

**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**  
**PHÂN HIỆU ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG TẠI KON TUM**



**HOÀNG MINH QUANG**

**BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP**

**GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY  
TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ  
PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM – CHI  
NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP. KON TUM**

**Kon Tum, tháng 06 năm 2021**

**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**  
**PHÂN HIỆU ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG TẠI KON TUM**



## **BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP**

**GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY  
TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ  
PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN VIỆT NAM – CHI  
NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP. KON TUM**

**GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: NGUYỄN PHI ĐIỆP**

**SINH VIÊN THỰC HIỆN : HOÀNG MINH QUANG**

**LỚP : K11NH**

**MSSV : 17152340201029**

**Kon Tum, tháng 06 năm 2021**

## **LỜI CẢM ƠN**

Trong những năm học tập tại trường Phân hiệu Đại học Đà Nẵng tại Kon Tum vừa qua, bên cạnh sự cố gắng nỗ lực của bản thân, em đã được các thầy cô trong trường tạo mọi điều kiện thuận lợi trong việc học tập, nghiên cứu và thu thập kiến thức. Những kiến thức khoa học, những bài học thực tế sinh động, bổ ích mà em có được chính là nhờ sự tận tâm, tận tình giảng dạy của những thầy cô giáo bộ môn và những thầy cô hướng dẫn thực tập.

Là một sinh viên ngành Tài chính – Ngân hàng, ngoài việc nắm bắt những kiến thức về lĩnh vực ngân hàng, chúng em còn được đào tạo thêm những kiến thức về những lĩnh vực khác. Với những kiến thức thu thập được cùng với sự hướng dẫn, giúp đỡ của Giảng viên: Nguyễn Phi Điệp, em đã chọn đề tài thực tế cho Luận văn tốt nghiệp là: “Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Quyết Thắng, TP. Kon tum” và tận tình hướng dẫn để em có thể hoàn thiện Luận văn này.

Em xin chân thành cảm ơn thầy cô!

**Sinh viên**

**Hoàng Minh Quang**

## MỤC LỤC

<b>LỜI CẢM ƠN</b>	
<b>DANH MỤC SƠ ĐỒ</b> .....	<b>1</b>
<b>DANH MỤC HÌNH ẢNH</b> .....	<b>1</b>
<b>DANH MỤC BIỂU ĐỒ</b> .....	<b>1</b>
<b>DANH MỤC BẢNG BIỂU</b> .....	<b>1</b>
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	<b>1</b>
<b>1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu</b> .....	<b>1</b>
<b>2. Mục tiêu nghiên cứu</b> .....	<b>1</b>
<b>3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu</b> .....	<b>2</b>
<b>4. Phương pháp nghiên cứu</b> .....	<b>2</b>
<b>5. Kết cấu của luận văn</b> .....	<b>2</b>
<b>CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI</b> .....	<b>3</b>
<b>1.1. TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI</b> .....	<b>3</b>
1.1.1. Khái niệm cho vay tiêu dùng.....	3
1.1.2. Sự hình thành hoạt động cho vay tiêu dùng .....	3
1.1.3. Đối tượng của cho vay tiêu dùng.....	3
1.1.4. Phân loại cho vay tiêu dùng.....	4
1.1.5. Đặc điểm của cho vay tiêu dùng.....	6
1.1.6. Vai trò của cho vay tiêu dùng.....	7
<b>1.2. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG</b> .....	<b>8</b>
1.2.1. Nhóm các nhân tố bên ngoài .....	8
1.2.2. Nhóm các nhân tố bên trong.....	10
<b>1.3. PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG</b> .....	<b>12</b>
1.3.1. Mục đích phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng.....	12
1.3.2. Nội dung phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng.....	12
1.3.3. Phương pháp phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng.....	14
<b>KẾT CHƯƠNG 1</b> .....	<b>14</b>
<b>CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN – CHI NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP. KONTUM</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1. GIỚI THIỆU VỀ AGRIBANK</b> .....	<b>15</b>
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển .....	15
2.1.2. Tầm nhìn và phương châm hoạt động.....	17
<b>2.2. GIỚI THIỆU VỀ AGRIBANK CHI NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP. KONTUM</b> .....	<b>19</b>
2.2.1. Quá trình thành lập và phát triển .....	19
2.2.2. Sơ đồ tổ chức .....	19

2.2.3. Sản phẩm dịch vụ chính .....	20
2.2.4. Tình hình hoạt động kinh doanh .....	21
2.2.5. Những thuận lợi và khó khăn của chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kontum.....	24
<b>2.3. PHÂN TÍCH BỐI CẢNH MÔI TRƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP.KON TUM.....</b>	<b>25</b>
2.3.1. Môi trường bên ngoài.....	25
2.3.2. Môi trường bên trong .....	26
<b>2.4. QUY TRÌNH, NGHIỆP VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG .....</b>	<b>27</b>
<b>2.5. PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG NGÂN HÀNG ĐÃ ĐƯỢC THỰC HIỆN NHẪM ĐẠT CÁC MỤC TIÊU CỦA CHO VAY TIÊU DÙNG .....</b>	<b>29</b>
2.5.1. Phân tích tăng trưởng quy mô cho vay tiêu dùng so với tổng dư nợ.....	29
2.5.2. Phân tích về cơ cấu cho vay tiêu dùng .....	30
2.5.3. Phân tích về thị phần cho vay tiêu dùng .....	33
2.5.4. Phân tích về chất lượng cung ứng dịch vụ cho vay .....	34
2.5.5. Phân tích về kết quả kiểm soát rủi ro tín dụng trong cho vay .....	35
2.5.6. Phân tích về kết quả tài chính cho vay tiêu dùng .....	35
<b>2.6. ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG .....</b>	<b>35</b>
2.6.1. Những kết quả đạt được .....	35
2.6.2. Một số hạn chế cần khắc phục .....	36
2.6.3. Nguyên nhân của những hạn chế.....	38
<b>KẾT CHƯỠNG 2.....</b>	<b>39</b>
<b>CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN – CHI NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP. KON TUM.....</b>	<b>40</b>
<b>3.1. CĂN CỨ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP .....</b>	<b>40</b>
3.1.1. Xuất phát từ kết quả phân tích thực trạng cho vay tiêu dùng.....	40
3.1.2. Định hướng, mục tiêu.....	40
3.1.3. Bối cảnh thị trường cho vay tiêu dùng của Agribank – Chi nhánh Quyết Thắng	41
<b>3.2. GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN – CHI NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP. KON TUM.....</b>	<b>42</b>
3.2.1. Khai thác thị trường và hoàn thiện chính sách chăm sóc khách hàng .....	42
3.2.2. Hoàn thiện và nâng cao chất lượng sản phẩm cho vay tiêu dùng .....	43
3.2.3. Tăng cường công tác quản trị rủi ro trong cho vay tiêu dùng .....	45
3.2.4. Đẩy mạnh công tác quảng cáo, tiếp thị .....	45
3.2.5. Hoàn thiện quy trình, thủ tục cho vay tiêu dùng phù hợp với thực tiễn bảo đảm nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng.....	46
3.2.6. Thu thập thông tin khách hàng, nâng cao chất lượng công tác thẩm định trước khi cho vay và tăng cường công tác theo dõi, thu hồi nợ và xử lý nợ quá hạn .....	47
3.2.7. Các giải pháp hỗ trợ .....	48

<b>3.3. KIẾN NGHỊ</b> .....	51
3.3.1. Với Chính phủ và các Bộ, ngành liên quan.....	51
3.3.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước.....	51
3.3.3. Đối với Hội sở chính Agribank.....	52
<b>KẾT CHƯƠNG 3</b> .....	53
<b>KẾT LUẬN</b> .....	54
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	
<b>NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN</b>	
<b>BẢNG ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH THỰC TẬP TỐT NGHIỆP CỦA SINH VIÊN</b>	

## DANH MỤC SƠ ĐỒ

STT	SƠ ĐỒ	SỐ TRANG
Sơ đồ 1.1	Quy trình vay tiêu dùng gián tiếp (cách 1)	5
Sơ đồ 1.2	Quy trình vay tiêu dùng gián tiếp (cách 2)	6
Sơ đồ 1.3	Quy trình vay tiêu dùng trực tiếp	6
Sơ đồ 2.1	Sơ đồ phòng ban Agribank Chi nhánh Quyết Thắng	20
Sơ đồ 2.2	Quy trình tín dụng của cho nhánh Agribank CN Quyết Thắng	28

## DANH MỤC HÌNH ẢNH

STT	SƠ ĐỒ	SỐ TRANG
Hình ảnh 1.1	Mô tả hình thức cho vay tiêu dùng	3

## DANH MỤC BIỂU ĐỒ

STT	SƠ ĐỒ	SỐ TRANG
Biểu đồ 2.1	Thị phần Dư nợ CVTD đến cuối năm 2020 của một số Ngân hàng tại địa bàn thành phố Kontum	

## DANH MỤC BẢNG BIỂU

STT	BẢNG BIỂU	SỐ TRANG
Bảng 2.1	Tình hình huy động vốn giai đoạn 2018 - 2020	21
Bảng 2.2	Cơ cấu dư nợ cho vay giai đoạn 2018-2020	22
Bảng 2.3	Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2018 – 2020	23
Bảng 2.4	Tăng trưởng dư nợ vay tiêu dùng giai đoạn 2018-2020	29
Bảng 2.5	Tăng trưởng khách hàng vay tiêu dùng giai đoạn 2018-2020	29
Bảng 2.6	Dư nợ CVTD bình quân trên một khách hàng giai đoạn 2018-2020	30
Bảng 2.7	Dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn vay	30
Bảng 2.8	Dư nợ cho vay tiêu dùng theo mục đích sử dụng giai đoạn 2018-2020	31
Bảng 2.9	Dư nợ cho vay tiêu dùng theo hình thức đảm bảo	33
Bảng 2.10	Nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng gia đoạn 2018-2020	35
Bảng 2.11	Kết quả thu nhập cho vay tiêu dùng giai đoạn 2018-2020	35

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài nghiên cứu

“Vay tiêu dùng giúp cải thiện đời sống người có thu nhập thấp” - Đó là nhận định của TS. Lê Đăng Doanh – Nguyên Viện trưởng Viện Quản lý Kinh tế Trung ương. Theo chuyên gia kinh tế này, hoạt động cho vay tiêu dùng xuất hiện nhằm đáp ứng nhu cầu của các cá nhân (nhất là những người có thu nhập thấp) có cơ hội tiêu dùng trước, chi trả sau dưới nhiều hình thức. Bên cạnh đó, loại hình cho vay này còn mang lại những tác động tích cực cho toàn xã hội.<sup>1</sup>

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, nhu cầu của con người ngày càng có xu hướng tăng cao. Đó có thể là những nhu cầu cấp bách hoặc nhu cầu nhằm cải thiện mức sống thường ngày nhưng không phải ai cũng có khả năng tự chi trả cho những nhu cầu tại thời điểm phát sinh những nhu cầu đó. Vì vậy, cho vay tiêu dùng ra đời nhằm đáp ứng cho những nhu cầu phát sinh mà chưa chuẩn bị được nguồn chi trả.

Hiện nay, các ngân hàng thương mại, các công ty tài chính ở Việt Nam đang có xu hướng đẩy mạnh tín dụng tiêu dùng. Theo đó, ngày càng nhiều các gói tín dụng được đưa ra nhằm hỗ trợ nhu cầu sinh hoạt, cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân. Nhận thức được điều đó, trong thời gian qua Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn – Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon tum đã triển khai và đạt được một số kết quả nhất định đối với sản phẩm này. Tuy nhiên, các số liệu báo cáo tổng kết cho thấy, tại Agribank Chi nhánh Quyết Thắng, hoạt động này vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng cũng như lợi thế vốn có của nó bởi nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan, đặc biệt là việc xác định tiêu chí để dựa vào đó đánh giá các mức độ tin cậy của khách hàng. Do đó, việc nghiên cứu một cách có hệ thống về mặt lý luận cũng như thực tiễn nhằm đưa ra giải pháp khắc phục những hạn chế, vướng mắc nhằm hoàn thiện hoạt động CVTD tại Agribank Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon Tum một cách hợp lý và khoa học là yêu cầu cấp thiết hiện nay. Đây cũng là đề tài nghiên cứu của tác giả: “Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Quyết Thắng, TP. Kon tum”

### 2. Mục tiêu nghiên cứu

Hệ thống hóa cơ sở lý luận về cho vay tiêu dùng của NHTM.

- Phân tích, đánh giá thực trạng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon tum

- Trên cơ sở kết quả phân tích, đề xuất các khuyến nghị về giải pháp nhằm đạt được các mục tiêu cho vay tiêu dùng mà Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn - Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon tum.

Câu hỏi nghiên cứu:

Nội dung, tiêu chí, phương pháp phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng là gì?

- Thực trạng hoạt động CVTD tại Agribank – Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon tum như thế nào? Có những thành công và hạn chế gì?

---

<sup>1</sup> Tư liệu: Theo Báo Dân Trí



- Ngân hàng cần triển khai những giải pháp gì để hoàn thiện hoạt động cho vay tiêu dùng và các mục tiêu mong muốn đạt được trong thời gian tới?

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

#### **3.1. Đối tượng**

Đối tượng nghiên cứu của đề tài luận văn là những vấn đề lý luận về hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM và thực tiễn cho vay tiêu dùng của Agribank – Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon tum.

#### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

Về nội dung: đề tài nghiên cứu các nội dung sau:

- Những vấn đề lý luận về hoạt động CVTD tại NHTM.
- Thực trạng hoạt động CVTD tại Agribank – Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon tum.

- Phương hướng phát triển trong các năm tới và giải pháp thúc đẩy hoạt động CVTD tại Agribank – Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon tum.

Về phạm vi không gian: Đề tài nghiên cứu trong địa bàn hoạt động của Agribank – Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon tum.

Về phạm vi thời gian: Đề tài nghiên cứu kết quả hoạt động trong giai đoạn 2018-2020.

### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Trên cơ sở phương pháp luận nghiên cứu cơ bản của phép duy vật biện chứng và chủ nghĩa duy vật lịch sử, luận văn vận dụng một số phương pháp nghiên cứu như: Phương pháp phân tích, so sánh, tổng hợp, phương pháp thống kê, nghiên cứu tham khảo tư liệu của các tác giả liên quan đến đề tài để phân tích và suy luận đánh giá tín dụng tiêu dùng tại Agribank – Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon tum và tìm ra các giải pháp phù hợp.

### **5. Kết cấu của luận văn**

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, nội dung của luận văn gồm 3 chương:

**Chương 1:** Cơ sở lý luận về hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng thương mại.

**Chương 2:** Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn – chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon Tum.

**Chương 3:** Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn – chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon Tum.

# CHƯƠNG 1.

## CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

### 1.1. TỔNG QUAN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

#### 1.1.1. Khái niệm cho vay tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng là hoạt động cung cấp các khoản vay cho cá nhân để mua hàng hóa, dịch vụ phục vụ cho các mục đích tiêu dùng của cá nhân và hộ gia đình. Các khoản cho vay tiêu dùng ngày nay thường được cung ứng bởi ngân hàng và các tổ chức tín dụng phi ngân hàng, dưới các hình thức như cho vay mua xe máy trả góp, cho vay mua điện thoại – điện máy trả góp, cho vay tiền mặt cho các mục đích tiêu dùng, cho vay qua thẻ tín dụng, v.v. nhằm giúp cho khách hàng có thể sử dụng những hàng hóa và dịch vụ trước khi họ có khả năng chi trả.



Hình ảnh 1.1: Mô tả hình thức cho vay tiêu dùng

#### 1.1.2. Sự hình thành hoạt động cho vay tiêu dùng

Cho vay đối với người tiêu dùng được hình thành đầu tiên từ các hãng bán lẻ do yêu cầu đẩy mạnh tiêu thụ hàng hóa với hình thức đầu tiên là bán trả góp. Trong quá trình bán trả góp, một số hãng thiếu hụt vốn lưu động đã phải đi vay ngân hàng. Thêm vào đó thu nhập của người dân ngày càng gia tăng mạnh mẽ gắn liền với sự gia tăng về hàng tiêu dùng như: Nhà ở, xe ô tô, đi du lịch,... đã thúc đẩy sự ra đời và phát triển của hoạt động cho vay tiêu dùng trong các ngân hàng thương mại.

#### 1.1.3. Đối tượng của cho vay tiêu dùng

Đối tượng của CVTD rất đa dạng, nhưng có thể khái quát thành các nhóm như sau:

- Nhóm đối tượng có thu nhập thấp: Nhu cầu tín dụng của nhóm người này thường hạn chế do nguồn thu nhập không đủ để thỏa mãn nhu cầu đa dạng của họ. Tuy nhiên họ cũng có nhu cầu chi tiêu không khác mấy so với nhóm có thu nhập cao hơn. Do đó nếu có phương pháp phù hợp thì cũng có thể hình thành các khoản vay hợp lý tới nhóm đối tượng này.

- Nhóm đối tượng có thu nhập trung bình: Nhu cầu tín dụng có xu hướng tăng trưởng ngày càng mạnh bởi khoản tích lũy của nhóm này tuy ít song thu nhập trong tương lai của họ ổn định có thể chi trả cho những nhu cầu hiện tại.

- Nhóm đối tượng có thu nhập cao: Những người này thường cần tới những khoản vay với tư cách là các khoản phụ trợ linh hoạt, trợ giúp thêm các khoản thanh toán đặc biệt khi tiền của họ đã đầu tư vào các khoản đầu tư dài hạn. Mặc dù việc vay mượn nhằm mục đích tiêu dùng của họ chỉ thể hiện một tỷ trọng nhỏ trong tổng số tài sản mà họ sở hữu nhưng lại là một món tiền lớn so với các nhóm khách hàng khác nên các ngân hàng rất quan tâm tới nhóm khách hàng này.

#### **1.1.4. Phân loại cho vay tiêu dùng**

Phân loại cho vay là việc sắp xếp các khoản cho vay theo từng nhóm dựa trên một số tiêu thức nhất định. Việc phân loại cho vay có cơ sở khoa học là tiền đề để thiết lập các quy trình cho vay thích hợp và nâng cao hiệu quả quản trị rủi ro tín dụng. Phân loại cho vay tiêu dùng dựa vào các căn cứ sau đây:

Căn cứ mục đích vay vốn

Cho vay tiêu dùng cư trú: là các khoản cho vay nhằm tài trợ cho nhu cầu mua sắm, xây dựng hoặc cải tạo nhà ở của khách hàng là cá nhân hoặc hộ gia đình.

Cho vay tiêu dùng phi cư trú: là các khoản cho vay tài trợ cho việc trang trải các chi phí mua sắm xe cộ, đồ dùng gia đình, chi phí học hành, giải trí và du lịch,..

Căn cứ vào phương thức hoàn trả

Cho vay tiêu dùng trả góp: là hình thức cho vay tiêu dùng trong đó người đi vay vốn sẽ trả nợ (gốc + lãi) cho ngân hàng nhiều lần, theo kỳ hạn nhất định trong thời hạn cho vay. Phương thức này thường được áp dụng với các khoản vay trả góp có giá trị lớn hoặc thu nhập từng định kỳ của người đi vay không đủ để có thể thanh toán hết một lần số nợ vay.

Cho vay tiêu dùng phi trả góp: là hình thức cho vay tiêu dùng trong đó tiền vay vốn sẽ được khách thanh toán chỉ một lần khi đến hạn cho ngân hàng. Các khoản cho vay tiêu dùng phi trả góp chỉ được cấp cho các khoản vay có giá trị nhỏ với giá trị thời hạn không dài.

Cho vay tiêu dùng tuần hoàn: là ngân hàng cho phép khách hàng sử dụng thẻ tín dụng hoặc phát hành loại séc được thấu chi dựa trên tài khoản vãng lai. Trong thời hạn tín dụng được thỏa thuận trước, căn cứ vào nhu cầu chi tiêu và thu nhập kiếm được từng kỳ, khách hàng được ngân hàng cho phép thực hiện việc vay và trả nợ nhiều kỳ một cách tuần hoàn, theo một hạn mức tín dụng.

❖ **Căn cứ vào hình thức đảm bảo tiền vay**

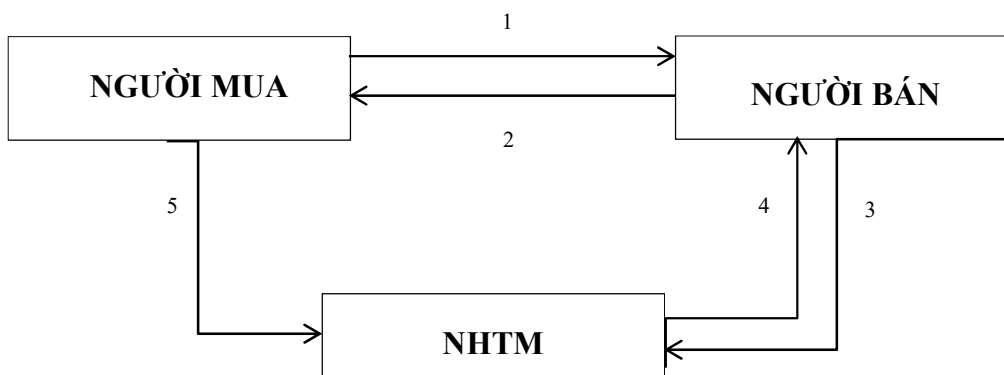
- Cho vay có tài sản đảm bảo: loại hình sản phẩm cho vay truyền thống của ngân hàng, cần tài sản thế chấp và các giấy tờ đảm bảo về tài sản thế chấp. Lãi suất thấp hơn vay tín chấp và thời gian để xử lý giao dịch lâu hơn. ... Với hình thức này khách hàng có thể vay vốn tỷ lệ rất cao so với giá trị của tài sản đảm bảo.

- Cho vay không có tài sản đảm bảo: là loại cho vay tiêu dùng được thực hiện không bằng tài sản để đảm bảo cho khoản vay, các ngân hàng và tổ chức tín dụng chỉ dựa vào uy tín của người đi vay.

❖ **Căn cứ vào nguồn gốc của khoản nợ**

- Cho vay tiêu dùng gián tiếp: là hình thức cho vay trong đó ngân hàng mua các khoản nợ phát sinh do các doanh nghiệp, công ty bán lẻ đã bán chịu hàng hóa hay dịch vụ cho người tiêu dùng. Hình thức tín dụng này được thực hiện bằng một trong hai cách:

+ Cách 1: Ngân hàng, người bán, người mua phải thỏa thuận với nhau về số tiền vay, mức vay và thời hạn trả dần, sau đó ngân hàng cho người mua hàng vay phần tiền chưa trả đủ cho người bán để giao cho người bán và giữ lại quyền sở hữu tài sản cho đến khi người mua trả góp đủ số tiền vay. Quá trình này được mô tả qua sơ đồ như sau:

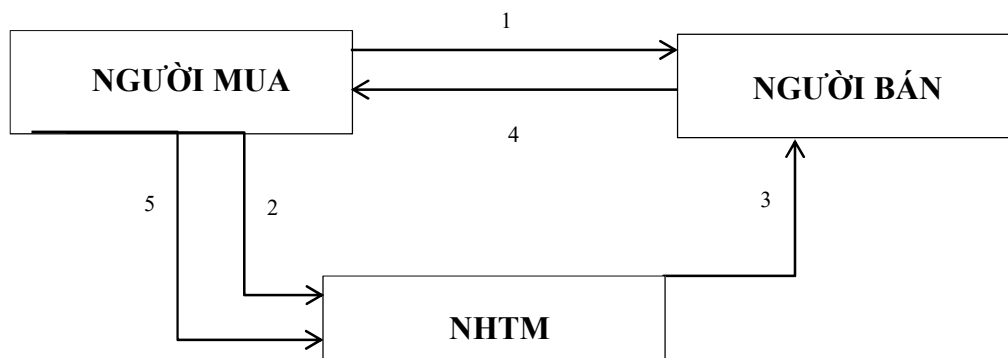


Sơ đồ 1.1: Quy trình vay tiêu dùng gián tiếp (cách 1)

Trong đó:

- (1) Người mua trả trước 20-30% giá trị của tài sản
- (2) Người bán giao tài sản cho người mua đồng thời giữ lại quyền sở hữu tài sản
- (3) Người bán giao quyền sở hữu cho ngân hàng làm thế chấp và phiếu bán hàng
- (4) Ngân hàng trả phần tiền còn thiếu cho người bán
- (5) Người mua trả góp cho ngân hàng theo mức và kỳ hạn được xác định trước

+ Cách 2: Được thực hiện tương tự theo cách 1 về thời hạn và mức trả dần nhưng khác ở một số điểm là: Người bán giao tài sản và giao sở hữu, người bán và người mua thực hiện hành vi mua bán chịu tài sản nên xuất hiện kỳ phiếu, ngân hàng chiết khấu kỳ phiếu cho người bán. Quá trình này được thực hiện như sau:

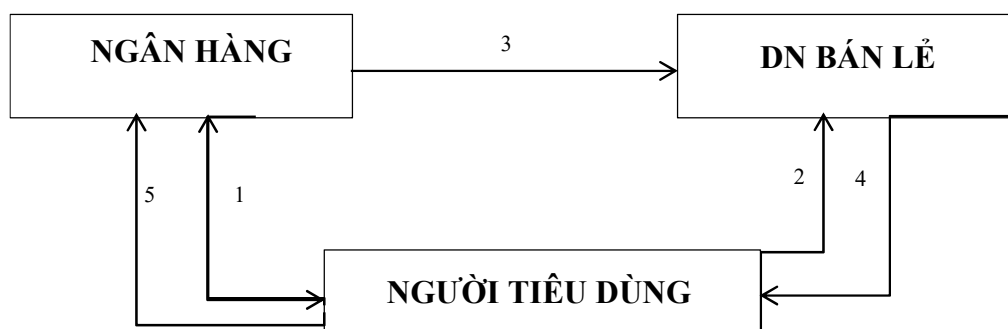


Sơ đồ 1.2: Quy trình vay tiêu dùng gián tiếp (cách 2)

Trong đó:

- (1) Người mua chịu hàng hóa và xuất kỳ phiếu cho người bán
- (2) Người mua ký quỹ 20-30% giá trị tài sản và cam kết thế chấp tài sản
- (3) Ngân hàng chiết khấu kỳ phiếu từ người mua
- (4) Người bán giao tài sản và quyền sở hữu cho người mua
- (5) Người mua tiến hành trả góp cho ngân hàng theo mức và kỳ hạn được xác định trước

- Cho vay tiêu dùng trực tiếp: là các khoản cho vay tiêu dùng trong đó ngân hàng và khách hàng sẽ trực tiếp gặp nhau để tiến hành hoạt động cho vay hoặc thu nợ.



