

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG NHẪM PHÁT TRIỂN
TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI
CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH HUẾ**

ĐÀO THỊ HƯƠNG LAN

Niên khóa: 2014 – 2018

ĐẠI HỌC HUẾ
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ
KHOA QUẢN TRỊ KINH DOANH



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG NHẪM PHÁT TRIỂN
TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI
CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH HUẾ**

Sinh viên thực hiện:

Đào Thị Hương lan

Lớp: K48 QTKD

Niên khóa: 2014 – 2018

Giáo viên hướng dẫn:

ThS. Phan Thị Thanh Thủy

Huế, 05/2018

Lời Cảm Ơn

Lời đầu tiên, tôi xin chân thành cảm ơn quý Ban Giám Hiệu nhà trường, Khoa Quản Trị Kinh Doanh cùng tất cả các quý thầy cô đã giảng dạy cho tôi trong suốt quá trình học tập. Những người thầy đã truyền đạt kiến thức hữu ích làm cơ sở cho tôi thực hiện tốt khóa luận này.

Đặc biệt, tôi xin chân thành cảm ơn trân trọng nhất tới ThS. Phan Thị Thanh Thủy- người đã trực tiếp hướng dẫn cho tôi những hướng đi thích hợp cũng như quan tâm và đưa ra những chỉ bảo quý báu cho tôi thêm nhiều kiến thức, kinh nghiệm trong thời gian thực hiện tốt đề tài này.

Tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất đến quý lãnh đạo Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại Thương Việt Nam chi nhánh Huế và các anh/chị trong phòng khách hàng đã tạo điều kiện giúp đỡ cũng như cung cấp số liệu và những kinh nghiệm thực tế để tôi có thể hoàn thành tốt khóa luận này.

Cuối cùng, tôi xin chân thành cảm ơn gia đình, bạn bè và những người thân đã động viên, quan tâm giúp đỡ và tạo điều kiện thuận lợi cho tôi trong suốt thời gian học tập cũng như hoàn thành khóa luận.

Do thời gian nghiên cứu, kiến thức và kinh nghiệm thực tế còn hạn hẹp, mặc dù đã có nhiều cố gắng nhưng đề tài này không thể tránh những sai sót nhất định. Kính mong quý thầy cô giáo và tất cả các bạn đóng góp những ý kiến bổ sung để đề tài được hoàn thiện hơn. Một lần nữa, tôi xin chân thành cảm ơn!

Huế, tháng 5 năm 2018

Sinh viên thực tập

Đào Thị Hương Lan

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

WTO	: Tổ chức thương mại thế giới
Vietcombank	: Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại Thương Việt Nam
DNCN	: Dư nợ cá nhân
DSCVCN	: Doanh số cho vay cá nhân
DSTNCN	: Doanh số thu nợ cá nhân
DSTN	: Doanh số thu nợ
HĐBĐTV	: Hợp đồng bảo đảm tiền vay
HĐTD	: Hợp đồng tín dụng
KHCN	: Khách hàng cá nhân
KHDN	: Khách hàng doanh nghiệp
NHNN	: Ngân hàng nhà nước
NHTM	: Ngân hàng thương mại
TDCN	: Tín dụng cá nhân
TCTD	: Tổ chức tín dụng
CBKH	: Cán bộ khách hàng
PGD	: Phòng giao dịch
ATM	: Máy rút tiền tự động
NXC�	: Nợ xấu cá nhân

