong nền kinh tế NHTM thực hiện việc dẫn dắt các luồng tiền tập hợp và phân chia vốn của thị trường, điều khiển chúng một cách có hiệu quả.

- NHTM là cầu nối nền tài chính quốc gia với nền tài chính quốc tế.

Một trong các điều kiện quan trọng góp phần thúc đẩy sự hội nhập nền kinh tế quốc gia với nền kinh tế thế giới đó là nền tài chính quốc gia. Nền tài chính quốc gia là cầu nối với nền tài chính quốc tế thông qua hoạt động của NHTM trong các lĩnh vực kinh doanh như nhận tiền gửi, cho vay, nghiệp vụ thanh toán, nghiệp vụ ngoại hối và các nghiệp vụ khác. Đặc biệt là các hoạt động thanh toán quốc tế, buôn bán ngoại hối, quan hệ tín dụng với các ngân hàng nước ngoài, NHTM đã trực tiếp hoặc gián tiếp tác động góp phần thúc đẩy hoạt động thanh toán xuất nhập khẩu và thông qua đó NHTM đã thực hiện vai trò điều tiết tài chính trong nước phù hợp với sự vận động của nền tài chính quốc tế.

1.2. Tổng quan về hoạt động tín dụng của ngân hàng thương mại.

1.2.1. Khái niệm về tín dụng ngân hàng thương mại.

a) Khái niệm tín dụng.

“Tín dụng là một phạm trù kinh tế phản ánh mối quan hệ giao dịch giữa hai chủ thể, trong đó một bên chuyển giao một lượng giá trị sang cho bên kia được sử dụng trong một thời gian nhất định, đồng thời bên nhận được phải cam kết hoàn trả theo hạn đã thỏa thuận.” [2]

Mối quan hệ giao dịch này thể hiện các nội dung sau:

- Người cho vay chuyển giao cho người đi vay một lượng giá trị nhất định. Giá trị này có thể dưới hình thái tiền tệ hoặc dưới hình thái hiện vật như: hàng hoá, máy móc, thiết bị, bất động sản.

- Người đi vay chỉ được sử dụng tạm thời trong một thời gian nhất định, sau khi hết thời hạn sử dụng theo thỏa thuận, người đi vay phải hoàn trả cho người cho vay.

- Giá trị hoàn trả thông thường lớn hơn giá trị lúc cho vay ban đầu hay nói cách khác người đi vay phải trả thêm phần lợi tức (lãi vay).

Tóm lại, tín dụng là phạm trù kinh tế phản ánh mối quan hệ sử dụng vốn lẫn nhau giữa các chủ thể trong nền kinh tế trên nguyên tắc hoàn trả cả vốn lẫn lãi.

b) Khái niệm tín dụng ngân hàng thương mại.

Tín dụng ngân hàng là mối quan hệ tín dụng giữa một bên là ngân hàng với một bên là các chủ thể khác trong nền kinh tế, trong đó ngân hàng đóng vai trò vừa là người đi vay vừa là người cho vay, hay nói cách khác, ngân hàng là một trung gian tài chính luân chuyển vốn từ nơi tạm thừa vốn sang nơi thiếu. Giá (lãi suất) của khoản vay do ngân hàng ấn định cho khách hàng vay là mức lợi tức mà khách hàng phải trả trong suốt khoản thời gian tồn tại của khoản vay.

Chủ thể tham gia trong quan hệ tín dụng ngân hàng là ngân hàng, nhà nước, doanh nghiệp và hộ dân cư. Đối tượng được sử dụng trong quan hệ tín dụng là tiền, do đó nó không chịu sự giới hạn theo hàng hoá, vận động đa phương đa chiều. Đây chính là ưu điểm nổi bật và là đặc điểm khác biệt giữa tín dụng ngân hàng với các loại hình tín dụng khác.

1.2.2. Vai trò của tín dụng ngân hàng.

Sản xuất phát triển sẽ thúc đẩy nền kinh tế hàng hoá phát triển ở mỗi quốc gia trên thế giới. Song để cho quá trình sản xuất được mở rộng và ngày càng hoàn thiện phải nói đến vai trò to lớn của tín dụng Ngân hàng.

+ Tín dụng Ngân hàng đáp ứng nhu cầu về vốn cho nền kinh tế là người trung gian điều hoà quan hệ cung cầu về vốn trong nền kinh tế, hoạt động tín dụng đã thông dòng cho vốn chảy từ nơi thừa vốn đến nơi thiếu vốn.

Trong nền kinh tế, tại một thời điểm tất yếu sẽ phát sinh hai loại nhu cầu là người thừa vốn cho vay để hưởng lãi và người thiếu vốn đi vay để tiến hành sản xuất kinh doanh. Hai loại nhu cầu này ngược nhau nhưng cũng chung một đối tượng đó là tiền, chung nhau về tính tạm thời và cả hai bên đều thoả mãn nhu cầu và đều có lợi. Ngân hàng ra đời với vai trò là nơi hiểu biết rõ nhất về tình hình cân đối giữa cung và cầu vốn trên thị trường như thế nào. Và với hoạt động tín dụng, ngân hàng đã giải quyết được hiện tượng thừa vốn, thiếu vốn này

bằng cách huy động mọi nguồn tiền nhàn rỗi để phân phối lại vốn trên nguyên tắc có hoàn trả phục vụ kịp thời cho nhu cầu sản xuất, kinh doanh...

+ Tín dụng ngân hàng tạo ra nguồn vốn hỗ trợ cho quá trình sản xuất được thực hiện bình thường, liên tục và phát triển nhằm góp phần đẩy nhanh quá trình tái sản xuất, mở rộng đầu tư phát triển kinh tế, mở rộng phạm vi quy mô sản xuất.

Hoạt động tín dụng ngân hàng ra đời đã biến các nguồn tiền tệ tạm thời nhàn rỗi trong xã hội thành những phương tiện hoạt động kinh doanh có hiệu quả, phục vụ và thúc đẩy sản xuất lưu thông hàng hoá, đẩy nhanh quá trình tái sản xuất mở rộng. Mặt khác việc cung ứng vốn một cách kịp thời của tín dụng ngân hàng đã đáp ứng được nhu cầu về vốn lưu động, vốn cố định của các doanh nghiệp, tạo điều kiện cho quá trình sản xuất được liên tục tránh tình trạng ứ tắc, đồng thời tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có vốn để ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật nhằm thúc đẩy nhanh quá trình sản xuất và tái sản xuất mở rộng, từ đó thúc đẩy nền kinh tế phát triển nhanh chóng.

+ Tín dụng ngân hàng thúc đẩy việc sử dụng vốn có hiệu quả và củng cố chế độ hạch toán kinh tế của doanh nghiệp.

Đặc trưng cơ bản của tín dụng là cho vay có hoàn trả và có lợi tức, Ngân hàng huy động vốn của doanh nghiệp khi họ có vốn nhàn rỗi và cho vay khi họ cần vốn để bổ xung cho sản xuất kinh doanh. Khi sử dụng vốn vay của ngân hàng, doanh nghiệp phải tôn trọng mọi điều kiện ghi trong hợp đồng tín dụng, trả nợ vay đúng hạn cả gốc và lãi. Do đó thúc đẩy các doanh nghiệp phải tìm mọi biện pháp tăng hiệu quả sử dụng vốn, giảm chi phí, tăng vòng quay vốn... để tạo điều kiện nâng cao lợi nhuận cho doanh nghiệp. Muốn vậy các doanh nghiệp phải tự vươn lên thông qua các hoạt động của mình, một trong những hoạt động khá quan trọng là hạch toán kinh tế.

Quá trình hạch toán kinh tế là quá trình quản lí đồng vốn sao cho có hiệu quả. Để quản lí đồng vốn có hiệu quả thì hạch toán kinh tế phải giám sát chặt chẽ quá trình sử dụng vốn để nó được sử dụng đúng mục đích, tạo ra doanh lợi

cho doanh nghiệp. Điều này đã thúc đẩy các doanh nghiệp ngày càng hoàn thiện hơn quá trình hạch toán của đơn vị mình.

+ *Tín dụng ngân hàng tạo điều kiện mở rộng và phát triển quan hệ kinh tế đối ngoại.*

Tín dụng ngân hàng trở thành một trong những phương tiện nối liền kinh tế các nước với nhau bằng các hoạt động tín dụng quốc tế như các hình thức tín dụng giữa các chính phủ, giữa các tổ chức cá nhân với chính phủ, giữa các cá nhân với cá nhân... Sự phát triển ngày càng mạnh trong hoạt động ngoại thương và số thành viên tham dự hoạt động ngày càng lớn làm cho nhu cầu về hoạt động tài chính càng trở nên cần thiết.

1.2.3. Phân loại tín dụng.

Có rất nhiều cách phân loại tín dụng ngân hàng dựa vào các căn cứ khác nhau tùy theo mục đích nghiên cứu. Tuy nhiên người ta thường phân loại theo một số tiêu thức sau:

✚ *Căn cứ theo thời gian sử dụng vốn vay, tín dụng được phân thành 3 loại:*

+ **Tín dụng ngắn hạn:** là loại tín dụng có thời hạn dưới một năm, thường được sử dụng vào nghiệp vụ thanh toán, cho vay bổ sung thiếu hụt tạm thời về vốn lưu động của các doanh nghiệp hay cho vay phục vụ nhu cầu sinh hoạt tiêu dùng của cá nhân.

+ **Tín dụng trung hạn:** có thời hạn từ 1 đến 5 năm, được dùng để cho vay vốn phục vụ nhu cầu mua sắm tài sản cố định, cải tiến đổi mới kỹ thuật, mở rộng và xây dựng các công trình nhỏ có thời hạn thu hồi vốn nhanh.

+ **Tín dụng dài hạn:** là loại tín dụng có thời hạn trên 5 năm, được sử dụng để cung cấp vốn cho xây dựng cơ bản, cải tiến và mở rộng sản xuất có quy mô lớn.

Thường thì tín dụng trung và dài hạn được đầu tư để hình thành vốn cố định và một phần vốn tối thiểu cho hoạt động sản xuất.

✚ *Căn cứ vào mục đích sử dụng vốn vay, tín dụng ngân hàng chia thành 2 loại:*

+ Tín dụng sản xuất và lưu thông hàng hoá: là loại tín dụng được cung cấp cho các doanh nghiệp để họ tiến hành sản xuất và kinh doanh.

+ Tín dụng tiêu dùng: là loại tín dụng được cấp phát cho cá nhân để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng. Loại tín dụng này thường được dùng để mua sắm nhà cửa, xe cộ, các thiết bị gia đình... Tín dụng tiêu dùng ngày càng có xu hướng tăng lên.

✚ *Căn cứ vào tính chất bảo đảm của các khoản cho vay, có các loại tín dụng sau:*

+ Tín dụng có bảo đảm: là loại hình tín dụng mà các khoản cho vay phát ra đều có tài sản tương đương thế chấp, có các hình thức như: cầm cố, thế chấp, chiết khấu và bảo lãnh.

+ Tín dụng không có bảo đảm: là loại hình tín dụng mà các khoản cho vay phát ra không cần tài sản thế chấp mà chỉ dựa vào tín chấp. Loại hình này thường được áp dụng với khách hàng truyền thống, có quan hệ lâu dài với ngân hàng, khách hàng này phải có tình hình tài chính lành mạnh và có uy tín đối với ngân hàng như trả nợ đầy đủ, đúng hạn cả gốc lẫn lãi, có dự án sản xuất kinh doanh khả thi, có khả năng hoàn trả nợ...

✚ *Căn cứ theo thành phần kinh tế.*

Theo thành phần kinh tế, ta có thể chia các khoản cho vay thành:

- Cho vay doanh nghiệp Nhà nước.
- Cho vay kinh tế tập thể.
- Cho vay kinh tế tư nhân.
- Cho vay kinh tế cá thể.
- Cho vay kinh tế hỗn hợp.

(Năm thành phần kinh tế trên được xác định trong văn kiện Đại hội Đảng lần thứ VI)

✚ *Căn cứ theo phương thức hoàn trả.*

Theo phương thức hoàn trả thì các khoản cho vay còn có thể được phân chia theo hai loại: cho vay hoàn trả một lần và cho vay trả góp.

- Cho vay hoàn trả một lần: các khoản vay sẽ được hoàn trả một lần vào thời gian xác định trong hợp đồng tín dụng, lãi vay có thể được hoàn trả theo thoả thuận trong hợp đồng, chẳng hạn theo tháng, theo quý hoặc theo năm.

- Cho vay trả góp: việc hoàn trả được tiến hành theo định kỳ, các khoản này có thể bằng nhau hay không bằng nhau tùy theo thoả thuận và được thực hiện theo nguyên tắc trả dần trong suốt thời gian thực hiện hợp đồng.

1.2.4. Các phương thức cho vay.

Thời hạn cho vay của tín dụng ngân hàng cũng phong phú và đa dạng. Nó có thể cung cấp các khoản tín dụng: ngắn hạn, trung hạn, cũng có thể cho vay dài hạn tùy vào nhu cầu và điều kiện của khách hàng cần nguồn vốn. Theo quyết định 1672/2001/QĐ-NHNN ngày 31/12/2001 về việc ban hành quy chế cho vay của tổ chức tín dụng đối với khách hàng NHTM có các phương thức cho vay sau đây:

+ *Phương thức cho vay từng lần.*

Phương thức cho vay từng lần áp dụng đối với khách hàng có nhu cầu vay vốn từng lần. Mỗi lần vay vốn, khách hàng và tổ chức tín dụng thực hiện thủ tục vay vốn cần thiết và kí hợp đồng tín dụng.

Phương thức này thường được áp dụng đối với khách hàng không có nhu cầu vay thường xuyên. Khách hàng có vòng quay vốn lưu động thấp, khách hàng là cá thể.

+ *Phương thức cho vay theo hạn mức tín dụng.*

Cho vay theo hạn mức tín dụng là cách thức cho vay bằng cách ngân hàng xác định cho khách hàng của mình một hạn mức tín dụng trong khoảng thời gian nhất định.

Phương thức cho vay này áp dụng cho khách hàng có nhu cầu vay vốn thường xuyên với ngân hàng, khách hàng có vòng quay vốn lưu động cao.

Trong phạm vi hạn mức tín dụng, thời hạn hiệu lực của hạn mức tín dụng, mỗi lần rút vốn vay khách hàng và ngân hàng lập giấy nhận nợ kèm theo các chứng từ phù hợp với mục đích sử dụng vốn trong hợp đồng tín dụng, đảm bảo dư nợ không vượt quá hạn mức tín dụng đã ký kết.

+ Phương thức cho vay theo dự án đầu tư.

Phương thức này được áp dụng đối với khách hàng vay vốn để thực hiện các dự án đầu tư phát triển sản xuất, kinh doanh, dịch vụ và các dự án đầu tư phục vụ đời sống.

Trong phương thức này, kế toán cho vay có nhiệm vụ theo dõi, giám sát khách hàng vay vốn không quá hạn mức, mỗi một lần rút vốn vay khách hàng phải lập giấy nhận nợ tiền vay, trong phạm vi mức vốn đầu tư đã thoả thuận kèm theo các chứng từ xin vay phù hợp.

+ Cho vay hợp vốn.

Việc cho vay hợp vốn thực hiện theo quy chế đồng tài trợ của tổ chức tín dụng do Thống đốc Ngân hàng nhà nước ban hành văn bản hướng dẫn và các thoả thuận giữa các tổ chức tham gia đồng tài trợ.

+ Cho vay trả góp.

Phương thức này khi cho vay, ngân hàng nơi cho vay và khách hàng cùng thoả thuận số lãi tiền vay phải trả cộng với số nợ gốc được chia ra để trả nợ theo nhiều kỳ trong thời hạn cho vay.

+ Cho vay theo hạn mức tín dụng dự phòng.

Khi cho vay theo phương thức này thì ngân hàng cho vay và khách hàng thoả thuận trong hợp đồng tín dụng: hạn mức tín dụng dự phòng, thời hạn hiệu lực của tín dụng dự phòng, ngân hàng cho vay cam kết đáp ứng nguồn vốn cho khách hàng bằng Việt Nam đồng hoặc ngoại tệ. Trong thời gian hiệu lực của hợp đồng nếu khách hàng không sử dụng hoặc sử dụng không hết hạn mức tín dụng dự phòng, khách hàng vẫn phải trả phí cam kết tính cho hạn mức tín dụng dự phòng đó. Mức phí này phải được thoả thuận giữa khách hàng và ngân hàng nơi cho vay.

+ Cho vay thông qua nghiệp vụ phát hành và sử dụng thẻ tín dụng.

Ngân hàng nơi cho vay sẽ chấp thuận cho khách hàng sử dụng số vốn vay trong phạm vi hạn mức tín dụng để thanh toán tiền mua hàng hoá, dịch vụ và rút tiền mặt tại máy rút tiền tự động.

+ Cho vay theo hạn mức thấu chi.

Là việc cho vay mà ngân hàng thoả thuận bằng văn bản chấp thuận cho khách hàng chi vượt quá số tiền có trên tài khoản thanh toán của khách hàng phù hợp với các quy định của chính phủ và ngân hàng về hoạt động thanh toán qua các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán.

+ *Cho vay lưu vụ.*

Phương thức này chỉ áp dụng trong cho vay hộ gia đình cá nhân, ở vùng chuyên canh trồng lúa và các vùng xen canh trồng lúa với các cây trồng ngắn ngày khác.

1.2.5. Quy trình hoạt động tín dụng.

Quy trình tín dụng là tập hợp các nội dung, kỹ thuật nghiệp vụ cơ bản, trình tự các bước phải tiến hành từ khi bắt đầu đến khi kết thúc một vòng quay của vốn tín dụng. Quy trình tín dụng là yếu tố quan trọng, để đảm bảo hiệu quả tín dụng.

Quy trình tín dụng thường gồm có 10 bước:

B1. Khai thác khách hàng, tìm kiếm dự án.

B2. Hướng dẫn khách hàng về điều kiện tín dụng và lập hồ sơ vay vốn.

B3. Điều tra, thu thập, tổng hợp thông tin về khách hàng.

B4. Phân tích, thẩm định khách hàng và phương án vay vốn.

B5. Quyết định cho vay.

B6. Kiểm tra hoàn chỉnh hồ sơ cho vay và hồ sơ tài sản thế chấp, cầm cố, bảo lãnh.

B7. Giải ngân.

B8. Kiểm tra sau khi cho vay, thu hồi nợ, gia hạn nợ.

B9. Xử lý rủi ro (nếu có).

B10. Thanh lý hợp đồng và đánh giá kết quả cho vay.

1.2.6. Rủi ro trong hoạt động tín dụng ngân hàng.

1.2.6.1. Các loại rủi ro trong hoạt động tín dụng ngân hàng thương mại.

• Rủi ro hệ thống:

Rủi ro hệ thống là rủi ro tác động đến toàn bộ hoặc hầu hết các khoản vay của ngân hàng. Sự bất bênh của môi trường kinh tế nói chung như sự sụt giảm

GDP, biến động lãi suất, tốc độ lạm phát thay đổi... là những minh chứng cho rủi ro hệ thống, những biến đổi này tác động đến khả năng trả nợ của các khách hàng.

Các loại rủi ro hệ thống:

- Rủi ro thị trường.
- Rủi ro về lãi suất tín dụng.
- Rủi ro không hệ thống:

Rủi ro không hệ thống là rủi ro chỉ tác động đến một loại tài sản hoặc một nhóm tài sản, nghĩa là rủi ro này chỉ liên quan đến một loại khoản vay cụ thể nào đó.

Rủi ro không hệ thống bao gồm:

- Rủi ro tín dụng do động vốn.
- Rủi ro trong hoạt động thu hồi vốn và lãi.

1.2.6.2. Nguyên nhân phát sinh rủi ro tín dụng.

❖ Nguyên nhân khách quan.

