

I H C HU
TR NG I H C KINH T
KHOA KINH T VÀ PHÁT TRI N



KHÓA LU N T T NGHI P I H C
NÂNG CAO CH TL NG TÍNH D NG T I NGÂN HÀNG
TMCP U T VÀ PHÁT TRI N VI T NAM CHI NHÁNH
QU NG BÌNH

LÊ TH THU HU

Niên khóa: 2009 - 2013

I H CHU

TR NG I H C KINH T

KHOA KINH T VÀ PHÁT TRI N



KHÓA LU N T TNGHI P I H C

NÂNG CAO CH TL NG TÍNH D NG T I NGÂN HÀNG
TMCP UT VÀ PHÁT TRI N VI T NAM CHI NHÁNH
QU NG BÌNH

Sinh viên th c hi n:

LÊ TH THU HU

L p: K43 B KH T

Niên khóa: 2009 - 2013

Giáo viên h ng d n:

TS. TR NH U TU N

Hu , tháng 5 n m 2013

L i c ả m ả n

hoàn thành bài t ả p ả c u i khóa này, ngoài s ả c ả g ả n g c ả b ả n
thân, t ả i ả ã n h ả n ả c ả r ả t ả n h i u s ả giúp ả v ả n h i u m ả t c ả a các t
ch ả c và cá n h ả n.

T ả i xin ch ả n thành c ả m ả n quý th ả y c ả – n h ả n g ả n g ả i ả ã t ả n tình
truy n ả t k i n th ả c cho t ả i trong s u t th ả i gian h ả c t ả p t ả i tr ả n g
và th ả c t ả p. ả c b i t, t ả i xin bày t ả s ả b i t ả n s ả u s ả c ả n th ả y Tr ả n
H u Tu n, n g ả i ả ã t ả n tình h ả n g d ả n giúp ả t ả i hoàn thành bài
t ả p c u i khóa này.

T ả i xin ch ả n thành c ả m ả n ả n Ban giám ả c và t ả p th ả c ả n b ả ,
c ả n g n h ả n vi ả n trong Ng ả n h ả n g TMCP ả u t ả và Ph ả t tri n Vi t
Nam chi nh ả n h ả Qu ả n g B i n h ả ã giúp ả , h ả n g d ả n, cung c ả p s
l i u và t ả o ả i u k i n cho t ả i có ả c n h ả n g k i n th ả c th ả c t ả quý
b ả u trong s ả t th ả i gian th ả c t ả p t ả i ả n v ả .

M ả c dù ả ã có c ả g ả n g n ả l c n h ả n g do b ả g i i h ả n v ả th ả i gian,
k i n th ả c c ả n g n h ả k ả n g n ả n bài khóa lu ả n c ả t ả i không th
tr ả n h ả kh ả i n h ả n g th ả i u s ả t.

K i n h m ả n g n h ả n ả c s ả g ả p ý c ả a quý th ả y c ả, các ả n h ả c h ả và
b ả n b ả bài b ả o c ả o ả c hoàn th ả i n h ả n.

T ả i xin ch ả n thành c ả m ả n!

H u ả , tháng 5 n ả m 2013

Sinh vi ả n th ả c t ả p

L ả Th ả Thu Hu

M C L C

L I C Á M N.....	i
M C L C.....	ii
DANH M C CÁC CH VI T T T VÀ KÝ HI U.....	vi
DANH M C CÁC S VÀ BI U	vii
DANH M C B NG BI U	viii
TÓM T T N I DUNG NGHIÊN C U.....	ix
PH N 1: M U.....	1
1. TÍNH C P THI T C A TÀI.....	12
2. M C TIÊU NGHIÊN C U C A TÀI.....	13
2.1. M c tiêu chung.....	13
2.2. M c tiêu c th	13
3. I T NG VÀ PH M VI NGHIÊN C U.....	13
3.1. i t ng nghiên c u.....	13
3.2. Ph m vi nghiên c u.....	13
4. PH NG PHÁP NGHIÊN C U.....	13
4.1. Ph ng pháp thu th p tài li u.....	13
4.2. Ph ng pháp phân tích s li u.....	14
4.2.1. Ph ng pháp phân tích th ng kê.....	14
4.2.2. Ph ng pháp toán kinh t	14
CH NG 1: NH NG V N LÝ LU N VÀ TH C TI N V CH T	
L NG TÍN D NG C A NGÂN HÀNG TH NG M I.....	15
1. KHÁI QUÁT V NGÂN HÀNG TH NG M I.....	15
1.1. Khái ni m ngân hàng th ng m i	15
1.2. Các ho t ng c b n c a ngân hàng th ng m i.....	16
1.2.1. Ho t ng huy ng v n.....	16
1.2.2. Ho t ng u t v n.....	16

1.2.3. Hoạt động dịch vụ ngân hàng.....	16
2. TÍN DỤNG NGÂN HÀNG.....	17
2.1. Khái niệm và tín dụng ngân hàng.....	17
2.2. Phân loại tín dụng ngân hàng	18
2.2.1. Căn cứ vào thời hạn tín dụng.....	18
2.2.2. Căn cứ vào mục đích tín dụng.....	18
2.2.3. Căn cứ vào mục đích tín dụng của khách hàng.....	19
2.2.4. Căn cứ vào hình thức cấp tín dụng.....	19
2.2.5. Vai trò của tín dụng ngân hàng	21
3. Chất lượng tín dụng và sự cần thiết phải nâng cao chất lượng tín dụng.....	22
3.1. Quan niệm về chất lượng tín dụng	22
3.2. Các chỉ số đánh giá chất lượng tín dụng.....	23
3.3. Các chỉ tiêu phản ánh chất lượng tín dụng của NHTM.....	24
3.3.1. Chỉ tiêu thanh toán.....	24
3.3.2. Chỉ tiêu nợ xấu.....	24
3.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng của ngân hàng.....	27
3.4.1. Các nhân tố bên ngoài.....	27
3.4.2. Các nhân tố bên trong phía khách hàng.....	28
3.4.3. Các nhân tố bên trong phía ngân hàng.....	29
3.5. Sự cần thiết phải nâng cao chất lượng tín dụng	31
4. Những bài học kinh nghiệm về nâng cao chất lượng tín dụng trong nước và trên thế giới.....	32
4.1. Kinh nghiệm của Mỹ	33
4.2. Việt Nam.....	34
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG TÍN DỤNG TẠI CHI NHÁNH NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN TẠI THÀNH QUẢNG BÌNH.....	36
1. KHÁI QUÁT TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN CỦA NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM TẠI CHI NHÁNH THÀNH QUẢNG BÌNH	36
1.1. Tổng quan về Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam.....	36

1.2. Gi i thi u v Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình.....	38
1.2.1. Quá trình hình thành và phát tri n	38
1.2.2. C c u t ch c.....	39
1.2.3. K t qu ho t ng kinh doanh	41
2. TH C TR NG CH T L NG TÍN D NG T I NGÂN HÀNG TMCP U T VÀ PHÁT TRI N VI T NAM CHI NHÁNH QU NG BÌNH.....	43
2.1. Quy mô tín d ng.....	43
2.2. C c u tín d ng c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình.....	45
2.2.1. C c u theo lo i ti n t	46
2.2.2. C c u tín d ng theo k h n cho vay	47
2.2.3. C c u tín d ng theo i t ng vay	48
2.3. Phân nhóm n và h th ng x p h ng tín d ng n i b	49
2.3.1. Gi i thi u h th ng x p h ng tín d ng n i b c a Chi nhánh ngân hàng TMCP u t và Phát tri n t nh Qu ng Bình.....	49
2.3.2. ánh giá ch t l ng tín d ng c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n chi nhánh Qu ng Bình thông qua vi c phân nhóm n	50
3. ÁNH GIÁ C A KHÁCH HÀNG V CH T L NG TÍN D NG C A NGÂN HÀNG TMCP U T VÀ PHÁT TRI N VI T NAM CHI NHÁNH QU NG BÌNH.....	53
3.1. i u tra kh o sát các khách hàng vay v n t i Ngân hàng u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình.....	53
3.2. Phân tích và x lý s li u.....	54
3.3. K t qu phân tích.....	54
3.3.1. Thông tin chung v ng i c ph ng v n.....	54
3.3.2. ánh giá tin c y c a thang o.....	58
3.3.3. Ki m nh s khác bi t v ánh giá ch t l ng tín d ng c a ngân hàng gi a hai nhóm khách hàng	59

4. ÁNH GIÁ CHUNG VỀ CHẤT LƯỢNG TÍN DỤNG TIỀN HÀNG NGÂN HÀNG TMCP U T VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH.....	65
4.1. Những kết quả đạt được.....	65
4.2. Những mặt hạn chế	66
CHƯƠNG 3: GIỚI THIỆU PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TÍN DỤNG TIỀN HÀNG NGÂN HÀNG TMCP U T VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH.....	68
1. Những hình thức phát triển của Ngân hàng TMCP u t và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình trong giai đoạn 2011 – 2015 và tầm nhìn năm 2020.	68
1.1. Mục tiêu tổng quát trong hoạt động tín dụng	68
1.2. Những hình thức phát triển tín dụng của Ngân hàng TMCP u t và Phát triển Việt Nam.	69
1.3. Những hình thức hoạt động tín dụng của Ngân hàng TMCP u t và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình.....	69
2. Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng tín dụng	71
2.1. Xây dựng chiến lược trong hoạt động tín dụng.....	71
2.2. Ủy mnh công tác huy động vốn nhằm đáp ứng nhu cầu tín dụng..	72
2.3. Thực hiện tốt việc phân loại khách hàng và chính sách khách hàng	73
2.4. Cải thiện	74
2.5. Nâng cao chất lượng công tác thẩm định khách hàng và đánh giá, phê duyệt sản xuất kinh doanh.....	75
2.6. Bổ sung và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ làm công tác tín dụng.....	76
2.7. Nâng cao chất lượng phục vụ đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh trong hoạt động tín dụng.....	77
PHỤ LỤC 3: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	79
1. KẾT LUẬN.....	79
2. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ ĐỐI VỚI NGÂN HÀNG TMCP U T VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH.....	80
TÀI LIỆU THAM KHẢO	

DANH MỤC CÁC CHỈ VI TÍNH VÀ KÝ HIỆU

NHTM: Ngân hàng thương mại

DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ VÀ BIỂU

Hình 2. 1: Sơ đồ cấu trúc của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình.....	40
Biểu 2.1: Các nguồn vốn huy động và cho vay theo loại tài sản.....	46
Biểu 2.2: Các nguồn vốn và cho vay theo kênh.....	47
Biểu 2.3: Các nguồn vốn và cho vay theo lĩnh vực.....	49

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1: Kết quả m t s ch tiêu ch y u c a ho t ng kinh doanh	42
Bảng 2.2: Doanh s cho vay, thu n , d n c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình	43
Bảng 2.3: C c u tín d ng c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình.....	45
Bảng 2.5: Tình hình n x u c a các ngân hàng trên à bàn n m 2012.....	52
Bảng 2.6: Thông tin v khách hàng theo i t ng khách hàng.....	55
Bảng 2.7: Thông tin chung v khách hàng theo gi i tính và tu i	56
Bảng 2.8: Thông tin chung khách hàng theo tài s n th ch p.....	57
Bảng 2.9: Thông tin v s l n vay v n t i Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình	57
Bảng 2.10. Thang o các y u t tác ng n ch t l ng tín d ng	59
Bảng 2.11. Giá tr trung bình các nhân t theo i t ng khách hàng.....	60
Bảng 2.12 Kí m nh giá tr trung bình c a 2 nhóm khách hàng.....	61

TÓM TẮT NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

Hòa cùng lộ trình tái cấu trúc ngân hàng, lành mạnh hóa tình hình tài chính có thể tận dụng và phát triển trong môi trường cạnh tranh cao hiện nay, Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình cần phải có các giải pháp thích hợp, kịp thời nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Trong đó, nâng cao chất lượng tín dụng là yêu cầu ngày càng cao của khách hàng cũng như nhân sự rõ ràng trong hoạt động tín dụng luôn là vấn đề quan tâm hàng đầu, quyết định sự thành bại của hoạt động kinh doanh ngân hàng. Do đó, tài liệu “giải pháp nâng cao chất lượng tín dụng của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình” đã được chọn làm tài liệu luận đề nghiên cứu.

Tiêu đề nghiên cứu và đánh giá chất lượng hoạt động tín dụng tại chi nhánh vùng miền I, đó là dựa trên các báo cáo thống kê về tình hình hoạt động kinh doanh của chi nhánh qua bốn năm 2009, 2010, 2011, 2012 để đánh giá chất lượng hoạt động tín dụng của chi nhánh thông qua các chỉ tiêu chính như: Tỷ lệ nợ xấu và nợ quá hạn, tỷ lệ nợ xấu, chỉ tiêu hiệu suất sử dụng vốn, ngoài ra tài liệu còn tiến hành phân tích tình hình cho vay có cái nhìn chính xác hơn.

Tiếp theo tài liệu hành đánh giá chất lượng hoạt động tín dụng tại chi nhánh vùng miền tính thông qua 5 tiêu thức đánh giá: Cơ sở vật chất, thủ tục hồ sơ giao dịch, lãi suất, yếu tố quyết định lựa chọn dịch vụ, mức độ trung thành của khách hàng.

Bên cạnh sử dụng các phương pháp nghiên cứu như: Phương pháp duy vật biện chứng, lập bảng hỏi và điều tra khách hàng, phương pháp thống kê mô tả bằng phần mềm SPSS, phương pháp phân tích thống kê, kỹ thuật Cronbach's alpha, ...

Tài liệu cũng nêu đánh giá tổng thể khách quan và chính xác về chất lượng hoạt động tín dụng tại chi nhánh trên các hai mặt định tính và định lượng. Tài liệu đưa ra các giải pháp cơ bản và một số kiến nghị về các cơ quan, ban ngành nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng hoạt động tín dụng cho Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình.

PHẦN 1: MỞ ĐẦU

1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA TÀI

Sau gần 25 năm đổi mới, hệ thống các ngân hàng thương mại Việt Nam đã có những bước phát triển vượt bậc, phù hợp với sự phát triển kinh tế, xã hội theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Các biệt ngành ngân hàng ngày càng thể hiện vai trò quan trọng của mình trong nền kinh tế.

Trong các hoạt động của ngân hàng thương mại, tín dụng là hoạt động chủ yếu và quan trọng nhất, chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng tài sản của các ngân hàng. Tín dụng là hoạt động tạo ra thu nhập chủ yếu và cũng là hoạt động tiềm ẩn rủi ro. Rủi ro tín dụng là một trong những loại rủi ro lâu đời và quan trọng nhất mà ngân hàng thương mại cần nắm các tác động tài chính trung gian khác biệt. Hơn nữa, rủi ro trong hoạt động tín dụng luôn có tác động và ảnh hưởng nghiêm trọng đến hệ thống ngân hàng nói riêng và nền kinh tế xã hội nói chung. Do đó, bất cứ lúc nào rủi ro tín dụng cũng mang tính thời sự và vì vậy nâng cao chất lượng tín dụng là vấn đề còn được quan tâm hàng đầu của các ngân hàng thương mại.

Với truyền thống hơn 50 năm xây dựng và trở thành, trong những năm qua Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình đã có hoạt động tín dụng rất hiệu quả và không ngừng phấn đấu vươn lên, khẳng định vị thế là ngân hàng thương mại đứng đầu trên địa bàn tỉnh. Bằng việc tham gia đầu tư vào cho tất cả các công trình trọng điểm quốc gia, Chi nhánh đã góp phần quan trọng vào việc chuyển đổi cơ cấu kinh tế, thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế tỉnh nhà. Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được thì hoạt động tín dụng của Chi nhánh vẫn còn một số hạn chế như: Các chủ tín dụng chưa hợp lý về loại tín dụng hay khách hàng có thể đến ngân hàng mà không thanh toán, quy trình thủ tục còn rườm rà, thời gian xét duyệt vay còn dài hay tiếp cận với ngân hàng chưa thực sự dễ dàng, thái độ và năng lực của cán bộ ngân hàng chưa đáp ứng được yêu cầu. Tất cả những nguyên nhân trên chính là chất lượng tín dụng. Đó là vấn đề cấp thiết cần được khắc phục, nếu không phòng ngừa, giảm thiểu rủi ro nhằm nâng cao hoạt động tín dụng của Chi nhánh.

Tính đến thời điểm yêu cầu của thực tiễn, tôi chọn tài nghiên cứu: **“Nâng cao chất lượng tín dụng tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình”** làm luận văn tốt nghiệp của mình.

2. M C TIÊU NGHIÊN C U C A TÀI

2.1. M c tiêu chung

m c tiêu nghiên c u c a tài này là tìm hi u th c tr ng nâng cao ch t l ng tín d ng c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình và xu t m t vài gi i pháp nâng cao ch t l ng tín d ng nh m áp ng t t h n nhu c u c a khách hàng và phòng ng a r i ro phát sinh.

2.2. M c tiêu c th

H th ng hóa các v n lý lu n và th c ti n v ch t l ng tín d ng c a ngân hàng th ng m i. ánh giá ch t l ng ho t ng tín d ng t i Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình. xu t các gi i pháp nâng cao ch t l ng tín d ng, m b o an toàn trong ho t ng kinh doanh c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình .

3. I T NG VÀ PH M VI NGHIÊN C U

3.1. i t ng nghiên c u

Là ch t l ng ho t ng tín d ng c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình

3.2. Ph m vi nghiên c u

Trong ph m vi nghiên c u này, tài t p trung xem xét t hai góc chính là: th c tr ng ch t l ng d n tín d ng c a ngân hàng và s ánh giá c a khách hàng v ch t l ng s n ph m tín d ng do ngân hàng cung c p. tài ch n a i m nghiên c u t i Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình. V m t th i gian tài s phân tích, ánh giá th c tr ng ch t l ng ho t ng tín d ng t i Chi nhánh trong kho ng th i gian t n m 2009 n 2012 và xu t gi i pháp nâng cao ch t l ng tín d ng cho nh ng n m ti p theo.

4. PH NG PHÁP NGHIÊN C U

4.1. Ph ng pháp thu th p tài li u

Trong quá trình nghiên c u tài tác gi ã s d ng h th ng các ph ng pháp th ng kê kinh t thích h p ti n hành i u tra, thu th p s li u, t ng h p và phân tích s li u m t cách khoa h c nh m ánh giá tình hình và tìm gi i pháp cho quá trình nghiên c u. Vi c kh o sát i u tra thu th p s li u c ti n hành ng th i hai c p là s li u th c p và s li u s c p.

ivisliu th c p: thông tin c t ng h p ch y u t các báo cáo th ng kê trong ho t ng ngân hàng, c bi t là b ng cân i k toán, các báo cáo t ng k t ho t ng kinh doanh c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình , Ngân hàng Nhà n c Qu ng Bình. Các tài li u này ch y u c s d ng phân tích c i m chung và th c tr ng ch t l ng tín d ng c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình .

ivisliu s c p: thông tin c thu th p nh ti n hành i u tra ch n m u nh ng khách hàng ang có quan h tín d ng v i Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình. Quá trình i u tra t p trung vào tìm hi u ánh giá, c m nh n c a khách hàng i v i ch t l ng c a s n ph m tín d ng mà ngân hàng cung c p. Công tác i u tra c ti n hành thông qua phát phi u th m dò g i n 80 khách hàng và thu v 60 m u phi u t yêu c u. Trong ó có 40 phi u c g i n khách hàng là doanh nghi p có quan h tín d ng v i Chi nhánh và 40 phi u c g i n khách hàng là các cá nhân có quan h tín d ng v i Chi nhánh.

4.2. Ph ng pháp phân tích s li u

4.2.1. Ph ng pháp phân tích th ng kê

Trên c s các s li u ã c t ng h p, v n d ng m t s ph ng pháp phân tích th ng kê phân tích tình hình ho t ng tín d ng, các c c u tín d ng c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình t ó rút ra nh n xét v ch t l ng ho t ng tín d ng c a Chi nhánh.

4.2.2. Ph ng pháp toán kinh t

Dùng ph ng pháp t ng h p, phân tích, x lý s li u trên c s ph n m m ch ng trình SPSS 16.0. u tiên ánh giá m c tin c y c a thang o thì bài lu n ã phân tích h s tin c y Cronbranch's Alpha. H s Cronbranch's Alpha là m t phép ki m nh th ng kê v m c ch t ch c a các m c h i trong thang o t ng quan v i nhau. Trong b ng h i ã a ra 5 câu h i v quy trình và th i gian xét duy t cho vay, cách ti p c n v n, m c v n, lãi su t, th i h n, và s h tr c a ngân hàng,... t t c u là y u t t o nên ch t l ng tín d ng c a Chi nhánh. Và ki m tra s khác bi t gi a hai nhóm khách hàng là doanh nghi p và cá nhân b ng ki m nh Independent samples t-test. Ki m nh này nh m xem s khác bi t này có ý ngh a th ng kê không.

PHẦN 2: NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG 1: NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHỨC NĂNG TÍN DỤNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Khái niệm ngân hàng thương mại

NHTM ra đời cùng với sự phát triển của kinh tế hàng hóa. Với chức năng là nhà trung gian tài chính, làm cầu nối giữa người gửi tiền và người vay tiền nên hình thức ngân hàng đã trở thành một ngành kinh tế huyết mạch, là động lực thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế. Trên nhiều góc độ nghiên cứu khác nhau, người ta có các nhận định khác nhau về NHTM

Xét trên phương diện hình thức mà ngân hàng cung cấp, Giáo sư Peter S. Rose nhận định: “Ngân hàng là loại hình tổ chức tài chính cung cấp một danh mục các dịch vụ tài chính đa dạng nhất đặc biệt là tín dụng, tiết kiệm và dịch vụ thanh toán và thực hiện nhiều chức năng tài chính nhất so với bất kỳ một tổ chức kinh doanh nào trong nền kinh tế” [1]. Xét trên hoạt động chủ yếu của NHTM, theo luật các tổ chức tín dụng năm 2010 có hiệu lực ngày 01/01/2011 quy định: “Tổ chức tín dụng là doanh nghiệp thực hiện một, một số hoặc tất cả các hoạt động ngân hàng. Hoạt động ngân hàng là việc kinh doanh, cung ứng thông qua xuyên suốt hoặc một số các nghiệp vụ sau đây, nhàn tiền gửi, cấp tín dụng, cung ứng dịch vụ thanh toán qua tài khoản” [2].

Như vậy, tất cả những nhận định trên có thể thấy ngân hàng thương mại là doanh nghiệp hoạt động trên lĩnh vực kinh doanh tiền tệ với các nghiệp vụ chủ yếu là huy động vốn và cho vay. Ngoài ra NHTM còn thực hiện chức năng thanh toán và cung cấp các dịch vụ khác. Trên thị trường tài chính, ngoài số hoạt động của ngân hàng thương mại thì còn có số hoạt động của các tổ chức tín dụng phi ngân hàng. Tuy nhiên, các tổ chức này không nhận tiền gửi cá nhân và cung ứng các dịch vụ thanh toán qua tài khoản của khách hàng. Đó là tiêu chí phân biệt NHTM với các tổ chức tín dụng khác.

1.2. Các hoạt động cơ bản của ngân hàng thương mại

1.2.1. Hoạt động huy động vốn

Hoạt động huy động vốn là một trong những hoạt động chủ yếu, quan trọng nhất của NHTM. Hoạt động này mang lại nguồn vốn ngân hàng có thể thực hiện các hoạt động khác như cung cấp tín dụng và các dịch vụ ngân hàng cho khách hàng. Ngân hàng thương mại huy động vốn từ:

Nguồn vốn tự có: đây là nguồn hình thành ban đầu của ngân hàng, tùy theo loại hình ngân hàng mà nguồn hình thành khác nhau. Trong quá trình hoạt động, ngân hàng sẽ gia tăng vốn theo nhu cầu phát triển khác nhau tùy thuộc vào điều kiện kinh tế: nguồn tài trợ không chia, nguồn bổ sung từ phát hành cổ phiếu...

Nguồn vốn từ huy động tín dụng: “Nguồn vốn quản lý ngân hàng - tài sản của nó là tài chính của khách hàng”[3]. Một trong những nguồn quản lý là các khoản tín dụng thanh toán và tín dụng của khách hàng. Do đó để tránh tranh chấp và giảm các khoản tín dụng, các ngân hàng thường lãi gởi tín dụng cho khách hàng như là phần thưởng cho sự sinh lời dùng từ các ngân hàng tạm sử dụng nguồn vốn.

1.2.2. Hoạt động đầu tư

Hoạt động chủ yếu của ngân hàng là hoạt động đầu tư. Là quá trình tạo nên các loại tài sản khác nhau của ngân hàng trong đó chủ yếu là hoạt động tín dụng và hoạt động đầu tư.

