

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI**

NGUYỄN THỊ MINH THẢO

**PHÁT TRIỂN CHO VAY NHÀ Ở ĐỐI VỚI
KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ
PHÁT TRIỂN VIỆT NAM**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

HÀ NỘI - 2016

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI**

NGUYỄN THỊ MINH THẢO

**PHÁT TRIỂN CHO VAY NHÀ Ở ĐỐI VỚI
KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ VÀ
PHÁT TRIỂN VIỆT NAM**

**Chuyên ngành : Kinh doanh thương mại
Mã số : 62.34.01.21**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

- 1. PGS. TS Nguyễn Thị Phương Liên**
- 2. PGS. TS Nguyễn Thị Mùi**

HÀ NỘI - 2016

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của tôi.

Các thông tin, dữ liệu, luận cứ được sử dụng trong luận án có trích dẫn nguồn gốc rõ ràng. Các kết quả nghiên cứu trong luận án do tôi tự tiến hành một cách trung thực, khách quan và chưa từng được công bố trong bất kỳ nghiên cứu nào khác.

Hà Nội, ngày tháng năm 2016

Nghiên cứu sinh

Nguyễn Thị Minh Thảo

LỜI CẢM ƠN

Nghiên cứu sinh xin chân thành cảm ơn PGS. TS Nguyễn Thị Phương Liên và PGS. TS Nguyễn Thị Mùi đã hết sức nhiệt tình hướng dẫn để tôi hoàn thành công trình nghiên cứu này.

Nghiên cứu sinh cũng xin bày tỏ lời cảm ơn chân thành tới Ban giám hiệu Trường Đại học Thương mại, Khoa Sau đại học, Khoa Tài chính - Ngân hàng, Khoa Thương mại quốc tế, Bộ môn Quản trị tài chính, Bộ môn Ngân hàng - Chứng khoán và gia đình đã luôn tạo điều kiện, động viên, hỗ trợ tôi trong thời gian thực hiện đề tài.

Nghiên cứu sinh

Nguyễn Thị Minh Thảo

MỤC LỤC

	Trang
Trang phụ bì	
LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN.....	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT	vii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	x
DANH MỤC CÁC HÌNH	xi
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	5
1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án	5
1.1.1. Các nghiên cứu về thị trường bất động sản	5
1.1.2. Các nghiên cứu về phát triển tín dụng bán lẻ	6
1.1.3. Các nghiên cứu về rủi ro trong hoạt động ngân hàng.....	8
1.1.4. Các nghiên cứu về phát triển thị trường tín dụng bất động sản.....	10
1.1.5. Giới hạn và khoảng trống nghiên cứu	14
1.2. Câu hỏi nghiên cứu	15
1.3. Mô hình và phương pháp nghiên cứu đề tài luận án.....	16
1.3.1. Mô hình nghiên cứu.....	16
1.3.2. Phương pháp nghiên cứu	16
CHƯƠNG 2 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN CHO VAY NHÀ Ở ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	19
2.1. Cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại.....	19
2.1.1. Khái niệm, đặc điểm và vai trò của cho vay nhà ở đối với KHCN	19
2.1.2. Các hình thức cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân	25

2.1.3. Tổ chức quản lý cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân.....	28
2.2. Phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại	35
2.2.1. Khái niệm phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân.....	35
2.2.2. Các phương thức phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân.....	37
2.2.3. Tiêu chí đánh giá mức độ phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân	40
2.2.4. Nhân tố ảnh hưởng đến phát triển cho vay nhà ở đối với KHCN	42
2.3. Kinh nghiệm phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của một số ngân hàng thương mại và bài học cho ngân hàng TMCP đầu tư và phát triển Việt Nam	47
2.3.1. Kinh nghiệm của Citibank - Singapore	47
2.3.2. Kinh nghiệm của ngân hàng ANZ Việt Nam	48
2.3.3. Kinh nghiệm của Ngân hàng HSBC.....	50
2.3.4. Bài học rút ra cho Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam	51
Kết luận Chương 2	52
CHƯƠNG 3 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CHO VAY NHÀ Ở ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM	53
3.1. Vài nét khái quát về thị trường tín dụng nhà ở tại Việt Nam.....	53
3.2. Thực trạng phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng TMCP đầu tư và phát triển Việt Nam	60
3.2.1. Giới thiệu chung về Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam	60
3.2.2. Thực trạng tổ chức, quản lý cho vay nhà ở đối với KHCN của BIDV	67
3.2.3. Thực trạng vận dụng các phương thức phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của BIDV	74
3.2.4. Kết quả phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân	94
3.3. Đánh giá thực trạng phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng TMCP đầu tư và phát triển Việt Nam.....	102
3.3.1. Những thành công.....	102

3.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân.....	104
Kết luận chương 3	113
CHƯƠNG 4 ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHO VAY NHÀ Ở ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM	114
4.1. Định hướng và quan điểm phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng TMCP đầu tư và phát triển Việt Nam giai đoạn 2016 – 2020, tầm nhìn 2025.....	114
4.1.1. Dự báo nhu cầu tín dụng nhà ở tại Việt Nam	114
4.1.2. Phân tích SWOT của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam trong phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân	115
4.1.3. Định hướng phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân	118
4.1.4. Quan điểm xây dựng các giải pháp phát triển cho vay nhà ở đối với KHCN	120
4.2. Giải pháp đề xuất với BIDV trong việc phát triển hoạt động cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân.....	120
4.2.1. Các giải pháp trực tiếp	120
4.2.2. Các giải pháp hỗ trợ.....	134
4.3. Một số kiến nghị.....	147
4.3.1. Với Ngân hàng Nhà nước	147
4.3.2. Với Chính phủ và các cơ quan quản lý có liên quan	148
Kết luận Chương 4	153
KẾT LUẬN	154
DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA NCS ĐÃ CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN	156
TÀI LIỆU THAM KHẢO	157
PHỤ LỤC	160
PHỤ LỤC 1 Quy trình tín dụng đối với hoạt động cho vay nhà ở cá nhân	161
PHỤ LỤC 2 Đo lường rủi ro trong cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân	162

PHỤ LỤC 3 Phiếu khảo sát rủi ro cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân	171
PHỤ LỤC 4 Phiếu khảo sát chất lượng dịch vụ cho vay đáp ứng nhu cầu nhà ở của khách hàng cá nhân tại ngân hàng TMCP đầu tư và phát triển Việt Nam.....	188
PHỤ LỤC 5 Các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro trong cho vay nhà ở	204
PHỤ LỤC 6 Ứng dụng của mô hình hồi quy Binary Logistic	207
PHỤ LỤC 7 Quy trình cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân	211
PHỤ LỤC 8 Các chỉ tiêu chấm điểm khách hàng cá nhân của BIDV	218
PHỤ LỤC 9 Tư vấn về định vị thương hiệu đối với BIDV	220
PHỤ LỤC 10 Đặc điểm của hoạt động cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của NHTM.....	222

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT**Chữ viết tắt Chữ viết đầy đủ**

ACB	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu
Agribank	Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
ARM	Cho vay thế chấp lãi suất biến đổi
BĐS	Bất động sản
BIDV	Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam
BKS	Ban kiểm soát
CAR	Tỷ lệ an toàn vốn
CBCNV	Cán bộ công nhân viên
CBNH	Cán bộ ngân hàng
CBQHKH	Cán bộ quan hệ khách hàng
CBQHKHCN	Cán bộ quan hệ khách hàng cá nhân
CBQLRRTD	Cán bộ quản lý rủi ro tín dụng
CBQTTD	Cán bộ quản trị tín dụng
CN	Chi nhánh
CVNO	Cho vay nhà ở
DN	Doanh nghiệp
FED	Cục Dự trữ Liên bang Mỹ
GĐCN	Giám đốc chi nhánh
GTCG	Giấy tờ có giá
HĐQT	Hội đồng quản trị
HTTVV	Hình thành từ vốn vay
KH	Khách hàng
KHCN	Khách hàng cá nhân
KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
KT-XH	Kinh tế - xã hội

LTV	Tỷ trọng vốn vay trên giá trị nhà ở đầu tư
MHB	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Phát triển Nhà đồng bằng Sông Cửu Long
NCS	Nghiên cứu sinh
NH	Ngân hàng
NHBB	Ngân hàng bán buôn
NHBL	Ngân hàng bán lẻ
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
NHTW	Ngân hàng trung ương
PGD	Phòng giao dịch
PGĐQLTD	Phó giám đốc quản lý tín dụng
PQHKH	Phòng quan hệ khách hàng
PQLRR	Phòng quản lý rủi ro
PQTTD	Phòng quản trị tín dụng
QTK	Quỹ tiết kiệm
ROA	Thu nhập của tài sản
ROE	Thu nhập của vốn chủ sở hữu
RRCVNO	Rủi ro cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân
RRTD	Rủi ro tín dụng
SHB	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn – Hà Nội
SMCC	Trung tâm mạng xã hội
SP	Sản phẩm
TCTD	Tổ chức tín dụng
TGD	Tổng giám đốc
TKTG	Tài khoản tiền gửi
TMCP	Thương mại cổ phần

TPQHKH	Trưởng phòng quan hệ khách hàng
TPQTTD	Trưởng phòng quản trị tín dụng
TSDB	Tài sản đảm bảo
TTBQ	Tăng trưởng bình quân
VCB	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam
Vietinbank	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Công thương Việt Nam

DANH MỤC CÁC BẢNG

TT	Tên bảng	Trang
Bảng 2.1.	Tương tác giữa các thành viên trong hoạt động cho vay nhà ở	20
Bảng 2.2.	Các loại rủi ro tín dụng bất động sản nhà ở	33
Bảng 3.1.	Các chỉ tiêu cơ bản của kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV giai đoạn 2010 – 2015	64
Bảng 3.2.	Quy định về mức cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của BIDV	68
Bảng 3.3.	Quy định về thời hạn cho vay nhà ở đối với KHCCN của BIDV	69
Bảng 3.4.	Quy định về phân cấp quản lý CVNO đối với KHCCN của BIDV	70
Bảng 3.5.	Phát triển sản phẩm cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của BIDV	74
Bảng 3.6.	Khái quát tiêu chí phân loại và chính sách khách hàng áp dụng cho hoạt động CVNO đối với khách hàng cá nhân tại BIDV	78
Bảng 3.7.	Các địa bàn ưu tiên phát triển CVNO đối với KHCCN của BIDV	82
Bảng 3.8.	Tỷ trọng dư nợ cho vay nhà ở khách hàng cá nhân tại theo địa bàn	83
Bảng 3.9.	Hệ thống xếp hạng tín dụng cá nhân của BIDV	91
Bảng 3.10.	Tiêu chuẩn chấm điểm tài sản đảm bảo của BIDV	92
Bảng 3.11.	Hệ thống đánh giá tài sản đảm bảo của BIDV	92
Bảng 3.12.	Ma trận kết hợp giữa kết quả xếp hạng tín dụng với kết quả đánh giá tài sản đảm bảo	93
Bảng 3.13.	Tỷ lệ dự phòng cụ thể đối với khoản CVNO theo hạng KHCCN	94
Bảng 3.14.	Mức độ phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân	96
Bảng 3.15.	Chất lượng dư nợ cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân	100
Bảng 3.16.	Tình hình thu nhập từ cho vay nhà ở đối với KHCCN tại BIDV	101
Bảng 3.17.	Kết quả đánh giá yếu tố gây RRCVNO và mức độ RRCVNO	106
Bảng 3.18.	Kết quả đánh giá các tiêu chí chất lượng dịch vụ CVNO và mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân đối với BIDV	109
Bảng 4.1.	Giải pháp phát triển CVNO theo thu nhập của KHCCN	122
Bảng 4.2.	Tóm lược giải pháp phát triển kỹ năng đối với nhân viên ngân hàng khi giao dịch với khách hàng cá nhân	139

DANH MỤC CÁC HÌNH

TT	Tên hình	Trang
Hình 2.1.	Sơ đồ cho vay nhà ở trực tiếp đối với khách hàng cá nhân.....	26
Hình 2.2.	Sơ đồ cho vay nhà ở gián tiếp đối với khách hàng cá nhân	27
Hình 2.3.	Sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý hoạt động cho vay nhà ở tại Trụ sở chính của ngân hàng thương mại	30
Hình 2.4.	Sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý hoạt động cho vay nhà ở tại chi nhánh của ngân hàng thương mại	30
Hình 2.5.	Sơ đồ mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng theo mô hình SERVQUAL	44
Hình 3.1.	Diễn biến tăng trưởng dư nợ tín dụng BĐS nhà ở.....	53
Hình 3.2.	Diễn biến nợ xấu tín dụng BĐS nhà ở giai đoạn 2009 – 2015.....	57
Hình 3.3.	Sơ đồ cơ cấu tổ chức hệ thống BIDV sau cổ phần hóa.....	61
Hình 3.4.	Sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy sau cổ phần hóa.....	62
Hình 3.5.	Sơ đồ cơ cấu tổ chức Chi nhánh/Sở giao dịch sau cổ phần hóa.....	63
Hình 3.6.	Khái quát trình tự triển khai hoạt động cho vay nhà ở KHCN.....	73
Hình 3.7.	Tỷ trọng dư nợ CVNOCN theo thời hạn vay tại BIDV	82
Hình 3.8.	Mức độ phát triển dư nợ cho vay nhà ở KHCN theo khu vực địa lý	83
Hình 3.9.	Mức độ tăng trưởng tỷ trọng cho vay nhà ở KHCN theo địa phương	84
Hình 3.10.	Tình hình phát triển mạng lưới kênh phân phối truyền thống của BIDV (2010 -2014).....	85
Hình 3.11.	Điểm mạng lưới giao dịch và tốc độ phát triển mạng lưới của BIDV 2010 – 2014.....	87
Hình 3.12.	Tương quan thị phần tín dụng ngân hàng bán lẻ giữa các NHTMCP	95
Hình 3.13.	Tình hình phát triển dư nợ CVNO tại BIDV	95
Hình 3.14.	Tỷ lệ tăng trưởng số lượng khách hàng cá nhân vay vốn của BIDV	97
Hình 3.15.	Số lượng KHCN tham gia thảo luận về các NHTM trên các mạng xã hội.....	98
Hình 3.16.	Chất lượng ý kiến phản hồi của KHCN về các ngân hàng thương mại tiêu biểu tại thị trường Việt Nam	98

Hình 3.17. Tương quan thị phần CVNO của các ngân hàng TMCP niêm yết.....	99
Hình 3.18. Diễn biến phát triển nợ xấu CVNO tại BIDV	101
Hình 3.19. Các giai đoạn trong BJ	103
Hình 4.1. Xác định khách hàng mục tiêu dựa trên phân tích 5W	123
Hình 4.2. Xu hướng phát triển các kênh phân phối khi thực hiện dịch vụ CVNO	126
Hình 4.3. Vai trò cơ bản của mỗi kênh tiếp thị sản phẩm của ngân hàng với KHCCN	127
Hình 4.4. Các kỹ năng thiết yếu của một nhân viên ngân hàng khi phát triển dịch vụ tài chính với khách hàng cá nhân	138
Hình 4.5. Mô hình khung của Ngân hàng bán lẻ thành công	143
Hình 4.6. Khung văn hóa hiệu suất cho hoạt động ngân hàng bán lẻ thành công.....	146

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của luận án

Nhà ở không chỉ là tài sản lớn, có giá trị của mỗi hộ gia đình, cá nhân mà còn là yếu tố quan trọng thể hiện trình độ phát triển kinh tế - xã hội của mỗi quốc gia cũng như nền văn hoá, phong tục, tập quán của mỗi dân tộc, của từng vùng miền. Trong đời sống xã hội, việc cải thiện chỗ ở là một trong những yêu cầu cấp bách nhằm nâng cao đời sống của nhân dân. Có chỗ ở thích hợp và an toàn là một quyền cơ bản của con người, là nhu cầu chính đáng của mỗi hộ gia đình và là điều kiện cần thiết để phát triển nguồn nhân lực phục vụ cho sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước.

Hoạt động cấp tín dụng vào lĩnh vực nhà ở đối với KHCN được NHTM các nước chú trọng phát triển vì chúng đáp ứng nhu cầu về nơi ở ngày càng tăng trong đời sống và cũng là những kinh doanh mà NHTM có thể kiểm soát được rủi ro.

Để có được sự phát triển mạnh mẽ về nguồn cung nhà ở tại nước ta thời gian qua, bên cạnh sự hỗ trợ về chính sách và nguồn vốn của nhà nước, nguồn tiết kiệm của dân chúng, các NHTM đã tham gia rất tích cực vào việc tài trợ cho lĩnh vực bất động sản này. Các NHTM đã thực hiện việc gia tăng các khoản cho vay nhà ở với các cá nhân/hộ gia đình, thực hiện tài trợ trực tiếp và cho vay để các công ty xây dựng và công ty kinh doanh BĐS thực hiện phát triển nhà ở. Điều này đã làm cho thị trường BĐS ở trở nên sôi động và tạo thu nhập lớn cho các NH vào những năm trước 2010. Ở Việt Nam hiện nay, nhu cầu nhà ở là rất lớn. Có nhiều dự án khu đô thị mới, khu nhà ở hỗn hợp hiện đại được đăng ký mua hết ngay khi còn là “các dự án trên giấy”. Điều này khiến “người sử dụng cuối cùng” đa số phải chấp nhận mua với giá cao gấp nhiều lần so với giá trong hợp đồng. Tuy nhiên hoạt động tín dụng này cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro không chỉ liên quan đến khả năng hoàn trả nợ của chủ thể đi vay mà còn phụ thuộc nhiều vào sự biến động của giá cả trên thị trường BĐS, tình hình kinh tế - xã hội quốc gia. Đối với những quốc gia mà thị trường BĐS phát triển có tính ổn định, tính thanh khoản của thị trường cao, nền kinh tế tăng trưởng và lạm phát thấp thì mức độ rủi ro trong cho vay lĩnh vực này sẽ là thấp (an toàn). Nhưng ngay cả thị trường phát triển cao như Mỹ cũng trải qua một cuộc khủng hoảng BĐS khiến nhiều định chế tài chính lớn phải lao đao. Còn tại Việt Nam, với việc phát triển quá nóng các khoản cho vay BĐS, hiện tượng đầu cơ giá, nên khi thu hẹp tín dụng ... đã khiến cho thị trường này rơi vào trạng thái “đóng băng”. Thêm vào đó, kinh tế trong nước và thế giới lâm vào tình trạng suy thoái đã khiến cho rất nhiều NH trong nước đang đứng trước khó khăn.

Mặc dù thị trường tín dụng nhà ở tại nước ta có những biến độ tăng giảm mạnh trong thời gian qua, nhưng các NHTM vẫn nhận thấy đây là thị trường kinh doanh tiềm năng, đặc biệt với các sản phẩm cho vay đối với KHCN. Chính vì thế, ngay cả những lúc khó khăn nhất của thị trường BĐS nhà ở, các NHTM vẫn không ngừng nỗ lực đưa ra thị trường các sản phẩm cho vay hấp dẫn đối với nhóm KH này. Đứng trước thị trường kinh doanh nhiều tiềm năng cùng với nguy cơ cạnh tranh ngày càng gay gắt này, việc mở rộng và đa dạng hóa nhóm KH mục tiêu trở nên là đòi hỏi cấp thiết đối với Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam. Thời gian qua, BIDV và các NHTM khác mới chỉ chú trọng với nhóm KHDN mà chưa quan tâm tới nhóm KHCN. Song, những biến động trên thị trường BĐS Việt Nam thời gian qua đã đưa các NHTM đứng trước khó khăn do rủi ro tín dụng từ nhóm KHDN và nhóm KHCN thực hiện đầu cơ giá BĐS đem lại, mức độ rủi ro đối với KHCN/hộ gia đình thấp hơn nhiều và ngày càng tỏ ra là một kênh cho vay an toàn. BIDV cũng nhận thấy việc phát triển hoạt động CVNO đối với KHCN sẽ mang lại cơ hội thu nhập ổn định và lâu dài cho NH trong tình hình mới. Hiện BIDV có hoạt động CVNO đối với KHCN dẫn đầu thị trường Việt Nam. Do đó, đề tài “***Phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và phát triển Việt Nam***” là nghiên cứu thực sự cần thiết cả về lý luận và thực tiễn. Chính vì vậy, nghiên cứu sinh lựa chọn đề tài nghiên cứu này để thực hiện luận án tiến sỹ kinh tế của mình.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

➤ Mục tiêu nghiên cứu

Đề xuất một số định hướng, giải pháp có cơ sở khoa học và thực tiễn nhằm phát triển hoạt động cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam trong giai đoạn từ 2016 đến 2020, tầm nhìn 2025.

➤ Nhiệm vụ nghiên cứu

- Về mặt lý luận: Hệ thống hóa và làm rõ thêm những vấn đề lý luận cơ bản về phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của các NHTM.

- Về mặt thực tiễn:

- Phân tích đánh giá thực trạng phát triển CVNO đối với KHCN của BIDV dựa trên cơ sở các phương thức, tiêu chí đã xác lập ở chương cơ sở lý luận, từ đó đánh giá kết quả đạt được cũng như những hạn chế còn tồn tại trong phát triển CVNO đối với tập KHCN trong giai đoạn từ 2010 đến 2015.

- Phát hiện, nhận diện và đánh giá các yếu tố gây ra rủi ro tín dụng nhà ở đối với khách hàng cá nhân của BIDV.

- Xác định quan điểm và định hướng phát triển CVNO đối với KHCN của BIDV theo hướng phù hợp với thực tiễn phát triển kinh tế xã hội Việt Nam và thế giới.

- Đề xuất giải pháp chủ yếu và những điều kiện thực hiện các giải pháp phát triển CVNO đối với KHCN của BIDV trong giai đoạn từ nay đến 2020, tầm nhìn 2025.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

▪ Đối tượng nghiên cứu của luận án

Đối tượng nghiên cứu của luận án là các phương thức phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân, các tiêu chí đánh giá và các nhân tố ảnh hưởng tới việc phát triển hoạt động cho vay này của ngân hàng thương mại.

▪ Phạm vi nghiên cứu

Về không gian nghiên cứu: Luận án nghiên cứu trên toàn bộ hệ thống Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam, có so sánh tham chiếu với một số ngân hàng thương mại cổ phần top đầu của Việt Nam như: VCB, ACB, Vietinbank.

Về thời gian nghiên cứu: các số liệu thứ cấp được thu thập trong giai đoạn 2010 -2015 (một vài số liệu thứ cấp thu thập tới hết 2014), các thông tin sơ cấp được khảo sát trong giai đoạn 2013 – 2015.

4. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu

- Luận án bổ sung tri thức mới về phát triển CVNO đối với KHCN của NHTM, làm tài liệu tham khảo cho các NHTM, cơ quan quản lý ngân hàng, giảng viên và sinh viên của các trường đại học kinh tế có giảng dạy về tài chính – ngân hàng.

- Luận án thực hiện phát triển mô hình nghiên cứu về các yếu tố gây rủi ro tín dụng BĐS nhà ở của BIDV đối với nhóm KHCN/hộ gia đình. Từ đó, luận án đề xuất tới các nhà quản lý BIDV nói riêng và các nhà quản lý NHTM Việt Nam, nhà hoạch định chính sách nói chung về ảnh hưởng của các yếu tố gây rủi ro CVNO đối với KHCN nhằm xây dựng các sản phẩm cho vay phù hợp và an toàn.

- Nâng cao năng lực nghiên cứu độc lập cho NCS về hoạt động cho vay nhà ở khách hàng cá nhân của NHTM.

- Đề xuất các giải pháp có tính thực tiễn cao, góp phần tháo gỡ khó khăn hiện đang cản trở việc phát triển hoạt động tín dụng nhà ở đối với KHCN của các NHTM Việt Nam nói chung và BIDV nói riêng.

5. Kết cấu của luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Phụ lục, Danh mục các từ viết tắt, Danh mục bảng, Danh mục hình, Danh mục sơ đồ và Danh mục tài liệu tham khảo, luận án được kết cấu thành 4 chương:

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu

Chương 2: Cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

Chương 3: Thực trạng phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam

Chương 4: Định hướng và giải pháp phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam

CHƯƠNG 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

1.1. Tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài luận án

Cho tới nay các công trình nghiên cứu về phát triển cho vay nhà ở của các NHTM đối với khách hàng cá nhân đã được các nhà khoa học tiến hành trong nước và nước ngoài khá đa dạng, với nhiều góc độ tiếp cận khác nhau.

1.1.1. Các nghiên cứu về thị trường bất động sản

*Báo cáo ngành bất động sản Việt Nam (2010), *Thị trường Bất động sản Hà Nội 6 tháng đầu năm 2010 và các yếu tố định giá bất động sản*, Vietnam Report JSC [34].

Hướng nghiên cứu chính của công trình là phân tích thị trường BĐS nhà ở tại Hà Nội 6 tháng đầu năm 2010, phân tích các nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng “sốt” BĐS nhà ở trong giai đoạn này; xây dựng và phân tích mô hình định giá BĐS nhà ở; phân tích xu hướng thị trường BĐS Hà Nội trong tương lai.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong công trình này khá đa dạng, bao gồm: (1) phỏng vấn sâu được tiến hành với 2 nhóm đối tượng chính là nhà đầu tư và chuyên gia trong ngành nhằm làm rõ thực trạng thị trường BĐS nhà ở, từ đó bổ sung cho thông tin định lượng từ phỏng vấn bằng bảng hỏi; (2) Phỏng vấn bằng bảng hỏi cấu trúc đối với nhà đầu tư cá nhân nhằm cung cấp số liệu để xây dựng mô hình định giá bất động sản nhà ở; (3) Thống kê và phân tích các dữ liệu thu thập từ số liệu được công bố của Tổng cục Thống kê, NHNN và các tổ chức nghiên cứu độc lập như CBRE, Savills, VietRees...

Công trình này đã đưa ra một số kết luận quan trọng: Đối với cá nhân mua nhà ở, mục đích đầu tư chiếm 61,9% và chỉ có 38,1% nhà đầu tư cá nhân mua để ở. Trong số cá nhân mua nhà ở nhằm mục đích đầu tư thì có tới 47,7% là theo đuổi mục tiêu đầu tư ngắn hạn, lướt sóng kiếm lời. Điều này cho thấy tính chất đầu cơ trên thị trường BĐS nhà ở là khá rõ nét. Như vậy sẽ nhận thấy các hoạt động của nhà đầu tư cá nhân trên thị trường BĐS nhà ở là tìm mọi cách thu mua và tích lũy thật nhiều BĐS nhà ở không phải phục vụ cho nhu cầu tiêu dùng của bản thân và gia đình mà nhằm kiếm lời nhanh chóng thông qua sự khan hiếm giả tạo hoặc gia tăng cầu giả tạo do hành vi đầu cơ mang lại. Những động thái này cũng khiến cho các công ty kinh doanh BĐS nhà ở cũng bị cuốn vào vòng xoáy của hoạt động đầu cơ khiến giá bán và cho thuê các BĐS của các công ty này được đẩy lên cao, từ đó khiến các công ty kinh doanh BĐS thực hiện hành vi tăng cung BĐS cho thị trường.

Các kết luận của công trình này là gợi ý hữu ích cho luận án trong việc phát triển tín dụng nhà ở của NHTM khi họ tiến hành định giá BĐS, sẽ thực hiện định giá tài sản là BĐS sát với giá trị thực của chúng bằng cách sử dụng phương pháp định giá ẩn (hedonic pricing) theo mô hình hồi quy hàm logarith – Hedonic Pricing Model. Phương pháp này cũng là gợi ý có cơ sở trong việc phòng ngừa rủi ro có thể xảy ra đối với yếu tố liên quan tới tài sản là BĐS nhà làm đảm bảo.

* Báo cáo ngành bất động sản Việt Nam (2011), *Đánh giá nhu cầu nhà ở và các yếu tố quyết định hành vi vay vốn mua nhà của người dân trên địa bàn Hà Nội và xu hướng thị trường nhà ở năm 2011*, Vietnam Report JSC [32].

Hướng nghiên cứu chính của công trình là nhằm phân tích nhu cầu nhà ở thực sự cũng như các yếu tố tác động đến quyết định vay vốn ngân hàng mua nhà ở nhằm lượng hóa và cung cấp cho các NHTM đang thực hiện cho vay BĐS các yếu tố tác động và mức độ tác động.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong công trình này là sử dụng mô hình hồi quy Binary logistic trong phân tích hành vi vay vốn của cá nhân/hộ gia đình trên cơ sở bộ dữ liệu sơ cấp được thu thập từ bảng hỏi của VNR dành cho người tiêu dùng, doanh nghiệp kinh doanh BĐS nhà ở, các ngân hàng và phỏng vấn trực tiếp các chuyên gia ngân hàng, tín dụng và BĐS.

Công trình này đã đưa ra các kết luận về nguyên nhân khiến người tiêu dùng không vay vốn ngân hàng để mua nhà là do lãi suất cao và thủ tục phức tạp (chiếm 53% lựa chọn) thêm vào đó việc người tiêu dùng quan ngại về lãi suất sẽ tiếp tục tăng trong tương lai (13% lựa chọn). Như vậy lãi suất là một mối quan tâm hàng đầu đối với người tiêu dùng khi quyết định vay vốn NHTM. Thông qua mô hình hồi quy Binary logistic, nghiên cứu chỉ ra 7 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay tiền NHTM của người tiêu dùng gồm: nghề nghiệp cá nhân vay vốn, thu nhập của cá nhân/hộ gia đình, số nhân khẩu trong hộ gia đình; tỷ trọng vốn vay trên giá trị nhà ở (LTV), thời hạn vay và lãi suất cho vay.

Các kết luận của công trình này là gợi ý hữu ích cho luận án trong việc lựa chọn các nhân tố và xây dựng mô hình khám phá nhân tố gây rủi ro tín dụng nhà ở đối với nhóm KHCCN, một trong những yếu tố tác động có ý nghĩa đến sự phát triển bền vững của hoạt động CVNO.

1.1.2. Các nghiên cứu về phát triển tín dụng bán lẻ

* Reinhold Leichtfuss (2003), *Achieving excellence in Retail Banking*, McKinsey [49]

Hướng nghiên cứu của công trình này là nghiên cứu các mô hình và giải pháp để phát triển thành công hoạt động NHBL. Nghiên cứu chỉ ra rằng, hoạt động NHBL hiện nay ngày càng trở nên có ý nghĩa trong hoạt động kinh doanh của các NHTM. Chúng đem lại hiệu quả kinh tế và thu nhập ổn định cho NH. Chính vì vậy, cần có những giải pháp để giúp hoạt động NHBL ngày một phát triển hoàn thiện hơn.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong công trình bao gồm các phương pháp phân tích trong kinh tế học, phương pháp suy luận logic, các hoạt động phân tích định lượng đã được kiểm chứng.

Kết luận quan trọng được tác giả đưa ra là muốn hoạt động NHBL hoàn thiện thì điều cần làm trước tiên là xây dựng được mô hình khung cho hoạt động này phát triển với 32 yếu tố đánh giá được thể hiện trong 5 nhóm đánh giá năng lực. Trên cơ sở mô hình khung này, các NHTM dựa theo điều kiện riêng có để có các cải tiến, hoàn thiện phù hợp.

Các kết luận này cung cấp cho luận án những gợi ý về giải pháp phát triển cho vay nhà ở trước mắt và các giải pháp lâu dài cho ngân hàng trong tương lai.

* Đào Lê Kiều Oanh (2012), *Phát triển dịch vụ ngân hàng bán buôn và ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ, Đại học Ngân hàng Tp Hồ Chí Minh [20]

Hướng nghiên cứu của công trình này là chỉ ra cơ cấu khách hàng của BIDV là đang thiên về phát triển khối khách hàng bán buôn, loại hình dịch vụ NHBB. Từ đó, tác giả chỉ ra mức độ cần thiết phải chuyển đổi BIDV từ ngân hàng chuyên phục vụ bán buôn sang vừa bán buôn vừa bán lẻ. Trên cơ sở đó, tác giả đề xuất các giải pháp giúp BIDV phát triển cân đối cả hai lĩnh vực NHBB và NHBL.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng gồm phương pháp thống kê, phân tích các dữ liệu thứ cấp, thu thập ý kiến chuyên gia trong việc xây dựng giải pháp cho NH.

Kết luận quan trọng được tác giả đưa ra là khẳng định việc phát triển hoạt động NHBL là xu hướng của các NHTM trên thế giới. Các NHTM hoạt động tại Việt Nam cũng sẽ theo đuổi phát triển trong tương lai. BIDV là một NHTM thuộc TOP dẫn đầu, muốn duy trì được thị phần và phát triển cần phải quan tâm phát triển lĩnh vực này trên cơ sở lĩnh vực lợi thế. Một trong những hoạt động thuộc lĩnh vực NHBL là hoạt động cho vay đáp ứng nhu cầu nhà ở của KHCN, là mảng kinh doanh cần được NH lưu ý phát triển, vì chúng vừa tạo nguồn thu nhập ổn định vừa tạo cơ hội cho BIDV phát triển mạnh trên thị trường bán lẻ bằng cách tạo ra những khả năng bán chéo sản phẩm.

Các kết luận này cung cấp cho luận án những gợi ý về giải pháp phát triển hoạt động CVNO của BIDV trong điều kiện môi trường kinh doanh có nhiều thay đổi.

1.1.3. Các nghiên cứu về rủi ro trong hoạt động ngân hàng

*A. Saunder (1994), *Financial Institutions Management: A Modern Perspective*, Irwin [35]

Hướng nghiên cứu chính của công trình là nghiên cứu về các loại hình rủi ro đặc thù trong kinh doanh của NHTM. Tác giả đã lần lượt khái quát về 7 loại rủi ro cơ bản trong kinh doanh của các NHTM gồm: (1) rủi ro lãi suất, (2) rủi ro ngoại hối, (3) rủi ro tín dụng, (4) rủi ro thanh khoản, (5) rủi ro hoạt động ngoại bảng, (6) rủi ro công nghệ và hoạt động và (7) rủi ro quốc gia; các phương cách để quản trị rủi ro cho từng loại hình. Điều đáng chú ý ở đây, trong phần nghiên cứu về rủi ro tín dụng, tác giả đã chỉ rõ: “Rủi ro tín dụng là kết quả của việc NH cấp tín dụng cho KH và NH nhận được các giấy nhận nợ do con nợ phát hành với sự cam kết là sẽ thanh toán cả gốc và lãi đầy đủ đúng hạn cho NH. Do đó tại thời điểm cấp tín dụng và chấp nhận giấy nhận nợ, NH đã thừa nhận khả năng thanh toán đầy đủ và đúng hạn của KH với một xác suất cao còn xác suất mất khả năng thanh toán của KH là thấp hơn nhiều”. Từ đó, tác giả đưa ra các mô hình và giải pháp thực hiện quản trị rủi ro tín dụng.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong công trình này khá đa dạng, bao gồm sử dụng các khung mẫu phân tích của kinh tế học, phân tích thống kê, các phân tích định lượng và áp dụng mô hình kinh tế lượng trong việc nhận diện, đánh giá và đưa ra khuyến nghị về quản trị rủi ro tín dụng.

Trong công trình này, tác giả đã kết luận rằng xác suất mà NHTM thu được cả gốc và lãi cao hơn nhiều so với trường hợp không thu được cả gốc và lãi. Điều này hàm ý rằng, NHTM phải đánh giá được mức độ rủi ro dự tính của các khoản vay, đặt yêu cầu về phân bù rủi ro đối với các khoản vay bị đánh giá mức độ rủi ro cao. Muốn làm được điều này không có cách nào khác là NHTM phải giám sát và thu thập được các thông tin về khách hàng vay vốn để từ đó có những điều chỉnh phù hợp.

Các kết luận của công trình này là gợi ý hữu ích cho luận án trong việc xác định các nhân tố ảnh hưởng tới rủi ro tín dụng nhà ở với từng nhóm KH vay vốn. Bên cạnh đó, các mô hình đo lường và các biện pháp phòng ngừa mà tác giả đưa ra cũng là những gợi ý hết sức quan trọng để luận án có cơ sở đưa ra các nghiên cứu và giải quyết vấn đề đặt ra đối với điều kiện riêng của Việt Nam.

* Joel Bessis (2010), *Risk Management in Banking*, 3rd edition, Winley & Son Inc [43].

Hướng nghiên cứu của công trình này là tập trung làm rõ nguyên nhân dẫn đến khủng hoảng tài chính 2007 - 2008 tại Mỹ. Tác giả đã nhận định khủng hoảng này mang tính hệ thống vì nó ảnh hưởng tới toàn bộ hệ thống tài chính. Cuộc khủng hoảng tín dụng nhà ở dưới chuẩn đáng lẽ nên được kìm hãm chỉ trong phân khúc nhỏ của tín dụng nhà ở, song nó đã không được ngăn chặn kịp thời và đủ mạnh nên đã lây lan ra toàn bộ thị trường tài chính và nền kinh tế. Chính vì vậy, nghiên cứu đã tiến hành nhằm trả lời câu hỏi: Tại sao những quy định thất bại? Điều gì đã đi sai đường? Các nghiên cứu đã làm rõ 4 (bốn) loại rủi ro phổ biến mà NHTM gặp phải, gồm: rủi ro thanh khoản, rủi ro lãi suất, rủi ro thị trường và rủi ro tín dụng. Tác giả cũng đã đề xuất các mô hình quản trị rủi ro tương ứng với mỗi nhóm rủi ro đặc thù.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong công trình khá phong phú, gồm: phân tích trong kinh tế học, phân tích định lượng, các ứng dụng mô hình toán kinh tế.

Kết luận quan trọng được tác giả đưa ra là những cách thức và kỹ thuật quản trị rủi ro rất quan trọng nếu được thực thi đúng đắn với sự điều hành phù hợp. Tác giả đã đề xuất một loạt các mô hình quản trị rủi ro tín dụng để các NHTM lựa chọn phù hợp với điều kiện riêng của mỗi NH.

Các kết luận này cung cấp cho luận án những gợi ý về mô hình mà luận án nên áp dụng cho việc phân tích ảnh hưởng của các nhân tố đến rủi ro tín dụng nhà ở làm cơ sở để NHTM phát triển tín dụng nhà ở bền vững.

* Ngô Thị Phương Thảo (2011), ***Định giá bất động sản thế chấp trong các ngân hàng thương mại Việt Nam***, Luận án Tiến sĩ kinh tế, ĐH Kinh tế quốc dân [26].

Hướng nghiên cứu chính của công trình là phân tích thực trạng định giá BĐS thế chấp trong hoạt động cho vay của các NHTM Việt Nam hiện nay để đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng của hoạt động này. Tác giả đã chỉ ra các hạn chế khiến cho chất lượng của công tác định giá BĐS thế chấp chưa cao, tạo ra nguy cơ rủi ro tín dụng, như vậy nguồn đảm bảo cho khoản vay sẽ không được xác định giá trị đúng đắn.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong công trình này là thống kê, tổng hợp, so sánh, khảo cứu tài liệu, nghiên cứu tình huống và sự kiện, chuyên gia, mô hình kinh tế lượng trong dự báo nhu cầu tín dụng và hoạt động định giá BĐS thế chấp.

Trong công trình này, tác giả đã kết luận rằng hoạt động định giá BĐS thế chấp có ý nghĩa quan trọng trong hoạt động cho vay của các NHTM. Công việc này cần được đặt trong mối quan hệ mật thiết với sự phát triển của thị trường BĐS trong tương lai và gắn với sự phát triển của thị trường tài chính BĐS.

Các kết luận của công trình này là gợi ý hữu ích cho luận án trong việc đưa ra các giải pháp liên quan đến công tác thẩm định khoản vay nhà ở và TSĐB là BĐS nhằm phát triển an toàn tín dụng nhà ở khi có được những TSĐB tốt.

* Nguyễn Thị Hoài Phương (2012), *Quản lý nợ xấu tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, ĐH Kinh tế quốc dân [22].

Hướng nghiên cứu chính là kinh nghiệm quản lý nợ xấu NHTM của các nước, tình hình nợ xấu nhóm KHDN của các NHTM Việt Nam trong giai đoạn 2005-2011, từ đó đưa ra các giải pháp quản lý nợ xấu tại các NHTM theo tiêu chuẩn Basel II.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng là tác giả dựa trên các dữ liệu thứ cấp có sẵn để thực hiện phân tích tình huống so sánh, kết hợp với phương pháp logic, lý thuyết hệ thống, diễn giải và quy nạp để phân tích, chứng minh và đánh giá các vấn đề. Tác giả dùng phương pháp phân tích thực chứng và phân tích chuẩn tắc, kết hợp với việc sử dụng phân tích định lượng trong thống kê thông qua một số mô hình, chỉ tiêu phân tích, so sánh của thế giới làm cơ sở cho việc đánh giá và tìm giải pháp cho đề tài.

Trong công trình này, tác giả đã thực hiện nghiên cứu về kinh nghiệm quản lý nợ xấu tại các NHTM một số nước trên thế giới. Điều đáng quan tâm ở đây là nguyên nhân xảy ra nợ xấu tại các NHTM trên thế giới có liên quan đến BĐS và các khoản vay nhà ở, tiêu biểu là khủng hoảng tài chính tại Thái Lan, Trung Quốc và Mỹ. Chính vì vậy, các giải pháp mà NHTM các nước trên thế giới đã thực hiện là những gợi ý quan trọng đối với Luận án khi đưa ra các giải pháp phát triển tín dụng nói chung và CVNO đối với KHCV nói riêng bởi các kinh nghiệm của các NHTM trên thế giới đã được kiểm chứng. Các giải pháp mà công trình nghiên cứu đưa ra được tiếp cận theo tiêu chuẩn quốc tế Basel II cũng là những gợi ý rất tốt đối với luận án khi xây dựng mô hình quản lý rủi ro CVNO phát triển bền vững hoạt động CVNO tại các NHTM.

1.1.4. Các nghiên cứu về phát triển thị trường tín dụng bất động sản

* Parasuraman, A., Berry, L.L. and Zeithaml, V.A (1991), *Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale*, Journal of Retailing [47]

Hướng nghiên cứu của công trình này là tác giả đưa ra mô hình SERVQUAL thể hiện mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của KHCV với 5 tiêu chí: vật chất, tin cậy, đáp ứng, đảm bảo và đồng cảm. Đây là 5 tiêu chí đã được tác giả thực hiện kiểm chứng qua nhiều NHTM khi đo lường chất lượng dịch vụ đối với KH.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong công trình là phân tích định lượng kết hợp với suy luận logic.

Kết luận quan trọng được tác giả đưa ra là việc đánh giá chất lượng dịch vụ của một NHTM được thể hiện rõ nét thông qua đánh giá của KH, hay sự hài lòng của KH (người sử dụng dịch vụ) là đánh giá tốt nhất cho chất lượng dịch vụ của NH.

Kết luận này cung cấp cho luận án gợi ý về định hướng nghiên cứu phát triển hoạt động CVNO ở đối với KHCN là cần phải dựa trên việc nghiên cứu sự cảm nhận của KH này về chất lượng dịch vụ mà NH cung cấp. Bởi chỉ khi KH hài lòng, có niềm tin với NH thì hoạt động CVNO mới phát triển bền vững được.

* Clifford V. Rossi (2010), *Anatomy of Risk Management Practices in the Mortgage Industry: Lessons for the Future*, Research Institute for Housing America [37].

Hướng nghiên cứu chính của đề tài là tìm hiểu về rủi ro tín dụng nhà ở tại Mỹ dẫn đến khủng hoảng tín dụng nhà ở vào năm 2007 – 2008. Theo tác giả thì không có yếu tố duy nhất chịu trách nhiệm cho việc mở rộng đáng kể các sản phẩm cho vay thế chấp nhà ở trong thời gian dẫn đến cuộc khủng hoảng tín dụng thế chấp nhà ở. Tuy nhiên, có những dấu hiệu cho thấy rủi ro lớn hơn có thể do các yếu tố sau: (1) Sự phụ thuộc hơn vào các số liệu hiệu suất không điều chỉnh đối với rủi ro khi quản lý đối với các sản phẩm rủi ro hơn; (2) Dữ liệu và phân tích những hạn chế và các điểm “mù” khiến quản lý rủi ro hiển nhiên bị đánh giá thấp; (3) Rủi ro tín dụng; (4) Những kinh nghiệm của các nhà quản lý kinh doanh cấp cao thời gian qua đã khiến họ chấp nhận rủi ro cao hơn và trong quá trình làm giảm hiệu quả của các biện pháp quản lý rủi ro; (5) Vấn đề kích thích từ chính sách thuế.

Trong nghiên cứu này, tác giả đã đưa ra và trả lời một số câu hỏi nghiên cứu gồm: Làm thế nào mà sự gia tăng của các sản phẩm thế chấp như ARM quyền chọn phát triển nhanh như vậy? Làm thế nào mà rủi ro của các lớp yếu tố quyết định đến nguồn gốc, giữ và bán sản phẩm thế chấp? Điều gì đã được các lực lượng cạnh tranh lưu tâm về khởi tạo thế chấp và các công việc trong quá trình quản trị các định chế đã làm như thế nào? Điều gì cơ bản quyết định rủi ro và làm thế nào mà các hệ thống cảnh báo sớm và chỉ số hàng đầu đã đánh giá thấp rủi ro một cách đáng kể như vậy? Điều gì giải thích cho việc quản lý khiến công ty chấp nhận rủi ro trong giai đoạn này?

Phương pháp nghiên cứu của công trình khá đa dạng, bao gồm sử dụng các phân tích kinh tế học, phân tích tác động của cá nhân tới việc ra quyết định cấp tín dụng nhà ở, phân tích sự phát triển và cạnh tranh trong thị trường tín dụng thế chấp nhà ở.

Kết luận quan trọng của nghiên cứu được thể hiện qua 5 (năm) bài học rút ra: (1) Chính sách đãi ngộ đối với nhân viên quản lý; (2) Cần quan tâm tới số liệu và hoạt động phân tích bởi chúng giúp chỉ ra các hạn chế trong hoạt động cho vay; (3) Việc

nói lòng các tiêu chuẩn đảm bảo có thể tạo ra những sản phẩm mới từ các sản phẩm tiêu chuẩn mà không có dữ liệu lịch sử; (4) Hoạt động quản trị và nhận thức cần có sự điều chỉnh để ngăn chặn lỗi trong quản lý theo tư duy kinh nghiệm tạo ra trước đó; (5) Cần cơ cấu lại các quy định về an toàn và lành mạnh trong hoạt động tín dụng thế chấp nhà ở để giảm xung đột. Các kết luận này bổ sung quan trọng cho việc xác định hướng đề xuất giải pháp phòng ngừa rủi ro tín dụng nhà ở của luận án.

* Phan Thị Nhân (2008), *Phát triển hiệu quả thị trường tín dụng bất động sản của Việt Nam*, Luận văn Thạc sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh [19]

Hướng nghiên cứu của đề tài là phân tích để nhận diện các vướng mắc của thị trường tín dụng BĐS, các động thái của thị trường BĐS và thị trường tín dụng BĐS. Đề tài cũng nghiên cứu các yếu tố dẫn đến sự “ngheñ mạch” của các kênh tín dụng.

Trong nghiên cứu này, tác giả chỉ ra lý do khiến thị trường BĐS Việt Nam là tiềm ẩn đầy rủi ro: (1) phát triển bong bóng, (2) đầu cơ là phổ biến trên thị trường, (3) thị trường không hoàn hảo và (4) quản lý của Nhà nước thiếu chuyên nghiệp do chính sách và hệ thống pháp luật chưa đồng bộ, năng lực cán bộ quản lý thấp. Tác giả đã khái quát “bức tranh” thực trạng tín dụng BĐS tại Việt Nam trong 2003 - 2005 với tốc độ tăng trưởng dư nợ hàng năm bình quân lên tới 33%/năm. Tỷ trọng dư nợ cho vay BĐS/tổng dư nợ tăng từ 8% (2003) lên 10% (2005) ~ khoảng 50.000 tỷ đồng. Cơ cấu cho vay tính theo thời gian thì có tới 79% là cho vay trung dài hạn, 21% là cho vay ngắn hạn. Tỷ trọng dư nợ cho vay BĐS/tổng dư nợ cho vay trung dài hạn tăng từ 18% (2003) lên tới gần 25% (2005). Cho vay sửa chữa, mua sắm nhà ở chiếm tỷ trọng trên 40% tổng dư nợ; cho vay xây nhà để bán chiếm 11% tổng dư nợ. Việc tăng trưởng dư nợ tín dụng BĐS nhà ở còn tiếp tục tăng mạnh trong các năm 2006, 2007 và có dấu hiệu giảm từ tháng 2/2008. Với những diễn biến của thị trường tín dụng BĐS, tác giả đã đề cập tới nguy cơ xảy ra rủi ro tín dụng BĐS nếu vỡ “bong bóng” thị trường BĐS. Trong quá trình nghiên cứu thực trạng tín dụng BĐS, tác giả đã đề cập tới các kênh huy động vốn của công ty kinh doanh BĐS gồm: (1) kênh tín dụng ngân hàng, (2) chiếm dụng vốn của KHCN/hộ gia đình (mục đích tiêu dùng) và nhà đầu tư (mục đích kinh doanh), (3) phát hành trái phiếu công trình. Trên cơ sở các phát hiện, tác giả đã đưa ra các giải pháp phát triển thị trường BĐS nhằm đáp ứng nhu cầu vốn cho thị trường BĐS theo 3 kênh huy động vốn của DN kinh doanh BĐS. Theo đó, với kênh tín dụng NH, tác giả đã đưa ra các giải pháp để hạn chế rủi ro theo hướng (i) đánh giá lại toàn bộ khoản vay BĐS; (ii) sắp xếp, phân loại khoản vay theo từng nhóm; (iii) đề xuất giải pháp phòng ngừa phù hợp với từng nhóm đã phân loại. Phương pháp nghiên cứu của công trình này là phân tích, thống kê mô tả trên cơ sở số liệu thứ cấp thu thập tại NHNN và các bộ ban ngành có liên quan.

Trong công trình nghiên cứu này, tác giả đã đưa ra kết luận rằng: các rủi ro tín dụng BĐS tại Việt Nam chủ yếu xuất phát từ các khoản CVNO và các nhóm giải pháp chính đưa ra gồm nâng cao chất lượng tín dụng từ NHTM, hình thành thị trường thế chấp cầm cố thứ cấp và chứng khoán hóa BĐS. Các kết luận của nghiên cứu này là gợi ý hữu ích cho luận án trong việc xây dựng các giải pháp về phòng ngừa và giảm thiểu rủi ro tín dụng nhà ở phải được thực hiện trên cơ sở xem xét mối quan hệ ràng buộc giữa hai thị trường (thị trường BĐS và thị trường tín dụng BĐS).

Ngoài ra, các nghiên cứu về thị trường BĐS, tín dụng nhà ở còn được đề cập trên các tạp chí có uy tín tại Việt Nam như Báo Đầu tư, Kinh tế...

* Trương Văn Phước, 2014, *Chính sách tiền tệ có hướng mở với bất động sản*, Chuyên đề tín dụng an cư, Toàn cảnh Thị trường bất động sản – Đặc san của Báo Đầu tư [21].

Hướng nghiên cứu chính của công trình là chỉ ra những tác động của chính sách tiền tệ tới thị trường BĐS nhà ở và nợ xấu BĐS.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong công trình này là thống kê, mô tả và suy luận logic, tác giả đã chỉ ra những tác động của chính sách tới tín dụng BĐS nhà ở. Cụ thể các chính sách được NHNN điều chỉnh tại Thông tư 36/2014/TT – NHNN liên quan đến việc giảm hệ số an toàn rủi ro, với tín dụng BĐS (giảm từ 250% xuống 150%) sẽ có tác dụng tích cực tới loại hình tín dụng này; tác động kỳ vọng của Luật Nhà ở với việc cho phép người nước ngoài có quyền sở hữu nhà ở tại Việt Nam sẽ góp phần tạo sự luân chuyển vốn trong thị trường tín dụng BĐS nhà ở và góp phần giúp các NHTM xử lý nợ xấu trong lĩnh vực BĐS nhà ở.

Trong công trình này, tác giả đã kết luận rằng với các văn bản pháp luật nhằm thực thi chính sách tiền tệ đã giúp “hâm nóng” thị trường BĐS nhà ở theo hướng phát triển lành mạnh, đáp ứng nhu cầu về nhà ở cho dân cư, nhu cầu chuyển nhượng BĐS, tạo động lực kích cầu sức mua BĐS nhà ở trong tương lai. Với việc xử lý nợ xấu, nghiên cứu chỉ ra cần phải quan tâm tới những vấn đề sau: (1) tạo sức cầu mới cho thị trường BĐS nhà ở; (2) điều chỉnh văn bản pháp luật theo hướng đẩy nhanh quá trình xử lý TSĐB cần phát mại để NHTM thu hồi vốn nhằm nhanh chóng xử lý nợ xấu.

Các kết luận của công trình này là gợi ý hữu ích cho luận án trong việc đưa ra các kiến nghị đối với Chính phủ, NHNN và các bộ ban hành có liên quan trong việc tạo lập môi trường kinh doanh vốn tín dụng BĐS nhà ở một cách an toàn và lành mạnh.

* Nguyễn Thùy (2014), *Lo sợ nợ xấu, ngân hàng dè chừng với chủ đầu tư*, Chuyên đề tín dụng an cư, Toàn cảnh Thị trường bất động sản – Đặc san của Báo Đầu tư [27].

Hướng nghiên cứu chính của bài báo là phân tích thực trạng cấp tín dụng nhà ở đối với các chủ đầu tư là các công ty kinh doanh BĐS nhà ở.

Phương pháp nghiên cứu được sử dụng trong công trình này là thống kê, mô tả kết hợp với việc phỏng vấn chuyên gia nhằm lý giải “thái độ ứng xử” của các NHTM với các công ty kinh doanh BĐS nhà ở.

Trong công trình này, tác giả đã kết luận rằng nếu tình hình kinh tế trong nước tốt lên, tác động tích cực đối với thị trường BĐS nhà ở thì vốn không chỉ dành nhiều cho KHCN mà sẽ mở rộng hơn với KHDN. Song với nhóm KHCN, các NHTM sẽ thận trọng hơn, bởi rủi ro nợ xấu đối với việc cung ứng vốn cho chủ đầu tư tiềm ẩn lớn.

Các kết luận của công trình này là gợi ý hữu ích cho luận án trong việc đề xuất các giải pháp phát triển CVNO đối với KHCN khi NHTM thực hiện liên kết với các doanh nghiệp đầu tư – kinh doanh BĐS nhà ở.

1.1.5. Giới hạn và khoảng trống nghiên cứu

1.1.5.1. Giới hạn của các nghiên cứu trước đây

Qua phần tổng quan tình hình nghiên cứu trong nước và nước ngoài liên quan đến đề tài luận án, NCS nhận thấy các công trình đã công bố còn có những giới hạn sau:

- Các công trình đã công bố tiếp cận nghiên cứu dưới góc độ chuyên ngành tài chính ngân hàng, chưa có những nghiên cứu sâu về các phương thức phát triển CVNO đối với KHCN và các tiêu chí đánh giá sự phát triển theo các phương thức phát triển dịch vụ (đứng trên góc độ tiếp cận của chuyên ngành kinh doanh thương mại).

- Thông tin, dữ liệu nghiên cứu của các công trình đã công bố chủ yếu dừng lại đến năm 2012, một số nghiên cứu đăng tải trên các tạp chí khảo sát đến năm 2013.

- Hầu hết các công trình đã công bố chỉ thực hiện phân tích thực trạng tín dụng BĐS và hoạt động CVNO đối với KHCN của các NHTM bằng việc sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính với các công cụ thống kê, phân tích số liệu thứ cấp để làm cơ sở đưa ra các kiến nghị với NHTM và các ngành chủ quản. Hiện NCS chưa thấy có các nghiên cứu định lượng và các nghiên cứu kết hợp giữa định tính và định lượng về rủi ro và chất lượng dịch vụ CVNO đối với KHCN của NHTM.

- Chưa có công trình nào nghiên cứu một cách toàn diện về phát triển CVNO đối với KHCN của BIDV (tiếp cận từ góc độ chuyên ngành kinh doanh thương mại).

1.1.5.2. Khoảng trống và hướng nghiên cứu của luận án

Qua tổng quan nghiên cứu cho thấy hiện đang có một “khoảng trống” cả về lý luận cũng như đánh giá thực tiễn về “phát triển CVNO đối với KHCN của BIDV” tiếp

cận từ góc độ chuyên ngành kinh doanh thương mại. Một số nội dung chính chưa được các nghiên cứu phân tích một cách thấu đáo gồm:

(1) Các phương thức phát triển, xác lập tiêu chí đánh giá và nhân tố ảnh hưởng đến phát triển CVNO đối với KHCN của NHTM.

(2) Phân tích, đánh giá thực trạng CVNO đối với KHCN của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam giai đoạn 2010-2015.

(3) Nghiên cứu các yếu tố gây rủi ro trong CVNO để đề xuất với NH trong việc phát triển an toàn hoạt động CVNO với KHCN.

(4) Kiểm định mô hình SERVQUAL nhằm xem xét mức độ hài lòng của KHCN đối với hoạt động CVNO của BIDV.

(5) Định hướng và giải pháp phát triển CVNO đối với KHCN của BIDV giai đoạn 2016-2020, tầm nhìn đến 2025.

Xuất phát từ thực tế trên, luận án sẽ tập trung nghiên cứu làm rõ các khoảng trống nêu trên. Trong quá trình nghiên cứu đề tài, để đưa ra các giải pháp phát triển hoạt động CVNO đối với KHCN của BIDV, NCS có tham khảo một số phần lý luận, thực tiễn và phát triển nghiên cứu có liên quan cho luận án.

1.2. Câu hỏi nghiên cứu

Từ những tổng hợp và phân tích trên, hướng nghiên cứu của luận án sẽ tập trung vào nghiên cứu thực trạng hoạt động phát triển CVNO đối với KHCN tại BIDV trong giai đoạn từ 2010 đến 2015, từ đó đưa ra các định hướng và giải pháp hoàn thiện việc phát triển hoạt động cho vay này đối với BIDV nói riêng và kiến nghị các cơ quan quản lý Nhà nước trong việc tạo điều kiện để các NH tiếp vốn cho thị trường BĐS nhà ở phát triển một cách “lành mạnh” và giảm thiểu giá ảo và nhu cầu ảo về nhà ở trên thị trường Việt Nam. Để giải quyết vấn đề này, luận án tập trung trả lời các câu hỏi sau:

- *Thứ nhất*, chủ thể tiếp nhận vốn vay nhà ở và các loại hình CVNO của NHTM trên thị trường Việt Nam?

- *Thứ hai*, các phương thức phát triển CVNO đối với KHCN của một NHTM nói chung, BIDV nói riêng?

- *Thứ ba*, tiêu chí đánh giá và những yếu tố ảnh hưởng đến phát triển CVNO đối với KHCN của NHTM nói chung và BIDV nói riêng nhằm tạo ra tăng trưởng về quy mô và đảm bảo an toàn tín dụng?

- Thứ tư, để phát triển hoạt động CVNO đối với KHCN, BIDV cần tập trung giải quyết bằng các giải pháp nào và điều kiện để thực hiện giải pháp?

1.3. Mô hình và phương pháp nghiên cứu đề tài luận án

1.3.1. Mô hình nghiên cứu



1.3.2. Phương pháp nghiên cứu

1.3.2.1. Phương pháp thu thập thông tin, dữ liệu

Nhằm giải quyết vấn đề nghiên cứu một cách toàn diện, NCS đã tiến hành thu thập và sử dụng cả hai loại dữ liệu sơ cấp và thứ cấp.

* Thông tin sơ cấp

Thông tin sơ cấp thu thập gồm:

- Khảo sát về mức độ hài lòng của KHCN đối với chất lượng dịch vụ CVNO (Xem mẫu Phiếu khảo sát và kết quả tại Phụ lục 4). Thông tin này được khảo sát từ các KHCN có hoạt động vay vốn đáp ứng nhu cầu về nhà ở tại BIDV. Phiếu được điều tra tới các KHCN tại các địa bàn trên phạm vi toàn quốc trong đó chú trọng vào 2 địa bàn chính là Hà Nội (số lượng phiếu phân bổ chiếm 30%) và TP Hồ Chí Minh (số lượng chiếm 30%).

Nội dung khảo sát tập trung vào 6 (sáu) nhóm vấn đề chính liên quan đến mô hình SERVQUAL gồm: các đánh giá của KH về (1) cơ sở vật chất của ngân hàng, (2) mức độ tin cậy, (3) mức độ đáp ứng, (4) năng lực phục vụ của nhân viên, (5) mức độ đồng cảm và (6) sự hài lòng của họ với sản phẩm cho vay nhà ở mà BIDV cung cấp.

Tổng số phiếu phát ra bằng bản cứng là 140 phiếu, thông qua email là 20 phiếu. Số phiếu thu về là 180 (với 140 bản cứng và 40 bản mềm, phần gia tăng của bản mềm do việc chuyển tiếp email). Trong đó có 40 phiếu lỗi (chiếm 22,22%) và có 140 phiếu

hợp lệ với 40 phiếu thu hợp lệ từ KHCN ở Hà Nội, 30 phiếu – KHCN ở TP Hồ Chí Minh, 70 phiếu – KHCN ở các địa bàn Quảng Ninh (10 phiếu), Hải Phòng (10 phiếu), Huế (10 phiếu), Đà Nẵng (20 phiếu) và Quảng Ngãi (20 phiếu).

- Khảo sát đánh giá mức độ rủi ro về hoạt động CVNO đối với KHCN của BIDV (Xem mẫu Phiếu Khảo sát và kết quả tại Phụ lục số 3). Thông tin này được khảo sát từ các lãnh đạo ngân hàng (hội sở, chi nhánh) và nhân viên kiểm soát cấp tín dụng bán lẻ thuộc hệ thống BIDV, trong đó chú trọng các chi nhánh hoạt động tại Hà Nội (chiếm 30% số phiếu điều tra), TP Hồ Chí Minh (chiếm 30% số phiếu điều tra).

Nội dung khảo sát tập trung vào 5 (năm) vấn đề chính liên quan đến đánh giá của các cấp có liên quan đến hoạt động CVNO đối với KHCN tại BIDV về các yếu tố gây rủi ro tín dụng nhà ở đối với KHCN, gồm: (1) các yếu tố môi trường, (2) các yếu tố thuộc về ngân hàng, (3) các yếu tố thuộc về năng lực của KHCN, (4) các yếu tố về nội tại khoản vay và (5) đánh giá mức độ rủi ro tín dụng nhà ở đối với KHCN của BIDV.

Tổng số phiếu phát ra bằng bản cứng là 200, thông qua email là 100. Số phiếu thu về là 340 (do việc gửi email chuyên tiếp tạo ra với 200 bản cứng và 140 bản mềm). Trong đó có 53 phiếu lỗi (chiếm 15,59%) và có 287 phiếu hợp lệ với 85 phiếu thu về từ Hà Nội, 80 phiếu – từ TP Hồ Chí Minh, 122 phiếu từ Quảng Ninh (18 phiếu), Hải Phòng (18 phiếu), Huế (20 phiếu), Đà Nẵng (36 phiếu) và Quảng Ngãi (30 phiếu).

**** Thông tin thứ cấp***

Các thông tin thứ cấp về hoạt động CVNO đối với KHCN được thu thập tại BIDV từ năm 2010 đến năm 2015 (một vài số liệu thu thập tới hết 2014) là nguồn dữ liệu thứ cấp cơ bản để đánh giá việc phát triển CVNO đối với KHCN tại NH này. Ngoài ra, các thông tin thứ cấp còn được thu thập từ Bộ Xây dựng, Ngân hàng Nhà nước, Tổng cục Thống kê và các website có liên quan về lĩnh vực đầu tư BĐS.

1.3.2.2. Phương pháp tổng hợp và xử lý thông tin, dữ liệu

**** Xử lý thông tin sơ cấp***

Đối với thông tin sơ cấp được thu thập bằng phương pháp điều tra xã hội học, NCS tiến hành xử lý bằng phần mềm SPSS 20.0 để đánh giá mức độ hài lòng của KH theo mô hình SERVQUAL (kết quả điều tra tại Phụ lục số 3) và mức độ tác động của các yếu tố gây rủi ro tới CVNO của KHCN (kết quả điều tra tại Phụ lục số 2). Dựa vào kết quả nghiên cứu định lượng, kết hợp với phân tích số liệu thứ cấp thực trạng phát triển CVNO là cơ sở để NCS đánh giá thực trạng CVNO của BIDV theo các tiêu chí đã nêu ở chương 2, chỉ ra hạn chế và nguyên nhân, từ đó đưa ra các đề xuất về giải pháp phát triển hoạt động CVNO đối với KHCN của BIDV ở chương 4.

**** Xử lý thông tin thứ cấp***

Đối với thông tin thứ cấp thu thập được, NCS sử dụng phương pháp thống kê, tổng hợp, so sánh, phân tích; sử dụng bảng phân tích, đồ thị để đánh giá mức độ phát triển của hoạt động CVNO đối với KHCN của BIDV, kết hợp với kết quả phân tích định lượng bằng SPSS để đưa ra các đánh giá về thực trạng CVNO đối với KHCN.

CHƯƠNG 2

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN CHO VAY NHÀ Ở ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

2.1. Cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

2.1.1. *Khái niệm, đặc điểm và vai trò của cho vay nhà ở đối với KHCN*

2.1.1.1. *Khái niệm*

Tín dụng xuất phát từ gốc Latinh (Greditum) – tức là tin tưởng, tín nhiệm. Tín dụng được diễn giải trong Từ điển Kinh tế học [18] “được sử dụng rộng rãi trong quá trình cho vay” tín dụng “thường được dùng để chỉ các khoản loại hình cho vay có hiệu ứng tiền tệ, tức là làm tăng cung ứng tiền tệ, hoặc làm tăng các phương tiện thay thế cho tiền”. Trong thực tế, tín dụng hoạt động rất phong phú và đa dạng nhưng ở bất cứ dạng nào tín dụng cũng thể hiện ở các đặc trưng cơ bản sau:

Chỉ thay đổi quyền sử dụng không thay đổi quyền sở hữu vốn, theo đó người sở hữu một số tiền hoặc hàng hóa chuyển giao cho người khách sử dụng trong một thời gian nhất định.

Thời hạn tín dụng được hai bên xác định dựa trên sự thỏa thuận (bằng văn bản, hoặc bằng miệng) giữa các bên tham gia quan hệ tín dụng.

Đến thời hạn do hai bên thỏa thuận, người sử dụng hoàn lại cho người sở hữu một giá trị lớn hơn. Phần tăng thêm được gọi là tiền lãi hay lợi tức.

Tín dụng cũng được hiểu là một phạm trù kinh tế và cũng là sản phẩm của kinh tế hàng hóa. Nó được duy trì và phát triển qua nhiều hình thái kinh tế - xã hội, thường được hiểu là quan hệ vay mượn (bằng hàng hóa hoặc bằng tiền tệ) giữa người có thặng dư tiết kiệm với người thiếu hụt tiết kiệm.

Một cách khái quát, tín dụng là quan hệ giữa các bên về việc vay mượn một tài sản, gồm tài sản thực, tài sản tài chính hay uy tín. Trong xã hội Công xã nguyên thủy, mọi thứ đều là của chung nên không tồn tại quan hệ vay mượn, tức là không tồn tại các hình thức của tín dụng. Khi Công xã nguyên thủy tan rã, tư hữu về tư liệu sản xuất và quan hệ trao đổi hàng hóa, phát sinh quan hệ vay mượn bằng hiện vật (tín dụng thương mại) xuất hiện. Khi kinh tế hàng hóa – tiền tệ phát triển, tín dụng chuyển mạnh sang hình thức vay mượn bằng tiền tệ. Cho dù tín dụng có được biểu đạt dưới hình thức nào đi chăng nữa, chúng vẫn đảm bảo 3 (ba) đặc điểm cơ bản là (i) tính thời hạn, (ii) tính hoàn trả và (iii) tính tin tưởng. Theo Điều 4, mục 14 [13]: “Cấp tín dụng là việc thỏa thuận để tổ chức, cá nhân sử dụng một khoản tiền hoặc cam kết cho phép sử dụng một khoản tiền theo nguyên tắc có hoàn trả bằng nghiệp vụ cho vay, chiết khấu, cho thuê

tài chính, bao thanh toán, bảo lãnh các ngân hàng và các nghiệp vụ cấp tín dụng khác” và tại mục 16: “Cho vay là hình thức cấp tín dụng, theo đó bên cho vay giao hoặc cam kết giao cho KH một khoản tiền để sử dụng vào mục đích xác định theo thỏa thuận với nguyên tắc có hoàn trả cả gốc và lãi”. Như vậy, có thể hiểu: Cho vay là việc một bên (bên cho vay) cung cấp nguồn tài chính cho bên khác (bên đi vay), trong đó bên đi vay sẽ hoàn trả tài chính cho bên cho vay trong một thời hạn thỏa thuận và thường kèm theo lãi suất. Hoạt động này phát sinh khoản nợ giữa bên đi vay và bên cho vay. Vì thế tín dụng (theo nghĩa hẹp) phản ánh mối quan hệ giữa bên cho vay (chủ nợ) với bên đi vay (khách nợ) và mối quan hệ đó bị chi phối bởi cơ chế tín dụng, thỏa thuận về thời gian, lãi suất phải trả,... CVNO ở là hoạt động tín dụng giữa các chủ thể (chủ thể cung vốn và chủ thể cầu vốn) liên quan đến việc mua sắm và xây dựng nhà ở. Các thành viên tham gia hoạt động CVNO (xem bảng 2.1) có thể chia làm 2 nhóm chính: (1) Chủ thể cầu vốn là các chủ sở hữu nhà ở (các chủ thể mong muốn thỏa mãn nhu cầu sống, hoặc lợi tức thu được từ tiền cho thuê và gia tăng giá trị của nhà ở đó) và (2) chủ thể cung vốn là người cho vay (các chủ thể mong muốn lợi tức từ lãi suất cho vay).

Bảng 2.1. Tương tác giữa các thành viên trong hoạt động cho vay nhà ở

	Nhà ở phục vụ nhu cầu cư trú trực tiếp của cá nhân, hộ gia đình (chiếm giữ trực tiếp)	Nhà ở dưới dạng cho thuê (chiếm giữ gián tiếp)
Chủ thể cầu vốn (Người sở hữu nhà đất ở)	Cá nhân, hộ gia đình	Các nhà đầu tư ở các công ty kinh doanh BĐS và các quỹ tín thác BĐS
Chủ thể cung vốn (Người cho vay nhà ở)	Các tổ chức tín dụng trung gian, người cho vay tư nhân	Các tổ chức tín dụng trung gian, các nhà đầu tư cho vay BĐS nhà ở thế chấp.

Nguồn: [43]

CVNO được coi là hoạt động căn bản của bất kì NHTM nào. Tuy nhiên, theo truyền thống, các NHTM thường chú trọng cho vay đối với lĩnh vực sản xuất kinh doanh (như đầu tư, xây dựng và kinh doanh nhà ở) và với KHDN (doanh nghiệp đầu tư, kinh doanh, xây dựng nhà ở) mà chưa thực sự chú trọng phát triển các dịch vụ CVNO đối với KHCN. Ngày nay, cuộc sống của người dân ngày một phát triển theo hướng hiện đại và tiện nghi, giá trị cuộc sống được nâng cao, nhu cầu về nhà ở càng trở thành một đòi hỏi bức thiết. Song để có thể sở hữu một căn nhà như mong muốn không phải dễ dàng đối với các cá nhân bởi giá nhà/đất luôn ở mức vượt cao hơn so

với khả năng tích lũy của đa số cá nhân có nhu cầu. Có ba sự lựa chọn nguồn tài trợ mà cá nhân thường hay vận dụng để thỏa mãn nhu cầu phát triển nhà ở:

Thứ nhất: ***Đi vay của người thân***. Phương án này về mặt hình thức rất đơn giản nhưng tính khả thi thấp do sự không sẵn sàng cho vay của những người thân có tiền, nhất là món vay có giá trị lớn và thời hạn dài, bởi “chủ nợ” lo lắng về khả năng trả nợ.

Thứ hai: ***Mua nhà trả góp cho chủ đầu tư, kinh doanh nhà ở***. Phương án này về mặt hình thức khá đơn giản nhưng khó khả thi bởi các bất lợi đưa đến cho cả hai bên. Đối với người bán, nếu người mua không trả nợ đúng hạn, không trả được nợ hoặc cố tình không trả nợ, người bán sẽ bị thiếu hụt vốn kinh doanh, phá vỡ cân đối thu chi và gây ảnh hưởng đến khả năng thanh toán. Thêm vào đó, người bán sẽ bị gia tăng các khoản chi phí kiểm soát tín dụng, phòng ngừa rủi ro tín dụng và việc thu hồi, phát mại tài sản đòi hỏi mất một khoảng thời gian nhất định. Những điều này khiến người bán không “hứng thú” với việc bán trả góp. Còn đối với người mua trả góp, món nợ sẽ được thanh toán qua nhiều kì khiến người mua luôn trong trạng thái nợ nần, tạo áp lực tâm lý không nhỏ. Thêm vào đó, tổng giá trị thanh toán có khuynh hướng cao hơn nhiều so với trả ngay, cũng là lí do khiến không hấp dẫn người mua. Vấn đề pháp lý đối với tài sản mua trả góp cũng là một mối quan ngại đối với người mua. Liệu có xảy ra tình trạng người bán dùng giấy tờ của nhà ở này làm đảm bảo cho khoản vay mượn của mình không? Nếu có và khi họ không trả được nợ liệu có ảnh hưởng tới người mua trả góp không? Bởi trong thời gian trả góp tài sản này vẫn thuộc sở hữu của người bán.

Thứ ba: ***cá nhân có nhu cầu về nhà ở đến NHTM xin vay để mua nhà***. Do NHTM là tổ chức kinh doanh tiền tệ, có phương pháp kiểm soát rủi ro và tiết kiệm chi phí. Vì vậy, nhu cầu của KH sẽ được xem xét và đáp ứng một cách chuyên nghiệp.

Thực tế là, nếu NHTM chỉ tập trung cho vay SXKD phục vụ cho lĩnh vực nhà ở hướng vào nhóm KHDN mà hàng hóa (nhà ở) không tiêu thụ được hoặc chậm tiêu thụ do người có nhu cầu nhưng không đủ khả năng thanh toán. Điều này sẽ khiến thị trường rơi vào trạng thái mất cân đối cung – cầu, theo đó cung sẽ vượt cầu, tồn kho nhà ở chờ bán tăng và làm ứ đọng vốn do tính thanh khoản thấp. Việc NHTM hướng phát triển cho vay đối với KHDN là đáp ứng nhu cầu vốn phục vụ cho lực lượng cung. Song muốn hàng hóa của thị trường này tiêu thụ được thì việc tối cần thiết phải có sự tiếp vốn đối với lực lượng cầu, đó chính là các cá nhân/hộ gia đình. Bên có khả năng đáp ứng nhu cầu về vốn không ai khác chính là các tổ chức trung gian tài chính mà lực lượng đông đảo nhất đó chính là các NHTM. Thông qua hoạt động này, cả các cá nhân (người tiêu dùng), DN đầu tư và kinh doanh nhà ở (nhà sản xuất) và NHTM đều tìm

thấy lợi ích thích đáng. Theo đó, người tiêu dùng thỏa mãn nhu cầu ngay cả khi chưa có đủ tiền, yên tâm về tính an toàn đối với nhà ở mà không lo bị người bán lợi dụng làm TSDB vay vốn kinh doanh; nhà sản xuất thì bán được hàng hóa (nhà ở), giải phóng hàng tồn kho, tạo được doanh thu, có thu nhập, có tiền để trả nợ vay và tiếp tục hoạt động; NHTM tăng nguồn thu nhập từ việc phát triển nghiệp vụ cho vay đối với KHCN đồng thời mở ra triển vọng tiếp cận nhiều hơn nữa với nhóm KH này thông qua các dịch vụ gia tăng khác, như mở tài khoản, thực hiện thanh toán qua NH. Do vậy có thể coi các hoạt động CVNO thuộc nhóm cho vay tiêu dùng. Theo Nguyễn Văn Tiến & Nguyễn Thị Lan [19] *Cho vay tiêu dùng là một hình thức tín dụng, qua đó ngân hàng cho khách hàng là cá nhân hay hộ gia đình vay một lượng tiền nhất định để mua hàng hóa hay dịch vụ sử dụng vào mục đích tiêu dùng.*

Trên cơ sở nghiên cứu lý thuyết và thực tế, NCS cho rằng, CVNO đối với KHCN được hiểu là một loại hình cho vay tiêu dùng, theo đó NH cho KH vay một lượng tiền để hình thành nhà ở nhằm mục đích tiêu dùng. Khi thực hiện, KHCN hướng tới thỏa mãn nhu cầu về nơi ở cho bản thân và gia đình họ, hay nói cách khác NHTM cung cấp vốn để KHCN hình thành một BĐS dưới dạng tiêu sản (dùng để sử dụng).

2.1.1.2. Đặc điểm

Là một khoản cho vay nên CVNO đối với KHCN cũng có nội dung và đặc điểm của một khoản cho vay nói chung, đó là thời hạn, tính hoàn trả và lãi suất. Ngoài ra, CVNO đối với KHCN có các đặc điểm riêng biệt (xem chi tiết tại Phụ lục 10):

- (1) Chủ thể được NH cấp tín dụng: là người tiêu dùng (cá nhân, hộ gia đình).
- (2) Mục đích tín dụng: hình thành nhà ở (mua, sửa chữa, thuê nhà để ở) nhằm mục đích tiêu dùng, chứ không phải phục vụ kinh doanh.
- (3) Quy mô món vay thường nhỏ so với quy mô vay của KHDN, cá nhân đầu tư BĐS kiếm lời, nhưng số lượng các món vay nhiều, chi phí tổ chức cho vay cao.
- (4) CVNO thường có độ rủi ro lớn hơn so với cho vay đối với cá nhân đầu tư BĐS
- (5) Thời hạn cho vay phụ thuộc nhiều vào mục đích sử dụng vốn vay
- (6) Nhu cầu vay của KHCN hầu như rất ít có giãn với lãi suất.
- (7) Nhu cầu vay nhà ở của KHCN chịu ảnh hưởng của chu kỳ kinh tế.
- (8) Mức thu nhập và trình độ học vấn là hai biến số có mối quan hệ mật thiết tới nhu cầu vay nhà ở của cá nhân.

(9) Chất lượng thông tin tài chính của KHCN vay mua nhà ở thường không cao so với KHDN và cá nhân kinh doanh.

(10) Tư cách của khách hàng là yếu tố khó xác định, song lại rất quan trọng vì nó quyết định khả năng hoàn trả khoản vay.

2.1.1.3. Vai trò của cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

Hiện nay, hoạt động CVNO đối với KHCN ngày càng trở nên cấp thiết và có ý nghĩa to lớn đối với sự phát triển của nền kinh tế quốc gia. Nhờ có sự tiếp vốn tín dụng này từ phía các NHTM mà thị trường BĐS nhà ở có cơ hội phát triển, từ đó kéo theo các thị trường liên quan như thị trường BĐS nhà ở, thị trường vật liệu xây dựng và phụ trợ, thị trường lao động phát triển. Dưới đây là những vai trò cơ bản của hoạt động CVNO đối với KHCN.

a/ Đối với cá nhân vay vốn

➤ *Đáp ứng nhu cầu nhà ở cho cá nhân/ hộ gia đình ngay cả khi chưa có đủ tích lũy về nguồn vốn*

Thông qua hoạt động vay vốn này, họ được hưởng các tiện ích về nhà ở trước khi tích lũy đủ tiền, nâng cao chất lượng về chỗ ở thông qua việc tiêu dùng ở hiện tại và thanh toán dần trong tương lai. Điều này ngày càng trở nên quan trọng và hấp dẫn đối với giới trẻ và hộ gia đình trẻ. Nhờ có hoạt động cho vay này mà các cá nhân có thể đưa ra các quyết định lớn như mua nhà ở, xây dựng nhà ở, thuê nhà ở...

Hoạt động này đã thỏa mãn được xung đột của cá nhân giữa nhu cầu về chỗ ở và thời gian tích lũy vốn đủ để tạo lập chỗ ở như mong muốn, vì nếu đợi đến khi có đủ tiền mới thực hiện tạo lập nhà ở như ý định thì lợi ích cảm nhận từ sự thụ hưởng có xu hướng giảm xuống và rất có thể các cá nhân không bao giờ có được chỗ ở như mong muốn (do nhu cầu về nhà ở sẽ thay đổi liên tục theo thời gian, thị hiếu, thu nhập và tuổi tác). Điều này được thể hiện rõ nét nhất tại các nước phát triển, thông qua các khoản CVNO đối với KHCN của NH hết sức nhanh chóng và thuận tiện, KH hầu như được đáp ứng các nhu cầu cá nhân thiết yếu về chỗ ở như mua nhà, sửa chữa nâng cấp chỗ ở, thuê nhà ở... Tuy nhiên, nếu các cá nhân quá lạm dụng đi vay vốn với khối lượng lớn để đầu tư vào nhà ở cao hơn so với dự kiến về thu nhập có khả năng thanh toán trong tương lai thì họ có thể gặp phải rủi ro thanh khoản, ảnh hưởng đến khả năng tiết kiệm và gặp khó khăn trong tương lai.

➤ *Giúp cá nhân/hộ gia đình ổn định cuộc sống và nâng cao chất lượng sống*

Việc có nguồn tài trợ để hình thành nhà ở sẽ giúp cá nhân mau chóng có được nơi cư trú phù hợp. Điều này rất quan trọng với con người, bởi chỉ khi có chỗ ở phù

hợp con người mới yên tâm trong sinh hoạt. Thêm vào đó, các NHTM thường có các chương trình cho vay mua nhà ở liên kết với chủ đầu tư, sẽ giúp cho người mua nhà thêm yên tâm về chất lượng công trình và tính đảm bảo của giá trị tài sản.

➤ ***Tạo cơ hội đầu tư cho cá nhân***

Đầu tư vào BĐS nhà ở là một trong những hình thức đầu tư khá được ưa chuộng bởi luôn tồn tại một thực tế trong dài hạn là cung BĐS nhà ở < cầu BĐS nhà ở. Do đó, nếu cá nhân tiên lượng được xu hướng phát triển nhà ở và thị hiếu tiêu dùng nhà ở trong tương lai, có thể tiến hành đầu tư vốn vào lĩnh vực này. Do đó, việc các NHTM cho cá nhân vay vốn sẽ tạo cơ hội cho KH đầu tư vào một lĩnh vực hiệu quả.

b/ Đối với ngân hàng

➤ ***Góp phần nâng cao khả năng nhận diện thương hiệu cho ngân hàng***

KHCN luôn là thành phần đông đảo và quan trọng nhất mà các NHTM hiện nay phải hướng tới. Việc phát triển CVNO đối với KHCN sẽ giúp hình ảnh thương hiệu của NH được phổ biến rộng khắp. Thông qua hoạt động này, ngoài việc tăng thu nhập từ hoạt động cho vay, NH còn có cơ hội thuận lợi hơn trong việc phát triển các dịch vụ NHBL, như: huy động tiền gửi thông qua các sản phẩm gửi tiền tiết kiệm, hợp đồng góp vốn; giao dịch thanh toán, mở tài khoản giao dịch, tài khoản thẻ, dịch vụ NH điện tử, phát triển các hoạt động cho vay tiêu dùng khác như: vay mua xe, mua các thiết bị gia đình, nội ngoại thất, vay du học, du lịch, chữa bệnh...

