

经营探讨

贵州农信社外出农民工贷款的现状与思考

◎毛光健

贵州省是全国劳务输出大省之一,据不完全统计,目前贵州省跨省流动人口为580余万人。创业离不开金融的支持,创业流动资金需求得不到满足是摆在外出农民工创业路上的一道门槛。由于外出农民工在创业地区属于“无人际、无资产、无户籍”的“三无”特殊人群,想得到当地金融机构信贷支持和帮扶的可能性极小。

近年来,部分金融机构对外来农民工贷款的条件虽有放宽的趋势,但其融资成本远远高于家乡的金融机构。通过调查了解,就云南省而言,贵州籍外来农民工虽在个别地方性金融机构有获得过贷款支持,但利率普遍较高,对创业本来就艰辛的外出农民工而言,不但没能雪中送炭,反而是雪上加霜。因此,贵州省农信社探索开展外出农民工贷款服务具有重要的意义。

外出农民工贷款的现状

2008年,贵州省安顺地区农信社成立外出农民工金融服务中心,通过强化宣传、信贷帮扶等方式,帮助外出农民工创业发展,取得了一些效果。2015年,贵州省农信社统一对外出农民工金融服务中心进行管理和指导,并在全国开设了13个驻外农民工金融服务中心。

心,虽然覆盖面更广、联动效率更强,但由于缺少统一、标准的贷款管理办法和放贷流程,责权界定不明,一定程度上影响了外出农民工贷款的申贷获得率。一是基层行社与外出农民工信息不对称。由于外出农民工长期在外发展,家乡行社掌握其发展现状、人品维度、资产状况等重要基础信息比较困难,不利于开展信贷业务。二是责任界定不明。虽然现在基层行社可以通过委托驻外农民工金融服务中心对辖区内客户开展贷前调查,但由于没有统一的制度办法,贷前责任、贷后管理、审批责任认定不清,容易出现道德风险,影响贷前调查的真实性。三是部分经办人员主动意识不强。对驻外农民工金融服务中心而言,对不属于客户经理所在行社辖区内的客户,开展服务和对接的主动性不够;对基层行社而言,现在贷款需求旺盛,不缺一个在外不了解情况的客户,即使收到外出农民工贷款申请,推诿拒贷的现象也十分普遍。

外出农民工贷款的主要发放对象

针对贵州省农信社而言,外出农民工在外创办的具有规模的企业,由于注册地等因素影响,以法人为贷款主体申请企业贷款的条件仍不成熟。部分需

要信贷支持的企业,仍以个人贷款为主,并且从贷款资料的收集和发放来说,个人贷款更容易满足条件,更可能得到农信社的支持。仅以云南省为例,由于与贵州省毗邻,到当地从事个体经营的贵州籍农民工占比较大,经初步调查了解,从事的行业有超市、药材、服装、汽车维修、建筑施工、广告等。这些外出农民工的信贷资金需求都比较旺盛,成为贵州省农信社驻外农民工金融服务中心的主要服务对象,资金需求在10万元至50万元不等。而纯劳务外出农民工的贷款需求大多数以教育、建房等消费为主,金额在5万元至10万元之间。

开展外出农民工贷款的建议

适当放宽贷款条件。由于部分行社对农户的概念掌握、理解不够,把一些符合条件的农民工贷款拒之门外。如一些在行社服务区内有固定住所、资产信誉良好的外出农民工,但由于其经营主体不在本地,家乡行社不愿意建档或放贷;有的行社甚至还要求,客户户籍地必须在服务区内才给予授信放贷。为此,笔者建议结合《贵州省农村信用社“致富通”农户贷款管理办法》,适当放宽外出农民工贷款条件。如针

对在家乡有固定居所、在外创业发展有稳定收入来源的农民工,探索将异地资产纳入开展授信业务的依据。

合理确定贷款方式。由于外出农民工长期在外创业发展的特殊原因,不能提供贷款抵押、担保物的现象普遍存在,贵州省农信社开展外出农民工贷款的方式应以信用贷款、联保贷款为主,有条件的可以开展“抵押+信用”方式的组合贷款。特别是通过开展联保贷款业务,在风险管理方面,可大大降低外出农民工贷款风险。外出农民工创业具有集约化、行业化、家族化等特点,且都初具规模,有固定的行业和高圈、相对对经营状况都较了解。贵州省农信社应以行业分类、商圈划分、地域界定为基础,结合“自愿联合、多户联保、依约还款、风险共担”的原则,开展联保授信业务,这样可以进一步增强外出农民工信贷资金安全和授信能力,化解农民工贷款难题。

