

Phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam

TS. VŨ VĂN THỰC

Thời gian qua, hệ thống ngân hàng thương mại (NHTM) liên tục được thành lập và mở rộng mạng lưới hoạt động dẫn đến cạnh tranh giữa các NHTM ngày càng gay gắt hơn. Nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng, gia tăng khả năng cạnh tranh, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn VN (Agribank) đã nghiên cứu và cho ra đời nhiều sản phẩm dịch vụ với nhiều tiện ích để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, trong đó cho vay tiêu dùng là một trong những sản phẩm dịch vụ đã và đang được Agribank cung cấp cho khách hàng. Mục tiêu của nghiên cứu này là đánh giá khái quát thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Agribank trong thời gian qua, đồng thời đề ra một số giải pháp nhằm phát triển dịch vụ này trong thời gian tới.

Từ khóa: Phát triển cho vay tiêu dùng, Agribank

1. Đặt vấn đề

Là ngân hàng thương mại lớn nhất tại VN cả về vốn, tài sản và mạng lưới hoạt động; trong những năm qua, dưới áp lực cạnh tranh với các NHTM khác, Agribank đã không ngừng nâng cao năng lực tài chính, đổi mới công nghệ ngân hàng, nâng cao năng lực quản trị điều hành, mở rộng và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, gia tăng khả năng cạnh tranh.

Cùng với sự phát triển của các sản phẩm dịch vụ ngân hàng khác, hoạt động cho vay tiêu dùng tại Agribank đã có bước phát triển đáng kể cả về dư nợ cho vay, số lượng khách hàng và hiệu quả hoạt động mang lại. Tuy nhiên, so với tiềm năng, lợi thế vốn có của mình thì hoạt động cho vay tiêu dùng của Agribank vẫn chưa tương xứng với

tiềm năng, lợi thế ấy. Vì vậy, phát triển cho vay tiêu dùng là một vấn đề cần được đặt ra để Agribank khai thác hết tiềm năng, thế mạnh của mình nhằm mở rộng hoạt động kinh doanh, giảm thiểu rủi ro và gia tăng lợi nhuận trong hoạt động kinh doanh.

2. Cơ sở lý thuyết

Tín dụng ngân hàng là sự chuyển nhượng một lượng giá trị từ người cho vay (ở đây là các ngân hàng thương mại) sang người đi vay (tổ chức, cá nhân trong nền kinh tế) trên nguyên tắc hoàn trả cả gốc lẫn lãi. Về cơ bản tín dụng ngân hàng cũng như các loại tín dụng khác đều có một số tính chất sau:

- Chuyển giao quyền sử dụng một số tiền hoặc tài sản từ chủ thể này sang chủ thể khác (quyền sở hữu vẫn thuộc về bên cho vay).
- Tín dụng phải có thời hạn và được hoàn trả.

- Giá trị không những được bảo tồn mà còn phát triển (vốn vay và lãi vay).

Theo *Từ điển tiếng Việt* năm 1994 của Nhà xuất bản Khoa học Xã hội, Trung tâm từ điển học Hà Nội-VN, trang 743 ghi: “Phát triển là biến đổi hoặc làm cho biến đổi từ ít đến nhiều, hẹp đến rộng, thấp đến cao, đơn giản đến phức tạp, ví dụ: phát triển văn hóa, phát triển nhảy vọt...”.

Trong nghiên cứu này, cho vay tiêu dùng được hiểu là sự chuyển nhượng một lượng giá trị (tiền tệ hoặc hiện vật) từ các NHTM sang người đi vay (cá nhân và hộ gia đình trong nền kinh tế) nhằm đáp ứng nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng trên nguyên tắc hoàn trả cả gốc lẫn lãi.

Phát triển cho vay tiêu dùng hiểu là gia tăng cả về qui mô và chất lượng khoản vay, tức là: qui mô cho vay mở rộng, số lượng

khách hàng ngày càng gia tăng, đa dạng hóa đối tượng cho vay, tỷ lệ nợ xấu giảm, lợi nhuận gia tăng...

3. Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Agribank

3.1. Về dư nợ cho vay

3.1.1. Dư nợ cho vay phân theo thời hạn vay

Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của các dịch vụ ngân hàng khác, dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Agribank đã có bước phát triển đáng kể trong những năm gần đây, điều này được thể hiện rất rõ là dư nợ cho vay có bước tăng trưởng khá. Dư nợ cho vay mở rộng đã đáp ứng nhu cầu vay vốn của khách hàng, cũng như từng bước khẳng định được uy tín và vị thế của Agribank, một trong những ngân hàng hàng đầu tại VN.