Sơ đồ 1.3: Quy trình vay tiêu dùng trực tiếp

Trong đó:

- (1) Ngân hàng và người tiêu dùng ký hợp đồng tín dụng
- (2) Người tiêu dùng trả trước một phần số tiền mua hàng cho doanh nghiệp bán lẻ
- (3) Ngân hàng thanh toán số tiền còn thiếu cho doanh nghiệp bán lẻ
- (4) Doanh nghiệp bán lẻ giao tài sản cho người tiêu dùng
- (5) Người tiêu dùng thanh toán nợ vay cho ngân hàng

### 1.1.5. Đặc điểm của cho vay tiêu dùng

#### a. Về quy mô

- Quy mô các khoản vay nhỏ nhưng số lượng các khoản vay lớn.

- Các khách hàng tìm đến ngân hàng với mục đích vay tiêu dùng thường có nhu cầu vốn không lớn lắm. Đó là vì khi xác định mua sắm bất cứ vật dụng gì người tiêu dùng phải có một khoản tích lũy từ trước (vì không khi nào ngân hàng cho vay 100% nhu cầu vốn). Tuy nhiên số lượng các khoản vay tiêu dùng là lớn do đối tượng của vay tiêu dùng là mọi tầng lớp dân cư trong xã hội.

#### **b. Về lãi suất**

- Các khoản cho vay tiêu dùng có lãi suất “ cứng nhắc”.

- Không như các khoản vay kinh doanh hiện nay có lãi suất có thể thay đổi theo điều kiện thị trường, các khoản vay tiêu dùng thường có lãi suất cố định, đặc biệt là các khoản vay tiêu dùng trả góp.

- Lãi suất cho vay tiêu dùng thường cao do phần lớn khoản vay tiêu dùng có quy mô nhỏ, trong khi đó các ngân hàng vẫn phải tiến hành theo đủ mọi thủ tục cho vay bao gồm thẩm định hồ sơ, thẩm định khách hàng, giải nhân, kiểm soát sau khi cho vay.. dẫn đến chi phí tổ chức cho vay cao, vì vậy lãi suất cho vay tiêu dùng thường cao hơn so với lãi suất của các loại cho vay trong lĩnh vực thương mại và công nghiệp.

#### **c. Tính nhạy cảm theo chu kỳ**

- Nhu cầu vay của khách hàng kém nhạy cảm với lãi suất. Khách hàng thường quan tâm đến số tiền họ phải trả hàng tháng hơn là mức lãi suất mà họ phải chịu.

- Nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng có tính nhạy cảm theo chu kỳ kinh tế. Khi nền kinh tế tăng trưởng, mọi người lạc quan về tương lai, họ sẽ chi tiêu nhiều hơn, nhu cầu vay tiêu dùng cũng tăng lên. Ngược lại, khi nền kinh tế rơi vào suy thoái, tình trạng thất nghiệp tăng lên thì người dân sẽ có xu hướng tiết kiệm nhiều hơn, theo đó nhu cầu vay tiêu dùng cũng giảm.

#### **d. Về rủi ro**

- Vì đối tượng của các hoạt động cho vay tiêu dùng là các cá nhân, hộ gia đình nên bên cạnh các yếu tố khách quan từ bên ngoài như thiên tai, mất mùa, thất nghiệp, chu kỳ kinh tế, còn có các yếu tố chủ quan từ chính người tiêu dùng.

- Đó chính là tâm lý tiêu dùng , người tiêu dùng muốn vay tiêu dùng nhưng không muốn trả. Trong những trường hợp như vậy, cho dù có nắm giữ tài sản đảm bảo ngân hàng vẫn đối mặt với rủi ro giảm thu nhập. Bên cạnh đó trong trường hợp khách hàng gặp sự cố về sức khỏe dẫn đến không còn đủ năng lực hành vi dân sự thì việc thu hồi nợ là rất khó khăn.

#### **e. Về chi phí và lợi nhuận của cho vay tiêu dùng**

- Các khoản vay tiêu dùng có chi phí khá lớn.

- Cho vay tiêu dùng là một trong những khoản tín dụng có khả năng sinh lời cao nhất do ngân hàng thực hiện.

### **1.1.6. Vai trò của cho vay tiêu dùng**

#### **a. Đối với khách hàng**

Về phía người đi vay, cho vay tiêu dùng mang lại khá nhiều lợi ích. Khách hàng sẽ có một khoản tiền lớn ngay lúc cần thiết để chi tiêu và sẽ hoàn trả dần từ thu nhập trong

tương lai, đặc biệt nó rất cần thiết trong những trường hợp khi cá nhân có nhu cầu chi tiêu cấp bách như chi tiêu cho giáo dục, y tế...

- Hoạt động cho vay tiêu dùng ra đời đã giúp người tiêu dùng kết hợp nhu cầu hiện tại với khả năng thanh toán trong tương lai. Trong những trường hợp cần gấp thì lãi suất cho vay của ngân hàng sẽ hợp lý hơn nhiều so với việc khách hàng phải vay “nóng” bên ngoài. Thời hạn cho vay và phương thức trả nợ linh hoạt căn cứ vào khả năng trả nợ của khách hàng.

### **b. Đối với ngân hàng**

Cho vay tiêu dùng tạo điều kiện đa dạng hóa hoạt động kinh doanh, nhờ đó góp phần giúp các NHTM tăng khả năng cạnh tranh, nâng cao thu nhập và phân tán được rủi ro.

Cho vay tiêu dùng giúp các ngân hàng thương mại mở rộng quan hệ với khách hàng.

### **c. Đối với nền kinh tế**

- Kinh tế tăng trưởng ổn định là điều kiện thuận lợi thúc đẩy hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển. Ngược lại, cho vay tiêu dùng cũng có ảnh hưởng tích cực đến hoạt động kinh tế xã hội. Nó là đòn bẩy kinh tế quan trọng, thông qua việc kích cầu tiêu dùng sẽ kích thích nền sản xuất phát triển từ đó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Nhờ có cho vay tiêu dùng người dân có thể thoả mãn những nhu cầu chi tiêu, nâng cao chất lượng cuộc sống, tạo ra tâm lý thoải mái, nâng cao hiệu quả công việc. Cho vay tiêu dùng còn giúp đẩy mạnh việc tiêu thụ sản phẩm qua đó khơi thông quá trình sản xuất lưu thông hàng hóa, giải quyết được công ăn việc làm cho người dân, tăng thu nhập, giảm bớt được các tệ nạn xã hội, tạo ra cuộc sống lành mạnh. Tuy nhiên nếu các khoản vay tiêu dùng không được dùng như vậy thì chẳng những không kích thích được cầu mà nhiều khi còn làm giảm khả năng tiết kiệm trong nước.

## **1.2. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG**

### **1.2.1. Nhóm các nhân tố bên ngoài**

#### **a. Môi trường kinh tế**

Môi trường kinh tế có ý nghĩa rất quan trọng, nó ảnh hưởng đến khả năng thu nhập, chi tiêu, thanh toán, nhu cầu về vốn và gửi tiền của người dân, ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động huy động của ngân hàng. Sự thay đổi của các yếu tố: tốc độ tăng trưởng kinh tế, tỷ lệ lạm phát, thu nhập bình quân đầu người, chính sách đầu tư, tiết kiệm của Chính phủ,... sẽ ảnh hưởng đến khả năng tiêu dùng và tiết kiệm của người dân. Từ đó, ảnh hưởng đến khả năng thu hút vốn và hoạt động cho vay của ngân hàng.

#### **b. Môi trường pháp lý**

Môi trường pháp lý lành mạnh, văn bản pháp luật rõ ràng không chồng chéo, thủ tục đơn giản... sẽ tạo điều kiện môi trường tốt để phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng. Tuy nhiên nếu luật quy định về hoạt động ngân hàng nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng không rõ ràng, thiếu đồng bộ, còn nhiều khe hở, hay quá ngặt nghèo sẽ gây khó khăn cho hoạt động ngân hàng, không có cơ sở pháp lý để giải quyết các vấn đề phát sinh hoặc làm

cho người đi vay không đáp ứng điều kiện để được ngân hàng cấp tín dụng dẫn đến ngân hàng bị hạn chế trong việc cho vay.

### **c. Môi trường văn hóa – xã hội**

Các yếu tố văn hóa – xã hội như niềm tin, thói quen tâm lý, trình độ dân trí, phong tục tập quán có ảnh hưởng trực tiếp đến mối quan hệ cho vay tiêu dùng giữa ngân hàng với khách hàng

- Thái độ, thói quen tiêu dùng: có tác động đáng kể tới hoạt động cho vay tiêu dùng, dựa trên cơ sở quyết định của người tiêu dùng. Ở Việt Nam, người dân có thói quen tiết kiệm để tiêu dùng trong tương lai, các nhu cầu chỉ được thỏa mãn khi đã tích lũy đủ tiền, đảm bảo cuộc sống ấm no, sung túc, chính vì vậy họ không có tư tưởng đi vay để thỏa mãn các nhu cầu hiện tại. Điều này đã một phần hạn chế sự phát triển của hoạt động cho vay tiêu dùng tại các NHTM.

- Trình độ dân trí: đây là yếu tố ảnh hưởng chủ yếu đến việc khách hàng quyết định sử dụng, tiếp cận các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng. Ở các nước phát triển, trình độ dân trí cao, hoạt động cho vay tiêu dùng cũng vì vậy mà phát triển mạnh mẽ. Tại Việt Nam, trình độ dân trí còn thấp, trở thành trở ngại lớn cho hoạt động cho vay tiêu dùng.

- Yếu tố xã hội như quy mô dân số, mật độ dân cư, tháp dân số, kết cấu dân cư, trật tự an toàn xã hội... đều có ảnh hưởng trực tiếp tới hoạt động cho vay tiêu dùng của các ngân hàng.

### **d. Chủ trương chính sách của Nhà nước**

Các chính sách mang tầm vĩ mô cũng tác động tác đến hoạt động cho vay tiêu dùng. Những chính sách này thường đề ra các nhiệm vụ của từng năm nay hay thời kỳ và mục đích là làm cho nền kinh tế tăng trưởng và phát triển một cách bền vững, nếu thực hiện được đời sống của người dân sẽ tăng lên, kèm theo nhu cầu tiêu dùng cũng tăng lên và hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng có cơ hội mở rộng.

### **e. Các nhân tố thuộc về bản thân khách hàng**

Các sản phẩm, dịch vụ cho vay tiêu dùng của ngân hàng chủ yếu là nhằm tài trợ cho nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng. Xuất phát từ những nhu cầu đó mà ngân hàng xây dựng chiến lược, đưa ra các sản phẩm tiêu dùng nhằm thỏa mãn một cách tốt nhất các nhu cầu của khách hàng.

### **f. Khả năng tài chính khách hàng**

Đây là một trong số các nhân tố mà ngân hàng nào cũng quan tâm khi tiến hành cho khách hàng vay vốn. Ngay từ khi tiến hành thẩm định, ngân hàng không chỉ quan tâm tới khả năng tài chính hiện tại mà còn là khả năng tài chính tương lai của khách hàng. Phần lớn các khoản vay CVTD thường có những cam kết hoàn trả nợ của khách hàng bằng thu nhập thường xuyên trong tương lai.

### **g. Đạo đức khách hàng**

Nhân tố này ảnh hưởng đến hành vi trả nợ của khách hàng. Nếu khách hàng có đạo đức tốt, có ý muốn trả nợ thì thiện chí trả nợ sẽ được thực hiện. Còn nếu không các ngân hàng sẽ rầy khấn trong việc thu hồi nợ gốc chứ chưa nói đến thu lãi.



## **h. Tài sản đảm bảo của khách hàng**

Cơ sở để phòng ngừa rủi ro tín dụng chính là tài sản đảm bảo. Nếu khoản vay tiêu dùng nào mà khách hàng có TSĐB thì càng an toàn cho các ngân hàng và khách hàng sẽ được hưởng mức cho vay cao hơn so với vay không có tài sản đảm bảo. Trường hợp nếu khách hàng không có khả năng thanh toán thì các ngân hàng có thể thanh lý tài sản để thu hồi một phần hay toàn bộ nợ của khách hàng đó.

## **i. Sự cạnh tranh của các ngân hàng**

Cạnh tranh là một hiện tượng gắn liền với nền kinh tế thị trường. Ngày nay, hầu hết các quốc gia trên thế giới đều thừa nhận môi trường cạnh tranh tạo động lực thúc đẩy sản xuất kinh doanh, tăng hiệu quả năng suất lao động, là nhân tố quan trọng làm lành mạnh hóa các quan hệ xã hội. Kết quả cạnh tranh sẽ xác định vị thế, quyết định sự tồn tại và phát triển bền vững của mỗi ngân hàng. Sự gia tăng các ngân hàng gần đây làm cho môi trường cạnh tranh trong lĩnh vực tài chính ngân hàng ngày càng trở nên khốc liệt hơn. Vì vậy, các ngân hàng đều cố gắng tìm cho mình một chiến lược phù hợp như: cạnh tranh về chất lượng, cạnh tranh về giá cả, cạnh tranh về hệ thống phân phối sản phẩm... Nếu khả năng cạnh tranh của ngân hàng càng cao thì ngân hàng càng có lợi thế trong mở rộng kinh doanh. Ngược lại thì ngân hàng khó có thể mở rộng thị phần kinh doanh của mình trên thị trường so với các ngân hàng khác.

### **1.2.2. Nhóm các nhân tố bên trong**

#### **a. Quy mô nguồn vốn của ngân hàng**

- Ngân hàng thương mại là một định chế tài chính trung gian, là loại hình doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực tiền tệ ngân hàng. Các ngân hàng thương mại muốn hoạt động một cách bình thường thì phải có vốn, vốn trong ngân hàng thương mại gồm có nhiều loại khác nhau (vốn tự có, vốn huy động, vốn vay...), mỗi loại có đặc điểm, phương thức sử dụng và biện pháp quản lý khác nhau. Trong đó, vốn huy động chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn của ngân hàng thương mại, các ngân hàng thương mại hoạt động được chủ yếu nhờ nguồn vốn này.

- Nguồn vốn huy động quyết định sự tồn tại của các ngân hàng thương mại. Vì vậy, các ngân hàng thương mại luôn tìm mọi cách để thu hút tối đa các nguồn vốn ổn định từ dân cư để đáp ứng được khả năng thanh khoản và nhu cầu vay của khách hàng. Hay nói cách khác, muốn cho vay thì các ngân hàng thương mại phải huy động được vốn. Ngân hàng có sức mạnh tài chính lớn thì ngân hàng có thể đầu tư vào các danh mục mà ngân hàng quan tâm hơn thì hoạt động cho vay tiêu dùng có cơ hội phát triển, nhưng ngược lại nếu ngân hàng không có được số vốn cần có để tài trợ cho các hoạt động được ưu tiên hơn thì hoạt động cho vay tiêu dùng sẽ ít có cơ hội để mở rộng. Vì vậy đây là một trong những nhân tố quan trọng quyết định đến khả năng mở rộng cho vay của ngân hàng.

#### **b. Chất lượng nguồn nhân lực của ngân hàng thương mại**

- Yếu tố con người đóng vai trò rất quan trọng, nó là bộ mặt của ngân hàng. Và muốn thực hiện tốt được các chiến lược kinh doanh của mình thì ngân hàng phải có đội ngũ nhân viên thật sự chuyên nghiệp. Trình độ chuyên môn, đạo đức nghề nghiệp, thái độ phục

vụ... của đội ngũ nhân viên sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến hình ảnh của ngân hàng vì chính các nhân viên ngân hàng sẽ là người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng.

- Chính kiến thức chuyên môn, thái độ làm việc đức nghề chuyên nghiệp và đạo nghiệp của đội ngũ nhân viên sẽ tạo được sự tin tưởng, thuyết phục được khách hàng và góp phần giảm thiểu rủi ro cho ngân hàng. Ngoài ra, việc phân công công việc và số lượng cán bộ tín dụng hợp lý cũng góp phần không nhỏ cho việc mở rộng, phát triển không chỉ mình cho vay tiêu dùng mà còn cho tất cả các hoạt động khác. Tránh trường hợp cán bộ tín dụng phải quản lý quá nhiều các khoản vay hay có quá nhiều cán bộ tín dụng làm tăng chi phí của ngân hàng.

#### **c. Chính sách tín dụng của ngân hàng**

Các yếu tố của chính sách tín dụng như: hạn mức tín dụng, lãi suất, kỳ hạn, phương thức vay,.. đều tác động trực tiếp đến việc thực hiện các hoạt động ngân hàng. Với chính sách hợp lý, đúng đắn, linh hoạt, đa dạng,.. sẽ thu hút được nhiều khách hàng vay. Và ngược lại với chính sách tín dụng cứng nhắc, kém linh hoạt, không đáp ứng nhu cầu của khách hàng sẽ hạn chế việc đi vay và giảm tính cạnh tranh trong hoạt động giữa các ngân hàng.

#### **d. Quy trình và thủ tục cho vay của ngân hàng**

Quy trình và thủ tục cho vay là các bước cần thiết phải thực hiện trong quá trình cho vay từ khi thẩm định khách hàng cho tới thu hồi nợ. Việc rút ngắn quy trình và thủ tục cho vay sẽ góp phần thu hút khách hàng nên việc xây dựng một hệ thống các thủ tục và quy trình cho vay hợp lý, khoa học là rất quan trọng. Tuy nhiên không vì muốn rút ngắn, làm cho nhanh mà làm cho qua loa, đặc biệt chú trọng đến quy trình thẩm định để tạo ra các khoản vay có chất lượng, giảm thiểu rủi ro và gia tăng doanh số cho vay của ngân hàng.

#### **e. Chiến lược khách hàng**

Công tác khách hàng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh ngân hàng. Bởi khách hàng vừa tham gia trực tiếp vào quá trình cung ứng sản phẩm dịch vụ ngân hàng, vừa trực tiếp sử dụng, hưởng thụ sản phẩm. Vì vậy, nhu cầu, mong muốn và cách thức sử dụng sản phẩm dịch vụ của khách hàng sẽ là yếu tố quyết định cả về số lượng, kết cấu, chất lượng sản phẩm dịch vụ và kết quả hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Nhiệm vụ quan trọng của ngân hàng là phải nghiên cứu phân tích tìm hiểu nhu cầu mong muốn của khách hàng để xác định rõ từng đối tượng họ đang tìm kiếm những gì từ phía ngân hàng. Chú ý tới những khách hàng tiềm năng đánh giá những ưu việt về dịch vụ của ngân hàng mình so với ngân hàng cạnh tranh.

#### **f. Hệ thống thông tin và công nghệ ngân hàng**

Trong tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đang diễn ra hết sức mạnh mẽ thì việc trang thiết bị đầy đủ các công nghệ, thiết bị hiện đại phù hợp với nhu cầu xã hội, phục vụ kịp thời nhu cầu của khách hàng là yếu tố để giúp ngân hàng có thể nâng cao khả năng cạnh tranh, thu hút nhiều khách hàng hơn. Với thiết bị hiện đại hoạt động của ngân hàng sẽ diễn ra suôn sẻ, khả năng nắm bắt diễn biến thị trường sẽ nhanh hơn, quy định cho vay sẽ diễn ra một cách nhanh gọn, hiện đại giúp ngân hàng đưa ra được những chiến lược kinh

doanh phù hợp với nhu cầu của khách hàng nói chung và khách hàng vay tiêu dùng nói riêng.

#### **g. Năng lực quản trị tín dụng của ngân hàng**

Năng lực quản trị tín dụng là điều kiện tiên đề cho việc giải quyết mối quan hệ đánh đổi giữa rủi ro và khả năng sinh lời. Qua đó, tạo nên sự phát triển bền vững của hoạt động tín dụng. Ngược lại, hoặc ngân hàng vì sợ gia tăng rủi ro nên thu hẹp quy mô tín dụng hoặc ngân hàng mở rộng quy mô vượt quá khả năng quản trị của mình nên làm gia tăng mức rủi ro. Trong cả hai trường hợp, quá trình mở rộng tín dụng sẽ bị hạn chế, hiệu quả kinh doanh tín dụng sẽ sút giảm, ở mức độ nghiêm trọng ngân hàng sẽ có thể phải đối diện với rủi ro vỡ nợ.

### **1.3. PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG**

#### **1.3.1. Mục đích phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng**

- Phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng giúp ngân hàng đánh giá được thực tế tình hình cho vay ngắn hạn của ngân hàng, những mục tiêu đề ra được thực hiện đến đâu, rút ra những tồn tại, nguyên nhân khách quan và chủ quan để tìm ra biện pháp khắc phục.

- Phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng không chỉ dừng lại ở việc so sánh các chỉ tiêu trên các báo cáo kế toán, thống kê mà cần đi sâu xem xét nhiều lĩnh vực, khía cạnh khác nhau, đồng thời là căn cứ để đề ra các quyết định cho vay đúng đắn và đây cũng là biện pháp quan trọng trong việc phòng ngừa rủi ro trong hoạt động cho vay ngắn hạn.

#### **1.3.2. Nội dung phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng**

Nội dung cơ bản của phân tích tình hình cho vay tiêu dùng của NHTM bao gồm:

##### **a. Phân tích bối cảnh môi trường bên ngoài và đặc điểm cơ bản của NH**

Bối cảnh môi trường bên ngoài và đặc điểm cơ bản của ngân hàng có ảnh hưởng quan trọng đến hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Những yếu tố môi trường bên ngoài bao gồm những yếu tố của môi trường vĩ mô và môi trường cạnh tranh. Những đặc điểm bên trong chủ yếu bao gồm: các nguồn lực; chiến lược; mạng lưới...

##### **b. Phân tích về quy trình cho vay tiêu dùng của NH**

Thực tiễn hoạt động cho vay nói chung và tín dụng tiêu dùng của các NHTM cho thấy, cho vay tiêu dùng của NHTM thường được thực hiện theo quy trình sau:

*Bước 1:* Tiếp nhận hồ sơ vay tiêu dùng cá nhân của khách hàng: Hồ sơ vay tiêu dùng bao gồm hồ sơ khách hàng và hồ sơ khoản vay. Hồ sơ khách hàng cần chuẩn bị thường bao gồm hồ sơ cá nhân, hồ sơ chứng minh nơi ở và hồ sơ chứng minh thu nhập. Hồ sơ khoản vay được quy định khác nhau tùy từng ngân hàng và các tổ chức tín dụng, phổ biến nhất là đơn đề nghị vay vốn.

*Bước 2:* Thẩm định điều kiện vay tiêu dùng cá nhân: Sau khi cung cấp đủ hồ sơ vay vốn, ngân hàng và các tổ chức tín dụng sẽ tiến hành thẩm định hồ sơ và điều kiện vay tiêu dùng cá nhân.

*Bước 3:* Kiểm tra hồ sơ và mục đích vay vốn: Bộ phận thẩm định của ngân hàng và các tổ chức tín dụng sẽ nhập hồ sơ của khách hàng lên hệ thống và kiểm tra tính đầy đủ và

chính xác của hồ sơ. Tại bước này, bộ phận thẩm định cũng sẽ kiểm tra hồ sơ của khách hàng có phù hợp với mục đích vay vốn và sản phẩm vay tiêu dùng cá nhân hay không. Nếu có thiếu sót, hồ sơ sẽ được trả về cho khách hàng để bổ sung hoặc sửa đổi.