统一规范授信流程。一是明确贷前调查标准。要在贷款管理制度中,明确贷前调查的主要内容和范围,如资产、经营收入、诚信状况等。这样一方面便于真实反映外出农民工基本情况,另一方面便于责任认定与追究。二是统一联动授信流程。驻外农民工金融服务中心在开展外出农民工建档工作

时,可以根据管理制度办法,收集相关信息后,反馈到外出农民工家乡行社,由家乡行社根据在当地调查了解的信息,与驻外农民工金融服务中心的信息结合,及时开展授信工作,进一步打通内外联动机制。三是划定职责分工。要对驻外农民工金融服务中心开展贷前调查需要的材料作明确规定,如贷款申请书、夫妻共同债务承诺书、联保合同等;可由驻外农民工金融服务中心直接开展面谈工作,进一步简化外出农民工贷款申请开展贷前调查,家乡行社贷款发放后反馈贷款信息(包括贷款基本信息、结息情况)等环节实行时限管理,增强授信和贷款发放的约束性和及时性。

明确界定责任义务。细分驻外农民工金融服务中心与家乡行社在农民工贷款方面的管理责任,明确贷前调查、贷后管理、贷款审批、贷款发放的责任界定。驻外农民工金融服务中心在开展贷前调查、贷后管理时,应根据制度规定的内容和范围,逐项开展信息收集,对未能按照制度规定开展相关业务的客户经理,应严格落实责任追究,防范道德风险。结合外出农民工贷款特殊情况,贵州省农信社可充分发挥尽职免责机制,进一步调动客

经理开展外出农民工贷款的积极性和主动性。

建立督导机制。探索开展外出农民工贷款工作,需要家乡行社、驻外农民工金融服务中心乃至省联社多方联动。从省联社层面来讲,应设置外出农民工贷款督导组,针对责任追究、时限管理等,开展督导工作。省联社定期开展外出农民工不良贷款责任追究,能够在防范驻外员工道德风险的同时,保证外出农民工贷款有效可持续发展;监督驻外农民工金融服务中心与家乡行社的限时办理贷款责任,定期通报未按时限规定落实贷款流程的违规行为,可以提高外出农民工贷款的放贷效率。从行社层面来讲,应由县级行社统一成立农民工贷款管理小组,并明确责任人员,跟踪督导基层行社落实外出农民工贷款的执行情况;各基层行社应明确具体联系责任人,负责外出农民工贷款对接协调工作。对于驻外农民工金融服务中心来讲,应合理制定贷前调查、贷后管理实施细则;设置外出农民工贷款调查评议小组,建立集中民主调查评议机制;加强外出农民工贷款贷后管理工作,保证外出农民工信贷资产安全。

(作者单位:贵州省农信社农民工金融服务中心驻云南服务点)

◎罗苏涵

何谓“工匠精神”?简单地说,“工匠精神”就是一种对工作细致严谨、追求完美的态度,是对产品、服务精雕细琢和精益求精。秦国人用“工匠精神”修筑长城,创造了千年不倒的奇迹;鲁班用“工匠精神”发明创造,让木鸢飞上蓝天;我国航天人用“工匠精神”,将长征系列火箭送入太空;乔布斯用“工匠精神”,把“苹果”做成全球市场占有率最高的电子产品……

当前,在部分农信社员工身上,仍存在“深耕四区”工作不深入,对“三农”、小微企业的服务需求不了解,信息建档工作不到位,信贷投放怕担责、不作为或乱作为,等客上门,服务意识和服务质量较差等诸多问题,严重地影响了农信社的转型发展。究其原因,还是“工匠精神”的缺失。

在互联网金融蓬勃兴起、金融业全面转型的今天,农信社要想在激烈的市

场竞争中立于不败之地,在重拾“挎包银行”“三铁精神”的同时,还必须重塑、弘扬“工匠精神”。

产品创新要精益求精。农信社要树立追求完美、追求极致、精益求精的精神理念,对每一项金融产品都要精雕细琢、量身定制,全方位满足不同客户的需求。如在信贷工作中,要针对农村、农民缺项目、缺资金、缺技术、缺押品等难题,有针对性地开发如扶贫贴息贷款、农村资产抵押贷款、土地承包经营权抵押贷款、企业应收账款抵押贷款、保证保险贷款等产品,解决农户、农村种植养殖户、外出务工人员、家庭农场、小微企业的贷款难题。