Hoạt động tín dụng: đây là hoạt động quản lý ngân hàng, chỉ một phần nhỏ nhất trong tổng tài sản, phần ảnh hưởng của ngân hàng là cho vay và hoạt động này cũng mang lại nguồn thu nhập lớn nhất cho ngân hàng.

Hoạt động đầu tư: Các ngân hàng cũng đầu tư nhằm tìm kiếm lợi nhuận như góp vốn vào doanh nghiệp, mua bán chứng khoán hay cho vay trên thị trường liên ngân hàng để nâng cao nguồn vốn tự có của mình.

1.2.3. Hoạt động dịch vụ ngân hàng

Ngoài hai hoạt động chính là huy động và đầu tư thì NHTM còn là tổ chức cung cấp nhiều dịch vụ ngân hàng khác nhau: dịch vụ thanh toán, dịch vụ bảo lãnh, dịch vụ mua bán ngoại tệ, dịch vụ ngân quỹ...

Cùng với sự phát triển về kinh tế, khoa học và công nghệ thì nhu cầu của khách hàng ngày càng đa dạng và phong phú. Do đó, ngân hàng đã phát triển thêm nhiều loại hình dịch vụ đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Những công nghệ chính số đa dạng của các sản phẩm dịch vụ ngân hàng đã tạo cho ngân hàng một nguồn thu đáng kể và ngày càng chi mạnh mẽ trong tổng thu nhập của ngân hàng.

2. TÍN DỤNG NGÂN HÀNG

2.1. Khái niệm và tín dụng ngân hàng

Tín dụng là một phạm trù kinh tế ra đời, tồn tại và phát triển cùng với xã hội, tồn tại và phát triển của nền kinh tế hàng hóa. Vì vậy tín dụng ra đời là một tất yếu, khách quan của nền kinh tế xã hội. Mặc dù hoạt động tín dụng ra đời rất lâu nhưng cho đến nay người ta vẫn chưa thể nhận định chính xác về tín dụng.

Theo Các Mác thì: “Tín dụng dưới hình thái biểu hiện của nó là sự tín nhiệm ít nhiều có căn cứ đã khi nào cho người này giao cho người khác một số tiền nào đó dưới hình thái hàng hóa hoặc các ánh giá thành một số tiền nhất định. Sự tín nhiệm này bao gồm công nợ phải trả trong một thời gian đã định trước”[4]. Theo tác giả tiếng Việt của Viện Ngôn ngữ học: “Tín dụng là sự vay mượn tiền bạc và vật chất, hàng hóa”[5].

Như vậy theo cách hiểu chung nhất thì: Tín dụng là một quan hệ xã hội giữa người cho vay và người đi vay, giữa họ có mối liên hệ với nhau thông qua sự vận động của giá trị vốn tín dụng được biểu hiện dưới hình thái tiền tệ hoặc hiện vật. Còn “Tín dụng ngân hàng là quan hệ chuyên nghiệp quy định về vận động ngân hàng cho khách hàng trong một thời hạn nhất định với một khoản chi phí nhất định” [6].

Theo luật các tổ chức tín dụng năm 2010 có hiệu lực từ ngày 01/01/2011 quy định về hoạt động tín dụng và các loại hình tín dụng như sau: “Hoạt động tín dụng là việc tổ chức tín dụng sử dụng nguồn vốn có, nguồn vốn huy động các loại hình tín dụng. Các loại hình tín dụng là việc cho vay, cho thuê tài chính, bảo lãnh ngân hàng và các nghiệp vụ các loại hình tín dụng khác”[7].

Như vậy, tín dụng ngân hàng mang bản chất chung của quan hệ tín dụng, đó là quan hệ tín dụng lẫn nhau trong việc vay và cho vay giữa các ngân hàng, các tổ chức tín dụng với các pháp nhân và cá nhân, được thực hiện theo nguyên tắc hoàn trả và có lãi.

2.2. Phân loại tín dụng ngân hàng

Trong nền kinh tế hiện đại, tín dụng ngân hàng có phạm vi hoạt động rộng và đa dạng, việc phân loại chỉ có tính chất tương đối. Trên cơ sở các căn cứ phân loại khác nhau ta có các hình thức tín dụng khác nhau.

2.2.1. Căn cứ vào thời hạn tín dụng

Căn cứ vào tiêu thức này người ta chia tín dụng thành 3 loại:

Tín dụng ngắn hạn: là loại tín dụng có thời hạn ngắn 12 tháng và được sử dụng bù đắp thiếu hụt tạm thời về vốn lưu động của các doanh nghiệp và các nhu cầu chi tiêu ngắn hạn của cá nhân. Đây là loại hình tín dụng ít rủi ro cho ngân hàng vì thời gian ngắn. Tín dụng ngắn hạn bao gồm chiết khấu, thấu chi, tín dụng ngắn trả và tín dụng bổ sung vốn lưu động.

Tín dụng trung hạn: là loại tín dụng có thời hạn từ 1 năm đến 5 năm. Loại tín dụng này chủ yếu được sử dụng để mua sắm tài sản cố định, tín dụng cho các dự án đầu tư công nghệ, mở rộng sản xuất kinh doanh, xây dựng các dự án môi trường có quy mô nhỏ và thời gian thu hồi vốn nhanh.

Tín dụng dài hạn: là loại tín dụng có thời hạn trên 5 năm. Loại tín dụng này được sử dụng chủ yếu để xây dựng cơ bản, xây dựng các nhà máy, xí nghiệp... Loại tín dụng này thường có rủi ro lớn do khó khăn trả nợ của khách hàng.

2.2.2. Căn cứ vào mục đích tín dụng

Căn cứ vào tiêu thức này người ta chia tín dụng thành hai loại:

Tín dụng trong sản xuất và lưu thông hàng hóa: là hình thức tín dụng phục vụ quá trình sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp, chi tiêu kinh doanh.

Tín dụng tiêu dùng: là loại cho vay đáp ứng nhu cầu chi tiêu, mua sắm phục vụ cuộc sống của cá nhân. Với hình thức tín dụng này ngân hàng chú trọng đến nguồn trả nợ và thu nhập của khách hàng mà ít quan tâm đến việc sử dụng có hiệu quả hay không.

2.2.3. C n c vào m c tín nhi m c a khách hàng

C n c theo tiêu th c này tín d ng c chia thành hai lo i

Cho vay có b o m: là lo i cho vay d a trên c s các b o m cho tín vay nh th ch p, c m c ho c b o lãnh c a bên th ba

Cho vay không có b o m (tín ch p): là lo i cho vay không có tài s n th ch p, c m c ho c b o lãnh c a ng i khác mà ch d a vào uy tín c a b n thân khách hàng vay v n quy t nh cho vay.

2.2.4. C n c vào hình th c c p tín d ng

C n c vào tiêu th c này có th chia tín d ng thành 4 lo i

Chi t kh u th ng phi u: Th ng phi u c hình thành ch y u t quá trình mua bán ch u hàng hóa và d ch v gi a khách hàng v i nhau. Ng i bán (ng i th h ng) có th gi th ng phi u n h n òi tín ng i mua (ng i ph i tr) ho c mang n ngân hàng xin chi t kh u tr c h n.

Nghi p v chi t kh u c coi là n gi n, d a trên s tín nhi m gi a ngân hàng và nh ng ng i ký tên trên th ng phi u. thu n tín cho khách hàng, ngân hàng th ng ký v i khách hàng h p ng chi t kh u. Khi c n chi t kh u khách hàng ch c n g i th ng phi u lên ngân hàng xin chi t kh u. Ngân hàng s ki m tra ch t l ng c a th ng phi u và th c hi n chi t kh u. Do t i thi u có hai ng i cam k t tr tín cho ngân hàng nên an toàn c a chi t kh u th ng phi u t ng i cao (tr tr ng h p ngân hàng th c hi n chi t kh u mi n truy òi i v i khách hàng). H n n a, NHTM có th tái chi t kh u th ng phi u t i NHNN áp ng nhu c u thanh kho n v i chi phí th p

Cho vay: là lo i hình thông d ng nh t trong ho t ng tín d ng, có ngh a là ngân hàng cho khách hàng vay tín ph c v cho nh ng m c ích khác nhau c a khách hàng. Cho vay có các lo i sau:

Th u chi: “là m t k thu t c p tín d ng cho khách hàng theo ó ngân hàng cho phép khách hàng chi v t s d có trên tài kho n thanh toán c a khách hàng th c hi n các giao d ch thanh toán k p th i cho nhu c u s n xu t kinh doanh và i s ng” [8]. nh m c th u chi t i a là 10% giá tr s d tài kho n c a n m tr c.

Cho vay trực tiếp tín dụng: là hình thức cho vay vì khách hàng có nhu cầu vay không thể xuyên hay không có người ký tên công nhân mặt chủ. Một số khách hàng sử dụng văn chớ và tín dụng chứng minh là chủ, chỉ khi có nhu cầu thì vào công nhân sản xuất vay ngân hàng, tức là văn ngân hàng chỉ tham gia một số giai đoạn như nhận chấp thuận sản xuất kinh doanh.

Cho vay theo hạn mức: là nghiệp vụ theo số ngân hàng thỏa thuận cho khách hàng hạn mức tín dụng. Hạn mức tín dụng có thể tín cho các hộ cá nhân, số là số tín dụng tối đa mà ngân hàng cấp cho khách hàng.

Cho vay luân chuyển: là nghiệp vụ cho vay dựa trên số luân chuyển của hàng hóa. Doanh nghiệp khi mua hàng có thể thiuv, ngân hàng cho doanh nghiệp vay mua hàng và thu nhập khi doanh nghiệp thu tiền bán hàng.

Cho vay trợ góp: là hình thức tín dụng theo số ngân hàng cho phép khách hàng trả làm nhiều lần gốc và lãi trong thời gian tín dụng đã thỏa thuận. Cho vay trợ góp thường cấp dụng vì các khoản vay trung và dài hạn. Nó tài trợ cho các tài sản cố định và hàng lâu bền. Số tiền trả mỗi kỳ tính toán phù hợp với khả năng trả.

Cho vay gián tiếp: là hình thức cho vay thông qua các tổ chức trung gian. Phần lớn các ngân hàng cấp dụng hình thức cho vay trực tiếp. Bên cạnh số ngân hàng cũng phát triển thêm hình thức này.

Cho thuê tài sản (thuê – mua): Hoạt động chủ yếu của NHTM là cho vay khách hàng mua tài sản. Tuy nhiên, trong nhiều khách hàng không (học chớ) người ký tên vay văn. Công nhân tín dụng, NHTM đã mua các tài sản theo yêu cầu của khách hàng và cho khách hàng thuê. Vì tài sản cho thuê thu c tài sản của ngân hàng nên ngân hàng có thể thu hồi bán hoặc cho người khác thuê khi người thuê không trả c n, vì vậy này sẽ giảm bớt thiệt hại cho ngân hàng.

Bỏ lãnh: là cam kết của khách hàng đối hình thức bỏ lãnh vì ngân hàng sẽ thay thế tài chính thay cho khách hàng khi khách hàng không thể hiện ứng nghĩa với cam kết. Bỏ lãnh có 3 bên: bên nhận bỏ lãnh, bên cấp bỏ lãnh và bên bỏ lãnh. Ngân hàng là bên bỏ lãnh, khách hàng của ngân hàng sẽ là bên cấp bỏ lãnh, bên còn lại là bên nhận bỏ lãnh.

2.2.5. Vai trò của tín dụng ngân hàng

Tín dụng ngân hàng góp phần thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển, tạo ra sản phẩm cho xã hội thông tin, mở rộng phát triển bản vụ ngân hàng cho nền kinh tế. Vai trò của tín dụng ngân hàng ngày càng quan trọng và thể hiện như sau:

- *Tín dụng ngân hàng là công cụ tài trợ vốn có hiệu quả*

Trong nền kinh tế các doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh dựa trên nguồn vốn tự có và nguồn vốn tài trợ bên ngoài. Trong đó, vốn tín dụng ngân hàng vốn là nguồn vốn tài trợ có hiệu quả nhất, bởi nó thanh toán các chi phí sản xuất, lưu thông và tiêu thụ.

- *Tín dụng ngân hàng là công cụ giải quyết mâu thuẫn giữa thanh toán và ngân hàng tiết kiệm*

Trong nền kinh tế, thị trường tiền tệ sản sinh hai loại nhu cầu là ngân hàng thanh toán cho vay ngắn hạn và ngân hàng tiết kiệm để vay dài hạn hành sản xuất kinh doanh. Hai loại nhu cầu này ngược nhau nhưng cùng chung một thị trường đó là tiền, chung nhau về tính thanh toán và cả hai bên đều thanh toán nhu cầu và đều có lợi. Ngân hàng đã giải quyết chênh lệch thanh toán, tiết kiệm này bằng cách huy động mọi nguồn tiền nhàn rỗi phân phối lại vốn trên nguyên tắc có hoàn trả kép thì cho nhu cầu sản xuất, kinh doanh...

- *Tín dụng ngân hàng góp phần làm chuyển đổi cơ cấu kinh tế*

Tất cả những công việc trên đòi hỏi phải có vốn mà tín dụng ngân hàng là nguồn cung cấp vốn cho các nhu cầu đó một cách hiệu quả và kịp thời nhất. Mặt khác, vốn ngân hàng cung cấp cho các doanh nghiệp bằng việc cho vay với điều kiện phải hoàn trả theo gốc và lãi theo thời hạn quy định. Vì vậy, các doanh nghiệp muốn sinh lợi thì nên vay thì phải đầu tư vào các ngành kinh tế hiệu quả. Chính vì vậy tín dụng ngân hàng góp phần làm chuyển đổi cơ cấu kinh tế.

- *Tín dụng ngân hàng góp phần thúc đẩy quá trình mở rộng mối quan hệ giao lưu kinh tế quốc tế.*

Một quốc gia có giai đoạn phát triển thì thị trường phải có một nền kinh tế chính trị ổn định, có vị thế trên trường quốc tế, có một lượng vốn lớn trong đó vốn đi ra ngoài thị trường là rất quan trọng. Tín dụng ngân hàng trở thành một trong những phương tiện

li n kinh t các n c v i nhau b ng các ho t ng tín d ng qu c t nh các hình th c tín d ng gi a các chính ph , gi a các t ch c cá nhân v i chính ph , gi a các cá nhân v i cá nhân. Ch t l ng ho t ng tín d ng ngo i th ng là c s t o lòng tin cho b n hàng trong th ng m i, t o i u ki n cho quá trình l u thông hàng hóa.

- *Tín d ng ngân hàng là công c nhàn c i u ti t kh i l ng ti n l u thông trong n n kinh t , ki m soát ti n vào kênh l u thông qua kênh tín d ng.*

B i vì ngân hàng là ch th quan tr ng tham gia vào quá trình t o ti n thông qua ho t ng tín d ng và thanh toán. Khi ngân hàng m r ng và th t ch t tín d ng s nh h ng n l ng ti n trong l u thông. Do ó, khi Nhà n c mu n t ng kh i l ng ti n trong l u thông thì Ngân hàng Nhà n c có th t ng h n m c tín d ng c a các NHTM i v i n n kinh t và ng c l i.

Nh v y, tín d ng ngân hàng có vai trò h t s c quan tr ng i v i s phát tri n kinh t xã h i c a t n c, nó gi i quy t mâu thu n n i t i c a n n kinh t , thúc y n n kinh t t ng tr ng b n v ng. Tuy nhiên, tín d ng ngân hàng phát huy c h t vai trò c a nó thì các nhà qu n lý ngân hàng, các c quan ch c n ng ph i t o ra m t hành lang pháp lý c ng nh các quy nh ch t ch , t o i u ki n thu n l i cho c ng i vay và ng i i vay trong n n kinh t .

3. Ch t l ng tín d ng và s c n thi t ph i nâng cao ch t l ng tín d ng

3.1. Quan i m v ch t l ng tín d ng

Các nhà kinh t nói n ch t l ng b ng nhi u cách: Ch t l ng là “S phù h p v i m c ích và s s d ng”, là “m t trình d ki n tr c v ng u và tin c y v i chi phí th p và phù h p v i th tr ng” hay ch t l ng là “n ng l c c a m t s n ph m ho c m t d ch v nh m th a mãn nh ng nhu c u c a ng i s d ng” [9].

V y ch t l ng tín d ng là s áp ng yêu c u c a khách hàng, m b o s t n t i và phát tri n c a Ngân hàng và phù h p v i s phát tri n kinh t xã h i. Có th hi u rõ h n v ch t l ng tín d ng, ta xem xét s th hi n ch t l ng tín d ng trên các khía c nh nh sau:

- *i v i n n kinh t* : Tín d ng có ch t l ng có ngh a là ph i huy ng c t i a l ng ti n t t m th i nhàn r i và th c hi n cho vay u t phát tri n n n kinh t theo h ng c a Nhà n c m t cách có hi u qu nh t. T c là vi c u t tín d ng s

góp phần nâng cao năng suất lao động, tạo ra các sản phẩm dịch vụ có chất lượng cao, giá thành hạ. Đồng thời, thông qua đó sẽ góp phần thúc đẩy các nhiệm vụ kinh tế - văn hóa của Nhà nước như: hiện đại hóa cơ cấu nền kinh tế, giải quyết công việc làm cho người lao động, cải thiện cuộc sống người dân, củng cố quan hệ kinh tế đối ngoại quốc gia, đặc biệt là góp phần vào công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

- *đối với khách hàng vay vốn*: Chất lượng tín dụng chính là chất lượng sản phẩm tín dụng do ngân hàng cung cấp. Chất lượng tín dụng cao đồng nghĩa với việc vốn vay được cung ứng với số lượng, thời hạn, lãi suất hợp lý và thời gian xét duyệt nhanh chóng, thái độ tận tình chu đáo. Tóm lại, tạo niềm tin cho khách hàng hoạt động kinh doanh có hiệu quả, có nguồn thu nhập ổn định để trả nợ vay ngân hàng, giúp khách hàng và ngân hàng phát triển hoạt động kinh doanh của mình.

- *đối với ngân hàng*: Nguyên tắc cơ bản nhất đối với hoạt động tín dụng ngân hàng đó là vay vốn phải được hoàn trả gốc và lãi đúng hạn. Nên nói đến chất lượng tín dụng là nói đến khoản tín dụng được bảo đảm an toàn, sử dụng đúng mục đích, phù hợp với chính sách tín dụng của ngân hàng, hoàn trả gốc và lãi đúng thời hạn, đem lại lợi nhuận cho ngân hàng với chi phí nghiệp vụ thấp, đồng thời ngăn ngừa tranh chấp ngân hàng trên thị trường, làm lành mạnh các quan hệ kinh tế, phục vụ tốt nghiệp vụ và phát triển.

3.2. Đặc điểm của chất lượng tín dụng

- Thứ nhất là: Chất lượng tín dụng được hình thành và đảm bảo bởi hai phía là ngân hàng và khách hàng. Bởi vậy chất lượng tín dụng ngân hàng không những phụ thuộc vào bên thân ngân hàng mà còn phụ thuộc vào kết quả hoạt động kinh doanh của khách hàng.

- Thứ hai là: Chất lượng tín dụng là một khái niệm cụ thể (thể hiện qua các chỉ tiêu có thể tính toán được như kết quả kinh doanh, nợ quá hạn...), và trừu tượng (thể hiện qua khả năng thu hút khách hàng, tác động đến nền kinh tế...).

- Thứ ba là: Chất lượng tín dụng phụ thuộc vào hành động của các nhân tố chủ quan (khả năng quản lý, trình độ, đạo đức của cán bộ ngân hàng và khách hàng...) nhưng cũng chịu ảnh hưởng của các nhân tố khách quan (sự thay đổi của môi trường kinh tế xã hội...).

- Thứ t là: Chất lượng tín dụng là một chỉ tiêu kinh tế tổng hợp, phản ánh mức thích nghi của NHTM với sự thay đổi của môi trường bên ngoài, nó thể hiện sự cam kết của một ngân hàng trong quá trình cạnh tranh thị trường.

3.3. Các chỉ tiêu phản ánh chất lượng tín dụng của NHTM

Ánh giá chất lượng tín dụng của NHTM mà người ta thường dùng chỉ tiêu định tính và định lượng.

3.3.1. Chỉ tiêu định tính

Thứ nhất, NHTM đã mở rộng thị trường tín dụng các nguyên tắc cho vay như? Mục đích và lợi ích của ngân hàng là bao nhiêu? Ngân hàng đã thực hiện các chính sách của Nhà nước trong thị trường tín dụng như thế nào?

Thứ hai, đó là uy tín của ngân hàng đối với khách hàng, sự hài lòng của khách hàng đối với các sản phẩm tín dụng mà ngân hàng cung cấp về quy mô, lãi suất, phí, thời gian phục vụ ...

Thứ ba, là trình độ chuyên môn nghiệp vụ và thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng, khả năng ứng dụng công nghệ, kỹ thuật hiện đại trong quá trình cung cấp tín dụng nhằm rút ngắn thời gian phục vụ khách hàng và mở rộng thị trường, lưu trữ và thông tin giúp ngân hàng có thể khai thác, phát hiện và ngăn ngừa rủi ro.

Thứ tư, là việc chấp hành pháp luật và các quy định của ngân hàng: công bằng, trung tâm giao dịch mở rộng, các thủ tục, hoàn thiện làm tốt công tác cho vay.

Các chỉ tiêu định tính rất khó xác định và thường dựa vào kinh nghiệm của các cán bộ tín dụng và người quản lý ngân hàng các mối quan hệ của họ với khách hàng vì vậy trên thực tế khi nói về chất lượng tín dụng thường người ta chú ý nhiều đến các chỉ tiêu mang tính định lượng.

3.3.2. Chỉ tiêu định lượng

- *Doanh số cho vay*

Đây là chỉ tiêu phản ánh quy mô cung cấp tín dụng của ngân hàng đối với nền kinh tế, là chỉ tiêu phản ánh chính xác tuyệt đối về hoạt động cho vay trong một khoảng thời gian. Do đó, nếu kết quả doanh số cho vay của các thị trường liên tiếp thì có thể thay đổi xu hướng hoạt động tín dụng của NHTM.

- *Tổng nợ*

Tổng dư nợ = Dư nợ cho vay (ngắn hạn, trung hạn, dài hạn)

Đây là chỉ tiêu phản ánh khả năng tín dụng ngân hàng chấp hành kinh tế thị trường. Tổng dư nợ thấp cho thấy ngân hàng kém, không có khả năng mở rộng khách hàng, mở rộng thị phần. Mặc dù vậy, chỉ tiêu này cao thì càng không tốt bởi khi ngân hàng cho vay vượt quá mức giới hạn càng là lúc ngân hàng bắt đầu sụp đổ như ngân hàng ở Việt Nam. Chỉ tiêu tổng dư nợ phản ánh quy mô tín dụng ngân hàng phản ánh uy tín của ngân hàng. Khi so sánh tổng dư nợ của ngân hàng với thị phần tín dụng của ngân hàng sẽ cho chúng ta biết được ngân hàng là cao hay thấp.

- *Nợ quá hạn*

Nợ quá hạn là nợ ngân hàng cho vay ngắn hạn mà khách hàng không trả số tiền trong hạn quy định và tiền lãi của số tiền đó và không có ngân hàng gia hạn. Số tiền này Ngân hàng chuyển thành nợ quá hạn và áp dụng lãi suất quá hạn thường không quá 150% lãi suất trong hạn suất trong hạn. Phản ánh giá chất lượng tín dụng dựa trên cơ sở nợ quá hạn ngân hàng qua tỷ lệ nợ quá hạn

- *Tỷ lệ nợ quá hạn*

Tỷ lệ nợ quá hạn = Nợ quá hạn / Tổng dư nợ

Tỷ lệ nợ quá hạn là tỷ lệ phần trăm giá trị nợ quá hạn và tổng dư nợ của NHTM mặt thị trường như thế này là cụ thể tháng, cụ thể quý, cụ thể năm. Tỷ lệ nợ quá hạn thấp biểu hiện chất lượng hoạt động tín dụng của ngân hàng là có an toàn cao, tức là mức rủi ro thấp. Bên cạnh đó phản ánh giá chính xác hơn về chất lượng hoạt động tín dụng của ngân hàng thì ngân hàng chia tỷ lệ nợ quá hạn thành hai loại: tỷ lệ nợ quá hạn có khả năng thu hồi và tỷ lệ nợ quá hạn không có khả năng thu hồi. Ngân hàng có tỷ lệ nợ quá hạn cao như trong đó bao nhiêu phần trăm là có khả năng thu hồi và bao nhiêu phần trăm là không có khả năng thu hồi, khi đó ta mới có thể đánh giá chính xác chất lượng tín dụng của ngân hàng.