Bước 4: Sau quá trình xem xét nguồn vốn, điều kiện thanh toán, phương thức và lãi suất cho vay, nhân viên tư vấn sẽ nộp hồ sơ và báo cáo thẩm định cho cán bộ xét duyệt để tiến hành kiểm tra, xem xét đồng thời có thể tái thẩm định (nếu cần thiết), sau đó trình lên duyệt.

Bước 5: Khi hồ sơ vay vốn của bạn được chấp thuận, ngân hàng hoặc tổ chức tín dụng sẽ đưa ra một hợp đồng vay để khách hàng ký kết và giải ngân. Đây chính là văn bản thỏa thuận giữa khách hàng và ngân hàng hoặc tổ chức tín dụng, với các cam kết yêu cầu 2 bên phải thực hiện đúng theo yêu cầu của nhau.

Bước 6: Đây là bước cuối cùng trong toàn bộ quy trình vay tiêu dùng cá nhân tại ngân hàng. Đến kỳ hạn thanh toán, bộ phận thu hồi nợ của ngân hàng sẽ thông báo tới khách hàng yêu cầu thực hiện việc thanh toán đúng hạn, khoản thanh toán này sẽ bao gồm tiền lãi và một phần của khoản vay gốc. Số tiền này đã được thỏa thuận rõ trong hợp đồng vay tiêu dùng 2 bên đã ký kết trước đó. Đối với trường hợp trả nợ trễ hoặc mất khả năng thanh toán thì ngân hàng sẽ xem xét khả năng thanh toán để có các phán quyết tín dụng mới phù hợp.

### **c. Phân tích về các hoạt động ngân hàng**

Ngân hàng đã thực hiện nhằm đạt các mục tiêu của hoạt động cho vay tiêu dùng, bao gồm phân tích các hoạt động chủ yếu sau:

- Hoạt động phát triển khách hàng, gia tăng dự nợ.
- Hoạt động thực thi các chính sách cạnh tranh nhằm đạt mục tiêu về thị phần.
- Hoạt động kiểm soát rủi ro tín dụng trong cho vay tiêu dùng.
- Hoạt động nhằm nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ.

### **d. Phân tích kết quả hoạt động cho vay tiêu dùng của Agribank – Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kontum**

Phân tích kết quả hoạt động cho vay tiêu dùng tập trung vào các nội dung sau:

- Phân tích về tăng trưởng quy mô cho vay tiêu dùng thể hiện qua:
  - + Dự nợ cho vay tiêu dùng của Chi nhánh
  - + Số lượng khách hàng vay vốn
  - + Dự nợ bình quân trên một khách hàng
- Phân tích về thị phần cho vay tiêu dùng của ngân hàng trên thị trường mục tiêu
- Phân tích về cơ cấu cho vay tiêu dùng, cơ cấu cho vay có thể được phân tích qua các tiêu thức sau:
  - + Cơ cấu cho vay theo kỳ hạn
  - + Cơ cấu cho vay theo sản phẩm
  - + Cơ cấu cho vay theo hình thức bảo đảm tiền vay
  - + Cơ cấu cho vay theo quy mô
  - + Cơ cấu cho vay theo địa bàn
  - + Cơ cấu cho vay theo loại tiền tệ

#### **e. Phân tích về tăng trưởng thu nhập cho vay tiêu dùng**

Trong điều kiện hạch toán hiện nay của NHTM chưa thể thực hiện tính toán chỉ tiêu hiệu quả sinh lời của riêng hoạt động cho vay tiêu dùng nên có thể sử dụng chỉ tiêu thu nhập cho vay tiêu dùng để đánh giá một cách gián tiếp hiệu quả cho vay tiêu dùng.

#### **f. Phân tích chất lượng cung ứng dịch vụ cho vay tiêu dùng**

Tiêu chí về chất lượng cung ứng dịch vụ thể hiện trước hết qua sự hài lòng của khách hàng trong quá trình ngân hàng cung ứng dịch vụ cho vay. Tiêu chí này có thể được đánh giá qua 2 phương thức:

- Đánh giá trong: là đánh giá nội bộ của ngân hàng về chất lượng cung ứng dịch vụ cho vay tiêu dùng.

- Đánh giá ngoài: là đánh giá của khách hàng thông qua khảo sát ý kiến.

#### **g. Phân tích kết quả kiểm soát rủi ro tín dụng trong cho vay tiêu dùng**

Phân tích kết quả kiểm soát rủi ro tín dụng được tiến hành bằng cách phân tích sự biến động của các chỉ tiêu sau:

- Tỷ lệ dư nợ cho vay tiêu dùng từ nhóm 2 đến nhóm 5

- Cơ cấu nhóm nợ của tổng dư nợ cho vay tiêu dùng

- Tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng

- Mức giảm tỷ lệ xóa nợ rỗng cho vay tiêu dùng

- Mức giảm tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro các khoản vay tiêu dùng

#### **1.3.3. Phương pháp phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng**

- Phương pháp phân tích chủ yếu được sử dụng đối với nội dung phân tích kết quả cho vay tiêu dùng là tính toán các chỉ tiêu, so sánh với mục tiêu đặt ra hoặc so sánh theo thời gian để chỉ ra xu hướng, mức độ hoàn thành, phát hiện các vấn đề tồn tại, bất cập.

- Đối với các nội dung phân tích còn lại, phương pháp chủ yếu là vận dụng các tài liệu thứ cấp, kết hợp các phương pháp suy luận logic, lịch sử, so sánh, đối chiếu.

### **KẾT CHƯƠNG 1**

Trong chương 1, em đã trình bày tổng quan cơ sở lý luận về cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại. Trong đó đề cập khái niệm, đặc điểm của cho vay tiêu dùng về khách hàng và mục đích vay; về nhu cầu vay, quy mô và số lượng khoản vay; chi phí, rủi ro và lãi suất trong cho vay tiêu dùng. Trong chương 1 cũng đã trình bày các hình thức cho vay tiêu dùng và vai trò của cho vay tiêu dùng đối với ngân hàng, với khách hàng và với nền kinh tế.

Ngoài ra trong chương 1 em còn trình bày toàn bộ nội dung về phân tích cho vay tiêu dùng tại NHTM. Sự trình bày này là cơ sở lý luận để đi sâu vào phân tích thực trạng, kết quả cho vay tiêu dùng sẽ được trình bày tại chương 2: **“Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn – chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kontum”**

## CHƯƠNG 2.

# THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN – CHI NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP. KONTUM

## 2.1. GIỚI THIỆU VỀ AGRIBANK

### 2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

#### a. Quá trình hình thành

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank) được thành lập theo Nghị định số 53-HĐBT ngày 26/03/1988 của Hội đồng Bộ trưởng (nay là Chính phủ). Trải qua mỗi thời kỳ phát triển với những tên gọi gắn với sứ mệnh khác nhau, xuyên suốt 32 năm xây dựng và phát triển, Agribank luôn khẳng định vị thế, vai trò của một trong những Ngân hàng Thương mại hàng đầu Việt Nam, đi đầu thực hiện chính sách tiền tệ, góp phần ổn định kinh tế vĩ mô, kiềm chế lạm phát, hỗ trợ tăng trưởng, luôn đồng hành cùng sự nghiệp phát triển nông nghiệp, nông dân, nông thôn, có nhiều đóng góp tích cực thúc đẩy quá trình tái cơ cấu nền kinh tế, xây dựng nông thôn mới và bảo đảm an sinh xã hội.

#### b. Quá trình phát triển

- Năm 1988: Ngân hàng Phát triển Nông nghiệp Việt Nam ra đời theo Nghị định số 53/NĐ-HĐBT ngày 26/3/1988 của Hội đồng Bộ trưởng (nay là Chính phủ), và chính thức đi vào hoạt động ngày 01/07/1988 trên phạm vi cả nước. Tổng Giám đốc (nay là Thống đốc) NHNN đã ra Quyết định số 104/NH-QĐ cho phép Ngân hàng Phát triển Nông nghiệp Việt Nam (NHPTNo) thành lập chi nhánh Ngân hàng Phát triển Nông nghiệp Đồng bằng sông Cửu Long. Giám đốc chi nhánh là ông Lê Chí Thành (Phó Tổng Giám đốc thứ nhất NHPTNo) kiêm nhiệm. Ngân hàng Phát triển Nông nghiệp Đồng bằng sông Cửu Long hoạt động theo nguyên tắc hạch toán độc lập, tự huy động, tự cho vay để phát triển sản xuất nông nghiệp vùng đồng bằng sông Cửu Long.

- Năm 1989: NHNN đã ra quyết định thành lập Chi nhánh Ngân hàng phục vụ lương thực tại thành phố Hồ Chí Minh do ông Nguyễn Thanh Châu làm Giám đốc chi nhánh. NHPTNo Việt Nam thực hiện thí điểm cho vay tới hộ nông dân tại một số chi nhánh của ở các tỉnh như Hà Bắc, An Giang, Cửu Long, Long An và huyện Bình Chánh tại thành phố Hồ Chí Minh. Việc thí điểm đạt kết quả tốt, ngân hàng thu được cả gốc lẫn lãi đúng kỳ hạn, nông dân rất phấn khởi.

- Năm 1990: Chủ tịch Hội đồng Nhà nước nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam đã công bố Sắc lệnh số 37-NTC/HĐNN ban hành Pháp lệnh Ngân hàng nhà nước Việt Nam và Sắc lệnh số 38-NCT/HĐNN ban hành Pháp lệnh ngân hàng, hợp tác xã tín dụng và công ty tài chính, nhằm tổ chức lại và đưa hệ thống Ngân hàng vào hoạt động phù hợp với yêu cầu của sản xuất hàng hóa, bảo đảm phát triển nền tiền tệ một cách an toàn, điều hòa việc sử dụng tiền tệ có hiệu quả, thúc đẩy kinh tế thị trường phát triển năng động, trật tự. Quyết định số 400/CT của Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng về việc Thành lập Ngân hàng Nông nghiệp Việt Nam đã đổi tên Ngân hàng Phát triển nông nghiệp Việt Nam thành Ngân hàng Nông nghiệp Việt Nam.

- Năm 1991: Hội nghị Ban điều hành Hiệp hội tín dụng Nông nghiệp Nông thôn khu vực châu Á-Thái Bình Dương (APRACA) tại Bắc Kinh đã công nhận NHNo Việt Nam là hội viên. Tổng Giám đốc NHNo Việt Nam đã ban hành văn bản số 45/KH-NHNo về Hướng dẫn lập và quản lý kế hoạch kinh doanh trong hệ thống NHNNVN; Văn bản số 53/NHNg về “Biện pháp cho vay ngắn hạn, trung hạn đối với hộ nông dân”. Văn phòng Đại diện NHNo Việt Nam ở miền Nam được thành lập tại thành phố Hồ Chí Minh theo Quyết định số 18/NH-QĐ của Thống đốc NHNN, và Văn phòng Đại diện NHNo Việt Nam ở miền Trung được thành lập tại thành phố Quy Nhơn (thuộc tỉnh Bình Định) theo văn bản số 439/CV-TCCB của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước. Tổng Giám đốc NHNo Việt Nam đã ban hành văn bản 499/NHNo về việc cho vay hộ nông dân. NHNo Việt Nam ban hành Văn bản số 946/NHNo về chế độ khoán tài chính. NHNo Việt Nam chính thức gia nhập APRACA.

- Năm 1992: NHNo Việt Nam ban hành Văn bản số 495/NHNo-KH về Quy chế xây dựng, tổ chức thực hiện kế hoạch tín dụng tổng hợp trong hệ thống NHNN Việt Nam. Thành lập Sở Giao dịch đối ngoại (tức Sở Kinh doanh hối đoái sau này).

- Năm 1993: NHNo đã ban hành văn bản số 152/NHNo-TT hướng dẫn thực hiện thanh toán qua mạng trong hệ thống. NHNo ban hành văn bản số 1234/NHNo-TT hướng dẫn thanh toán tay ba giữa người đi vay, ngân hàng, và người cung ứng dịch vụ (khi cho hộ sản xuất vay vốn qua cửa hàng bán vật tư nông nghiệp).

- Năm 1994: Thống đốc NHNN ra Quyết định số 160/QĐ-NHN9 chấp thuận đổi mới mô hình tổ chức quản lý của NHNo Việt Nam. NHNo ban hành văn bản số 1082/NHNo-Việt Nam quy định tổ chức mạng lưới và nghiệp vụ thu đổi ngoại tệ. NHNo ra văn bản số 1164/NHNO-TT hướng dẫn các đơn vị chuẩn bị các điều kiện, mở rộng triển khai mở tài khoản cá nhân, khuyến khích thanh toán séc cá nhân.

- Năm 1995: NHNo tham gia hệ thống thanh toán ngân hàng quốc tế (SWIFT), đây là điều kiện thuận lợi cho NHNo Việt Nam mở rộng và nâng cao chất lượng thanh toán quốc tế.

- Năm 1996: Ngân hàng phục vụ người nghèo chính thức đi vào hoạt động. Quyết định số 280/QĐ-NHNN của NHNN đổi tên NHNo Việt Nam thành Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam (Agribank), hoạt động theo mô hình Tổng Công ty Nhà nước theo quy định tại Quyết định số 90/TTg ngày 7/3/1994 của Thủ tướng Chính phủ.

- Năm 1997 – 2000: Hệ thống máy ATM của Agribank được đưa vào hoạt động. Công ty Cổ phần Chứng khoán Ngân hàng Nông nghiệp (Agriseco), một trong những công ty chứng khoán đầu tiên hoạt động trên thị trường chứng khoán Việt Nam, được thành lập theo Quyết định số 269/QĐ/HĐQT của Agribank. Ban Lãnh đạo Agribank đã xây dựng tầm nhìn và chiến lược phát triển cho đến năm 2010 với phương châm và triết lý kinh doanh: “Mang phồn thịnh đến với khách hàng”.

- Năm 2001 – 2010: Agribank thực hiện đầy đủ hệ thống kế toán theo tiêu chuẩn quốc tế. Agribank là ngân hàng thương mại đầu tiên ban hành cuốn sổ tay tín dụng, quy định

những hệ thống chính sách trình tự cho vay chặt chẽ theo thông lệ quốc tế. Thẻ ghi nợ nội địa Success ra đời như một bước đột phá trong việc cung cấp các dịch vụ tiện ích tới khách hàng. Tổ chức thẻ quốc tế VISA đã tiến hành lắp đặt thiết bị hỗ trợ chuẩn chi (VAP) tại Agribank, tạo thuận lợi cho quá trình tham gia thị trường thẻ quốc tế của Agribank. Agribank phát hành 2,1 triệu thẻ chi riêng trong năm 2010, nâng tổng số thẻ lên đến hơn 6,3 triệu thẻ, khẳng định vị trí ngân hàng số 1 Việt Nam trong lĩnh vực phát triển chủ thẻ. Chính thức khai trương chi nhánh tại Campuchia.

- Năm 2011 - 2020: Agribank ký thỏa thuận với Văn phòng điều phối Nông thôn mới Trung ương về việc hợp tác trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2016-2020. Tổng tài sản đạt trên 1,45 triệu tỷ đồng; Nguồn vốn đạt trên 1,34 triệu tỷ đồng; Tổng dư nợ và đầu tư đạt trên 1,3 triệu tỷ đồng, trong đó cho vay nền kinh tế đạt trên 1,12 triệu tỷ đồng. Dư nợ trong lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn luôn chiếm tỷ trọng trên 70%/tổng dư nợ.

### **2.1.2. Tầm nhìn và phương châm hoạt động**

- Là một trong các ngân hàng thương mại nhà nước đóng vai trò chủ lực trong hệ thống ngân hàng, Agribank luôn phát huy vai trò tiên phong, gương mẫu của một Ngân hàng thương mại Nhà nước trong việc dẫn dắt hệ thống các tổ chức tín dụng thực thi nghiêm túc, có hiệu quả chính sách tiền tệ quốc gia và các chủ trương chính sách của Đảng, Nhà nước về tiền tệ, ngân hàng, nhất là chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn. Agribank đang triển khai hiệu quả 07 chương trình tín dụng chính sách (Cho vay theo chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn; Cho vay hộ gia đình, cá nhân thông qua Tổ vay vốn/tổ liên kết; Cho vay theo chính sách hỗ trợ nhằm giảm tổn thất trong nông nghiệp; Cho vay gia súc, gia cầm; Cho vay tái canh cà phê; Cho vay chính sách phát triển thủy sản; Tín dụng ưu đãi phục vụ “Nông nghiệp sạch”) và 02 Chương trình mục tiêu Quốc gia (xây dựng Nông thôn mới, giảm nghèo bền vững).

- Agribank không ngừng đơn giản hóa thủ tục cho vay, cải tiến mô hình, phương thức cho vay, kết hợp với chính quyền địa phương, Hội Nông dân, Hội Phụ nữ, các tổ chức chính trị - xã hội triển khai trên 68.000 tổ vay vốn với gần 1,5 triệu thành viên; Triển khai an toàn 68 Điểm giao dịch lưu động bằng ô tô chuyên dùng với gần 8.200 phiên giao dịch, phục vụ hơn 800 nghìn khách hàng tại trên 400 xã trên toàn quốc, tạo điều kiện thuận lợi đối với hộ gia đình, cá nhân ở vùng sâu, vùng xa tiếp cận vốn vay và dịch vụ ngân hàng. Triển khai chương trình tín dụng tiêu dùng, đến nay doanh số cho vay chương trình đạt trên 7.400 tỷ đồng với 193.000 hộ gia đình, cá nhân được bổ sung vốn phục vụ nhu cầu hợp pháp và cấp thiết, nâng cao đời sống của người dân tại các địa bàn nông thôn...

- Hoạt động phát triển SPDV được Agribank xác định lấy khách hàng là trung tâm, mở rộng cơ sở khách hàng, phát triển khách hàng mở tài khoản và sử dụng dịch vụ tiện ích, Agribank chính thức triển khai Đề án đẩy mạnh phát triển dịch vụ thẻ tại thị trường nông nghiệp, nông thôn, với mục tiêu gia tăng sự tiếp cận nguồn vốn ngân hàng của các cá nhân, gia đình cũng như các dịch vụ thanh toán văn minh, hiện đại trên địa bàn nông nghiệp, nông thôn, đẩy mạnh phát triển thanh toán không dùng tiền mặt tại Việt Nam. Thông qua các chương trình tín dụng và cung ứng sản phẩm dịch vụ ngân hàng tiện ích, Agribank đã



ơ bản đáp ứng đủ vốn với lãi suất cho vay ưu đãi, phục vụ kịp thời nhu cầu sản xuất kinh doanh của người dân, doanh nghiệp, góp phần chung tay cùng các cấp, các ngành đẩy lùi tình trạng tín dụng đen, đồng thời tiếp tục khẳng định vai trò chủ đạo của NHTM Nhà nước trong việc cung ứng vốn và SPDV ngân hàng tiện ích phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn và nông dân theo đúng mục tiêu cơ cấu lại, góp phần tạo những bước bứt phá trong tái cơ cấu nền nông nghiệp Việt Nam.

- Thông qua chủ động thực hiện đầu tư tín dụng và cung cấp sản phẩm dịch vụ ngân hàng tiện ích, Agribank đang mở ra cơ hội cho hàng triệu người nông dân Việt Nam được tiếp cận với kỹ thuật nông nghiệp hàng đầu trên thế giới, ứng dụng thành quả cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 vào sản xuất, kinh doanh, góp phần đưa nền nông nghiệp Việt Nam có những bước tiến lớn trong gia nhập “sân chơi” toàn cầu.

- Bên cạnh hoạt động kinh doanh, Agribank rất quan tâm đến công tác hỗ trợ an sinh xã hội với nhiều dự án, chương trình tài trợ tổng thể và dài hạn trên khắp cả nước, thể hiện tinh thần trách nhiệm đối với cộng đồng, góp phần tích cực thực hiện Chương trình mục tiêu Quốc gia về giảm nghèo bền vững và xây dựng nông thôn mới theo chủ trương của Đảng, Nhà nước Việt Nam.

- Trải qua 32 năm xây dựng và trưởng thành, Agribank duy trì được sự tăng trưởng ổn định cả về quy mô, cơ cấu, chất lượng và hiệu quả hoạt động. Nhiều năm liên tiếp, Agribank nằm trong Top 10 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam và đạt nhiều giải thưởng do các tổ chức quốc tế trao tặng. Đặc biệt, đúng vào dịp kỷ niệm 30 năm ngày thành lập 26/3/2018, Agribank vinh dự được đón nhận Huân chương Lao động hạng Nhất – phần thưởng cao quý nhất của Đảng, Nhà nước Việt Nam dành cho tập thể có công lao đóng góp vào công cuộc xây dựng đất nước, thành tích xuất sắc phục vụ phát triển kinh tế nông nghiệp, nông thôn và nông dân trong thời kỳ đổi mới.

- Năm 2019, Agribank tiếp tục được khẳng định là Quán quân các NHTM được vinh danh vị trí thứ 8 trong Bảng xếp hạng VNR500; được tổ chức xếp hạng tín nhiệm quốc tế Moody's công bố mức xếp hạng của Agribank là Ba3, tương đương mức tín nhiệm quốc gia và là mức xếp hạng cao nhất đối với các NHTM ở Việt Nam. Agribank được xếp hạng thứ 142/500 ngân hàng lớn nhất Châu Á về quy mô tài sản. Hiện Agribank đang tập trung triển khai có hiệu quả Chiến lược kinh doanh giai đoạn 2016- 2020, tầm nhìn 2030, thực hiện thành công tái cơ cấu giai đoạn 2 gắn với nhiệm vụ đẩy nhanh tiến trình thực hiện kế hoạch cổ phần hóa Agribank theo Quyết định của Thủ tướng Chính phủ, tiếp tục giữ vững vị trí, vai trò chủ lực trên thị trường tài chính nông nghiệp, nông thôn, đóng góp tích cực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội đất nước.

- Năm 2020 và những tháng đầu năm 2021, dịch bệnh Covid-19 tiếp tục diễn biến rất phức tạp, kinh tế thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng tăng trưởng chậm, kinh tế Việt Nam còn bị ảnh hưởng lớn bởi lũ lụt nghiêm trọng tại miền Trung, Tây Nguyên, nhất là khu vực nông nghiệp, nông thôn - lĩnh vực đầu tư chính của Agribank. Để thực hiện mục tiêu kép của Chính phủ vừa phòng chống dịch bệnh vừa thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, Agribank đã có nhiều giải pháp trong hoạt động tín dụng để hỗ trợ khách hàng như: miễn,

giảm lãi, phí, cơ cấu lại thời hạn trả nợ; Agribank đã 07 lần giảm lãi suất cho vay, 09 lần giảm phí dịch vụ...; ban hành gói tín dụng ưu đãi 100.000 tỷ đồng hỗ trợ khách hàng vay vốn bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19...

## **2.2. GIỚI THIỆU VỀ AGRIBANK CHI NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP. KONTUM**

### **2.2.1. Quá trình thành lập và phát triển**

- Ngày 30-8-1991, Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ra quyết định số 131/NH-ĐQ giải thể Chi nhánh NHNo&PTNT Gia Lai – Kon Tum thành lập Chi nhánh NHNo & PTNH Tỉnh Kon Tum. Là đại diện pháp nhân của NHNo&PTNT Việt Nam, Chi nhánh NHNo&PTNT tỉnh Kon Tum có con dấu riêng, được tổ chức và hoạt động theo điều lệ, quy chế tổ chức hoạt động của NHNo&PTNT Việt Nam có hiệu lực thi hành kể từ ngày 1-10-1991.

- Quyết định 113/NHNo-TCHC ngày 14-4-1995 giải thể quầy cho vay cầm đồ thuộc Chi nhánh NHNo&PTNT Kon Tum, thành lập Chi nhánh NHNo&PTNT Chợ Mới trực thuộc NHNo&PTNT tỉnh Kon Tum.

Ngày 1-10-1998 Giám đốc NHNo&PTNT tỉnh Kon Tum ký quyết định số 251/NHNo-TCCB đổi tên: Chi nhánh NHNo&PTNT Việt Nam – Chi nhánh Quyết Thắng Kon Tum (Agribank Quyết Thắng Kon Tum).