金融服务要精益求精。服务是农信社永恒的主题,也是农信社的核心竞争力所在。农信社员工要发扬吃苦耐劳精神,将严谨、耐心、专注、专业、敬业、创新等“工匠精神”融入到金融服务

工作的每一个环节。如在信贷服务工作中,要结合金融精准扶贫,扎实做好“深耕四区”工作,走村串户,扫楼扫街,面对面地与客户沟通,了解客户不同的服务需求,提供多元化信贷服务。在柜面服务工作中,要不断提高窗口服务质量,提高业务办理速度,降低业务差错率,让每一位客户都能真正感受到宾至如归的高效服务。

风险管控要精益求精。在当前宏观经济持续下行的形势下,农信社面临贷款投放乏力、利差越来越小、风险不断暴露的不利局面,给风险管控带来了严峻挑战。因此,农信社要进一步加强精细化管理,准确判断、识别、预警、处置各类经营风险、操作风险、案件风险。特别是在大额贷款的调查、审查、审批和贷后管理的过程中,对每一个可能影响贷款回收的环节和风险点都不放过,认真地进行分析和

调查。

本职工作要精益求精。农信社员工无论处在哪个工作岗位,都要树立严谨敬业、一丝不苟、孜孜不倦的工作态度,并全身心投入到工作中。对待工作要像艺术家创作一样,用心做事、用情做事、沉迷其中、陶醉其中;要克服平庸,彻底摒弃“工作干的还行、还过得去”的自我满足心态,把工作质量由99%提升到99.99%乃至100%作为终极目标,使自己成为农信社的“工匠”。

将农信社打造成“百年老店”,实现“农信梦”,不是一句简单的口号,应是每一位农信社员工的一份责任、一份承诺,是一个需要用“工匠精神”精耕细作,才能实现长远战略。在这个瞬息万变的时代,农信社员工要呼唤“工匠精神”的回归,并不断把它传承和发扬光大。

(作者单位:贵州独山农商银行)

不做“温水里的青蛙”

◎尹文娟

“温水煮青蛙”的故事大家耳熟能详,然而其揭示的寓言哲理却值得警醒。农信社经过60年的改革,员工的工作环境、生活条件变好了,工资待遇也提高了。但随之而来的“温水效应”也产生了。面对工作,许多人安于现状,缺乏危机感;惰性增强,缺乏紧迫感;盲目自大,缺乏警觉感……缺少了农信人建社初期艰苦奋斗的激情,相反却多了对工作紧张节奏的叫苦叫累、怨声载道。

俗话说,看不到差距就是最大的差距,感受不到危机便是最大的危机。贪图“温水”中的安逸只会让农信人的视野变窄、眼界放低、思维放缓,对于外界层出不穷、日新月异的新事物、新变化反应迟钝、认识不清、视而不见。长此以往,后果可想而知。农信人就犹如温水中的青蛙,被煮熟、被淘汰,自己却浑然不知。

当前,农信社处于快速发展的节点上,机遇与危机并存。农信人应认识到“温水煮青蛙”寓意了从量变到质变的哲学道理,当改变是一种循序渐进的方式时,人会慢慢默认这种变化,而且会随着这种变化而产生本质的

变化,这时的人就像温水里的青蛙,等待淘汰。因此,在工作和学习中,农信人要善于思考,养成良好的生活习惯和工作作风,见微知著,严格要求自己,以昂扬的精神状态和勤奋进取的工作劲头,主动作为,雷厉风行,做到“自重、自省、自警、自励”。

《左传》有云:“居安思危,思则有备,有备无患,敢以此规。”当下,农信人的工作生活条件变好了,固然是好事,但不要忘记“久安必逸,久逸必亡”的哲理。反之,农信人要时刻保持警醒,越是条件好了,越要保持敏锐的思维和清醒的头脑,越要保持艰苦创业、埋头苦干的精神。