➤ ***Góp phần phân tán rủi ro và nâng cao thu nhập cho ngân hàng***

Nếu NH chỉ tập trung cho vay các KHDN mà vì lí do nào đó khiến hoạt động kinh doanh của nhóm KH này không thuận lợi, gặp khó khăn, ảnh hưởng đến khả năng trả nợ sẽ tác động lớn tới hoạt động kinh doanh của NH. Do vậy, phát triển cho vay cá nhân được các NHTM coi như một giải pháp phân tán rủi ro hiệu quả vì số lượng KH nhiều, giá trị khoản vay nhỏ nên bản thân hoạt động này đã có được sự tự phân tán rủi ro và tự đa dạng hóa sản phẩm tốt hơn món vay kinh doanh nhà ở của KHDN.

Bên cạnh đó, hoạt động này vừa giúp NH phát triển thu nhập từ hoạt động cho vay đồng thời cũng giúp cho NH thúc đẩy các hoạt động kinh doanh khác tạo nguồn thu cho NH: huy động tiền gửi tiết kiệm, cung cấp dịch vụ thanh toán và các tiện ích gia tăng khác giữa NH với tập KH đông đảo và tiềm năng nhất này. Đặc biệt, các NHTM đều nhận thấy một tiềm năng to lớn từ hoạt động huy động tiền gửi của nhóm KH này, đây cũng là nguồn vốn huy động chủ yếu và ổn định mà NH nào cũng muốn duy trì và phát triển để thực hiện kinh doanh của mình.

c/ Đối với nền kinh tế

➤ Góp phần tạo sự năng động cho các thành phần kinh tế

CVNO là kênh hỗ trợ vốn để dân chúng trang trải các chi phí phát sinh về nhà ở nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống. Để đáp ứng nhu cầu đa dạng về nhà ở của dân chúng, các thành phần kinh tế tham gia trực tiếp và gián tiếp vào quá trình tạo lập nhà ở phải đẩy mạnh phát triển và đa dạng trong đầu tư, xây dựng và kinh doanh nhà ở, các sản phẩm phục vụ cho xây dựng nhà cửa. Từ đó, tạo ra nhiều công ăn việc làm, tạo ra những khác biệt tích cực giúp tăng khả năng cạnh tranh trước các đối thủ.

➤ Góp phần tạo sự ổn định về mặt xã hội

Với bản chất là một hoạt động tín dụng, CVNO đóng vai trò tích cực đối với xã hội trong việc giúp các cá nhân/ hộ gia đình ổn định và thỏa mãn về nơi cư trú. Hơn nữa, hoạt động này còn góp phần khai thác triệt để các nguồn vốn nhà rỗi trong xã hội, đưa các nguồn vốn này ra lưu thông một cách hiệu quả từ nơi thừa vốn đến nơi thiếu vốn.

Thông qua tài trợ cho tiêu dùng nhà ở của cá nhân, NH đã gián tiếp tài trợ cho lực lượng cung nhà ở (các doanh nghiệp đầu tư, kinh doanh nhà ở). Khi tiêu dùng nhà ở được kích thích, hàng tồn kho về nhà ở của lực lượng cung được giải phóng, các doanh nghiệp có luồng tiền về đảm bảo cho hoạt động đầu tư và kinh doanh nhà ở tiếp tục phát triển, theo đó đầu tư và kinh doanh nhà ở được tiếp diễn liên tục, các công ty có mối quan hệ trực tiếp và gián tiếp trên thị trường BĐS nhà ở có cơ hội tiếp tục kinh doanh và phát triển theo, từ đó kích thích tăng trưởng kinh tế, tạo công ăn việc làm cho người lao động và gia tăng thu nhập cho họ. Điều này góp phần xóa đói giảm nghèo, an cư và ổn định trật tự xã hội.

2.1.2. Các hình thức cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

CVNO cùng thuộc loại hình cho vay nói chung nên về nguyên tắc, các tiêu chí phân loại cho vay nói chung có thể áp dụng để phân loại đối với hoạt động cho vay này.

2.1.2.1. Căn cứ vào mục đích vay vốn

a/ Cho vay thế chấp nhà ở: Gồm các khoản cho vay để tài trợ việc mua căn hộ chung cư, nhà liền kề hay biệt thự, xây dựng, hay sửa chữa nâng cấp nhà ở... nhằm mục đích cư trú. Những khoản vay này thường là trung và dài hạn (5 năm đến 10, 20 hay 30 năm) và được đảm bảo bằng chính tài sản hình thành từ vốn vay. Lãi suất của khoản vay có thể cố định hoặc thả nổi. Một mức phí cam kết [46], khoảng từ 1% đến 2% giá trị danh nghĩa của khoản vay, sẽ được đóng trước để đảm bảo rằng người vay được sử dụng khoản tín dụng trong một thời kì đã ấn định trước. Khoản cho vay

thường có giá trị lớn, thời hạn dài nên thường áp dụng phương thức trả góp khi người vay hoàn trả nghĩa vụ tài chính. [29] [7]

b/ Cho vay không thế chấp: Gồm các khoản vay ngắn hạn áp dụng cho KHCN khi họ có nhu cầu về tiền mặt ngay và thực hiện hoàn trả nghĩa vụ tài chính với NH một lần khi khoản vay đáo hạn. Các khoản vay thường được dùng để sửa chữa nhà ở (sửa chữa nhỏ), trả tiền thuê nhà. [7] [48].

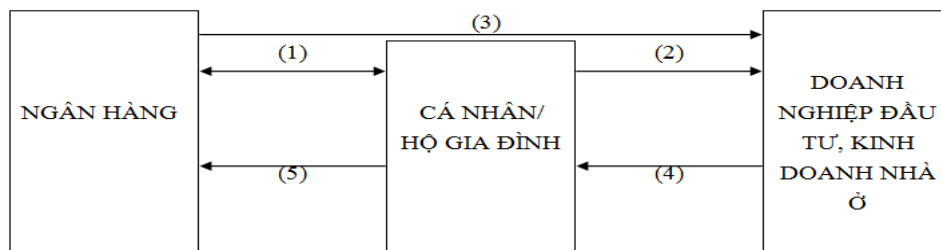
2.1.2.2. Căn cứ vào phương thức hoàn trả

a/ Cho vay trả góp [29]: Là hình thức cho vay mà người vay phải trả nợ gốc và lãi cho NH nhiều lần, theo định kỳ nhất định (tháng/quý) trong thời hạn cho vay. Cho vay trả góp áp dụng cho món vay có giá trị lớn, thời hạn vay dài hay khi thu nhập của người vay không đủ khả năng thanh toán hết một lần trả nợ vay nên NH thường vận dụng hình thức này khi đáp ứng nhu cầu vay vốn để hình thành nhà ở như mua nhà ở, xây dựng nhà ở. Trả góp đem lại sự ổn định tài chính cho KH, bởi ngay tại thời điểm kí kết hợp đồng họ biết chắc chắn sẽ phải thanh toán bao nhiêu kì và số tiền phải trả ở mỗi kì là bao nhiêu. Nhà ở được hình thành từ nguồn vốn vay thường được dùng để đảm bảo tiền vay. Nếu người vay không trả nợ, NH có thể phát mại tài sản để thu hồi nợ.

b/ Cho vay phi trả góp [29]: Là phương thức cho vay mà việc trả nợ gốc và lãi cho NH chỉ xảy ra một lần khi đến hạn, áp dụng cho những món vay nhỏ với thời hạn ngắn như việc sửa chữa nhà ở.

2.1.2.3. Căn cứ vào nguồn gốc của khoản nợ

a/ Cho vay nhà ở trực tiếp: Cho vay nhà ở trực tiếp là khoản CVNO đối với các cá nhân, trong đó việc kí kết hợp đồng, giải ngân và thu nợ được thực hiện trực tiếp giữa NH và cá nhân. Cho vay nhà ở trực tiếp có thể được thể hiện qua sơ đồ 2.1.



Hình 2.1. Sơ đồ cho vay nhà ở trực tiếp đối với khách hàng cá nhân

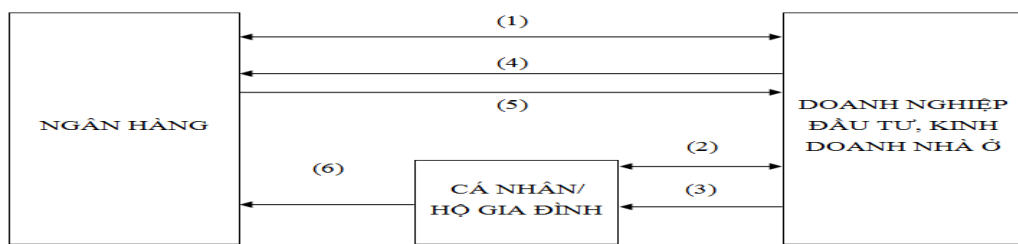
Nguồn: [46]

- (1) NH và cá nhân vay vốn trực tiếp kí kết hợp đồng tín dụng.
- (2) Cá nhân (người mua) trả ngay một phần tiền mua nhà cho DN (người bán).

- (3) NH thanh toán nốt số tiền còn lại cho người bán và ghi nợ người mua.
- (4) Người bán giao nhà ở cho người mua
- (5) Người mua nhà hoàn trả nợ vay cho NH (thường theo phương thức trả góp)

b/ Cho vay nhà ở gián tiếp: Cho vay nhà ở gián tiếp là khoản CVNO đối với KHCN, trong đó NH mua các khoản nợ phát sinh do các DN cung cấp nhà ở đã bán chịu nhà ở cho người tiêu dùng. Cho vay nhà ở gián tiếp được thể hiện qua sơ đồ 2.2.

- (1) NH và DN cung cấp nhà ở (người bán) kí kết hợp đồng mua bán nợ, trong hợp đồng sẽ gồm các điều kiện về KH, số tiền mua chịu tối đa và loại nhà mua chịu.
- (2) Người bán và cá nhân (người mua) kí kết hợp đồng mua bán chịu nhà ở, trong hợp đồng thường quy định người mua phải thanh toán ngay một phần giá trị nhà.
- (3) Người bán giao nhà cho người mua
- (4) Người bán bán bộ chứng từ bán chịu nhà ở cho NH
- (5) NH thanh toán phần còn lại cho người bán
- (6) Người mua thanh toán số tiền còn lại cho NH



Hình 2.2. Sơ đồ cho vay nhà ở gián tiếp đối với khách hàng cá nhân

Nguồn: [46]

Hình thức mua bán nợ giữa NH và người bán nhà ở có thể là một trong số những hình thức tài trợ sau:[7]

- (i) Tài trợ truy đòi toàn bộ: khi bán các khoản nợ, người bán cam kết sẽ thanh toán cho NH toàn bộ nếu đến hạn người mua nhà ở không thanh toán cho NH.
- (ii) Tài trợ truy đòi hạn chế: trách nhiệm của người bán nhà ở đối với khoản nợ của người mua nhà ở chỉ giới hạn ở một tỷ lệ, theo thỏa thuận giữa NH và người bán nhà ở.
- (iii) Tài trợ miễn truy đòi: sau khi bán các khoản nợ cho NH, người bán nhà ở không còn bất kì trách nhiệm nào về việc người mua nhà ở có được hoàn trả cho NH hay không. Với hình thức này, NH chịu rủi ro cao nên chi phí tài trợ rất cao và các được thẩm định một cách kĩ càng. Hình thức này cũng chỉ được các NH áp dụng với các KH là người bán nhà ở tin cậy, có quan hệ lâu năm với NH.

(iv) Tài trợ có mua lại: NH và người bán nhà ở thỏa thuận việc NH sẽ bán lại khoản nợ cho người bán nhà ở này sau một thời gian nhất định, hay NH mua khoản nợ trong một thời hạn nhất định và có quyền bán lại cho người bán đó trước khi nó đến hạn. Điều này đồng nghĩa với việc người bán nhà ở có trách nhiệm đòi tiền người mua nhà.

2.1.2.4. Căn cứ vào sản phẩm nhà ở

a/ Cho vay mua nhà ở thương mại: Là việc NHTM cho các KH vay vốn để hình thành nhà ở tại các dự án nhà ở thương mại. Theo đó, nhà ở thương mại là nhà ở do tổ chức, cá nhân thuộc các thành phần kinh tế đầu tư xây dựng để bán theo nhu cầu và cơ chế thị trường. Các NHTM đều có quyền cung cấp sản phẩm cho vay này trên thị trường.

b/ Cho vay mua nhà ở xã hội: Là việc NHTM cho KH vay vốn để tạo lập nhà ở tại các dự án nhà ở xã hội. Các KH được vay vốn này là các chủ thể thuộc diện được mua nhà ở xã hội theo quy định tại Luật Nhà ở gồm: cán bộ, công chức viên chức, sĩ quan, quân nhân chuyên nghiệp thuộc lực lượng vũ trang nhân dân hưởng lương từ Ngân sách Nhà nước, công nhân làm việc tại các khu kinh tế, khu công nghiệp, khu chế xuất, khu công nghệ cao, các chủ thể trả lại nhà công vụ mà có khó khăn về nhà ở, người nghèo, người có thu nhập thấp, người được đền bù về nhà ở do trưng thu đất phục vụ các dự án phát triển kinh tế xã hội, quốc phòng an ninh, dự án dân dân, tái định cư. Khoản cho vay này thường tiến hành theo các chương trình ưu đãi của Chính phủ, người vay phải thực hiện các thủ tục theo yêu cầu cụ thể của mỗi chương trình mới được NH xem xét cho vay. Chính phủ sẽ chỉ định cụ thể một số NHTM cung cấp sản phẩm vay vốn này.

2.1.3. Tổ chức quản lý cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

2.1.3.1. Ban hành chính sách và quy trình cho vay nhà ở đối với KHCCN

a/ Chính sách cho vay

Để đảm bảo tính hiệu quả trong quá trình CVNO, NHTM phải có một chính sách quản lý hoạt động này. Đó là những hoạt động được xuất phát từ nhu cầu, mục tiêu chung và hướng vào việc điều hòa các nguồn lực con người, vật chất sao cho với chi phí thấp nhất để đạt được mục tiêu của chính sách CVNO của NHTM:

- (1) Tối đa hóa thu nhập từ hoạt động cho vay này.
- (2) Giảm thiểu các rủi ro trong hoạt động cho vay đối với KHCCN.

Để đạt được mục tiêu trên, chính sách CVNO của NH cần thực hiện các nhiệm vụ:

- Xây dựng chiến lược CVNO;
- Thiết lập các mục tiêu hoạt động CVNO đối với KHCHN, quản trị danh mục CVNO, thiết lập quy trình cho vay, các chính sách có liên quan, các biện pháp chủ yếu và thời hạn để thực hiện các mục tiêu đó;
- Xác định nguồn lực cho việc thực hiện các mục tiêu của NHTM, gồm: nguồn lực về tài chính, nhân sự, cơ sở vật chất kĩ thuật, công nghệ, mạng lưới...

b/ Quy trình cho vay nhà ở

Toàn bộ quy trình cho vay liên kết chặt chẽ từ nghiên cứu thị trường thông qua các mối liên hệ với KH, điều tra và đánh giá tín dụng, phê duyệt, soạn thảo hồ sơ, giải ngân, đánh giá và thu hồi nợ cho tới quay vòng, gia hạn hay chấm dứt khoản cho vay. Quy trình này bao gồm 3 phần chính là Tiếp thị tín dụng; Phân tích đánh giá tín dụng và Quản lý giám sát tín dụng (xem Phụ lục 1).

2.1.3.2. Tổ chức bộ máy triển khai thực hiện chính sách, quy trình cho vay

Để thực hiện được các mục tiêu và nhiệm vụ nêu trên, các NHTM phải xác định và xây dựng được một cơ cấu tổ chức của bộ máy quản lý tín dụng có khả năng tuân thủ chính sách và quy trình tín dụng của NH, duy trì một danh mục cho vay chất lượng, giảm thiểu rủi ro, tối ưu hóa các cấp bậc cán bộ và chi phí sử dụng nhân lực. Việc tổ chức triển khai thực hiện các chính sách nhằm đạt các mục tiêu đã đề ra của NHTM trong toàn hệ thống, tại từng cấp/bộ phận, ứng dụng triển khai các mô hình cho vay, mô hình xét duyệt cho vay và mô hình quản trị rủi ro trong hoạt động CVNO. Theo đó, nhà quản trị theo phân cấp của NHTM thực hiện việc bố trí, phân bổ các nguồn lực vào các khâu công việc để thực hiện các kế hoạch, chiến lược, các chương trình, mục tiêu đã hoạch định. Bộ máy quản lý hoạt động CVNO phải đáp ứng các yêu cầu sau:

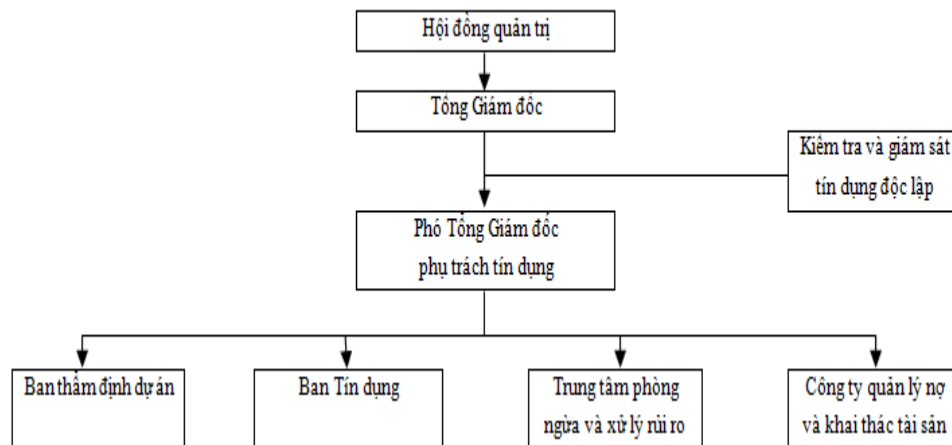
- (1) Cơ cấu lãnh đạo phù hợp với đơn vị kinh doanh (CN/PGD) nhằm đảm bảo tổ chức thực hiện công việc CVNO một cách hiệu quả.
- (2) Xác định rõ trách nhiệm của các bộ phận (hội sở chính, CN, PGD) hoặc cá nhân trong NH, đặc biệt là trách nhiệm về kết quả công việc.
- (3) Hoạt động theo định hướng khách hàng
- (4) Quản lý thông tin chặt chẽ và đầy đủ.

Việc tổ chức quản lý hoạt động tín dụng nói chung và CVNO nói riêng hiện nay được các NHTM xây dựng theo mô hình quản trị phân quyền dựa trên cơ sở các chính sách và nguyên tắc được điều hành tập trung. Trong đó, Ban Tín dụng chịu trách nhiệm xây dựng văn hóa, toàn bộ các chính sách và quy tắc quản trị chung cho công

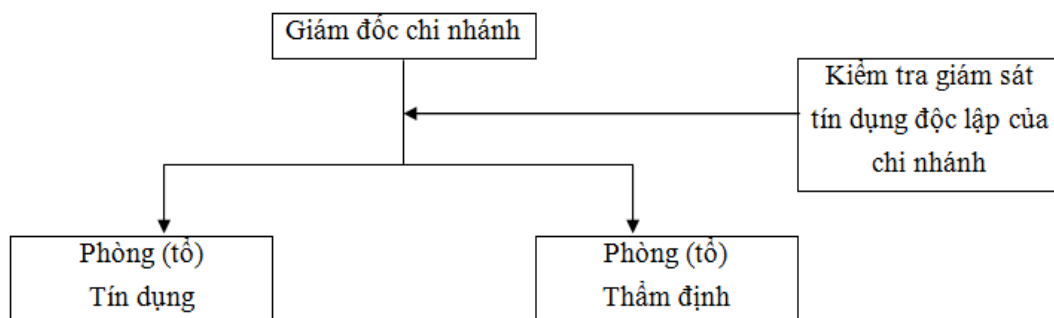
tác quản lý hoạt động CVNO đối với KHCHN của NH. Tiếp đến là Ban nghiệp vụ KHCHN, dựa trên những chính sách và nguyên tắc đó để trực tiếp thực hiện các giao dịch cho vay, quản lý và kiểm soát rủi ro trong CVNO đối với KHCHN.

Mô hình tổ chức bộ máy quản lý hoạt động CVNO nhằm hướng tới:

- Xác định mức chấp nhận rủi ro tín dụng trong CVNO phù hợp.
- Xây dựng quy trình cấp tín dụng nhà ở thống nhất và khoa học
- Duy trì một quy trình giám sát và đo lường rủi ro hợp lý
- Bảo đảm kiểm soát chặt chẽ đối với rủi ro cho vay nhà ở.
- Thu hút khách hàng cá nhân và dự án cho vay tốt.



Hình 2.3. Sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý hoạt động cho vay nhà ở tại Trụ sở chính của ngân hàng thương mại



Hình 2.4. Sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý hoạt động cho vay nhà ở tại chi nhánh của ngân hàng thương mại

Bộ máy tổ chức quản lý CVNO của NHTM thường gồm 3 nhóm chính trực tiếp tham gia vào quy trình quản lý tín dụng:

- Tổng Giám đốc (Giám đốc chi nhánh)
- Các phòng ban nghiệp vụ tín dụng
- Kiểm tra và giám sát tín dụng độc lập

Ba nhóm này chịu trách nhiệm xây dựng và thực hiện các chính sách, quy trình và các quy định về quản lý hoạt động CVNO đối với KHCN (xem sơ đồ 2.4 và 2.5).

2.1.3.3. Kiểm soát rủi ro, đánh giá kết quả thực hiện

a/ Rủi ro trong cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

Đề cập tới rủi ro có hai dòng quan điểm: (1) Quan điểm truyền thống, rủi ro là sự không may mắn, tổn thất mất mát, hoặc sự nguy hiểm. “Rủi ro là những sự kiện xảy ra có thể làm mất mát tài sản hay làm phát sinh một khoản nợ” [36]. Trong kinh doanh, nó là điều không tốt bất ngờ xảy đến, gây tổn thất tài sản hay giảm sút lợi nhuận thực tế so với dự kiến. Rủi ro còn được hiểu là những bất trắc ngoài ý muốn xảy ra trong quá trình SXKD tác động xấu đến sự tồn tại và phát triển của DN. Theo quan điểm này, rủi ro là những thiệt hại, mất mát, nguy hiểm / các yếu tố liên quan đến nguy hiểm, khó khăn / điều không chắc chắn có thể xảy ra cho chủ thể. Song, ta không thể định lượng được mức độ rủi ro mà chỉ định tính được ảnh hưởng của nó mà thôi. (2) Quan điểm hiện đại, Frank Knight (Mỹ) cho rằng “rủi ro là sự bất trắc có thể đo lường được”, chúng vừa mang tính tích cực, vừa mang tính tiêu cực. Alain Willet thì cho rằng: “rủi ro là sự bất trắc có thể liên quan đến một biến cố không mong đợi”. Irving Perfer có nhận định: “rủi ro là tổng hợp những ngẫu nhiên có thể đo lường được bằng xác suất”. Marilic Hurt Carty quan niệm: “rủi ro là tình trạng trong đó các biến cố xảy ra trong tương lai có thể xác định được”. Theo ông “kinh nghiệm hoạt động của một định chế có thể cung cấp chứng cứ tần suất xuất hiện các biến cố riêng biệt trong quá khứ và do đó cho phép các nhà quản trị định chế xác định được phân bố xác suất xuất hiện các biến cố trong tương lai”. Chúng cũng được hiểu là “khả năng sẽ xảy ra một kết quả có lợi hay không có lợi từ mỗi nguy hiểm hiện hữu” hoặc “Rủi ro là một điều kiện trong đó khả năng một sự bất lợi sẽ xuất hiện so với dự đoán khi biến cố xảy ra” [50]. Như vậy, các định nghĩa đều thống nhất coi rủi ro là sự bất trắc không mong đợi (biến cố) gây thiệt hại và có thể đo lường được.

Mặt khác, rủi ro giống như mỗi nguy hiểm trong đó có thể đem lại một kết quả có lợi hoặc một tổn thất. Giữa rủi ro và mỗi nguy hiểm có mối quan hệ mật thiết: nếu không có sự tồn tại của mỗi nguy hiểm thì không có rủi ro. Tương tự, giữa rủi ro và lợi ích cũng có mối liên hệ mật thiết: nếu không tồn tại rủi ro thì sẽ không có cơ hội để có lợi ích hoặc tổn thất. Theo đó, rủi ro là một yếu tố khách quan cho nên không thể loại

trừ được hoàn toàn mà chỉ có thể hạn chế sự xuất hiện cũng như tác hại do chúng gây nên. Rủi ro có thể đem đến những tổn thất nhưng cũng có thể mang lại những lợi ích, những cơ hội. Nếu ta quan tâm, thực hiện công tác nghiên cứu, ta có thể tìm ra những biện pháp phòng ngừa và hạn chế rủi ro, đón nhận cơ hội để mang lại kết quả tốt trong tương lai.

Giống như các tổ chức kinh doanh, NHTM thực hiện mục tiêu tìm kiếm thu nhập bằng việc chấp nhận với rủi ro của thị trường mà nó tham gia, “muốn có lợi nhuận phải chấp nhận rủi ro, không chấp nhận rủi ro sẽ không bao giờ thu được lợi nhuận. Đó là sự thật dù muốn hay không” [6]. Do đó, các NHTM có thể phải đối diện với thua lỗ, thậm chí có thể phá sản nếu không có sự quan tâm đúng mức đối với các rủi ro mà nó gặp phải. Từ đây, có thể thấy rằng NHTM là tổ chức kinh doanh rủi ro và việc nhận diện rủi ro có ý nghĩa quan trọng trong hoạt động kinh doanh của họ. Rủi ro trong hoạt động kinh doanh của NH được hiểu là “những biến cố không mong đợi, khi xảy ra dẫn đến tổn thất về tài sản của ngân hàng trong quá trình hoạt động” [35], giảm sút về thu nhập thực so với kỳ vọng hoặc phải bỏ thêm một khoản chi phí để có thể hoàn thành một nghiệp vụ tài chính nhất định. Rủi ro trong hoạt động kinh doanh của NH có thể phân loại thành nhiều tiêu thức khác nhau song đều có chung bản chất, đó là khả năng xảy ra những tổn thất cho NH. Chúng còn được hiểu là khả năng xảy ra tổn thất làm giảm thu nhập, vốn chủ sở hữu hoặc hạn chế khả năng đạt được mục tiêu kinh doanh của NH. Hoạt động cho vay mang lại nhiều lợi nhuận nhất cho NH đồng thời chúng cũng là hoạt động chứa đựng nhiều rủi ro nhất. Rủi ro trong hoạt động cho vay được hiểu là kết quả của việc NH cấp tín dụng cho KH với cam kết của KH là thanh toán cả gốc và lãi đầy đủ đúng hạn. Rủi ro phát sinh khi KH không thực hiện theo đúng cam kết. Theo Joel Bessis, rủi ro tín dụng là “những tổn thất do KH không trả được nợ hoặc sự giảm sút chất lượng tín dụng của những khoản vay”[43].

RRCVNO tại NHTM là khả năng xảy ra tổn thất trong hoạt động CVNO của NH do KH không thực hiện hoặc không có khả năng thực hiện nghĩa vụ của mình theo cam kết. Để chủ động quản trị rủi ro trong hoạt động CVNO đối với KHCN một cách có hiệu quả, việc nắm bắt được các đặc điểm của loại rủi ro này là rất cần thiết và hữu dụng. RRCVNO có những đặc điểm cơ bản sau:

(1) Rủi ro mang tính gián tiếp

Trong quan hệ CVNO, NH giao quyền sử dụng vốn cho KH. Rủi ro xảy ra khi KH gặp tổn thất /thất bại trong quá trình sử dụng vốn khi đầu tư vào lĩnh vực nhà ở. Có nghĩa là tác động xấu của thị trường nhà ở, thị trường việc làm đã gây ảnh hưởng gián tiếp tới hoạt động kinh doanh và thu nhập của NHTM thông qua người vay tiền của NH.

(2) Rủi ro có tính chất đa dạng và phức tạp

Đặc điểm này biểu hiện ở sự đa dạng, phức tạp của nguyên nhân, hình thức và hậu quả của rủi ro trong hoạt động này đưa lại. Do vậy, khi thực hiện phòng ngừa và giảm thiểu rủi ro trong hoạt động CVNO đối với KHCN phải lưu ý dấu hiệu rủi ro, cần đi từ nguyên nhân gốc rễ và hậu quả mà nó có thể đem tới để có biện pháp ứng xử phù hợp.

(3) Rủi ro có tính tất yếu, luôn tồn tại gắn liền với hoạt động cho vay của NHTM

Tình trạng thông tin bất cân xứng trên thị trường nhà ở, thị trường tín dụng nhà ở đã làm cho NH không thể nắm bắt và nhận diện đầy đủ các dấu hiệu rủi ro. Điều này đã khiến cho bất kỳ khoản CVNO nào cũng tiềm ẩn những rủi ro.

Bảng 2.2. Các loại rủi ro tín dụng bất động sản nhà ở

STT	Tiêu thức phân loại	Các loại rủi ro tín dụng BĐS nhà ở
1	Tính chất	<ul style="list-style-type: none"> - Rủi ro khách quan: các rủi ro do thiên tai, địch họa, người vay chết, mất tích và các biến động ngoài dự kiến khác làm thất thoát vốn, khiến người vay không đảm bảo dòng thu nhập để thực hiện nghĩa vụ với NH trong khi người vay đã thực hiện nghiêm túc các yêu cầu phòng ngừa. - Rủi ro chủ quan: các rủi ro do chủ quan của người đi vay và người cho vay, có thể do vô tình hoặc cố ý làm thất thoát vốn hay vì những lý do chủ quan khác.
2	Hoạt động tín dụng	<ul style="list-style-type: none"> - Rủi ro giao dịch là một loại rủi ro do hạn chế trong quá trình xét duyệt cho vay, đánh giá KH: + Rủi ro lựa chọn là rủi ro khi thực hiện quá trình đánh giá, phân tích tín dụng để lựa chọn chấp nhận phương án vay vốn. + Rủi ro đảm bảo là rủi ro phát sinh từ các tiêu chuẩn đảm bảo ghi trong hợp đồng cho vay: loại TSĐB, chủ thể đảm bảo, hình thức đảm bảo và mức cho vay trên giá trị của TSĐB. + Rủi ro nghiệp vụ là rủi ro liên quan đến công tác quản lý khoản vay và hoạt động cho vay, bao gồm cả việc sử dụng hệ thống xếp hạng rủi ro và kỹ thuật xử lý các khoản vay có vấn đề. - Rủi ro danh mục là rủi ro mà nguyên nhân là do những hạn chế

STT	Tiêu thức phân loại	Các loại rủi ro tín dụng BĐS nhà ở
		trong quản lý danh mục CVNO của NH, được phân thành: <ul style="list-style-type: none"> + Rủi ro nội tại là rủi ro xuất phát từ các yếu tố, đặc điểm bên trong mỗi chủ thể đi vay (đặc điểm sử dụng vốn vay của KH) hoặc do lĩnh vực thị trường nhà ở tác động. + Rủi ro tập trung là rủi ro khi NH tập trung CVNO nhiều đối với một số KH hoặc phát triển tín dụng nhà ở mạnh tại một số vùng địa lý nhất định.

Do RRCVNO là loại rủi ro đặc thù của ngành NH nên các nhân tố gây nên rủi ro trong hoạt động cho vay này cũng có những điểm khác biệt so với các loại rủi ro khác. Các nhân tố tác động đến rủi ro gồm: nhóm các nhân tố thuộc về môi trường, nhóm các nhân tố thuộc về năng lực NH, nhóm các nhân tố thuộc về năng lực KH và nhóm các nhân tố thuộc về nội tại của mỗi khoản vay (xem chi tiết tại Phụ lục 5).

b/ Hoạt động kiểm soát rủi ro và đánh giá kết quả CVNO

Đây là hoạt động nhằm đánh giá quá trình thực hiện cho vay có đảm bảo tuân thủ các quy định đã đề ra, đúng nguyên tắc cho vay hay không của các bộ phận cấp dưới của NHTM, có phát hiện thấy những vấn đề phát sinh mới cần bổ sung và thay thế hay không? Việc kiểm soát rủi ro, đánh giá kết quả được thực hiện tại bộ phận Kiểm tra giám sát tín dụng độc lập. Tại Trụ sở chính, bộ phận này là một bộ phận thuộc Ban kiểm tra, kiểm toán nội bộ, hoạt động hoàn toàn độc lập với các Ban nghiệp vụ tín dụng, nhằm đảm bảo quản lý rủi ro tín dụng một cách khách quan. Bộ phận này sẽ thực hiện các nhiệm vụ:

(1) Đánh giá mức độ rủi ro của danh mục tín dụng và quy trình quản trị rủi ro từ góc độ kinh doanh của từng phòng ban nghiệp vụ tại Trụ sở chính.

(2) Thường xuyên kiểm tra, đánh giá việc tuân thủ chấp hành pháp luật, quy định của NHNN, các quy định và chính sách của NHTM đề ra trong lĩnh vực CVNO, nhằm kịp thời phát hiện những vi phạm, sai lệch và khiếm khuyết trong hoạt động này, từ đó đề xuất các biện pháp chấn chỉnh, sửa chữa và khắc phục kịp thời.

(3) Đề ra các biện pháp phòng ngừa nhằm tránh vi phạm mới phát sinh.

(4) Đưa ra các kiến nghị hoàn thiện tới các phòng ban nghiệp vụ.

(5) Báo cáo với TGD, HĐQT và BKS theo định kỳ hoặc theo yêu cầu đột xuất.

(6) Làm đầu mối tiếp xúc với thanh tra NHNN và các cơ quan ban ngành các cấp.

Tại chi nhánh của NHTM, bộ phận Kiểm tra và giám sát tín dụng độc lập thường trực thuộc Phòng Quản lý rủi ro, độc lập với các phòng nghiệp vụ tín dụng. Tại các phòng giao dịch, do không có phòng kiểm tra, kiểm toán nội bộ nên chỉ bố trí cán bộ kiêm nhiệm làm công tác kiểm tra – giám sát tín dụng, độc lập với tổ tín dụng tại đó. Tại đây, bộ phận này cũng thực hiện các nhiệm vụ tương tự như ở Trụ sở chính nhưng trong phạm vi CN/PGD.

2.2. Phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

2.2.1. Khái niệm phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

Theo quan điểm của triết học duy vật: Phát triển là một quá trình tiến lên từ thấp đến cao, không chỉ đơn thuần tăng lên hay giảm đi đơn thuần về mặt lượng mà còn có sự biến đổi về mặt chất của sự vật, hiện tượng. Phát triển được hiểu là khuynh hướng vận động tiến lên từ thấp đến cao, từ đơn giản đến phức tạp, từ kém hoàn thiện đến hoàn thiện do việc giải quyết mâu thuẫn, thực hiện bước nhảy về chất gây ra và hướng theo xu thế phủ định của phủ định. Theo Từ điển Bách khoa toàn tập của Việt Nam [31] định nghĩa: “Phát triển là quá trình lớn lên hay tăng tiến về mọi mặt của một sự vật, hiện tượng trong một thời kì nhất định. Trong đó bao gồm cả sự tăng thêm về quy mô và tiến bộ về cơ cấu, chất lượng”. Như vậy, phát triển là sự tăng lên về số lượng và chất lượng.

NH là ngành cung ứng dịch vụ tài chính đối với dân cư và nền kinh tế, sự tồn tại của nó gắn với sự tồn tại của các dịch vụ tài chính cung ứng, trong đó phải kể tới việc phát triển dịch vụ CVNO. Trước thực trạng cạnh tranh gay gắt của kinh tế thị trường, các NHTM đều phải tập trung nguồn lực để hoàn thiện và đa dạng hóa các SP của mình nhằm thu hút KH. Các sản phẩm CVNO không chỉ đem lại lợi ích về mặt kinh tế cho NHTM, các KH mà còn góp phần thúc đẩy nền kinh tế tăng trưởng và phát triển. Bởi khi bơm vốn kích thích tiêu dùng nhà ở sẽ góp phần đáng kể vào việc phát triển thị trường nhà ở đất ở, khiến các ngành sản xuất trực tiếp và gián tiếp trên thị trường này phát triển theo, giải phóng nhà ở tồn kho... từ đó khiến nền kinh tế tăng trưởng. Do vậy, phát triển CVNO là hết sức cần thiết nhằm góp phần củng cố NH lớn mạnh, góp phần nâng cao vị thế của ngành NH với nền kinh tế, khẳng định lòng tin trong dân chúng và tự tin trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế. Như vậy, phát triển CVNO là một quá trình tất yếu khách quan. Khi kinh tế phát triển và thị trường BĐS nhà ở tăng trưởng, các hoạt động CVNO sẽ có cơ hội tăng trưởng và phát triển cả về số lượng, chủng loại và quy mô. Phát triển CVNO là sự gia tăng doanh số, dư nợ

CVNO với cơ cấu KH hợp lý trên cơ sở phát triển các SP tín dụng nhà ở, kênh phân phối, thị trường, đồng thời đảm bảo và không ngừng nâng cao chất lượng CVNO. Tức là Phát triển CVNO phải đảm bảo tăng cả về lượng và cả về chất đối với khoản cho vay này. Sự phát triển CVNO còn được phân tích trên hai khía cạnh: Phát triển về chiều rộng và phát triển theo chiều sâu. **Phát triển CVNO theo chiều rộng** đồng nghĩa với việc đa dạng hóa các sản phẩm, thị trường, loại hình CVNO...; không chỉ duy trì hoạt động cho vay truyền thống mà tiếp cận và phát triển các hoạt động CVNO hiện đại, như bên cạnh các dịch vụ sử dụng vốn (cho vay, bảo lãnh...) kết hợp với các dịch vụ không cần vốn nhưng có được nhờ trung gian tài chính của NH (như thanh toán các chi phí liên quan đến tạo lập nhà ở, chuyển tiền, tư vấn mua nhà, nhà cung cấp...). Xét từ góc độ vi mô, đa dạng hóa các dịch vụ giúp cho NH đa dạng hóa cơ cấu thu nhập, giảm thiểu rủi ro trong kinh doanh, củng cố thương hiệu và uy tín trên thị trường tín dụng nhà ở. Xét ở góc độ vĩ mô, đa dạng hóa các dịch vụ giúp NH về tài trợ phát triển nhà ở sẽ giúp cho nền kinh tế và dân cư có được một thị trường tín dụng mở rộng và thúc đẩy phát triển kinh tế đất nước. **Phát triển CVNO theo chiều sâu** đồng nghĩa với việc NH áp dụng các biện pháp quản trị nhằm đảm bảo tính an toàn, chất lượng tín dụng đối với hoạt động cho vay.

Từ những phân tích trên, theo NCS để phát triển CVNO đối với KHCHN, các NHTM cần quan tâm tới các vấn đề sau:

(1) Phát triển cả chiều rộng và chiều sâu

Mỗi NH cần xác định ngay từ đầu kế hoạch phát triển hệ thống dịch vụ NHBL nói chung và CVNO nói riêng. Đối với các nghiệp vụ CVNO hiện có, NH cần hoàn thiện theo hướng áp dụng các chuẩn mực và thông lệ quốc tế, khai thác tối đa hiệu quả từ các dịch vụ này để củng cố lòng tin đối với KH và tối đa hóa hiệu quả đầu tư. Mặt khác, để mở rộng thị trường, NH cũng cần phải tiếp cận với công nghệ mới.

(2) Phát triển phù hợp với khả năng kiểm soát và nhu cầu thị trường

Việc phát triển CVNO chỉ được coi là có hiệu quả khi NH kiểm soát được rủi ro phát sinh và đáp ứng được các nhu cầu có thể có từ các hoạt động CVNO. Nếu phát triển ồ ạt, ngoài tầm kiểm soát sẽ gây ra tình trạng mất an toàn của nhóm dịch vụ NHBL và làm ảnh hưởng đến toàn bộ hoạt động của hệ thống.

(3) Cần coi trọng bước nghiên cứu nhu cầu thị trường tín dụng nhà ở trước khi triển khai một dịch vụ CVNO mới, nhằm tối đa hóa hiệu quả đầu tư.

2.2.2. Các phương thức phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

2.2.2.1. Các phương thức tăng trưởng về quy mô

a/ Phát triển sản phẩm

Để hút KHCN và phát triển hoạt động CVNO, NHTM cần thực hiện việc cung cấp đa dạng, phong phú các dịch vụ CVNO. Tính đa dạng là một đặc điểm quan trọng giúp gia tăng sự khác biệt và tính cạnh tranh. Hầu hết các KHCN khi tới NH không chỉ có nhu cầu cho một SP tín dụng đơn lẻ mà họ sẽ có nhu cầu sử dụng vài SP khác do NHTM cung ứng. Chẳng hạn, KHCN có nhu cầu vay vốn để mua nhà chung cư, còn có thể có thêm nhu cầu bảo lãnh, nhu cầu thanh toán qua NHTM, các dịch vụ NH điện tử... Do đó nếu NH chỉ cung cấp một dịch vụ CVNO đơn thuần /chỉ đáp ứng nhu cầu với một vài dịch vụ, sẽ lỡ cơ hội tăng thêm doanh thu. Một NHTM có số lượng dịch vụ CVNO càng nhiều thì năng lực cạnh tranh càng cao, có khả năng đáp ứng được tất cả các nhu cầu riêng về nhà ở, tạo điều kiện thuận lợi để nhiều KHCN khác nhau được tiếp cận, nhờ đó góp phần vào việc phát triển hoạt động CVNO, thực hiện đánh giá khả năng phát triển thông qua số lượng danh mục SP CVNO mà NHTM cung cấp. Các SP càng đa dạng sẽ giúp NHTM có cơ hội đáp ứng nhu cầu về nhà ở của KHCN và tăng doanh thu cho NH. Tuy nhiên, việc đa dạng hóa cần phải đặt trong mối tương quan với nguồn lực hiện có của NHTM, bởi nếu việc triển khai quá nhiều SP có thể làm cho NH kinh doanh không hiệu quả do dàn trải nguồn lực quá mức. Hiện nay, KHCN có nhu cầu vốn hình thành nhà ở ngày càng cao nên NHTM liên tục đưa ra các dịch vụ tốt trong lĩnh vực CVNO, đặc biệt có xuất hiện xu hướng liên kết các SP đơn lẻ thành các “gói tín dụng” đa dạng và thuận tiện. Điều này giúp NH tận dụng tối đa kênh phân phối, tăng nguồn thu và tránh bớt rủi ro.

b/ Phát triển thị trường

Thị trường luôn là vấn đề mà các NHTM quan tâm khi thực hiện hoạt động kinh doanh của mình. Chúng có ý nghĩa rất quan trọng trong việc tạo ra thu nhập cũng như công tác quản trị kinh doanh của các đơn vị kinh doanh cấp địa bàn trong hệ thống NH đó, bởi mỗi một thị trường có những đặc trưng riêng nên cần có cách quản trị khác biệt. Hiện nay, khi nghiên cứu về phát triển thị trường cho vay nói chung và CVNO nói riêng, người ta hay xem xét dưới 2 cách tiếp cận:

(1) Phát triển thị trường theo khu vực địa lý

Việc phát triển hoạt động CVNO sẽ được NH cân nhắc lựa chọn các địa bàn có nhu cầu vay vốn cao (nơi tập trung đông dân cư: các thành phố lớn, các đô thị).

(2) Phát triển theo các tập khách hàng

Theo đó NHTM thực hiện phát triển thị trường CVNO trên những đặc tính sau:

- Đặc tính về thu nhập: NHTM sẽ thực hiện phân chia KHCN theo các mức thu nhập. Ở mỗi mức thu nhập, KHCN sẽ được hưởng những lợi ích khác nhau khi vay vốn về: quy mô vốn vay, thời gian sử dụng vốn vay, các hình thức đảm bảo tiền vay.

- Đặc tính về sự ổn định của nguồn thu nhập: NHTM sẽ phân KHCN theo các nhóm nghề nghiệp và mức độ ổn định về thu nhập trong tương lai để có các quyết định CVNO phù hợp.

- Đặc tính về độ tuổi: NHTM sẽ lựa chọn nhóm lứa tuổi để chú trọng phát triển.

- Đặc tính thị hiếu: NHTM cần xem xét thị hiếu của số đông KHCN để ưu tiên khai thác và phát triển vào những món vay được đầu tư vào loại hình nhà ở đó.

c/ Phát triển kênh phân phối

Hệ thống kênh phân phối của NH phản ánh sự phát triển của hoạt động NHBL nói chung và hoạt động CVNO cá nhân nói riêng.

(1) Kênh phân phối trực tiếp (hay còn gọi là kênh phân phối truyền thống): Với tiếp cận KH trực tiếp tại quầy, kênh phân phối này được thể hiện qua số lượng CN, PGD và đơn vị trực thuộc, sự phân bố các CN theo lãnh thổ địa lý. Hiện nay các NHTM đã và đang mở rộng mạnh hệ thống CN tới mọi địa bàn, không phân biệt nông thôn hay thành thị. Hệ thống CN rộng lớn cho thấy tiềm lực đồng thời là một phương thức quảng bá hữu hiệu về thương hiệu và các dịch vụ CVNO.

Do đặc điểm của CVNO đối với KHCN là lượng đơn vay lớn nhưng dàn trải, tâm lý KH không muốn bỏ thời gian, công sức và chi phí đi lại nhiều lần để giao dịch với một định chế cho vay trong khi xung quanh họ có các điểm giao dịch của các đối thủ khác. Vì vậy, với một NH có mạng lưới CN, PGD lớn sẽ giúp họ tiếp cận dễ dàng hơn với KH tại nhiều địa bàn. Tuy nhiên, hiện kênh này đang dần bộc lộ những hạn chế về mặt thời gian và không gian khi nhu cầu sử dụng dịch vụ của KHCN đòi hỏi đáp ứng mọi lúc, mọi nơi. Do đó, xu hướng mở rộng thêm các kênh phân phối và mạng lưới phân phối mới đang được các NHTM quan tâm.

(2) Kênh phân phối gián tiếp (thông qua công ty kinh doanh nhà ở): NHTM thực hiện cấp tín dụng tới KHCN thông qua các công ty cung cấp nhà ở, chủ đầu tư dự án nhà ở. Theo đó NH thực hiện liên kết với những chủ đầu tư có các dự án nhà ở chất lượng tốt và đáp ứng nhiều phân khúc KH. Đây cũng là những chủ đầu tư có uy tín và tiềm lực mạnh, đầu tư vào chất lượng công trình, chú ý hạ tầng tiện ích, giá cả phù hợp

với KH mục tiêu. Việc tham gia hợp tác của NHTM với chủ đầu tư không chỉ dừng lại về hợp tác trong tài trợ vốn với KH mua nhà theo dự án mà còn được phát triển sâu hơn về nguồn tài trợ, như hợp tác với NHTM ngay từ việc đầu tư xây dựng đến bán căn hộ nhằm quản lý nguồn vốn một cách minh bạch và chuyên nghiệp, phát huy hiệu quả cao trong triển khai. Kênh phân phối này đang chứng tỏ là một kênh dẫn vốn tốt, giúp NHTM phát triển hoạt động CVNO, hỗ trợ bên cung giải phóng tồn kho và giúp cho KHCN được hưởng những ưu đãi tốt hơn (như được hỗ trợ về lãi suất, thời gian ân hạn và thời gian vay vốn dài, vốn đối ứng, rút ngắn thời gian ký hợp đồng và giải ngân).

(3) Kênh phân phối hiện đại: Kênh phân phối này dựa trên nền tảng công nghệ tin học hiện đại thông qua các tiện ích hỗ trợ từ máy vi tính và điện thoại. Do nhu cầu của KHCN ngày càng được nâng cao, đơn giản về thủ tục và nhanh chóng, các NH đã nhận thấy nếu các thông tin và các giao dịch được cung cấp kịp thời và hoàn tất tại bất kì nơi thuận tiện cho KH, sẽ kích thích họ sử dụng vốn vay của NH nhiều hơn. Chính vì thế, việc triển khai ứng dụng các công nghệ tin học mới vào hoạt động NH ngày một phát triển như Internet Banking, Phone Banking, Home Banking... Chúng cho phép KH có thể thực hiện các chương trình vay trực tuyến, thực hiện các hoạt động e – banking dễ dàng. Điều này đã rút ngắn khoảng cách về không gian và tiết kiệm thời gian cho cả NH và KH, giúp NH giảm áp lực phát triển mạng lưới CN ở các địa bàn.

2.2.2.2. Các biện pháp kiểm soát đảm bảo chất lượng cho vay nhà ở

a/ Kiểm soát RRTD nhà ở

Là việc sử dụng các biện pháp, kỹ thuật, công cụ, chiến lược và các chương trình hoạt động ngăn ngừa, né tránh, giảm thiểu RRTD nhà ở. Căn cứ vào mức độ rủi ro đã tính toán, các hệ số an toàn tài chính và khả năng chấp nhận rủi ro mà có biện pháp nhằm giảm mức độ thiệt hại. Nhà quản trị có thể lựa chọn:

- Không phòng ngừa mà chấp nhận rủi ro: với những khoản vay nhỏ, chi phí cho việc phòng tránh đôi khi còn cao hơn việc chấp nhận mức thiệt hại. Hoặc khi xác suất rủi ro quá cao, NH né tránh rủi ro bằng cách hạn chế hoặc từ chối cấp tín dụng nhà ở.

- Với những khoản vay còn lại, khi đó các công cụ phòng chống rủi ro đặc biệt hữu hiệu để ngăn ngừa, né tránh, giảm thiểu khả năng gây ra rủi ro và tổn thất, gồm: ngăn ngừa rủi ro, bán nợ, phân tán rủi ro và quản trị rủi ro bằng công cụ phái sinh.

b/ Tài trợ tổn thất rủi ro

Các NHTM phải dự trữ các quỹ dự phòng cần thiết, sẵn sàng bù đắp mọi tổn thất có thể xảy ra để đảm bảo an toàn cho hoạt động kinh doanh. Tùy theo tính chất mỗi loại tổn thất, NH được sử dụng những nguồn thích hợp để bù đắp:

- Đối với các tổn thất đã lường trước được rủi ro: NH có thể sử dụng nguồn từ quỹ dự phòng rủi ro để bù đắp. Mặc dù nguồn này được trích lập từ chi phí kinh doanh nhưng nếu trích lập nhiều sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận và quyền lợi của cổ đông làm giảm uy tín của NH trên thị trường.

- Đối với các tổn thất không lường trước được rủi ro: NH phải dùng vốn tự có làm nguồn dự phòng để bù đắp. Nếu quản trị rủi ro yếu gây ra tổn thất cao, vốn tự có của NH sẽ suy giảm, quy mô tài chính và khả năng cạnh tranh của NH sẽ bị ảnh hưởng.

- Ngoài ra, áp dụng các biện pháp tài trợ rủi ro như: mua bảo hiểm tín dụng, xử lý TSDB thu hồi nợ, dùng các công cụ pháp lý để thu hồi công nợ và giảm tổn thất...

2.2.3. Tiêu chí đánh giá mức độ phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

2.2.3.1. Nhóm chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng về quy mô và thị phần

a/ Tỷ lệ tăng trưởng dư nợ cho vay nhà ở khách hàng cá nhân

Dư nợ CVNO phản ánh số tiền CVNO chưa thu hồi được của NH tại một thời điểm nhất định. Dư nợ CVNO càng cao càng chứng tỏ hoạt động tín dụng này của NH càng phát triển về lượng. Việc đo lường, đánh giá mức độ tăng trưởng dư nợ CVNO KHCN thông qua tỷ lệ tăng trưởng dư nợ CVNO cá nhân.

$$\text{Tỷ lệ tăng trưởng dư nợ CVNO cá nhân} = \frac{\text{Dư nợ CVNO cá nhân năm } (t+1)}{\text{Dư nợ CVNO cá nhân năm } t} \times 100\%$$

b/ Tỷ lệ tăng trưởng số lượng khách hàng vay vốn

Chỉ tiêu này phản ánh mức độ thu hút khách hàng và khả năng đáp ứng nhu cầu CVNO của NH.

$$\text{Tỷ lệ tăng trưởng số lượng khách hàng vay vốn nhà ở} = \frac{\text{số lượng KHCN năm } (t+1)}{\text{số lượng KHCN năm } t}$$

c/ Tính đa dạng của sản phẩm

Sự đa dạng SP CVNO phù hợp với nhu cầu thị trường là chỉ tiêu quan trọng thể hiện sự tập trung phát triển CVNO của NH, qua đó phản ánh năng lực cạnh tranh trong lĩnh vực tín dụng nhà ở. Sự đa dạng SP phải được thực hiện trong sự tương quan so với nguồn lực hiện có của NH, nhằm đảm bảo tính hiệu quả trong kinh doanh, tránh tình trạng dàn trải nguồn lực quá mức. Cơ cấu SP CVNO tại các NH thường không đồng đều phản ánh hướng tập trung phát triển những SP có tiềm năng cao. Tùy theo mục tiêu phát triển từng thời kì, NH thay đổi cơ cấu sản phẩm CVNO phù hợp.

Nhu cầu nhà ở của KH ngày càng đa dạng nên NH không ngừng phát triển

những sản phẩm CVNO tốt nhất, tiện ích nhất, không chỉ đáp ứng nhu cầu vốn thuần túy mà còn đáp ứng mọi nhu cầu vốn về nhà ở miễn là không làm trái pháp luật. Sản phẩm CVNO càng đa dạng thì NH càng khai thác được những nhu cầu tiềm năng của KHCN, từ đó mở rộng thị phần cả về phạm vi CVNO mà còn về phát triển cho vay tiêu dùng cá nhân và các hoạt động tài chính phục vụ cá nhân/hộ gia đình khác.

Ngoài ra các NH còn chủ động cạnh tranh bằng cách bán chéo các SP liên quan hỗ trợ CVNO như bảo hiểm tín dụng, dịch vụ nhà đất (thủ tục pháp lý sang tên đăng bộ, kí kết hợp đồng mua bán và thanh toán nhà đất, môi giới mua bán nhà đất...). Điều này góp phần gia tăng thu nhập và giảm tránh rủi ro trong kinh doanh cho NHTM.

d/ Sự phát triển thị phần

Đây là chỉ tiêu chung, quan trọng để đánh giá hoạt động kinh doanh. Trong kinh tế thị trường, KH có vai trò lớn vì họ mang lại thu nhập và thành công cho tổ chức. Nói cách khác, KH chính là người trả lương cho người lao động tại các tổ chức. Lĩnh vực NH cũng không là ngoại lệ vì dư nợ CVNO tăng tức là KH đến với NH càng ngày nhiều, chứng tỏ NH hoạt động thành công, SP CVNO đáp ứng tốt nhu cầu. Thị phần CVNO đối với KHCN của một NH được xác định như sau:

$$\text{Thị phần CVNO cá nhân} = \frac{\text{Dư nợ CVNO cá nhân của một ngân hàng}}{\text{Tổng dư nợ CVNO cá nhân của toàn hệ thống ngân hàng}}$$

2.2.3.2. Nhóm chỉ tiêu phản ánh chất lượng tín dụng

Phát triển CVNO đối với KHCN phải đi đôi với tăng chất lượng cho vay KHCN. Điều này thể hiện ở mức độ an toàn vốn vay thông qua chỉ tiêu nợ xấu [19].

$$\text{Tỷ lệ nợ xấu CVNO cá nhân} = \frac{\text{Nợ xấu CVNO cá nhân}}{\text{Dư nợ CVNO cá nhân}} \times 100\%$$

Tỷ lệ nợ xấu của một NH càng thấp càng tốt. Thực tế cho thấy, rủi ro trong kinh doanh là không tránh khỏi nên NH thường chấp nhận một tỷ lệ nhất định được coi là giới hạn an toàn. Mức dưới 3% có thể coi là ngưỡng khá tốt. Tỷ lệ an toàn cho phép theo thông lệ quốc tế và Việt Nam là 5%. Ngoài ra, để đánh giá về chất lượng tín dụng, NH có thể xem xét thông qua các chỉ tiêu: tỷ lệ dư nợ CVNO có đảm bảo/tổng dư nợ CVNO; Tỷ lệ Nợ khó đòi trong CVNO/ tổng dư nợ CVNO; Tỷ lệ nợ xấu CVNO/ dư nợ CVNO; Tỷ lệ nợ xấu CVNO/dư nợ CV; Tỷ lệ nợ xấu CVNO/dư nợ cho vay BĐS... để có đánh giá toàn diện hơn về chất lượng tín dụng.

2.2.3.3. Nhóm chỉ tiêu phản ánh thu nhập từ cho vay nhà ở

Hiệu quả của hoạt động CVNO được phản ánh thông qua thu nhập từ CVNO hoặc tỷ trọng thu lãi từ CVNO trên tổng thu lãi từ hoạt động cho vay. Thu nhập ở đây được tính bằng hiệu giữa doanh thu từ CVNO cá nhân và tổng chi phí cho hoạt động này.

$$\text{Thu nhập CVNO} = \text{Doanh thu CVNO} - \text{Chi phí CVNO}$$

Chỉ tiêu này giúp NH đánh giá được hiệu quả hoạt động CVNO trong tổng quan hoạt động kinh doanh của NH. Từ đó định hướng rõ ràng trong phát triển CVNO nhằm đặt ra kế hoạch lâu dài để có chiến lược phát triển rõ ràng trong tương lai. Ngoài ra, để đánh giá về thu nhập CVNO, NH có thực hiện xem xét mức độ đóng góp của dịch vụ này tới kết quả kinh doanh chung của NH qua các chỉ tiêu, như: Tỷ lệ thu nhập CVNO/ tổng thu nhập bán lẻ; Tỷ lệ thu nhập CVNO/ tổng thu nhập từ hoạt động cho vay...

2.2.4. Nhân tố ảnh hưởng đến phát triển cho vay nhà ở đối với KHCN

2.2.4.1. Nhóm nhân tố về ngân hàng cho vay

Sự phát triển hoạt động CVNO của NHTM chủ yếu do chính nội lực của ngân hàng quyết định. Các yếu tố chính ảnh hưởng gồm:

a/ Chiến lược phát triển của ngân hàng

Đây là điều kiện tiên quyết để phát triển CVNO đối với KHCN. Nếu trong kế hoạch phát triển mà NHTM không quan tâm đến lĩnh vực này thì KHCN có nhu cầu vay vốn cũng sẽ không có nhiều lựa chọn để thỏa mãn. Ngược lại, nếu NH muốn phát triển hoạt động CVNO đối với KHCN thì họ phải đưa ra chiến lược cụ thể để thu hút KH có nhu cầu đến với mình. Khi cung - cầu có điều kiện thuận lợi gặp gỡ, tức là NH sẽ có cơ hội để phát triển CVNO đối với KHCN.

CVNO được coi là một phần quan trọng của hoạt động NHTM, vì vậy việc lựa chọn phát triển chiến lược hoạt động của NHTM theo hướng nào (tập trung phát triển bán buôn, tập trung phát triển bán lẻ, hay phát triển bán buôn kết hợp với bán lẻ) sẽ quyết định khả năng phát triển CVNO đối với KHCN của NHTM đó.

b/ Năng lực tài chính của ngân hàng

Đây là một trong những yếu tố được các nhà lãnh đạo NHTM xem xét khi đưa ra quyết định chiến lược phát triển. Năng lực tài chính của NH được xác định dựa trên một số yếu tố như số lượng vốn chủ sở hữu, tỷ lệ tăng trưởng lợi nhuận qua các năm, tỷ lệ nợ quá hạn trên tổng dư nợ, số lượng tài sản thanh khoản. Khi có sức mạnh tài chính thì NH mới có thể đầu tư vào các danh mục mà mình quan tâm, vì thế mà CVNO cá nhân mới có cơ hội được phát triển.

c/ Chính sách tín dụng của ngân hàng

Đây là hệ thống chủ trương, định hướng chi phối hoạt động tín dụng nhằm sử dụng hiệu quả nguồn vốn. Chính sách tín dụng gồm: các loại hình cho vay, hạn mức,

quy định về TSDB, kỳ hạn, hướng giải quyết phần tín dụng vượt quá hạn mức phê duyệt, cách thức thanh toán nợ...

Chính sách tín dụng của NHTM chỉ ra hướng phát triển và khung tham chiếu rõ ràng để làm căn cứ xem xét các nhu cầu vay vốn. Ví dụ một NHTM không tham gia CVNO đối với KHCN theo gói 30.000 tỷ của Chính phủ thì KH dù có đủ điều kiện cũng không được NH cấp vốn vay theo chương trình này. Ngược lại, một NHTM đã có các hình thức CVNO đa dạng cho cá nhân với chất lượng tốt thì việc phát triển cũng dễ dàng và thuận lợi hơn các NH mới chỉ có những SP cho vay truyền thống đơn giản.

d/ Trình độ, đạo đức nghề nghiệp của cán bộ tín dụng

Yếu tố này có ảnh hưởng không nhỏ tới sự phát triển của CVNO của NHTM. Với đặc điểm riêng của KHCN là thông tin không minh bạch như KH tổ chức nên CBTD phải có trình độ chuyên môn cao, hiểu biết và nhạy bén mới thẩm định chính xác KH và phương án vay vốn, đưa ra quyết định tài trợ đúng đắn. Thêm nữa, CBTD phải có đạo đức nghề nghiệp, để không vì lợi ích cá nhân gây ảnh hưởng đến lợi ích của NH, do không tuân thủ việc thẩm định và giám sát KH. Hình ảnh của NH cũng được KH nhớ tới thông qua tố chất của CBTD mà họ tiếp xúc, bởi khi CBTD tinh thông nghiệp vụ, giao tiếp và kỹ năng mềm tốt, có đạo đức nghề nghiệp sẽ gây ấn tượng và thiện cảm đối với KH. Họ sẽ cảm thấy yên tâm về trình độ nghiệp vụ, hài lòng về phong cách giao tiếp và triển khai công việc chuyên nghiệp của CBTD thì khả năng họ duy trì và phát triển các giao dịch sẽ cao.

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

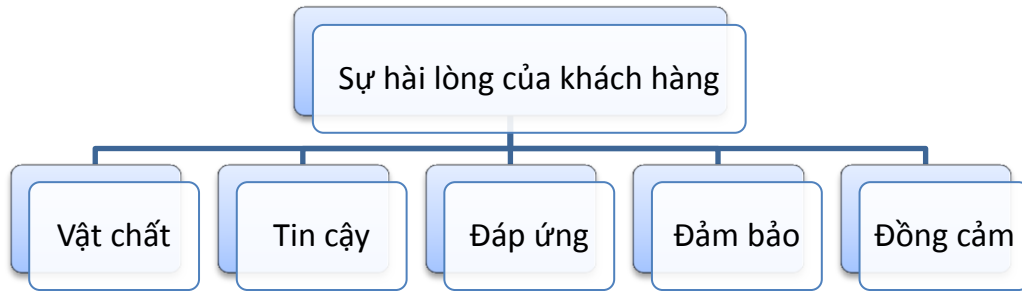
Đây cũng là nhân tố quan trọng ảnh hưởng tới sự phát triển CVNO cá nhân tại mỗi NH. Nếu một NH được trang bị công nghệ hiện đại, có sự quản lý chặt chẽ thì họ có thể dễ dàng tăng tiện ích nhờ việc bán chéo các SP và dịch vụ. Ví dụ một NH phát triển e-banking, dịch vụ thẻ thanh toán có thể kết hợp tiếp thị các sản phẩm CVNO qua kênh hiện đại như phương thức cho vay trực tuyến đối với những món vay nhỏ với thời hạn ngắn hạn.

Thêm vào đó, công nghệ giúp NHTM quản lý danh sách KH dễ dàng hơn, thông tin KH được cập nhật trên hệ thống một cách chuyên nghiệp thông qua dữ liệu xếp hạng tín dụng cá nhân, tiết kiệm chi phí nhân công và quản lý, góp phần giảm giá thành dịch vụ và dễ dàng trong việc ra quyết định. Đó là cơ sở quan trọng để phát triển CVNO.

g/ Chất lượng dịch vụ CVNO đáp ứng nhu cầu của khách hàng

Đây là nhân tố rất quan trọng đối với việc phát triển hoạt động CVNO vì nó có mối quan hệ mật thiết với cảm nhận của KH (người thụ hưởng các lợi ích từ dịch vụ

cho vay này) từ đó tác động mạnh tới sự tăng trưởng về quy mô CVNO của NH. Chính vì thế muốn phát triển hoạt động CVNO, NH cần xem xét các yếu tố có thể gây ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ CVNO. Thông thường, chất lượng CVNO của NHTM được phản ánh bởi 5 yếu tố: vật chất, tin cậy, đáp ứng, đảm bảo và đồng cảm [50]



Hình 2.5. Sơ đồ mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng theo mô hình SERVQUAL

Theo đó:

(1) Vật chất (tangibility) là sự thể hiện, hình ảnh bên ngoài của cơ sở vật chất, công cụ, thiết bị, vật liệu, máy móc, phong cách nhân viên, tài liệu, sách hướng dẫn, hệ thống thông tin... tức là tất cả những gì KH nhìn thấy trực tiếp đều tác động tới yếu tố này.

(2) Tin cậy (reliability) nói lên khả năng cung ứng/ thực hiện CVNO phù hợp, chính xác, uy tín, đúng với những gì đã cam kết. Điều này thể hiện sự nhất quán trong việc thực hiện dịch vụ và tôn trọng các cam kết với KH. Tiêu chí này được đo lường bởi: NH thực hiện đúng ngay từ đầu, NH cung cấp dịch vụ tại thời điểm mà họ đã hứa.

(3) Đáp ứng (responsiveness) thể hiện mức mong muốn và khả năng giải quyết vấn đề, việc phục vụ KH, xử lý các khiếu nại, giúp đỡ và đáp ứng các yêu cầu của KH. Có thể hiểu, đáp ứng của NH là sự phản hồi từ phía NH đối với những gì mà KH mong muốn, như: NH sẵn sàng giúp đỡ KH; NH cung cấp dịch vụ CVNO nhanh chóng, kịp thời; NH phản hồi tích cực các yêu cầu của KH; NH cố gắng giải quyết khó khăn của KH.

(4) Đảm bảo (assurance) là yếu tố tạo nên sự tin nhiệm của KH, được cảm nhận thông qua kiến thức, chuyên môn, sự phục vụ chuyên nghiệp, khả năng giao tiếp tốt và phong cách lịch thiệp của nhân viên phục vụ, khả năng làm cho KH tin tưởng và cảm thấy yên tâm mỗi khi sử dụng dịch vụ.

(5) Đồng cảm (empathy) thể hiện sự quan tâm chăm sóc ân cần, dành cho KH sự đối xử chu đáo tốt nhất có thể. Yếu tố con người là phần cốt lõi tạo nên sự thành công này và sự quan tâm của NH đối với KH càng nhiều thì sự cảm thông càng tăng, được biểu đạt rõ nhất thông qua việc NH nắm bắt được các nhu cầu của KH.

2.2.4.2. Nhóm nhân tố về khách hàng vay vốn

Đối với KHCN, nội dung liên quan đến thu nhập và khả năng trả nợ rất quan trọng trong quyết định cho vay của NH. Bởi đây là cơ sở để NH thẩm định khả năng trả nợ của người vay, mức độ rủi ro tương lai của khoản vay. Để có thể tiếp cận CVNO, KHCN phải thỏa mãn các điều kiện vay vốn sau của NH (xem thêm Phụ lục 2):

- (i) Điều kiện về năng lực hành vi;
- (ii) Điều kiện về năng lực tài chính của người vay;
- (iii) Điều kiện về tính khả thi của dự án đầu tư nhà ở, hoặc loại nhà ở được hình thành từ vốn vay;
- (iv) Điều kiện về tài sản đảm bảo;

Chỉ khi thỏa mãn các điều kiện vay vốn (trên), KHCN mới được NHTM tài trợ vốn. Do vậy, không phải cá nhân/hộ gia đình nào cũng là KH được NH chấp nhận ký hợp đồng tín dụng, nhất là trong điều kiện kinh tế Việt Nam hiện nay, phần lớn cá nhân có mức thu nhập trung bình trở xuống.

Kế đến là các thói quen, phong tục tập quán, tâm lý có ảnh hưởng tới nhu cầu vay phát triển nhà ở của cá nhân. Người dân Việt Nam thường có thói quen tiết kiệm rồi khi tích lũy đủ tiền mới mua sắm, sửa chữa nhà ở, họ không nghĩ tới việc đi vay, nợ nần để mua sắm cộng với tâm lý ngại tiếp xúc với NH, sợ các thủ tục hành chính rườm rà. Chính vì thế nhu cầu vay tiền của NH để phát triển nhà ở còn hạn chế do NHTM chưa biết cách thâm nhập và khơi gợi các KH tiềm năng thay đổi tập quán tiêu dùng.

2.2.4.3. Nhóm nhân tố môi trường kinh doanh

a/ Sự phát triển kinh tế

Nền kinh tế là một hệ thống bao gồm nhiều hoạt động có liên quan biện chứng, ràng buộc lẫn nhau. Cho nên, bất kỳ một sự biến động nào của nền kinh tế cũng gây ra những tác động tới tất cả các lĩnh vực khác nhau, trong đó có hoạt động kinh doanh nói chung của NH và hoạt động CVNO cá nhân nói riêng. Khi nền kinh tế ở thời kỳ hưng thịnh, tốc độ tăng trưởng cao và ổn định, người dân yên tâm về thu nhập của họ trong tương lai, nhu cầu tiêu dùng về nhà ở sẽ tăng lên do đó NHTM có cơ hội phát triển CVNO đối với KHCN. Ngược lại, khi nền kinh tế rơi vào tình trạng suy thoái, mất ổn định thì khuynh hướng phần lớn của dân chúng là mong muốn đảm bảo cuộc sống ở mức bình thường, không nghĩ đến việc đi vay để giải quyết nhu cầu về nhà ở với mức độ tốt hơn /cao hơn đang có, do e ngại về khả năng thanh toán.

b/ Môi trường xã hội

Môi trường xã hội với đặc trưng gồm các yếu tố như: tình hình trật tự xã hội, thói quen sinh sống, tâm lý lứa tuổi, trình độ học vấn, bản sắc dân tộc (thể hiện qua những nét tính cách tiêu biểu của người dân như niềm tin, tính cần cù, trung thực, ham lao động, tiết kiệm / ưa hưởng thụ...) hoặc các yếu tố về nơi ở, nơi làm việc... cũng ảnh hưởng lớn đến thói quen tiêu dùng nhà ở. Thông thường nơi tập trung đông dân cư, trình độ và thu nhập cao thì nhu cầu về nhà ở lớn và do đó nhu cầu về vay vốn nhà ở sẽ cao hơn nơi khác, nên có khả năng mở rộng CVNO cá nhân tại đây.

c/ Môi trường pháp luật

Môi trường pháp luật bao gồm hệ thống các văn bản pháp lý của Nhà nước là một nhân tố có ảnh hưởng rất lớn tới hoạt động CVNO đối với KHCCN của NHTM. Nếu những văn bản pháp luật không rõ ràng, không đầy đủ sẽ tạo những khe hở pháp luật gây rắc rối và tổn hại đến lợi ích cho các bên tham gia quan hệ tín dụng. Ngược lại, sự chặt chẽ và đồng bộ của luật pháp sẽ góp phần tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh, tạo tính trật tự và ổn định thị trường để hoạt động CVNO đối với KHCCN được diễn ra thông suốt và hiệu quả. Một hệ thống pháp lý ổn định và thống nhất tạo điều kiện thuận lợi cho NHTM xây dựng đường lối phát triển đi vào quỹ đạo ổn định, ngăn chặn kịp thời những rủi ro, tiêu cực xảy ra, góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay, đồng thời NHNN có thể kiểm soát và ổn định tiền tệ quốc gia.

d/ Chính sách kinh tế của Nhà nước

Khi Nhà nước có chủ trương kích cầu tiêu dùng nhà ở, đưa ra các biện pháp để khuyến khích đầu tư phát triển nhà ở trong nước, thu hút đầu tư nước ngoài như nới lỏng tốc độ tăng trưởng tín dụng, giảm thuế cho các công ty mới thành lập, tạo công ăn việc làm cho người lao động, khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia vào quá trình phát triển BĐS nhà ở, cho phép cá nhân người nước ngoài mua nhà ở, cho phép các công ty nước ngoài tham gia sâu hơn vào thị trường đầu tư và kinh doanh nhà ở... sẽ có tác dụng thúc đẩy nền kinh tế phát triển, thị trường BĐS nhà ở khởi sắc, GDP tăng, thất nghiệp giảm, từ đó làm tăng mức sống của dân chúng, kích thích người tiêu dùng chi tiêu và làm cho hoạt động CVNO đối với KHCCN của các NHTM phát triển. Mặt khác, các chính sách như hỗ trợ CVNO đối với một số KH (hộ nghèo, thu nhập thấp, cán bộ công nhân viên...) nhằm phát triển thị trường BĐS nhà ở giá rẻ, nhằm thực hiện công bằng và ổn định xã hội, xóa bớt khoảng cách giàu nghèo về chỗ ở, tạo sự phát triển cân đối về nhà ở trong các khu vực... sẽ có ảnh hưởng đến cầu tiêu dùng nhà ở của dân cư hiện tại và tương lai, từ đó tác động đến định hướng phát triển CVNO đối với KHCCN của cả hệ thống NHTM.

e/ Đối thủ cạnh tranh

Đây luôn là nhân tố có ảnh hưởng lớn đến sự phát triển hoạt động kinh doanh của mọi thành phần kinh tế. Do đó, trong lĩnh vực NH thì sự cạnh tranh về lãi suất, SP, chính sách tín dụng của các NH khác sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động CVNO đối với KHCN của một NHTM. Sự cạnh tranh giữa các NHTM là một cuộc đua trong đó yếu tố nội tại của bản thân mỗi NH là cơ sở. Ngoài ra để khẳng định vị thế của mình thì trên cơ sở đó, NH cần tạo ra được sự khác biệt vượt trội trong chính sách, SP, dịch vụ, KH mục tiêu so với các đối thủ khác. Chính sách khác biệt vượt trội này góp phần tích cực trong chiến lược phát triển CVNO của NH.

2.3. Kinh nghiệm phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của một số ngân hàng thương mại và bài học cho ngân hàng TMCP đầu tư và phát triển Việt Nam

2.3.1. Kinh nghiệm của Citibank - Singapore

CVNO là mảng tín dụng có nhiều tiềm năng bởi việc lượng vốn vay sẽ được đưa vào một lĩnh vực đầu tư thực và có tính an toàn nhất định. Tuy nhiên, việc CVNO cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro nhất là khi thị trường nhà ở suy thoái, các rủi ro sẽ xuất hiện và có thể gây ảnh hưởng đến sự tồn tại của NHTM đó. Chính vì thế muốn phát triển CVNO trong điều kiện nền kinh tế không ổn định, NHTM phải có một hệ thống quản lý rủi ro thích hợp và phải được triển khai theo các bước đi tuần tự sau:

Bước 1: Chỉ cấp tín dụng nhà ở cho những người vay được đánh giá tốt. Ra quyết định về việc cấp tín dụng, kiểm soát và các giải pháp đánh giá tín dụng được tổ chức phi tập trung và dựa trên các suy đoán, không dựa trên các phép tính toán. Những khoản tín dụng tốt được chấp nhận, những khoản xấu sẽ bỏ qua. NH có thể dùng hệ thống tính điểm tính điểm tín dụng/ xếp hạng tín dụng của các công ty xếp hạng chuyên nghiệp để đánh giá sơ bộ về rủi ro tín dụng có liên quan đến KH.

Bước 2: Phân loại các khoản tín dụng nhà ở. Tính rủi ro của các khoản tín dụng được phân loại theo 3 – 4 mức đối với khoản tín dụng tốt và cũng như vậy đối với khoản tín dụng xấu. Do vậy, đa số khoản tín dụng tốt đều rơi vào cùng một loại.

Bước 3: Tỷ suất lợi nhuận của vốn – chìa khóa của thành công. Người đi vay (có dụng ý phục vụ việc đầu tư/đầu cơ nhà ở) rất quan tâm đến tỷ suất lợi nhuận trên vốn. Tuy nhiên, phương pháp đo lường rủi ro là không linh hoạt và có thể dẫn đến việc họ thực hiện đầu tư vào những loại nhà ở có thu nhập cao nhưng cũng có độ rủi ro cao.

Bước 4: *Nắm rõ cái giá của rủi ro.* NHTM thực hiện việc hoàn thiện các phương pháp đo lường rủi ro, có thể gia tăng số lượng loại hình tín dụng, định cỡ chúng theo mức tổn thất, ứng dụng các phương pháp điều chỉnh rủi ro khác nhau theo cá nhân, SP và hệ thống đo lường lợi nhuận dựa trên những tổn thất ngoài dự kiến.

Bước 5: *Quản lý các khoản tín dụng nhà ở như quản lý danh mục đầu tư.* Lý thuyết danh mục đầu tư hiện đại có thể ứng dụng vào quản lý tín dụng. Để thực hiện được điều này cần có sự tham gia của nhà quản lý danh mục và các chuyên gia phân tích định lượng. Nhưng mặt khác điều đó có thể làm xấu đi mối quan hệ giữa các nhà quản lý và các nhà quản lý danh mục đầu tư. Ngoài ra, những kết quả ban đầu có thể là thất vọng nếu như các dữ liệu đầu vào không chính xác.

Bước 6: *Hoàn thiện mối tương quan giữa thu nhập và rủi ro.* Những bước hoàn thiện tiếp theo, gồm tăng mức độ chi tiết phân loại rủi ro (đến 15 – 20 mức), đo lường các mối tương quan tương ứng và ứng dụng các phương pháp tính toán chi phí bù đắp các khoản tổn thất ngoài dự kiến, cho phép thiết lập các hạn mức theo rủi ro và độ biến động, xác định các tầm quan trọng của lĩnh vực CVNO và thu nhập tài sản.

Bước 7: *Tập trung trí tuệ trong việc đa dạng hóa.* Nhà quản trị danh mục đầu tư cho rằng đa dạng hóa là phương pháp hiệu quả nhất để cải thiện chỉ tiêu rủi ro/ thu nhập. Điều này có thể dẫn đến xung đột với việc cung cấp khoản vay mới mang tính chuyên ngành hay phụ thuộc vào các hợp đồng lớn. Vấn đề này có thể giải quyết bằng cách tách việc quản trị danh mục đầu tư với cung cấp các khoản tín dụng nhà ở mới.

2.3.2. Kinh nghiệm của ngân hàng ANZ Việt Nam

ANZ Việt Nam là một trong những NH nước ngoài đầu tiên hoạt động tại Việt Nam từ năm 1993. Với mạng lưới 9 điểm giao dịch tại Hà Nội và TP Hồ Chí Minh cùng văn phòng đại diện tại Bình Dương và Cần Thơ, ANZ Việt Nam hiện cung cấp đầy đủ các dịch vụ NHTM, gồm: dịch vụ NHBL và quản lý tài sản, dịch vụ tài chính tiêu dùng, dịch vụ tài chính DN, các tổ chức và định chế tài chính, khối KH công. Kể từ khi hoạt động tại Việt Nam đến nay, ANZ luôn nhận được sự đánh giá cao của giới chuyên môn. NH này luôn được tạp chí The Asian Banker trao giải “Ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam” các năm 2003, 2004, 2007, 2008, 2013, 2014, 2015.

ANZ Việt Nam đã và đang mang tới cho KH những SP dịch vụ thật khác biệt so với các NH khác, với minh chứng là rất nhiều KH chuyển sang sử dụng dịch vụ của NH này và họ tin rằng ANZ có sự khác biệt rõ rệt. ANZ đặc biệt cung cấp cho KHCN các SP tín dụng đa dạng, tiện ích có lãi suất hấp dẫn với chất lượng dịch vụ được nâng cao, thời gian thẩm định hồ sơ nhanh chóng, tư vấn KH chi tiết. Điều này đã giúp cho

ANZ có khả năng xử lý công việc ưu việt hơn so với các NH quốc tế và nội địa tại Việt Nam hiện nay. Đối với hoạt động CVNO, ANZ là một trong số những NHTM tại Việt Nam quan tâm phát triển. Năm 2010, ANZ được tạp chí The Asian Banker trao giải thưởng “Ngân hàng cho vay mua nhà tốt nhất Châu Á”. Vào năm 2015, với nhận định khả quan về thị trường BĐS nhà ở và nhu cầu mua bán BĐS nhà ở tăng mạnh tại Việt Nam, ANZ đã đưa ra thị trường chương trình hỗ trợ KH vay mua nhà, vay tiêu dùng thế chấp nhà ở với mức lãi suất khuyến mãi thấp tới 6.5%/ năm và kỳ cố định lãi suất từ 1 tháng đến 24 tháng. Cụ thể, tại chương trình này KH có 3 sự lựa chọn về gói lãi suất khuyến mãi phù hợp nhất với nhu cầu của mình với khoản vay từ 500 triệu VNĐ trở lên được giải ngân trước ngày 31/07/2015. Ngoài ra, 50 khoản giải ngân hợp lệ đầu tiên sẽ có cơ hội được miễn phí định giá TSĐB tương đương với 2,1 triệu đồng. Bên cạnh đó, ANZ còn cung cấp cho KH các tư vấn hữu ích, chuyên sâu về thị trường, các giải pháp NH linh hoạt và tiện lợi như: dịch vụ cho vay mua nhà, xây sửa nhà và tiêu dùng thế chấp nhà của ANZ áp dụng mức lãi suất hấp dẫn tính trên số tiền vay giảm dần, thời hạn vay lên đến 20 năm và hạn mức vay lên đến 75% giá trị tài sản thế chấp với thủ tục vay đơn giản và nhanh chóng. ANZ còn có dịch vụ ANZ Home Assist, hỗ trợ KH dịch vụ chuyển nhà, thiết kế, mua sắm và trang bị nội thất. Sản phẩm của ANZ còn cho phép KH chọn kỳ thay đổi lãi suất linh hoạt 1, 3, 6 tháng, 1 năm, 2 năm và có tính năng hấp dẫn tạm trả tái rút, giúp KH quản lý rủi ro lãi suất tốt hơn. ANZ hiện đã mở rộng dịch vụ vay mua nhà và vay tiêu dùng thế chấp nhà tại tỉnh Bình Dương.