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1.1. Bốn nhóm tiêu thức để phân đoạn thị trường.....	21
Bảng 1.2: Đánh giá các tiêu thức phân đoạn.....	22
Bảng 1.3. Bảng tiêu chí đánh giá dịch vụ tín dụng cá nhân	31
Bảng 2.1: Tình hình cơ cấu lao động tại Vietcombank Huế giai đoạn 2015-2017	38
Bảng 2.2: Tình hình tài sản của Vietcombank Huế giai đoạn 2015-2017.....	40
Bảng 2.3: Tình hình nguồn vốn của Vietcombank Huế giai đoạn 2015-2017.....	41
Bảng 2.4. Tình hình huy động vốn tại ngân hàng Vietcombank Huế giai đoạn 2015- 2017	42
Bảng 2.5: Tình hình hoạt động kinh doanh của Vietcombank Huế giai đoạn 2015-2017	45
Bảng 2.6: Doanh số cho vay của Vietcombank Huế giai đoạn 2015 - 2017	52
Bảng 2.7: Doanh số thu nợ của ngân hàng Vietcombank Huế giai đoạn 2015 - 2017.....	53
Bảng 2.8: Tình hình dư nợ TDCN tại ngân hàng Vietcombank Huế giai đoạn 2015-2017	54
Bảng 2.9. Tình hình dư nợ cá nhân theo thời hạn vay giai đoạn 2015 - 2017	55
Bảng 2.10. Tình hình dư nợ cá nhân theo sản phẩm vay giai đoạn 2015 - 2017	56
Bảng 2.11: Tình hình nợ xấu đối với KHCN tại ngân hàng Vietcombank Huế	58
Bảng 2.12: Địa điểm và số lượng máy của Vietcombank chi nhánh Huế.....	61
Bảng 2.13. Mô tả đối tượng khách hàng	62
Bảng 2.14. Mô tả đối tượng khách hàng đang vay hiện nay	65
Bảng 2.15: Phân tích nhu cầu vay vốn của KHCN trong tương lai	69
Bảng 2.16: Phân tích mục đích vay vốn của KHCN tại ngân hàng.....	70
Bảng 2.17: Phân tích thời hạn vay vốn muốn sử dụng tại ngân hàng.....	71
Bảng 2.18: Phân tích hình thức muốn vay của khách hàng ở ngân hàng.....	71
Bảng 2.19: Phương thức đảm bảo khách hàng muốn thế chấp.....	72
Bảng 2.20: Đánh giá độ tin cậy thang đo của biến	75
Bảng 2.21: Kiểm định giá trị trung bình của khách hàng đối với danh tiếng	78
Bảng 2.22: Kiểm định giá trị trung bình của khách hàng đối với tính tin cậy.....	79

Bảng 2.23: Kiểm định giá trị trung bình của khách hàng đối với tính đáp ứng.....	80
Bảng 2.24: Kiểm định giá trị trung bình của khách hàng đối với tính đảm bảo	81
Bảng 2.25: Kiểm định giá trị trung bình của khách hàng đối với sự đồng cảm.....	82
Bảng 2.26: Kiểm định giá trị trung bình của khách hàng đối với phương tiện hữu hình....	83
Bảng 2.27: Kiểm định giá trị trung bình của khách hàng đối với sự tiện lợi.....	84
Bảng 2.28: Kiểm định giá trị trung bình của khách hàng đối với chi phí	85
Bảng 2.29: Kết quả xoay nhân tố sau khi loại biến.....	87
Bảng 2.30: Kết quả phân tích cụm	89
Bảng 2.31: Kiểm định ANOVA của các biến trong cụm	90
Bảng 2.32: Kết quả tính toán trung bình của các nhân tố theo từng cụm	90
Bảng 2.33: Thống kê mô tả về giới tính của các đoạn thị trường	91
Bảng 2.34: Thống kê mô tả về độ tuổi khách hàng cho các đoạn thị trường.....	92
Bảng 2.35: Thống kê mô tả về nghề nghiệp của các đoạn thị trường.....	93
Bảng 2.36: Thống kê mô tả thu nhập hộ gia đình cho các đoạn thị trường.....	94
Bảng 2.37: Thống kê mô tả về trình độ học vấn cho các đoạn thị trường.....	95
Bảng 2.38: Thống kê mô tả nhu cầu về sản phẩm tín dụng cho các đoạn thị trường.....	96
Bảng 2.39: Thống kê mô tả về kênh thông tin tiếp cận cho các đoạn thị trường	97
Bảng 2.40: Thống kê mô tả về hình thức giao dịch theo các đoạn thị trường	98
Bảng 2.41: Các đoạn thị trường và đặc điểm mô tả.....	100

DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 1.1 Quy trình nghiên cứu đề tài.....	5
Sơ đồ 1.2: Khái quát các giai đoạn và phương pháp thực hiện phân tích cụm	26
Sơ đồ 2.1: Bộ máy tổ chức quản lí của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế	36
Sơ đồ 2.2: Quy trình cho vay dành cho KHCN tại Vietcombank Huế	49
Sơ đồ 2.3: Mạng lưới phòng giao dịch của Vietcombank Huế	60