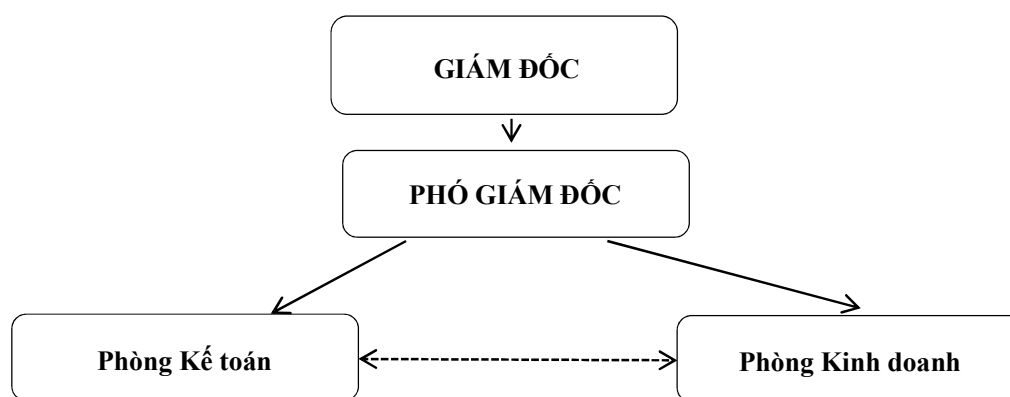
- Năm 2009 Agribank Quyết Thắng Kon Tum chuyển về địa chỉ 77A Ngô Quyền, phường Quyết Thắng, TP. Kon Tum, tỉnh Kon Tum. Chuyển khỏi Ki-ốt chật hẹp trong khu thương mại sang trụ sở mới khang trang, tiện nghi là một bước tiến mới về cả hình thức lẫn hoạt động kinh doanh của Chi nhánh.

- Là đơn vị hạch toán kinh tế nội bộ, có con dấu riêng, có bảng cân đối kế toán, nhận khoán tài chính, thực hiện đầy đủ các chức năng của Ngân hàng Thương mại. Có đầy đủ các nghiệp vụ từ cho vay đến nhận tiền gửi, hoạt động theo quy chế của Tổng giám đốc NHNo&PTNT Việt Nam và theo văn bản ủy nhiệm của Giám đốc NHNo&PTNT tỉnh Kon Tum.

- Trong 22 năm qua kể từ ngày thành lập, toàn thể cán bộ nhân viên Agribank Quyết Thắng Kon Tum luôn nỗ lực phấn đấu, trau dồi trình độ chuyên môn, phát huy sức mạnh đoàn kết và tinh thần lao động sáng tạo để đưa Chi nhánh trở thành một đơn vị mạnh của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Kon Tum.

### **2.2.2. Sơ đồ tổ chức**

Cơ cấu tổ chức bộ máy điều hành của Ngân hàng nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam chi nhánh Quyết Thắng được cơ cấu theo sơ đồ sau:



Sơ đồ 2.1: Sơ đồ phòng ban Agribank Chi nhánh Quyết Thắng

Chú thích: —> Quan hệ trực tuyến

←-----> Quan hệ chức năng

❖ Chức năng hoạt động chủ yếu của các phòng ban

Ban Giám đốc: Gồm 1 Giám đốc và 1 Phó Giám đốc. Giám đốc là người lãnh đạo cao nhất chịu mọi trách nhiệm chung. Phó giám đốc được Giám đốc ủy quyền định và điều hành giải quyết một phần công việc hoặc toàn bộ hoạt động của ngân hàng trong thời gian Giám đốc đi vắng.

Phòng Kế toán: Là nghiệp vụ thực hiện giao dịch trực tiếp với khách hàng, tổ chức hạch toán kế toán theo quy định của Nhà nước và của NHNo&PTNT Việt Nam. Trực tiếp hạch toán, xử lý các nghiệp vụ phát sinh liên quan đến hạch toán kế toán, thống kê, hạch toán nghiệp vụ tín dụng, nghiệp vụ kinh doanh khác theo quy định của NHNN, NHNo&PTNT Việt Nam.

Phòng kinh doanh: Nghiên cứu xây dựng chiến lược khách hàng tín dụng, phân loại khách hàng và đề xuất các chính sách ưu đãi đối với từng loại khách hàng nhằm mở rộng theo hướng đầu tư khép kín: sản xuất, chế biến, tiêu thụ, xuất khẩu và gắn tín dụng với sản xuất, lưu thông và tiêu dùng. Thẩm định và đề xuất cho vay. Thực hiện giải ngân, báo nợ đến hạn, thu nợ đối với khách hàng. Thường xuyên phân loại nợ, phân tích nợ quá hạn, tìm nguyên nhân và đề xuất hướng khắc phục.

### 2.2.3. Sản phẩm dịch vụ chính

Hiện nay các sản phẩm tín dụng tiêu dùng của Chi nhánh bao gồm các loại:

- Cho vay mua nhà ở, đất ở
- Sửa chữa, xây mới nhà
- Cho vay thấu chi
- Mua, sửa chữa phương tiện đi lại
- Học tập, du lịch, chữa bệnh
- Các nhu cầu tiêu dùng khác

Hiện nay, hoạt động cho vay tiêu dùng đang được ngân hàng triển khai rộng rãi đối với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau kết hợp với mức phí và lãi suất thấp để thu hút khách hàng và đã đạt được những thành công bước đầu tư tạo tiền đề phát triển trong tương lai.

Nhìn chung, trước việc hội nhập kinh tế cạnh tranh gay gắt như hiện nay thì hầu hết các ngân hàng đều có những sản phẩm cho vay tiêu dùng giống nhau, không có sự khác biệt là mấy.

## 2.2.4. Tình hình hoạt động kinh doanh

### a. Tình hình huy động vốn

Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon Tum đã luôn bám sát chỉ đạo điều hành của Hội sở chính, tăng cường quảng bá tiếp thị, chăm sóc khách hàng, tạo phong cách phục vụ chuyên nghiệp, thân thiện nhằm gia tăng huy động vốn. Qua từng năm Agribank Chi nhánh Quyết Thắng vẫn giữ được thị phần huy động vốn của mình, là cánh chim đầu đàn trong lĩnh vực huy động vốn tại địa bàn, duy trì được thị phần so với tất cả các đơn vị khác.

**Bảng 2.1: Tình hình huy động vốn giai đoạn 2018 - 2020**

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020		% tăng	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	2019/2018	2020/2019
Tiền gửi TCKT	136.500	26,85	105.300	16,31	93.600	14,20	-39,27	-12,93
Tiền gửi dân cư	326.200	64,17	448.000	69,38	506.800	76,88	8,11	10,81
Tiền gửi kho bạc	45.600	8,97	92.400	14,31	58.800	8,92	59,51	-37,7
<b>Tổng</b>	<b>508,300</b>	<b>100</b>	<b>645,700</b>	<b>100</b>	<b>659,200</b>	<b>100</b>	<b>27,03</b>	<b>2,069</b>

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

- Tình hình huy động vốn giai đoạn 2018-2020 từ các tổ chức kinh tế thì đều giảm dần qua các năm, trong khi đó thì tình hình huy động vốn từ tiền gửi dân cư lại tăng dần qua các năm, còn riêng tiền gửi của kho bạc thì giảm mạnh qua các năm.

- Cụ thể là năm 2019, chi nhánh huy động được 92,4 tỷ đồng từ tiền gửi kho bạc, tăng 59,51% so với năm 2018 nhưng sang năm 2020, chi nhánh chỉ huy động được 58,8 tỷ đồng từ tiền gửi kho bạc. Từ đây có thể thấy chính vì nguồn vốn kho bạc không ổn định, tăng giảm thất thường nên chi nhánh đã tập trung chủ yếu huy động từ tiền gửi dân cư. Vì vậy mà nguồn huy động từ dân cư chiếm tỷ trọng cao và tăng dần qua các năm: Năm 2018 huy động được 326,2 tỷ đồng và năm 2019 huy động được 448 tỷ đồng, tăng 8,11% so với năm 2018. Năm 2020 huy động được 506,8 tỷ đồng, tăng 10,81% so với năm 2019.

Công tác huy động vốn từ tiền gửi dân cư của chi nhánh đã đạt được kết quả tốt. Đó là nhờ sự nỗ lực của tập thể cán bộ nhân viên của chi nhánh. Ngoài ra, tình hình kinh tế xã hội trên địa bàn ngày càng phát triển, đời sống người dân được cải thiện, hộ đói nghèo giảm, nhận thức dân cũng được nâng cao mặc dù năm 2020 đại dịch Covid-19 diễn ra gây tổn thất rất lớn về kinh tế, nhưng người dân trên địa bàn thành phố Kontum may mắn không bị ảnh hưởng nhiều từ đó nên các khoản tiền gửi các nhân vào ngân hàng cũng tăng dần.

### a. Tình hình hoạt động cho vay

Hoạt động cho vay là hoạt động kinh doanh chủ yếu của ngân hàng, đây là hoạt động quyết định phần lớn đến hiệu quả kinh doanh, quá trình tuần hoàn, chu chuyển vốn trong hoạt động kinh doanh tiền tệ của ngân hàng.

Trong các năm qua, tình hình kinh tế khó khăn gây ảnh hưởng đến hoạt động của ngân hàng. Bám sát chỉ đạo của Ngân hàng Nhà nước và của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam – Chi nhánh Quyết Thắng đã triển khai đồng bộ và có hiệu quả các biện pháp để tăng trưởng tín dụng có chọn lọc, hiệu quả các biện pháp để tăng trưởng tín dụng có chọn lọc, hiệu quả và bền vững. Cơ cấu tín dụng luôn đảm bảo theo đúng định hướng của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam.

**Bảng 2.2: Cơ cấu dư nợ cho vay giai đoạn 2018-2020**

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu		Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	So sánh (%)	
					2019/2018	2020/2019
<b>Dư nợ cho vay</b>		<b>385.000</b>	<b>535.500</b>	<b>560.000</b>	<b>39,09</b>	<b>4,58</b>
<b>Phân theo thời hạn</b>	<b>Ngắn hạn</b>	226.800	330.000	364.800	45,50	10,55
	<b>Trung, dài hạn</b>	158.200	205.500	195.200	29,90	-5,01
<b>Phân theo mục đích vay vốn</b>	<b>CVKD</b>	343.700	495.600	497.280	44,20	0,34
	<b>CVTD</b>	41.300	39.900	62.720	-3,39	57,19
<b>Nợ xấu</b>		<b>9.450</b>	<b>15.120</b>	<b>11.220</b>	<b>60,00</b>	<b>-25,79</b>
<b>Tỷ lệ nợ xấu (%)</b>		<b>2,45</b>	<b>2,82</b>	<b>2,00</b>	<b>15,03</b>	<b>-29,04</b>

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

- Qua bảng số liệu, ta thấy dư nợ cho vay của chi nhánh liên tục tăng qua các năm cụ thể: Năm 2018 đạt 385 tỷ đồng, năm 2019 đạt 535,5 tỷ đồng, tăng 39,09% so với năm 2018 và đến năm 2020 dư nợ đạt 560 tỷ đồng, tăng 4,58% so với năm 2019. Nhằm thực hiện theo chỉ đạo của ngân hàng cấp trên là tỷ lệ nợ trung, dài hạn không vượt quá 40% tổng dư nợ. Vì vậy mà dư nợ ngắn hạn tại chi nhánh tăng dần qua các năm, dư nợ ngắn hạn năm 2018 là 226,8 tỷ đồng; năm 2019 đạt 330 tỷ đồng, tăng 45,5% so với năm 2018 và năm 2020 đạt 364,8 tỷ đồng tăng 10,55% so với năm 2019. Trong khi đó dư nợ trung, dài hạn năm 2019 đạt 205,5 tỷ đồng chiếm 38,38% trên tổng dư nợ và đến năm 2020 còn 195,2 tỷ đồng, giảm 5,01%.

- Về tình hình cho vay theo mục đích vay vốn thì cho vay kinh doanh luôn chiếm tỷ trọng cao trên tổng dư nợ, cụ thể cho vay kinh doanh năm 2019 đạt 495,6 tỷ đồng chiếm 92,55% trên tổng dư nợ và tăng 44,2% so với năm 2018; năm 2020 do chi nhánh nâng cao chất lượng dịch vụ nên dư nợ cho vay tiêu dùng đạt 62,72 tỷ đồng, tăng 57,19% so với năm 2019 và chiếm 11,2% trên tổng dư nợ.

- Về tình hình nợ xấu thì năm 2018 nợ xấu của chi nhánh là 9,45 tỷ đồng tương ứng tỷ lệ nợ xấu là 2,45%; năm 2019 là 15,12 tỷ đồng, tăng 60% so với năm 2018, tương ứng tỷ lệ nợ xấu là 2,82% và đến hết năm 2020 thì nợ xấu của chi nhánh là 11,22 tỷ đồng giảm 25,79% so với năm 2019, tương ứng tỷ lệ nợ xấu là 2%.

## **b. Hoạt động dịch vụ**

Ngoài nghiệp vụ huy động tiền gửi và nghiệp vụ tín dụng, Agribank Quyết Thắng đã và đang không ngừng phát triển các dịch vụ thanh toán khác nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng ngày càng cao như:

- Công tác kế toán: Ngân hàng đã ứng dụng một số phần mềm vào công tác kế toán. Quản lý chặt chẽ và đảm bảo cập nhật thông tin nên mọi nghiệp vụ kế toán phát sinh được hạch toán kịp thời và chính xác. Doanh số dịch vụ chuyển tiền điện tử năm sau lớn năm trước cả về số món và số tiền tạo thêm cho ngân hàng có một nguồn thu nhập tương đối chắc chắn và ổn định.

- Công tác thanh toán không dùng tiền mặt: Nghiệp vụ thanh toán không dùng tiền mặt là một trong những nghiệp vụ cơ bản của ngân hàng, cho đến nay nghiệp vụ thanh toán không dùng tiền mặt đã chứng tỏ nhiều ưu điểm. Do đó thể thức thanh toán này càng được mở rộng và chiếm một vị trí quan trọng không thể thiếu trong nghiệp vụ ngân hàng.

- Ngoài các sản phẩm truyền thống, Agribank chi nhánh Quyết Thắng phát triển đồng đều các sản phẩm dịch vụ, phát triển chương trình kết nối 100 ngàn thẻ ATM các loại, lắp đặt 15 máy ATM đều khắp địa bàn thành phố, triển khai rộng rãi POS đến các điểm mua bán hàng hóa, tạo sự thuận lợi cho việc sử dụng dịch vụ của khách hàng.

- Đặc biệt, vừa qua Agribank Quyết Thắng đã triển khai thành công chương trình quản lý dòng tiền (CMS) đạt kết quả cao đối với các công ty lớn, giao dịch truyền thống với Agribank.

## **c. Kết quả hoạt động kinh doanh tại Agribank Chi nhánh Quyết Thắng**

**Bảng 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh giai đoạn 2018 – 2020**

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020		So sánh (%)	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	2019/2018	2020/2019
<b>1. Tổng thu</b>	<b>62.531,3</b>	<b>100</b>	<b>81.130,4</b>	<b>100</b>	<b>99.932,3</b>	<b>100</b>	<b>29,74</b>	<b>23,17</b>
- Tín dụng	59.021,3	94	75.800,4	93	93.692,3	94	28,43	23,6
- Khác	3.510	6	5.330	7	6.240	6	51,85	17,07
<b>2. Tổng chi</b>	<b>43.817,2</b>	<b>100</b>	<b>61.021,8</b>	<b>100</b>	<b>72.739,8</b>	<b>100</b>	<b>39,26</b>	<b>19,2</b>
- Tín dụng	33.177,2	76	47.861,8	78	56.219,8	77	44,26	17,46
- Khác	10.640	24	13.160	22	16.520	23	23,68	25,53
<b>3. Quỹ TN</b>	<b>18.714,1</b>	<b>-</b>	<b>20.108,6</b>	<b>-</b>	<b>27.192,5</b>	<b>-</b>	<b>7,45</b>	<b>35,23</b>

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

Qua bảng số liệu ta có thể thấy được hoạt động của chi nhánh các năm đều có thu đủ bù chi và có lãi. Nguồn thu chủ yếu của chi nhánh là thu từ hoạt động tín dụng, luôn chiếm

tỷ trọng lớn trên 90% trên tổng thu. Năm 2019, nguồn thu từ tín dụng đạt 75,8 tỷ đồng, tăng 28,43% so với năm 2018 và đến hết năm 2020 đạt 93,69 tỷ đồng, tăng 23,6% so với năm 2019.

Và do hoạt động của ngân hàng chủ yếu là huy động vốn trên thị trường để cho vay nên việc chi lãi và các chi phí kèm theo dành cho mảng hoạt động này cũng chiếm tỷ trọng cao trên 70% trên tổng chi. Năm 2019, tổng chi cho hoạt động tín dụng đạt 47,86 tỷ đồng, tăng 44,26% so với năm 2018 và đến hết năm 2020 thì tổng chi cho hoạt động tín dụng là 56,21 tỷ đồng, tăng 17,46% so với năm 2019. Nhìn chung kết quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh khá tốt, quỹ thu nhập đều tăng qua các năm. Năm 2019 đạt 20,1 tỷ đồng tăng 7,45% so với năm 2018 và đến năm 2020 đạt 27,19 tỷ đồng tăng 35,23% so với năm 2019.

Mặc dù nền kinh tế còn đối mặt với nhiều khó khăn và ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động ngân hàng nói chung và dịch vụ nói riêng. Tuy nhiên, hoạt động dịch vụ tại Agribank Chi nhánh Quyết Thắng đã có những chuyển biến tích cực qua bảng kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ giai đoạn 2018-2020.

### **2.2.5. Những thuận lợi và khó khăn của chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kontum**

#### **a. Thuận lợi**

Nền kinh tế thành phố Kon Tum trong những năm qua đã có những bước phát triển rất ổn định, nhiều dự án trọng điểm của thành phố đã và đang phát huy hiệu quả.

Được sự quan tâm ủng hộ, giúp đỡ của Chính quyền địa phương, các ban ngành các cấp đã tạo điều kiện thuận lợi cho ngành Ngân hàng phát triển vững chắc trong khuôn khổ pháp luật.

Thương hiệu Agribank đã có chỗ đứng khá vững vàng trên thị trường tài chính – tiền tệ đã tạo điều kiện thuận lợi cho Chi nhánh trong việc thu hút khách hàng.

Được sự chỉ đạo và điều hành trực tiếp của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam đã tạo điều kiện thuận lợi cho chi nhánh đáp ứng nhu cầu vốn và các hoạt động dịch vụ một cách tốt nhất cho khách hàng.

Sự hình thành và phát triển về nhiều mảng như thương mại, bất động sản, dịch vụ khác,.. sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của hệ thống ngân hàng trên địa bàn nói chung và Agribank Quyết Thắng nói riêng.

Đội ngũ nhân viên đại bộ phận là trẻ và rất năng động, đội ngũ quản trị viên luôn vững vàng, trung kiên, trong sạch và đầy tâm huyết. Các cán bộ tín dụng đã tạo được lòng tin đối với khách hàng, làm tốt công tác thẩm định, tư vấn tạo điều kiện thuận lợi trong việc thu hút khách hàng.

Chi nhánh Quyết Thắng có trụ sở PGD tại Số nhà 77A, Đường Ngô Quyền, Phường Quyết Thắng, Thành phố Kon Tum là tòa nhà trên tuyến phố chính của thành phố rất dễ dàng để khách hàng tiếp cận với chi nhánh.

#### **b. Khó khăn**

- Mặc dù thương hiệu Agribank đã có trong lòng khách hàng tuy nhiên thử thách lớn là địa bàn hoạt động mới, mật độ NHTM dày, chi nhánh thành lập sau chịu sức ép cạnh tranh gay gắt.

- Đội ngũ cán bộ trẻ thì việc đào tạo cấp tốc để nắm bắt công việc sẽ không tránh khỏi những trường hợp nhân viên tư vấn không giải đáp cặn kẽ được những thắc mắc của khách hàng, những hồ sơ đặc biệt gây mất thời gian cho khách hàng, làm chậm quá trình làm thủ tục hồ sơ và giải ngân. Chưa kể đến việc điều chỉnh hồ sơ tới lui nhiều lần mất thời gian mà vẫn không được giải ngân, làm khách hàng khó chịu, sẽ gây hình ảnh xấu cho chi nhánh.

- Kế hoạch nghiên cứu thị trường, quản lý khách hàng, quảng bá thương hiệu, quan hệ công chúng tuy đã được quan tâm nhưng chưa thật sự bài bản, chưa góp phần thiết thực vào quá trình gây dựng cho Agribank chi nhánh Quyết Thắng một hình ảnh đặc trưng và một vị thế riêng đầy ấn tượng trong lòng mọi người, mọi nhà, mọi doanh nghiệp.

### **2.3. PHÂN TÍCH BỐI CẢNH MÔI TRƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP.KON TUM**

#### **2.3.1. Môi trường bên ngoài**

##### **a. Về chính trị**

Công tác sắp xếp, tổ chức bộ máy của hệ thống chính trị tinh gọn, hoạt động hiệu lực, hiệu quả được chỉ đạo thực hiện; các đơn vị sự nghiệp công lập được sắp xếp hiệu quả. Tuy nhiên các vấn đề pháp lý cho hoạt động tài chính tiêu dùng chưa đầy đủ và chưa toàn diện, cụ thể. Hơn nữa, do nhận thức cho người dân về dịch vụ tài chính tiêu dùng chưa cao, việc hỗ trợ, môi giới tín dụng chưa đầy đủ, trong khi tài chính tiêu dùng thường có thời hạn cho vay ngắn và lãi suất cao hơn của các ngân hàng thương mại nên có một số ít các chủ thể khi vay đã không trả được nợ khiến có những vụ việc một số cá nhân môi giới hành xử vượt mức cho phép tạo ra bức xúc trong xã hội, ảnh hưởng xấu tới hoạt động tài chính tiêu dùng.

##### **b. Về kinh tế**

- Tổng sản phẩm trên địa bàn (GRDP) năm 2020 ước tăng 9,39% so với năm trước, trong đó: Khu vực Nông, Lâm nghiệp và Thủy sản tăng 4,32%; Khu vực Công nghiệp và Xây dựng tăng 15,56%; Khu vực Dịch vụ tăng 8,68%; Thuế nhập khẩu, thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm tăng 5,27%. GRDP bình quân đầu người tăng từ 41,27 triệu đồng năm 2019 lên 46,58 triệu đồng năm 2020.

- Môi trường đầu tư tiếp tục được cải thiện, tình hình thu hút đầu tư trên địa bàn tỉnh trong thời gian qua đã đạt được nhiều kết quả khả quan, đến nay, đã thu hút 76 dự án đầu tư với tổng vốn đăng ký trên 7.323 tỷ đồng. Đặc biệt, việc tổ chức khởi công Dự án Chăn nuôi bò sữa tập trung lớn nhất khu vực Tây Nguyên của Tập đoàn TH với diện tích 441 ha, tổng mức đầu tư 2.544 tỷ đồng tại xã Mô Rai, huyện Sa Thầy sau chưa đầy 08 tháng kể từ ngày phê duyệt chủ trương đầu tư là minh chứng rõ nét trong nỗ lực thu hút đầu tư, cải cách thủ tục hành chính của tỉnh.

- Trên nền tảng nông nghiệp, nông thôn, hoạt động kinh doanh cần tăng trưởng nhưng phải bền vững và dựa vào các thế mạnh sẵn có của mình, Agribank chi nhánh Quyết Thắng thường xuyên đưa ra các hình thức cho vay đa dạng, linh hoạt, chủ động tìm kiếm khách hàng và phân loại khách hàng theo từng nhóm để có chính sách riêng, phù hợp đối với mỗi nhóm. Bên cạnh đó, nhu cầu vốn để sử dụng cho mục đích tiêu dùng trên địa bàn hiện nay



rất lớn, Chi nhánh đã mở rộng cho vay đến nhiều đối tượng khách hàng. Cùng với sự gia tăng về số lượng khách hàng, doanh số cho vay bình quân trên mỗi khách hàng cũng có sự tăng lên qua các năm. Từ đó dẫn đến tốc độ tăng trưởng dư nợ tín dụng tại Chi nhánh tương đối cao, đảm bảo hoạt động kinh doanh có hiệu quả và ổn định.

### **c. Về xã hội**

Công tác đào tạo nghề tiếp tục được duy trì. Công tác giới thiệu, tư vấn giải quyết việc làm có sự chuyển biến tích cực, thông qua nguồn vốn cho vay giải quyết việc làm đã tạo được thêm nhiều việc làm mới. Công tác giảm nghèo tiếp tục được tập trung chỉ đạo, dự kiến đến cuối năm 2020 tỷ lệ hộ nghèo toàn tỉnh bình quân giảm 3,5% so với năm 2019 (riêng các huyện nghèo giảm 6-8%/năm), đặc biệt công tác hỗ trợ cho các đối tượng, người lao động gặp khó khăn do chịu tác động bởi dịch bệnh Covid-19. Thu nhập của dân cư dần được ổn định, làm tăng kỳ vọng vào thu nhập trong tương lai, tác động tích cực đến hoạt động của CVTD.

### **2.3.2. Môi trường bên trong**

#### **a. Trình độ, chất lượng nguồn lực của Chi nhánh Quyết Thắng**

Agribank chi nhánh Quyết Thắng vì nguồn lực còn hạn chế nên chưa có bộ phận nào chủ động tiếp cận với khách hàng, doanh nghiệp để nắm bắt được nhu cầu vay vốn, đa phần các khách hàng tự tìm đến ngân hàng hoặc thông qua mối quan hệ quen biết rồi nhờ giới thiệu tới. Tuy nhiên Chi nhánh có đội ngũ nhân viên tuy ít nhưng được trang bị đầy đủ nghiệp vụ chuyên môn để hỗ trợ tốt nhất cho khách hàng.