Để có được những thành công về lĩnh vực NHTM và CVNO trong thời gian qua, bên cạnh việc am hiểu KH, ANZ còn rất quan tâm đến hoạt động quản lý rủi ro. Điều này đã giúp ANZ phát triển hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động CVNO phát triển bền vững. Theo quan điểm của lãnh đạo ANZ thì quản lý rủi ro tín dụng không phải chỉ để đòi lại khoản cho vay/phát mãi tài sản thế chấp, mà quản trị cũng không phải là “ảo thuật gia” để có thể cứu được tất cả các khoản nợ xấu, mà điều quan trọng là để biết khi nào là đủ và xử lý thế nào cho hiệu quả. Nếu nhà quản trị NH biết được trước những khoản nợ rủi ro và giải quyết vấn đề này sớm hơn sẽ tránh được kết cục xấu, nhờ các khoản vay có thể được tái cơ cấu, bán một phần tài sản, tăng vốn hay tìm kiếm nhà đầu tư mới. Tuy nhiên để phát hiện được những khoản nợ xấu sớm thì các chuyên viên quan hệ KH của ANZ cần phải hiểu rõ KH của mình để biết chuyện gì đang xảy ra với họ. ANZ phải thường xuyên liên lạc với KH, kiểm soát mục đích sử dụng các khoản vay có đúng mục đích không. Khi xét duyệt các khoản cho vay mới, câu hỏi mà ANZ phải đặt ra là “lợi thế lâu dài của khách hàng này là gì để họ có thể

tồn tại trên thương trường khi xuất hiện những yếu tố không thuận lợi?”. Nếu bản thân ANZ không trả lời được thì họ không thể xét duyệt cho khoản vay này. Ngân ngữ Anh có câu “Không nên ném tiền qua cửa sổ”, vì thế một khi những khoản nợ xấu được xác định, các NH cần xem xét tình hình khoản vay xấu, đánh giá lại chứng từ, dòng tiền ngắn hạn. Các đánh giá này không phải để tìm kiếm lý do “tại sao khoản vay trở thành nợ xấu” mà là nhằm tìm kiếm một giải pháp tốt nhất trong tình huống khó khăn.

Mặt khác, để tránh rủi ro, các nhà quản lý ANZ rất lưu tâm với các ý kiến của những nhân viên báo cáo nguy cơ tiềm ẩn của KH. Họ luôn khuyến khích để các nhân viên của mình báo cáo ngay cho các cấp có thẩm quyền về các vấn đề tiềm ẩn càng sớm càng tốt, để ngân hàng có những bước chuẩn bị thích hợp. ANZ coi những khoản nợ xấu là một phần tất yếu trong hoạt động kinh doanh nên đã thiết lập một phòng quản lý rủi ro được điều hành bởi những chuyên viên giàu kinh nghiệm. Khi kết quả xếp hạng của KH xấu đi, họ sẽ là người chịu trách nhiệm đối với KH đó. Trong quá trình kinh doanh, ANZ nhận thấy nợ xấu thường xuất hiện ở các khoản cho vay có tỷ trọng vốn vay cao so với vốn đối ứng. Điều đó có thể khiến họ bị mất khả năng kiểm soát tài chính do KH tham vọng quá (nhất là hoạt động đầu tư BĐS). Do đó, khi cho vay, NH thận trọng với những KHCN không có nhiều kinh nghiệm, kiểm soát chặt việc sử dụng vốn để tránh nguồn vốn bị sử dụng sai mục đích, như vốn vay mua nhà lại được dùng để mua vào chứng khoán...

2.3.3. Kinh nghiệm của Ngân hàng HSBC

HSBC cũng là một NH quốc tế khá thành công tại Việt Nam trong việc tiếp cận và cho vay đối với KHCN và đã nhận được sự đánh giá cao của giới chuyên môn trong nước và quốc tế trong hoạt động NHTL. Thành công của HSBC Việt Nam là họ đã chuyển hướng từ đối tượng phục vụ là người nước ngoài sang phục vụ KH Việt Nam với thông điệp “Ngân hàng toàn cầu am hiểu địa phương”. Với chiến lược thay đổi KH mục tiêu và lập ra một đội ngũ nhân viên tư vấn chuyên nghiệp, HSBC được đánh giá vượt trội về khả năng cung cấp và giới thiệu các SP dịch vụ mới cho thị trường Việt Nam đặc biệt cung cấp các dịch vụ tài chính cá nhân mà nổi trội là cho vay cá nhân và thẻ tín dụng. HSBC đặc biệt chú trọng phát triển tập KHCN cao cấp trong hoạt động thẻ tín dụng với những ưu đãi lớn. Mạng CVNO cũng được HSBC chú ý với chính sách cho vay khôn khéo áp dụng cho KHCN. Hiện HSBC đang đưa ra các gói SP tín dụng bán lẻ theo hướng tích hợp theo giai đoạn sống của một con người trưởng thành. Tùy thuộc vào giai đoạn sống tương ứng mà KHCN tham gia các SP cho vay phù hợp với 4 giai đoạn: Khởi nghiệp, Vợ chồng son, Thành viên mới và Gia đình lớn. Bên cạnh đó, KH có thể lựa chọn phương thức hoàn trả linh hoạt trên cơ sở lãi vay tính trên

du nợ gốc ban đầu hoặc trên du nợ giảm dần. HSBC luôn đảm bảo vận hành theo đúng các nguyên tắc kinh doanh nòng cốt hỗ trợ tối đa cho chính sách tín dụng là: Hoạt động có năng lực và hiệu quả, Nguồn vốn mạnh và lưu động, Chính sách cho vay khôn khéo và Kỷ luật nghiêm khắc. Ở HSBC Việt Nam, điều quan trọng nhất khi có một KH là phải hiểu về KH đó: nguồn gốc tài sản, đối tác kinh doanh của họ, lĩnh vực, thị trường và cách họ tiến hành kinh doanh. Không phải KH nào cũng hiểu và chấp nhận được cách quản lý rủi ro rất chặt chẽ của HSBC. Nhưng khi NH giải thích cho họ hiểu, một phần của công tác tìm hiểu và cập nhật các thông tin này trên hệ thống của HSBC là để bảo vệ KH cũng như bảo vệ NH và hệ thống NH chống lại tội phạm tài chính, nên họ ủng hộ. Họ được HSBC coi là những KH mà NH thực sự muốn làm giao dịch lâu dài. Triết lý kinh doanh mà HSBC theo đuổi là nhằm thỏa mãn mối quan hệ giữa người với người. Bạn sẽ không đưa một đơn mở tài khoản cho KH và đơn giản là để họ điền vào. Sự tư vấn và giải thích kỹ càng, những buổi nói chuyện để tìm hiểu sâu hơn về KH và sự tương tác được giữ thường xuyên sẽ giúp NH có được sự am hiểu sâu sắc về KH. Điều này giúp HSBC đồng cảm với KH của mình, giúp NH quản lý rủi ro tốt, duy trì mối quan hệ lâu dài và phục vụ đúng nhu cầu của KH.

2.3.4. Bài học rút ra cho Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam

Qua xem xét kinh nghiệm của một số NH ở trên, NCS rút ra 5 bài học kinh nghiệm có thể áp dụng trong quản lý phát triển CVNO đối với KHCN của BIDV.

(1) Nghiên cứu phát triển sản phẩm tín dụng cần bám sát với hoàn cảnh thực tế và nhu cầu thực tiễn của KHCN.

(2) NH cần cập nhật thông tin thị trường tài chính – ngân hàng, thị trường BĐS..., các cơ chế chính sách điều tiết nền kinh tế vĩ mô của Chính phủ để kịp thời điều chỉnh phương hướng hoạt động.

(3) Có chính sách đào tạo đội ngũ cán bộ tín dụng thông thạo pháp luật, chuyên môn trong lĩnh vực tài chính – NH để tư vấn hồ sơ KH một cách kỹ lưỡng và nhạy bén.

(4) Tùy theo năng lực tài chính của mình, tự cân đối nguồn vốn đáp ứng cho hoạt động CVNO cá nhân đảm bảo cạnh tranh về giá (lãi suất và phí).

(5) NH không nên đặt mục tiêu lợi nhuận lên hàng đầu khiến phải sử dụng nguồn vốn ngắn hạn để cho vay vào lĩnh vực này một cách bất hợp lý. NH luôn phải quan tâm tới công tác phòng ngừa rủi ro để đảm bảo sự phát triển an toàn bền vững.

Kết luận Chương 2

Trong chương 2, luận án đã trình bày các vấn đề lý luận cơ bản về CVNO đối với KHCCN của các NHTM. Trong đó, luận án đã đề cập khái niệm, đặc điểm, vai trò của hoạt động CVNO đối với cá nhân, với NH và với nền kinh tế - xã hội. Luận án cũng đã khái quát các hình thức CVNO của NHTM theo 3 tiêu thức: (1) mục đích vay vốn, (2) phương thức hoàn trả và (3) nguồn gốc của khoản nợ. Tại mỗi tiêu thức phân loại này, tác giả đã chỉ ra những nét cơ bản về các loại hình CVNO tương ứng. Luận án cũng nêu làm rõ công tác tổ chức quản lý CVNO của NHTM với các hoạt động chủ yếu như: ban hành chính sách và quy trình CVNO; tổ chức bộ máy triển khai thực hiện chính sách và kiểm soát, đánh giá CVNO...

Trên cơ sở hoạt động CVNO tại NHTM, luận án trình bày tổng quan về hoạt động phát triển CVNO. Theo đó, luận án đã đưa ra các góc tiếp cận khác nhau về việc phát triển CVNO. Mô hình SERVQUAL của Parasuraman là mô hình phù hợp nhất thể hiện mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của KHCCN. Luận án nghiên cứu 3 phương thức phát triển CVNO của NHTM gồm: (1) phát triển sản phẩm; (2) phát triển thị trường và (3) phát triển kênh phân phối. Bên cạnh đó, muốn phát triển CVNO một cách bền vững, các NHTM cần quan tâm đến rủi ro và các biện pháp phòng ngừa – hạn chế rủi ro trong CVNO. NHTM cần nhận diện rủi ro CVNO với các nhân tố có thể gây nên rủi ro đối với hoạt động này. Từ đó, nhà quản trị NHTM ứng dụng các biện pháp phòng ngừa và xử lý rủi ro trong hoạt động CVNO phù hợp. Luận án cũng xác lập 6 tiêu chí đánh giá mức độ phát triển CVNO, khái quát các nhân tố ảnh hưởng đến CVNO và chỉ ra việc phát triển hoạt động này cần phải gắn với chất lượng dịch vụ.

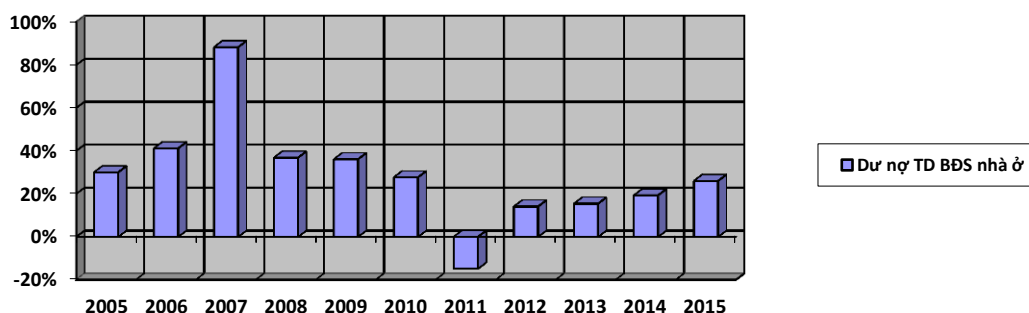
Trong chương 2, bên cạnh việc trình bày lý luận chung về phát triển CVNO, NCS đã nghiên cứu kinh nghiệm phát triển CVNO của một số NHTM từ đó rút ra 5 (năm) bài học cho BIDV trong việc phát triển CVNO trong tương lai.

CHƯƠNG 3

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CHO VAY NHÀ Ở ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN ĐẦU TƯ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM

3.1. Vài nét khái quát về thị trường tín dụng nhà ở tại Việt Nam

Trước năm 2010, các NHTM đã tăng trưởng nóng vào lĩnh vực tín dụng BĐS nhà ở. Mặc dù giai đoạn 2003- cuối 2006 là khoảng thời gian thị trường BĐS nhà ở “đóng băng” nhưng tín dụng BĐS nhà ở liên tục tăng. Theo công bố của NHNN, dư nợ cho vay trong giai đoạn này liên tục tăng với tốc độ khoảng 33%/năm. Tỷ trọng dư nợ cho vay BĐS nhà ở trong tổng dư nợ nền kinh tế tăng từ mức 8% (năm 2003) lên 11% (năm 2007). Đến hết năm 2007, dư nợ cho vay BĐS nhà ở của các NHTM đạt 117.590 tỷ đồng, chiếm khoảng 11% tổng dư nợ. Trong đó hầu hết là cho vay trung hạn (chiếm khoảng 79% dư nợ), cho vay dài hạn (chiếm khoảng 20% dư nợ).



Nguồn: NHNN 2005 - 2015

Hình 3.1. Diễn biến tăng trưởng dư nợ tín dụng BĐS nhà ở

Hình 3.1 cho thấy diễn biến tăng trưởng dư nợ tín dụng BĐS nhà ở qua các năm từ 2005 đến 2015, theo đó dư nợ tín dụng tăng trưởng mạnh trong những năm từ 2005 đến hết năm 2009, ứng với giai đoạn thị trường BĐS nhà ở tăng trưởng. Khoảng thời gian từ năm 2010 đến nay, tăng trưởng dư nợ tín dụng BĐS nhà ở giảm mạnh do đây là khoảng thời gian thị trường BĐS bị suy thoái, lâm vào trạng thái “đóng băng” bởi tác động tiêu cực từ nền kinh tế bị khủng hoảng, lạm phát gia tăng và hạn chế tín dụng BĐS nhà ở của NHNN. Theo hình 3.1, tỷ trọng dư nợ tín dụng BĐS nhà ở gia tăng mạnh nhất là trong những năm 2007 – 2008, khoảng thời gian các NHTM “đua nhau” tài trợ tín dụng cho thị trường này với rất nhiều hình thức khác nhau. Lý do khiến các NHTM đẩy mạnh hoạt động cho vay trong lĩnh vực này vì họ đều nhận thấy BĐS nhà ở trong giai đoạn này là lĩnh vực đầu tư đem lại lợi nhuận khá cao, người đầu tư thường là

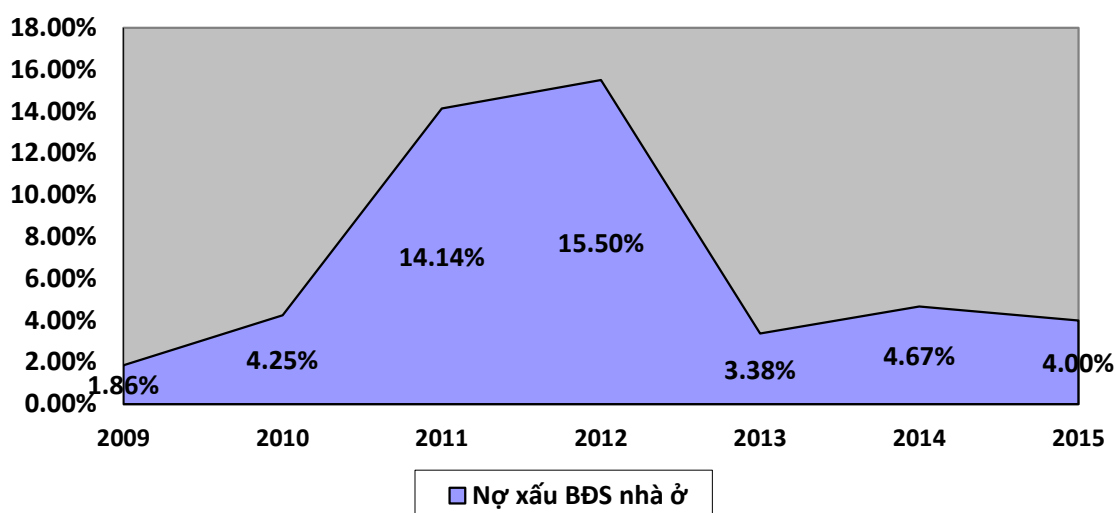
những người có năng lực tài chính mạnh nên khả năng đảm bảo trả nợ tốt. Hơn nữa, trong giai đoạn này thị trường chứng khoán đang có dấu hiệu đi xuống nên việc chuyển hướng đầu tư vào nhà đất sẽ là một kênh đầu tư tốt. Về phía NHTM, đây là giai đoạn mà các hộ huy động được lượng vốn dồi dào, nhất là năm 2007 (khi vốn của nhà đầu tư dần rút khỏi thị trường chứng khoán) nên có đủ khả năng cung ứng vốn cho nhu cầu thị trường. Thêm vào đó, việc thực hiện Chỉ thị 03/2007/CT - NHNN về giảm dư nợ cho vay liên quan đến chứng khoán, hoạt động tín dụng BĐS nhà ở có độ rủi ro thấp hơn cho vay đầu tư chứng khoán cũng là những cơ sở khiến NHTM đẩy mạnh hoạt động tín dụng BĐS nhà ở. Tuy nhiên việc phát triển nóng này đã khiến cho NHNN vào đầu năm 2010 phải đưa ra chỉ đạo các NHTM giảm tỷ lệ tăng trưởng tín dụng, đưa tín dụng BĐS vào diện phi sản xuất và hạn chế cho vay, thực hiện giảm tỷ trọng cho vay BĐS xuống 22% (30/6/2011), rồi xuống 16% dư nợ cho vay của hệ thống (31/12/2011). Quyết định này của NHNN cùng với sự suy giảm của thị trường tài chính, thị trường BĐS nhà ở đã khiến cho hoạt động cho vay giảm sâu.

Thực tế thời gian qua cho thấy, xu hướng tăng (giảm) của dư nợ BĐS nhà ở của NH đi cùng chiều với biến động thị trường. Khi thị trường phát triển, giao dịch sôi động hoặc tăng trưởng nóng thì dư nợ cho vay của các NHTM cho hoạt động đầu tư này tăng lên; ngược lại khi thị trường BĐS trầm lắng hoặc đóng băng thì dư nợ cho vay BĐS nhà ở giảm hoặc tăng trưởng chậm lại. Điều này cho thấy tín dụng BĐS nhà ở có mối quan hệ chặt chẽ với thị trường BĐS nhà ở. Tín dụng BĐS nhà ở của NHTM phát triển mạnh mẽ với đa dạng hình thức tài trợ cho các chủ thể có nhu cầu, từ các hợp đồng tài trợ vốn lớn cho các chủ dự án đầu tư đến các khoản cho vay tiêu dùng phục vụ cho nhu cầu đầu tư phát triển BĐS nhà ở của nhà đầu tư cá nhân. Đặc biệt trong những khoảng thời gian thị trường BĐS tăng giá (2006 – 2008) rất nhiều NHTM cổ phần đã nhanh chóng “bơm” tiền vào thị trường thông qua việc cho KHCN vay tiền thông qua hình thức cho vay mua nhà – đất ở trả góp với giá trị khoản vay lớn hơn (80 – 100% giá trị BĐS), thời hạn tín dụng dài hơn (trên 10 năm) và lãi suất cho vay điều chỉnh giảm so với trước. Ví dụ: Năm 2007, Techcombank chính thức công bố tài trợ KH vay tiền mua sản phẩm Sky Garden 3, đồng thời cung cấp gói tiện ích về nhà ở, thiết bị gia đình, ô tô. Đối với KH mua BĐS tại dự án này, Techcombank ưu đãi về thời hạn cho vay tối đa là 20 năm thay vì 10 năm như trước đó, tỷ lệ cho vay tối đa là 80%, phương thức thanh toán góc và lãi dựa trên cơ sở có tính đến việc thu nhập có xu hướng tăng lên theo thời gian và khả năng trả nợ của KH; việc thanh toán vốn gốc được thực hiện ở các phân đoạn khác nhau theo các mức tương ứng: $\frac{1}{4}$ thời gian đầu KH thanh toán 15% vốn gốc, các $\frac{1}{4}$ thời gian còn lại KH thanh toán vốn gốc tương

ứng là 25%, 30% và 30%. Tài sản đảm bảo chính là ngôi nhà đã và định mua của KH. Navibank, Westernbank, HDbank... cho vay đến 100% giá trị căn nhà trong thời gian 20 – 30 năm nếu người cho vay có thêm tài sản đảm bảo khác ngoài BĐS dự định mua. KH của HDbank có thể lựa chọn vay bằng VND hoặc vàng. OCB cho KH vay mua nhà ở, nền nhà với mức vay không quá 70% giá trị căn nhà đã thỏa thuận mua bán, không vượt quá 70% trị giá nhà mua dùng làm tài sản thế chấp, không vượt quá 80% trị giá BĐS khác dùng làm thế chấp hay bảo lãnh, không quá 80% trị giá chứng từ có giá dùng để cầm cố đảm bảo khoản vay và dưới 100% giá trị khoản tiền tiết kiệm kỳ hạn tại OCB để đảm bảo khoản vay. Habubank cũng có chương trình tài trợ cho KHCN có nhu cầu về nhà ở thực sự và có hộ khẩu thường trú tại địa phương nơi NH này có trụ sở giao dịch, với hỗ trợ tối đa là 70% giá trị của nhà – đất ở và thời hạn cho vay dài nhất là 15 năm. Eximbank cũng đưa ra 2 SP cho vay mua nhà – đất trả góp tại dự án căn hộ cao cấp Sky Garden 3 lên đến 100% giá trị BĐS nếu có thêm TSĐB khác và 80% giá trị BĐS nếu thế chấp bằng chính BĐS mua, KH được trả góp trong vòng 20 năm, thời gian ân hạn tương ứng với thời gian nhận nhà (tối đa là 3 năm), lãi suất 1%/tháng, phương thức trả nợ linh hoạt. Như vậy có thể thấy, với sự tham gia trợ vốn của các NHTM, nhà đầu tư chỉ cần có 20 – 30% trị giá đầu tư bằng vốn tự có trả trước cho chủ đầu tư là sẽ nhanh chóng sở hữu căn hộ theo ý muốn. Tuy nhiên, các sản phẩm hỗ trợ KH này chủ yếu chỉ nhắm đến nhóm chủ thể là người có thu nhập khá trở lên (phổ biến ở mức thu nhập có thể chứng minh được là từ 15 triệu đồng/tháng). Điều này cho thấy phần lớn các cá nhân có nhu cầu thực về nhà ở không được đáp ứng, hay nói cách khác vốn tín dụng của NH đang chảy vào giới đầu cơ, đây là nguyên nhân tiềm ẩn sẽ gây rủi ro cho NH khi thị trường BĐS nhà ở hoạt động không tốt.

Nhận thấy tình hình gia tăng quá mức nguồn tín dụng đổ vào thị trường BĐS nhà ở có thể dẫn đến hiện tượng “bong bóng” có thể xảy ra, cộng với lạm phát có khuynh hướng gia tăng và những bất ổn trong nền kinh tế trong nước và thế giới, nhất là những thay đổi theo chiều hướng tiêu cực của thị trường chứng khoán, năm 2008 NHNN đã tiến hành thực thi chính sách tiền tệ thắt chặt bằng các động thái như: tăng lãi suất cơ bản, tăng tỷ lệ dự trữ bắt buộc, phát hành tín phiếu kho bạc hút 20.300 tỷ đồng khỏi lưu thông... Những hoạt động này đã làm thu hẹp nguồn cung tiền của các NHTM, khiến nhiều NH phải thực hiện việc hạn chế cho vay, điều chỉnh lãi suất cho vay lên mức 21%/năm (6/2008), chỉ thực hiện nốt các hợp đồng tín dụng đã ký kết và đang giải ngân, thậm chí có NH còn ngưng cả việc giải ngân các hợp đồng đang thực hiện và không thực hiện cho vay mới vì không còn tiền để cho vay. Từ tháng 5/2008 đến tháng 10/2008, nhiều NHTM đã ngừng cho vay lĩnh vực BĐS nhà ở, đặc biệt

không đáp ứng nhu cầu vay vốn phục vụ việc kinh doanh và đầu tư BĐS nhà ở. Bên cạnh đó, các NH cố gắng giảm dần dư nợ cho vay BĐS bằng các biện pháp thu hồi công nợ. Trái ngược với thời gian trước 2008, các NHTM “đua nhau” chào mời KH để CVNO thì từ 2008 họ lại làm ngược lại. Các NHTM cho rằng thị trường BĐS nhà ở đang trong trạng thái “làm giá” khiến giá BĐS nhà ở đứng ở mức quá cao, tiềm ẩn nhiều rủi ro và đây là danh mục đầu tiên được các NHTM lựa chọn để siết lại, hạn chế và thậm chí từ chối cho vay. Theo NHNN, dư nợ cho vay BĐS nhà ở tính đến cuối năm 2008 đạt khoảng 160.900 tỷ đồng chiếm 9,5% tổng dư nợ của toàn bộ nền kinh tế, trong đó 73,9% tập trung ở hai thành phố lớn là Hà Nội (gần 15%) và TP Hồ Chí Minh (gần 60%). Nhưng vào năm 2009, với gói hỗ trợ lãi suất của Chính phủ hoạt động tín dụng BĐS nhà ở lại có chiều hướng tăng trưởng trở lại. Theo đó, năm 2009, dư nợ tín dụng BĐS nhà ở đạt 219.000 tỷ đồng, chiếm 11,76% tổng dư nợ và tăng 36,1% so với năm 2008. Tỷ trọng này tiếp tục tăng vào năm 2010 lên mức 12,13% khiến cho cấp quản lý vĩ mô về tiền tệ bắt đầu thực thi những biện pháp mạnh mẽ hơn trong việc thực thi chính sách thắt chặt tiền tệ, vừa nhằm thực hiện giảm tốc độ lạm phát, đối phó với những bất ổn của kinh tế và thị trường chứng khoán trong nước. Các biện pháp “mạnh tay” này bắt đầu được thực thi từ tháng 2/2011. Sau hơn 3 tháng (từ 2/2011) kể từ khi Chính phủ chuyển trọng tâm từ tăng trưởng kinh tế sang ưu tiên đối phó với lạm phát, chỉ số giá tiêu dùng vẫn tăng cao. Theo báo cáo của HSBC, lạm phát tháng 5/2011 tăng 2,1% so với tháng 4/2011 và tăng 19,8% so với cùng kỳ năm trước. Cùng với xu hướng đi lên của chỉ số giá tiêu dùng là sự gia tăng lãi suất huy động và lãi suất cho vay VNĐ để hạn chế lạm phát tăng mạnh. Lãi suất huy động tại tháng 5/2011 tăng trên 17%/năm đối với những NH “vượt rào” về lãi suất, đã làm cho lãi suất cho vay sản xuất và phi sản xuất lần lượt tăng lên khoảng 20 – 22%/năm và 23 – 25%/năm. Thị trường BĐS nhà ở vì thế bị tác động mạnh khi lãi suất phi sản xuất ngày một tăng cao. Cùng với đó là việc gánh chịu liên tiếp những thông tin bất lợi cho hoạt động cho vay BĐS nhà ở từ phía NHNN, đầu tháng 3/2011 NHNN ban hành quy định các TCTD phải đưa tỷ trọng tín dụng phi sản xuất năm 2011 đến 30/6 không được quá 22%/tổng dư nợ cho vay và đến ngày 31/12 là 16%/tổng dư nợ cho vay. Vì nguồn vốn tài trợ cho thị trường BĐS nhà ở hầu hết đến từ hệ thống NHTM thông qua các khoản cho vay BĐS nhà ở, nên khi chính sách thắt chặt tiền tệ được ban hành đã gây ra những bất lợi cho thị trường và các thành viên tham gia. Những quyết định về chính sách này cũng đã đưa các NHTM tới tình trạng tồi tệ về nợ xấu liên quan đến tín dụng BĐS nhà ở (hình 3.2).



Nguồn: NHNN

Hình 3.2. Diễn biến nợ xấu tín dụng BĐS nhà ở giai đoạn 2009 – 2015

Việc nợ xấu tín dụng BĐS nhà ở tăng cao trong thời gian từ 2009 đến nay cùng với việc nền kinh tế lâm vào tình trạng suy thoái và thị trường BĐS đóng băng kéo dài đã làm cho nguồn cung nhà ở dân dụng giảm mạnh, trong khi nhu cầu ngày một tăng cao ở phân khúc trung cấp và thấp cấp. Song các NHTM với quan điểm “né tránh” nợ xấu đã không tiếp tục việc tiếp vốn cho lĩnh vực BĐS nhà ở như trước. Điều này đã làm cho kinh tế Việt Nam trở nên không có lối thoát, nhất là trong những năm 2012, 2013. Trước tình hình này, Chính phủ ban hành Nghị quyết 02/2013/NQ-CP nhằm kích cầu tiêu dùng BĐS nhà ở với gói kích cầu 30.000 tỷ đồng (Thông tư 11/2013/TT-NHNN và Thông tư 07/2013/TT-BXD). Theo báo cáo tổng hợp từ NHNN, đến 31/10/2014, có 9.376 KH được ký hợp đồng tín dụng trong gói tín dụng hỗ trợ nhà ở với tổng số tiền cam kết cho vay từ các NH đạt 7.358 tỷ đồng; chiếm tỷ trọng 24,5% tổng số tiền cho vay hỗ trợ nhà ở theo Nghị quyết 02/NQ-CP ngày 07/01/2013 của Chính phủ, tăng 3,9 lần so với 31/12/2013; giải ngân theo tiến độ đạt 3.840 tỷ đồng, cụ thể như sau:

- Khách hàng là hộ gia đình, cá nhân: có 9.347 KHCN được ký hợp đồng tín dụng từ gói tín dụng hỗ trợ nhà ở với tổng số tiền cam kết cho vay là 3.932 tỷ đồng, giải ngân theo tiến độ đạt 2.486 tỷ đồng.

- KHDN: NHNN đã xác nhận đăng ký của các NHTMNN được ký hợp đồng tín dụng với 29 doanh nghiệp (32 dự án) với tổng số tiền cam kết giải ngân từ nguồn tái cấp vốn của NHNN là 3.426 tỷ, chiếm tỷ trọng 38,1% tổng nguồn vốn hỗ trợ nhà ở dành cho DN; giải ngân theo tiến độ đạt 1.354 tỷ. Trong đó:

+ Cho vay dự án xây dựng nhà ở xã hội: 26 dự án với tổng số tiền cam kết 2.129 tỷ, giải ngân theo tiến độ 775,5 tỷ;

+ Cho vay dự án nhà ở thương mại chuyển đổi công năng sang nhà ở xã hội: 6 dự án với tổng số tiền cam kết 1.297 tỷ; doanh số giải ngân 578,2 tỷ.

Thêm vào đó, NHNN còn thực hiện triển khai thí điểm sản phẩm liên kết 4 nhà (nhà đầu tư – nhà thầu – nhà cung cấp vật liệu xây dựng – nhà ngân hàng) trong lĩnh vực BĐS. Theo đó, ngày 12/5/2014, NHNN đã có Công văn số 3128/NHNN-TD chỉ định 8 ngân hàng (Agribank, BIDV, Vietcombank, Vietinbank, MHB, SHB, VNCB và Lienvietpostbank) về việc triển khai thí điểm sản phẩm tín dụng liên kết 4 nhà. Đến nay đã có 4 chuỗi liên kết được khởi tạo với tổng mức đầu tư là 7.778 tỷ đồng, trong đó các NH (BIDV, SHB, Vietinbank) cam kết cho vay 6.149 tỷ đồng (chiếm 79,44% tổng vốn đầu tư). Việc triển khai chương trình này sẽ giúp khơi thông dòng vốn trong lĩnh vực xây dựng cơ bản, góp phần đẩy mạnh tiêu thụ hàng tồn kho BĐS, hàng tồn kho vật liệu xây dựng, ...đồng thời cũng tăng cường sự hợp tác, phối hợp giữa các tổ chức tín dụng trong việc kiểm soát dòng tiền, nâng cao chất lượng tín dụng, giảm nợ xấu.

Đánh giá chung

Thời gian qua với việc tham gia tích cực vào hoạt động cấp tín dụng BĐS nhà ở cho nền kinh tế, các NHTM đã đạt được những kết quả tích cực:

(1) Dư nợ cho vay BĐS nhà ở tăng trưởng liên tục. Mặc dù từ năm 2008 đến nay có những điều kiện không thuận lợi cho hoạt động kinh doanh đầu tư BĐS nhà ở, lãi suất cho vay tăng cao và hạn chế cho vay BĐS nhà ở của NHNN, khiến tỷ lệ tăng trưởng dư nợ tín dụng BĐS nhà ở giảm song mức dư nợ cho vay vẫn tăng qua các năm. Điều này cho thấy:

- NH có vai trò quan trọng trong tài trợ tín dụng BĐS nhà ở của nền kinh tế.

- Các NH hướng việc giải ngân vốn vay cho các chủ thể có nhu cầu thực sự và khả năng tài chính tốt hơn. Điều đó giúp cho chất lượng của khoản vay ngày càng tốt hơn và ít rủi ro hơn do thanh lọc được những khoản cho vay kém hiệu quả.

(2) Các sản phẩm cho vay ngày càng đa dạng, đáp ứng nhu cầu và khả năng thanh toán của chủ thể cần vốn là DN và cá nhân. Các NH đã có chuyển biến tích cực trong việc hướng hoạt động CVNO tới các KHCN (người có nhu cầu thực sự về nhà ở) và tạo những thuận lợi nhất để nhóm KH này có thể thỏa mãn nhu cầu sống của mình một cách tốt nhất trong điều kiện có thể.

(3) NH ngày càng thể hiện vai trò tích cực trong hỗ trợ vốn cho các DN kinh doanh BĐS nhà ở bằng các giải pháp vốn hỗ trợ:

- Đối với các DN xây dựng và kinh doanh BĐS nhà ở: việc liên kết tài trợ dự án nhà ở vừa giúp DN tháo gỡ khó khăn về vốn trong kinh doanh, vừa thúc đẩy việc bán các BĐS nhà ở đến người có nhu cầu → duy trì và tăng doanh thu cho DN → đảm bảo tài chính và khả năng trả nợ của DN.

- Đối với cá nhân/hộ gia đình: hoạt động này cho phép cá nhân/hộ gia đình được thỏa mãn một cách tốt nhất nhu cầu về nhà ở và tránh được những rủi ro trong việc đầu tư BĐS nhà ở bằng theo các hình thức khác, bởi họ có được một đảm bảo chắc chắn hơn về tiến độ thực hiện và bàn giao BĐS từ phía DN và NHTM đồng tài trợ.

- Đối với NHTM: hoạt động cấp tín dụng trực tiếp cho người có nhu cầu về nhà ở và gián tiếp cho DN nên giảm thiểu được rủi ro tín dụng. Bởi các món vay đối với cá nhân nhỏ hơn nhiều so với của DN nên việc phân tán và giảm thiểu rủi ro tín dụng dễ dàng thực hiện được. Bên cạnh đó với những khoản cho DN xây dựng và kinh doanh BĐS nhà ở vay tại NHTM này có cơ sở an toàn hơn do hoạt động tiêu thụ BĐS nhà ở được duy trì. Tất cả những lợi ích đó giúp NHTM đảm bảo được thu nhập từ CVNO, giảm thiểu rủi ro tín dụng do có được hoạt động cho vay an toàn.

Bên cạnh những mặt đạt được nêu trên, thị trường tín dụng BĐS nhà ở tại Việt Nam còn bộc lộ những hạn chế:

(1) Chất lượng cho vay nhà ở chưa cao. Giai đoạn trước năm 2008, các NH đã tăng cường hoạt động cấp tín dụng nhà ở vào nền kinh tế. Thêm vào đó các họ cạnh tranh mạnh với nhau trong việc tăng trưởng dư nợ cho vay trong lĩnh vực này đã khiến cho việc giải ngân tín dụng tương đối dễ dàng và chất lượng của khoản cho vay giảm sút. Chính vì thế khi thị trường BĐS nhà ở suy thoái, BĐS nhà ở không giao dịch được cả ở thị trường sơ cấp và thứ cấp đã khiến cho khả năng trả nợ của người đi vay giảm và hệ lụy là các NHTM phát sinh nợ xấu.

(2) Tín dụng nhà ở dành cho cá nhân của NHTM mới chỉ nhắm vào những cá nhân có thu nhập khá trở lên (phần lớn các NHTM chỉ thực hiện việc cấp tín dụng nhà ở đối với cá nhân có thu nhập từ 15 trđ/tháng trở lên) mà chưa thực sự quan tâm tới những cá nhân/ hộ gia đình có thu nhập thấp. Thực tế cho thấy đối với những cá nhân có thu nhập cao, nếu xét về tính an toàn thì dường như khá đảm bảo về mặt hình thức song về bản chất thì khoản cho vay đó lại tiềm ẩn nguy cơ rủi ro cao. Bởi đối với những người này việc mua nhà phần lớn không phải để đáp ứng nhu cầu bức thiết về chỗ ở mà chủ yếu là nhằm mục đích đầu cơ về giá nên họ tích cực đi vay để lợi dụng

ưu thế về đòn bẩy tài chính trong hoạt động đầu tư của mình. Theo khảo sát của CB Richard Ellis Việt Nam vào năm 2011, hoạt động đầu cơ về BĐS nhà ở chiếm 65 – 70% giao dịch trên thị trường. Hơn nữa, NHTM không thể chắc chắn rằng, người đó chỉ phát sinh duy nhất 01 (một) hợp đồng tín dụng với NH, do hiện nay tại Việt Nam, số lượng NHTM tham gia hoạt động cấp tín dụng BĐS nhà ở cho cá nhân là khá đông đảo. Do đó, khi thị trường BĐS nhà ở bị suy thoái, các BĐS nhà ở đầu cơ không bán được khiến người vay mất khả năng thanh toán làm cho NHTM không thu được tiền từ khoản cho vay và phát sinh nợ xấu.

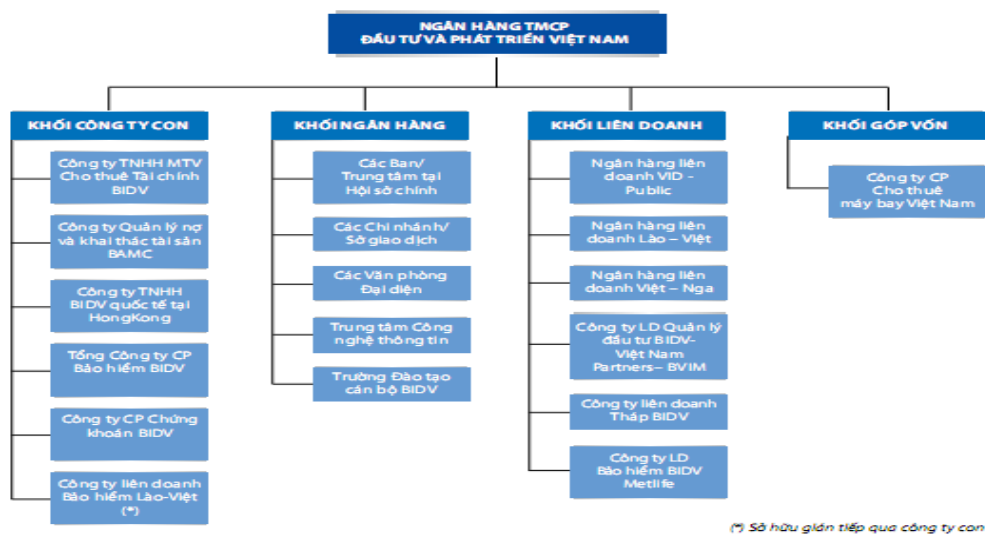
(3) Tương quan giữa thời lượng của nguồn huy động cho vay và hoạt động cho vay (hay tương quan về thời gian của Tài sản Nợ và Tài sản Có) không đảm bảo. Các NHTM kinh doanh phần lớn dựa vào nguồn tiết kiệm của người gửi tiền. Thời lượng của nguồn huy động này phần lớn là dưới 12 tháng. Nhưng khi cấp tín dụng nhà ở thì các khoản vay lại chủ yếu là các khoản vay trung và dài hạn. Ví dụ: quý 2/2011, dư nợ cho vay trung và dài hạn chiếm 77% tổng dư nợ tín dụng nhà ở. Như thế cho thấy sự mất cân đối về thời gian giữa nguồn và sử dụng nguồn của NHTM gây ra rủi ro thanh khoản, là rủi ro mà NHTM sẽ phải đối diện khi NHTM tăng trưởng tín dụng nhà ở trung dài hạn và nhất là khi NHTM xuất hiện rủi ro tín dụng.

3.2. Thực trạng phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng TMCP đầu tư và phát triển Việt Nam

3.2.1. Giới thiệu chung về Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam

Lịch sử xây dựng, trưởng thành của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (BIDV) đã trải qua hơn nửa thế kỷ gắn với từng thời kỳ lịch sử đấu tranh và xây dựng đất nước. Thành lập theo Quyết định 177/TTg ngày 26/4/1957 của Thủ tướng Chính phủ Việt Nam Dân chủ Cộng hòa với tên gọi là NH Kiến thiết Việt Nam, trực thuộc Bộ Tài chính. Từ ngày 24/6/1981 NH mang tên Ngân hàng Đầu tư và Xây dựng Việt Nam, trực thuộc hệ thống NHNN Việt Nam. Trong thời gian này, BIDV là một NH quốc doanh, chủ yếu thực hiện cấp phát vốn ngân sách nhà nước, cho vay theo kế hoạch các dự án trọng điểm thuộc lĩnh vực đầu tư và phát triển [9]. Ngày 18/11/1994, Thống đốc NHNN phê duyệt ban hành Quyết định 293/QĐ – NH9 cho phép BIDV được thực hiện các hoạt động NHTM và chính thức chấp thuận chuyển BIDV sang hoạt động theo mô hình NHTM kể từ ngày 1/1/1995. Năm 1995 đánh dấu bước ngoặt lịch sử, thay đổi căn bản hoạt động của BIDV khi NH chuyển đổi hoạt động theo mô hình NHTM, bước vào thời kỳ phát triển hội nhập. Ngày 21/03/1995 NHNN chính thức phê duyệt Điều lệ hoạt động mới của BIDV trong đó quy định rõ BIDV được thực hiện các hoạt động của NHTM [15]. Bắt đầu từ tháng 9/2008, BIDV thực hiện chuyển đổi mô hình tổ chức cũ sang mô hình tổ chức mới với tên gọi mô hình TA2 –

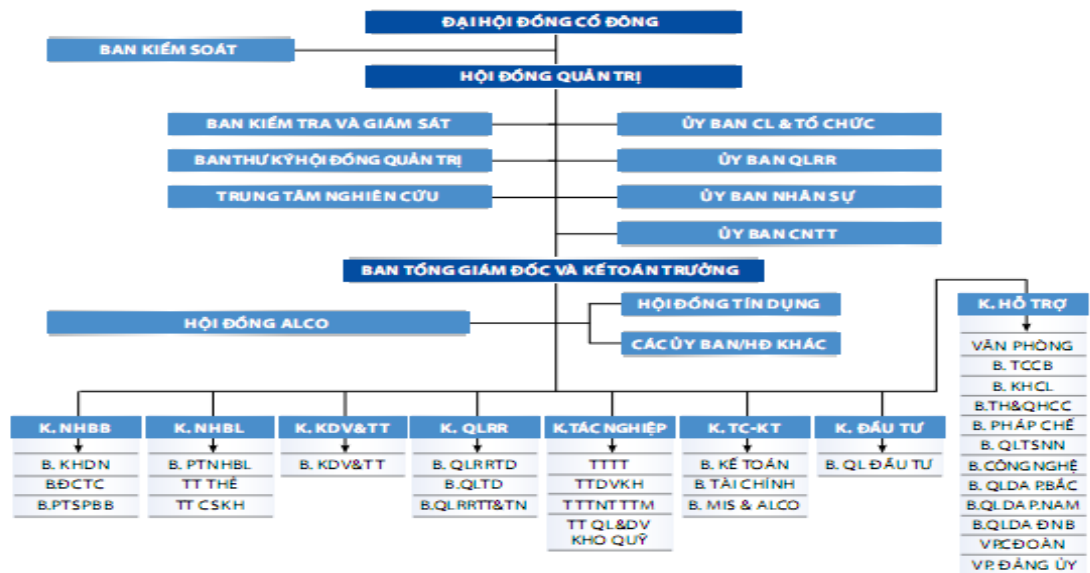
mô hình phù hợp với thông lệ quốc tế nhằm thực hiện mục tiêu chuyển đổi từ mô hình NH truyền thống sang mô hình NH hiện đại, đa năng, định hướng mở rộng dịch vụ NHBL, tạo nền tảng cho việc tập trung hóa hoạt động và tăng cường quản lý tập trung tại Hội sở chính; đáp ứng yêu cầu quản trị rủi ro theo nguyên tắc tách bạch giữa ba chức năng: kinh doanh – quản lý rủi ro – tác nghiệp. Ngày 30/11/2011 Thủ tướng Chính phủ có Quyết định số 2124/QĐ – TTg, phê duyệt phương án cổ phần hóa BIDV. Theo đó, NH được cổ phần hóa theo hình thức giữ nguyên vốn nhà nước hiện có, phát hành thêm cổ phần để tăng vốn điều lệ, trong đó tỷ lệ sở hữu của nhà nước không thấp hơn 65% với 2 giai đoạn (giai đoạn 1: tỷ lệ sở hữu nhà nước trên 78%; giai đoạn 2: tỷ lệ là trên 65%). Ngày 28/12/2011, BIDV thực hiện thành công việc phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng. Kết quả IPO này “Số lượng cổ phần đặt mua đạt 166,2% số lượng chào bán đã thể hiện sự tín nhiệm của các nhà đầu tư đối với BIDV. Đây là đợt IPO với khối lượng chào bán lớn nhất trong năm 2011 và có số lượng Nhà đầu tư đăng ký lớn thứ 2”[14] trong bối cảnh thị trường chứng khoán Việt Nam lao dốc và thị trường chứng khoán thế giới ảm đạm. Kết quả này đã thể hiện sự quan tâm rất lớn của đông đảo các nhà đầu tư đối với cổ phiếu của BIDV, tin tưởng vào uy tín, thương hiệu và hoạt động kinh doanh của NH. Tháng 4/2012, BIDV chính thức cổ phần hóa và có tên là Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam. Đây là sự chuyển đổi căn bản hoạt động của BIDV sau 55 năm thực hiện nhiệm vụ, vai trò của một NHTM Nhà nước. Quá trình cổ phần hóa tạo cho BIDV một mô hình mới, năng động và hiệu quả; tạo điều kiện để NH hấp thụ nguồn lực trong và ngoài nước; tạo sự thúc đẩy để NH củng cố các lĩnh vực hoạt động và mở rộng đầu tư cũng như nâng tầm thương hiệu.



Nguồn: BIDV

Hình 3.3. Sơ đồ cơ cấu tổ chức hệ thống BIDV sau cổ phần hóa

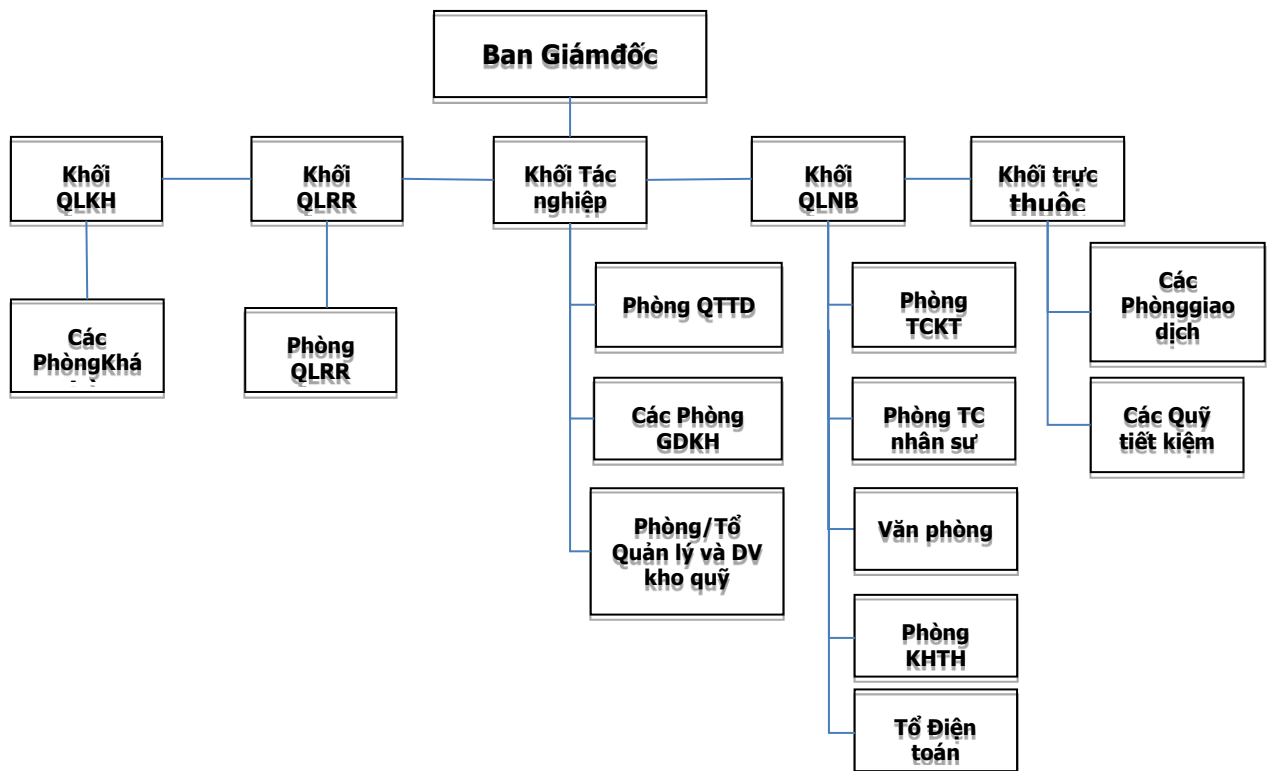
Sau 20 năm hoạt động theo mô hình NHTM, BIDV đã chuyển mình, tạo bước đột phá lớn trên mọi mặt hoạt động với những con số ấn tượng. Từ năm 1995 đến năm 2015, tổng tài sản tăng gần 98 lần, từ 8.700 tỷ đồng lên 850.670 tỷ đồng, trở thành 1 trong 2 NH có quy mô lớn nhất trong hệ thống Ngân hàng Việt Nam; Huy động vốn tăng hơn 418 lần, từ 1.700 tỷ đồng lên 709.883 tỷ đồng; Tín dụng tăng 113 lần, từ 5.300 tỷ đồng lên 598.434 tỷ đồng; Quy mô vốn điều lệ tăng 138 lần, từ 247 tỷ đồng lên 34.187 tỷ đồng; Lợi nhuận trước thuế tăng 36 lần, từ 221 tỷ đồng lên 7.949 tỷ đồng; Mạng lưới được mở rộng từ 55 CN lên 181 CN với gần 1.000 PGD/QTK. Tính đến cuối năm 2015, BIDV duy trì mức tăng trưởng khá, ổn định với ROE đạt 15,27%, ROA đạt 0,76%, hệ số an toàn vốn CAR đạt trên 9%. Nộp thuế cho Nhà nước lũy kế khoảng 12.000 tỷ đồng. Hoạt động kinh doanh đối ngoại phát triển cả về qui mô và chất lượng các loại hình kinh doanh. Đến nay, BIDV đã có trên 2000 định chế tài chính trong nước, quốc tế với đa dạng dịch vụ kinh doanh: NH đại lý, thanh toán, tín dụng, đào tạo, chuyển giao công nghệ,... BIDV cũng đã thực hiện thành công nhiều dự án hợp tác với các đối tác nước ngoài trên thị trường Việt Nam; mở rộng phạm vi, lĩnh vực hoạt động ra thị trường Lào, Campuchia, Myanmar, Nga, Séc... Đặc biệt, BIDV đã và đang trở thành đối tác tin cậy, thực hiện hiệu quả thành công nhiều dự án hợp tác với các tổ chức tài chính quốc tế như WB, ADB, NIB...



Nguồn: BIDV

Hình 3.4. Sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy sau cổ phần hóa

Trong giai đoạn 2010 – 2015, mặc dù nền kinh tế trong nước có diễn biến theo chiều hướng không thuận lợi, song nhìn chung hoạt động kinh doanh của BIDV vẫn có được sự tăng trưởng tích cực với mức độ tăng trưởng được duy trì cả về quy mô, chất lượng và hiệu quả (bảng 3.1).



Nguồn: BIDV

Hình 3.5. Sơ đồ cơ cấu tổ chức Chi nhánh/Sở giao dịch sau cổ phần hóa

Theo đó:

(1) Về quy mô: Tổng tài sản có mức TTBQ là 18,56%/năm (cao nhất là năm 2015 với mức tăng trưởng đạt được là 30,8%). Vốn chủ sở hữu có mức TTBQ là 12,22%/năm (cao nhất là năm 2015 với mức tăng trưởng là 25,7%). Vốn điều lệ có mức TTBQ là 22,04%/năm (cao nhất là năm 2015 với mức tăng trưởng đạt 21,6%). Số lượng nhân viên có mức TTBQ là 8,02%/năm (cao nhất là 2015 với mức tăng trưởng đạt 24,7%). Số lượng điểm mạng lưới truyền thống cũng có mức TTBQ là 11,48%/năm (cao nhất là năm 2015 với mức tăng trưởng đạt 33,1%). Kết quả này là do BIDV thực hiện cổ phần hóa (2011) và hoàn tất việc sáp nhập Ngân hàng TMCP Nhà đồng bằng Sông Cửu Long (MHB) (2015). Hoạt động cho vay có mức TTBQ là 18,9%/năm (cao nhất là năm 2015 với mức tăng trưởng đạt 34,3%). Hoạt động huy động vốn có mức

Bảng 3.1. Các chỉ tiêu cơ bản của kết quả hoạt động kinh doanh của BIDV giai đoạn 2010 – 2015

Chỉ tiêu	ĐVT	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TTBQ* (%)
Nhóm chỉ tiêu quy mô								
Tổng tài sản	Tỷ đồng	366.268	405.755	484.785	548.386	650.340	850.670	15,56
Vốn chủ sở hữu	Tỷ đồng	24.220	24.390	26.494	32.040	33.721	42.378	12,22
Vốn điều lệ	Tỷ đồng	14.600	12.948	23.012	28.112	28.112	34.187	22,04
Dư nợ cho vay	Tỷ đồng	254.192	293.937	339.924	391.035	445.693	598.434	18,9
Huy động vốn	Tỷ đồng	251.924	244.838	358.018	416.726	501.909	709.883	24,32
Số lượng nhân viên	Người	16.475	17.863	18.546	18.231	19.130	23.854	8,02
Số lượng mạng lưới KD truyền thống	Điểm	591	644	662	725	747	994	11,48
Nhóm chỉ tiêu chất lượng								
Tỷ lệ nợ xấu	%	2,71	2,96	2,9	2,37	2,03	1,68	(8,52)
Tỷ lệ nợ nhóm II	%	11,85	11,82	9,99	6,79	4,34	2,93	(22,92)
CAR	%	9,32	11,07	9,65	10,23	9,27	9,0	(0,06)
Nhóm chỉ tiêu hiệu quả								
Tổng thu nhập từ các hoạt động	Tỷ đồng	11.488	15.414	16.667	19.164	21.907	24.712	16,88
Chi phí hoạt động	Tỷ đồng	5.546	6.652	6.765	7.397	8.624	11.087	15,24

Chỉ tiêu	ĐVT	2010	2011	2012	2013	2014	2015	TTBQ* (%)
Chi phí dự phòng rủi ro	Tỷ đồng	1.317	4.542	5.587	6.483	6.986	4.937	72,48
Lợi nhuận trước thuế	Tỷ đồng	4.626	4.220	4.325	5.290	6.297	7.949	12,24
Lợi nhuận sau thuế	Tỷ đồng	3.761	3.200	3.281	4.051	4.986	6.376	12,42
Lợi nhuận thuần của chủ sở hữu	Tỷ đồng	3.758	3.209	3.265	4.031	4.948	6.298	12,12
ROA	%	1,13	0,83	0,74	0,78	0,83	0,76	(6,78)
ROE	%	17,96	13,2	12,9	13,8	15,27	15,05	(2,5)
NIM	%	2,96	3,48	3,15	3,11	3,05	2,85	0,42

(*) Tăng trưởng bình quân

Nguồn: [13], [14], [16],[17]

TTBQ là 24,32%/năm (cao nhất là năm 2015 với mức tăng trưởng là 41,4%). Lí do từ năm 2012 nền kinh tế có những biến động tích cực hơn và nhất là sau BIDV tham gia hoạt động CVNO theo gói 30.000 tỷ của Chính phủ nên hoạt động cho vay và huy động vốn của BIDV có tính cạnh tranh cao và tạo được mức tăng trưởng tốt.

(2) Về chất lượng: Tỷ lệ nợ xấu của BIDV luôn ở mức thấp và dưới mức ngưỡng quy định của NHNN, có xu hướng giảm với mức độ giảm bình quân là 8,52%/năm (tỷ lệ nợ xấu nhất là năm 2015 với 1,68%). Tỷ lệ nợ nhóm II cũng luôn duy trì ở mức thấp và giảm mạnh với mức giảm bình quân là 22,92%/năm (tỷ lệ nợ nhóm II thấp nhất là của năm 2015 với mức là 2,93%). Lý do chính là xuất phát từ công tác quản trị rủi ro của BIDV được hoàn thiện tốt hơn do thực hiện đề án tái cơ cấu và quản trị theo chuẩn mực BASEL II. Tuy nhiên, tỷ lệ an toàn vốn CAR của NH chưa cao, chỉ duy trì ở mức trên 9% (đạt trên mức yêu cầu của NHNN là 9%) và có xu hướng giảm bình quân là 0,06%/năm. Điều này là do tình hình kinh tế trong giai đoạn này diễn biến thất thường, không có lợi cho hoạt động NH và BIDV còn thực hiện việc thừa kế các nghĩa vụ tài chính sau khi thực hiện việc sáp nhập MHB vào NH (2015).

(3) Về hiệu quả kinh doanh: Tổng thu nhập từ các hoạt động của BIDV luôn có mức tăng trưởng liên tục với mức TTBQ là 16,88%/năm. Đồng thời với tăng thu nhập thì chi phí hoạt động và chi phí dự phòng rủi ro cũng tăng với mức TTBQ tương ứng là 15,24%/ năm và 72,48%/năm. Điều này hoàn toàn phù hợp với thực tế tình hình kinh doanh và các thay đổi theo hướng đảm bảo an toàn trong hoạt động của NHTM theo quy định của NHNN. BIDV vẫn đảm bảo được mức TTBQ lợi nhuận trước thuế và sau thuế tương ứng là 12,24%/năm và 12,42%/năm. Lợi nhuận thuần của vốn chủ sở hữu có mức TTBQ là 12,12%/năm. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của kinh tế suy thoái trong giai đoạn này đã khiến các chỉ tiêu ROA, ROE và NIM của BIDV không cao, trong đó ROA chỉ xoay quanh mức 1% và có xu hướng giảm với mức giảm bình quân là 6,78%/năm, ROE bình quân đạt khoảng 15% và cũng có xu hướng giảm 2,5%/năm, NIM mặc dù có mức TTQB (+) nhưng thấp (0,42%) và chỉ xoay quanh mức 3%.

Bên cạnh đó, những bước phát triển mạnh mẽ của của BIDV cũng được nhiều định chế tài chính uy tín trong và ngoài nước đánh giá cao, vinh dự nhận được nhiều giải thưởng như: Là NHTM Việt Nam đầu tiên nhận danh hiệu “Ngân hàng thương mại tốt nhất Việt Nam” do Tạp chí International Banker trao tặng; Giải thưởng “Ngân hàng cung cấp sản phẩm dịch vụ ngoại hối tốt nhất Việt Nam” và “Ngân hàng cung cấp nghiên cứu về thị trường ngoại hối tốt nhất Việt Nam” do tạp chí Asiamoney trao tặng; Giải thưởng “Ngân hàng quản lý tiền tệ tốt nhất Việt nam” do Tạp chí The Asian Banker trao tặng; nhiều năm liền được công nhận Thương hiệu quốc gia...

Có được những kết quả trên là do BIDV đã xác định yếu tố cốt lõi là chiến lược kinh doanh và tầm nhìn trong dài hạn nên ngay từ những ngày đầu chuyển đổi sang mô hình NHTM (1995), BIDV đã nhanh chóng xây dựng chiến lược kinh doanh đa năng, tổng hợp. Trong 20 năm qua, BIDV đã lần lượt xây dựng và điều chỉnh chiến lược kinh doanh trong từng giai đoạn để phù hợp với diễn biến của nền kinh tế và môi trường kinh doanh, trong đó BIDV đã hai lần xây dựng và thực hiện Đề án Tái cơ cấu (2001 - 2005 và 2013 - 2015). Ngoài ra, bên cạnh chiến lược kinh doanh tổng thể, BIDV đã tích cực xây dựng chiến lược các hoạt động chuyên môn như chiến lược kinh doanh bán lẻ, chiến lược công nghệ thông tin và nhiều dự án chiến lược trong quản trị rủi ro hoạt động... Theo đó, hoạt động kinh doanh của BIDV được định hướng rõ ràng, có tầm nhìn cụ thể trong dài hạn, linh hoạt và không ngừng thay đổi trước diễn biến của nền kinh tế [3].

3.2.2. Thực trạng tổ chức, quản lý cho vay nhà ở đối với KHCN của BIDV

3.2.2.1. Thực trạng các quy định, quy chế về cho vay nhà ở đối với KHCN

Để phát triển hoạt động CVNO, BIDV đã ban hành Công văn số 1342/CV-TDV3 ngày 30/03/2004 hướng dẫn tạm thời cho vay hỗ trợ nhu cầu về nhà ở. BIDV cho vay hỗ trợ một phần vốn giải quyết nhu cầu mua, sửa chữa, xây dựng mới và trang trí nội thất đối với nhà ở của cá nhân, hộ gia đình. NH không cho vay đối với nhu cầu chỉ dừng lại ở việc mua đất ở mà phải gắn liền việc mua đất và xây dựng nhà ở (được thể hiện trong tổng chi phí đầu tư bao gồm cả tiền mua đất và tiền xây dựng nhà ở), cho vay đối với người dân đang sinh sống, làm việc thường xuyên, có hộ khẩu thường trú trên cùng địa bàn với CN cho vay. Đối với khu vực thành phố trực thuộc Trung ương, CN có thể xem xét để cho vay đối với người vay là CBCNV theo diện KT3 đã được cấp giấy đăng ký tạm thời trên địa bàn từ 03 năm trở lên. Mức cho vay đối với TSĐB là giấy tờ có giá áp dụng theo quy định hiện hành của NH và không phân biệt người vay ở khu vực nào. năm 2008 BIDV đã ban hành Quyết định số 4321/QĐ-TĐ3 ngày 27/8/2008 về trình tự thủ tục cấp tín dụng bán lẻ trong đó có quy định cụ thể chi tiết về hoạt động CVNO đối với KHCN(xem phụ lục 6), quy định về sản phẩm cho vay, quy định điều kiện vay với khách hàng. Năm 2013, BIDV ban hành và thực hiện Quy định 8338/QĐ – NHBL ngày 31/12/2013, các hoạt động cho vay đáp ứng nhu cầu nhà ở của cá nhân/hộ gia đình quy định cụ thể và chi tiết hơn, hoạt động cho vay được kéo dài đến 15 năm. Năm 2014, trước sự thay đổi của Luật Nhà ở với việc cho phép cá nhân nước ngoài được quyền mua nhà tại Việt Nam, BIDV đã có sự thay đổi lớn với quy định ban hành ngày 3/11/2014, cho phép cá nhân người nước ngoài được vay vốn để mua nhà ở và thời gian cho vay được kéo dài đến 20 năm, giá trị khoản vay cũng

được thay đổi theo nhiều mức độ có thể đạt được tối đa từ 70% đến 100% chứ không như trước chỉ được tối đa 70% giá trị nhà ở đầu tư. Thời gian qua, BIDV cũng đưa ra các quy định chi tiết trong quản lý hoạt động CVNO, theo đó:

a/ Quy định về điều kiện vay với khách hàng: KH phải là người đứng tên chủ sở hữu nhà, quyền sử dụng đất ở mới được vay, phải có mức thu nhập đảm bảo trả nợ...

b/ Quy định về mức cho vay

(1) Về tỷ lệ cho vay trên TSĐB:

- Trường hợp KH vay vốn và đảm bảo bằng tài sản hình thành từ vốn vay thì mức cho vay tối đa bằng 50% giá trị nhà đất ở. Trường hợp đặc biệt, mức cho vay tối đa bằng 70% giá trị nhà đất ở và do Hội đồng tín dụng cơ sở quyết định.

- Trường hợp KH vay vốn và đảm bảo bằng tài sản của KH hoặc tài sản của bên thứ ba hoặc kết hợp với hình thức đảm bảo bằng tài sản hình thành từ vốn vay thì CN xem xét mức cho vay, tối đa không quá 85% giá trị nhà đất ở.

(2) Về mức cho vay tối đa

Bảng 3.2. Quy định về mức cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của BIDV

STT	Căn cứ xác định nội dung	Mức cho vay tối đa (trđ)
1	Căn cứ vào khả năng trả nợ và vị trí nhà đất ở theo từng khu vực địa lí	
1.1	Khu vực nội thành của Thành phố Hà Nội và TP Hồ Chí Minh	7.000
1.2	Khu vực khác của TP Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, các khu vực nội thành của các TP trực thuộc TW khác	5.000
1.3	Khu vực nội thành của các TP khác và khu vực nội thị của các thị xã	3.000
1.4	Các khu vực khác	1.000
1.5	Nhà ở tại các Dự án khu đô thị được BIDV tài trợ vốn cho Chủ đầu tư	Mức cho vay tối đa theo vị trí địa lí + 20% mức đã quy định tương ứng.
2	Cho vay bảo đảm bằng tài sản là sổ tiết kiệm, giấy tờ có giá	100% mệnh giá của sổ tiết kiệm, giấy tờ có giá nhưng không vượt quá giá trị nhà đất ở.

Nguồn:[12]

c/ Quy định về lãi suất cho vay và thời hạn cho vay

- Lãi suất cho vay được các CN vận dụng theo cơ chế lãi suất của NHNN và hướng dẫn của BIDV theo từng thời kì. Riêng đối với khoản vay mua nhà ở thuộc các dự án do BIDV tài trợ vốn cho Chủ đầu tư, lãi suất có thể được áp dụng là mức lãi suất khuyến khích giảm so với mức lãi suất vay cùng loại.

- Thời hạn cho vay được CN quyết định trên cơ sở phù hợp với khả năng trả nợ của khách hàng. Thời hạn trả nợ tối đa được quy định như sau:

Bảng 3.3. Quy định về thời hạn cho vay nhà ở đối với KH CN của BIDV

ST T	Mục đích sử dụng vốn	Thời hạn cho vay tối đa
1	Sửa chữa, cải tạo nhà ở, mua sắm nội thất	5 năm
2	Xây dựng mới nhà ở	10 năm
3	Mua nhà ở chung cư cao cấp, biệt thự, nhà vườn; Mua đất và xây dựng nhà ở thuộc quy hoạch mới hiện đại; Mua nhà đất thuộc dự án được BIDV tài trợ vốn cho Chủ đầu tư	15 – 20 năm

Nguồn: [12]

d/ Quy định về bảo đảm nợ vay

(1) Trường hợp thế chấp, cầm cố bằng tài sản hình thành từ vốn vay, trình tự và thủ tục được BIDV áp dụng đối với KH tại các CN của ngân hàng như sau:

+ TSDB phải nằm trên cùng địa bàn (tỉnh, thành phố) với CN cho vay và có khả năng chuyển nhượng.

+ KH phải sử dụng vốn tự có để đặt cọc (nếu có) theo hợp đồng mua bán nhà đất ở.

+ CN cùng (hoặc hướng dẫn) bên mua nhà ở (KH) thỏa thuận bên bán nhà ở về hoàn tất thủ tục chuyển nhượng quyền sử dụng đất và/hoặc quyền sở hữu nhà ở cho Bên mua theo đúng quy định của pháp luật và giao giấy tờ mua bán nhà đất ở cho CN. Trường hợp KH mua nhà ở của bên bán là DN đầu tư kinh doanh xây dựng nhà ở theo hợp đồng mua bán thanh toán nhiều lần thì KH phải kí với CN *Hợp đồng bảo đảm bằng tài sản hình thành từ vốn vay* và phải có cam kết (bằng văn bản) của bên bán nhà ở về việc chỉ chuyển giao bản gốc giấy tờ sở hữu nhà đất ở cho NH.

+ Sau khi nhận được bản gốc giấy tờ sở hữu nhà đất ở, CN tiến hành hoàn thiện thủ tục đăng ký thế chấp, công chứng, chứng thực hợp đồng thế chấp và lưu giữ giấy tờ thế chấp theo quy định của pháp luật hiện hành.

(2) Trường hợp thế chấp, cầm cố bằng tài sản của KH hoặc của bên thứ ba để đảm bảo tiền vay thì trình tự, thủ tục nhận TSĐB, CN thực hiện theo quy định pháp luật hiện hành và hướng dẫn của BIDV về đảm bảo tiền vay.

(3) Trường hợp thế chấp tài sản hình thành từ vốn vay kết hợp với hình thức thế chấp, cầm cố tài sản hợp pháp của KH hoặc của người thứ ba thì trình tự thủ tục được kết hợp theo quy định riêng đối với mỗi loại tài sản đảm bảo đã nêu trên.

(4) Trường hợp tài sản đảm bảo phải mua bảo hiểm theo quy định của pháp luật, KH phải mua bảo hiểm cho tài sản với giá trị tối thiểu bằng 100% giá trị vốn vay tại BIDV trong suốt thời gian vay vốn tại Công ty bảo hiểm BIDV (BIC), hợp đồng bảo hiểm ghi rõ BIDV là người thụ hưởng số tiền bảo hiểm đầu tiên.

3.2.2.2. *Thực trạng phân cấp quản lý cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân*

Do CVNO đối với KHCN là thuộc lĩnh vực NHBL nên ở BIDV hoạt động này được bộ phận NHBL của hệ thống trực tiếp quản lý. Những năm qua công tác quản trị điều hành hoạt động CVNO đối với KHCN đã có chuyển biến tích cực với việc xác định một chiến lược đúng đắn, xây dựng khoa học và tổ chức thực hiện bài bản với sự hỗ trợ chặt chẽ của các Ban/Trung tâm tại Trụ sở chính đến cấp điều hành tại các CN. Về cơ bản mô hình tổ chức kinh doanh bán lẻ của BIDV đang từng bước hoàn thiện theo mô hình khuyến nghị của tư vấn dự án TA2, từng bước chuyển dịch theo hướng tiệm cận với mô hình tổ chức hoạt động của một NHTM định hướng bán lẻ hiện đại, tạo nền tảng cho việc tập trung hóa hoạt động và tăng cường quản lý tại Trụ sở chính. Mô hình tổ chức và chức năng nhiệm vụ của đơn vị liên quan trong khối NHBL được xác định rõ với trách nhiệm từng mảng nghiệp vụ bán lẻ trong đó có hoạt động CVNO.

Bảng 3.4. Quy định về phân cấp quản lý CVNO đối với KHCN của BIDV

STT	Cấp quản lý/bộ phận chức năng	Trách nhiệm quản lý
1	Trụ sở chính	<ul style="list-style-type: none"> - Phân giao kế hoạch phát triển, giới hạn tín dụng bán lẻ cho từng CN, từng SP và theo dõi, quản lý các nghiệp vụ bán lẻ toàn hệ thống theo từng SP dịch vụ bán lẻ cụ thể. - Hướng dẫn các CN trong triển khai, phát triển các SP

STT	Cấp quản lý/bộ phận chức năng	Trách nhiệm quản lý
1.1	Ban phát triển Sản phẩm bán lẻ và Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Đầu mối quản lý và tiếp nhận các khó khăn, vướng mắc của CN trong quá trình triển khai thực hiện. - Chỉ đạo, trực tiếp kiểm tra việc chấp hành quy định, quy trình cấp tín dụng của các cấp
1.2	Ban Quản lý tín dụng	<ul style="list-style-type: none"> - Đầu mối thực hiện quản lý các khoản vay phải cơ cấu lại hoặc chuyển sang nợ xấu theo quy định.
2	Chi nhánh	<ul style="list-style-type: none"> - Tổ chức triển khai các SP tín dụng tại CN thông qua việc tổ chức một bộ phận chuyên trách có trách nhiệm theo dõi, phát triển, triển khai nghiệp vụ tín dụng này tại CN. - Báo cáo những khó khăn, vướng mắc trong triển khai SP, đề xuất xuất sửa đổi, bổ sung /phát triển mới /đặc thù các SP tín dụng bán lẻ về Hội sở chính để kịp thời chỉnh sửa. - Xác định trách nhiệm, quyền hạn từng bộ phận, cá nhân và mối quan hệ tác nghiệp giữa các bộ phận, đảm bảo việc xử lý cấp tín dụng nhanh chóng, thuận tiện và hiệu quả. - Thường xuyên /đột xuất rà soát, kiểm tra việc thực hiện quy định quy trình của các bộ phận, cá nhân liên quan, đảm bảo phát hiện mọi vi phạm để khắc phục và xử lý.
2.1	Phòng quan hệ khách hàng	<ul style="list-style-type: none"> - Thẩm định, trình duyệt cho vay theo đúng quy định về chức năng nhiệm vụ, quy định về phân cấp, ủy quyền trong hoạt động tín dụng. - Đầu mối tổng hợp báo cáo, đề xuất phát triển nghiệp vụ tín dụng tại Chi nhánh.
2.2	Phòng Quản trị tín dụng	<ul style="list-style-type: none"> - Đầu mối trình, quyết định giải ngân, lập dữ liệu, theo dõi các khoản vay trên hệ thống và lưu trữ hồ sơ.
2.3.	Phòng Dịch vụ KHCN	<ul style="list-style-type: none"> - Thực hiện giải ngân, thu hồi nợ theo đề nghị của PQHKH, PQTTD theo đúng quy định của BIDV.

3.2.2.3. Quy trình cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

(Chi tiết xem tại Phụ lục 7)

Bước 1: Tiếp thị với khách hàng cá nhân. Tại bước công tác này, nhân viên của BIDV thực hiện các kỹ năng công tác nhằm tiếp thị các sản phẩm CVNO tới các cá nhân/hộ gia đình trong phạm vi địa bàn hoạt động của NH. Từ đó gợi mở các nhu cầu về sử dụng vốn của các cá nhân/hộ gia đình tiềm năng.

Bước 2: Phỏng vấn, hướng dẫn KH hoàn thiện hồ sơ tín dụng và tiếp nhận hồ sơ. Đây là bước tiếp xúc trực tiếp với các KH có nhu cầu thực sự về tài trợ vốn hình thành nhà ở. Nhân viên BIDV sẽ tư vấn và hỗ trợ KHCN lựa chọn khoản vay phù hợp và hoàn thiện hồ sơ vay vốn theo quy định.

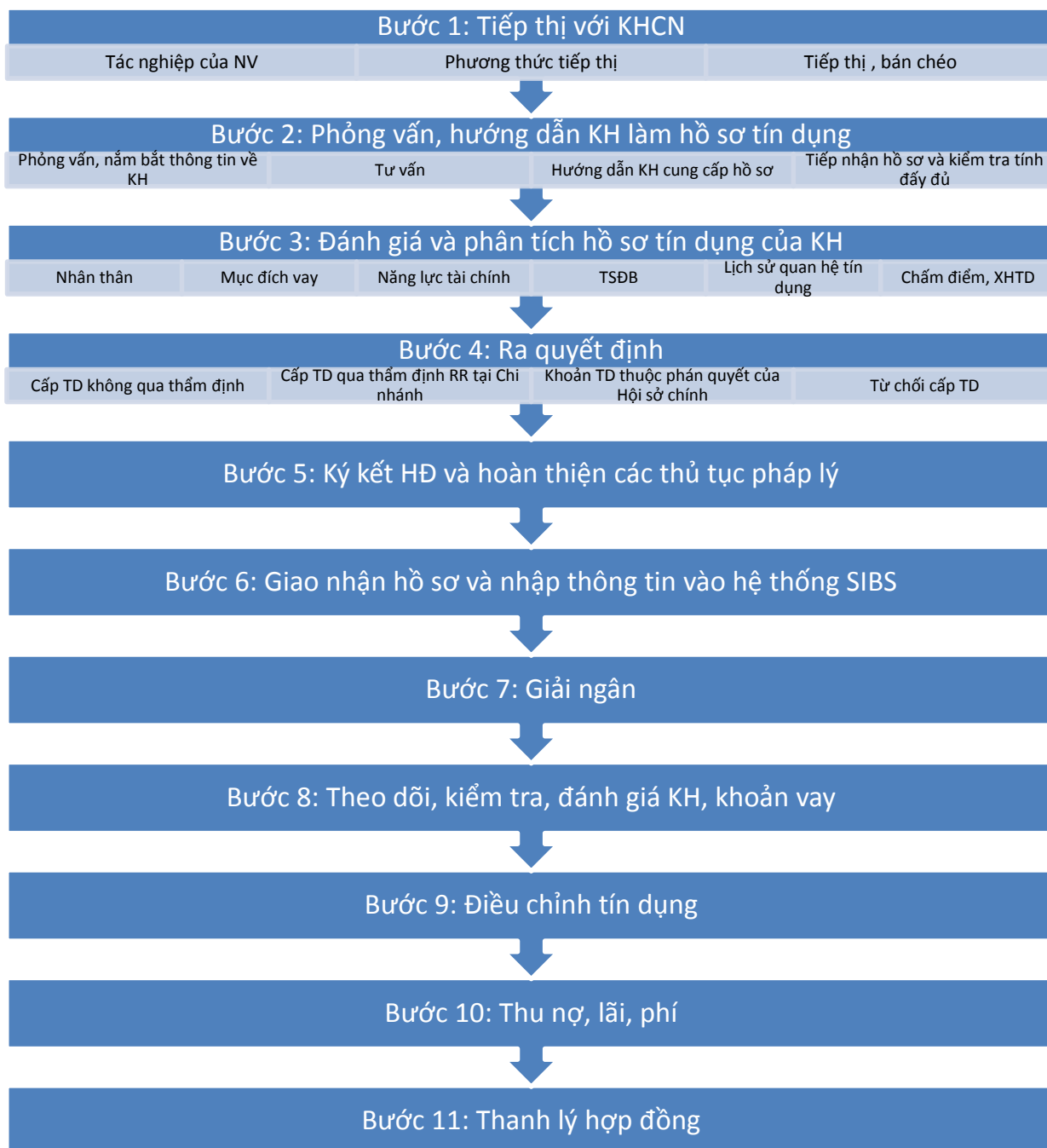
Bước 3: Đánh giá và phân tích hồ sơ tín dụng của KH. Trên cơ sở của Hồ sơ vay vốn của KHCN, CBQHKHCN thực hiện việc thẩm định khách hàng thông qua các công tác nghiệp vụ liên quan đến đánh giá nhân thân, đánh giá các điều kiện theo quy định của từng sản phẩm CVNO cụ thể, đánh giá toàn diện về rủi ro đối với KHCN cụ thể.

Bước 4: Đề xuất và quyết định cấp tín dụng. Sau khi nghiên cứu, căn cứ vào kết quả thẩm định KH và các điều kiện vay vốn, CBQHKH lập Báo cáo đề xuất thẩm định và phê duyệt tín dụng kèm hồ sơ vay vốn, có ý kiến độc lập về việc đồng ý hoặc không cho vay và trình TPQHKH có ý kiến trước khi trình cấp có thẩm quyền phê duyệt.

Sau khi phân tích thẩm định rủi ro CBQLRR tiến hành lập Báo cáo thẩm định rủi ro kèm theo hồ sơ tín dụng trình lãnh đạo PQLRR. Lãnh đạo PQLRR ký kiểm soát báo cáo thẩm định rủi ro để trình cấp có thẩm quyền phê duyệt và ra quyết định cấp. Tùy thuộc vào thẩm quyền phán quyết tín dụng theo quy định của BIDV mà PGĐ QLTD/ GD CN/Hội đồng tín dụng cơ sở/ Hội sở chính sẽ ra quyết định cấp tín dụng trên cơ sở hồ sơ đề xuất có thẩm định rủi ro của các cấp. Đối với trường hợp cấp có thẩm quyền không phê duyệt cấp tín dụng, CBQHKHCN lập Thông báo từ chối cấp tín dụng gửi cho khách hàng trong đó nêu rõ lý do từ chối cho vay.

Bước 5: Ký kết hợp đồng và hoàn thiện các thủ tục pháp lý. BIDV và KHCN thực hiện ký kết hợp đồng và hoàn tất các thủ tục bàn giao tài sản bảo đảm theo quy định.

Bước 6: Giao nhận hồ sơ và nhập thông tin vào hệ thống SIBS. Khi hoàn tất các nội dung nêu trên, CBQHKH bàn giao toàn bộ hồ sơ liên quan đến khoản vay cho CBQTTD; hồ sơ gốc liên quan đến TSĐB tiền vay của KH được bàn giao cho Bộ phận kho quỹ để lưu giữ theo quy định của BIDV. Trên cơ sở hồ sơ, giấy tờ nhận được từ PQHKH, TPQTTD phân công CBQTTD để nhập thông tin vào hệ thống SIBS. Sau đó, PQTTD thực hiện việc lưu trữ hồ sơ theo quy định hiện hành của BIDV.



Hình 3.6. Khái quát trình tự triển khai hoạt động cho vay nhà ở KHCN

Bước 7: *Giải ngân.* Trên cơ sở hồ sơ vay vốn đã được phê duyệt, BIDV thực hiện giải ngân vốn vay cho khách hàng theo quy định ghi trên hợp đồng đối với món vay đó

Bước 8: *Theo dõi, kiểm tra, đánh giá khách hàng, khoản vay.* Nhân viên BIDV thường xuyên thực hiện các nghiệp vụ đánh giá các khoản CVNO để phục vụ công tác nhận diện và phòng ngừa rủi ro.

Bước 9: *Điều chỉnh tín dụng* (được thực hiện theo trình tự từ bước 1 đến 4)

Bước 10: *Thu nợ, lãi, phí.* Định kỳ, theo quy định ghi trong hợp đồng, nhân viên BIDV tiến hành thu nợ, lãi vay và các chi phí có liên quan (nếu có) đối với KHCN, thực hiện các nghiệp vụ ghi chép và báo cáo theo quy định tài chính kế toán và quản lý nội bộ.

Bước 11: *Thanh lý hợp đồng.* Tại thời điểm tắt toán hợp đồng, giữa BIDV và KH thực hiện các thủ tục cuối cùng liên quan đến nghĩa vụ tài chính và bàn giao TSDB.