- Môi trường kinh tế.

Sự biến động quá nhanh và không dự đoán được của thị trường thế giới là nguyên nhân chủ yếu ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất kinh doanh của người đi vay. Bên cạnh đó, bản thân sự cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại trong nước và quốc tế trong môi trường hội nhập kinh tế cũng khiến cho các ngân hàng trong nước gặp phải nguy cơ rủi ro, nợ xấu tăng lên do khách hàng có tiềm lực tài chính lớn đã bị các ngân hàng nước ngoài thu hút bằng các sản phẩm, dịch vụ mới với nhiều tiện ích hơn.

- Môi trường pháp lý.

Môi trường pháp lý của Việt Nam vẫn còn nhiều bất cập, các chính sách quản lý kinh tế thường thay đổi đột ngột dẫn đến việc ra đời các văn bản pháp lý chưa phù hợp làm ảnh hưởng đến môi trường kinh doanh tại Việt Nam, khiến nhiều tổ chức kinh tế không điều chỉnh kịp thời phương án kinh doanh.

- Thiên tai, hỏa hoạn, chiến tranh, dịch bệnh:

Đây là những rủi ro mà cả khách hàng lẫn ngân hàng đều không lường trước đối với khoản tín dụng của mình, khách hàng gặp khó khăn ảnh hưởng đến khả năng trả nợ vay ngân hàng.

❖ Nguyên nhân chủ quan.

• Từ phía khách hàng vay vốn:

- Có rất nhiều khách hàng có phương án kinh doanh rất khả thi, lĩnh vực kinh doanh có rất nhiều thuận lợi, tuy nhiên khi bắt đầu có đủ các điều kiện về vốn để thực hiện phương án thì do năng lực quản trị, kinh nghiệm điều hành còn hạn chế, không đủ khả năng ứng phó trước những biến động thị trường dẫn đến hoạt động kinh doanh không đạt hiệu quả như kế hoạch đã đề ra.

- Sử dụng vốn vay sai mục đích: Khách hàng cố tình lập các chứng từ rút vốn vay giả mạo mà do nhiều lí do ngân hàng không phát hiện được, để lấy vốn vay sử dụng khác với mục đích đã trình bày trong phương án vay vốn. Việc sử dụng vốn vay sai mục đích trong nhiều trường hợp là do người vay sẵn sàng chấp nhận mạo hiểm với kỳ vọng sẽ mang lại lợi nhuận cao, tuy nhiên kết quả lại không như ý muốn. Cũng có trường hợp khách hàng đã không có khả năng trả nợ vay tại ngân hàng khác, và cố tình tìm mọi cách vay vốn tại ngân hàng này và mang đi đảo nợ là nguyên nhân dẫn đến khách hàng không có nguồn trả nợ để thanh toán nợ đúng hạn và đầy đủ cho ngân hàng.

• Từ phía ngân hàng:

- Chính sách và quy trình cho vay lỏng lẻo.

- Thiếu thông tin .

- Chất lượng đội ngũ cán bộ liên quan đến công tác tín dụng chưa cao.

1.2.7. Những vấn đề liên quan đến mở rộng hoạt động tín dụng.

1.2.7.1. Quan niệm về mở rộng hoạt động tín dụng.

Mở rộng hoạt động tín dụng là việc ngân hàng thực hiện tốt các chính sách để thu hút nhiều khách hàng có quan hệ tín dụng với ngân hàng, mở rộng mạng lưới tín dụng, mở rộng đối tượng, mở rộng quy mô cho vay, doanh số cho vay, dư nợ cho vay và tăng cường hiệu quả cho vay.

1.2.7.2. Những yêu cầu để mở rộng hoạt động tín dụng.

Để mở rộng hoạt động tín dụng thì ngân hàng cần phải chú trọng công tác Marketing ngân hàng - đó là công cụ hữu hiệu nhất để nâng cao sức mạnh cạnh tranh của ngân hàng.

Nội dung của Marketing tín dụng tập trung vào 7 vấn đề chính dựa theo mô hình 7P trong dịch vụ ngân hàng: *Sản phẩm (product)*; *Giá (price)*; *Kênh phân phối (place)*; *Xúc tiến hỗn hợp (promotion)*; *Con người (People)*; *Quy trình tín dụng (process)* và *Phương tiện hữu hình (Physical evidence)*. Trong 7P này thì 4P đầu xuất phát từ phối thức tiếp thị sản phẩm và 3P được mở rộng cho phù hợp với đặc điểm của lĩnh vực kinh doanh dịch vụ.

Sản phẩm (Products).

Sản phẩm là yếu tố đầu tiên của hệ thống marketing 7P trong dịch vụ ngân hàng.

Chiến lược sản phẩm trong tín dụng phải linh hoạt và chứa đựng những thành phần sau: danh mục sản phẩm, thuộc tính sản phẩm, hoàn thiện sản phẩm.

- Xác định danh mục sản phẩm: cho vay tiêu dùng tín chấp, cho vay tiêu dùng có tài sản đảm bảo, cho vay vốn phục vụ sản xuất kinh doanh, cho vay ưu đãi xuất khẩu (doanh nghiệp), cho vay vốn dự án đầu tư (doanh nghiệp)...

- Xác định thuộc tính sản phẩm và các quy định chi tiết về sản phẩm bao gồm:

+ Điều kiện xét cấp tín dụng: các tiêu chí về đối tượng khách hàng như độ tuổi, nơi cư trú, lịch sử quan hệ tín dụng, các tiêu chí về khả năng trả nợ.

+ Các quy định về nguồn thu nhập: thu nhập từ lương và thu nhập khác, thu nhập tối thiểu hàng tháng và chi phí dự phòng của khách hàng.

+ Quy định đối với khoản vay: lãi suất cho vay, thời hạn cho vay/ thu nợ/ ân hạn, phương thức cho vay, loại tiền cho vay/ thu nợ, phương thức trả lãi và vốn gốc, tỷ lệ cho vay, quy mô khoản vay...

- Hoàn thiện sản phẩm tín dụng: nâng cao chất lượng sản phẩm cho vay; làm cho việc sử dụng sản phẩm trở nên dễ dàng và hấp dẫn hơn; thay đổi cách thức phân phối.

Giá (Price).

Giá sản phẩm dịch vụ của ngân hàng: là số tiền mà khách hàng phải trả để được quyền sử dụng một khoản tiền trong một thời gian nhất định hoặc sử dụng sản phẩm dịch vụ (SPDV) do ngân hàng cung cấp. Việc định ra giá sản phẩm tùy thuộc vào nhiều yếu tố như: thực tế thị trường tại thời điểm, chất lượng sản phẩm, giá trị thương hiệu sản phẩm, giá trị đối tượng khách hàng...

Giá của các sản phẩm tín dụng thể hiện ở lãi suất cho vay và phí dịch vụ. Đặc trưng của giá và định giá cho SPDV do ngân hàng cung cấp: tính tổng hợp, khó xác định chi phí chính xác đối với từng SPDV riêng biệt vì thực chất giá của sản phẩm phải vì lợi ích của ngân hàng và khách hàng, giá của SPDV ngân hàng có tính nhạy cảm cao.

Kênh phân phối (Place).

Kênh phân phối là công cụ trực tiếp đưa SPDV ngân hàng đến với khách hàng, là tập hợp các yếu tố tham gia trực tiếp vào quá trình đưa SPDV của ngân hàng đến với khách hàng như: tổ chức, cá nhân và các phương tiện thực hiện các hoạt động đưa SPDV đến khách hàng.

Đặc điểm của kênh phân phối sản phẩm tín dụng: phân phối theo hình thức trực tiếp. Phân loại kênh phân phối SPDV ngân hàng ba gồm: kênh phân phối truyền thống gồm các chi nhánh và phòng giao dịch, kênh phân phối hiện đại như ngân hàng trực tuyến (internet banking), chi nhánh tự động hoàn toàn, chi nhánh ít nhân viên.

Xúc tiến hỗn hợp (Promotion).

Xúc tiến hỗn hợp là tập hợp các hoạt động nhằm khuyến khích việc sử dụng SPDV của ngân hàng, đồng thời làm tăng thêm sự hiểu biết của khách hàng, kích thích nhu cầu tiêu dùng, làm tăng mức độ trung thành của khách hàng hiện tại, thu hút khách hàng tương lai, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng tham gia vào quá trình cung ứng dịch vụ, qua đó làm tăng uy tín, hình ảnh của ngân hàng trên thị trường.

Con người (People).

Nhân viên ngân hàng, dù trực tiếp hay gián tiếp tham gia vào quá trình cung ứng sản phẩm, đều có vai trò quan trọng trong chiến lược Marketing hỗn hợp. Nhân viên là hình ảnh, là người đại diện của ngân hàng trước khách hàng. Hoạt động cung ứng sản phẩm ngân hàng không thể tách rời khỏi yếu tố con người, do đó việc đầu tư vào nâng cao chất lượng con người cũng chính là đầu tư cho sự phát triển.

Quy trình tín dụng (Process).

Theo Nguyễn Minh Kiều, trong cuốn sách “ Nghiệp vụ ngân hàng thương mại” định nghĩa quy trình tín dụng là bảng tổng hợp mô tả các bước đi cụ thể khi tiếp nhận nhu cầu vay vốn của khách hàng cho đến khi ngân hàng quyết định cho vay, giải ngân và thanh lý hợp đồng tín dụng.[1]

Tùy theo đặc điểm tổ chức và quản lý, mỗi ngân hàng sẽ tự thiết kế, xây dựng cho mình một quy trình tín dụng riêng. Các bước căn bản của một quy trình tín dụng là: bước 1: Lập hồ sơ đề cấp tín dụng; bước 2: Phân tích tín dụng; bước 3: Quyết định tín dụng; bước 4: Giải ngân; bước 5: Giám sát và thanh lý tín dụng. Các nhà quản trị ngân hàng đều coi việc thiết kế và hoàn thiện quy trình nghiệp vụ là một trong những điều kiện tiên quyết của việc nâng cao chất lượng hoạt động ngân hàng và tăng cường mối quan hệ giữa ngân hàng với khách hàng.

Phương tiện hữu hình (Physical Evidence).

Phương tiện hữu hình là một thuật ngữ dùng để miêu tả những hình ảnh mà ngân hàng tự khắc họa về mình được thể hiện thông qua các đại diện vật chất như:

+ Tập hợp các dấu hiệu bao gồm: tên ngân hàng, logo, slogan, màu sắc chủ đạo đặc trưng của ngân hàng.

+ Các vật dụng được sử dụng trong cung ứng dịch vụ ngân hàng được cá biệt hóa bằng sự đồng nhất về màu sắc chủ đạo, in logo, cách tranh trí như : giấy, bút, văn bản, séc, các ấn phẩm, vật dụng...

+ Trụ sở, trang thiết bị, cơ sở vật chất kỹ thuật: trụ sở ngân hàng, bãi đỗ xe ngân hàng...

+ Hình thức của nhân viên ngân hàng: thể hiện qua trang phục và diện mạo của nhân viên.

Các phương tiện hữu hình sẽ có tác dụng “hữu hình hóa”, giảm sự vô hình của SPDV ngân hàng một cách tốt nhất đối với khách hàng.

1.2.7.3. Những chỉ tiêu đo lường kết quả mở rộng tín dụng.

❖ Chỉ tiêu định tính.

Phản ánh mở rộng hoạt động tín dụng bằng chỉ tiêu định tính được thể hiện qua nhiều tiêu chí, trong đó phải nói đến các tiêu chí sau:

- *Sự hài lòng của khách hàng*: Sự hài lòng của khách hàng đối với mỗi sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng ngày càng nâng cao, do đó mà uy tín, thương hiệu của ngân hàng ngày càng được tăng lên. Việc mang đến cho khách hàng sự hài lòng tuy không thể lượng hóa bằng con số cụ thể nhưng có thể được thể hiện thông qua việc gia tăng số lượng khách hàng đến với ngân hàng hoặc số lượng giao dịch ngày càng tăng lên của mỗi khách hàng. Nhìn chung, muốn đem cho khách hàng sự hài lòng, thỏa mãn ngân hàng cần phải thực hiện tốt các vấn đề dưới đây:

✓ Chính sách chăm sóc khách hàng: Chính sách của ngân hàng để mở rộng hoạt động tín dụng trong thời kỳ có sự cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng thương mại như hiện nay phải thực sự hấp dẫn nhằm thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ của ngân hàng mình. Chính sách tín dụng của ngân hàng được gọi là hấp dẫn khi nó hội đủ các yếu tố như khả năng cung cấp dịch vụ tín dụng cá nhân và doanh nghiệp, khả năng cung ứng nguồn vốn khi khách hàng cần...

✓ Cán bộ ngân hàng: Yếu tố con người là rất quan trọng trong bất kỳ hoạt động nào, đặc biệt đối với hoạt động phát triển tín dụng của ngân hàng thương mại. Vì lẽ đó, ngân hàng phải bố trí cán bộ đúng chuyên môn, ngành nghề được đào tạo, tránh việc phân công người không có trình độ ngân hàng làm trong lĩnh vực hoạt động ngân hàng. Vì cán bộ tác nghiệp không am hiểu nghiệp vụ thì không thể thực hiện tốt hoạt động này dẫn đến mất uy tín với khách hàng.

Bên cạnh năng lực, trình độ chuyên môn còn đòi hỏi ở người cán bộ tín dụng thái độ phục vụ và khả năng giao tiếp với khách hàng.

✓ Thời hạn tín dụng: Yếu tố thời gian thực hiện quy trình tín dụng rất quan trọng vì nó đảm bảo tiến độ thực hiện hợp đồng đã ký kết giữa các bên.

✓ Khả năng tư vấn cho khách hàng: Với trình độ chuyên sâu trong lĩnh vực mở rộng hoạt động tín dụng, cán bộ ngân hàng không những là người giúp khách hàng thực hiện những yêu cầu của họ mà còn phải là người có khả năng phân tích những mặt lợi, bất lợi cho khách hàng của mình trong việc sử dụng nguồn vốn mà ngân hàng cấp cho họ.

- *Uy tín, thương hiệu của ngân hàng thương mại được tăng lên*: đồng nghĩa với hoạt động tín dụng an toàn, hiệu quả, các khoản tín dụng được hoàn trả sòng phẳng, đúng hạn.

❖ Các chỉ tiêu định lượng.

Khác với các chỉ tiêu định tính, chỉ tiêu định lượng là những chỉ tiêu đo lường bằng con số cụ thể. Những chỉ tiêu định lượng phản ánh mở rộng hoạt động tín dụng được biểu hiện ở sự gia tăng về quy mô và chất lượng.

- *Sự gia tăng trong quy mô tín dụng*: Quy mô tín dụng tăng lên đồng nghĩa với việc doanh số cho vay, doanh số thu nợ, dư nợ tín dụng, số món vay, số lượng khách hàng và thị phần tín dụng được tăng lên năm sau cao hơn năm trước.

+ Sự gia tăng doanh số cho vay, doanh số thu nợ và dư nợ tín dụng:

✓ Doanh số cho vay là tổng số tiền mà ngân hàng đã giải ngân cho khách hàng.

✓ Doanh số thu nợ là tổng số tiền mà ngân hàng thu được nợ từ khách hàng trong 1 giai đoạn/thời kỳ (hay ngược lại: Là số tiền mà khách hàng trả nợ cho ngân hàng trong một giai đoạn/thời kỳ).

✓ Dư nợ tín dụng là toàn bộ số tiền mà khách hàng nợ ngân hàng tại một thời điểm bất kỳ; gồm cả nợ gốc và nợ lãi.

Đo lường sự gia tăng doanh số cho vay theo thời gian bằng hai cách: Thứ nhất, tính thành số tuyệt đối trong thời gian này rồi đem so với thời gian trước.

Theo cách này chưa nói lên được tốc độ tăng trưởng thực tế.

Cách thứ hai, tính mức gia tăng theo tỷ lệ phần trăm. Công thức tính:

$$H_1 = \frac{H_t - H_{t-1}}{H_{t-1}} \times 100\%$$

Với H_1 là sự gia tăng doanh số cho vay của năm t

H_t : Doanh số cho vay của năm t

H_{t-1} : Doanh số cho vay của năm $t-1$

Mức gia tăng theo tỷ lệ phần trăm phản ánh chính xác nhất doanh số cho vay mà hoạt động tín dụng đem lại tăng hay giảm và tốc độ tăng, giảm là nhanh hay chậm.

Để biết được hoạt động tín dụng có phát triển hay không phải xem xét chỉ tiêu H_1 trong một giai đoạn nhất định. Nếu H_1 tăng trưởng liên tục chứng tỏ hoạt động tín dụng của ngân hàng ngày càng phát triển.

Tương tự doanh số thu nợ và dư nợ tín dụng cũng có hai cách đo lường sự gia tăng theo số tuyệt đối và số tương đối.

+ Sự gia tăng về số món vay: Doanh số cho vay năm sau cao hơn năm trước cũng không thể khẳng định số món thực hiện tăng lên. Bởi vì có thể trong mỗi món số lượng tiền nhiều, ít khác nhau. Vì vậy phản ánh sự mở rộng hoạt động tín dụng bên cạnh mức gia tăng về doanh số còn phải đề cập đến việc tăng lên của số món thực hiện cả về số tuyệt đối và số tương đối.

+ Sự gia tăng về số lượng khách hàng: Các ngân hàng thương mại luôn cạnh tranh gay gắt nhằm thu hút các khách hàng đến với ngân hàng của mình. Khách hàng quyết định khối lượng và quy mô hoạt động của mỗi một ngân hàng. Vì vậy phản ánh sự mở rộng hoạt động tín dụng cần phản ánh đến việc gia tăng số lượng khách hàng cả về số tuyệt đối và số tương đối.

+ Mức gia tăng của thị phần: chỉ tiêu gia tăng thị phần tín dụng là một trong các chỉ tiêu đo lường sự lớn mạnh về quy mô của hoạt động này. Thị phần

gia tăng sẽ đem lại cho ngân hàng nhiều lợi ích, mà trước hết là lợi nhuận tăng, cải thiện nguồn thu nhập cho người lao động.

+ Sự gia tăng thu nhập từ hoạt động tín dụng: chỉ tiêu này tăng lên theo thời gian cho thấy hoạt động tín dụng đem lại nguồn thu cao cho ngân hàng, chứng tỏ hoạt động tín dụng ngày càng phát triển hơn.

+ Hạn chế mức độ rủi ro trong hoạt động tín dụng của ngân hàng: Trong lĩnh vực kinh doanh luôn tiềm ẩn yếu tố rủi ro. Hoạt động tín dụng càng không thể tránh khỏi vì phụ thuộc vào kết quả hoạt động kinh doanh của khách hàng. Việc phòng ngừa và hạn chế rủi ro cho khách hàng luôn được các ngân hàng chú trọng vì lợi ích của ngân hàng và khách hàng luôn gắn với nhau.

1.2.7.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến mở rộng hoạt động tín dụng.

❖ Nhân tố khách quan.

- Môi trường chính trị, xã hội.

Ổn định chính trị là tiền đề để ổn định và phát triển kinh tế, giữa ổn định chính trị và ổn định phát triển kinh tế có mối quan hệ biện chứng với nhau. Kinh tế phát triển ổn định, chính trị và an ninh giữ vững là nhân tố thúc đẩy sản xuất kinh doanh từ đó tạo điều kiện phát triển cho vay.

- Môi trường kinh tế vĩ mô.

Khi nền kinh tế phát triển ổn định niềm tin tiêu dùng của công chúng tăng cao, đó là nhân tố phát triển cho vay tiêu dùng.

