

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



ĐÀO THANH CHÍ

BÁO CÁO TỐT NGHIỆP

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CHO VAY
TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI
CỔ PHẦN Á CHÂU – CHI NHÁNH KONTUM**

Kon Tum, tháng 6 năm 2022

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



BÁO CÁO THỰC TẬP NĂM 4

GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU – CHI NHÁNH KONTUM

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO

SINH VIÊN THỰC HIỆN : ĐÀO THANH CHÍ

LỚP : K12NH

MSSV :1817340201002

Kon Tum, tháng 6 năm 2022

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành chương trình học đại học và viết khóa luận này, em đã nhận được sự giúp đỡ và hướng dẫn nhiệt tình của quý thầy cô Trường Phân Hiệu Đại Học Đà Nẵng tại Kon Tum. Em xin chân thành cảm ơn quý thầy cô, đặc biệt là những thầy cô đã tận tình giảng dạy cho em trong thời gian em học ở trường, giúp em có những kiến thức về chuyên môn và những bài học thực tế để giúp em có thể có công việc tốt hơn sau khi em ra trường.

Em xin gửi lời biết ơn sâu sắc đến cô Nguyễn Thị Phương Thảo, người trực tiếp hướng dẫn em làm báo cáo này. Em xin chân thành cảm ơn cô đã dành rất nhiều thời gian và tâm huyết để chỉ bảo tận tình cho em, giúp em hoàn thành báo cáo một cách tốt nhất.

Mặc dù, em đã cố gắng hoàn thiện khóa luận nhưng do năng lực còn hạn chế nên khóa luận không tránh khỏi những sai sót. Em rất mong nhận được sự góp ý của các thầy cô để báo cáo của em được hoàn thiện hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

LỜI CAM ĐOAN

Em xin cam đoan toàn bộ nội dung đề tài cáo báo này là do bản thân tự nghiên cứu từ việc học tập Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh Kon Tum kết hợp với các tài liệu tham khảo và làm theo sự hướng dẫn của Giảng viên: Nguyễn Thị Phương Thảo theo quy định.

Em xin hứa toàn bộ số liệu và kết quả nghiên cứu trong đề tài này hoàn toàn trung thực, các kết quả nghiên cứu do chính chủ nhiệm đề tài tham gia thực hiện, các tài liệu tham khảo đã được trích dẫn đầy đủ

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN

LỜI CAM ĐOAN

DANH MỤC VIẾT TẮT iii

DANH MỤC BẢNG VÀ BIỂU ĐỒ iv

PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ.....1

1. Lý do chọn đề tài..... 1

2. Mục tiêu nghiên cứu 1

3. Đối tượng nghiên cứu 1

4. Phạm vi nghiên cứu 1

5. Phương pháp nghiên cứu 2

6. Kết cấu báo cáo 2

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM.....3

1.1.1. Khái niệm 3

1.1.2. Đặc điểm của cho vay tiêu dùng..... 3

1.1.3. Vai trò của cho vay tiêu dùng..... 5

1.2. ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....7

1.2.1. Khái niệm hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng 7

1.2.2. Chỉ tiêu đánh giá..... 8

1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM.....11

1.3.1. Nhân tố khách quan 11

1.3.2. Nhân tố chủ quan..... 12

KẾT LUẬN CHƯƠNG 115

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU CHI NHÁNH KON TUM.....16

2.1. GIỚI THIỆU VỀ NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU ACB – CHI NHÁNH KONTUM.....16

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển..... 16

2.1.2. Cơ cấu tổ chức..... 16

2.1.3. Phân tích SWOT..... 21

2.2. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU CHI NHÁNH KONTUM.....21

2.2.1. Hoạt động huy động vốn 21

2.2.2. Hoạt động cấp tín dụng..... 22

2.2.3. Hoạt động thanh toán và ngân quỹ..... 23

2.2.4. Kết quả hoạt động kinh doanh..... 24

2.3. THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU CHI NHÁNH KONTUM	25
2.3.1. Các sản phẩm cho vay tiêu dùng tại ACB.....	25
2.3.2. Quy trình cho vay tiêu dùng tại chi nhánh	25
2.3.3. Phân tích hiệu quả cho vay KHCN tại ACB chi nhánh Kon Tum	27
CHƯƠNG 3. ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU CHI NHÁNH KON TUM	38
3.1. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU CHI NHÁNH KON TUM	38
3.1.1. Kết quả đạt được.....	38
3.1.2. Hạn chế	39
3.1.3. Nguyên nhân.....	40
3.2. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CHO VAY TIÊU DÙNG.....	42
3.2.1. Nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm cho vay tiêu dùng	42
3.2.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực	44
3.2.3. Cần quan tâm, đầu tư đúng mức công tác nghiên cứu thị trường	45
3.2.4. Tăng cường hoạt động marketing.....	46
3.2.5. Hoàn thiện công nghệ ngân hàng	46
3.2.6. Nâng cấp cơ sở vật chất, trang thiết bị	47
3.3. ĐỀ XUẤT KIẾN NGHỊ.....	47
3.3.1 Kiến nghị với Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh Kon Tum.....	47
3.3.2. Kiến nghị với chính phủ	48
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	49
TÀI LIỆU THAM KHẢO	50
THÔNG TIN DOANH NGHIỆP	
GIẤY XÁC NHẬN CỦA KHOA VÀ GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	

DANH MỤC VIẾT TẮT

Tên viết tắt	Tên đầy đủ
NHTMCPAC VN	Ngân hàng thương mại cổ phần Á CHÂU VIỆT NAM
CVTD	Cho vay tiêu dùng
GTCG	Giấy tờ có giá
NHNN	Ngân hàng nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
TCKT	Tổ chức kinh tế
TCTD	Tổ chức tín dụng
TSDB	Tài sản đảm bảo
VNĐ	Việt Nam Đồng
CMTND	Chứng minh thư nhân dân
DSCVTD	Doanh số cho vay tiêu dùng
DNCVTD	Dư nợ cho vay tiêu dùng

DANH MỤC BẢNG VÀ BIỂU ĐỒ

Tên	Nội dung	Trang
Bảng 2.1	Phân tích SWOT ngân hàng ACB – chi nhánh Kon Tum	21
Bảng 2.2	Tình hình huy động vốn của NHTMCPAC chi nhánh Kon Tum	21
Bảng 2.3	Tình hình cho vay của NHTMCPAC chi nhánh Kon Tum	22
Bảng 2.4	Khối lượng thanh toán quốc tế	23
Bảng 2.5	Kết quả hoạt động kinh doanh của NHTMCPAC chi nhánh Kon Tum	24
Bảng 2.6	Tình hình dư nợ CVTD của ngân hàng Á Châu– chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021	27
Bảng 2.7	Dư nợ CVTD phân theo hình thức đảm bảo của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021	29
Bảng 2.8	Dư nợ CVTD phân theo mục đích vay của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021	30
Bảng 2.9	Tình hình dư nợ CVTD phân theo phương thức cho vay của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021	31
Bảng 2.10	Hệ số chất lượng CVTD của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021	33
Bảng 2.11	Chỉ tiêu vòng quay vốn CVTD của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021	34
Bảng 2.12	Tỷ lệ trích lập DPRR CVTD của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021	35
Bảng 2.13	Thu nhập từ CVTD của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021	35
Tên sơ đồ		
Sơ đồ 2.1	Cơ cấu tổ chức ngân hàng ACB – chi nhánh Kon Tum	20
Sơ đồ 2.2	Quy trình cho vay tiêu dùng tại ngân hàng Á Châu	25
Tên biểu đồ		
Biểu đồ 2.1	Dư nợ CVTD phân theo kỳ hạn của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum	28

PHẦN I: ĐẶT VẤN ĐỀ

1. Lý do chọn đề tài

Thị trường cho vay tiêu dùng ở Kon Tum đang phát triển, là 1 thị trường rất tiềm năng, Thị trường cho vay tiêu dùng trên địa bàn hiện cạnh tranh rất gay gắt vì hầu hết các ngân hàng đều thấy được lợi ích từ dịch vụ này. Có thể nói Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum là một trong những ngân hàng hoạt động năng động và tích cực nhất trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng tại địa bàn. Tuy nhiên hiệu quả thu được từ loại hình dịch vụ này chưa được như mong muốn của Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum. Để gia tăng hiệu quả của chất lượng cho vay tiêu dùng trong thời gian sắp tới cũng như đứng vững và giành lợi thế cạnh tranh trong thị trường như hiện nay, việc ban lãnh đạo Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum cần xem xét, rà soát lại và đưa ra các giải pháp nhằm tăng hiệu quả chất lượng các hoạt động cho vay tiêu dùng là điều cần thiết

Xuất phát từ những lí do trên, tôi đã chọn đề tài “ Giải pháp nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum “ làm đề tài nghiên cứu cho khóa luận tốt nghiệp của mình

2. Mục tiêu nghiên cứu

–Hệ thống hóa, tổng hợp và phân tích những vấn đề lý luận cơ bản về nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum. Qua đó thấy được tầm quan trọng của việc nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng của NHTM

–Hiện nay đã có những công trình nghiên cứu những vấn đề cơ bản chung nhất về nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng tại NHTM, nhưng chưa có 1 công trình nào nghiên cứu về nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum

–Phân tích đánh giá thực trạng chất lượng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum

–Đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum

3. Đối tượng nghiên cứu

–Đối tượng nghiên cứu: Nghiên cứu những vấn đề cơ bản về cơ sở lý luận và thực tiễn liên quan đến việc nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum

4. Phạm vi nghiên cứu

– Phạm vi nghiên cứu: Nghiên cứu trong lĩnh vực tín dụng đối với cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum trong 3 năm từ năm 2019, 2020, 2021.

5. Phương pháp nghiên cứu

–Dựa trên cơ sở phương pháp luận; phương pháp thống kê, so sánh, phân tích diễn giải và tổng hợp; sử dụng số liệu từ các báo cáo thống kê, các tư liệu, tài liệu...

6. Kết cấu báo cáo

Chương 1: Cơ sở lý luận về hoạt động cho vay của NHTM

Chương 2: Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum

Chương 3: Đề xuất giải pháp nhằm nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM

1.1. HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1.1. Khái niệm

Theo thông tư 43/2016/TT-NHNH: Cho vay tiêu dùng là các khoản cho vay nhằm tài trợ cho nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng, bao gồm cá nhân và hộ gia đình. Đây là một nguồn tài chính quan trọng giúp người tiêu dùng trang trải nhu cầu nhà ở, mua sắm đồ dùng gia đình, xe cộ, giáo dục, y tế và các dịch vụ khác

1.1.2. Đặc điểm của cho vay tiêu dùng

Thứ nhất đối tượng cho vay là các cá nhân, hộ gia đình

Mục đích của cho vay tiêu dùng là phục vụ nhu cầu chi tiêu, mua sắm, sinh hoạt hàng ngày của người tiêu dùng nên khách hàng vay thường là các cá nhân và hộ gia đình.

Thứ hai thường nhạy cảm với chu kỳ của nền kinh tế

Mục đích vay nhằm phục vụ nhu cầu của cá nhân, hộ gia đình, không phải xuất phát từ mục đích kinh doanh nên nền kinh tế phát triển hay suy thoái có tác động vô cùng lớn đến chi tiêu của khách hàng. Khi nền kinh tế phát triển, mọi người kì vọng thu nhập của mình sẽ tăng trong tương lai và có xu hướng chi tiêu nhiều hơn ở hiện tại. Ở hiện tại thì thu nhập của họ không đáp ứng được nhu cầu chi tiêu nên họ có xu hướng vay tiêu dùng nhiều hơn và kì vọng sẽ trả được khoản vay này nhanh chóng trong tương lai. Đây cũng là cơ hội để ngân hàng phát triển dịch vụ CVTD đầy tiềm năng của mình. Ngược lại, trong thời kỳ nền kinh tế suy thoái, nhu cầu vay của người dân cũng như nhu cầu cho vay của ngân hàng cũng bị thu hẹp.

Quy mô mỗi món vay nhỏ nhưng tổng số món vay lại rất lớn

Do khách hàng vay để mua sắm các vật dụng nên số tiền vay thường nhỏ, thậm chí là rất nhỏ, không giống với các món vay kinh doanh. Giá trị của khoản vay mà khách hàng muốn vay thường tương ứng với giá trị hàng hóa, dịch vụ mà khách hàng đang có nhu cầu mua. Tuy nhiên giá trị của khoản vay cũng có thể là một phần trong tổng nhu cầu của khách hàng do khách hàng đã có một khoản tiền tích lũy cho nhu cầu này từ trước đó. Do số lượng cá nhân và hộ gia đình có nhu cầu vay lớn, nhu cầu đa dạng và hoạt động CVTD phổ biến với mọi tầng lớp dân cư nên quy mô mỗi món vay tuy nhỏ nhưng tổng dư nợ CVTD lại tương đối lớn.

Chi phí cho vay cao

Do các khoản vay tiêu dùng có quy mô nhỏ (trừ các khoản vay để mua bất động sản) dẫn đến chi phí cho vay cao. Đồng thời nó cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro ảnh hưởng đến sự an toàn của ngân hàng nên lãi suất CVTD thường cao hơn lãi suất cho vay thương mại. Mức lãi suất này có thể giúp ngân hàng hạn chế rủi ro, ổn định thu nhập trong trường hợp sự cố ngoài ý muốn xảy ra.

Lãi suất CVTD thường cứng nhắc

Vì nó phụ thuộc vào sự thay đổi của lãi suất huy động vốn đầu vào chứ không giống các khoản cho vay kinh doanh, lãi suất được ấn định dựa trên sự thỏa thuận và lãi suất của thị trường.

Người tiêu dùng thường kém nhạy cảm với lãi suất

Ta có thể thấy nhu cầu vay tiêu dùng của họ hầu như ít co giãn với lãi suất. Khách hàng vay tiêu dùng thường chỉ quan tâm đến những tiện ích mà vay tiêu dùng mang lại để thỏa mãn nhu cầu hơn là những chi phí phải trả cho khoản vay đó. Vì giá trị khoản vay nhỏ, lãi trả định kỳ nên không ảnh hưởng lớn đến thu nhập của khách hàng.

Cho vay tiêu dùng có nhiều rủi ro

- Rủi ro về lãi suất: Như đã nói ở trên, lãi suất CVTD thường cứng nhắc và cố định nên khi lãi suất trên thị trường tăng lên ngân hàng sẽ phải bù đắp lãi suất huy động vốn mà không được thay đổi lãi suất CVTD.