3.2.3. Thực trạng vận dụng các phương thức phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của BIDV

3.2.3.1. Các phương thức tăng trưởng quy mô dịch vụ

a/ Phát triển sản phẩm

Thời gian qua, với nhận diện hoạt động CVNO là sản phẩm tiềm năng đem lại thu nhập bền vững cho NH, BIDV đã cung cấp ra thị trường rất đa dạng các sản phẩm đáp ứng nhu cầu về nhà ở cho khách hàng (bảng 3.5). Hiện BIDV cung cấp gần 20 sản phẩm CVNO các loại ra thị trường và kèm theo các dịch vụ gia tăng đi kèm khác như dịch vụ bảo lãnh, dịch vụ thanh toán qua NH thuận tiện (với mạng lưới kênh truyền thống phủ khắp cả nước và mạng lưới kênh hiện đại đứng thứ 2 tại Việt Nam).

BIDV liên tục đưa ra các gói CVNO có tính hấp dẫn, giúp hàng chục nghìn KHCN trên toàn quốc hiện thực hóa mong muốn sở hữu nhà ở. Điển hình là: trong vòng 7 tháng (từ tháng 8/2014 đến tháng 2/2015) với việc triển khai gói 7.000 tỷ đồng CVNO, đã có hơn 8.900 KHCN vay vốn thành công tại BIDV theo chương trình này. Với gói 5.000 tỷ đồng, trong vòng 4 tháng (3 -7/2015) đã có trên 7.000 KHCN giao dịch vay vốn thành công.

Bảng 3.5. Phát triển sản phẩm cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của BIDV

STT	Loại sản phẩm CVNO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Phân loại sản phẩm theo khách hàng vay						
1.1	Cá nhân người Việt Nam sinh sống thường xuyên, làm việc, kinh doanh trên cùng địa bàn với CN cho vay	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Cá nhân là CBCNV có tài khoản trả lương qua BIDV	✓	✓	✓	✓	✓	✓

STT	Loại sản phẩm CVNO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	Cá nhân/hộ gia đình mua nhà ở XH				✓	✓	✓
	Thời gian cho vay tối đa (năm)	15	15	15	15	20	20
	Mức vay tối đa (%/giá trị đầu tư)	70	70	70	85	100	100
1.2	Cá nhân người Việt Nam sinh sống thường xuyên, làm việc, kinh doanh tại địa bàn rập ranh tỉnh/TP nơi đóng trụ sở CN cho vay				✓	✓	✓
	Thời gian cho vay tối đa (năm)	15	15	15	15	20	20
1.3	Cá nhân người nước ngoài thuộc đối tượng được phép sinh sống, làm việc và mua nhà tại Việt Nam theo quy định của pháp luật					✓	✓
	Thời gian cho vay tối đa (năm) (*nhưng không vượt quá thời hạn sinh sống/làm việc còn lại của cá nhân vay đó)					5	5
2	Phân loại sản phẩm theo mục đích sử dụng vốn vay						
2.1	Cho vay để mua đất ở	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.2	Cho vay xây dựng nhà ở mới	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.3	Cho vay mua nhà ở	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.4	Cho vay sửa chữa nhà ở	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2.5	Cho vay mua sắm nội thất nhà ở phục vụ nhu cầu đời sống	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Phân loại sản phẩm theo tính đầy đủ hợp lệ, hợp pháp của nhà ở/đất ở						
3.1	Cho vay mua nhà ở/ nhận chuyển nhượng QSD đất ở, xây dựng, cải tạo, sửa chữa nhà ở được thực hiện cho nhà ở/đất ở đã được cấp đầy đủ giấy tờ pháp lý	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3.2	Cho vay mua nhà ở HTTTL/nhận				✓	✓	✓

STT	Loại sản phẩm CVNO	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	sử dụng đất nền tại các dự án phát triển nhà ở; hoàn thiện, cải tạo nhà ở (đã hoàn thiện phần thô) tại các dự án phát triển nhà ở, thực hiện cho nhà ở/đất ở chưa được cấp QSH nhà ở/QSD đất ở.						
4	Phân loại sản phẩm theo phương thức cho vay						
4.1	Cho vay theo món (*thực hiện hoạt động sửa chữa, xây dựng nhà ở, mua sắm thiết bị)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4.2	Cho vay hoàn vốn						
	Thanh toán theo HĐMB/phương án vay mà NH xác định là hợp lý, gồm: mua, nhận chuyển nhượng nhà ở/đất ở đã có GCN QSH nhà ở/QSDD	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	Mua, nhận chuyển nhượng nhà ở HTTTTL/đất nền tại các dự án phát triển nhà ở (đối với các khoản đã thanh toán trực tiếp cho Chủ đầu tư)				✓	✓	✓
5	Phân loại sản phẩm theo thời gian cho vay						
5.1	Ngắn hạn (áp dụng cho các khoản vay của cá nhân nhằm đáp ứng nhu cầu sửa chữa nhỏ nhà ở, mua sắm nội thất nhà ở, thời gian cho vay dưới 12 tháng.	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5.2	Trung và dài hạn (áp dụng cho các khoản vay mua nhà/ đất ở, xây dựng nhà ở, sửa chữa lớn nhà ở, thời gian cho vay từ 1 năm trở lên)	✓	✓	✓	✓	✓	✓

(1) Phát triển các sản phẩm theo khách hàng cá nhân

Nếu như trước năm 2013, BIDV mới chỉ cung cấp các khoản CVNO tới cá nhân người Việt Nam và CBCNV có tài khoản trả lương qua ngân hàng, thực hiện triển khai các hoạt động CVNO đối với nhà ở thương mại thì từ năm 2013, BIDV đã tham gia tích cực vào việc triển khai các SP cho vay mua nhà ở xã hội theo gói 30.000 tỷ của Chính phủ. Chương trình này áp dụng cho các cá nhân/hộ gia đình có thu nhập thấp, trung bình không đủ điều kiện được giải quyết nhu cầu về nhà ở xã hội nhưng có nhu cầu về nhà ở; các cá nhân/hộ gia đình chưa có nhà ở hoặc nhà ở đã xuống cấp, hư hỏng hoặc diện tích bình quân dưới 8 m² sàn/ người; các hộ gia đình thuộc diện tái định cư nhưng chưa được Nhà nước bố trí đất ở/nhà ở tái định cư (áp dụng khi mua nhà ở có diện tích <70m²). Theo chương trình này, mức cho vay tối đa lên tới 85% giá trị nhà mua với thời hạn cho vay tối đa 15 năm, lãi suất cho vay bằng 90% lãi suất cho vay thông thường cùng kỳ hạn của BIDV, NH chấp nhận dùng tài sản được hình thành từ nguồn vốn vay làm TSĐB. Năm 2014, BIDV phê duyệt cho vay 16 dự án nhà ở xã hội và nhà ở thương mại chuyển đổi công năng sang nhà ở xã hội với tổng số tiền cam kết đạt hơn 4.200 tỷ đồng. BIDV đã ký hợp đồng cam kết cho vay đối với 2.586 hộ gia đình và cá nhân với số tiền hơn 3.070 tỷ đồng. Tuy nhiên, tiến độ giải ngân cho vay chương trình nhà ở xã hội và nhà ở dành cho người có thu nhập thấp còn chưa đạt được so với kỳ vọng ban đầu, bởi (1) nguồn cung các căn hộ thuộc diện được hỗ trợ thấp; (2) xác nhận của chính quyền địa phương ở nhiều nơi không chính xác hoặc không đầy đủ theo yêu cầu, dẫn đến KH không đáp ứng đủ các điều kiện vay.

Bảng 3.6. Khái quát tiêu chí phân loại và chính sách khách hàng áp dụng cho hoạt động CVNO đối với khách hàng cá nhân tại BIDV

STT	Nhóm KH	Tiêu chí theo số dư tiền gửi bình quân trong 1 kì phân nhóm khách hàng (số dư cộng quy đổi tại tất cả các chi nhánh BIDV)	Chính sách khách hàng cá nhân				
			Chính sách trước cho vay	Chính sách áp dụng khi cho vay			Chính sách áp dụng sau cho vay
				Chính sách lãi suất vay vốn	Chính sách phí dịch vụ	Chính sách ưu tiên phí tài chính	
1	KHQT*	Từ 1 tỷ đồng trở lên					
	KHQT hạng Vàng	Từ 1 tỷ - dưới 3 tỷ đồng	Được NH chủ động tiếp thị các sản phẩm CVNO	LSUĐ**** thấp hơn tối đa 0,5%/năm	Giảm 20% phí bảo hiểm toàn diện nhà, 50% phí bảo hiểm nhà BIC	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ưu tiên phục vụ tại điểm giao dịch của BIDV ▪ Ưu tiên về tư vấn sản phẩm CVNO tại địa điểm giao dịch do KH yêu cầu. ▪ Ưu tiên phục vụ ngoài giờ làm việc 	Thường xuyên cung cấp trực tiếp cho KH các SP CVNO ưu đãi
	KHQT hạng Bạch kim	Từ 3 tỷ - dưới 10 tỷ đồng		LSUĐ**** thấp hơn tối đa 1%/năm			
	KHQT hạng Kim cương	Từ 10 tỷ đồng trở lên		LSUĐ**** thấp hơn tối đa 1,5%/năm			
2	KHTT**	Từ 300 triệu – dưới 1 tỷ đồng	Có hình thức	Chi nhánh có thể cân nhắc áp dụng chính sách			Có hình thức

STT	Nhóm KH	Tiêu chí theo số dư tiền gửi bình quân trong 1 kì phân nhóm khách hàng (số dư cộng quy đổi tại tất cả các chi nhánh BIDV)	Chính sách khách hàng cá nhân				
			Chính sách trước cho vay	Chính sách áp dụng khi cho vay			Chính sách áp dụng sau cho vay
				Chính sách lãi suất vay vốn	Chính sách phí dịch vụ	Chính sách ưu tiên phí tài chính	
			tiếp thị trực tiếp về sản phẩm CVNO giống như KHQT đối với bộ phận KHTT có tiềm năng trở thành KHQT	của KHQT hạng Vàng đối với bộ phận KHTT có tiềm năng trở thành KHQT			tiếp thị trực tiếp về sản phẩm CVNO giống như KHQT đối với bộ phận KHTT có tiềm năng trở thành KHQT
3	KHPT***	Các khách hàng còn lại	Thực hiện các chính sách hiện hành của BIDV đối với SP CVNO				
4	KHQT tiềm năng	<p>Đáp ứng 1 trong các tiêu chí sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> Địa vị xã hội của khách hàng: KHCN giữa vị trí cấp trưởng/phó trong cơ quan nhà nước (cục, vụ, sở UBND quận/huyện) trở lên, các đơn vị hành chính sự nghiệp; nhà quản lý cao cấp, 	Có hình thức tiếp thị trực tiếp về SP CVNO giống như KHQT	CN có thể cân nhắc áp dụng chính sách của KHQT hạng Vàng			Có hình thức tiếp thị trực tiếp về sản phẩm CVNO giống như KHQT

STT	Nhóm KH	Tiêu chí theo số dư tiền gửi bình quân trong 1 kì phân nhóm khách hàng (số dư cộng quy đổi tại tất cả các chi nhánh BIDV)	Chính sách khách hàng cá nhân				
			Chính sách trước cho vay	Chính sách áp dụng khi cho vay			Chính sách áp dụng sau cho vay
				Chính sách lãi suất vay vốn	Chính sách phí dịch vụ	Chính sách ưu tiên phí tài chính	
		<p>lãnh đạo các tổng công ty, tập đoàn kinh tế lớn, các DN hạng A, AA, AAA và các tổ chức uy tín tương đương, hoặc</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ KH có số dư tài khoản tiền gửi tại BIDV bình quân trong 6 tháng từ 40 triệu đồng/tháng trở lên (không kể số dư từ thấu chi), hoặc ▪ KH thân thiết được CN đánh giá có thể phát triển trở thành KHQT (số dư tiền gửi từ 800 triệu – dưới 1 tỷ) ▪ KH được đánh giá là có tiềm năng mở rộng quan hệ hợp tác với BIDV. 					

(*) khách hàng quan trọng; (**) khách hàng thân thiết; (***) khách hàng phổ thông, (****) lãi suất ưu đãi

Nguồn: [12]

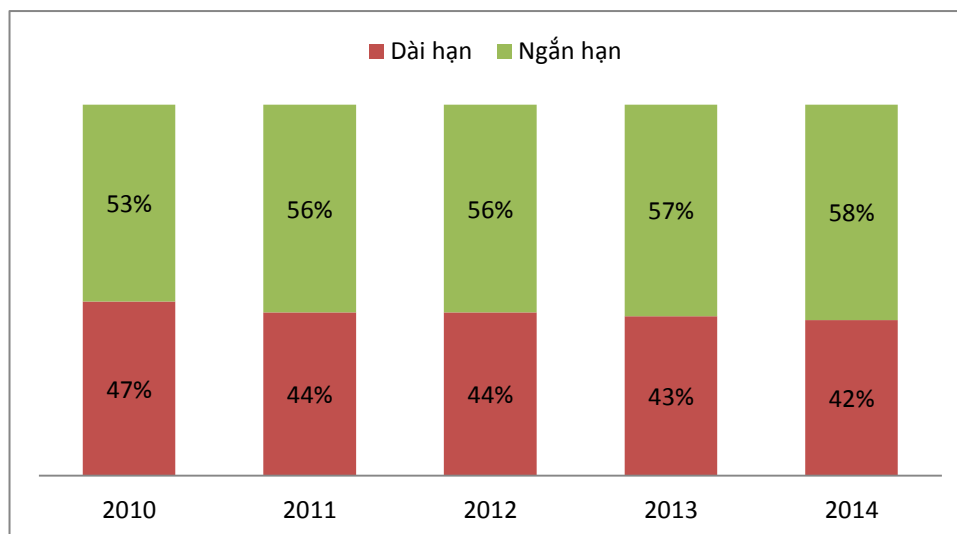
Có thể thấy rằng, trong thời gian qua, thực hiện việc cho vay hỗ trợ nhà ở gói 30.000 tỷ đồng theo Nghị quyết số 02/NQ –CP ngày 07/01/2013 của Chính phủ, BIDV luôn tiên phong triển khai một cách có hiệu quả chương trình. Trong số các NHTM được chỉ định tham gia thực hiện, BIDV là NH giải ngân nhiều nhất SP cho vay đối với hộ gia đình, cá nhân và DN đầu tư dự án nhà ở xã hội. Cụ thể đến ngày 10/12/2015 (thời điểm Nghị định 99/2015/NĐ – CP và Thông tư 26/2015/TT - NHNN chính thức có hiệu lực) doanh số giải ngân đối với cá nhân/hộ gia đình theo gói đạt 4.442 tỷ đồng, dư nợ đạt 4.056 tỷ đồng. Từ ngày 10/12/2015 đến 18/01/2016, BIDV vẫn tiếp tục đẩy mạnh cho KHCN vay theo gói 30.000 tỷ đồng, tiếp nhận và giải quyết cho vay 653 hồ sơ cá nhân vay vốn, dư nợ tăng thêm 630 tỷ đồng (dư nợ đến ngày 18/01/2016 là 4686 tỷ đồng). Từ năm 2013, BIDV cũng thực hiện việc cho KHCN ở các khu vực rấp ranh với trụ sở của CN được vay vốn, nhằm gia tăng tính cạnh tranh, duy trì và phát triển thị phần chung cho cả hệ thống NH. Ngoài ra từ năm 2014, BIDV cũng có chính sách CVNO đối với người nước ngoài được phép mua nhà tại Việt Nam theo quy định.

Nhằm kích thích các KHCN sử dụng các sản phẩm CVNO, BIDV đã xây dựng và triển khai chính sách ưu đãi khách hàng. Theo đó, BIDV xây dựng chính sách đối với KHCN, áp dụng cho từng nhóm KH dựa trên số dư tài khoản tiền gửi bình quân tại toàn bộ CN trong hệ thống BIDV. Chính sách KHCN ưu tiên theo hướng tạo những ưu đãi cho các KHCN có các giao dịch tiền gửi và vị trí quản lý tại các cơ quan nhà nước, DN uy tín. Theo đó KHCN được phân thành 4 nhóm cơ bản gồm: (a) KH quan trọng, (b) KH thân thiết, (c) KH phổ thông, (d) KH quan trọng tiềm năng (xem bảng 3.6).

(2) Phát triển sản phẩm theo thời hạn cho vay

Trong giai đoạn 2010 – 2015, BIDV cung cấp các sản phẩm CVNO có thời hạn đa dạng từ ngắn hạn (nhằm đáp ứng việc sửa chữa nhỏ, mua sắm thiết bị phục vụ việc hoàn thiện chỗ ở) đến các món cho vay trung và dài hạn (nhằm đáp ứng việc sửa chữa lớn, xây dựng và mua sắm nhà ở).

Xét theo thời hạn vay, dư nợ CVNO trong ngắn hạn có khuynh hướng tăng trưởng và chiếm tỷ trọng cao hơn so với hoạt động cho vay dài hạn, mức độ tỷ trọng dao động trong khoảng từ 53% - 58%. Điều này phản ánh sự điều chỉnh trong thực hiện chiến lược cho vay của BIDV trước diễn biến không thuận lợi của thị trường tín dụng BĐS nhà ở và khuynh hướng thu nhập cá nhân chưa được cải thiện trong tương lai.



Nguồn: [13], [14]

Hình 3.7. Tỷ trọng dư nợ CVNOCN theo thời hạn vay tại BIDV

b/Phát triển thị trường

Từ năm 2010, BIDV đã cung cấp các SP cho vay nhà ở của cá nhân tại toàn bộ 63 tỉnh/TP trong cả nước. NH đã tập trung ưu tiên phát triển hoạt động cho vay này tại các khu vực trọng điểm phía Bắc, phía Nam (đặc biệt là Hà Nội và TP Hồ Chí Minh), các thành phố lớn, thị xã có tiềm năng phát triển hoạt động NHBL.

Bảng 3.7. Các địa bàn ưu tiên phát triển CVNO đối với KHCCN của BIDV

STT	Địa bàn ưu tiên	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Hà Nội	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	Thành phố Hồ Chí Minh	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	Đà Nẵng					✓	✓
4	Các địa bàn khác						✓

Nguồn: [12]

Với việc phân chia hoạt động kinh doanh theo 7 khu vực địa lý là Khu vực Động lực phía Bắc, Khu vực động lực phía Nam, Khu vực Bắc Trung Bộ, Khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long, Khu vực Nam Trung Bộ, Khu vực Tây Nguyên và Khu vực Đồng bằng Sông Hồng, trong đó chú trọng phát triển CVNO tại hai thành phố lớn nhất của cả nước là Hà Nội và TP Hồ Chí Minh (Bảng 3.8).

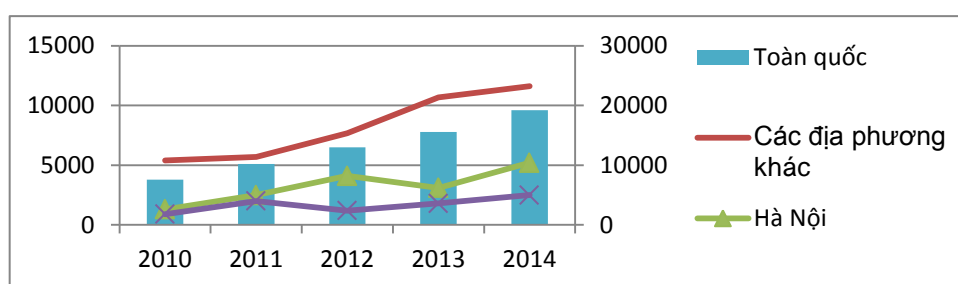
Bảng 3.8. Tỷ trọng dư nợ cho vay nhà ở khách hàng cá nhân tại theo địa bàn

ĐVT: %

STT	Địa bàn	2010	2011	2012	2013	2014
1	Hà Nội	17,11	24,51	31,61	19,91	27,04
2	TP Hồ Chí Minh	11,84	19,61	9,25	11,56	13,00
3	Các địa phương còn lại	71,05	55,88	59,14	65,23	60,43
	Toàn quốc	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Nguồn: [16]

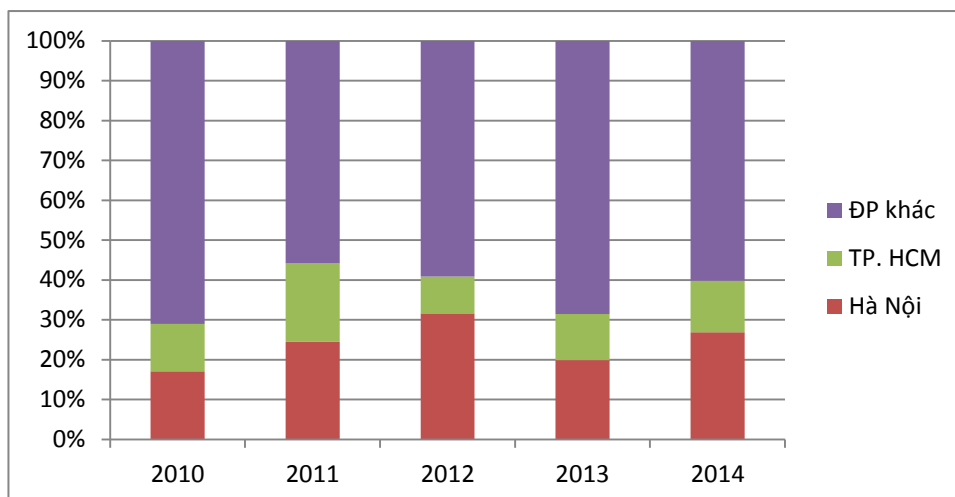
Với việc hướng cho vay nhà ở đối với KHCN tại hai địa bàn là Hà Nội và TP Hồ Chí Minh, dư nợ khoản cho vay này đã không ngừng có sự tăng trưởng rõ rệt. Năm 2010 dư nợ khoản vay này đối với địa bàn Hà Nội là 1300 tỷ đồng thì tới 2014 con số này đã lên tới 5200 tỷ đồng (tăng gấp 4 lần sau 5 năm); còn ở TP Hồ Chí Minh con số này là 900 tỷ đồng (năm 2010) và 2500 tỷ đồng (năm 2014), tức là tăng gần 3 lần. Đây cũng là hai địa bàn chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu dư nợ cho vay này, duy trì ở mức khoảng 2/5 tổng dư nợ của khoản cho vay này. Sở dĩ BIDV lựa chọn thị trường mục tiêu để phát triển sản phẩm CVNO đối với KHCN là Hà Nội và TP Hồ Chí Minh vì đây là hai địa bàn có nhu cầu vốn tín dụng nhà ở lớn nhất, cũng là các thị trường BĐS nhà ở nổi trội, phản ánh các biến động về thị trường BĐS cả nước theo từng thời kỳ. Đặc biệt, khi thị trường BĐS nhà ở “rơi sâu” vào trạng thái “đóng băng” thì cả hai địa bàn này cũng giảm mức độ tăng trưởng dư nợ.



Nguồn: [16]

Hình 3.8. Mức độ phát triển dư nợ cho vay nhà ở KHCN theo khu vực địa lý

Hoạt động CVNO của BIDV hiện nay đã được phát triển ở tất cả các tỉnh thành trong cả nước. Trong đó, bên cạnh chú trọng phát triển các thị trường truyền thống như: Hà Nội và TP Hồ Chí Minh, BIDV đã từng bước phát triển các thị trường tiềm năng như Đà Nẵng, Bình Dương, Hải Phòng và các thành phố, thị xã (nơi nhu cầu về CVNO bắt đầu có khuynh hướng gia tăng).



Nguồn: [12]

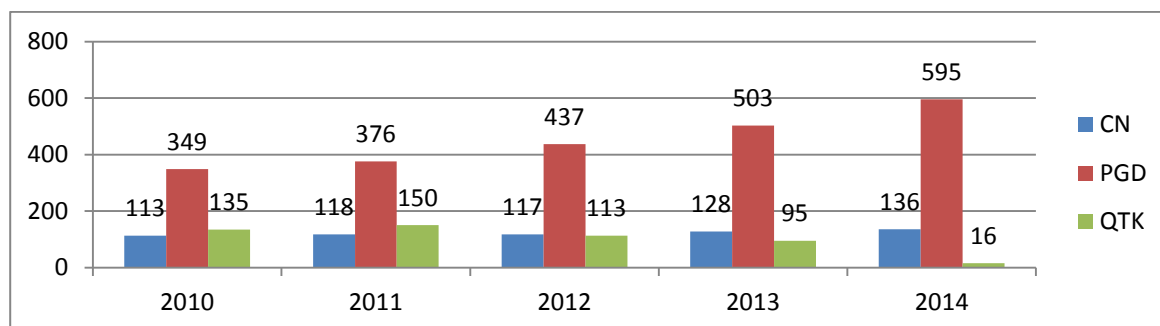
Hình 3.9. Mức độ tăng trưởng tỷ trọng cho vay nhà ở KHCN theo địa phương

c/ Phát triển kênh phân phối

Hiện BIDV đang triển khai hoạt động CVNO thông qua cả hai kênh phân phối là Kênh trực tiếp với KHCN và Kênh gián tiếp thông qua chủ đầu tư/kinh doanh BĐS. Những hoạt động này được đánh giá là tiếp cận toàn diện tới thị trường BĐS nhà ở, tài trợ cho bên cầu (KHCN) và tài trợ cho bên cung (cho KHCN mua nhà theo dự án được vay tiền, giúp giải quyết vấn đề vốn và hàng tồn kho của bên cung). Thông qua đó, BIDV có được nhiều nguồn thông tin toàn diện không chỉ về KHCN mà cả KHDN trong hoạt động kinh doanh trên thị trường BĐS, từ đó có các quyết định phù hợp đối với CVNO nói riêng và CVBĐS nói chung.

(1) Về kênh phân phối truyền thống

Với Chiến lược phát triển hoạt động NHBL trong đó đẩy mạnh các hoạt động CVNO đối với KHCN, thời gian qua, BIDV đã không ngừng gia tăng mạng lưới kênh phân phối truyền thống. Bởi hiện việc giao dịch CVNO thường được thực hiện chủ yếu với KH tại các điểm giao dịch của NH. Do đó, nếu BIDV có một mạng lưới phủ rộng khắp các tỉnh/thành phố trong cả nước và có nhiều điểm giao dịch tại mỗi địa phương thì việc cung cấp các dịch vụ CVNO đến với KHCN càng có cơ hội phát triển. Chính vì vậy, năm 2010, BIDV thành lập 5 CN mới (CN Hoàn Kiếm, Nam Sài Gòn, Vị Thanh, Mỹ Phước và Nam Đồng Nai), mở mới thêm 38 PGD, nâng tổng số mạng lưới hoạt động lên 597 điểm, trong đó có 113 CN, 349 PGD và 135 QTK. Đối với mạng lưới kênh phân phối truyền thống, BIDV đứng thứ 3 trong hệ thống NH và là một trong hai NH có mạng lưới phủ khắp địa bàn của 63 tỉnh/ thành phố.



Nguồn: [12]

Hình 3.10. Tình hình phát triển mạng lưới kênh phân phối truyền thống của BIDV (2010 -2014)

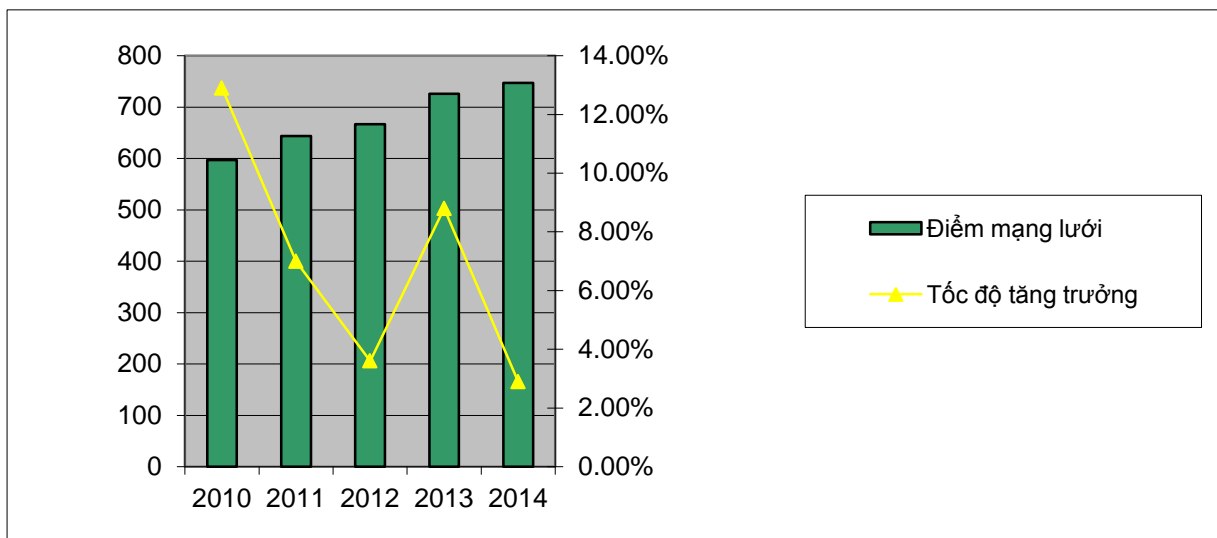
Năm 2011, mặc dù có nhiều khó khăn trong công tác phát triển mạng lưới nhưng BIDV đã trở thành NH có mạng lưới mở lớn nhất trong năm với 5 CN mới (CN Bến Thành, Chợ Lớn, Phú Nhuận, TP Hưng Yên, Đông Hải Phòng), mở mới thêm 27 PGD trên toàn quốc. Đến 31/12/2011, tổng số mạng lưới hoạt động của BIDV là 644 điểm gồm 118 CN, 376 PGD và 150 QTK. Có thể thấy, mạng lưới BIDV trong năm 2011 đã có bước phát triển lớn mạnh cả về quy mô lẫn chất lượng, số lượng điểm mạng lưới tăng trưởng 7% (trong 3 năm 2009 – 2011) trong khi tốc độ tăng trưởng quy mô hoạt động cũng tăng lên tương ứng. Cùng với tăng trưởng về số lượng, chất lượng hoạt động của các điểm mạng lưới cũng được BIDV đặt lên hàng đầu. Với phương châm “Hiệu quả kinh doanh, an toàn hoạt động” trong công tác phát triển mạng lưới, việc mở rộng mạng lưới luôn gắn với nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động, đảm bảo khả năng kiểm soát rủi ro và quản trị điều hành. Với mục tiêu đẩy mạnh các dịch vụ NHBL trong đó việc đáp ứng các nhu cầu vay vốn để phát triển nhà ở của cá nhân/hộ gia đình, BIDV đã tập trung ưu tiên phát triển mạng lưới tại các khu vực trọng điểm phía Bắc, phía Nam (đặc biệt là Hà Nội và TP Hồ Chí Minh), các thành phố lớn, thị xã có tiềm năng phát triển hoạt động NHBL, từng bước hành thành mạng lưới PGD/QTK chuyên phục vụ cho KHCN. Năm 2011, BIDV cũng tập trung đổi mới công tác quản trị điều hành hoạt động của các điểm mạng lưới. Đồng thời xây dựng chế tài khen thưởng và xử lý trong công tác phát triển mạng lưới, gắn kết quả hoạt động của các điểm mạng lưới với cơ chế phân phối thu nhập, tạo động lực mạnh mẽ trong việc nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động của các điểm mạng lưới.

Năm 2012 tiếp tục là một năm nhiều khó khăn cho công tác phát triển mạng lưới, song BIDV vẫn là NH có mạng lưới lớn PGD nhất trong năm với việc mở mới và nâng cấp thêm 61 PGD. Đến 31/12/2012 tổng số mạng lưới của BIDV là 662 điểm với 117 CN (giảm 1 CN so với 2011, do việc sắp xếp lại mạng lưới CN trên địa bàn Nghệ

An), 432 PGD và 113 QTK, đứng thứ 3 trong hệ thống NHTM về số lượng mạng lưới. Trong năm 2012, BIDV có bước phát triển cả về quy mô lẫn chất lượng, số điểm mạng lưới tăng 3,6% trong khi mức tăng trưởng quy mô hoạt động cùng ở mức tương ứng.

Năm 2013 tiếp tục là một năm nhiều khó khăn trong công tác phát triển mạng lưới. Đây là thời điểm chuyển đổi trong công tác quản lý mạng lưới của NHNN với nhiều quy định chặt chẽ trong công tác phát triển mạng lưới của các NHTM [8]. Năm 2013, BIDV mở mới 10 CN, mở mới/nâng cấp từ QTK thêm 66 PGD. Đến hết năm 2013, mạng lưới hoạt động là 726 điểm, gồm Hội sở chính, 1 Sở giao dịch, 126 CN, 503 PGD và 95 QTK hoạt động rộng khắp trên 63 tỉnh/TP trong cả nước, đứng thứ 3 trong hệ thống NHTM về số lượng điểm mạng lưới. Số điểm mạng lưới tăng 8,8% trong khi mức tăng trưởng quy mô hoạt động cùng ở mức tương ứng. Ngoài ra BIDV có hiện diện thương mại, liên doanh tại: CH Séc, Myanmar, Lào và Campuchia.

Năm 2014 là năm BIDV tiếp tục phương án chuyển đổi toàn bộ các QTK/điểm giao dịch thành PGD giai đoạn 2013 – 2015 đã đăng ký với NHNN. Đến hết 31/12/2014, BIDV có 126 CN và 01 Sở Giao dịch, 584 PGD và 16 QTK. Đồng thời BIDV được NHNN phê duyệt thành lập 9 CN (2014) và 8 CN(2015) theo phương án tái cơ cấu, mở mới/nâng cấp từ QTK thêm 108 PGD. Đến nay, tổng số điểm mạng lưới hoạt động của BIDV là 747 điểm, trong đó có: 136 CN (bao gồm 1 SGD), 595 PGD và 16 QTK, đứng thứ 3 trong hệ thống NHTM về số lượng điểm mạng lưới. Mạng lưới BIDV đã có bước phát triển cả về quy mô lẫn chất lượng, số lượng điểm mạng lưới tăng trưởng 2,9% trong khi tốc độ tăng trưởng quy mô hoạt động cũng ở mức tương ứng. BIDV đã tích cực thực hiện các biện pháp tái cấu trúc các điểm mạng lưới: chuyển đổi QTK thành PGD, chuyển giao các PGD/QTK giữa các CN, di chuyển và đổi tên các điểm mạng lưới cho phù hợp với yêu cầu hoạt động, chú trọng phát triển mạng lưới phục vụ hoạt động NHBL (triển khai mô hình kinh doanh bán lẻ mới tại trụ sở của 64/127 chi nhánh, mô hình PGD bán lẻ chuẩn tại 3 PGD, chuyển đổi 6 PGD tại Quảng Ninh từ mô hình hỗn hợp sang mô hình bán lẻ, xây dựng mô hình PGD siêu thị tài chính. Các PGD bán lẻ tập trung tại Hà Nội và TP Hồ Chí Minh và dần được phát triển sang các khu vực địa bàn có tiềm năng khác.



Nguồn: [16]

Hình 3.11. Điểm mạng lưới giao dịch và tốc độ phát triển mạng lưới của BIDV 2010 – 2014

(2) Về kênh phân phối gián tiếp

Bên cạnh việc phát triển kênh phân phối trực tiếp, thời gian qua, BIDV đã triển khai việc CVNO đến KHCN thông qua các hợp tác với DN kinh doanh BĐS trong cho vay mua nhà ở xã hội, cho vay mua nhà theo các dự án. Theo đó BIDV lựa chọn những dự án có chất lượng tốt đáp ứng các phân khúc KH đang có nhu cầu (như phân khúc KHCN đáp ứng được khả năng mua nhà ở xã hội; phân khúc KHCN có thu nhập tầm trung muốn mua nhà ở thương mại), chủ đầu tư dự án đó có uy tín và tiềm lực mạnh, đầu tư vào chất lượng công trình, chú ý hạ tầng gia tăng các tiện ích cho người sử dụng (như khu vui chơi, khu mua sắm, bệnh viện, giáo dục...), giá cả phù hợp với khả năng thanh toán của KH mục tiêu. Cụ thể:

Đối với hoạt động cho vay thực hiện qua dự án nhà ở xã hội nhằm đáp ứng nhu cầu vay vốn của KHCN: Giai đoạn 2010 – 2015, BIDV tài trợ vốn và hỗ trợ cho KHCN tại nhiều dự án nhà ở xã hội như Dự án nhà ở xã hội Đại Kim (Hà Nội), Dự án 30 Phạm Văn đồng (Hà Nội), Rice City Tây Nam Linh Đàm (Hà Nội), Dự án nhà ở xã hội Thảo Điền (TP Hồ Chí Minh), Khu chung cư CCI (TP Hồ Chí Minh)...

Đối với hoạt động cho vay thực hiện qua dự án nhà ở thương mại: BIDV thực hiện hợp tác với một số chủ đầu tư uy tín có các công trình chất lượng như hợp tác với Công ty CP Vimeco triển khai gói tín dụng hỗ trợ nhu cầu mua nhà ở tại dự án CT4 Vimeco (Trung hòa, Cầu Giấy, Hà Nội), Công ty CP Ngôi sao An Bình tại dự án Greenstar – 234 Phạm Văn Đồng (Hà Nội), Tập đoàn FLC tại dự án Capital Garden – 102 Trường Chinh (Hà Nội), Văn Phú Invest tại dự án chung cư Home city (Hà Nội)...

(3) Về kênh phân phối hiện đại

Giai đoạn 2010 – 2015, BIDV chú trọng phát triển mạng lưới kênh phân phối hiện đại vừa thực hiện đẩy mạnh các dịch vụ NHBL, đồng thời tạo sự hỗ trợ và các giá trị gia tăng cho hoạt động CVNO đối với KHCCN. Tuy nhiên hoạt động CVNO của cá nhân đòi hỏi việc soạn thảo và thông qua nhiều khâu nên kênh phân phối hiện đại đang dừng lại ở việc hỗ trợ cung cấp các thông tin cần thiết cho cá nhân nắm được những nội dung cơ bản về các món vay phục vụ nhu cầu nhà ở.

Năm 2010, BIDV đã thực hiện triển khai lắp đặt, phát triển thêm 100 máy ATM, hoàn thành dự án mở rộng 2000 POS không dây, nâng tổng số máy ATM của toàn hệ thống là 1100 máy ATM và hơn 4000 POS, đứng thứ 4 về mạng lưới phân phối hiện đại và là 1 trong 2 ngân hàng có mạng lưới ATM phủ khắp 63 tỉnh thành.

Năm 2011, BIDV tập trung mở rộng mạng lưới ATM, POS tại các vùng kinh tế trọng điểm để chiếm lĩnh địa bàn kinh tế phát triển, trung tâm thương mại, khu vực dân cư đông đúc...đồng thời từng bước quy hoạch phát triển mạng lưới ATM theo cụm, phát triển các Autobank để tăng cường quảng bá, phục vụ KH thuận lợi, hạn chế rủi ro trong vận hành và khai thác. Trong năm 2011, số lượng ATM của toàn hệ thống đạt 1295 máy và hơn 6000 POS

Năm 2012, Hệ thống ngân hàng lõi Corebanking được vận hành an toàn, ổn định, đã bao trùm hầu hết các hoạt động nghiệp vụ, cơ sở dữ liệu tập trung, giao dịch trực tuyến, hệ thống thanh toán được đánh giá tốt nhất Việt Nam với trên 95% được xử lý tự động. Hệ thống ATM được duy trì như năm 2011, BIDV thực hiện triển khai hệ thống Internet Banking, Mobile Banking đạt hiệu quả tốt.

Năm 2013, BIDV hoàn thành triển khai hệ thống Ngân hàng điện tử được triển khai từ năm 2012, đã đem lại nhiều tiện ích cho KHCCN với các dòng SP như: BIDV Online, BIDV Mobile, BIDV Business Online, BankPlus. Hệ thống ATM được bao phủ trên toàn quốc với trên 1400 máy ATM, 7000 POS và đã kết nối được với Smartlink, VNBC; kết nối cổng thanh toán điện tử BIDV với các đối tác/nhà cung cấp dịch vụ: VNPAY, Onepay, điện, nước, viễn thông..., chấp nhận thanh toán các sản phẩm dịch vụ thẻ tín dụng quốc tế như VISA, MasterCard...

Năm 2014, BIDV tiếp tục duy trì hoạt động của hệ thống ATM và POS đã phát triển của năm 2013. Đặc biệt, đối với KHCCN, BIDV cung cấp 57 SP mới phục vụ nhóm KH này trên các lĩnh vực: huy động vốn, tín dụng, BSMS, BankPlus, thanh toán hóa đơn, hệ thống Ngân hàng điện tử (IBMB), bancassurance, thẻ...

Đến hết năm 2015, hệ thống ATM được bao phủ trên toàn quốc với 1.823 máy ATM, 21.401 POS và đã kết nối được với Smartlink, Banknetvn, chấp nhận thanh toán các sản phẩm dịch vụ thẻ tín dụng quốc tế và thẻ ghi nợ quốc tế.

Nắm bắt được sự bùng nổ của các mạng xã hội như Facebook, Zingme, Zalo... sẽ có ảnh hưởng lớn tới hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động CVNO đối với KHCN nói riêng nên từ năm 2014 BIDV đã thực hiện cùng với đối tác chiến lược Australia trong việc nghiên cứu triển khai việc vận dụng digital và social media vào hoạt động phát triển thị trường của NH. Đến đầu năm 2015, BIDV được Công ty Boomerang Social Listening Consultant tư vấn triển khai và cung cấp giải pháp và chính thức vận hành SMCC (Trung tâm mạng xã hội – Social Media Command Center) từ tháng 4/2015. SMCC được vận hành trên hệ thống lõi là hệ thống lắng nghe thông tin mạng xã hội, sẽ tiếp nhận và giám sát tất cả những thông tin, thảo luận trên mạng xã hội có liên quan đến BIDV cũng như các NHTM cạnh tranh. Những dữ liệu thu được là nguồn thông tin hữu ích để lãnh đạo BIDV quản lý và ứng xử kịp thời với các nguy cơ truyền thông có thể ảnh hưởng đến uy tín của NH, phối hợp chăm sóc KHCN online ngay trên các mạng xã hội Facebook, forums... Hiện BIDV đã gây dựng cộng đồng mạng xã hội lớn thứ 4 (với 110.000 fan) và lượng tương tác cao nhất các ngân hàng (bình quân 260.000 lượt/ngày), hỗ trợ hơn 6000 trường hợp, tư vấn tiếp thị các sản phẩm CVNO hơn 1000 trường hợp trên kênh giao dịch này.

3.2.3.2. Các biện pháp kiểm soát đảm bảo chất lượng cho vay nhà ở

a/ Về hoạt động kiểm soát rủi ro

(1) Tổng thể hệ thống kiểm soát rủi ro nhằm đảm bảo chất lượng CVNO

Với nhận thức được tầm quan trọng của việc quản lý rủi ro tín dụng, BIDV thực hiện việc xây dựng hệ thống quản lý rủi ro đầy đủ, toàn diện theo quy định của NHNN và dần tiến đến áp dụng các chuẩn mực theo đúng thông lệ quốc tế Basel II (triển khai áp dụng vào cuối 2015). Việc quản lý rủi ro tín dụng nói chung và CVNO nói riêng được tiến hành một cách có hệ thống từ việc (i) xác định khẩu vị rủi ro; (ii) đo lường rủi ro; (iii) phòng ngừa và xử lý rủi ro tín dụng. Với định hướng phát triển hoạt động CVNO theo hướng chung của hoạt động tín dụng là tăng trưởng ổn định, bền vững, nên trong từng năm và tại mỗi giai đoạn khác nhau mà NH thực hiện việc xác định cơ cấu, giới hạn tín dụng, thời hạn vay, khu vực địa lý ưu tiên... khác nhau. Mô hình quản lý rủi ro CVNO được thực hiện theo mô hình quản lý rủi ro tín dụng chung. Theo đó, BIDV thực hiện việc phân cấp thẩm quyền trong phán quyết tín dụng từ các cấp tại Hội sở chính đến các cấp, chức danh tại CN. Việc phân cấp cho các cấp, chức danh tại

CN đảm bảo phù hợp với quy trình cấp tín dụng tín dụng bán lẻ và có chi tiết riêng cho hoạt động CVNO. Mô hình tổ chức phê duyệt và quản lý rủi ro tín dụng trong CVNO tại BIDV thực hiện qua 3 khối: Khối quan hệ khách hàng bán lẻ, Khối quản lý rủi ro và Khối tác nghiệp. Bên cạnh đó, hệ thống kiểm soát nội bộ được xây dựng tại ba miền và quản lý tập trung tại Trụ sở chính, luôn tiến hành các đợt kiểm tra, rà soát tính tuân thủ chính sách, quy trình nội bộ của BIDV, các quy định của pháp luật, đảm bảo NH có thể phòng ngừa và hạn chế rủi ro trong hoạt động CVNO đối với KHCN. Quy trình đánh giá rủi ro tín dụng được thực hiện tại cấp CN và Trụ sở chính, trong đó tách biệt giữa bộ phận đề xuất tín dụng – thẩm định rủi ro – quản trị tác nghiệp. Cụ thể:

(i) Sau khi KHCN có đơn đề nghị cấp tín dụng cùng với hồ sơ vay vốn, Bộ phận quan hệ KH (bán lẻ) thực hiện thẩm định khoản vay, gồm: đánh giá chung về KH, năng lực tài chính, chấm điểm KH, phân tích mục đích vay vốn (nhà ở dự định mua, xây dựng, sửa chữa), khả năng vay trả, thẩm định TSĐB, đánh giá toàn diện rủi ro và các biện pháp phòng ngừa, xác định mức cấp tín dụng, hình thức cấp tín dụng, lãi suất... và lập báo cáo đề xuất tín dụng.

(ii) Tùy từng trường hợp, báo cáo đề xuất tín dụng được chuyển tới bộ phận quản lý quản lý rủi ro để tiến hành độc lập phân tích rà soát, đánh giá lại toàn bộ rủi ro liên quan, xác định độ rủi ro tín dụng và đề xuất các biện pháp giảm thiểu rủi ro.

Báo cáo đề xuất tín dụng, Báo cáo thẩm định rủi ro sau khi hoàn thành cùng hồ sơ tín dụng sẽ được trình lên cấp có thẩm quyền phê duyệt.

(iii) Khoản tín dụng sau khi được phê duyệt sẽ được PQHKH khối bán lẻ phối hợp với Bộ phận Quản lý rủi ro kiểm tra, giám sát, thu hồi và thực hiện các biện pháp xử lý rủi ro theo quy định.

(2) Xây dựng và triển khai thực hiện hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ

Từ năm 2005, BIDV xây dựng hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ (theo Quyết định số 493/2005/QĐ – NHNN) nhằm hỗ trợ cho việc phân loại nợ, quản lý chất lượng tín dụng phù hợp với phạm vi hoạt động, tình hình thực tế của NH. Việc hỗ trợ của hệ thống tín dụng nội bộ được thể hiện ở chỗ kết quả xếp hạng tín dụng KHCN sẽ làm căn cứ để NH xem xét quyết định cho vay, căn cứ tính toán và trích lập dự phòng rủi ro.

Mô hình chấm điểm xếp hạng tín dụng cá nhân đang được BIDV triển khai bao gồm 2 phần là nhóm các chỉ tiêu chấm điểm nhân thân với trọng số 0,4 và nhóm các chỉ tiêu chấm điểm quan hệ với NH với trọng số là 0,6 (xem chi tiết tại Phụ lục 8). Theo đó:

(a) Nhóm các chỉ tiêu chấm điểm nhân thân: BIDV xem xét với 10 chỉ tiêu của KHCN với trọng số tương ứng như nhau (10%/0.4). Trong đó BIDV ưu tiên CVNO với KHCN có độ tuổi từ 36 - 55 tuổi (là khoảng độ tuổi đảm bảo ổn định về việc làm và thu nhập tích lũy), trình độ học vấn trên đại học, không có tiền án tiền sự, có sở hữu nhà ở (liên quan đến TSĐB cho khoản vay), số người phụ thuộc dưới 3 người, có cơ cấu gia đình kiểu hạt nhân; có hợp đồng bảo hiểm nhân thọ với mức đền bù trên 100 triệu đồng; đang giữ chức vụ quản lý điều hành; có thâm niên công tác > 7 năm và làm việc trong lĩnh vực ngành nghề có độ rủi ro thấp.

(b) Nhóm các chỉ tiêu chấm điểm quan hệ với NH: với nhóm chỉ tiêu này BIDV hướng tới những KHCN đã có các giao dịch với NH, BIDV xem xét với 4 chỉ tiêu của KHCN với trọng số cao nhất là chỉ tiêu thu nhập ròng ổn định hàng tháng và tỷ lệ số tiền phải trả trên thu nhập có mức là 30%/0.6, NH đánh giá cao các KHCN có thu nhập ròng ổn định hàng tháng trên 10 triệu đồng và giá trị phải thanh toán của KHCN dưới 30% thu nhập của họ. Uy tín trong trả nợ có trọng số ở mức 25%/0.6, BIDV đánh giá cao những KHCN có thiện chí trả nợ đúng hạn, với những KHCN mới điểm đánh giá theo tiêu chí này cao nhất là 50 điểm. BIDV cũng xem xét các giao dịch đã có của KHCN với NH chiếm trọng số 15%/0.6, theo đó NH đánh giá cao các KHCN có gửi tiền và sử dụng các dịch vụ mà NH cung cấp.

Căn cứ vào tổng điểm đạt được (nhân với trọng số) để xếp hạng KHCN theo 10 mức giảm dần từ AAA đến D, với mỗi mức xếp hạng sẽ có đánh giá rủi ro tương ứng.

Bảng 3.9. Hệ thống xếp hạng tín dụng cá nhân của BIDV

Điểm	Xếp hạng	Đánh giá xếp hạng
95 – 100	AAA	Rủi ro thấp
90 – 94	AA	
85 – 89	A	
80 – 84	BBB	Rủi ro trung bình
70 – 79	BB	
60 – 69	B	
50 – 59	CCC	Rủi ro cao
40 – 49	CC	
35 – 39	C	
<35	D	

Nguồn: [12]

Việc đánh giá TSĐB cũng được BIDV chấm điểm theo ba chỉ tiêu là loại tài sản, tỷ suất giá trị TSĐB so với khoản vay, rủi ro giá trị TSĐB. Căn cứ vào tổng điểm đã chấm, để xếp loại TSĐB theo 3 mức A, B, C.

Bảng 3.10. Tiêu chuẩn chấm điểm tài sản đảm bảo của BIDV

Chỉ tiêu		Điểm				
		100	75	50	25	0
1	Loại TSĐB	TKTG, GTCG do Chính phủ hoặc BIDV phát hành	GTCG do tổ chức phát hành (trừ cổ phiếu)	BDS (nhà ở)	BDS (không phải nhà ở), động sản, cổ phiếu	Không có TSĐB
2	Giá trị TSĐB/ tổng nợ vay	>200%	150-200%	100-150%	70-100%	<70%
3	Rủi ro giảm giá TSĐB trong 2 năm gần đây	0% hoặc có xu hướng tăng	1-10%	10-30%	30-50%	>50%

Nguồn: [12]

Bảng 3.11. Hệ thống đánh giá tài sản đảm bảo của BIDV

Điểm	Mức xếp loại	Đánh giá TSĐB
225 - 300	A	Mạnh
75 - 224	B	Trung bình
<75	C	Thấp

Nguồn: [12]

(3) Lựa chọn và thực hiện kí kết hợp đồng CVNO đối với KHCN đạt tiêu chuẩn

Mô hình xếp hạng khoản vay cá nhân trong hệ thống xếp hạng tín dụng của BIDV là một cơ sở giúp các CN ra quyết định cho vay. Đây là một ma trận kết hợp giữa kết quả xếp hạng tín dụng với kết quả đánh giá TSĐB.

Bảng 3.12. Ma trận kết hợp giữa kết quả xếp hạng tín dụng với kết quả đánh giá tài sản đảm bảo

XHTD \ TSDB	A	B	C
AAA	Xuất sắc	Tốt	Trung bình
AA			
A			
BBB	Tốt	Trung bình	Trung bình / từ chối
BB			
B			
CCC	Trung bình/ từ chối	Từ chối	
CC			
C			
D			

Nguồn: [12]

NH áp dụng chính sách cấp tín dụng đối với KH dựa trên hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ. Đây chính là cơ sở để sàng lọc, lựa chọn KH tốt, có chính sách ứng xử phù hợp, thống nhất với từng KHCN.

b/ Về hạn chế tổn thất rủi ro cho vay nhà ở

BIDV định hướng chú trọng quan hệ tín dụng đối với những KH có tình hình tài chính lành mạnh, hạn chế cho vay KH nhóm 2 và không cho vay những KH ở nhóm nợ xấu. Danh mục tín dụng được rà soát thường xuyên để phát hiện kịp thời các KH có biểu hiện yếu kém về tài chính và có tính hình đột biến, có nguy cơ không trả được nợ để chuyển xuống nhóm nợ xấu và đồng thời có biện pháp và kế hoạch xử lý.

Mặc dù suy thoái kinh tế trong giai đoạn 2010 -2015 ảnh hưởng mạnh đến khả năng tài chính của KHCN và hoạt động tín dụng của BIDV, song chất lượng CVNO luôn được kiểm soát tốt (xem thêm tại mục 3.2.4.2). BIDV thực hiện kiểm soát chặt chẽ chất lượng tín dụng trong CVNO theo thông lệ quốc tế với các biện pháp giảm nợ xấu được tăng cường một cách hiệu quả. Tỷ lệ nợ xấu và nợ nhóm 2 luôn ở mức rất thấp (dưới 1%), có tới 98 - 99% dư nợ CVNO thuộc nhóm nợ đủ tiêu chuẩn.

Từ thời điểm 01/06/2014, BIDV thực hiện việc phân loại các khoản CVNO đồng thời theo phương pháp định lượng được quy định tại Điều 10 của Thông tư 02/2013/TT –NHNN và phương pháp định tính quy định tại thông tư này bằng việc áp dụng hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ. Đối với KHCN không đủ điều kiện xếp hạng tín dụng nội bộ, BIDV thực hiện việc phân loại các khoản CVNO theo phương pháp định lượng của Thông tư 02/2013/TT-NHNN. Với việc phân loại nợ dựa trên việc kết hợp giữa phương pháp định tính và phương pháp định lượng tiệm cận với thông lệ quốc tế đã góp phần giúp BIDV đánh giá thực chất hơn chất lượng tín dụng, kiểm soát được nợ xấu, có biện pháp ngăn ngừa và xử lý rủi ro kịp thời. Bên cạnh đó, BIDV tích cực áp dụng công nghệ thông tin trong xây dựng, hoàn thiện công cụ quản lý chất lượng như hệ thống các công cụ đo lường rủi ro, hệ thống khởi tạo khoản vay (LOS)...

Trên cơ sở kết quả xếp hạng theo Hệ thống xếp hạng tín dụng nội bộ (đối với những KH đủ điều kiện xếp hạng) hoặc tình hình trả nợ của KH (nợ quá hạn, nợ cơ cấu – đối với khách hàng không đủ điều kiện xếp hạng), BIDV thực hiện phân loại nợ và trích lập dự phòng theo quy định của NHNN (từ 1/6/2014 BIDV đã thực hiện phân loại nợ theo Thông tư 02/2013/TT – NHNN ngày 21/01/2013 của NHNN). Dự phòng chung được tính bằng 0,75% tổng giá trị của các khoản nợ được phân loại từ nhóm 1 đến nhóm 4. Dự phòng cụ thể được tính bằng giá trị còn lại của các khoản nợ trừ giá trị tài sản đảm bảo đã được chiết khấu theo tỷ lệ quy định của NHNN:

Bảng 3.13. Tỷ lệ dự phòng cụ thể đối với khoản CVNO theo hạng KHCN

Hạng khách hàng	Nhóm	Phân loại nợ	Tỷ lệ dự phòng cụ thể
AAA, AA, A	1	Nợ đủ tiêu chuẩn	0%
BBB, BB	2	Nợ cần chú ý	5%
B, CCC, CC	3	Nợ dưới tiêu chuẩn	20%
C	4	Nợ nghi ngờ	50%
D	5	Nợ có khả năng mất vốn	100%

Nguồn: [12]

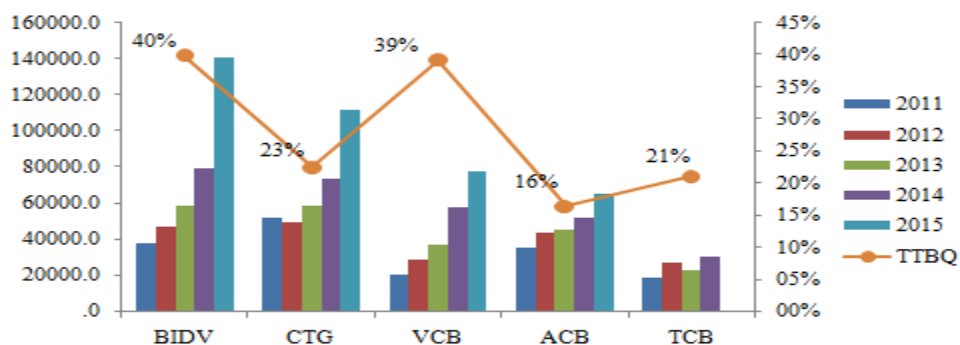
3.2.4. Kết quả phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

3.2.4.1. Nhóm chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng về quy mô và thị phần

a/ Tỷ lệ tăng trưởng dư nợ cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

Xuất phát từ định hướng chiến lược trở thành ngân hàng cung cấp dịch vụ ngân

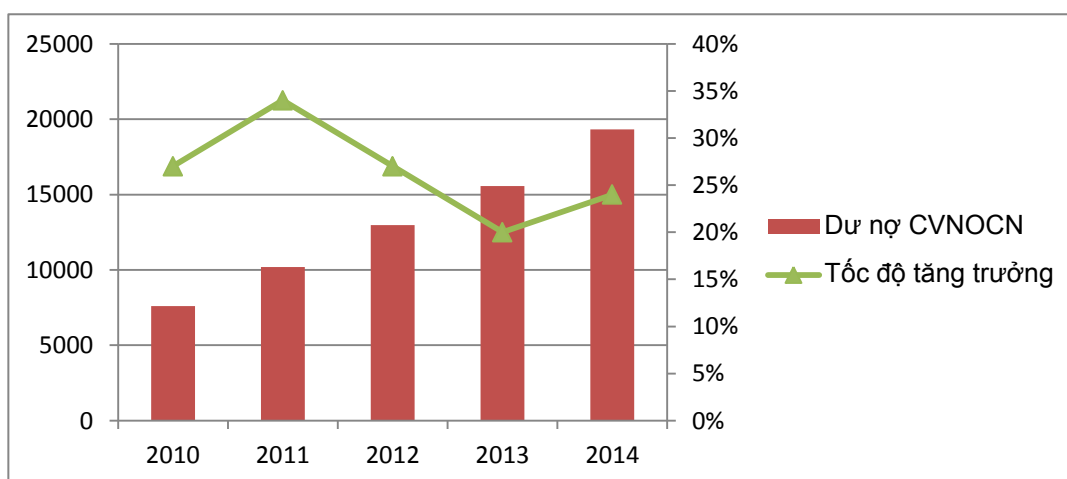
hàng bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam, BIDV đã có những nỗ lực phát triển thị phần rất mạnh trong giai đoạn 2010 – 2015. Theo đó, hoạt động bán lẻ đã có được sự tăng trưởng đạt 41% và CVNO có mức tăng trưởng bình quân trên 20%. Nếu như năm 2013, BIDV là NH có thị phần hoạt động NHBL đứng thứ 2 sau Vietinbank thì hiện nay BIDV đã vươn lên vị trí số 1 trong mảng dịch vụ kinh doanh này, bỏ xa so với ngân hàng đứng thứ 2 (Vietinbank) và thứ 3 (Vietcombank).



Nguồn: [5]

Hình 3.12. Tương quan thị phần tín dụng ngân hàng bán lẻ giữa các NHTMCP

Mặc dù Dự nợ CVNO có tốc độ tăng trưởng cao (trên 20%/năm), nhưng có biến động không đồng hướng qua các năm, mức tăng cao nhất là vào năm 2011 (34,21%) và mức tăng thấp nhất vào năm 2013 (20,05%). Hiện nay, mức tăng có dấu hiệu phục hồi và kì vọng sẽ tăng trưởng trở lại khi có các tín hiệu tích cực từ thị trường tín dụng nhà ở, thị trường BĐS nhà ở và đặc biệt là sự cải thiện trong thu nhập của người lao động.



Nguồn: [16]

Hình 3.13. Tình hình phát triển dự nợ CVNO tại BIDV

Một điều đáng quan tâm là mức đóng góp của khoản vay này trong dự nợ cho vay cá nhân luôn được duy trì ổn định ở mức trên 25%/dự nợ CVCN. Mức đóng góp

của khoản vay này trong cơ cấu dư nợ CVBĐS có xu hướng gia tăng ổn định rõ rệt từ mức chỉ chiếm trên gần 8%/dư nợ CVBĐS đã tăng lên hơn gấp đôi (gần 18%). Điều này thể hiện BIDV xác định hoạt động CVNO đối với KHCN là một mảng quan trọng cần phát triển trong hoạt động NHBL của mình và xu hướng dịch chuyển – phát triển CVNO hướng tới KH tiêu dùng ngay cả khi những tín hiệu từ thị trường BĐS nhà ở không mấy khả quan. Tuy nhiên, với kết quả phát triển CVNO thời gian qua, mức đóng góp của khoản cho vay này vào dư nợ cho vay toàn hệ thống còn rất nhỏ, chỉ chiếm khoảng 4% tổng dư nợ cho vay.

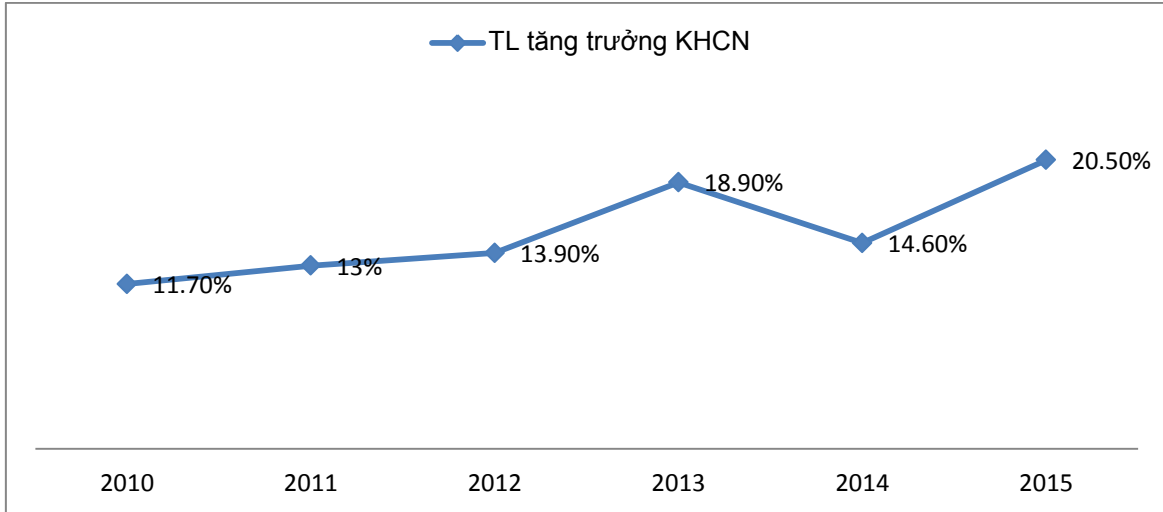
Bảng 3.14. Mức độ phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	2010	2011	2012	2013	2014
1	Dư nợ CVNO	Tỷ đ	7600	10200	12970	15570	19320
2	Tốc độ tăng trưởng dư nợ CVNO	%	26,67	34,21	27,15	20,05	24,08
2	Tỷ lệ dư nợ CVNO/dư nợ CVCN	%	25,65	26,63	27,39	26,56	24,22
3	Tỷ lệ dư nợ CVNO/dư nợ CVBĐS	%	7,97	13,77	19,70	18,60	18,97
4	Tỷ lệ dư nợ CVNO/Tổng dư nợCV	%	3,04	3,5	3,84	4,0	4,36

Nguồn: BIDV

b/ Tỷ lệ tăng trưởng số lượng khách hàng vay vốn

Trong giai đoạn 2010 – 2015, mặc dù nền kinh tế vẫn trong giai đoạn khủng hoảng, thị trường tín dụng BĐS nhà ở chưa được cải thiện, song BIDV vẫn có được tỷ lệ tăng trưởng về số lượng KHCN bình quân là 15,4%/năm. Mức tăng trưởng cao nhất là năm 2015 với lượng KHCN gấp 3 lần so với năm 2010.



Nguồn: [15]

Hình 3.14. Tỷ lệ tăng trưởng số lượng khách hàng cá nhân vay vốn của BIDV

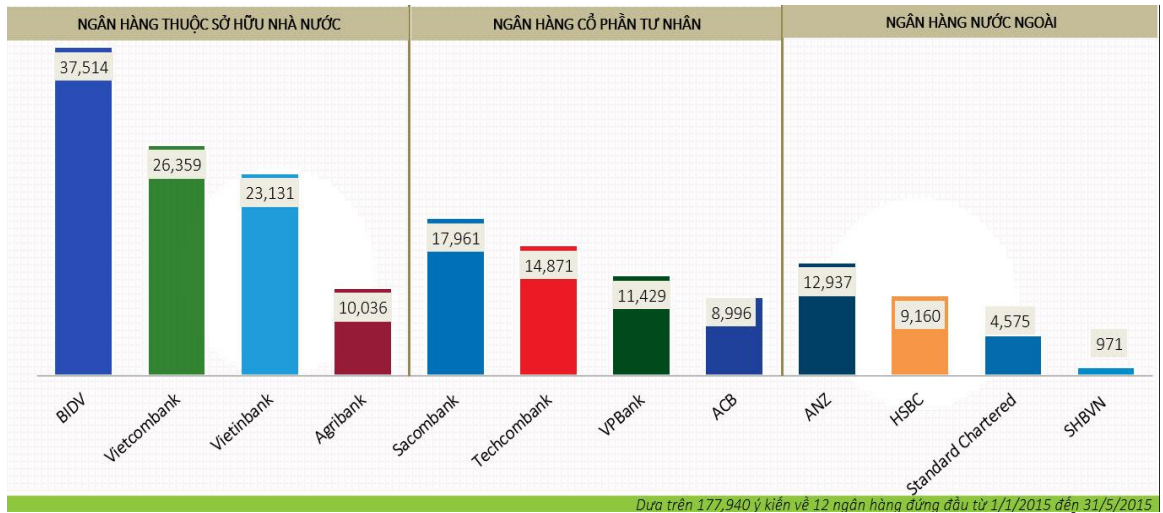
Để có được tốc độ tăng trưởng về KHCN như trên là do:

(1) BIDV đã có những bước đi phù hợp khi lựa chọn KHCN mục tiêu

Trên cơ sở dự án phân đoạn KHCN do Nielsen tư vấn với 4 phân khúc KH mục tiêu gồm: người tiêu dùng, người hiện đại, người khởi nghiệp và người tích lũy, trong giai đoạn 2010 – 2015 BIDV tập trung vào nhóm KH hiện đại và nhóm KH tích lũy. Đây là các nhóm có nhu cầu về nhà ở và có khả năng tài chính đáp ứng việc hoàn trả nghĩa vụ tài chính với NH khi thực hiện các khoản vay nhà ở.

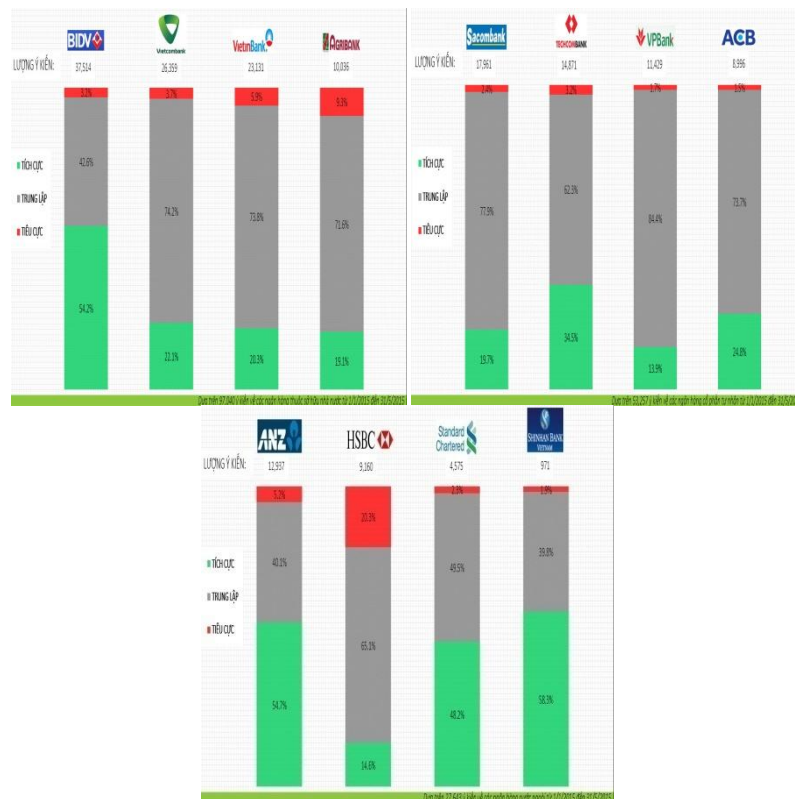
(2) Sử dụng các kết quả thu được từ SMCC để nâng cao uy tín, giới thiệu các sản phẩm kinh doanh nói chung và CVNO đối với KHCN nói riêng, tăng cường công tác chăm sóc KHCN online trên các mạng xã hội... đã giúp cho KHCN chủ động hiểu rõ hơn về các sản phẩm CVNO của BIDV.

Theo khảo sát vào cuối năm 2015 của BoomerangSocial Listening Consultant (công ty cung cấp giải pháp lắng nghe trực tuyến có mặt sớm nhất trên thị trường Việt Nam (hoạt động từ 2011) về sự quan tâm của KHCN tới các NHTM đang hoạt động tại Việt Nam cho thấy BIDV là NH được KHCN quan tâm nhiều nhất chiếm 16% lượng KHCN quan tâm trên các mạng xã hội (hình 3.12), là 1 trong 3 NH được KHCN có các phản hồi tích cực là chủ yếu (hình 3.13).



Nguồn: [3]

Hình 3.15. Số lượng KHCN tham gia thảo luận về các NHTM trên các mạng xã hội



Nguồn: [2]

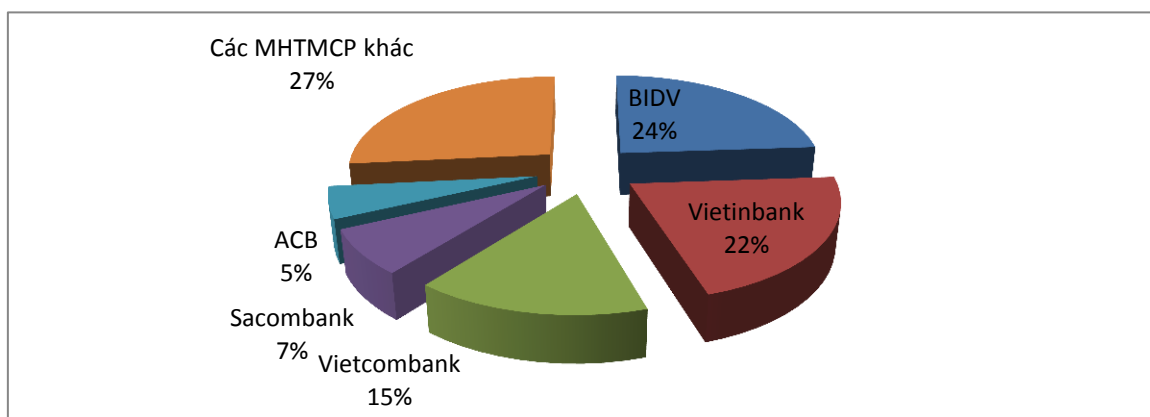
Hình 3.16. Chất lượng ý kiến phản hồi của KHCN về các ngân hàng thương mại tiêu biểu tại thị trường Việt Nam

c/ Tính đa dạng của sản phẩm

Với danh mục trên 20 loại sản phẩm CVNO khác nhau được tích hợp theo các gói tín dụng nhà ở, BIDV đã giúp cho các KHCN có cơ hội lựa chọn được những khoản vay phù hợp với nhu cầu riêng của mình. Bên cạnh đó, các KHCN còn có thêm

các dịch vụ giá trị gia tăng khi thực hiện giao dịch tại NH như SP smartbanking, bảo hiểm tài sản, thẻ thanh toán... như: Gói vay ưu đãi dành cho các KH ký hợp đồng mua bán căn hộ tại dự án CT4 Vimeco đáp ứng điều kiện và giải ngân lần đầu trong thời gian triển khai chương trình. Người vay vốn sẽ được BIDV hỗ trợ tối đa bằng 100% giá trị bất động sản tại hợp đồng mua bán (đã bao gồm VAT). Cụ thể trường hợp KH chỉ thế chấp bằng tài sản hình thành từ vốn vay thì mức cho vay tối đa bằng 80% giá trị BĐS tại hợp đồng mua bán (có VAT). Đối với KH thế chấp bằng tài sản hình thành từ vốn vay và kết hợp thế chấp bằng BĐS khác thuộc sở hữu của bản thân KH hoặc bố mẹ, vợ chồng, con cái hoặc anh chị em ruột của KH vay đã được cấp đầy đủ giấy tờ sở hữu, sử dụng đồng thời giá trị của BĐS đó sau khi nhân hệ số theo quy định của BIDV đảm bảo $\geq 30\%$ giá trị hợp đồng mua bán, mức cho vay tối đa bằng 100% giá trị bất động sản tại hợp đồng mua bán (có VAT). BIDV cho vay trong thời gian tối đa 20 năm với lãi suất ưu đãi. KH được quyền thỏa thuận với BIDV để lựa chọn mức lãi suất áp dụng cho khoản vay này. Theo đó với phương án (1), lãi suất cho vay trong thời gian ưu đãi tối thiểu 5,7% /năm cố định trong 6 tháng đầu tiên kể từ thời điểm giải ngân lần đầu theo gói cho vay. Sau thời gian trên lãi suất được xác định bằng lãi suất cơ sở cộng Margin theo quy định của BIDV trong từng thời kỳ. Khi KH lựa chọn phương án này, thời hạn khoản vay tối thiểu phải là 36 tháng. Nếu KH lựa chọn theo phương án (2), BIDV sẽ áp dụng tương tự gói cho vay nhà ở "An gia lập nghiệp" hiện hành với mức lãi suất duy trì khoảng 7% một năm.

d/ Mức độ thâm nhập thị trường cho vay nhà ở



Nguồn: [5]

Hình 3.17. Tương quan thị phần CVNO của các ngân hàng TMCP niêm yết

Với mục tiêu tập trung phát triển CVNO tại các địa bàn đông dân cư như Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, các đô thị loại 1,2,3,4 trên toàn quốc nhằm do vậy tính đến cuối 2015, BIDV luôn duy trì được thị phần lớn nhất trong CVNO đối với KHCN chiếm

23,9% /tổng mức CVNO của các ngân hàng TMCP niên yết. Kết quả này phản ánh sự tăng trưởng trong CVNO theo gói 30.000 tỷ đồng mà BIDV tham gia.

3.2.4.2. Chỉ tiêu phản ánh chất lượng tín dụng

Với cơ cấu dư nợ CVNO chiếm tỷ trọng nhỏ (trên dưới 4% tổng dư nợ cho vay toàn NH) thì tỷ lệ nợ xấu trên dư nợ CVNO chỉ ở mức 0,13% là rất thấp, còn nếu tương quan với dư nợ cho vay cá nhân thì ở mức 0,03% hay tương quan với dư nợ cho vay BĐS cũng chỉ ở mức 0,03% thì thực sự là nợ xấu của khoản cho vay này không đáng kể trong hoạt động tín dụng của BIDV.

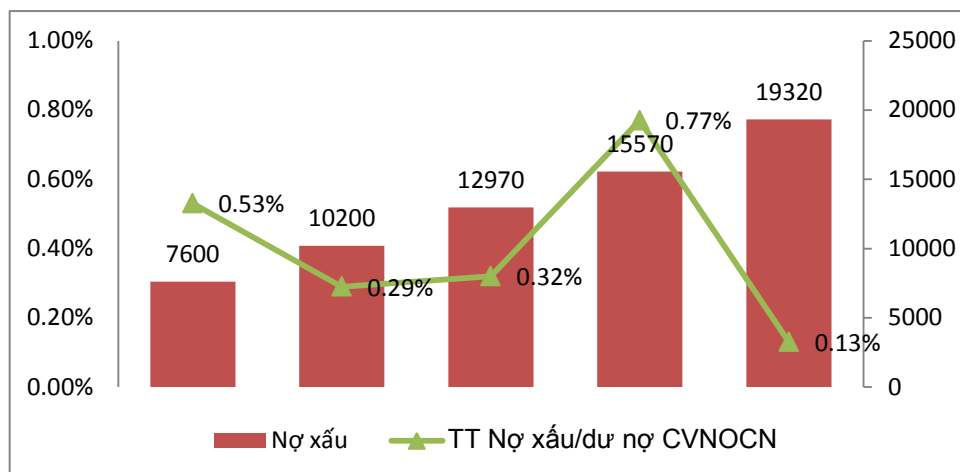
Bảng 3.15. Chất lượng dư nợ cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	2010	2011	2012	2013	2014
1	Dư nợ CVNO (tỷ đồng)	Tỷ đ	7600	10200	12970	15570	19320
	Trong đó						
	Nợ nhóm 1 (tỷ đồng)	Tỷ đ	7510	10110	12778	15150	19262
	Nợ nhóm 2(tỷ đồng)	Tỷ đ	50	60	150	300	32
	Nợ xấu (tỷ đồng)	Tỷ đ	40	30	42	120	26
2	Tỷ lệ nợ xấu/dư nợ CVNO (%)	%	0,53	0,29	0,32	0,77	0,13
3	Tỷ lệ nợ xấu/dư nợ CV (%)	%	0,14	0,08	0,09	0,21	0,03
4	Tỷ lệ nợ xấu/dư nợ CV BĐS (%)	%	0,04	0,04	0,06	0,14	0,03

Nguồn: Số liệu thống kê của BIDV 2010 -2014

Với chiến lược phát triển thành NH đa năng thì việc phát triển các sản phẩm cho vay đáp ứng nhu cầu về nhà ở của cá nhân là điều cần thiết. Tuy nhiên, việc phát triển sang lĩnh vực chưa phải thế mạnh này đòi hỏi BIDV phải chú trọng hơn nữa công tác thẩm định KH ngay từ giai đoạn đầu khi lập hồ sơ vay vốn, bởi đây là giai đoạn cần thiết để sàng lọc KH và khoản vay, giúp giảm thiểu chi phí và thời gian trong việc giám sát, kiểm tra sau giải ngân.

Mặc dù, tốc độ tăng trưởng nợ xấu giảm và tỷ trọng nợ xấu thấp song số tuyệt đối về nợ xấu trong lĩnh vực này vẫn có khuynh hướng gia tăng. Đây là một trong những vấn đề mà BIDV cần lưu tâm trong thời gian tới bởi ít nhiều nó cũng góp phần vào rủi ro tín dụng của NH trong tương lai.



Nguồn: Số liệu thống kê của BIDV 2010 -2014

Hình 3.18. Diễn biến phát triển nợ xấu CVNO tại BIDV

3.2.4.3. Chỉ tiêu phản ánh thu nhập từ cho vay nhà ở

Trong giai đoạn 2010 – 2014, thu nhập từ hoạt động CVNO đối với KHCHN luôn tăng trưởng mạnh với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt trên 50%, nhất là trong các năm 2012, 2013 sau khi Chính phủ nới rộng trở lại việc cấp tín dụng nhà ở (không coi việc đầu tư vào nhà ở là tín dụng phi sản xuất) và thực thi gói tín dụng 30.000 tỷ đồng. Tuy nhiên, mức tăng trưởng thu nhập có phần giảm vào năm 2014 (mặc dù vẫn tăng trưởng về mặt số tuyệt đối là 39 tỷ đồng), điều này là hoàn toàn dễ hiểu vì KHCHN không chỉ có một lựa chọn vay vốn để hình thành nhà ở hoặc sử dụng gói 30.000 tỷ ở duy nhất BIDV mà còn có thể tìm hiểu và sử dụng khoản vay này ở nhiều NH khác. Các NHTM này cũng có nhiều chương trình cạnh tranh và thu hút KH hấp dẫn. Thêm vào đó là chênh lệch giữa doanh thu CVNO với chi phí CVNO ngày càng bị thu hẹp, do BIDV phải gia tăng hoạt động marketing bán hàng để thu hút KHCHN và cạnh tranh với các NHTM. Chính vì vậy đã khiến cho mức độ tăng trưởng thu nhập CVNO giảm.

Bảng 3.16. Tình hình thu nhập từ cho vay nhà ở đối với KHCHN tại BIDV

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	2010	2011	2012	2013	2014
1	Thu nhập CVNO	Tỷ	228	408	779	1090	1129
2	Tỷ lệ thu nhập CVNO/TNBL (*)	%	30,17	30,00	30,30	26,56	23,59
3	Tỷ lệ thu nhập CVNO/TNCV (**)	%	2,48	3,23	6,00	7,81	6,70

(*) Thu nhập bán lẻ, (**) Thu nhập cho vay

Nguồn: BIDV

Tỷ lệ thu nhập CVNO / tổng thu nhập của hoạt động NHBL có xu hướng giảm nhưng vẫn duy trì ở mức bình quân trên 28%/năm. Tỷ lệ này là phù hợp với định hướng phát triển dịch vụ NHBL của NH với việc gia tăng khai thác các nguồn thu nhập từ dịch vụ NHBL hiện đại.

Tỷ lệ thu nhập CVNO / tổng thu nhập từ cho vay luôn có sự tăng trưởng với mức bình quân đạt trên 5%. Tuy nhiên mức đóng góp thu nhập từ CVNO vào thu nhập cho vay còn khá khiêm tốn. Điều này xuất phát từ việc BIDV là một thương hiệu mạnh đối với lĩnh vực NHBB. Từ năm 2012 cùng với việc chuyển sang mô hình NHTM cổ phần, chiến lược kinh doanh của BIDV mới đề cao dần việc phát triển mảng tín dụng NHBL. Do vậy, tỷ lệ đóng góp vào thu nhập cho vay chung còn chưa cao.