- *Phân loại nợ và xử lý nợ xấu trên tổng dư nợ*

Phân loại nợ: Theo quy định của 493/2005/QĐ-NHNN và Thông tư số 15/2010/TT-NHNN thì phân loại nợ căn cứ vào thực trạng tài chính của khách hàng và/hoặc thời hạn thanh toán nợ gốc và lãi vay, thực trạng tài chính phân loại theo nhóm:

• Nhóm 1 (Nhiệm vụ tiêu chuẩn) là Các khoản nợ có thể chuyển đổi đánh giá là có khả năng thu hồi nguyên gốc và lãi ứng hạn. Nó bao gồm: Các khoản nợ trong hạn, các khoản nợ quá hạn dưới 10 ngày

• Nhóm 2 (Nhiệm vụ chú ý) là Các khoản nợ có thể chuyển đổi đánh giá là có khả năng thu hồi nguyên gốc và lãi nhưng có dấu hiệu khách hàng suy giảm khả năng trả nợ. Nó bao gồm: Các khoản nợ quá hạn từ 10 ngày đến dưới 30 ngày, các khoản nợ có cullit hạn trên 1 năm

• Nhóm 3 (Nhiệm vụ tiêu chuẩn) là Các khoản nợ có thể chuyển đổi đánh giá là không có khả năng thu hồi nguyên gốc và lãi khi hạn hạn. Các khoản nợ này có thể chuyển đổi đánh giá là có khả năng thanh toán phần nguyên gốc và lãi. Bao gồm: Các khoản nợ quá hạn từ 30 ngày đến dưới 90 ngày, các khoản nợ có cullit hạn trên 1 năm quá hạn dưới 30 ngày theo thời hạn trên ã c c c u l i l n u, các khoản nợ có mức giảm lãi do khách hàng không khả năng trả lãi y theo hợp đồng tín dụng

• Nhóm 4 (Nhiệm vụ nghi ngờ) là Các khoản nợ có thể chuyển đổi đánh giá là có khả năng thanh toán cao. Bao gồm: Các khoản nợ quá hạn từ 90 ngày đến dưới 180 ngày, các khoản nợ có cullit hạn trên 1 năm quá hạn từ 30 ngày đến dưới 90 ngày theo thời hạn trên ã c c c u l i l n u, các khoản nợ có cullit hạn trên 1 năm lần hai

• Nhóm 5 (Nhiệm vụ có khả năng mất vốn) là các khoản nợ có thể chuyển đổi đánh giá là không có khả năng thu hồi, mất vốn. Bao gồm: Các khoản nợ quá hạn từ 180 ngày trở lên, các khoản nợ có cullit hạn trên 1 năm quá hạn từ 90 ngày trở lên theo thời hạn trên c c c u l i l n u, các khoản nợ có cullit hạn trên 1 năm lần hai quá hạn theo thời hạn trên c c c u l i l n th hai, các khoản nợ có cullit hạn trên 1 năm lần ba trở lên, kể cả quá hạn hoặc ã quá hạn

Trong đó các khoản nợ nhóm 3 trở lên xem là các khoản nợ xấu

$$T \text{ l n x u} = N \text{ x u} / T \text{ ng d n}$$

- Thu nhập tiềm năng cho vay

Mức ích hoạt động của NHTM là lợi nhuận mà hoạt động chính đem lại lợi nhuận hay thu nhập cho ngân hàng là hoạt động tín dụng. Do đó, chỉ tiêu tín dụng

c nâng cao chất lượng khi nó góp phần nâng cao khả năng sinh lợi của ngân hàng. Chính vì vậy, ngoài việc giảm thiểu quá hạn, tỷ lệ xử lý ngân hàng còn phải tăng cường thu nhập tốt hơn cho vay.

- *Hệ số sử dụng vốn*

Chỉ tiêu này phản ánh tỷ lệ vốn cho vay trong tổng nguồn vốn huy động. Nó xem xét, đánh giá trình độ cho vay đã phù hợp với khả năng đáp ứng vốn của bản thân ngân hàng công nghiệp kinh tế hay chưa.

$Hệ\ số\ sử\ dụng\ vốn = \frac{tổng\ dư\ nợ}{tổng\ vốn\ huy\ động}$

Tỷ lệ này trên thực tế giao động từ 30% đến 100%. Thông thường vào khoảng trên 80% là tốt, còn nếu dưới hoặc trên mức đó, thậm chí xấp xỉ 100% có thể sẽ gây ảnh hưởng không tốt đến ngân hàng. Lúc đó tính thanh khoản của ngân hàng sẽ bị đe dọa do khả năng dự trữ không còn nhiều.

3.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng của ngân hàng

3.4.1. Các nhân tố về môi trường hoạt động

- *Môi trường kinh tế*

Khi nền kinh tế phát triển thì số lượng tiền thu nhập cho tín dụng ngân hàng phát triển. Nền kinh tế phát triển, lạm phát thấp không có khủng hoảng, hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp phát triển hành động có hiệu quả mang lại lợi nhuận cao, doanh nghiệp hoàn trả các vốn vay ngân hàng đúng hạn và lãi, nên hoạt động tín dụng của ngân hàng phát triển, chất lượng tín dụng được nâng cao và ngược lại. Mức phù hợp giữa lãi suất ngân hàng với mức lãi suất của doanh nghiệp sản xuất kinh doanh và dịch vụ trong nền kinh tế quốc dân công nghiệp ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng, lợi ích của ngân hàng thu được bằng chênh lệch lãi suất của doanh nghiệp sản xuất kinh doanh và dịch vụ trong nền kinh tế nói chung. Ngoài ra những sự biến động lãi suất thị trường, giá trị thị trường công nghiệp tăng giảm thì lãi suất của ngân hàng. Tất cả những yếu tố môi trường kinh tế là một nhân tố khá quan trọng đến chất lượng tín dụng của ngân hàng.

- *Môi trường pháp lý và chính sách*

Môi trường pháp lý có hiệu lực là một hệ thống luật và văn bản pháp quy liên quan đến hoạt động của ngân hàng nói chung và hoạt động tín dụng nói riêng. Nhân tố pháp lý ảnh hưởng đến hoạt động tín dụng, đó là quan hệ tín dụng phi pháp luật thành văn, pháp luật quy định các chủ thể hoạt động tín dụng, tạo ra những điều kiện thuận lợi cho hoạt động tín dụng lành mạnh, phát huy vai trò tích cực trong phát triển kinh tế xã hội, đồng thời duy trì hoạt động tín dụng bền vững, bảo vệ quyền và lợi ích của các bên tham gia quan hệ tín dụng. Những quy định pháp luật về tín dụng phi pháp luật phù hợp với điều kiện và trình độ phát triển kinh tế xã hội, trên cơ sở đó kích thích hoạt động tín dụng có hiệu quả hơn.

3.4.2. Các nhân tố thu hút phía khách hàng

- Văn và khả năng tài chính của khách hàng

Văn và khả năng tài chính của khách hàng là cơ sở nền tảng cho hoạt động sản xuất kinh doanh và khả năng trả nợ của doanh nghiệp. Một doanh nghiệp có nguồn vốn lớn, cơ sở tốt, ít phụ thuộc vào vốn vay ngân hàng sẽ có khả năng trả nợ ngân hàng cao hơn các doanh nghiệp hoạt động chủ yếu dựa vào vốn vay ngân hàng.

- Nhu cầu vốn của doanh nghiệp

Bất kỳ loại hình hóa hay dịch vụ nào muốn tiêu thụ thì cần phải có người mua. Tín dụng ngân hàng cũng vậy, ngân hàng không thể cho vay nếu như không có người vay. Xét trong phạm vi toàn bộ nền kinh tế thì nhu cầu vốn trung và dài hạn cho hoạt động phát triển luôn bền vững và tăng trưởng NHTM thì không phải vậy. Do số lượng doanh nghiệp có quan hệ với ngân hàng là có hạn và có những lúc nhu cầu vốn của các doanh nghiệp này là không cao như: giai đoạn hoạt động kinh doanh gặp khó khăn các doanh nghiệp có xu hướng thu hẹp sản xuất. Trong trường hợp có nhu cầu vốn trung và dài hạn của các doanh nghiệp sẽ thiếu hụt và do đó ngân hàng sẽ gặp khó khăn nếu muốn mở rộng tín dụng.

- Khả năng đáp ứng của doanh nghiệp các tiêu chuẩn tín dụng của ngân hàng

Để bảo đảm an toàn, tránh rủi ro khi cho vay, các NHTM thường đặt ra những điều kiện, tiêu chuẩn tín dụng nhằm phân loại, chọn ra những khách hàng có thể hay không thể cho vay. Những khách hàng nào đáp ứng các yêu cầu của ngân hàng thì mới được xem xét cho vay. Những điều kiện tiêu chuẩn này có thể là: tính

h p lý, h p pháp c a m c ích s d ng v n, n ng l c tài chính, n ng l c s n xu t kinh doanh c a doanh nghi p, tính kh thi c a d án, các bi n pháp b o m. Rõ ràng kh n ng c a doanh nghi p trong vi c áp ng các i u ki n, tiêu chu n tín d ng s nh h ng tr c ti p n ch t l ng tín d ng c a ngân hàng.

- *Kh n ng c a doanh nghi p trong vi c qu n lý và s d ng kho n vay có hi u qu*

Khi cho vay thì ngân hàng trông i kho n tr n s c l y t chính k t qu ho t ng c a d án ch không ph i b ng cách phát m i tài s n th ch p, c m c . i u này l i ph thu c vào hi u qu qu n lý và s d ng v n vay c a doanh nghi p. Có nhi u y u t c n thi t m b o cho vi c s d ng v n vay c a doanh nghi p, trong ó có m t s nhân t gi vai trò quy t nh nh v th , n ng l c th tr ng c a doanh nghi p, n ng l c công ngh , ch t l ng i ng nhân s , trình qu n lý c a doanh nghi p.

- *T cách, o c c a ng i vay*

T cách o c xét trên ph ng di n ý mu n hoàn tr kho n n vay. Trong nhi u tr ng h p ng i vay có ý mu n chi m o t v n, không hoàn tr n vay m c dù có kh n ng tr n , i u này ã gây ra nh ng r i ro không nh cho ngân hàng.

3.4.3. Các nhân t thu c v phía ngân hàng

- *Chi n l c phát tri n c a ngân hàng*

Chi n l c phát tri n c a ngân hàng là m t trong nh ng y u t quan tr ng nh h ng n ch t l ng tín d ng c a ngân hàng. M t chi n l c phát tri n úng n, phù h p s m b o cho ngân hàng phát tri n m t cách b n v ng. Ng c l i m t chi n l c không phù h p s làm ch m t i n phát tri n ho c có th d n n khó kh n nh kinh doanh thua l , phá s n...

- *Chính sách tín d ng*

Là ng l i, ch tr ng, h th ng các bi n pháp m b o cho ho t ng tín d ng i úng qu o liên quan n vi c m r ng hay thu h p tín d ng, nó có ý ngh a quy t nh n s thành b i c a m t ngân hàng. M t chính sách tín d ng úng n s thu hút c nhi u khách hàng, m b o kh n ng sinh l i c a ho t ng tín d ng. B t

c ngân hàng nào muốn có chất lượng tín dụng cao thì phải có chính sách tín dụng phù hợp với vị trí của ngân hàng, của thị trường.

- Công tác tổ chức của ngân hàng

Khả năng tổ chức của ngân hàng ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng tín dụng. Tổ chức này bao gồm tổ chức các phòng ban, nhân sự và tổ chức các hoạt động trong ngân hàng. Ngân hàng có một tổ chức khoa học sẽ mở rộng phạm vi hoạt động, nhập ngành giữa các cán bộ, nhân viên, các phòng ban trong ngân hàng, giữa các ngân hàng với nhau trong toàn bộ hệ thống cũng như các quan khác liên quan mở rộng cho ngân hàng hoạt động nhập ngành thị trường có hiệu quả và nhất là nâng cao hiệu quả tín dụng.

- Chất lượng đội ngũ cán bộ ngân hàng

Chất lượng đội ngũ cán bộ, nhân viên ngân hàng là yêu cầu hàng đầu đối với mọi ngân hàng, vì nó ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng hoạt động và khả năng mở rộng phạm vi nhu cầu cho ngân hàng. Đội ngũ cán bộ ngân hàng có chuyên môn nghiệp vụ giỏi, có óc sáng tạo, có năng lực sẵn sàng tiếp nhận ngân hàng mới và phát triển.

- Quy trình tín dụng

Chất lượng tín dụng tùy thuộc vào việc lập ra một quy trình tín dụng mở rộng tính logic khoa học và việc thực hiện tất cả các bước trong quy trình tín dụng cũng như sự phạm vi hoạt động nhập ngành giữa các bước. Quy trình tín dụng gồm 3 giai đoạn chính:

Xét duyệt vay của khách hàng và thực hiện cho vay: Trong giai đoạn này chất lượng tín dụng phụ thuộc nhiều vào công tác thẩm định khách hàng và việc chấp hành các quy định với vị trí, thẩm định cho vay của khách hàng

Kiểm tra, giám sát quá trình sử dụng vốn vay và theo dõi rủi ro: Việc thiết lập hệ thống kiểm tra hiệu quả, áp dụng có hiệu quả các hình thức, biện pháp kiểm tra sẽ góp phần nâng cao chất lượng tín dụng

Thu nợ và thanh lý: sự linh hoạt của ngân hàng trong khâu thu nợ sẽ giúp ngân hàng giảm thiểu các rủi ro, hạn chế những khoản nợ quá hạn, bỏ nợ vốn, nâng cao chất lượng tín dụng.

- Khả năng thu thập và xử lý thông tin

Thông tin là yếu tố sống còn đối với mọi doanh nghiệp trong kinh tế thị trường cạnh tranh gay gắt. Trong cạnh tranh ai nắm được thông tin trước là người có khả năng giành chiến thắng lớn hơn, vì ngân hàng thông tin tín dụng hàng đầu sẽ có cơ sở xem xét, quyết định cho vay hay không cho vay và theo dõi, quản lý khoản cho vay với mức độ chính xác bảo đảm an toàn và hiệu quả đối với khoản vốn cho vay.

- Kiểm soát nội bộ

Thông qua kiểm soát giúp lãnh đạo ngân hàng nắm được tình hình hoạt động kinh doanh đang diễn ra, những thuận lợi, khó khăn về cách thực hiện những quy định pháp luật, nội quy, quy chế, chính sách kinh doanh, thực tế tín dụng để có giúp lãnh đạo ngân hàng có những lợi ích, chiến lược, chính sách phù hợp với quy định những khó khăn về ngân sách, phát huy những nhân tố thuận lợi, nâng cao hiệu quả kinh doanh. Chiến lược tín dụng phải được đưa vào việc thực hiện những quy định, thủ tục, chính sách và mức độ kịp thời phát hiện sai sót của nhân viên nhân viên để sai sót chỉ có trong quá trình thực hiện mà không tín dụng.

- Trang thiết bị phục vụ cho hoạt động tín dụng

Trang thiết bị tuy không phải là yếu tố cần thiết nhưng góp phần không nhỏ trong việc nâng cao chiến lược tín dụng của ngân hàng. Nó là công cụ, phương tiện thực hiện các công việc, quản lý ngân hàng kiểm soát nội bộ, kiểm tra quá trình sản xuất vốn vay, thực hiện các nghiệp vụ giao dịch với khách hàng. Trang thiết bị tin học sẽ giúp cho ngân hàng có được thông tin và xử lý thông tin nhanh chóng, kịp thời, chính xác, trên cơ sở đó có quyết định tín dụng đúng đắn, không bị thiếu sót trong kinh doanh giúp cho quá trình quản lý tín dụng và thanh toán được thuận tiện nhanh chóng và chính xác.

3.5. Sản phẩm thị trường để nâng cao chiến lược tín dụng

Quá trình ra đời và phát triển của sản xuất hàng hóa đã làm nảy sinh quan hệ tín dụng bắt đầu cho vay ngắn hạn, tín dụng thanh toán và tín dụng ngân hàng. Đó là quy luật mang tính tất yếu và khách quan. Khi tín dụng ngân hàng hoạt động có hiệu quả sẽ tác động trở lại với sản xuất hàng hóa, làm cho lưu thông hàng hóa không bị ách tắc, chu kỳ sản xuất được rút ngắn, tăng vòng quay vốn, tiết kiệm chi phí và chi

phí, giá cả hàng hóa giảm, hàng hóa có tiêu thụ nhiều hơn và đó làm tăng lợi nhuận của doanh nghiệp cũng như lợi ích của toàn xã hội.

Trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng thì huy động vốn và cho vay là hai hoạt động cơ bản quy định sự tồn tại và phát triển của ngân hàng. Các nước trên thế giới hoạt động tín dụng thường mang lợi ích cho ngân hàng, như Việt Nam thì con số này là 80% - 90%. Tuy chúng ta thấy rằng, hoạt động tín dụng là hoạt động chủ yếu và quan trọng của ngân hàng. Vì vậy nâng cao chất lượng tín dụng đã trở thành vấn đề sống còn đối với mọi ngân hàng.

Chúng ta cũng có thể thấy các số liệu trên cho thấy việc nâng cao chất lượng tín dụng ngân hàng thông qua một số điểm sau:

Thứ nhất, Nâng cao chất lượng tín dụng tạo lợi ích cho các ngân hàng đảm bảo an toàn vốn, tài sản của mình cũng như của khách hàng gửi tiết kiệm. Đó xây dựng niềm tin của khách hàng với ngân hàng. Có như vậy thì ngân hàng mới thu hút được khách hàng gửi tiết kiệm, có vốn để phát triển tín dụng.

Thứ hai, Nếu không nâng cao chất lượng tín dụng sẽ dẫn đến phát sinh các khoản nợ quá hạn hoặc các khoản nợ không thu hồi được và ngân hàng sẽ phải chi trả nguồn dự phòng rủi ro bù đắp cho các khoản tín dụng này. Chất lượng tín dụng càng thấp thì ngân hàng càng phải trích và sử dụng nhiều dự phòng rủi ro do đó mà lợi nhuận giảm, dẫn đến hiệu quả kinh doanh sẽ giảm. Do đó, nâng cao chất lượng tín dụng thì mới nâng cao được hiệu quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Thứ ba, Nếu không nâng cao chất lượng tín dụng thì sẽ xuất hiện rủi ro làm chệch lệch, ảnh hưởng trực tiếp đến luân chuyển vốn trong nền kinh tế. Đó làm ảnh hưởng đến sự cung ứng vốn cho nền kinh tế, sự tăng trưởng và phát triển của nền kinh tế.

4. Những bài học kinh nghiệm về nâng cao chất lượng tín dụng trong nước và trên thế giới

Trong cuộc khủng hoảng tài chính ngân hàng khu vực châu Á thời kỳ 1997-1998, và cuộc khủng hoảng tài chính-ngân hàng toàn cầu khi xuất phát từ Mỹ những năm gần đây đã và đang cho thấy ngày càng nhiều ngân hàng trên thế giới công bố các khoản nợ xấu và thua lỗ liên tục, trong đó có rất nhiều ngân hàng trong khu vực và trên thế giới bị phá sản, các ngân hàng lâm vào tình trạng suy thoái hoạt động hàng

tr m n m. Và Vi t Nam c ng không ngo i l , nh ng n m v a qua t l n x u quá cao, n n kinh t trì tr và l m phát cao. Sau ây là kinh nghi m c a M và n c ta trong vi c nâng cao ch t l ng tín d ng:

4.1. Kinh nghi m c a M

Th nh t, nuôi d ng m t m i quan h lâu dài và t ng h p v i bên i vay và ph c v m i nhu c u v tài chính c a h . K t qu là nh ng ng i cho vay s hi u nhi u h n v tình hình tài chính c a khách hàng và có c l i nhu n khi bán các s n ph m tài chính a d ng, trong khi ó bên vay s có c m t ngu n h tr lâu dài cùng v i d ch v tín d ng.

Th hai, nh n m nh vi c th m nh kho n vay h n là vi c ki m soát kho n vay. Vi c c t gi m ho c làm t t trong quá trình th m nh s d n n kho n n x u. Thêm vào ó, cho vay các kho n n có r i ro s không áng n u tính n kh i l ng công vi c ph i th c hi n kho n vay không b quá h n.

Th ba, tránh s d ng nh ng n v môi gi i, vì các n v môi gi i không có ng c em l i các kho n vay có ch t l ng cao h n do h c tr không c n c vào ch t l ng kho n vay.

Th t, “th c ch ng h n th c cung”, ngh a là c n yêu c u bên vay ph i ch ng t c kinh nghi m c a mình trong kinh doanh, yêu c u bên vay cung c p th ch p c tài s n cá nhân và tài s n doanh nghi p cho dù là tài s n m b o có c n thi t hay không t o ra ng l c v tâm lý cho bên vay i v i kho n vay.

Th n m, t p trung quy t nh cho vay b o m tính th ng nh t và ki m soát. M c dù các bên cho vay nh ho c l n có th khác nhau v ph ng pháp xem xét kho n vay, c 2 u yêu c u có ít nh t m t cán b , không ph i là cán b th m nh kho n vay, xem xét l i kho n vay và a ra quy t nh phê duy t cu i cùng.

Th sáu, yêu c u cán b cho vay ph i có trách nhi m v i kho n vay h cho vay. Quy t nh tín d ng ch t t khi thông tin trình bày, vi c phân tích ph i y , a s các n v cho vay u tin vào trách nhi m c a cán b cho vay.

Th b y, áp d ng h s tín nhi m cho các kho n vay m i và th m nh l i h s này theo nh k trong su t th i h n c a kho n vay. Ngân hàng c n có m t h th ng ch m h s tín nhi m ho c có k ho ch t o ra m t ch ng trình ch m i m.

Th tám, xác nh n x u s m và t ng c ng các n l c thu h i n r t m nh m ; luôn theo dõi xác nh s m nh ng d u hi u c a kho n vay x u trong t ng lai. Cách t t nh t xác nh s m các d u hi u là luôn gi m i liên h v i khách hàng, không i cho n khi kho n vay tr nên quá h n.

Th chín, tuy nhiên, th c t ngân hàng M cho th y, vi c xu t úng l i ra cho các kho n n x u là quan tr ng h n vi c thu h i n . Vi c t t toán kho n n x u ch nên xem xét khi ó là cách cu i cùng thu h i kho n vay có v n , vì thu h i có th hi u qu h n thông qua vi c t i p t c tr n c a m t doanh nghi p v n ang ho t ng h n là ph i t t toán tài s n.

4.2. Vi t Nam

Th nh t, i u ch nh chính sách tín d ng nh m t c m c tiêu cân b ng gi a t i a hoá l i nhu n và gi m thi u r i ro, m b o t ng tr ng tín d ng an toàn, hi u qu , t ng b c phù h p v i thông l và chu n m c qu c t . Áp d ng chính sách lãi su t cho vay linh ho t, m c lãi su t cho vay không gi ng nhau i v i các kho n cho vay khác nhau tu thu c vào k h n, lo i t i n, d án vay v n và khách hàng vay v n c th .

Th hai, m r ng m ng l i ngân hàng bán l t i nh ng a bàn có t i m n ng phát tri n kinh t , khu du l ch, khu ô th , khu công nghi p, khu ch xu t. ng th i phát tri n các s n ph m, d ch v ngân hàng bán l có hàm l ng công ngh cao, k t h p s n ph m tín d ng v i các s n ph m ti n ích khác trong l nh v c huy ng v n, tài tr th ng m i, d ch v th ...

Th ba, nâng cao ch t l ng cán b tín d ng. Y u t con ng i luôn là y u t quan tr ng nh t quy t nh n s thành b i c a b t c m t ho t ng nào trên m i l nh v c. i v i ho t ng tín d ng thì y u t con ng i l i càng óng m t vai trò quan tr ng, nó quy t nh n ch t l ng tín d ng, ch t l ng d ch v và hình nh c a NHTM và t ó quy t nh n hi u qu tín d ng c a Ngân hàng. B i v y, c n dành m t qu th i gian h ng d n t ch c t p hu n, b i d ng ki n th c v chuyên môn nghi p v .