Đại học Kinh tế Huế
tailieu.vn

DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1: Tổng thu nhập, tổng chi phí và lợi nhuận của Vietcombank Huế	48
Biểu đồ 2.2. Dư nợ tín dụng cá nhân theo thời hạn vay	56
Biểu đồ 2.3: Tỷ lệ dư nợ TDCN theo sản phẩm năm 2017	57
Biểu đồ 2.4: Tỷ trọng cho vay cá nhân trong tổng dư nợ	59
Biểu đồ 2.5: Thời gian sử dụng dịch vụ của ngân hàng Vietcombank Huế	67
Biểu đồ 2.6: Kênh tiếp cận thông tin TDCN của ngân hàng Vietcombank Huế	68
Biểu đồ 2.7: Dự định sử dụng sản phẩm TDCN của Vietcombank Huế	69

Đại học Kinh tế Huế

MỤC LỤC

Lời cảm ơn.....	i
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT.....	ii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	iii
DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ	v
DANH MỤC CÁC BIỂU ĐỒ	vi
MỤC LỤC	vii
PHẦN I: PHẦN MỞ ĐẦU.....	1
1. Lí do chọn đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
2.1. Mục tiêu chung.....	2
2.2. Mục tiêu cụ thể	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
3.1. Đối tượng nghiên cứu.....	3
3.2. Phạm vi nghiên cứu	3
4. Phương pháp nghiên cứu.....	4
4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp.....	4
4.2. Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp	4
4.2.1. Phương pháp xác định kích thước mẫu	4
4.2.2. Phương pháp chọn mẫu	4
4.3. Phương pháp phân tích xử lý dữ liệu.....	5
5. Quy trình nghiên cứu.....	5
6. Bố cục của đề tài.....	6
PHẦN II: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	7
CHƯƠNG I: CƠ SỞ KHOA HỌC VỀ PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG VÀ PHÁT TRIỂN TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	7
1.1. Cơ sở lí luận về phân đoạn thị trường và phát triển tín dụng cá nhân tại các ngân hàng thương mại	7
1.1.1. Lí luận chung về tín dụng cá nhân tại các ngân hàng thương mại	7

1.1.1.1. Khái niệm tín dụng cá nhân.....	7
1.1.1.2. Đặc điểm của tín dụng cá nhân.....	8
1.1.1.2.1. Quy mô và số lượng của mỗi khoản vay nhỏ, khoản vay lớn	8
1.1.1.2.2. Tín dụng cá nhân thường dẫn đến rủi ro	9
1.1.1.2.3. Tín dụng cá nhân gây tổn kém nhiều chi phí	9
1.1.1.3. Vai trò của tín dụng cá nhân trong nền kinh tế	10
1.1.1.3.1. Đối với nền kinh tế - xã hội.....	10
1.1.1.3.2. Đối với ngân hàng thương mại	10
1.1.1.3.3. Đối với khách hàng cá nhân	10
1.1.1.4. Các sản phẩm tín dụng cá nhân.	11
1.1.2. Phát triển tín dụng cá nhân tại ngân hàng thương mại	12
1.1.2.1. Khái niệm phát triển tín dụng cá nhân	12
1.1.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá mức độ phát triển tín dụng cá nhân	12
1.1.2.2.1. Dư nợ tín dụng cá nhân	12
1.1.2.2.2. Sự phát triển thị phần	13
1.1.2.2.3. Hệ thống kênh phân phối.....	13
1.1.2.2.4. Tỷ lệ nợ xấu.....	13
1.1.2.2.5. Tính đa dạng của sản phẩm tín dụng cá nhân.....	14
1.1.2.2.6. Tính minh bạch, ổn định trong chính sách tín dụng.....	14
1.1.2.2.7. Chất lượng tín dụng ngân hàng	15
1.1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển tín dụng cá nhân.....	16
1.1.2.3.1. Sự phát triển kinh tế - xã hội	16
1.1.2.3.2. Môi trường pháp luật.....	16
1.1.2.3.3. Đối thủ cạnh tranh	17
1.1.2.3.4. Chính sách và kinh tế của nhà nước	17
1.1.3. Marketing ngân hàng và phân đoạn thị trường trong lĩnh vực dịch vụ ngân hàng	17
1.1.3.1. Marketing trong lĩnh vực ngân hàng	17
1.1.3.2. Khái niệm và vai trò của phân đoạn thị trường dịch vụ ngân hàng.....	18
1.1.3.3. Tiêu thức phân đoạn thị trường trong lĩnh vực dịch vụ ngân hàng	19