3.3. Đánh giá thực trạng phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng TMCP đầu tư và phát triển Việt Nam

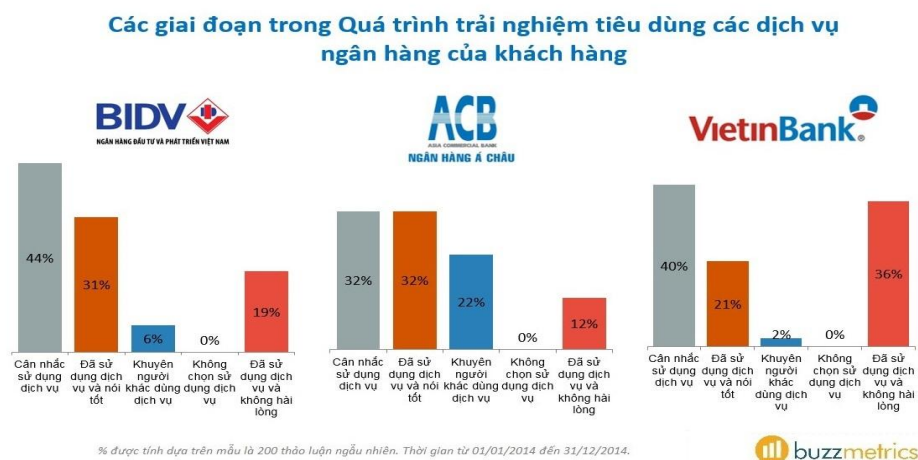
3.3.1. Những thành công

Thời gian qua, với chiến lược phát triển hoạt động kinh doanh trên cả hai lĩnh vực NHBB và NHBL, BIDV đã từng bước có được những vị trí cao trong thị phần CVNO đối với KHCN. BIDV hiện là NH đứng đầu trong hoạt động CVNO theo gói 30.000 tỷ. Đồng thời, để hỗ trợ cho việc phát triển các sản phẩm CVNO đến KHCN, NH đã đẩy mạnh việc mở rộng thị trường và phát triển đa dạng các kênh phân phối. Theo đó, số lượng sản phẩm CVNO mà NH cam kết cung cấp ra thị trường là khoảng 20 loại hình SP cho vay, với đa dạng về thời gian, hình thức lãi suất và tập KH được thỏa dụng, có thị phần CVNO đứng đầu. Thị trường CVNO được mở rộng cả về không gian địa lý lẫn đối tượng KH. Các kênh phân phối được phát triển đều trên cả 3 lĩnh vực: kênh trực tiếp, kênh gián tiếp và kênh hiện đại. Hiện BIDV có mạng lưới kênh phân phối trực tiếp đứng thứ 2 trong hệ thống các NHTM tại Việt Nam và hệ thống kênh hiện đại dẫn đầu thị trường. BIDV cũng không ngừng ứng dụng các thành tựu của khoa học công nghệ vào hoạt động quản lý và marketing nhằm luôn đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hoạt động CVNO đối với KHCN của mình.

Phản hồi về chất lượng dịch vụ CVNO đối với KHCN của BIDV thông qua mạng xã hội khá tích cực. Hiện nay, lĩnh vực NH tại Việt Nam luôn là một chủ đề được thảo luận vô cùng sôi nổi trên social media. Các kết quả thu thập được cho những đánh giá rất khách quan từ phía người sử dụng các SP dịch vụ do các NHTM cung cấp. Năm 2014, theo thống kê của BuzzMetrics (một trong hai công ty cung cấp dịch vụ social listening tại Việt Nam cho các tổ chức quan tâm tới hoạt động phát triển thương hiệu của mình) với 106.459 thảo luận trên các mạng xã hội, BIDV là 1 trong 3 NH (BIDV, ACB và Vietinbank) được nhắc tới nhiều nhất trên mạng xã hội, chiếm 35% thảo luận trên các mạng xã hội, tiếp đó là ACB với 34% thảo luận và Vietinbank

với 31% thảo luận. Theo đó, BIDV được các KHCN quan tâm và thảo luận chủ yếu về gói cho vay mua nhà ở đối với KHCN. Bằng việc sử dụng mô hình phân tích Quá trình trải nghiệm tiêu dùng (BJ – Brand Journey), BuzzMetrics đã đánh giá 3 NH tiêu biểu trên trong cả năm 2014 theo 5 (năm) giai đoạn: (1) giai đoạn cân nhắc, (2) giai đoạn sử dụng dịch vụ và nói tốt, (3) giai đoạn khuyên người khác sử dụng dịch vụ, (4) giai đoạn không lựa chọn sử dụng dịch vụ, (5) giai đoạn đã sử dụng dịch vụ và không hài lòng. Kết quả được khái quát như hình 3.16.

Theo đó, ở giai đoạn (1) tỷ lệ cân nhắc của 3 NH trên đều khá cao (cao nhất là BIDV với 44% ý kiến), điều này có nghĩa là khi KHCN có nhu cầu sử dụng các dịch vụ của NH họ sẽ có cân nhắc đến các NH này. BIDV được cân nhắc nhiều bởi NH này triển khai rất mạnh gói CVNO 30.000 tỷ đồng. Đa số KHCN nói rằng họ có ý định làm hồ sơ vay vốn tại NH và thắc mắc các vấn đề liên quan tới hồ sơ thủ tục vay vốn đáp ứng nhu cầu nhà ở (chiếm 23% ý kiến), lãi suất cho vay (chiếm 4% ý kiến). Ở giai đoạn (2) BIDV cũng có được sự hài lòng của KHCN sau khi sử dụng dịch vụ đứng thứ 2 (sau ACB) với 31% ý kiến và được đánh giá khá tốt về thái độ phục vụ của nhân viên và dịch vụ hỗ trợ KH; thủ tục ở BIDV cũng được KHCN đánh giá là nhanh chóng, đơn giản (đây chính là lý do khiến nhiều KHCN cân nhắc chọn NH này để nộp hồ sơ vay mua nhà ở). Tuy nhiên ở giai đoạn (3), BIDV có tỷ lệ rất thấp trong đánh giá của KHCN khi khuyên cáo người khác sử dụng dịch vụ của NH chỉ đạt mức là 6% ý kiến. Ở giai đoạn (4), cả 3 NH đều không bị KHCN thể hiện thái độ tiêu cực tuyệt đối về NH khi chưa sử dụng dịch vụ. Ở giai đoạn (5), tỷ lệ KHCN không hài lòng sau khi sử dụng dịch vụ (trong đó phần lớn là các ý kiến về dịch vụ CVNO) của BIDV là thấp với 19% thảo luận, trong đó 6% thảo luận cho rằng thái độ phục vụ không tốt tại một vài CN, 4% cho rằng phí dịch vụ cao và 2% cho rằng dịch vụ thanh toán trực tuyến không tốt.



Nguồn: [3]

Hình 3.19. Các giai đoạn trong BJ

3.3.2. Những hạn chế và nguyên nhân

3.3.2.1. Những hạn chế

a/ Về sản phẩm

Các sản phẩm CVNO còn đơn giản, chưa đa dạng về loại hình, chưa tạo ra sự nổi trội hay khác biệt so với các NH khác. Việc triển khai SP mới còn chậm, chưa theo nhu cầu của KHCVN mà chỉ thực hiện theo khả năng cung cấp hiện có của NH. Các sản phẩm CVNO mà BIDV cung cấp thì các NH khác đều có, chưa tìm được một sản phẩm chủ đạo, mang tính đặc thù riêng. Hiện tại, BIDV chỉ có một SP “cho vay mua nhà” áp dụng chung cho tất cả các nhu cầu của KH (mua nhà ở/đất ở, xây dựng mới/cải tạo/ sửa chữa nhà ở), trong khi các NHTM cổ phần khác thường chia thành nhiều SP khác nhau, đáp ứng nhu cầu cụ thể của KH. Các thông tin đối với khoản cho vay này trên website của BIDV mới chỉ dừng lại ở mức độ sơ lược, khiến KHCVN tiềm năng khó có được những thông tin cần thiết ban đầu để lựa chọn.

Trong khi đó, các SP thuộc nhóm cho vay đáp ứng nhu cầu nhà ở của ACB rất rõ ràng với 3 dòng SP chính: cho vay mua nhà/ đất, cho vay xây dựng/ sửa chữa nhà, cho vay mua căn hộ dự án. Hoặc, cũng trong SP cho vay mua nhà nhưng ANZ có 4 SP: cho vay mua nhà để ở, cho vay mua nhà để đầu tư, cho vay đầu tư BĐS, cho vay mua nhà với lãi suất ưu đãi. Hay như HSBC Việt Nam, các sản phẩm CVNO được NH quản lý theo nhóm KH như: Nhóm “Vợ chồng son” với SP gốc là vay mua nhà; Nhóm “Thành viên mới” với SP gốc là vay thế chấp nhà/xây sửa nhà; Nhóm “Gia đình lớn” với SP gốc là vay thế chấp nhà/xây sửa nhà và Vay thế chấp nhà – mục đích khác. Với việc phân chia quản lý như vậy, khiến KH dễ dàng biết được mình hợp với gói SP nào khi muốn thỏa mãn nhu cầu về chỗ ở. Trong khi các ngân hàng TMCP tư nhân phát triển các SP tiện ích đối với cá nhân khi có nhu cầu về nhà ở hoặc sửa chữa nhà khá đa dạng như cho vay tín chấp, chấp nhận trả góp linh hoạt ngày/ tuần/ tháng. Nhiều NH như ACB, Sacombank từ lâu đã triển khai SP mua nhà thế chấp bằng chính nhà mua, kết hợp với dịch vụ sang tên đăng bộ nhà đất, phương thức giải ngân linh hoạt trước khi hoàn thành thủ tục sang tên đăng bộ cho căn nhà mua – cũng chính là tài sản thế chấp... Với các SP cho vay tích hợp này, hiện BIDV chưa thực hiện triển khai. Thêm vào đó, giá trị khoản BIDV cho vay còn chưa cao, thông thường phổ biến cho vay tới 75% giá trị đầu tư nhà ở của KHCVN, thời gian cho vay tối đa chỉ lên tới 20 năm, trong khi đó nhiều NHTM ở Việt Nam các mức này đã lên tới 80% và 25 năm.

b/ Về thị trường

Cho tới nay, BIDV mới chú trọng tập trung phát triển thị trường là các thành phố lớn (Hà Nội và TP Hồ Chí Minh), còn tại các địa bàn khác chưa được BIDV quan tâm đúng mức. Điều này khiến cho thị trường CVNO đối với cá nhân/hộ gia đình của

BIDV còn hết sức khiêm tốn, nhiều thị trường tiềm năng như Đà Nẵng, Nha Trang, Bình Dương... còn chưa phát huy được hết tiềm năng cấp tín dụng của NH.

Đối với phát triển thị trường theo tập KH, BIDV mới chỉ quan tâm tới các tiếp cận KHCN theo mức thu nhập. Theo đó, NH mới chỉ chú trọng phát triển vào nhóm KHCN có thu nhập tầm trung trở lên. Còn các nhóm KH thu nhập thấp và nghèo thì BIDV chỉ thực hiện khi có các chương trình ưu tiên của Chính phủ và NHNN (như gói 30.000 tỷ cho vay hỗ trợ mua nhà ở xã hội). Hoạt động CVNO có sự tăng trưởng nhưng chưa bền vững, đặc biệt là các khoản cho vay nhà ở xã hội theo gói 30.000 tỷ đồng có tốc độ tăng trưởng cao và tiềm ẩn nhiều rủi ro do xuất phát từ chính sự an toàn của dòng tiền hoàn trả của người vay vốn thấp và kém ổn định. Hoạt động CVNO tại 2 địa bàn trọng điểm là Hà Nội và TP Hồ Chí Minh còn nhiều bất cập, chưa khai thác tốt tiềm năng địa bàn, chưa phát huy được hiệu quả hoạt động của các PGD, năng lực tìm kiếm KH của cán bộ bán hàng còn có những hạn chế nhất định. Số lượng KHCN tuy lớn nhưng mới chỉ phát triển về lượng chưa phát triển về chất. Tỷ lệ KH hoạt động thường xuyên còn thấp (chiếm khoảng 62%/tổng nền khách hàng).

c/ Về kênh phân phối

Mặc dù hiện là BIDV có hệ thống mạng lưới điểm giao dịch hiện đại đứng thứ 2 toàn hệ thống, thực hiện phát triển các dịch vụ NH điện tử với phân bố rộng khắp 63 tỉnh/thành phố, nhưng các hoạt động cho vay đáp ứng nhu cầu nhà ở đối với KHCN của BIDV vẫn được thực hiện thông qua kênh truyền thống. Tức là KHCN có nhu cầu vay vốn thực hiện các giao dịch trực tiếp với NH tại các điểm giao dịch cố định mà không thể thực hiện toàn bộ hoặc một phần (như thanh toán nghĩa vụ tài chính) thông qua các điểm giao dịch tự động hoặc qua điện thoại, internet. Bên cạnh đó, BIDV cũng chưa tăng cường phát triển hoạt động CVNO thông qua các chủ dự án đầu tư và thực hiện tốt việc khai thác hệ thống kênh hiện đại của mình trong việc tiếp thị các sản phẩm CVNO của NH đến các KH có sử dụng các SP dịch vụ NH điện tử.

d/ Mức độ rủi ro cho vay nhà ở đạt ngưỡng trung bình

Qua khảo sát, phân tích dữ liệu sơ cấp của NCS về mức độ rủi ro CVNO và đánh giá BIDV về các yếu tố gây rủi ro (xem Phụ lục 3), kết quả thu được cho thấy điểm đánh giá về các yếu tố gây rủi ro có sự chênh lệch giữa các yếu tố. Điểm đánh giá cao nhất thuộc về yếu tố KC ($\mu = 3.5575$; $SD = 0.59250$) và thấp nhất ở yếu tố NCA ($\mu = 2.8850$, $SD = 0.72818$); mức độ RRCVNO đạt mức trên trung bình ($\mu = 3.6176$, $SD = 0.50424$) (bảng 3.13).

Bảng 3.17. Kết quả đánh giá yếu tố gây RRCVNO và mức độ RRCVNO

Biến nghiên cứu	Trung bình (μ)	Độ lệch chuẩn (SD)
NNA	3.3528	.65404
NNB	3.4686	.71746
NCA	2.8850	.72818
NCB	3.0026	1.02854
KC	3.5575	.59250
RC	3.6176	.50424

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS, Phụ lục 3

Kết quả nghiên cứu cho thấy về mức độ RRCVNO nhóm KHCVN là ở mức trên trung bình, độ lệch chuẩn thấp cho thấy có sự tương đồng trong nhận định giữa các địa bàn hoạt động của ngân hàng. Các yếu tố về năng lực ngân hàng (NNA, NNB), nội tại khoản vay (KC) và năng lực khách hàng (NCB) đều được BIDV đánh giá ở mức trung bình. Điều này cũng phù hợp với hiện trạng hiện nay của các khoản vay nhà ở của KHCVN/hộ gia đình. Tuy nhiên yếu tố NCA được đánh giá ở mức dưới trung bình (<3 điểm). Điều này cũng khá dễ hiểu bởi yếu tố này đại diện cho nhóm 3 nhân tố NC2 (mức thu nhập), NC4 (phát sinh nhiều khoản nợ trong cùng thời gian vay vốn) và NC6 (mức chi tiêu cho sinh hoạt lớn) là các yếu tố đang chi phối rất mạnh tới KHCVN khi thực hiện các món vay đầu tư nhà ở. Theo đó, mức thu nhập thực tế của cá nhân trong thời gian qua có xu hướng giảm mạnh và rõ rệt → khiến suy giảm khả năng thanh toán và dễ dàng thấy họ có động thái tăng các khoản vay nợ; giá cả gia tăng trong khi thu nhập thực giảm khiến mức sinh hoạt phí cao, nhất là ở các thành phố lớn như Hà Nội, TP Hồ Chí Minh. Về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố tới RRCVNO cho thấy ảnh hưởng lớn nhất thuộc về yếu tố KC, tiếp theo là NNA, NCA, NNB và cuối cùng là NCB. Theo đó, KC, NNA, NCA và NCB có tác động cùng chiều tới RRCVNO. Còn yếu tố NNB có tác động ngược chiều tới RRCVNO, điều này là hoàn toàn hợp lý.

3.3.2.2. Nguyên nhân

a/ Nguyên nhân từ phía ngân hàng

(1) Chiến lược phát triển còn chưa theo sát với chuyển biến của thị trường

Mặc dù BIDV có chiến lược trở thành NHBL hàng đầu tại thị trường Việt Nam, tham gia rất tích cực vào việc cung cấp vốn cho thị trường BĐS nhà ở đối với cả bên cung và bên cầu về nhà ở. Song, mức độ quan tâm đến phát triển hoạt động CVNO đối

với KHCN của BIDV còn thấp, do vẫn có lợi thế là hoạt động cho vay đối với các DN (bên cung). Những món vay này với quy mô vốn vay lớn (hàng chục tỷ đồng trở lên) hơn nhiều các món vay đáp ứng nhu cầu nhà ở của KHCN, việc thẩm định KH và kiểm soát sử dụng vốn vay dễ dàng hơn nhiều. Ngược lại, hoạt động CVNO phát sinh nhiều chi phí hơn là các khoản cho vay tài trợ cho các dự án đầu tư BĐS nhà ở của các DN, hoạt động này cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro khi việc thẩm định độ tin cậy tín dụng của KHCN gặp nhiều khó khăn, không có thông tin cập nhật, kiểm soát và chia sẻ từ hệ thống các NHTM khác và các cơ quan cung cấp thông tin tín dụng. Thêm vào đó, các đơn vị thuộc khối bán lẻ với tư cách là đơn vị tham mưu cho Ban lãnh đạo về việc thiết kế các SP bán lẻ trong đó có các SP CVNO, xây dựng cơ chế chính sách và tổ chức triển khai SP CVNO đôi lúc còn bất cập, chưa đáp ứng yêu cầu của thị trường, chưa sát với thực tiễn kinh doanh. Đây là những yếu tố chính khiến cho BIDV chưa quan tâm đúng mức đến hoạt động này so với tiềm năng mà NH có thể đáp ứng được.

Mô hình kinh doanh bán lẻ tại CN chưa thực sự được chuẩn hóa và chưa thúc đẩy hoạt động bán lẻ, tổ chức bán hàng chưa chuyên nghiệp. Các CN bố trí cán bộ chưa hợp lý, còn nặng về tác nghiệp, số lượng cán bộ quản lý KHCN mỏng. Chức năng nhiệm vụ của cán bộ quản lý KH vẫn bị gấn trách nhiệm với nợ xấu, quản lý rủi ro đã hạn chế công tác bán hàng của cán bộ cả về thời gian và động lực. Hệ thống chỉ tiêu KPI đối với cán bộ còn đơn giản (chủ yếu là các chỉ tiêu về quy mô tín dụng, phân loại tín dụng..) chưa thực sự tạo động lực bán hàng đối với cán bộ.

(2) Cơ chế, chính sách tín dụng chưa đáp ứng kịp yêu cầu hoạt động CVNO

Thủ tục hành chính liên quan đến việc cấp tín dụng còn rườm rà (quá nhiều chữ kí, biểu mẫu cấp tín dụng nhất là hồ sơ TSĐB). Với những yêu cầu chặt chẽ từ phía NH, để vay được tiền tại BIDV, KH phải có đủ điều kiện vay vốn và phải chuẩn bị được bộ hồ sơ theo đúng quy định nên họ phải đi lại rất nhiều lần và mất nhiều thời gian để hoàn thiện hồ sơ xin vay. Từ đó gây tâm lý e ngại, làm giảm mong muốn đến NH vay tiền của KH. Hiện thời gian xử lý bộ hồ sơ hoàn chỉnh của BIDV là 7 ngày làm việc, trong đó ACB chỉ 24h – 48h, Bản Việt Bank thì chỉ cần 4h có thể ra quyết định có chấp nhận hay không. Điều này cho thấy nếu BIDV không quan tâm rút ngắn thời gian ra quyết định thì nó ảnh hưởng trực tiếp đến dư nợ CVNO tại BIDV.

Cơ chế ưu đãi với KHCN (thông qua kênh trực tiếp), chi hoa hồng môi giới với chủ đầu tư/doanh nghiệp kinh doanh BĐS nhà ở (thông qua kênh gián tiếp), hoa hồng với các đơn vị trong chuỗi thuộc kênh phân phối hiện đại trong hoạt động tín dụng nhà ở chậm điều chỉnh, chưa tạo động lực thúc đẩy phát triển quy mô CVNO.

Chính sách CVNO thể hiện qua mức cho vay và thời hạn cho vay còn thấp và chưa hợp lý với nhu cầu của KHCN. Với SP cho vay sửa chữa nhà tại BIDV thời gian cho vay phổ biến là 5 năm, thời gian cho vay mua nhà cao nhất cũng chỉ lên đến 20 năm trong khi nhiều ngân hàng TMCP đã thực hiện các món cho vay mua nhà với thời gian cho vay lên đến 25 năm. Với hình thức cho vay không có bảo đảm bằng tài sản đối với CBCNV, mức cho vay còn thấp, thời hạn vay quá ngắn. Trong khi với SP cho vay CBCNV của ACB số tiền cho vay có thể lên đến 250 triệu đồng với thời hạn cho vay đến 36 tháng. Đối với CBCNV nhu cầu vay vốn tiêu dùng là rất lớn nhưng với số vốn vay tối đa 50 triệu đồng thì việc thực hiện những phương án chi tiêu lớn như mua nhà ở, mua đất xây nhà và các nhu cầu liên quan tới nhà ở là rất khó khăn. (Mức cho vay CBCNV tối đa mà các CN áp dụng đối với CBCNV chỉ là 50 triệu đồng và thời hạn cho vay tối đa là 36 tháng). Nếu NH nâng hạn mức cho vay và kéo dài thời hạn cho vay sẽ đáp ứng được số lượng lớn hơn nhu cầu của KH, giúp tăng doanh số và dư nợ cho vay.

(3) Nguồn nhân lực còn hạn chế

Đây là cản trở không nhỏ đối với sự phát triển thị phần của BIDV. Yếu tố con người giữ vai trò then chốt, quyết định mọi thành bại, sự phát triển của một ngành, một lĩnh vực, một DN. Hầu hết các cán bộ tín dụng mặc dù được đào tạo bài bản về NH nhưng là những cán bộ trẻ, kinh nghiệm chưa nhiều, khả năng tự đào tạo chưa cao. Điều này sẽ ảnh hưởng đến chất lượng giao dịch và phục vụ KH. Khả năng đáp ứng chuẩn mực cán bộ trong bối cảnh hội nhập sâu rộng còn ở mức thấp. Một số cán bộ CN chưa có kỹ năng bán hàng, thuyết phục KH tốt, CN chưa bố trí đầy đủ bộ phận để tư vấn KH nhằm nâng cao chất lượng phục vụ. Đội ngũ lãnh đạo PGD còn thiếu kinh nghiệm kinh doanh và quan hệ KH, thiên nhiều về tác nghiệp dẫn đến hạn chế về quy mô và hiệu quả kinh doanh của các PGD.

(4) Các dự án công nghệ chậm triển khai (qua nhiều cấp phê duyệt) nên hỗ trợ hoạt động CVNO bị hạn chế, chất lượng dịch vụ và năng suất lao động chưa cao.

Các dự án công nghệ và kênh phân phối hiện đại được triển khai chưa nhiều, thị phần còn thấp, hoạt động CVNO dưới hình thức sử dụng vốn ngắn hạn chưa áp dụng qua kênh hiện đại thông qua tài khoản thấu chi mà chủ yếu vẫn thực hiện cho vay theo món. Hệ thống Corebanking đang trong giai đoạn xem xét thay thế, việc tác nghiệp tại CN phải thông qua nhiều quy trình làm ảnh hưởng đến năng suất lao động và chất lượng phục vụ KH. Công nghệ gia tăng tự động hóa, hỗ trợ nâng cao năng suất lao động, quản lý rủi ro trong hoạt động CVNO đối với KH còn kém.

(5) Hoạt động Marketing ngân hàng chưa phát triển

Phương thức giới thiệu các sản phẩm CVNO còn thụ động, kém chuyên nghiệp. Chủ yếu hiện BIDV đang thực hiện thông qua các cách khá cổ điển như giới thiệu sản phẩm CVNO qua băng – rôn tại điểm giao dịch, các pano áp phích trên đường bộ, thông qua sóng radio VOV giao thông, thông qua một vài website phổ biến. BIDV chưa đẩy mạnh hoạt động kết hợp với các công ty kinh doanh BĐS, đại lý BĐS làm môi giới trong việc CVNO. BIDV cũng chưa khai thác được hết các lợi thế của truyền thông internet và media mà BIDV đã đầu tư, giao diện website chưa thu hút như của các NHTM khác, như: giao diện trên website của HSBC Việt Nam giúp KHCN dễ dàng thỏa mãn nhu cầu thông tin cơ bản về khoản cho vay đáp ứng nhu cầu về chỗ ở mà ngân hàng cung cấp. Chính điều này đã làm giảm khả năng cạnh tranh cũng như chưa nâng cao doanh số và dư nợ CVNO.

(6) Chất lượng dịch vụ CVNO đáp ứng nhu cầu của KH mới chỉ đạt mức trung bình khá, chưa tương xứng với kì vọng của một NH dẫn đầu trong ngành NHBL về CVNO.

Qua khảo sát và phân tích dữ liệu sơ cấp của NCS về các tiêu chí chất lượng CVNO theo SERVQUAL (xem Phụ lục 4), kết quả thu được cho thấy điểm đánh giá về các tiêu chí chất lượng dịch vụ CVNO có sự chênh lệch không nhiều giữa các yếu tố. Điểm đánh giá cao nhất thuộc về TG (thời gian giao dịch) ($\mu = 3.2$; $SD = 0.83278$) và thấp nhất ở DC (đồng cảm) ($\mu = 3.0738$, $SD = 0.70179$); mức độ hài lòng của KHCN với dịch vụ CVNO mà BIDV đạt mức khá ($\mu = 3.1411$, $SD = 0.59616$) (bảng 3.10).

Bảng 3.18. Kết quả đánh giá các tiêu chí chất lượng dịch vụ CVNO và mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân đối với BIDV

Biến nghiên cứu	Trung bình (μ)	Độ lệch chuẩn (SD)
TC	3.3223	.67524
DC	3.0738	.70179
NL	3.1238	.65620
TG	3.2000	.83278
HL	3.1411	.59616

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS, Phụ lục 4

Kết quả nghiên cứu cho thấy về mức độ hài lòng của nhóm KHCN là đạt trên mức trung bình, điểm đánh giá trung bình đạt 3.1411 điểm trên thang đo Likert 5

điểm, độ lệch chuẩn thấp cho thấy có sự tương đồng trong nhận định của khách hàng tại các địa bàn hoạt động khác nhau của BIDV. Các nhóm tiêu chí chất lượng về mức độ tin cậy (TC), mức độ đồng cảm (DC), năng lực nhân viên (NL) và thời gian giao dịch (TG) của BIDV đều được KHCN đánh giá ở mức trên trung bình. Điều này cũng phù hợp với hiện trạng hiện nay của các khoản vay này tại BIDV còn rất khiêm tốn. Tuy nhiên yếu tố DC được đánh giá ở cận mức trung bình (3.0738 điểm), điều này cho thấy, BIDV chưa tạo được sự đồng cảm với KH. Tiêu chí NL cũng bị KH đánh giá ở mức cận trên trung bình (3.1238), đây là cũng là vấn đề mà BIDV cần lưu tâm khi đưa ra giải pháp.

Về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố tới sự hài lòng của KHCN cho thấy ảnh hưởng lớn nhất thuộc về yếu tố TC, tiếp theo là yếu tố DC. Theo đó, các yếu tố TC, DC có tác động cùng chiều tới mức độ hài lòng của KH.

b/ Nguyên nhân từ phía khách hàng

(1) KHCN còn có tâm lý e ngại khi tiếp xúc để thực hiện việc tiếp cận với khoản vay. Thêm vào đó, thỏa mãn các điều kiện cần khiến nhiều KH gặp khó khăn.

(2) Khả năng tài chính của KH thường khó đoán định và có thể biến động cao do phần lớn KH ít kỹ năng quản lý tài sản, thu nhập chịu tác động lớn bởi sức khỏe, tình hình SXKD của đơn vị thuê lao động, chi tiêu bất thường và tình trạng hôn nhân.

(3) KH có xu hướng không muốn tiết lộ về tình hình thu nhập và tình trạng sức khỏe, bởi vì trong trường hợp thu nhập của họ quá thấp /tình trạng sức khỏe không đảm bảo thì họ sẽ không được vay vốn NH. Vì thế, nếu cán bộ tín dụng không có kinh nghiệm thì khả năng rủi ro đạo đức và lựa chọn nghịch là rất cao.

c/ Nguyên nhân từ phía môi trường kinh doanh

(1) Môi trường kinh tế chưa thoát khỏi suy thoái, tăng trưởng kém

Nền kinh tế Việt Nam chịu tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới, từ năm 2008 nước ta rơi vào giảm phát và suy thoái kinh tế. Thị trường BĐS nhà ở đóng băng, giá cả gia tăng và thu nhập thực của dân chúng giảm. Mặc dù Chính phủ, NHNN và các cơ quan chức năng đã có nhiều biện pháp tích cực để đưa nền kinh tế thoát khỏi khủng hoảng và thị trường BĐS nhà ở hoạt động trở lại nhịp. Nhưng phản ứng của thị trường và nền kinh tế chưa thực sự được cải thiện. Giá cả các mặt hàng thiết yếu như: xăng dầu, điện, nước, gaz biến động tăng giảm liên tục, giá USD và giá vàng tăng và dao động bất thường... khiến đời sống dân chúng bị ảnh hưởng và ảnh hưởng đến cả nền kinh tế. Do đó, thu nhập thực của dân cư bị giảm sút. Thêm vào đó, việc cắt giảm

cho vay đối với lĩnh vực đầu tư BĐS theo chỉ thị của Chính phủ khiến nhiều dự án BĐS nhà ở rơi vào trạng thái “dở dang” trong nhiều năm do thiếu vốn. Cùng với đó, cá nhân/hộ gia đình cắt giảm chi tiêu, không coi hoạt động đầu tư vào nhà ở là ưu tiên hàng đầu nữa do thực hiện “thắt lưng buộc bụng”. Họ cũng nhìn thấy viễn cảnh các dự án BĐS “dở dang” còn lâu dài nên cá nhân/hộ gia đình không có nhu cầu sử dụng tín dụng nhà ở của NH. Chính vì vậy, việc phát triển dư nợ CVNO của BIDV mặc dù có tăng trưởng nhưng còn ở mức độ thấp.

(2) Môi trường văn hoá xã hội

Yếu tố văn hoá xã hội là một trong những yếu tố chủ yếu tác động đến hoạt động tín dụng của NH, đặc biệt là hoạt động CVNO. Quy mô hoạt động CVNO còn thấp, khả năng phát triển các SP mới khó khăn... là do nhiều nguyên nhân, nhưng trong đó có do thói quen và tâm lý tiêu dùng của người Việt Nam. Người tiêu dùng Việt Nam thường không thích ở trong tình trạng nợ nần và gánh chịu những tâm lý nặng nề về nợ nần khi đầu tư mua sắm/xây dựng nhà ở. Phần lớn dân chúng vẫn có tư tưởng rằng khi vay vốn ở NH là họ biến thành con nợ, khiến họ có cảm giác không thoải mái và có sự hoài nghi về lợi ích mà NH đem lại cho họ thông qua sự tài trợ của từ NH.

Người Việt Nam có xu hướng tự tích lũy, tiết kiệm để mua sắm, sửa chữa nhà cửa hơn là mua sắm/sửa chữa nhà ở trước rồi tích cóp để trả nợ. Khi các NH thực hiện phát triển CVNO thường vấp phải thói quen trên của người dân. Vì vậy, để việc phát triển CVNO đạt hiệu quả, điều đầu tiên BIDV phải làm là tác động tới tâm lý, thói quen tiêu dùng của người dân, thuyết phục họ bằng cách đem lại cho họ nhiều lợi ích từ hoạt động CVNO, đánh tan tâm lý và thói quen mang tính bảo thủ, cố hữu trên.

Ngoài ra, việc phân bố dân cư ở nước ta không đồng đều, các thành phố lớn như Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng... diện tích đất đai hạn chế nhưng lại tập trung một số lượng lớn dân cư. Đồng thời, mức sống, thu nhập và khả năng chi tiêu của dân cư giữa các vùng có sự chênh lệch lớn tạo ra sự phân hoá giàu nghèo ngày càng lớn. Số dân thuộc nhóm người có thu nhập trung bình và cao tập trung ở thành thị, chiếm một tỷ lệ nhỏ (khoảng 25% dân số), còn lại 75% dân số sống tập trung ở nông thôn (nơi có mức thu nhập còn thấp) nên nhu cầu về nhà ở không đồng đều giữa các địa bàn. Vì vậy, đối tượng khách hàng CVNO mà ngân hàng hướng tới chỉ nằm trong 25% dân số kể trên, phần nào hạn chế thị phần CVNO của BIDV.

(3) Môi trường pháp luật chưa hoàn thiện

Tín dụng nhà ở đối với KHCN vẫn còn là một hoạt động còn mới mẻ ở Việt Nam, vì vậy các điều kiện về pháp lý cho sự tồn tại và phát triển của nghiệp vụ này

còn chung chung, chưa cụ thể rõ ràng. Hiện tại các NH mới chỉ dựa vào các Luật, Quyết định, Hướng dẫn chung về nghiệp vụ cho vay, bảo đảm khi cấp tín dụng cho KH như Luật các tổ chức tín dụng, Quyết định 1627/2001/QĐ - NHNN về quy chế cho vay của TCTD đối với KH và các văn bản sửa đổi, bổ sung QĐ1627... Do chưa có một văn bản quy phạm pháp luật mang tính thống nhất cụ thể hướng dẫn thực hiện nghiệp vụ CVNO nên các NH chưa yên tâm đầu tư, phát triển hoạt động này một cách mạnh mẽ, mà mới chỉ hoạt động rất dè dặt vì NH lo sợ cơ chế, chính sách, quy định pháp luật có thể thay đổi bất ngờ. Hơn nữa, các văn bản pháp luật của Việt Nam còn chông chéo, văn bản sau phủ định văn bản trước, như việc trước năm 2008 hoạt động CVNO nói riêng và hoạt động cho vay vào lĩnh vực BĐS nhà ở được Chính phủ và NHNN khuyến khích, nhưng tới cuối 2009 và đầu 2010 việc đầu tư vào lĩnh vực này bị đột ngột hạn chế vì coi là đây lĩnh vực phi sản xuất, cần cắt giảm để chống khủng hoảng. Điều này đã khiến NH lúng túng, mất phương hướng, hạn chế sự chủ động trong kinh doanh, mà đây là yếu tố quan trọng quyết định sự thành bại của chiến lược kinh doanh.

(4) Yếu tố cạnh tranh

Sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường của các NH khiến “chiếc bánh” dịch vụ tài trợ nhu cầu về phát triển nhà ở đối với KHHCN bị chia nhỏ ra nhiều phần. Trước ngưỡng cửa của hội nhập, thị trường trong nước đã nóng lên nhiều. Với sự nới lỏng cơ chế tín dụng trong vài năm trở lại đây, nhiều NH đã xâm nhập vào hầu hết các lĩnh vực kinh doanh mới, có tỷ lệ thu nhập cao nhằm thu hút ngày càng nhiều KH về mình. Hầu hết các ngân hàng TMCP đều cung cấp dịch vụ CVNO do nắm bắt nhu cầu của KH về lĩnh vực này đang gia tăng nhanh chóng. Nhiều NH tối giảm các thủ tục trong thẩm định cho vay và có cơ chế hoa hồng môi giới, giới thiệu KH hấp dẫn nên các CN của BIDV gặp rất nhiều khó khăn trong cạnh tranh do cơ chế thưởng, chính sách KH kém cạnh tranh, thủ tục hành chính phức tạp.

Kết luận chương 3

Trong chương 3, luận án đã giới thiệu khái quát thực trạng thị trường tín dụng nhà ở tại Việt Nam, rút ra một số kết luận về hoạt động cấp tín dụng nhà ở của NHTM như dư nợ CVNO có xu hướng gia tăng, các NHTM có vai trò quan trọng trong tài trợ tín dụng với KHDN và từng bước tăng cường ảnh hưởng đối với KHCCN. Tuy nhiên, chất lượng CVNO chưa cao, hoạt động này mới chỉ tập trung vào KHCCN là những người có thu nhập cao và ổn định. Lãi suất cho vay tương đối cao, thời gian cho vay chưa dài, phổ biến giới hạn 15 năm.

Dựa trên cơ sở lý thuyết đề cập ở chương 2, trong chương 3 luận án đã thu thập, phân tích thực trạng CVNO của BIDV trong 5 năm từ 2010 đến 2016 trên các mặt:

- (1) Thực trạng tổ chức, quản lý CVNO;
- (2) Thực trạng vận dụng các phương thức phát triển CVNO;
- (3) Thực trạng áp dụng các biện pháp kiểm soát rủi ro CVNO.

Luận án đã khảo sát và thu thập dữ liệu sơ cấp về đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố gây ra RRCVNO; đánh giá các tiêu chí chất lượng dịch vụ CVNO theo mô hình SERVQUAL. Tổng hợp kết quả phân tích dữ liệu sơ cấp và thứ cấp giúp NCS rút ra những đánh giá thực trạng trên hai khía cạnh với 2 (hai) thành công và 3 (ba) hạn chế, với 13 nguyên nhân trong hoạt động CVNO đối với KHCCN của BIDV.

Kết quả nghiên cứu thực trạng phát triển CVNO tại Chương 3 là những luận cứ thực tiễn quan trọng cho việc đề xuất các giải pháp nhằm phát triển hoạt động CVNO đối với KHCCN của BIDV trong thời gian tới.

CHƯƠNG 4

ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHO VAY NHÀ Ở ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM

4.1. Định hướng và quan điểm phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng TMCP đầu tư và phát triển Việt Nam giai đoạn 2016 – 2020, tầm nhìn 2025

4.1.1. Dự báo nhu cầu tín dụng nhà ở tại Việt Nam

Trong thời gian qua, các NHTM đã góp phần tích cực tài trợ vốn cho thị trường BĐS nhà ở và giúp thị trường này phát triển. Tuy nhiên với việc ngưng, giảm và hạn chế việc cho vay BĐS nhà ở, từ chối các hợp đồng cho vay mới... trong mục tiêu kiềm hãm sự phát triển “quá nóng” của thị trường, tập trung tiến hành các biện pháp thu hồi nợ vay đã tác động tiêu cực đến thị trường BĐS, làm thị trường BĐS nhà ở suy thoái, “đóng băng”. Song một thực tế cho thấy, mặc dù thực trạng thị trường hiện nay là ảm đạm nhưng các dự án BĐS nhà ở cao cấp vẫn được triển khai. Các BĐS nhà ở hạng trung và hạng thường vẫn ở mức giá cao (dù giá đã giảm 50 -60% so với trước đó), khiến khả năng mua nhà của những người có nhu cầu thực sự rất thấp. Điều này cho thấy tính đầu cơ trên thị trường BĐS nhà ở rất cao khoảng 80% nhà đầu tư BĐS nhà ở (TP Hồ Chí Minh) và khoảng 70% nhà đầu tư BĐS nhà ở (Hà Nội) là nhằm mục tiêu đầu cơ. Một khi nhu cầu về nhà ở của phần lớn người tiêu dùng thực sự còn chưa được thỏa mãn thì nhu cầu tín dụng BĐS vẫn còn phát triển. Hơn nữa, về phía NHTM, các khoản cho vay BĐS nhà ở vẫn là một mảng kinh doanh quan trọng trong cơ cấu các khoản cho vay của NHTM nên trong thời gian tới nó vẫn được các NHTM quan tâm phát triển. Tuy nhiên cầu tín dụng nhà ở sẽ có một số điểm thay đổi sau:

(1) Nhu cầu về nhà ở và đất ở của người dân Việt Nam vẫn rất lớn, nhất là ở các khu đô thị, ven đô thị và khu công nghiệp. Song do thu nhập cá nhân và hộ gia đình phần lớn ở mức thấp nên ngân sách dành cho việc đầu tư vào BĐS nhà ở nhỏ. Hiện xu hướng của người có nhu cầu thực sự là lựa chọn các BĐS nhà ở là những căn hộ chung cư bình dân và nhà phố với chi phí khoảng dưới 2,5 tỷ đồng. Điều này cho thấy thị trường BĐS nhà ở sẽ phát triển mạnh ở phân khúc hạng trung và hạng thường; tính thanh khoản của hàng hóa ở phân khúc này sẽ cao.

(2) Để thỏa mãn nhu cầu BĐS nhà ở, các cá nhân/hộ gia đình hiện nay đã thay đổi quan điểm chỉ sử dụng vốn tiết kiệm của bản thân và vay mượn người thân bằng việc tăng cường sử dụng vốn vay NHTM. Theo báo cáo của VNR [33], tỷ lệ lựa chọn

vay NHTM cao nhất ở những cá nhân có độ tuổi dưới 30. Mức độ vay (LTV) tăng trưởng theo thu nhập của cá nhân, càng có thu nhập cao lên thì khi đầu tư BĐS nhà ở khuynh hướng LTV càng lớn. Song có thể nhận thấy, trong thời gian tới nhu cầu vay ở mức LTV dưới 20% sẽ phát triển rất mạnh do nhu cầu vay của cá nhân có thu nhập dưới 20 trđ/tháng. Mức LTV 30% - 50% sẽ là nhu cầu phổ biến của tất cả các tập khách hàng có nhu cầu vay vốn.

(3) Nhu cầu tín dụng của người tiêu dùng chịu tác động rất lớn bởi các yếu tố về tuổi tác, thu nhập và chính sách. Trong đó NH cần chú ý đến nhóm KH sau:

- ✓ Người tiêu dùng có thu nhập < 20 trđ/tháng, hộ gia đình có thu nhập < 30 trđ/tháng là nhóm thu nhập phổ biến nhất (30% - 40%) và có nhu cầu vay cao nhất (45%). Tuy nhiên, LTV của nhóm này (20%) thấp hơn so với nhóm có thu nhập trên 20 trđ/tháng.

- ✓ Người tiêu dùng có độ tuổi dưới 30 có khuynh hướng vay nhiều hơn và việc sử dụng tín dụng NHTM giảm dần theo độ tuổi.

- ✓ Phần lớn người tiêu dùng có nhu cầu mua căn hộ và nhà liền kề với giá trị dự định đầu tư ở mức phổ biến từ 800 triệu đồng đến 2,5 tỷ đồng. Họ rất quan tâm đến các yếu tố thuộc về chủ đầu tư khi quyết định mua nhà/đầu tư BĐS nhà ở.

- ✓ Kênh thông tin từ Chính quyền và từ chủ đầu tư có ảnh quyết định đến hành vi mua/đầu tư BĐS nhà ở của người tiêu dùng.

4.1.2. Phân tích SWOT của Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam trong phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

4.1.2.1. Điểm mạnh

- *Uy tín và thương hiệu (S1)*: BIDV có trên 50 năm hoạt động với tư cách là NH của Nhà nước và có 20 năm thực hiện hoạt động NHTM nên có nội lực khá vững chắc về uy tín và thương hiệu. BIDV có thương hiệu mạnh và có bề dày lịch sử và kinh nghiệm trong phục vụ KH, có mối quan hệ sâu rộng trên thị trường nên sẽ là ưu thế để NH này phát triển hoạt động NHBL trong đó có hoạt động cho vay đáp ứng nhu cầu nhà ở của KHCN.

- *Nền tảng công nghệ (S2)*: Hạ tầng công nghệ thông tin được quan tâm đầu tư mạnh hơn so với các NH khác, tạo thế mạnh hỗ trợ cho công tác phát triển nghiệp vụ, khai thác thông tin và quản lý tín dụng nói chung và tín dụng phục vụ nhu cầu nhà ở của KHCN nói riêng.

- *Mạng lưới kênh phân phối (S3)*: BIDV có một hệ thống mạng lưới rộng khắp cả nước, tập trung nhiều ở các đô thị và có vị trí thương mại thuận lợi, dễ nhận biết, đứng thứ 3 trong hệ thống các NHTM trong nước. Bên cạnh đó, BIDV có đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn cao, có kỹ năng, kinh nghiệm trong nghiệp vụ NH, am hiểu văn hóa kinh doanh và tập quán của người Việt Nam, có khả năng thích ứng linh hoạt với tiến bộ của công nghệ NH hiện đại nên có sức cạnh tranh tốt trên thị trường tín dụng nhà ở đối với KH nội địa.

- *Năng lực tài chính không ngừng được tăng cường (S4)*: Hiện nay, BIDV là một trong những NH tiềm lực tài chính mạnh và có lợi thế về quy mô trong hoạt động huy động vốn, tín dụng và các dịch vụ NH. Đây là điều kiện tốt để NH tăng trưởng CVNO đối với KHCN thông qua việc tự đảm bảo nguồn vốn để cho vay và bán chéo các SP dịch vụ liên quan đến nhà ở khác đối với cá nhân.

4.1.2.2. Điểm yếu

- Đối tượng KHCN chưa được phân nhóm cụ thể do đó chưa có được phân đoạn khách hàng tốt, chưa xác định rõ khách hàng chiến lược (W1)

Trước năm 2014, BIDV chỉ thực hiện cấp tín dụng nhà ở đối với KHCN là người Việt Nam. Từ tháng 11/2014, BIDV mở rộng đối tượng được NH cấp vốn vay là cá nhân người nước ngoài hiện đang công tác tại Việt Nam. Tuy nhiên, việc phân nhóm KHCN tại BIDV chưa được thực hiện. Điều này sẽ làm khó cho BIDV trong việc xác định các nhóm đối tượng KH tiềm năng và phân khúc thị trường nhà ở để phát triển hoạt động tiếp thị sản phẩm tín dụng đáp ứng nhu cầu nhà ở của từng nhóm KH cho phù hợp. Điều này cũng ảnh hưởng tới việc BIDV xây dựng chính sách KH, thiết kế sản phẩm, cách thức bán hàng và quản lý các khoản vay. Trong tương lai, nếu BIDV không cải thiện cách quản lý hướng vào KH chắc chắn sẽ làm giảm tính cạnh tranh của NH trên thị trường CVNO đối với cá nhân/hộ gia đình.

- Thương hiệu và vị thế trong hoạt động BIDV trong CVNO đối với KHCN chưa tương xứng với quy mô kinh doanh của ngân hàng (W2).

- Sản phẩm CVNO còn đơn điệu, chủ yếu mang tính truyền thống, chưa có sự nối kết với các sản phẩm dành cho KHCN khác (W3).

- Hoạt động Marketing chưa được chú trọng đúng mức nên chưa khai thác được thương hiệu từ các phương tiện thông tin đại chúng (W4).

- Quy mô kinh doanh lớn nên việc thích nghi với biến động thị trường còn chậm (W5).

- Khả năng phối hợp tương trợ giữa các chi nhánh chưa cao (W6).

4.1.2.3. Cơ hội

- Sự quan tâm, hỗ trợ của Chính phủ, NHNN, Bộ Tài chính đối với hoạt động tín dụng nhà ở và thị trường BĐS nhà ở (O1).
- Ngành NH đang trên đà phát triển với nhiều SP mới đáp ứng nhu cầu về nhà ở (O2).
- Gia tăng vốn do có hậu thuẫn từ Chính phủ và sự tham gia góp vốn của tập đoàn tài chính quốc tế với tư cách là những cổ đông lớn sau cổ phần hóa (O3).
- Môi trường kinh doanh minh bạch, thông thoáng. Các thông tin cho vay đáp ứng nhu cầu nhà ở của cá nhân/ hộ gia đình được cập nhật và dễ dàng so sánh, nhận diện(O4).
- Nhà nước có nhiều chính sách ưu đãi, kích thích đầu tư, xây dựng nhà ở (O5).

4.1.2.4. Thách thức

- Áp lực cạnh tranh ngày càng gia tăng từ các NHTM cổ phần trong nước và các NHTM 100% vốn đầu tư nước ngoài thâm nhập vào thị trường Việt Nam (T1).
- Thị trường BĐS nhà ở vẫn chưa thoát khỏi tình trạng xấu(T2).
- Tâm lý của dân chúng còn dè dặt với việc tiếp cận hoạt động tín dụng nhà ở với NHTM khi thực hiện phát triển nhà ở (T3).
- Thông tin về KH khó tiếp cận, tính minh bạch và khả năng cập nhật thấp (T4).
- Áp lực thực hiện các khoản tín dụng nhà ở phải thực hiện theo nhiệm vụ chính trị - xã hội, như cho vay đối với các hộ gia đình có thu nhập thấp, vay mua nhà ở xã hội (T5).

Với nhận diện trên về các yếu tố SWOT của BIDV, NCS nhận thấy các giải pháp cần đi theo hướng sử dụng các điểm mạnh và các cơ hội để khắc phục các điểm yếu và giảm nhẹ ảnh hưởng gây hại của thách thức. Cụ thể:

- Dùng S1 để khắc phục W2
- Dùng kết hợp S2, S4 để khắc phục W3
- Dùng kết hợp S2, S3, S4 để khắc phục W4
- Dùng kết hợp S1, S3, O1, O5 để giảm S1
- Dùng kết hợp S1, S3, S4, O2 để giảm T3
- Dùng kết hợp S2, S4, O4 để giảm T4

- Dừng S4, O1, O5 để giảm T5

Các điểm yếu W1, W5, W6 sẽ được giải quyết bằng các biện pháp nâng cao chất lượng dịch vụ CVNO. Thách thức T2 là yếu tố khách quan, BIDV cần có những dự báo chính xác về triển vọng phát triển của thị trường BĐS để có các bước đi phù hợp.

4.1.3. Định hướng phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

4.1.3.1. Định hướng chung

Với định hướng phát triển chung là đến năm 2020 BIDV sẽ “trở thành Tập đoàn tài chính có chất lượng, hiệu quả và uy tín hàng đầu Việt Nam” và đạt giá trị cốt lõi “hướng đến khách hàng – Đổi mới phát triển – Chuyên nghiệp sáng tạo - Trách nhiệm xã hội – Chất lượng tin cậy”[10], NH cần tập trung thực hiện 3 chiến lược cốt lõi sau:

(1) Chiến lược cạnh tranh hỗn hợp

Phát huy điểm mạnh, khắc phục những điểm yếu, tận dụng các cơ hội nhằm củng cố nội lực của BIDV, hướng đến khác biệt hóa và tối ưu hóa chi phí nhờ lợi thế về quy mô hiện có. Chiến lược này hướng đến 9 mục tiêu trọng tâm nhằm khai thác hiệu quả lợi thế về quy mô hiện có: (i) Nâng cao chất lượng đội ngũ; (ii) Khai thác và tối ưu công nghệ; (iii) Cải thiện văn hóa doanh nghiệp; (iv) Cải tiến quy trình, thủ tục hướng đến khách hàng; (v) Tăng năng suất lao động; (vi) Tăng nghiên cứu phát triển và định hướng thị trường; (vii) Duy trì thị phần và phát triển sản phẩm - nhóm KH ưu việt; (viii) Gia tăng giá trị trọn đời KH; (ix) Nâng cao hiệu quả hoạt động.

(2) Chiến lược thâm nhập thị trường

Tận dụng lợi thế của BIDV trên nền tảng các SP chủ lực hiện có nhằm tiếp tục thâm nhập các phân khúc KH chính hiện tại của mình. Chiến lược này hướng đến 5 mục tiêu trọng tâm: (i) tăng trưởng quy mô và thị phần; (ii) Nâng cao mức độ nhận diện thương hiệu; (iii) Cải thiện cơ cấu khách hàng; (iv) Nâng cao hiệu quả hoạt động; (v) Duy trì thị phần và phát triển nhóm KH ưu việt.

(3) Chiến lược liên kết

Liên kết theo chiều ngang: bằng cách liên kết, liên doanh với các tổ chức tài chính ở các thị trường thấp hơn (như: Lào, Cam-pu-chia, Mi-an-ma...) nhằm mở rộng quy mô thị trường; hoặc liên kết với các cổ đông chiến lược nước ngoài nhằm nâng cao năng lực về vốn, công nghệ, con người, thương hiệu, quản trị rủi ro...

Liên kết theo chiều dọc: BIDV liên kết với các đối tác để khai thác trọn đời KH thông qua hình thức bán chéo SP, tối ưu hóa kênh phân phối, gia tăng tiện ích cho KH.

Chiến lược này hướng đến 8 mục tiêu: (i) Phát triển đội ngũ chất lượng cao; (ii) Phát triển hệ thống công nghệ; (iii) Tăng cường quản trị rủi ro; (iv) Cải tiến quy trình thủ tục vì khách hàng; (v) Nâng cao nhận diện thương hiệu; (vi) Gia tăng giá trị trọn đời cho KH; (vii) Tăng trưởng quy mô hoạt động; (viii) Nâng cao năng lực tài chính.

4.1.3.2. Định hướng phát triển cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

Với mục tiêu đưa BIDV trở thành NHBL hàng đầu Việt Nam (nằm trong top 3 NH lớn nhất), nắm giữ thị phần lớn về dư nợ tín dụng, huy động vốn, dịch vụ thẻ với chất lượng và hiệu quả hàng đầu Việt Nam, tín dụng tiêu dùng trong đó có tín dụng đáp ứng nhu cầu nhà ở của cá nhân/hộ gia đình là một lĩnh vực cơ bản, mũi nhọn trong hoạt động NHBL và BIDV phải tập trung phát triển với mục tiêu tăng trưởng nhanh (30 - 40%/năm) và đảm bảo chất lượng tín dụng an toàn.

Phát triển hoạt động CVNO đối với KHCHN là một trong những hướng đi quan trọng để trở thành NHBL hàng đầu tại Việt Nam nên việc phát triển cần đảm bảo cả chiều rộng và chiều sâu. Theo đó, BIDV cần phải gia tăng được thị trường, phi phần và số lượng SP đối với lĩnh vực này của cá nhân, nhưng vẫn phải đảm bảo chất lượng tín dụng nhà ở (kiểm soát được nợ xấu trong giới hạn cho phép/ khẩu vị rủi ro có thể chấp nhận được). Riêng CVNO đối với KHCHN, BIDV cần hướng tới cung cấp SP tín dụng đa dạng và chuẩn hóa, tập trung phát triển SP đáp ứng nhu cầu thiết yếu của KHCHN/hộ gia đình có thu nhập từ trung bình trở lên, đồng thời thiết kế SP phù hợp với từng phân khúc KH, bao gồm: cho vay mua nhà, cho vay sửa chữa nhà ở với thời hạn tối đa lên tới 20 năm... Để cung cấp tốt nhất các SP tín dụng này, BIDV cần tiếp tục phát triển theo hướng: (i) Hoàn thiện cơ cấu KH, (ii) Duy trì thị phần và phát triển nhóm KH ưu việt, (iii) Gia tăng giá trị KH trọn đời và (iv) Nâng cao nhận diện thương hiệu.

Về địa bàn CVNO đối với KHCHN, BIDV tiếp tục duy trì việc phát triển hoạt động này trên mạng lưới các CN tại các tỉnh thành, song nên tập trung phát triển hai khu vực trọng điểm là động lực phía Bắc và động lực phía Nam (chiếm khoảng 54% tỷ trọng mạng lưới toàn hệ thống ~ 540 điểm mạng lưới), đặc biệt hai thành phố lớn là Hà Nội và TP Hồ Chí Minh (chiếm khoảng 34,7% tỷ trọng mạng lưới toàn hệ thống).

Về kênh phân phối, BIDV cần tiếp tục khai thác thế mạnh của kênh phân phối trực tiếp trong phát triển CVNO. Bên cạnh đó, NH cần tăng cường phối hợp với các chủ đầu tư dự án/công ty kinh doanh BĐS trong việc phát triển kênh phân phối gián tiếp. Đối với kênh phân phối hiện đại, bên cạnh việc coi đây là một kênh PR sản phẩm CVNO hữu hiệu cần mở rộng khai thác, BIDV cần từng bước chuyển dần các hoạt động CVNO ngắn hạn qua kênh này để giảm tải áp lực cho kênh phân phối trực tiếp.

Về các biện pháp kiểm soát rủi ro, BIDV cần tăng cường công tác thu thập, phân tích và đánh giá rủi ro trong CVNO nhằm đảm bảo phát hiện và có biện pháp xử lý kịp thời. Việc ứng dụng công nghệ hiện đại vào trong việc quản lý CVNO là điều mà BIDV cần chú trọng, nó giúp cho NH có được các thông tin quản trị cần thiết để lãnh đạo đưa ra các điều tiết phù hợp với tình hình biến động trên thị trường.

4.1.4. Quan điểm xây dựng các giải pháp phát triển cho vay nhà ở đối với KHCCN

Từ những phân tích về thực trạng CVNO, đánh giá điều kiện và môi trường tài chính tiền tệ của Việt Nam, các kết quả xử lý dữ liệu điều tra về chất lượng và rủi ro trong hoạt động CVNO tại BIDV, NCS đề xuất 3 quan điểm khi xây dựng các giải pháp đề xuất với NH trong việc phát triển hoạt động cho vay này trong thời gian tới.

Quan điểm 1: Các giải pháp cần được đưa ra trên cơ sở phát huy điểm mạnh và cơ hội, thông qua đó hạn chế điểm yếu và vượt qua thách thức. Muốn vậy, BIDV cần nhận thức toàn diện về các nguyên nhân khiến kết quả cho vay nhà ở của BIDV còn hết sức “khiêm tốn” so với tiềm lực của NH. Khi đặt vấn đề phát triển CVNO đối với KHCCN, NH cần nhận thức, xử lý trên cơ sở đặt nhu cầu phát triển này với các yếu tố môi trường kinh tế - chính trị - phát luật của nước ta nói chung và hoạt động của BIDV.

Quan điểm 2: Hoạt động CVNO là một hoạt động mang lại lợi nhuận cho NH, do vậy BIDV cần có những giải pháp phát triển bền vững hoạt động này. Song để làm được điều đó, BIDV cần có những đánh giá khách quan về tính an toàn trong hoạt động cho vay này. Thời gian vừa qua, thị trường BĐS nhà ở đóng băng, khiến các NHTM tìm mọi phương cách đề từ chối, trì hoãn việc cấp tín dụng với KH có nhu cầu. Chính vì thế, muốn phát triển hoạt động CVNO, BIDV cần cân đối giữa việc tăng cường thỏa mãn nhu cầu của KH với các rủi ro trong hoạt động cho vay này có thể mang lại.

Quan điểm 3: Phát triển hoạt động CVNO dựa trên cơ sở phát huy hoạt động CVNO đang diễn ra tại NH kết hợp với việc học hỏi kinh nghiệm thành công và thất bại của các NHTM trong và ngoài nước. Điều này sẽ giúp cho BIDV phát huy được thế mạnh và có các bước phát triển phù hợp với nhu cầu của KHCCN ngày một đa dạng.

4.2. Giải pháp đề xuất với BIDV trong việc phát triển hoạt động cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

4.2.1. Các giải pháp trực tiếp

4.2.1.1. Giải pháp phát triển quy mô và số lượng dịch vụ CVNO đối với KHCCN

a/ Giải pháp phát triển về sản phẩm

Hiện nay các sản phẩm CVNO của BIDV chủ yếu vẫn là các sản phẩm cho vay căn bản như: cho vay mua nhà ở/ đất ở, cho vay sửa chữa và xây dựng nhà ở... Chưa

có các sản phẩm CVNO hỗn hợp giúp đa dạng hóa nhu cầu của KHCN. Trong thời gian tới, muốn phát triển CVNO, BIDV cần phát triển đa dạng các chủng loại SP theo trên cơ sở nền của các sản phẩm cho vay truyền thống, như:

(1) Phát triển sản phẩm cho vay dài hạn

- Cho vay mua đất ở: có các sản phẩm như cho vay mua đất ở theo các dự án được BIDV thẩm định/đầu tư/môi giới; cho vay mua đất ở do KHCN tự tìm kiếm người bán; cho vay mua đất ở tại các địa bàn được chính quyền hỗ trợ phát triển...

- Cho vay mua nhà ở: có các sản phẩm như: cho vay mua nhà theo dự án được nhà nước hỗ trợ vốn, cho vay mua nhà ở tại các dự án được BIDV thẩm định/đầu tư/môi giới; cho vay mua nhà ở do KHCN tự tìm kiếm người bán; ...

- Cho vay mua đất ở và xây dựng nhà ở trên đất

- Cho vay để đầu tư nhà ở theo hình thức thuê mua.

- Cho vay để thực hiện việc thuê nhà dài hạn (thuê sử dụng).

(2) Phát triển sản phẩm cho vay ngắn hạn

- Cho vay sửa chữa nhà ở

- Cho vay mua sắm nội ngoại thất nhà ở (gắn liền với nhà ở)

- Cho vay để thực hiện việc thuê nhà ở dưới 12 tháng.

(3) Tăng thời gian cho vay đối với các món vay đầu tư vào nhà ở hình thành trong tương lai. Theo đó, BIDV có thể cân nhắc việc cho vay có thể kéo dài tới 25 – 30 năm, không phân biệt cá nhân vay vốn là người Việt Nam hay người nước ngoài.

(4) Rút ngắn thời gian thẩm định hồ sơ xin vay vốn của KHCN

Điều này phụ thuộc khá nhiều vào hướng dẫn của nhân viên ở khâu chuẩn bị hồ sơ. Với những hồ sơ đã đảm bảo về mặt hình thức, BIDV có thể tạo điều kiện được thông qua sớm nhất. Muốn vậy, ngay tại khâu tập hợp hồ sơ, BIDV đã có thể thẩm định sơ bộ về năng lực hành vi và năng lực tài chính của KHCN thông qua các lần tiếp xúc với họ. Việc tra soát về TSDB có thể được thực hiện ngay khi KHCN dự kiến đưa tài sản của mình làm đảm bảo cho việc vay vốn. Điều này hiện nay thực hiện khá dễ dàng nhờ sự trợ giúp của công nghệ và internet. Phần đầu thời gian thẩm định hồ sơ sẽ được hoàn tất ngay ngày làm việc kể từ khi KH nộp bộ hồ sơ hoàn chỉnh tới BIDV, nhằm tránh việc KH phải đi lại và giúp họ nhanh chóng có vốn tài trợ đầu tư vào nhà ở.

b/ Phát triển thị trường

(1) Phát triển địa bàn CVNO (theo khu vực địa lý hành chính)

Hiện nay, nhiều thành phố và đô thị đang được đầu tư phát triển mạnh, nhu cầu CVNO tại những khu vực đó ngày một tăng cao. Với lợi thế là một NH có CN ở tất cả các tỉnh/thành phố trong cả nước, việc phát triển các thị trường CVNO ở các địa bàn mới này là rất cần thiết. Trong thời gian tới, bên cạnh việc phát huy các thị trường sẵn có (Hà Nội và TP Hồ Chí Minh), BIDV nên đẩy mạnh hoạt động cho vay này ở các thành phố có tiềm năng tăng trưởng như: Quảng Ninh, Lào Cai, Thanh Hóa, Quảng Bình, Đà Nẵng, Quảng Ngãi, Tuy Hòa, Nha Trang, Cam Ranh, Bình Dương... Từng bước thực hiện triển khai các sản phẩm CVNO tới tất cả các CN của BIDV, đặc biệt có thể ưu đãi về lãi suất cho vay và phí đối với KHCN tại những địa bàn nhỏ.

(2) Phát triển theo phân khúc khách hàng

Theo NCS, phát triển sản phẩm CVNO đối với KHCN của BIDV cần tập trung vào các phân khúc khách hàng mục tiêu (xem bảng 4.1).

Bảng 4.1. Giải pháp phát triển CVNO theo thu nhập của KHCN

STT	Phân khúc KH mục tiêu	Giải pháp phát triển CVNO
1	KH có thu nhập cao	Tín dụng nhà ở nghỉ dưỡng, phát triển tín dụng nhà ở nước ngoài, CVNO đầu tư vào các SP dòng cao cấp: penthouse, biệt thự, biệt trang...
2	KH có thu nhập khá	Phát triển cho vay vào dòng BĐS cao cấp và trung cấp, gợi ý chuyển dịch đầu tư vào dòng cao cấp theo kiểu cho vay nhóm
3	KH có thu nhập trung cấp	Phát triển cho vay vào dòng trung cấp, đầu tư vào BĐS cấp thấp
4	KH có thu nhập thấp	Phát triển cho vay vào dòng thấp cấp, thực hiện các chương trình CVNO có hỗ trợ của Nhà nước, tìm và gắn kết hoạt động cho vay đầu tư nhà ở của các định chế phi ngân hàng phù hợp với KHCN đó (môi giới cho KHCN tìm được các đơn vị tài trợ vốn an toàn).

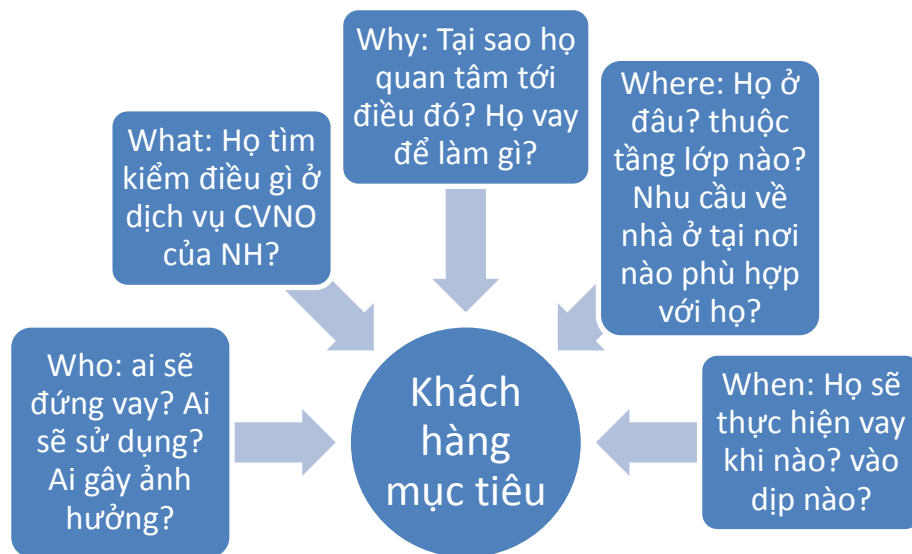
KH mà BIDV đang hướng tới chủ yếu là người có thu nhập tầm trung trở lên. Đây là nhóm KH được đánh giá an toàn nhưng chỉ chiếm khoảng 30% dân số và đã

phần nào thỏa dụng nhu cầu hiện tại về nhà ở. Đồng thời, nhóm này cũng là tập KH mục tiêu của các NHTM khác. Do vậy, việc đa dạng hóa về KH mục tiêu là điều nên tính tới. BIDV có thể hướng mở rộng thành nhiều phân khúc KH mục tiêu để có những giải pháp phát triển CVNO phù hợp.

Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là nếu BIDV theo đuổi nhiều tuyến KH mục tiêu thì NH phải thực hiện hoạt động định vị thương hiệu. Song hiện tại, đây lại là một hạn chế của NH (hạn chế W2 được đề cập khi phân tích SWOT), bởi từ trước tới nay, thương hiệu của của BIDV được biết đến trong giao dịch tài chính với các DN. Còn hoạt động NHBL nói chung và CVNO nói riêng, BIDV chưa có được nhận diện tốt về thương hiệu đối với KHCCN. Do đó muốn phát triển SP và các tuyến KH trong CVNO, việc định vị thương hiệu là điều cần quan tâm đối với NH trong hoàn cảnh này. Để được kết quả mong muốn, BIDV cần tuân thủ các bước sau khi thực hiện định vị thương hiệu đối với hoạt động CVNO:

Bước 1: Nhận dạng khách hàng mục tiêu. KH mục tiêu được hiểu là tập hợp các cá nhân /nhóm người mà NH hướng tới để cung cấp hoạt động CVNO. Hay, đây sẽ là những KH thực hiện các hoạt động vay vốn của BIDV để phát triển nhà ở trong tương lai. Vì thế, việc xác định đúng KH sẽ giúp cho công tác định vị được chính xác hơn.

Muốn có được các chi tiết về “chân dung” KH mục tiêu của mình, nhà thiết kế định vị của BIDV có thể dựa trên công tác phân tích 5W (hình 4.1).



Nguồn:[49]

Hình 4.1. Xác định khách hàng mục tiêu dựa trên phân tích 5W

Bước 2: Phân tích đối thủ cạnh tranh: KH mục tiêu của BIDV rất có thể là KH của các NHTM khác. Bản chất của định vị là tạo “cá tính” cho hoạt động CVNO trong tâm trí người có nhu cầu vốn tín dụng cá nhân, nên NH cần tìm hiểu phương án định vị của đối thủ trước khi quyết định lựa chọn hướng đi của mình. Các nghiên cứu tập trung vào đo lường sự cảm nhận của KH về các SP CVNO hiện có, so sánh toàn diện các đặc tính thương mại, kỹ thuật và xác định sự khác biệt trong mối tương quan đó.

Bước 3: Nghiên cứu các thuộc tính của sản phẩm CVNO: Tất cả các thuộc tính của SP CVNO có ảnh hưởng tới quyết định vay vốn của KHCN đều cần được BIDV nghiên cứu. Từ đó NH tìm ra được “khe hở” để tiến hành định vị. Có thể phân các thuộc tính của SP CVNO thành 2 nhóm chính: *công dụng cấu tạo* (hiệu quả nổi bật do hoạt động cho vay đưa lại: lợi nhuận – thị phần kinh doanh – gây dựng hình ảnh NH trong dân cư; đặc tính lãi suất; mức độ chi phí quản lý của NH với khoản vay; các loại rủi ro và mức độ rủi ro mà NH gặp phải khi thực hiện) và *dịch vụ gia tăng* (có khả năng khai thác các SP dịch vụ NHBL khác như: sử dụng thẻ, thanh toán qua NH, phát triển cho vay tiêu dùng khác...). Từ kết quả này, nhà thiết kế chiến lược sẽ lập được hồ sơ định vị và tìm kiếm phương án tối ưu.

Bước 4: Lập sơ đồ định vị - xác định tiêu thức định vị

Sơ đồ định vị là các trục tọa độ thể hiện giá trị của các thuộc tính khác nhau mà nghiên cứu dựa vào đó xác định vị trí SP của mình tương quan với đối thủ cạnh tranh.

Bước 5: Quyết định phương án định vị: Trước khi đưa ra tiêu thức định vị, BIDV cần cân nhắc 2 điều kiện cơ bản sau: (a) Mức cầu về tín dụng nhà ở dự kiến của thị trường; (2) Mức độ cạnh tranh giữa các sản phẩm CVNO hiện có trên thị trường.

Việc định vị thương hiệu là vấn đề được tất cả các NHTM đặc biệt quan tâm, vì nó là một trong những yếu tố quan trọng giúp duy trì thị phần và nhận diện của KH. Theo P. Kotler “định vị thương hiệu là tập hợp các hoạt động nhằm tạo ra cho SP và thương hiệu SP một vị trí xác định (so với đối thủ cạnh tranh) trong tâm trí của KH”. Khi BIDV xác định mình sẽ trở thành NH cung cấp dịch vụ NHBL hàng đầu thì BIDV cần đưa ra được tập hợp các hoạt động của mình nhằm tạo cho SP NHBL một vị trí xác định trong tâm trí của KH, để khi có nhu cầu về dịch vụ NHBL sẽ liên tưởng tới ngay hình ảnh của BIDV. Muốn làm được điều đó, theo M. Filser, BIDV cần “đem lại cho SP của mình một hình ảnh riêng, để đi vào nhận thức của KH”. Như vậy, mục tiêu của định vị thương hiệu mà BIDV cần phải xác định rõ là nhằm tạo cho thương hiệu dịch vụ NHBL của BIDV một hình ảnh riêng (trong tương quan với đối thủ cạnh tranh) và các SP lõi như CVNO, dịch vụ thanh toán cá nhân... cần có bản sắc riêng

của mình. Hiện nay, việc định vị thương hiệu của BIDV vẫn chưa tạo ra được sự khác biệt mà vẫn theo quy luật “tâm lý đám đông” với xu hướng xây dựng thương hiệu và tiến hành quảng cáo giống như các NHTM khác. Chiến thuật này có thể thành công về mặt doanh số ở giai đoạn đầu nhưng về lâu dài sẽ không có lợi cho hình ảnh thương hiệu. Thêm vào đó, do BIDV đã có thương hiệu truyền thống (tên của NH có mặt ở Việt Nam trên nửa thế kỷ) do vậy khi việc tiến hành định vị tốt nhất sẽ được tạo lập thông qua các thông điệp quảng cáo của NH này.

Theo quan điểm của NCS, BIDV nên sử dụng kết hợp chiến lược “Định vị dựa vào vấn đề/giải pháp” với chiến lược “Định vị dựa vào cảm xúc” khi định vị thương hiệu đối với hoạt động CVNO trong đó lấy chiến lược “Định vị dựa vào cảm xúc” làm trọng tâm khi định vị thương hiệu, bởi hoạt động CVNO thường đi liền với việc phục vụ KHCN nhằm thỏa mãn nhu cầu về nhà ở của họ, mà nhu cầu này của cá nhân chịu ảnh hưởng rất lớn bởi yếu tố cảm xúc (xem thêm tại Phụ lục 9).

Bên cạnh đó, việc mở rộng KH mục tiêu cũng cần xem xét đến xu hướng thay đổi thế hệ KHCN. Hiện nay, thế hệ KHCN Y (sinh từ 1982 đến 1995) ngày càng đóng vai trò quan trọng trong mục tiêu lợi nhuận của NH. Thế hệ Y được sinh ra và có nhận thức đầy đủ về các kiến thức đương đại và họ đang dần trở thành trụ cột và lực lượng lao động với năng suất cao của đất nước. Theo thống kê của VISA, thế hệ Gen Y có thể chi tiêu hàng năm lên đến 2.450 tỷ USD và dự kiến thu nhập của họ sẽ lên đến 3.390 tỷ USD (vào năm 2018) vượt qua thế hệ Baby Boomers (1946 – 1964) và nhanh chóng đẩy lùi tầm quan trọng của của thế hệ X (1965 – 1981). Chính vì thế, BIDV cần đưa ra chiến lược KH để khai thác và duy trì lượng phân khúc KH thế hệ Y. Tuy nhiên, NH cần chú ý đến đặc tính của nhóm KH này để có được chiến lược kinh doanh phù hợp.

Theo nghiên cứu của Deloitte, thế hệ Y chú ý nhiều hơn tới giá cả dịch vụ, sự thuận tiện, khả năng tiếp cận NH và năng lực online của NH. Trong đó, sự tiếp cận NH thông qua năng lực online luôn được đề cao, bởi đây là nhóm có số lượng thành viên sử dụng các thiết bị điện tử trực tuyến cao nhất so với các thế hệ khác. Bên cạnh đó, ảnh hưởng của xu hướng thương mại điện tử, mua theo nhóm và các mạng xã hội online đang dần ảnh hưởng mạnh đến xu hướng sử dụng các dịch vụ NH của thế hệ Y.

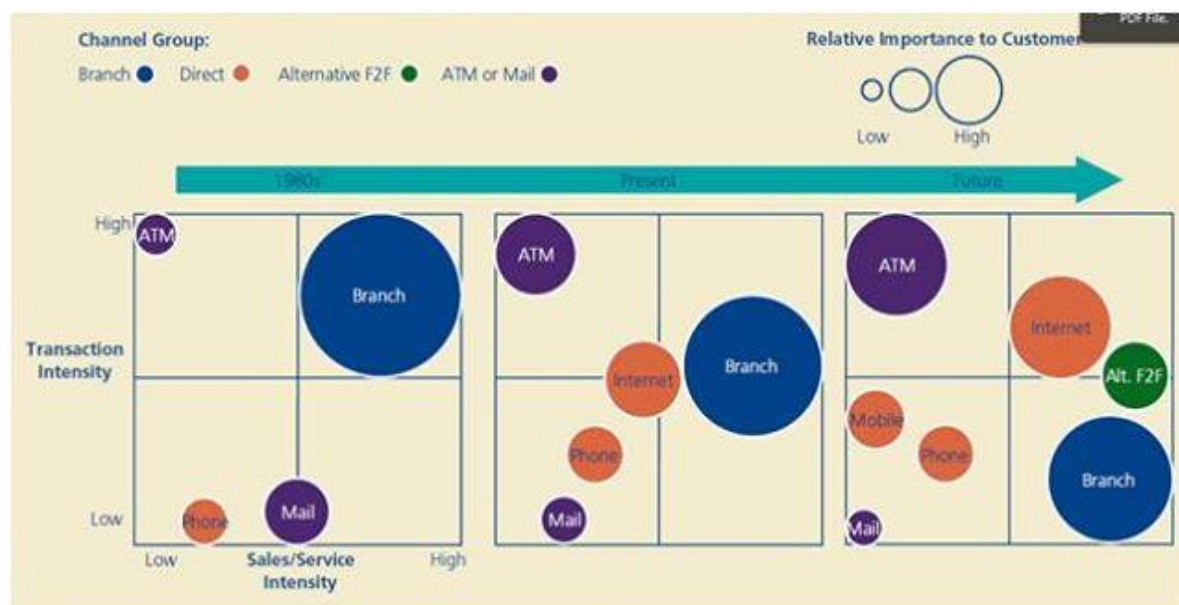
c/ Phát triển kênh phân phối

Một trong những trụ cột mà BIDV cần đặc biệt quan tâm khi muốn phát triển các hoạt động CVNO là phát triển kênh phân phối. Theo đó, NH cần triển khai các hoạt động: tìm hiểu → xúc tiến → thử nghiệm → phát hiện → phát triển các kênh phân

phối phù hợp với môi trường kinh doanh ngày nay. BIDV cần nhận diện một cách đầy đủ và phân tích các xu hướng phát triển kênh phân phối nhằm lựa chọn chiến lược phát triển của NH phù hợp với sự thay đổi và cạnh tranh gay gắt.

Sự cạnh tranh là động lực để các NHTM phát triển, thông qua đó, NHTM khẳng định giá trị thương hiệu tại các phân khúc kinh doanh. Muốn như vậy, BIDV cần nhận thức được nhóm KH sẽ phục vụ, mục tiêu kinh doanh và đề ra chiến lược marketing rõ ràng, từ đó hướng tới sự phát triển các kênh phân phối đáp ứng nhu cầu đưa sản phẩm NHBL/CVNO của BIDV quan tâm ra thị trường. BIDV cần xác định vai trò chiến lược của mỗi kênh cho tất cả các hoạt động có liên quan đến KH, từ đó dùng chúng nhằm phục vụ / hỗ trợ phục vụ trong giao dịch với KH (như mua lại khoản nợ của KH, phát triển KH, duy trì KH, dịch vụ KH... trên tất cả các SP và phân khúc KH). BIDV cần chỉ ra mục tiêu đạt được khi sử dụng đa kênh và kiểm soát chặt chẽ (hình 4.3).

Khi quyết định tập trung cung cấp các sản phẩm CVNO đối với phân khúc KH (KH) mục tiêu thông qua đa kênh, NH có thể tránh được các khoản đầu tư không cần thiết và tăng cường năng lực bán hàng cho phân khúc chủ đạo này và giảm mức độ phức tạp khi giao dịch với KH mục tiêu.

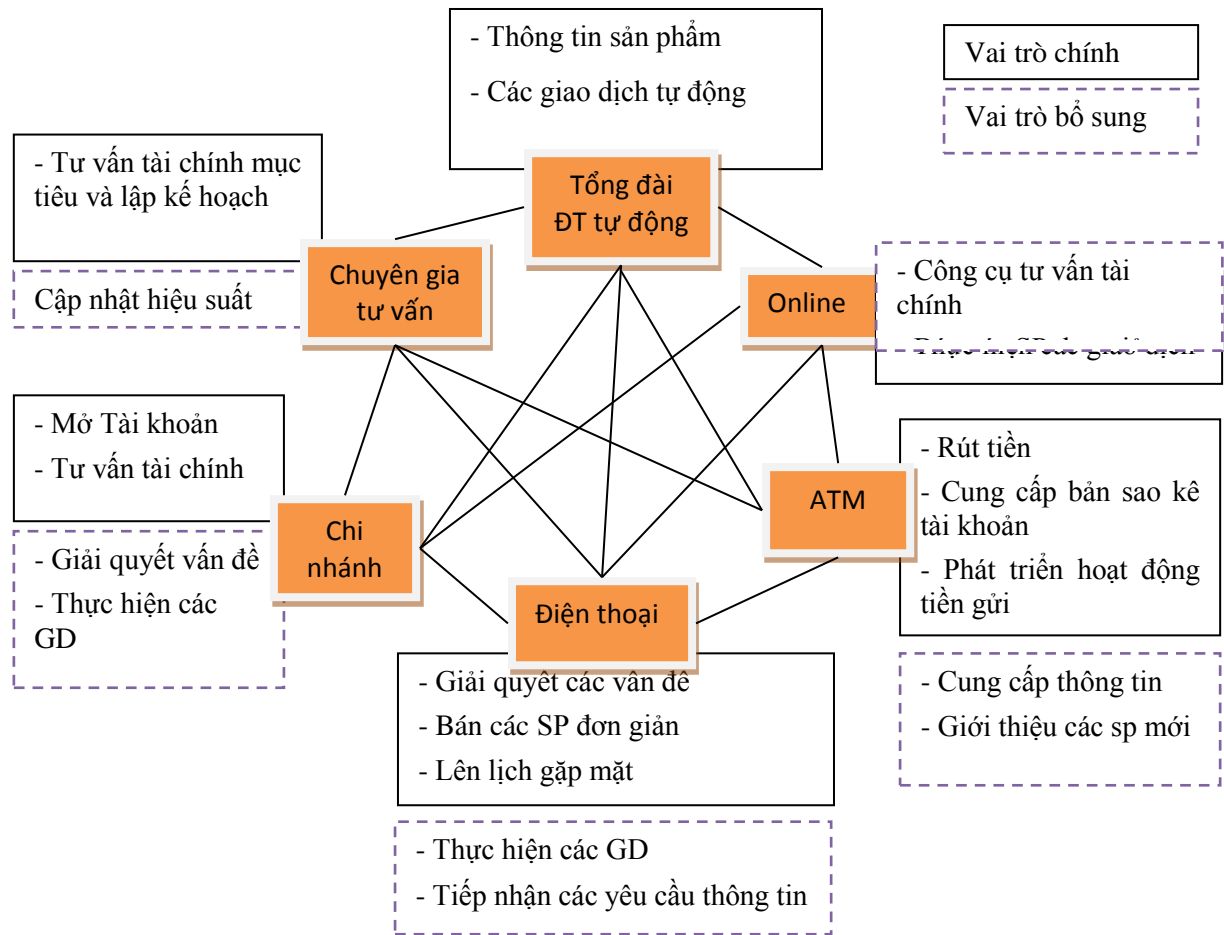


Hình 4.2. Xu hướng phát triển các kênh phân phối khi thực hiện dịch vụ CVNO

(1) Kênh phân phối trực tiếp

Việc phát triển kênh phân phối này sẽ đưa BIDV đối diện với nhiều thách thức hơn về nguồn vốn, chi phí hoạt động, số lượng và chất lượng nhân viên, quy định theo luật định về quy mô kinh doanh của cơ quan quản lý chức năng. Tuy nhiên, tại Việt Nam, kênh phân phối này vẫn có một vị trí lớn trong cung cấp các dịch vụ NH với

KHCN, đặc biệt là trong triển khai các hoạt động CVNO. Kênh này giúp dịch vụ NH đối với cá nhân trở nên “hữu hình” hơn so với đặc điểm “vô hình” của các dịch vụ tài chính đối với cá nhân do NH cung cấp, bởi khi đó KH đến CN để tìm hiểu, tiếp cận các dịch vụ vay vốn. Khi giao dịch tại các CN, KHCN có được một cảm giác yên tâm và muốn thực thi thành công hoạt động đó. Trong thời gian tới, BIDV cần phát triển và tái cấu trúc kênh phân phối trực tiếp gắn với nâng cao chất lượng đội ngũ bán hàng theo hướng: (i) Thống nhất cách thức quản lý và phối hợp triển khai công việc của khối bán hàng, khối tác nghiệp và khối hỗ trợ; (ii) Tinh giản các bộ phận tác nghiệp, nội bộ; (iii) Gia tăng cán bộ bán hàng, nâng cao chất lượng tư vấn và kỹ năng bán hàng chuyên nghiệp, thân thiện và hiện đại; (iv) Phân định rõ trách nhiệm trong phụ trách bán hàng.