Th t , nâng cao ch t l ng c a h th ng thông tin tín d ng. Các thông tin t phía khách hàng cung c p nhi u khi l i thi u y , chính xác, do v y cán b tín d ng

không thể dựa vào các luồng thông tin do khách hàng cung cấp trong dự án mà cần phải nắm bắt, xử lý các thông tin và mối liên quan trong dự án từ nhiều nguồn khác nhau. Mặt khác, tổ chức lưu trữ, thu thập các thông tin từ khách hàng, thông tin thị trường, thông tin công nghệ, xây dựng hệ thống cung cấp thông tin chính xác và xử lý thông tin khách hàng

Thứ năm, cần có cách bố trí máy tính đồng bộ theo thông lệ quốc tế và quản trị rủi ro tin cậy. Tách các chức năng nghiệp vụ, quan hệ khách hàng, thẩm định rủi ro công lập, quy trình tin cậy và quản lý rủi ro cùng với việc phân định rõ trách nhiệm, quy định, mô hình tính công lập, khách quan. Thực hiện sự giám sát và kiểm soát chặt chẽ, thường xuyên của cán bộ các cấp liên quan tới công tin cậy và bộ phận kiểm tra và giám sát tin cậy công lập.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHI TIẾT NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM CHI NHÁNH TỈNH QUẢNG BÌNH VÀ PHÁT TRIỂN TỈNH QUẢNG BÌNH

1. KHÁI QUÁT TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN CỦA NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM CHI NHÁNH TỈNH QUẢNG BÌNH

1.1. Tổng quan về Ngân hàng TMCP Việt Nam

- Lịch sử về ngân hàng TMCP Việt Nam và Phát triển Việt Nam

Ngân hàng TMCP Việt Nam (tên thân là Ngân hàng kiến thiết Việt Nam) được thành lập chính thức vào ngày 26/04/1957 theo quyết định số 177/TT của Thủ tướng Chính phủ, do quan chức đầu tiên là Bộ Tài chính đảm nhiệm chức vụ thành lập là góp phần thúc đẩy công nghiệp tái thiết và xây dựng lại đất nước tiến lên xã hội chủ nghĩa.

Năm 1983, theo chỉ thị chuyển đổi ngân hàng sang cơ chế thị trường, Ngân hàng Việt Nam chuyển từ Bộ Tài chính sang trực thuộc sự quản lý của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Bộ chức năng của Ngân hàng Việt Nam hoạt động như một ngân hàng thương mại với nhiệm vụ chính yếu là cung cấp các dịch vụ tài chính: cho vay, huy động vốn, thanh toán. Kể từ năm 1995, khi nhiệm vụ góp phần thúc đẩy chuyển đổi sang thị trường (thuộc Bộ Tài chính) thì Ngân hàng TMCP Việt Nam và Phát triển Việt Nam đã hoàn toàn trở thành một ngân hàng thương mại.

Từ khi thành lập đến nay, Ngân hàng TMCP Việt Nam và Phát triển Việt Nam đã có những tên gọi:

+ Từ ngày 26/4/1957 đến ngày 25/4/1981: Ngân hàng kiến thiết Việt Nam

+ Từ ngày 26/4/1981 đến ngày 13/11/1990: Ngân hàng Việt Nam và Xây dựng Việt Nam.

+ Từ ngày 14/11/1990 đến 26/4/2012: Ngân hàng Việt Nam và Phát triển Việt Nam

+ Từ 27/4/2012 đến nay: Ngân hàng TMCP Việt Nam và Phát triển Việt Nam

- *Giới thiệu chung*

Tên đầy đủ : Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam.

Tên giao dịch quốc tế : Joint Stock Commercial Bank for Investment and Development of Vietnam

Tên viết tắt: BIDV

Địa chỉ : Tháp BIDV, 35 Hàng Vôi, quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

Số điện thoại: 04.2220.5544

Fax: 04. 2220.0399

Email: Info@bidv.com.vn

- Được thành lập ngày 26/4/1957, BIDV là ngân hàng thương mại lâu đời nhất Việt Nam.

Lĩnh vực hoạt động kinh doanh

- Ngân hàng: là một ngân hàng có kinh nghiệm hàng đầu cung cấp đầy đủ các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng hiện đại và tiện ích.

- Bảo hiểm: cung cấp các sản phẩm Bảo hiểm phi nhân thọ có chi phí phù hợp trong thị trường các sản phẩm trên gói của BIDV tới khách hàng.

- Cho vay: cung cấp đa dạng các dịch vụ môi giới, đầu tư và tài trợ vốn đầu tư cùng khách hàng phát triển nhanh chóng hỗ trợ các dự án ưu việt trên toàn quốc.

- Đầu tư tài chính: góp vốn thành lập doanh nghiệp đầu tư các dự án, trong đó nổi bật là vai trò chủ trì đầu tư các dự án trọng điểm của các nhà đầu tư: Công ty Cổ phần cho thuê Hàng không (VALC) Công ty phát triển kinh doanh cao tốc (BEDC), đầu tư sân bay Quốc tế Long Thành...

Nhân lực

- Hơn 16.000 cán bộ, nhân viên là các chuyên gia tài trợ và tài chính có trình độ bài bản, có kinh nghiệm tích lũy và chuyên giao trong hơn nửa thế kỷ BIDV luôn đem đến cho khách hàng lợi ích và sự tin cậy.

Mạng lưới

- Mạng lưới ngân hàng: BIDV có 118 chi nhánh và trên 500 điểm mương lưới, hàng nghìn ATM/POS tới 63 tỉnh/thành phố trên toàn quốc.

- Mạng lưới phi ngân hàng: Gồm các Công ty Chứng khoán (BSC), Công ty Cho thuê tài chính, Công ty Bảo hiểm (BIC) và 20 chi nhánh trong nước...

- Hiện diện thị trường quốc ngoài: Lào, Campuchia, Myanmar, Nga, Séc...

- Các liên doanh với nước ngoài: Ngân hàng Liên doanh VID-Public (hợp tác Malaysia), Ngân hàng Liên doanh Lào - Việt (với hợp tác Lào) Ngân hàng Liên doanh Việt Nga - VRB (với hợp tác Nga), Công ty Liên doanh Thái BIDV (hợp tác Singapore), Liên doanh quản lý (với BIDV - Việt Nam Partners (hợp tác Mỹ))...

1.2. Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Việt và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình

1.2.1. Quá trình hình thành và phát triển

Tên thân của Ngân hàng TMCP Việt và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình là tập thể phát xây dựng cơ bản của ngành Tài chính chung 3 cán bộ thành lập từ năm 1957, ngay sau khi thành lập Ngân hàng kinh tế Việt Nam. Trải qua hơn 50 năm xây dựng và trở thành, tên gọi, chức năng nhiệm vụ của chi nhánh luôn gắn liền với tên gọi, chức năng và nhiệm vụ của Ngân hàng TMCP Việt và Phát triển của Việt Nam. Dù mang tên gọi nào, với mô hình hoạt động nào thì Chi nhánh vẫn luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ giao, góp phần quan trọng vào việc thúc đẩy sự phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn tỉnh Quảng Bình. Trong đó, 37 năm (từ 1957 – 1994) làm nhiệm vụ phát triển ngân sách cho XDCB, chi nhánh đã hoàn thành xuất sắc không những nhiệm vụ cung ứng vốn mà còn kiểm tra, giám sát, tham gia chỉ đạo, thẩm định dự toán, kiểm tra, nghiệm thu khối lượng hoàn thành và quy trình công trình vào sổ đỏ, tính toán, chi phí, hình thành giá thành, nâng cao hiệu quả vốn.

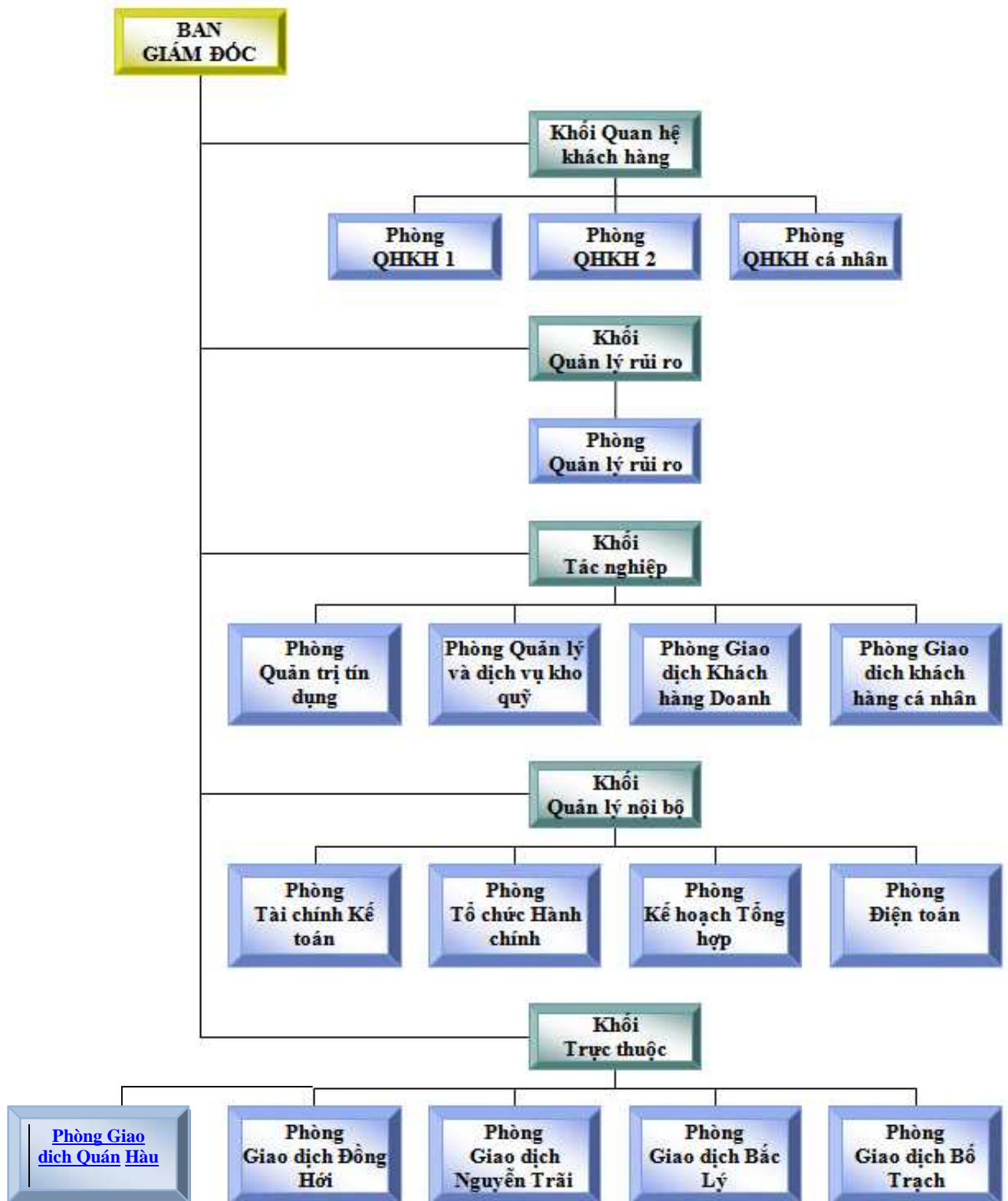
Tháng 11/1990, Ngân hàng Việt và Xây dựng Quảng Bình chính thức đổi tên thành Ngân hàng Việt và Phát triển Quảng Bình và vào năm 1995 chuyển hình thức tổ chức bao cấp vốn của Nhà nước sang chế độ vay cho vay, chuyển từ tìm kiếm nguồn vốn, tìm kiếm khách hàng kinh doanh, giảm vai trò, tác động của ngân sách nhà nước vào việc thực hiện chính sách kinh doanh theo hướng bám sát khách hàng, bám địa bàn, tìm kiếm các dự án hiệu quả, chuyển hình thức hoạt động

sang kinh doanh an ng theo úng tính ch t c a m t ngân hàng th ng m i hi n i, g n vi c cung ng tín d ng v i vi c a d ng hóa s n ph m d ch v , phát tri n m nh m các s n ph m b o lãnh, thanh toán qu c t , thanh toán trong n c, chuy n ti n ki u h i, cùng các d ch v ngân hàng i n t trên c s n n t ng công ngh hi n i, áp ng cao nh t nhu c u c a th tr ng và c a khách hàng, b t phá h i nh p sâu r ng vào n n kinh t . Tháng 4/2012, Ngân hàng u t và Phát tri n Vi t Nam hoàn thành c ph n hóa chính th c thành ngân hàng th ng m i c ph n theo gi y phép s 84/GP-NHNN c a Ngân hàng Nhà n c v i c thành l p và ho t ng ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam, theo ó Ngân hàng u t và Phát tri n Qu ng Bình c i tên là Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam – Chi nhánh Qu ng Bình và ho t ng d i hình th c công ty c ph n.

1.2.2. C c u t ch c

T tháng 9/2008 Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình th c hi n vi c chuy n i mô hình t ch c và ho t ng theo d án TA2, theo ó mô hình t ch c c a Chi nhánh g m có Ban giám c và 15 phòng c chia thành 5 kh i:

Hình 2. 1: S c c u t c h c c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n
Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình



(Báo cáo T ng k t n m 2012)

1.2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh

Năng lực tài chính là yếu tố then chốt quyết định thành công trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Năng lực tài chính của Công ty, kinh doanh an toàn, hiệu quả:

- Tổng tài sản của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình tăng gấp 1,36 lần: từ 3.228 tỷ đồng (năm 2009) lên 4.396 tỷ đồng (năm 2012), với tốc độ tăng trưởng bình quân qua 4 năm là 10,68%;

- Lợi nhuận trước thuế tăng gấp 2,28 lần: từ 58,9 tỷ đồng (năm 2009) lên 134,3 tỷ đồng (năm 2012), với tốc độ tăng trưởng bình quân là 23,66%.

- Trong giai đoạn 2009 – 2012 này, tốc độ tăng trưởng lợi nhuận bình quân đạt mức 29,28%. Nguồn vốn huy động của Công ty tăng với tốc độ nhanh hơn tốc độ tăng tài sản.

- Tổng doanh thu tăng gấp 1,39 lần: từ 3.109 tỷ đồng (năm 2009) lên 4.327 tỷ đồng (năm 2012), với tốc độ tăng trưởng bình quân trong 4 năm là 11,27%

Đây có thể thấy rằng quy mô hoạt động kinh doanh của Chi nhánh Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Quảng Bình ngày càng tăng lên và có tốc độ tăng trưởng mạnh qua các năm. Bên cạnh đó, các chỉ tiêu như: Thu nhập vốn ròng hay tỷ lệ thu nhập vốn ròng/lợi nhuận trước thuế của Công ty phần nào thể hiện quan trọng của mảng dịch vụ trong hoạt động kinh doanh và lợi nhuận mà Ngân hàng đạt được.

- Thu nhập vốn ròng tăng gấp 1,72 lần: từ 15,8 tỷ đồng (năm 2009) lên 27,2 tỷ đồng (năm 2012), với tốc độ tăng trưởng bình quân của thu nhập vốn ròng là 19,39%.

- Tỷ lệ thu nhập vốn ròng trên lợi nhuận trước thuế trong 4 năm luôn trên 20%

Bảng 2.1: Kết quả thực hiện chỉ tiêu chủ yếu của hoạt động kinh doanh

Đơn vị tính: Tỷ đồng

STT	Chỉ tiêu	2009	2010	2011	2012	Tỷ trọng trung bình
1	Nhóm chỉ tiêu quy mô					
-	Tổng tài sản	3.228	3.669	4.041	4.396	10,68%
-	Huy động vốn chủ yếu	1.721	2.275	2.593	3.356	23,66%
-	Dòng tiền dương chủ yếu	3.109	3.601	4.002	4.327	11,27%
	Thu nhập ròng	15,8	18,1	22,8	27,2	19,39%
2	Nhóm chỉ tiêu hiệu quả					
-	Tỷ lệ nợ / Tổng tài sản	96,3%	98,1%	99,0%	98,4%	
-	Thu nhập ròng / Lợi nhuận trước thuế	26,8%	23%	25%	20,2%	
3	Nhóm chỉ tiêu hiệu quả					
-	Lợi nhuận trước thuế	58,9	78,5	90,9	134,3	29,28%

(Nguồn: Báo cáo tài chính năm 2009, 2010, 2011, 2012)

2. TH C TR NG CH T L NG TÍN D NG T I NGÂN HÀNG TMCP U T VÀ PHÁT TRI N VI T NAM CHI NHÁNH QU NG BÌNH

Ho t ng tín d ng là m t trong nh ng th m nh c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình. Vi c u t v n tín d ng ph c v cho ho t ng s n xu t kinh doanh c a h n 75% doanh nghi p trên a bàn, t bi t là các doanh nghi p l n nh : T p oàn Tr ng Th nh, T p oàn Th Th nh, Các công ty c ph n Tr ng Xuân, S n H i.... Ngân hàng tham gia u t cho các D án l n, Công trình tr ng i m trên a bàn t nh Qu ng Bình nh : d án BOT xây d ng ng tránh thành ph ng H i, ng 60m , xây d ng nhà máy xi m ng Sông Gianh...T ây có th th y ho t ng tín d ng c a Chi nhánh ã góp ph n thúc y s phát tri n c a n n kinh t - xã h i t nh Qu ng Bình.

2.1. Quy mô tín d ng

B ng 2.2: Doanh s cho vay, thu n , d n c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình

n v tính: T ng

TT	Ch tiêu	2009	2010	2011	2012	T c t ng tr ng bình quân
1	Doanh s cho vay	4585	5088	5571	6172	10,4%
	T c t ng tr ng		10,97%	9,49%	10,79%	
2	Doanh s thu n	1.476	1.487	1.569	1.845	4,17%
	T c t ng tr ng		0,74%	5,51%	17,59%	
3	D n	3.109	3.601	4.002	4.327	11,27%
	T c t ng tr ng		15,83%	11,14%	8,12%	

(Ngu n: Báo cáo cho vay, thu n n m 2009,2010,2011,2012)

Tuy ho t ng trên a bàn còn nhi u khó kh n song quy mô ho t ng tín d ng c a Chi nhánh là khá l n. i u này c th hi n qua:

- Doanh s cho vay liên t c t ng trong 4 n m t : 4.585 t ng (n m 2009) lên 6.172 t ng (n m 2012). Trong b i c nh cu c kh ng ho ng kinh t n m 2008, n m

2009 Chính phủ thực hiện các chính sách khuyến khích đầu tư sản xuất kinh doanh. Các chính sách này thực sự có lợi cho ngân hàng đưa vào năm 2010. Năm 2010 có nghĩa là năm có sự phát triển của xuất nhập khẩu, nhưng lạm phát tăng cao lên mức hai con số (11,8%) vào cuối năm 2010, khiến tín dụng tại Nam Bộ trở nên đắt giá. Do đó tổng nợ tín dụng của năm 2010 so với năm 2009 là lần lượt: 10,97%. Năm 2011 là năm mà Chính phủ đã có nghị quyết 11 tập trung “ưu tiên kích thích phát triển kinh tế vĩ mô, đảm bảo an sinh xã hội”. Vì vậy nên Ngân hàng nhà nước đã thực hiện chính sách thắt chặt tín dụng làm cho doanh nghiệp cho vay năm 2011 tổng nợ tín dụng chỉ chiếm 9,49% so với năm 2010 là 9,49%. Vì các thắt chặt tín dụng quá mức vào năm 2011 đã khiến cho hoạt động sản xuất kinh doanh gặp nhiều khó khăn nên năm 2012 chính sách này có hiệu lực, tổng nợ tín dụng năm 2012 so với năm 2011 là 10,79%. Nhìn bên cạnh đó, ta thấy tổng nợ tín dụng qua các năm tuy có sự biến động nhưng mức chênh lệch là không lớn và có tổng nợ tín dụng bình quân của 4 năm là 10,4%. Đó là do Ban lãnh đạo Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam và Chi nhánh nói riêng đã có những chính sách nhằm hạn chế các tác động của môi trường kinh tế, nhưng hoạt động tín dụng của Ngân hàng trong những năm vừa qua.

- Doanh thu tín dụng gộp 1,25 nghìn tỷ : 1.476 nghìn tỷ (năm 2009) lên 1.845 nghìn tỷ (năm 2012). Doanh thu tín dụng giá trị thì vẫn tăng năm sau cao hơn năm trước và tổng nợ tín dụng có chi phối tăng dần qua các năm. Về tổng nợ tín dụng của năm 2010 so với năm 2009 tăng 0,74%, tổng nợ tín dụng của năm 2011 so với năm 2010 là 5,51% và tổng nợ tín dụng của năm 2012 so với năm 2011 nhanh nhất là 17,59%. Điều này có lý giải là do năm 2012 các dự án của ngân hàng đầu tư cho vay đã hoàn thành, thu lợi nhuận nên các doanh nghiệp bắt đầu trả nợ. Và tổng nợ tín dụng bình quân của 4 năm là 4,17%.

- Tổng nợ tín dụng gộp 1,39 nghìn tỷ : 3.109 nghìn tỷ (năm 2009) lên 4.327 nghìn tỷ (năm 2012). Về tổng nợ tín dụng liên tục tăng qua các năm nhưng tổng nợ tín dụng thì có chi phối giảm dần qua các năm. Tổng nợ tín dụng của năm 2010 so với năm 2009 lần lượt là 15,83%, tổng nợ tín dụng năm 2011 so với năm 2010 là 11,14% và tổng nợ tín dụng của năm 2012 so với năm 2011 chỉ tăng 8,12%. Điều này có thể giải thích là do doanh nghiệp cho vay (hay là tín dụng ngân hàng) trong 4 năm của ngân

hàng là khách hàng và nhân viên, nghiệp vụ doanh nghiệp thu nhập có thể tăng trưởng chi phí hàng tăng dần qua các năm nên tăng dần có thể tăng trưởng giảm dần. Và tăng trưởng bình quân là 11,27%.

2.2. Các ưu tiên đầu tư của Ngân hàng TMCP Quốc tế và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình

Các ưu tiên đầu tư có ý nghĩa ở vị trí việc nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng bởi vì: một các ưu tiên đầu tư hợp lý, phù hợp với các nguồn vốn huy động và hình thức phát triển tín dụng của ngành sẽ là yếu tố quan trọng cho hoạt động đầu tư của Chi nhánh phát triển một cách an toàn, hiệu quả và bền vững.

Bảng 2.3: Các ưu tiên đầu tư của Ngân hàng TMCP Quốc tế và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình

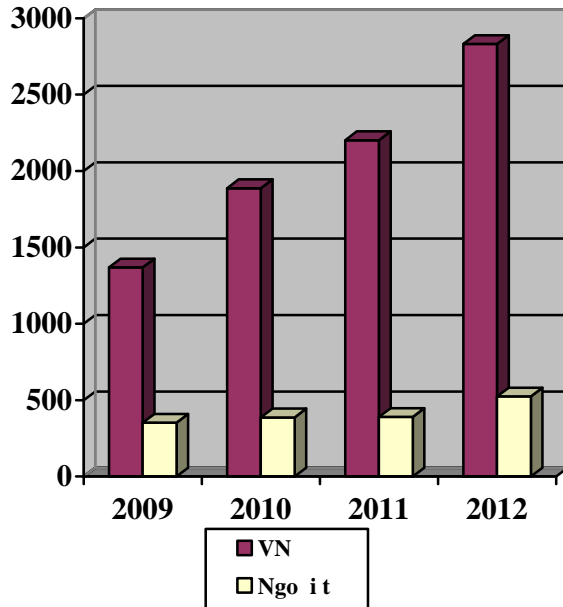
Đơn vị tính: Tỷ đồng

TT	Chỉ tiêu	2009	2010	2011	2012	Tăng trưởng bình quân
1	Tổng đầu tư	3.109	3.601	4.002	4.327	11,27%
2	Theo loại tín dụng	3.109	3.601	4.002	4.327	
	Đầu tư bằng VND	1.960	2.431	2.821	3.170	16,83%
	Đầu tư ngoại tệ (quy đổi)	1.149	1.170	1.181	1.157	1,52%
3	Theo thời hạn vay	3.109	3.601	4.002	4.327	
	Đầu tư ngắn hạn	1.235	1.456	1.716	2.087	19,05%
	Đầu tư trung dài hạn	1.874	2.145	2.286	2.240	5,76%
4	Theo đối tượng vay	3.109	3.601	4.002	4.327	
	Đầu tư Cá nhân	150	218	329	397	36,27%
	Đầu tư Doanh nghiệp	2.959	3.383	3.673	3.930	9,51%
5	Tỷ lệ nhóm II	27,3%	28,4%	30,6%	31,52%	
7	Tỷ lệ xấu	2,7%	0,22%	0,23%	0,1%	

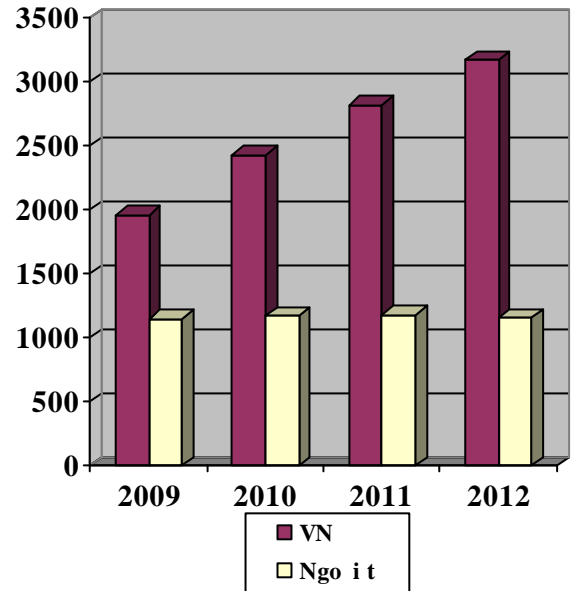
(Nguồn: Báo cáo tình hình và kết quả hoạt động kinh doanh năm 2009, 2010, 2011, 2012)

2.2.1. C c u theo lo i ti n t

Bi u 2.1: C c u ngu n v n huy ng và cho vay theo lo i ti n



C c u huy ng v n



C c u cho vay

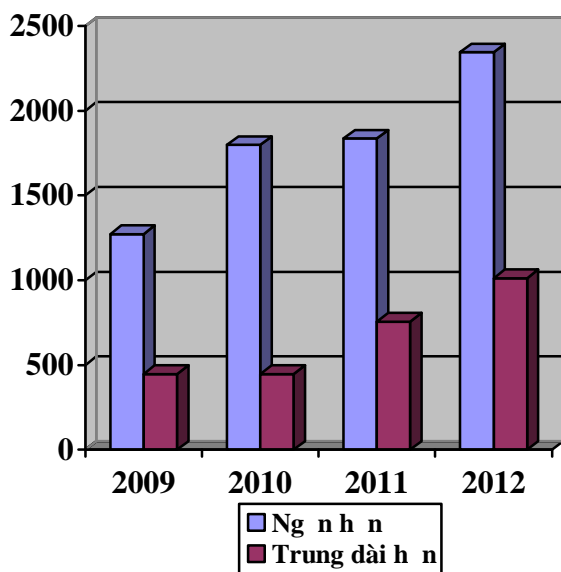
Theo bi u 2.2 trên ây thì ta th y r ng ngu n v n huy ng c VN và ngo i t u nh h n d n cho vay. i u ó cho th y r ng ngu n v n huy ng t i ch c a Chi nhánh không áp ng nhu c u tín d ng nên bù p ngu n v n thi u h t Chi nhánh ã ph i vay Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam.