Bảng dưới cho thấy dư nợ cho

vay tiêu dùng tăng trưởng khá trong giai đoạn 2011-2013, cụ thể: tổng dư nợ cho vay tiêu dùng trong toàn hệ thống Agribank năm 2012 tăng so với năm 2011 là 4.676 tỷ đồng, tỷ lệ tăng 10,6%, trong đó: Dư nợ cho vay ngắn hạn tăng 641 tỷ đồng, tỷ lệ tăng 3,58%, dư nợ cho vay trung và dài hạn tăng 4.305 tỷ đồng, tỷ lệ tăng 15,4%. Năm 2013, tổng dư nợ cho vay tiêu dùng tăng 17.537 tỷ đồng, tỷ lệ tăng 35,96%, trong đó: dư nợ cho vay ngắn hạn tăng 6.797 tỷ đồng, tỷ lệ tăng 36,7%; dư nợ cho vay trung và dài hạn tăng 10.740 tỷ đồng, tỷ lệ tăng 35,54%. Nguyên nhân dư nợ cho vay tiêu dùng tăng khá qua các năm là do nền kinh tế có dấu hiệu phục hồi, nhu cầu vay mua sắm tài sản phục vụ cho sinh hoạt gia đình tăng. Mặt khác, Agribank đã đưa ra nhiều giải

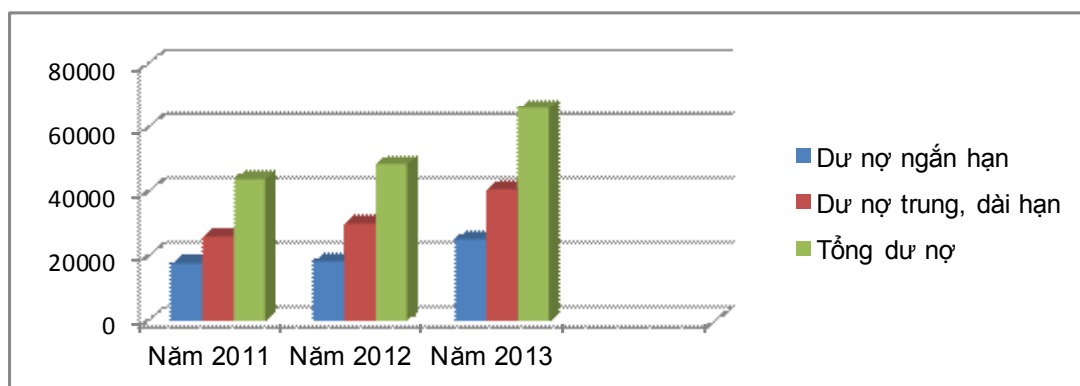
pháp thiết thực như: tiếp thị, chăm sóc khách hàng... để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, chính vì thế dư nợ cho vay đã có những bước phát triển đáng kể trong những năm vừa qua.

3.1.2. Dư nợ cho vay phân theo đối tượng vay vốn

Mặc dù tình hình kinh tế trong nước chưa thực sự khởi sắc, tăng trưởng GDP năm 2013 đạt 5,42%, bình quân 3 năm 2011-2013 đã tăng 5,6%/năm, thấp hơn mức 7,2% giai đoạn 2006-2010, thu nhập bình quân đầu người 1.960 USD. Trong khi đó, tỷ lệ cho vay tiêu dùng ở VN tính trên tổng dư nợ toàn nền kinh tế mới ở mức 5,2%, tức là đạt gần 9 tỷ USD (tổng dư nợ với nền kinh tế đạt gần 3,5 triệu tỷ đồng). Tuy nhiên, hoạt động cho vay tiêu dùng vẫn tăng trưởng đáng kể, đặc

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2011	Năm 2012			Năm 2013		
	Dư nợ	Dư nợ	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)	Dư nợ	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)
Ngắn hạn	17.899	18.540	641	3,58	25.337	6.797	36,7
Trung, dài hạn	26.186	30.221	4.305	15,4	40.961	10.740	35,54
Tổng dư nợ	44.085	48.761	4.676	10,6	66.298	17.537	35,96