- Rủi ro về tín dụng: Nguồn tài chính để chi trả cho khoản vay tiêu dùng của khách hàng không phụ thuộc lợi nhuận do khoản vay đó mang lại mà nó phụ thuộc vào thu nhập của khách hàng trong tương lai. Do đó nó bao gồm cả rủi ro khách quan và chủ quan. Ví dụ về rủi ro khách quan như nền kinh tế suy thoái, thiên tai, dịch bệnh,... hay những rủi ro chủ quan như tình trạng sức khỏe, tai nạn, công việc không ổn định,... đều ảnh hưởng đến thu nhập của người đi vay và đương nhiên sẽ đe dọa nguồn trả nợ của ngân hàng.

- Rủi ro xuất phát từ ý thức của khách hàng: Chất lượng thông tin khách hàng cung cấp không cao: Đối với khách hàng cá nhân, hộ gia đình, thông tin cung cấp để ngân hàng quyết định có cho vay hay không là rất quan trọng. Thông tin về nghề nghiệp, độ tuổi, tình trạng sức khỏe, nơi cư trú,... cũng một phần quyết định giá trị khoản vay. Thông tin này thường mang tính chủ quan, một chiều không được kiểm toán, kiểm soát như khách hàng doanh nghiệp nên nó tiềm ẩn nhiều rủi ro đối với ngân hàng. Tư cách đối với việc trả nợ của khách hàng cho ngân hàng là một điều rất khó xác định, nó quyết định đến khả năng thu hồi vốn của ngân hàng. Nếu khách hàng có phẩm chất tốt thì sẽ có nghĩa vụ hoàn trả cả gốc và lãi cho ngân hàng khi đến hạn và ngược lại.

Lợi nhuận CVTD mang lại lớn

Như đã nói ở các phần trên, rủi ro càng cao thì lợi nhuận kỳ vọng do khoản CVTD này mang lại càng lớn, ta có thể thấy mối quan hệ chặt chẽ giữa rủi ro và lợi nhuận. Cho vay tiêu dùng tiềm ẩn rủi ro cao nên lãi suất cho vay mới phải cộng phần bù rủi ro và chi phí phải bỏ ra để thực hiện nhiều khoản cho vay nhỏ lẻ cao so với giá trị của từng khoản vay nên lãi suất của CVTD cao hơn so với các khoản cho vay khác. Ngoài ra, hầu như không có sự co giãn của cầu tiêu dùng khi lãi suất thay đổi vì mục đích của CVTD là thỏa mãn nhu cầu chi tiêu, sinh hoạt chứ không phục vụ cho việc kinh doanh nên khách hàng không phải tính lợi nhuận lãi hay lỗ của khoản vay. Vì vậy, mặc dù lãi suất CVTD cao nhưng vẫn được khách hàng chấp nhận nên ngân hàng có thể kì vọng lợi nhuận mang lại sẽ ở mức cao hơn.

1.1.3. Vai trò của cho vay tiêu dùng

– Đối với ngân hàng thương mại

+ *Giúp gia tăng tính cạnh tranh trên thị trường*

Trong những năm gần đây, hình thức cho vay tiêu dùng ngày càng phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là các ngân hàng mới thành lập, quy mô nhỏ và chưa có uy tín trên thị trường. Việc các ngân hàng này cạnh tranh với các ngân hàng lâu năm và uy tín dường như là không thể nếu cứ tiến hành các hoạt động truyền thống là nhận tiền gửi (hoạt động huy động vốn từ tiền gửi) và sử dụng khoản tiền có để thực hiện các hoạt động kinh doanh (hoạt động sử dụng vốn). Do đó, việc đa dạng các danh mục đầu tư, phát triển các dịch vụ tiềm năng như CVTD sẽ giúp các ngân hàng này tồn tại và phát triển. Mặc dù khoản tài trợ CVTD có quy mô nhỏ, chi phí lớn, rủi ro cao nhưng nếu thành công thì nó sẽ giúp ngân hàng có một vị thế nhất định trên thị trường. Hơn nữa ngay cả với các ngân hàng lâu năm, có quy mô lớn thì việc mở rộng danh mục đầu tư, phát triển sản phẩm dịch vụ là vô cùng cần thiết vì khi mà cuộc cạnh tranh giành thị phần trên thị trường trở lên khốc liệt, các ngân hàng không chỉ phải cạnh tranh với các ngân hàng trong hệ thống, mà còn phải cạnh tranh với các tổ chức tài chính phi ngân hàng đã khiến thị phần trên thị trường của các ngân hàng bị thu hẹp.

Phát triển CVTD giúp tăng khả năng cạnh tranh, thu hút được khách hàng mới, mở rộng quan hệ tốt đẹp với khách hàng. Khách hàng sẽ biết đến ngân hàng nhiều hơn, hình ảnh của ngân hàng cũng tốt đẹp hơn trong mắt khách hàng. Vì vậy, CVTD đã dần trở lên phổ biến trong các NHTM, là một loại sản phẩm mang lại thu nhập tương đối cao trong tổng doanh thu của các ngân hàng

+ *Giúp ngân hàng gia tăng thu nhập*

Mặc dù các khoản tài trợ theo hình thức CVTD nhỏ nhưng với số lượng các khoản này lại rất lớn (đối tượng CVTD là tất cả các thành phần trong xã hội), vì thế tổng quy mô tài trợ là rất lớn. Bên cạnh đó, lãi suất của các khoản tài trợ theo hình thức này lại rất cao (bởi người nhận tài trợ họ chỉ quan tâm đến thỏa mãn nhu cầu trước mắt mà họ được hưởng, họ không mấy quan tâm đến lãi suất phải trả) nên đã mang lại cho ngân hàng một tỷ suất lợi nhuận tương đối lớn trong tổng lợi nhuận của ngân hàng. Cụ thể là mức lãi suất CVTD được hầu hết các ngân hàng áp dụng là từ 12%-15% cao hơn rất nhiều so với các khoản cho vay thông thường.

+ *Giúp ngân hàng thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ sản phẩm của ngân hàng*

Cho vay tiêu dùng cũng là một công cụ marketing rất hiệu quả, nhiều người biết đến ngân hàng hơn, ngân hàng sẽ huy động được nhiều nguồn tiền gửi từ dân cư. Nhu cầu của con người là không có giới hạn theo thời gian, theo sự phát triển của nền kinh tế đang dần hội nhập với thế giới. Khi đạt được nhu cầu này rồi họ lại vươn tới một nhu cầu cao hơn khác. Chính vì vậy các ngân hàng liên tục đẩy mạnh CVTD đến khách hàng như cử người đến tận nhà để tư vấn trực tiếp, giải đáp những thắc mắc, làm thủ tục giúp khách hàng vay tiền được thuận lợi. Cho vay tiêu dùng thu hẹp khoảng cách giữa ngân hàng và khách hàng,

làm khách hàng có những ấn tượng tốt đẹp về ngân hàng, nhờ đó hình ảnh của ngân hàng được quảng bá rộng rãi mà không cần phải thông qua các phương tiện truyền thông

+ *Giúp ngân hàng đa dạng hóa sản phẩm, phân tán rủi ro*

Cho vay tiêu dùng tạo điều kiện mở rộng danh mục đầu tư sản phẩm dịch vụ nâng cao thu nhập và phân tán rủi ro cho ngân hàng. Đối tượng của CVTD là các cá nhân và hộ gia đình nhỏ lẻ nên các khoản vay thường không lớn nhưng số lượng các khoản vay lại lớn. Thực tế, chi phí trong hoạt động cho vay nhỏ lẻ, cá nhân và tiêu dùng là rất lớn, nhưng bù lại khi cho vay phân tán, chênh lệch lãi suất giữa đầu vào và đầu ra tương đối tốt. Ngân hàng có thể dùng lợi nhuận này để bù cho những khoản khác, đồng thời khi cho vay phân tán, tính an toàn thường cao hơn đối với khoản vay lớn, rủi ro tiềm ẩn lớn hơn.

– *Đối với người tiêu dùng*

+ *Được hưởng nhiều tiện ích trước khi khả năng có thể tự đáp ứng đủ*

Cho vay tiêu dùng có tác dụng đặc biệt với những người có thu nhập thấp và trung bình. Thông qua CVTD họ được hưởng những tiện ích họ mong muốn trước khi tích lũy đủ tiền và đặc biệt quan trọng hơn khi những cá nhân có chi tiêu mang tính cấp bách như nhu cầu chi tiêu cho giáo dục y tế. Những nhu cầu về hàng hóa xa xỉ như nhà cửa, ô tô, giải trí, du lịch,... đều đòi hỏi nguồn tài chính lớn mà không phải ai cũng có thể đáp ứng được. Do vậy, họ tìm đến các ngân hàng để đáp ứng tối ưu những yêu cầu đó, giúp cho mình, bạn bè, người thân có một cuộc sống hoàn thiện hơn. Có thể nói rằng bất cứ một người nào đều mong muốn được thỏa mãn những nhu cầu của riêng mình bắt đầu từ những hàng hóa tất yếu đến hàng hóa xa xỉ hơn. Tuy nhiên trên thực tế là một người trẻ lại chưa có đủ khả năng chi trả cho những nhu cầu của mình do đó họ cần thời gian tích lũy tiền, người tiêu dùng sẽ khéo léo phối hợp giữa thỏa mãn ở hiện tại với khả năng thanh toán ở tương lai. Có thể nói rằng người tiêu dùng là người được hưởng trực tiếp và nhiều nhất lợi ích mà hình thức cho vay này mang lại trong điều kiện họ không lạm dụng chi tiêu vào những việc không chính đáng vì khi đó sẽ làm giảm khả năng tiết kiệm và chi tiêu trong tương lai.

– *Đối với người sản xuất*

+ *Kích thích người sản xuất cung cấp ngày càng nhiều mặt hàng cho xã hội*

Có thể nói CVTD gián tiếp kích thích người sản xuất cung cấp ngày càng nhiều mặt hàng có nhiều lợi ích cho xã hội. Hình thức cho vay này làm cho người sản xuất có thể yên tâm phần nào vào thị trường tiềm năng mà họ đã dự đoán. Vì khi CVTD được đẩy mạnh đồng nghĩa với việc khách hàng có đủ khả năng thanh toán cho những hàng hóa, dịch vụ mà họ đang có nhu cầu làm cho cầu tiêu dùng tăng. Điều đó đã kích thích các nhà sản xuất vì mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận của mình mà cung cấp ra thị trường nhiều mặt hàng mới, chất lượng, phù hợp và có ích cho xã hội.

+ *Tối đa hóa lợi nhuận của công ty*

Mục tiêu của các công ty bán lẻ là tối đa hóa lợi nhuận của công ty với các hàng hóa, sản phẩm được bán ra trên thị trường, do đó họ tìm mọi cách để bán được nhiều hàng hóa, sản phẩm nhất. Thế nhưng không phải lúc nào khách hàng cũng có đủ nguồn lực tài chính

để chi trả cho những hàng hóa mà họ muốn mua. Hàng hóa đã sản xuất ra thì không thể để mãi trong kho sẽ dẫn đến tình trạng ứ đọng vốn, sản xuất kinh doanh trì trệ. Vì vậy, hình thức CVTD ra đời đáp ứng cả nhu cầu tiêu dùng của khách hàng và nhu cầu bán hàng của công ty. Công ty có thể bán hàng hóa nhanh hơn, thu hồi vốn nhanh hơn và có thể mở rộng sản xuất kinh doanh do khả năng thanh toán của khách hàng linh hoạt hơn.

– **Đối với nền kinh tế - xã hội**

+ **Tăng nhu cầu có khả năng thanh toán, khơi thông luồng chuyển dịch hàng hóa**

Sự sung túc của một nền kinh tế được thể hiện rõ qua mức cầu về hàng hóa tiêu dùng của dân cư. Mức cầu đó chính là số lượng và mức độ của các nhu cầu có khả năng thanh toán. Việc phát triển CVTD của các NHTM sẽ làm tăng đáng kể những nhu cầu có khả năng thanh toán, khơi thông luồng chuyển dịch hàng hóa. Hay nói cách khác đây chính là một giải pháp kích cầu hiệu quả qua đó làm cho nền kinh tế trở lên năng động hơn.

+ **Đem lại lợi ích cho cả ba bên: ngân hàng – doanh nghiệp – xã hội**

Quá trình sản xuất và lưu thông hàng hóa nếu như không có tiêu dùng sẽ dẫn đến tắc nghẽn, hàng hóa ứ đọng, doanh thu giảm dẫn đến quá trình sản xuất không thể tiếp tục. Vai trò của ngân hàng lúc này quan trọng hơn bao giờ hết. Ngân hàng cho người tiêu dùng vay tiền để chi tiêu trước khi có khả năng thanh toán. Khi có tiền người tiêu dùng tìm đến doanh nghiệp mua hàng hóa, doanh nghiệp bán được hàng hóa sẽ có khả năng trả nợ cho ngân hàng. Hơn nữa, doanh nghiệp lại tiếp tục tìm đến ngân hàng vay để mở rộng sản xuất kinh doanh. Như vậy, ngân hàng CVTD sẽ đem lại lợi ích cho cả ba bên: ngân hàng – doanh nghiệp – khách hàng hay chính là có lợi cho nền kinh tế.

+ **Góp phần quan trọng trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh hàng hóa trong nước, thúc đẩy nền kinh tế phát triển**

Khi sức mua của người tiêu dùng tăng lên thị trường hàng hóa tiêu dùng cũng theo đó mà trở lên sôi động hơn, góp phần quan trọng trong việc nâng cao khả năng cạnh tranh hàng hóa trong nước, thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Bên cạnh đó, nhà nước cũng đạt được các mục tiêu kinh tế - xã hội khác như giải quyết được công ăn việc làm cho người lao động, tăng thu nhập, giảm bớt các tệ nạn xã hội, cải thiện và nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân.

1.2. ĐÁNH GIÁ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.2.1. Khái niệm hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng

Ta có khái niệm về hiệu quả hoạt động cho vay: hiệu quả cho vay là khả năng đáp ứng một cách phù hợp nhất nhu cầu về vốn của khách hàng trên cơ sở đảm bảo an toàn và sinh lợi cho ngân hàng.