Trong 4 n m qua, D n cho vay b ng ngo i t có xu h ng ch ng l i, ch t ng nh trong nh ng n m 2009, 2010, 2011 và gi m nh vào n m 2012. D n cho vay ngo i t vào n m 2010 là có t c t ng tr ng cao nh t 1,83%. i u này là do n m 2010 là n m các chính sách kích c u b t u em l i các tác ng, n i b t nh t là s ph c h i c a xu t nh p kh u. T c t ng tr ng bình quân d n cho vay ngo i t là 1,52%. Trong khi ó d n cho vay b ng VN ã t ng r t nhanh làm cho t tr ng d n VN trong t ng d n ngày càng l n. i u này làm cho c c u ngu n huy ng v n và d n tín d ng theo lo i ti n c a Chi nhánh ngày càng h p lý. B i vì theo c c u huy ng v n thì ngu n v n huy ng t VN l n h n r t nhi u so v i ngo i t và t c huy ng ngu n v n t VN c ng có chi u h ng t ng nhanh h n t c huy ng ngu n v n ngo i t. T c t ng tr ng bình quân d n cho vay VN là 16,83%. Tuy nhiên, so v i ngu n v n huy ng c thì d n cho vay b ng ngo i t

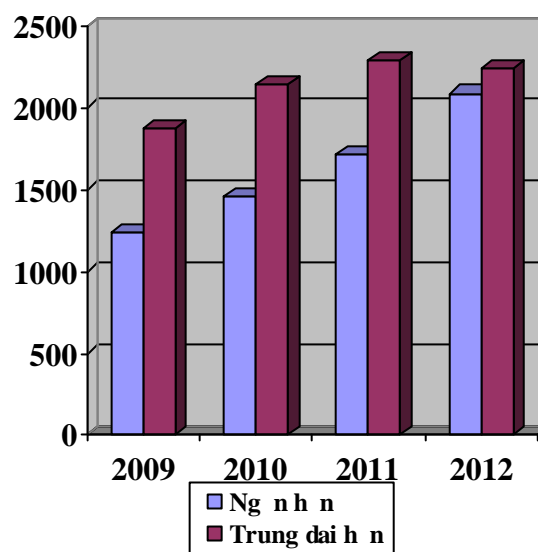
Chi nhánh v n l n h n r t nhi u. i u này t o ra s thâm h t khá l n v ngu n cung ngo i t cho vay, kh c ph c tình tr ng thì Chi nhánh ph i vay c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam. Bên c nh ó thì Chi nhánh c ng ã và ang th c hi n các bi n pháp gi m thi u s chênh l ch này.

2.2.2. C c u tín d ng theo k h n cho vay

Bi u 2.2: C c u huy ng v n và cho vay theo k h n



C c u huy ng v n



C c u cho vay

M t trong nh ng c i m chung c a các ngân hàng th ng m i Vi t Nam ó là có s m t cân i v k h n gi a ngu n v n huy ng và cho vay. Trong khi ngu n v n huy ng ng n h n th ng có giá tr và chi m t tr ng l n h n r t nhi u so v i ngu n v n huy ng dài h n thì đ n vay ng n h n l i chi m t tr ng r t nh so v i đ n vay dài h n. Các ngân hàng ành ph i s d ng các ngu n v n ng n h n này cho vay trong dài h n b ng cách t o ra s quay vòng v n nhanh h n và l y t các ngu n thu khác kéo dài k . Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam nói chung và Chi nhánh Qu ng Bình v n trong tình tr ng ó. V i m c tiêu nh m t o s cân b ng v k h n gi a ngu n v n huy ng và đ n vay, m b o cho s phát tri n b n v ng, Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam ã th c hi n ch tr ng, chính sách khuy n khích nh m t ng huy ng ngu n v n trong dài h n. ng th i, t ng đ n t tr ng cho vay ng n h n và gi m đ n t tr ng cho vay trung dài h n.

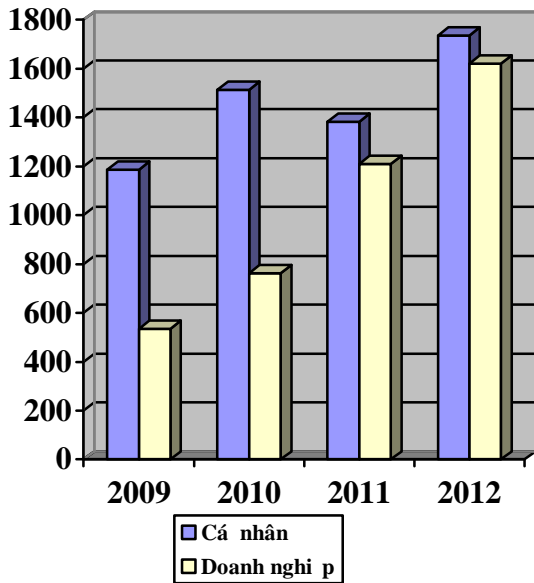
Xét trong 4 năm qua, ta thấy dòng cho vay trong ngân hàng có xu hướng tăng nhanh và chi m t tr ng ngày càng cao, x p x d n cho vay trung dài h n. i u này có c là do Chi nhánh ã th c hi n úng chính sách t ng d n t tr ng cho vay ng n h n và gi m d n t tr ng cho vay trung dài h n c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam. T c t ng tr ng d n cho vay ng n h n n m 2012 so v i n m 2011 là l n nh t 21,62% và t c t ng tr ng bình quân c a 4 n m c ng t ng i n nh là 19,05%. Trong khi ó, d n cho vay trung dài h n có xu hướng t ng nh vào t 2009 n n m 2010 sau ó ch ng l i vào các n m còn l i. T c t ng tr ng bình quân d n cho vay dài h n là 5,76%, th p h n r t nhi u so v i t c t ng tr ng d n cho vay ng n h n. ó là s phù h p c a ho t ng tín d ng c a Chi nhánh i v i chính sách trên.

2.2.3. C c u tín d ng theo i t ng vay

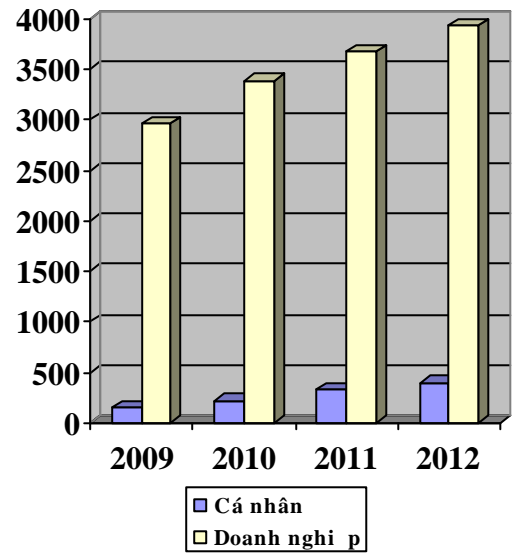
T bi u 2.4 ta thấy c r ng d n cho vay doanh nghi p l n h n r t nhi u l n so v i d n cho vay cá nhân. ó là do Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam nói chung và Chi nhánh Qu ng Bình nói riêng là ngân hàng ph c v cho nhu c u v n cho s n xu t kinh doanh c a doanh nghi p trong n n kinh t là chính. Bên c nh ó ta c ng th y r ng, c c u huy ng v n và cho vay theo i t ng ngày càng có s phù h p t ng i. Ngu n v n huy ng c t cá nhân và doanh nghi p trong 4 n m ã có chi u hướng xích l i g n nhau và ngày càng t ng lên, m b o cho ho t ng tín d ng c a ngân hàng.

Trong 4 n m thì d n cho vay theo doanh nghi p và theo cá nhân u có chi u hướng t ng lên v i t c khá n nh. T c t ng tr ng bình quân c a d n cho vay theo cá nhân là 36,27% và t c t ng tr ng bình quân c a d n cho vay theo doanh nghi p là 9,51%.

Biểu đồ 2.3: Các nguồn vốn và cho vay theo tính chất



Các nguồn vốn



Các nguồn cho vay

2.3. Phân nhóm và hình thức xếp hạng tín dụng nội bộ

Một trong những công cụ quản trị rủi ro là hình thức xếp hạng tín dụng của ngân hàng thông minh là việc phân nhóm. Tức là phân chia các khoản vay theo từng nhóm theo nguyên tắc rủi ro của các khoản vay, tức có sự “ngăn ngừa” thích hợp theo nguyên tắc khách hàng, từng khoản vay. Thực hiện điều này, các ngân hàng thông minh xây dựng hình thức xếp hạng tín dụng nội bộ.

2.3.1. Giới thiệu hình thức xếp hạng tín dụng nội bộ của Chi nhánh ngân hàng TMCP Huế và Phát triển tỉnh Quảng Bình

Do Chi nhánh Ngân hàng TMCP Huế và Phát triển Quảng Bình là đơn vị trực thuộc Ngân hàng TMCP Huế và Phát triển Việt Nam nên hình thức xếp hạng tín dụng nội bộ và chính sách khách hàng của Chi nhánh cũng thực hiện theo hình thức xếp hạng tín dụng nội bộ và chính sách khách hàng chung của Ngân hàng TMCP Huế và Phát triển Việt Nam.

Nguyên tắc xây dựng Ngân hàng TMCP Huế và Phát triển Việt Nam trở thành tổ chức tài chính an toàn, áp dụng thông lệ quốc tế tốt nhất vào hoạt động ngân hàng nhằm nâng cao hiệu quả, tiến bộ hóa lợi nhuận, kiểm soát rủi ro, đồng thời thực hiện đúng quy định của ngân hàng nhà nước về việc phân loại tín dụng theo quy định.

ánh giá chất lượng tín dụng của chi nhánh Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển tỉnh Quảng Bình thông qua việc phân loại nhóm nợ theo quy định 493/2005/QĐ-NHNN và Thông tư số 15/2010/TT-NHNN. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam đã ban hành hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ làm cơ sở cho việc phân loại khách hàng và tổ ban hành chính sách khách hàng phù hợp với từng loại khách hàng. Việc phân loại khách hàng của BIDV được xây dựng dựa trên 2 nhóm chỉ tiêu chính là nhóm chỉ tiêu tài chính và nhóm chỉ tiêu phi tài chính. Dựa trên số lượng khách hàng mà xếp thành 10 loại khách hàng khác nhau và từ 10 loại khách hàng lại phân thành 5 nhóm khách hàng từng ngày với 5 nhóm n theo quy định 493/2005/QĐ-NHNN và Thông tư số 15/2010/TT-NHNN như sau:

- Nhóm khách hàng xếp hạng AAA và AA được xếp vào nhóm 1
- Nhóm khách hàng xếp hạng A và BBB được xếp vào nhóm 2
- Nhóm khách hàng xếp hạng BB và B được xếp vào nhóm 3
- Nhóm khách hàng xếp hạng CCC và CC được xếp vào nhóm 4
- Nhóm khách hàng xếp hạng C và D được xếp vào nhóm 5

2.3.2. Đánh giá chất lượng tín dụng của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển chi nhánh Quảng Bình thông qua việc phân nhóm nợ

Cácudden theo nhóm nợ

Nhìn vào bảng 2.4 có thể thấy rằng chất lượng tín dụng của Chi nhánh Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển tỉnh Quảng Bình là khá tốt và đang có cải thiện theo hướng tích cực dù cho năm 2011, 2012 là những năm có tỷ lệ nợ xấu trong các ngân hàng có xu hướng tăng lên rất cao, nhất là năm 2012. Trong khi đó thì tình trạng nợ xấu trong Chi nhánh lại có chiều hướng giảm đi, nhìn chung là giảm dần qua các năm.

Tỷ lệ nợ xấu của Chi nhánh là khá thấp so với mức cho phép cũng như tỷ lệ nợ xấu chung của toàn hệ thống BIDV và tỷ lệ nợ xấu của các ngân hàng trên địa bàn tỉnh Quảng Bình. Nếu như tỷ lệ nợ xấu cho phép (theo thông lệ của các ngân hàng trên thế giới) là nh 5%, tỷ lệ nợ xấu cao nhất trong 4 năm qua cũng chỉ là 2,7%. Tỷ lệ nợ xấu của Chi nhánh vào năm 2012 chỉ còn là 0,1%. Điều này cho thấy hoạt động tín dụng của Chi nhánh Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển tỉnh Quảng Bình là an toàn và

hi u qu . Trong tình tr ng n x u c a các ngân hàng trong h th ng ngân hàng ang có xu h ng t ng nhanh thì Chi nhánh l i có t l n x u th p mà tình tr ng t l n x u c a Chi nhánh còn có xu h ng gi m d n c s l ng l n t tr ng.

B ng 2.4: C c u d n theo nhóm n

n v tính: T ng

Ch tiêu	2009		2010		2011		2012	
	S tỉ n	T tr ng	S tỉ n	T tr ng	S tỉ n	T tr ng	S tỉ n	T tr ng
T ng d n	3.109	100%	3.601	100%	4.002	100%	4.327	100%
N tiêu chu n	2.176	70%	2.570	71,38%	2.768	69,17%	2.959	68,38%
N c n chú ý	849	27,3%	1.023	28,4%	1.225	30,6%	1.364	31,52%
N d i tiêu chu n	80	2,57%	8	0,22%	9	0,23%	4	0,1%
N nghi ng	4	0,13%	0	0%	0	0%	0	0%
N có kh n ng m t v n	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
N x u	84	2,7%	8	0,22%	9	0,23%	4	0,1%

(Ngu n: Báo cáo phân lo i n n m 2009,2010,2011,2012)

c bi t n m 2012, trong b i c nh n n kinh t có t c t ng tr ng suy gi m, n x u t ng m nh và hàng ch c nghìn doanh nghi p phá s n, kinh t Vi t Nam ang r i vào giai o n th c s khó kh n. S doanh nghi p m i thành l p trong kho ng 10 tháng u n m 2010 t h n 46.000 doanh nghi p (gi m kho ng 12% so v i cùng k n m 2011). S doanh nghi p ã gi i th và d ng ho t ng trong 9 tháng u n m 2012 là h n 35.483 doanh nghi p (t ng 7,1% so v i cùng k n m 2011). Nh ng con s trên ã ph n nào nói lên c nh ng khó kh n mà các doanh nghi p ã g p ph i và s suy gi m trong kh n ng tr n ngân hàng c a các doanh nghi p làm cho t l n x u c a các ngân hàng t ng cao. Trong khi m t s ngân hàng trên à bàn có m c t ng n x u khá l n trong n m 2012 nh : Ngân hàng B c Á (68,46% n x u), Ngân hàng Hàng H i (56,46% n x u), VPBank (6,55% n x u), Chi nhánh qu tín d ng Trung ng (5,05% n x u)...thì n x u c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình ch là 0,1%. Ngân hàng là n v có t l n x u th p nh t

trên bảng toàn thể Ngân hàng Bình và thành phần rất nhỏ so với mức trung bình trên toàn thể là 1,28%.

Bảng 2.5: Tình hình xếp hạng các ngân hàng trên bảng năm 2012

Đơn vị tính: %

TT	Tên tổ chức tín dụng	Ngân nhóm 2	Ngân xếp hạng
1	NH Nông nghiệp & Phát triển nông thôn Ngân hàng Bình	32,83%	0,99%
2	NH TMCP Việt Nam & Phát triển Ngân hàng Bình	31,52%	0,1%
3	NH Ngoại thương Ngân hàng Bình	0,43%	0,59%
4	NH Công thương Ngân hàng Bình		1,72%
5	NH TMCP Việt Nam & Phát triển Bắc Ngân hàng Bình	23,14%	0,17%
6	Sacombank	0,63%	2,69%
7	VPBank	1,25%	6,55%
8	NH Bưu chính		68,46%
9	NH Hàng Hải	0,01%	56,46%
10	NH Á Châu		
11	Chi nhánh Ngân hàng Trung ương	3,88%	5,05%
12	Ngân hàng Nhân Dân cũ	0,20%	0,46%
13	NH chính sách xã hội		1,16%
Tổng Cộng		18,14%	1,28%

(Nguồn: Báo cáo thống kê NHNN Ngân hàng Bình năm 2012)

Bên cạnh những kết quả tích cực thì các ngân hàng thành viên ngân hàng nhóm 2 của Ngân hàng TMCP Việt Nam và Phát triển Việt Nam chi nhánh Ngân hàng Bình vẫn còn khá nhỏ với 31,52%. Trong khi đó mức trung bình trên toàn thể chỉ khoảng 18,14%. Do đó Chi nhánh cần có các biện pháp nhằm giảm thiểu mức độ ngân hàng nhóm 2 và tăng cường mức độ ngân hàng nhóm 1 nhằm bảo đảm an toàn cho hoạt động tín dụng của Chi nhánh.

3. ÁNH GIÁ CẢ KHÁCH HÀNG VÀ CHẤT LƯỢNG TÍN DỤNG CỦA NGÂN HÀNG TMCP QUẢNG TRUNG VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH

3.1. Điều tra khảo sát các khách hàng vay vốn tại Ngân hàng Quảng Trung và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình.

Việc thu thập số liệu sử dụng để thể hiện thông qua phiếu điều tra do người chấp hành vay vốn điền thông tin. Điều kiện các khoản vay vốn, phiếu điều tra được đánh giá tính khả thi trong hai cán bộ chi tiết có liên quan đến việc vay vốn và số đồng vốn vay là Giám đốc hoặc Kế toán trưởng. Tổng số phiếu điều tra phát ra về các khoản vay vốn là 40 phiếu. Điều kiện khách hàng vay là cá nhân, phiếu điều tra được gửi đến tính phí cho khách hàng. Số phiếu điều tra phát ra về các khách hàng cá nhân là 40 phiếu. Tổng số phiếu điều tra được phát ra là 80 phiếu. Số phiếu điều tra đã điền thông tin một cách đầy đủ là 60 phiếu, tức là 75%.

Phiếu thu thập thông tin từ các khách hàng được chia làm 03 phần:

- Phần thứ nhất là nội dung câu hỏi để xác định mục đích thu thập thông tin cần biết tình hình vay vốn của người đi vay, doanh nghiệp của người đi vay như: số tiền vay vốn, số tài sản đảm bảo có quan hệ, mục đích vay vốn, biện pháp bảo đảm...

- Phần thứ hai có 5 câu hỏi liên quan đến chất lượng tín dụng của Ngân hàng TMCP Quảng Trung và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình. Đó là:

Câu 1: Các thủ tục, quy trình, thời gian vay vốn là rõ ràng và nhanh chóng

Câu 2: Số tiền vay vốn chi phí kinh doanh và hỗ trợ khách hàng là hợp lý và đầy đủ.

Câu 3: Việc tính các khoản lãi tín dụng là đúng đắn.

Câu 4: Ngân hàng đã đáp ứng nhu cầu của khách hàng vay vốn, lãi suất, thời hạn vay

Câu 5: Nhân viên BIDV được đánh giá là có năng lực và có thái độ chuyên nghiệp

Phần này sử dụng thang điểm Likert từ 1 đến 5 điểm, trong đó điểm 1 là điểm thấp nhất thể hiện sự hoàn toàn không đồng ý và điểm 5 là điểm cao nhất thể hiện sự hoàn toàn đồng ý. Người đi vay sẽ cho biết ý kiến của mình về các ý kiến trên vào số điểm mà họ cho là

thích hợp. Bằng cách này sẽ giúp làm rõ hóa các ý kiến của người đi u tra, sử dụng bảng Likert này trong phân tích số liệu định tính và định lượng như sau đây.

- Phần thứ ba là những câu hỏi để nhận được thông tin về người đi u tra như tuổi, giới tính...

3.2. Phân tích và xử lý số liệu

Như đã trình bày phần phương pháp nghiên cứu, trong luận văn này các phương pháp phân tích, xử lý số liệu định tính sẽ áp dụng tính toán và so sánh với các chỉ tiêu kinh tế để thể hiện vào công cụ tin học. Toàn bộ việc xử lý số liệu sẽ tiến hành trên chương trình SPSS 16.0. Sử dụng phương pháp phân tích nhân tố xác định các nhân tố và sau đó sử dụng kiểm định independent samples t-test để kiểm tra sự khác biệt giữa hai nhóm khách hàng doanh nghiệp và khách cá nhân về mặt nhân tố.

3.3. Kỹ thuật phân tích

Số liệu sẽ phân tích trên phần mềm SPSS for Windows. Sử dụng các công cụ phân tích để nhận được số liệu trong SPSS. Các công cụ phân tích này bao gồm: kiểm tra sự tương quan giữa các biến và tính toán Cronbach alpha, kiểm tra giả thuyết về trung bình của hai tổng thể Independent-samples t-test để kiểm tra sự khác biệt về mặt định tính về mối liên quan chặt chẽ giữa các số liệu định tính của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình.

3.3.1. Thông tin chung về người đi u tra

- *Đặc điểm khách hàng*

Trong tổng số 60 phiếu thu được thì số lượng khách hàng cá nhân là 30 phiếu, chiếm 50%, khách hàng doanh nghiệp là 30 phiếu, chiếm 50%. Trong số khách hàng doanh nghiệp thì số lượng Công ty trách nhiệm hữu hạn (17 doanh nghiệp, chiếm 56,7% trên tổng số khách hàng đi u tra), sau đó là doanh nghiệp tư nhân, công ty cổ phần và không có doanh nghiệp nhà nước. Đây là một điều đáng chú ý trong việc thu thập số liệu của bài luận. Nhìn bên cạnh đó cũng cần thấy rằng, do chính sách cổ phần hóa doanh nghiệp thể hiện trên bản chất nên phần lớn các doanh nghiệp nhà nước đã chuyển thành công ty cổ phần. Bởi trong nền kinh tế thị trường hiện nay, sự cạnh tranh và cách thức hoạt động kém linh hoạt

và cách thức mạnh mẽ, bộ máy công nghệ làm các doanh nghiệp nhà nước không thể cạnh tranh với các doanh nghiệp khác và trên cơ sở pháp lý, mua sắm nguyên vật liệu các doanh nghiệp còn lại sẽ chuyển sang mô hình công ty cổ phần. Do đó, số lượng doanh nghiệp nhà nước còn lại hiện nay là rất ít. Trong khi đó phần lớn các doanh nghiệp mới thành lập và đăng ký kinh doanh đều chọn mô hình là công ty trách nhiệm hữu hạn. Đó là lý do thích thú sao số lượng công ty trách nhiệm hữu hạn là lớn nhất và không thể thu thập được các công ty nhà nước.