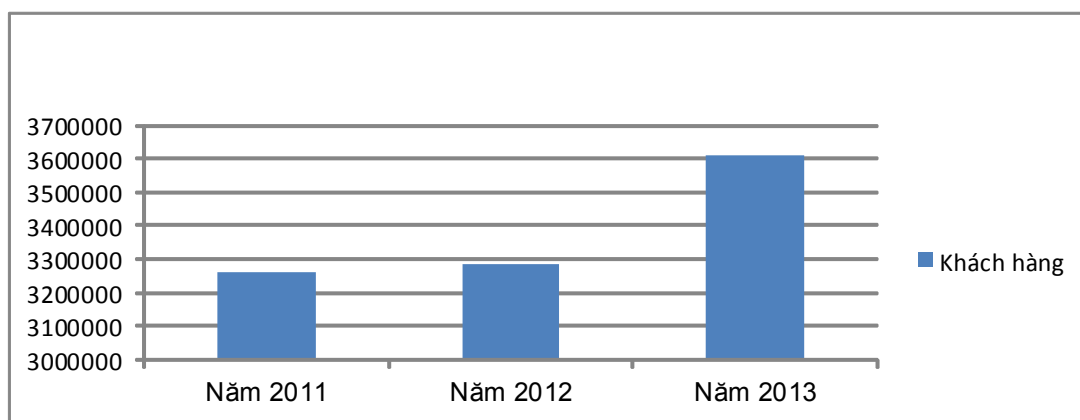


Nguồn: Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn VN

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chi tiêu	Năm 2011	Năm 2012			Năm 2013		
	Dư nợ	Dư nợ	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)	Dư nợ	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)
Nhà cửa, đất đai	28.041	31.636	3.595	12,82	41.380	9.744	30,8
Phương tiện vận chuyển và đồ dùng sinh hoạt khác	9.516	10.936	1.420	14,92	16.036	5.100	46,6
Đối tượng khác	6.528	6.189	(339)	(5,2)	8.882	2.693	43,5
Tổng dư nợ	44.085	48.761	4.676	10,61	66.298	17.537	35,96

Năm 2011	Năm 2012			Năm 2013		
Số khách hàng	Số khách hàng	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)	Số khách hàng	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)
3.263.927	3.284.828	20.901	0,64	3.612.110	327.282	9,96



Nguồn: Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn VN

biệt là đối tượng vay mua bất động sản, phương tiện và đồ dùng sinh hoạt khác.

Bảng trên cho chúng ta thấy, dư nợ cho vay tiêu dùng phân theo đối tượng cho vay có những bước tăng trưởng khá trong giai đoạn vừa qua, điều đó được thể hiện qua số dư nợ cho vay tăng trưởng đều qua các năm, cụ thể: Tổng dư nợ cho vay tiêu dùng năm 2012 tăng so với năm 2011 là 4.676 tỷ đồng, tỷ lệ tăng 10,61%, trong đó: Dư nợ cho vay đối tượng nhà cửa, đất đai tăng 3.595 tỷ đồng so với năm 2011, tỷ lệ tăng 12,82%, dư nợ cho vay phương tiện vận chuyển và đồ

dùng sinh hoạt khác tăng 1.420 tỷ đồng so với năm 2011, tỷ lệ tăng 14,92% và dư nợ cho vay các đối tượng khác giảm 339 tỷ đồng so với năm 2011, tỷ lệ giảm 5,2%. Năm 2013, dư nợ cho vay nhà cửa, đất đai tăng 9.744 tỷ đồng so với năm 2012, tỷ lệ tăng 30,8%, dư nợ cho vay phương tiện vận chuyển tăng 5.100 tỷ đồng so với năm 2012, tỷ lệ tăng 46,6% và cho vay các đối tượng khác tăng 2.693 tỷ đồng so với năm 2012, tỷ lệ tăng 43,5%.

3.2. Về số lượng khách hàng

Nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, Agribank đã nghiên cứu và cho ra

đời nhiều sản phẩm dịch vụ cho vay, trong đó dịch vụ cho vay tiêu dùng đã và đang được sự quan tâm của nhiều khách hàng, điều đó được thể hiện qua số lượng khách hàng tăng trưởng nhanh qua các năm.