1.1.3.4. Phương pháp và kỹ thuật thống kê phân đoạn thị trường	23
1.1.4. Thang đo nghiên cứu và bảng hỏi khảo sát	28
1.2. Cơ sở thực tiễn liên quan đến tín dụng cá nhân	32
1.2.1. Đặc điểm của tín dụng cá nhân.....	32
1.2.2. Chỉ tiêu đánh giá tín dụng cá nhân từ góc độ ngân hàng	33
1.2.2.1. Chỉ tiêu về doanh số cho vay của khách hàng cá nhân	33
1.2.2.2. Chỉ tiêu về doanh số thu nợ của khách hàng cá nhân.....	33
1.2.2.3. Chỉ tiêu về dư nợ tín dụng của khách hàng cá nhân.....	33
1.2.2.4. Chỉ tiêu về nợ quá hạn của khách hàng cá nhân.....	33
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM CHI NHÁNH HUẾ VÀ KẾT QUẢ PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG TÍN DỤNG CÁ NHÂN	34
2.1. Tổng quan chung về ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại Thương Việt Nam ...	34
2.1.1. Giới thiệu chung về ngân hàng Vietcombank	34
2.1.2. Giới thiệu về ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế.....	36
2.1.3. Sơ đồ tổ chức bộ máy quản lý của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế.....	36
2.1.4. Tình hình hoạt động của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế giai đoạn 2015 - 2017	38
2.1.4.1. Tình hình cơ cấu lao động tại chi nhánh Huế.....	38
2.1.4.2. Tình hình về tài sản và nguồn vốn tại chi nhánh Huế giai đoạn 2015-2017....	39
2.1.4.3. Tình hình vốn huy động tại ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế giai đoạn 2015 - 2017	42
2.1.4.4. Kết quả hoạt động kinh doanh tại Vietcombank chi nhánh Huế giai đoạn 2015 - 2017	44
2.2. Tình hình hoạt động tín dụng KHCN tại Vietcombank chi nhánh Huế giai đoạn 2015 - 2017	49
2.2.1. Quy trình tín dụng cá nhân tại ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế	49
2.2.2. Tình hình hoạt động TDCN tại ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế giai đoạn 2015 - 2017	52

2.2.2.1. Doanh số cho vay khách hàng cá nhân của ngân hàng Vietcombank Huế giai đoạn 2015-2017	52
2.2.2.2. Doanh số thu nợ khách hàng cá nhân của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế giai đoạn 2015- 2017	53
2.2.2.3. Dư nợ tín dụng khách hàng cá nhân của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế giai đoạn 2015-2017	54
2.2.2.3.1. Dư nợ tín dụng cá nhân theo thời hạn vay của Vietcombank chi nhánh Huế giai đoạn 2015-2017	55
2.2.2.3.2. Dư nợ tín dụng cá nhân theo sản phẩm vay của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế giai đoạn 2015-2017.....	56
2.2.2.4. Nợ xấu tín dụng cá nhân của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế giai đoạn 2015-2017.....	58
2.2.2.5. Hệ thống kênh phân phối tín dụng cá nhân	59
2.3. Kết quả khảo sát khách hàng nhằm phân đoạn thị trường tín dụng cá nhân cho ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế.....	61
2.3.1. Đặc điểm mẫu điều tra.....	61
2.3.2. Kết quả khảo sát về tình hình vay vốn hiện tại của khách hàng cá nhân	65
2.3.3. Tình hình giao dịch của khách hàng trong mẫu khảo sát đối với Vietcombank Huế.....	66
2.3.4. Kết quả khảo sát nhu cầu vay vốn của khách hàng cá nhân trong tương lai.....	69
2.3.5. Kết quả phân đoạn thị trường tín dụng cá nhân theo tiêu thức giá trị khách hàng tìm kiếm.....	72
2.3.5.1. Kiểm định độ tin cậy của thang đo giá trị khách hàng tìm kiếm từ dịch vụ tín dụng cá nhân.....	72
2.3.5.2. Thống kê giá trị trung bình các tiêu chí liên quan đến giá trị khách hàng tìm kiếm đối với dịch vụ tín dụng cá nhân	77
2.3.5.3. Phân tích nhân tố khám phá cho thang đo giá trị khách hàng tìm kiếm đối với dịch vụ tín dụng cá nhân.....	86
2.3.5.4. Phân đoạn thị trường dịch vụ tín dụng cá nhân theo tiêu thức giá trị khách hàng tìm kiếm	87