Bảng 2.6: Thông tin về khách hàng theo giới tính khách hàng

TT	Chỉ tiêu nghiên cứu	Số quan sát	Tỷ lệ (%)
1	Giới tính khách hàng		
	Khách hàng cá nhân	30	50
	khách hàng doanh nghiệp	30	50
	Trong đó: - DNNN	0	0
	- Công ty TNHH	17	28,3
	- Công ty cổ phần	5	8,3
	- DNTN	8	13,4

(Nguồn: Số liệu điều tra)

- Giới tính và tuổi của khách hàng

Qua phân tích cho thấy đặc điểm của khách hàng là tùy thuộc vào nhóm khách hàng. Nhìn chung thì giới tính khách hàng là nam giới chiếm đa số (32 khách hàng chiếm 53,3%) so với khách hàng là nữ giới (28 khách hàng chiếm 46,7%). Trong nhóm khách hàng doanh nghiệp thì giới tính nam giới là 16,7% trong khi đó giới tính nữ là 33,3%. Trong nhóm khách hàng cá nhân thì giới tính nam giới là 36,6% và giới tính nữ là 13,4%. Theo số liệu thống kê thì ta thấy có sự khác biệt giữa nam và nữ ở 2 nhóm khách hàng. Có lẽ điều này là do giới tính khách hàng doanh nghiệp thì ngành nghề ngân hàng thì hiện nay vẫn là khối toán đống và đa số là nữ giới. Đây cũng chính là một hạn chế trong việc thu thập số liệu của bài luận. Còn với nhóm khách hàng cá nhân thì thì giới tính là nam giới vì họ là người chủ hộ.

Bảng 2.7: Thông tin chung về khách hàng theo giới tính và tuổi

TT	Chi tiêu nghiên cứu	Số quan sát	Chiếm (%)
2	Giới tính		
	Nam	32	53,3
	Khách hàng doanh nghiệp	10	16,7
	Khách hàng cá nhân	22	36,6
	N	28	46,7
	Khách hàng doanh nghiệp	20	33,3
	Khách hàng cá nhân	8	13,4
3	Tuổi		
	T 20 – 30 tuổi	14	23,3
	T 31 – 40 tuổi	23	38,3
	T 41 – 50 tuổi	17	28,4
	Trên 50 tuổi	6	10
5	Tổng cộng	60	100

(Nguồn: Số liệu tự tra)

Trong khi đó khách hàng có tuổi từ 31 – 40 tuổi chiếm tỉ lệ nhất (38,3%) và khách hàng có tuổi trên 50 chiếm tỉ lệ thấp nhất (10%). Bởi vì trên thực tế trong chính sách cho vay ưu tiên khách hàng cá nhân, Ngân hàng TMCP Việt Nam và Phát triển Việt Nam luôn có chính sách ưu tiên cho vay ưu tiên khách hàng có tuổi cao giảm rủi ro. Vì vậy các khách hàng có tuổi trên 50 sẽ lao động suy giảm dần nên nguồn thu nhập theo số công việc không nhiều và có xu hướng giảm. Bên cạnh đó nhóm khách hàng có tuổi trên 50 cũng có nhu cầu vay vốn sẽ khác. Do đó khi ngân hàng hoàn trả gốc và lãi cao thì khách hàng này là một thị trường rủi ro trong hoạt động tín dụng của Ngân hàng.

- *Bình pháp mở*

Tất cả các khách hàng vay vốn tại Ngân hàng TMCP Việt Nam và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình vay ưu tiên có 100% tài sản thế chấp. Bởi hiện nay ngân hàng đã có nhiều hình thức dịch vụ kèm với nhiều hình thức cho vay khác nhau trong hoạt động

tín dụng của ngân hàng. Nội bật lên là các hình thức cho vay bằng tài sản bảo đảm là các tài sản thông thường (nguyên và bất động sản), tài sản bảo đảm là quyền đòi nợ (đi vấp hay công trình, sản phẩm trong tương lai), tài sản bảo đảm là chính lô hàng mua bán tín dụng.... Ngân hàng đã phát triển r r t nhi u d ch v thanh toán và cho vay nh v y nên i u ki n cho vay chính là phải có tài sản thế chấp.

Bảng 2.8: Thông tin chung khách hàng theo tài sản thế chấp

TT	Chỉ tiêu nghiên cứu	Số quan sát	Phần trăm (%)
4	Biện pháp bảo đảm		
	Thế chấp 100%	60	100
	Vấn thế chấp và tín chấp	0	0
	Hoàn toàn tín chấp	0	0

(Nguồn: Số liệu tự tra)

- Số lượng vay vốn tại BIDV Quảng Bình

Bên cạnh đó công không thể phân nhóm các trường hợp cho vay tín chấp như: cho vay đi vay khách hàng cá nhân theo thủ tục các ngân hàng có thanh toán lương qua tài khoản tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam thì mới có thể xem xét cho vay tín chấp. Nhưng ngân hàng không phải là đối tượng nghiên cứu của tài liệu nên xin phép không liệt kê vào. Và sau đây là số liệu thu thập về số lượng vay vốn:

Bảng 2.9: Thông tin về số lượng vay vốn tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình

Số lượng vay vốn tại BIDV Quảng Bình	Đối tượng khách hàng				Tổng cộng	
	Cá nhân		Doanh nghiệp			
	Số quan sát	Phần trăm	Số quan sát	Phần trăm	Số quan sát	Phần trăm
11 người	8	26,7%	0	0%	8	13,3%
21 người	6	20%	0	0%	6	10%
31 người	10	33,3%	0	0%	10	16,7%
Nhiều hơn 31 người	6	20%	30	100%	36	60%
Tổng cộng	30	100%	30	100%	60	100%

(Nguồn: Số liệu tự tra)

Trong tổng số 60 khách hàng tiếp cận có 8 khách hàng, chiếm 13,3% là khách hàng mới ưu tiên vay vốn tại Ngân hàng TMCP Thương Tín và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình, số khách hàng đã vay 2 lần là 6 khách hàng chiếm 10%. Hai đợt khách hàng này là chiếm 10% trong số các đợt khách hàng phân theo số lần vay. Trong khi đó, số khách hàng đã vay 3 lần có xu hướng tăng dần lên có 16,7% với 10 khách hàng. Số khách hàng đã vay nhiều hơn 3 lần là 36 khách hàng chiếm 60%. Điều này cho thấy Ngân hàng TMCP Thương Tín và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình đã có những hình thức cho vay và dịch vụ kèm theo hoạt động tín dụng đã làm hài lòng các khách hàng. Tổng Chi nhánh đã gần gũi các khách hàng của mình và tạo ra mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Bên cạnh đó các ngân hàng trong số 36 khách hàng đã vay nhiều hơn 3 lần này thì 30 khách hàng là doanh nghiệp. Bởi vì Ngân hàng TMCP Thương Tín và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình là ngân hàng hoạt động chủ yếu là hỗ trợ các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh và doanh nghiệp thường xuyên phải quay vòng vốn trong chu kỳ sản xuất kinh doanh của mình nên hỗ trợ các doanh nghiệp vay vốn rất nhiều. Còn về những khách hàng vay 1 lần, 2 lần, 3 lần là những khách hàng thuộc nhóm khách hàng cá nhân. Vì những khách hàng chỉ vay vốn bù đắp nhu cầu thâm hụt trong chi tiêu cá nhân do đó số lần vay vốn là không nhiều.

3.3.2. Ảnh hưởng của thang đo

Có các thông tin tiếp cận tiếp cận, trong luận văn này đã dùng thang chia Likert gồm có 5 mức độ tiếp cận và biểu thị ý kiến của mình, các mức độ thể hiện như sau:

- 1 có nghĩa là “hoàn toàn bất đồng”
- 2 có nghĩa là “nói chung là bất đồng”
- 3 có nghĩa là “không đồng ý cũng không bất đồng”
- 4 có nghĩa là “nói chung là đồng ý”
- 5 có nghĩa là “hoàn toàn đồng ý”

Việc kiểm tra tính của thang đo thể hiện thông qua phân tích hệ số Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha là một phép kiểm tra thống kê về mức độ chặt chẽ mà các mục hỏi trong thang đo liên quan với nhau. “Nếu nhà nghiên cứu dự định rằng khi Cronbach's Alpha từ 0,8 trở lên gần 1 thì thang đo

l ường là t ừ 0,7 n 0,8 là s ố đ ể đ ể c. i v i các tr ường h ợp khái ni ệm thang o l ường là m i h o c m i i v i n g i t r l i thì Cronbranch's Alpha t ừ 0,6 tr lên là có th ể s ố đ ể đ ể c"[10].

Trong b ảng 2.10 đ ể i ta th ể h ể s ố Cronbranch's Alpha b ằng 0,803 là khá cao do ó thang o trên là s ố đ ể đ ể c.

Các ch ể s ố trong c ể t c u i cùng c ể a b ằng 2.10 (Cronbranch's Alpha if item Deleted – t ể c h ể s ố Cronbranch's Alpha n u b ể m c h i) u nh ể h ể n 0,803 do v ể y t ể c ể các m ể c h ể i u có th ể c ể s ố đ ể đ ể nghiên c ể u, chúng ta không nên b ể m c h i nào.

Nh ể v ể y, v ể i t ể i n c ể y t ể n g th ể c ể a các i t ể n g ph ể n g v ể n u cho k ể t q u ki m nh ể t trên 0,8 nên có th ể k ể t l u n ể c m ể t cách ch ể c ch ể n r ể n g các á n g i á c ể a i t ể n g trên là y ể , á n g t ể i n c ể y ể s ố đ ể đ ể cho nghiên c ể u.

B ảng 2.10. Thang o các y u t ể tác ể n g n ể ch ể t l ể n g t ể i n đ ể n g

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C ể s ể v ể t ể ch ể t, quy trình vay v ể n, th ể i gian vay v ể n c ể a ngân hàng BIDV Qu ể n g B ể i n h là r ể t thu n ể t ể i n và nhanh chóng	16.57	3.877	.706	.724
S ể t v ể n v ể các c ể h ể i kinh doanh và h ể t r ể khách hàng c ể a ngân hàng BIDV Qu ể n g B ể i n h là k ể p ể th ể i và y ể	16.52	5.000	.358	.828
V ể i c ể t ể i p ể c n ể v ể n t ể i n đ ể n g ngân hàng BIDV là d ể dàng	16.45	3.675	.728	.715
Ngân hàng ã á p ể n g c ể nhu c ể u c ể a khách hàng v ể v ể n, lãi su ể t, th ể i h ể n vay	16.37	4.541	.537	.779
Nh ể n vi ể n ngân hàng BIDV c ể á n g i á là c ể n n g l ể c và có th ể á i chuyên nghi ể p i v ể i khách hàng	16.43	4.453	.625	.756

3.3.3. Ki m ể nh ể s ố khác bi ể t v ể á n g i á ch ể t l ể n g t ể i n đ ể n g c ể a ngân hàng gi ể a hai nh ể m khách hàng

bi t c k v ng (thông qua s ánh giá c a khách hàng) i v i ch t l ng tín d ng gi a hai nhóm khách hàng là cá nhân và doanh nghi p, tài s d ng ki m nh “Independent samples t-test”. Ki m nh này cho phép ánh giá khác bi t v giá tr trung bình (mean) gi a hai nhóm khách hàng ki m tra xem s khác bi t này có ý ngh a th ng kê hay không.

B ng 2.11 cho ta th y ánh giá c a các khách hàng thu c hai nhóm (khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghi p) i v i các nhân t tác ng n ch t l ng tín d ng. Nhìn chung hai nhóm khách hàng là cá nhân và doanh nghi p u có s ánh giá khác nhau v các y u t tác ng n ch t l ng tín d ng c a BIDV Qu ng Bình (th hi n giá tr mean c a hai nhóm khách hàng t t c các nhân t u khác nhau).

B ng 2.11. Giá tr trung bình các nhân t theo i t ng khách hàng

Group Statistics					
	Doi tuong vay von	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
C s v t ch t, quy trình vay v n, th i gian vay v n c a ngân hàng BIDV Qu ng Bình là r t thu n t i n và nhanh chóng	ca nhan	30	4.33	.661	.121
	doanh nghiep	30	3.70	.651	.119
S t v n v các c h i kinh doanh và h tr khách hàng c a ngân hàng BIDV Qu ng Bình là k p th i và y	ca nhan	30	4.33	.547	.100
	doanh nghiep	30	3.80	.610	.111
Vi c ti p c n v n tín d ng ngân hàng BIDV là d dàng	ca nhan	30	4.13	.681	.124
	doanh nghiep	30	4.13	.860	.157
Ngân hàng ã áp ng c nhu c u c a khách hàng v v n, lãi su t, th i h n vay	ca nhan	30	4.00	.587	.107
	doanh nghiep	30	4.43	.626	.114
Nhân viên ngân hàng BIDV c ánh giá là có n ng l c và có thái chuyên nghi p i v i khách hàng	ca nhan	30	4.23	.626	.114
	doanh nghiep	30	4.07	.583	.106

xem xét s khác bi t trong ánh giá các nhân t tác ng n ch t l ng tín d ng c a hai nhóm khách hàng có ý ngh a th ng kê hay không, t i p theo chúng ta s s d ng ki m nh Independent Samples Test ki m tra s c l p c a giá tr trung bình c a hai t ng th (hai nhóm khách hàng) theo b ng 2.12

Bảng 2.12 Kiểm định giá trị trung bình của 2 nhóm khách hàng

Independent Samples Test								
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference
Cổ sở chủ chốt, quy trình vay vốn, thời gian vay vốn của ngân hàng BIDV Quận Bình là rất thuận tiện và nhanh chóng	Equal variances assumed	.050	.825	3.739	58	.000	.633	.169
	Equal variances not assumed			3.739	57.987	.000	.633	.169
Số vốn vay các chi nhánh doanh nghiệp và khách hàng của ngân hàng BIDV Quận Bình là kịp thời và y	Equal variances assumed	.013	.910	3.565	58	.001	.533	.150
	Equal variances not assumed			3.565	57.312	.001	.533	.150
Việc tiếp cận và tín dụng ngân hàng BIDV là dễ dàng	Equal variances assumed	4.696	.034	.000	58	1.000	.000	.200
	Equal variances not assumed			.000	55.110	1.000	.000	.200
Ngân hàng đã đáp ứng nhu cầu của khách hàng về lãi suất, thời hạn vay	Equal variances assumed	5.639	.021	-2.765	58	.008	-.433	.157
	Equal variances not assumed			-2.765	57.764	.008	-.433	.157
Nhân viên ngân hàng BIDV có ảnh hưởng là có năng lực và có thái độ chuyên nghiệp với khách hàng	Equal variances assumed	1.792	.186	1.067	58	.290	.167	.156
	Equal variances not assumed			1.067	57.712	.290	.167	.156

- Nhân tố Cổ sở chủ chốt, quy trình, thời gian vay vốn. Kết quả kiểm định Levene's Test ta có giá trị Sig bằng 0,05 nên ta có thể sử dụng kết quả kiểm định t-test phân Equal variances assumed

Giá trị Sig của kiểm định t-test của nhân tố này bằng 0 nhỏ hơn 0,05 nên có thể kết luận rằng có sự khác biệt trong sự đánh giá của khách hàng về quy trình thủ tục và thời gian của hai nhóm khách hàng.

Trong bảng 2.11 ta thấy giá trị trung bình của nhóm khách hàng cá nhân là 4,33 trong khi đó giá trị trung bình của nhóm khách hàng doanh nghiệp là 3,70. Điều này cho thấy khách hàng về quy trình thủ tục thể hiện tín dụng hợp lý rút ngắn thời gian xử lý các khoản vay ngân hàng các yêu cầu về điều kiện của khách hàng doanh nghiệp lớn hơn nhóm khách hàng cá nhân. Kết quả trên là khá phù hợp vì thực tế vì thông thường các khách hàng cá nhân vay vốn chủ yếu sử dụng cho mục đích tiêu dùng nên vì thế mức xét duyệt cho vay thường chỉ dựa vào giá trị tài sản và nguồn trả nên thủ tục thẩm định cho vay ngân hàng thời gian xét duyệt vì các khoản vay cá nhân thường ngắn hạn, cho nên thời gian thẩm định xét duyệt cho vay cá nhân thường nhanh. Còn các khách hàng doanh nghiệp thường vay vốn sử dụng cho mục đích sản xuất kinh doanh nên số tiền vay là rất lớn và liên quan đến nhiều vấn đề phức tạp về tính khả thi, hiệu quả trong mục đích, sử dụng và kết quả hoàn trả của các món tiền vay đó. Do đó thời gian thẩm định xét duyệt cho vay thường lâu hơn.

Bên cạnh đó về mặt lợi ích vì mục đích cho vay là sản xuất kinh doanh nên nhu cầu làm mặt tiếp thị kinh doanh của doanh nghiệp và làm tăng thêm lợi nhuận của họ. Vì vậy khách hàng rút ngắn quy trình thủ tục, thời gian xét duyệt cho vay của khách hàng doanh nghiệp cao hơn khách hàng cá nhân.

Đây có thể thấy sự mâu thuẫn giữa thực tế và mong muốn của hai nhóm khách hàng trong việc rút ngắn thời gian xét duyệt và quy trình thủ tục cho vay. Vì vậy nhóm khách hàng cá nhân đã đánh giá cao nhân tố này hơn khách hàng doanh nghiệp.

- Nhân tố Sự tin cậy của ngân hàng và tiện ích kinh doanh. Kết quả kiểm định Levene's Test thấy 0,013 nhỏ hơn 0,05 nên ta dùng kiểm định t-test phân Equal variances not assumed.

Giá trị Sig của kiểm định t-test của nhân tố này bằng 0,001 nhỏ hơn 0,05 nên có thể kết luận rằng có sự khác biệt về đánh giá sự tin cậy của ngân hàng từ hai nhóm khách hàng.

T b ng 2.11 cho th y s ánh giá c a nhóm khách hàng cá nhân v s h tr , t v n c a ngân hàng cao h n so v i nhóm khách hàng doanh nghi p. Trên th c t ho t ng thì i t ng khách hàng c ngân hàng h tr , t v n nhi u h n là nhóm khách hàng doanh nghi p. Do i t ng khách hàng này th ng vay v n ph c v ho t ng s n xu t kinh doanh nên th ng c ngân hàng t v n v l nh v c u t , quy mô u t c ng nh h tr cho khách hàng trong vi c tiêu th s n ph m và giúp , h tr doanh nghi p tháo g khó kh n. Tuy nhiên k t qu trên cho th y nhóm khách hàng cá nhân l i ánh giá v s h tr , t v n c a ngân hàng cao h n so v i khách hàng doanh nghi p. i u này xu t phát t yêu c u c a i t ng khách hàng. Khách hàng cá nhân vay v n ch y u cho m c ích tiêu dùng cho nên yêu c u v s t v n, h tr t phía ngân hàng ít h n, trong khi ó khách hàng doanh nghi p vay v n ch y u ph c v cho m c ích s n xu t kinh doanh cho nên yêu c u v s t v n và h tr c a ngân hàng i v i khách hàng doanh nghi p là cao h n. Trong khi ó s t v n, h tr c a ngân hàng là ch a áp ng c nhu c u.

- Nhân t s ti p c n v n tín d ng ngân hàng. K t qu ki m nh Levene's Test ta th y Sig b ng 4,696 l n h n 0,05 nên ta dùng k t qu ki m nh t-test ph n Equal variances assumed.

Giá tr Sig c a ki m nh t-test c a nhân t này b ng 1 l n h n 0,05 nên có th k t lu n r ng ch a có s khác bi t có ngh a ánh giá vi c ti p c n ngu n v n tín d ng c a ngân hàng c a hai nhóm khách hàng là khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghi p c xem là nh nhau.

Nh ng ó ch là s ánh giá v m t th ng kê, hi u rõ t i sao hai nhóm khách hàng này l i có s gi ng nhau trong vi c ánh giá v ti p c n v n tín d ng nh v y ta xét hai nguyên nhân:

M t là, Ngân hàng BIDV Qu ng Bình ho t ng ch y u h tr ngu n v n cho các doanh nghi p ho t ng s n xu t kinh doanh nên có các chính sách h tr và giúp các khách hàng doanh nghi p h n là khách hàng cá nhân. Khách hàng doanh nghi p có u th h n trong vi c ti p c n ngu n v n tín d ng c a ngân hàng.

Hai là, Nh ng do quy trình th m nh và xét duy t cho vay i v i khách hàng doanh nghi p có th i gian lâu h n khách hàng cá nhân vì c i m và m c ích

lo i hình vay. Và l ãng v ãn mà khách hàng doanh nghi p vay l ãn h ãn r t nhi u khách hàng cá nhân.

Vì t t c ãnh ng ãi u trên mà dù ngân hàng BIDV Qu ãng Bình ã có ãnh ng chính sách h tr , u ãi và t o ãi u ki ãn ãnhóm khách hàng doanh nghi p ti p c ãn ngu ãn v ãn tín d ãng thì ngân hàng BIDV Qu ãng Bình v ãn ch ã áp ãng c ã yêu c u c ã khách hàng doanh nghi p. Còn khách hàng cá nhân dù không ph ãi là ãi t ãng khách hàng u tiên c ã ngân ãnh ng vì ãi u ki ãn vay c v ãn c ã ngân hàng khá ãn gi ãn nên khách hàng cá nhân có yêu c u th p h ãn. Chính vì ãi u này mà ãnh giá c ã hai ãnhóm khách hàng v ãm t th ãng kê l ãi ãnh ãnhau.

- Nhân t S ãp ãng nhu c u c ã khách hàng v ãv ãn, lãi su t, th ãi h ãn. K t qu ki m ãnh Levene's Test ta th ãy Sig b ãng 5,639 l ãn h ãn 0,05 nên ta dùng k t qu ki m ãnh t-test ph ãn Equal variances assumed.

Giá tr Sig c ã ki m ãnh t-test c ã nhân t ã này b ãng 0,008 ãh h ãn 0,05 nên có th ã k t lu ãn r ãng có s ã khác bi t trong ãnh giá c ã hai ãnhóm khách hàng v ãs ãp ãng nhu c u c ã khách hàng v ãv ãn, lãi su t, th ãi h ãn vay.

T b ãng 2.11 ta th ãy nhân t ã này c ã ãi t ãng khách hàng là doanh nghi p ãnh giá cao h ãn ãnhóm khách hàng cá nhân. Giá tr trung bình c ã khách hàng doanh nghi p là 4,43 còn giá tr trung bình c ã khách hàng cá nhân là 4,00. ãi u này xu t phát t ãm t th c t ã ó là do ãi t ãng khách hàng ch ãy u c ã ngân hàng BIDV Qu ãng Bình là khách hàng doanh nghi p nên có r t nhi u chính sách u tiên, h tr v ãv ãn, lãi su t, th ãi h ãn cho ãnhóm khách hàng ã này. Ngân hàng c ãng ch ã th c s t p trung ãy m ãnh phát tri ãn tín d ãng bán l ã.

C ãng c ãn th ãy r ãng s ã yêu c u c ã ãnhóm khách hàng doanh nghi p v ãm c vay v ãn, lãi su t, th ãi h ãn cao h ãn r t nhi u so v ãi ãnhóm khách hàng cá nhân. ãnh ãng theo k t qu ki m ãnh t-test và giá tr trung bình thì khách hàng doanh nghi p ãnh giá cao h ãn có ãng h ã là ngân hàng ã ph ãn ão ó áp ãng c ã yêu c u c ã khách hàng doanh nghi p. Tuy ãnh ãn bên c ãnh ó c ãng c ãn có ãnh ãng c ãi ti ãn trong ch ã tr ãng, chính sách ãi v ãi ãnhóm khách hàng cá nhân.

- Nhân tố nhân lực của nhân viên ngân hàng. Kiểm định Levene's Test cho thấy Sig bằng 1,792 lớn hơn 0,05 nên ta dùng kiểm định t-test phân Equal variances assumed.

Giá trị Sig của kiểm định t-test của nhân tố này bằng 0,290 lớn hơn 0,05 nên có thể kết luận rằng chưa có sự khác biệt có ý nghĩa về đánh giá của hai nhóm khách hàng doanh nghiệp và cá nhân về nhân lực và thái độ của cán bộ nhân viên ngân hàng. Nhìn chung cả hai nhóm khách hàng đều đánh giá khá cao về nhân lực cũng như thái độ của nhân viên ngân hàng. Giá trị trung bình của nhóm khách hàng cá nhân đánh giá là 4.23 và giá trị trung bình của nhóm khách hàng doanh nghiệp là 4,07.