Bảng trên cho thấy số lượng khách hàng cho vay tiêu dùng của toàn hệ thống Agribank tăng khá nhanh trong giai đoạn 2011-2013, điều này cho thấy vị thế và uy tín của Agribank ngày càng gia tăng, cụ thể: Năm 2012, số lượng khách hàng vay tiêu dùng tại Agribank là 3.284.828 khách hàng, tăng 20.901 khách hàng so với năm 2011, tỷ

Chi tiêu	Năm 2011	Năm 2012			Năm 2013		
	Dư nợ	Dư nợ	Mức tăng	Tỷ lệ tăng, giảm	Dư nợ	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm
Ngắn hạn	622	623	1	0,16	894	271	43,5
Trung, dài hạn	791	735	(56)	(7,08)	707	(28)	(3,8)
Tổng dư nợ	1.413	1.358	(55)	(3,89)	1.601	243	17,89

Chi tiêu	Năm 2011	Năm 2012			Năm 2013		
	Dư nợ	Dư nợ	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)	Dư nợ	Mức tăng, giảm	Tỷ lệ tăng, giảm (%)
Nhà cửa, đất đai	1.070	1.049	(21)	(1,96)	1.223	174	15,6
Phương tiện vận chuyển và đồ dùng sinh hoạt khác	172	130	(42)	(24,41)	124	(6)	(4,6)
Đối tượng khác	171	179	8	4,7	254	75	41,9
Tổng dư nợ	1.413	1.358	(55)	(3,89)	1.601	243	17,89

Nguồn: Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn VN

lệ tăng 0,64%; năm 2013 tổng số khách hàng đang còn dư nợ tại Agribank là 3.612.110 khách hàng, tăng so với năm 2012 là 327.282 khách hàng, tỷ lệ tăng 9,96%. Với số lượng khách hàng đã cho vay, Agribank đã ngày càng đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng của một bộ phận không nhỏ của người dân, góp phần nâng cao đời sống vật chất cũng như tinh thần của một bộ phận không nhỏ người dân trong nước. Mặt khác, góp phần cho hệ thống Agribank mở rộng hoạt động, phân tán rủi ro và gia tăng lợi nhuận.

3.3. Về nợ xấu

3.3.1. Nợ xấu phân theo thời hạn vay

Có thể nói, rủi ro tín dụng là một yếu tố không thể loại trừ và cũng như các đối tượng cho vay khác, nợ xấu cho vay tiêu dùng đã phát sinh trong giai đoạn vừa qua.

Bảng trên cho thấy xét về số tuyệt đối, nợ xấu cho vay tiêu dùng phân theo thời hạn cho vay vừa giảm và vừa tăng trong giai đoạn 2011-2013, cụ thể: năm 2012, nợ

xấu cho vay tiêu dùng là 1.358 tỷ đồng, giảm 55 tỷ đồng so với năm 2011, tỷ lệ giảm 3,89%, trong đó: Nợ xấu cho vay ngắn hạn tăng 1 tỷ đồng, tỷ lệ tăng 0,16%, nợ xấu cho vay trung và dài hạn giảm 56 tỷ đồng, tỷ lệ giảm 3,89%. Năm 2013, nợ xấu cho vay tiêu dùng là 1.601 tỷ đồng, tăng 243 tỷ đồng so với năm 2012 tỷ lệ tăng 17,89%, trong đó nợ xấu ngắn hạn tăng 271 tỷ đồng, tỷ lệ tăng 43,5% và nợ xấu trung và dài hạn giảm 28 tỷ đồng, tỷ lệ giảm 3,8%.

3.3.2. Nợ xấu phân theo đối tượng vay vốn

Tổng nợ xấu phân theo đối tượng cho vay năm 2012 là 1.358 tỷ đồng, giảm 55 tỷ đồng so với năm 2011, tỷ lệ giảm 3,89%, trong đó: nợ xấu cho vay nhà cửa, đất đai là 1.049 tỷ đồng, giảm 21 tỷ đồng so với năm 2011, tỷ lệ giảm 1,96%, nợ xấu cho vay phương tiện vận chuyển và đồ dùng sinh hoạt khác là 130 tỷ đồng, giảm 42 tỷ đồng so với năm 2011, tỷ lệ giảm 24,41% và nợ xấu cho vay các đối tượng khác là 179 tỷ đồng, tăng 9 tỷ đồng so