Nguồn: [49]

Hình 4.3. Vai trò cơ bản của mỗi kênh tiếp thị sản phẩm của ngân hàng với KHCN

(2) Kênh phân phối gián tiếp

BIDV cần tăng cường mở rộng hoạt động phân phối CVNO thông qua các chủ đầu tư BĐS/công ty kinh doanh BĐS. Theo đó, NH cần lựa chọn những đơn vị có tiềm lực tài chính và thực thi công trình tốt, dự án có giá trị gia tăng cao và thuộc phân khúc mà KH mục tiêu đang kỳ vọng. NH cũng cần xây dựng cơ chế ưu đãi với các chủ đầu tư tham gia, như các ưu đãi về vốn vay, lãi suất và hoạt động quảng cáo giới thiệu SP qua các kênh phân phối trực tiếp và hiện đại của NH.

(3) Kênh phân phối hiện đại

Ngày nay, nhiều giao dịch của KHCN đã được NH chuyển ra ngoài phạm vi CN. KH có thể tiếp cận vốn vay không cần phải đến CN mà thông qua đội ngũ bán hàng chuyên nghiệp, có thể phục vụ nhu cầu tài chính cho cá nhân tại bất kỳ đâu theo yêu cầu của KH. Giao dịch thanh toán của KHCN có thể thực hiện qua phương thức điện tử như phương thức RDC (Remote Deposits Capture – cho phép người sử dụng scan tấm séc và chuyển hình ảnh của nó kèm theo một mã pass đến NH để thực hiện giao dịch). Ngoài ra, ứng dụng công nghệ như internet banking, mobile banking đã giúp KHCN ngày càng độc lập hơn với kênh truyền thống.

Sự phát triển của công nghệ internet (tốc độ truy cập nhanh hơn, khả năng lưu trữ tốt hơn và tính tiện dụng của công nghệ không dây, sóng âm...), công nghệ máy tính và công nghệ bảo mật đã ảnh hưởng đến nhận thức về vai trò công nghệ đối với NH. Với sự phát triển, ứng dụng các phương thức giao dịch điện tử vào kênh phân phối để mở rộng và duy trì thị phần là các bước đi mà tất cả các NHTM trong đó có BIDV đã tiến hành như mạng lưới ATM, POS, internet banking, mobile banking, call – center...

Sự hiện diện của công nghệ đã làm cho KH ngày càng trở nên hiểu rõ ràng hơn về các giao dịch với NH thông qua cơ sở dữ liệu điện tử mà KH có thể khai thác nhanh chóng, đầy đủ và cập nhật. Qua đó, NH cũng có được cách quản trị quan hệ KH tốt nhất do có database về tất cả các KH đã giao dịch, giúp NH tiếp cận KH một cách dễ dàng thông qua các phương cách điện tử như điện thoại, ứng dụng OTT, website, mạng xã hội... Trong thời gian tới, BIDV cần nghiên cứu phát triển các công nghệ mới nhằm tạo nhiều phương cách thuận tiện và đa dạng để KH tiếp cận với mình như:

(i) BIDV nên nghiên cứu triển khai giao thức VoIp (Voice over Internet Protocol, ứng dụng rất hiệu quả tại các ngân hàng ở Úc) cho phép hai bên giao dịch qua internet băng thông rộng với tính bảo mật cao. Ở đó, KH và NH sẽ trở nên thân thiết và thuận tiện hơn, NH đáp ứng nhanh hơn các nhu cầu tài chính của khách do bộ phận tín dụng, chuyên gia về bảo hiểm kết nối với KH để đưa ra phương án tín dụng hiệu quả nhất.

(ii) Hiện nay internet banking, mobile banking đã trở thành hai kênh phân phối phổ biến trên thế giới và ở Việt Nam, vậy cần phải đặt câu hỏi liệu có facebook – banking không khi công nghệ ngày càng phát triển? BIDV hoàn toàn có thể triển khai một phần dịch vụ thông qua mạng xã hội này được như theo cách mà ICICI Bank (Ấn Độ) đã triển khai “bank on facebook”, cho phép KH có thể kiểm tra số dư tài khoản, in sao kê mini, yêu cầu tập séc, giới thiệu các sản phẩm cho KHCCN do NH cung cấp.

(iii) Nghiên cứu triển khai TV- banking để phát triển các ứng dụng kết nối giữa KH với NH thông qua TV internet. Loại hình này hứa hẹn sẽ đem đến cho BIDV một kênh phân phối hiện đại mới tiếp sau internet banking, mobile banking.

d/ Các giải pháp bổ sung trong dài hạn đối với BIDV

(1) Hình thành Công ty Tài chính phục vụ đầu tư dài hạn về BĐS của KH

Hiện nay, BIDV chưa có công ty tài chính phục vụ các hoạt động đầu tư dài hạn về BĐS của KH, nên các khoản cho vay dài hạn này được NH thực hiện. Chính vì thế đã dẫn đến tình trạng rủi ro trong hoạt động cho vay của NHTM. Để giải quyết vấn đề này, NH nên thực hiện một nhóm các bước đi sau:

- **Bước 1:** Thành lập công ty Tài chính đầu tư BĐS. Từng bước chuyển những món cho vay BĐS sang công ty tài chính bằng cách NHTM thực hiện bán tài sản Có, vốn thu về được chuyển sang thành khoản cho vay tại công ty này. Điều này tạo điều kiện thuận lợi hơn cho NHTM trong việc chuyển hóa khoản nợ trên thị trường thứ cấp.

- **Bước 2:** Thực hiện tài trợ dưới dạng góp vốn/cho vay đối với công ty tài chính để công ty này có nguồn thực hiện tài trợ tín dụng BĐS nhà ở cho người đầu tư.

(2) Điều chỉnh hoạt động cấp tín dụng nhà ở trong lộ trình dài hạn

(2a) Chỉ thực hiện cấp tín dụng ngắn hạn trực tiếp liên quan đến xây dựng nhà ở

Với một định chế tài chính thu hút tiền gửi tiết kiệm trong dân cư chủ yếu là ngắn hạn thì việc phát triển cho vay với kỳ hạn ngắn là mới đảm bảo yêu cầu tránh rủi ro. Chính vì thế, BIDV trong dài hạn không nên tiếp tục trực tiếp tham gia vào việc cấp tín dụng dài hạn đầu tư BĐS nhà ở mà nên để những định chế tài chính (định chế tiết kiệm hoặc không tiết kiệm của mình) thực hiện hoạt động này bởi những định chế đó có lợi thế về nguồn huy động dài hạn (ví dụ: công ty bảo hiểm BIC có thời gian huy động của các hợp đồng bảo hiểm chủ yếu trong khoảng từ 10 -15 năm, cá biệt còn có những hợp đồng có thời gian đáo hạn lên đến trên 20 năm).

(2b) Đẩy mạnh việc tài trợ gián tiếp tín dụng trung dài hạn thông qua việc tài trợ vốn cho công ty tài chính và tham gia thị trường thứ cấp tín dụng thế chấp BĐS nhà ở.

Do BĐS nhà ở tại Việt Nam đang thiếu nhiều nên nhu cầu tín dụng sẽ rất lớn, việc từ chối các khoản cho vay dài hạn sẽ làm cho BIDV mất cơ hội thu nhập. Chính vì thế BIDV thực hiện tài trợ gián tiếp tín dụng trung và dài hạn cho thị trường BĐS nhà ở, gồm: (i) Tài trợ vốn cho các công ty tài chính của chính NHTM đó hoặc các công ty tài chính khác trên thị trường có năng lực kinh doanh tốt. Khi đó, NHTM không phải tiếp xúc trực tiếp với người tiêu dùng nên số lượng thông tin phải điều tra, lưu trữ và cập nhật sẽ giảm đi rất nhiều. (ii) Tham gia hoạt động mua bán các khoản nợ BĐS nhà ở đã được chứng khoán hóa trên thị trường thứ cấp.

4.2.1.2. Giải pháp tăng cường quản trị rủi ro nhằm nâng cao chất lượng CVNO

Kết quả phân tích tác động của các nhân tố ảnh hưởng tới RRCVNO (xem Phụ lục 3) thu được mô hình hồi quy bội như sau:

$$RC = 0.049 + 0.334NNA - 0.101NNB + 0.506KC + 0.224NCA + 0.063NCB.$$

Trong đó:

- + RC: Biến đo lường RRCVNO nhóm khách hàng cá nhân/hộ gia đình
- + NNA: Nhóm nhân tố liên quan đến việc vận hành hoạt động kiểm soát tín dụng của bản thân ngân hàng
- + NNB: Nhóm nhân tố liên quan đến năng lực kiểm soát tín dụng của NH
- + KC: Nhóm nhân tố thuộc về nội tại khoản vay của khách hàng
- + NCA: Nhóm nhân tố liên quan đến thu nhập và chi tiêu của khách hàng
- + NCB: Nhóm nhân tố liên quan đến tính ổn định của thu nhập và khả năng tự đảm bảo khoản vay của khách hàng.

Kết quả nghiên cứu này đã đưa ra một số gợi ý về giải pháp cho các nhà quản trị BIDV khi đưa ra các quyết định về phòng ngừa RRCVNO như sau:

- (1) Nâng cao nhận thức và năng lực của ngân hàng.

Theo đó:

- BIDV cần quan tâm tới quy trình kiểm soát, giám sát các khoản vay nhà ở;
- CBTD cần được cung cấp đầy đủ thông tin KH để phục vụ công tác thẩm định;
- Từ bỏ quan điểm vì lợi nhuận, chiếm thị phần cho vay với các NHTM khác mà chấp nhận cho vay dưới chuẩn đối với các món vay nhà ở;
- Nâng cao trình độ của nhân viên tín dụng và quản lý rủi ro tín dụng;

(2) Đảm bảo duy trì năng lực của khách hàng.

Theo đó:

- Phát hiện các gian lận trong chứng minh tài chính của KH để có các quyết định về cho vay phù hợp;

- Lựa chọn những KHCCN có khả năng trả nợ tốt (được đánh giá thông qua mức thu nhập, tính ổn định của thu nhập, mức chi tiêu và tình trạng nợ nần đang phát sinh song song với khoản tín dụng này).

(3) Vấn đề nội tại khoản vay.

Theo đó:

- BIDV cần quan tâm tới tài sản làm đảm bảo vì đây cũng là nguồn trả nợ nếu KH không thực hiện được các nghĩa vụ tài chính của mình. Trên thực tế, TSĐB hiện nay KH đang dùng thường là BĐS, thậm chí là chính BĐS được hình thành từ nguồn vốn vay này. Do đó, NH cần thẩm định giá BĐS cẩn trọng, hạn chế việc KH dùng tài sản đó để làm đảm bảo cho nhiều món vay khác nhau, khác NH, sẽ phát sinh tranh chấp khi BIDV thực hiện phong tỏa và phát mại tài sản đó;

- Quy mô khoản vay và thời gian cho vay cũng cần được BIDV quan tâm. Quy mô khoản vay cần được cân đối với khả năng thu nhập của người vay, có thể thực hiện điều chỉnh cho phù hợp theo từng thời kỳ. Thời gian vay dài khiến BIDV khó có thể xác định được khả năng trả nợ của người vay. Song không vì thế mà BIDV rút ngắn thời gian vay mà BIDV nên chia khoản vay có thời gian dài thành nhiều gói vay có thời gian ngắn. Như thế giúp BIDV kiểm soát được mức độ an toàn của khoản vay và tạo tâm lý tốt cho KH vay không phải chịu áp lực nợ nần trong một khoảng thời gian dài.

(4) Hiện những khoản vay nhà ở nhóm KHCCN có mức độ rủi ro trung bình và không chịu tác động của yếu tố môi trường. Nhưng điều này chỉ có thể có được nếu BIDV xác định được chính xác việc đầu tư vào nhà ở của họ là nhằm phục vụ nhu cầu sinh sống chứ không phải là hành vi đầu cơ. Đây là mấu chốt thực sự có ý nghĩa quyết định tới khả năng xảy ra và mức độ RRCVNO hay không.

Do đó công tác quản trị RRCVNO của BIDV có thể tập trung theo hướng sau:

(a) Xây dựng hệ thống quản trị rủi ro tín dụng đảm bảo phát hiện và phòng ngừa rủi ro ngay từ ban đầu

(a1) Nhận diện và phân loại rủi ro:

+ Xây dựng một hệ thống cảnh báo sớm liên quan đến các dấu hiệu của KH và thị trường. Để nhận biết và ước lượng tác động của những dấu hiệu này, đòi hỏi CBTD có trình độ, nhạy bén và phải quan tâm theo dõi sát tình hình thu nhập của KH.

+ Có công tác dự báo diễn biến kinh tế, thị trường nhà ở tác động đến NH, KHCN vay vốn. Từ đó đưa ra định hướng, chính sách cụ thể cho hoạt động CVNO, mức độ cho vay tối đa và thời gian cho vay hợp lý để chủ động phòng tránh rủi ro, tránh những phản ứng quá chậm, gây lúng túng trong công tác quản trị rủi ro của NH.

(a2) Phát triển hoạt động của bộ phận nghiên cứu, phân tích và dự báo kinh tế vĩ mô tại BIDV. Một phần lớn RRTD xảy ra là do thiếu thông tin thị trường, ngành nghề trong cấp tín dụng cho KH. Việc thu thập thông tin ngành đôi khi gặp khó khăn vì việc phân tích chủ yếu dựa vào khả năng phán đoán, nhận biết và kinh nghiệm chủ quan của CBTD. Hệ thống cung cấp thông tin ngành nghề của BIDV và của NHNN hiện nay chỉ mang tính định lượng, đưa ra những con số mà chưa có sự nhận định đáng tin cậy của những chuyên gia kinh tế. Do đó, việc tăng cường cung cấp thông tin từ bộ phận nghiên cứu, phân tích và dự báo kinh tế của BIDV đến các đơn vị kinh doanh là hết sức cần thiết trong tình hình hiện nay, khi mà các biến động kinh tế diễn ra mạnh mẽ hàng ngày. Bộ phận này sẽ có nhiệm vụ tổng kết những rủi ro ngành, chiến lược KH và chiến lược đầu tư của NH vào thành phần này. Một mặt giảm áp lực cho CBTD, giúp họ tập trung hơn vào chuyên môn; mặt khác giúp NH có cái nhìn tổng quát về danh mục cho vay, tập trung trong quản trị RRTD khi có những biến động về kinh tế vĩ mô; giúp việc cấp tín dụng được mở rộng một cách an toàn, hiệu quả và bền vững.

(b) Quan tâm đúng mức đến công tác định giá BĐS nhà ở sử dụng làm TSDB

Việc định giá BĐS nhà ở là một trong những vấn đề hết sức quan trọng đối với các NHTM khi thực hiện các khoản cho vay có thế chấp bằng BĐS nhà ở. Tuy nhiên, các NHTM vẫn chỉ chú trọng nhiều đến việc định giá BĐS nhà ở trước khi thực hiện hợp đồng tín dụng, còn sau khi hợp đồng đã được thực hiện thì việc tính toán sự thay đổi giá trị tài sản thế chấp ít được các NHTM quan tâm. Điều này có thể gây rủi ro cho NHTM trong trường hợp khoản cho vay đó gặp rủi ro tín dụng, việc phát mại tài sản có thể không đảm bảo thu đủ vốn đã cho vay do lúc định giá quá cao và không thực hiện điều chỉnh so với biến động thực tế để yêu cầu người vay bổ sung TSDB hoặc giảm lượng vốn cho vay. Mặc dù BĐS nhà ở là loại tài sản hữu hình, nên thuộc tính giá trị của nó gần như không thay đổi, nhưng đó không phải là mối quan tâm của các thành viên tham gia thị trường nói chung và của NH nói riêng. Các thành viên chỉ quan tâm nhiều đến giá cả BĐS, bởi đó mới thực sự là giá BĐS có thể giao dịch được thành công. Vì vậy, NH cần phải đặt ra yêu cầu của việc định giá nhà ở theo giá trị thị trường và phải tích cực cập nhật các thông tin về biến động giá trị của các BĐS thế chấp đó.

Theo Pagourtzi Et Al (2003) “Giá trị thị trường được ước định thông qua việc áp dụng các biện pháp và quy trình định giá khác nhau, phản ánh bản chất của tài sản đó có nhiều khả năng giao dịch nhất trên thị trường mở”. Hiện có một số phương pháp được sử dụng để ước định giá trị thị trường, được chia làm 2 nhóm: truyền thống và hiện đại. Các phương pháp truyền thống gồm: phương pháp so sánh, phương pháp đầu tư/thu nhập, phương pháp chi phí, phương pháp lợi nhuận, phương pháp phát triển, phương pháp đa hồi quy và phương pháp đa hồi quy theo bước. Các phương pháp hiện đại, gồm: phương pháp mạng thần kinh nhân tạo (ANN), phương pháp định giá ảm (hedonic pricing), các phương pháp phân tích không gian, mô hình hồi quy kết hợp trung bình trượt và logic mờ. Trong số các phương pháp hiện đại đó, phương pháp định giá ảm theo mô hình hồi quy hàm logarith (Hedonic Pricing Model) tỏ ra phù hợp trong áp dụng định giá thị trường theo yêu cầu mới phục vụ cho các khoản cho vay BĐS nhà ở. Bởi vì, đối với BĐS nhà ở, các thuộc tính riêng lẻ của chúng không có mức giá rõ ràng. Việc áp dụng các phương pháp đánh giá thỏa dụng truyền thống trong các nghiên cứu về nhà đất là nhằm mục đích đưa các suy luận về giá trị không thể quan sát được của các thuộc tính khác nhau, như chất lượng không khí, tiếng ồn, hạ tầng giao thông và các tiện nghi gia tăng khác. Tại BIDV mô hình định giá ảm nên đi theo trình tự sau:

Bước 1: Thu thập kết quả khảo sát hiện trường hay phân tích số liệu lưu trữ để xác định các biến số:

Các biến số hàm hedonic có thể thực hiện bằng 2 cách:

- Tổ chức khảo sát hiện trạng mua bán BĐS nhà ở trong một khu vực nhất định.
- Sử dụng số liệu lưu trữ về mua bán BĐS nhà ở.

Theo bước 1, một mẫu (sample) không dưới 150 BĐS nhà ở có thể được khảo sát trong thời gian 1 – 2 tuần để xác lập các biến số. Các thủ tục nghiêm ngặt về kỹ thuật chọn mẫu và khảo sát cần được thực hiện đầy đủ. Một cuộc khảo sát thử cần được tiến hành cho khoảng 5 – 10 BĐS nhà ở để kiểm chứng tính khả thi của bảng hỏi.

Bước 2: Phân tích các biến số để thành lập phương pháp hồi quy

Khi thành lập các biến số cần chọn các biến số sao cho:

- Hệ số liên hệ phải nhỏ hơn 0,5
- Số lượng các biến số không vượt quá 6 – 7 biến
- Các biến số đều có ý nghĩa về mặt định giá
- Các biến số có thể thuộc loại liên tục hay nhị nguyên.

Bước 3: Định nghĩa các cực hay nhiều cực vị thế

Việc định nghĩa này dựa vào các hiểu biết về tình hình kinh tế xã hội của đô thị và của chuyên gia.

Bước 4: Vạch ra các vùng vị thế và hiệu chỉnh các khoảng cách vị thế.

Bước 5: Chạy hàm hồi quy hedonic để xác định giá nhà đất với các biến số được tổ chức thành 2 nhóm liên quan đến vị thế nơi ở (VT) và chất lượng nhà ở (CL) cho mỗi vùng.

Bước 6: Xác định ngưỡng dựa trên cơ sở VT và CL dự báo.

Bước 7: Xác định vùng lõi và vùng lõm của mặt ngưỡng

(c) Xác định nhu cầu tín dụng BĐS nhà ở và khả năng duy trì khoản vay của KH

BIDV có thể dùng mô hình hồi quy Binary Logistic (xem minh họa tại phụ lục số 6) để xác định xem những nhà đầu tư đã từng vay tiền có tiếp tục sử dụng tín dụng BĐS nhà ở nữa không và những người đã vay có tiếp tục duy trì khoản vay không? Theo mô hình này biến phụ thuộc (Y) được chọn là quyết định của nhà đầu tư trong việc thực hiện vay với NH. Các biến giải thích gồm: (i) Các biến đặc trưng cho thuộc tính của cá nhân có ảnh hưởng đến quyết định đi vay NH, gồm: nghề nghiệp, số thành viên sống trong hộ gia đình, thu nhập cá nhân; (ii) Các biến đặc trưng cho thuộc tính của khoản vay có ảnh hưởng đến quyết định đi vay NH, gồm: LTV, thời hạn vay, lãi suất vay.

(d) Vận hành và hoàn thiện hệ thống kiểm soát nội bộ của BIDV

Đây là công cụ hoạt động hiệu quả giúp NH giảm thiểu rủi ro đến mức thấp nhất, bằng việc phát hiện sớm các rủi ro tiềm ẩn qua việc giám sát thường xuyên, kiểm tra trực tiếp từ đó giúp cho công tác điều hành về hoạt động tín dụng BĐS nhà ở mang lại hiệu quả hơn.

(e) Tăng cường phối hợp giữa BIDV với các cơ quan liên quan trong quá trình xử lý nợ xấu CVNO

Tập trung tháo gỡ về thủ tục phát mại, xử lý tài sản là BĐS dùng để đảm bảo vay vốn, khâu thi hành án, hoàn chỉnh hồ sơ pháp lý của TSDB...

4.2.2. Các giải pháp hỗ trợ

4.2.2.1. Nâng cao chất lượng dịch vụ CVNO đối với KH CN

Kết quả nghiên cứu SERVQUAL của BIDV (xem Phụ lục 4) thu được mô hình hồi quy bội như sau:

$$HL = 0,864 + 0,345TC + 0,212DC.$$

Trong đó:

- + HL là biến đo lường sự hài lòng của nhóm KHCN đối với dịch vụ CVNO
- + TC là nhóm tiêu chí liên quan đến mức độ tin cậy (được điều chỉnh theo kết quả điều tra từ NH) mà KH đánh giá.
- + DC là nhóm tiêu chí liên quan đến mức độ đồng cảm (được điều chỉnh theo kết quả điều tra từ NH) mà KH đánh giá.

Từ kết quả nghiên cứu này đã đưa ra những gợi ý đối với các nhà quản trị của BIDV khi thực hiện nâng cao chất lượng dịch vụ CVNO nhằm phát triển thị trường theo chiều sâu:

a/ Nâng cao mức độ tin cậy của KHCN về ngân hàng

Theo đó, BIDV cần xử lý tốt được những vấn đề sau:

- Thực hiện các hoạt động CVNO đúng ngay từ giao dịch đầu tiên, không để xảy ra bất kỳ một sai sót nào bởi ấn tượng “ban đầu” này rất quan trọng với KHCN. Nó có thể là yếu tố quyết định KHCN có lặp lại (tiến hành) các giao dịch tín dụng liên quan đến đầu tư vào nhà ở với BIDV trong tương lai hay không;

- BIDV cần đảm bảo với KHCN về thực thi các chương trình CVNO của mình. Điều này giúp KH ổn định tâm lý, yên tâm sử dụng khoản vay mà không lo lắng tương lai NH có đảm bảo duy trì tiếp tục các ưu đãi và thỏa thuận đã kí kết hay không. Nó còn giúp các KH tiềm năng thực tế hóa nhu cầu sử dụng khoản vay;

- BIDV cần có giải pháp nhằm tạo cảm giác an toàn đối với KH khi thực hiện giao dịch CVNO tại NH.

- BIDV cũng cần có cách liên lạc hữu hiệu nhanh chóng với KH để họ biết được thông tin nhanh nhất về việc dịch vụ cung ứng vốn đối với họ có được NH chấp thuận hay không. Điều này giúp họ giải phóng được tâm lý chờ đợi và đồng thời cũng thể hiện sự chia sẻ của NH đối với họ.

- BIDV cần có cam kết giải ngân đầy đủ vốn với KH khi họ đủ điều kiện. Điều này nhằm tạo niềm tin với KHCN rằng họ đã lựa chọn được một NH tốt, đủ tiềm lực vốn để đáp ứng nhu cầu của mình.

- Việc gia tăng sự tin cậy từ phía NH còn được thể hiện thông qua việc NH giúp KHCN tháo gỡ các khó khăn gặp phải trong quá trình sử dụng vốn. Điều này, vừa giúp NH duy trì ổn định nguồn thu nhập trả nợ của KHCN, vừa giúp NH bám sát tình hình của KH để có những cách phòng ngừa và giảm thiệt hại nếu rủi ro xảy ra.

- Một vấn đề nữa mà BIDV cần phải quan tâm đó là khả năng ứng xử và trình độ của nhân viên NH khi tiếp xúc với KH. Theo đó việc đào tạo để nhân viên NH có khả năng giao tiếp tốt với khách hàng là điều hết sức quan trọng. Bởi nó tạo thiện cảm đối với KH khi họ giao tiếp với NH, giúp NH có thể truyền tải một cách chính xác các thông tin liên

quan đến khoản vay. Đây không phải việc dễ dàng, khi mà KHCN có nhu cầu tín dụng nhà ở tiếp xúc với NH rất đa dạng về lứa tuổi, trình độ và mong muốn.

b/ Nâng cao mức độ đồng cảm giữa BIDV và KHCN

Theo đó, BIDV cần giải quyết những vấn đề sau:

- Nhân viên cần phải nắm bắt để nhận biết được các nhu cầu đặc biệt của KHCN khi họ tiếp xúc với NH. Điều này sẽ giúp cho việc tư vấn về khoản vay phù hợp sẽ trùng với nhu cầu của họ và khi đó khả năng giao dịch thành công sẽ cao.

- Nhân viên cần có thói quen “quan tâm thường xuyên” tới các KHCN đã có các giao dịch với BIDV (không nhất thiết chỉ thực hiện các giao dịch đối với KHCN có hoạt động CVNO mà ở tất cả các KHCN đã có các giao dịch cá nhân, như: tiết kiệm, giao dịch thanh toán qua ATM...). Điều này, giúp BIDV thường xuyên duy trì mối quan hệ với KHCN. Thông qua đó, các thông tin về việc NH triển khai các chương trình CVNO sẽ tới các KHCN một cách nhanh chóng và cập nhật.

- NH cũng cần tạo ra các chương trình cộng đồng cho các KH có đã và đang giao dịch với NH, vừa là cơ hội giúp BIDV duy trì mối quan hệ với KH đã có, kỳ vọng phát triển KH tiềm năng, lại còn là kênh tốt để quảng bá các chương trình tín dụng mới.

- Khả năng giao tiếp của nhân viên là vấn đề cần được BIDV lưu tâm. Khi nhân viên có phong cách giao tiếp phù hợp với KHCN, sẽ giúp NH nắm bắt được tốt nhất các nhu cầu và hoàn cảnh của KH để từ đó sự đồng cảm và chia sẻ của KH sẽ tăng.

4.2.2.2. Hoàn thiện và phát triển hoạt động quản lý quan hệ khách hàng

Năng lực tiếp thị chính là “phần mềm” chạy trên “phần cứng” (hệ thống kênh phân phối). Do đó, nếu muốn phát triển hoạt động NHBK nói chung và CVNO nói riêng, BIDV cần phải đầu tư mạnh mẽ cho hoạt động này. Vì việc sở hữu năng lực tiếp thị chuyên nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc xác lập vị thế hàng đầu của NH trên thị trường và đạt được các giá trị tương ứng đã đề ra trong chiến lược. Thêm vào đó, hoạt động tiếp thị ảnh hưởng đến các nhóm năng lực khác của NH: văn hóa hiệu suất, kênh phân phối, các quy trình và hệ thống công nghệ thông tin, bởi suy cho cùng tất cả các hoạt động đó đều hướng đến mục tiêu là gia tăng doanh thu và lợi nhuận.

Muốn thực thi một cơ chế tiếp thị chuyên nghiệp thì không có cách nào tốt hơn là việc BIDV cần làm rõ rằng mình sẽ mang tới những giá trị riêng gì cho từng phân khúc KH mục tiêu. Đây cũng chính là giải pháp nhằm hỗ trợ cho NH nâng cao năng lực đồng cảm với KH nhằm thỏa dụng mong muốn và tâm lý KH ngày một tốt hơn. Am hiểu KH, nắm rõ các nhu cầu biến đổi theo độ tuổi và của từng cá biệt mỗi KH,

hiểu được độ nhạy cảm của KH với lãi suất và các chi phí có liên quan khi sử dụng các dịch vụ NHBL nói chung và CVNO nói riêng, là những điều kiện cơ bản để BIDV cung cấp sản phẩm NHBL/CVNO và chính sách giá phù hợp.

Muốn thấu hiểu KH đầy đủ nhất, không có cách nào tốt hơn là việc khai thác cơ sở dữ liệu về thông tin KH mà họ đang có. Để làm được điều này, ngân hàng cần 2-3 năm đầu tư phát triển/nâng cấp hệ thống, làm sạch và tích lũy cơ sở dữ liệu KH. Sau đó thực hiện liên kết giữa quản trị tiếp thị bằng cơ sở dữ liệu với đội ngũ bán hàng tuyến trước (front office). Cách tiếp cận này khi được triển khai hoạt động tiếp thị theo từng CN sẽ mang lại hiệu quả cao với tỷ lệ thực thi các giao dịch thành công cao, đồng thời giảm thiểu chi phí tìm kiếm KH.

Đối với hoạt động quản trị quan hệ KH (Customer Relationship Management - CRM), BIDV cần ứng dụng văn hóa DN cho phù hợp với mô hình CRM mà NH đã thiết lập. Với phương châm có tính thực tế là “không phải lúc nào KH cũng đúng nhưng cần phải biết ứng xử để KH luôn đúng” bởi với tư cách là người sử dụng dịch vụ, trả phí và luôn có nhiều yêu cầu, trong đó có cả những yêu cầu thái quá như: yêu cầu về lãi suất; phí dịch vụ thấp hơn nhưng tốc độ xử lý phải nhanh; phong cách phục vụ của nhân viên phải tận tình và chu đáo; phải có chính sách khuyến mại; yêu cầu giảm nhẹ thủ tục, thậm chí bỏ qua các điều kiện về quy trình, quy chế nghiệp vụ theo hướng có lợi cho KH. Nếu nhân viên không bình tĩnh, kiên nhẫn trước những yêu cầu có phần “vô lí” của họ, đôi khi KH có thể có các lời chỉ trích, chê trách, bực tức thì nhân viên có thể vướng vào các xung đột với KH, kết quả là làm cho giao dịch không thành công và rất có thể gây tổn hại đến hình ảnh của NH. Dưới đây là các giải pháp gợi ý khi thực hiện CRM:

(1) Nhân viên ngân hàng cần xác định được mục đích khi giao tiếp với KHCN là nhằm hướng tới kết quả giao dịch thành công với NH, nhưng không vì thế mà tất cả các yêu cầu của KH cũng phải được đáp ứng mà cần phải có cách ứng xử “thấu tình đạt lý” để họ hiểu, đồng tình và chia sẻ với NH.

(2) Về tần suất chăm sóc KHCN có sử dụng sản phẩm dịch vụ của ngân hàng

BIDV cần quan tâm tới hoạt động chăm sóc KH sau bán, để họ được “giáo dục” thường xuyên về thương hiệu của NH. Từ đó giúp NH có thể cung cấp tiếp các dịch vụ trong tương lai cho KH (tức là NH có thể tiếp tục “bán” SP cho KH). Việc tăng cường chăm sóc KH sau bán còn thể hiện sự tôn trọng của NH với KH, sẽ khiến họ có thiện cảm, hài lòng và thúc đẩy họ giới thiệu người khác sử dụng sản phẩm của NH.

(3) Đưa sản phẩm đến tận tay khách hàng

Phương châm của người Mỹ: “Trang bị tới tận răng” (với ý nghĩa là sự đáp ứng của nhà cung cấp còn vượt cả kỳ vọng của người có nhu cầu) nên được ứng dụng trong hoạt động cung cấp SP cho KHCN của BIDV, qua tăng cường các tiện ích, hàm lượng công nghệ để đưa các dịch vụ đến tận tay KH một cách nhanh chóng và dễ dàng nhất.

(4) Vận dụng quy tắc 20/80 trong phân khúc khách hàng mục tiêu

Việc sàng lọc, chọn KH tốt, loại KH xấu trong CRM tại các đơn vị cần vận dụng tối đa quy tắc này. Nếu biết xác định tốt phân khúc KH thì chỉ cần 20% là KH tốt, tiềm năng đã có thể giúp CN chiếm lĩnh 80% thị phần, quy mô SP dịch vụ và tạo ra 80% quy mô lợi nhuận. Ngược lại, nếu không lường trước được tác hại của rủi ro sẽ không tránh khỏi chỉ cần 20% KH vay chất lượng nợ xấu gây rủi ro cho 80% dư nợ của NH.

(5) Đề cao tinh thần đồng hành vượt qua khó khăn giữa NH và KH, từ đó sẽ tạo sự gắn bó bền chặt và “thủy chung” giữa hai bên một cách bền vững.

4.2.2.3. Nâng cao tính chuyên nghiệp của nhân viên ngân hàng

Nhân viên cần xây dựng được bản mô tả công việc tại vị trí của mình. Bộ phận lãnh đạo NH trên cơ sở đó thực hiện chức năng điều phối, liên kết giữa các vị trí sao cho đảm bảo cả bộ máy được hoạt động theo một thể thống nhất. Các nhân viên cũng cần thường xuyên rèn luyện các kỹ năng mềm, nhằm tạo hiệu quả tốt nhất cho công việc mà mình được đảm nhiệm hay nói cách khác chính là biểu hiện tính chuyên nghiệp của năng lực đội ngũ nhân sự. Các kỹ năng được đề cao đối với một nhân viên ngân hàng chuyên nghiệp gồm:



Hình 4.4. Các kỹ năng thiết yếu của một nhân viên ngân hàng khi phát triển dịch vụ tài chính với khách hàng cá nhân

Trong số các vị trí công tác của nhân viên NH thì vị trí giao dịch viên rất quan trọng vì hàng ngày tiếp xúc với khách hàng nên giao dịch viên là tấm gương phản ánh chất lượng dịch vụ, hình ảnh và thương hiệu của NH. Chính vì thế việc chuyên nghiệp năng lực phục vụ của nhân viên phải được hoàn thiện ở vị trí này và luôn là mối quan tâm hàng đầu của ngân hàng. Tính chuyên nghiệp của giao dịch viên được thể hiện thông qua tốc độ làm việc, thái độ phục vụ và khả năng xử lý chính xác công việc. Cho nên khi muốn nâng cao năng lực, không có cách nào khác NH phải liên tục đào tạo và tái đào tạo tại chỗ các nhân viên ở vị trí này. Dưới đây là các đề xuất giúp BIDV phát triển các kỹ năng cho nhân viên của mình:

Bảng 4.2. Tóm lược giải pháp phát triển kỹ năng đối với nhân viên ngân hàng khi giao dịch với khách hàng cá nhân

STT	Kỹ năng	Giải pháp
1	Hiểu biết tâm lý KHCN	<p>B1: Xác định đúng tâm lý của KHCN</p> <p>Hiện có thể chia KHCN thành 4 nhóm: KH thông thái; KH hiểu biết; KH hiểu thắng; KH thụ động</p> <p>B2: Xác định đặc điểm tâm lý của mỗi nhóm để vạch ra cách ứng xử phù hợp khi tiếp xúc với từng nhóm KH.</p>
2	Giao tiếp	<p>B1: Lắng nghe</p> <p>Nhân viên cần luyện kỹ năng này để có thể (1) xác định trúng tâm lý KH thuộc nhóm nào và (2) thu thập thông tin, yêu cầu của KH. Chú ý: nhân viên không được ngắt lời KH khi họ đang trình bày bằng những gợi ý chủ quan của mình nhằm tránh sự hiểu lầm về ngôn ngữ xảy ra trong quá trình trao đổi thông tin. Nhân viên chỉ được phép hỏi lại những vấn đề mà mình chưa rõ sau khi KH trình bày xong yêu cầu của mình.</p> <p>B2: Phân tích thông tin</p> <p>Đây là bước quan trọng giúp nhân viên xác định đúng nhu cầu của KH. Nhân viên có thể vạch ra các loại yêu cầu, sắp xếp thứ tự ưu tiên cho các loại yêu cầu đó (trường hợp KH có nhiều yêu cầu), phân nhóm các giao dịch có cùng tính chất lại với nhau.</p> <p>B3: Thực hành giao tiếp với khách hàng</p> <p>(1) Ngoại hình</p>

STT	Kỹ năng	Giải pháp
		<p>Sự tự tin của một nhân viên được thể hiện rất lớn thông qua ngoại hình (trang phục, đầu tóc, móng tay, sinh khí của khuôn mặt) gây ấn tượng rất lớn đối với KH và quyết định tới việc KH có mong muốn giao tiếp với NH hay không.</p> <p>(2) Giọng nói và biểu cảm</p> <p>Một giọng nói âm áp, có sự điều tiết âm lượng phù hợp, diễn đạt dễ hiểu và một nụ cười thân thiện sẽ giúp khoảng cách giữa ngân hàng với KH dần được thu hẹp và có được bầu không khí tốt.</p> <p>(3) Ngôn từ và ứng xử</p> <p>Từ ngữ được sử dụng khi nói chuyện với KH nên là các từ dễ hiểu, đơn nghĩa, ngắn gọn và nhân viên có ứng xử phù hợp tùy từng tâm lý của mỗi nhóm KH:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nhóm KH hiểu biết là nhóm KH hiểu rõ công việc nhân viên NH phải làm và thời gian cần thiết để hoàn thành giao dịch. Họ cũng nắm rõ quy định của luật pháp và của ngành NH → nhân viên NH không mất thời gian để hướng dẫn họ điền vào các mẫu giấy tờ vì tự họ làm rất tốt. Họ có khả năng suy diễn logic để hiểu lý do khiến yêu cầu của mình bị NH từ chối. Khi họ đưa ra yêu cầu thì nhân viên cần thận trọng và cần xem xét lại mọi khía cạnh vấn đề để chắc chắn rằng mình không bỏ qua điều gì. Trong trường hợp có sai sót do mình gây ra, nhân viên đó cần mau chóng xin lỗi KH và nhanh chóng điều chỉnh cho đúng. - Nhóm KH thông thái và hiếu thắng: Đây là nhóm người luôn cho rằng mình biết tất cả mọi thứ trên đời và họ có quyền đòi hỏi những gì họ cho là đúng, mặc dù nhân viên có tốn công giải thích/viện dẫn quy định. Họ rất dễ ở trạng thái kích động và sẵn sàng nổi xung khi bị nhân viên NH từ chối yêu cầu. Với hai mẫu KH này, nhân viên cần thể hiện việc đánh giá cao khả năng hiểu biết của họ, ôn tồn và bình tĩnh, tránh để thái độ tức giận của họ cũng như những từ ngữ thô thiển của họ ảnh hưởng đến thái độ và ngôn từ của bạn. Khi xảy ra bất đồng hoặc hiểu lầm giữa

STT	Kỹ năng	Giải pháp
		<p>nhân viên và KH, nhân viên cần ý thức được phải kiểm chế và bình tĩnh, tránh để cho trạng thái, ngôn ngữ của KH áp đặt lên cuộc trò chuyện, hãy để cho KH “xả hết” bức xúc của họ. Sự lịch thiệp, nghiêm túc của nhân viên sẽ khiến cho “con giận” giảm xuống. Nhân viên chỉ nên giải thích khi KH kết thúc chuỗi “thịnh nộ” và trong suốt quá trình họ “độc diễn” nhân viên cần có thái độ tôn trọng và lắng nghe ý kiến của họ. Đây cũng là khoảng thời gian quý giá để nhân viên hình dung sẽ phải ứng xử ra sao với KH để đạt được hiệu quả tốt nhất. Nếu nhận thấy câu trả lời của nhân viên cần viện dẫn các văn bản thì nhân viên đó cần phải nắm rõ các quy định và sẵn sàng đưa cho KH tham khảo. Nếu nhận thấy thái độ của họ có thể ảnh hưởng tới các KH khác, tốt nhất nhân viên nên chủ động cách ly họ với KH xung quanh nhằm tránh sự tò mò của các KH đang giao dịch.</p> <p>Điểm khác biệt cơ bản giữa KH thông thái và KH hiếu thắng là cách họ chấp nhận cuối cùng khi giao dịch không thành công. Đối với KH thông thái, họ hiểu và chấp nhận sự từ chối của KH do những quy định bắt buộc mà họ không đáp ứng được hoặc do sai sót của họ; còn với KH hiếu thắng thì họ không dễ dàng đồng ý một cách ôn hòa. Vì thế, với KH hiếu thắng, nếu nhân viên không thận trọng trong lời nói và cách cư xử với họ thì họ có thể khiến nhân viên đó gặp rắc rối trong công việc với hành động làm âm ỉ ngay lúc đó và liên tục gọi điện thoại hoặc gửi phàn nàn lên cấp trên hoặc thông qua mạng lưới truyền thông ít nhiều gây ảnh hưởng đến hình ảnh của NH.</p> <p>- Đối với KH thụ động: khi tiếp xúc với họ, nhân viên cần dành thời gian để lắng nghe xem yêu cầu của họ là gì và cần đảm bảo hiểu chính xác ý muốn của họ. Sau đó, nhân viên phải hướng dẫn thật cụ thể và trong suốt quá trình họ điền các thông tin vào mẫu ấn chỉ thì nhân viên nên lưu tâm giám sát để đảm bảo KH làm đúng và không mắc lỗi. Đối với nhóm KH này, nhân viên cần sử dụng cách diễn đạt dễ hiểu nhất có thể, tránh việc sử dụng các thuật ngữ chuyên ngành. Sự quan tâm của nhân viên khi họ thực hiện giao dịch với NH sẽ giúp họ cảm thấy an toàn</p>

STT	Kỹ năng	Giải pháp
		và đây là nhóm các KH trung thành mà NH nên duy trì.
3	Phân tích vấn đề	Biết ứng dụng các công cụ phân tích hỗ trợ cho nghiệp vụ nhằm đạt được kết quả phân tích tốt nhất
4	Tổng hợp vấn đề	Chỉ ra các nhu cầu, yếu tố tác động tới giao dịch của KH để có được tổng hợp chính xác nhất và có cách giải quyết phù hợp
5	Sáng tạo	Có cách xử lý giao tiếp với KH linh hoạt nhằm giảm sự căng thẳng trong khi giao dịch đàm phán. Địa điểm giao dịch cũng không nên quá cứng nhắc là phải cố định tại quầy của CN mà tùy thuộc vào đặc điểm riêng của mỗi KH, nhân viên có thể lựa chọn những địa điểm giao dịch phù hợp nhất.

4.2.2.4. Các giải pháp hỗ trợ khác

a/ Tạo lập mô hình khung để xây dựng BIDV trở thành một NHBL thành công trong hoạt động cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

Đây sẽ được coi là giải pháp xương sống cho việc phát triển hoạt động CVNO đối với KH CN bởi chỉ khi BIDV trở thành một NHBL thành công thì các hoạt động NHBL trong đó có các hoạt động CVNO mới có cơ hội phát triển bền vững được.

Theo Chiến lược phát triển đến năm 2020, BIDV đưa ra mục tiêu: “Phát triển hoạt động NHBL, nắm thị phần thứ 2 trên thị trường về dư nợ tín dụng, huy động vốn và dịch vụ bán lẻ”. Như thế chứng tỏ BIDV muốn hướng phát triển thành một NHBL thành công. Tuy nhiên ở các chương trình giải pháp chiến lược mới chỉ dừng lại ở dạng tổng thể, chưa có các giải pháp và hành động cụ thể về kế hoạch phát triển rõ ràng cho mảng kinh doanh này. Chính vì vậy, việc tạo lập mô hình khung cho phát triển NHBL là việc mà BIDV cần phải làm ngay từ đầu. Điều này giúp cho BIDV có hướng đi rõ ràng thay vì cứ phải liên tục điều chỉnh mô hình kinh doanh, đưa ra các khái niệm mới về tổ chức và chiến lược, ứng dụng các sản phẩm và các kênh phân phối theo sự biến động và phát triển của môi trường, mà không xác định được cái gì là quan trọng và ưu tiên cần được giải quyết trước. Việc tạo lập một mô hình khung về NHBL thành công sẽ giúp BIDV có được các bước phát triển vững chắc. Reinhold Leichtfuss [43] đã đưa ra một mô hình khung về NHBL thành công với 32 yếu tố được thể hiện trong 5 nhóm năng lực, NH sẽ nhìn nhận và đánh giá hoạt động NHBL của mình, có các điều chỉnh phù hợp nhằm đáp ứng mục tiêu đã đề ra. Theo đó mục tiêu trở thành NHBL thành công là ngôi sao 5 cánh mà mỗi nhóm yếu tố là một cánh sao,

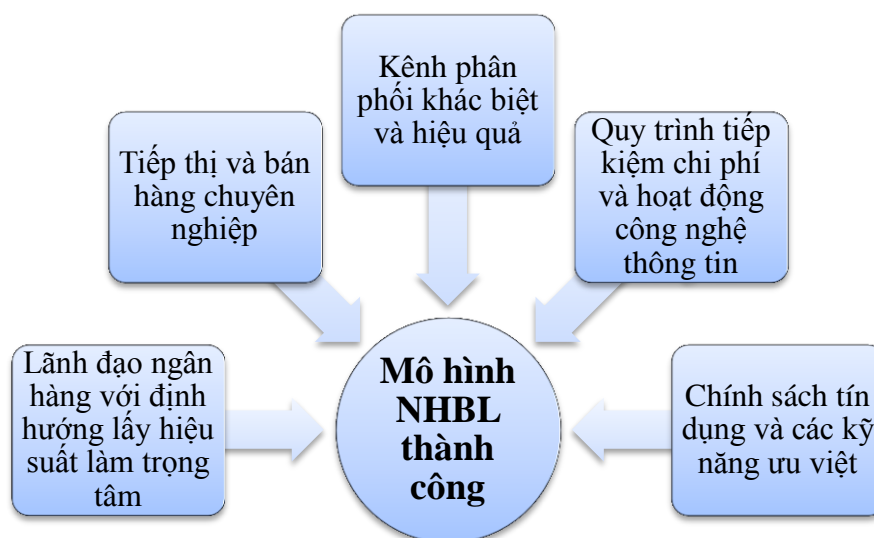
mô hình này phù hợp với tất cả các NH cho dù nó hoạt động ở Châu Âu, Châu Mỹ hay Châu Á. (hình 4.4)

Năm nhóm năng lực này bao gồm:

★1 – Lãnh đạo ngân hàng với định hướng lấy hiệu suất làm trọng tâm.

Việc thiết lập một “nền” văn hóa kinh doanh lấy năng suất công việc làm trọng tâm và duy trì mục tiêu này trong mọi hoạt động của NH, là nguyên nhân chính tạo ra sự khác biệt lớn nhất giữa các NH hàng đầu với các NH trung bình. Nhóm 1 bao gồm 6 yếu tố cơ bản cần được NH quan tâm cải tiến:

- (1.1) Tầm nhìn và chiến lược
- (1.2) Lãnh đạo chủ chốt của ngân hàng
- (1.3) Cơ cấu tổ chức
- (1.4) Văn hóa hiệu suất
- (1.5) Chế độ khen thưởng định hướng hiệu suất
- (1.6) Hệ thống thông tin quản trị (MIS)



Hình 4.5. Mô hình khung của Ngân hàng bán lẻ thành công

★2 – Tiếp thị và bán hàng chuyên nghiệp

Điều này đòi hỏi một cách tiếp cận tốt nhằm chuyển tải toàn bộ các thông tin khách hàng vào các chiến lược tiếp thị và bán hàng hiệu quả và tăng trưởng tiếp tục của doanh thu. Nhóm 2 bao gồm 8 yếu tố cơ bản cần được ngân hàng quan tâm cải tiến:

- (2.1) Phân chia KH theo từng phân khúc dựa trên sự hiểu biết về KH theo các nhóm có đặc điểm giống nhau, như lứa tuổi, trình độ học vấn (văn hóa), thu nhập.
- (2.2) Tư vấn dịch vụ tài chính cá nhân (RFS) và phát triển sản phẩm

- (2.3) Định giá
- (2.4) Định vị thương hiệu
- (2.5) Tiếp thị với chi phí tối ưu.
- (2.6) Tiếp thị dựa trên cơ sở dữ liệu về khách hàng/ CRM
- (2.7) Văn hóa bán hàng
- (2.8) Văn hóa dịch vụ

★3 – Kênh phân phối khác biệt và hiệu quả

NH cần phải khai thác một cách tối ưu nhất các kênh phân phối có sẵn mà mình có thể sử dụng được. Nhóm 3 bao gồm 6 yếu tố cơ bản cần được cải tiến:

- (3.1) Kênh phân phối đặc thù theo từng phân khúc khách hàng
- (3.2) Cấu hình mạng lưới chi nhánh và hiệu quả
- (3.3) Quản trị năng lực chi nhánh
- (3.4) Sử dụng hiệu quả các kênh trực tiếp
- (3.5) Quản trị đa kênh phân phối
- (3.6) Phát triển các kênh phân phối tương lai (hiện đại)

★4 – Quy trình tiết kiệm chi phí và công nghệ thông tin

Mặc dù NH đã cải tiến công việc hỗ trợ (back office) theo hướng tập trung hóa, song việc cải tiến các quy trình cơ bản vẫn bị tụt hậu, nhất là trong việc áp dụng công nghệ thông tin. Nhóm 4 bao gồm 7 yếu tố cơ bản cần được NH xem xét cải tiến:

- (4.1) Văn hóa kiểm soát chi phí
- (4.2) Phân biệt rõ back office và front office.
- (4.3) Tập trung phát triển back office.
- (4.4) Thiết kế quy trình cho các sản phẩm chính
- (4.5) Nguồn lực bên ngoài/bên trong phục vụ cho hoạt động phát triển SP
- (4.6) Phát triển công nghệ thông tin
- (4.7) Trung tâm dữ liệu hiệu quả

★5 – Chính sách tín dụng và các kỹ năng ưu việt

NH không thể giữ vững vị trí đứng đầu khi không có một mô hình quản lý rủi ro và quản lý danh mục tiên tiến. Nhóm 5 gồm 5 yếu tố cơ bản cần xem xét cải tiến:

- (5.1) Thiết kế “khẩu vị tín dụng” theo từng phân khúc NH, xây dựng chính sách tín dụng và tổ chức thực hiện
- (5.2) Chấm điểm tín dụng, xếp hạng tín dụng và thẩm định tín dụng
- (5.3) Định giá dựa trên cơ sở rủi ro

(5.4) Quản trị danh mục tín dụng

(5.5) Giám sát tín dụng và triển khai thực hiện

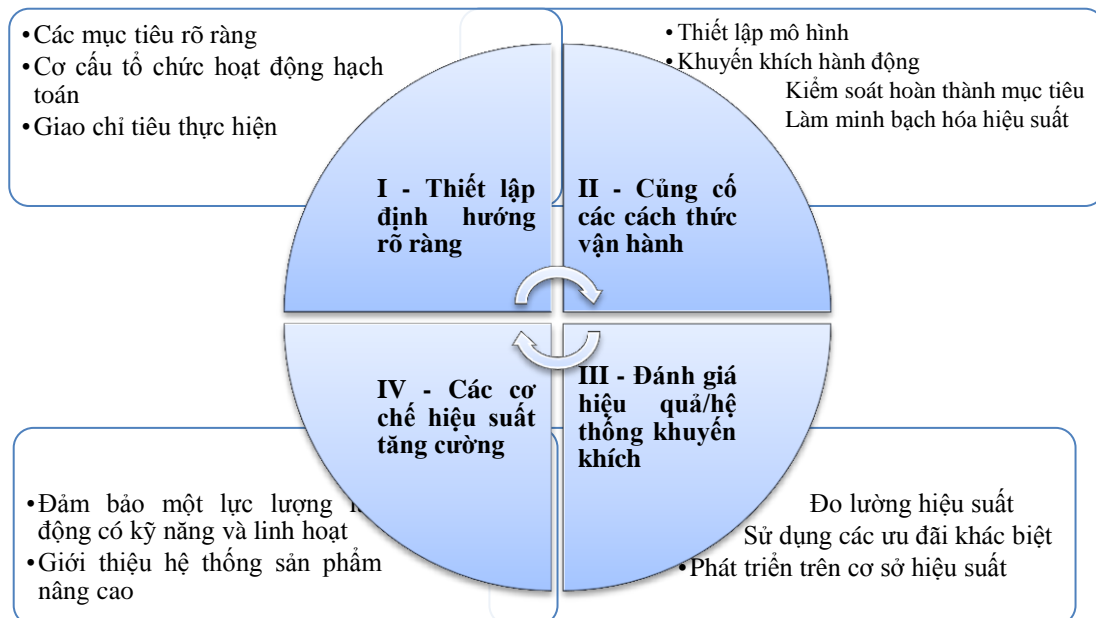
Theo nghiên cứu của McKinsey[43], các yếu tố này đều quan trọng như nhau, nhưng tùy thuộc vào đặc điểm riêng có và hoàn cảnh riêng có, chiến lược và điểm xuất phát của mỗi NH mà họ tiến hành lựa chọn cải tiến một số yếu tố thay vì đồng loạt tất cả các yếu tố. Với chiến lược sẽ là NHBL dẫn đầu, khuynh hướng BIDV nên lựa chọn cải tiến trong hoạt động NHBL nói chung và CVNO nói riêng là khắc phục các yếu tố ở các nhóm năng lực mà mình còn đang yếu. Theo quan điểm NCS, sau khi nghiên cứu thực trạng hoạt động hoạt động CVNO, cân nhắc các điểm mạnh – điểm yếu, BIDV nên hướng tới cải thiện các yếu tố/nhóm năng lực sau để phát triển hoạt động CVNO:

Nhóm năng lực	Yếu tố	Nội dung cơ bản
1	1.4	Xây dựng Văn hóa hiệu suất
2	2.4	Định vị thương hiệu
	2.6	Tiếp thị dựa trên cơ sở dữ liệu về khách hàng/ quản lý quan hệ khách hàng (CRM)

b/ Xây dựng văn hóa hiệu suất trong cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

Ở vị trí trung tâm của một NH vững mạnh là đội ngũ lãnh đạo cao cấp sẵn sàng đi đầu trong việc thay đổi và thực hiện triển khai các thay đổi trong điều hành hoạt động CVNO, khi cần thiết họ sẽ đưa ra các quyết định rất cứng rắn. Vấn đề mấu chốt để có thể tạo ra được đột phá trong Nhóm năng lực thứ nhất này là phải xây dựng được Văn hóa hiệu suất trong hoạt động CVNO cho toàn hệ thống với tôn chỉ: “lấy hiệu suất làm trọng tâm”, được truyền đạt thông suốt, thấm nhuần trong toàn thể nhân viên NH các cấp, các bộ phận. Nếu BIDV chỉ đơn thuần cải tiến trong công tác quản trị hoạt động CVNO tại NH các cấp sẽ không đủ để duy trì hoạt động gia tăng hiệu suất hoạt động CVNO một cách liên tục và bền vững. Do vậy, việc các lãnh đạo BIDV các cấp cần không ngừng lan tỏa triết lý “không ngừng phấn đấu cho điều tốt nhất” sẽ giúp kích đẩy việc gia tăng hiệu suất trong hệ thống. Việc xây dựng văn hóa hiệu suất sẽ đưa NH đến một kết quả thực hiện vượt trội từ tất cả nhân viên của hệ thống (từ nhân viên bán hàng tuyến trước cho đến Tổng giám đốc và các lãnh đạo cao cấp) và cùng với đó là những phần thưởng xứng đáng cho kết quả mà họ đạt được. Muốn làm được điều đó một cách thông suốt thì BIDV cần phải bắt đầu từ (a) *Đội ngũ lãnh đạo*. Theo đó, việc xây dựng đường hướng chiến lược phát triển hoạt động CVNO là rất quan trọng.

Chiến lược cần định vị vị trí của lĩnh vực CVNO của BIDV trên thị trường trong nước và đề xuất các giá trị tương ứng. Từ đó nhà quản trị mới có cơ sở để sắp xếp kế hoạch đi theo chiến lược đã đề ra. Tiếp tới, đưa ra (b) một *Cơ cấu tổ chức* trong ngân hàng đầy đủ và rõ ràng về chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và trách nhiệm. Các quy định này cần rõ, tránh sự mập mờ khiến hiểu đa nghĩa khi vận dụng. Vì khi vận dụng, các quy định không rõ ràng sẽ tạo ra các lỗ hổng trong việc thực hiện mục tiêu kinh doanh và từ đó các nhân viên đùn đẩy trách nhiệm cho nhau hoặc xử lý công việc chông chéo nhau. (c) *Hệ thống khen thưởng* theo định hướng lấy hiệu suất làm trọng tâm rất hiệu quả trong việc khuyến khích, cổ vũ xây dựng văn hóa hiệu suất, thông qua việc chi thưởng cho lãnh đạo và nhân viên của mình những gói thưởng tương xứng với hiệu quả công việc mà họ đem lại. (d) Xây dựng *Hệ thống thông tin quản trị* (MIS) đầy đủ để hỗ trợ các nhà quản trị NH có thể theo dõi các chỉ số kinh doanh cần thiết và kịp thời về CVNO, từ đó giúp họ đạt được kết quả hiệu suất cao. Trên thực tế BIDV đã quan tâm tạo lập các yếu tố này trong thời gian qua, như đã xây dựng được chiến lược NHBL và hoạt động CVNO, thiết lập cơ cấu tổ chức bộ máy quản trị, tạo lập được cơ chế đãi ngộ đối với nhân viên và vận hành MIS phục vụ hoạt động ra quyết định quản trị. Tuy nhiên, việc thiết lập văn hóa hiệu suất chưa được rõ nét và đây chính là vấn đề mà BIDV phải quan tâm trong thời gian tới nếu muốn trở thành NHBL hàng đầu tại Việt Nam.



Hình 4.6. Khung văn hóa hiệu suất cho hoạt động ngân hàng bán lẻ thành công

Theo đó, công việc BIDV cần làm là thiết lập khung văn hóa hiệu suất đối với hoạt động CVNO, theo McKinsey [49] NH nên xây dựng khung văn hóa hiệu suất theo gợi ý tại hình 4.6.

4.3. Một số kiến nghị

4.3.1. Với Ngân hàng Nhà nước

- NHNN cần phối hợp với các bộ ngành có hướng dẫn cụ thể và tháo gỡ những vướng mắc nảy sinh, trình tự, thủ tục, trách nhiệm của tổ chức tín dụng, cơ quan thực thi pháp luật, của Chính quyền cơ sở, của sở Tài nguyên môi trường làm cơ sở pháp lý để cùng các bộ ban ngành liên quan ban hành văn bản hướng dẫn thêm nhằm nâng cao hiệu quả công tác phối hợp đẩy nhanh tiến độ, cụ thể hóa từng công việc trong thi hành án về phát mại tài sản đảm bảo, giải quyết các tranh chấp có liên quan đến nợ vay và nghĩa vụ trả nợ của các bên có liên quan.

- Tăng cường công tác thanh tra, kiểm soát, đánh giá của NHNN đối với hoạt động tín dụng BĐS nhà ở.

NHNN cần thanh tra và kiểm soát việc thực hiện hệ thống kiểm soát nội bộ tại các tổ chức tín dụng có thực sự độc lập, có đủ khả năng giám sát tất cả các hoạt động nghiệp vụ kinh doanh của mình, trong đó chú trọng tới việc kiểm soát các khoản tín dụng BĐS nhà ở, để không lặp lại những tác hại ảnh hưởng của chúng tới khả năng tài chính của NHTM như thời gian qua.

Công tác thanh tra, kiểm soát về tín dụng nhà ở đối với các NHTM cần phải được tiến hành chặt chẽ, không để xảy ra tình trạng vay vốn để đầu cơ nhà ở, nợ xấu trong CVNO. Quy trình, thủ tục thanh tra, kiểm tra trong lĩnh vực tín dụng nhà ở cần phải được quy định thống nhất.

Hệ thống giám sát của thanh tra tín dụng của NHNN cần phải được kiện toàn và nâng cao, thực hiện nghiên cứu đầy đủ các văn bản có liên quan đến hoạt động giám sát, bố trí cụ thể cán bộ chuyên trách phù hợp. Cần phải đảm bảo tính chủ động và độc lập trong việc khai thác và sử dụng thông tin số liệu mà không cần phải chờ các NHTM cung cấp như hiện nay. Từ đó dẫn đến yêu cầu cần phải xây dựng một mạng thông tin số liệu của các tổ chức tín dụng cập nhật đầy đủ để có thể cung cấp bất cứ lúc nào bằng cách truy cập trực tiếp của thanh tra viên.

Trình độ chuyên môn của thanh tra viên cũng phải luôn được nâng cao, có chế độ đãi ngộ xứng đáng nhằm giảm thiểu rủi ro đạo đức. Sắp xếp lại cho phù hợp đội ngũ thanh tra, tổ chức thi tuyển để lựa chọn, bổ sung những cán bộ đủ năng lực, trình độ chuyên môn và phẩm chất đạo đức tốt cho thanh tra ngân hàng ở NHNN các cấp.

4.3.2. Với Chính phủ và các cơ quan quản lý có liên quan

4.3.2.1. Hoàn thiện cơ chế, chính sách và môi trường pháp lý về bất động sản và cho vay nhà ở

Hoàn thiện hệ thống pháp luật là một đòi hỏi ngày một cấp bách. Nhà nước phải không ngừng nỗ lực tạo ra môi trường pháp lý lành mạnh để khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư phát triển và kinh doanh các sản phẩm nhà ở dân dụng, tạo hành lang pháp lý vững chắc, rộng mở để các thành phần kinh tế yên tâm bỏ vốn đầu tư vào lĩnh vực BĐS nhà ở. Bên cạnh đó, Nhà nước cũng cần tiếp tục hoàn thiện đổi mới môi trường kinh tế, coi đó là giải pháp tổng thể và cơ bản nhất trong quá trình đổi mới lĩnh vực kinh doanh tiền tệ nói chung và lĩnh vực tín dụng BĐS nhà ở nói riêng. NCS xin đề xuất một số giải pháp cụ thể sau:

- rà soát, hoàn thiện cơ chế chính sách và hệ thống văn bản pháp quy về BĐS và CVNO nhằm đảm bảo tính thống nhất, phù hợp với hành lang pháp lý chung, phù hợp với điều kiện của nền kinh tế thị trường để NHTM và các ngành kinh tế có liên quan có căn cứ thực hiện.

- Cần thiết lập và duy trì chính sách phát triển nhà ở, chính sách tiền tệ - tín dụng theo hướng ổn định, tránh việc thay đổi bất ngờ, thường xuyên, liên tục làm cho các ngân hàng, doanh nghiệp, cá nhân/hộ gia đình có nhu cầu vay vốn để đầu tư vào nhà ở trở tay không kịp, gây thua lỗ, thậm chí dẫn đến phá sản. Bên cạnh đó, sự thay đổi của các chính sách như thuế khóa, chính sách khuyến khích hay hạn chế tín dụng BĐS, chính sách về đầu tư và kinh doanh BĐS... có thể làm cho các DN đầu tư kinh doanh BĐS nhà ở và cả NH chuyển kết quả kinh doanh từ lãi sang lỗ hoặc ngược lại. Chính vì vậy, Nhà nước cần duy trì môi trường kinh tế thuận lợi cho các doanh nghiệp hoạt động phát triển đầu tư kinh doanh BĐS nhà ở, tạo một môi trường kinh tế mà vốn có thể được đầu tư một cách an toàn, duy trì mức lạm phát vừa phải, hoạt động tài chính bền vững.

- Trong việc ban hành và thực hiện các cơ chế, chính sách, luật pháp cần nắm bắt nhanh và kịp thời mọi sự phát triển của nền kinh tế nói chung, của thị trường BĐS và thị trường tín dụng BĐS nói riêng. Trước khi ban hành các văn bản điều chỉnh cơ chế, chính sách, pháp luật về đất đai, nhà ở, tín dụng... cần thu thập ý kiến đủ số lượng, khách quan từ các cơ quan, ban, ngành, NHTM, DN và đại diện cá nhân/hộ gia đình có nhu cầu đầu tư nhà ở, để đảm bảo thực thi được chính xác, hiệu quả, công bằng, phù hợp với điều kiện thực tế.

- Đề nghị Nhà nước cần có chính sách bắt buộc tất cả các doanh nghiệp vay vốn đầu tư kinh doanh nhà ở phải thực hiện kiểm toán hàng năm tại những cơ quan kiểm toán độc lập, hoạt động hợp pháp và có uy tín. Chính sách này sẽ khắc phục tình trạng đánh giá khả năng tài chính của DN kinh doanh BĐS nhà ở chưa đầy đủ, tiềm ẩn khả năng tài chính của các DN này không lành mạnh dẫn tới khó khăn, rủi ro cho việc cấp tín dụng của các NHTM qua kênh gián tiếp thông qua chủ đầu tư.

- Bổ sung, hoàn thiện khung pháp lý về tài chính nhà ở để tạo cơ sở cho thị trường thế chấp thứ cấp hình thành. Tạo điều kiện cho các NH có số dư tín dụng lớn đối với thị trường nhà ở có thể rút vốn từ nguồn thế chấp để đảm bảo an toàn cho hoạt động NH; tạo điều kiện để NH tham gia vào quan hệ tay ba: Chủ đầu tư - Ngân hàng - Khách hàng để hỗ trợ về tín dụng cho thị trường nhà ở. Để thực hiện được giải pháp này, Nhà nước cần phải có:

+ Các văn bản pháp quy về mua bán nợ BĐS

+ Xây dựng hành lang pháp lý tốt để có thể đảm bảo được quyền và quy định nghĩa vụ của các bên tham gia vào thị trường, nhất là đảm bảo tính thanh khoản khi chuyển nhượng lại các giá trị đã cho vay thế chấp cầm cố sang tổ chức tín dụng/nhà đầu tư khác. Hiện nay chúng ta mới chỉ có hành lang pháp lý cho thị trường thế chấp cầm cố sơ cấp, song vẫn chưa đầy đủ nên đòi hỏi trước mắt là phải hoàn thiện thị trường sơ cấp, từ đó mới tạo tiền đề cho sự hình thành và phát triển thị trường thứ cấp.

4.3.2.2. Phát triển đồng bộ thị trường tín dụng nhà ở

Hiện nay, NHTM vẫn là tổ chức CVNO chính của nền kinh tế, KHCN khi có nhu cầu về tài trợ vốn để hình thành, nhà ở không có nhiều sự lựa chọn về nguồn tài trợ. Chính vì vậy vô hình dung đã tạo điều kiện cho các NHTM có được vị thế “ban cho” và không chịu tự hoàn thiện và đổi mới bản thân trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ.

Với mong muốn tăng độ thỏa dụng của KHCN về nguồn tài trợ cho hình thành nhà ở, trong tương lai, Chính phủ cần có những giải pháp nhằm phát triển đồng bộ thị trường tín dụng nhà ở với việc đa dạng nguồn vốn đầu tư cho BĐS nhà ở, phong phú các tổ chức tài chính tham gia cấp vốn tín dụng nhà ở. Điều này vừa góp phần chia sẻ rủi ro có thể xảy ra trong việc cấp loại tín dụng này với NHTM vừa góp phần tạo áp lực trước các NHTM trong việc nâng cao chất lượng CVNO đối với KHCN tại thị trường Việt Nam.

Hiện nay các công ty bảo hiểm mới chỉ thực hiện đầu tư chủ yếu trên thị trường chứng khoán, việc chuyển vốn tài trợ cho thị trường BĐS nhà ở còn gặp nhiều hạn chế

do trở ngại về vấn đề pháp lý chưa có cơ chế khuyến khích các công ty này hoạt động. Các công ty bảo hiểm chỉ được thực thi hoạt động cho vay thế chấp hình thành nhà ở trong tương lai dưới hình thức cho vay theo giá trị hợp đồng bảo hiểm nhân thọ do Luật Các tổ chức tín dụng Việt Nam không cho phép các công ty bảo hiểm CVNO trực tiếp đối với KHCHN. Chính vì vậy, để tài trợ cho thị trường tín dụng nhà ở, các công ty bảo hiểm đã thực hiện cho vay uỷ thác qua các tổ chức tín dụng. Điều này khiến tạo kẽ hở giữa người tiếp vốn (công ty bảo hiểm) với KHCHN và KHCHN chịu thiệt thòi vì gia tăng chi phí trung gian. Thiết nghĩ, trong tương lai, Chính phủ nên xem xét cho phép các công ty bảo hiểm được phép phát triển hoạt động tín dụng thế chấp trực tiếp với KHCHN, vừa giúp KHCHN có thêm sự lựa chọn về nguồn tài trợ có chi phí thấp hơn (do vốn huy động của công ty bảo hiểm thường chủ yếu là dài hạn và ổn định) vừa san sẻ gánh nặng về năng lực tài trợ cho các NHTM trên thị trường tín dụng BĐS nhà ở.

Cho phép hình thành các quỹ trên thị trường tài chính nhằm tăng cường công tác tài trợ vốn cho KHCHN phát triển nhà ở như:

- Phát triển các Hiệp hội tiết kiệm và cho vay (S&L) tại các địa phương mà mạng lưới NHTM và các tổ chức tín dụng không vươn tới và dùng cho nhóm các cá nhân/hộ gia đình không đủ điều kiện để vay vốn tại các ngân hàng, nhằm mục đích hỗ trợ luân phiên tất cả các thành viên trong hội thỏa mãn về nhu cầu nhà ở của mình. Các món CVNO được thể hiện dưới hình thức cho vay thế chấp bằng chính nhà ở sẽ được hình thành trong tương lai của thành viên đó. Các S&L bên cạnh việc thu hút tiền gửi tiết kiệm của các thành viên và trong địa bàn dân cư, vay của Chính quyền, thực hiện phát hành cổ phiếu ra thị trường để tăng nguồn vốn. Khi muốn gia tăng nguồn và tạo tính thanh khoản cho định chế, S&L có thể thực hiện phát hành chứng khoán đảm bảo bằng tài sản thế chấp (MBS).

- Phát triển Quỹ tiết kiệm nhà ở nhằm hỗ trợ cho người có nhu cầu nhà ở nhưng thu nhập hạn chế. Nguồn vốn được hình thành từ đóng góp của người lao động từ tiền lương hàng tháng theo tỷ lệ quy định (có những quốc gia quy định ở mức cao từ 10-15%, mức thấp từ 3-5%). Mục đích sử dụng Quỹ tiết kiệm được dùng để đầu tư xây dựng nhà ở xã hội và cho người mua hoặc thuê nhà ở vay ưu đãi. Người gửi tiền sau 10 - 15 năm sẽ được mua nhà ở xã hội bằng tiền tiết kiệm. Nếu người gửi không có nhu cầu mua nhà ở thì khi nghỉ hưu sẽ được trả cả gốc lẫn lãi. Đây là mô hình được hầu hết các nước có nền kinh tế phát triển áp dụng. Quỹ tiết kiệm nhà ở nhằm hỗ trợ vốn trực tiếp cho người có nhu cầu về nhà ở, ngoài ra còn góp phần hỗ trợ cho các chủ đầu tư dự án nhà ở xã hội để góp phần tăng nguồn cung về nhà ở nhằm góp phần giải quyết khó khăn về chỗ ở cho các cá nhân, hộ gia đình có thu nhập thấp, công nhân lao động tại các khu công nghiệp...

- Phát triển Quỹ phát triển nhà ở: được sử dụng vào mục đích tạo lập quỹ nhà ở thuộc sở hữu nhà nước nhằm duy trì vai trò của Nhà nước trên thị trường, đảm bảo ổn định thị trường; hỗ trợ cho công tác giải phóng mặt bằng để tạo quỹ đất dành cho phát triển nhà ở xã hội; cho các chủ đầu tư dự án nhà ở xã hội vay với lãi suất ưu đãi; cho các chủ thể trong diện hỗ trợ được mua, thuê, thuê mua nhà ở xã hội vay ưu đãi...

Theo đó, Nhà nước cần tập trung chỉ đạo việc hình thành Quỹ phát triển nhà ở theo quy định của pháp luật về nhà ở từ nguồn thu tiền bán, cho thuê nhà ở thuộc sở hữu nhà nước; tiền sử dụng đất thu được của các dự án phát triển nhà ở trên địa bàn (tối thiểu 10% từ tiền sử dụng đất của dự án); tiền ngân sách của địa phương và các nguồn huy động khác theo quy định của pháp luật về nhà ở.

4.3.2.3. Hoàn thiện và phát triển kênh huy động vốn cho các dự án bất động sản từ người mua nhà

- Phát triển nguồn vốn ứng trước của người mua nhà: đây là nguồn vốn rất quan trọng đối với chủ dự án, chúng giúp giải quyết việc khó khăn trong vay vốn tại các NHTM liên quan đến việc chứng minh năng lực tài chính và TSĐB, giảm chi phí sử dụng vốn do vốn được chuyển vào dự án theo tiến độ. Tuy nhiên, chủ dự án phải khẳng định được uy tín kinh doanh, chứng minh chất lượng và tiến độ công trình, tuân thủ quy định của Nhà nước liên quan đến việc huy động vốn theo hình thức này (như đối với các dự án chung cư và căn hộ cao cấp, muốn huy động vốn của khách hàng, chủ đầu tư phải hoàn thiện phần móng (hạ tầng của công trình). Hình thức huy động này bộc lộ nhược điểm là chủ đầu tư rất cần nguồn tài trợ để thực hiện trong giai đoạn đền bù giải phóng mặt bằng và giai đoạn thi công hạ tầng, khiến họ vẫn phải phụ thuộc rất nhiều vào việc vay vốn từ các TCTD. Do đó, việc Nhà nước hoàn thiện văn bản hướng dẫn cụ thể về hoạt động góp vốn theo tiến độ dự án của KH đối với dự án BĐS nhà ở sẽ khai thác có hiệu quả nguồn vốn nhàn rỗi của người mua nhà phục vụ cho nhu cầu vốn của DN, giúp DN tiết kiệm chi phí (do không phải đi vay NH). Đồng thời khi có văn bản của Nhà nước hướng dẫn sẽ đảm bảo quyền lợi và trách nhiệm cho các bên khi tham gia hoạt động này.

- Huy động vốn của KH trước khi xây dựng xong móng của công trình:

+ Cách 1: Các công ty có thể áp dụng mô hình của Singapore trong việc phát hành quyền chọn mua BĐS. Theo đó, luật Singapore quy định, chủ đầu tư (người bán quyền chọn mua) khi thực hiện bán quyền chọn mua cho người mua (nhà đầu tư) thì quyền chọn mua này có hiệu lực trong vòng 3 tuần tính từ ngày trao giấy chứng nhận quyền sở hữu (bản sao) và bản thảo của hợp đồng mua bán. Như vậy, ngoài việc cung

cấp công khai thông tin và các văn bản pháp lý có liên quan đến dự án, người mua được quyền cân nhắc trong vòng 3 tuần để ra quyết định có nên mua BĐS hay không và không phải bồi thường khi 2 bên chưa thực sự ký kết hợp đồng chính thức (vì chưa phát sinh việc mua quyền).

+ Cách 2: Công ty kinh doanh BĐS mở tài khoản phong tỏa tại NH. Người mua nhà gửi tiền đặt cọc vào tài khoản đó. NH tiếp nhận vốn của KH, sau khi trừ đi những khoản đảm bảo theo quy định của NHNN và phí dịch vụ, sẽ cho công ty vay vốn tương ứng để đầu tư dự án với lãi suất thấp, đồng thời NH thực hiện trả lãi tiền gửi cho người mua đối với số tiền trong tài khoản mà người mua gửi vào (ở mức không kỳ hạn) trong giai đoạn giải ngân đồng vốn này đối với công ty. Việc trả lãi cho người mua và thu lãi với công ty sẽ dừng lại khi công ty hoàn tất việc thi công phần móng của công trình. Với hình thức này, công ty vừa có vốn thực hiện dự án, KH mua nhà không lo mất tiền và tình trạng chậm tiến độ dự án của chủ đầu tư.

Kết luận Chương 4

Chương 4 của luận án đã xác định rõ định hướng và quan điểm phát triển CVNO đối với KHCCN của BIDV trong thời gian tới thông qua việc dự báo nhu cầu tín dụng nhà ở tại Việt Nam và phân tích SWOT của BIDV

Trên cơ sở luận cứ lý thuyết và thực trạng phát triển CVNO đối với KHCCN tại BIDV trong thời gian qua, luận án đã đề xuất 2 nhóm giải pháp đối với BIDV nhằm phát triển hoạt động cho vay này, đó là: (1) Các giải pháp trực tiếp và (2) Các giải pháp hỗ trợ.

Về giải pháp trực tiếp, luận án đề xuất (a) Giải pháp phát triển về SP, thị trường, kênh phân phối nhằm gia tăng quy mô, số lượng dịch vụ CVNO đối với KHCCN và (b) Giải pháp tăng cường quản trị rủi ro trong CVNO đối với KHCCN nhằm đảm bảo và nâng cao chất lượng CVNO đối với KHCCN của BIDV.

Về giải pháp hỗ trợ, luận án đã đề xuất 4 (bốn) giải pháp, đó là nâng cao chất lượng dịch vụ CVNO đối với KHCCN; hoàn thiện và phát triển hoạt động quản lý quan hệ KH; nâng cao tính chuyên nghiệp của nhân viên NH và các giải pháp hỗ trợ khác.

Ngoài ra, luận án cũng đã đề xuất một số kiến nghị với Chính phủ và NHNN các cơ quan chức năng của Nhà nước (1) Tăng cường công tác thanh tra, kiểm soát, đánh giá của NHNN đối với hoạt động tín dụng BĐS nhà ở, (2) Hoàn thiện cơ chế, chính sách và môi trường pháp lý, (3) Phát triển đồng bộ thị trường tín dụng nhà ở và (4) Phát triển kênh huy động vốn truyền thống từ người mua và nhà đầu tư nhằm tạo dựng một môi trường kinh doanh và đầu tư thuận lợi để KHCCN có cơ hội lựa chọn các khoản CVNO phù hợp, đồng thời tạo sức ép để các NHTM trong đó có BIDV liên tục hoàn thiện sản phẩm CVNO đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

KẾT LUẬN

Nghiên cứu thực tiễn phát triển hoạt động CVNO của các NHTM trên thế giới và thực trạng phát triển hoạt động CVNO của BIDV cho thấy hoạt động này sẽ có nhiều tiềm năng phát triển mạnh trong tương lai. Đặc biệt, trong bối cảnh Việt Nam, nhu cầu về chỗ ở vẫn chưa được thỏa mãn, nhu cầu tín dụng BĐS vẫn sẽ tăng trưởng mạnh. Vấn đề đặt ra là BIDV cần phải có những bứt phá và hướng đi mới nhằm tạo sự khác biệt nhằm phát triển hoạt động CVNO một cách bền vững.

Trên cơ sở tổng hợp các nguồn thông tin, dữ liệu sơ cấp, thứ cấp thu thập được, luận án đã giải quyết các nhiệm vụ nghiên cứu sau:

Một là, về mặt lý luận, luận án đã làm rõ 3 (ba) phương thức phát triển về quy mô của hoạt động CVNO đối với KHCCN là phát triển về sản phẩm, phát triển về thị trường và phát triển về kênh phân phối và các biện pháp kiểm soát nhằm đảm bảo chất lượng và nâng cao chất lượng tín dụng, giảm rủi ro trong CVNO đối với KHCCN tại NHTM. Luận án cũng xác lập 3 nhóm tiêu chí đánh giá mức độ phát triển CVNO đối với KHCCN gồm: các chỉ tiêu phân tích sự tăng trưởng về quy mô và thị phần, các chỉ tiêu phản ánh về chất lượng tín dụng, các chỉ tiêu phân tích thu nhập từ CVNO.

Hai là, về mặt thực tiễn, luận án đã đánh giá thực trạng phát triển CVNO đối với KHCCN tại BIDV giai đoạn 2010 – 2015 dựa vào các phương thức phát triển về quy mô và các tiêu chí đánh giá chất lượng hoạt động cho vay này được xác lập ở phần cơ sở lý luận. Từ đó, luận án đã chỉ ra 2 thành công và 3 hạn chế (về sản phẩm, thị trường và kênh phân phối) và 13 nguyên nhân khiến hoạt động CVNO đối với KHCCN tại BIDV hạn chế.

Ba là, từ kết quả phân tích thực trạng hoạt động CVNO tại BIDV, kết hợp với những kinh nghiệm từ một số NHTM có thực hiện hoạt động phát triển CVNO, chiến lược phát triển BIDV đến 2020, phân tích SWOT của BIDV, luận án đã đề xuất định hướng phát triển CVNO, 3 quan điểm và 2 nhóm giải pháp với BIDV trong việc phát triển hoạt động CVNO đối với KHCCN trong thời gian tới. Luận án cũng đề xuất kiến nghị với NHNN, Chính phủ và các cơ quan chức năng trong việc tạo lập môi trường để tín dụng nhà ở đối với KHCCN của Việt Nam phát triển phong phú hơn và khách hàng cá nhân/hộ gia đình có nhiều sự lựa chọn cho vay vốn hơn khi hình thành nơi ở.