Các biến số kinh tế vĩ mô như: chỉ số CPI, các chỉ số thị trường chứng khoán, tăng trưởng kinh tế, cán cân thương mại... là những nhân tố có ảnh hưởng đến mở rộng tín dụng. Môi trường kinh tế vĩ mô ổn định và phát triển tạo điều kiện cho các các nhà đầu tư tiến hành đầu tư, nhu cầu vốn đầu tư tăng tạo tiền đề để các ngân hàng thương mại phát triển cho vay sản xuất kinh doanh.

- Môi trường pháp lý.

Hệ thống pháp luật nhất là những bộ luật có liên quan đến hoạt động ngân hàng và hoạt động cho vay của ngân hàng có ảnh hưởng không nhỏ đến mở rộng hoạt động tín dụng của ngân hàng thương mại. Hệ thống pháp luật đầy đủ, nghiêm minh, ổn định là hành lang an toàn cho các ngân hàng thương mại phát

triển cho vay, ngược lại hệ thống pháp luật không đầy đủ, thiếu nghiêm minh tác động tiêu cực tới phát triển cho vay của các ngân hàng. Khi hệ thống pháp luật không đầy đủ sẽ không có cơ sở để xử lý vi phạm trong mối quan hệ với ngân hàng. Chấp hành pháp luật không nghiêm sẽ tạo kẽ hở để những kẻ lừa đảo chiếm đoạt tài sản của ngân hàng. Những hiện tượng đó sẽ tác động tiêu cực đến phát triển cho vay của ngân hàng.

- Tập quán vay vốn, tiêu dùng và niềm tin của khách hàng.

Nhu cầu vay vốn có thể là cho sản xuất kinh doanh, có thể là tiêu dùng.

Ở các địa phương khác nhau có tập quán vay vốn và kinh doanh khác nhau. Có nơi mọi nhà mọi người đều có nhu cầu vay vốn để kinh doanh, ngược lại có nơi người dân có vốn không đầu tư kinh doanh mà chỉ cất trữ. Thực tiễn cho thấy ở các thành phố lớn, điểm giao thông thuận lợi, ở các làng nghề... nhu cầu kinh doanh rất lớn vì vậy mà tạo điều kiện phát triển cho vay đối với các ngân hàng thương mại. Ngược lại ở vùng sâu, vùng xa người dân không có tập quán vay vốn để kinh doanh thì ở đó không thể phát triển được cho vay.

- Mức độ cạnh tranh giữa các ngân hàng trên địa bàn.

Yếu tố mức độ cạnh tranh giữa các ngân hàng cũng ảnh hưởng đến phát triển cho vay. Mức độ cạnh tranh càng khốc liệt thì khả năng phát triển cho vay càng khó khăn và ngược lại mức độ cạnh tranh càng thấp thì khả năng phát triển cho vay càng dễ.

❖ Nhân tố chủ quan.

- Năng lực và uy tín của ngân hàng.

Muốn mở rộng hoạt động tín dụng cho ngân hàng phải có đủ năng lực: năng lực về nguồn vốn, năng lực về nhân lực, mạng lưới phân phối, quy trình và công nghệ...

Về nguồn vốn: Quy mô vốn của ngân hàng quyết định mở rộng cho vay.

Về con người: Việc mở rộng hoạt động tín dụng theo mô hình 7P có nhắc đến yếu tố con người. Quy mô và chất lượng cán bộ công nhân viên của ngân hàng có tác động lớn đến mở rộng hoạt động cho vay.

Về mạng lưới hoạt động: Mạng lưới hoạt động rộng là nhân tố tác động tích cực đến mở rộng cho vay. Mạng lưới rộng sẽ tạo điều kiện mở rộng nguồn huy động vốn, từ đó mà tác động đến cho vay.

Về quy trình và công nghệ: Các ngân hàng thương mại rất quan tâm đến quy trình tín dụng, họ thường thiết lập một quy trình chặt chẽ tránh dài dòng phức tạp gây trở ngại cho khách hàng. Đó cũng là một trong những nhân tố quyết định đến sự mở rộng hoạt động tín dụng tại ngân hàng. Về công nghệ thì họ thường đi đầu trong ứng dụng công nghệ nhất là công nghệ tin học.

Uy tín của Ngân hàng cũng là nhân tố tác động đến phát triển cho vay. Ngân hàng có uy tín sẽ là nhân tố tác động tích cực đến mở rộng hoạt động tín dụng. Một ngân hàng có uy tín, ngân hàng đó có thể huy động đủ vốn để mở rộng hoạt động tín dụng.

- Chiến lược và chính sách tín dụng của ngân hàng.

Căn cứ vào tình hình thực tế và từng giai đoạn cụ thể, các ngân hàng xây dựng chiến lược tín dụng phù hợp.

Chính sách tín dụng thể hiện quan điểm cho vay của ngân hàng và điều đó có ảnh hưởng đến mở rộng hoạt động tín dụng của các ngân hàng. Quan điểm cho vay cởi mở sẽ là nhân tố giúp cho các ngân hàng phát triển cho vay thuận lợi hơn.

Không chỉ chính sách tín dụng là nhân tố trực tiếp tác động đến mở rộng hoạt động tín dụng mà các chính sách khác của ngân hàng cũng gián tiếp tác động đến mở rộng hoạt động tín dụng như chính sách khách hàng, chính sách giá cả, chính sách sản phẩm...

⇒ Như vậy: Để đạt được hiệu quả cao trong mở rộng hoạt động tín dụng chúng ta cần đi sâu phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động tín dụng cũng như phân tích đánh giá thực trạng hoạt động tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên - Hải Phòng.

**CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG CỦA
NHNo&PTNT VIỆT NAM - CHI NHÁNH THỦY NGUYÊN.****2.1. Giới thiệu về Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – chi nhánh Thủy Nguyên.****2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển.**

Địa chỉ: Số 9 đường Đà Nẵng, Thị trấn Núi Đèo, huyện Thủy Nguyên, thành phố Hải Phòng.

Mã số thuế: 0100686174-902

Tên giao dịch: Chi nhánh Ngân hàng Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn Thủy Nguyên Hải Phòng

Tên viết tắt: NHNo &PTNT Thủy Nguyên

Tên giao dịch quốc tế: The Branch for Agriculture and Rural Development Bank of Thuy Nguyen

Tên viết tắt quốc tế: Agribank

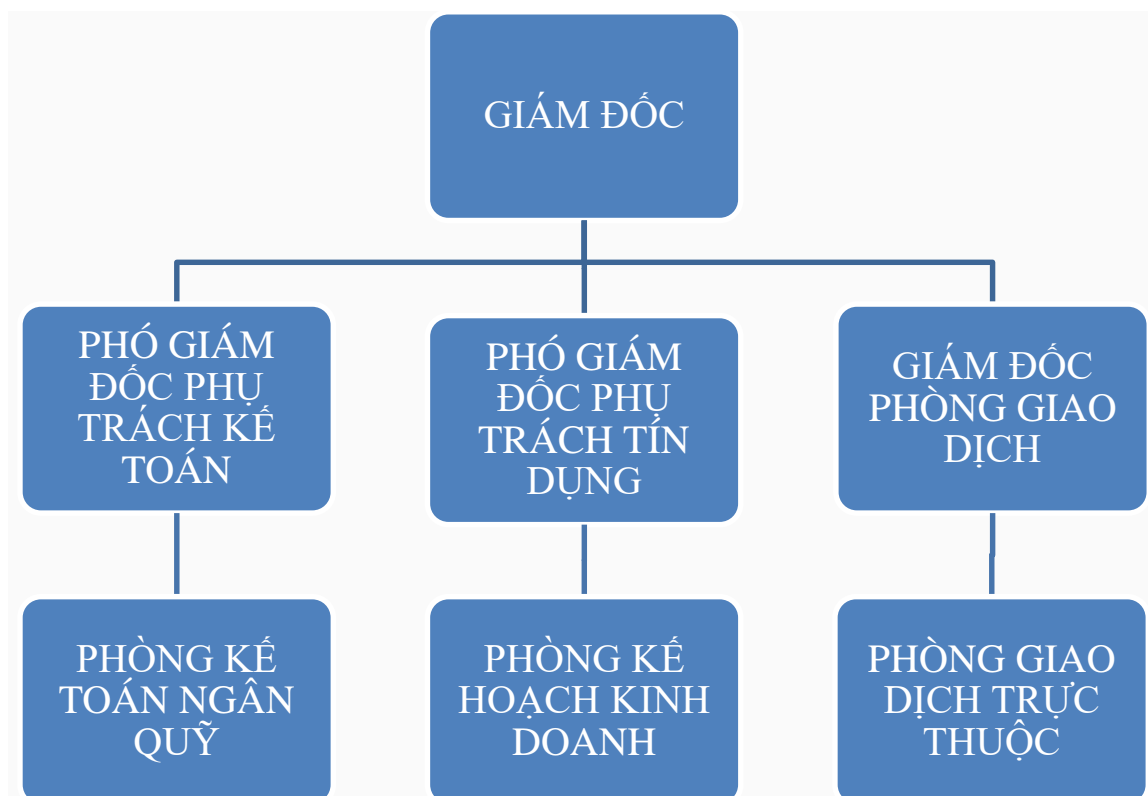
Ngày 22/12/1992, Thống đốc Ngân hàng Nhà nước có Quyết định số 603/NH-QĐ về việc thành lập chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp các tỉnh thành phố trực thuộc Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn trong đó có 43 chi nhánh ngân hàng nông nghiệp tỉnh, thành phố. Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp quận, huyện, thị xã có 475 chi nhánh. Chi nhánh NHNo&PTNT huyện Thủy Nguyên là chi nhánh cấp 3 dưới sự quản lý và chỉ đạo của NHNo&PTNT Hải Phòng, NHNo&PTNT Việt Nam.

NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên hiện nay đang cung cấp những dịch vụ ngân hàng với nhiều tiện ích như: huy động vốn ngắn hạn, trung và dài hạn với các hình thức tiền gửi có kỳ hạn, không kỳ hạn; cho vay ngắn hạn, trung dài hạn, các dịch vụ thanh toán giữa các khách hàng, thực hiện các nghiệp vụ thanh toán quốc tế; cho vay đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Luôn nhạy bén nắm bắt được những thuận lợi và khó khăn trong thời buổi kinh tế thị trường, Ban lãnh đạo Ngân hàng đã đưa ra những phương hướng cụ thể, hợp lý, bắt kịp với xu hướng phát triển chung của ngành ngân hàng. Bên cạnh đó NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên thường xuyên tổ chức các buổi

tiếp thị và định hướng cho khách hàng sử dụng các dịch vụ tiện ích của ngân hàng với lợi ích cao thuộc về khách hàng nên đã thu hút được đông đảo khách hàng, tạo tâm lý gắn kết lâu dài với Ngân hàng.

2.1.2. Sơ đồ cơ cấu tổ chức.



Hình 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

2.2. Các sản phẩm tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Đứng trước vấn đề cạnh tranh trên thị trường, để thu hút được khách hàng cũng như mở rộng hoạt động tín dụng, Chi nhánh đang nỗ lực không ngừng liên tục đưa ra các sản phẩm tín dụng mới, đa dạng nhằm đáp ứng được đại đa số nhu cầu khách hàng.

2.2.1. Sản phẩm tín dụng cho khách hàng cá nhân.

- Cho vay mua sắm hàng tiêu dùng vật dụng gia đình.

Khách hàng là hộ gia đình hoặc cá nhân có thu nhập ổn định và có khả năng tài chính trả nợ khoản đang có nhu cầu vay vốn phục vụ đời sống và sinh hoạt như mua sắm hàng hóa tiêu dùng, vật dụng gia đình.

- Cho vay xây dựng mới, sửa chữa, cải tạo, nâng cấp, mua nhà ở đối với dân cư.

Sản phẩm hỗ trợ chi phí xây dựng, sửa chữa, cải tạo, nâng cấp, mua nhà ở đối với quý khách hàng là hộ gia đình hoặc cá nhân người Việt Nam có quyền sử dụng đất hợp pháp.

- Cho vay người lao động đi làm việc ở nước ngoài.

Khách hàng là công dân Việt Nam cư trú tại Việt Nam có đủ điều kiện đi lao động ở nước ngoài theo quy định; có hợp đồng ký kết với doanh nghiệp dịch vụ về việc đi làm việc ở nước ngoài, đang cần vay vốn để chi trả cho những hoạt động hợp pháp cần thiết để đi lao động hợp tác có thời hạn ở nước ngoài.

- Cho vay cầm cố bằng giấy tờ có giá.

Là sản phẩm tín dụng của Agribank dành cho quý khách hàng là người sở hữu hợp pháp tài sản cầm cố, đang có nhu cầu vay vốn phục vụ nhu cầu đời sống.

- Cho vay trả góp.

Agribank cung cấp sản phẩm tín dụng "cho vay trả góp" đối với tất cả khách hàng có nhu cầu và có điều kiện trả nợ dần trong thời hạn vay.

- Cho vay mua phương tiện đi lại.

Khách hàng là cá nhân hoặc hộ gia đình có nhu cầu vay vốn để mua ô tô, xe máy hay các loại phương tiện đi lại khác.

- Cho vay hỗ trợ du học.

Khách hàng là cá nhân hoặc hộ gia đình là thân nhân du học sinh có thể sử dụng sản phẩm này để chi phí cho sinh hoạt và học phí tại nước ngoài.

- Cho vay vốn ngắn hạn phục vụ sản xuất kinh doanh, dịch vụ.

Đối với khách hàng là cá nhân hoặc hộ gia đình có nhu cầu vay bổ sung vốn lưu động thường xuyên để hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ (bù đắp thiếu hụt tài chính).

- Cho vay lưu vụ đối với hộ nông dân.

Đây là sản phẩm tín dụng Agribank dành cho khách hàng là hộ gia đình hoặc cá nhân tại vùng chuyên canh trồng cây lương thực ngắn ngày, cây ăn quả, cây lưu gốc, cây công nghiệp, đang có nhu cầu vay vốn phục vụ sản xuất.

- Cho vay theo hạn mức tín dụng.

Khách hàng là cá nhân có nhu cầu vay vốn lưu động ngắn hạn thường xuyên, sản xuất kinh doanh ổn định.

- Cho vay đầu tư vốn cố định dự án sản xuất kinh doanh.

Đối với quý khách hàng là cá nhân hoặc hộ gia đình có nhu cầu vay vốn phục vụ chi phí đầu tư tài sản cố định như máy móc, thiết bị, nhà xưởng phục vụ sản xuất kinh doanh, dịch vụ để thực hiện dự án.

Ngoài những sản phẩm thường được khách hàng sử dụng, chi nhánh còn có thêm một số sản phẩm như: cho vay đồng tài trợ, cho vay phát hành thẻ tín dụng, cho vay theo dự án, chương trình bằng vốn tài trợ nước ngoài, cấp hạn mức tín dụng dự phòng, cho vay dưới hình thức thấu chi tài khoản, cho vay cầm cố, cho vay dự án cơ sở hạ tầng. Mặc dù, một số sản phẩm chưa được khách hàng sử dụng do sản phẩm mới lạ cũng như đặc điểm kinh doanh của huyện nhưng tất cả những sản phẩm mà Chi nhánh có thể hiện sự phong phú đa dạng trong sản phẩm tín dụng của Ngân hàng ngày càng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng cá nhân.

2.2.2. Sản phẩm tín dụng cho khách hàng doanh nghiệp.

- Cho vay từng lần

Là sản phẩm tín dụng đối với khách hàng doanh nghiệp/ hợp tác xã cần vốn cho chi phí sản xuất kinh doanh, dịch vụ nhằm bù đắp thiếu hụt tài chính.

- Cho vay hạn mức tín dụng

Agribank cung cấp sản phẩm cho khách hàng doanh nghiệp/ hợp tác xã cần vay vốn để sản xuất, kinh doanh.

- Cho vay theo dự án đầu tư vốn

Đối với khách hàng là doanh nghiệp có nhu cầu vay vốn phục vụ chi phí đầu tư tài sản cố định như máy móc, thiết bị, nhà xưởng phục vụ sản xuất kinh doanh, dịch vụ để thực hiện dự án.

- Cho vay hợp vốn

Agribank cung cấp sản phẩm "Cho vay hợp vốn" đối với khách hàng doanh nghiệp/ hợp tác xã có nhu cầu sử dụng vốn vay cho chi phí phục vụ sản xuất kinh doanh, dự án đầu tư.

- Cho vay ưu đãi xuất khẩu

Agribank hỗ trợ chi phí để thu mua, sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu thông qua sản phẩm tín dụng "cho vay ưu đãi xuất khẩu" đối với khách hàng doanh nghiệp có tín nhiệm, có hợp đồng xuất khẩu, có nguồn thu ngoại tệ, thanh toán qua Agribank và có hợp đồng kỳ hạn bán ngoại tệ cho Agribank.

Ngoài những sản phẩm thường được khách hàng sử dụng trên, chi nhánh còn có những sản phẩm khác như: cho vay để trả nợ nước ngoài trước hạn, cho vay theo hạn mức tín dụng dự phòng, cho vay thấu chi tài khoản tiền gửi thanh toán, cho vay dự án cơ sở hạ tầng.

Chi nhánh đã cố gắng đáp ứng mọi nhu cầu của khách hàng và đưa ra những sản phẩm tiện ích cho khách hàng. Tuy nhiên, hiệu quả của những sản phẩm này trong hoạt động kinh doanh của Chi nhánh đạt được như thế nào chúng ta cần phải đi sâu phân tích thực trạng việc mở rộng hoạt động tín dụng của chi nhánh để thấy được sự hài lòng của khách hàng cũng như hiệu quả tín dụng mà Chi nhánh đạt được trong những năm vừa qua.

2.3. Tình hình hoạt động của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Thủy Nguyên.

2.3.1. Công tác huy động vốn.

NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên luôn xác định vốn giữ vai trò quyết định, khách hàng luôn được đặt lên hàng đầu của hoạt động kinh doanh, Ngân hàng thực hiện đi vay để cho vay nhằm huy động tạo lập nguồn vốn lớn.

Bảng 2.1. Huy động vốn theo kỳ hạn và phân loại tiền.

Đơn vị tính: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2013		Năm 2014		Năm 2015	
	Số dư	Tỷ trọng	Số dư	Tỷ trọng	Số dư	Tỷ trọng
Tổng nguồn vốn huy động	628,303	100%	784,200	100%	955,100	100%
<i>Phân theo kỳ hạn</i>						
1. Tiền gửi không kỳ hạn	41,834	6.66%	46,600	5.94%	65,200	6.83%
2. Tiền gửi kỳ hạn dưới 12 tháng	417,573	66.46%	593,500	75.68%	628,300	65.78%
3. Tiền gửi kỳ hạn trên 12 tháng	168,896	26.88%	144,100	18.38%	261,600	27.39%
<i>Phân theo loại tiền</i>						
Nội tệ	597,593	95,1%	751,500	95.83%	921,200	96,4%
Ngoại tệ (Quy đổi)	30,710	4,9%	32,700	4.17%	33,900	3.6%

(Nguồn: Báo cáo tổng hợp của NHNo&PTNT Thủy Nguyên giai đoạn 2013 - 2015.)

Qua bảng trên ta thấy công tác huy động vốn đã có sự tăng trưởng qua các năm. Tổng tiền gửi tăng từ 628,303 triệu đồng (năm 2013) lên 955,100 triệu đồng (năm 2015).

Theo phân loại tiền gửi: Tiền gửi không kỳ hạn: tiền gửi này huy động chủ yếu từ các tổ chức kinh tế - xã hội, các doanh nghiệp và tài khoản của các tổ chức tín dụng khác, dân cư huy động không đáng kể; số dư tiền gửi năm 2013 là 41,834 triệu đồng đến năm 2014 là 46,600 triệu đồng tuy nhiên tỷ trọng lại có xu hướng giảm từ 6.66% (năm 2013) xuống còn 5.94% (năm 2014); năm 2015 lại có xu hướng tăng 18,600 triệu đồng so với năm 2014 và chiếm 6.83% tổng nguồn vốn huy động.