với năm 2011, tỷ lệ tăng 8%. Năm 2013, nợ xấu cho vay nhà cửa, đất đai là 1.223 tỷ đồng, tăng 174 tỷ đồng so với năm 2012, tỷ lệ tăng 15,6%; nợ xấu cho vay phương tiện vận chuyển và đồ dùng sinh hoạt khác là 124 tỷ đồng, giảm 6 tỷ đồng so với năm 2012, tỷ lệ giảm 4,6% và nợ xấu cho vay các đối tượng khác là 254 tỷ đồng, tăng 75 tỷ đồng so với năm 2012, tỷ lệ tăng 41,9%. Số liệu trên cho thấy nợ xấu cho vay đối với đối tượng nhà cửa, đất đai chiếm số dư cao nhất, kể đến là các đối tượng phương tiện vận chuyển và đồ dùng sinh hoạt khác, cuối cùng là nợ xấu cho vay các đối tượng khác.

4. Nguyên nhân hạn chế

4.1. Nguyên nhân khách quan

- Do ảnh hưởng chung của cuộc khủng hoảng và suy thoái kinh tế toàn cầu ảnh hưởng trực tiếp đến nền kinh tế VN, tốc độ tăng trưởng kinh tế thấp, nhiều doanh nghiệp phá sản, thu nhập của người lao động giảm sút, dẫn đến người dân chưa dám mạnh tay vay để mua

sắm tài sản và mục đích tiêu dùng khác.

- Nhiều người dân chưa có giấy tờ chứng minh nguồn thu nhập: Hiện nay nhiều người dân lao động thực sự có nhiều nguồn thu nhập khác nhau từ lương, sản xuất kinh doanh, đầu tư... nhưng không có giấy tờ chứng minh nguồn thu nhập, trong khi ngân hàng khi cho vay ngân hàng đều yêu cầu khách hàng chứng minh về mặt tài chính, nhiều khách hàng thực sự có nhu cầu vay vốn nhưng không thể có giấy tờ chứng minh dẫn đến không thể tiếp cận được nguồn vốn vay.

4.2. Nguyên nhân chủ quan

- Lãi suất cho vay của Agribank phần nào vẫn cao hơn một số NHTM khác làm giảm đi lợi thế cạnh tranh về lãi suất so với một số NHTM khác.

- Quy trình thủ tục vay vốn còn rườm rà phức tạp so với một số NHTM có vốn đầu tư nước ngoài, ngân hàng cổ phần.

- Agribank chủ yếu tập trung cho vay tiêu dùng ở các đô thị, các thị trường khác ở khu vực nông thôn còn chưa thực sự chú trọng; đối tượng cho vay chủ yếu là chuyển nhượng giá trị quyền sử dụng đất, phương tiện vận chuyển, còn các đối tượng tiêu dùng khác chưa thực sự chú trọng cho vay.

- Công tác tiếp thị và chăm sóc khách hàng vay tiêu dùng còn rất hạn chế, thực sự chưa có chương trình nào có sức lan tỏa lớn đến với khách hàng vay.

- Hệ thống công nghệ ngân hàng còn hạn chế: Mặc dù Agribank là một trong những ngân hàng đi đầu trong việc đầu tư cho phát triển công nghệ ngân hàng, song so với một số ngân hàng thương mại khác, đặc biệt là các NHTM nước ngoài thì Agribank vẫn còn có những

khoảng cách nhất định.

- Chưa đẩy mạnh liên kết trong cho vay: Để phát triển mạnh cho vay tiêu dùng thì việc liên kết đối với các đơn vị kinh doanh, hành chính sự nghiệp là một trong những yếu tố rất quan trọng để mở rộng và nâng cao hiệu quả cho vay tiêu dùng. Tuy nhiên, trên thực tế Agribank chưa thực sự chú trọng đến liên kết đối với những đối tượng trên để mở rộng cho vay.

- Tài sản đảm bảo tiền vay còn khá đơn điệu, tài sản nhận thế chấp chủ yếu là bất động sản, các loại tài sản khác còn hạn chế; chưa có chính sách phân loại ra từng loại khách hàng để cho vay không có tài sản đảm bảo hoặc đảm bảo một phần dư nợ.

- Trình độ của một bộ phận cán bộ chưa đáp ứng nhu cầu phát triển kinh doanh; còn một bộ phận cán bộ vi phạm đạo đức nghề nghiệp trong khi cho vay.