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM - CHI NHÁNH HUẾ DỰA TRÊN KẾT QUẢ PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG	101
3.1. Định hướng phát triển TDCN tại ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế	101
3.2. Giải pháp phát triển TDCN tại ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế dựa trên kết quả phân đoạn thị trường	102
3.2.1. Phát triển ngân hàng một cách rộng rãi	102
3.2.2. Phát triển TDCN dựa vào đặc điểm nhân khẩu học	102
PHẦN 3: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	105
3.1. Kết luận	105
3.1.1. Kết quả đạt được	105
3.1.2. Một số hạn chế còn tồn tại	105
3.1.3. Hướng phát triển của đề tài trong tương lai	106
3.2. Kiến nghị	106
3.2.1. Kiến nghị đối với ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam chi nhánh Huế	106
3.2.2. Kiến nghị đối với cơ quan địa phương	106
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	107
PHỤ LỤC	109

PHẦN I: PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài

Ngày nay nền kinh tế nước ta đang ngày càng phát triển đã mở ra rất nhiều cơ hội bên cạnh đó cũng đặt ra không ít thách thức. Một trong những thách thức đó là các tổ chức cung ứng dịch vụ ngân hàng đang ngày càng nổi lên rất nhiều khiến cho khách hàng dẫn dlo trong việc lựa chọn. Vì thế các ngân hàng ngày càng phải cạnh tranh gay gắt với nhau.

Việt Nam là một đất nước có trên 90 triệu dân sinh sống, với đa số là ở độ tuổi còn trẻ, có thu nhập, phong cách sống hiện đại và có nhu cầu mua sắm rất lớn. Chính vì thế các sản phẩm tín dụng bán lẻ của các ngân hàng trong thời gian gần đây dù còn mới mẻ nhưng đều được khách hàng quan tâm và thu được nhiều thành công.

Cùng với việc chính thức trở thành thành viên thứ 150 của WTO vào năm 2007 là dấu ấn quan trọng, mở ra cho chúng ta nhiều cơ hội tiếp cận những thị trường tài chính hàng đầu, tuy nhiên điều đó đã tạo cơ hội cho các ngân hàng nước ngoài được phép kinh doanh bình đẳng như các ngân hàng thương mại trong nước. Thị trường kinh doanh nhiều tiềm năng cùng với nguy cơ cạnh tranh ngày càng cao đã đặt các ngân hàng thương mại Việt Nam vào thế phải thay đổi chiến lược kinh doanh, tìm kiếm cơ hội đầu tư mới, mở rộng và đa dạng hóa nhóm khách hàng mục tiêu.

Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại Thương Việt Nam cũng không thể nằm ngoài xu thế đó vì vốn dĩ ngân hàng là một trong những ngân hàng thương mại đi đầu trong ngành thanh toán xuất nhập khẩu, cho vay bán buôn và kinh doanh ngoại tệ. Nhóm khách hàng truyền thống của ngân hàng Vietcombank chủ yếu là các doanh nghiệp lớn. Tuy nhiên hiện nay đã có nhiều thay đổi, khi mà các ngân hàng thương mại khác từng bước lớn mạnh về quy mô, tiềm lực tài chính, phương thức quản lí, phục vụ... đã lôi kéo nhóm khách hàng truyền thống của ngân hàng rất gay gắt. Mặt khác, việc mà ngân hàng phụ thuộc quá nhiều vào các doanh nghiệp lớn sẽ tạo rất nhiều rủi ro khi mà việc kinh doanh của các doanh nghiệp này gặp khó khăn. Chính

những điều kiện trên đã đặt ngân hàng Vietcombank vào thế phải tìm kiếm cơ hội đầu tư mới, thay đổi chiến lược kinh doanh và nhóm khách hàng mục tiêu. Để có thể cạnh tranh được với các ngân hàng thương mại năng động trong nước cũng như các ngân hàng nước ngoài vốn có ưu thế mạnh về mảng dịch vụ ngân hàng bán lẻ, ngân hàng Vietcombank đã xác định chiến lược phát triển song hành bán buôn đi đôi với bán lẻ, trong đó TDCN là một trong những mục tiêu quan trọng hàng đầu.