Hiệu quả cho vay là một chỉ tiêu tổng hợp, nó phản ánh mức độ thích nghi của NHTM với sự thay đổi của môi trường bên ngoài, nó thể hiện sức mạnh của một ngân hàng trong quá trình cạnh tranh để tồn tại. Hiệu quả cho vay là kết quả của một quá trình kết hợp hoạt động giữa những con người trong một tổ chức, giữa các tổ chức với nhau vì mục đích chung, do đó để cho vay có hiệu quả cần có sự quản lý đồng bộ trong ngân hàng từ việc

theo dõi, tìm hiểu và loại trừ những nguyên nhân gây ra những cản trở trong việc cấp tín dụng.

Hiệu quả cho vay KHCN được hiểu là sự đáp ứng nhu cầu của KHCN, phù hợp với sự phát triển kinh tế xã hội và đảm bảo sự tồn tại và phát triển của ngân hàng. Do đó, đánh giá hiệu quả cho vay KHCN người ta cũng dùng các tiêu chí để đánh giá cho vay khách hàng nói chung, tuy nhiên do đặc điểm riêng của KHCN nên những nhân tố thuộc về tính cách, tâm lý, ... của khách hàng thường được xem xét khi đánh giá về hiệu quả cho vay.

1.2.2. Chỉ tiêu đánh giá

a. Quy mô tín dụng

- Dư nợ cho vay và doanh số cho vay đối với các khoản cho vay tiêu dùng: Dư nợ là số tiền mà ngân hàng đang cho vay vào thời điểm cuối kỳ. Doanh số cho vay là tổng số tiền ngân hàng đã cho vay ra trong kỳ. Dư nợ là chỉ tiêu tích lũy qua các thời kỳ, tính theo công thức:

DNCVTD kỳ này = DNCVTD kỳ trước + DSCVTD trong kỳ - DS thu nợ CVTD trong kỳ

Đây là chỉ tiêu phản ánh khá rõ chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Nếu dư nợ cho vay tiêu dùng kỳ này lớn hơn kỳ trước, có thể thấy, hình thức cho vay tiêu dùng đang được mở rộng. Điều này có thể là do chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng tốt, do vậy, ngân hàng mở rộng cho vay tiêu dùng nhằm gia tăng lợi nhuận, góp phần giảm thiểu rủi ro trong hoạt động tín dụng chung của ngân hàng.

Nếu dư nợ cho vay tiêu dùng kỳ này so với kỳ trước không đổi, thậm chí giảm sút, có thể nói, cho vay tiêu dùng đang có xu hướng bị thu hẹp. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến việc cho vay tiêu dùng của ngân hàng bị thu hẹp, có thể do chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng đi xuống, do vậy, ngân hàng phải thu hẹp cho vay tiêu dùng để tăng cường khả năng quản lý và giảm rủi ro trong hoạt động này. Như vậy, chỉ tiêu dư nợ cho vay tiêu dùng cũng phần nào phản ánh chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng.

- Tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ cho vay của ngân hàng thương mại

$$\text{Tỷ trọng dư nợ CVTD} = \frac{\text{Dư nợ CVTD}}{\text{Tổng dư nợ cho vay}} \times 100\%$$

Sự tăng lên của con số này cho thấy cho vay tiêu dùng ngày càng chiếm tỷ trọng lớn hơn trong tổng dư nợ cho vay chứng tỏ ngân hàng đang có xu hướng mở rộng cho vay tiêu dùng. Bên cạnh đó, điều này cũng phần nào thể hiện chất lượng cho vay tiêu dùng được quan tâm, chú trọng, nâng cao hơn, do vậy, dư nợ cho vay tiêu dùng tăng. Ngược lại, nếu tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng giảm có thể do ngân hàng giảm tốc độ tăng trưởng tín dụng tiêu dùng để tập trung phát triển các sản phẩm cho vay kinh doanh khác. Song, cũng có thể do chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng giảm sút nên ngân hàng giảm dư nợ cho vay tiêu dùng. Như vậy, tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng giảm cũng phần nào phản ánh chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng đang có xu hướng đi xuống.

- Tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng

$$\text{Tốc độ tăng trưởng dư nợ CVTD} = \frac{\text{DNCVTD kỳ này} - \text{DNCVTD kỳ trước}}{\text{DNCVTD kỳ trước}} \times 100\%$$

Đây là chỉ tiêu phản ánh tốc độ tăng trưởng cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Nếu như chỉ tiêu tăng dần qua các năm thì tốc độ tăng trưởng cho vay tiêu dùng ngày càng nâng cao hay ngân hàng đang có xu hướng mở rộng cho vay tiêu dùng.

- Số lượng khách hàng vay tiêu dùng vay vốn tại ngân hàng: Chỉ tiêu này được tính trong một hoảng thời gian nhất định, thường là một năm. Sự tăng trưởng của nó qua các năm cho thấy hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng đang được mở rộng và chất lượng cho vay tiêu dùng đang được cải thiện.

- Quy mô vay vốn: Đây là chỉ tiêu phản ánh khá rõ chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Nếu quy mô dư nợ cho vay tiêu dùng kỳ này lớn hơn kỳ trước, có thể thấy, hình thức cho vay tiêu dùng đang được mở rộng. Điều này có thể là do chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng tốt, do vậy, ngân hàng mở rộng cho vay tiêu dùng nhằm gia tăng lợi nhuận, góp phần giảm thiểu rủi ro trong hoạt động tín dụng chung của ngân hàng.

$$\text{Quy mô dư nợ CVTD} = \frac{\text{Dư nợ CVTD}}{\text{Số lượng khách hàng}}$$

b. Tiêu chí về chất lượng tín dụng

- Chỉ tiêu nợ quá hạn cho vay tiêu dùng

+ Nợ quá hạn là khoản nợ đến hạn trả mà khách hàng không có khả năng trả nợ, phản ánh số vốn của ngân hàng có khả năng mất. Theo quy định của Nhà nước, cụ thể là theo thông tư số 13/2010/TT-NHNN, tỷ lệ nợ quá hạn > 5% là yếu kém, dưới 5% thì chất lượng tín dụng được đánh giá cao.

Ngân hàng luôn hướng đến mục tiêu thu đủ gốc và lãi khi đến hạn. Nhưng không phải khoản vay nào cũng thực hiện được mục tiêu đó. Trong hoạt động CVTD cũng vậy, tỷ lệ nợ quá hạn thường rất cao do tính chất rủi ro của nó. Tỷ lệ nợ quá hạn là chỉ tiêu đánh giá khá đầy đủ về chất lượng CVTD của một ngân hàng. Tỷ lệ nợ quá hạn trong CVTD được xác định:

$$\text{Tỷ lệ nợ quá hạn CVTD} = \frac{\text{Dư nợ quá hạn CVTD}}{\text{Tổng dư nợ CVTD}} \times 100\%$$

Nợ quá hạn là một điều khó tránh khỏi trong hoạt động của ngân hàng. Tỷ lệ này thấp chứng tỏ độ an toàn tín dụng của ngân hàng và ngược lại. Điều này ảnh hưởng tới chất lượng khoản vay, ảnh hưởng tới tình hình chung của ngân hàng. Ở mỗi ngân hàng khách nhau thì đều có tỷ lệ nợ quá hạn khác nhau, nó phụ thuộc vào tình trạng hoạt động kinh doanh, khả năng thu hồi vốn, chất lượng của khoản vay tiêu dùng. Các ngân hàng luôn tìm cách giảm tỷ lệ này xuống mức tối thiểu, tỷ lệ này càng thấp thì chất lượng khoản cho vay càng cao. Vì vậy, một ngân hàng duy trì được tỷ lệ nợ quá hạn ở mức hợp lý và thấp chứng tỏ sự phát triển của hoạt động CVTD của ngân hàng đó bền vững và ổn định.

+ Nợ xấu là khi khách hàng không trả được nợ đến hạn, biện pháp ngân hàng thường làm là gia hạn trả nợ cho khách hàng, tạo điều kiện cho khách hàng và cũng là tạo điều kiện cho mình để có thể thu hồi khoản vốn của mình.

Thời gian gia hạn đã hết nhưng khách hàng vẫn không trả được nợ thì ngân hàng sẽ xếp khoản vay này vào nhóm nợ xấu (nợ thuộc nhóm 3, 4, 5). Khả năng mất vốn cao. Chỉ tiêu này giúp ngân hàng đánh giá chi tiết hơn về độ an toàn tín dụng của ngân hàng.

Nợ xấu CVTD

$$\text{Tỷ lệ nợ xấu CVTD} = \frac{\text{Nợ xấu CVTD}}{\text{Tổng dư nợ}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này đánh giá khá rõ chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Vì vậy, nếu chỉ tiêu này cao, chứng tỏ chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng tốt và ngược lại. Nếu chỉ tiêu này thấp có nghĩa là chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng kém. Nếu chỉ tiêu này không đổi, có thể thấy ngân hàng đã có những biện pháp kiểm soát nợ xấu, ngăn chặn sự gia tăng của các khoản nợ xấu, do vậy chất lượng cho vay tiêu dùng cũng ổn định.

+ Tỷ lệ nợ xấu trên nợ quá hạn

$$\text{Tỷ lệ nợ xấu CVTD trên Nợ quá hạn CVTD} = \frac{\text{Nợ xấu CVTD}}{\text{Nợ quá hạn CVTD}} \times 100\%$$

Hệ số này phản ánh tỷ trọng nợ xấu cho vay tiêu dùng trong tổng nợ quá hạn cho vay tiêu dùng. Nếu hệ số này cao, chứng tỏ nợ xấu chiếm phần lớn trong tổng nợ quá hạn, cho thấy công tác quản lý nợ của ngân hàng là chưa chặt chẽ, sát sao. Điều này sẽ gây ảnh hưởng không tốt đến chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng, do vậy, cần có những biện pháp thu hồi nợ nhằm xóa bỏ nợ xấu. Ngược lại, nếu hệ số này thấp có thể thấy rằng nợ xấu chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng nợ quá hạn, chứng tỏ việc kiểm soát nợ xấu của ngân hàng là tương đối tốt. Tuy nhiên, trong công tác quản lý nợ không được chủ quan lơ là, cũng cần phải có những biện pháp để loại bỏ hoàn toàn nợ xấu, nâng cao hơn nữa chất lượng cho vay tiêu dùng.

–Chỉ tiêu quay vòng vốn cho vay tiêu dùng

$$\text{Vòng quay vốn CVTD} = \text{Doanh số trả nợ trong kỳ} / \text{Dư nợ bình quân trong kỳ}$$

Chỉ tiêu này phản ánh số vốn ngân hàng thu được do khách hàng trả nợ đúng kỳ hạn, nó đảm bảo chất lượng tín dụng của khoản vay. Vòng quay vốn càng lớn chứng tỏ số vốn ngân hàng thu được đúng hạn càng nhiều, tần suất sử dụng khoản vốn này để tái đầu tư lớn. Đồng thời, vòng quay vốn càng lớn thì nợ quá hạn trong kỳ càng nhỏ, ngân hàng tránh được nhiều rủi ro mất vốn, đảm bảo lợi nhuận trong kỳ của mình. Một ngân hàng có vòng quay vốn lớn chứng tỏ chất lượng CVTD tốt và phát triển tương đối ổn định. Bởi vì ngân hàng hoạt động hiệu quả khi một đồng vốn CVTD được đảm bảo bằng 1 hoặc nhiều đồng vốn thu về từ khách hàng tại một thời điểm nhất định nên vòng quay vốn > 1 là tốt, < 1 là không tốt.

Ngoài ra, ta có thể sử dụng các chỉ tiêu khác để đánh giá chất lượng của khoản tín dụng như: Chi tiêu cơ cấu tín dụng, chỉ tiêu về tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu,... Để đánh giá được toàn diện chất lượng tín dụng một các chi tiết và tỉ mỉ, ngân hàng cần có chính sách để xem xét các chỉ tiêu đánh giá chất lượng một cách tổng quát và khách quan nhất.

–Lợi nhuận từ cho vay tiêu dùng

Lợi nhuận từ cho vay tiêu dùng chủ yếu là thu nhập từ lãi của khoản cho vay. Để định giá được chất lượng cho vay tiêu dùng qua chỉ tiêu lợi nhuận, phải có sự so sánh giữa số thu lãi từ cho vay tiêu dùng với toàn bộ thu nhập từ lãi cho vay của ngân hàng thông qua chỉ tiêu tỷ trọng thu lãi cho vay tiêu dùng. Chỉ tiêu này được xác định bằng công thức:

$$\text{Tỷ trọng thu lãi CVTD} = \frac{\text{Thu lãi CVTD}}{\text{Tổng thu lãi cho vay}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này bao gồm việc xem xét mức tăng lợi nhuận từ cho vay tiêu dùng và mức tăng lợi nhuận đó trong tổng lợi nhuận từ hoạt động tín dụng. Nhìn vào chỉ tiêu này, chúng ta có thể thấy được chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng qua các năm, các thời kỳ. Nếu tỷ trọng này tăng qua các năm chứng tỏ chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng được nâng cao và ngược lại.

Tóm lại, sự tăng hay giảm của những chỉ tiêu trên cho biết chất lượng cho vay tiêu dùng đang được cải thiện hay giảm sút. Tuy nhiên, kết luận rút ra chỉ chính xác khi có sự kết hợp của tất cả các chỉ tiêu trên.

1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN HIỆU QUẢ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM

1.3.1. Nhân tố khách quan

a. Những nhân tố từ phía khách hàng

Nhu cầu vay vốn tiêu dùng của khách hàng: Trong nền kinh tế thị trường, khi nhu cầu về một loại hàng hoá nào đó tăng lên thì việc tăng cung để đáp ứng nhu cầu đó là hết sức cần thiết. Trong lĩnh vực tín dụng, điều này cũng hoàn toàn đúng. Người tiêu dùng có nhu cầu lớn về vốn tiêu dùng sẽ thúc đẩy ngân hàng nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng, qua đó thu hút đông đảo hơn lượng khách hàng đến với ngân hàng. Vì thế, cầu về vốn tiêu dùng của khách hàng là nhân tố khách quan tác động đến chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại.

Khả năng đáp ứng điều kiện vay của khách hàng được xem xét trên các khía cạnh: Năng lực tài chính và tài sản đảm bảo của khách hàng. Các yếu tố này quyết định đến việc họ có được vay vốn hay không?

Phân tích trước khi cấp tín dụng là khâu không thể thiếu trong hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại. Thông qua đó, ngân hàng nắm được năng lực và tình hình tài chính của khách hàng cần vay vốn. Tình hình và năng lực của khách hàng càng mạnh thì khả năng đáp ứng các điều kiện cho vay càng lớn.