Loại tiền gửi này rất có ý nghĩa đối với ngân hàng vì nó sẽ bổ sung nguồn vốn tín dụng của ngân hàng, tạo thành nguồn vốn rẻ trong kinh doanh do lãi suất

của loại tiền này rất thấp từ đó sẽ làm giảm chi phí đầu vào cho ngân hàng do vậy chi nhánh cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, chủ động tìm kiếm khách hàng và thực hiện các chính sách đối với khách hàng là các tổ chức kinh tế để thu hút khách hàng mở tài khoản thanh toán tại ngân hàng nhằm mục đích tạo tiền gửi và thu phí dịch vụ.

Tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng: Đây là loại tiền rất nhạy cảm với lãi suất do thời gian nhàn rỗi được dài. Tiền gửi có kỳ hạn dưới 12 tháng có cơ cấu cao trong tổng nguồn vốn và đang có xu hướng tăng, cụ thể năm 2013 đạt 417,573 triệu đồng chiếm 66.46%; năm 2014 là 593,500 triệu đồng và chiếm tới 75.68% tổng vốn huy động; sang năm 2015 tăng lên thành 628,300 triệu đồng chiếm 65.78%. Trong thời gian qua vốn huy động từ tiền gửi dân cư tại chi nhánh có sự tăng trưởng ổn định cho thấy chi nhánh đã thực hiện tốt công tác huy động vốn, vừa duy trì được khách hàng cũ vừa thu hút được khách hàng mới gửi tiền tại chi nhánh nên số dư tiền gửi tiết kiệm của chi nhánh không ngừng tăng trưởng. Sự tăng trưởng này cũng cho thấy thu nhập nhập của người dân ngày càng tăng trong khi người dân vẫn có ít sự lựa chọn để quyết định hình thức đầu tư và cách đơn giản nhất là gửi tiền vào ngân hàng để hưởng lãi.

Tiền gửi có kỳ hạn trên 12 tháng: Tiền gửi có kỳ hạn dài của chi nhánh có xu hướng tăng giảm qua các năm, cụ thể năm 2013 đạt 168,896 triệu đồng chiếm 26.88% nhưng sang năm 2014 lại giảm chỉ còn 144,100 triệu đồng, năm 2015 tăng lên 261,600 triệu đồng chiếm 27.39% ; điều này cho thấy mấy năm gần đây Ngân hàng không chỉ mở rộng cho vay ngắn hạn mà còn đang tập chung vào cho vay những dự án có thời gian dài.

➤ Nhận xét: Đây là hoạt động huy động tiền để cho vay chính của ngân hàng. Tiền gửi dưới 12 tháng chiếm tỷ trọng lớn nhất vì vậy chi nhánh cần có những chiến lược nhằm giữ chân khách hàng đến gửi tiền và có chính sách ưu đãi tốt dành cho khách hàng gửi tiền. Tiền gửi không kỳ hạn và có kỳ hạn trên 12 tháng tuy không chiếm tỷ trọng lớn nhưng cũng góp phần cân đối cơ cấu huy động vốn của chi nhánh nhằm đảm bảo tính thanh khoản cho hoạt động của chi nhánh.

Theo phân loại tiền gửi: nhìn vào bảng số liệu ta có thể thấy huy động vốn bằng nội tệ chiếm cơ cấu và tỷ trọng lớn cụ thể năm 2013 là 597,593 triệu đồng chiếm 95.1%; năm 2014 tăng 153,907 triệu đồng đến năm 2015 tăng trưởng mạnh lên tới 921,200 triệu đồng tương đương với 96.4%. Đồng ngoại tệ có xu hướng tăng về cơ cấu nhưng lại giảm về tỷ trọng cụ thể năm 2013 đạt 30,710 triệu đồng chiếm 4.9%; năm 2014 tăng thành 32,700 triệu đồng nhưng tỷ trọng lại giảm chỉ còn 4.17% và bước sang năm 2015 thì tỷ lệ chỉ còn 3.6%. Điều này cho thấy ngân hàng huy động phần lớn từ nguồn vốn nội tệ và hạn chế nhận tiền gửi bằng ngoại tệ. Nguyên nhân chủ yếu của sự khác biệt này là do trên địa bàn huyện chủ yếu khách hàng gửi tiền là cá nhân, hộ sản xuất kinh doanh nhỏ lẻ, chỉ có một số doanh nghiệp nước ngoài mới tham gia hoạt động tại địa bàn như: khu công nghiệp VINASIN- SHINEC, khu công nghiệp VSIP...

2.3.2. Hiệu quả kinh doanh.

Với nỗ lực phấn đấu của toàn bộ ban lãnh đạo cũng như toàn thể công nhân viên của Chi nhánh, kết quả tài chính của Chi nhánh trong những năm gần đây có nhiều dấu hiệu khả quan hơn.

Bảng 2.2. Bảng lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2013		Năm 2014		Năm 2015	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
Tổng thu	60,157	100%	64,277	100%	66,642	100%
Thu lãi cho vay	32,317	53,72%	31,622	49,19%	35,580	53,39%
Thu phí thừa vốn	25,894	43,04%	30,338	47,19%	28,100	42,17%
Thu dịch vụ	1,747	2,91%	2,127	3,33%	2,828	4,24%
Thu nợ đã xử lí	199	0,33%	190	0,29%	134	0,2%
Tổng chi phí	47,345	100%	47,623	100%	46,190	100%
Chi lãi tiền gửi	36,600	77,3%	36,208	76,03%	34,089	73,8%
Chi dự phòng rủi ro	281	0,59%	757	1,59%	1,130	2,45%
Trả lương CBCNV, Chi phí dịch vụ mua ngoài	10,464	22,11%	10,658	22,38%	10,971	23,75%
Lợi nhuận trước thuế	12,812		16,654		20,452	

(Nguồn: Báo cáo tổng hợp của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên giai đoạn 2013- 2015).

- Có thể nhận thấy tổng thu của chi nhánh tăng trưởng đều qua các năm (năm 2014 tăng 4,120 triệu đồng so với năm 2013; năm 2015 tăng 2,365 triệu đồng so với năm 2014). Đây có thể coi là một kết quả tương đối khả quan của chi nhánh trong tình trạng kinh tế khó khăn do khủng hoảng kinh tế vẫn chưa hồi phục.

- Dựa vào bảng số liệu trên, ta thấy rằng: thu từ lãi là nguồn thu chủ yếu của ngân hàng, luôn chiếm tỷ trọng cao nhưng lại có xu hướng biến động tăng giảm nhẹ qua từng năm. Năm 2013 đạt 32,317 triệu đồng chiếm 53,72% tổng thu; năm 2014 đạt 31,622 triệu đồng giảm 695 triệu đồng, chiếm 49,19%; năm 2015 đạt 35,580 triệu đồng tăng 3,958 triệu đồng chiếm 53,39% tổng thu. Ngân

hàng nên có những biện pháp đẩy cao nguồn thu lãi vì đây là hoạt động có chi phí lớn và rủi ro cao.

- Thu từ hoạt động dịch vụ cũng mang lại nguồn doanh thu đáng kể cho ngân hàng. Năm 2013 đạt 1,747 triệu đồng chiếm 2.91% tổng thu; năm 2014 tăng 380 triệu đồng chiếm 3.33% tổng thu; năm 2015 tăng 701 triệu đồng chiếm 4.24% tổng thu. Nguyên nhân có mức tăng trưởng như trên là do năm 2014 có một số doanh nghiệp mạnh dạn mở rộng đầu tư, sản xuất do nhận thấy nền kinh tế đang có chiều hướng phục hồi tích cực.

- Thu phí thừa vốn năm 2013 đạt 25,894 triệu đồng chiếm 43.04%; năm 2014 đạt 30,338 triệu đồng tăng 4,444 triệu đồng so với năm 2013 chiếm 47.19% tổng thu; năm 2015 đạt 28,100 triệu đồng giảm 2,238 triệu đồng chiếm 42.17%.

- Thu nợ đã qua xử lý có xu hướng giảm qua các năm, cụ thể năm 2014 đạt 190 triệu đồng giảm 9 triệu đồng so với năm 2013 (năm 2013 đạt 199 triệu đồng); năm 2015 giảm 56 triệu đồng so với năm 2014, nguyên nhân là do ngân hàng chưa có biện pháp để có thể thu hồi các khoản nợ đã xử lý.

- Chi lãi tiền gửi năm 2013 đạt 36,600 triệu đồng chiếm 77.3%; năm 2014 đạt 36,208 triệu đồng chiếm 76.03% (giảm 392 triệu đồng so với năm 2013); năm 2015 lại giảm 2,119 triệu đồng so với năm 2014 và chiếm 73.8% tổng chi phí, nguyên nhân là do những năm này lãi suất huy động thấp nên chi phí phải trả cho lãi tiền gửi cũng giảm.

- Trả lương cho CBCNV, chi phí dịch vụ mua ngoài năm 2014 tăng 194 triệu đồng so với năm 2013, năm 2015 tăng 313 triệu đồng so với năm 2014 nguyên nhân tăng là do lạm phát làm cho đồng tiền liên tục mất giá qua các năm.

- Chi dự phòng rủi ro lại có xu hướng tăng mạnh qua các năm, cụ thể năm 2014 tăng 476 triệu đồng so với năm 2013 (năm 2013 đạt 281 triệu đồng); năm 2015 tăng 373 triệu đồng so với năm 2014. Điều này cho thấy Ngân hàng chưa quản lý tốt các khoản cho vay, chưa giám sát chặt chẽ quá trình trả nợ của khách hàng dẫn tới tình trạng nợ xấu tăng.

Lợi nhuận trước thuế tăng qua các năm, năm 2013 đạt 12,812 triệu đồng, năm 2014 tăng 3,842 triệu đồng so với năm 2013, năm 2015 tăng 3,798 triệu đồng so với năm 2014 nguyên nhân là do tổng doanh thu tăng qua các năm trong khi tổng chi phí lại có xu hướng giảm. Điều này cho thấy chất lượng kinh doanh của ngân hàng đang ngày càng được cải thiện và nâng cao.

2.4. Thực trạng về mở rộng hoạt động tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

2.4.1. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng sử dụng sản phẩm tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Yếu tố quan trọng nhất để mở rộng hoạt động tín dụng tại Chi nhánh là khách hàng vì vậy nâng cao chất lượng dịch vụ để phục vụ khách hàng tốt hơn là công việc thường xuyên của Chi nhánh. Để đánh giá chất lượng hoạt động tín dụng em đã tiến hành cuộc khảo sát đối với khách hàng hiện đang có quan hệ tín dụng với Chi nhánh. Mục đích của cuộc khảo sát là để tìm hiểu nhận định của khách hàng về dịch vụ hoạt động tín dụng tại Chi nhánh, từ đó đề xuất giải pháp nhằm mở rộng hoạt động tín dụng, nâng cao chất lượng sản phẩm duy trì khách hàng cũ và thu hút khách hàng tiềm năng. Cuộc khảo sát được thực hiện vào tháng 3 năm 2016 bằng phiếu khảo sát trên 70 khách hàng đang sử dụng dịch vụ tín dụng của Chi nhánh trong đó có 64 phiếu hợp lệ.

2.4.1.1. Mức độ thoả mãn của khách hàng đối với từng sản phẩm tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Trong câu hỏi nêu ra 10 sản phẩm tín dụng cơ bản bao gồm cả cá nhân và doanh nghiệp mà NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên đang cung cấp, khách hàng sẽ đánh dấu vào sản phẩm mà họ đang sử dụng và cho biết mức độ hài lòng về dịch vụ đó với các mức độ sau: (1) hoàn toàn không hài lòng, (2) không hài lòng, (3) hài lòng và (4) rất hài lòng. Kết quả trong bảng bên dưới cho thấy tất cả khách hàng đều hài lòng với sản phẩm mà Chi nhánh cung cấp. Cụ thể như sau:

Bảng 2.3: Số lượng khách hàng sử dụng sản phẩm tín dụng tại Chi nhánh.

Danh mục sản phẩm	Số lượng khách hàng sử dụng	Tỷ lệ (%)	Mức độ hài lòng của khách hàng (%)			
			(4)	(3)	(2)	(1)
Tín dụng cá nhân	38	59.38	70.8	22.4	6.8	0
Cho vay xây dựng mới, sửa chữa, cải tạo, nâng cấp, mua nhà ở.	18	47.37	80	20	0	0
Cho vay mua sắm hàng tiêu dùng vật dụng gia đình.	8	21.05	65	28	7	0
Cho vay người lao động đi làm việc ở nước ngoài.	5	13,16	50	35	15	0
Cho vay lưu vụ đối với hộ nông dân	3	7.9	85	10	5	0
Các sản phẩm tín dụng khác	4	10.52	74	17	9	0
Tín dụng doanh nghiệp	26	40.62	73.2	25	1.8	0
Cho vay hạn mức tín dụng	13	50	70	27	3	0
Cho vay theo dự án đầu tư	9	34.62	67	33	0	0
Cho vay từng lần	3	11.54	55.8	40	4.2	0
Cho vay ưu đãi xuất khẩu	1	3.84	100	0	0	0
Các sản phẩm tín dụng khác	0	0	0	0	0	0

(Nguồn điều tra từ khách hàng đang sử dụng sản phẩm tín dụng tại NHNo&PTNT – Chi nhánh Thủy Nguyên).

Hiện nay, danh mục sản phẩm tín dụng của chi nhánh có hơn 20 sản phẩm tín dụng cung cấp cho khách hàng cá nhân và doanh nghiệp. Điều đó cho thấy sản phẩm tín dụng tại Chi nhánh khá đa dạng, phong phú đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng, đủ khả năng cạnh tranh với các ngân hàng khác cùng khu vực. Tuy nhiên, khách hàng chỉ tập trung vào một số sản phẩm truyền thống của ngân hàng .

- Đối với khách hàng cá nhân.

- Cho vay xây dựng mới, sửa chữa, cải tạo, nâng cấp, mua nhà ở: có mức

độ hài lòng đạt 100%. Trong 38 khách hàng cá nhân được khảo sát có 18 khách hàng sử dụng sản phẩm này chiếm 47.37%. Sản phẩm này được khách hàng sử dụng nhiều vì khách hàng cá nhân chủ yếu vay trung và dài hạn phục vụ nhu cầu cá nhân và đây cũng là một trong những sản phẩm truyền thống của Ngân hàng.

- Đối với sản phẩm cho vay mua sắm hàng tiêu dùng vật dụng gia đình, có 8 khách hàng sử dụng trong 38 khách hàng được khảo sát (chiếm 21.05%) với mức độ hài lòng đạt 93%. Đây cũng là sản phẩm truyền thống của Chi nhánh nhưng do nhu cầu mua sắm hàng tiêu dùng vật dụng gia đình ít hơn xây dựng mới, cải tạo, nâng cấp, mua nhà nên số lượng khách hàng sử dụng sản phẩm này thấp.

- Sản phẩm cho vay người lao động đi làm việc ở nước ngoài có 4 khách hàng sử dụng trong tổng số 38 khách hàng chiếm 13.16%. Mức độ hài lòng của khách hàng đối với sản phẩm này đạt 85%.

- Sản phẩm cho vay lưu vụ đối với hộ nông dân có số lượng khách hàng sử dụng đạt 7.9%, mức độ hài lòng của khách hàng đạt 95%.

- Các sản phẩm tín dụng khác có 4 khách hàng sử dụng đạt 10.52%, mức độ hài lòng của khách hàng đối với các sản phẩm này thấp hơn các sản phẩm trên đạt 81%. Hi vọng rằng Ngân hàng cần có giải pháp nâng cao chất lượng các sản phẩm này trong thời gian tới.

• Đối với khách doanh nghiệp.

Trong tổng số 64 phiếu điều tra có 26 khách hàng là doanh nghiệp trong đó:

- Sản phẩm cho vay hạn mức tín dụng có 13 khách hàng sử dụng chiếm 50%. Mức độ hài lòng về chất lượng sản phẩm của khách hàng chiếm 97%. Đây là con số khá cao thể hiện chất lượng sản phẩm truyền thống của khách hàng rất tốt.

- Sản phẩm cho vay theo dự án đầu tư: có 9 khách hàng sử dụng sản phẩm chiếm 34.62%. Đây là sản phẩm truyền thống của chi nhánh nên mức độ hài lòng của khách hàng đạt 100%.

- Sản phẩm cho vay từng lần có 3 khách hàng sử dụng chiếm 11.54%, mức độ hài lòng của khách hàng đạt 95,8%.

- Sản phẩm cho vay ưu đãi xuất khẩu có 1 khách hàng sử dụng. Mức độ hài lòng của khách hàng đạt 100%. Hi vọng trong thời gian tới NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên có nhiều chính sách nâng cao chất lượng sản phẩm để thu hút nhiều khách hàng tiềm năng sử dụng sản phẩm tại Ngân hàng hơn.

Tóm lại: hầu hết các sản phẩm tín dụng của Chi nhánh đều được khách hàng đánh giá khá tốt, chứng tỏ chất lượng sản phẩm tín dụng của Chi nhánh đã thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng hiện tại. Mặc dù vậy, Ngân hàng cũng cần phải liên tục đưa ra các sản phẩm mới hấp dẫn khách hàng song song với việc nâng cao chất lượng sản phẩm nhất là các sản phẩm truyền thống để nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường nhằm mở rộng hoạt động tín dụng.

2.4.1.2. Các yếu tố khuyến khích khách hàng sử dụng sản phẩm tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Trong phiếu khảo sát em đưa ra các yếu tố khuyến khích khách hàng có nhu cầu sử dụng sản phẩm tín dụng tại Chi nhánh bao gồm: (1) Thủ tục đơn giản, không phiền hà; (2) Xử lý hồ sơ nhanh và chính xác; (3) Đội ngũ nhân viên giỏi nghiệp vụ và tư vấn tận tình; (4) Phí dịch vụ của Ngân hàng cạnh tranh; (5) Chương trình khuyến mãi hấp dẫn; (6) Có uy tín trên thị trường và (7) Công nghệ ngân hàng hiện đại để khách hàng lựa chọn thì kết quả thu được như sau:

Bảng 2.4: Các yếu tố khuyến khích nhu cầu giao dịch với NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Các yếu tố	N	%
Thủ tục đơn giản, không phiền hà.	21	32.81
Xử lý hồ sơ nhanh và chính xác.	20	31.25
Đội ngũ nhân viên giỏi nghiệp vụ và tư vấn tận tình.	11	17.19
Phí dịch vụ cạnh tranh.	45	70.31
Chi nhánh có các chương trình khuyến mãi hấp dẫn.	10	15.6
Uy tín trên thị trường	46	71.88
Công nghệ ngân hàng hiện đại.	13	20.31

(Nguồn điều tra từ khách hàng đang sử dụng sản phẩm tín dụng tại NHNo&PTNT Chi nhánh Thủy Nguyên).

Qua bảng trên ta thấy, trong các yếu tố khuyến khích khách hàng sử dụng sản phẩm tín dụng của Ngân hàng thì yếu tố “Uy tín trên thị trường” được khách hàng đánh giá cao nhất chiếm 71.88%, tiếp theo là “Phí dịch vụ cạnh tranh” với 70.31% và “Thủ tục đơn giản, không phiền hà” chiếm 32.81%. Theo đánh giá của khách hàng tham gia khảo sát, Chi nhánh chưa có các chính sách khuyến mãi hấp dẫn (84.4%), công nghệ ngân hàng hiện đại cũng bị đánh giá thấp (79.69%); đội ngũ nhân viên chưa thực sự giỏi nghiệp vụ và tận tình tư vấn (82.81%), có 31.25% khách hàng đánh giá Ngân hàng xử lý hồ sơ nhanh và chính xác. Đây là các vấn đề mà chi nhánh cần có các giải pháp trong thời gian tới.