Bên cạnh kết quả đạt được nêu trên, luận án vẫn còn có những hạn chế sau: (1) Thông tin, dữ liệu thu thập chưa thật đầy đủ và thống nhất về thời gian nghiên cứu (một vài số liệu chỉ có đến 2014) vì hoạt động này thuộc mảng kinh doanh của ngân hàng nên việc bảo mật thông tin luôn được ngân hàng đề cao. Hơn nữa, CVNO được

BIDV phân cấp quản lý thuộc khối bán lẻ gồm rất nhiều mảng dịch vụ đối với cá nhân/hộ gia đình và doanh nghiệp nhỏ nên NCS gặp khá nhiều khó khăn trong khâu bóc tách số liệu; (2) Quy mô mẫu khảo sát đối với khách hàng cá nhân và cán bộ ngân hàng còn hạn chế do khách hàng có nhu cầu được ngân hàng CVNO không phải thường xuyên và khó tiếp cận; (3) Địa bàn hoạt động của BIDV trải rộng trong cả nước. Do đó các kết luận nghiên cứu đề tài luận án có thể chưa phản ánh đầy đủ thực trạng hoạt động phát triển CVNO đối với KHCN của BIDV. NCS rất mong nhận được ý kiến đóng góp của các nhà khoa học, các nhà nghiên cứu, các chuyên gia trong lĩnh vực tài chính ngân hàng,... để tiếp tục hoàn thiện nhằm nâng cao chất lượng luận án.

**DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA NCS ĐÃ CÔNG BỐ CÓ
LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN**

1. Nguyễn Thị Minh Thảo (2013), *Cầu tín dụng nhà ở của cá nhân/hộ gia đình và một số khuyến nghị chính sách tín dụng nhà ở của các ngân hàng thương mại Việt Nam*, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 60.
2. Nguyễn Thị Minh Thảo (2014), *Phát triển tín dụng bất động sản nhà ở dân dụng tại các ngân hàng thương mại trong điều kiện nước ta hiện nay*, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 74 +75.
3. Nguyễn Thị Minh Thảo (2015), *Đánh giá tác động của các nhân tố tới rủi ro tín dụng nhà ở của nhóm khách hàng cá nhân/hộ gia đình tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*, Tạp chí Khoa học Thương mại, số 80.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

- [1]. Ban chấp hành Trung ương Đảng Cộng sản Việt Nam (2011), *Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011 -2020*
- [2]. Boomerang Social Litstening Consultant (2015), *Báo cáo online listening các ngân hàng thương mại 2015.*
- [3]. BuzzMetrics (2015), *Báo cáo thống kê thảo luận của khách hàng trên các mạng xã hội về các ngân hàng thương mại tại Việt Nam từ 1/1/2014 đến 31/12/2014.*
- [4]. Chính phủ (2011), *Quyết định 2127/QĐ – TTg ban hành ngày 30/11/2011, Chiến lược phát triển nhà ở quốc gia đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030*
- [5]. Công ty chứng khoán Bản Việt (2015), *Báo cáo đánh giá ngành ngân hàng.*
- [6]. Phan Thị Thu Hà (2006), *Rủi ro tín dụng của hệ thống ngân hàng thương mại nhà nước Việt Nam – Cách tiếp cận từ tính chất sở hữu, Tạp chí Ngân hàng số 24*
- [7]. Dương Hữu Hạnh (2012), *Các nghiệp vụ ngân hàng thương mại trong nền kinh tế toàn cầu: các nguyên tắc và thực hành, NXB Lao động*
- [8]. Ngân hàng Nhà nước (2005), *Quyết định 493/2005/QĐ – NHNN ngày 22/04/2005 của Ngân hàng Nhà nước*
- [9]. Ngân hàng Nhà nước (2007), *Quyết định số 18/2007/QĐ – NHNN ngày 25/4/2007 sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 493*
- [10]. Ngân hàng Nhà nước (2013), *Thông tư 21/2013/TT – NHNN ngày 23/10/2013 thay thế Quyết định 13/2008/QĐ – NHNN: Quy định về mạng lưới hoạt động của ngân hàng thương mại*
- [11]. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (2011), *Thông cáo báo chí số 31/2011: Kết quả đấu giá cổ phần BIDV*
- [12]. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (2013), *Quy trình cấp tín dụng bán lẻ*
- [13]. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (2015), *Báo cáo tổng kết 20 năm hoạt động NHTM của Ngân hàng TMCP Đầu tư và phát triển Việt Nam, Hà Nội 8/2015*
- [14]. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam (2015), *Báo cáo tổng kết hoạt động Ngân hàng bán lẻ giai đoạn 2013 – 2015 và phương hướng hoạt động 2016 - 2018*
- [15]. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam(2010),*Chiến lược phát triển BIDV đến năm 2020 và kế hoạch kinh doanh giai đoạn 2011 – 2015*

- [16]. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam, *Báo cáo tài chính 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015*
- [17]. Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam, *Báo cáo thường niên 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015*
- [18]. Nguyễn Văn Ngọc (2000), *Từ điển Kinh tế học*, NXB Thống kê
- [19]. Phan Thị Nhân (2008), *Phát triển hiệu quả thị trường tín dụng bất động sản của Việt Nam*, Luận văn Thạc sĩ kinh tế, ĐH Kinh tế Thành phố Hồ Chí Minh.
- [20]. Đào Lê Kiều Oanh (2012), *Phát triển dịch vụ ngân hàng bán buôn và ngân hàng bán lẻ tại Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ, Đại học Ngân hàng Tp Hồ Chí Minh
- [21]. Trương Văn Phước (2014), *Chính sách tiền tệ có hướng mở với bất động sản*, Chuyên đề tín dụng an cư, Toàn cảnh Thị trường bất động sản – Đặc san của Báo Đầu tư.
- [22]. Nguyễn Thị Hoài Phương (2012), *Quản lý nợ xấu tại các ngân hàng thương mại Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế quốc dân.
- [23]. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2005), *Luật Dân sự số 33/2005/QH11*
- [24]. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2010), *Luật Các tổ chức tín dụng, số 47/2010/QH12*
- [25]. Tôn Thanh Tâm, Nguyễn Thị Hồng Thúy (2005), *Bàn về các chữ “C” trong quản lý rủi ro tín dụng*, Tạp chí Thị trường tài chính tiền tệ, số 20
- [26]. Ngô Thị Phương Thảo (2011), *Định giá bất động sản thế chấp trong các ngân hàng thương mại Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế quốc dân.
- [27]. Nguyễn Thùy (2014), *Lo sợ nợ xấu, ngân hàng dè chừng với chủ đầu tư*, Chuyên đề tín dụng an cư, Toàn cảnh Thị trường bất động sản – Đặc san của Báo Đầu tư.
- [28]. Nguyễn Văn Tiến (2006), *Quản trị rủi ro trong kinh doanh ngân hàng*, Nhà xuất bản Văn hóa thông tin
- [29]. Nguyễn Văn Tiến, Nguyễn Thị Lan (2014), *Giáo trình Tín dụng ngân hàng*, NXB Thống kê
- [30]. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS – 2 tập*, Nhà xuất bản Hồng Đức
- [31]. Từ điển Bách khoa toàn tập (2011), NXB Từ điển Bách khoa
- [32]. Vietnam Report JSC (2011), *Báo cáo ngành bất động sản Việt Nam: Đánh giá nhu cầu nhà ở và các yếu tố quyết định hành vi vay vốn mua nhà của người dân trên địa bàn Hà Nội và xu hướng thị trường nhà ở năm 2011*
- [33]. Vietnam Report JSC (2015), *Báo cáo ngành Ngân hàng 2015: Cập nhật hoạt động và uy tín truyền thông*

- [34]. Vietnam Report JSC(2010), *Báo cáo ngành bất động sản Việt Nam: Thị trường Bất động sản Hà Nội 6 tháng đầu năm 2010 và các yếu tố định giá bất động sản.*

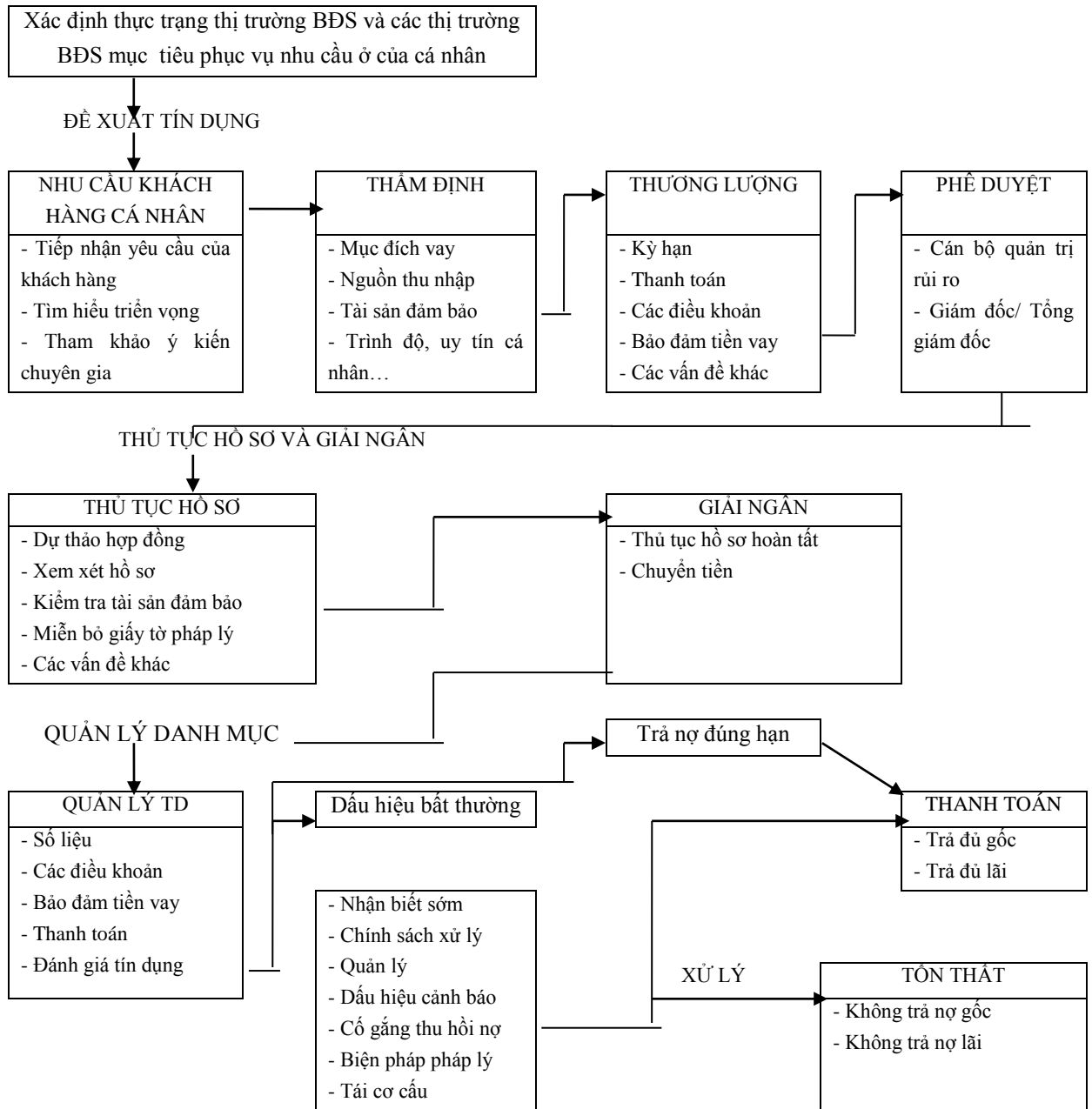
Tiếng Anh

- [35]. A. Saunder (1994), *Financial Institutions Management: A Modern Perspective*, Irwin
- [36]. Basel Committee (2005), *Basel – Credit risk Exposure*
- [37]. Clifford V. Rossi (2010), *Anatomy of Risk Management Practices in the Mortgage Industry: Lessons for the Future*, Research Institute for Housing America
- [38]. David C Ling & R. Archer (2005) *Real Estate Principles: A Value Approach*, McGrawHill International Edition.
- [39]. David C Ling & R. Archer (2005), *Real Estate Principles: A Value Approach*, McGrawHill International Edition.
- [40]. Dinh Thi Huyen Thanh & Stefanie Kleimeier, *Credit Scoring for Vietnam's Retail Banking Market*, 2006
- [41]. Gurajati, D.N. (2003), *Basic Econometrics*, McGraw Hill
- [42]. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. & Tatham, R.L. (2006), *Multivariate data analysis*, 6th ed, Upper Saddle River NJ, Prentice –Hall
- [43]. Joel Bessis (2010), *Risk Management in Banking*, 3rd edition, Winley & Son Inc. *Industry: Lessons for the Future*, Research Institute for Housing America
- [44]. Kotler, P., Hamlin, M.A., Rein, I., & Haider, D.H. (2002), *Marketing Asian places, Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*, Singapore, John Wiley & Son (Asia)
- [45]. Kumar.R (2005), *Research Methodology: A Step – by – Step Guide for Beginners*, 2nd Edition, Pearson Education.
- [46]. Lawrence J. Kadecki (2003), *Research of Retail Banking*
- [47]. Parasuraman, A., Berry, L.L. and Zeithaml, V.A (1991), *Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale*, *Journal of Retailing*
- [48]. Peter S. Rose(1996), *Commercial Bank Management*, Irwin
- [49]. Reinhold Leichtfuss (2003), *Achieving excellence in Retail Banking*, Mc Kinsey
- [50]. S.W.L. Wilkinson (1996), *Risk Management and Financing*, FIINZ
- [51]. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2007), *Research method for business students*, England: Pearson Education Limited, Edinburgh Gate, Harlow, Essex CM202 JE

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

Quy trình tín dụng đối với hoạt động cho vay nhà ở cá nhân



PHỤ LỤC 2

Đo lường rủi ro trong cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

Để quản trị RRCVNO, NHTM cần thiết phải có một hệ thống đo lường rủi ro nhằm phân loại các mức độ ảnh hưởng của rủi ro trong cho vay nhà ở tại NH, từ đó có các biện pháp cụ thể để giải quyết tốt những RRCVNO ở các mức độ khác nhau. NHTM có thể sử dụng nhiều mô hình khác nhau để đánh giá rủi ro, các mô hình này rất đa dạng bao gồm cả định lượng và định tính. Một số mô hình phổ biến đang được các NHTM sử dụng là Mô hình 6C (mô hình định tính), Mô hình điểm số tín dụng tiêu dùng (mô hình định lượng).

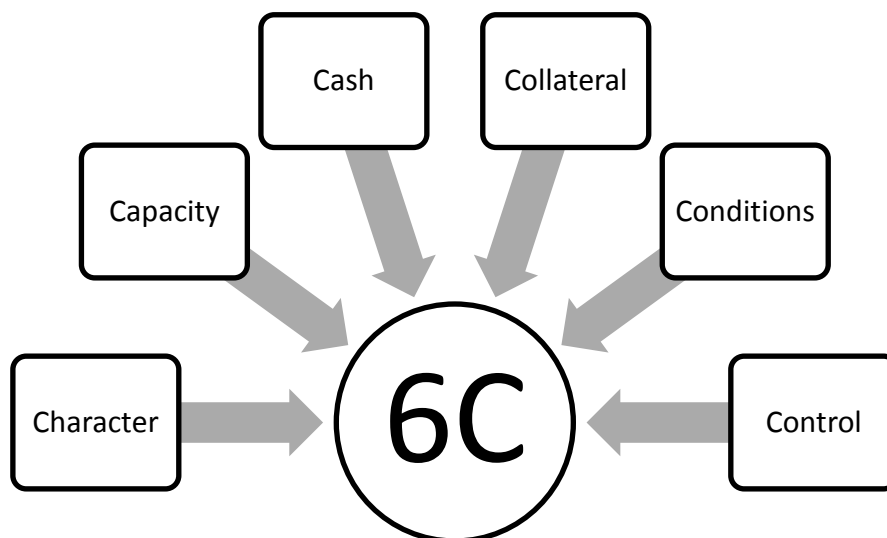
a/ Mô hình 6C

Đây là một trong những mô hình định tính đánh giá RRCVNO được sử dụng phổ biến trong quá trình phân tích tín dụng. Trọng tâm của mô hình này là xem xét người vay có thiện chí và khả năng thanh toán các khoản vay khi đến hạn hay không. NHTM sẽ xem xét 6 yếu tố sau: [25]

(C1) Character – Tư cách người vay: Cán bộ tín dụng (CBTD) phải làm rõ mục đích xin vay của KH. Mục đích vay vốn đó có phù hợp với chính sách tín dụng hiện hành của NH không. Đồng thời CBTD phải xem xét về lịch sử đi vay và trả nợ của KH đó trong quá khứ (nếu có), thực hiện thu thập thông tin từ nhiều nguồn khác như Trung tâm phòng ngừa rủi ro, từ các NH khác hoặc từ các cơ quan thông tin đại chúng. Mục tiêu hướng tới ở đây là nhằm giúp CBTD khẳng định chắc chắn người xin vay có mục đích tín dụng rõ ràng và có thiện chí nghiêm túc trả nợ khi đến hạn.

(C2) Capacity – Năng lực của người vay: tùy thuộc vào quy định luật pháp của mỗi quốc gia, thông thường người vay phải có năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự để ký kết hợp đồng tín dụng.

(C3) Cash – Thu nhập của người vay: Với tiêu chí này CBTD tập trung trả lời vào câu hỏi: Người đi vay có khả năng để tạo ra đủ tiền để trả nợ không? Nhìn chung, người vay có ba (03) khả năng để tạo tiền: (i) dòng tiền từ doanh thu bán và cho thuê nhà ở (doanh nghiệp), từ thu nhập (cá nhân/hộ gia đình); (ii) bán thanh lý tài sản làm đảm bảo, tài sản thuộc quyền sở hữu của người vay; (iii) tiền thu được từ phát hành chứng khoán nợ hoặc chứng khoán vốn (doanh nghiệp), từ hỗ trợ của người thứ ba (cá nhân/hộ gia đình). Bất cứ nguồn nào trong ba khả năng trên đều có thể sử dụng để trả nợ vay cho NHTM, nhưng NHTM coi trọng khả năng thứ nhất và coi đây là nguồn thu đầu tiên và căn bản để trả nợ NH [28].

Hình 2. 1. Mô hình 6C

(C4) Collateral – Bảo đảm tiền vay: đây là điều kiện để NH cấp tín dụng nhà ở và là nguồn tài sản thứ hai có thể dùng để trả nợ vay cho NH. CBTD cần phải trả lời được câu hỏi: người vay có sở hữu một giá trị hay tài sản nào có chất lượng để hỗ trợ cho khoản vay không? CBTD có thể vận dụng các loại tài sản đảm bảo việc vay vốn của cá nhân/ hộ gia đình như: thế chấp bằng BĐS nhà ở thuộc sở hữu của người vay; hoặc thế chấp bằng chính BĐS nhà ở được hình thành bằng nguồn vốn vay; hoặc đảm bảo bằng tài sản của người thứ ba (người này có quan hệ mật thiết với người vay); hoặc tín chấp; hoặc kết hợp hai hoặc nhiều hình thức thế chấp trên để làm đảm bảo cho khoản vay. Tuy nhiên, CBTD cần phải đặc biệt chú ý đến những yếu tố nhạy cảm của tài sản như tuổi thọ, điều kiện pháp lý của tài sản, tính thanh khoản tài sản của người vay...

(C5) Conditions – Các điều kiện: NHTM cần phải biết được xu hướng hiện hành của công việc kinh doanh và ngành nghề của người vay (cá nhân), công việc kinh doanh bất động sản nhà ở (doanh nghiệp), cũng như điều kiện kinh tế thay đổi, nhất là biến động của thị trường BĐS và thị trường tín dụng khi thay đổi sẽ có ảnh hưởng ra sao đến việc thực hiện nghĩa vụ tài chính của người vay.

(C6) Control – Kiểm soát: NHTM thực hiện đánh giá những ảnh hưởng do sự thay đổi của luật pháp, quy chế hoạt động đến khả năng KH đáp ứng tiêu chuẩn của NH. Yêu cầu tín dụng của người vay có đáp ứng được tiêu chuẩn của NH và của nhà quản trị về chất lượng tín dụng.

Ưu điểm: áp dụng mô hình này tương đối đơn giản.

Nhược điểm: kết quả nghiên cứu phụ thuộc rất lớn vào mức độ chính xác của nguồn thông tin thu thập được, khả năng dự báo và trình độ phân tích, đánh giá chủ

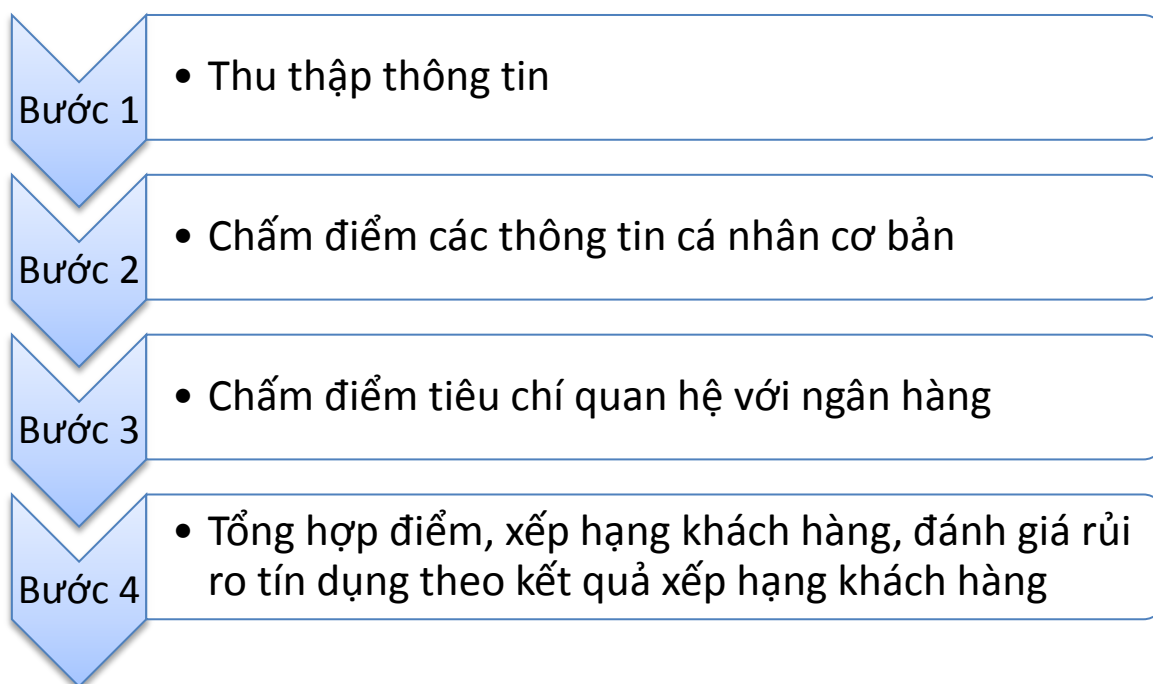
quan của CBTD. Cho nên để đảm bảo về kết quả nghiên cứu, CBTD còn sử dụng mô hình điểm số tín dụng tiêu dùng

b/ Mô hình điểm số tín dụng tiêu dùng

Lựa chọn khách hàng cho vay luôn là một quyết định quan trọng trong hoạt động tín dụng của NH. Khi NH đưa ra một quyết định không phù hợp có thể dẫn đến rủi ro rất lớn do khách hàng không đáp ứng được nghĩa vụ tài chính. Nếu NH chỉ dựa vào sự đánh giá theo mô hình 6C để quyết định cho vay hay từ chối có thể NH sẽ chấp nhận những khoản cho vay “tồi” và loại bỏ những khoản cho vay “tốt”. Do vậy với việc xây dựng và ứng dụng mô hình điểm số tín dụng tiêu dùng với hệ thống xếp hạng tín dụng, NH có thể căn cứ vào kết quả xếp hạng tín dụng để lựa chọn khách hàng. Như vậy, chỉ có KH đạt kết quả xếp hạng từ một mức rủi ro nào đó mới được NH xem xét cho vay.

Đây là mô hình định lượng để lượng hóa RRTDNO đối với khách hàng cá nhân/hộ gia đình và dự báo những tổn thất có thể xảy ra trong quá trình cấp tín dụng nhà ở. Ngày nay, nhiều NHTM thuộc các nước phát triển đã áp dụng phương pháp cho điểm tín dụng để đánh giá các đơn yêu cầu cho vay từ cá nhân/hộ gia đình. Cách thức của mô hình này cũng tạo thuận tiện cho KH vì khá thuận lợi và nhanh chóng, thông qua các yêu cầu tín dụng của họ được giải quyết bằng hệ thống chấm điểm tự động. Thông thường, người vay có thể gọi điện thoại đến NH cho vay, thông qua hệ thống máy tính nội mạng, dựa trên các dữ liệu đã có của người vay, chỉ trong vài phút, NH có thể thông báo kết quả cho vay hay không đối với người đó.

Lý thuyết cơ bản của việc cho điểm số tín dụng là NH có thể nhận diện được các yếu tố tài chính, kinh tế và động lực, tách biệt các khoản cho vay tốt ra khỏi các khoản cho vay xấu, bằng cách quan sát các nhóm người hay DN có quy mô lớn đã vay trong quá khứ. Hơn nữa, nó giả sử cùng các yếu tố tài chính và các yếu tố khác phân biệt các khoản cho vay tốt ra khỏi các khoản cho vay xấu trong tương lai.

Hình P2.1. Các bước thiết lập thực hiện mô hình chấm điểm KHCN

Tùy thuộc vào quan điểm và khả năng gánh chịu rủi ro của từng NHTM mà tại mỗi NHTM sẽ áp dụng các biểu điểm chi tiết khác nhau dựa trên những mô hình khác nhau. Dưới đây là một số mô hình chấm điểm KHCN được các NHTM sử dụng:

Mô hình điểm số tín dụng áp dụng của Stefanie Kleimeier[40]

Stefanie Kleimeier đã xây dựng mô hình chấm điểm tín dụng cá nhân gồm hai phần là Chấm điểm nhân thân và năng lực trả nợ; Chấm điểm quan hệ với NH.

Bảng P2.1. Chỉ tiêu chấm điểm xếp hạng tín dụng cá nhân theo mô hình Stefanie Kleimeier

1. Chấm điểm nhân thân và năng lực trả nợ				
Tuổi	18 – 25 tuổi	26 - 40 tuổi	41 – 60 tuổi	> 60 tuổi
Trình độ học vấn	Sau đại học	Đại học, cao đẳng	Trung học	Dưới trung học
Nghề nghiệp	Chuyên môn	Giúp việc	Kinh doanh	Hưu trí
Thời gian công tác	< 0,5 năm	0,5 – 1 năm	1 – 5 năm	> 5 năm
Thời gian làm công việc hiện	< 0,5 năm	0,5 – 1 năm	1 – 5 năm	> 5 năm

tại				
Tình trạng cư trú	Nhà riêng	Nhà thuê	Sống chung	Khác
Số người phụ thuộc	Độc thân	1 -3 người	3 -5 người	> 5 người
Thu nhập hàng năm	< 12 trđ	12 – 36 trđ	36 – 120 trđ	> 120 trđ
Thu nhập gia đình hàng năm	< 24 trđ	24 – 72 trđ	72 – 240 trđ	> 240 trđ
2. Chấm điểm quan hệ với ngân hàng				
Thực hiện cam kết với NH (ngắn hạn)	Khách hàng mới	Chưa bao giờ trễ hạn	Có trễ hạn < 30 ngày	Có trễ hạn > 30 ngày
Thực hiện cam kết với NH (dài hạn)	Khách hàng mới	Chưa bao giờ trễ hạn	Có trễ hạn trong 2 năm gần đây	Có trễ hạn trước 2 năm gần đây
Tổng giá trị khoản vay chưa trả	< 100trđ	100 – 500 trđ	500 trđ – 1 tỷ đ	> 1 tỷ đồng
Các dịch vụ khác đang sử dụng	Tiền gửi tiết kiệm	Thẻ tín dụng	Tiền gửi tiết kiệm và thẻ tín dụng	Không
Số dư bình quân tài khoản tiết kiệm trong năm trước đây	<20 trđ	20 – 100trđ	100 – 500 trđ	> 500 trđ

Nguồn: [40]

Bảng P2.2 Ký hiệu xếp hạng tín dụng cá nhân theo Stefanie Kleimeier

Điểm	Xếp hạng	Mức độ cho vay
>400	Aaa	Cho vay tối đa theo đề nghị của người vay
351 - 400	Aa	
301 - 350	A	
251 - 300	Bbb	Cho vay theo TSĐB
201 - 250	Bb	Cho vay theo TSĐB và đánh giá đơn vay vốn
151 - 200	B	Yêu cầu đánh giá thận trọng đơn vay vốn và có TSĐB đầy đủ
101 - 150	Ccc	Từ chối cho vay
51 - 100	Cc	
1 - 50	C	
0	D	

Nguồn: [40]

Tuy nhiên công trình nghiên cứu này không đưa ra được cách tính điểm cụ thể cho từng chỉ tiêu, để vận dụng được mô hình đòi hỏi các NHTM phải thiết lập thang điểm cho từng chỉ tiêu đánh giá phù hợp với thực trạng và hệ thống cơ sở dữ liệu cá nhân tại NH mình.

Mô hình điểm số tín dụng cá nhân của FICO

Điểm số tín dụng cá nhân là một phương tiện kiểm soát tín dụng được gán cho mỗi cá nhân tại một số nước phát triển giúp TCTD ước lượng mức rủi ro khi cho vay. Điểm tín dụng càng thấp thì mức rủi ro của người vay càng cao. Fair Isaac Corp đã xây dựng mô hình điểm số tín dụng FICO thấp nhất là 300 và cao nhất là 850 áp dụng cho cá nhân dựa vào tỷ trọng của 5 chỉ số phân tích.

Bảng P2.3. Tỷ trọng các tiêu chí đánh giá trong mô hình điểm số tín dụng FICO

Tỷ trọng	Tiêu chí đánh giá
35%	Lịch sử tài trợ (Payment history): Thời gian trễ hạn càng dài và số tiền trễ hạn càng cao thì điểm số tín dụng càng thấp.
30%	Dư nợ tại các tổ chức tín dụng (Amount owed): nợ quá nhiều so với mức cho phép, đặc biệt là đối với thẻ tín dụng sẽ làm giảm điểm số tín dụng.

15%	Độ dài của lịch sử tín dụng (Length of credit history): thông tin càng nhiều năm càng đáng tin cậy và điểm số tín dụng càng cao.
10%	Số lần vay nợ mới (New credit): vay nợ thường xuyên bị xem là dấu hiệu có khó khăn về tài chính nên điểm số tín dụng càng thấp
10%	Các loại tín dụng được sử dụng (Type of Credit used): các loại nợ khác nhau sẽ được tính điểm số tín dụng khác nhau.

Nguồn: <http://en.Wikipedia.org>

Mô hình điểm số tín dụng FICO được áp dụng rộng rãi ở Mỹ do các thông tin liên quan đến tình trạng tín dụng của cá nhân có thể được NH rà soát dễ dàng qua các công ty dữ liệu tín dụng. Các công ty dữ liệu tín dụng thực hiện việc ghi nhận và cập nhật thông tin từ các tổ chức tín dụng, phân tích và cho điểm đối với từng cá nhân. Theo mô hình của FICO thì cá nhân có điểm số tín dụng ở mức 700 được xem là tốt, đối với cá nhân có điểm số tín dụng thấp hơn 620 sẽ có thể bị NH cân nhắc khi xét cho vay.

Mô hình cho điểm tín dụng tiêu dùng thông thường chọn từ 7 đến 12 hạng mục, mỗi hạng mục được cho từ 1 đến 10 điểm để đánh giá mức độ tín nhiệm của người vay đối với khoản cho vay của NH, từ đó NH có thể quyết định cho vay hay không.

Bảng P2.4. Các yếu tố quan trọng liên quan đến KH sử dụng trong mô hình cho điểm tín dụng tiêu dùng tại các NHTM Mỹ.

STT	Các hạng mục xác định chất lượng tín dụng	Điểm	STT	Các hạng mục xác định chất lượng tín dụng	Điểm
1	Nghề nghiệp của người vay		5	Thời gian sống tại địa chỉ hiện hành	
	- Chuyên gia/phụ trách kinh doanh	10		- > 1 năm	2
	- Công nhân có kinh nghiệm (tay nghề cao)	8		- ≤ 1 năm	1
	- Nhân viên văn phòng	7	6	Điện thoại cố định	
	- Sinh viên	5		- Có	2
	- Lao động phổ thông	4		- Không	0
	- Lao động làm việc bán thời gian	2	7	Số người sống cùng (phụ thuộc)	

2	Trạng thái nhà ở			- Không	3
	- Nhà riêng	6		- 1 người	3
	- Nhà thuê/ căn hộ	4		- 2 người	4
	- Sống cùng bạn/ người thân	2		- 3 người	4
3	Xếp hạng tín dụng			- > 3 người	2
	- Tốt	10	8	Các tài khoản tại NH	
	- Trung bình	5		- Có TK tiết kiệm và phát hành séc	4
	- Không có hồ sơ	2		- Chỉ có TK tiết kiệm	3
	- Tồi	0		- Chỉ có TK phát hành séc	2
4	Kinh nghiệm nghề nghiệp			- không có TK	0
	- Trên 1 năm	5			
	- ≤ 1 năm	2			

KH có điểm số cao nhất theo mô hình với 8 mục nêu trên là 48 điểm, thấp nhất là 9 điểm. Giả sử NH biết mức 28 điểm là ranh giới giữa KH có tín dụng tốt và KH có tín dụng xấu, từ đó NH hình thành khung chính sách theo mô hình điểm như sau:

Tổng số điểm của khách hàng	Quyết định tín dụng	Quy đổi sang VND (1USD = 20.000VND)
Từ 28 điểm trở xuống	Từ chối tín dụng	0
29 – 30 điểm	Cho vay đến 500USD	10 triệu đồng
31 – 33 điểm	Cho vay đến 1000 USD	20 triệu đồng
34 – 36 điểm	Cho vay đến 2500 USD	50 triệu đồng
37 – 38 điểm	Cho vay đến 3500 USD	70 triệu đồng
39 – 40 điểm	Cho vay đến 5000 USD	100 triệu đồng
41 – 43 điểm	Cho vay đến 8000 USD	160 triệu đồng

Nguồn: [28]

- Lợi ích của việc sử dụng mô hình:

+ Thủ tục cho vay thuận lợi và nhanh chóng vì được giải quyết bằng hệ thống chấm điểm tự động. Thời gian quyết định cho vay được giảm nhiều.

+ Thông qua hệ thống máy tính nội mạng, trong vài phút, NH có thể thông báo kết quả ngay cho vay hay không đối với khách hàng. Khách hàng không phải đến NH, tốn thời gian và chi phí.

+ Cho vay căn cứ trên các dữ liệu cụ thể bằng con số, chứ không phải bằng cảm tính.

+ Các hệ thống cho điểm tín dụng có lợi ích là có thể giải quyết khối lượng lớn đơn yêu cầu cho vay nhanh với lao động tối thiểu, do đó giảm được các chi phí hoạt động. Hơn nữa, các hệ thống này có thể thay thế hữu hiệu cho việc sử dụng cách phán đoán của các nhân viên tín dụng không có kinh nghiệm, đó đó giúp kiểm soát được các tổn thất do nợ quá hạn gây ra.

- Nhược điểm:

+ Mô hình này không thể tự điều chỉnh nhanh chóng để thích nghi với các thay đổi trong nền kinh tế như tăng trưởng mạnh (hoặc trì trệ, suy thoái), các thay đổi về tình hình của người vay (như nghề nghiệp, tình trạng nhà ở, các TK tại NH có thể thay đổi) mà NH không thể và không đủ điều kiện cập nhật thường xuyên khi Nh có số lượng KH quá lớn.

+ Mô hình này không linh hoạt, nhạy bén, có thể gây bất lợi cho chương trình, kế hoạch tín dụng tiêu dùng (như bỏ sót những người vay uy tín) gây ra việc mất tín nhiệm của KH với NH.

PHỤ LỤC 3**MẪU:****PHIẾU KHẢO SÁT****RỦI RO CHO VAY NHÀ Ở ĐỐI VỚI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN***Xin kính chào Quý Ông / Bà!*

Tôi là Nguyễn Minh Thảo, nghiên cứu sinh của Trường Đại học Thương mại. Hiện nay, tôi đang thực hiện một nghiên cứu về phát triển hoạt động cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân đang của BIDV. Song thực tế thị trường bất động nói chung và thị trường nhà ở nói riêng tại Việt nam còn đang diễn biến rất phức tạp và chưa thoát khỏi suy thoái, khiến cho khả năng an toàn của món vay phục vụ đầu tư bất động sản nhà ở có thể bị ảnh hưởng. Điều này đã khiến cho việc phát triển hoạt động cho vay đáp ứng nhu cầu nhà ở tại ngân hàng chưa được khởi sắc. Kính mong Quý ông (bà) dành chút thời gian để trả lời một số câu hỏi sau đây.

Tất cả các quan điểm của Quý ông (bà) đều có giá trị cho nghiên cứu của NCS và NCS cam kết sử dụng các thông tin do Quý ông (bà) cung cấp chỉ sử dụng trong công tác nghiên cứu phục vụ cho đào tạo.

Rất mong nhận được sự giúp đỡ của Quý Ông /Bà!

Tên chi nhánh:.....

Địa chỉ:.....

Xin Ông (Bà) cho biết quan điểm của mình về các vấn đề dưới đây:

Câu 1: Theo Ông (Bà) các yếu tố sau có mức độ quan trọng như thế nào tới rủi ro bất động sản nhà ở?

Lưu ý: Đánh giá mức độ quan trọng theo thang điểm 5 với

1 là hoàn toàn không quan trọng

5 là hoàn toàn quan trọng

MT01	Thu nhập bình quân đầu người giảm	1	2	3	4	5
MT02	Khả năng tìm kiếm việc làm ít	1	2	3	4	5
MT03	Tỷ lệ thất nghiệp cao	1	2	3	4	5
MT04	Mức lạm phát cao	1	2	3	4	5

MT05	Chính sách ưu đãi đặc biệt của Chính phủ ít, hạn chế	1	2	3	4	5
MT06	Quy định, cơ chế cho vay trong lĩnh vực BĐS nhà ở khuyến khích	1	2	3	4	5
MT07	Các thức triển khai, thực hiện chính sách đơn giản	1	2	3	4	5
MT08	Chi phí quản lý thực hiện để thụ hưởng các ưu đãi thấp	1	2	3	4	5
MT09	Chính sách tiền tệ thắt chặt hay mở rộng	1	2	3	4	5
MT10	Công tác quản lý hoạt động tín dụng	1	2	3	4	5

Câu 2: Ông (Bà) đánh giá như thế nào về mức độ quan trọng của các yếu tố sau đối với công tác phòng ngừa và giảm thiểu rủi ro tín dụng nhà ở tại NHTM?

Lưu ý: Đánh giá mức độ quan trọng theo thang điểm 5 với

1 là hoàn toàn không quan trọng

5 là hoàn toàn quan trọng

NN01	Nguồn vốn tự có	1	2	3	4	5
NN02	Sự ổn định của các khoản ký thác	1	2	3	4	5
NN03	Khả năng sử dụng vốn vay	1	2	3	4	5
NN04	Chi phí sử dụng vốn	1	2	3	4	5
NN05	Thời hạn của nguồn vốn sử dụng	1	2	3	4	5
NN06	Trình độ, kinh nghiệm của đội ngũ nhân viên	1	2	3	4	5
NN07	Mức độ công nghệ hiện đại sử dụng trong quản trị rủi ro	1	2	3	4	5
NN08	Quy trình quản lý rủi ro	1	2	3	4	5

Câu 3: Khi thẩm định khách hàng vay vốn là cá nhân/ hộ gia đình, Ông (Bà) thường quan tâm như thế nào tới các yếu tố sau:

Lưu ý: Đánh giá mức độ quan tâm theo thang điểm 5 với

1 là hoàn toàn không quan tâm

5 là rất quan tâm

NC01	Mức lương	1	2	3	4	5
NC02	Các thu nhập khác	1	2	3	4	5
NC03	Tính ổn định của thu nhập	1	2	3	4	5
NC04	Trình độ chuyên môn	1	2	3	4	5
NC05	Tính ổn định của công việc	1	2	3	4	5
NC06	Kinh nghiệm công tác	1	2	3	4	5
NC07	Tài sản hiện có	1	2	3	4	5
NC08	Tuổi đời	1	2	3	4	5
NC09	Chi tiêu cuộc sống	1	2	3	4	5
NC10	Các khoản nợ nần khác đang phát sinh	1	2	3	4	5

Câu 4: Ông (Bà) đánh giá như thế nào về mức độ xảy ra rủi ro tín dụng nhà ở với các khoản vay có các yếu tố sau:

Lưu ý: Đánh giá mức độ quan trọng theo thang điểm 5 với

1 là hoàn toàn không quan trọng

5 là hoàn toàn quan trọng

KV01	Quy mô khoản vay lớn	1	2	3	4	5
KV02	Hạn mức cho vay cao	1	2	3	4	5
KV03	Kỳ hạn cho vay dài	1	2	3	4	5
KV04	Lãi suất cho vay cao	1	2	3	4	5
KV05	Khả năng kiểm soát khoản vay thấp	1	2	3	4	5
KV06	Giá trị tài sản làm đảm bảo thấp	1	2	3	4	5

KV07	Tỷ lệ cho vay/giá trị tài sản đảm bảo cao	1	2	3	4	5
KV08	Tính thanh khoản của tài sản đảm bảo thấp	1	2	3	4	5
KV09	Tính pháp lý của tài sản đảm bảo hạn chế	1	2	3	4	5
KV10	Khả năng xử lý tài sản đảm bảo khó khăn	1	2	3	4	5

Câu 5: Ông (Bà) vui lòng cho biết mức độ đồng ý của mình với nhận định sau đối với khoản tín dụng nhà ở cấp cho **khách hàng cá nhân/hộ gia đình**

Lưu ý: Đánh giá mức độ đồng ý theo thang điểm 5 với

1 là hoàn toàn không đồng ý

5 là hoàn toàn đồng ý

TNC1	Đây là thị trường tiềm năng	1	2	3	4	5
RRC1	Mang lại lợi nhuận cao	1	2	3	4	5
RRC2	Tính an toàn cao	1	2	3	4	5
RRC3	Khả năng xảy ra rủi ro thấp	1	2	3	4	5
TNC2	Rất quan tâm đến phân khúc tín dụng này	1	2	3	4	5

Xin vui lòng cho biết thông tin của Quý ông /bà:

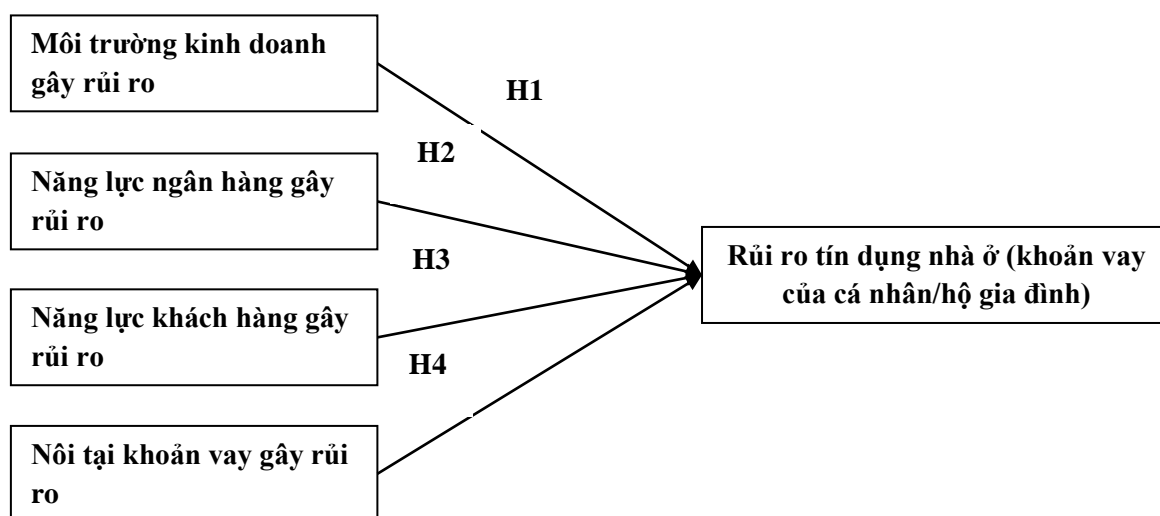
Họ - tên:.....Chức vụ:.....

Chân thành cảm ơn Quý ông / bà đã dành thời gian hỗ trợ NCS!

Kết quả nghiên cứu phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro cho vay nhà ở đối với cá nhân tại BIDV

1/ Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu xem xét ảnh hưởng của 4 nhóm nhân tố đến RRTDNO đối với khách hàng cá nhân/hộ gia đình bao gồm: (1) nhóm các nhân tố thuộc về môi trường, (2) nhóm các nhân tố thuộc về năng lực ngân hàng, (3) nhóm các nhân tố thuộc về năng lực khách hàng và (4) nhóm các nhân tố thuộc về nội tại của mỗi khoản vay. Mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:



Hình P3.1. Mô hình nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến RRTDNO

Giả thuyết nghiên cứu:

(1) Môi trường kinh doanh gây rủi ro là những chính sách của Chính phủ và NHNN không phù hợp, môi trường pháp lý không đồng bộ, các thông tin trên thị trường tài chính không minh bạch, thị trường BĐS nhà ở đóng băng... có tác động tới khả năng thực hiện nghĩa vụ tài chính của khách hàng giảm sút. Vì vậy nghiên cứu đưa ra giả thuyết:

H1: Nhân tố môi trường kinh doanh gây rủi ro có tác động dương tới RRCVNO

(2) Năng lực ngân hàng gây rủi ro là các vấn đề về trình độ nguồn nhân lực của cán bộ tín dụng và cán bộ quản lý, hoạt động kiểm soát lỏng lẻo, vấn đề đạo đức của nhân viên ngân hàng, cạnh tranh thị phần... cũng có những tác động không nhỏ tới khả năng lựa chọn nghịch và có sự quan tâm không đầy đủ. Vì vậy nghiên cứu này đưa ra giả thuyết:

H2: Nhân tố năng lực ngân hàng gây rủi ro có tác động dương tới RRCVNO

(3) Năng lực khách hàng gây rủi ro là các vấn đề phát sinh từ phía khách hàng như khả năng tự chủ tài chính thấp, khả năng kiểm soát khoản đi vay thấp, gian lận... sẽ gây những tác hại đáng kể tới khả năng thực hiện nghĩa vụ tài chính của khách hàng với NHTM. Vì vậy nghiên cứu này đưa ra giả thuyết:

H3: Nhân tố năng lực khách hàng gây rủi ro có tác động dương tới RRCVNO

(4) Nội tại khoản vay gây rủi ro là những nội dung cơ bản của khoản vay vốn dĩ đã tiềm ẩn sẵn khả năng xảy ra RRCVNO nếu NHTM không quan tâm đúng mức như: lãi suất cho vay cao, thời gian cho vay dài, các vấn đề liên quan tới tài sản làm đảm bảo của khoản vay. Vì vậy nghiên cứu này đưa ra giả thuyết:

H4: Nhân tố nội tại khoản vay gây rủi ro có tác động dương tới RRCVNO

2/ Phương pháp nghiên cứu

2.1/ Phát triển bảng hỏi và lựa chọn thang đo

Các biến quan sát trong từng nhân tố của mô hình nghiên cứu được xây dựng dựa trên việc phỏng vấn chuyên gia các giảng viên - nhà nghiên cứu trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng thuộc Đại học Thương mại và Học viện Tài chính. Theo đó, người nghiên cứu sẽ thực hiện phỏng vấn chuyên gia lần lượt theo từng chủ đề (nhóm yếu tố tác động đến RRCVNO). Cuộc phỏng vấn sẽ dừng hỏi với chủ đề đó khi có 3 chuyên gia liên tiếp không đưa ra được khía cạnh mới. Sau khi có được bảng hỏi (phác thảo), nhóm nghiên cứu thực hiện thảo luận “tay đôi” với lãnh đạo của BIDV về tính phù hợp của các biến trong danh sách bảng hỏi (dự thảo). Cuối cùng, bảng hỏi được hoàn thiện và thực hiện điều tra thử nhằm giúp phát hiện lỗi trong diễn đạt để hiệu chỉnh thành bản khảo sát chính thức.

Thang đo đánh giá các biến quan sát được lựa chọn là thang đo Likert 5 điểm. Nội dung các biến quan sát trong từng nhân tố và biến phụ thuộc sau điều chỉnh như sau:

Bảng P3.1. Các biến quan sát

Mã biến	Nội dung
Yếu tố môi trường gây ra rủi ro tín dụng nhà ở dân dụng	
MT1	Chính sách tiền tệ không phù hợp
MT2	Tính đồng bộ của môi trường pháp lý yếu
MT3	Thông tin trên thị trường tài chính thiếu minh bạch

Mã biến	Nội dung
MT4	Mức lạm phát tăng
MT5	Tốc độ tăng trưởng thu nhập bình quân đầu người giảm
MT6	Thị trường bất động sản nhà ở đóng băng
Yếu tố năng lực ngân hàng gây ra rủi ro tín dụng nhà ở dân dụng	
NN1	Trình độ nhân viên tín dụng
NN2	Trình độ quản lý rủi ro tín dụng
NN3	Quy trình kiểm soát, giám sát chưa chặt chẽ
NN4	Vấn đề đạo đức trong thẩm định tín dụng của nhân viên
NN5	Nhân viên không được cung cấp đủ thông tin về khách hàng
NN6	Ngân hàng “chạy” theo lợi nhuận
NN7	Cạnh tranh trong cho vay với các TCTD khác
NN8	Thời hạn khai thác nguồn vốn huy động phục vụ cho vay ngắn
Yếu tố năng lực khách hàng cá nhân/hộ gia đình gây ra rủi ro tín dụng nhà ở	
NC1	Gian lận trong chứng minh tài chính
NC2	Mức thu nhập thấp
NC3	Tính ổn định của thu nhập thấp
NC4	Phát sinh nhiều khoản nợ trong cùng thời gian vay vốn
NC5	Trình độ chuyên môn thấp
NC6	Mức chi tiêu cho sinh hoạt lớn
NC7	Khả năng tích lũy thấp
Yếu tố thuộc về bên trong khoản vay	
KC1	Giá trị tài sản đảm bảo thấp
KC2	Tài sản được dùng làm đảm bảo cho nhiều món vay
KC3	Tính thanh khoản của tài sản đảm bảo thấp
KC4	Tính pháp lý của tài sản đảm bảo hạn chế

Mã biến	Nội dung
KC5	Lãi suất cho vay cao
KC6	Quy mô khoản vay lớn
KC7	Kỳ hạn cho vay dài
Đánh giá mức độ rủi ro tín dụng nhà ở dân dụng	
RC1	Mức độ trả nợ và lãi thấp
RC2	Tính an toàn thấp
RC3	Khả năng phát mại tài sản đảm bảo yếu
RC4	Không có tiềm năng phát triển

2.2/ Tổng thể, mẫu nghiên cứu và phương pháp thu thập dữ liệu

- Tổng thể và mẫu nghiên cứu

Tổng thể nghiên cứu là các chi nhánh của BIDV có thực hiện hoạt động cấp tín dụng nhà ở cho khách hàng cá nhân/hộ gia đình. Mẫu nghiên cứu được rút ra từ tổng thể nghiên cứu này. Để sử dụng phân tích khám phá (EFA) chúng ta cần kích thước mẫu lớn, nhưng việc xác định kích thước mẫu phù hợp là việc phức tạp. Các nhà nghiên cứu thường dựa theo kinh nghiệm. Trong EFA, kích thước mẫu thường được xác định dựa vào “kích thước tối thiểu” và “số lượng biến đo lường đưa vào phân tích”. Chính vì thế khi nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng tới RRTDNO nhóm khách hàng cá nhân/ hộ gia đình, việc xác định kích thước mẫu được dựa trên các khuyến nghị của các chuyên gia về phân tích nhân tố sau đây:

(a) Hair và cộng sự (2008) cho rằng để sử dụng EFA kích thước mẫu tối thiểu phải là 50, cố gắng tối đa hóa tỷ lệ trên mỗi biến đo lường là 5:1.

(b) Steven (2002), Habing (2003) cho rằng một nhân tố được coi là tin cậy nếu nhân tố này có từ 3 biến đo lường trở lên.

(c) Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008) cho rằng số lượng quan sát (cỡ mẫu) ít nhất phải gấp 4 đến 5 lần số biến trong phân tích nhân tố.

Dựa trên các khuyến nghị đó, nghiên cứu đã xây dựng các bảng hỏi theo khuyến nghị của Steven và Habing với số lượng các biến đo lường trong 4 nhóm nhân tố thuộc mô hình các nhân tố ảnh hưởng tới RRTDNO (hình P3.1) đều lớn hơn 3 (xem bảng P3.1). Kích thước mẫu tối thiểu phải đạt được là 155 quan sát (31 x 5).

- Phương pháp thu thập và xử lý số liệu khảo sát

- Phát phiếu, thu phiếu và sàng lọc

Các phiếu khảo sát được thể hiện thông qua 3 cách: (1) Phiếu khảo sát (bản giấy) được gửi lại tại Chi nhánh giao dịch của BIDV, (2) Phiếu khảo sát (bản mềm) được gửi qua email và (3) Phiếu khảo sát điện tử được gửi qua email với sự hỗ trợ của phần mềm Google Doc. Các chủ thể được khảo sát là ban giám đốc, bộ phận kiểm soát tín dụng và nhân viên tín dụng của Hội sở, Chi nhánh và phòng giao dịch của BIDV.

Các phiếu khảo sát phản hồi được sàng lọc, loại bỏ phiếu lỗi, các phiếu thiếu đánh giá về mức độ RRCVNO (bỏ trống không trả lời các nhận định liên quan trong các biến phụ thuộc này). Những thông tin trong các phiếu khảo sát hợp lệ sẽ được đưa vào nhập liệu.

- Nhập liệu, mã hóa biến và xử lý

Mẫu nhập liệu được thiết kế dưới dạng bảng tính Ms. Excel, các biến được mã hóa theo kết cấu của phiếu khảo sát. Các thông tin cụ thể trong phiếu khảo sát được nhập liệu theo mã hóa biến với các định dạng số liệu phù hợp. Các biến số đo lường được định dạng theo thang đo Likert 5 điểm (từ 1 đến 5).

Số liệu sau đó được chuyển và xử lý bằng phần mềm thống kê SPSS 20 với các nội dung phân tích được trình bày theo thứ tự tại mục 2.3.

- Tỷ lệ phản hồi và tỷ lệ phiếu khảo sát phản hồi bị lỗi

Số phiếu phát ra bằng bản cứng là 200, thông qua email là 100. Số phiếu thu về là 340 (do việc gửi email chuyển tiếp tạo ra với 200 bản cứng và 140 bản mềm). Trong đó có 53 phiếu lỗi (chiếm 15,59%) và có 287 phiếu hợp lệ.

2.3/Phương pháp phân tích dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu được phân tích với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 20 qua các bước như sau:

(1) Kiểm định sự tin cậy thang đo các nhân tố trong mô hình: Theo Suanders và cộng sự (2007) phương pháp phổ biến nhất để kiểm định sự tin cậy thang đo nhân tố là sử dụng hệ số Cronbach Alpha. Để kiểm tra sự phù hợp của một biến quan sát trong một nhân tố cần xem xét hệ số tương quan biến tổng (Hair và cộng sự, 2006). Đây là nghiên cứu khái niệm nghiên cứu chưa được kiểm chứng qua nghiên cứu khác nên tại nghiên cứu này sử dụng tiêu chuẩn hệ số Cronbach Alpha lớn hơn 0.6 và hệ số tương quan biến tổng tối thiểu 0.3 (Nunally & Burstein, 1994).

(2) Phân tích nhân tố khám phá: Phân tích nhân tố khám phá là phương pháp rút gọn dữ liệu từ nhiều mục hỏi về ít nhân tố hơn mà vẫn phản ánh được ý nghĩa của dữ liệu (Hair và cộng sự, 2006). Một số tiêu chuẩn khi phân tích khám phá nhân tố là

hệ số KMO tối thiểu 0.5, kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ($p < 0.05$), các hệ số factor loading lớn hơn 0.5, phương sai giải thích tối thiểu bằng 50% (Hair và cộng sự, 2006). Phương pháp rút trích nhân tố sử dụng là phương pháp principal component với phép xoay varimax để thu được số nhân tố nhỏ nhất (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008)

(3) Đánh giá bằng giá trị trung bình và độ lệch chuẩn: Để đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố gây rủi ro tới RRCVNO khách hàng cá nhân, tác giả sử dụng điểm đánh giá trung bình và độ lệch chuẩn tương ứng.

(4) Phân tích tương quan: Để phân tích mối quan hệ giữa các nhân tố trong mô hình nghiên cứu, nhóm tác giả sử dụng phân tích tương quan. Phân tích tương quan sẽ cho biết về mối quan hệ có thể giữa các nhân tố nghiên cứu qua dữ liệu thu thập được.

(5) Phân tích hồi quy và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu: Để kiểm tra mối quan hệ nhân quả giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc nhóm tác giả sử dụng phân tích hồi quy. Để chắc chắn cho các kết luận các khuyết tật của mô hình cũng được xem xét (Gujarati, 2003). Các giả thuyết nghiên cứu được kiểm định ở mức ý nghĩa 5% (0.05).

3/ Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1/ Kiểm định sự tin cậy thang đo các nhân tố

Kết quả kiểm định sự tin cậy thang đo của từng nhân tố và biến phụ thuộc cho thấy hệ số Cronbach Alpha của các nhân tố đều lớn hơn 0.6 và các hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 (trừ biến NN8 có tương quan biến tổng 0.248). Do đó các nhân tố trong mô hình và biến phụ thuộc được thiết lập bằng các biến quan sát được xem là tin cậy và phù hợp (bảng P3.2)

Bảng P3.2. Kết quả kiểm định sự tin cậy thang đo các nhân tố trong mô hình

STT	Nhân tố/biến phụ thuộc	Hệ số Cronbach Alpha	Số biến quan sát	Ghi chú
1	Môi trường kinh doanh	0,812	6	
2	Năng lực ngân hàng	0,834	8	Loại NN8
3	Năng lực khách hàng	0,864	7	
4	Bên trong khoản vay	0,850	7	
5	Mức độ RRTDNO	0,695	4	

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

3.2/ Phân tích nhân tố khám phá

Kết quả phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập trong mô hình sau khi loại đi các biến quan sát có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0.5, các biến có tính chất đa hướng tải lên nhiều nhân tố thu được kết quả: Các biến quan sát hình thành 6 nhóm nhân tố (khác với mô hình lý thuyết dự kiến có 4 nhóm nhân tố), các hệ số factor loading đều lớn hơn 0.5, hệ số KMO lớn hơn 0.5 (0.677), kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ($p = 0.000 < 0.05$), phương sai giải thích lớn hơn 50% (69,178%%) (loại các biến MT6, NN5, KC3, KC4 không thỏa mãn) (bảng P3.2). Điều đó cho thấy sử dụng phân tích nhân tố khám phá với dữ liệu nghiên cứu là phù hợp.

Bảng P3.2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập

Biến quan sát	Thành phần chính					
	Factor loading					
	1	2	3	4	5	6
KC2	.784					
KC1	.763					
KC5	.705					
KC7	.668					
KC6	.591					
NN7		.854				
NN4		.777				
NN3		.752				
NN6		.698				
MT2			.819			
MT3			.775			
MT5			.679			
MT1			.677			
MT4			.560			
NC4				.865		

NC6				.769		
NC2				.701		
NC5					.905	
NC1					.853	
NC3					.709	
NC7					.626	
NN2						.760
NN1						.639
KMO	0.677					
p -value (Barlett test)	0.000					
Phương sai giải thích (%)	69.178					

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Đối với biến phụ thuộc kết quả phân tích cũng cho thấy các biến quan sát chỉ hình thành duy nhất một nhân tố, các hệ số factor loading đều lớn hơn 0.5, hệ số KMO lớn hơn 0.5 (0.735), kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ($p = 0.000 < 0.05$), phương sai giải thích lớn 50% (56,53%) (bảng P3.3). Điều đó cho thấy sử dụng phân tích nhân tố khám phá là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu, biến phụ thuộc là thang đo đơn hướng.

Bảng P3.3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá biến phụ thuộc

Biến quan sát	Thành phần chính
	Factor loading
	RRTDNO
RC2	.843
RC1	.812
RC4	.685
RC3	.649
KMO	.735
p –value (Bartlett test)	0.000
Phương sai giải thích (%)	56.530

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

3.4/ Tạo biến

Các nhóm biến độc lập:

$$KC = \text{MEAN} (KC1, KC2, KC5, KC6, KC7)$$

$$NNA = \text{MEAN} (NN3, NN4, NN6, NN7)$$

$$NNB = \text{MEAN} (NN1, NN2)$$

$$MT = \text{MEAN} (MT1, MT2, MT3, MT4, MT5)$$

$$NCA = \text{MEAN} (NC2, NC4, NC6)$$

$$NCB = \text{MEAN} (NC1, NC3, NC5, NC7)$$

Biến phụ thuộc: $RC = \text{MEAN} (RC1, RC2, RC3, RC4)$

3.5/ Mức độ rủi ro cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân và đánh giá của ngân hàng về các yếu tố gây rủi ro.

Kết quả phân tích từ dữ liệu thu được cho thấy điểm đánh giá về các yếu tố gây rủi ro có sự chênh lệch giữa các nhân tố. Điểm đánh giá cao nhất thuộc về nhân tố KC ($\mu = 3.5575$; $SD = 0.59250$) và thấp nhất ở nhân tố NCA ($\mu = 2.8850$, $SD = 0.72818$); mức độ RRTDNO đạt mức trên trung bình ($\mu = 3.6176$, $SD = 0.50424$) (bảng P3.4).

Bảng P3.4. Kết quả đánh giá yếu tố gây RRCVNO và mức độ RRCVNO

Biến nghiên cứu	Trung bình (μ)	Độ lệch chuẩn (SD)
NNA	3.3528	.65404
NNB	3.4686	.71746
NCA	2.8850	.72818
NCB	3.0026	1.02854
KC	3.5575	.59250
RC	3.6176	.50424

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

3.5/ Phân tích tương quan

Kết quả phân tích tương quan giữa các biến nghiên cứu cho thấy RRCVNO của khách hàng cá nhân (RC) có tương quan với tất cả các biến khác (bảng P3.5). Do đó có thể thấy trong thực tế các biến này có mối quan hệ tới nhau. Mặt khác ta cũng thấy giữa các biến độc lập trong mô hình cũng có tương quan với nhau. Vì vậy phân tích

hồi quy có thể xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến (Gujarati, 2003) cần được xem xét trước khi kết luận về các kết quả thu được.

Bảng P3.5. Ma trận tương quan giữa các biến nghiên cứu

	NNA	NNB	MT	KC	NCA	NCB	RC
NNA	1						
NNB	.435**	1					
MT	.310**	.252**	1				
KC	.373**	.434**	.538**	1			
NCA	-.037	.041	-.069	-.119*	1		
NCB	-.083	.009	-.004	.005	.559**	1	
RC	.587**	.332**	.448**	.684**	.300**	.275**	1

** . Mức ý nghĩa 0.001(kiểm định hai phía).

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

3. 6/ Phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Để kiểm định các giả thuyết, nghiên cứu sử dụng phân tích hồi quy tuyến tính bội bằng phương pháp tổng bình phương nhỏ nhất (OLS). Kết quả thu được như sau (bảng P3.6):

Bảng P3.6. Kết quả phân tích hồi quy

	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	p - value	Thống kê đa cộng tuyến	R ² hiệu chỉnh	F	p -value (F)
	B	Sai số chuẩn	Beta			VIF			
Hệ số chặn	.049	.128		.384	.701		.765	156.317	0.000
NNA	.334	.026	.434	13.071	.000	1.341			
NNB	-.101	.024	-.143	-4.229	.000	1.398			

	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	p - value	Thống kê đa cộng tuyến	R ² hiệu chỉnh	F	p -value (F)
	B	Sai số chuẩn	Beta			VIF			
MT	.046	.029	.053	1.554	.121	1.436			
KC	.506	.032	.594	15.901	.000	1.701			
NCA	.224	.024	.324	9.197	.000	1.510			
NCB	.063	.017	.129	3.682	.000	1.487			

Biến phụ thuộc: RC

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Ghi chú: Các khuyết tật của mô hình ước lượng bằng phương pháp OLS đã được kiểm tra không có ảnh hưởng tới kết quả.

Từ bảng P3.6 cho thấy kiểm định F có ý nghĩa thống kê ($p = 0.000 < 0.05$) chứng tỏ rằng có tối thiểu một biến nghiên cứu trong mô hình có ảnh hưởng tới biến phụ thuộc ($\sum \beta_j^2 \neq 0$). Hệ số R² hiệu chỉnh = 0.765 cho thấy các biến độc lập giải thích được 76.5% sự biến thiên của biến phụ thuộc (RC). Nhân tử phóng đại phương sai (VIF) khá nhỏ (lớn nhất với biến KC là 1.701 nhỏ hơn 2) cho thấy hiện tượng đa cộng tuyến không ảnh hưởng tới kết quả ước lượng.

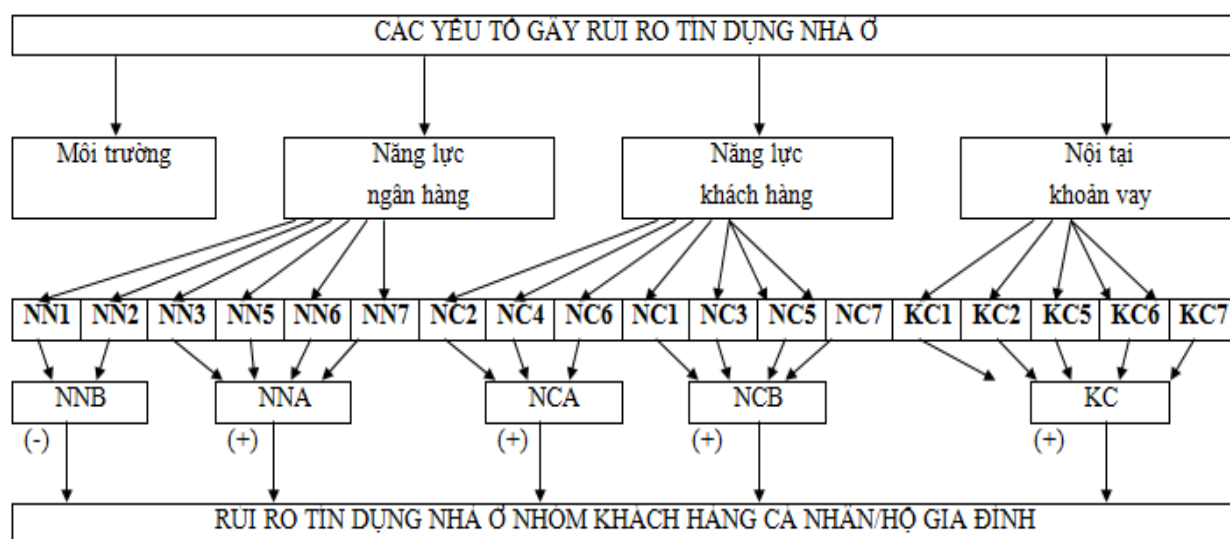
Phương trình hồi quy mẫu có thể được viết như sau:

$$RC = 0.049 + 0.334NNA - 0.101NNB + 0.506KC + 0.224NCA + 0.063NCB.$$

Các hệ số p – value của thống kê t tương ứng với các biến độc lập đều nhỏ hơn 0.05 (trừ biến MT = 0.121 → loại). Điều đó cho thấy tất cả các biến độc lập (trừ biến MT) đều có ảnh hưởng tới biến phụ thuộc, trong đó biến NNB có ảnh hưởng ngược chiều tới biến phụ thuộc ($\beta = -0.101 < 0$). Như vậy ta **chấp nhận các giả thuyết H3, H4** và **bác bỏ giả thuyết H1, H2** ở mức ý nghĩa 5%.

Mô hình tác động của các nhân tố tới RRTDNO được khái quát lại như sau (hình P3.2).

Hình P3.2. Mô hình tác động của các nhân tố tới RRTDNO đối với khách hàng cá nhân/hộ gia đình



3. 7/ Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy về mức độ RRCVNO nhóm khách hàng cá nhân theo đánh giá của BIDV là ở mức trên trung bình, độ lệch chuẩn thấp cho thấy có sự tương đồng trong nhận định giữa các địa bàn hoạt động của ngân hàng. Các nhân tố về năng lực ngân hàng, nội tại khoản vay và năng lực khách hàng đều được BIDV đánh giá ở mức trung bình. Điều này cũng phù hợp với hiện trạng hiện nay của các khoản vay nhà ở của khách hàng cá nhân/hộ gia đình. Tuy nhiên nhân tố NCA được đánh giá ở mức dưới trung bình (<3 điểm). Điều này cũng khá dễ hiểu bởi nhân tố này đại diện cho nhóm 3 nhân tố NC2 (mức thu nhập), NC4 (phát sinh nhiều khoản nợ trong cùng thời gian vay vốn) và NC6 (mức chi tiêu cho sinh hoạt lớn) là các nhân tố đang chi phối rất mạnh tới khách hàng cá nhân khi thực hiện các món vay để đầu tư vào nhà ở. Theo đó, mức thu nhập thực tế của cá nhân trong thời gian qua có khuynh hướng giảm mạnh và rõ rệt; khiến suy giảm khả năng thanh toán và dễ dàng thấy họ có động thái tăng các khoản vay nợ; giá cả gia tăng trong khi thu nhập thực giảm khiến mức chi tiêu cho sinh hoạt lớn, nhất là ở các thành phố lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh. Thêm vào đó, việc khảo sát được thực hiện chủ yếu ở Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh (nơi có mức giá cả sinh hoạt đắt đỏ của Việt Nam) nên đã phản ánh rõ điều này.

Về mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới RRCVNO cho thấy ảnh hưởng lớn nhất thuộc về nhân tố KC, tiếp theo là nhân tố NNA, NCA, NNB và cuối cùng là NCB. Theo đó, các nhân tố KC, NNA, NCA và NCB có tác động cùng chiều tới RRCVNO. Còn nhân tố NNB có tác động ngược chiều tới RRCVNO, điều này là hoàn toàn hợp lý.

Mặc dù nghiên cứu này đã đạt được mục tiêu đề ra là đánh giá được những nhân tố chính ảnh hưởng tới RRCVNO nhóm khách hàng cá nhân/hộ gia đình và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới RRCVNO như thế nào. Tuy nhiên nghiên cứu cũng còn những hạn chế nhất định như: quy mô mẫu còn nhỏ, không thu thập được mẫu đánh giá trên phạm vi cả nước mà chỉ tập trung chủ yếu ở các thành phố như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Quảng Ninh, Huế, Đà Nẵng và Quảng Ngãi. Điều này là những khoảng trống cần được nghiên cứu tiếp.

PHỤ LỤC 4**MẪU:****PHIẾU KHẢO SÁT CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CHO VAY ĐÁP ỨNG NHU CẦU NHÀ Ở CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP ĐẦU TƯ VÀ PHÁT TRIỂN VIỆT NAM**

Xin chào Ông / Bà!

Tôi là Nguyễn Minh Thảo, nghiên cứu sinh của trường Đại học Thương mại. Hiện nay tôi đang thực hiện một nghiên cứu về chất lượng dịch vụ cho vay đáp ứng nhu cầu nhà ở tại ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam - BIDV. Để hoàn thành nghiên cứu này tôi cần sự giúp đỡ của Ông / Bà - là những người đã, đang và sẽ sử dụng các dịch vụ tài chính ngân hàng bằng cách trả lời giúp tôi những câu hỏi ở dưới đây.

Mọi ý kiến của Ông/Bà đều có giá trị cho nghiên cứu của tôi và tôi xin cam đoan chỉ sử dụng thông tin phục vụ cho đào tạo. Các thông tin cá nhân của ông (bà) sẽ được xử lý bằng các phương pháp thống kê mà không thể hiện trong bài viết. Nếu Ông/Bà có thắc mắc nào về nghiên cứu này xin vui lòng liên hệ với tôi qua email: minhthaodhtm@gmail.com.

Rất mong nhận được sự giúp đỡ của Ông/Bà!

NỘI DUNG CÂU HỎI

I/ Chất lượng của dịch vụ cho vay nhà ở đối với cá nhân tại BIDV

Dưới đây là các tiêu chí đánh giá chất lượng cho vay nhà ở đối với cá nhân tại BIDV mà ông (bà) đã/đang/dự định giao dịch. Ông (Bà) vui lòng khoanh tròn vào các mức độ đồng ý của mình với các phát biểu (điểm càng cao, mức độ đồng ý càng lớn). Trong đó:

1- Hoàn toàn không đồng ý; 2- Không đồng ý; 3- Bình thường (trung lập); 4 – Đồng ý; 5- Hoàn toàn đồng ý

Code	Nội dung câu hỏi	Mức độ đồng ý				
Tiêu chí 1: Nhóm sơ sở vật chất hữu hình						
VC1	Ngân hàng được trang bị thiết bị hiện đại phục vụ hoạt động	1	2	3	4	5
VC2	Cơ sở vật chất (điểm giao dịch) của NH hấp dẫn với bạn	1	2	3	4	5

Code	Nội dung câu hỏi	Mức độ đồng ý				
		1	2	3	4	5
VC3	Nhân viên của NH có trang phục gọn gàng, lịch sự	1	2	3	4	5
VC4	Các phương tiện vật chất trong hoạt động rất hấp dẫn bạn	1	2	3	4	5
VC5	Ngân hàng có thời gian giao dịch thuận tiện	1	2	3	4	5
Tiêu chí 2: Nhóm mức độ tin cậy						
TC1	NH cam kết thực hiện 100% các chương trình tín dụng	1	2	3	4	5
TC2	NH luôn thực hiện hỗ trợ khách hàng khi khách hàng gặp vấn đề trong hoạt động tín dụng với NH.	1	2	3	4	5
TC3	NH thực hiện dịch vụ đúng ngay từ lần đầu với khách hàng	1	2	3	4	5
TC4	NH cam kết giải ngân 100% với khách hàng đủ điều kiện	1	2	3	4	5
TC5	NH thông báo cho bạn ngay khi dịch vụ được thực hiện	1	2	3	4	5
Tiêu chí 3: Nhóm mức độ đáp ứng						
DU1	Nhân viên NH phục vụ bạn nhanh chóng, đúng hạn	1	2	3	4	5
DU2	Nhân viên NH luôn sẵn sàng giúp đỡ bạn	1	2	3	4	5
DU3	Nhân viên NH không bao giờ tỏ ra bận rộn để từ chối bạn	1	2	3	4	5
Tiêu chí 4: Nhóm năng lực phục vụ						
PV1	Hành vi của nhân viên NH ngày càng tạo ra sự tin tưởng và an tâm đối với bạn	1	2	3	4	5
PV2	Bạn cảm thấy an toàn khi thực hiện giao dịch với NH	1	2	3	4	5
PV3	Nhân viên NH luôn lịch sự, nhã nhặn	1	2	3	4	5
PV4	Nhân viên NH đủ kiến thức để trả lời các câu hỏi của bạn	1	2	3	4	5
Tiêu chí 5: Nhóm mức độ đồng cảm						
DC1	Ngân hàng luôn quan tâm tới bạn	1	2	3	4	5

Code	Nội dung câu hỏi	Mức độ đồng ý				
		1	2	3	4	5
DC2	NH có những nhân viên quan tâm tới bạn	1	2	3	4	5
DC3	NH thể hiện sự chú ý đặc biệt đến những quan tâm lớn nhất của bạn	1	2	3	4	5
DC4	Nhân viên của NH hiểu được những nhu cầu đặc biệt của bạn	1	2	3	4	5

II/ Đánh giá mức độ hài lòng chung

Ông (Bà) vui lòng khoanh tròn vào các mức độ đồng ý của mình với các phát biểu (điểm càng cao, mức độ đồng ý càng lớn). Trong đó:

1- Hoàn toàn không đồng ý; 2- Không đồng ý; 3- Bình thường (trung lập); 4 – Đồng ý; 5- Hoàn toàn đồng ý

Code	Nội dung câu hỏi	Mức độ đồng ý				
		1	2	3	4	5
HL1	Nói chung, tôi thỏa mãn nhu cầu tín dụng khi giao dịch với NH	1	2	3	4	5
HL2	Tôi sẽ tiếp tục thực hiện các giao dịch tín dụng với NH khi có nhu cầu	1	2	3	4	5
HL3	Tôi sẽ giới thiệu hoạt động cho vay với các bạn bè, người thân và mọi người xung quanh	1	2	3	4	5
HL4	Tôi hài lòng về chất lượng dịch vụ của NH	1	2	3	4	5

III/ Thông tin cá nhân

Xin vui lòng cho biết thông tin của Ông/ Bà:

1. Giới tính:Nam/.....Nữ

2. Tuổi:

Dưới 24 24 – 30 31-35 36-45 46-55 56-60
trên60

3. Địa chỉ công tác

<input type="checkbox"/> Chưa đi làm	<input type="checkbox"/> Doanh nghiệp
<input type="checkbox"/> Trường THCN, Cao đẳng, Đại học	<input type="checkbox"/> Đơn vị lực lượng vũ trang
<input type="checkbox"/> Bệnh viện, Trường phổ thông	<input type="checkbox"/> Hộ gia đình kinh doanh nhỏ
<input type="checkbox"/> Cơ quan quản lý nhà nước	<input type="checkbox"/> khác:.....

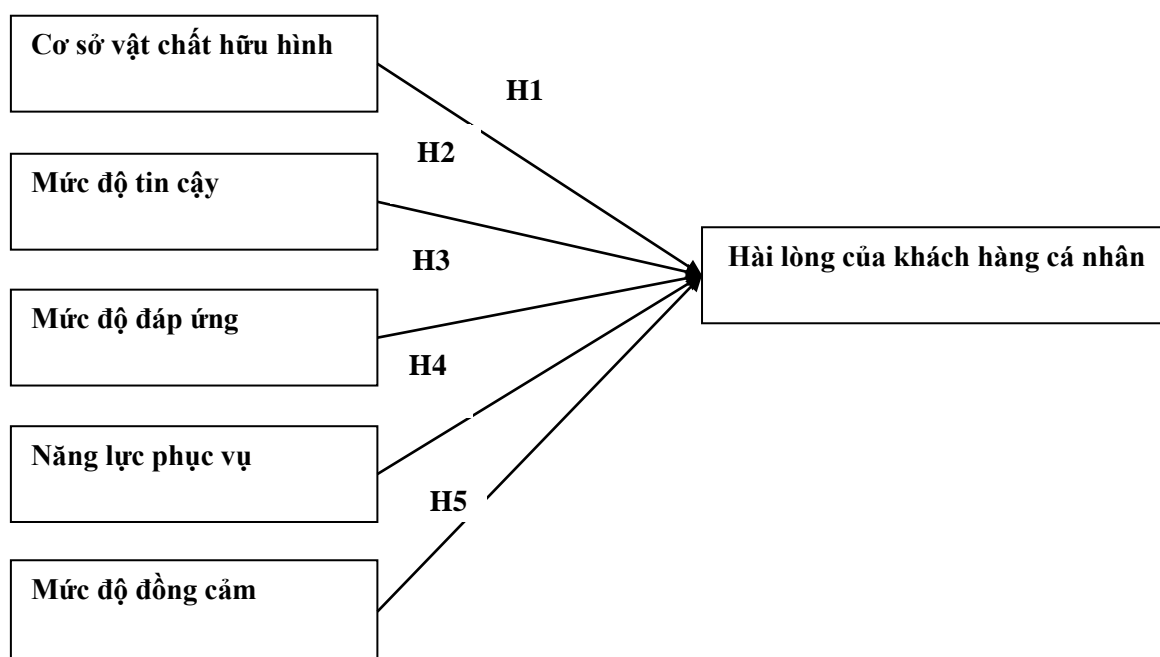
Chân thành cảm ơn Ông/Bà đã dành thời gian hỗ trợ NCS!

Kết quả nghiên cứu phân tích các tiêu chí đánh giá chất lượng và ảnh hưởng của các tiêu chí này đến sự hài lòng của cá nhân có hoạt động vay vốn đáp ứng nhu cầu nhà ở của cá nhân tại BIDV

4/ Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Như đã trình bày khái quát tại chương 2 của Luận án, việc một ngân hàng muốn phát triển một hoạt động của mình cần phải lưu tâm tới việc đánh giá chất lượng dịch vụ mà ngân hàng đó cung cấp, bởi ngân hàng là đơn vị cung cấp một loạt các dịch vụ tài chính. Việc đánh giá này cũng giúp ngân hàng tìm ra lời giải thích khách quan về lý do tại sao thực trạng phát triển hoạt động kinh doanh của mình còn hạn chế. Trong nghiên cứu có khá nhiều bước tiến về mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ, song với thực tế nước ta thì sử dụng mô hình SERVQUAL của Parasuraman là phù hợp. Chính vì vậy, khi nghiên cứu phân tích đánh giá chất lượng dịch vụ CVNO đối với KH cá nhân, đề tài sử dụng mô hình này.

Theo nghiên cứu của Parasuraman: “Chất lượng dịch vụ là khoảng cách giữa kỳ vọng của khách hàng về dịch vụ mà họ sử dụng với cảm nhận thực tế về dịch vụ mà họ thụ hưởng”. Do đó khi đánh giá Chất lượng CVNO của một NHTM, nhà nghiên cứu sẽ sử dụng mô hình SERVQUAL để xem xét tác động của các tiêu chí đánh giá chất lượng hoạt động CVNO khách hàng cá nhân tới sự hài lòng của khách hàng cá nhân vay vốn tại ngân hàng. Mô hình nghiên cứu xem xét ảnh hưởng của 5 nhóm tiêu chí : (1) vật chất, (2) tin cậy, (3) đáp ứng, (4) đảm bảo và (5) đồng cảm [42]. Mô hình nghiên cứu được đề xuất như sau:



Hình p4.1. Mô hình nghiên cứu các tiêu chí chất lượng cho vay nhà ở theo SERVQUAL

Giả thuyết nghiên cứu:

Tiêu chí 1: Cơ sở vật chất hữu hình

Đo lường mức độ hấp dẫn, hiện đại của các trang thiết bị vật chất mà NHTM đó sử dụng, thời gian phục vụ khách hàng, hình ảnh nhân viên ngân hàng thông qua trang phục khi giao dịch với khách hàng. Khi hình ảnh vật chất của ngân hàng mà khách hàng cảm nhận thấy sự chuyên nghiệp và tính hiện đại trong kinh doanh, sẽ khiến khách hàng hài lòng và tin tưởng khi giao dịch với ngân hàng hơn. Vì vậy nghiên cứu đưa ra giả thuyết:

H1: Tiêu chí về cơ sở vật chất hữu hình có tác động dương tới sự hài lòng của khách hàng cá nhân.

Tiêu chí 2: Mức độ tin cậy

Đo lường mức độ thực hiện các chương trình cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của ngân hàng, bao gồm các cam kết về thực hiện chương trình CVNO, hỗ trợ khách hàng, chất lượng hoạt động giải ngân khoản vay. Mức độ tin cậy của khách hàng tốt sẽ dẫn đến sự hài lòng của khách hàng càng cao. Vì vậy nghiên cứu này đưa ra giả thuyết:

H2: Tiêu chí về mức độ tin cậy có tác động dương tới sự hài lòng của khách hàng cá nhân.