#### **b. Quy trình và thủ tục cho vay**

Quy trình và thủ tục còn khá cứng nhắc không có sự linh hoạt, trong khi không có nhiều nhân viên có thể hỗ trợ hết lượng khách hàng lớn. Cần rút ngắn quy trình và thủ tục cho vay sẽ góp phần thu hút khách hàng nên việc xây dựng một hệ thống các thủ tục và quy trình cho vay hợp lý, khoa học là rất quan trọng.

#### **c. Chính sách cho vay**

Năm 2020 và những tháng đầu năm 2021, dịch bệnh Covid-19 tiếp tục diễn biến rất phức tạp, kinh tế Việt Nam nói chung và thành phố Kon Tum nói riêng tăng trưởng chậm, khu vực Tây Nguyên, nhất là khu vực nông nghiệp, nông thôn - lĩnh vực đầu tư chính của Agribank bị ảnh hưởng nhiều. Để thực hiện mục tiêu kép của Chính phủ vừa phòng chống dịch bệnh vừa thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, Agribank chi nhánh Quyết Thắng đã có nhiều giải pháp trong hoạt động tín dụng để hỗ trợ khách hàng như: miễn, giảm lãi, phí, cơ cấu lại thời hạn trả nợ; Agribank chi nhánh Quyết Thắng đã 07 lần giảm lãi suất cho vay, 09 lần giảm phí dịch vụ...; ban hành gói tín dụng ưu đãi hỗ trợ khách hàng vay vốn bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19...

Ngoài ra Agribank Chi nhánh Quyết Thắng đã triển khai nhiều chương trình cho vay ưu đãi nhằm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, hộ cá nhân phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, cây dược liệu, cây ăn trái theo chủ trương của tỉnh. Từ nguồn vốn ưu đãi, các doanh nghiệp, hộ cá nhân đã có điều kiện để đầu tư phát triển sản xuất, nâng cao giá trị sản phẩm. Đặc biệt, đối với xã Ngọc Linh, xã đặc biệt khó khăn của huyện Đăk Glei

thì việc Agribank Quyết Thắng cho vay vốn đã tạo điều kiện cho nhiều hộ phát triển được diện tích sâ Ngọc Linh.

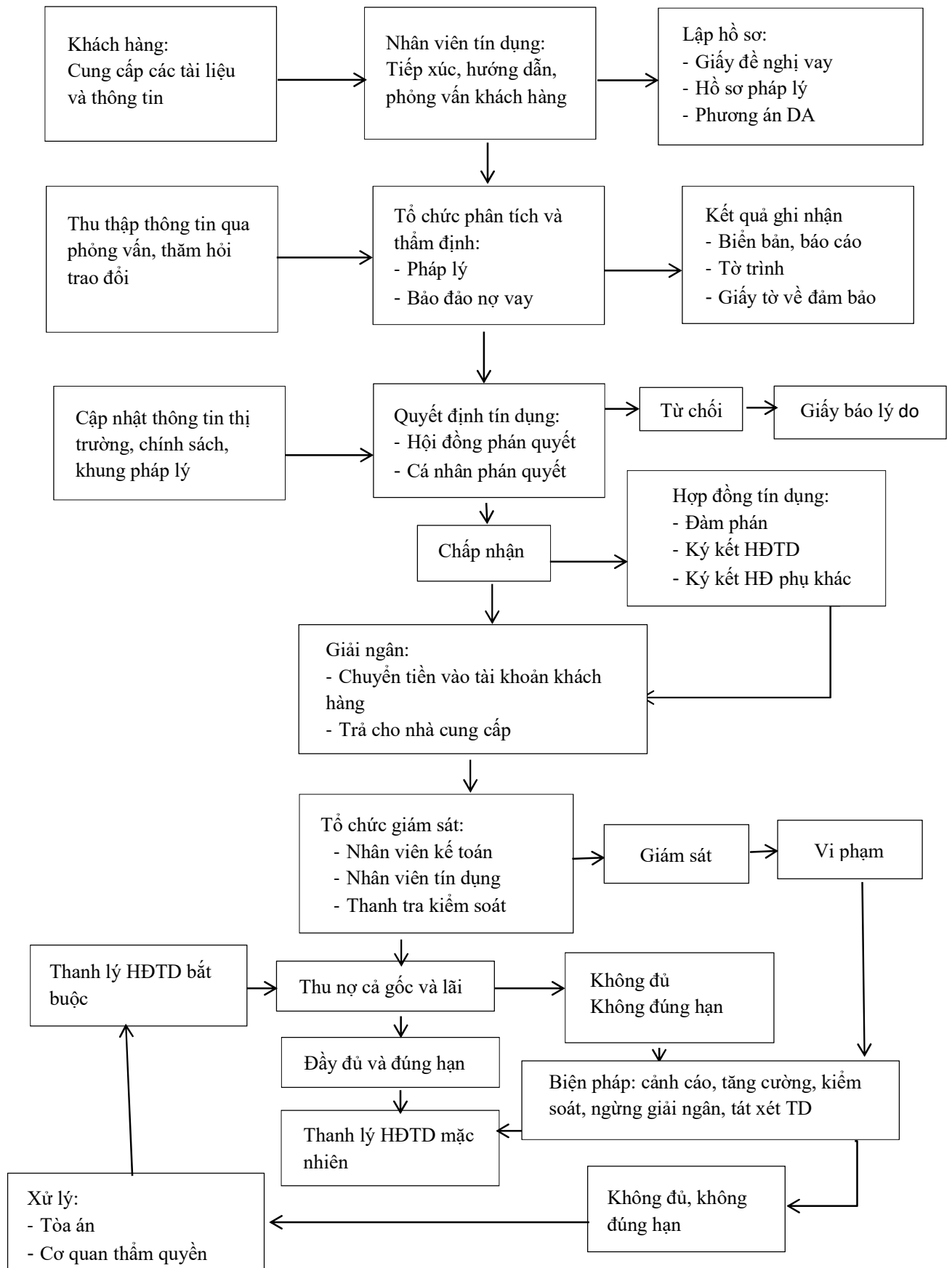
**d. Về ứng dụng công nghệ**

Ứng dụng công nghệ hiện đại trong các sản phẩm dịch vụ, đặc biệt dịch vụ ngân hàng điện tử để mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng và giảm chi phí cho chi nhánh. Mấu chốt thành công trong phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ là nền tảng khách hàng lớn, sự phong phú về sản phẩm dịch vụ và phát triển trên một không gian rộng lớn.

**2.4. QUY TRÌNH, NGHIỆP VỤ CHO VAY TIÊU DÙNG**

Công tác tổ chức thực hiện quá trình cho vay tiêu dùng của ngân hàng theo mô hình cấp tín dụng mới, các khâu trong chu trình xử lý tín dụng đề xuất, phê duyệt, giải ngân và theo dõi khoản vay đc tách bạch và phân cấp rõ ràng, tăng tính độc lập, minh bạch và an toàn trong hoạt động tín dụng.

Quy trình được thể hiện qua sơ đồ 2.2.



Sơ đồ 2.2: Quy trình tín dụng của cho nhánh Agribank CN Quyết Thắng

## 2.5. PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG NGÂN HÀNG ĐÃ ĐƯỢC THỰC HIỆN NHẪM ĐẠT CÁC MỤC TIÊU CỦA CHO VAY TIÊU DÙNG

### 2.5.1. Phân tích tăng trưởng quy mô cho vay tiêu dùng so với tổng dư nợ

#### a. Tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng

**Bảng 2.4: Tăng trưởng dư nợ vay tiêu dùng giai đoạn 2018-2020**

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	ĐVT	2018	2019	2020
Tổng dư nợ	Triệu đồng	385.000	535.500	560.000
Dư nợ CVTD	Triệu đồng	41.300	39.900	62.720
Tốc độ tăng trưởng dư nợ CVTD	%	-	-3,39	57.19
Dư nợ CVTD/Tổng dư nợ	%	10,73	7,45	11,20

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

Qua bảng số liệu ta thấy, dư nợ cho vay của chi nhánh tăng dần qua các năm. Riêng dư nợ cho vay tiêu dùng năm 2019 đạt 39,9 tỷ đồng, giảm 3,39% so với năm 2018. Nhưng đến năm 2020, dư nợ cho vay tiêu dùng có sự tăng trưởng nhưng nó chiếm tỷ trọng không cao so với tổng dư nợ cho vay. Cụ thể, năm 2018 là 10,73%; năm 2019 chỉ còn 7,45% và năm 2020 là 11,2% trong tổng dư nợ cho vay của chi nhánh.

#### b. Tăng trưởng số lượng khách hàng vay tiêu dùng

Tìm kiếm và khai thác khách hàng là yếu tố quan trọng, bên cạnh việc luôn quan tâm, chăm sóc khách hàng truyền thống thì Chi nhánh cũng không ngừng thay đổi các chính sách khách hàng nhằm thu hút khách hàng đến giao dịch với Chi nhánh.

**Bảng 2.5: Tăng trưởng khách hàng vay tiêu dùng giai đoạn 2018-2020**

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	ĐVT	2018	2019	2020
Dư nợ CVTD	Triệu đồng	41.300	39.900	62.720
Khách hàng	Người	1.285	1.264	1.739
Tốc độ tăng trưởng KH	%	-	-1,63	37,58

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

Số lượng khách hàng vay tiêu dùng của Chi nhánh ngày càng gia tăng qua các năm, điều đó chứng tỏ quy mô cho vay tiêu dùng tại Agribank chi nhánh Quyết Thắng ngày càng được phát triển, cho thấy khả năng thu hút khách hàng của chi nhánh ngày càng cao trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt với các ngân hàng khác.

Số lượng khách hàng năm 2019 là 1.264 khách hàng, giảm 21 khách hàng so với năm 2018 tương ứng với tỷ lệ giảm 1,63%. Năm 2019, Chi nhánh đã thực hiện chính sách nâng cao chất lượng tín dụng: thắt chặt hơn trong khâu thẩm định cho vay để đảm bảo khả năng thu hồi nợ vay. Năm 2020, số lượng khách hàng đạt 1.739 khách hàng, tăng 475 khách hàng so với năm 2019 tương ứng với tỷ lệ tăng 37,58%. Để giải thích cho sự tăng lên này, phải kể đến một nguyên nhân quan trọng là chi nhánh đã cung cấp các gói tín dụng với lãi suất ưu đãi, tập trung vào các lĩnh vực ưu tiên theo định hướng của Chính phủ. Bên cạnh

đó, chính sách lãi suất cho vay tiêu dùng đối với khách hàng cá nhân của Chi nhánh hấp dẫn, thu hút nhiều người, cạnh tranh được với các ngân hàng trên cùng địa bàn.

### c. Tăng trưởng dư nợ CVTD bình quân trên một khách hàng

**Bảng 2.6: Dư nợ CVTD bình quân trên một khách hàng giai đoạn 2018-2020**

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	ĐVT	2018	2019	2020
Dư nợ CVTD	Triệu đồng	41.300	39.900	62.720
Khách hàng	Người	1.285	1.264	1.739
Dư nợ CVTD/khách hàng	Triệu đồng	32.14	31.57	36.07
Tốc độ tăng trưởng dư nợ CVTD/KH	%	-	-1,78	14,26

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

Qua bảng số liệu ta thấy, dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân khách hàng năm 2018 giảm 1,78% so với năm 2018, nhưng đến năm 2020 thì dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân khách hàng là 36,07 triệu đồng, tăng 14,26% so với năm 2019. Do cơ cấu dư nợ các khoản vay tiêu dùng của chi nhánh chủ yếu là vay tín chấp bằng lương, đối với đối tượng là cán bộ của các đơn vị hành chính sự nghiệp chiếm trên 80% để hạn chế rủi ro và đảm bảo khả năng thu hồi nợ trên mức cho vay tiêu dùng tín chấp bằng lương của chi nhánh không cao. Nhưng với mức vay bình quân như vậy cũng gây ra hạn chế đối với những khách hàng mong muốn được vay vốn lớn phục vụ nhu cầu như mua nhà, mua xe... Với mức sống ngày càng được nâng cao thì nhu cầu vay để đáp ứng các hàng hóa xa xỉ ngày càng tăng. Vì vậy, để mở rộng cho vay tiêu dùng trong thời gian đến chi nhánh cần tăng mức dư nợ đối với khách hàng

## 2.5.2. Phân tích về cơ cấu cho vay tiêu dùng

### a. Cơ cấu cho vay tiêu dùng theo thời hạn vay

**Bảng 2.7: Dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn vay**

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020		% So sánh	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	2019/2018	2020/2019
Cho vay ngắn hạn	24.297	58,83	22.500	56,39	41.520	66,20	-7,40	84,53
Cho vay trung, dài hạn	17.003	41,17	17.400	43,61	21.200	38,80	2,33	21,84
Tổng dư nợ CVTD	<b>41.300</b>	<b>100</b>	<b>39.900</b>	<b>100</b>	<b>62.720</b>	<b>100</b>	<b>-3,39</b>	<b>57,19</b>

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

- Cho vay tiêu dùng chủ yếu hiện tại của Chi nhánh là hình thức cho vay trả nợ từ tiền lương hay thu nhập hàng tháng của người lao động. Và tùy vào thu nhập hàng tháng của khách hàng mà khách hàng quyết định vay ngắn hạn hay vay trung và dài hạn để đảm bảo

sau khi trích một phần thu nhập của mình để trả nợ gốc và lãi hàng tháng cho ngân hàng thì số tiền còn lại của khách hàng vẫn đủ để trang trải chi tiêu cho cuộc sống hàng ngày của họ.

- Do thực hiện chỉ đạo của ngân hàng cấp trên là tỷ lệ nợ trung, dài hạn không vượt quá 40% tổng dư nợ nên tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn cũng được cơ cấu lại cho phù hợp. Mặc dù, dư nợ cho vay tiêu dùng trung, dài hạn tăng dần qua các năm nhưng tỷ trọng của nó đã có sự thay đổi đúng hướng theo chỉ đạo của ngân hàng cấp trên. Cụ thể năm 2019, tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng trung, dài hạn là 43,61% nhưng sang năm 2020 chỉ còn 38,8% trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng.

#### **b. Cơ cấu cho vay tiêu dùng theo mục đích sử dụng vốn**

**Bảng 2.8: Dư nợ cho vay tiêu dùng theo mục đích sử dụng giai đoạn 2018-2020**

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2018		Năm 2019		Năm 2020		% So sánh	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	2019/2018	2020/2019
1. Mua nhà ở, đất ở	9.392	22,7	5.348	13,4	9.398,4	15,0	-43,06	75,74
2. Sửa chữa, xây nhà mới	25.494	61,73	26.343	66,02	40.264	64,2	3,33	52,85
3. Cho thuê chi	320	0,8	264	0,7	630	1,00	-17,5	138,6
4. Mua phương tiện đi lại	4.620	11	5.915,8	14,8	9.059,6	14,44	28,0	53,14
5. Học tập, du lịch	247,8	0,6	121,5	0,3	217,8	0,35	-50,97	79,26
6. Nhu cầu tiêu dùng khác	1.226,4	2,97	1.908	4,78	3.150,2	5,02	55,58	65,10
<b>Tổng dư nợ CVTD</b>	<b>41.300</b>	<b>100</b>	<b>39.900</b>	<b>100</b>	<b>62.720</b>	<b>100</b>	<b>-3,39</b>	<b>57,19</b>

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

#### **❖ Cho vay mua nhà ở, đất ở, sửa chữa xây mới nhà ở**

Loại hình cho vay này chiếm tỷ trọng nhất qua các năm vì thành phố Kontum, vốn là một thành phố thu hút dân cư của khu vực tây nguyên. Hơn nữa tâm lý “An cư mới lạc nghiệp” đã ăn sâu vào tâm lý của người Việt Nam từ đó nên nhu cầu vay loại này chiếm tỷ trọng cao trong tổng dư nợ CVTD là điều dễ dàng hiểu được. Năm 2019 tỷ lệ mua đất giảm so với năm 2018 là 43,06%, đến năm 2020 lại tăng lại với tỷ lệ 75,74% so với năm 2019, có thể hiểu vì sao năm 2019 nhu cầu mua đất ở giảm vì tỷ lệ mua nhà ở lại tăng 3,33% so với năm 2018. Bên cạnh đó, năm 2020 là năm biến động rất mạnh về giá vàng, giá đô la mỹ, chứng khoán,... nên nhiều khách hàng đã chuyển qua đầu tư bất động sản bằng hình thức mua đất, mua nhà như một hình thức cất giữ tiền an toàn cho người dân gia tăng.

### ❖ Cho vay thấu chi

Tuy loại hình cho vay này chiếm tỷ trọng nhỏ cụ thể năm 2019 số tiền là 264 triệu đồng chiếm 0,7% và giảm 17,5% so với năm 2018, năm 2020 số tiền là 630 triệu đồng chiếm 1% và tăng 138,6% so với năm 2019 điều này cho thấy nhu cầu về mua sắm tăng mạnh. Vay thấu chi phù hợp với trường hợp cần tiền gấp để chi tiêu trong thời gian ngắn khi lương chưa có mà khách hàng cần việc gấp thì có thể phù hợp sử dụng, tuy nhiên với những khách hàng có thói quen vung tay quá trán và không biết kiểm soát chi tiêu thì khách hàng dễ rơi vào tình trạng nợ lương và chi tiêu mất kiểm soát.

### ❖ Cho vay mua phương tiện đi lại

Tỷ lệ của loại hình cho vay này năm 2019 tăng 28% so với năm 2018, tăng đều tiếp năm 2020 với tỷ lệ 53,14% so với năm 2019. Nguyên nhân là do năm 2019 biến động kinh tế, giá vàng tăng, giá các loại xe ô tô tăng cao, xu hướng mua ô tô chưa cao nên chỉ tăng trưởng ở mức thấp, đến năm 2020 xu hướng này tăng cao nên mức tăng trưởng tăng lên. Điều này là điều đáng mừng, vì nó chứng tỏ được mức sống của người dân đang được nâng cao, nền kinh tế bắt đầu đi vào phát triển ổn định trở lại, nên nhu cầu mua xe phục vụ đời sống và công việc cũng tăng lên. Tuy nhiên, đây không phải là một thế mạnh của ngân hàng Agribank so với các ngân hàng thương mại khác, đặc biệt là Eximbank nơi có truyền thống về loại hình cho vay này.

### ❖ Cho vay học tập, du lịch

Ngày nay nhu cầu học tập càng ngày trở thành một nhu cầu bức thiết. Trước nhu cầu về giáo dục ngày càng tăng về cả số lượng và chất lượng, nền giáo dục Việt Nam chưa thể đáp ứng được. Do đó, số lượng cá nhân có nhu cầu được đi du học ở nước ngoài ngày một tăng. Thế nhưng, chi phí học tập ở nước ngoài, đặc biệt là những nước phát triển có nền giáo dục danh tiếng chính là một trở ngại rất lớn cho những du học sinh Việt Nam. Thấy được nhu cầu, rất nhiều ngân hàng Việt Nam đã đưa ra sản phẩm mới là cho vay du học và trong đó có rất nhiều ngân hàng thương mại khác.

Ngoài ra, nhu cầu về du lịch ở những nơi có chi phí cao cũng là một trong những nhu cầu được khách hàng ưa chuộng trong giai đoạn gần đây. Đây là một trong những sản phẩm cho vay mà ngân hàng đánh vào tâm lý của khách hàng.

### ❖ Cho vay nhu cầu tiêu dùng khác

Trước đây người tiêu dùng, đặc biệt là các tiểu thương ở chợ rất ngại tiếp xúc nguồn vốn ngân hàng vì nghĩ nó phức tạp, còn phía ngân hàng thì ngại cho vay tiêu dùng vì sợ rủi ro cao. Nhưng đến thời điểm này thì tình hình đã thay đổi, khách hàng thuộc các tầng lớp đều thích đến ngân hàng vay vốn để phục vụ nhu cầu sinh hoạt tiêu dùng hàng ngày như: mua sắm hàng hóa, dịch vụ, du lịch... Do đó, cho vay tiêu dùng khác cũng chiếm một tỷ trọng nhỏ nhưng tăng đều qua các năm. Điều này được lý giải như sau: kinh tế thị trường ngày càng phát triển, thu nhập của người dân tăng theo cũng như đời sống của họ luôn được cải thiện và nâng cao, vì thế xu hướng vay để phục vụ sinh hoạt của người dân ngày càng nhiều hơn, nhất là tầng lớp thanh niên. Ưu điểm của nhóm cho vay này là khách hàng có thu nhập ổn định. Căn cứ vào thu nhập này, ngân hàng sẽ cấp một hạn mức tối đa mà

ngân hàng có thể cho khách hàng vay vừa đảm bảo an toàn cho ngân hàng trong việc thu hồi nợ, vừa đảm bảo cho khách hàng có đủ khả năng để chi trả.

**c. Cơ cấu cho vay tiêu dùng theo hình thức đảm bảo**

**Bảng 2.9: Dư nợ cho vay tiêu dùng theo hình thức đảm bảo**

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2018		Năm 2012		Năm 2012		% So sánh	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	2019/2018	2020/2019
Bảo đảm không bằng TS	27.429	66,40	22.462,2	56,3	45.594	72,69	-18,11	102,98
Bảo đảm bằng TS	13.871	33,6	17.437,8	43,7	17,126	27,31	25,71	-1,79
<b>Tổng dư nợ CVTD</b>	<b>41.300</b>	<b>100</b>	<b>39.900</b>	<b>100</b>	<b>62.720</b>	<b>100</b>	<b>-3,39</b>	<b>57,19</b>

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

Tại chi nhánh, cho vay tiêu dùng theo hình thức bảo đảm không bằng tài sản chủ yếu là cho vay tiêu dùng tín chấp lương của cán bộ công nhân viên. Dư nợ bảo đảm không bằng tài sản chiếm tỷ trọng tương đối do ngân hàng vẫn còn quá xem trọng bảo đảm bằng tài sản so với các điều kiện cho vay khác. Tuy nhiên trong những năm qua, chi nhánh cũng đang từng bước thay đổi tỷ trọng của cho vay tiêu dùng bảo đảm không bằng tài sản năm 2019 là 22,46 tỷ đồng chiếm 56,3% tổng dư nợ cho vay tiêu dùng, giảm 18,11% so với năm 2018. Nhưng đến năm 2020, dư nợ cho vay tiêu dùng bảo đảm không bằng tài sản là 45,59 tỷ đồng chiếm 72,69% tổng dư nợ cho vay tiêu dùng, tăng 102,98% so với năm 2019.

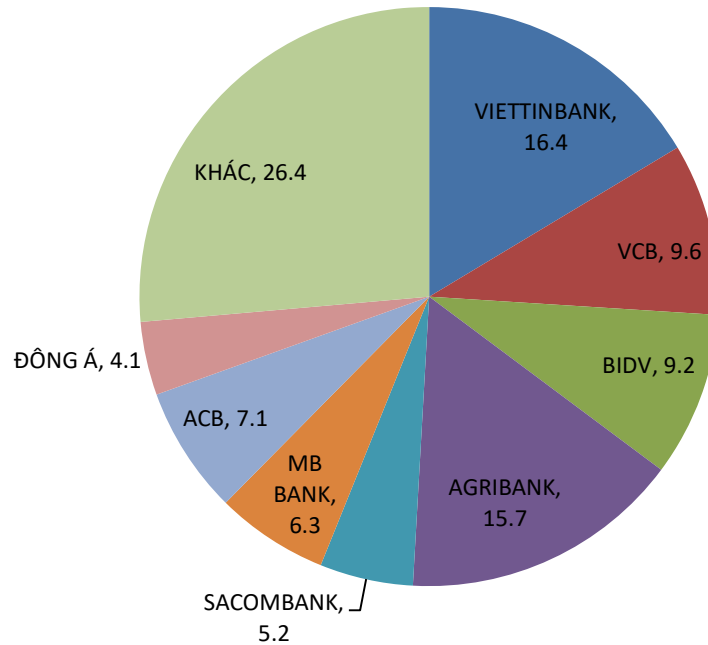
**2.5.3. Phân tích về thị phần cho vay tiêu dùng**

Trên địa bàn thành phố Kontum hiện có 15 ngân hàng mở chi nhánh và phòng giao dịch như: Vietcombank, TMCP Sài Gòn, ACB, Vpbank...

Theo số liệu tham khảo các ngân hàng bạn trên địa bàn thành phố Kontum và ước tính trên cơ sở tham khảo số liệu của ngân hàng Nhà nước, thị phần của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Chi nhánh Quyết Thắng trong cho vay tiêu dùng chiếm 15,7% trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng trên địa bàn thành phố.