2.4.1.3. Nhận xét của khách hàng về nhân viên tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Khi đưa ra 6 nhận định về nhân viên tín dụng tại chi nhánh, với các mức độ lựa chọn sau: (1) hoàn toàn không đồng ý, (2) không đồng ý, (3) đồng ý, (4) rất đồng ý. Kết quả thu được như sau:



Biểu đồ 2.1: Nhận xét của khách hàng về nhân viên tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Qua biểu đồ trên ta thấy, tiêu chí “giao tiếp lịch sự, thân thiện và nhiệt tình” được khách hàng đánh giá cao nhất với giá trị trung bình 3.38, tiếp theo là

“Quan tâm đến quyền lợi của chúng tôi” và “Luôn đáp ứng yêu cầu của chúng tôi một cách kịp thời” với giá trị trung bình lần lượt là 3.14 và 2.88. Cách phục vụ chuyên nghiệp và xử lý công việc một cách chính xác và nhanh chóng với giá trị trung bình là 2.83 và 2.75; thấp nhất là có nghiệp vụ vững vàng với giá trị trung bình là 2.66. Qua kết quả trên cho thấy Ngân hàng cũng cần có những chương trình đào tạo nghiệp vụ và kỹ năng chăm sóc khách hàng nhiều hơn nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng ngày càng tốt hơn.

2.4.1.4. Nhận xét của khách hàng về cơ sở vật chất của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Trong bảng câu hỏi nêu ra 4 lựa chọn cho khách hàng là: (1) rất hài lòng, (2) hài lòng, (3) không hài lòng, (4) hoàn toàn không hài lòng. Trong 64 khách hàng tham gia khảo sát thì không có khách hàng nào chọn hoàn toàn không hài lòng, có 2 khách hàng chọn không hài lòng chiếm 3%, 27 khách hàng chọn hài lòng chiếm 42.2% và 35 khách hàng chọn rất hài lòng chiếm 54.8%. Kết quả cho thấy cơ sở vật chất phục vụ hoạt động tín dụng tại Chi nhánh khá tốt.

2.4.1.5. Khả năng giới thiệu các sản phẩm tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên cho bạn bè và đồng nghiệp.

Trong bảng khảo sát nêu ra 4 gợi ý cho khách hàng là: (1) rất có thể, (2) có thể, (3) ít có khả năng, (4) hoàn toàn không. Trong 64 khách hàng được khảo sát không có khách hàng nào hoàn toàn không có khả năng giới thiệu với bạn bè và đồng nghiệp, có 28 khách hàng có thể giới thiệu với bạn bè chiếm 43.75%, 34 khách hàng cho ý kiến rất có thể giới thiệu các sản phẩm tín dụng của Ngân hàng chiếm 53% và chỉ có 2 khách hàng ít có khả năng giới thiệu chiếm 3.25%. Kết quả cho thấy khách hàng hiện hữu cũng là một kênh phát triển khách hàng mới rất có hiệu quả nếu Chi nhánh chú ý đến kênh này.

2.4.1.6. Nhận xét chung của khách hàng về hoạt động tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Trong bảng câu hỏi nêu ra 4 lựa chọn cho khách hàng là: (1) rất hài lòng, (2) hài lòng, (3) không hài lòng, (4) hoàn toàn không hài lòng. Trong 64 khách hàng tham gia khảo sát thì không có khách hàng nào chọn hoàn toàn không hài

lòng, có 3 khách hàng chọn không hài lòng chiếm 4.69%, 29 khách hàng chọn hài lòng chiếm 45.31% và 32 khách hàng chọn rất hài lòng chiếm 50%. Kết quả cho thấy chất lượng hoạt động tín dụng tại Chi nhánh được đánh giá là khá tốt.

=>Tóm lại: Khi phân tích thực trạng mở rộng hoạt động tín dụng theo mô hình 7P tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên ta thấy Chi nhánh đạt được một số kết quả tích cực đáng ghi nhận như: uy tín trên thị trường cao dẫn đến nguồn vốn huy động tăng qua các năm, phí dịch vụ cạnh tranh, chất lượng sản phẩm tốt, địa điểm thuận lợi cho sự phát triển về quy mô tín dụng. Tuy nhiên, bên cạnh những điểm tích cực thì Chi nhánh lại không tận dụng được thế mạnh cũng như cơ hội để mở rộng quy mô tín dụng, các dịch vụ khuyến mại, đi sâu vào tâm lý khách hàng thực hiện chưa tốt. Với những kết quả đạt được và những hạn chế trong hoạt động của Chi nhánh chúng ta cùng phân tích thực trạng dư nợ tín dụng cũng như doanh số cho vay trong những năm vừa qua.

2.4.2. Tình hình dư nợ tín dụng và doanh số cho vay của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Tín dụng là hoạt động rất quan trọng trong mỗi ngân hàng do nó vừa chiếm tỷ trọng lớn cũng như mang lại thu nhập cho các ngân hàng, bên cạnh đó thì rủi ro đối với hoạt động này cũng không nhỏ. Chính vì vậy, công tác tín dụng luôn được chi nhánh coi là mũi nhọn, là nhiệm vụ hàng đầu trong hoạt động kinh doanh. Hoạt động tín dụng của Chi nhánh đang dần được mở rộng và phát triển, tuy nhiên mức độ mở rộng còn chưa cân xứng với nguồn vốn huy động của Ngân hàng. Vì vậy ta sẽ đi vào phân tích thực trạng dư nợ tín dụng cũng như doanh số cho vay và tình hình thu nợ của Chi nhánh từ năm 2013 đến năm 2015 để thấy được rõ hơn.

Bảng 2.5: Tình hình hoạt động tín dụng phân theo thành phần kinh tế tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2013		Năm 2014		Năm 2015		Chênh lệch 2014/2013		Chênh lệch 2015/2014	
	Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Dư nợ tín dụng đầu kỳ	277,636	100	306,200	100	378,800	100	28,564	10.3	72,600	23.7
Cá nhân	219,880	79.2	237,800	77.7	318,900	84.2	17,920	8.1	81,100	34.1
Doanh nghiệp	57,756	20.8	68,400	22.3	59,900	15.8	10,644	18.4	(8,500)	(12.4)
Doanh số cho vay	408,264	100	496,950	100	542,170	100	88,686	21.7	45,220	9.1
Cá nhân	335,987	82.3	410,550	82.6	449,760	83	74,563	22.2	39,210	9.6
Doanh nghiệp	72,277	17.7	86,400	17.4	92,410	17	14,123	19.5	6,010	7
Doanh số thu nợ	379,700	100	424,350	100	473,270	100	44,650	11.8	48,920	11.5
Cá nhân	318,067	83.8	329,450	77.6	385,660	81.5	11,383	3.6	56,210	17.1
Doanh nghiệp	61,633	16.2	94,900	22.4	87,610	18.5	33,627	54	(7,290)	(7.7)
Dư nợ tín dụng cuối kỳ	306,200	100	378,800	100	447,700	100	72,600	23.7	68,900	18.2
Cá nhân	237,800	77.7	318,900	84.2	383,000	85.5	81,100	34.1	64,100	20.1
Doanh nghiệp	68,400	22.3	59,900	15.8	64,700	14.5	(8,500)	(12.4)	4,800	8

(Nguồn: Báo cáo tổng hợp của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên giai đoạn 2013– 2015).

Qua bảng số liệu ta có thể thấy tổng dư nợ tín dụng cuối năm 2013 là 306,200 triệu đồng; năm 2014 tăng 72,600 triệu đồng so với năm 2013 với tỷ lệ tăng trưởng là 23.7%; năm 2015 tăng lên thành 72,600 triệu đồng và đạt tỷ lệ tăng trưởng là 18.2% so với năm 2014. Trong đó, dư nợ tín dụng cá nhân năm 2013 là 237,800 triệu đồng chiếm 77.7%, dư nợ tín dụng cá nhân năm 2014 tăng 81,100 triệu đồng chiếm 84.2%, sang năm 2015 dư nợ tín dụng cá nhân là 383,000 triệu đồng tăng 64,100 triệu đồng so với năm 2014 và chiếm tới 85.5% tổng dư nợ tín dụng. Dư nợ tín dụng cá nhân chiếm tỷ trọng cao nguyên nhân là do trên địa bàn huyện thương mại, dịch vụ hỗ trợ sản xuất nông nghiệp khá phát triển, đứng thứ hai là ngành công nghiệp chế biến nên dư nợ cho vay hộ sản xuất, cá nhân đạt tỷ lệ cao hơn nhiều so với dư nợ cho vay doanh nghiệp. Trong khi đó, dư nợ cho vay doanh nghiệp lại chiếm tỷ trọng thấp năm 2013 chiếm 22.3% tương đương 68,400 triệu đồng; năm 2014 có xu hướng giảm chỉ còn 59,900 triệu đồng chiếm 15.8%; năm 2015 có xu hướng tăng 4,800 triệu đồng so với năm 2014 nhưng tỷ trọng lại giảm chỉ chiếm 14.5%, điều này cho thấy tuy dư nợ cho vay hộ sản xuất, cá nhân là chủ yếu nhưng dư nợ cho vay doanh nghiệp ngoài nhà nước cũng từng bước tăng trưởng do huyện đang trên đà thu hút vốn đầu tư mạnh mẽ từ nước ngoài với nhiều khu công nghiệp lớn như: Khu đô thị, khu công nghiệp VSIP, khu công nghiệp VINASIN- SHINEC...

Tỷ lệ tăng trưởng dư nợ tín dụng cá nhân năm 2014 là 34.1%, tỷ lệ tăng trưởng năm 2015 giảm xuống chỉ có 20.1% điều đó dẫn tới tỷ lệ tăng trưởng dư nợ tín dụng năm 2015 thấp hơn năm 2014.

Doanh số thu nợ tăng qua các năm nhưng tỷ lệ tăng trưởng thu nợ lại có xu hướng giảm. Doanh số thu nợ năm 2013 là 379,700 triệu đồng, năm 2014 tăng 44,650 triệu đồng đạt tỷ lệ tăng trưởng là 11.8%, năm 2015 tăng 48,920 triệu đồng (năm 2015 là 473,270 triệu đồng) đạt tỷ lệ tăng trưởng là 11.5%. Trong đó, doanh số thu nợ cá nhân năm 2013 là 318,067 triệu đồng chiếm 83.8%, năm 2014 tăng 11,383 triệu đồng nhưng tỷ trọng chỉ còn 77.6%, năm 2015 tăng 56,210 triệu đồng so với năm 2014 (năm 2015 là 385,660 triệu đồng). Doanh số thu nợ doanh nghiệp năm 2013 là 61,633 triệu đồng, năm 2014 tăng

33,627 triệu đồng so với năm 2014 tương đương với tỷ lệ tăng trưởng là 54%, ta có thể thấy năm 2014 công tác thu hồi nợ của ngân hàng là rất tốt, nhưng sang năm 2015 doanh số thu nợ lại giảm 7,290 triệu đồng so với năm 2014 (năm 2014 là 94,900 triệu đồng) làm cho tỷ lệ tăng trưởng doanh số thu nợ năm 2015 là -7.7%.

Doanh số cho vay năm 2013 là 408,264 triệu đồng; năm 2014 tăng 88,686 triệu đồng so với năm 2013 đạt tỷ lệ tăng trưởng doanh số cho vay rất cao là 21.7%; năm 2015 là 542,170 triệu đồng có tăng so với năm 2014 (năm 2014 là 496,950 triệu đồng) tuy nhiên tỷ lệ tăng trưởng doanh số cho vay năm 2015 lại thấp hơn tỷ lệ tăng trưởng năm 2014 (năm 2015 là 9.1%) điều này cho thấy tỷ lệ tăng trưởng doanh số cho vay đang có xu hướng giảm, chưa tương xứng với nguồn vốn huy động dẫn tới việc ngân hàng phải điều chuyển nguồn vốn thừa sang cho các Chi nhánh khác.

Bảng 2.6: Tỷ lệ dư nợ / Vốn huy động

Đơn vị: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015
Dư nợ	306,200	378,800	447,700
Huy động	628,303	784,200	955,100
Dư nợ / huy động	48.73%	48.3%	46.87%

(Nguồn: Báo cáo tổng hợp của NHNo&PTNT Thủy Nguyên giai đoạn 2013 - 2015.)

Quan sát tỷ lệ Dư nợ/Tổng vốn huy động của chi nhánh qua 3 năm từ 2013-2015, ta nhận thấy tỷ lệ này luôn <100%. Năm 2013, tỷ lệ dư nợ/huy động vốn là 48.73%, năm 2014 giảm chỉ còn 48.3% và năm 2015 tỷ lệ này giảm xuống còn 46.87%. Điều này cho thấy rằng ở Chi nhánh dư nợ cho vay luôn nhỏ hơn tổng vốn huy động được, tức là hoạt động cho vay của chi nhánh chưa phát huy được hiệu quả mặc dù ngân hàng đã tích cực tạo lợi nhuận từ nguồn vốn huy động đồng thời cho thấy ngân hàng chưa sử dụng hiệu quả toàn bộ nguồn vốn huy động, dẫn đến gây lãng phí. Vốn huy động tăng cao mà dư nợ lại thấp điều này cho thấy ngoài cho vay ngân hàng phải luân chuyển nguồn vốn thừa

sang cho các ngân hàng cùng hệ thống hay cho các ngân hàng khác vay để giải phóng vốn đã huy động. Vì vậy ngân hàng cần phải có những biện pháp nhằm mở rộng hoạt động tín dụng để có thể sử dụng nguồn vốn huy động một cách hiệu quả.

Bảng 2.7: Số lượng khách hàng, số món vay và quy mô món vay.

Chỉ tiêu		Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	Chênh lệch 2014/2013		Chênh lệch 2015/2014	
					Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)
Số lượng khách hàng (đơn vị: khách hàng)	Cá nhân	1,762	1,901	2,094	139	7.89	193	10.15
	Doanh nghiệp	69	76	87	7	10.14	11	14.47
Số món vay (đơn vị: món vay)	Cá nhân	1,784	1,986	2,130	202	11.26	144	7.25
	Doanh nghiệp	73	84	89	11	15.08	5	5.95
Quy mô món vay	Cá nhân	188.33	206.72	211.15	18.39	9.76	4.43	2.14
	Doanh nghiệp	990.09	1,029	1,038	38.91	3.93	9	0.87

(Nguồn: Báo cáo tổng hợp của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên giai đoạn 2013–2015).

Với vị trí địa lý thuận lợi, Chi nhánh có cơ hội để tiếp cận và thu hút nhiều khối khách hàng doanh nghiệp cũng như khách hàng cá nhân. Năm 2013 số lượng khách hàng doanh nghiệp đạt 69 khách hàng. Số lượng khách hàng cá nhân đạt 1,762 khách hàng. Tính đến cuối năm 2014, số lượng khách hàng doanh nghiệp tăng lên thành 76 khách hàng với tốc độ tăng 10.14%, số lượng khách hàng cá nhân có sự tăng mạnh hơn đạt 139 khách hàng với tốc độ tăng 7.89%. Số khách hàng cá nhân năm 2015 tăng 193 khách hàng với tốc độ tăng là 10.15%, số khách hàng doanh nghiệp tăng 11 khách hàng tương đương với tốc độ tăng là 14.47% so với năm 2014. Tuy số lượng khách hàng qua các năm mặc

dù có tăng nhưng không đáng kể tuy nhiên cũng một phần nào thể hiện uy tín cũng như thương hiệu của ngân hàng trên địa bàn huyện, hy vọng trong thời gian tới ngân hàng nên có nhiều chính sách để thu hút khách hàng.

Đa số mỗi khách hàng chỉ có một món vay với Chi nhánh, một số khách hàng truyền thống có thêm một vài khoản vay với Chi nhánh nhưng không đáng kể. Quy mô món vay năm 2013 còn thấp đạt trung bình 990.09 triệu đồng trên một doanh nghiệp và 188.33 triệu đồng trên một khách hàng cá nhân. Tuy nhiên sang năm 2014, quy mô món vay có sự tăng nhẹ trung bình đạt 1,029 triệu đồng trên một khách hàng doanh nghiệp và 206.72 triệu đồng trên một khách hàng cá nhân. Năm 2015 quy mô món vay doanh nghiệp trung bình đạt 1,038 triệu đồng trên một khách hàng doanh nghiệp và 211.15 triệu đồng trên một khách hàng cá nhân. Điều đó cho thấy Chi nhánh đang mở rộng về quy mô món vay góp phần mở rộng hoạt động tín dụng tại Chi nhánh. Đây là kết quả đáng ghi nhận cho sự cố gắng của cán bộ nhân viên toàn Chi nhánh.

Bảng 2.8: Dư nợ cho vay theo thời gian của Chi nhánh.

Đơn vị tính: triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2013	Năm 2014	Năm 2015	2014/2013		2015/2014	
				Chênh lệch	%	Chênh lệch	%
Tổng dư nợ cho vay	306,200	378,800	447,700	72,600	124	68,900	118
Cho vay ngắn hạn	255,600	287,400	301,700	31,800	112	14,300	105
Cho vay trung và dài hạn	50,600	91,400	146,000	40,800	181	54,600	160

(Nguồn: Báo cáo tổng hợp của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên giai đoạn 2013– 2015).

Qua bảng số liệu ta thấy dư nợ cho vay năm 2013 đạt 306,200 triệu đồng, dư nợ cho vay năm 2014 đạt 378,800 triệu đồng tăng 72,600 triệu đồng so với năm 2013 (tăng 24%). Dư nợ cho vay năm 2015 đạt 447,700 triệu đồng, tăng 68,900 triệu đồng so với năm 2014 (tăng 18%). Chi nhánh chủ yếu là cho vay

ngắn hạn và có xu hướng tăng dần qua các năm. Năm 2014 tăng so với năm 2013 là 31,800 triệu đồng (tăng 12%) , năm 2015 tăng so với năm 2014 là 14,300 triệu đồng (tăng 5%) trong khi đó cho vay trung và dài hạn có cơ cấu khá thấp nhưng lại đang có xu hướng tăng. Năm 2014 tăng so với năm 2012 là 40,800 triệu đồng (tăng 81%), năm 2015 tăng so với năm 2014 là 54,600 triệu đồng (tăng 60%). Do nguồn vốn huy động trung và dài hạn tăng lên kéo theo việc cho vay dài hạn cũng tăng theo, điều này cho thấy ngân hàng đang thay đổi trong chính sách cho vay, đảm thach thức với những dự án dài hạn, có độ rủi ro cao.

Bảng 2.9: Cơ cấu cho vay theo ngành kinh tế.

Đơn vị: triệu đồng

Ngành	Năm 2013		Năm 2014		Năm 2015		Chênh lệch	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	2014/2013	2015/2014
1.Nông, lâm nghiệp, thủy sản	53,200	17.37%	60,000	15.84%	87,300	19.5%	6,800	27,300
2.Công nghiệp chế biến	81,300	26.55%	105,900	27.96%	130,200	29.08%	24,600	24,300
3.Xây dựng	12,700	4.15%	14,900	3.93%	14,900	3.33%	2,200	0
4.Vận tải, kho bãi, thông tin liên lạc	6,800	2.22%	6,000	1.58%	10,800	2.41%	(800)	4,800
5.Thương nghiệp, dịch vụ	121,800	39.78%	120,300	31.76%	125,600	28.06%	(1,500)	5,300
6.Ngành nghề khác	30,400	9.93%	71,700	18.93%	79,000	17.62%	41,300	7,300
Tổng dư nợ	306,200	100%	378,800	100%	447,700	100%	72,600	68,900

(Nguồn: Báo cáo tổng hợp của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên giai đoạn 2013 - 2015).