Tiêu chí 3: Mức độ đáp ứng

Đo lường khả năng thực hiện các dịch vụ cho vay nhà ở kịp thời và đúng hạn, bao gồm tính kịp thời trong phục vụ khách hàng vay vốn, sự nhiệt tình của nhân viên trong giao tiếp với khách hàng. Khi mức độ đáp ứng của ngân hàng càng cao thì sự hài lòng của khách hàng càng tăng. Vì vậy nghiên cứu này đưa ra giả thuyết:

H3: Tiêu chí về mức độ đáp ứng có tác động dương tới sự hài lòng của khách hàng cá nhân.

Tiêu chí 4: Năng lực phục vụ

Đo lường khả năng tạo sự tin tưởng và an tâm của ngân hàng với khách hàng, thông qua các đánh giá cảm nhận hành vi của nhân viên ngân hàng từ khách hàng. Nếu năng lực phục vụ của ngân hàng càng tốt thì sự hài lòng của khách hàng càng tăng. Vì vậy nghiên cứu này đưa ra giả thuyết:

H4: Tiêu chí về năng lực phục vụ có tác động dương tới sự hài lòng của khách hàng cá nhân.

Tiêu chí 5: Mức độ đồng cảm

Đo lường khả năng quan tâm, thông cảm và chăm sóc tới từng cá nhân khác hàng, bao gồm các đánh giá về mức độ chăm sóc tổng quát (chung) từ ngân hàng và sự quan tâm của nhân viên tín dụng với mỗi khách hàng, mỗi nhu cầu riêng của khách hàng. Khi mức độ đồng cảm của ngân hàng với khách hàng càng lớn, có nghĩa ngân hàng hiểu và chia sẻ được với khách hàng càng cao thì sự hài lòng của khách hàng càng tăng. Vì vậy nghiên cứu này đưa ra giả thuyết:

H4: Tiêu chí về mức độ đồng cảm có tác động dương tới sự hài lòng của khách hàng cá nhân.

2/ Phương pháp nghiên cứu**2.1/ Phát triển bảng hỏi và lựa chọn thang đo**

Các biến quan sát trong từng nhân tố của mô hình nghiên cứu được xây dựng dựa trên tham khảo mô hình SERVQUAL của Parasuraman [56]. Tác giả có sử dụng việc thảo luận nhóm với các giảng viên khoa Tài chính – Ngân hàng (trường Đại học Thương mại) và lãnh đạo một số chi nhánh giao dịch của BIDV để đánh giá tính phù hợp của bảng câu hỏi trước khi điều tra diện rộng. Thang đo đánh giá các biến quan sát được lựa chọn là thang đo Likert 5 điểm. Nội dung các biến quan sát trong từng nhân tố và biến phụ thuộc sau điều chỉnh như sau:

Bảng p4.1. Các biến quan sát

Mã biến	Nội dung
Tiêu chí 1: Cơ sở vật chất hữu hình	
VC1	Ngân hàng được trang bị thiết bị hiện đại phục vụ hoạt động
VC2	Cơ sở vật chất (điểm giao dịch) của NH hấp dẫn với bạn
VC3	Nhân viên của NH có trang phục gọn gàng, lịch sự
VC4	Các phương tiện vật chất trong hoạt động rất hấp dẫn bạn
VC5	Ngân hàng có thời gian giao dịch thuận tiện
Tiêu chí 2: Mức độ tin cậy	
TC1	NH cam kết thực hiện 100% các chương trình tín dụng
TC2	NH luôn thực hiện hỗ trợ khách hàng khi khách hàng gặp vấn đề trong hoạt động tín dụng với NH.
TC3	NH thực hiện dịch vụ đúng ngay từ lần đầu với khách hàng
TC4	NH cam kết giải ngân 100% với khách hàng đủ điều kiện
TC5	NH thông báo cho bạn ngay khi dịch vụ được thực hiện
Tiêu chí 3: Mức độ đáp ứng	
DU1	Nhân viên NH phục vụ bạn nhanh chóng, đúng hạn
DU2	Nhân viên NH luôn sẵn sàng giúp đỡ bạn
DU3	Nhân viên NH không bao giờ tỏ ra bận rộn để từ chối bạn
Tiêu chí 4: Năng lực phục vụ	
PV1	Hành vi của nhân viên NH ngày càng tạo ra sự tin tưởng và an tâm đối với bạn
PV2	Bạn cảm thấy an toàn khi thực hiện giao dịch với NH
PV3	Nhân viên NH luôn lịch sự, nhã nhặn
PV4	Nhân viên NH đủ kiến thức để trả lời các câu hỏi của bạn
Tiêu chí 5: Mức độ đồng cảm	
DC1	Ngân hàng luôn quan tâm tới bạn

Mã biến	Nội dung
DC2	NH có những nhân viên quan tâm tới bạn
DC3	NH thể hiện sự chú ý đặc biệt đến những quan tâm lớn nhất của bạn
DC4	Nhân viên của NH hiểu được những nhu cầu đặc biệt của bạn
Sự hài lòng của khách hàng cá nhân vay vốn ngân hàng để phát triển nhà ở	
HL1	Nói chung, tôi thỏa mãn nhu cầu tín dụng khi giao dịch với NH
HL2	Tôi sẽ tiếp tục thực hiện các giao dịch tín dụng với NH khi có nhu cầu
HL3	Tôi sẽ giới thiệu hoạt động cho vay với các bạn bè, người thân và mọi người xung quanh
HL4	Tôi hài lòng về chất lượng dịch vụ của NH

2.2/ Tổng thể, mẫu nghiên cứu và phương pháp thu thập dữ liệu

- Tổng thể và mẫu nghiên cứu

Tổng thể nghiên cứu là các khách hàng cá nhân của BIDV có thực hiện hoạt động vay vốn để phát triển nhà ở cho mình. Mẫu nghiên cứu được rút ra từ tổng thể nghiên cứu này. Để sử dụng phân tích khám phá (EFA) chúng ta cần kích thước mẫu lớn, nhưng việc xác định kích thước mẫu phù hợp là việc phức tạp. Các nhà nghiên cứu thường dựa theo kinh nghiệm. Trong EFA, kích thước mẫu thường được xác định dựa vào “kích thước tối thiểu” và “số lượng biến đo lường đưa vào phân tích”. Chính vì thế khi nghiên cứu các tiêu chí chất lượng theo mô hình SERVQUAL, việc xác định kích thước mẫu được dựa trên các khuyến nghị của các chuyên gia về phân tích nhân tố sau đây:

- (a) Hair và cộng sự (2008) cho rằng để sử dụng EFA kích thước mẫu tối thiểu phải là 50, cố gắng tối đa hóa tỷ lệ trên mỗi biến đo lường là 5:1.
- (b) Steven (2002), Habing (2003) cho rằng một nhân tố được coi là tin cậy nếu nhân tố này có từ 3 biến đo lường trở lên.
- (c) Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008) cho rằng số lượng quan sát (cỡ mẫu) ít nhất phải gấp 4 đến 5 lần số biến trong phân tích nhân tố.

Dựa trên các khuyến nghị đó, nghiên cứu đã xây dựng các bảng hỏi theo khuyến nghị của Steven và Habing với số lượng các biến đo lường trong 5 nhóm tiêu chí thuộc mô hình SERVQUAL (hình P4.1) đều lớn hơn 3 (xem bảng P4.1). Kích thước mẫu tối thiểu phải đạt được là 125 quan sát (25 x 5).

- Phương pháp thu thập và xử lý số liệu khảo sát

- Phát phiếu, thu phiếu và sàng lọc

Các phiếu khảo sát được thể hiện thông qua 3 cách: (1) Phiếu khảo sát (bản giấy) được gửi lại tại Chi nhánh giao dịch của BIDV, (2) Phiếu khảo sát (bản mềm) được gửi qua email của khách hàng và (3) Phiếu khảo sát điện tử được gửi qua email với sự hỗ trợ của phần mềm Google Doc. Các chủ thể được khảo sát là khách hàng cá nhân có hoạt động tín dụng nhà ở với BIDV.

Các phiếu khảo sát phản hồi được sàng lọc, loại bỏ phiếu lỗi, các phiếu thiếu đánh giá chất lượng dịch vụ (bỏ trống không trả lời các nhận định liên quan trong các biến phụ thuộc này). Những thông tin trong các phiếu khảo sát hợp lệ sẽ được đưa vào nhập liệu.

- Nhập liệu, mã hóa biến và xử lý

Mẫu nhập liệu được thiết kế dưới dạng bảng tính Ms. Excel, các biến được mã hóa theo kết cấu của phiếu khảo sát. Các thông tin cụ thể trong phiếu khảo sát được nhập liệu theo mã hóa biến với các định dạng số liệu phù hợp. Các biến số đo lường được định dạng theo thang đo Likert 5 điểm (từ 1 đến 5).

Số liệu sau đó được chuyển và xử lý bằng phần mềm thống kê SPSS 20 với các nội dung phân tích được trình bày theo thứ tự tại mục 3.

- Tỷ lệ phản hồi và tỷ lệ phiếu khảo sát phản hồi bị lỗi

Số phiếu phát ra bằng bản cứng là 140, thông qua email là 20. Số phiếu thu về là 180 (với 140 bản cứng và 40 bản mềm, phần gia tăng của bản mềm do việc chuyển tiếp email). Trong đó có 40 phiếu lỗi (chiếm 22,22%) và có 140 phiếu hợp lệ.

2.3/Phương pháp phân tích dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu được phân tích với sự hỗ trợ của phần mềm SPSS 20 qua các bước như sau:

(1) Kiểm định sự tin cậy thang đo các nhân tố trong mô hình: Theo Suanders và cộng sự (2007) phương pháp phổ biến nhất để kiểm định sự tin cậy thang đo nhân tố là sử dụng hệ số Cronbach Alpha. Để kiểm tra sự phù hợp của một biến quan sát trong một nhân tố cần xem xét hệ số tương quan biến tổng (Hair và cộng sự, 2006). Đây là nghiên cứu khái niệm nghiên cứu chưa được kiểm chứng qua nghiên cứu khác nên tại nghiên cứu này sử dụng tiêu chuẩn hệ số Cronbach Alpha lớn hơn 0.6 và hệ số tương quan biến tổng tối thiểu 0.3 (Nunally & Burstein, 1994).

(2) Phân tích nhân tố khám phá: Phân tích nhân tố khám phá là phương pháp rút gọn dữ liệu từ nhiều mục hỏi về ít nhân tố hơn mà vẫn phản ánh được ý nghĩa của dữ liệu (Hair và cộng sự, 2006). Một số tiêu chuẩn khi phân tích khám phá nhân tố là hệ số

KMO tối thiểu 0.5, kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ($p < 0.05$), các hệ số factor loading lớn hơn 0.5, phương sai giải thích tối thiểu bằng 50% (Hair và cộng sự, 2006). Phương pháp rút trích nhân tố sử dụng là phương pháp principal component với phép xoay varimax để thu được số nhân tố nhỏ nhất (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008)

(3) Đánh giá bằng giá trị trung bình và độ lệch chuẩn: Để đánh giá mức độ cảm nhận của khách hàng cá nhân với các tiêu chí đo lường chất lượng dịch vụ CVNO của BIDV và mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân, tác giả sử dụng điểm đánh giá trung bình và độ lệch chuẩn tương ứng.

(4) Phân tích tương quan: Để phân tích mối quan hệ giữa các nhân tố trong mô hình nghiên cứu, nhóm tác giả sử dụng phân tích tương quan. Phân tích tương quan sẽ cho biết về mối quan hệ có thể giữa các nhân tố nghiên cứu qua dữ liệu thu thập được.

(5) Phân tích hồi quy và kiểm định các giả thuyết nghiên cứu: Để kiểm tra mối quan hệ nhân quả giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc nhóm tác giả sử dụng phân tích hồi quy. Để chắc chắn cho các kết luận các khuyết tật của mô hình cũng được xem xét (Gujarati, 2003). Các giả thuyết nghiên cứu được kiểm định ở mức ý nghĩa 5% (0.05).

3/ Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1/ Kiểm định sự tin cậy thang đo các nhân tố

Kết quả kiểm định sự tin cậy thang đo của từng nhân tố và biến phụ thuộc cho thấy hệ số Cronbach Alpha của các nhân tố đều lớn hơn 0.6 và các hệ số tương quan biến tổng lớn hơn 0.3 (trừ biến NN8 có tương quan biến tổng 0.248). Do đó các nhân tố trong mô hình và biến phụ thuộc được thiết lập bằng các biến quan sát được xem là tin cậy và phù hợp (bảng P4.2)

Bảng P4.2. Kết quả kiểm định sự tin cậy thang đo các nhân tố trong mô hình

STT	Nhân tố/biến phụ thuộc	Hệ số Cronbach Alpha	Số biến quan sát	Ghi chú
1	Cơ sở vật chất hữu hình	0,687	5	Loại VC3
2	Mức độ tin cậy	0,849	5	
3	Mức độ đáp ứng	0,657	3	Loại DU1
4	Năng lực phục vụ	0,837	4	
5	Mức độ đồng cảm	0,807	4	
6	Sự hài lòng của KH cá nhân	0,785	4	

Nguồn: Kết quả phân tích SPSS

3.2/ Phân tích nhân tố khám phá

Kết quả phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập trong mô hình sau khi loại đi các biến quan sát có hệ số tải nhân tố nhỏ hơn 0.5, các biến có tính chất đa hướng tải lên nhiều nhân tố thu được kết quả: Các biến quan sát hình thành 4 nhóm nhân tố (khác với mô hình lý thuyết dự kiến có 5 nhóm nhân tố), các hệ số factor loading đều lớn hơn 0.5, hệ số KMO lớn hơn 0.5 (0.919), kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ($p = 0.000 < 0.05$), phương sai giải thích lớn hơn 50% (65,038%%) (loại tiếp biến DU2 không thỏa mãn) (bảng 3.7). Điều đó cho thấy sử dụng phân tích nhân tố khám phá với dữ liệu nghiên cứu là phù hợp.

Bảng P4.3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá các biến độc lập

Biến quan sát	Thành phần chính			
	Factor loading			
	1	2	3	4
TC3	.779			
TC1	.743			
PV2	.726			
TC5	.690			
TC4	.684			
TC2	.667			
PV4	.652			
VC1	.575			
DC4		.790		
DC2		.785		
DC1		.731		
DC3		.730		
PV3		.561		
PV1		.541		
VC4			.835	

Biến quan sát	Thành phần chính			
	Factor loading			
	1	2	3	4
DU3			.626	
VC2			.614	
VC5				.797
KMO	0.919			
p -value (Barlett test)	0.000			
Phương sai giải thích (%)	65.038			

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Đối với biến phụ thuộc kết quả phân tích cũng cho thấy các biến quan sát chỉ hình thành duy nhất một nhân tố, các hệ số factor loading đều lớn hơn 0.5, hệ số KMO lớn hơn 0.5 (0.778), kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê ($p = 0.000 < 0.05$), phương sai giải thích lớn 50% (61,154%) (bảng P4.3). Điều đó cho thấy sử dụng phân tích nhân tố khám phá là phù hợp với dữ liệu nghiên cứu, biến phụ thuộc là thang đo đơn hướng.

Bảng P4.4. Kết quả phân tích nhân tố khám phá biến phụ thuộc

Biến quan sát	Thành phần chính	
	Factor loading	
	Hài lòng của khách hàng cá nhân	
HL4	.808	
HL3	.793	
HL1	.780	
HL2	.746	
KMO	.778	
p -value (Bartlett test)	0.000	
Phương sai giải thích (%)	61.154	

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

3.3/ Tạo biến

Các nhóm biến độc lập:

$$TC = \text{MEAN}(TC3, TC1, PV2, TC5, TC4, TC2, PV4, VC1).$$

$$DC = \text{MEAN}(DC4, DC2, DC1, DC3, PV3, PV1).$$

$$NL = \text{MEAN}(VC4, DU3, VC2).$$

$$TG = VC5.$$

Biến phụ thuộc: $HL = \text{MEAN}(HL1, HL2, HL3, HL4).$

3.4/ Mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân vay vốn hình thành nhà ở và đánh giá của khách hàng cá nhân về các tiêu chí chất lượng dịch vụ cho vay nhà ở của BIDV

Kết quả phân tích từ dữ liệu thu được cho thấy điểm đánh giá về các tiêu chí chất lượng dịch vụ cho vay nhà ở có sự chênh lệch không nhiều giữa các nhân tố. Điểm đánh giá cao nhất thuộc về nhân tố TG (thời gian giao dịch) ($\mu = 3.2$; $SD = 0.83278$) và thấp nhất ở nhân tố DC (đồng cảm) ($\mu = 3.0738$, $SD = 0.70179$); mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân với dịch vụ cho vay nhà ở mà BIDV đạt mức khá ($\mu = 3.1411$, $SD = 0.59616$) (bảng P4.5).

Bảng P4.5. Kết quả đánh giá các tiêu chí chất lượng dịch vụ CVNO và mức độ hài lòng của khách hàng cá nhân

Biến nghiên cứu	Trung bình (μ)	Độ lệch chuẩn (SD)
TC	3.3223	.67524
DC	3.0738	.70179
NL	3.1238	.65620
TG	3.2000	.83278
HL	3.1411	.59616

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

3.5/ Phân tích tương quan

Kết quả phân tích tương quan giữa các biến nghiên cứu cho thấy sự hài lòng của khách hàng cá nhân (HL) có tương quan với tất cả các biến khác (bảng 3.10). Do đó có thể thấy trong thực tế các biến này có mối quan hệ tới nhau. Mặt khác ta cũng thấy

giữa các biến độc lập trong mô hình cũng có tương quan với nhau. Vì vậy phân tích hồi quy có thể xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến (Gujarati, 2003) cần được xem xét trước khi kết luận về các kết quả thu được.

Bảng P4.6. Ma trận tương quan giữa các biến nghiên cứu

	TC	DC	NL	TG	HL
TC	1				
DC	.691**	1			
NL	.490**	.611**	1		
TG	.257**	.301**	.367**	1	
HL	.674**	.673**	.475**	.236**	1

** . Mức ý nghĩa 0.001(kiểm định hai phía).

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

3.6/ Phân tích hồi quy và kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Để kiểm định các giả thuyết, nghiên cứu sử dụng phân tích hồi quy tuyến tính bội bằng phương pháp tổng bình phương nhỏ nhất (OLS). Kết quả thu được như sau (bảng P4.7):

Bảng P4.7. Kết quả phân tích hồi quy

	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	p - value	Thống kê đa cộng tuyến	R ²	F	p -value (F)
	B	Sai số chuẩn	Beta			VIF			
Hệ số chặn	.864	.210		4.108	.000		.539	39.434	0.000
TC	.345	.072	.391	4.797	.000	1.944			
DC	.312	.076	.367	4.089	.000	1.362			
NL	.052	.070	.057	.747	.456	1.714			
TG	.003	.045	.004	.067	.947	1.170			

Biến phụ thuộc: HL

Nguồn: Kết quả phân tích từ SPSS

Ghi chú: Các khuyết tật của mô hình ước lượng bằng phương pháp OLS đã được kiểm tra không có ảnh hưởng tới kết quả.

Từ bảng 3.11 cho thấy kiểm định F có ý nghĩa thống kê ($p = 0.000 < 0.05$) chứng tỏ rằng có tối thiểu một biến nghiên cứu trong mô hình có ảnh hưởng tới biến phụ thuộc ($\sum \beta_j^2 \neq 0$). Hệ số $R^2 = 0.539$ cho thấy các biến độc lập giải thích được 53,9% sự biến thiên của biến phụ thuộc (HL). Nhân tử phóng đại phương sai (VIF) khá nhỏ (lớn nhất với biến TC là 1.944 nhỏ hơn 2) cho thấy hiện tượng đa cộng tuyến không ảnh hưởng tới kết quả ước lượng.

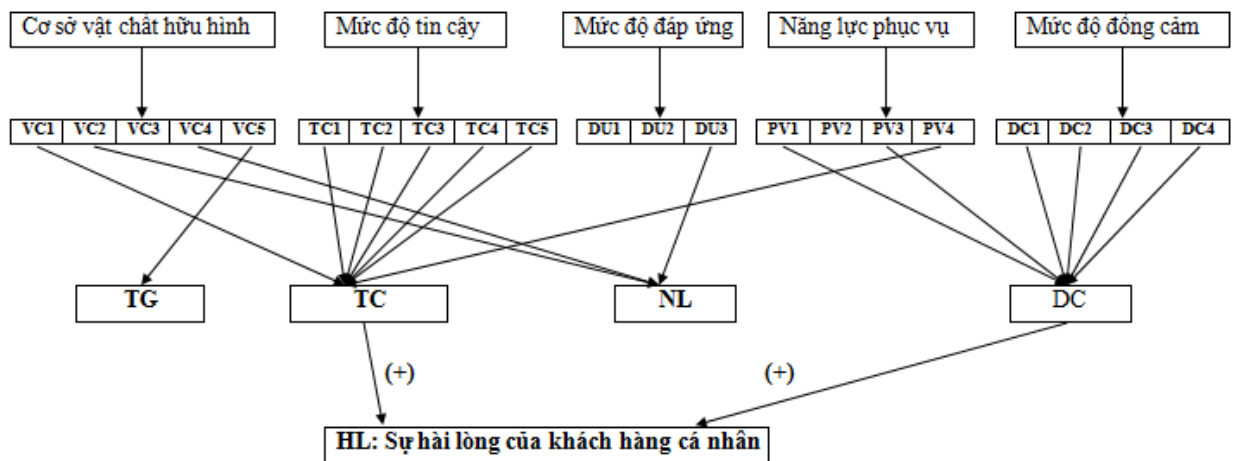
Phương trình hồi quy mẫu có thể được viết như sau:

$$\mathbf{HL} = \mathbf{0,864} + \mathbf{0,345TC} + \mathbf{0,212DC}.$$

Các hệ số p – value của thống kê t tương ứng với các biến độc lập đều nhỏ hơn 0.05 (trừ biến NL = 0.456, và biến TG = 0,947 \rightarrow loại). Điều đó cho thấy các biến độc lập (trừ biến NL, TG) đều có ảnh hưởng dương (+) tới biến phụ thuộc. Như vậy ta **chấp nhận các giả thuyết H2, H5 và bác bỏ giả thuyết H1, H3, H4** ở mức ý nghĩa 5%.

Mô hình SERVQUAL trong hoạt động CVNO tại BIDV được khái quát lại như sau (hình P4.2).

Hình P4.2. Mô hình SERVQUAL trong hoạt động cho vay nhà ở tại BIDV



3. 7/ Thảo luận kết quả nghiên cứu

Kết quả nghiên cứu cho thấy về mức độ hài lòng của nhóm khách hàng cá nhân là đạt trên mức trung bình, điểm đánh giá trung bình đạt 3.1411 điểm trên thang đo Likert 5 điểm, độ lệch chuẩn thấp cho thấy có sự tương đồng trong nhận định của khách hàng tại các địa bàn hoạt động khác nhau của BIDV. Các nhóm tiêu chí chất

lượng về mức độ tin cậy (TC), mức độ đồng cảm (DC), năng lực nhân viên (NL) và thời gian giao dịch (TG) của BIDV đều được khách hàng cá nhân đánh giá ở mức trên trung bình. Điều này cũng phù hợp với hiện trạng hiện nay của các khoản vay nhà ở của khách hàng cá nhân/hộ gia đình tại BIDV còn rất khiêm tốn. Tuy nhiên nhân tố DC được đánh giá ở cận mức trung bình (3.0738 điểm), điều này cho thấy, BIDV chưa tạo được sự đồng cảm với khách hàng. Tiêu chí NL cũng bị khách hàng đánh giá ở mức cận trên trung bình (3.1238), đây là cũng là vấn đề mà BIDV cần lưu tâm khi đưa ra giải pháp.

Về mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới sự hài lòng của khách hàng cá nhân cho thấy ảnh hưởng lớn nhất thuộc về nhân tố TC, tiếp theo là nhân tố DC. Theo đó, các nhân tố TC, DC có tác động cùng chiều tới mức độ hài lòng của khách hàng.

Mặc dù nghiên cứu này đã đạt được mục tiêu đề ra là đánh giá được những nhân tố chính ảnh hưởng tới sự hài lòng nhóm khách hàng cá nhân/hộ gia đình và mức độ ảnh hưởng của các nhân tố tới sự hài lòng của khách hàng như thế nào. Tuy nhiên nghiên cứu cũng còn những hạn chế nhất định như: quy mô mẫu còn nhỏ, không thu thập được mẫu đánh giá trên phạm vi cả nước mà chỉ tập trung chủ yếu ở các thành phố như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Quảng Ninh, Huế, Đà Nẵng và Quảng Ngãi. Điều này là những khoảng trống cần được nghiên cứu tiếp.

PHỤ LỤC 5

Các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro trong cho vay nhà ở

Do RRCVNO là loại rủi ro đặc thù của ngành ngân hàng nên các nhân tố ảnh hưởng đến rủi ro trong hoạt động cho vay này cũng có những điểm khác biệt so với các loại rủi ro khác. Các nhân tố tác động đến rủi ro gồm: nhóm các nhân tố thuộc về môi trường, nhóm các nhân tố thuộc về năng lực ngân hàng, nhóm các nhân tố thuộc về năng lực khách hàng và nhóm các nhân tố thuộc về nội tại của mỗi khoản vay .

(1) Nhóm các nhân tố môi trường

- Các vấn đề về chính sách vĩ mô của Chính phủ

Nhân tố này đóng vai trò quyết định đối với hoạt động của nền kinh tế quốc dân nói chung và lĩnh vực kinh doanh tiền tệ, tín dụng của NHTM nói riêng. Trong một nền kinh tế, Chính phủ là người ban hành các chính sách tiền tệ và ngân hàng là đơn vị thực hiện các chính sách đó. Các chính sách này có thể có lợi cho ngân hàng, nhưng cũng có thể có hại. Khi NHNN thay đổi lãi suất huy động hoặc tỷ lệ dự trữ bắt buộc... chúng sẽ làm thay đổi mọi kế hoạch của NHTM. Khi lãi suất huy động tăng lên làm cho NHTM gặp khó khăn trong việc cho vay. Với mức lãi suất huy động cao thì lãi của hoạt động tín dụng cũng phải được đẩy lên để đảm bảo lợi nhuận cho NHTM. Nhưng điều đó cũng đồng nghĩa với việc khách hàng trả lãi và gốc cho NHTM là rất khó, dẫn đến rủi ro tín dụng tăng lên.

- Các vấn đề về tính đồng bộ của môi trường pháp lý

Đây cũng là nhân tố ảnh hưởng đến vấn đề rủi ro tín dụng. Khi mà các quy định về quy trình tín dụng trong hoạt động tín dụng không được quy định chặt chẽ và hợp lý, sẽ không chỉ gây ra khó khăn cho hoạt động tín dụng mà còn tạo khả năng rủi ro xảy ra. Khi quy định hợp lý và chặt chẽ, nó sẽ hạn chế được những trường hợp xấu trong hợp đồng tín dụng.

- Các vấn đề về chính trị và xã hội tác động tới hoạt động tín dụng của NHTM

Khi tình hình chính trị bất ổn sẽ làm xáo trộn mọi vấn đề trong xã hội và cả các hoạt động tín dụng tại NHTM. Tình trạng này làm cho các doanh nghiệp sản xuất bị gặp khó khăn, khiến cắt giảm lương, việc làm của người lao động làm cho tỷ lệ thất nghiệp tăng cao và dẫn đến khả năng thanh toán cho NHTM giảm mạnh.

- Các yếu tố tự nhiên như thiên tai, dịch bệnh, bão lũ...

Đây là những yếu tố bất khả kháng, không thể lường trước được. Bản thân khách hàng vay vốn cũng không thể dự tính được. Trong những năm gần đây chúng ta đều chứng kiến tai họa xảy ra đối với lĩnh vực chăn nuôi, khiến nhiều cơ sở chăn nuôi phải tiêu huy toàn bộ đàn gia súc, gia cầm của mình. Điều này làm ảnh hưởng đến thu nhập không những của doanh nghiệp mà còn đến thu nhập của các cá nhân người lao động tại các đơn vị đó. Khiến họ không còn khả năng thanh toán nghĩa vụ tài chính với NHTM, khiến ngân hàng bị mất vốn hay rủi ro tín dụng xảy ra.

- Thực trạng của thị trường bất động sản cũng là yếu tố tác động không nhỏ đến RRCVNO của NHTM. Theo đó, khả năng giao dịch mua – bán BĐS sẽ bị biến động do thị trường hoạt động ở trạng thái tốt hay xấu, từ đó tác động tới cầu tín dụng và khả năng thanh khoản của BĐS nhà ở, gián tiếp tác động đến khả năng phát mại tài sản làm đảm bảo là BĐS nhà ở nếu tình huống xấu xảy ra với khoản tín dụng.

(2) Nhóm các nhân tố thuộc về năng lực của ngân hàng cho vay

- Thu nhập kinh doanh của ngân hàng

Thu nhập kinh doanh của NHTM chủ yếu từ hoạt động tín dụng, do đó việc đảm bảo tăng trưởng thu nhập khiến các NHTM phải tăng quy mô của hoạt động tín dụng lên, khiến RRTD tăng, bởi việc mở rộng tín dụng khiến việc giám sát và kiểm tra các hợp đồng tín dụng trở nên yếu đi. Việc giám sát của các cán bộ tín dụng đối với các hợp đồng tín dụng bị lỏng lẻo và việc tuân thủ các quy trình tín dụng cũng bị lơ là.

- Trình độ và năng lực của cán bộ tín dụng

Nếu cán bộ tín dụng yếu kém về năng lực, khi tiếp nhận hồ sơ của khách hàng thì khả năng phân tích và thẩm định dự án không đánh giá hết và đúng dự án vay vốn đó. Trong trường hợp này cán bộ tín dụng có thể bị khách hàng lừa gạt hoặc chấp nhận tài trợ cho các dự án vay vốn có độ rủi ro. Điều này khiến khả năng mất vốn có thể rất cao.

- Quy trình tín dụng

Với mỗi một NHTM đều tự xây dựng cho mình một quy trình tín dụng riêng. Nếu quy trình chưa chặt chẽ hoặc quá cụ thể, quá linh hoạt đều có thể là nhân tố gây ra rủi ro. Một vấn đề nổi cộm hiện nay trong các quy trình tín dụng là đánh giá lại giá trị tài sản làm đảm bảo vay vốn.

- Cạnh tranh giữa các NHTM

Các NHTM sử dụng các chiêu thức cạnh tranh khác nhau nhằm thu hút khách hàng vay vốn. Họ thẩm định khách hàng một cách sơ sài, cảm tính và chủ quan. Thậm chí, họ liều lĩnh cấp tín dụng cho các hợp đồng tín dụng rủi ro cao nhằm đạt được lợi nhuận cao.

(3) Các nhân tố ảnh hưởng từ năng lực khách hàng

- Năng lực khách hàng vay vốn

Nếu khách hàng vay vốn có ít kinh nghiệm và năng lực tài chính ở mức độ thấp, họ sẽ không nắm bắt được thông tin kịp thời, thiếu thích nghi với cạnh tranh. Khi vay vốn để mua nhà ở, khả năng rủi ro đối với NHTM cho vay sẽ là rất lớn.

- Rủi ro đạo đức

Khách hàng có hành vi lừa đảo, sử dụng vốn sai mục đích, trốn tránh trách nhiệm ủy quyền và bảo lãnh. Khi khách hàng thực hiện hành vi lừa đảo, họ sẽ lợi dụng các điểm yếu và kẽ hở của NHTM. Họ lập các phương án đầu tư mua nhà /sửa chữa nhà giả, dùng các giấy tờ thể chấp giả mạo hoặc đi vay ở nhiều ngân hàng với cùng một bộ hồ sơ.

(4) Nhóm các nhân tố thuộc về nội tại của mỗi khoản vay

- Quy mô khoản vay

Với khoản vay có quy mô lớn, khả năng xảy ra RRCVNO có thể xuất hiện là rất cao nếu NHTM không có các biện pháp giám sát đầy đủ.

- Lãi suất cho vay

Mức lãi suất cho vay là một trọng những nhân tố có thể đưa lại RRTDNO. Trong nhiều trường hợp, khi cầu tín dụng tăng cao mà cung ít, khiến các NHTM đẩy lãi suất cho vay lên, khách hàng vì muốn đáp ứng đủ vốn cho việc đầu tư vào nhà ở nên vẫn phải chấp nhận. Khi biến động kinh tế không thuận lợi khiến thu nhập của khách hàng giảm sút, sẽ ảnh hưởng đến khả năng trả nợ và kết quả là RRTDNO xuất hiện.

- Kỳ hạn cho vay

Các khoản vay nhà ở phần lớn là những khoản tín dụng có kỳ hạn dài. Việc thẩm định năng lực thanh toán của khách hàng sẽ rất có thể không chính xác, nhất là trong điều kiện thông tin về khách hàng còn hạn chế như nước ta hiện nay. Do vậy, tiềm ẩn RRTDNO là rất lớn trong các khoản vay này.

- Tài sản làm đảm bảo

Để nhận được khoản vốn vay, khách hàng phải có tài sản làm đảm bảo và chúng thường là bất động sản mà khách hàng đó sở hữu hoặc chính tài sản là bất động sản được hình thành từ khoản vay này. Tuy nhiên có một số vấn đề đặt ra là:

Tính toán giá trị tài sản làm đảm bảo cao hơn giá trị thực tế của tài sản đó

Một tài sản được khách hàng sử dụng làm đảm bảo cho nhiều món vay

Khả năng phát mại tài sản thấp do thị trường không thuận lợi, do đồng sở hữu...

Các vấn đề này khi xảy ra sẽ gây RRCVNO cho NHTM nếu NH không quan tâm kịp thời, đúng mức và có các biện pháp bổ sung phù hợp.

PHỤ LỤC 6

Ứng dụng của mô hình hồi quy Binary Logistic

Hồi quy Binary logistic sử dụng biến phụ thuộc dạng nhị phân để ước lượng xác suất một sự kiện sẽ xảy ra với những thông tin của biến độc lập mà ta có được.

Có rất nhiều hiện tượng trong tự nhiên chúng ta cần đoán khả năng xảy ra một sự kiện nào đó mà ta quan tâm (chính là xác suất xảy ra), ví dụ sản phẩm mới có được chấp nhận hay không, người vay trả được nợ hay không, mua hay không mua... Những biến nghiên cứu có hai biểu hiện như vậy gọi là biến hay phiên (dichotomous), hai biểu hiện này sẽ được mã hóa thành hai giá trị 0 và 1 và ở dưới dạng này gọi là biến nhị phân. Khi biến phụ thuộc ở dạng nhị phân thì nó không thể được nghiên cứu với dạng hồi quy thông thường vì nó sẽ xâm phạm các giả định, rất dễ thấy là khi biến phụ thuộc chỉ có hai biểu hiện thì thật không phù hợp khi giả định rằng phân dư có phân phối chuẩn, mà thay vào đó nó sẽ có phân phối nhị thức, điều này sẽ làm mất hiệu lực thống kê của các kiểm định trong phép hồi quy thông thường của chúng ta. Một khó khăn khác khi dùng hồi quy tuyến tính thông thường là giá trị dự đoán được của biến phụ thuộc không thể được diễn dịch như xác suất (giá trị ước lượng của biến phụ thuộc trong hồi quy Binary logistic phải rơi vào khoảng (0;1))

Mô hình Binary Logistic

Với hồi quy Binary logistic, thông tin chúng ta cần thu thập về biến phụ thuộc là một sự kiện nào đó có xảy ra hay không, biến phụ thuộc Y lúc này có hai giá trị 0 và 1, với 0 là không xảy ra sự kiện ta quan tâm và 1 là có xảy ra, và tất nhiên là cả thông tin về các biến độc lập X . Từ biến phụ thuộc nhị phân này, một thủ tục sẽ được dùng để dự đoán xác suất sự kiện xảy ra theo quy tắc nếu xác suất được dự đoán lớn hơn 0.5 thì kết quả dự đoán sẽ cho là “có” xảy ra sự kiện, ngược lại thì kết quả dự đoán sẽ cho là “không”.

Ta sẽ nghiên cứu mô hình hàm Binary Logistic trong trường hợp đơn giản nhất là khi chỉ có một biến độc lập X .

Ta có mô hình hàm Binary logistic như sau:

$$P_i = E\left(Y = \frac{1}{X}\right) = \frac{e^{(B_0 + B_1 X)}}{1 + e^{(B_0 + B_1 X)}}$$

Trong đó: $P_i = E\left(Y = \frac{1}{X}\right)$ là xác suất để $Y = 1$ (là xác suất để sự kiện xảy ra) khi biến độc lập X có giá trị cụ thể là X_i .

Đặt $(B_0 + B_1X) = z$, mô hình hàm Binary Logistic được viết lại như sau:

$$P(Y = 1) = \frac{e^z}{1 + e^z}$$

Xác suất không xảy biến Y (không xảy ra sự kiện) là:

$$P(Y = 0) = 1 - P(Y = 1) = 1 - \frac{e^z}{1 + e^z}$$

Thực hiện phép so sánh giữa xác suất một sự kiện xảy ra ($Y = 1$) với xác suất sự kiện đó không xảy ra ($Y = 0$), tỷ lệ chênh lệch này có thể được thể hiện trong công thức :

$$\frac{P(Y = 1)}{P(Y = 0)} = \frac{\frac{e^z}{1 + e^z}}{1 - \frac{e^z}{1 + e^z}}$$

Lấy Log cơ số e hai vế của phương trình trên rồi thực hiện biến đổi vế phải ta được kết quả dạng hàm hồi quy Binary Logistic như sau:

$$\log_e \left[\frac{P(Y = 1)}{P(Y = 0)} \right] = \log_e e^z$$

Vì $\log_e e^z = z$ nên kết quả cuối cùng là :

$$\log_e \left[\frac{P(Y = 1)}{P(Y = 0)} \right] = B_0 + B_1X \quad (*)$$

Ta có thể mở rộng mô hình Binary logistic cho 2 hay nhiều biến độc lập X_k

Biến phụ thuộc Y trong mô hình sẽ nhận hai giá trị là 1 và 0, trong đó 1 là cá nhân tiếp tục vay ngân hàng và 0 là cá nhân sẽ không vay ngân hàng

Sử dụng phần mềm SPSS với các biến độc lập như trên, các kết quả mô hình thu được như sau:

		Chi-square	Df	Sig.
Step 1	Step	39.394	2	.000

Block	39.394	2	.000
Model	39.394	2	.000

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square				
1	25.473	.568	.727				
		B	S.E	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1a	QI_4	.147	.305	.232	1	.030	1.159
	QI_6	-.123	.255	.233	1	.029	.884
	QI_10	.822	.448	3.376	1	.026	2.276
	QII_20	-.301	.547	.657	1	.018	.642
	QII_21	-.201	.511	.346	1	.036	.740
	QII_22	-.444	.160	.730	1	.033	.362
	Constant	-5.511	3.296	2.795	1	.025	.004

Ý nghĩa các kết quả

Kết quả kiểm định giả thuyết về độ phù hợp tổng quát có mức ý nghĩa quan sát sig.=0,000 nên có thể an toàn bác bỏ giả thuyết $H_0: B_i = 0$

Bảng 2 cho kết quả $-2LL = 25.473$ có thể chấp nhận được, thể hiện độ phù hợp khá tốt của mô hình tổng thể. Với các hệ số hồi quy này, phương trình hồi quy được viết lại như sau:

$$\log_e \left[\frac{P_i}{1 - P_i} \right] = -5.511 + 0.147nghenghiep + (-0.123)sonhankhau \\ + 0.822thunhap + (-0.301)LTV + (-0.201)thoigianvay \\ + (-0.444)laisuat$$

Diễn dịch ý nghĩa các hệ số hồi quy Binary Logistic như sau:

- Nghề nghiệp và thu nhập có khả năng làm tăng khả năng vay ngân hàng tiếp tục của người tiêu dùng.

- Số nhân khẩu trong hộ gia đình, LTV, thời hạn vay và lãi suất có tác động ngược lại, trong đó lãi suất tác động nhiều nhất. Điều này phản ánh đúng thực tế là khi bất kỳ một trong số 3 biến này tăng lên, người tiêu dùng (người đã từng vay ngân hàng) đều cân nhắc nhiều hơn đến việc có nên tiếp tục vay ngân hàng nữa hay không.

PHỤ LỤC 7

Quy trình cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân

Bước 1: Tiếp thị với KHCN

- Tác nghiệp của nhân viên NH

Cán bộ quan hệ khách hàng cá nhân (CBQHKHCN) trực tiếp tiếp thị tới KH tất cả các sản phẩm có liên quan đến tín dụng đáp ứng nhu cầu nhà ở đối với cá nhân/hộ gia đình để khách hàng biết tới những sản phẩm cho vay này của BIDV. Ngoài ra, trong quá trình tác nghiệp, CBQHKHCN chủ động tư vấn các sản phẩm cho vay phù hợp với khả năng của KH.

- Phương thức tiếp thị

+ Tiếp thị trực tiếp: Phương thức này được áp dụng đối với những KHCN đã và đang sử dụng các sản phẩm dịch vụ của BIDV thông qua việc thường xuyên chăm sóc KH theo chính sách KH và tiếp thị các sản phẩm khác của BIDV. Ngoài ra, phương thức này còn được CBQHKHCN sử dụng đối với các KH tiềm năng là những KH thuộc các tổ chức có quan hệ hợp tác tốt với BIDV, KH có địa vị, thu nhập cao trong xã hội...

+ Tiếp thị phổ thông qua các hình thức như quảng cáo tại các điểm giao dịch truyền thống (tại các chi nhánh, phòng giao dịch, quỹ tiết kiệm) và tại các điểm giao dịch điện tử (các cây ATM và tại các POS của NH), tổ chức sự kiện, tờ rơi, tin nhắn, quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng như trên internet thông qua website của BIDV và các website uy tín có lượng người truy cập cao, thông qua facebook, thông qua radio (BIDV đã thực hiện rất tốt khâu tiếp thị này thông qua việc liên kết với VOV giao thông trong khung giờ cao điểm), quảng cáo thông qua các chương trình chuyên đề trên Đài truyền hình, tạp chí chuyên ngành, báo giấy hàng ngày, quảng cáo trên các hãng vận tải hành khách, trên các biển hiệu quảng cáo...

+ Tiếp thị thông qua bên thứ ba có chức năng dưới hình thức hợp tác, cơ chế chi hoa hồng môi giới. Theo đó BIDV thực hiện liên kết cho vay vốn đối với KHCN tại một số dự án nhà ở với các chủ đầu tư.

- Tiếp thị, bán chéo các sản phẩm dịch vụ khi KH có nhu cầu.

Bước 2: Phỏng vấn, hướng dẫn KH hoàn thiện hồ sơ tín dụng và tiếp nhận hồ sơ

- Phỏng vấn, nắm bắt thông tin về KH

CBQHKHCN tiến hành nắm bắt các thông tin quan trọng của KHCN về mục đích vay

vốn đáp ứng nhu cầu nhà ở của họ, các thông tin về tình trạng thân nhân, các thông tin về khả năng tài chính và nguồn trả nợ, các thông tin có liên quan đến hình thức và TSDB vốn vay, các thông tin khác có liên quan tới KH và khoản vay (nếu có).

- *Tư vấn KH về sản phẩm cho vay nhà ở phù hợp*

- *Hướng dẫn KH cung cấp hồ sơ*

CBQHKHCN hướng dẫn KH về hồ sơ, tài liệu cần cung cấp cho NH theo trường hợp cụ thể của KH (sản phẩm, thân nhân, hình thức đảm bảo tiền vay) theo quy định. Thông thường Hồ sơ vay vốn gồm:

Giấy đề nghị vay vốn; Bảng dự trù chi phí; Phương án trả nợ vốn vay.

Giấy chứng minh nhân dân của khách hàng vay; Sổ hộ khẩu; Giấy chứng nhận đăng ký kết hôn (nếu có)

Các giấy tờ xác định mục đích vay vốn: Giấy phép xây dựng, Hợp đồng mua bán nhà đất ở, các văn bản thỏa thuận và hồ sơ liên quan đến đất và nhà ở cần mua, xây dựng, sửa chữa.

Các giấy tờ xác định thu nhập cá nhân của người vay vốn: hợp đồng lao động; Bản xác nhận thu nhập từ lương, thưởng của đơn vị công tác; Giấy chứng nhận góp vốn, đầu tư cổ phiếu; Hợp đồng thuê nhà...

Hồ sơ tài sản đảm bảo nợ vay: Giấy tờ về quyền sở hữu nhà ở, quyền sử dụng đất ở; Biên bản định giá tài sản theo quy định của BIDV, hợp đồng cầm cố, thế chấp...

Trường hợp KH đã có quan hệ với BIDV, CBQHKHCN cần kiểm tra hồ sơ hiện có của KH tại NH và không yêu cầu KH phải cung cấp lại hồ sơ có hiệu lực của KH mà BIDV đã có, KH chỉ cung cấp bổ sung những văn bản theo quy định mà trong hồ sơ NH quản lý chưa có.

- Tiếp nhận hồ sơ của KH và kiểm tra tính đầy đủ, phù hợp của hồ sơ, tài liệu do KH cung cấp: CBQHKHCN trực tiếp tiếp nhận toàn bộ hồ sơ từ KH, thực hiện kiểm tra tính đầy đủ của hồ sơ. Nếu KH chưa cung cấp đầy đủ hồ sơ, CBQHKH yêu cầu KH bổ sung đầy đủ tất cả giấy tờ còn thiếu một lần (tuyệt đối không yêu cầu KH bổ sung nhiều lần).

Bước 3: Đánh giá và phân tích hồ sơ tín dụng của KH

Trên cơ sở của Hồ sơ vay vốn của KHCN, CBQHKHCN thực hiện việc thẩm định khách hàng theo những nội dung sau:

- Đánh giá về thông tin nhân thân KH, tình hình quan hệ tín dụng của nhóm KH liên quan (nếu có)

- Đánh giá về mục đích và kế hoạch sử dụng vốn vay/bảo lãnh của KHCN.
- Đánh giá, phân tích về năng lực tài chính của KH
- Đánh giá TSĐB
- Kiểm tra lịch sử quan hệ tín dụng của KH.
- Chấm điểm, XHTD KH.

Để thực hiện các nội dung trên, CBQHKHCN thực hiện việc đối chiếu, xác minh các thông tin khách hàng, thông tin khoản vay, thông tin tài sản, khả năng vay trả; Đối chiếu, đánh giá các điều kiện theo quy định của từng Sản phẩm cho vay nhà ở cụ thể; Phân tích, đánh giá về phương án đầu tư nhà đất ở và khả năng vay trả của khách hàng để xác định hạn mức, thời gian, điều kiện... vay trả cho phù hợp. Bên cạnh đó, đối với việc bảo đảm tiền vay, việc thẩm định TSĐB thực hiện theo quy định của BIDV và các hướng dẫn tại các Sản phẩm cho vay nhà ở cụ thể. Hơn nữa, do khoản cho vay này tiềm ẩn nhiều rủi ro nên CBQHKHCN còn thực hiện việc đánh giá toàn diện rủi ro đối với KH (khách quan, chủ quan), rủi ro sản phẩm tín dụng... Trên cơ sở đó đề xuất các biện pháp, điều kiện phòng ngừa đối với khoản vay của KH, của BIDV phù hợp, giảm tối đa rủi ro có thể xảy ra.

Bước 4: Đề xuất và quyết định cấp tín dụng

Sau khi nghiên cứu, căn cứ vào kết quả thẩm định khách hàng và các điều kiện vay vốn, CBQHKH lập Báo cáo đề xuất thẩm định và phê duyệt tín dụng kèm hồ sơ vay vốn, có ý kiến độc lập về việc đồng ý hoặc không đồng ý cho vay và trình TPQHKH có ý kiến trước khi trình cấp có thẩm quyền phê duyệt cho vay.

- Trường hợp cấp tín dụng không qua thẩm định rủi ro

CBQHKHCN lập báo cáo đề xuất tín dụng và trình Lãnh đạo PQHKHCN/ Lãnh đạo PGD kiểm soát Báo cáo đề xuất tín dụng. Trên cơ sở đó lãnh đạo PQHKHCN/Lãnh đạo PGD/ cấp có thẩm quyền phán quyết tín dụng ra quyết định cấp tín dụng nhà ở đối với KHCN trên cơ sở đề xuất của cấp cơ sở.

- Trường hợp cấp tín dụng qua thẩm định rủi ro tại Chi nhánh

CBQHKHCN lập báo cáo đề xuất tín dụng và trình Lãnh đạo PQHKHCN/ Lãnh đạo PGD ký kiểm soát Báo cáo đề xuất tín dụng. Trên cơ sở đó lãnh đạo chi nhánh phụ trách QHKHCN phê duyệt đề xuất tín dụng.

Toàn bộ Hồ sơ đề xuất tín dụng (ở khâu trên) và các tài liệu có liên quan (theo yêu cầu của Phòng Quản lý rủi ro (PQLRR)) được bàn giao cho PQLRR. Trên cơ sở

hồ sơ này, CBQLRR thực hiện thẩm định rủi ro các đề xuất cấp tín dụng theo các nội dung sau:

- + Thẩm định về nhân thân KH
- + Thẩm định năng lực tài chính của KH
- + Tình hình quan hệ tín dụng của nhóm KH liên quan (nếu có)
- + Thẩm định về TSĐB theo quy định về giao dịch đảm bảo hiện hành của BIDV.

- + Đánh giá các hệ số quản lý của hệ thống: các hệ số đảm bảo an toàn, tỷ lệ cho vay tối đa với một KH/sản phẩm cho vay nhà ở, cho vay nhà ở đối với nhóm KH liên quan.

- + Đánh giá toàn diện rủi ro và các biện pháp phòng ngừa, gồm các loại rủi ro khách quan, rủi ro xuất phát từ chủ quan của KH, rủi ro xuất phát từ BIDV, các biện pháp phòng ngừa rủi ro của KH, các biện pháp phòng ngừa rủi ro của NH.

Sau khi phân tích thẩm định rủi ro khách hàng CBQLRR tiến hành lập Báo cáo thẩm định rủi ro kèm theo hồ sơ tín dụng trình lãnh đạo PQLRR. Lãnh đạo PQLRR ký kiểm soát báo cáo thẩm định rủi ro để trình cấp có thẩm quyền phê duyệt rủi ro và quyết định cấp tín dụng.

Tùy thuộc vào thẩm quyền phán quyết tín dụng theo quy định của BIDV mà PGĐ QLTD/ GD CN/Hội đồng tín dụng cơ sở/ Hội sở chính sẽ ra quyết định cấp tín dụng trên cơ sở hồ sơ đề xuất có thẩm định rủi ro của các cấp.

Đối với trường hợp cấp có thẩm quyền không phê duyệt cấp tín dụng, CBQHKHCN lập Thông báo từ chối cấp tín dụng gửi cho KH trong đó nêu rõ lý do từ chối cho vay.

Bước 5: Ký kết hợp đồng và hoàn thiện các thủ tục pháp lý

CBQHKHCN tiến hành soạn thảo hợp đồng tín dụng và Hợp đồng bảo đảm tiền vay phù hợp, trình Lãnh đạo PQLRR/ Lãnh đạo PGD kiểm soát trước khi trình cấp có thẩm quyền ký Hợp đồng.

Người có thẩm quyền của BIDV thực hiện ký kết hợp đồng với KH theo quy định cụ thể của BIDV. Theo đó, Hợp đồng được ký tại Ngân hàng hoặc tại Phòng Công chứng (theo quy định nếu có) và phải được khách hàng vay hoặc đại diện hợp pháp của Hộ gia đình trực tiếp ký

Đồng thời CBQHKHCN cùng KH thực hiện việc công chứng, chứng thực và

đăng ký giao dịch bảo đảm theo quy định hiện hành của pháp luật và của BIDV.

Bước 6: Giao nhận hồ sơ và nhập thông tin vào hệ thống SIBS

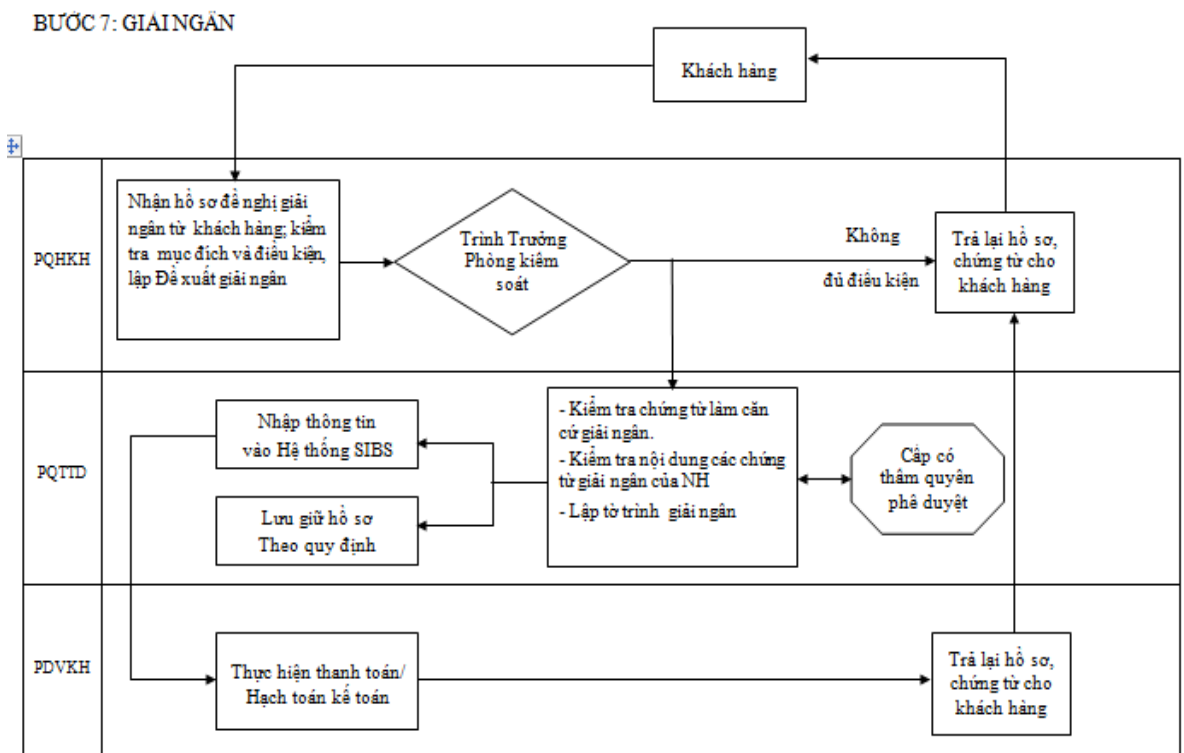
Khi hoàn tất các nội dung nêu trên, CBQHKH bàn giao toàn bộ hồ sơ liên quan đến khoản vay cho CBQTTD, hồ sơ gồm:

- Hồ sơ đề xuất, phê duyệt cấp tín dụng.
- Hợp đồng tín dụng, Hợp đồng bảo đảm tiền vay.
- Các loại giấy tờ, tài liệu liên quan khác.

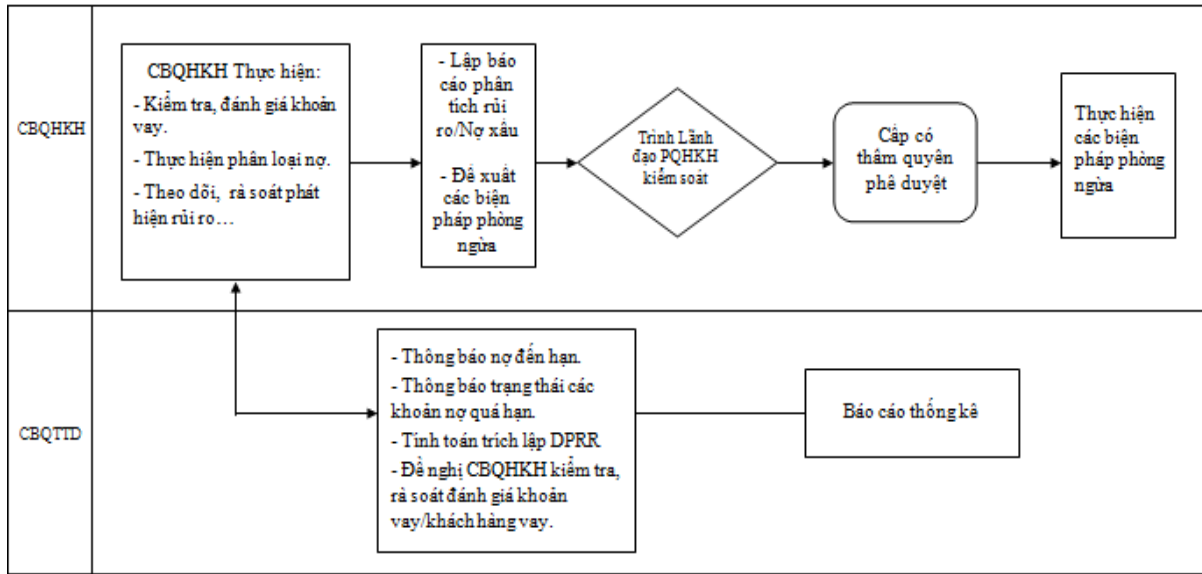
Riêng đối với hồ sơ gốc liên quan đến tài sản bảo đảm tiền vay của khách hàng được bàn giao cho Bộ phận kho quỹ để lưu giữ theo quy định của BIDV. Việc giao nhận hồ sơ, giấy tờ phải được lập thành Biên bản bàn giao có chữ ký của bên bàn giao và bên nhận bàn giao.

Trên cơ sở hồ sơ, giấy tờ nhận được từ PQHKH, TPQTTD phân công CBQTTD để nhập thông tin vào hệ thống SIBS. Việc nhập thông tin vào hệ thống SIBS theo hướng dẫn tại từng Sản phẩm tín dụng bán lẻ. Sau đó, PQTTD thực hiện việc lưu trữ hồ sơ theo quy định hiện hành của BIDV.

Bước 7: Giải ngân



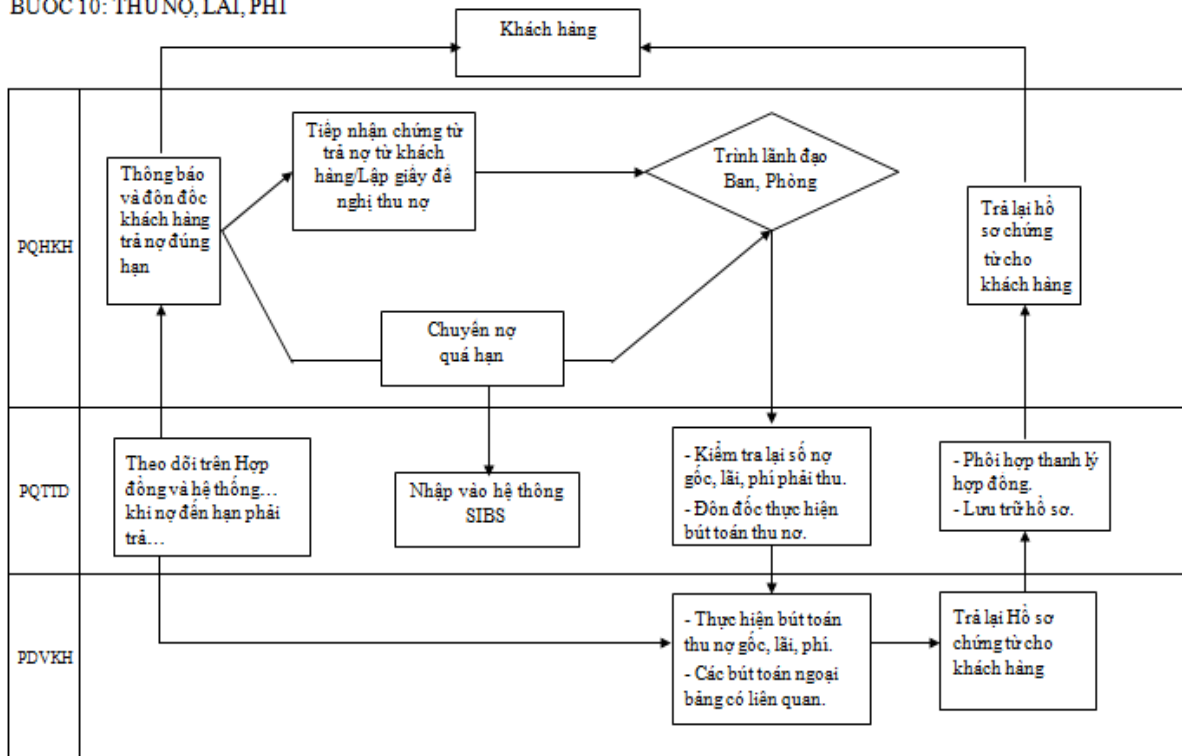
Bước 8: Theo dõi, kiểm tra, đánh giá khách hàng, khoản vay



Bước 9: Điều chỉnh tín dụng (được thực hiện theo trình tự từ bước 1 đến 4)

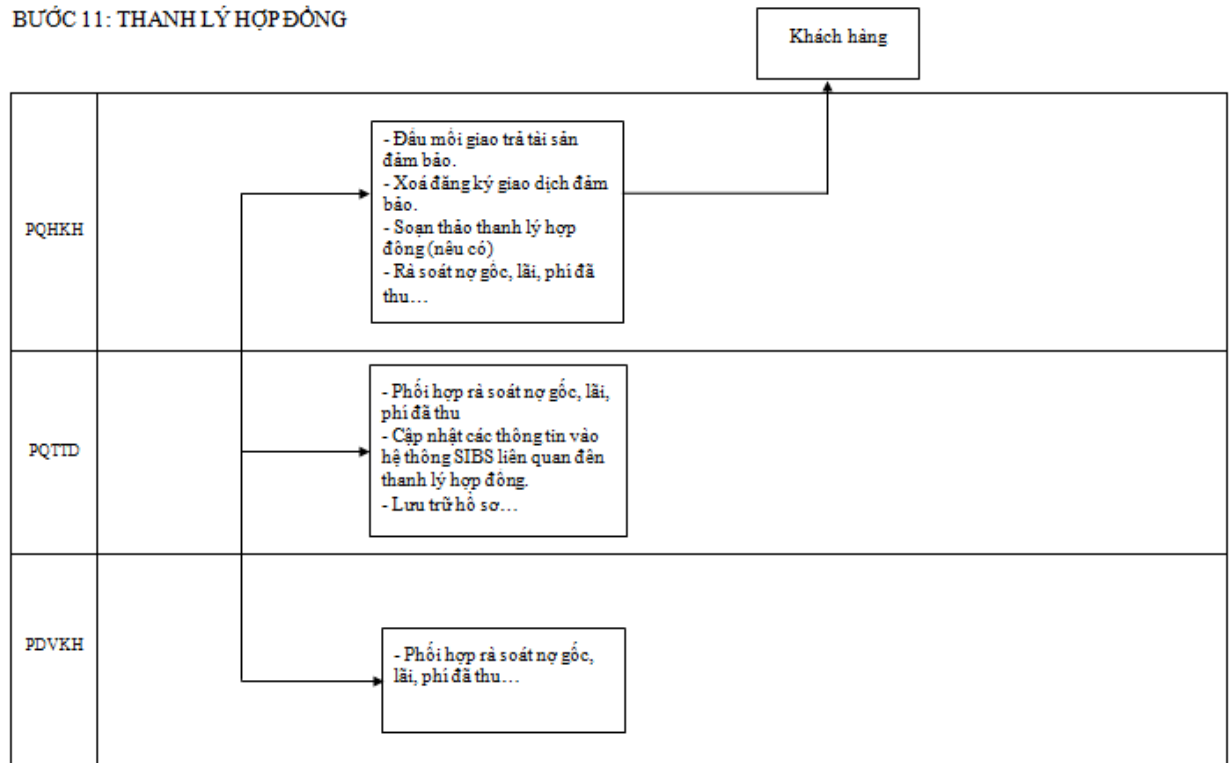
Bước 10: Thu nợ, lãi, phí

BƯỚC 10: THUNỢ, LÃI, PHÍ



Bước 11: Thanh lý hợp đồng

BƯỚC 11: THANH LÝ HỢP ĐỒNG



PHỤ LỤC 8**Các chỉ tiêu chấm điểm khách hàng cá nhân của BIDV**

Chỉ tiêu		Điểm ban đầu					Trọng số
		100	75	50	25	0	
Phần 1: Thông tin về nhân thân							
1	Tuổi	36-55 tuổi	26-35 tuổi	56-60 tuổi	20-25 tuổi	>60 hoặc 18-20 tuổi	10%
2	Trình độ học vấn	Trên đại học	Đại học	Cao đẳng	Trung học	Dưới trung học	10%
3	Tiền án, tiền sự	không				có	10%
4	Tình trạng cư trú	Chủ sở hữu	Nhà chung	Với gia đình	thuê	khác	10%
5	Số người ăn theo	<3 người	3 người	4 người	5 người	>5 người	10%
6	Cơ cấu gia đình	Hạt nhân	Sống với cha mẹ	Sống cùng gia đình khác	khác		10%
7	Bảo hiểm nhân mạng	>100tr	50-100tr	30-50tr	<30tr		10%
8	Tính chất công việc hiện tại	Quản lý, điều hành	Chuyên môn	Lao động được đào tạo nghề	Lao động thời vụ	Thất nghiệp	10%
9	Thời gian làm công hiện tại	>7 năm	5-7 năm	3-5 năm	1-3 năm	<1 năm	10%
10	Rủi ro nghề nghiệp	Thấp		Trung bình		Cao	10%

Phần 2: Quan hệ với Ngân hàng							
1	Thu nhập ròng ổn định hàng tháng	>10tr	5-10tr	3-5tr	1-3tr	<1 tr	30%
2	Tỷ lệ số tiền phải trả/thu nhập	<30%	30-45%	45-60%	60-75%	>75%	30%
3	Tình hình trả nợ gốc và lãi	Luôn trả nợ đúng hạn	Đã bị gia hạn nợ, hiện trả nợ tốt mới	Đã có nợ quá hạn / khách hàng mới	Đã có nợ quá hạn, khả năng trả nợ không ổn định	Hiện đang có nợ quá hạn	25%
4	Các dịch vụ sử dụng	Tiền gửi và các dịch vụ NH		Chỉ sử dụng dịch vụ NH		Không sử dụng	15%

Nguồn: Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam

PHỤ LỤC 9

Tư vấn về định vị thương hiệu đối với BIDV

Việc định vị thương hiệu là vấn đề được tất cả các NHTM đặc biệt quan tâm, vì nó là một trong những yếu tố quan trọng giúp duy trì thị phần và nhận diện của KH. Theo P. Kotler “định vị thương hiệu là tập hợp các hoạt động nhằm tạo ra cho sản phẩm và thương hiệu sản phẩm một vị trí xác định (so với đối thủ cạnh tranh) trong tâm trí của khách hàng”. Khi BIDV xác định mình sẽ trở thành ngân hàng cung cấp dịch vụ NHBL hàng đầu thì BIDV cần đưa ra được tập hợp các hoạt động của mình nhằm tạo cho sản phẩm NHBL một vị trí xác định trong tâm trí của khách hàng, để khi KH có nhu cầu về dịch vụ NHBL họ sẽ liên tưởng tới ngay hình ảnh của BIDV. Muốn làm được điều đó, theo M. Filser, BIDV cần “đem lại cho sản phẩm của mình một hình ảnh riêng, dễ đi vào nhận thức của khách hàng”. Như vậy, mục tiêu của định vị thương hiệu mà BIDV cần phải xác định rõ là nhằm tạo cho thương hiệu dịch vụ NHBL của BIDV một hình ảnh riêng (trong tương quan với đối thủ cạnh tranh) và các sản phẩm lõi như CVNO, dịch vụ thanh toán cá nhân... cần có bản sắc riêng của mình. Hiện nay, việc định vị thương hiệu của BIDV vẫn chưa tạo ra được sự khác biệt mà vẫn theo quy luật “tâm lý đám đông” với xu hướng xây dựng thương hiệu và tiến hành quảng cáo giống như các NHTM khác. Chiến thuật này có thể thành công về mặt doanh số ở giai đoạn đầu nhưng về lâu dài sẽ không có lợi cho hình ảnh thương hiệu. Thêm vào đó, do BIDV đã có thương hiệu truyền thống là tên của ngân hàng có mặt ở Việt Nam trên nửa thế kỷ do vậy khi việc tiến hành định vị tốt nhất sẽ được tạo lập thông qua các thông điệp quảng cáo của NH này.

Bảng P9.1. Các chiến lược định vị

STT	Kiểu định vị	Nội dung cơ bản
1	Định vị dựa vào chất lượng	Chất lượng (cảm nhận về chất lượng) đều xuất phát từ cảm nhận của người tiêu dùng. Khi đã lấy được lòng tin của KH về chất lượng, tổ chức đó sẽ thu được thành công khi xây dựng thương hiệu. “Cách tốt nhất để khẳng định chất lượng là thu hẹp định vị của sản phẩm/thương hiệu” [Al Reis & Laura Reis]. Khi đó sản phẩm/thương hiệu mang tính đặc thù hơn là tính chung chung. Điều này hàm ý những sản phẩm mang tính đặc thù sẽ được cho là có chất lượng cao hơn những thương hiệu mang tính chung chung.
2	Định vị dựa	Quan điểm “tiền nào của đấy” hiện đã thay đổi với việc tạo ra

	vào giá trị	những thương hiệu mới hay thương hiệu được liên kết để NHTM có thể đưa ra các gói dịch vụ cho KHCN với chi phí và các yêu cầu thấp hơn nhưng vẫn duy trì được hình ảnh thương hiệu mạnh.
3	Định vị dựa vào tính năng	Chiến lược này sử dụng những tính năng sản phẩm, dịch vụ để tạo sự khác biệt cho thương hiệu. Với lợi thế là thông điệp đưa ra rất cụ thể, rõ ràng và dễ lấy được sự tin tưởng của khách hàng khi đưa ra được những thông số thực về sản phẩm nên được nhiều nhà tiếp thị (marketers) vận dụng. Song định vị này sẽ dễ dàng mất tác dụng nếu đối thủ tung ra những sản phẩm có chức năng mới và ưu việt hơn.
4	Định vị dựa vào mối quan hệ	Chiến lược này tạo ra thông điệp định vị có sự cộng hưởng với người tiêu dùng thông qua việc họ định vị dựa vào khách hàng, không phải dựa vào sản phẩm mà họ cung cấp.
5	Định vị dựa vào mong ước	Là chiến lược mời gọi khách hàng tới những nơi họ muốn và trở thành những người mà họ yêu thích, hay giúp họ đạt được trạng thái tinh thần như họ mong muốn.
6	Định vị dựa vào vấn đề/giải pháp	Chiến lược này cho khách hàng thấy những vấn đề khiến họ đau đầu sẽ sớm được giải quyết khi sử dụng sản phẩm hay dịch vụ do tổ chức này cung cấp.
7	Định vị dựa vào đối thủ	Chiến lược này giúp định vị thương hiệu dựa trên những yếu tố được so sánh giữa nó với đối thủ cạnh tranh trực tiếp.
8	Định vị dựa vào cảm xúc	Ẩn dưới nhu cầu mua sắm và tiêu dùng là yếu tố cảm xúc. Chính vì vậy marketers thường “tấn công” vào cảm xúc của KH. Việc KH cảm nhận thế nào về thương hiệu thường bắt nguồn từ nhu cầu /mong muốn. Do đó chiến lược đánh vào các yếu tố cảm xúc/tâm lý KH sẽ là cách định vị hiệu quả.
9	Định vị dựa trên công dụng	Chiến lược định vị dựa trên những gì mà tổ chức đó mang lại cho KH của mình.

PHỤ LỤC 10

Đặc điểm của hoạt động cho vay nhà ở đối với khách hàng cá nhân của NHTM

CVNO đối với KHCN của NHTM là một khoản cho vay nên chúng cũng có nội dung và đặc điểm của một khoản cho vay nói chung, cụ thể:

Thứ nhất: Cho vay dựa trên cơ sở lòng tin. NH chỉ cấp vốn vay khi có lòng tin vào việc KH sử dụng vốn vay đúng mục đích, hiệu quả và có khả năng hoàn trả nợ vay (cả gốc và lãi) đúng hạn. KH tin tưởng vào khả năng thu nhập trong tương lai có thể đáp ứng nghĩa vụ tài chính với NH. Đây là đặc điểm quan trọng nhất, tạo cơ sở đưa ra các bước đi tiếp theo giữa NH và KH. Do vậy trong các quyết định cho vay, NH thường sắp xếp thứ tự ưu tiên của các tiêu chí như sau:

- Tín nhiệm của người vay
- Tính khả thi của phương án sử dụng vốn vay
- Bảo đảm tiền vay.

Thứ hai: Cho vay là sự chuyển nhượng một tài sản có thời hạn (tức là có tính hoàn trả). Do NHTM là một trung gian tài chính, “đi vay để cho vay” nên các khoản cho vay của NHTM đều phải có thời hạn hoàn trả nhằm đảm bảo cho NH có đủ nguồn để trả cho bên huy động. Để xác định thời hạn cho vay hợp lý, NH phải căn cứ vào tính chất thời hạn của nguồn vốn huy động và quá trình luân chuyển vốn của đối tượng vay. Nếu NH có nguồn vốn dài hạn và ổn định, NH có thể gia tăng các hoạt động cho vay trung và dài hạn. Ngược lại, vốn huy động chủ yếu là ngắn hạn mà NH gia tăng việc cho vay trung và dài hạn thì nguy cơ đối diện rủi ro thanh khoản là rất cao. Bên cạnh đó, thời hạn cho vay cũng phải phù hợp với thời gian luân chuyển vốn của đối tượng vay (tài sản đầu tư). Nếu đối tượng vay có chu kỳ luân chuyển dài hạn mà NH chỉ cấp vốn vay ngắn hạn, KH đứng trước nguy cơ cao không trả được nợ do không có đủ nguồn và NH sẽ đối diện với rủi ro tín dụng. Ngược lại, nếu NH cho vay với thời gian dài hơn chu kỳ luân chuyển vốn sẽ tạo điều kiện cho KH sử dụng vốn sai mục đích trong khoảng “dư” đó, điều này cũng đưa NHTM đứng trước nguy cơ rủi ro tín dụng.

Thứ ba: Cho vay phải trên nguyên tắc bồi hoàn. Việc cho vay giữa NH và KH không phải là hoạt động mượn vốn mà là một dịch vụ kinh doanh nên khi đi vay, người vay phải thực hiện các nghĩa vụ tài chính với NH gồm hoàn trả nợ gốc, lãi vay và các chi phí phát sinh có liên quan đến hoạt động vay vốn theo quy định ghi trên hợp đồng tín dụng. Các khoản nghĩa vụ tài chính ngoài phần nợ gốc chính là chi phí đối với nguồn mà NH tài trợ cho KH, giúp NH bù đắp chi phí, tạo thu nhập và phản ánh bản chất kinh doanh của NH.

Thứ tư: Cho vay là hoạt động chứa đựng rủi ro tiềm ẩn lớn cho NHTM. Trên thực tế kinh doanh luôn tồn tại tình trạng thông tin bất cân xứng, việc đánh giá mức độ an toàn của khoản vay rất khó... chính vì thế khả năng xảy ra lựa chọn nghịch và rủi ro đạo đức là điều rất khó tránh khỏi. Thêm vào đó, khả năng thực thi nghĩa vụ tài chính phụ thuộc rất lớn vào KH, mà thu nhập của KH cũng chịu tác động nhiều bởi môi trường kinh tế - chính trị - xã hội – tự nhiên có khi ngoài tầm kiểm soát của chính họ.

Thứ năm: Cho vay trên cơ sở cam kết hoàn trả vô điều kiện. Điều này được ghi rõ trong hợp đồng tín dụng và các văn bản khác có liên quan. Trong trường hợp KH không thực hiện nghĩa vụ hoàn trả, NH sẽ thực thi các biện pháp cần thiết để thu hồi phần giá trị cho vay.

Ngoài ra, CVNO đối với KHCHN có các đặc điểm riêng biệt

(1) Chủ thể được NH cấp tín dụng: là người tiêu dùng bao gồm cá nhân, hộ gia đình.

(2) Mục đích tín dụng: hình thành nhà ở (mua, sửa chữa, thuê nhà để ở) nhằm mục đích tiêu dùng, chứ không phải phục vụ kinh doanh.

(3) Quy mô món vay thường nhỏ so với quy mô vay của KHDN, cá nhân đầu tư BĐS kiếm lời, nhưng số lượng các món vay nhiều, chi phí tổ chức cho vay cao, vì thế chi phí bình quân trên 1 đồng vốn vay cao hơn so với các khoản vay khác. Đây là một trong những nguyên nhân khiến lãi suất CVNO đối với KHCHN thường cao hơn so với lãi suất cho vay đối với khách hàng doanh nghiệp.

(4) CVNO thường có độ rủi ro lớn hơn so với cho vay đối với cá nhân đầu tư BĐS vì các khoản vay này không những chịu rủi ro của các yếu tố khách quan mà còn chịu rủi ro xuất phát từ bản thân KH như điều kiện tài chính cá nhân có thể thay đổi sang bất lợi rất nhanh do bệnh tật, tai nạn, thất nghiệp hoặc các bi kịch gia đình (li hôn, kiện tụng...). Đây cũng là một lý do khác khiến lãi suất CVNO đối với KHCHN thường cao hơn so với các loại cho vay đối với cá nhân kinh doanh trên thị trường BĐS nhà ở.

(5) Thời hạn cho vay phụ thuộc nhiều vào mục đích sử dụng vốn vay

Nếu là cho vay để hình thành nhà ở, mua nhà ở thì phần lớn có thời hạn dài (từ 1 năm đến 30 năm); còn nếu dùng để sửa chữa nhà ở thì thời hạn thường ngắn (dưới 12 tháng). Các khoản vay ngắn hạn thường có lãi suất cố định, các khoản vay dài hạn thường phổ biến kiểu lãi suất ARM – mix, tức là cố định trong một vài năm đầu và thả nổi trong những năm còn lại. Tuy nhiên, có thể thấy các hợp đồng CVNO đối với KHCHN đều bộc lộ rủi ro lãi suất rất lớn. Thêm vào đó, CVNO dài hạn còn tiềm ẩn khả

năng rủi ro tín dụng rất lớn do KHCN không lường trước được nghĩa vụ trả tiền của mình tại những kì thanh toán trong giai đoạn thả nổi.

(6) Nhu cầu vay của KHCN hầu như rất ít co giãn với lãi suất.

KH vay vốn thường quan tâm đến số tiền phải trả khi đáo hạn hơn là lãi suất mà họ phải chịu.

(7) Nhu cầu vay nhà ở của KHCN chịu ảnh hưởng của chu kì kinh tế.

Khi kinh tế tăng trưởng, người dân lạc quan về thu nhập trong tương lai nên có xu hướng sửa chữa, mua sắm nhà ở; ngược lại khi kinh tế suy thoái, thu nhập của người dân giảm, kèm theo tâm lý bi quan lo lắng về nguy cơ thất nghiệp, cắt giảm thu nhập nên có khuynh hướng tiết kiệm, hạn chế chi tiêu cho nhà ở khiến cho nhu cầu tín dụng nhà ở của cá nhân giảm xuống.

(8) Mức thu nhập và trình độ học vấn là hai biến số có mối quan hệ mật thiết tới nhu cầu vay nhà ở của cá nhân.

Theo đó, thu nhập của cá nhân/hộ gia đình càng cao thì chi tiêu cho nhà ở có khuynh hướng tăng cao nên việc vay mượn được xem như một công cụ để đạt được mức sống cao hơn, chỗ ở tiện nghi hơn, chứ không chỉ đơn thuần chỉ là nơi “trú chân, chui ra chui vào”. Với cá nhân có trình độ học vấn càng cao thì thu nhập càng lớn, nên các khoản vay của họ được các NHTM đánh giá có mức độ an toàn hơn do không chỉ họ có nguồn trả nợ tốt mà còn được đảm bảo bởi nhận thức, tư cách đạo đức của người vay và họ cũng có xu hướng được NHTM cho vay nhiều hơn. Ngược lại, với cá nhân có trình độ học vấn thấp thì khả năng vay từ NHTM khó khăn hơn, số tiền vay được ít hơn, chịu sự giám sát chặt chẽ của NHTM, thậm chí ngân hàng chỉ cho vay khi có các đảm bảo khác từ phía chính quyền, hoặc theo một chương trình xã hội hỗ trợ từ phía Chính phủ và NHNN.

(9) Chất lượng thông tin tài chính của KHCN vay mua nhà ở thường không cao so với KHDN và cá nhân kinh doanh.

Điều này là vì các KH vay vốn để kinh doanh thường phát sinh nhiều giao dịch trên hệ thống với các NHTM, có các báo cáo tài chính được kiểm chứng bởi cơ quan kiểm toán, có thông tin về đánh giá chất lượng tín dụng tại các cơ quan quản lý của hệ thống NHTM. Trong khi đó, các thông tin của cá nhân vay nhà ở phục vụ cho mục đích tiêu dùng lại rất khó kiểm chứng và tính cập nhật, minh bạch không cao. Luôn tồn tại nhóm KH chây ì, lừa đảo vì vậy đòi hỏi CBTD cho vay có kinh nghiệm và đạo đức nghề nghiệp.

Hiện nay, ở Việt Nam, Trung tâm thông tin tín dụng của NHNN mới chỉ cung cấp thông tin tín dụng về KHDN mà chưa cung cấp thông tin tín dụng về cá nhân và hộ gia đình. Các thông tin về KHCN chủ yếu do KH cung cấp nên độ chính xác không cao. Chính vì vậy, các NHTM thường tập trung CVNO chủ yếu đối với cán bộ, công nhân viên chức trong hệ thống cơ quan hành chính và cán bộ, nhân viên một số doanh nghiệp lớn do thu nhập của họ tương đối ổn định và phần lớn họ đều mở tài khoản cá nhân tại NH cho vay nên việc kiểm tra thông tin, giám sát khoản vay, thu nợ trở nên dễ dàng và an toàn cho NH.

(10) Tư cách của khách hàng là yếu tố khó xác định, song lại rất quan trọng vì nó quyết định khả năng hoàn trả khoản vay.

Đây cũng là chỉ tiêu quan trọng để NH thẩm định trước khi quyết định cho vay. Đối với CVNO của KHCN, yếu tố này càng trở nên có vai trò quan trọng vì nó quyết định tới việc sử dụng vốn vay đúng mục đích và là yếu tố quyết định tới thiện chí hoàn trả nghĩa vụ tài chính của người vay với ngân hàng, nhưng đây lại là một yếu tố mang tính định tính nên rất khó xác định chính xác. Do đó, nếu yếu tố này được đánh giá cao thì khả năng trả nợ của KHCN càng cao, giảm được rủi ro tín dụng cho NH.