Cho vay tiêu dùng là hoạt động tín dụng hàm chứa nhiều rủi ro nên ngân hàng luôn yêu cầu tài sản đảm bảo cho các khoản vay. Tài sản đảm bảo là căn cứ để ngân hàng xác

định mức cho vay đối với khách hàng. Nếu khách hàng không có tài sản đảm bảo, không có người bảo lãnh hoặc giá trị tài sản đảm bảo thấp, không đủ tiêu chuẩn thì khó vay được vốn của ngân hàng.

Như vậy, tình hình tài chính, năng lực tài chính và tài sản đảm bảo là những yếu tố quyết định tới khả năng đáp ứng điều kiện vay của khách hàng vay tiêu dùng. Các chỉ số đó càng tốt, chất lượng cho vay tiêu dùng sẽ được cải thiện hơn và ngược lại.

b. Những nhân tố từ phía môi trường kinh doanh

Thực trạng của nền kinh tế: Hoạt động ngân hàng có liên quan tất cả các lĩnh vực trong nền kinh tế. Vì thế, những biến động của nền kinh tế sẽ tác động tới hoạt động của ngân hàng, đặc biệt là hoạt động cho vay. Cụ thể, khi nền kinh tế tăng trưởng, nhu cầu của người dân tăng lên. Các ngân hàng thương mại có xu hướng nâng cao chất lượng tín dụng cho vay tiêu dùng, qua đó thu hút được nhiều khách hàng, mở rộng lĩnh vực đầu tư.

Môi trường pháp lý

Cho vay tiêu dùng là một trong những hoạt động rủi ro nhất của ngân hàng, song lại rất quan trọng đối với nền kinh tế. Vì thế, nó chịu sự kiểm soát rất chặt chẽ của pháp luật. Nếu hệ thống pháp luật càng quy định rõ ràng, chặt chẽ, chi tiết, đồng bộ thì sẽ tạo ra môi trường cạnh tranh lành mạnh giữa các ngân hàng, đồng thời cải thiện mối quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng hơn do thỏa mãn lợi ích của hai bên. Hoạt động CVTD vì thế mà cũng phát triển hơn. Nếu một hệ thống pháp luật lỏng lẻo, quy định chung chung thì sẽ đặt ngân hàng trước những nguy cơ cạnh tranh mới và sẽ tạo khe hở dẫn đến rủi ro không đáng kể giữa ngân hàng và khách hàng. Môi trường pháp lý rõ ràng, minh bạch với hệ thống các văn bản pháp luật hợp lý, thống nhất là điều kiện để khách hàng tiếp cận dễ dàng hơn với nguồn vốn của ngân hàng thương mại.

Môi trường chính trị xã hội

Môi trường chính trị có ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động của các NHTM. Ở quốc gia nào có tình hình chính trị ổn định thì các nhà đầu tư sẽ yên tâm hơn, đầu tư nhiều hơn. Cùng với nền kinh tế phát triển thì hoạt động CVTD ở nước đó sẽ nâng cao hơn. Ở các nước mà có nền chính trị không ổn định, hay xảy ra tranh chấp, chiến tranh giữa các phái thì ngay cả việc sản xuất kinh doanh trong nước còn gặp khó khăn, thu hút được đầu tư lại càng khó khăn hơn nữa. Dẫn đến kinh tế kém phát triển, đời sống của người dân không được quan tâm, hoạt động của ngân hàng trì trệ.

Tóm lại, chất lượng cho vay tiêu dùng không chỉ chịu ảnh hưởng từ những nhân tố bên trong ngân hàng thương mại mà còn từ nhiều nhân tố khác quan trọng. Hoạt động đó tốt hay xấu, mạnh hay yếu đều do các nhân tố này quyết định.

1.3.2. Nhân tố chủ quan

Những nhân tố chủ quan thuộc về phía các ngân hàng thương mại có tác động lớn đến nâng cao hay giảm sút chất lượng cho vay tiêu dùng. Có năm nhân tố như sau:

Chính sách tín dụng

Chính sách tín dụng phản ánh cương lĩnh tài trợ của một ngân hàng, trở thành hướng dẫn chung cho cán bộ và nhân viên ngân hàng, tăng cường chuyên môn hóa trong phân

tích tín dụng, tạo sự thống nhất chung nhằm hạn chế rủi ro và tăng khả năng sinh lời. Vì thế, nó là nhân tố hàng đầu ảnh hưởng đến hoạt động cho vay tiêu dùng. Chính sách tín dụng của mỗi ngân hàng là khác nhau tùy thuộc vào tình hình và khả năng hoạt động của ngân hàng đó. Nếu các yếu tố này được đưa ra một cách hợp lý, linh hoạt, đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng thì hoạt động CVTD của ngân hàng sẽ ngày một nâng cao hơn. Còn ngược lại, chính sách tín dụng cứng nhắc, kém linh hoạt thì sẽ giảm sự cạnh tranh của ngân hàng với các ngân hàng khác. Để xây dựng được một chính sách tín dụng hợp lý và hiệu quả thì không thể thiếu được những thông tin tín dụng chính xác và kịp thời. Về cơ bản, nội dung của chính sách tín dụng bao gồm chính sách khách hàng, chính sách marketing, chính sách về quy mô và giới hạn tín dụng, chính sách lãi suất và thời hạn tín dụng, chính sách về các khoản đảm bảo...

Chính sách khách hàng

Ngân hàng thường tiến hành phân loại khách hàng. Những khách hàng truyền thống, khách hàng mục tiêu, khách hàng được xếp hạng cao thường được hưởng nhiều ưu đãi của ngân hàng thương mại. Một chính sách khách hàng hấp dẫn, chính sách marketing hướng tới nhóm khách hàng là khách hàng vay tiêu dùng sẽ thúc đẩy người tiêu dùng đến vay vốn tại ngân hàng. Từ đó chất lượng cho vay tiêu dùng được nâng cao và ngược lại.

Quy mô và giới hạn tín dụng

Bên cạnh các quy định của pháp luật về giới hạn cho vay, mỗi ngân hàng thường có quy định riêng về quy mô và các giới hạn đối với từng khách hàng cụ thể.

Chính sách lãi suất

Lãi suất cho vay của ngân hàng thương mại có tác động tới nhu cầu vay vốn của khách hàng vay tiêu dùng. Một mức lãi suất cao sẽ hạn chế ý muốn vay mượn của khách hàng. Ngược lại, ngân hàng sẽ áp dụng mức lãi suất cho vay thấp khi muốn nâng cao chất lượng cho vay đối với khách hàng vay tiêu dùng. Chi phí vốn thấp góp phần giảm gánh nặng chi phí cho khách hàng. Khi đó, nhiều khách hàng tìm đến ngân hàng để vay vốn cho nhu cầu tiêu dùng. Số lượng khách hàng vay tiêu dùng tại ngân hàng tăng lên nghĩa là chất lượng cho vay tiêu dùng được cải thiện và ngược lại.

Quy trình cho vay

Một quy trình cho vay rườm rà, phức tạp, tốn thời gian nhiều khi làm ảnh hưởng đến nhu cầu tiêu dùng của khách hàng. Do đó, quy trình thủ tục cho vay của ngân hàng cần phải đơn giản, hợp lý, vừa đảm bảo để ngân hàng có được những thông tin cần thiết, vừa không gây phiền hà cho khách hàng. Việc xây dựng một quy trình CVTD hợp lý và hiệu quả có ý nghĩa rất lớn trong công tác ngăn ngừa và hạn chế rủi ro, đồng thời nó còn gây được cảm tình với khách hàng và thu hút nhiều khách hàng hơn.

Quy mô và cơ cấu tổ chức của ngân hàng thương mại

Đây là nhân tố ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng cho vay tiêu dùng. Với lượng vốn dồi dào, ngân hàng sẽ dễ dàng hơn đối với các chính sách tín dụng nhằm mở rộng cho vay. Ngược lại, nếu hoạt động huy động vốn của ngân hàng gặp khó khăn thì ngân hàng sẽ không đáp ứng đủ nhu cầu vay của khách hàng. Tình trạng thiếu vốn khiến ngân hàng tăng

lãi suất huy động, từ đó lãi suất cho vay cũng phải tăng lên. Khi đó, sức cạnh tranh của ngân hàng giảm đi và chất lượng cho vay tiêu dùng bị hạn chế.

Bên cạnh đó, cơ cấu nguồn vốn của ngân hàng cũng ảnh hưởng đến chất lượng cho vay tiêu dùng. Nếu tỷ trọng nguồn vốn ngắn hạn quá lớn, ngân hàng không đủ nguồn trung dài hạn để tài trợ cho các nhu cầu vốn dài hạn của khách hàng. Vì vậy, chất lượng cho vay tiêu dùng phần nào đó bị ảnh hưởng.

Đội ngũ cán bộ nhân viên của ngân hàng thương mại

Ngành dịch vụ có đặc điểm nổi bật là chất lượng dịch vụ phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố con người. Ngân hàng là doanh nghiệp cung cấp dịch vụ tài chính. Nhân viên ngân hàng thường xuyên tiếp xúc với khách hàng, do đó, là hình ảnh đại diện cho ngân hàng trong mắt khách hàng. Đội ngũ nhân viên có trình độ, có tác phong chuyên nghiệp, thái độ phục vụ chu đáo, nhiệt tình sẽ để lại cho khách hàng ấn tượng tốt. Sự hài lòng của khách hàng sẽ giúp cho việc nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại thuận lợi hơn.

Mạng lưới chi nhánh và cơ sở vật chất thiết bị của ngân hàng thương mại

Số lượng và sự phân bố chi nhánh của ngân hàng cũng tác động tới chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại. Khách hàng thường giao dịch với ngân hàng có vị trí địa lý gần địa bàn hoạt động của mình để giảm chi phí về thời gian và phương tiện đi lại. Vì thế, việc nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng sẽ đạt hiệu quả hơn nếu như ngân hàng thương mại có mạng lưới chi nhánh dày và rộng, trụ sở, phòng giao dịch khang trang, lịch sự.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Toàn bộ chương 1 đề khái quát đến những vấn đề cụ thể của CVTD như: khái niệm, hình thức, đặc điểm, phân loại, vai trò cũng như cách phát triển, các nhân tố ảnh hưởng và quản trị rủi ro của nó trong hoạt động của ngân hàng thương mại. Đồng thời, ở chương này cũng giúp chúng ta nhìn thấy được sự tiềm năng, sự hiện đại, quan trọng của CVTD và lợi ích của nó mang lại đối với 3 bên là ngân hàng, doanh nghiệp và khách hàng. Nó cũng là một nhân tố quan trọng để thúc đẩy sự phát triển nền kinh tế - xã hội.

Trên cơ sở lý luận của chương này đã đưa ra cách thức nghiên cứu thực trạng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum để giúp chúng ta hiểu rõ hơn về hoạt động này.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU CHI NHÁNH KON TUM

2.1. GIỚI THIỆU VỀ NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU ACB – CHI NHÁNH KONTUM

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

- Tên doanh nghiệp: Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu
- Tên viết tắt: ACB
- Trụ sở chính
- + Địa chỉ: 442 Nguyễn Thị Minh Khai, P.5, Q.3, thành phố Hồ Chí Minh
- + Số điện thoại: 028 3929 0999
- + Hotline: 1900 5454 64 (Tổng đài chăm sóc khách hàng)
- + Số Fax: 028 3839 9885
- + Website: www.acb.com.vn
- + Email: acb@acb.com.vn
- Chi nhánh KonTum
- + Địa chỉ: Số 252 Đường Kon Tum, Tỉnh Kon Tum. Lê Hồng Phong, Phường Quyết Thắng, Tp. Kon Tum
- + Số điện thoại: 026 0385 4999
- + Số Fax: 026 0385 4888

+ Lịch sử phát triển của chi nhánh KonTum: Ngân hàng TMCP Á Châu – CN Kon Tum (ACB – CN Kon Tum) được thành lập và bắt đầu đi vào hoạt động từ ngày 04/07/2011 tại địa chỉ 94 Trần Phú, phường Thắng Lợi, thành phố Kon Tum, tỉnh Kon Tum. Trải qua gần 9 năm hoạt động và phát triển, ACB – CN Kon Tum đã và đang khẳng định vị trí trong ngành ngân hàng trên địa bàn tỉnh. Đến ngày 19/02/2019, Chi nhánh được khánh thành tại địa chỉ mới 252 Lê Hồng Phong, Phường Quyết Thắng, Thành phố Kon Tum, Tỉnh Kon Tum. Hiện nay, Ngân hàng có khoảng hơn 35 nhân viên từ các bộ phận trực thuộc mang nhiều chức năng khác nhau cùng phối hợp hướng tới mục tiêu ACB – Ngân hàng của mọi nhà. ACB Chi nhánh Kon Tum được kết nối trực tiếp với hội sở tại Thành phố Hồ Chí Minh và tất cả các chi nhánh, phòng gia dịch trong hệ thống Ngân hàng Á Châu, tạo điều kiện dễ khách hàng gửi tiền và rút tiền ở mọi nơi trong hệ thống ACB và được cung cấp các dịch vụ qua Ngân hàng điện tử. Chi nhánh hoạt động với các chức năng chủ yếu là nhận tiền gửi bằng đồng Việt Nam, ngoại tệ và vàng; cho vay vốn phục vụ sản xuất kinh doanh, tiêu dùng; thực hiện dịch vụ thanh toán chuyển tiền, chuyển tiền nhanh; thu đổi ngoại tệ; cung cấp các dịch vụ thẻ quốc tế, thẻ nội địa và các dịch vụ Ngân hàng khác.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức

Hiện nay với gần 35 nhân viên đang làm việc, Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum luôn cố gắng tổ chức bộ máy điều hành sao cho gọn nhẹ, vững vàng trình độ, nhưng hiệu quả; nhằm tạo điều kiện thuận lợi để khai thác khả năng của các thành

phần kinh tế trong và ngoài nước, làm tăng nguồn vốn để tài trợ đầu tư dưới mọi hình thức sản xuất, thúc đẩy kinh doanh có hiệu quả

Cơ cấu tổ chức của NH TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum bao gồm: Giám đốc chi nhánh, Phó Giám đốc Phụ trách, Chức danh hội sở và các bộ phận khác được mô tả trong sơ đồ. Chức năng và nhiệm vụ cụ thể như sau:

– **Giám đốc chi nhánh:** Giám đốc ACB CN Kon Tum có chức năng điều hành hoạt động của Chi nhánh, chịu trách nhiệm trước Tổng Giám đốc ACB và trước pháp luật về mọi hoạt động của chi nhánh. Quản lý điều hành, phân công nhiệm vụ đến kiểm soát các hoạt động trong phòng theo sự phân công của Ban giám đốc. Tổ chức xây dựng kế hoạch hàng năm và chiến lược kinh doanh tại Chi nhánh phù hợp với định hướng phát triển của hệ thống và mục tiêu kinh doanh được giao cho Đơn vị. Chỉ đạo các chuyên viên dưới quyền thực hiện nghiêm túc các cơ chế, chính sách, quy trình, quy định của pháp luật và của ACB. Quản lý, kiểm soát, phê duyệt các khoản cấp tín dụng theo phân cấp; kiểm soát tăng trưởng dư nợ, và huy động vốn đảm bảo tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận và an toàn trong hoạt động kinh doanh, phù hợp với các quy định của ACB và Pháp luật. Thực hiện các công việc khác theo sự phân công của Ban giám đốc ACB.