Sự phát triển của danh mục tín dụng theo ngành phản ánh tình hình phát triển kinh tế chung của địa bàn. Dư nợ tín dụng của chi nhánh đối với các ngành

nông nghiệp, công nghiệp, dịch vụ chiếm tỷ trọng cao. Xu thế này phù hợp với chiến lược tín dụng của ngân hàng trong giai đoạn sắp tới đó là tập trung vào các ngành đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển kinh tế của huyện.

Hoạt động cho vay theo lĩnh vực nông- lâm nghiệp, thủy sản có xu hướng tăng qua các năm nhưng tỷ trọng tăng không đồng đều. Năm 2013 đạt 17.37% sang năm 2014 tăng 6,800 triệu đồng so với năm 2013 nhưng tỷ lệ lại giảm chỉ còn 15.84% ,đến năm 2015 thì tỷ trọng lại tăng thành 19.5% tăng 27,300 triệu đồng so với năm 2014. Nông nghiệp của huyện trong giai đoạn 2013- 2015 phát triển theo hướng sản xuất hàng hóa, cơ cấu sản phẩm của ngành đã có sự chuyển dịch theo hướng tích cực, tỷ trọng ngành chăn nuôi đã được nâng lên từng năm. Kinh tế trang trại phát triển mạnh nhất là các trang trại chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản, cây ăn quả. Các tiến bộ khoa học được áp dụng một cách tích cực, nhiều loại cây trồng vật nuôi có giá trị kinh tế cao đã được đưa vào sản xuất, nhờ đó hiệu quả kinh tế trên một đơn vị diện tích canh tác ngày càng cao.

Từ năm 2013-2015, dư nợ tín dụng cho ngành công nghiệp chế biến tăng qua các năm, năm 2014 chiếm 26.55% tăng 24,600 triệu đồng so với năm 2013, năm 2015 đạt 130,200 triệu đồng chiếm 29.08% tăng 24,300 triệu đồng. Nhìn vào đây ta thấy đây là ngành có tỷ trọng cao thứ 2 trong tổng dư nợ tín dụng của chi nhánh chỉ sau thương nghiệp, dịch vụ. Công nghiệp do huyện quản lý trong những năm qua đã từng bước phát triển, các ngành khi thác vật liệu xây dựng, đúc kim loại và mộc dân dụng, đóng mới và sửa chữa phương tiện vận tải, chế biến lương thực thực phẩm, các làng nghề truyền thống đã được khôi phục và phát triển mạnh, có nhiều làng nghề trở thành mô hình tiên tiến làm ăn có hiệu quả như: làng nghề Mỹ Đồng, Hiệp hội vận tải Đoàn Kết- An Lư, Hợp tác xã đánh cá Lập Lễ,.. Số cơ sở sản xuất công nghiệp trên địa bàn ngày càng tăng, các ngành nghề và lĩnh vực sản xuất đa dạng và phong phú hơn nhiều so với mấy năm trước.

Ngành xây dựng chiếm tỷ trọng tương đối thấp qua các năm và có xu hướng giảm dần qua các năm năm 2013 chiếm 4.15%, năm 2014 giảm xuống còn 3.93% nhưng sang năm 2015 lại giảm xuống còn có 3.33% thậm chí cơ cấu

còn không thay đổi vẫn đạt 14,900 triệu đồng như năm 2014. Điều này cho thấy ngân hàng chưa chú trọng nhiều vào lĩnh vực xây dựng mặc dù ngành này đang rất phát triển ở địa bàn huyện do kinh tế và đời sống của người dân đang được nâng cao, nhưng cũng dễ hiểu vì nó phù hợp với chính sách huy động vốn của ngân hàng.

Vận tải kho bãi, thông tin liên lạc chiếm tỷ trọng và cơ cấu rất nhỏ cụ thể: năm 2014 giảm 800 triệu đồng so với năm 2013 nhưng sang năm 2015 lại có xu hướng tăng khá mạnh tăng những 4,800 triệu đồng song vẫn chiếm tỷ trọng rất thấp trong tổng dư nợ chiếm có 2,41%.

Thương nghiệp, dịch vụ là ngành chiếm tỷ trọng cao nhất, có thể thấy đây là thị trường tiềm năng, chi nhánh ngân hàng cũng đang mở rộng cho vay đối với các đối tượng này. Năm 2013 đạt 121,800 triệu đồng chiếm 39.78%; năm 2014 giảm 1,500 triệu đồng nhưng tỷ trọng lại tăng chiếm tới 31.76% tổng dư nợ; năm 2015 tăng lên 5,300 triệu đồng chiếm 28.06%. Tuy có sự tăng giảm qua các năm vẫn chiếm vị trí quan trọng. Là một huyện có nền nông nghiệp lâu đời nên dịch vụ hỗ trợ sản xuất nông nghiệp khá phát triển, hàng năm dịch vụ đã cung cấp hàng nghìn tấn đạm, lân kali và hàng chục tấn thuốc bảo vệ thực vật phục vụ sản xuất. Dịch vụ giống cây trồng vật nuôi trên địa bàn huyện cũng phát triển mạnh với hàng trăm lao động. Ngành thương mại trong thời kỳ qua đã có nhiều cố gắng trong việc phục vụ đời sống nhân dân trong huyện, làm động lực thúc đẩy nông nghiệp và công nghiệp phát triển. Số đơn vị kinh doanh thương mại ngoài quốc doanh tăng nhanh nhưng hoạt động thương mại của huyện hiện nay vẫn do tư nhân nắm vai trò chủ yếu. Đây cũng là một trong những ngành thế mạnh của huyện nên việc tăng tỷ trọng cho vay đối với ngành này là hướng đi đúng đắn.

Ngoài ra còn một số ngành nghề khác cũng tăng qua các năm nhưng tỷ trọng lại giảm. Năm 2014 tăng 41,300 triệu đồng so với năm 2013 chiếm tới 18.93%; năm 2015 tăng 7,300 triệu đồng so với năm 2014 nhưng tỷ trọng thì lại giảm xuống chỉ còn 17.62%. Có thể thấy chiến lược của ngân hàng đang có sự

thay đổi, hạn chế tín dụng đối với ngành đã phát triển bão hòa và kém cạnh tranh trong địa bàn.

Bảng 2.10: Chất lượng tín dụng

Đơn vị: triệu đồng

Nhóm nợ	Năm 2013		Năm 2014		Năm 2015	
	Số dư	Tỷ trọng	Số dư	Tỷ trọng	Số dư	Tỷ trọng
1.Nợ đủ tiêu chuẩn	304,016	99.29%	376,638	99.43%	443,360	99.03%
2.Nợ cần chú ý	1,968	0.64%	1,917	0.5%	1,189	0.27%
3.Nợ dưới tiêu chuẩn	29	0.009%	35	0.009%	2,362	0.53%
4.Nợ nghi ngờ	67	0.021%	91	0.024%	239	0.07%
5.Nợ có khả năng mất vốn	115	0.04%	119	0.037%	550	0.1%
Tổng	306,200	100%	378,800	100%	447,700	100%

(Nguồn: Báo cáo tổng hợp của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên giai đoạn 2013 - 2015).

Tỷ lệ nợ xấu của ngân hàng thấp hơn rất nhiều so với tỷ lệ quy định không vượt quá 3% của nhà nước cao nhất chỉ khoảng 0.7% năm 2015. Điều này cho thấy tuy những năm gần đây tình hình kinh tế khó khăn nhưng chi nhánh đã nỗ lực hết sức trong việc quản trị rủi ro, siết chặt quy định thẩm định, tăng cường kiểm tra, kiểm soát việc sử dụng các khoản vay cũng như đôn đốc thu hồi nợ.

Nguyên nhân chủ yếu của những món nợ xấu tại chi nhánh do cả khách quan và chủ quan gây nên:

- Khách quan:

+ Do môi trường kinh doanh gặp nhiều khó khăn tình hình kinh doanh tài chính của các doanh nghiệp suy giảm, dẫn đến kinh doanh không hiệu quả gây nên nợ xấu không mong muốn cho cả ngân hàng và khách hàng.

+ Quy định pháp luật nhằm hạn chế, giải quyết tình trạng nợ xấu đã có nhưng chưa minh bạch, hợp lý.

- Chủ quan:

+ Do năng lực quản lý tín dụng của ngân hàng trong khâu cho vay, đôn đốc thu hồi nợ của ngân hàng đối với các khoản vay còn chưa tốt. Cán bộ tín dụng không thường xuyên giám sát, kiểm tra các món vay xem có được sử dụng đúng mục đích hay không.

+ Do khách hàng sử dụng vốn vay không hiệu quả, không đúng mục đích.

Tỷ lệ nợ xấu của ngân hàng không cao, nguyên nhân chủ yếu là do khách hàng trên địa bàn huyện chủ yếu là các hộ sản xuất vay thông qua các hội như hội phụ nữ, hội nông dân... nên thông qua các hội dễ thu hồi gốc và lãi đúng thời hạn. Còn các doanh nghiệp trên địa bàn kinh doanh nhỏ lẻ và thường là khách hàng uy tín nên việc xảy ra nợ xấu cũng ít xảy ra.

2.4.3. Đánh giá hoạt động tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Qua sự phân tích thực trạng mở rộng hoạt động tín dụng của chi nhánh chúng ta thấy rằng Chi nhánh đã đạt được một số thành công rất đáng khích lệ. Tuy nhiên song song với những thành công đó, Chi nhánh vẫn còn rất nhiều hạn chế.

2.4.3.1. Kết quả đạt được.

Những năm qua do bám sát vào sự chỉ đạo của Ngân hàng Nông nghiệp thành phố, của Cấp ủy, chính quyền các cấp trên địa bàn cùng sự năng động, sáng tạo của tập thể cán bộ công nhân viên Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chi nhánh Thủy Nguyên đã nỗ lực phấn đấu, đảm bảo cho hoạt động kinh doanh của đơn vị ổn định, phát triển và có hiệu quả. Trong những năm qua chi nhánh đã đạt được những kết quả đáng kể:

+ Trong công việc điều tra lập hồ sơ xét duyệt cho vay tại chi nhánh đã thực hiện đúng quy chế ban hành của các cấp có thẩm quyền. Mặt khác, đã xét duyệt hồ sơ các dự án vay vốn nhanh chóng, giải ngân đúng tiến độ, thu nợ lãi như cam kết cũng như theo hoàn cảnh thực tế.

+ Doanh số cho vay, dư nợ cho vay của Chi nhánh các năm gần đây có nhiều biến động tích cực. Trong tổng dư nợ cho vay đối với loại hình doanh nghiệp, dư nợ cho vay trung và dài hạn cũng có sự tăng về số lượng cũng như về quy mô và cơ cấu. Đây có thể coi là sự tiến bộ của Chi nhánh vì cho vay trung dài hạn mặc dù có độ rủi ro cao nhưng chênh lệch lãi suất mang lại cho ngân hàng sẽ lớn hơn cho vay ngắn hạn nhiều nếu như Chi nhánh có chính sách cho vay trung dài hạn đi liền với với những biện pháp quản lý nguồn vốn một cách hiệu quả. Mặt khác, tính đến ngày 31/12/2015 trong tổng nguồn vốn huy động thì tỷ trọng nguồn vốn trung và dài hạn chiếm tỷ lệ khá cao, đây có thể coi như là một lợi thế giúp Chi nhánh có thể đáp ứng nhu cầu vay vốn của khách hàng. Nguồn vốn này có thể giúp chi nhánh phát triển trong việc cho vay trung và dài hạn đối với các doanh nghiệp, cải thiện tình trạng cho vay ngắn hạn chiếm tỷ trọng chủ yếu. Mặc dù các doanh nghiệp còn gặp nhiều khó khăn khi vay vốn ngân hàng thì về phía ngân hàng tâm lý cho các doanh nghiệp vay vốn sợ gặp phải rủi ro. Tuy nhiên bằng sự nỗ lực tìm kiếm những khách hàng có đủ điều kiện vay vốn và có tiềm năng phát triển đồng thời Chi nhánh cũng đưa ra nhiều biện pháp hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc tiếp cận nguồn vốn trung và dài hạn. Điều này giúp cho Chi nhánh đã giải quyết được phần nào nhu cầu vốn trung và dài hạn của các doanh nghiệp. Hoạt động này không những mang lại nguồn lãi quan trọng mà còn tạo lên mối quan hệ tin tưởng làm ăn lâu dài giữa các doanh nghiệp với ngân hàng, mở rộng các dịch vụ ngân hàng tăng thu nhập cho Chi nhánh cũng như tăng tiện ích cho khách hàng.

+ Chi nhánh một mặt duy trì mối quan hệ bền vững đối với khách hàng truyền thống, một mặt hướng đến đối tượng khách hàng mới, đưa ra các ưu đãi cho khách hàng là các doanh nghiệp. Điều đó phần nào làm cho dư nợ và doanh số cho vay trung và dài hạn của chi nhánh không ngừng tăng lên.

+ Xét về chất lượng tín dụng của các khoản cho vay của Chi nhánh trong những năm gần đây. Có thể thấy rằng chất lượng tín dụng của các khoản vay là tốt, tỷ lệ nợ xấu chỉ khoảng 0.7%. Điều này cho thấy tuy những năm gần đây tình hình kinh tế khó khăn nhưng chi nhánh đã nỗ lực hết sức trong việc quản trị rủi ro, siết chặt quy định thẩm định, tăng cường kiểm tra, kiểm soát việc sử dụng các khoản vay cũng như đôn đốc thu hồi nợ.

.+ Xét về hiệu quả các khoản vay, hoạt động của các Ngân hàng thương mại được thực hiện trên nguyên tắc an toàn và sinh lời. Ngân hàng cho khách hàng vay vốn, họ tin tưởng rằng trong tương lai sẽ nhận được khoản chênh lệch từ lãi. Tuy nhiên trong quá trình xét duyệt cho vay do đặc tính rủi ro của các khoản cho vay này ngân hàng thường hết sức tuân thủ nguyên tắc cho vay đồng thời trong quá trình giải ngân và sử dụng vốn ngân hàng phải thường xuyên theo dõi vốn vay có được sử dụng hiệu quả hay không. Làm được như vậy ngân hàng sẽ có thể thu hồi vốn và các khoản tiền lãi đúng thời hạn.

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn chi nhánh Thủy Nguyên phát triển cho vay trung và dài hạn cũng chính từ mục đích tìm kiếm khoản tiền lãi lớn hơn từ cho vay trung và dài hạn đối với cho vay ngắn hạn. Mặc dù dư nợ cho vay trung và dài hạn chiếm tỷ trọng nhỏ nhưng nó cũng đã đem lại hiệu quả kinh tế cho chi nhánh. Các khoản cho vay trung và dài hạn đóng góp một phần vào lợi nhuận của Chi nhánh, làm cơ sở cho ngân hàng phát triển các dịch vụ kinh doanh hiện đại góp phần tăng khả năng cạnh tranh của Chi nhánh.

Chúng ta cũng phải kể tới việc Chi nhánh đã và đang tích cực trong việc đa dạng hóa các khoản vay. Dư nợ còn tập trung nhiều trong hai ngành kinh tế là thương mại- dịch vụ và công nghiệp chế biến.

2.4.3.2. Hạn chế và nguyên nhân.

• Hạn chế

Bên cạnh những thành tựu đã đạt được trong công tác cho vay, Chi nhánh vẫn còn rất nhiều hạn chế. Có thể kể tới một số hạn chế như:

+ Quy mô tín dụng chưa đạt yêu cầu: Số lượng khách hàng doanh nghiệp và cá nhân có quan hệ tín dụng với Chi nhánh năm 2014,2015 có tăng so với

năm 2013 nhưng tăng chậm mặc dù đã có nhiều chính sách ưu tiên của Chi nhánh đối với các loại hình khách hàng. Điều đó thể hiện tốc độ tăng chậm và không tương xứng với các chính sách ưu tiên của Chi nhánh trong thời gian qua cũng như so với số lượng khách hàng doanh nghiệp và khách hàng cá nhân trên địa bàn huyện.

+ Dự nợ cho vay trên vốn huy động còn thấp, công tác cho vay chưa tương xứng với huy động, Chi nhánh chưa khai thác một cách hiệu quả nguồn vốn huy động dẫn tới việc ngân hàng phải điều chuyển nguồn vốn huy động thừa sang cho các chi nhánh cũng như các NHTM khác.

+ Đối với khách hàng doanh nghiệp, dự nợ và doanh số cho vay trung và dài hạn còn thấp so với tổng doanh số dự nợ cho vay. Chi nhánh chỉ tập trung vào một số ngành nghề kinh tế nhất định cũng như một số doanh nghiệp nhất định vì vậy khi có sự biến động như thị trường sản phẩm của ngành kinh tế đó suy giảm hoặc tình hình tài chính của doanh nghiệp có dấu hiệu suy yếu thì Chi nhánh sẽ gặp rủi ro.

+ Từ năm 2013 đến nay, Chi nhánh đã đưa ra nhiều chương trình tín dụng ưu đãi lãi suất, cung cấp các sản phẩm phù hợp như: Lãi suất ưu đãi cho khách hàng tốt, lãi suất ưu đãi cho xuất nhập khẩu. Tuy nhiên dự nợ của các sản phẩm chiếm tỷ trọng không cao trong tổng dự nợ. Điều đó chứng tỏ ngân hàng không tận dụng được sản phẩm đó để tăng quy mô tín dụng.

+ Năng suất lao động của cán bộ, nhân viên tín dụng chưa cao.

Như vậy: bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động tín dụng của ngân hàng còn tồn tại nhiều hạn chế. Để mở rộng hoạt động tín dụng chúng ta cần phân tích các nguyên nhân của những hạn chế từ đó đưa ra các giải pháp để mở rộng hoạt động tín dụng tại Chi nhánh.

• Nguyên nhân

Những hạn chế trên của Chi nhánh do rất nhiều các nguyên nhân khác nhau mang lại. Chúng ta có thể phân ra thành 3 nhóm nguyên nhân: Nguyên nhân thuộc về phía khách hàng, phía Ngân hàng và nguyên nhân thuộc về môi trường kinh tế vĩ mô như sau:

- Nguyên nhân thuộc về phía khách hàng.

Thứ nhất, các doanh nghiệp thiếu tài sản đảm bảo và vốn đối ứng.

Thứ hai, hiệu quả tài chính của dự án chưa cao.

- Nguyên nhân thuộc về NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên

Chính sách marketing kém, cán bộ tín dụng của chi nhánh chưa thực sự tìm kiếm khách hàng.

Điều kiện cơ sở vật chất tuy đã đáp ứng được tâm lý khách hàng nhưng chưa gây được ấn tượng với khách hàng.

Đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn chưa cao, chưa thực sự nhiệt tình trong công việc nhất là trong công tác tìm kiếm khách hàng.

- Nguyên nhân thuộc về môi trường kinh tế vĩ mô.

Trong ba năm gần đây, nền kinh tế có dấu hiệu suy yếu dẫn đến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp suy giảm làm giảm nhu cầu vay vốn. Mặc dù Đảng và Nhà nước đã có nhiều chủ trương và chính sách khuyến khích hỗ trợ các doanh nghiệp cũng như cá nhân tuy nhiên thực tế triển khai thực hiện còn nhiều hạn chế, chưa tạo được hành lang pháp lý cần thiết cho các doanh nghiệp trong việc tiếp cận nguồn vốn ngân hàng. Vấn đề pháp lý về thế chấp, bảo lãnh quyền sử dụng đất còn nhiều thủ tục rườm rà gây khó khăn cho các doanh nghiệp khi vay vốn. Hoạt động của các doanh nghiệp chưa được sự kiểm tra thường xuyên của các cơ quan chức năng Nhà nước nên tình trạng làm ăn phi pháp, giả tạo giấy tờ, lừa đảo, trốn thuế... còn tồn tại gây mất niềm tin cho ngân hàng thương mại. Các tổ chức xã hội nghề nghiệp của doanh nghiệp với số lượng ít, hoạt động chưa hiệu quả, chưa đáp ứng được chức năng là cầu nối giữa các doanh nghiệp với ngân hàng.