农信人具有“团结奋进、争创一流”的精神,这种精神的养成是通过思想上不断学习进步、意识上不断创新强化传承的。农信人应时刻继承和发扬农信精神,在面临困难和问题时,不给自己一点儿“温水”,而是披坚执锐、枕戈待旦,时刻牢记不做“温水里的青蛙”这个信念,抢抓机遇、克服一切困难,携手共创农信社更美好的未来。

(作者单位:贵州省安顺市平坝区农信联社)



浅谈客户需求分析

◎王远衡

客户需求分析是一种了解客户需求、确定产品市场定位的工具,通过系统、科学的方法,借助某些分析工具帮助客户综合分析财务状况以及需求,从而为客户提供最合适、最科学的产品与服务。

在企业的销售团队中,经常听到的抱怨是“我们的客户不需要”“我们的客户没有钱”“客户说要等一段时间”等声音,其原因是由于不了解客户的真实需求,销售人员漫无目的地向客户介绍或者演示产品,结果徒费口舌,不但没有把产品的特色向消费者阐述清晰,还误导了其他的销售人员。

事实上,成功的销售不是如何说服客户,而是对客户的需求作出最精确的定义,根据需求再选择和解释产品。一般情况下,产品销售成功的几率取决于消费者的需求和产品的结合程度,其关键是把握消费者的真实需求,按照消费者的需求对产品的款式、

颜色、功能进行组合设计,提供给客户一件最适合的产品。

客户的需求往往是多方面的、不确定的,需要分析和引导。很少有客户,尤其是消费品的购买者对自己要购买的产品形成了非常精确的描述。在这种情况下,销售人员需要增强与客户的沟通,对客户的需求作出定义。

客户所买的从来不是产品本身,而是对一种需求的满足,是一种价值。客户是否满意取决于其购买产品后实际取得的满足与期望的差异,即若企业提供的产品满足了客户的需求,则客户会感到满意。要使客户满意,企业必须了解客户有什么需求、需要什么样的服务。

市场变化很快,客户需求变化也很快,企业只有跟上客户需求的变化,才能取得长久的竞争优势,获得可持续发展。

(作者单位:贵州余庆农商银行)

建言献策

◎陈洲

电视剧《亮剑》中有句经典台词:“面对强大的对手,明知不敌,也要毅然亮剑,狭路相逢勇者胜,剑锋所指,所向披靡。”这句活淋漓致地演绎和诠释了“亮剑精神”的深刻内涵。当前,金融市场的竞争日渐激烈和残酷,无异于一场没有硝烟的战争,谁赢得市场的胜利将在发展的道路上——一马平川,否则将面临四面楚歌。面对这种竞争态势,处在刀光剑影、生存夹缝中的农信社理应剑锋出鞘,以“亮剑精神”搏击市场。

必须坚持敢于“亮剑”的胆略和勇气直面市场搏击

在当前的新形势下,农信社需要以坚毅、果敢、锲而不舍的精神,用百折不挠、不达目的决不罢休的毅力,以敢比“剑胆”、敢扬“剑威”的信心和勇气,战胜困难和挑战。

牢固树立使命意识,增强敢于“亮剑”的坚定决心。敢于“亮剑”需要坚定决心,而使使命意识是助推企业持续发展的力量源泉,更是直面挑战的精神支撑。当前,农信社已经进入了业务发展的关键期,加快改革步伐的突击期、坚守发展阵地的攻坚期,这是时代赋予新一代农信人的历史使命。农信人必须充分认识到市场搏击的长期性、复杂性,通过围绕共同的使命、目标,深化改革步伐,坚定发展信心,牢牢把握主动权,做到找准目标凝聚发展共识,把握方向适应外部环境,以创新经营的最大优势谋求更大发展空间。

牢固树立危机意识,强化敢于“亮剑”的责任担当。敢于“亮剑”需要责任

担当,在危机面前不畏艰险、挺身而出就是一种责任担当,体现的就是“亮剑精神”。当前,农信社面临着前所未有的市场竞争,必须永远保持“如履薄冰”的危机意识,持续不断地挑战自我,向更高的目标迈进。只有牢固树立危机意识,才能做到未雨绸缪、有备无患,才能积极应对市场的突变。