5. Giải pháp phát triển cho vay tiêu dùng tại Agribank

Một là, xây dựng chiến lược cho vay tiêu dùng: để có thể mở rộng thị trường, phân tán rủi ro, cũng như gia tăng lợi nhuận và đảm bảo an toàn hơn cho hệ thống, thiết nghĩ Agribank cần xây dựng chiến lược phát triển dịch vụ cho vay tiêu dùng cho toàn hệ thống Agribank. Giải pháp cụ thể được đặt ra là Agribank nên tổ chức bộ máy cho vay riêng đối với cho vay tiêu dùng tại các chi nhánh thay vì bộ phận này vẫn nằm chung trong phòng tín dụng hoặc phòng kế hoạch kinh doanh như hiện nay, từ đó sẽ phân định rõ chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn của bộ phận này; hoạch định chiến lược phát triển khách hàng vay tiêu dùng một cách dài hạn nhằm tăng trưởng dư nợ, nghiên cứu tác động từ môi

trường kinh tế vĩ mô, điểm mạnh và điểm yếu của đối thủ cạnh tranh, cũng như phân tích cơ hội và thách thức để đưa ra chiến lược phát triển cho vay tiêu dùng thực sự hợp lý và khoa học; xây dựng chính sách tiền lương, thưởng hợp lý nhằm tạo động lực động viên, khuyến khích đối với cán bộ có những thành tích phát triển cho vay tiêu dùng... bên cạnh đó cần xây dựng danh mục cho vay đối với cho vay tiêu dùng thực sự hợp lý, khoa học nhằm mở rộng và nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng một mặt vừa thu hút được khách hàng, mặt khác đảm bảo được chất lượng cho vay.

Hai là, mở rộng thị trường cho vay: Hiện nay thị trường cho vay tiêu dùng của Agribank chủ yếu tập trung vào một số thành phố lớn, các tỉnh thành khác trong cả nước dư nợ cho vay tiêu dùng chiếm tỷ lệ nhỏ, trong khi đó nhu cầu vay vốn phục vụ cho mục đích tiêu dùng ở các tỉnh còn rất lớn. Do đó, Agribank nghiên cứu mở rộng thị trường cho vay tiêu dùng ở các thị trường khác trong cả nước, đặc biệt là thị trường ở các vùng nông thôn, đây là một thị trường đầy tiềm năng mà Agribank hoàn toàn có lợi thế về mạng lưới được bao phủ đến các huyện, thậm chí đến các xã, phường trên toàn quốc, cán bộ ngân hàng có thể biết tình hình của từng hộ gia đình ở địa phương và được sự quan tâm ủng hộ của các cấp chính quyền chính là những lợi thế không nhỏ để mở rộng thị trường cho vay tiêu dùng trên phạm vi cả nước.

Ba là, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ: Nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, Agribank tiếp tục nghiên cứu và cho ra đời nhiều sản phẩm dịch vụ vay tiêu dùng mới có tính năng, tiện ích cao

đối với khách hàng như: sản phẩm cho vay du học, khám chữa bệnh, du lịch, thanh toán thuế thu nhập cá nhân, cưới hỏi, xây dựng nhà cửa, chuyển nhượng giá trị quyền sử dụng đất... Bên cạnh đó, cần nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ của mình, chẳng hạn như: đăng ký vay online, đặt lịch hẹn online, hỗ trợ trực tuyến, dịch vụ cho vay trực tuyến, giảm hồ sơ thủ tục giấy tờ... nếu Agribank phát triển được các tiện ích như trên thì khách hàng vay chỉ cần chiếc máy tính hoặc điện thoại di động được kết nối Internet đã có thể truy cập vào các website của ngân hàng để giao dịch, khách hàng có thể không cần đến trụ sở ngân hàng giao dịch, từ đó giảm thiểu thời gian đi lại cho khách hàng.

Bốn là, tiếp tục đổi mới công nghệ ngân hàng: mặc dù Agribank là ngân hàng đi đầu trong việc ứng dụng hệ thống công nghệ thông tin vào hoạt động ngân hàng; tuy nhiên so với một số NHTM khác, đặc biệt là các NHTM ở những nước tiên tiến trên thế giới thì hệ thống công nghệ ngân hàng của Agribank vẫn còn có khoảng cách nhất định. Để tạo ra nhiều sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại dựa trên nền tảng công nghệ thông tin, tăng cường tính bảo mật và giám được việc làm thủ công cho đội ngũ cán bộ, Agribank cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống công nghệ thông tin của mình, từ đó sẽ mở rộng sản phẩm dịch vụ, gia tăng tiện ích của sản phẩm và đảm bảo tính bảo mật thông tin cho khách hàng và ngân hàng.