Ngoài những nguyên nhân trên, còn một số nguyên nhân cơ bản dẫn đến những hạn chế trong hoạt động tín dụng của chi nhánh như: Mạng lưới các ngân hàng thương mại cổ phần trên địa bàn huyện Thủy Nguyên rất lớn, cạnh tranh gay gắt. Chi nhánh cần phải nỗ lực nhiều hơn nữa trong chính sách ưu đãi mới có thể cạnh tranh với các ngân hàng lớn trong địa bàn huyện.

Như vậy, trong vài năm mặc dù còn gặp nhiều khó khăn do ảnh hưởng diễn biến tình hình kinh tế xã hội của nước ta và trên thế giới. Nhưng kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng trong những năm gần đây đã đạt được những thành tựu rất đáng khích lệ. Tổng nguồn vốn huy động tăng mạnh trong các năm, các hoạt động khác thì doanh số cũng ngày càng tăng cả về số lượng và chất lượng.

Hoạt động cho vay tại Chi nhánh đang dần được thực hiện một cách có hiệu quả, Ngân hàng đã chủ động tiếp cận với khách hàng, củng cố khách hàng truyền thống và phát triển khách hàng mới, đặc biệt là các khách hàng tiềm năng điều này giúp ngân hàng hoạt động có hiệu quả. Chi nhánh đã đổi mới và nâng cao chất lượng công nghệ hiện đại phục vụ cho các hoạt động ngân hàng được tốt hơn.

Bên cạnh các kết quả đạt được của Chi nhánh, thì vẫn còn một số yếu tố gây cản trở đến phát triển cho vay tại chi nhánh. Do vậy để có thể mở rộng tín dụng, Chi nhánh cần thực hiện các giải pháp phù hợp nhằm khắc phục những hạn chế và phát huy thế mạnh của mình.

CHƯƠNG III. MỘT SỐ GIẢI PHÁP MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN CHI NHÁNH THỦY NGUYÊN.

3.1. Định hướng hoạt động tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên năm 2016.

Căn cứ vào các mục tiêu nhiệm vụ của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên được cụ thể hóa tại buổi họp triển khai nhiệm vụ đầu năm 2016 giữa giám đốc và các đồng chí trưởng phòng. Chi nhánh quyết tâm thực hiện một số chỉ tiêu năm 2016 so với năm 2015 như sau:

Tổng nguồn vốn huy động: 1,033 tỷ đồng tăng 79.7 tỷ đồng, tăng 8,4% so với năm 2015.

Dư nợ cho vay: 515 tỷ tăng 67.2 tỷ đồng; tỷ lệ tăng 15% so với năm 2015.

Đầu tư nông nghiệp nông thôn chiếm 100% tổng dư nợ cho vay.

Tỷ lệ nợ xấu dưới 1% so với tổng dư nợ.

Thu lãi đạt từ 97% trở lên.

Trích lập dự phòng rủi ro và thu nợ tồn đọng sau xử lý đạt kế hoạch ngân hàng thành phố giao.

3.2. Một số giải pháp mở rộng hoạt động tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên.

Với những vai trò quan trọng và hứa hẹn một tiềm năng phát triển trong tương lai do đang có gia tăng cũng như đổi mới về cơ chế hoạt động từ phía các doanh nghiệp và được sự khuyến khích, hỗ trợ tạo điều kiện phát triển của Đảng và Nhà nước, doanh nghiệp đang là đối tượng quan tâm của các Ngân hàng thương mại. Mặt khác, về phía các Ngân hàng thương mại, tài trợ cho các doanh nghiệp cũng nằm trong chiến lược mở rộng thị phần hoạt động, đa dạng hóa hoạt động kinh doanh để giảm thiểu rủi ro. Bên cạnh đó, nhu cầu vay vốn của các cá nhân ngày càng cao do xã hội phát triển, đời sống nhân dân ngày càng cải thiện và phát triển. Chính vì những nguyên nhân đó, trong những năm gần đây, doanh số cũng như dư nợ cho vay đang ngày càng tăng.

Để Chi nhánh có thể đạt được tốc độ tăng trưởng tín dụng theo kế hoạch thì giải pháp quan trọng cho chi nhánh lúc này là phải mở rộng hoạt động tín dụng tại Chi nhánh. Chúng ta cũng phải thống nhất quan điểm về mở rộng tín dụng. Ở đây không phải mở rộng tín dụng là tìm mọi cách làm tăng doanh số, dư nợ cho vay. Mở rộng tín dụng làm tăng dư nợ nhưng phải đảm bảo tỷ lệ nợ quá hạn ở mức thấp, có thể chấp nhận được. Nếu như Ngân hàng chỉ chú trọng mở rộng cho vay mà không chú ý nâng cao chất lượng các khoản vay, không phòng ngừa và hạn chế rủi ro thì hiệu quả cho vay thấp, nợ quá hạn gia tăng, thu lãi không đạt kế hoạch và có thể dẫn tới nguy cơ mất vốn. Còn nếu như Chi nhánh quá chú trọng đến chất lượng cho vay, không quan tâm đến mở rộng thị phần cho vay thì thị phần cho vay sẽ ngày càng bị thu hẹp, mất khách hàng ảnh hưởng đến lợi nhuận của ngân hàng. Do vậy, các giải pháp nhằm mở rộng hoạt động tín dụng tại Chi nhánh phải dựa trên cơ sở an toàn vốn cho Ngân hàng.

Trên cơ sở phân tích, đánh giá, nhận xét tình hình tín dụng tại Chi nhánh và tìm hiểu những nguyên nhân và những hạn chế trong việc cho vay, em xin mạnh dạn đưa ra một số giải pháp xây dựng chiến lược phát triển thị trường hoạt động tín dụng tại NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên trong giai đoạn 2015 – 2020.

3.2.1. Chiến lược sản phẩm

- ✚ Ưu tiên phát triển dịch vụ chăm sóc khách hàng.
- ✚ Không ngừng đổi mới sản phẩm, đa dạng hóa các loại sản phẩm tín dụng kết hợp với các sản phẩm kinh doanh khác nhằm hạn chế những rủi ro trong quá trình cho vay.
- ✚ Nắm bắt kịp thời nhu cầu khách hàng, sự thay đổi chiến lược sản phẩm của đối thủ cạnh tranh kết hợp định hướng kinh doanh chi nhánh nên có điều chỉnh thích hợp.
- ✚ Chú trọng tăng cường phát triển các sản phẩm tín dụng mũi nhọn, không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm tín dụng nền tảng.

3.2.2. Chiến lược về giá.

Do sự cạnh tranh trong lĩnh vực tài chính ngân hàng ngày càng gia tăng và giá cả không chỉ là yếu tố cạnh tranh giữa các ngân hàng mà còn có tác động mạnh mẽ đến quyết định lựa chọn sản phẩm tín dụng của khách hàng.

3.2.2.1. Mục tiêu chiến lược giá của Chi nhánh.

- Thu hút khách hàng mới và tăng sức cạnh tranh trên thị trường của Chi nhánh.
- Tăng doanh số cho vay, doanh số thu nợ và dư nợ tín dụng của Chi nhánh.
- Tăng cường mối quan hệ giữa khách hàng với Chi nhánh.

3.2.2.2. Căn cứ xác định giá của hoạt động tín dụng.

• *Chi phí*: là các số tiền mà ngân hàng phải bỏ ra để duy trì sự hoạt động và cung cấp sản phẩm tín dụng cho khách hàng. Chi phí gồm hai loại cơ bản là chi phí cố định và chi phí biến đổi. Giá của dịch vụ tối thiểu phải bù đắp đủ các chi phí phát sinh. Chi phí biến đổi là nhân tố quan trọng quyết định giá của dịch vụ. Chi nhánh cần phải tổ chức cung ứng dịch vụ, nâng cao chất lượng phục vụ, trình độ chuyên môn của nhân viên tín dụng để hạ thấp biến phí và tạo ra sự khác biệt về giá.

• *Nhu cầu của khách hàng*: các nhóm khách hàng khác nhau có đặc điểm đường cầu khác nhau và có phản ứng khác nhau với những thay đổi. Do đó, Chi nhánh cần phải xác định giá dịch vụ căn cứ vào sự phản ứng của khách hàng đối với giá. Chi nhánh cần phải ban hành nhiều biểu phí cho các sản phẩm tín dụng khác nhau để áp dụng cho từng nhóm khách hàng khác nhau. Những nhóm khách hàng nào có độ nhạy cảm về giá thấp thì có thể áp dụng mức phí cao và ngược lại.

• *Đối thủ cạnh tranh trên thị trường*: ngân hàng phải tính đến yếu tố này trước khi xác định giá (lãi suất) các sản phẩm tín dụng, vì giá ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của ngân hàng. Giá các sản phẩm tín dụng của Chi nhánh phải được xác định trên cơ sở tham khảo giá của các đối thủ cạnh tranh trực tiếp.

- *Rủi ro*: rủi ro thực chất là các khoản chi phí tiềm ẩn. Khi rủi ro phát

sinh, nó sẽ trở thành các khoản chi phí thực mà ngân hàng phải bù đắp trong quá trình hoạt động tín dụng. Trong hoạt động tín dụng, rủi ro phát sinh nhiều nhất là rủi ro do động vốn và không thu hồi được nợ. Do đó, khoản mục giá của phương thức này phải được xem xét tăng theo biên độ cho phép để bù đắp rủi ro khi phát sinh.

3.2.2.3. *Giá trên cơ sở quan hệ với khách hàng.*

Với mục đích duy trì và phát triển quan hệ với những khách hàng hiện tại, Chi nhánh cần phải có chính sách giá mềm dẻo.

- *Đối với khách hàng truyền thống:* Chi nhánh nên thiết lập danh sách khách hàng có phân nhóm. Những khách hàng có dư nợ tín dụng cao, có uy tín và những khách hàng có tiềm năng sẽ được áp dụng mức phí ưu đãi.

- *Đối với khách hàng mới:* Chi nhánh cần phải áp dụng chính sách giá mềm dẻo nhiều ưu đãi nhằm duy trì mối quan hệ và tạo uy tín với các khách hàng mới này.

3.2.2.4. *Giá thâm nhập và phát triển thị trường.*

Với những vùng thị trường mới hoạt động, Chi nhánh cần áp dụng mức phí thấp để thâm nhập, phát triển thị trường và tăng sức cạnh tranh so với đối thủ. Mức phí áp dụng trong những vùng thị trường này sẽ được giám đốc chi nhánh quyết định theo từng thời kỳ, theo từng đối tượng khách hàng sao cho phù hợp với biên độ cho phép và chính sách giá chung của Chi nhánh. Tuy nhiên, mức giá thấp này chỉ thấp hơn so với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp vì mức giá của sản phẩm dịch vụ là biểu thị cho chất lượng phục vụ, uy tín và thương hiệu của ngân hàng. Do đó, dù là giá thâm nhập nhưng không thể áp dụng mức giá quá thấp.

3.2.3. *Chiến lược phân phối.*

Xây dựng chiến lược sản phẩm dịch vụ tốt, chiến lược giá hợp lý vẫn chưa đủ đảm bảo cho sự thành công trong mở rộng hoạt động tín dụng ngân hàng, mà đòi hỏi phải có một chiến lược phân phối phù hợp để đưa sản phẩm dịch vụ của ngân hàng đến với khách hàng một cách tốt nhất. Xác định kênh phân phối hợp lý là vấn đề vô cùng quan trọng vì nó ảnh hưởng lớn đến hoạt

động cũng như kết quả hoạt động Marketing của ngân hàng. Kết quả hoạt động kinh doanh, đặc biệt là mở rộng hoạt động tín dụng phụ thuộc rất nhiều vào hệ thống kênh phân phối, vì vậy Ngân hàng cần phải thực hiện các chiến lược sau:

- *Các cây ATM*: Chi nhánh nên đầu tư thêm các tính năng thanh toán ở các hàng ăn uống, siêu thị, các trung tâm thương mại để tạo thuận tiện cho người sử dụng.

- *Ngân hàng qua mạng Internet (internet banking)*: đây là một kênh phân phối có nhiều tiện ích, Chi nhánh cần đẩy mạnh mở rộng hoạt động tín dụng qua kênh này. Chi nhánh cần xây dựng một trang web riêng hay có một khoảng không gian riêng trên trang web của Hội sở để khi khách hàng cần tìm thông tin về Chi nhánh được dễ dàng hơn và tiết kiệm thời gian hơn. Chi nhánh nên chủ động hơn trong công tác tìm kiếm khách hàng để phát triển thị phần cho vay như tăng cường các hình thức quảng bá, giới thiệu sản phẩm tín dụng đến tất cả các tầng lớp dân cư.

3.2.4. Chiến lược xúc tiến.

Xúc tiến hỗn hợp là một công cụ quan trọng của Marketing, được các ngân hàng sử dụng để tác động vào thị trường. Nó bao gồm một tập hợp các hoạt động nhằm kích thích việc sử dụng sản phẩm tín dụng hiện tại và sản phẩm tín dụng mới, đồng thời làm tăng mức độ trung thành của khách hàng hiện tại, thu hút khách hàng tiềm năng, làm tăng uy tín, hình ảnh của ngân hàng trên thị trường.

Tuy nhiên, với những gì đã đạt được vẫn chưa tương xứng với tầm vóc của NHNo&PT NT chi nhánh Thủy Nguyên, vì vậy Chi nhánh cần phải triển khai thực hiện những chiến lược cụ thể sau đây để nâng cao hình ảnh và uy tín trên thị trường.

3.2.4.1. Quảng cáo

- **Mục tiêu quảng cáo**

- Mở rộng thị phần, tăng doanh số trên thị trường hiện tại cũng như thị trường mới.

- Xây dựng, củng cố, khuếch trương uy tín, hình ảnh của Ngân hàng.

• Thông điệp quảng cáo

- *Âm thanh*: chọn một đoạn nhạc hay một bài hát làm nhạc đệm cho các đoạn phim quảng cáo trên truyền hình hay truyền thanh.

- *Màu sắc*: màu xanh cây và màu booc đô làm chủ đạo cho các bảng hiệu đặt tại các điểm giao dịch, các máy rút tiền tự động ATM, trang web.

- *Hình ảnh*: dùng hình ảnh tại chi nhánh làm hình ảnh tiêu biểu cho các đoạn phim quảng cáo trên truyền hình.

- *Nội dung*: nội dung quảng cáo được viết theo từng nội dung riêng biệt, phù hợp với từng sản phẩm tín dụng và từng chương trình khuyến mãi của ngân hàng. Nội dung quảng cáo phải rõ ràng, tránh nêu ra những thông tin không cần thiết. Thông tin quảng cáo cung cấp cho khách hàng không nên nêu ra một cách chi tiết vì có thể bị sao chép bởi đối thủ cạnh tranh.

• Phương tiện quảng cáo

- *Kênh VTV1 của đài truyền hình Việt Nam*: đây là kênh có số lượng khán giả đông và ổn định, kênh truyền hình này không chỉ là kênh giải trí thông thường mà nó còn cung cấp nhiều tin tức mang tính thời sự, do đó thu hút được phần lớn khán giả là những người trí thức.

- *Kênh của đài truyền hình Hải Phòng*: Chi nhánh cần thực hiện những đoạn phim phóng sự để giới thiệu trên kênh này. Với những đoạn phim trên, Chi nhánh có thể giới thiệu đầy đủ sản phẩm dịch vụ và hình ảnh của mình đến với khách hàng.

- *Internet*: thường xuyên cập nhật thông tin về các sản phẩm tín dụng cũng như các chương trình khuyến mãi trên trang web của ngân hàng

- *Giao dịch cá nhân*: Giao dịch cá nhân là những giao dịch trực tiếp được thực hiện giữa nhân viên tín dụng của Ngân hàng và khách hàng như giới thiệu sản phẩm tín dụng và thực hiện cung ứng dịch vụ thông qua cuộc gặp gỡ đối thoại, điện thoại... Giao dịch tốt sẽ mang lại nhiều lợi ích cho khách hàng và ngân hàng, giúp nâng cao được hình ảnh, uy tín của ngân hàng, duy trì sự trung thành của khách hàng.

Trong thời gian vừa qua, nhân viên tín dụng của Ngân hàng được khách

hàng đánh giá khá tốt trong cách phục vụ và giao tiếp. Vì vậy, Chi nhánh cần phải duy trì và phát huy lợi thế này. Chi nhánh cần phải thường xuyên tổ chức các lớp học về kỹ năng chăm sóc khách hàng, tổ chức các kỳ kiểm tra nghiệp vụ cho nhân viên thanh toán quốc tế và tạo điều kiện cho nhân viên tham gia các cuộc hội thảo do các ngân hàng nước ngoài tổ chức tại Việt Nam cũng như ở nước ngoài.

- *Gửi thư*: nhân viên quan hệ khách hàng của Chi nhánh thực hiện gửi thư đến từng khách hàng đang giao dịch với Chi nhánh và những khách hàng chưa giao dịch nhưng có tiềm năng để thông báo các chương trình khuyến mãi, các sản phẩm dịch vụ mới và giới thiệu tổng quát về Ngân hàng .

3.2.4.2. *Khuyến mãi.*

• *Quà tặng*: quà tặng có thể là đồng hồ treo tường, bộ tách uống trà, áo mưa. Quà tặng sẽ được tặng trực tiếp cho những công ty là khách hàng đang giao dịch của Chi nhánh. Chi nhánh có thể tặng quà cho công ty mỗi năm một lần hoặc nhân dịp lễ tết và quà tặng có thể thay đổi theo từng năm. Đối với khách hàng cá nhân thì có thể tặng vào ngày sinh nhật. Ngoài ra, Chi nhánh cũng có thể tặng quà là bánh trung thu cho khách hàng khi đến mùa lễ hội trung thu hằng năm.

• *Giảm phí dịch vụ*: giảm phí dịch vụ là chương trình khuyến mãi được khách hàng yêu thích nhất và quan tâm nhiều nhất.

3.2.4.3. *Quan hệ công chúng.*

Ngân hàng cần thực hiện tài trợ cho các hoạt động thể dục thể thao trên địa bàn huyện. Tài trợ học bổng cho các em học sinh có hoàn cảnh khó khăn tại địa bàn huyện, tài trợ học bổng cho các tân sinh viên nghèo hoặc tổ chức tặng quà Tết cho các gia đình nghèo và đặc biệt khó khăn trong dịp Tết Nguyên Đán hằng năm tại địa phương.

3.2.5. *Con người.*

Con người có vai trò rất quan trọng trong việc cung cấp dịch vụ cho khách hàng và chất lượng dịch vụ phụ thuộc rất lớn vào nhân viên cung cấp dịch vụ. Để có được nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ cho việc phát triển bền vững

của ngân hàng, Chi nhánh cần có những chiến lược nhân sự phù hợp với tình hình thực tế hiện tại.

• **Makerting nội bộ.**

- Mỗi nhân viên và mỗi phòng ban trong ngân hàng đều có vai trò là những khách hàng nội bộ và người cung ứng dịch vụ nội bộ. Để có một dịch vụ chất lượng cao, mỗi nhân viên và phòng ban phải cung ứng và nhận được những dịch vụ chất lượng cao. Do đó cần phải tạo mọi điều kiện tốt nhất cho nhân viên nghiệp vụ phục vụ khách hàng trong quá trình cung ứng dịch vụ.

- Xây dựng hình ảnh ngân hàng, tạo cho nhân viên sự hãnh diện và niềm tin vào ngân hàng. Có được niềm tin vào tổ chức, nhân viên sẽ nhiệt tình và hăng say hơn trong công việc và cống hiến nhiều hơn.