牢固树立拼抢意识,鼓足敢于“亮剑”的强大勇气。敢于“亮剑”需要强大勇气,面对困难和挑战,敢于啃硬骨头,敢于涉险滩,体现的就是一种“亮剑精神”。面对同业竞争日趋激烈的形势,农信社必须做好应对困难的思想和心理准备,沉着思考,冷静对待;必须以不抛弃不放弃、不服输不言败的精神挑战困难,以自我加压、奋勇争先的闯劲,实事求是、脚踏实地的干劲,敢闯敢试敢干的精神和干劲,大力弘扬“走遍千山万水,道尽千言万语,闯过千难万险,克服千辛万苦”的工作作风,在竞争对手面前“亮剑”,在战场上拼杀,在竞争中夺冠。

必须坚持善于“亮剑”的韬略和智慧应对市场搏击

“亮剑精神”是智慧的艺术,农信社要有敢于“亮剑”的胆略和勇气,更要有善于“亮剑”的韬略和智慧。面对市场搏击,必须做到精于“剑道”、精通“剑术”,确保剑出有路、剑出有效。

善用审时度势的眼光“亮剑”,在市场搏击中临危不乱。农信社要站在全局的高度审视问题,把面临的发展压力研判得更加透彻,把面临的发展机遇和动力估计得更加精准,尤其是必须全面掌握外部政策环境和自身带来的优势

和瓶颈,既要充分看到“县级法人”的系统优势、网点优势、客户优势、发展优势、“方便、快捷、灵活”的经营优势,也要看到各种不利因素;要坚持“跳出农信看农信”,把竞争对手的发展思路了解得清清楚楚,明明白白,确保做到知己知彼、百战百胜。

善用相机而动的智慧“亮剑”,在市场搏击中善谋善变。善谋者智,善变者通。农信社要想积极应对市场竞争,思维方式必须与时俱进,应时而变,顺势而为,始终坚持不断解放思想、更新观念、改革创新、敢试敢闯。面对改革发展,农信社要勇当“弄潮儿”、不做“太平官”,敢于在战略上藐视竞争对手,哪怕他们非常强大,也有击败他们的信心;在战术上重视每一个对手,哪怕对方实力弱小,也应考虑周全,做到胆大、心细、有勇、有谋。

善用运筹帷幄的思维“亮剑”,在市场搏击中拼抢争锋。有勇无谋是蛮打,有勇有谋谓巧打。“亮剑精神”不是一味地往前冲,还要开动脑筋,在工作中讲战术、讲策略、讲技巧。农信社要加强市场营销管理,通过面对面交流等多种方式,掌握客户信息,从市场中发现商机,依据客户需求和社情,制定切实可行的营销方案,以快人一拍的节奏,抢占市场制高点,掌握营销主动权,成功稳住老客户,营销新客户。

必须坚持勤于“磨剑”的毅力和作风备战市场搏击

应对市场搏击,农信社不能掉以轻心,必须时刻练就自身“亮剑”的硬本领,增强竞争意识,主动创新、出击,确保战无不胜、攻无不克。

强化团结协作,提升团队战斗力。农信社要坚持把团结协作作为对员工最基本的要求,使其做到时刻服从和服务大局,多探讨发展思路、多碰撞思想火花、多商量工作方法。尤其是领导骨干之间、基层网点负责人与员工之间要相互尊重、互相鼓励、优势互补,产生“1+1>2”的效果。

树立鲜明导向,激发团队创造力。农信社要实现长足发展,必须在人才“选、用、育、留、退”环节和绩效考核等方面多下功夫,培育人才成长的土壤,创造人才脱颖而出的条件,提供人才施展才华的舞台,形成“想干事的人有机会、能干事的人有岗位、干好事的人有地位”的人事激励机制,发现、培养和储备优秀人才、能担重任的人才,营造人人愿为、人人有为的“亮剑”氛围。

加强制度建设,提升团队执行力。农信社要想保持高效运行,必须有一套严格的管理制度和组织纪律来规范员工行为。首先要按照企业文化要求和组织期望完善制度,规定员工应该怎么做、不按要求做应该怎么办,责任人和责任单位应承担什么责任,由什么部门按照什么程序、什么方式来落实执行。其次,要加大对制度执行情况的督察力度。只有制度而不督察,比没有制度所造成的危害更大,而且督察过程要严肃认真,督察结果要实事求是。三是按照督查情况认真兑现奖惩。制度一旦实施,员工就必须不折不扣地执行,同时农信社要做到奖惩分明,使制度起到良好的激励作用。

(作者系贵州省农信联社铜仁审计中心主任)