Tuy nhiên, sau nhiều năm triển khai hoạt động tín dụng đối với KHCB đến nay Vietcombank chi nhánh Huế vẫn chưa phát triển được TDCN theo đúng chỉ tiêu trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế. Thị phần của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế còn khá khiêm tốn, hơn nữa trong giai đoạn này hoạt động tín dụng của ngân hàng đang gặp rất nhiều khó khăn. Do đó, phát triển TDCN là một bước đi rất cần thiết đối với ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế nhằm tăng cường sự hiện diện, gia tăng thị phần, phân tán rủi ro trong hoạt động tín dụng đồng thời đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ, tăng sức cạnh tranh của mình. Tuy nhiên, để có thể đề xuất được các giải pháp và chính sách phù hợp thao tác cần thiết đầu tiên là cần phải phân đoạn thị trường dịch vụ tín dụng cá nhân và nắm bắt được đặc điểm của mỗi đoạn thị trường. Xuất phát từ thực tiễn cùng với quá trình thực tập tại ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế tôi đã quyết định chọn đề tài: “ **Phân đoạn thị trường nhằm phát triển tín dụng cá nhân tại ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại Thương Việt Nam – Chi nhánh Huế** ” để làm đề tài tốt nghiệp đại học chuyên ngành quản trị kinh doanh của mình. Thông qua việc nghiên cứu, tìm hiểu để đưa ra các đề xuất giải pháp liên quan nhằm phát triển hơn nữa về hoạt động TDCN tại ngân hàng.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1. Mục tiêu chung

Trên cơ sở phân tích hoạt động TDCN tại ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế và áp dụng phương pháp phân đoạn thị trường TDCN đề xuất một số giải pháp phát triển TDCN cho ngân hàng trong thời gian tới đây.

2.2. Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hoá cơ sở lý luận về TDCN, phát triển TDCN và phương pháp phân đoạn thị trường trong lĩnh vực dịch vụ ngân hàng.
- Phân tích thực trạng hoạt động TDCN tại ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế trong những năm qua đặc biệt giai đoạn 2015-2017.
- Phân đoạn thị trường TDCN cho ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế.
- Đề xuất các giải pháp nhằm phát triển TDCN tại ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế trong thời gian tới dựa trên kết quả phân đoạn thị trường.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**3.1. Đối tượng nghiên cứu**

- Đối tượng nghiên cứu: Hoạt động phát triển TDCN tại ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế và phương pháp phân đoạn thị trường cho dịch vụ TDCN.
- Đối tượng khảo sát: Những KHCN hiện tại và tiềm năng đối với dịch vụ TDCN của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- Về nội dung: Phát triển dịch vụ TDCN bao gồm nhiều giai đoạn và hoạt động có tính kết nối, nghiên cứu này tập trung chủ yếu vào giai đoạn phân đoạn thị trường và khám phá đặc điểm của các đoạn thị trường TDCN trong hoạt động phát triển tín dụng đối với KHCN.
- Về tài sử dụng số liệu về tình hình hoạt động TDCN của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế trong giai đoạn 2015-2017, số liệu điều tra khảo sát bằng phương pháp phỏng vấn trực tiếp khách hàng về hành vi lựa chọn và sử dụng dịch vụ TDCN theo bảng câu hỏi đã được thiết kế.
- Về không gian: Nghiên cứu thực hiện trong giới hạn thị trường phục vụ của ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế.

4. Phương pháp nghiên cứu**4.1. Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp**

- Thu thập từ các tài liệu tham khảo, sách, giáo trình, các khóa luận liên quan, nguồn internet và thư viện, trung tâm học liệu để làm rõ về cơ sở lý thuyết.

- Thu thập các số liệu và thông tin từ các báo cáo tình hình của các phòng ban ngân hàng Vietcombank chi nhánh Huế trong giai đoạn 2015- 2017 để đánh giá thực trạng TDCN tại ngân hàng. Qua đó thống kê, phân tích, so sánh, tổng hợp để đưa ra giải pháp nhằm phát triển TDCN trong những năm tiếp theo.