**Biểu đồ 2.1: Thị phần Dư nợ CVTD đến cuối năm 2020 của một số Ngân hàng tại địa bàn thành phố Kontum**



(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

#### 2.5.4. Phân tích về chất lượng cung ứng dịch vụ cho vay

Chính sách khách hàng của chi nhánh còn thiếu cởi mở, chưa thu hút được lượng đông đảo khách hàng vay tiêu dùng đến với chi nhánh. Công tác marketing về cho vay tiêu dùng của chi nhánh chưa được quan tâm. Chính sách sản phẩm chưa tạo ra sự nổi bật cho sản phẩm của chi nhánh so với sản phẩm của các ngân hàng khác. Chi nhánh đã chủ động tìm kiếm khách hàng mới, tìm hiểu thực tế để đưa ra sản phẩm dịch vụ chất lượng cao mới, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, song hoạt động quan trọng này chưa thực sự được quan tâm đúng mức. Chính sách marketing của chi nhánh mới chỉ được xây dựng chung chung, chưa hướng tới từng đối tượng khách hàng cụ thể. Việc quảng bá thương hiệu, hình ảnh mặc dù đã có nhưng chưa được đầu tư thích đáng nên hiệu quả đem lại không cao. Chính vì vậy mà những cố gắng trong việc nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng của chi nhánh chưa đạt được những kết quả như mong đợi.

Những điều kiện cho vay còn khắt khe, thủ tục phức tạp, mất thời gian khiến cho nhiều khách hàng vay tiêu dùng, tuy có tình hình tài chính và thu nhập tốt, phương án vay khả thi khó tiếp cận được nguồn tín dụng từ chi nhánh.

Vấn biết lĩnh vực cho vay tiêu dùng hàm chứa rủi ro, nhưng chi nhánh còn quá chặt chẽ trong việc xác định tài sản cầm cố thế chấp và các thủ tục nhằm tránh rủi ro, sự chặt chẽ đó đã khiến cho nhiều khách hàng không thể vay được vốn.

### 2.5.5. Phân tích về kết quả kiểm soát rủi ro tín dụng trong cho vay

**Bảng 2.10: Nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng giai đoạn 2018-2020**

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	ĐVT	2018	2019	2020
Dư nợ CVTD	Triệu đồng	41.300	39.900	62.720
Nợ xấu CVTD	Triệu đồng	1.267	1.525	1.384
Tỷ lệ nợ xấu CVTD	%	3,07	3,82	2,21

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

Tuy nợ xấu cho vay tiêu dùng trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng đều ở ngưỡng an toàn là 5% nhưng chi nhánh đã rất chú ý thực hiện nâng cao chất lượng quản trị rủi ro tín dụng, thực hiện tốt việc thu nhập thông tin khách hàng để hạn chế rủi ro. Cụ thể là năm 2020, tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng chỉ có 2,21%, giảm 42,27% so với năm 2019. Trong khi đó, tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của năm 2019 là 3,82%, tăng 25,59% so với năm 2018. Có được kết quả này là nhờ sự nỗ lực trong khâu thẩm định trước, trong và sau khi cho vay của cán bộ chi nhánh. Bên cạnh đó, kết hợp với các biện pháp quản lý tốt khách hàng, tăng cường thu hồi nợ.

### 2.5.6. Phân tích về kết quả tài chính cho vay tiêu dùng

Mục tiêu cuối cùng của các Ngân hàng thương mại lợi nhuận mang lại trong hoạt động kinh doanh, cho vay tiêu dùng được mở rộng chỉ thực sự có ý nghĩa khi nó góp phần nâng cao khả năng sinh lời của ngân hàng.

**Bảng 2.11: Kết quả thu nhập cho vay tiêu dùng giai đoạn 2018-2020**

(ĐVT: triệu đồng)

Chỉ tiêu	ĐVT	2018	2019	2020
Mức tăng thu nhập cho vay tiêu dùng	Tỷ đồng	1.5	1.2	2.2
Tốc độ tăng thu nhập cho vay tiêu dùng	%	100	-20.00	83.33

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh CN NHNN&PTNT CN Quyết Thắng)

- Qua từng năm tốc độ tăng thu nhập cho vay tiêu dùng thay đổi cũng có thể hiểu được do năm 2019 mức thu nhập ổn định có thể chi trả cho mọi nhu cầu nên không cần đến nhu cầu về vay tiêu dùng nên năm 2019 chỉ số bị âm, tuy nhiên đến năm 2020 do tình hình của dịch Covid – 19 thu nhập bấp bênh cùng với nhu cầu về tiêu dùng nên hoạt động đã tăng trưởng trở lại mức 83,33%.

## 2.6. ĐÁNH GIÁ HOẠT ĐỘNG

### 2.6.1. Những kết quả đạt được

- Thứ nhất, quy mô không ngừng tăng trưởng qua các năm. Dư nợ cho vay tiêu dùng và mức dư nợ cho vay tiêu dùng bình quân khách hàng của chi nhánh có sự tăng trưởng. Nhờ chính sách lãi suất cho vay tiêu dùng đối với khách hàng cá nhân của chi nhánh hấp dẫn nên thu hút được nhiều khách hàng.

- Thứ hai, thị phần cho vay tiêu dùng của ngân hàng trên địa bàn có chiều hướng tăng lên. Ngân hàng đã khẳng định được vị thế, thương hiệu, hình ảnh của mình và tăng khả năng cạnh tranh của chi nhánh trên địa bàn.

- Thứ ba, cơ cấu dư nợ cho vay tiêu dùng đi theo đúng định hướng và mục tiêu ngân hàng đặt ra trong từng giai đoạn. Mặc dù, dư nợ cho vay tiêu dùng trung, dài hạn tăng dần qua các năm nhưng tỷ trọng của nó đã có sự thay đổi đúng hướng theo chỉ đạo của ngân hàng cấp trên. Chi nhánh cũng từng bước thay đổi được tỷ trọng của cho vay tiêu dùng bảo đảm không bằng tài sản trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng.

- Thứ tư, chất lượng cho vay tiêu dùng tại chi nhánh không ngừng cải tiến qua các năm. Chi nhánh đã có sự chú trọng đầu tư cơ sở vật chất, quảng bá hình ảnh của ngân hàng và thu nhập các thông tin đánh giá chất lượng, thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng.

- Thứ năm, kiểm soát rủi ro tương đối tốt. Nợ xấu cho vay tiêu dùng trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng đều ở ngưỡng an toàn là 5%. Đa dạng hóa danh mục sản phẩm, phân tán rủi ro và góp phần nâng cao thu nhập cho chi nhánh.

- Thứ sáu, về quản lý rủi ro trong cho vay:

+ Rủi ro tín dụng: nhóm khách hàng vay tiêu dùng chủ yếu của chi nhánh là các cán bộ công nhân viên chức có nguồn thu nhập ổn định hàng tháng, khi vay vốn có sự đảm bảo của thủ trưởng đơn vị, cơ quan nơi người vay công tác và nguồn trả nợ chính là tiền lương hàng tháng được trích một phần. Vì vậy rủi ro tín dụng đối với nhóm khách hàng này được hạn chế. Đối tượng người dân lao động vay tiêu dùng cũng chiếm một tỷ lệ không nhỏ, chủ yếu là vay phục vụ đời sống có tài sản cầm cố thế chấp hoặc có bảo lãnh của bên thứ ba. Họ có nguồn thu nhập ổn định, có khả năng trả nợ cho ngân hàng, hầu hết các món vay đều được trả nợ đúng hạn. Rủi ro chủ yếu trong hoạt động cho vay tiêu dùng chính là rủi ro do về thiếu thông tin trên thị trường bất động sản đối với cá nhân vay vốn mua đất hoặc sửa chữa nhà ở, các khoản vay này thường có rủi ro cao về việc khách hàng không trả nợ đúng hạn. Tuy nhiên, ngân hàng thường áp dụng biện pháp bảo đảm tiền vay là quyền sử dụng đất và thế chấp bằng chính tài sản hình thành từ khoản vay, hoặc cho vay không có tài sản đảm bảo nhưng được thế chấp bằng chính thu nhập hàng tháng của khách hàng xin vay. Chính vì thế khả năng quản lý rủi ro của ngân hàng đối với các khoản cho vay này khá chặt chẽ và hiệu quả.

+ Rủi ro về lãi suất: Ngân hàng cho vay theo lãi suất thả nổi trên thị trường cho nên rủi ro về lãi suất là rất hạn chế

+ Rủi ro tỷ giá: Không có rủi ro tỷ giá trong hoạt động cho vay tiêu dùng vì ngân hàng cho vay bằng VNĐ.

### **2.6.2. Một số hạn chế cần khắc phục**

Bên cạnh những thành tựu đạt được, trong quan hệ tín dụng giữa ngân hàng và khách hàng vẫn còn tồn tại những hạn chế cần được khắc phục để hoạt động cho vay được hoàn thiện và ngày càng phát triển hơn

Một là, mặc dù dư nợ tín dụng ngày càng tăng qua các năm nhưng vẫn còn rất thấp, chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng dư nợ tín dụng của ngân hàng. Như vậy, phần lớn dư nợ cho vay của ngân hàng vẫn tập trung vào các đối tượng là tổ chức, công ty và các doanh nghiệp.

- Hai là, các sản phẩm dịch vụ chưa có sự khác biệt hóa cao theo khách hàng, công tác marketing, thăm dò thị trường, nhận biết nhu cầu, phân khúc khách hàng và thiết kế phát triển sản phẩm chưa đạt hiệu quả cao. Cơ cấu sản phẩm cho vay chưa hợp lý và phát triển không đồng đều, chỉ tập trung ở một số sản phẩm tiêu dùng truyền thống như mua nhà đất và sửa chữa nhà. Mặc dù ngân hàng đã phát triển tốt sản phẩm này và có sức cạnh tranh trên thị trường nhưng việc cho vay đối với sản phẩm này chiếm một tỷ trọng khá lớn trong cơ cấu vay sẽ mang lại nhiều rủi ro tiềm ẩn cho ngân hàng như nhu cầu thị trường có thể sẽ thay đổi. Vì vậy, ngân hàng cần nghiên cứu và khai thác được hết nhu cầu đa dạng của người dân như nhu cầu về du học, xuất khẩu lao động, vv... Dù các khoản cho vay này chưa được ngân hàng chú trọng và phát triển nhưng nhu cầu của khách hàng đối với những khoản vay này ngày một tăng và dự báo sẽ tăng trưởng mạnh trong tương lai. Việc tập trung phát triển các sản phẩm này sẽ giúp ngân hàng giảm thiểu rủi ro mức tối thiểu.

- Ba là, hiện nay các ngân hàng đều đã và đang phát triển hoạt động CVTD của ngân hàng mình, các sản phẩm CVTD thì đều có tính chất tương tự nhau nên tính cạnh tranh là rất cao. Ngân hàng chưa xây dựng được mạng dịch vụ và tiện ích hỗ trợ đi kèm để tạo nên sự khác biệt so với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh như là làm tăng tính năng cho sản phẩm bằng cách xây dựng các trung tâm hậu mãi ở những địa điểm khách hàng dễ dàng tiếp cận các chương trình khuyến mại, tặng quà cho khách hàng vào những ngày đặc biệt của họ vv... Sản phẩm của ngân hàng còn đơn giản chưa có nhiều cải tiến phù hợp sẽ làm cho ngân hàng gặp nhiều khó khăn trong việc phát triển thị trường CVTD, thậm chí có khả năng bị chia sẻ thị phần.

- Bốn là, thời gian thẩm định từ khi khách hàng nộp hồ sơ vay vốn đến khi có quyết định cho khách hàng vay của ngân hàng khá lâu (5 ngày) có thể làm cho khách hàng nản chí và tìm đến ngân hàng khác.

- Năm là, đối tượng cho vay vốn của ngân hàng chủ yếu tập trung vào một số khách hàng có quan hệ giao dịch với ngân hàng và có thu nhập khá cao, nó thể hiện ở cơ cấu cho vay của ngân hàng nghiêng về các khoản cho vay ngắn hạn tăng dần từ năm 2018-2020. Ngân hàng vẫn còn khá chặt chẽ trong việc cho vay, chỉ tập trung cho vay đối với những khách hàng có TSĐB nên có rất nhiều khách hàng có nhu cầu vay vốn mà không được vay. Cụ thể cho vay có TSĐB luôn chiếm cao trên tổng dư nợ CVTD và tăng dần qua các năm. Tuy nhiên, việc định giá đối với TSĐB ở ngân hàng gặp nhiều khó khăn và việc thanh lý tài sản để thu hồi vốn còn khó khăn hơn. Các thủ tục giấy tờ nhiều, rườm rà, và ngân hàng mất rất nhiều thời gian để có thể thực hiện xong một khoản cho vay với tài sản thế chấp là quyền sử dụng đất.

- Sáu là, chất lượng thông tin về khách hàng thấp, khách hàng vay vốn khó chứng minh được thu nhập và khả năng thu nợ của bản thân nên chất lượng thẩm định bị hạn chế. Vì khách hàng là cá nhân và hộ gia đình nhỏ lẻ nên thông tin về khách hàng không được kiểm định, tính chính xác không cao và nó phụ thuộc vào phẩm chất đạo đức của khách hàng và nhiều yếu tố tác động chứ không phụ thuộc vào năng lực kiểm soát thông tin từ ngân hàng.

Bây là, về cơ cấu tổ chức và đội ngũ nhân sự của phòng tín dụng còn thiếu, trình độ một số cán bộ vẫn còn bất cập thiếu tính chuyên nghiệp trong quản trị và hoạt động của một ngân hàng hiện đại. Bộ phận tín dụng của chi nhánh Quyết Thắng hiện nay quá ít để phát triển và mở rộng cho vay một cách hiệu quả.

### **2.6.3. Nguyên nhân của những hạn chế**

#### **a. Nguyên nhân bên ngoài**

Sự cạnh tranh quyết liệt giữa các ngân hàng tại Việt Nam. Các ngân hàng ngày càng tập trung phát triển dịch vụ CVTD này bằng cách mở rộng mạng lưới hoạt động, đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ...nhằm thu hút khách hàng. Nếu như trước đây, các ngân hàng áp chỉ tập trung cho vay khách hàng là các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh thì giờ đây, khi nhận biết được sự khó khăn trang việc cho vay truyền thống thì một thị trường CVTD tiềm năng mở ra các ngân hàng đều chuẩn bị cho mình những mục tiêu phát triển trên thị trường này. Chính vì thế, các ngân hàng ngày càng cạnh tranh quyết liệt để chiếm thị phần và nâng cao uy tín của mình trong việc cung cấp sản phẩm dịch vụ CVTD này.

Khách hàng vay tiêu dùng thường khó xác định thông tin hơn là khách hàng doanh nghiệp nên việc chứng minh nguồn trả nợ khó khăn hơn. Khách hàng vay nhỏ lẻ, phân tán nên dư nợ không ổn định.

Yếu tố tâm lý của khách hàng: Do thói quen của người Việt Nam thường ngại đến ngân hàng vay vì thủ tục rườ rã, tốn nhiều thời gian, liên quan đến pháp luật, gây ảnh hưởng đến tốc chức đứng ra chứng minh nguồn thu nhập của mình,..mà các khoản vay này lại có giá trị thấp nên khách hàng thường có xu hướng vay bạn bè, người thân hơn là tìm đến ngân hàng.

Khi khách hàng chuẩn bị hồ sơ vay vốn, việc đăng ký giao dịch đảm bảo, giấy tờ chứng minh quyền sử dụng đất,còn khó khăn. Thủ tục hành chính Nhà nước còn chưa nhanh gọn, linh hoạt, thông thoáng, gây ảnh hưởng đến quyết định cho vay và giải ngân của ngân hàng.

#### **b. Nguyên nhân bên trong**

- Quy trình nghiệp vụ cho vay còn rất phức tạp. Để được cấp khoản tín dụng cho khách hàng, ngân hàng phải tiến hành qua nhiều bước từ nhận hồ sơ, thẩm định, quyết định cho vay, thực hiện các quy định về bảo đảm tiền vay, giải ngân, thu nợ,...Điều này làm mất rất nhiều thời gian của khách hàng để có thể hoàn thiện hồ sơ vay theo đúng yêu cầu của ngân hàng. Nếu thủ tục vay vốn đơn giản, thuận tiện thì trong một chu kỳ nhất định, ngân hàng sẽ thực hiện được nhiều khoản vay với khách hàng hơn, làm tăng dư nợ tín dụng và lợi nhuận cho ngân hàng.

- Hệ thống công nghệ thông tin của Ngân hàng chưa phát huy hết hiệu quả sử dụng. Mặc dù ngân hàng ngày càng hiện đại hóa công nghệ nhưng việc áp dụng các công nghệ đó vào quy trình càng ngày hiện đại hóa công nghệ nhưng việc áp dụng các công nghệ đó vào quy trình nghiệp vụ của các bộ tín dụng còn rất hạn chế. Các công cụ chưa được ứng dụng đồng bộ và hoàn thiện, việc phân chia chức năng và nhiệm vụ của các bộ phận còn chưa rõ ràng, tách bạch. Hơn nữa, việc quản lý và lưu trữ hồ sơ thông tin khách hàng còn

chưa thuận tiện, gây khó khăn khi tra cứu và xem xét thông tin khách hàng còn chưa thuận tiện, gây khó khăn khi tra cứu và xem xét thông tin khách hàng.

- Chi nhánh chưa quan tâm đúng mức đến từng nhóm khách hàng mục tiêu. Mặc dù ngân hàng đã xác định được nhóm khách hàng cá nhân và hộ gia đình là một thị trường vô cùng tiềm năng nhưng việc triển khai các hoạt động CVTD chưa thực sự được quan tâm đúng mức trên toàn bộ hệ thống. Cho vay tiêu dùng vẫn chưa được chú trọng tuyệt đối do tâm lý "không thích làm nhỏ". Trên thực tế, các khoản CVTD có đặc tính là nhỏ lẻ hơn rất nhiều so với các khoản vay khác mà lại rủi ro và tốn rất nhiều chi phí để quản lý riêng lẻ từng khách hàng nên dẫn đến tâm lý ngại cho vay của ngân hàng. Vì thế, dư nợ tín dụng CVTD vẫn chiếm tỷ lệ rất nhỏ trong tổng dư nợ cho vay của ngân hàng.

- Nguồn nhân lực chưa dồi dào, vẫn còn thiếu những cán bộ có khả năng tư duy và làm việc độc lập trong lĩnh vực mới. Mức độ chuyên nghiệp của các cán bộ còn chưa đồng đều, nhiều cán bộ chưa có đủ chuyên môn dẫn đến sai lệch thông tin của khách hàng, gây thiệt hại cho ngân hàng như là có nhiều khoản vay rơi vào tình trạng mất vốn, tình trạng nợ quá hạn, nợ xấu trên tổng dư nợ tăng lên. Cũng có thể do sai sót của cán bộ tín dụng gây thiệt hại cho khách hàng, làm mất uy tín và thương hiệu của ngân hàng đối với khách hàng. Hơn nữa, lực lượng cán bộ còn ít và hay biến động, một số cán bộ phải thức hiện nhiều công việc một lúc nên hiệu quả của các công việc không cao.

- Ngân hàng chưa có những chính sách quảng cáo, khuyến trương, chưa có hoạt động marketing cụ thể nhằm thu hút khách hàng vay vốn trong khi các ngân hàng khác đang rất chú trọng phát triển công tác này như giảm lãi suất cho vay, thực hiện các chiến dịch khuyến mãi tặng một số tiền nhất định tùy thuộc vào giá trị vào khoản vay hay tặng thẻ mua hàng cho khách hàng vv....

## **KẾT CHƯƠNG 2**

Trong chương 2, luận văn đã trình bày các kết quả nghiên cứu chủ yếu sau:

- Giới thiệu khái quát về Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Chi nhánh Quyết Thắng và kết quả hoạt động của chi nhánh qua 3 năm 2018 - 2020

- Phân tích tình hình cho vay tiêu dùng trong thời gian qua. Qua đó rút ra các nhận định về những mặt thành công, hạn chế và nguyên nhân của những hạn chế trong hoạt động cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh

Những kết quả nghiên cứu được trình bày trong chương 2 là cơ sở quan trọng nhằm đề xuất giải pháp hoàn thiện cho vay tiêu dùng trong chương 3.

## **CHƯƠNG 3.**

### **GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN – CHI NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP. KON TUM**

#### **3.1. CĂN CỨ ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP**

##### **3.1.1. Xuất phát từ kết quả phân tích thực trạng cho vay tiêu dùng**

Trong quy trình CVTD có thể thấy vai trò của CBTD là chủ đạo, quyết định cho vay hay không cho vay, cho vay số tiền bao nhiêu là phụ thuộc vào ý kiến chủ quan của CBTD. Không những thế, CBTD là người trực tiếp kiểm tra tình hình sử dụng vốn vay của khách hàn và thu hồi nợ sau khi cho vay. Điều này đòi hỏi phải nâng cao trình độ, kỹ năng cho từng CBTD.

Việc nắm bắt cũng như tiếp cận về công nghệ thông tin và quy trình nghiệp vụ, quy định đối với các cán bộ tín dụng lớn tuổi cũng như kỹ năng chuyên môn còn chưa tốt.

Chi nhánh chưa xác định được nhóm khách hàng mục tiêu cần phát triển cũng như chưa có những cơ chế cụ thể để tiếp cận được các khách hàng đó.

Dư nợ CVTD mặc dù có tăng lên nhưng vẫn chiếm tỷ trọng thấp trong tổng dư nợ cho vay. Hơn nữa, các loại hình sản phẩm CVTD mà Chi nhánh cung ứng cho khách hàng mới chỉ phát triển mạnh ở các sản phẩm truyền thống như cho vay cán bộ công nhân viên, cho vay nhu cầu nhà ở, những sản phẩm khác vẫn có triển khai nhưng kết quả thu được chưa tốt. Đòi hỏi Chi nhánh phải tăng cường tìm kiếm khách hàng mới, món vay mới, tiếp thị cho khách hàng về các sản phẩm CVTD khác mà ngân hàng đã triển khai.

Việc cho vay không có tài sản đảm bảo gây rủi ro cao cho chi nhánh trong việc thu hồi vốn vay.

Thị phần CVTD của Chi nhánh trên địa bàn chưa tương xứng với quy mô cùng với thế mạnh về sản phẩm cho vay của Chi nhánh.

##### **3.1.2. Định hướng, mục tiêu**

###### **a. Định hướng**

- Xây dựng chiến lược kinh doanh cho vay tiêu dùng.
- Liên kết với các đơn vị chủ quản, đẩy mạnh cho vay tiêu dùng đối tượng là lực lượng vũ trang, giáo viên, cán bộ công chức,..đang nhận lương qua thẻ ATM của Agribank.
- Đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, tăng cường công tác tuyên truyền, quảng cáo, phát tờ rơi hướng dẫn thực hiện nghiệp vụ tín dụng tiêu dùng đến tận tay người tiêu dùng.
- Tiếp tục đổi mới công nghệ, liên kết với các đơn vị cho vay để hoạt động cho vay tiêu dùng thực sự mạnh mẽ.
- Tiếp tục nghiên cứu thị trường để mở rộng mạng lưới hoạt động tại các khu vực trọng điểm để người tiêu dùng có điều kiện tiếp cận, giao dịch với sngaan hàng một cách thuận tiện, thông qua đó tăng số lượng khách hàng và doanh số cho vay cũn nhu wphast triển các sản phẩm dịch vụ khác.

- Tăng cường kiểm tra, giám sát khoản vay và thương xuyên phân tích tình hình tài chính, phân loại khách hàng cũng như nắm bắt kịp thời thông tin về khách hàng để có thể xử lý khi cần thiết, kiểm soát được vốn vay.

- Tiếp tục hoàn thiện cơ chế chính sách, thủ tục hồ sơ, có cơ chế với từng đối tượng khách hàng, áp dụng lãi suất linh hoạt đảm bảo nâng cao năng lực cạnh tranh với các NHTM trên địa bàn.

- Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ và đạo đức nghề nghiệp của đội ngũ làm công tác bán lẻ, cả nghiệp vụ và phong cách phục vụ khách hàng.

#### **b. Mục tiêu**

Đẩy mạnh mục tiêu vay tiêu dùng một cách vững chắc, an toàn, bền vững và quản trị rủi ro tốt. Phần đầu chỉ tiêu tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng năm 2021 do Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn thành phố Kon Tum giao cho đạt từ 18-23%.

#### **3.1.3. Bối cảnh thị trường cho vay tiêu dùng của Agribank – Chi nhánh Quyết Thắng**

Những năm gần đây, việc mua hàng trả góp càng trở nên phổ biến và là phương án thanh toán linh hoạt được nhiều người tiêu dùng lựa chọn. Đó là lý do hầu hết các ngân hàng như Vietcombank, BIDV, Sacombank, TPbank, HDBank,... đều thực hiện cho vay tiêu dùng. Hiện nay, toàn tỉnh có nhiều TCTD bao gồm: Agribank, BIDV, Vietinbank, SCB, Đông Á, NH Bưu Điện Liên Việt, NH CSXH, HDBank,... không ngừng mở rộng trong tương lai với một thị trường đầy tiềm năng.