- Xây dựng các mối quan hệ hợp tác giữa cấp quản lý và nhân viên: các mối quan hệ cần được xây dựng trên tinh thần tự giác nhằm nâng cao hiệu quả công việc. Các mối quan hệ này có thể được xây dựng thông qua các công việc hằng ngày, các buổi sinh hoạt tập thể, các cuộc thi trong ngân hàng... Tạo mọi điều kiện thuận lợi để nhân viên có thể làm việc nhóm, luôn hợp tác với nhau và đặt lợi ích tập thể lên hàng đầu.

- Thực hiện các chính sách khen thưởng động viên: chế độ khen thưởng cho nhân viên gắn liền với kết quả hoạt động kinh doanh và chất lượng dịch vụ của mỗi nhân viên thực hiện cho khách hàng. Ngoài các mức thưởng theo các chế độ cơ bản, Chi nhánh cần tăng mức thưởng xứng đáng cho nhân viên tiêu biểu làm việc có năng suất cao và hoàn thành công việc xuất sắc.

• **Tuyển dụng và đào tạo.**

- Quá trình tuyển dụng nhân viên cần được tiến hành theo quy trình khoa học và dựa trên những tiêu chí được xây dựng cụ thể và phù hợp với yêu cầu thực tiễn của ngân hàng. Cần có những chính sách tuyển dụng phù hợp với nguồn lao động tại địa bàn huyện.

- Hệ thống hoá các chương trình đào tạo nhân viên tín dụng của Chi nhánh nhằm hướng tới xây dựng một đội ngũ nhân sự có chất lượng cao.

- Xây dựng chương trình chuẩn để đào tạo những nhân sự mới được tuyển

dụng và những chương trình chuyên sâu dành cho nhân viên cũ và cấp kiểm soát viên. Tập trung đào tạo chuyên sâu kỹ năng chăm sóc hàng cho nhân viên tín dụng tại Chi nhánh.

- Luân chuyển và đề cử nhân viên tham gia các chương trình hội thảo và đào tạo nâng cao nghiệp vụ do các định chế tài chính khác tổ chức trong và ngoài nước.

- Tổ chức các kỳ kiểm tra nghiệp vụ trực tuyến cho nhân viên tín dụng 6 tháng một lần. Có các giải thưởng dành cho cá nhân xuất sắc trong kỳ kiểm tra và tổ chức đào tạo lại cho những nhân viên không đạt yêu cầu.

- Các trưởng bộ phận tín dụng ở Chi nhánh thường xuyên khuyến khích, nhắc nhở nhân viên tự trau dồi kiến thức thông qua các tài liệu nội bộ và Internet...

3.2.6. Quy trình.

Quy trình đóng một vai trò rất quan trọng trong quá trình cấp tín dụng cho khách hàng. Quy trình bao gồm những thủ tục, cách thức thực hiện, các hoạt động liên quan và các bước cấp tín dụng mà khách hàng và nhân viên phục vụ phải thực hiện để tạo ra, cung ứng và nhận dịch vụ. Dựa vào những quy trình hiện tại, Chi nhánh cần có những cải tiến cho quy trình như sau:

- Soạn thảo quy trình nghiệp vụ mới sao cho phù hợp với chương trình phần mềm mới. Từng bước cắt giảm các bước thực hiện dịch vụ tới mức tối thiểu, giảm bớt các thủ tục giấy tờ không cần thiết, hạn chế việc khách hàng phải thực hiện nhiều công việc cho một món vay. Những cải tiến đó sẽ giúp cắt giảm nhiều chi phí, thời gian của khách hàng và ngân hàng, ngoài ra còn tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng khi thực hiện dịch vụ. Bên cạnh đó, nó còn giúp cho Chi nhánh tạo ra những dịch vụ với chất lượng chuẩn và việc cung ứng dịch vụ tới khách hàng được dễ dàng hơn.

- Bổ sung vào quy trình những bước có thể mang lại hiệu quả công việc cao và tạo nên sự chuyên nghiệp trong quá trình tạo ra và cung ứng dịch vụ cho khách hàng. Với những cải tiến như vậy Chi nhánh sẽ tạo ra sự khác biệt và gia tăng giá trị cho sản phẩm.

3.2.7. Phương tiện hữu hình.

Hoạt động tín dụng có tính không hiện hữu, do đó khách hàng rất khó để đánh giá chính xác được chất lượng hoạt động tín dụng một cách trực tiếp. Tuy nhiên, khách hàng có thể đánh giá chất lượng dịch vụ thông qua các phương tiện hữu hình. Do đó, phương tiện hữu hình có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ và mức độ thoả mãn về dịch vụ cung ứng đến khách hàng. Các phương tiện hữu hình bao gồm: thiết kế bên ngoài và bên trong của địa điểm giao dịch, bãi đỗ xe, phong cảnh, môi trường xung quanh, các chỉ dẫn, cách bày trí không gian làm việc và tiếp khách, máy móc thiết bị, nhiệt độ và độ sạch sẽ của nơi giao dịch. Ngoài ra còn có các vật dụng hữu hình khác như: danh thiếp, văn phòng phẩm, báo cáo, đồng phục nhân viên, trang web... Để có dịch vụ tín dụng tốt nhất, Chi nhánh cần có sự quan tâm đặc biệt đến những phương tiện hữu hình của mình và có những thay đổi như sau:

- *Tạo ra những ấn tượng đầu tiên cho khách hàng:* ấn tượng đầu tiên có vai trò quan trọng trong việc thiết lập hay từ chối mối quan hệ với ngân hàng.

Do đó Chi nhánh cần phải:

- Thiết kế mặt tiền toà nhà Chi nhánh theo đúng chuẩn chung của toàn hệ thống. Bãi giữ xe tại Chi nhánh phải tạo cảm giác thoải mái và thuận lợi cho khách hàng.

- Nhân viên tín dụng phải ân cần, lịch thiệp, hướng dẫn tận tình và có ngoại hình ưa nhìn.

- Các thông tin về sản phẩm dịch vụ phải được sắp xếp gọn gàng và đặt nơi thuận tiện cho khách hàng dễ dàng nhìn thấy.

- *Xây dựng hình ảnh chuyên nghiệp:* đối với lĩnh vực tài chính ngân hàng, hình ảnh chuyên nghiệp luôn được đặt lên hàng đầu. Vì sự chuyên nghiệp luôn tạo được niềm tin đối với khách hàng. Trong những năm gần đây, Ngân hàng cũng đã xây dựng được một hình ảnh khá chuyên nghiệp trong việc giao dịch với khách hàng. Tuy nhiên, sự phát triển quá nhanh đã làm cho Chi nhánh không thể tránh được những thiếu sót làm ảnh hưởng đến hình ảnh của mình. Do đó Chi nhánh cần phải có những điều chỉnh sau đây:

- Đầu tư cơ sở vật chất: bàn làm việc, ghế ngồi, bàn tiếp khách, phòng khách, máy móc thiết bị phải thống nhất một mẫu trên toàn hệ thống.

- Thống nhất trang phục của nhân viên

- Bàn tiếp khách của nhân viên tín dụng phải luôn gọn gàng và sạch sẽ.

KẾT LUẬN

Mở rộng hoạt động tín dụng giúp ngân hàng mở rộng quy mô, tăng doanh thu, nâng cao uy tín của ngân hàng tạo nên sức cạnh tranh cho ngân hàng. Bên cạnh đó, với vai trò là trung gian thanh toán, ngân hàng tư vấn cho các doanh nghiệp lập các dự án đầu tư có hiệu quả hạn chế rủi ro trong kinh doanh cũng như hoạt động tín dụng.

Là một trong những ngân hàng lớn trên địa bàn, NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên đã có bước phát triển tốt, ổn định, tăng trưởng năm sau luôn cao hơn năm trước, quy mô hoạt động không ngừng được phát triển, số lượng khách hàng ngày càng tăng, chất lượng hoạt động tín dụng được nâng cao. Hoạt động tín dụng trong giai đoạn 2013 – 2015 đã gặt hái được nhiều thành công: Doanh số cho vay tăng nhanh (năm 2013 là 408,264 triệu đồng, năm 2014 là 496,950 triệu đồng, năm 2015 là 542,170 triệu đồng); dư nợ cho vay tăng nhanh (306,200 triệu đồng năm 2013, năm 2014 là 378,800 triệu đồng và 447,700 triệu đồng năm 2015). Tuy nhiên, hoạt động tín dụng của Chi nhánh còn tồn tại nhiều hạn chế: (1) thị phần hoạt động tín dụng của chi nhánh khá khiêm tốn; (2) quy mô của các món tín dụng nhỏ.

Có rất nhiều nguyên nhân dẫn đến hạn chế trên: (1) chưa có các chính sách hợp lý để thu hút khách hàng; (2) đội ngũ nhân viên tín dụng yếu về chất lượng; (3) các chương trình marketing quảng bá sản phẩm chưa hiệu quả... Vì vậy để mở rộng hoạt động tín dụng, trong giai đoạn tới Chi nhánh cần tập trung vào các giải pháp sau:

1. Đa dạng hóa các sản phẩm tín dụng, không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ.
2. Xây dựng chính sách thu hút khách hàng.
3. Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên tín dụng tại chi nhánh.

Ngoài ra chi nhánh cần triển khai các giải pháp khác như: cải tiến công nghệ ngân hàng; tăng cường huy động vốn; hoàn thiện công tác phòng ngừa rủi ro trong hoạt động tín dụng; mở rộng hơn quan hệ với các ngân hàng đại lý.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1]. Nguyễn Minh Kiều (2007), *Nghiệp vụ ngân hàng thương mại* - NXB Thống kê, Hà Nội.

[2]. Nguyễn Văn Tiên (2009), *Giáo trình ngân hàng thương mại* - NXB Thống kê, Hà Nội.

[3]. Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam chi nhánh Thủy Nguyên , *Báo cáo tổng hợp trong 3 năm 2013, 2014, 2015*.

[4]. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2012), *Luật các tổ chức tín dụng*.

PHỤ LỤC 1

PHIẾU KHẢO SÁT Ý KIẾN KHÁCH HÀNG

Mã phiếu: KHCN

Kính thưa quý khách hàng !

Nâng cao chất lượng dịch vụ để phục vụ khách hàng tốt hơn là công việc thường xuyên của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên. Với mục đích khảo sát ý kiến Quý khách hàng để phục vụ cho một đề tài nghiên cứu, tôi rất mong Quý khách hàng dành ít thời gian quý báu để trả lời bảng câu hỏi dưới đây, ý kiến của Quý khách hàng là nguồn thông tin quan trọng đối với tôi. Trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ của Quý khách hàng!

1. Quý khách hàng đã sử dụng dịch vụ nào trong các dịch vụ tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên được liệt kê dưới đây và vui lòng cho biết mức độ hài lòng (theo thang điểm) của quý khách đối với dịch vụ đó.

Thang điểm 1-4:

(1) Hoàn toàn không hài lòng.

(3) Hài lòng.

(2) Không hài lòng.

(4) Rất hài lòng.

Danh mục sản phẩm tín dụng	Đã sử dụng	Mức độ hài lòng
1. Cho vay xây dựng mới, sửa chữa, cải tạo, nâng cấp, mua nhà ở.		
2. Cho vay mua sắm hàng tiêu dùng vật dụng gia đình.		
3. Cho vay người lao động đi làm việc ở nước ngoài.		
4. Cho vay cầm cố bằng giấy tờ có giá.		
5. Cho vay trả góp.		
6. Cho vay mua phương tiện đi lại.		
7. Cho vay hỗ trợ du học.		
8. Cho vay lưu vụ đối với hộ nông dân.		
9. Cho vay vốn ngắn hạn phục vụ sản xuất kinh doanh, dịch vụ.		
10. Cho vay khác.		

2. Quý khách hàng cho biết mức độ giao dịch với NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên về dịch vụ tín dụng.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Không giao dịch trên 3 tháng. | <input type="checkbox"/> Thường xuyên. |
| <input type="checkbox"/> Khá thường xuyên. | <input type="checkbox"/> Rất thường xuyên |

3. Quý khách vui lòng cho biết yếu tố nào sau đây khuyến khích Quý khách sử dụng dịch vụ tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên (Quý khách có thể có nhiều lựa chọn).

- Thủ tục đơn giản, không phiền hà.
- Xử lý hồ sơ nhanh, chính xác.
- Đội ngũ nhân viên giỏi nghiệp vụ và tư vấn tận tình.
- Phí dịch vụ cạnh tranh.
- Các chương trình khuyến mãi hấp dẫn.
- Có uy tín trên thị trường.
- Công nghệ ngân hàng hiện đại.

4. Quý Khách cho biết dịch vụ tín dụng do NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên cung cấp có đáp ứng yêu cầu của quý khách.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Rất hài lòng. | <input type="checkbox"/> Không hài lòng. |
| <input type="checkbox"/> Hài lòng. | <input type="checkbox"/> Hoàn toàn không hài lòng |

5. Quý khách cho biết hình thức khuyến mãi nào sau đây của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên cho dịch vụ tín dụng mà quý khách yêu thích?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Giảm phí dịch vụ. | <input type="checkbox"/> Quà tặng lưu niệm. |
|--|---|

6. Quý khách vui lòng cho biết ý kiến về những nhận xét đối với nhân viên tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên? (Thang điểm 1-4):

- | | |
|-------------------------------|-------------------|
| (1) Hoàn toàn không hài lòng. | (3) Hài lòng. |
| (2) Không hài lòng. | (4) Rất hài lòng. |
- Có nghiệp vụ vững vàng.
 - Giao tiếp lịch sự, thân thiện và nhiệt tình.
 - Xử lý công việc một cách chính xác và nhanh chóng.
 - Cách phục vụ chuyên nghiệp.

- Quan tâm đến quyền lợi của chúng tôi.
- Luôn đáp ứng yêu cầu của chúng tôi một cách kịp thời.
- Tư vấn nghiệp vụ cho công ty chúng tôi tận tình và chu đáo.
- Cung cấp kịp thời cho chúng tôi những thông tin hữu ích

7. Theo Quý khách hàng, NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên có nên cung cấp thêm sản phẩm nào khác cho dịch vụ tín dụng không?

- Có. Không.

Nếu có, xin cho biết yêu cầu của quý khách :.....
.....

8. Quý khách cho biết ý kiến về cơ sở vật chất phục vụ cho hoạt động tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên?

- Rất hài lòng. Không hài lòng
- Hài lòng. Hoàn toàn không hài lòng.

9. Quý khách có định giới thiệu dịch vụ tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên cho đồng nghiệp hay bạn bè của mình không?

- Rất có thể. Ít có khả năng.
- Có thể. Hoàn toàn không.

Xin chân thành cảm ơn Quý khách đã dành thời gian để hoàn thành bảng câu hỏi này. Nếu có thể, xin Quý khách vui lòng cho biết thêm những thông tin sau:

Tên người trả lời:

Điện thoại : *Chức vụ :*

Trân trọng cảm ơn Quý Khách hàng!

PHỤ LỤC 2

PHIẾU KHẢO SÁT Ý KIẾN KHÁCH HÀNG

Mã phiếu: *KHDN****Kính thưa quý khách hàng !***

Nâng cao chất lượng dịch vụ để phục vụ khách hàng tốt hơn là công việc thường xuyên của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên. Với mục đích khảo sát ý kiến Quý khách hàng để phục vụ cho một đề tài nghiên cứu, tôi rất mong Quý khách hàng dành ít thời gian quý báu để trả lời bảng câu hỏi dưới đây, ý kiến của Quý khách hàng là nguồn thông tin quan trọng đối với tôi. Trân trọng cảm ơn sự giúp đỡ của Quý khách hàng!

1. Quý khách hàng đã sử dụng dịch vụ nào trong các dịch vụ tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên được liệt kê dưới đây và vui lòng cho biết mức độ hài lòng (theo thang điểm) của quý khách đối với dịch vụ đó.

Thang điểm 1-4:

(1) Hoàn toàn không hài lòng.

(3) Hài lòng.

(2) Không hài lòng.

(4) Rất hài lòng.

Danh mục sản phẩm tín dụng	Đã sử dụng	Mức độ hài lòng
1. Cho vay từng lần.		
2. Cho vay hạn mức tín dụng.		
3. Cho vay theo dự án đầu tư.		
4. Cho vay hợp vốn.		
5. Cho vay hạn ưu đãi xuất khẩu.		
6. Cho vay để trả nợ nước ngoài trước hạn.		
7. Cho vay theo hạn mức tín dụng dự phòng.		
8. Cho vay dự án cơ sở hạ tầng.		
9. Cho vay vốn thấu chi tài khoản tiền gửi thanh toán.		
10. Cho vay khác.		

2. Quý khách hàng cho biết mức độ giao dịch với NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên về dịch vụ tín dụng.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Không giao dịch trên 3 tháng. | <input type="checkbox"/> Thường xuyên. |
| <input type="checkbox"/> Khá thường xuyên. | <input type="checkbox"/> Rất thường xuyên |

3. Quý khách vui lòng cho biết yếu tố nào sau đây khuyến khích Quý khách sử dụng dịch vụ tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên (Quý khách có thể có nhiều lựa chọn).

- Thủ tục đơn giản, không phiền hà.
- Xử lý hồ sơ nhanh, chính xác.
- Đội ngũ nhân viên giỏi nghiệp vụ và tư vấn tận tình.
- Phí dịch vụ cạnh tranh.
- Các chương trình khuyến mãi hấp dẫn.
- Có uy tín trên thị trường.
- Công nghệ ngân hàng hiện đại.

4. Quý Khách cho biết dịch vụ tín dụng do NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên cung cấp có đáp ứng yêu cầu của quý khách.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Rất hài lòng. | <input type="checkbox"/> Không hài lòng. |
| <input type="checkbox"/> Hài lòng. | <input type="checkbox"/> Hoàn toàn không hài lòng |

5. Quý khách cho biết hình thức khuyến mãi nào sau đây của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên cho dịch vụ tín dụng mà quý khách yêu thích?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Giảm phí dịch vụ. | <input type="checkbox"/> Quà tặng lưu niệm. |
|--|---|

6. Quý khách vui lòng cho biết ý kiến về những nhận xét đối với nhân viên tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên? (Thang điểm 1-4):

- | | |
|-------------------------------|-------------------|
| (1) Hoàn toàn không hài lòng. | (3) Hài lòng. |
| (2) Không hài lòng. | (4) Rất hài lòng. |

- Có nghiệp vụ vững vàng.
- Giao tiếp lịch sự, thân thiện và nhiệt tình.
- Xử lý công việc một cách chính xác và nhanh chóng.
- Cách phục vụ chuyên nghiệp.

- Quan tâm đến quyền lợi của chúng tôi.
- Luôn đáp ứng yêu cầu của chúng tôi một cách kịp thời.
- Tư vấn nghiệp vụ cho công ty chúng tôi tận tình và chu đáo.
- Cung cấp kịp thời cho chúng tôi những thông tin hữu ích

7. Theo Quý khách hàng, NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên có nên cung cấp thêm sản phẩm nào khác cho dịch vụ tín dụng không?

- Có. Không.

Nếu có, xin cho biết yêu cầu của quý khách :.....
.....

8. Quý khách cho biết ý kiến về cơ sở vật chất phục vụ cho hoạt động tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên?

- Rất hài lòng. Hoàn toàn không hài lòng.
- Hài lòng. Không hài lòng.

9. Quý khách có định giới thiệu dịch vụ tín dụng của NHNo&PTNT chi nhánh Thủy Nguyên cho đồng nghiệp hay bạn bè của mình không?

- Rất có thể. Ít có khả năng.
- Có thể. Hoàn toàn không.

Xin chân thành cảm ơn Quý khách đã dành thời gian để hoàn thành bảng câu hỏi này. Nếu có thể, xin Quý khách vui lòng cho biết thêm những thông tin sau:

Tên công ty:.....

Tên người trả lời:

Điện thoại : Chức vụ :

Trân trọng cảm ơn Quý Khách hàng!