– **Chức danh Hội sở:** Gồm các bộ phận chịu trách nhiệm của hội sở:

+ Thẩm định tài sản: Kiểm tra tính xác thực và đưa ra mức giá của tài sản cần thẩm định.

+ Pháp lý chứng từ: chịu trách nhiệm về thủ tục pháp lý, công chứng các chứng từ liên quan, soạn hợp đồng,...

+ Khối Công nghệ thông tin: thiết lập và sửa chữa hệ thống máy móc, mạng,... của Ngân hàng

+ Phân tích tín dụng: phân tích quá trình cung cấp tín dụng cho khách hàng vay

– **Phó giám đốc** kiêm Trưởng phòng tín dụng: Trực tiếp chỉ đạo, điều hành các mảng công việc được phân công. Tham mưu, đề xuất tổ chức xây dựng kế hoạch hàng năm và chiến lược kinh doanh đối với KHCN phù hợp với định hướng phát triển của hệ thống và mục tiêu kinh doanh được giao cho chi nhánh. Quản lý, kiểm soát, phê duyệt các khoản cấp tín dụng theo phân cấp; kiểm soát tăng trưởng dư nợ, và huy động vốn từ nhóm khách hàng cá nhân đảm bảo tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận và an toàn trong hoạt động kinh doanh, phù hợp với các quy định của ACB và Pháp luật. Thực hiện các công việc khác theo sự phân công của Giám đốc KHCN, Ban giám đốc.

– **Bộ phận Khách hàng doanh nghiệp** thực hiện các hoạt động phục vụ đối tượng là các *doanh nghiệp*, **Phòng Khách hàng cá nhân** hoạt động các sản phẩm và dịch vụ liên quan đến đối tượng *cá nhân*. Nhìn chung chịu trách nhiệm với các công việc sau đây:

+ Lập kế hoạch và tổ chức huy động vốn từ thị trường cấp I nhằm đảm bảo mục tiêu ngân sách của Ngân hàng hàng năm và dài hạn về số dư huy động, chi phí vốn huy động.

+ Tìm kiếm, phân tích đề xuất việc cấp tín dụng cho khách hàng.

+ Chịu trách nhiệm theo dõi, quản lý các khoản tín dụng đã cấp.

+ Nghiên cứu, phát triển các sản phẩm tín dụng phù hợp với chiến lược chung của Ngân hàng.

+ Thực hiện dịch vụ thanh toán trong nước và quốc tế.

+ Ngoài trình độ chuyên môn, hiện nhân viên tín dụng ở đây có những cái nhìn nhạy bén để đối phó những hiện tượng muôn hình muôn vẻ của các khoản cho vay, các khách hàng tiềm ẩn, đồng thời nhân viên tín dụng làm việc trên tinh thần đoàn kết vì lợi ích của Ngân hàng và luôn tuân thủ các quy định về nghiệp vụ hoạt động tín dụng của Ngân hàng.

– **Dịch vụ khách hàng:** Thực hiện xây dựng chính sách khách hàng, thực hiện chỉ đạo, điều hành, quản lý hoạt động kinh doanh (bao gồm cho vay, huy động vốn, thanh toán quốc tế, làm thẻ...). Đồng thời, phòng khách hàng còn làm nhiệm vụ quản lý, theo dõi, kiểm tra việc thực hiện hoạt động tín dụng và thực hiện hoạt động tín dụng và thực hiện hạn mức được cấp cho các sản phẩm vay, tài trợ thương mại, và là đầu mối tổ chức thực hiện khai thác các dự án ODA để làm ngân hàng phục vụ hoặc cho vay lại các dự án, tận dụng nguồn vốn nhàn rỗi có chi phí thấp, thu phí, dịch vụ.

– **Chức danh kinh doanh:** Thực hiện giới thiệu, bán chéo các loại sản phẩm, dịch vụ đối với khách hàng cá nhân như huy động, cho vay, thanh toán, thẻ, ... Tìm kiếm, giới thiệu các khách hàng cá nhân, giới thiệu và bán các sản phẩm và dịch vụ của ngân hàng dành cho Khách hàng cá nhân theo danh mục sản phẩm. Tiếp nhận hồ sơ, phối hợp với các Tổ, bộ phận nghiệp vụ khác để hoàn thiện Hồ sơ, cung ứng sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng. Chăm sóc khách hàng, thực hiện công tác tiếp thị, phát triển thị phần, bảo vệ thương hiệu của ACB. Thực hiện các công việc khác do Trưởng phòng kinh doanh giao.

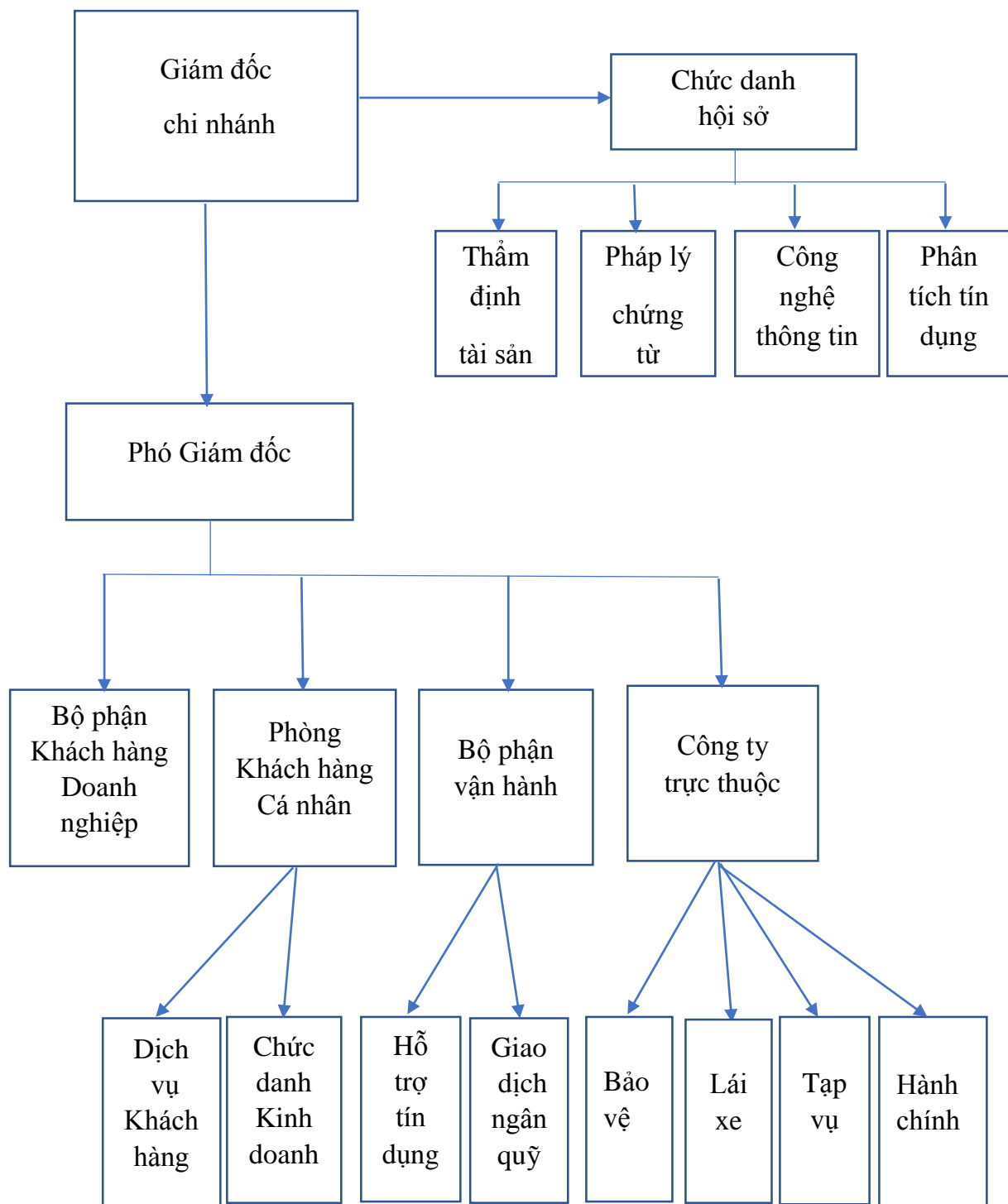
– **Bộ phận vận hành:** thực hiện các công việc liên quan về vận hành của Ngân hàng nói chung theo sự phân công của Ban giám đốc. Cụ thể

+ **Hỗ trợ tín dụng:** Tiếp nhận hồ sơ tín dụng sau khi đã được phê duyệt, kiểm soát hồ sơ theo quy định trước khi trình phê duyệt giải ngân và thực hiện giải ngân trên FCC, thực hiện các thủ tục đảm bảo tiền vay như công chứng, đăng kí giao dịch đảm bảo, nhập kho tài sản đảm bảo. Quản lý khách hàng sau giải ngân. Thực hiện các nghiệp vụ giải ngân, thu nợ, thu phí phát sinh trên FCC. Đơn đốc, phối hợp với các chuyên viên hỗ trợ kinh doanh tín dụng thu hồi nợ đến hạn, quá hạn, xử lý nợ quá hạn theo thẩm quyền. Nhận giấy xác nhận kinh doanh sản phẩm tín dụng của Chuyên viên khách hàng, kiểm tra tính chính xác, nhập phần mềm phân quyền theo quy định. Thực hiện các công việc khác do Quản lý bộ phận hỗ trợ kinh doanh và giám đốc KHCVN giao phó.

+ **Giao dịch Ngân quỹ:** Giao dịch Ngân quỹ có nhiệm vụ kiểm đếm, thu tiền mặt cho khách hàng. Thực hiện đóng gói tiền mặt theo đúng quy định. Thu, chi hộ tại các đơn vị của khách hàng khi có yêu cầu. Giao nộp tiền cho thủ quỹ. Kiểm đếm lại số tiền chi cho khách hàng khi được khách hàng yêu cầu. Kiểm đếm số tiền tồn quỹ. Kiểm đếm tồn quỹ cuối ngày của giao dịch viên chuyển về nhập quỹ chi nhánh/phòng giao dịch. Kiểm đếm tồn quỹ của chi nhánh/phòng giao dịch. Thực hiện công việc khác theo yêu cầu của lãnh đạo.

– **Công ty trực thuộc:** Ngân hàng ACB có công ty trực thuộc riêng chịu trách nhiệm thực hiện các công việc hỗ trợ vận hành như lái xe cho đơn vị thực hiện các nhiệm vụ liên quan. Tập vụ đảm bảo lau dọn sạch sẽ các khu vực công cộng để duy trì hình ảnh chuyên nghiệp của khách hàng. Bảo vệ có nhiệm vụ đảm bảo an ninh ngân hàng; tuần tra và nhắc nhở khách hàng thực hiện đúng nội quy ngân hàng; Đối với các trường hợp khách giao dịch với số tiền lớn bảo vệ ngân hàng cần giám sát, đề phòng các đối tượng có ý tiếp cận để kịp thời xử lý khi có tình huống bất ngờ xảy ra. Hành chính làm các công việc:

- + Chuyên chăm lo công tác tài chính văn phòng, quản lý nhân sự
- + Quản lý mua sắm mọi thiết bị cho Chi nhánh.
- + Chịu trách nhiệm về tiền lương nhân viên và tổ chức, quản lý, phát triển nguồn nhân lực.
- + Đảm bảo phương tiện vận chuyển và di chuyển an toàn.
- + Tổ chức thực hiện công tác bảo vệ cơ quan, kho bãi, phòng cháy, chữa cháy.
- + Đảm trách công tác hậu cần.



Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức ngân hàng ACB – Chi nhánh Kon Tum
 (Nguồn: Phòng Khách hàng cá nhân ngân hàng ACB – CN KT)

2.1.3. Phân tích SWOT

Bảng 2.1. SWOT của Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum

<p><u>Thuận lợi</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Nằm trên trục đường chính đông dân cư - Đội ngũ nhân viên trẻ và năng động - Tích cực đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ, tăng chất lượng và số lượng thẻ - Am hiểu thị trường - Môi trường pháp lý thuận lợi - Tiềm lực tài chính của ngân hàng ở mức khá, tăng trưởng đều qua các năm 	<p><u>Khó khăn</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Số lượng chi nhánh- phòng giao dịch còn ít, chưa tiếp cận được khách hàng ở xa - Hoạt động bán hàng chưa mạnh - Rắc rối trong việc làm thủ tục xử lý nợ làm giấy tờ 1 nơi- nộp tiền 1 nơi - Kinh doanh hiệu quả nhưng chỉ tiêu Vốn điều lệ, Vốn chủ sở hữu, Tổng tài sản vẫn chưa đạt mức mang tính cạnh tranh
<p><u>Cơ hội</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Các doanh nghiệp nhỏ và vừa đang phát triển - Các chính sách mới của Ngân hàng nhà nước - Môi trường kinh doanh của Việt Nam được đánh giá ổn định - Các Ngân hàng tăng cường đầu tư công nghệ số - Các hiệp định thương mại tự do - Lợi nhuận từ hoạt động tài chính phi tín dụng được gia tăng 	<p><u>Thách thức</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Cạnh tranh giữa các ngân hàng trên cùng địa bàn - Mở rộng chi nhánh để tiếp cận các khách hàng ở xa - Đại dịch Covid- 19 vẫn đang diễn ra - Nhu cầu tín dụng giảm - Hạ tầng chi nhánh chưa đáp ứng nhu cầu của hội nhập - Thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao

2.2. KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU CHI NHÁNH KONTUM

2.2.1. Hoạt động huy động vốn

Bảng 2.2. Tình hình huy động vốn của NHTMCPAC chi nhánh KonTum giai đoạn 2019-2021 (Đơn vị: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	2019		2020		2021		So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)
Tổng vốn huy động	490	100%	542	100%	649	100%	52	11%	107	20%

1, Phân theo thành phần kinh tế

Tổ chức kinh tế	236	48%	284	52%	366	56%	48	20%	82	29%
Dân cư	254	52%	258	48%	283	44%	4	2%	25	10%
2, Phân theo kì hạn										
Ngắn hạn	307	63%	353	65%	338	61%	46	15%	-15	-4%
Trung và dài hạn	183	37%	189	35%	211	39%	6	3%	22	12%
3, Phân theo loại tiền										
Nội tệ	421	86%	455	84%	538	83%	34	8%	83	18%
Ngoại tệ (quy đổi ra VNĐ)	69	14%	87	16%	111	17%	18	26%	24	28%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Theo bảng 2.2, tổng nguồn vốn huy động của chi nhánh luôn duy trì xu hướng tăng. Năm 2019, tổng vốn huy động là 490 tỷ. đến năm 2021, tổng vốn huy động đã tăng lên là 649 tỷ tương đương với mức tăng bình quân là 15% mỗi năm. Trong bối cảnh kinh tế khó khăn và lãi suất thị trường cạnh tranh mạnh nhưng nguồn vốn huy động vẫn tăng đều cho thấy các nỗ lực của chi nhánh Kon Tum và định hướng đúng đắn của ngân hàng Á Châu

Xét theo thành phần kinh tế, tỷ trọng huy động vốn từ tổ chức kinh tế và dân cư tương đối đồng đều. Tuy nhiên đã có sự dịch chuyển vốn từ dân cư sang tổ chức kinh tế. Trong năm 2019, tỷ trọng huy động từ dân cư chiếm 52% tổng nguồn vốn huy động nhưng đến năm 2021, tỷ lệ này đã giảm xuống còn 44% và tỷ trọng của tổ chức kinh tế từ 48% trong năm 2019 lên 56% trong năm 2021.

Xét theo kỳ hạn, tỷ trọng huy động vốn ngắn hạn chiếm hơn 50% tuy nhiên tốc độ tăng vốn ngắn hạn bắt đầu chững lại trong khi nguồn vốn huy động trung và dài hạn có xu hướng tăng nhanh hơn cho thấy ngân hàng đã có những chính sách ưu đãi hơn cho khách hàng khi tham gia gửi tiền trung và dài hạn.

Xét về loại tiền, tỷ trọng nội tệ chiếm chủ yếu.

2.2.2. Hoạt động cấp tín dụng

Bảng 2.3. Tình hình cho vay của NHTMCPAC chi nhánh KonTum giai đoạn 2019-2021

(Đơn vị: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	2019		2020		2021		So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)
Tổng dư nợ cho vay	169	100%	178	100%	194	100%	9	5%	16	9%
1, Phân theo thành phần kinh tế										

Tổ chức kinh tế	86	51%	91	51%	101	52%	5	6%	10	11%
Dân cư	83	49%	87	49%	93	48%	4	5%	6	7%
2, Phân theo kì hạn										
Ngắn hạn	90	53%	94	53%	102	53%	4	4%	8	9%
Trung và dài hạn	79	47%	84	47%	92	47%	5	6%	8	10%
3, Phân theo loại tiền										
Nội tệ	135	80%	136	76%	153	79%	1	1%	17	13%
Ngoại tệ (quy đổi ra VNĐ)	34	20%	42	24%	41	21%	8	24%	-1	-2%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Theo bảng 2.3, tổng dư nợ cho vay của chi nhánh luôn duy trì xu hướng tăng. Năm 2019, tổng dư nợ cho vay là 169 tỷ. Đến năm 2021, tổng dư nợ cho vay đã tăng lên 194 tỷ tương đương mức tăng bình quân là 7% mỗi năm. Trong bối cảnh nền kinh tế bị ảnh hưởng trực tiếp từ dịch bệnh covid dẫn đến hoạt động sản xuất kinh doanh của người dân gặp nhiều khó khăn đồng thời đó là hàng loạt ngân hàng cùng giảm lãi suất nhưng ngân hàng vẫn duy trì mức tăng dư nợ theo đúng mục tiêu đề ra cho thấy sự nỗ lực của chi nhánh ACB Kon Tum và định hướng đúng đắn của ngân hàng ACB.

Mặc dù ACB là ngân hàng bán lẻ, hướng đến khách hàng cá nhân. Nhưng trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt giữa các ngân hàng trên địa bàn, ACB chi nhánh Kon Tum vẫn định hướng đa dạng nguồn khách hàng. Thực tế cho thấy, tỷ trọng vay của khách hàng doanh nghiệp là 52% tương đối nhỉnh hơn so với khách hàng cá nhân là 48% trong năm 2021.

Đối với khách hàng cá nhân, mặc dù số lượng vay nhiều nhưng giá trị khoản vay thấp, dẫn đến quy mô dư nợ của khách hàng cá nhân thấp hơn so với khách hàng doanh nghiệp.

2.2.3. Hoạt động thanh toán và ngân quỹ

Bảng 2.4. Khối lượng thanh toán quốc tế giai đoạn 2019-2021 (Đơn vị: nghìn USD)

STT	Chỉ tiêu	2019		2020		2021	
		Số lượng	Giá trị	Số lượng	Giá trị	Số lượng	Giá trị
1	Xuất khẩu	36	2025	33	2350	40	2487
2	Nhập khẩu	39	2534	30	1765	48	2679
3	Tổng	75	4559	63	4115	88	5166

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Đóng chân trên địa bàn Kon Tum – tiếp giáp Lào và Campuchia qua cửa khẩu Bờ Y, bên cạnh đó một số doanh nghiệp có hoạt động xuất nhập khẩu sang các nước như Trung Quốc, Thái Lan,... Nên hoạt động thanh toán quốc tế tại ACB chi nhánh Kon Tum vẫn tương đối nhộn nhịp. Số lượng các giao dịch thanh toán quốc tế trung bình hằng năm từ 60-90 giao dịch với quy mô giao dịch từ 60.000 USD.

Mặc dù hoạt động thanh toán quốc tế không phải là hoạt động chủ yếu của chi nhánh nhưng vẫn góp phần vào trong doanh thu của chi nhánh và nâng cao hình ảnh chi nhánh trong mắt doanh nghiệp trên địa bàn.

2.2.4. Kết quả hoạt động kinh doanh

Bảng 2.5. Kết quả hoạt động kinh doanh của NHTMCPAC chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021

(Đơn vị: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	So sánh 2020/2019		So sánh 2021/2020	
				Chênh lệch	%	Chênh lệch	%
I. Tổng thu	11,77	15,11	18,08	3,34	28%	2,97	20%
1. Cho vay	6,25	8,51	10,06	2,26	36%	1,55	18%
2. Dịch vụ chuyển tiền	0,56	0,67	1,25	0,11	20%	0,58	87%
3. Dịch vụ bảo lãnh	0,89	1,01	0,87	0,12	13%	-0,14	-14%
4. Dịch vụ thẻ	2,67	2,95	3,37	0,28	10%	0,42	14%
5. Dịch vụ thanh toán	0,71	1,23	1,52	0,52	73%	0,29	24%
6. Dịch vụ khác	0,69	0,74	1,01	0,05	7%	0,27	36%
II. Tổng chi	8,381	11,367	10,53	2,986	36%	-0,837	-7%
III. Chênh lệch thu chi	3,389	3,743	7,55	0,354	10%	3,807	102%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Theo bảng 2.5, tổng thu tăng mạnh. Năm 2019, tổng thu của chi nhánh là 11,77 tỷ. Đến năm 2021, tổng thu là 18,08 tỷ tương đương với mức tăng trung bình mỗi năm lên đến 24%. Trong bối cảnh kinh tế khó khăn vì dịch bệnh covid và sự cạnh tranh khốc liệt của các ngân hàng trên địa bàn nhưng ACB chi nhánh Kon Tum vẫn luôn phát triển và tăng mạnh tổng thu theo từng năm cho thấy sự nỗ lực, đoàn kết của toàn bộ nhân viên ACB chi nhánh Kon Tum và cũng nhờ có sự định hướng đúng đắn của ngân hàng.

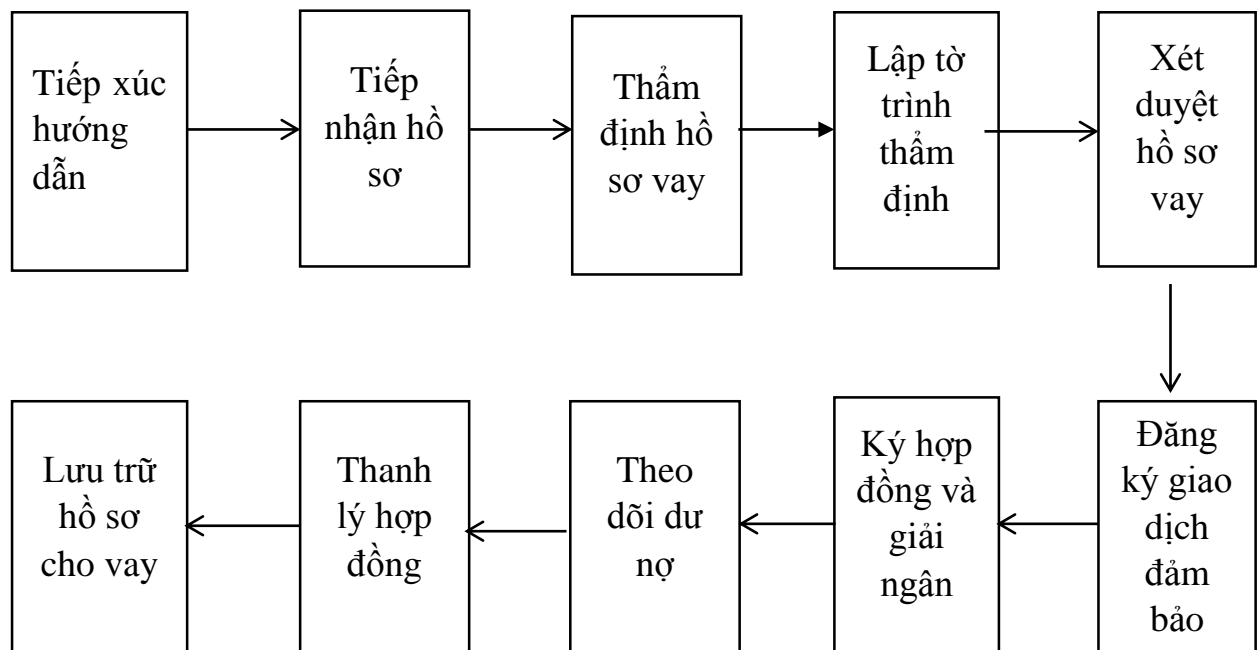
Đóng góp vào sự tăng mạnh của tổng thu đến từ hoạt động cho vay (chiếm hơn 50% tổng thu của chi nhánh) cho thấy sức ảnh hưởng của hoạt động cho vay đến tổng thu và lợi nhuận của chi nhánh.

2.3. THỰC TRẠNG HIỆU QUẢ CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU CHI NHÁNH KONTUM

2.3.1. Các sản phẩm cho vay tiêu dùng tại ACB

- Các sản phẩm cho vay tiêu dùng tại ACB
- + Cho vay trả góp mua nhà ở, nền nhà
- + Cho vay trả góp xây dựng, sửa chữa nhà
- + Cho vay trả góp sinh hoạt tiêu dùng
- + Cho vay hỗ trợ tiêu dùng
- + Cho vay mua xe ô tô
- + Cho vay du học
- + Cho vay cầm cố sổ tiết kiệm, giấy tờ có giá
- + Cho vay thẻ tín dụng (Quốc tế, Nội địa)
- +
- Các hình thức cho vay
- + Có bảo đảm : Bất động sản, xe, các loại giấy tờ có giá,...
- + Không bảo đảm: Dựa vào nhân thân và khả năng trả nợ của khách hàng được thể hiện bởi lịch sử trả nợ của khách hàng, uy tín trong xã hội qua vị trí công tác, bạn bè, người thân, thu nhập và tính ổn định của thu nhập, tính ổn định của nơi cư ngụ và được thẩm định bởi nhân viên kinh doanh hoặc nhân viên thẩm định của ngân hàng.
- Thời hạn vay: Từ 6 đến 120 tháng (Thời hạn áp dụng theo từng loại sản phẩm khác nhau)
- Lãi suất vay: Từ 0.66% đến 0.9% mỗi tháng (Lãi suất linh động theo từng loại sản phẩm khác nhau)

2.3.2. Quy trình cho vay tiêu dùng tại chi nhánh



Sơ đồ 2.2. Quy trình cho vay tiêu dùng tại ngân hàng Á Châu

Nguồn: Phòng khách hàng cá nhân ACB chi nhánh Kon Tum

Bước 1: Tiếp xúc hướng dẫn

Nhân viên tư vấn tài chính cá nhân (PVC) triển khai tiếp xúc khách hàng để tìm hiểu và nắm bắt thông tin về nhu cầu vay vốn của khách hàng, tư vấn về thời hạn khoản vay, số tiền vay, phương thức trả lãi và gốc hàng kỳ, TSDB,... và hướng dẫn khách hàng chuẩn bị các giấy tờ pháp lý và thủ tục cần thiết để hoàn thành hồ sơ vay vốn.

- Bước 2: Tiếp nhận hồ sơ

PFC nhận hồ sơ của khách hàng để kiểm tra xem có đầy đủ và chính xác hay không, nếu thiếu thì liên hệ với khách hàng để được nhân viên tín dụng hỗ trợ hướng dẫn bổ sung. Sau đó, PFC chuyển hồ sơ TSDB cho nhân viên thẩm định giá tài sản (AA) thẩm định TSDB.

Bước 3: Thẩm định hồ sơ vay : Nhân viên phân tích tín dụng (CA) tiến hành thẩm định hồ sơ của khách hàng. Nếu hồ sơ đủ tiêu chuẩn tín dụng thì chuyển sang bước tiếp theo, nếu không chấp nhận tín dụng thì tiến hành lưu trữ thông tin và trả hồ sơ lại cho khách hàng

- Bước 4: Lập tờ trình thẩm định tín dụng

CA tiến hành lập tờ trình thẩm định tín dụng sau đó chuyển sang cho trưởng bộ phận và trưởng đơn vị kiểm tra hồ sơ trước khi trình chuyên viên hoặc ban tín dụng phê duyệt.