Xu hướng cho vay tiêu dùng tại Việt Nam tăng mạnh trong vài năm trở lại đây, đặc biệt là trong bộ phận khách hàng trẻ. Điều này cho thấy dư địa phát triển của lĩnh vực CVTD hiện còn rất nhiều tiềm năng, địa bàn thành phố Kon Tum cũng không ngoại lệ.

Trong những năm tới đây, chương trình tín dụng tiêu dùng sẽ tiếp tục đóng một vai trò chủ đạo trong dịch vụ ngân hàng cũng như trong quản lý ngân hàng. Xu hướng này diễn ra bởi vì tín dụng tiêu dùng không chỉ là một trong những khoản mục mang lại lợi nhuận cao nhất cho ngân hàng mà còn bởi vì người tiêu dùng với trình độ ngày càng cao sẽ vay nhiều hơn để nâng cao mức sống của bản thân và đáp ứng các kế hoạch chi tiêu trên cơ sở triển vọng về thu nhập trong tương lai.

Đẩy mạnh tín dụng tiêu dùng đang là xu hướng tất yếu là điều kiện khách quan trong sự phát triển kinh tế của đất nước. Đồng thời nó cũng là chiến lược là mục tiêu và là thị trường đầy tiềm năng của Chi nhánh Quyết Thắng.

Cho vay tiêu dùng trong tương lai sẽ hướng theo mục tiêu về sự thuận tiện, Chi nhánh sẽ tạo điều kiện cho các cá nhân, hộ gia đình nhận được khoản vay sớm hơn trong khi vẫn duy trì được sự kiểm soát đối với khoản vay tiêu dùng để tránh những giảm sút đáng kể về chất lượng tín dụng. Đây sẽ là một vấn đề nghiêm túc bởi vì những người cho vay năng động với khối lượng lớn chắc chắn sẽ tối đa hóa việc sử dụng khái niệm “khoản tín dụng nhanh chóng tới giới hạn tối đa”.



## **3.2. GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG NÔNG NGHIỆP VÀ PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN – CHI NHÁNH QUYẾT THẮNG, TP. KON TUM**

### **3.2.1. Khai thác thị trường và hoàn thiện chính sách chăm sóc khách hàng**

Nghiên cứu mở rộng mạng lưới phòng giao dịch trên địa bàn theo một lộ trình cụ thể. Bên cạnh đó, tiến hành phân khúc thị trường để xác định một cách hợp lý cơ cấu thị trường và khách hàng. Từ đó, tiến hành giới thiệu sản phẩm, quảng bá dịch vụ phù hợp với từng đối tượng khách hàng đồng thời có chính sách tiếp cận, phục vụ mọi đối tượng khách hàng hiệu quả, là một việc hết sức cần thiết. Do các đối tượng khách hàng bán lẻ đa dạng về địa vị xã hội, trình độ dân trí và hoàn cảnh kinh tế, việc phân chia nhóm đối tượng khách hàng sẽ giúp ngân hàng có chính sách phù hợp cũng như có chế độ ưu đãi về lãi suất và dịch vụ phí phù hợp. Một chính sách lãi suất hợp lý cộng với quy trình cho vay đơn giản, thuận tiện sẽ mở rộng quy mô cho vay đối với các đối tượng. Tất nhiên, trên tinh thần là phục vụ tốt nhất mọi đối tượng khách hàng đến với mình, nhưng rõ ràng mỗi nhóm khách hàng sẽ đem lại nguồn lợi cho ngân hàng với mức độ khác nhau do nhu cầu sản phẩm và nhu cầu được phục vụ ở mỗi nhóm khách hàng là khác nhau.

Chính vì vậy mà chăm sóc khách hàng luôn đóng vai trò quan trọng trong chiến lược của ngân hàng, chính sách chăm sóc khách hàng hợp lý sẽ góp phần nâng cao uy tín, thương hiệu của ngân hàng và được quảng bá rộng rãi thông qua chính các khách hàng của ngân hàng. Phát triển chính sách chăm sóc khách hàng cũng được xem như những chiến lược quan trọng để đem đến sự thành công trong mục tiêu tạo sự khác biệt về sản phẩm của một ngân hàng.

Từ những đặc điểm về hành vi khách hàng đã được phân tích ở trên, các đối tượng khách hàng luôn mong muốn nhu cầu của mình được đáp ứng một cách đầy đủ và nhanh chóng. Vì vậy, làm tốt công tác khách hàng sẽ duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng đồng thời tạo cơ hội để tiếp cận khách hàng mới thông qua sự quen biết, giới thiệu.

Một số đề xuất của bản thân để xây dựng chính sách chăm sóc khách hàng tại Chi nhánh:

- Hoàn thiện chính sách chăm sóc cụ thể phục vụ cho khách hàng truyền thống và tiềm năng như sau:

Đối với nhóm khách hàng truyền thống: Không ngừng gia tăng sự quan tâm tạo mối quan hệ lâu bền với khách hàng, cần xác định rõ ràng họ đang cần ta nhưng họ cũng chính là người nuôi sống ta. Cần tránh tư tưởng chủ quan cho rằng đã là khách hàng truyền thống thì đối xử với nhau như thế nào cũng được. Bất kỳ một sự sơ sẩy nào cho dù là vô tình hay cố ý làm cho khách hàng truyền thống không hài lòng thì họ sẽ chấm dứt ngay quan hệ với ngân hàng để sang các ngân hàng khác bởi các ngân hàng khác luôn sẵn sàng để đón tiếp khách hàng này. Để phục vụ tốt hơn nhóm khách hàng này, chi nhánh cần:

+ Liên tục duy trì và đổi mới thủ tục, quy định theo định hướng nhanh chóng, an toàn, thuận tiện và hiệu quả cho khách hàng.

Tư vấn cho khách hàng sử dụng các gói sản phẩm phù hợp tiết kiệm chi phí

- + Theo dõi phân loại khách hàng để áp dụng các ưu đãi.
- + Có những chính sách làm cho khách hàng cảm nhận được sự quan tâm của ngân hàng như: gọi điện, nhắn tin, gửi thiệp, hoa, tặng quà... vào ngày sinh nhật hoặc những dịp đặc biệt trong năm.

- + Tư vấn cho khách hàng các giải pháp khi có vấn đề trở ngại.

- + Cung cấp các tiện ích ngân hàng với mức phí ưu đãi.

- Xử lý kịp thời các khiếu nại...

- Đối với nhóm khách hàng mới tiềm năng: Khi ngân hàng chủ động tìm đến khách hàng để mời chào họ vay vốn thì tất nhiên ngân hàng đã chủ động lựa chọn, tìm hiểu các thông tin cần thiết về khách hàng cũng như những thông tin cần thiết về mục đích vay vốn của khách hàng. Điều này tránh được tình trạng khi khách hàng tìm đến ngân hàng thì thông tin họ cung cấp khi sai lệch, méo mó, không chính xác, gây cho ngân hàng nhiều khó khăn, mất nhiều thời gian, công sức để thẩm định các vấn đề liên quan đến khách hàng. Việc ngân hàng chủ động tìm đến khách hàng đang lúc khách hàng phân vân nhiều vấn đề như lựa chọn ngân hàng hay việc sử dụng vốn đúng mục đích thì ngân hàng sẽ tư vấn cho khách hàng giúp họ đưa ra quyết định hiệu quả và tối ưu. Muốn làm được điều đó, Chi nhánh phải thường xuyên đẩy mạnh công tác tiếp thị, quảng bá hình ảnh mình đến từng khách hàng, làm cho bất kỳ khách hàng nào cũng biết đến.

- Sẵn sàng trả lời bất cứ thắc mắc mà khách hàng hỏi qua giao dịch trực tiếp, qua điện thoại, qua website..

- Tận tình hướng dẫn các thủ tục cần thiết.

- Tư vấn cho khách hàng hiểu được các quy định, các sản phẩm, các hình thức vay... để giúp khách hàng lựa chọn hình thức phù hợp.

- Có thái độ niềm nở khi quan hệ giao dịch.

- Quán triệt tinh thần chăm sóc khách hàng là việc làm của toàn thể nhân viên Chi nhánh. Cần mở các lớp tập huấn chuyên môn về chăm sóc khách hàng. Khuyến khích thái độ sẵn sàng phục vụ khách hàng của nhân viên, động viên sự linh hoạt, thân thiện trong ứng xử đối với khách hàng. Đặt sự hài lòng của khách hàng thành mục tiêu của mọi nhân viên.

- Tạo sự phối hợp nhuần nhuyễn giữa các bộ phận chuyên môn nghiệp vụ sẵn sàng đáp ứng các nhu cầu của khách hàng, tránh để khách hàng phải đi lại qua quá nhiều phòng ban.

- Tổ chức khảo sát nhu cầu của từng đối tượng khách hàng.

Thành lập các tổ tư vấn, giúp khách hàng tháo gỡ các khó khăn, đặc biệt là khách hàng có quan hệ tín dụng. Việc xây dựng và tập trung thực hiện tốt các biện pháp chăm sóc khách hàng sẽ tạo dựng và nâng cao được hình ảnh, uy tín của Chi nhánh đối với khách hàng.

### **3.2.2. Hoàn thiện và nâng cao chất lượng sản phẩm cho vay tiêu dùng**

- ❖ Nâng cao chất lượng sản phẩm hiện tại

- Đối với cho vay hỗ trợ nhà ở: Hiện nay, nhu cầu về nhà ở nhất là nhà ở đô thị là rất lớn nhưng giá nhà lại quá đắt đỏ khiến mơ ước sở hữu một ngôi nhà ở trở nên xa vời đối với nhiều người dân nếu không có sự hỗ trợ tài chính từ ngân hàng. Chi nhánh sẽ kết hợp với các đơn vị xây dựng nhà ở để cho vay đối với khách hàng mua nhà, đảm bảo bằng chính căn nhà định mua. Việc kết hợp là sự kết hợp có lựa chọn, không phải áp dụng đại trà. Các công ty xây dựng nhà ở phải là các công ty có uy tín, chủ đầu tư có đủ tiềm lực để thực hiện dự án xây dựng nhà ở thành công. Việc xây dựng được sự cho phép của UBND thành phố Kon Tum về dùng đất để xây dựng nhà ở, xây dựng đúng quy hoạch... Các công ty xây dựng nhà ở có kế hoạch tiếp thị riêng của họ để bán nhà, do đó số lượng khách hàng rất lớn và có nhu cầu vay nhiều.

Đối với cho vay du học: Để mở rộng cho vay du học Agribank Quyết Thắng tiếp cận trên hai góc độ:

Thứ nhất, là tiếp thị các trường phổ thông trung học trên địa bàn. Chi nhánh làm việc với Ban lãnh đạo Nhà trường tổ chức buổi giới thiệu mang tính hội thảo, trả lời các thắc mắc của các phụ huynh.

Thứ hai, là tiếp thị các Công ty tư vấn du học. hình thức này nhằm đến các đối tượng trực tiếp có nhu cầu đi du học thông qua tổ chức hội thảo với các công ty du học.

Đối với cho vay mua phương tiện đi lại: Hiện nay nhu cầu để phục vụ con người ngày càng cao. Vì vậy để hoạt động cho vay mua phương tiện đi lại đạt hiệu quả thì Chi nhánh cần có sự kết hợp các đại lý của các hãng xe có uy tín trên địa bàn để giới thiệu cho các đại lý về sản phẩm cho vay mua xe trả góp của chi nhánh.

Đối với cho vay tiêu dùng nói chung: Chi nhánh cần tập trung mở rộng cho vay giáo viên các trường tiểu học, phổ thông cơ sở, phổ thông trung học và CBCNV đang công tác trong các tổ chức, các doanh nghiệp. Trao đổi với lãnh đạo các đơn vị để có được sự hợp tác với Ngân hàng trong công tác thu hồi nợ và giới thiệu cá nhân có uy tín tốt.

Đối với khối giáo viên: tiếp cận công đoàn cơ sở để có danh sách các trường, danh sách Hiệu trưởng và chủ tịch công đoàn, xin hẹn gặp làm việc trực tiếp hoặc thông qua thư ngỏ đến tất cả các giáo viên để giới thiệu chương trình cho vay trả góp.

Đối với khối doanh nghiệp: triển khai cho vay CBCNV các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh ổn định, nhu cầu về lao động ổn định không mang tính thời vụ. Trước hết ưu tiên các doanh nghiệp đang có quan hệ tín dụng hoặc có tài khoản tại Agribank Chi nhánh Quyết Thắng.

Đa dạng hóa kết hợp bán chéo sản phẩm

Ngân hàng có thể bán chéo sản phẩm bằng cách đóng gói sản phẩm, hoặc cũng có thể bán chéo sản phẩm thông qua việc liên kết với các đối tác trong kinh doanh. Ngoài mối liên kết giữa ngân hàng và bảo hiểm, thị trường liên kết bán chéo sản phẩm ngân hàng còn rất rộng mở. Chi nhánh cần quan tâm đến các mối quan hệ hợp tác sau:

Bán chéo sản phẩm có thể thực hiện bởi sự liên kết giữa ngân hàng với các công ty địa ốc thông qua sự kết hợp giữa nhóm sản phẩm cho vay bất động sản của ngân hàng với nhóm sản phẩm nhà ở, đất nền, căn hộ trong các dự án.

Bán chéo sản phẩm giữa ngân hàng với các nhà cung cấp sản phẩm tiêu dùng: xe máy, xe hơi, tủ lạnh, máy giặt... thông qua hoạt động bán hàng trả góp.

Bán chéo sản phẩm giữa ngân hàng với các công ty cung ứng dịch vụ: dịch vụ du học, dịch vụ viễn thông...

### **3.2.3. Tăng cường công tác quản trị rủi ro trong cho vay tiêu dùng**

❖ Một là, thường xuyên liên hệ với khách hàng

Cán bộ tín dụng nên thường xuyên liên hệ với khách hàng (trung bình 1 lần/tháng) là cách hiệu quả để có thông tin về tình hình tài chính của khách hàng (như việc làm có thay đổi không, chức vụ như thế nào, địa chỉ công tác,.. thông tin về chỗ ở, quan hệ gia đình,..)

❖ Hai là, thực hiện chính sách quản lý khoản vay an toàn, hạn chế rủi ro

Hàng tháng CBTD tiến hành in danh sách nợ đến hạn trong tháng, sau khi có danh sách cán bộ tiến hành liên lạc, gặp khách hàng để thông báo trước cho khách hàng về khoản nợ sắp đến hạn trả của mình

Tăng cường thu thập và trao đổi thông tin hoạt động với các TCTD khác thông qua hệ thống thông tin CIC của NHNN, tạo thành một sự liên kết chung trong toàn bộ hệ thống, góp phần bảo đảm hoạt động an toàn, lành mạnh, hiệu quả, bền vững.

Thành lập Tổ xử lý nợ quá hạn, nợ tồn đọng của Agribank chi nhánh Quyết Thắng. tổ xử lý này bao gồm CBTD phụ trách khoản vay, CBTD khác và có thể là Trưởng phòng tín dụng hoặc Phó giám đốc phụ trách tín dụng.

### **3.2.4. Đẩy mạnh công tác quảng cáo, tiếp thị**

Quảng cáo là công cụ giúp ngân hàng cung cấp thông tin về bản thân, về các dịch vụ, giá cả và các kênh phân phối cho nhiều người, bao gồm: khách hàng hiện có, khách hàng tiềm năng, các trung gian, nhân viên và các phương tiện thông tin đại chúng. Quá trình này thường nhấn mạnh những lợi ích thuộc tính của hàng hóa dịch vụ nhằm tạo ra sự nhận thức, quan tâm và cuối cùng là tiêu dùng của khách hàng. Ngoài ra, thông qua truyền thông còn giới thiệu được hình ảnh của ngân hàng với các đối tượng khác nhau trong xã hội. Do tính chất vô hình của sản phẩm dịch vụ ngân hàng nên yêu cầu của quảng cáo phải có được một thông điệp và cách thức thể hiện dịch vụ để làm sao có thể biến nó thành những khuôn mẫu dễ hình dung hơn.

Trong những năm qua hoạt động quảng cáo, truyền thông của Chi nhánh đã được triển khai thông qua các hình thức như: Quảng cáo bằng tờ rơi, quảng cáo bằng băng rôn, bằng báo chí, truyền thanh... Tuy nhiên, chưa xây dựng phương thức quảng cáo chủ động để tăng tính hiệu quả, quảng cáo thường xuyên và lâu dài.. Để làm tốt công tác này cần thực hiện các giải pháp sau:

- Tiếp tục triển khai các hình thức quảng cáo qua báo chí, truyền thanh, tờ rơi, băng rôn..

- Mở rộng các hình thức quảng cáo mới như: Quảng cáo qua mạng internet, qua facebook, qua google,..

- Chương trình quảng cáo phải được xây dựng chu đáo có kế hoạch và mục tiêu tác động đến từng đối tượng khách hàng cụ thể. Và phải có kế hoạch, chiến lược cụ thể cho từng giai đoạn phù hợp với định hướng, mục tiêu của chi nhánh.

Nội dung quảng cáo cần cô đọng, dễ hiểu, dễ tiếp cận, nêu được những tiện ích của sản phẩm mà ta cần giới thiệu cũng như những thuận lợi khi khách hàng sử dụng.

Tổ chức công tác đánh giá hiệu quả của những hình thức quảng cáo đã triển khai để có những điều chỉnh thích hợp nhằm tăng hiệu quả cho những chương trình tiếp theo.

Ngoài ra, Chi nhánh liên kết với các khách hàng là các doanh nghiệp để quảng cáo trực tiếp tại doanh nghiệp thông qua các buổi hội nghị như: gửi tờ rơi, giới thiệu về chi nhánh, về các sản phẩm đến toàn thể cán bộ công nhân viên doanh nghiệp.

### **3.2.5. Hoàn thiện quy trình, thủ tục cho vay tiêu dùng phù hợp với thực tiễn bảo đảm nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng**

Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại diễn ra ngày càng gay gắt, khách hàng có nhiều sự lựa chọn ngân hàng để vay. Điều này rất bất lợi cho các ngân hàng nhà nước về quy trình, quy chế cho vay rườm rà, nhiều thủ tục. Trong khi đó, các ngân hàng cổ phần có chính sách vay rất thoáng nên có được tỷ trọng cho vay tiêu dùng khá cao. Do đó để cạnh tranh được với các ngân hàng cổ phần về sản phẩm cho vay tiêu dùng thì Agribank Quyết Thắng phải không ngừng hoàn thiện quy trình, quy chế cho vay của mình theo hướng phù hợp với đối tượng khách hàng.

Hoàn thiện quy trình cho vay tiêu dùng hợp lý sẽ giúp Chi nhánh quản lý chặt chẽ quy trình cấp tín dụng, phát hiện được các công đoạn công việc chưa thực hiện tốt để kịp thời cải tiến nhằm cung ứng dịch vụ tốt hơn cho khách hàng. Xây dựng quy trình tín dụng hợp lý sẽ giúp rút ngắn được thời gian xét duyệt khoản vay thông qua xây dựng và kiểm tra các bước công việc là một trong những mong đợi của khách hàng. Quy trình tín dụng được hoàn thiện còn giúp ngăn ngừa những tiêu cực trong việc cấp tín dụng do được kiểm soát chặt và minh bạch hóa.

Quy trình cho vay tiêu dùng hiện nay của Chi nhánh đang áp dụng là quy trình giao dịch một cửa và có những điểm bất hợp lý đó là:

Theo chương trình giao dịch một cửa ngân hàng đã triển khai, cán bộ tín dụng thực hiện toàn bộ các khâu trong cho vay, thu nợ, lưu trữ hồ sơ vay vốn và khách hàng vay vốn chỉ gặp cán bộ tín dụng để giải quyết, cán bộ tín dụng thực hiện làm hồ sơ vay, đăng ký vào chương trình giao dịch, thẩm định, giải ngân, thu nợ. Với nhiệm vụ được giao lớn như vậy, nên xảy ra tiêu cực trong cho vay, thu hồi nợ gây rủi ro trong hoạt động cho vay.

Trong từng khâu của quy trình tín dụng, chưa xây dựng được bước công việc cụ thể. Do vậy, tính chuyên nghiệp trong giải quyết hồ sơ chưa cao, nó phụ thuộc vào năng lực và kinh nghiệm của cán bộ tín dụng. Việc giải quyết một khoản vay với thời gian nhanh hay chậm trong từng bước công việc không kiểm soát được.

- Cán bộ tín dụng không có thời gian đi cơ sở để nắm thông tin về khách hàng vay do mình quản lý, do phải mất thời gian ở tại văn phòng để thu hồi tiền trả nợ vay của khách hàng mình quản lý.

- Đối với những khoản vay lớn, quy trình tín dụng yêu cầu phải qua lãnh đạo phòng tín dụng để tái thẩm định và nếu vượt mức phán quyết của Chi nhánh phải trình ngân hàng cấp trên. Quy trình này tỏ ra chông chéo, trùng lặp nhiệm vụ, kéo dài thời gian xét duyệt món vay.

Nhất thiết phải đẩy mạnh thời gian phục vụ khách hàng, quy định mức khống chế thời gian thực hiện đối với từng loại nghiệp vụ trong từng khâu, cần có sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận, phòng ban có liên quan trong công tác tín dụng, phải có sự hỗ trợ lẫn nhau bên cạnh việc đơn giản hóa thủ tục giấy tờ, tất cả vì mục tiêu phát triển của Agribank Quyết Thắng. Việc đơn giản hóa thủ tục giấy tờ, đẩy nhanh thời gian giải quyết hồ sơ phải đi đôi với việc quản lý giảm thiểu rủi ro nên cần xây dựng cụ thể rõ ràng phương pháp quản trị khoản vay tiêu dùng hiệu quả.

Do vậy, bản thân đề xuất cần phải hoàn thiện quy trình tín dụng theo hướng:

- Tăng cường trách nhiệm và phân định rõ trách nhiệm của từng công việc. Tránh sự trùng lặp nhiệm vụ của các bộ phận.

- Hạn chế bớt thẩm quyền của cán bộ tín dụng trong quy trình và tăng cường khâu giám sát góp phần nâng cao chất lượng tín dụng.

- Rút ngắn thời gian của quy trình xét duyệt bằng việc xác định thời gian cụ thể để thực hiện công việc.

### **3.2.6. Thu thập thông tin khách hàng, nâng cao chất lượng công tác thẩm định trước khi cho vay và tăng cường công tác theo dõi, thu hồi nợ và xử lý nợ quá hạn**

Để đảm bảo cho mỗi món vay được sử dụng một cách có hiệu quả thì ngân hàng phải có được thông tin đầy đủ, chính xác, cập nhật về đối tượng khách hàng cũng như toàn bộ thị trường. Thông thường, các nguồn thông tin về khách hàng mà ngân hàng cần thu thập bao gồm:

- Thông tin từ cuộc phỏng vấn trực tiếp khách hàng: Qua phỏng vấn người vay, các bộ tín dụng sẽ có ý niệm ban đầu về tính thật thà và khả năng trả nợ của người vay. Đồng thời qua phỏng vấn, cán bộ tín dụng cũng có cơ hội để yêu cầu người vay cung cấp thêm các thông tin cần thiết về tình hình tài chính, đơn vị công tác, thời gian làm việc hiện tại, tình trạng gia đình, giấy chứng nhận quyền sở hữu... Cán bộ tín dụng có thể chuẩn bị sẵn nội dung phỏng vấn cũng như cách đặt câu hỏi cho phù hợp để lấy được thông tin bổ ích từ khách hàng. Ngoài ra, nghệ thuật nói chuyện, tạo bầu không khí thoải mái, khuyến khích khách hàng nói chuyện cũng khá quan trọng.

- Thông tin từ hồ sơ lưu: Ở mỗi ngân hàng đều có lưu lại hồ sơ của khách hàng. Nhờ đó ngân hàng có thể biết được các thông tin về tín dụng thông qua việc xem xét tình hình trả nợ trước đây, mức thu nhập và chỉ tiêu bình quân của họ,...

- Thông tin từ bên ngoài: Đây là các thông tin thu thập được từ những cuộc trao đổi cá nhân, lối sống, mức thu nhập, trình độ học vấn, nghề nghiệp, năng lực làm việc, tình trạng nợ xấu, số người ăn theo. Ngoài ra, ngân hàng cũng nên hợp tác với phường, xã trong việc xác minh địa chỉ thường trú, tình trạng kinh tế gia đình, lấy ý kiến của những thành viên trong gia đình có tán thành việc người nhà muốn vay ngân hàng hay không. Sự thống

nhất đồng tình của tất cả các thành viên trong gia đình giúp ngân hàng phải tìm hiểu, thu nhập thông tin của khách hàng về:

Mục đích vay: Mặc dù mục đích cho vay của ngân hàng là tài trợ cho những nhu cầu tiêu dùng chính đáng của khách hàng nhưng đôi khi có những khách hàng qua mặt ngân hàng để đứng tên vay dùng tiền cho người thân, bạn bè, xóm giềng, vay để trả nợ khác, chơi đề, chơi hụi... Vì vậy, phải thận trọng thẩm định trước khi cho vay.