4.2. Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp**4.2.1. Phương pháp xác định kích thước mẫu**

Để xác định cỡ mẫu điều tra đảm bảo đại diện cho tổng thể nghiên cứu, ta áp dụng theo công thức của Cochran (1997) :

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{e^2}$$

Trong đó, n là cỡ mẫu cần chọn, Z = 1,96 là giá trị ngưỡng của phân phối chuẩn, tương ứng với độ tin cậy 95%. Mặc khác, do tính chất p+q = 1, vì vậy ta có được p.q sẽ lớn nhất khi p = q = 0,5 nên p.q = 0,25. Ta tính cỡ mẫu với độ tin cậy là 95% và sai số cho phép là 8%. Lúc đó, mẫu ta cần chọn sẽ có kích cỡ mẫu là:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.08^2} = 150$$

Thời gian điều tra: Từ ngày 25/3/2018 đến ngày 5/4/2018

4.2.2. Phương pháp chọn mẫu

Trong thời gian nghiên cứu, do gặp khó khăn về điều kiện cũng như thời gian nên không thể xin được danh sách toàn bộ khách hàng của ngân hàng nên việc tiếp cận khách hàng để điều tra trực tiếp bằng bảng hỏi được thực hiện một cách thuận tiện. Do đó, tôi sẽ tiến hành điều tra những người dân sinh sống, hoạt động và làm việc trên địa bàn Tỉnh Thừa Thiên Huế bằng bảng hỏi khảo sát.

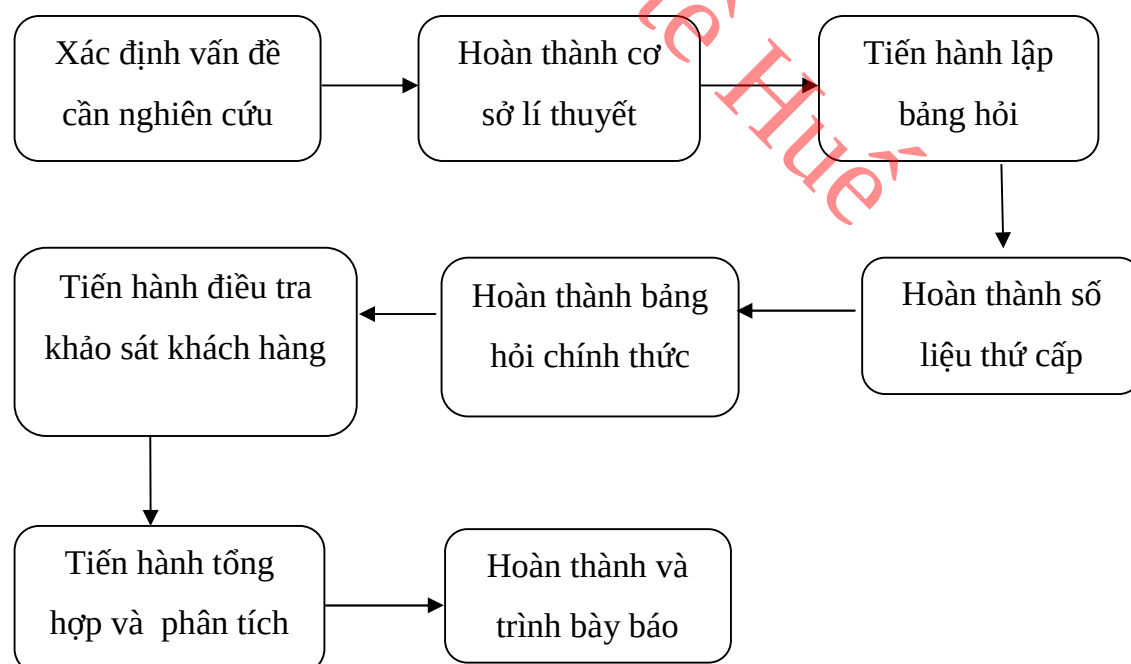
Với số phiếu phỏng vấn được phát ra là 180 phiếu nhằm hạn chế trường hợp thiếu hụt mẫu do thu về những bảng hỏi không hợp lệ. Qua quá trình thu lại kết quả được 170 phiếu. Trong đó, khi tiến hành kiểm tra thống kê toàn bộ thì thấy được có một số phiếu không đi theo trình tự của bảng hỏi nên đã bị loại bỏ và cuối cùng thu được số phiếu hợp lệ là 150 phiếu để tiến hành phân tích.