4. ÁNH GIÁ CHUNG VỀ CHỨC NĂNG TÍN DỤNG TÀI CHÍNH VÀ PHÁT TRIỂN VI T NAM CHI NHÁNH QU NG BÌNH

4.1. Những kết quả đạt được

Vị quy mô hoạt động tín dụng chỉ chiếm 33% thì phần về huy động vốn và 40% thì phần về tín dụng trên địa bàn. Chi nhánh Ngân hàng TMCP Thủ Đức và Phát triển Tài chính Ngân hàng Bình Dương đã khẳng định uy tín và vị thế của mình trong hệ thống Ngân hàng TMCP Thủ Đức và Phát triển Tài chính Ngân hàng trên địa bàn tỉnh Bình Dương. Trong hệ thống, Chi nhánh luôn đứng đầu khu vực Bắc Trung Bộ về quy mô tín dụng và hiệu quả hoạt động. Còn trên địa bàn tỉnh Bình Dương, Chi nhánh là đơn vị chiếm thị phần lớn nhất. Về hình thức kinh doanh trên địa bàn đều có quan hệ tín dụng, trong đó Chi nhánh đã tham gia đầu tư vào các công trình trọng điểm có tác động lớn đến việc chuyển đổi cơ cấu kinh tế địa phương như: dự án BOT xây dựng đường tránh thành phố Thủ Đức, đường 60m, xây dựng nhà máy xi măng Sông Gianh...Nên Chi nhánh luôn là đơn vị dẫn đầu trong hoạt động ngân hàng trên địa bàn tỉnh.

Nhìn chung hoạt động tín dụng của Chi nhánh vẫn luôn đảm bảo an toàn và hiệu quả. Trong nhiệm vụ liên Chi nhánh không có đơn vị quá hạn, trong khi nhiệm vụ ngân hàng có xu hướng giảm dần về tỷ lệ nợ xấu tuy nhiên. Hoạt động tín dụng vẫn luôn là hoạt động mang lại nguồn thu chủ yếu, góp phần tạo nên hiệu quả kinh doanh của Chi nhánh. Năm 2009 thu lãi cho vay của Chi nhánh đạt 277 tỷ đồng, chiếm 71,76% tổng thu nhập, năm 2010 thu lãi cho vay của Chi nhánh đạt 482 tỷ đồng, chiếm 60,94% tổng thu nhập, năm 2011 thu lãi cho vay của Chi nhánh đạt 573 tỷ đồng,

chiếm 56,45% tổng thu nhập và năm 2012 thu lãi cho vay của Chi nhánh đạt 541 tỷ đồng chiếm 55,09% tổng thu nhập. Theo số liệu trên có thể thấy nguồn thu lãi cho vay có xu hướng giảm dần qua các năm từ 2009 đến 2012. Tuy nhiên không phải do hoạt động tín dụng của Chi nhánh yếu kém mà là do một phần lớn các khoản vay của Chi nhánh đã được bán nợ trực tiếp thị trường. Nguồn thu từ các khoản bán nợ này ngày một tăng và quy mô lớn sẽ càng nên làm cho nguồn thu lãi cho vay giảm đi.

Chất lượng các sản phẩm tín dụng của Chi nhánh nhìn chung được khách hàng đánh giá khá cao, đó là nhờ vào việc áp dụng công nghệ hiện đại, xây dựng quy trình tín dụng khoa học theo xu hướng của các nước tiên tiến, đội ngũ nhân viên của Chi nhánh ưu tú, có trình độ chuyên môn tốt, nhiệt tình trong công tác và có phong cách giao dịch lịch sự, văn minh.

4.2. Những mặt hạn chế

Bên cạnh những kết quả tốt thì chất lượng tín dụng của BIDV Quảng Bình vẫn còn có những hạn chế nhất định cần khắc phục.

Nhờ vào tốc độ tăng trưởng nhanh của những năm trước Chi nhánh ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển tỉnh Quảng Bình có quy mô và thành phần tín dụng khá lớn. Nhìn chung trong bốn năm trước đây, tốc độ tăng trưởng doanh số cho vay của ngành tín dụng của Chi nhánh vẫn còn thấp, thấp hơn các mức tăng trưởng chung của hệ thống BIDV lớn mà các ngân hàng tín dụng trên địa bàn nên đã làm cho thành phần tín dụng của Chi nhánh ngày càng thu hẹp.

- Hoạt động tín dụng của Chi nhánh vẫn đang còn tiềm ẩn những rủi ro do tồn tại gia hạn và nợ nhóm 2 vẫn còn lớn.

Các khoản nợ gia hạn chính là những khoản nợ mà khách hàng không trả đúng hạn và các ngân hàng cho gia hạn thêm một thời gian nên đây chính là những khoản nợ tiềm ẩn nguy cơ quá hạn. Năm 2009 trong tổng số 1.235 tỷ đồng dư nợ ngân hàng thì có 497 tỷ đồng nợ đã gia hạn, chiếm tỷ trọng 40,24%. Các năm tiếp theo đều có xu hướng tăng lên về giá trị tuy nhiên những tăng trưởng của nợ gia hạn trong tổng dư nợ ngân hàng đã có phần giảm xu hướng. Đến năm 2012 thì trong tổng số 2.087 tỷ đồng dư nợ ngân hàng thì có 732 tỷ đồng nợ đã gia hạn, chiếm tỷ trọng 35,07%. Trong

ó có m t s n v có s d n gia h n l n nh : Công ty liên doanh Vina-Siam, Công ty g ch men Cosevco...

Các kho n n nhóm 2 là các kho n n c n chú ý. Tuy ch a c x p vào các kho n n x u nh ng v i m t t l n nhóm 2 khá cao v i n m 2009 n nhóm 2 c a Chi nhánh là 849 t ng chi m 27,3% t ng d n . N m 2010 n nhóm 2 c a Chi nhánh là 1.023 t ng chi m 28,4% t ng d n . N m 2011 n nhóm 2 c a Chi nhánh là 1.225 t ng chi m 30,6% và n m 2012 n nhóm 2 c a Chi nhánh là 1.364 t ng chi m 31,52%. Có th th y các kho n n nhóm 2 có xu h ng t ng d n qua các n m.

- M c dù ã có s i u ch nh nh ng c c u d n tín d ng c a Chi nhánh v n còn nhi u i m ch a h p lý, n u không s m c i u ch nh thì s có nguy c d n n r i ro nh : C c u cho vay theo lo i ti n t , theo th i h n vay ch a phù h p v i c c u ngu n v n huy ng. Trong khi ngu n v n huy ng ch y u là ng n h n thì d n cho vay trung dài h n l i chi m t tr ng cao nên Chi nhánh ã ph i s d ng m t l ng l n ngu n v n ng n h n cho vay trung dài h n. i u này s t i m n v r i ro v kh n ng thanh toán.

- Bên c nh ó, theo k t qu kh o sát i u tra ý ki n khách hàng cho th y ch t l ng các s n ph m tín d ng c a Chi nhánh m t s m t, m t s y u t v n còn ch a c chú tr ng nên v n ch a áp ng c yêu c u c a khách hàng nh :

S t v n c a ngân hàng v c h i kinh doanh, v ph ng pháp qu n lý tài chính c ng nh s h tr c a ngân hàng giúp khách hàng trong vi c tiêu th s n ph m tháo g khó kh n v n ch a áp ng c mong mu n c a khách hàng, c bi t là nhóm khách hàng doanh nghi p.

S áp ng nhu c u c a khách hàng v s l ng v n vay, th i h n và lãi su t vay v n còn nhi u h n ch . Trong ó c bi t là s áp ng nhu c u v th i h n vay v n i v i các kho n vay trung dài h n. Trong khi các d án u t th ng có th i gian thu h i v n khá dài (th ng là t 5 n m tr lên, th m chí có m t s d án u t vào c s h t ng, du l ch có th i gian thu h i v n 20 n m) nh ng vì lý do không thu x p c các ngu n v n dài h n t ng ng nên Chi nhánh ã ph i s d ng v n ng n h n cho vay trung dài h n. T ó t o ra nh ng áp l c v tr n cho các kho n vay trung dài h n và i u ch nh c c u cho vay ng n h n.

CHƯƠNG 3: GIỚI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP VIỆT VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM CHI NHÁNH QUẢNG BÌNH

1. Những thành tựu phát triển của Ngân hàng TMCP Việt và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình trong giai đoạn 2011 – 2015 và tầm nhìn năm 2020.

1.1. Mục tiêu tổng quát trong hoạt động tín dụng

Ngân hàng TMCP Việt và Phát triển Việt Nam phấn đấu trở thành 1 trong 20 Ngân hàng hiện đại có chất lượng, hiệu quả và uy tín hàng đầu trong khu vực Đông Nam Á vào năm 2020. Và mục tiêu của hoạt động tín dụng là: đa dạng hóa các sản phẩm tín dụng theo ngành nghề, lĩnh vực và thị trường khách hàng. Mở rộng mạng lưới quy mô nguồn vốn và mở rộng chất lượng tín dụng. Phấn đấu tăng trưởng tín dụng phù hợp với tăng trưởng nền kinh tế, tập trung chuyển biến mạnh mẽ về chất lượng tăng trưởng, chất lượng tín dụng, tăng cường tính cạnh tranh và hiệu quả hoạt động.

Mở rộng các mục tiêu, các sản phẩm tín dụng phù hợp với sự phát triển bền vững, tăng cường bền vững theo thông lệ quốc tế, hoàn thiện hệ thống tín dụng ngân hàng hiện đại theo nguyên tắc, giá trị quy mô và các sản phẩm tín dụng phù hợp với thị trường, khu vực, lĩnh vực, ngành kinh tế và các thị trường khách hàng. Tập trung chuyển đổi các sản phẩm khách hàng, các sản phẩm danh mục cho vay, theo hướng gắn hoạt động tín dụng với ý nghĩa huy động vốn, phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại. Kiểm soát chặt chẽ chất lượng tín dụng trung, dài hạn. Mở rộng cho vay các lĩnh vực, ngành nghề và các doanh nghiệp kinh doanh có hiệu quả, có khả năng sinh lời cao, rõ ràng minh bạch. Nâng cao chất lượng cho vay có tài sản đảm bảo, tích cực xử lý nợ xấu, tận thu lãi treo, nâng cao hiệu quả kế toán ngoại tệ. Tranh thủ các nguồn lực có giá trị pháp lý tích cực nhằm phát huy tiềm năng và khả năng cạnh tranh, tiếp tục triển khai tín dụng theo hướng mở rộng và xây dựng khách hàng trung thành nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh, thực hiện hiệu quả của Ngân hàng TMCP Việt và Phát triển Việt Nam.

1.2. nh h ng phát tri n tín d ng c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam.

t c m c tiêu trên, Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam ã xây d ng nh h ng trong ho t ng tín d ng nh sau:

- i t ng khách hàng: Gi v ng th ph n ho t ng và n n khách hàng v ng ch c theo h ng thu hút doanh nghi p v a và nh , doanh nghi p s n xu t hàng xu t kh u. y m nh cho vay các doanh nghi p ngoài qu c doanh, các khu công nghi p, khu ch xu t. Ch n l c nhóm khách hàng kinh doanh hi u qu , cung c p các d ch v , s n ph m thi t y u cho n n kinh t nh : i n, than, v t li u xây d ng, hàng không... M r ng th tr ng ho t ng tín d ng t i m i l nh v c, m i i t ng khách hàng, phát huy ngành ngh truy n th ng trong phát tri n, i u ch nh l i c c u tín d ng h p lý và phù h p v i th c t .

- Ch t l ng tín d ng: Ph n u t t l n x u th p nh t trong h th ng ngân hàng th ng m i Vi t Nam. Xây d ng h th ng tính i m tín d ng m b o an toàn. o l ng và qu n tr c r i ro trong ho t ng u t tín d ng. Nâng cao ch t l ng, hi u qu ho t ng tín d ng, t ng chênh l ch lãi su t u vào u ra trong ho t ng tín d ng.

- a d ng hóa hình th c u t góp v n liên doanh t i các l nh v c v i các thành ph n kinh t . c bi t chú tr ng vào các l nh v c Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam có kinh nghi m và ti m n ng nh u t phát tri n c s h t ng ô th , i n l c, d u khí, công ngh vi n thông, a ho t ng u t góp v n t ng ng v i v th , ti m n ng Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam.

1.3. nh h ng ho t ng tín d ng c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình.

Trên c s nh h ng ho t ng tín d ng c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam, m c tiêu phát tri n kinh t xã h i c a a ph ng c ng nh nh n nh tình hình môi tr ng ho t ng kinh doanh, Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình xây d ng m c tiêu, nh h ng ho t ng tín d ng giai o n 2011 – 2015 là:

- Tập trung tăng trưởng và phát triển bền vững, lý an toàn, chất lượng và hiệu quả làm mục tiêu hàng đầu trong hoạt động. Tăng trưởng và nâng cao chất lượng huy động vốn, tôn trọng nhân viên và khách hàng là ưu tiên hàng đầu. Mọi hoạt động quy mô tín dụng phù hợp với tình hình phát triển kinh tế trên cơ sở mở rộng chất lượng, kiểm soát rủi ro.

- Áp dụng các cách thức quản lý – quản trị kinh doanh – đi kèm theo hình thức tổ chức mới và thông lệ quốc tế của toàn hệ thống. Chuyển đổi cấu trúc khách hàng, cấu trúc huy động vốn - tín dụng - dịch vụ

- Xây dựng đội ngũ nhân sự trẻ, năng lực. Trích đầu phòng rủi ro theo quy định, quản lý tài sản - tài sản có hiệu quả để duy trì kinh doanh cao.

- Sử dụng chính sách nhân sự theo hướng nâng cao chất lượng và số lượng. Nâng cao vai trò giám đốc quản lý lãnh đạo, bồi dưỡng nhân lực chuyên môn và tay nghề cho đội ngũ cán bộ, phát triển vai trò cá nhân trong việc đóng góp sự phát triển chung của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình.

- Công khai và duy trì công tác kiểm tra, kiểm soát nội bộ kịp thời phát hiện và sửa chữa những sai sót trong nghiệp vụ, ngăn chặn các hành vi vi phạm quy định và vi phạm pháp luật

Các chỉ tiêu chủ yếu trong hoạt động kinh doanh trong giai đoạn 2011-2015

+ Tăng trưởng tín dụng tài sản: 13%/năm

+ Tăng trưởng tín dụng: 15%/năm. Phần lớn là tín dụng thanh toán và tín dụng tín dụng bán lẻ trong tín dụng tiêu dùng 5%.

+ Tăng trưởng huy động vốn: 18%/năm.

+ Tỷ lệ nợ xấu dưới 3%. Phần lớn không phát sinh nợ quá hạn.

+ Các chỉ tiêu cấu trúc tín dụng:

- Tỷ trọng tín dụng trung dài hạn / Tổng tín dụng : 50%
- Tỷ trọng tín dụng NQD / Tổng tín dụng : 70%
- Tỷ trọng tín dụng có TS B / Tổng tín dụng : 90%

2. M t s gi i pháp nh m nâng cao ch t l ng tín d ng t i Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình

2.1. Xây d ng chi n l c trong ho t ng tín d ng

nh h ng nâng cao ch t l ng tín d ng t i m i giai o n s là kim ch nam cho vi c ra và th c hi n các chi n l c c th thông qua m t lo i các gi i pháp nâng cao ch t l ng tín d ng t i m i ngân hàng. Chính vì v y, Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình c n xây d ng chi n l c cho ho t ng tín d ng trong th i gian t i, trong ó t p trung vào các v n :

- Xây d ng chi n l c khách hàng: Xác nh rõ i t ng khách hàng c a mình, có các bi n pháp thu hút khách hàng b ng cách cung c p t t nh t các s n ph m d ch v ngân hàng, nâng cao ch t l ng ph c v thông qua i ng cán b ng ngân hàng và các ti n ích do c s v t ch t k thu t, công ngh mang l i. Có các chính sách u ãi i v i các khách hàng l n, khách hàng truy n th ng, ho t ng hi u qu thông qua các chính sách v lãi su t, phí, i u ki n ph c v ... Chi n l c khách hàng c n thi t ph i ph bi n t i t ng cán b ng ngân hàng m i cán b hi u rõ và th c hi n t t.

- Xây d ng chi n l c ngành hàng: Xác nh rõ nhóm ngành u tiên trong t ng th i k phù h p v i m c tiêu kinh t c a t nh và l i th c a a ph ng. Xác nh gi i h n tín d ng c ng nh c c u t tr ng cho vay i v i các ngành nh t nh, tr c m t t p trung các ngành ang có tri n v ng phát tri n nh công nghi p s n xu t v t li u xây d ng, s n xu t i n ... có s nh h ng trong quá trình ti p th , cho vay i v i khách hàng thu c các ngành kinh t m t cách phù h p và hi u qu , gi m đ n và t l cho vay xây l p theo úng l trình c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam.

- Chi n l c th tr ng và th ph n: Hi n nay, c nh tranh gi a các ngân hàng trên a bàn ho t ng c a BIDV Qu ng Bình khá m nh m . Chi nhánh c n y m nh và i m i công tác nghi n c u th tr ng, c p nh t c thông tin v th ph n và th tr ng tín d ng, d ch v ; qu ng bá th ng hi u trên a bàn ho t ng thông qua vi c m r ng m ng l i giao d ch, t ng c ng công tác marketing và nâng cao ch t l ng ph c v nh m th c hi n m c tiêu duy trì v trí đ n u v th ph n trên a bàn Qu ng Bình.

2.2. Ý nghĩa công tác huy động vốn nhằm đáp ứng nhu cầu tín dụng

Nguồn vốn có vai trò rất quan trọng, nhàn hạng n vị c m r ng c ng nh nâng cao ch t l ng tín d ng, là c s m b o cho ho t ng c a ngân hàng phát tri n m t cách b n v ng.

Qua xem xét tình hình ho t ng c a Chi nhánh Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n t nh Qu ng Bình chúng ta th y r ng ngu n v n huy ng t i ch áp ng c d n tín d ng vào n m 2009 là 55,36%, n m 2010 là 63,18%, n m 2011 là 64,79% và n m 2012 là 77,56%. Có th th y ngu n v n huy ng t i ch c a Chi nhánh ang ngày m t có xu h ng t ng d n lên nh ng ngu n v n huy ng t i ch này v n ch a th áp ng c d n tín d ng c a Chi nhánh. B i v y ph n còn l i Chi nhánh ph i vay v n c a Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam v i chi phí cao h n nhi u so v i ngu n v n huy ng c và Chi nhánh luôn ti m n r i ro v kh n ng thanh kho n. Bên c nh ó c ng c n nh n th y r ng n u mu n t ng tr ng tín d ng và phát tri n b n v ng thì ph i có m t ngu n v n d i dào b ng vi c t ng tr ng ngu n huy ng v n.

Vì v y nhi m v hàng u c a Chi nhánh Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Qu ng Bình là ph i y m nh công tác huy ng v n, c bi t là ngu n v n trung dài h n áp ng cho nhu c u t ng tr ng tín d ng r t l n trên à bàn.

Ý m nh công tác huy ng v n trong th i gian t i Chi nhánh c n th c hi n m t s gi i pháp sau:

- a d ng hóa các s n ph m huy ng v n. Bên c nh các s n ph m huy ng v n truy n th ng, c n ti p t c nghiê n c u và à ra các s n ph m m i nh : ti t ki m g i góp, ti t ki m d th ng, ý m nh phát tri n trái phi u, k phi u v i nhi u th i h n và lãi su t linh ho t, lãi su t thang b c... c bi t Chi nhánh c n y m nh huy ng v n trung và dài h n thông qua phát hành trái phi u và ch ng ch ti n g i.

- Xây d ng chính sách lãi su t m m d o, linh ho t. Chính sách lãi su t huy ng ph i c xây d ng trên c s m b o c l i ích cho ng i g i ti n và l i ích c a ngân hàng. Lãi su t c n ph i c th , chi ti t cho t ng i t ng, t o thu n l i cho vi c huy ng v n. ây là v n mà th i gian qua, Chi nhánh ã th c hi n t ng i t t.

Tuy nhiên, vẫn cần phải tiếp tục thể hiện tinh thần, chỉ tiêu, và đúng nhiệm vụ của lãi suất ngân hàng Việt Nam, nâng cao hiệu quả, hợp lý trong ngân hàng.

- Chính sách chi trả khách hàng. Chi nhánh thu hút và giữ khách hàng cần phải quan tâm đúng mức. Cần tạo thêm những dịch vụ bổ sung cho các khách hàng gửi tiền bằng các ưu đãi khi sử dụng các dịch vụ khác của ngân hàng như thanh toán, dịch vụ chuyển tiền...

2.3. Thể hiện tinh thần phân loại khách hàng và chính sách khách hàng

Hiện nay, Ngân hàng TMCP Xuất và Phát triển Việt Nam đã xây dựng hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ thể hiện việc phân loại tín dụng, trích lập dự phòng rủi ro theo quy định 493/2005/QĐ-NHNN và Thông tư 15/2010/TT-NHNN. Trên cơ sở xếp hạng tín dụng nội bộ, Ngân hàng TMCP Xuất và Phát triển Việt Nam cũng đã ban hành chính sách khách hàng dựa trên các chính sách đúng, phù hợp áp dụng đối với từng loại khách hàng. Do đó, Chi nhánh cần xây dựng chính sách riêng phù hợp với điều kiện và đặc điểm khách hàng của mình.

Theo số liệu điều tra thực tế có sự khác biệt trong đánh giá của 2 nhóm khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp về quy trình, thời gian xét duyệt cho vay, mức lãi suất, nguồn vốn hay thời hạn vay và sự hỗ trợ, tận tâm của ngân hàng. Thể hiện tinh thần ưu tiên lợi ích Chi nhánh phải hoàn thiện hơn nữa các chính sách khách hàng, quan tâm tới nhu cầu của từng nhóm khách hàng để đưa ra các chính sách phù hợp hơn nữa. Các chính sách tập trung thể hiện các nội dung sau:

- Giữ và mở rộng quan hệ với các khách hàng uy tín, trung thực để biến thành các doanh nghiệp kinh doanh hiệu quả, có khả năng phát triển.

- Chi nhánh có thể sử dụng một phần quỹ khen thưởng dành cho khách hàng có những đóng góp với ngân hàng và thành công cho nhân viên cá nhân có thành tích tốt trong hoạt động tín dụng.

- Tích cực, chủ động tìm kiếm các khách hàng mới là các doanh nghiệp và nhân viên hiệu quả, có tài khoản mở. Việc phát triển khách hàng mới cần phải có giao thành chỉ tiêu cụ thể để theo dõi và bám sát quá trình thể hiện.

- Thể hiện các chính sách về lãi suất ưu đãi, ưu tiên thu nhập lãi trong việc cho vay đối với các khách hàng cá nhân như mua sắm nhà cho vay bán lẻ.

- Th ợng xuyên coi tr ợng công tác h ợi th ợ, h ợi ngh ợ v ợi khách hàng, t ợng c ợng s ợ giao l ợ u hi ợ u bi ợ t gi ợ a ngân hàng và khách hàng

- ợi v ợi các khách hàng ho ợ t ợng không hi ợ u qu ợ, ợ ợ phát sinh n ợ x ợ u ho ợ c ợ ti ợ m n ợ n ợ x ợ u (n ợ t ợ nhóm 3 ợ n ợ nhóm 5), Chi nhánh c ợ n ợ xây d ợ ng l ợ trình gi ợ m d ợ n ợ d ợ n ợ hi ợ n ợ t ợ i, v ợi c ợ cho vay m ợi ch ợ nh ợ m m ợ c ợ ích t ợ o ợ i u ki ợ n cho doanh nghi ợ p có th ợ i gian th ợ c ợ hi ợ n l ợ trình gi ợ m d ợ n ợ cho vay. ợng th ợ i t ợng c ợng tài s ợ n b ợ o ợ m cho các kho ợ n vay nh ợ m h ợ n ch ợ r ợ i ro.

2.4. C ợ c u l ợ i d ợ n

C ợ c u d ợ n c ợng có nh ợ h ợng n ợ ch ợ t l ợng tín d ợng. M ợc dù ợ ợ có s ợ i u ch ợ nh ợ song c ợ c u d ợ n c ợ a Ngân hàng TMCP ợ u t ợ và Phát tri ợ n Vi ợ t Nam chi nhánh Qu ợng Bình v ợ n còn nhi ợ u ợ i u ch ợ a h ợ p lý v ợi ch ợ a phù ợ h ợ p v ợi c ợ c u ngu ợ n huy ợng ho ợ c ợ nh ợ h ợng phát tri ợ n tín d ợng c ợ a ngành. V ợi v ợy trong th ợ i gian t ợ i c ợ n ợ i u ch ợ nh ợ c ợ c u tín d ợng theo các h ợng sau:

- ợy m ợnh cho vay ng ợ n h ợ n ợ nâng cao t ợ tr ợng d ợ n ợ vay ng ợ n h ợ n trên t ợng d ợ n ợng th ợ i gi ợ m d ợ n t ợ tr ợng cho vay trung dài h ợ n.