Năng lực tài chính hoàn trả của khách hàng: Đối với khách hàng vay tiêu dùng, cần phải biết được các nguồn thu nhập hay khả năng tạo ra nguồn thu nhập trong tương lai gần nhất của họ để đánh giá năng lực hoàn trả. Tạm thời ta có thể dựa vào các căn cứ sau để đánh giá năng lực của khách hàng: tuổi đời, kinh tế gia đình, sức khỏe, học vấn, kỹ năng, nghề nghiệp chuyên môn... Cán bộ tín dụng đồng thời tiến hành kiểm tra cơ quan nơi các khách hàng làm việc để đánh giá độ chính xác của mức thu nhập, thời gian làm việc..

Sự ổn định về việc làm và cư trú: Kiểm tra kỹ thời gian làm việc tại nơi làm việc hiện tại cũng như khoản thời gian mà người đó sinh sống tại nơi cư trú hiện tại. Vì nếu khoảng thời gian mà người đó cư trú tại một nơi càng lâu dài thì có thể tin rằng cuộc sống người đó càng ổn định.

Tính liêm khiết và độ tin cậy của khách hàng: Tính liêm khiết và độ tin cậy là thứ khó đong đếm. Trong quan hệ tín dụng, nó không chỉ mang ý nghĩa là sự vẫn sẵn lòng trả nợ mà còn bao hàm cả ý chí kiên quyết thực hiện nghiêm chỉnh các cam kết đã nêu trong hợp đồng tín dụng. Nói như thế không có nghĩa là một người có đầy đủ đức tính tốt trên thì người đó sẽ trả nợ.

Hoạt động ngân hàng luôn đối diện về nhiều rủi ro, nhất là trong hoạt động cho vay. Chính vì thế mà vấn đề theo dõi và thu hồi nợ chặt chẽ hạn chế phát sinh nợ quá hạn là rất cần thiết đối với cán bộ tín dụng. Để giúp ngân hàng đưa ra quyết định cho vay nhanh chóng và giảm bớt rủi ro trong hoạt động cho vay tiêu dùng thì:

Cán bộ tín dụng cần phải mở sổ theo dõi hằng ngày cho từng khách hàng với hệ thống thông tin quản lý phản ánh những tiêu thức cơ bản như: dư nợ, nợ đến hạn thanh toán, nợ quá hạn gốc và lãi, gia hạn nợ... Theo đó, cán bộ tín dụng cần nhắc nhở khách hàng về những khoản nợ sắp đến hạn thanh toán một vài ngày thông qua gọi điện, gặp trực tiếp, gửi tin nhắn... Cán bộ tín dụng cần khéo léo, tế nhị không làm ảnh hưởng đến uy tín và lòng tự trọng của khách hàng. Tuy công tác này mất thời gian và tốn kém chi phí nhưng nếu thực hiện tốt không những hạn chế sự quá hạn phát sinh mà còn tiết kiệm được chi phí, xử lý, thu hồi nợ thường lớn hơn nhiều.

Theo dõi tình hình trả nợ vay của khách hàng để thông báo và đôn đốc khách hàng trả nợ đúng hạn. Ngoài ra, cần phải tìm hiểu nguyên nhân gây ra nợ quá hạn để hợp tác cùng khách hàng tìm ra hướng giải quyết.

### **3.2.7. Các giải pháp hỗ trợ**

#### **a. Tăng cường phát triển đội ngũ nhân viên**

Con người từ trước đến nay vẫn là nhân tố quan trọng có tính chất quyết định đến chất lượng hoạt động cho vay của ngân hàng. Với thực tế số lượng CBTD ít so với khối

lượng công việc nhiều như hiện nay, công tác phân công công việc chưa khoa học, chưa có sự chuyên môn hóa cao dẫn đến hiệu quả hoạt động chưa cao. Chính vì vậy, Chi nhánh cần bố trí thêm CBTD phụ trách cho vay tiêu dùng, có thể phân công công việc theo từng nhóm khách hàng để hiệu quả đạt được là cao nhất.

Để nâng cao số lượng và chất lượng CBTD, Chi nhánh cần thực hiện một số biện pháp sau:

- Tổ chức cuộc thi công khai tuyển nhân viên với nhiều vòng thi về kiến thức chuyên môn khả năng giao tiếp ngoại ngữ... để tuyển chọn được những cán bộ có năng lực thực sự, có trách nhiệm và nhiệt tình với công việc.

- Tăng cường công tác đào tạo chuyên môn, đào tạo kỹ năng nghiệp vụ. Bên cạnh đó, khuyến khích cán bộ mở rộng hơn kiến thức về kinh tế thị trường cũng như triển vọng phát triển của hoạt động ngân hàng.

- Nâng cao phẩm chất đạo đức và khả năng giao tiếp của CBTD, nó có ảnh hưởng rất quan trọng trong việc mở rộng và giữ chân những khách hàng truyền thống của ngân hàng. Khuyến khích cán bộ tự học, tự nghiên cứu, nâng cao trình độ, học tập ở trong và ngoài nước.

- Thường xuyên tổ chức các lớp đào tạo lại cán bộ thông qua các Hội nghị chuyên đề, các lớp tập huấn trong nước, các khóa học ngắn hạn cũng như dài hạn ở nước ngoài. Đặc biệt, ngân hàng còn phải thường xuyên tổ chức kiểm tra, sát hạch đánh giá trình độ của cán bộ trẻ để có kế hoạch đào tạo cán bộ kế cận.

- Thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn phổ biến kiến thức mới và kinh nghiệm cho vay đến CBTD, chú trọng kỹ năng đánh giá phân loại khách hàng và kỹ năng thẩm định dự án. Rèn luyện kỹ năng ngoại ngữ để có thể tiếp cận đối với khách hàng quốc tế.

- Tuy nhiên, để phát huy hết năng lực hiện có thì việc chú trọng đào tạo và đào tạo lại cho cán bộ công nhân viên, còn phải quan tâm đặc biệt đến công tác đào tạo cho các cán bộ lãnh đạo các cấp, cụ thể: Ban Giám đốc Chi nhánh, Trưởng, phó phòng nghiệp vụ, lãnh đạo các phòng giao dịch trực thuộc, nắm vững kiến thức về công nghệ thông tin, các sản phẩm dịch vụ ngân hàng tiên tiến, những kiến thức cơ bản trên một số lĩnh vực quan trọng quản trị ngân hàng, quản lý điều hành kinh doanh, phân tích, dự báo thị trường, quản lý hành chính.. nhằm không ngừng nâng cao vai trò trách nhiệm trong quản lý, điều hành của các cấp lãnh đạo, tạo ra tiếng nói, hành động chung trong toàn bộ hệ thống NHNo, phát huy hơn nữa vai trò tham mưu của các cán bộ từ Trưởng, phó phòng đến nhân viên tác nghiệp, nhằm giúp cho lãnh đạo kịp thời đưa ra các chính sách sát hợp với yêu cầu của thị trường, đó cũng là một yếu tố quan trọng góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng.

- Có chế độ thưởng phạt nghiêm minh, gắn lợi ích với hiệu quả hoạt động nhằm nâng cao trách nhiệm của CBTD.

Nâng cao hiệu quả công tác của cán bộ thì chi nhánh cũng cần có những chế độ đãi ngộ nhất định đối với họ như: lương, thưởng, chế độ đào tạo..Điều này sẽ tạo nên động lực làm việc mạnh mẽ hơn.



Nguồn nhân lực trong hoạt động ngân hàng là rất quan trọng, góp phần tạo nên sự khác biệt của sản phẩm dịch vụ ngân hàng. Đặc điểm của sản phẩm dịch vụ ngân hàng là rất dễ sao chép. Vì vậy, muốn nâng cao chất lượng dịch vụ thì cần có nguồn nhân lực tốt để sẵn sàng đáp ứng các dịch vụ một cách hiệu quả. Có được nguồn nhân lực tốt sẽ là yếu tố quyết định sự thành công của một ngân hàng.

#### **b. Đầu tư, xây dựng cơ sở vật chất và công nghệ hiện đại**

Trong một môi trường cạnh tranh như hiện nay, cơ sở vật chất kỹ thuật công là một yếu tố cạnh tranh giữa các ngân hàng. Chi nhánh Quyết Thắng được thừa hưởng những cơ sở vật chất từ phòng giao dịch, nhưng nhìn chung cơ sở vật chất kỹ thuật tại chi nhánh vẫn còn nhiều hạn chế. Điều này ảnh hưởng tới bộ mặt chung của ngân hàng, không tạo cho khách hàng thấy một môi trường làm việc hiện đại và chuyên nghiệp. Việc ổn định và tăng cường cơ sở vật chất cho Chi nhánh là yêu cầu cấp thiết được đặt ra.

Hiện nay, khách hàng thường có tâm lý muốn giao dịch nhanh chóng vì không có thời gian. Do vậy muốn mở rộng hoạt động CVTD, Chi nhánh cần mở thêm phòng giao dịch để hỗ trợ để khách hàng nhanh chóng và chính xác nhất trong việc tiến hành vay vốn. Thêm phòng giao dịch giúp khách hàng tiết kiệm rất nhiều thời gian chờ đợi, đồng thời tại các phòng giao dịch khách hàng cũng có thể gửi tiền và khi có nhu cầu tiêu dùng đột xuất có thể rút ra để chi tiêu.

Với xu thế toàn cầu hóa và quốc tế hóa diễn ra mạnh mẽ như hiện nay, không có thể tồn tại một ngân hàng với công nghệ lạc hậu. Đổi mới công nghệ và hiện đại hóa công nghệ là yêu cầu không chỉ của riêng bất kỳ ngân hàng nào nếu muốn đẩy mạnh hoạt động của mình.

- NHNo&PTNT Việt Nam là một số trong số các NHTM tại Việt Nam đã hoàn thành giai đoạn II của dự án hiện đại hóa ngân hàng và hệ thống thanh toán, kế toán khách hàng do ngân hàng thế giới (WB) tài trợ. Là một chi nhánh của NHNo&PTNT Việt Nam - Chi nhánh Quyết Thắng cũng đã có nhiều thuận lợi trong việc tiếp cận với những công nghệ ngân hàng hiện đại. Tuy nhiên vì là một Chi nhánh mới được thành lập nên cơ sở vật chất và công nghệ hiện nay của Chi nhánh vẫn còn hạn chế. Muốn tồn tại và phát triển Chi nhánh cần có những định hướng, kế hoạch nhằm đổi mới và hiện đại hóa công nghệ ngân hàng. Đổi mới công nghệ và hiện đại hóa công nghệ không chỉ giúp cho các nghiệp vụ ngân hàng được thực hiện một cách nhanh chóng mà còn tăng thêm giá trị các sản phẩm – dịch vụ mà Chi nhánh cung ứng cho khách hàng.

- Hiện đại hóa công nghệ ngân hàng phải được thực hiện đầu tiên ở khâu thanh toán. Cùng với định hướng hoạt động chung của toàn bộ hệ thống ngân hàng là tăng cường các dịch vụ thanh toán không dùng tiền mặt, Chi nhánh cần phải phát triển các loại sản phẩm như: thẻ tín dụng, thanh toán bằng thẻ tại các địa điểm ATM/POS, giao dịch trực tuyến qua internet..Riêng đối với hoạt động CVTD, Chi nhánh có thể áp dụng hình thức cho vay thấu chi, cho vay thông qua thẻ tín dụng...Việc thanh toán có thể được khấu trừ từ tài khoản của người vay.

- Riêng trong lĩnh vực bán lẻ, công nghệ hỗ trợ việc xử lý dữ liệu tập trung, tăng tốc độ phục vụ khách hàng, tạo điều kiện đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng. Theo đó, các phần mềm quản lý hiện đại, các dữ liệu về khách hàng sẽ được cập nhật và lưu trữ tập trung. Đặc điểm này giúp cho việc quản lý, phân loại khách hàng với số lượng lớn chính xác, tiết kiệm thời gian, chi phí, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi để phát triển các giao dịch ngân hàng trực tuyến.

- Với tốc độ xử lý nhanh do công nghệ thông tin ngân hàng hiện đại mang lại sẽ rút ngắn đáng kể thời gian thực hiện giao dịch phục vụ khách hàng, cho phép ngân hàng giải phóng khách hàng nhanh chóng, tăng số lượng khách hàng phục vụ mức tối đa trong khoảng thời gian làm việc cố định. Bên cạnh đó, việc tài khoản khách hàng được nối mạng trên toàn bộ hệ thống tạo ra nhiều tiện ích cho khách hàng như việc khách hàng có thể giao dịch tại bất kỳ địa điểm nào của hệ thống.

- Như vậy, cơ cấu sắp xếp đổi mới, nâng cấp hệ thống công nghệ thông tin cho phù hợp với tình hình mới, lấy công nghệ thông tin làm công cụ đắc lực thúc đẩy các hoạt động kinh doanh dịch vụ bán lẻ. Với khả năng cho phép tự động hóa hoạt động tác nghiệp, xây dựng và phát triển các sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao, đột phá nghiệp vụ dịch vụ bán lẻ, tăng cường kiểm tra giám sát, hiện đại hóa công nghệ thông tin ngân hàng hiện đại vừa có tính cấp thiết, vừa là yếu tố lâu dài đảm bảo sự phát triển bền vững của Agribank Chi nhánh Quyết Thắng.

### **3.3. KIẾN NGHỊ**

#### **3.3.1. Với Chính phủ và các Bộ, ngành liên quan**

Thứ nhất, Ổn định môi trường vĩ mô của nền kinh tế, ổn định giá cả, duy trì tỷ lệ lạm phát ở mức hợp lý, và thực hiện chính sách kích cầu đầu tư và tiêu dùng được coi là những nhiệm vụ hàng đầu và thường xuyên

Thứ hai, Các bộ ngành cần tái tiến thủ tục hành chính và tạo điều kiện cho các tổ chức cho vay trong việc xử lý tài sản bảo đảm tiền vay để thu hồi nợ. Thực hiện các biện pháp cần thiết để đảm bảo việc thực thi trách nhiệm dân sự của khách hàng trong quan hệ cho vay với ngân hàng.

Thứ ba, Ủy ban nhân dân các Tỉnh, Thành phố cần xây dựng khung giá nhà đất sát giá thị trường để đảm bảo quyền lợi cho khách hàng và ngân hàng.

Thứ tư, Cơ quan công chứng, cơ quan đăng ký giao dịch bảo đảm cần tạo điều kiện thuận lợi hơn cho khách hàng trong quá trình công chứng, đăng ký hồ sơ giao dịch bảo đảm.

Thứ năm, Đề nghị các cơ quan, doanh nghiệp có đối tượng vay tiêu dùng tại Chi nhánh tích cực kết hợp với Chi nhánh trong việc xác nhận hồ sơ xin vay vốn và thu hồi nợ.

#### **3.3.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước**

*Thứ nhất*, Hoàn chỉnh hệ thống các văn bản pháp quy về hoạt động ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng sẽ tạo nền tảng cơ sở cần thiết cho hoạt động CVTD phát triển.

*Thứ hai*, NHNN cần phối hợp với các bộ ngành liên quan đến hoạt động cho vay tiêu dùng để từ đó ban hành các Thông tư liên bộ, tạo điều kiện pháp lý thuận lợi cho hoạt động CVTD phát triển.

*Thứ ba*, NHNN cần tiếp tục hoàn thiện trung tâm thông tin tín dụng (CIC) để thường xuyên cập nhật kịp thời thông tin khách hàng.

*Thứ tư*, Ngân hàng Nhà nước cần linh hoạt hơn trong việc điều hành và quản lý những công cụ tỷ giá, tỷ lệ dự trữ bắt buộc.

*Thứ năm*, NHNN cần tăng cường kiểm tra và có chế tài xử phạt nghiêm minh các ngân hàng vi phạm các quy định cho vay của NHNN, góp phần làm cho sự phát triển hoạt động cho vay các nhân của các ngân hàng thương mại trở nên an toàn và bền vững.

### **3.3.3. Đối với Hội sở chính Agribank**

**Một là**, xây dựng chiến lược kinh doanh CVTD trong toàn hệ thống Agribank.

**Hai là**, mở rộng thị trường cho vay: Agribank nghiên cứu mở rộng thị trường cho vay tiêu dùng ở các thị trường khác trong cả nước, đặc biệt là thị trường ở các vùng nông thôn, đây là một thị trường đầy tiềm năng mà Agribank hoàn toàn có lợi thế về mạng lưới được bao phủ đến các huyện, thậm chí đến các xã, phường trên toàn quốc chính là những lợi thế không nhỏ để mở rộng thị trường cho vay tiêu dùng trên phạm vi cả nước.

**Ba là**, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ: Nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, tiếp tục nghiên cứu và cho ra đời nhiều sản phẩm dịch vụ vay tiêu dùng mới như: Sản phẩm cho vay du học, khám chữa bệnh, du lịch, thanh toán thuế thu nhập các nhân, cưới hỏi, xây dựng nhà cửa... Cần nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ của mình, chẳng hạn như: Đăng ký vay online, đặt lịch hẹn online, hỗ trợ trực tuyến, dịch vụ cho vay trực tuyến, giảm hồ sơ thủ tục giấy tờ...

**Bốn là**, tiếp tục đổi mới công nghệ ngân hàng: Để tạo ra nhiều sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại dựa trên nền tảng công nghệ thông tin, tăng cường tính bảo mật và giảm được việc làm thủ công cho đội ngũ cán bộ, Agribank cần tiếp tục hoàn thiện hệ thống công nghệ thông tin của mình, từ đó sẽ mở rộng sản phẩm dịch vụ, gia tăng tiện ích của sản phẩm và đảm bảo tính bảo mật thông tin cho khách hàng và ngân hàng.

**Năm là**, tăng cường hoạt động cổ động, truyền thông: Để sản phẩm vay tiêu dùng được nhiều khách hàng biết đến, Agribank cần đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá sản phẩm dịch vụ ngân hàng nói chung, cho vay tiêu dùng nói riêng đến với khách hàng nhiều hơn. Hình thức quảng cáo cần bắt mắt, ngắn gọn, dễ hiểu, nội dung đi sâu vào tiềm thức của mỗi người dân. Nội dung quảng cáo cần được thực hiện trên nhiều kênh thông tin khác nhau. Đa dạng hóa các kênh quảng cáo.

**Sáu là**, liên kết với các đơn vị để cho vay: Để hoạt động cho vay tiêu dùng thực sự phát triển mạnh, thiết nghĩ hệ thống các Chi nhánh Agribank nên liên kết với các đơn vị cung cấp hàng hóa dịch vụ như các doanh nghiệp kinh doanh bất động sản, trường học, siêu thị, bệnh viện, các công ty tài chính tiêu dùng... để mở rộng hoạt động CVTD.

**Bảy là**, tăng cường kiểm soát, trước, trong và sau khi cho vay: Nhằm hạn chế rủi ro đến mức thấp nhất, trước khi cho vay cán bộ cho vay phải kiểm tra, thẩm định trước thông

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

**Tám là,** đơn giản hóa qui trình, thủ tục vay vốn: Thủ tục vay vốn rườm rà, phức tạp bao nhiêu sẽ làm cho khách hàng ngại tiếp cận nguồn vốn vay bấy nhiêu. Do đó, Agribank nên xem xét giảm bớt một số thủ tục giấy tờ, giảm thời gian xét duyệt cho vay.

**Chín là,** áp dụng linh hoạt hình thức đảm bảo tiền vay: Đảm bảo tiền vay đang là một trong những rào cản đối với phát triển hoạt động CVTD trong thời gian qua. Để có thể mở rộng, Agribank cần áp dụng linh hoạt hình thức đảm bảo tiền vay, chẳng hạn trên cơ sở xếp hạng tín dụng nội bộ có thể cho vay không có đảm bảo một phần hoặc tài sản đảm bảo hình thành trong tương lai và các đối tượng còn lại thì bắt buộc phải có tài sản đảm bảo.

**Mười là,** nâng cao trình độ và đạo đức nghề nghiệp đối với cán bộ: Để có đội ngũ cán bộ giỏi về chuyên môn nghiệp vụ, có kỹ năng giao tiếp tốt, Agribank cần chuẩn hóa qui định trình độ tối thiểu đầu vào; công tác đào tạo lại cần được thực hiện một cách thường xuyên, liên tục, cán bộ yếu về mảng nghiệp vụ nào thì tăng cường đào tạo nghiệp vụ đó. Bên cạnh đó, Agribank cần thường xuyên giáo dục trình độ nghề nghiệp đối với cán bộ, giáo dục bằng nhiều hình thức khác nhau.

### KẾT CHƯƠNG 3

Chương 3 đã nêu lên định hướng hoạt động kinh doanh cũng như mục tiêu cụ thể của Agribank nói chung và Agribank Quyết Thắng nói riêng trong những năm tới. Chương 3 cũng đã nêu định hướng phát triển cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh trong những năm tới. Từ đó nêu được một số giải pháp nhằm phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh. Trong thời gian tới, Agribank chi nhánh Quyết Thắng cần: Có chính sách lãi suất thích hợp đối với từng hình thức vay và từng đối tượng vay, đa dạng hóa các sản phẩm cho vay tiêu dùng và mở rộng hợp tác với các đối tác chiến lược, hoàn thiện và cải tiến quy trình, quy định tín dụng cho vay tiêu dùng, tăng cường công tác kiểm soát nội bộ nhằm hạn chế rủi ro tín dụng tiêu dùng, đẩy mạnh hoạt động Marketing, Tăng cường công tác kiểm soát nội bộ nhằm hạn chế rủi ro tín dụng tiêu dùng.

Đồng thời chương 3 cũng nêu lên một số kiến nghị đối với đối Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước và đối với Agribank với mong muốn có thể góp phần nâng cao chất lượng và phát triển cho vay tiêu dùng tại Agribank Quyết Thắng.

## KẾT LUẬN

Cho vay tiêu dùng là mảng tín dụng mà hiện nay trở thành điểm “nóng” của các NHTM. Thị trường cho vay tiêu dùng được xem như thị trường tiềm năng để các NHTM đa dạng hóa danh mục đầu tư, nâng cao lợi nhuận của mình. Việc nghiên cứu mở rộng cho vay tiêu dùng của chi nhánh cho thấy hoạt động này đã đạt được nhiều hạn chế cần được khắc phục. Bởi vậy, chi nhánh cần nhanh chóng thực hiện các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng. Hơn thế nữa, các giải pháp đó phải được thực hiện với sự đầu tư lớn và quyết tâm cao, để hoạt động nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng thực sự đạt hiệu quả, góp phần tăng cường sức mạnh của chi nhánh trong cuộc cạnh tranh với các NHTM Việt Nam và nước ngoài.

Trên cơ sở lý thuyết và thực trạng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Chi nhánh Quyết Thắng, đề tài “Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn - Chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon Tum” đã tập trung hoàn thành được các nhiệm vụ nghiên cứu sau:

Cơ sở lý luận về hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng thương mại.

Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon Tum.

Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn – chi nhánh Quyết Thắng, Tp. Kon Tum

Mặc dù đã cố gắng nghiên cứu tài liệu và vận dụng lý thuyết vào tình huống cụ thể, nhưng do khả năng của bản thân và thời gian có hạn nên trong quá trình thực hiện, luận văn vẫn còn nhiều thiếu sót. Rất mong được sự quan tâm, góp ý và giúp đỡ của các thầy cô giáo trong Hội đồng để luận văn được hoàn thiện hơn.

Cuối cùng, em xin chân thành cảm ơn sự chỉ bảo tận tình của các thầy cô giáo giảng dạy em, đặc biệt là các thầy cô giáo khoa Tài chính – Ngân hàng trường Phân hiệu Đại học Đà Nẵng tại Kon Tum, thầy giáo Nguyễn Phi Điệp – khoa Kinh tế, người đã tận tình hướng dẫn em hoàn thành luận văn này.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] TS. Võ Thị Thúy Anh, ThS. Lê Phương Dung (2008), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại, Nhà xuất bản tài chính, Hà Nội.*
- [2] Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam, *Sổ tay tín dụng.*
- [3] Nguyễn Thị Kiều Trinh (2012), *Mở rộng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Liên Chiểu, Luận văn Thạc sĩ Quản trị Kinh doanh, Đại học Đà Nẵng.*
- [4] Nguyễn Thị Minh Nguyệt (2014), *Mở rộng cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Quận Sơn Trà – thành phố Đà Nẵng, Luận văn Thạc sĩ Quản trị kinh doanh, Đại học Đà Nẵng.*
- [5] Các trang báo chí về vay vốn tiêu dùng.



## **BẢNG ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH THỰC TẬP TỐT NGHIỆP CỦA SINH VIÊN**