4.3. Phương pháp phân tích xử lý dữ liệu

- Nghiên cứu này áp dụng phương pháp bảng hỏi trực tiếp đến KHCN. Sau đó, dùng phần mềm SPSS 20. để tiến hành xử lý, phân tích số liệu phục vụ cho quá trình nghiên cứu những thông tin đặc trưng về những khách hàng thu thập được.

- Sau khi được mã hóa và làm sạch, dữ liệu được tiến hành mô tả thống kê tần số; kiểm tra hệ số tin cậy Cronbach's Alpha của thang đo, tính toán hệ số nhằm loại bỏ các biến không phù hợp và hạn chế rác trong mô hình, là cơ sở để đánh giá độ tin cậy; kiểm định giá trị trung bình One – Sample T - test với mức ý nghĩa là $\alpha = 0,05$, kiểm định sự bằng nhau trong đánh giá của khách hàng theo từng yếu tố; kiểm định nhân tố khám phá EFA nhằm loại bỏ các biến không phù hợp; kiểm định phân tích cụm (cluster analysis) để ra các phân đoạn thị trường tín dụng cá nhân.

5. Quy trình nghiên cứu



Sơ đồ 1.1 Quy trình nghiên cứu đề tài

6. Bố cục của đề tài**Phần I: Đặt vấn đề****Phần II: Nội dung và kết quả nghiên cứu**

Ngoài phần lời mở đầu và phần kết luận khóa luận gồm có 3 chương chính như sau:

Chương 1: Cơ sở khoa học về phân đoạn thị trường và phát triển tín dụng cá nhân tại các ngân hàng thương mại

Chương 2: Thực trạng phát triển tín dụng cá nhân tại ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam chi nhánh Huế và kết quả phân đoạn thị trường tín dụng cá nhân

Chương 3: Giải pháp phát triển tín dụng cá nhân tại ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam chi nhánh Huế dựa trên cơ sở nghiên cứu về phân đoạn thị trường

Phần III: Kết luận và kiến nghị

PHẦN II: NỘI DUNG VÀ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

CHƯƠNG I: CƠ SỞ KHOA HỌC VỀ PHÂN ĐOẠN THỊ TRƯỜNG VÀ PHÁT TRIỂN TÍN DỤNG CÁ NHÂN TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Cơ sở lý luận về phân đoạn thị trường và phát triển tín dụng cá nhân tại các ngân hàng thương mại

1.1.1. Lý luận chung về tín dụng cá nhân tại các ngân hàng thương mại

1.1.1.1. Khái niệm tín dụng cá nhân

❖ Khái niệm tín dụng ngân hàng

Theo Tiến Sĩ Nguyễn Minh Kiều thì “ Tín dụng ngân hàng” là quan hệ chuyển nhượng quyền sử dụng vốn từ ngân hàng cho khách hàng trong một thời hạn nhất định với một khoản chi phí nhất định.

Theo Nguồn dân Kinh tế thì “ Tín dụng ngân hàng” là mối quan hệ kinh tế về sử dụng vốn tạm thời giữa ngân hàng và các tổ chức, cá nhân theo nguyên tắc hoàn trả nhằm thỏa mãn nhu cầu về vốn của doanh nghiệp và cá nhân.

Theo Luật Các tổ chức tín dụng số 47/2010/QH12 thì “ Cấp tín dụng” là việc thỏa thuận để tổ chức, cá nhân sử dụng một khoản tiền hoặc cam kết 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, bảo thanh toán, bảo lãnh ngân hàng và các nghiệp vụ cấp tín dụng khác.

Tóm lại, có rất nhiều cách khác nhau để định nghĩa nhưng tín dụng ngân hàng được tóm tắt bằng những nội dung sau: có sự chuyển nhượng quyền sử dụng vốn từ người sở hữu sang người sử dụng; sự chuyển nhượng này có thời hạn; sự chuyển nhượng này có kèm theo chi phí và rủi ro.

❖ Khái niệm tín dụng cá nhân

Theo Mác định nghĩa: “ Tín dụng” là sự chuyển nhượng tạm thời một lượng giá trị từ người sở hữu sang người sử dụng trong một khoảng thời gian nhất định; khi đến hạn, người sử dụng phải hoàn trả một lượng giá trị lớn hơn giá trị ban đầu.