H ợi n ợ t ợ i d ợ n ợ trung dài h ợ n c ợ a Chi nhánh chi ợ m t ợ tr ợng 51,77% trên t ợng d ợ n ợ. Trong khi ợ ó ngu ợ n v ợ n huy ợng trung dài h ợ n ch ợ chi ợ m 30,15% trên t ợng ngu ợ n v ợ n huy ợng ợc. Do ợ ó Chi nhánh ợ ợ ph ợ i s ợ d ợng m ợ t ph ợ n ngu ợ n v ợ n ng ợ n h ợ n cho vay trung dài h ợ n. ợ i u này d ợ d ợ n ợ n r ợ i ro m ợ t kh ợ n ợng thanh kho ợ n khi khách hàng có nhu ợ c u rút m ợ t l ợng v ợ n l ợ n trong khi Chi nhánh ch ợ a thu ợ h ợ i c ợ các kho ợ n vay.

V ợi ợ c ợ thù c ợ a Chi nhánh là ho ợ t ợng trên ợ a bàn có n ợ n kinh t ợ ch ợ a th ợ t s ợ phát tri ợ n cho nên nhu ợ c u v ợ n trung dài h ợ n ợ u t ợ m ợ r ợng, phát tri ợ n s ợ n x ợ u t, ợ i m ợi công ngh ợ là r ợ t l ợ n. H ợ n ợ n ợ a, trong th ợ i gian qua Chi nhánh ợ ợ cho vay m ợ t s ợ d ợ án l ợ n theo s ợ y nhi ợ m c ợ a Ngân hàng TMCP ợ u t ợ và Phát tri ợ n Vi ợ t Nam do ợ ó mà t ợ tr ợng d ợ n ợ cho vay trung dài h ợ n c ợ a Chi nhánh là khá cao v ợ i 51,77%. Nh ợng Chi nhánh v ợ n ợ ang t ợng b ợ c ợ th ợ c ợ hi ợ n t ợ i n ợ trình gi ợ m t ợ tr ợng cho vay trung dài h ợ n xu ợng d ợ i 50%.

- C ợ c u l ợ i khách hàng theo h ợng gi ợ m d ợ n d ợ n ợ vay ợi v ợi các doanh nghi ợ p Nhà n ợ c, ợy m ợnh cho vay ợi v ợi các doanh nghi ợ p ngoài qu ợ c doanh.

điểm này đã và đang các Chi nhánh thể hiện khá tốt. Trong 75% doanh nghiệp trên địa bàn có quan hệ với Chi nhánh thì trong đó có 90% doanh nghiệp là các doanh nghiệp ngoài quốc doanh.

- Một số mặt cho vay về việc các doanh nghiệp vay và nhận, cho vay bán lẻ, giảm chi phí trả nợ cho vay các khách hàng lẻ phân tán rộng rãi.

Theo số liệu điều tra thì giá trị ảnh hưởng trung bình về vị trí tiếp cận và tín dụng hay sự đáp ứng về nhu cầu vốn, lãi suất, thời hạn vay cho giá trị liên hệ hoặc bảng 4. Điều này có nghĩa là Chi nhánh đã phần nào đáp ứng các nhu cầu của khách hàng. Tuy nhiên, trong môi trường cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng trên địa bàn hiện nay thì Chi nhánh cần đưa ra các chính sách nhằm thúc đẩy, khuyến khích cho vay bán lẻ và cho vay về việc các doanh nghiệp vay và nhận. Đồng thời, Chi nhánh cần cung cấp thêm các sản phẩm dịch vụ kèm theo miễn thu tiền lãi cho khách hàng cá nhân hay khách hàng nhỏ tiếp cận nguồn vốn vay của Chi nhánh dễ dàng hơn.

2.5. Nâng cao chất lượng công tác thẩm định khách hàng và đánh giá, phê duyệt sản xuất kinh doanh.

Trong công tác tín dụng, ba khâu tác nghiệp quan trọng là kiểm tra trước, kiểm tra trong và kiểm tra sau khi cho vay. Trong đó, kiểm tra trước khi cho vay tức là công tác thẩm định khách hàng, thẩm định đánh giá, phê duyệt vay vốn là yêu cầu quan trọng nhất quyết định chất lượng khoản vay. Áp dụng nguyên tắc 5C là một trong những kỹ thuật phân tích tín dụng hữu ích và làm giảm thiểu gian lận, xét duyệt cho vay:

- Một là tác cách nghiệp vụ: Là ý thức trách nhiệm hoàn trả lãi khoản vay của người vay. Vì không có một phương pháp nào chính xác nào để đánh giá uy tín, cho nên cán bộ ngân hàng sử dụng một cách chi quản lý khách hàng có khả năng trả khoản vay hay không. Do đó trước hết cán bộ ngân hàng cần nắm rõ mục đích xin vay vốn, thái độ trách nhiệm trong việc sử dụng vốn vay của khách hàng. Và cần xem xét những tình hình tín dụng của khách hàng tại ngân hàng và các ngân hàng khác, và trình độ học vấn cũng như kinh nghiệm kinh doanh của khách hàng và các vấn đề khác liên quan cá nhân, trình độ, kinh nghiệm của khách hàng.

- Hai là ngân hàng lựa chọn khách hàng vay: tiêu chí tiên quyết là khách hàng vay phải có uy tín ngân hàng pháp luật và ngân hàng hành vi ký hợp đồng tín dụng. Bên cạnh đó, ngân hàng phải biết chính xác kế hoạch triển khai và xem xét lưu ý tín dụng trong kinh doanh, các nguồn thu nhập của khách hàng đánh giá khả năng chi trả thành công khoản vay.

- Ba là vốn: Ngân hàng phải biết số vốn ngân hàng vay ngân hàng có của khách hàng là bao nhiêu. Bởi vì một dự án hoặc một ngành sản xuất kinh doanh có triển vọng ngân hàng có loan, tức là triển vọng vay thế chấp làm cho áp lực triển khai, trả lãi vay giảm do số tiền thu nhập từ các khoản vay.

- Bốn là trách nhiệm hay sự bảo lãnh của bên thứ ba: là một trong những tiêu chí cần xem xét, đánh giá cho vay. Khi đánh giá khả năng bảo đảm tín dụng, cán bộ ngân hàng phải xem xét nếu khách hàng không trả khoản vay thì ngân hàng sẽ thu nợ từ người bán các tài sản đã cầm giữ bảo đảm.

- Năm là các tiêu chí khác: liên quan đến hoàn cảnh kinh tế cá nhân gia đình, tình trạng gia đình. Họ là những khách hàng có nhu cầu gì thì toàn bộ nền kinh tế? Nếu nền kinh tế suy thoái, liệu doanh nghiệp của khách hàng có giảm mạnh hay không, hoặc có biến động. Những công ty có doanh nghiệp như không biến động thì thông thường sẽ có các ngân hàng ưu ái hơn.

2.6. Bổ sung và nâng cao chất lượng tín dụng cán bộ làm công tác tín dụng.

Đây là yếu tố quan trọng hàng đầu, tác động trực tiếp đến hình thức của ngân hàng trực tiếp khách hàng cũng như hoạt động tín dụng, chất lượng sản phẩm tín dụng. Bởi vì chỉ số lượng vốn con người là chỉ số lâu dài nên Chi nhánh cần có sự quan tâm thường xuyên nâng cao cán bộ đi hành và trực tiếp làm công tác tín dụng.

Mặc dù theo số nghiên cứu khảo sát đi sâu, giá trị trung bình về đánh giá ngân hàng và thái độ chuyên nghiệp của cán bộ Chi nhánh theo khách hàng nhóm doanh nghiệp là 4,07 và khách hàng cá nhân là 4,23. Điều này cho thấy, chất lượng tín dụng cán bộ của Chi nhánh có đánh giá khá cao. Tuy nhiên, đáp ứng nhu cầu phát triển trong bối cảnh thị trường và trong môi trường cạnh tranh gay gắt ngày nay, BIDV cần tiếp tục xây dựng tín dụng cán bộ tín dụng theo hướng:

- m b o s l ñ g cán b ñ làm công tác tín đ ñ g trên c s có th i gian ki m soát, qu n lý kho n vay m t cách y , ch t ch t khi phát sinh ñ khi thu h i n .

- Tiêu chu n hóa ñ ñ g cán b ñ tín đ ñ g áp ñ g c yêu c u c nh tranh và h i nh p trong ñ u ki n hi n nay. Theo ó, cán b ñ ph i h i các y u t v ki n th c, n ñ g l c chuyên môn c ñ g nh o c ñ g ñ g p.

M c tiêu cu i cùng là có c ñ ñ g cán b ñ làm công tác tín đ ñ g n ñ g ñ g, b n l nh, có các k ñ ñ g giao ti p, ti p th và ph c v khách hàng; x lý ñ g p v m t cách v ñ g vàng, có kh ñ ñ g khai thác thông tin nhanh chóng, chính xác và y ; k ñ ñ g t v n, à m phán v i khách hàng nh m b o v quy n l i c a ngân hàng c ñ g nh ñ g ñ g cao giá tr đ ch v cho khách hàng; k ñ ñ g phân tích t ñ g h p và suy óán, ñ ñ g nh ñ g m t cách logic, ánh giá và l a ch ñ ñ g khách hàng trong su t quá trình m r ñ g và phát tri n quan h ñ ñ g.

2.7. Nâng cao ch t l ñ g ph c v áp ñ g t t h ñ ñ g nhu c u c a khách hàng và t ñ g kh ñ ñ g c nh tranh trong ho t ñ g tín đ ñ g.

Trong ho t ñ g ngân hàng nói chung và ho t ñ g tín đ ñ g nói riêng, ch t l ñ g ph c v luôn óng vai trò r t quan tr ñ g, quy t ñ ñ g nh ch t l ñ g c a s n ph m. Vì v y, BIDV Qu ñ g Bình c n làm t t các ñ ñ g ñ g ñ g sau:

- Công tác t v n h tr khách hàng: S ánh giá v ch t l ñ g t v n c h i kinh doanh và s h tr c a ngân hàng dành cho nhóm khách hàng doanh ñ g p có giá tr trung bình là 3,80, có ñ g a ch a áp ñ g c nhu c u. ñ ñ g v i nhóm khách hàng cá ñ g ñ g là 4,33 có ñ g a là ñ ñ g ph ñ ñ g nào áp ñ g c nhu c u. T ñ ñ g ñ g ñ g ñ ñ g tra cho th y Chi nhánh c n y m nh công tác t v n, h tr khách hàng, c bi t là nhóm khách hàng doanh ñ g p. B ñ ñ g so v i nhóm khách hàng cá ñ g ñ g thì nhóm khách hàng doanh ñ g p c n ñ g ñ g thông tin chính xác k p th i ñ ñ g m b t c h i kinh doanh. Trong ó ngân hàng th ñ g là ñ ñ g ñ g có y ñ ñ g thông tin m t cách chính xác và toàn ñ ñ g ñ ñ g nh t v th tr ñ g, giá c , các ph ñ g án kinh doanh, ngân hàng c ñ g là ñ ñ g ñ g có các trang thi t b hi n ñ ñ g, tiên ti n ñ ñ g t, ñ ñ g ti p thu ñ g ñ g thông tin trong ñ ñ g c và trên th ñ g ñ ñ g. Cho ñ ñ g ñ g ngân hàng có th t v n và h tr c l c cho các doanh ñ g p hay làm trung gian h tr khách hàng trong vi c tiêu th s ñ ñ g ñ g m. Vì v y

ngân hàng BIDV Quảng Bình cần quan tâm hơn nữa đến công tác tín dụng và hỗ trợ khách hàng.

- Hoàn thiện quy trình nghiệp vụ tín dụng

Theo số liệu kiểm tra thì số đánh giá về cơ sở vật chất, quy trình, thời gian vay vốn theo khách hàng cá nhân là 4,33 và theo khách hàng doanh nghiệp là 3,70. Điều này có nghĩa là cơ sở vật chất, quy trình, thời gian vay vốn chưa thực sự đáp ứng các yêu cầu của khách hàng doanh nghiệp như so với khách hàng doanh nghiệp thì khách hàng cá nhân thì đã đáp ứng tốt hơn. Do đó Chi nhánh cần có các chính sách nhằm hoàn thiện quy trình nghiệp vụ tín dụng nhằm tạo ra sự thuận tiện, nhanh chóng và thoải mái cho nhu cầu khách hàng hơn nữa.

PHẦN 3: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. KẾT LUẬN

Trong hoạt động của ngân hàng thương mại, tín dụng là hoạt động mang lại nguồn thu lớn nhất trong ngành thương mại nó có ý nghĩa chính là hoạt động tìm kiếm nguồn lợi nhuận. Lợi nhuận trong hoạt động của ngân hàng thương mại không những đem lại lợi nhuận kinh tế cho các ngân hàng mà còn có thể đem lại lợi nhuận toàn bộ nền kinh tế. Do đó nâng cao chất lượng tín dụng đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng và hạn chế rủi ro luôn là vấn đề quan tâm hàng đầu của các ngân hàng thương mại.

Thông qua việc nghiên cứu chất lượng tín dụng tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình cho thấy:

1. Hoạt động tín dụng là một trong những nhiệm vụ của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình. Mặc dù sự cạnh tranh giữa các ngân hàng trên địa bàn là rất lớn nhưng Chi nhánh đã có quy mô tín dụng là khá lớn, là ngân hàng có thể phân bổ tín dụng lớn nhất trong số các ngân hàng trên địa bàn tỉnh Quảng Bình. Trong những năm qua Chi nhánh đã chú trọng vào việc nâng cao chất lượng tín dụng, vì vậy mà hoạt động tín dụng của Chi nhánh nhìn chung đảm bảo an toàn. Hiện nay một số Chi nhánh không phát sinh nợ quá hạn, tỷ lệ nợ xấu luôn nằm ở mức thấp nhất trong cùng cả toàn hệ thống BIDV cũng như các ngân hàng trên địa bàn. Hoạt động tín dụng của Chi nhánh đã góp phần quan trọng vào việc chuyển đổi cơ cấu, thúc đẩy phát triển nền kinh tế xã hội tỉnh Quảng Bình.

2. Tuy nhiên bên cạnh những kết quả đạt được thì hoạt động tín dụng của Chi nhánh vẫn còn một số mặt hạn chế, thể hiện:

- Tỷ lệ nợ quá hạn tín dụng nhìn chung vẫn còn cao của Chi nhánh thể hiện cho thấy phân bổ tín dụng của Chi nhánh ngày càng thu hẹp.

- Các chủ tín dụng vẫn còn thiếu ý thức chấp hành kỷ luật: đó là việc một số cá nhân có nhu cầu vay vốn nhưng không trả đúng hạn, thậm chí trốn nợ, không trả nợ cho vay.

lãi và khách hàng là doanh nghiệp còn quá cao mà chưa quan tâm ứng dụng công nghệ bán lẻ.

- Quy trình xét duyệt cho vay còn nhiều bất cập dẫn đến thời gian xét duyệt, thẩm định kéo dài và chưa hợp lý đối với khách hàng.

- Việc tiếp cận vay vốn còn khó khăn đối với nhóm khách hàng cá nhân, hay lãi suất chưa thực sự linh hoạt đối với nhóm khách hàng này.

3. Các phương thức trên đòi hỏi trong thời gian tới Ngân hàng TMCP Ut và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình cần phải xây dựng chiến lược phát triển hoạt động tín dụng phù hợp với mục tiêu, nhằm nâng cao chất lượng tín dụng của Ngân hàng TMCP Ut và Phát triển Việt Nam đồng thời phải áp dụng công nghệ mới và pháp luật:

- Thực hiện tái cấu trúc phân loại và áp dụng chính sách khách hàng

- Chuyển đổi cơ cấu tín dụng theo nhu cầu của Ngân hàng TMCP Ut và Phát triển Việt Nam

- Nâng cao chất lượng công tác, quy trình thẩm định, giảm thời gian xét duyệt

- Thực hiện các chính sách nhằm đáp ứng các nhu cầu vay vốn, lãi suất, thẩm định hồ sơ vay của từng nhóm khách hàng.

- Bổ sung và nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ làm công tác tín dụng

Trong đó phải đặc biệt chú trọng việc xây dựng công tác huấn luyện và áp dụng nhu cầu từng trình độ tín dụng trên địa bàn, và các rủi ro vay vốn phù hợp với các quy định và huấn luyện nhân viên làm công tác thẩm định hồ sơ vay vốn của Chi nhánh hoạt động an toàn, bền vững. Bên cạnh đó Chi nhánh cũng phải chú trọng việc nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng nhằm tránh những mất mát nhân sự và tài sản trong công tác tín dụng, giảm thiểu rủi ro là nhiệm vụ ưu tiên trên địa bàn tỉnh Quảng Bình.

2. M T S K I N N G H I V I N G Â N H À N G T M C P U T V À P H Á T T R I N V I T N A M C H I N H Á N H Q U Ǫ N G B Ì N H

- Cần bổ sung thêm cán bộ tín dụng cũng như nâng cao chất lượng công tác quan hệ khách hàng.

Vì chất lượng hoạt động tín dụng của ngân hàng phụ thuộc rất nhiều vào sự quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng cũng như thái độ phục vụ của cán bộ ngân hàng. Bên

c nh ó c ng ch u tác ng r t l n b i k t qu ho t ng s n xu t kinh doanh c a khách hàng nên vì c tìm hi u, n m b t tình hình ho t ng c a khách hàng là m t yêu c u quan tr ng c a công tác tín d ng.

Chi nhánh Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n t nh Qu ng Bình có quy mô tín d ng khá l n, trong ó có nhi u khách hàng l n mà vì c qu n lý các khách hàng này là khá ph c t p, òi h i cán b ph trách ph i có trình chuyên môn c ng nh kinh nghi m trong ho t ng tín d ng. Trong khi ó i ng cán b làm công tác tín d ng c a Chi nhánh ph n l n u còn tr , tuy có chuyên môn nh ng kinh nghi m ch a nhi u, l i ph i ph trách m t lúc nhi u doanh nghi p nên m c n m b t tình hình ho t ng c a các doanh nghi p nh t là doanh nghi p l n còn nhi u h n ch . Do ó trong th i gian t i Chi nhánh c n b sung thêm i ng cán b tín d ng gi m áp l c công vi c và nâng cao ch t l ng tín d ng.

Bên c nh ó Chi nhánh c ng nên t ch c, phát ng các phong trào nh m nâng cao ch t l ng ph c v khách hàng c a cán b ngân hàng. Và ngân hàng c ng nên t ch c các l p ào t o nâng cao ch t l ng ph c v khách hàng cho cán b . B i ch t l ng ph c v khách hàng là y u t quan tr ng hàng u gi chân khách hàng l i v i ngân hàng.

- Phát tri n m ng l i

nh h ng tín d ng trong th i gian t i c a BIDV nói chung và BIDV Qu ng Bình nói riêng là h ng t i khách hàng là các doanh nghi p v a và nh , khách hàng cá nhân, phát tri n các d ch v nh phát hành th ATM... Do ó BIDV Qu ng Bình c n chú tr ng n công tác phát tri n m ng l i t o i u ki n thu n ti n h n n a cho khách hàng.

Hi n t i Chi nhánh m i có 6 i m giao d ch, trong ó 4 i m giao d ch n m trên a bàn thành ph ng H i, ch có 2 i m giao d ch là huy n B Tr ch và Quán Hâu t nh Qu ng Ninh. Còn nh ng t nh khác thì ch a có nên c n phát tri n m ng l i c a BIDV thêm n a.

PH L C
B NG CÂU H I PH NG V N KHÁCH HÀNG

i u tra ch t l ng tín d ng c a Ngân hàng

Kính chào quý khách hàng!

V i m c ích nh m nâng cao ch t l ng tín d ng và ph c v khách hàng ngày m t c t t h n. Chúng tôi ang ti n hành nghiên c u v ch t l ng tín d ng t i Ngân hàng TMCP u t và Phát tri n Vi t Nam chi nhánh Qu ng Bình (BIDV Qu ng Bình). Xin quý khách vui lòng giành cho chúng tôi ít th i gian tr l i m t s câu h i. Kính mong quý khách hàng giúp chúng tôi hoàn thành phi u i u tra này. T t c thông tin ghi trên phi u i u tra chúng tôi cam k t gi bí m t tuy t i.

Chúng tôi xin chân thành cảm n quý khách hàng

Câu h i 1: Xin ông/bà cho bi t ông/bà vay v n ngân hàng ph c v cho:

Nhu c u cá nhân và gia ình

Ph c v ho t ng kinh doanh c a Doanh Nghi p

(N u DN ti p câu 2, n u cá nhân xin sang câu 3)

Câu h i 2: N u là doanh nghi p xin cho bi t DN c a ông/bà thu c lo i hình nào sau ây?

DN nhà n c

Công ty TNHH

DNTN

Công ty c ph n

DN khác

Câu 3: Xin ông/bà cho bi t ông/bà (ho c c quan ông/bà) có th ng xuyên vay v n ngân hàng hay không?

Chỉ vay 1 lần duy nhất

Thỉnh thoảng

Thường xuyên

Câu 4: Xin ông/bà cho biết ông/bà (hoặc các quan ông/bà) đã vay vốn tại BIDV Quảng Bình bao nhiêu lần?

Chỉ 1 lần

2 lần

3 lần

Nhiều hơn 3 lần

Câu 5: Xin ông/bà cho biết ngoài việc vay vốn tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam chi nhánh Quảng Bình, ông/bà (hoặc các quan ông/bà) có vay vốn tại các tổ chức tín dụng khác không?

Không, chỉ vay tại ngân hàng BIDV Quảng Bình

Có vay các tổ chức khác

Câu 6: Khi vay vốn tại BIDV Quảng Bình, ông/bà (hoặc các quan ông/bà) áp dụng biện pháp bảo đảm nào sau đây?

100% các khoản vay đều thế chấp

Và thế chấp, và tín chấp

Hoàn toàn tín chấp

Câu 7: Xin ông/bà cho biết ông/bà (hoặc các quan ông/bà) vay vốn ngân hàng sử dụng vào mục đích nào sau đây?

Mua sắm máy móc, thiết bị

Bổ sung vốn lưu động phục vụ hoạt động kinh doanh

Phục vụ cho mục đích tiêu dùng

Các mục đích khác

Câu 8: Xin ông/bà vui lòng cho biết ý kiến của mình cho việc vay vốn tại BIDV Quảng Bình bằng cách khoanh tròn vào các con số mà ông bà cho là phù hợp nhất

1. Rất không đồng ý, 2. Không đồng ý, 3. Bình thường, 4. Đồng ý, 5. Rất đồng ý

Chi tiêu						
1	Cơ sở vật chất, quy trình vay vốn, thời gian vay vốn của ngân hàng BIDV Quảng Bình là rất thuận tiện và nhanh chóng	1	2	3	4	5
2	Số lượng nhân viên các chi nhánh kinh doanh và hỗ trợ khách hàng của ngân hàng BIDV Quảng Bình là kịp thời và đầy đủ	1	2	3	4	5
3	Việc tiếp cận và tín dụng ngân hàng BIDV là dễ dàng	1	2	3	4	5
4	Ngân hàng đã đáp ứng nhu cầu của khách hàng về vốn, lãi suất, thời hạn vay	1	2	3	4	5
5	Nhân viên ngân hàng BIDV có ảnh hưởng tích cực và có thái độ chuyên nghiệp với khách hàng	1	2	3	4	5

Câu 9: Xin ông/bà cho biết một vài thông tin về cá nhân:

Tên:.....Giới tính: Nam N

Xin chân thành cảm ơn sự hợp tác của quý Ông/Bà

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Peter S.Rose (2004), *Quản trị ngân hàng thương mại* (Bản dịch), NXB Tài chính-Hà Nội
2. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2010), *Lưu ý các tổ chức tín dụng*
3. David Cook (1997), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*, NXB Chính trị Quốc gia Hà Nội
4. C.Mác (1962), *Tư Bản, Quyển 3, Tập 2*, Nhà xuất bản Sự Thật.
5. Văn Ngôn ngữ học (2003), *Từ điển tiếng Việt*, Nhà xuất bản Tiếng Trẻ, Hà Nội
6. TS Nguyễn Minh Kiên (2009), *Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Tiếng Trẻ.
7. Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2010), *Lưu ý các tổ chức tín dụng*
8. PGS.TS Nguyễn Đăng Đoàn (2008) *Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, NXB Thông Luận
9. Web: Việt Nam open educational resources <http://voer.edu.vn/module/kinh-te/chat-luong-tin-dung-cua-ngan-hang-thuong-mai.html>
10. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Hồng Đức