Năm là, tăng cường hoạt động marketing: Để sản phẩm vay tiêu dùng được nhiều khách hàng biết đến, Agribank cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá

sản phẩm dịch vụ ngân hàng nói chung, cho vay tiêu dùng nói riêng đến với khách hàng nhiều hơn. Hình thức quảng cáo cần bắt mắt, ngắn gọn, dễ hiểu, nội dung đi sâu vào tiềm thức của mỗi người dân. Nội dung quảng cáo cần được thực hiện trên nhiều kênh thông tin khác nhau, phù hợp với phong tục tập quán của các vùng, miền và phù hợp với nhiều đối tượng khác nhau như trí thức, công nhân, nông dân, doanh nhân; đa dạng hóa các kênh quảng cáo như: báo nói, báo hình, Internet, tờ rơi...

Sáu là, liên kết với các đơn vị để cho vay: Để hoạt động cho vay tiêu dùng thực sự phát triển mạnh, thiết nghĩ hệ thống các chi nhánh Agribank nên liên kết đối với các đơn vị cung cấp hàng hóa dịch vụ như các doanh nghiệp kinh doanh bất động sản, trường học, siêu thị, bệnh viện... để mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng, trường hợp khách hàng có nhu cầu mua sắm hàng hóa, dịch vụ nếu thiếu tiền thì những đơn vị này giới thiệu cho Agribank để thẩm định cho vay số tiền khách hàng còn thiếu, Agribank chuyển số tiền vay trực tiếp cho đơn vị cung ứng hàng hóa và dịch vụ sau khi khách hàng hoàn tất bộ hồ sơ cho vay. Nếu làm được như vậy thì Agribank sẽ mở rộng được dư nợ cho vay, đảm bảo khách hàng sử dụng đúng mục đích, các doanh nghiệp thì có thể bán được hàng hóa dịch vụ, còn đối với khách hàng thì vẫn có thể mua được hàng hóa dịch vụ khi chưa đủ tiền thanh toán. Bên cạnh đó, Agribank cần tăng cường hợp tác với các cơ quan, đơn vị có tiềm năng để mở rộng cho vay vay tiêu dùng bằng hình thức xác nhận thu nhập và cam kết trích thu nhập hàng tháng của người lao động trả

nợ vay cho ngân hàng.

Bảy là, tăng cường kiểm soát, trước, trong và sau khi cho vay: nhằm hạn chế rủi ro đến mức thấp nhất, trước khi cho vay cán bộ cho vay phải kiểm tra, thẩm định trước thông tin về thân nhân, tình hình tài chính của khách hàng, yếu tố pháp lý của khách hàng, thông tin về quan hệ tín dụng trước đây... Khi giải ngân, cán bộ cho vay cần kiểm soát kỹ mục đích sử dụng vốn vay, đối chiếu toàn bộ hồ sơ giấy tờ của khách hàng; sau khi cho vay cần kiểm tra mục đích sử dụng khoản vay, kiểm tra khả năng tài chính của khách hàng vay, tình hình tài sản đảm bảo... Nếu khoản vay được kiểm soát chặt chẽ sẽ giảm thiểu được rủi ro phát sinh trong hoạt động tín dụng cho Agribank.

Tám là, đơn giản hóa qui trình, thủ tục vay vốn: Thủ tục vay vốn rườm rà, phức tạp bao nhiêu sẽ làm cho khách hàng ngại tiếp cận nguồn vốn vay bấy nhiêu. Do đó, Agribank nên xem xét giảm bớt một số thủ tục giấy tờ như chỉ yêu cầu khách hàng sao kê bảng thu nhập 3 tháng gần nhất thay vì 12 tháng, khách hàng đã có bảng lương thì không cần xác nhận nguồn thu nhập của cơ quan, đơn vị người vay; bỏ xác nhận của cơ quan có thẩm quyền trên giấy đề nghị vay vốn... về thời gian xét duyệt cho vay: Giảm thời gian xét duyệt tối đa là 5 ngày xuống 2 ngày đối với cho vay ngắn hạn, tối đa là 5 ngày đối với cho vay trung và dài hạn thay vì 5 ngày đối với cho vay ngắn hạn, 10 ngày đối với cho vay trung hạn và 15 ngày đối với cho vay dài hạn theo qui định hiện hành.