- Bước 5: Xét duyệt hồ sơ vay

Dựa trên kết quả thẩm định và tờ trình đã được lập, CA trình hồ sơ cho chuyên viên tín dụng tại trung tâm phê duyệt tín dụng cá nhân (trường hợp các tiêu chí xét cấp tín dụng thuộc nhóm bình thường) hoặc ban tín dụng các cấp theo mức phê duyệt quy định (trường hợp các tiêu chí xét cấp tín dụng có tiêu chí rơi vào nhóm hạn chế). Khi có kết quả phê duyệt, nếu ngân hàng chấp nhận hoặc từ chối cấp tín dụng đều phải thông báo cho khách hàng bằng văn bản.

- Bước 6: Công chứng, chứng thực và đăng ký giao dịch bảo đảm

Nhân viên pháp lý chứng từ (LOD) cùng với khách hàng tiến hành công chứng, đăng ký giao dịch bảo đảm để hoàn tất hồ sơ về TSDB.

Bước 7: Ký hợp đồng tín dụng và giải ngân

Nhân viên pháp lý chứng từ lập hợp đồng tín dụng. Khách hàng tiến hành ký hợp đồng tín dụng với trưởng đơn vị. Dịch vụ tín dụng tiến hành tạo tài khoản tiền vay cho khách hàng và lập phiếu yêu cầu giải ngân.

- Bước 8: Theo dõi nợ vay

Trong thời gian vay, CA (nhân viên phân tích tín dụng định kỳ hoặc bất thường tiến hành kiểm tra xem khách hàng có sử dụng vốn đúng mục đích hay không. Thông thường CA sử dụng các biện pháp sau: Giám sát hoạt động tài khoản của khách hàng tại ngân hàng; Viếng thăm và kiểm tra địa điểm hoạt động sản xuất kinh doanh nơi cư ngụ của khách hàng đứng tên vay vốn; Yêu cầu khách hàng xuất trình hóa đơn chứng từ liên quan đến việc sử dụng vốn. Trường hợp khách hàng không trả nợ gốc, lãi) đúng kỳ hạn đã thoả thuận trong Hợp đồng tín dụng và có văn bản đề nghị thì CBQHKH xem xét, đề xuất điều chỉnh kỳ hạn nợ, gia hạn nợ. Cấp nào duyệt vay thì cấp đó có quyền phê duyệt, điều chỉnh kỳ hạn

nợ, gia hạn nợ. Khi khoản vay được phân loại là nợ xấu thì được bàn giao sang bộ phận quản lý nợ xấu tại chi nhánh và thực hiện theo các hướng dẫn về quản lý nợ xấu có liên quan.

- Bước 9: Thanh lý hợp đồng tín dụng

Khi hợp đồng tới hạn, khách hàng hoàn tất nghĩa vụ trả nợ gốc và lãi theo thỏa thuận trong hợp đồng, ngân hàng tiến hành thanh lý khoản tín dụng. Nhân viên pháp lý chứng từ thực hiện việc giải chấp TSĐB cho khách hàng. Nếu hợp đồng đến hạn trả nợ mà khách hàng không trả nợ (vi phạm hợp đồng) hoặc chỉ trả một phần nợ gốc và lãi thì ngân hàng sẽ chuyển nợ quá hạn, đồng thời tiến hành quản lý theo dõi nợ quá hạn. Trường hợp khách hàng có nhu cầu trả nợ trước hạn thì cũng tiến hành thanh lý hợp đồng theo quy định hiện hành.

- Bước 10: Lưu trữ hồ sơ tín dụng

Khi khách hàng trả hết nợ CBQHKH phối hợp với CBQTTD và CBDVKH đối chiếu, kiểm tra về số tiền trả nợ gốc, lãi, phí... để tắt toán khoản vay. CBQTTD thực hiện lưu trữ quản lý hồ sơ theo quy định của ngân hàng Á Châu

2.3.3. Phân tích hiệu quả cho vay KHCN tại ACB chi nhánh Kon Tum

a. Phân tích quy mô tín dụng

Bảng 2.6. Tình hình dư nợ CVTD của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm	Năm	Năm	Chênh lệch			
	2019	2020	2021	2020/2019		2021/2020	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Tỷ lệ(%)	Số tiền	Tỷ lệ(%)
Dư nợ CVTD	81	89	95	8	10%	6	7%
Dư nợ cho vay	169	178	194	9	5%	16	9%
Tỷ trọng CVTD (%)	48%	50%	49%	-	-	-	-

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Bảng số liệu 2.6, cho ta thấy:

Cho vay tiêu dùng là hoạt động cho vay quan trọng của chi nhánh (chiếm khoảng 50% tổng dư nợ cho vay của chi nhánh Kon Tum)

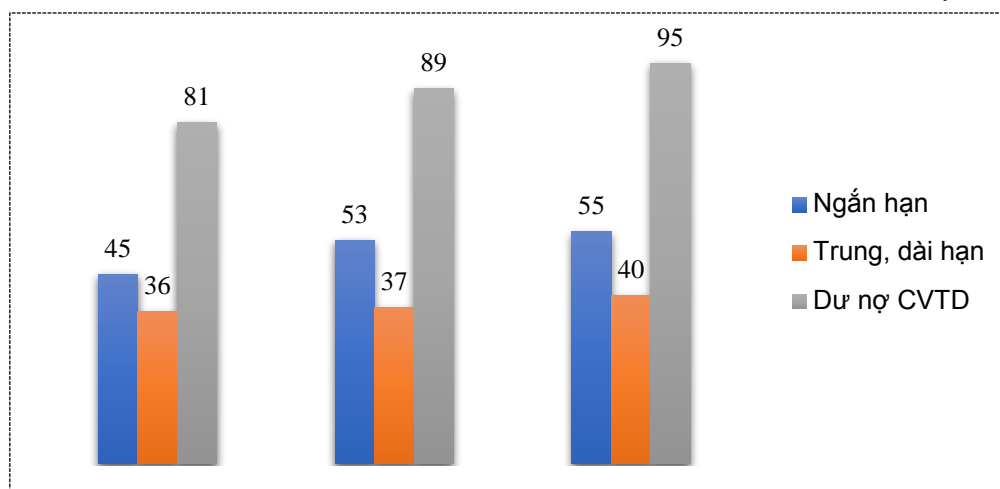
Dư nợ cho vay tiêu dùng liên tục tăng giảm qua các năm, từ 81 tỷ trong năm 2019 lên 95 tỷ trong năm 2021 tương ứng với mức tăng bình quân là 7% mỗi năm

Nguyên nhân của sự tăng lên là do điều kiện cho vay tiêu dùng thông thoáng hơn và số lượng cho vay không cần tài sản đảm bảo tăng dần qua các năm, thời gian giải quyết hồ sơ vay vốn ngày càng được hoàn thiện rút ngắn tối đa để đáp ứng nhanh nhu cầu của khách hàng nên thu hút được nhiều khách hàng hơn. Qua đó ta thấy hoạt động này đang phát triển trong ngân hàng. Tuy nhiên, các khoản CVTD vẫn chiếm một tỷ lệ rất nhỏ trong tổng dư nợ. Do hoạt động cho vay truyền thống của ngân hàng là các doanh nghiệp, TCKT nên

không phải trong một vài năm mà CVTD có thể thay thế được mức dư nợ rất cao của các thành phần này. Mặt khác, nhu cầu cho vay tiêu dùng của người dân Kon Tum cũng ngày càng được mở rộng. Hơn nữa, các khoản cho vay sản xuất có tác động rất mạnh mẽ đến sự phát triển của nền kinh tế - xã hội nên luôn được nhà nước ưu tiên hàng đầu. Vì vậy, mặc dù hoạt động CVTD phát triển qua các năm nhưng nó vẫn chiếm một phần rất nhỏ trong tổng dư nợ nên ngân hàng cần phải phát triển dịch vụ này mạnh mẽ hơn nữa để nó có sức ảnh hưởng hơn với tổng dư nợ tín dụng.

b. Phân tích theo cơ cấu dư nợ CVTD

Đơn vị tính: tỷ đồng



Biểu đồ 2.1 Dư nợ CVTD phân theo kỳ hạn ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Qua biểu đồ 2.1 cho thấy dư nợ CVTD của Ngân hàng có xu hướng tăng lên vào năm 2021. Cụ thể, năm 2019 tổng dư nợ đạt 81 tỷ đồng, nhưng đến năm 2020 dư nợ đạt 89 tỷ đồng chỉ tăng với tỷ lệ 10% so với năm 2019. Năm 2021 dư nợ đạt 91 tỷ đồng tăng 2 tỷ đồng so với năm 2020. Dư nợ tín dụng tăng lên do sự chủ động của Ngân hàng trong điều tiết dư nợ do nhu cầu vốn sản xuất kinh doanh của khách hàng ngày càng cao. Ngân hàng có nghĩa vụ đảm bảo việc cung ứng vốn luôn được sẵn sàng để đẩy mạnh việc lưu thông hàng hóa, thúc đẩy kinh tế phát triển, qua đó cũng góp phần tạo nguồn lợi nhuận cho ngân hàng.

Dư nợ ngắn hạn

Năm 2019 dư nợ cá nhân ngắn hạn là 45 tỷ đồng, chiếm 56% trên tổng dư nợ cho vay, đến năm 2020 dư nợ cá nhân ngắn hạn là 53 tỷ đồng chiếm 59,6%, tăng 8 tỷ đồng tức tăng 10% so với năm 2019. Công tác thu hồi nợ ngắn hạn trong năm 2020 còn chưa tốt, không đạt hiệu quả nên dư nợ vẫn tăng.

Năm 2021, dư nợ ngắn hạn là 55 tỷ đồng chiếm 60%, so với năm 2020 tăng 2 tỷ đồng, tốc độ tăng 2,5%. Ta thấy công tác thu hồi nợ ngắn hạn trong năm 2020 đạt hiệu quả tốt. Chi nhánh nên tích cực nghiên cứu thị trường để điều chỉnh giảm lãi suất cho vay trong ngắn hạn đối với nền kinh tế, niêm yết biểu chi phù hợp với quy định của NHNN và đảm bảo mức phí cạnh tranh nhất trên thị trường. Bên cạnh đó việc phát huy hiệu quả tổng hợp

của các hình thức quảng cáo và các phương tiện thông tin đại chúng, đặc biệt trên truyền hình sẽ giúp chi nhánh thu hút khách hàng, tăng lợi nhuận của mình.

Dư nợ cá nhân trung và dài hạn

Dư nợ cá nhân trung dài hạn chiếm tỷ trọng nhỏ hơn dư nợ cá nhân ngắn hạn trong tổng dư nợ tại chi nhánh qua cả 3 năm. Năm 2019, dư nợ trung và dài hạn là 36 tỷ đồng chiếm 44% , sang năm 2020 dư nợ trung dài hạn là 37 tỷ đồng chiếm 40,4%, tăng 1 tỷ đồng tương ứng 1,3%. Đến năm 2021, dư nợ trung và dài hạn có giảm còn 36 tỷ đồng chiếm 40%, so với năm 2020 có giảm 1 tỷ đồng tương ứng giảm 1,1 %. Công tác thu hồi nợ trung và dài hạn trong năm 2021 được thực hiện khá tốt, có hiệu quả và được quản lý rất chặt nên dư nợ vẫn giảm trong khi doanh số cho vay tăng

Bảng 2.7. Dư nợ CVTD phân theo hình thức đảm bảo của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021		Chênh lệch			
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	2020/2019		2021/2020	
							Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Dư nợ CVTD	81	100%	89	100%	95	100%	8	10%	6	7%
Tín chấp	10,4	13%	11,3	13%	12	13%	0,9	9%	0,7	6%
Có TSĐB	36,5	45%	39,8	45%	42,5	45%	3,3	9%	2,7	7%
Thế chấp	24,5	30%	28,2	32%	31,3	33%	3,7	15%	3,1	11%
Cầm cố	9,6	12%	9,7	11%	9,2	10%	0,1	1%	-0,5	-5%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Nhìn bảng 2.7 ta thấy dư nợ cho vay đảm bảo có xu hướng biến động qua các năm. Năm 2019, cho vay tín chấp là 10,4 tỷ đồng , chiếm 13 % trên tổng dư nợ CVTD. Sang năm 2020, con số này tăng lên 11,3 tỷ đồng, chiếm 13 % trong tổng dư nợ CVTD, so với năm 2019 tăng 0,9 tỷ đồng tương ứng với 9%. Đến năm 2021, cho vay tín chấp đạt 12 tỷ đồng chiếm 13% trong tổng dư nợ CVTD, tăng 0,7 tỷ đồng tương ứng 6% so với năm 2020. Nguyên nhân là do ngân hàng có chương trình ưu đãi hỗ trợ vay vốn không cần TSĐB, chỉ cần dựa vào thu nhập . Bởi đa số khách hàng của chi nhánh là khách hàng quen thuộc, có thu nhập ổn định do đó ngân hàng muốn gia tăng khoản thu nhập của mình nên đã nới lỏng tín dụng.

Trong công tác thẩm định tín dụng, ngân hàng luôn coi trọng khâu đánh giá TSĐB vì đây là biện pháp cuối cùng để ngân hàng có thể thu hồi vốn trong trường hợp khách hàng không trả được nợ, chính vì vậy dư nợ cho vay có TSĐB luôn chiếm tỷ trọng cao. Năm 2019, cho vay có TSĐB là 36,5 tỷ đồng chiếm 45 % trong tổng dư nợ CVTD. Sang năm 2020, đã tăng lên 39,8 tỷ đồng chiếm 45% trên V, so với năm 2019 cho vay có TSĐB đã tăng lên 3.3 tỷ đồng tương ứng với 9%. Đến năm 2021, cho vay có TSĐB là 42,5 tỷ đồng chiếm 45% trong tổng dư nợ CVTD, đã tăng lên 2,7 tỷ đồng tương ứng với 7% so với năm

2020. Sự tăng lên này là do tăng trưởng tín dụng ngân hàng tăng lên và để hạn chế rủi ro tín dụng nên cho vay TSĐB cũng tăng theo.