Chín là, áp dụng linh hoạt hình thức đảm bảo tiền vay: Đảm bảo tiền vay đang là một trong những rào cản đối với phát triển hoạt động



cho vay tiêu dùng trong thời gian qua. Để có thể mở rộng cho vay, đồng thời giảm thiểu rủi ro trong hoạt động cấp tín dụng, Agribank cần áp dụng linh hoạt hình thức đảm bảo tiền vay, chẳng hạn trên cơ sở xếp hạng tín dụng nội bộ, những khách hàng xếp hạng AAA, AA, A thì ngân hàng có thể cho vay có đảm bảo một phần hoặc cho vay không có đảm bảo bằng tài sản; đối với những khách hàng xếp loại BBB, BB và B có thể cho vay không có đảm bảo một phần hoặc tài sản đảm bảo hình thành trong tương lai và các đối tượng còn lại thì bắt buộc phải có tài sản đảm bảo. Bên cạnh việc nhận thế chấp tài sản là bất động sản và sổ dư tiền gửi như hiện nay, Agribank cần mở rộng nhận các loại tài sản khác như: ô tô, xe gắn máy, trái phiếu, cổ phiếu... làm tài sản đảm bảo tiền vay.

Mười là, nâng cao trình độ và đạo đức nghề nghiệp đối với cán bộ: Trình độ của đội ngũ cán bộ là một trong những yếu tố quan trọng quyết định đến sự phát triển của hoạt động ngân hàng nói chung,

hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng. Để có đội ngũ cán bộ giỏi về chuyên môn nghiệp vụ, có kỹ năng giao tiếp tốt, trước hết khi tuyển dụng, Agribank cần chuẩn hóa qui định trình độ tối thiểu đầu vào; công tác tuyển dụng cần công khai, minh bạch để chọn ra những người có đủ điều kiện vào làm việc. Bên cạnh đó, công tác đào tạo lại cần được thực hiện một cách thường xuyên, liên tục, cán bộ yếu về mảng nghiệp vụ nào thì tăng cường đào tạo nghiệp vụ đó, không đào tạo tràn lan gây lãng phí về vật lực cho toàn ngành, chú trọng đào tạo các mảng nghiệp vụ tín dụng, phân tích tài chính, luật pháp, marketing, kỹ năng giao tiếp khách hàng, kết hợp đào tạo tại chỗ và đào tạo tại các cơ sở đào tạo. Bên cạnh đó, Agribank cần thường xuyên giáo dục trình độ đạo đức nghề nghiệp đối với cán bộ, giáo dục bằng nhiều hình thức khác nhau như cử đi nghe các buổi nói chuyện tại các trường, viện; thường xuyên tổ chức các buổi nói chuyện về những tấm gương điển hình tiên tiến ở trong và ngoài

ngành ngân hàng.

Tóm lại: Với dân số hơn 90 triệu dân, VN đang là thị trường tương đối hấp dẫn để mở rộng cho vay tiêu dùng của bất cứ NHTM nào. Là một NHTM hàng đầu có ưu thế về vốn, mạng lưới giao dịch,...thì mở rộng cho vay tiêu dùng là một hướng đi đúng đắn, phù hợp cho quá trình phát triển của mình. Trong khuôn khổ bài báo này, tác giả đã trình bày khái quát về thực trạng cho vay tiêu dùng tại Agribank trong thời gian qua, trên cơ sở

những nguyên nhân tồn tại, tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại Agribank trong thời gian tới. Hy vọng rằng những giải pháp được triển khai một cách đồng bộ sẽ góp phần phát triển cho vay tiêu dùng tại Agribank trong giai đoạn tới ●

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Lê Thị Ngọc Dung (2013), *Phát triển sản phẩm dịch vụ ngân hàng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Công thương VN Chi nhánh Tiền Giang*, Luận văn Thạc sỹ kinh tế.
- Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn VN (2011-2013), *Báo cáo tổng kết hoạt động*.
- Ngọc Tuyên (2014), “Gần 9 tỷ USD cho vay tiêu dùng”, *Báo Tiền Phong*.
- Nguyễn Minh Kiều (2011), *Tín dụng và thẩm định tín dụng*, NXB Lao động Xã hội.