Cho vay theo hình thức thế chấp tăng dần qua các năm. Năm 2019, cho vay theo hình thức thế chấp là 24,5 tỷ đồng chiếm 30% trong tổng dư nợ CVTD. Sang năm 2020, Cho vay có thế chấp là 28,2 tỷ đồng chiếm 32% trên tổng dư nợ CVTD, tăng lên 3,7 tỷ đồng tương ứng với 15% so với năm 2019. Đến năm 2021, đã đạt 31,3 tỷ đồng chiếm 33% trên tổng dư nợ CVTD, so với năm 2020 đã tăng 3,1 tỷ đồng tương ứng 11% . Bởi cho vay thế chấp hiện nay là biện pháp an toàn cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng khi Ngân hàng nắm giữ các giấy tờ về tài sản của khách hàng. Mặt khác chi phí bỏ ra để bảo quản tài sản thế chấp thấp hơn so với tài sản cầm cố.

Cho vay theo hình thức cầm cố chiếm tỷ trọng nhỏ nhất trong tổng dư nợ và có xu hướng không ổn định qua các năm. Năm 2019, cho vay cầm cố là 9,6 tỷ đồng chiếm 12% trong tổng dư nợ CVTD. Sang năm 2020 là 9,7 tỷ đồng chiếm 11%, có tăng nhưng chỉ tăng được 0,1 tỷ đồng tương ứng với 1% so với năm 2019. Đến năm 2021, cho vay cầm cố đã giảm còn 9,2 tỷ đồng chiếm 10% trong tổng dư nợ CVTD, so với năm 2020 đã giảm 0,5 tỷ đồng tương ứng đã giảm 5% . Do hoạt động cho vay cầm cố các tài sản chủ yếu là máy móc, thiết bị, phương tiện vận tải, hàng hóa khi cầm cố quyền sử dụng tài sản nhiều khả năng thuộc về khách hàng. Mặt khác tài sản là bất động sản nên dễ dàng bị hỏng, bị hao mòn, giá cả biến động. Đối với giấy tờ có giá, nhiều trường hợp vay vốn đã được thực hiện với tài sản cầm cố là chứng khoán “ảo”. Trong các trường hợp này, rủi ro thường rơi về các ngân hàng đã ứng vốn ra cho vay, trong khi việc thu hồi lại vốn vay không hề đơn giản. Chính vì vậy, ngân hàng cần nâng cao công tác thẩm định tài sản cầm cố chặt chẽ, để có thể thu hồi nợ trong trường hợp khách hàng không có khả năng trả nợ.

Bảng 2.8. Dư nợ CVTD phân theo mục đích vay của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021		Chênh lệch			
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	2020/2019		2021/2020	
							Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Cho vay mua đất, xây nhà	46	57%	51	57%	53	58%	5	11%	2	4%
Cho vay mua xe	27	33%	29	33%	30	33%	2	7%	1	3%
CVTD khác	8	10%	9	10%	12	9%	1	13%	3	33%
Dư nợ đối với CVTD	81	100%	89	100%	95	100%	8	13%	6	7%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Nhìn tổng quát qua bảng 2.8, cho thấy tình hình dư nợ theo mục đích sử dụng có sự biến động trong 3 năm qua.

Cho vay mua đất xây nhà: Năm 2019, dư nợ cho vay mua đất, xây nhà là 46 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 57% trong tổng dư nợ cho vay 81 tỷ đồng. Đến năm 2020, cho vay mua đất, xây nhà tăng 5 tỷ đồng tương ứng 11% , năm 2020 đạt mức 51 tỷ đồng chiếm 57% trong tổng dư nợ đối với CVTD

Cho vay mua xe: Ngân hàng đã tạo ra sự chuyển biến tích cực mức tăng trưởng dư nợ như sau: tình hình dư nợ cho vay tăng đều qua các năm, cụ thể năm 2019 là 27 tỷ đồng chiếm 33% trong tổng dư nợ CVTD. Đến năm 2020 là 19 tỷ đồng chiếm 33 % trong tổng dư nợ CVTD, tăng 2 tỷ đồng tương ứng 7% so với năm 2019. Năm 2021, con số này tăng đến 30 tỷ đồng chiếm 33% trong tổng dư nợ CVTD ,tăng 1 tỷ đồng tương ứng 3% so với năm 2020. Hơn nữa, hoạt động tín dụng tại ngân hàng cũng được mở rộng nhanh chóng nên có sự tăng trưởng này. Sản phẩm cho vay mua xe ngày càng được chi nhánh chú trọng. CVTD đã thu hút được số lượng lớn CBCNV của các cơ quan, đơn vị, thắt chặt mối quan hệ không chỉ với CBCNV mà còn với các cơ quan đơn vị mà họ đang làm việc, làm tiền đề cho các kế hoạch sử dụng sản phẩm của ngân hàng. Tuy nhiên ngân hàng cũng nên xem xét, cân nhắc để bảo đảm an toàn trong hoạt động tín dụng của mình.

CVTD khác: Năm 2019 là 8 tỷ đồng chiếm 10 trong tổng dư nợ CVTD, năm 2020 có tăng 1 tỷ đồng tương ứng 13% đạt mức 9 tỷ đồng trong tổng dư nợ CVTD, sang năm 2021 thì CVTD khác tăng mạnh đạt 12 tỷ đồng chiếm 9% trong tổng dư nợ CVTD, đã tăng 3 tỷ đồng tương ứng với 33% so với năm 2020. Thực hiện chủ trương của NHNN khuyến khích tăng trưởng dư nợ nhưng phải cơ cấu lại danh mục tín dụng hợp lý và kiểm soát chặt chẽ chất lượng tín dụng.

Bảng 2.9. Tình hình dư nợ CVTD phân theo phương thức cho vay ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021		Chênh lệch			
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	2020/2019		2021/2020	
							Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Cho vay từng lần	46	57%	54,7	61%	61,9	65%	8,7	19%	7,24	13%
Cho vay theo HMTD	35	43%	34,3	39%	33,1	35%	-0,7	-2%	-1,2	-4%
Dư nợ đối với CVTD	81	100%	89	100%	95	100%	8	10%	6	7%

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Nhìn vào bảng số liệu 2.9, có thể thấy

Cho vay từng lần đang dần chiếm ưu thế so với cho vay theo HMTD cả về tỷ trọng và mức tăng về giá trị tiền vay giữa các năm. Cho vay từng lần năm . Năm 2019, cho vay từng lần là 46 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 57% trên tổng dư nợ CVTD. Sang năm 2020 tăng lên đạt 54,7 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 61% trên tổng dư nợ CVTD, đã tăng lên 8,7 tỷ đồng tương ứng 19% so với năm 2019. Năm 2021, cho vay từng lần tăng 7,24 tỷ đồng tương ứng 13% so với 2020, đạt mức 61,9 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 65% trên tổng dư nợ CVTD. Chi phí trong hoạt động cho vay nhỏ lẻ, phục vụ người dân tiêu dùng là rất lớn nhưng bù lại khi cho vay từng lần, chênh lệch lãi suất giữa đầu vào và đầu ra tương đối tốt. Ngân hàng có thể dùng khoản lợi nhuận này để bù đắp cho các chi phí khác, đồng thời khi cho vay phân tán tính an toàn thường cao hơn đối với các khoản vay lớn, rủi ro tiềm ẩn nhiều hơn. Ngoài ra phương thức vay từng lần có những ưu điểm như hồ sơ khoản vay rõ ràng, tách biệt, dễ quản lý.

Bên cạnh đó, cho vay theo hạn mức tín dụng chiếm tỷ trọng nhỏ hơn trong tổng dư nợ CVTD.. Nguyên nhân do hình thức vay này thường chỉ phù hợp đối với các doanh nghiệp, các cá nhân thường không có nhu cầu vay vốn thường xuyên, lãi suất thường không ổn định và thường cao hơn cho vay từng lần. Cho vay theo HMTD qua các năm có giảm nhẹ, năm 2019 là 35 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 43%, đến năm 2020 là 34,3 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 39%, đã có giảm 0,7 tỷ đồng tương ứng giảm 3% so với năm 2019. Sang năm 2021, vẫn tiếp tục giảm còn 22,1 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 35% trên tổng dư nợ CVTD, so với năm 2020 đã giảm 1,2 tỷ đồng tương ứng giảm 4%. Ngân hàng thường cho vay mua nhà, sửa chữa nhà, vì vậy hình thức cho vay theo hạn mức tín dụng là phù hợp. Điều này cho thấy ngân hàng cần dùng nhiều biện pháp để tăng cho vay theo hạn mức tín dụng bởi thủ tục đơn giản, giúp các cá nhân chủ động về vốn, nâng cao uy tín và quan hệ với khách hàng.

Tóm lại, thông qua các số liệu và bảng phân tích trên ta thấy được sự tăng cân đối và hài hòa của CVTD trong cơ cấu cho vay của Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á chi nhánh KonTum . Sự cân đối trong cơ cấu cho vay sẽ ảnh hưởng đến sự phát triển đồng bộ của các sản phẩm cho vay nói chung và của CVTD nói riêng. Tuy nhiên chi nhánh cũng cần nỗ lực hơn nữa để đưa ra nhiều biện pháp hiệu quả đáp ứng nhu cầu của khách hàng một cách tốt nhất, cũng như tạo ra lợi nhuận cho chi nhánh

c. Phân tích chất lượng tín dụng

Bảng 2.10. Hệ số chất lượng CVTD của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm	Năm	Năm	Chênh lệch			
	2019	2020	2021	2020/2019		2021/2020	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Nợ quá hạn CVTD	1,78	2,58	3,1	0,8	45%	0,52	20%
Nợ xấu CVTD	1,18	1,76	1,95	0,58	49%	0,19	11%
Dư nợ CVTD	81	89	95	8	10%	6	7%
NQH/ Tổng dư nợ CVTD	2,20	2,90	3,26	0,70	-	0,36	-
Nợ xấu/ Tổng dư nợ CVTD	1,46	1,98	2,05	0,52	-	0,08	-
Nợ xấu/ NQH CVTD	66%	68%	63%	-	-	-	-

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Qua bảng 2.10, ta thấy cả nợ xấu và nợ quá hạn đều có xu hướng tăng, trong đó:

Trong năm 2019, nợ quá hạn CVTD là 1,78 tỷ đồng chiếm 2,2 % trên tổng dư nợ CVTD, nợ xấu CVTD là 1,18 tỷ đồng chiếm 1,46% trên tổng dư nợ CVTD, tỷ lệ nợ xấu trên nợ quá hạn CVTD là 66%

Sang năm 2020, nợ quá hạn CVTD là 2,58 tỷ đồng chiếm 2,9 % trên tổng dư nợ CVTD, nợ xấu CVTD là 1,76 tỷ đồng chiếm 1,98% trên tổng dư nợ CVTD, tỷ lệ nợ xấu trên nợ quá hạn CVTD là 68%. Năm 2019 so với năm 2018, nợ quá hạn tăng 0,8 tỷ đồng tương ứng 45%, nợ xấu tăng 0,58 tỷ đồng tương ứng 49%, tỷ lệ nợ quá hạn trên tổng dư nợ CVTD tăng 0,7%, tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ CVTD tăng 0,52%

Đến năm 2021, nợ quá hạn CVTD là 3,1 tỷ đồng chiếm 3,26 % trên tổng dư nợ CVTD, nợ xấu CVTD là 1,95 tỷ đồng chiếm 2,05% trên tổng dư nợ CVTD, tỷ lệ nợ xấu trên nợ quá hạn CVTD là 63%. Năm 2019 so với năm 2018, nợ quá hạn tăng 0,52 tỷ đồng tương ứng 20%, nợ xấu tăng 0,19 tỷ đồng tương ứng 11%, tỷ lệ nợ quá hạn trên tổng dư nợ CVTD tăng 0,36%, tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ CVTD tăng 0,08%

Nợ xấu và nợ quá hạn tăng kéo theo tỷ lệ nợ xấu và nợ quá hạn tăng mạnh từ 1,46% và 2,2% trong năm 2019 lên 2,05 và 3,26% trong năm 2021. Mặc dù vẫn trong mức cho phép (< 5%) nhưng đây là tỷ lệ khá cao và có thể gây rủi ro cho ngân hàng.

Nguyên nhân nợ xấu CVTD tăng cao là do việc khách hàng sử dụng vốn không đúng mục đích, hoặc sử dụng đúng nhưng việc kinh doanh không mang lại hiệu quả. Vì vậy họ không thể trả vốn và lãi đúng hạn, dẫn đến nợ xấu tăng cao. Ngoài ra, chi nhánh đã có phần chủ quan trong công tác nhận định rủi ro của các khoản vay, xử lý chưa triệt để nợ nhóm

2 đã dẫn đến phát sinh thêm nợ xấu. Nhìn chung, tỷ lệ nợ xấu của chi nhánh trong CVTD tuy có sự tăng giảm nhưng cũng khá an toàn và phù hợp với toàn hệ thống và nhỏ hơn nhiều so với NHTM khác trong 3 năm là giai đoạn kinh tế đầy biến động. Có thể nói, nợ xấu CVTD không phải nguyên nhân chính trong nợ xấu của chi nhánh, nhưng trong tương lai chi nhánh cần luôn chú ý đến khoản mục này vì gia tăng nợ xấu gây bất lợi lớn cho hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Chi nhánh đã có những biện pháp quản lý chặt chẽ đạo đức nghề nghiệp nhân viên, nâng cao khả năng thu hồi nợ và chi nhánh cần sử dụng mọi biện pháp để thu hồi nợ, tránh làm gia tăng nợ xấu, ảnh hưởng đến lợi nhuận của mình.

Bảng 2.11. Chỉ tiêu vòng quay vốn CVTD của ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm	Năm	Năm	Chênh lệch			
	2019	2020	2021	2020/2019		2021/2020	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Doanh số thu nợ CVTD	85	91	99	6	7%	8	9%
Dư nợ CVTD	81	89	95	8	10%	2	2%
Vòng quay vốn CVTD	1,05	1,02	1,09	0,027	-	0,0654	-

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Nhìn vào bảng số liệu 2.11, ta thấy

Vòng quay vốn tín dụng của ngân hàng chính là tỷ lệ giữa doanh số thu nợ CVTD trên tổng dư nợ CVTD, chỉ tiêu này cho biết một đồng vốn bỏ ra thì thu về bao nhiêu đồng để tái sử dụng cho vay trong một kỳ xác định. Năm 2019, vòng quay vốn tín dụng là 1,05 vòng, sang năm 2020 vòng quay vốn CVTD là 1,02, năm 2020 giảm 0,03 vòng so với năm 2019. Năm 2021, vòng quay vốn tín dụng đạt 1,09 vòng tăng 0,07 so với năm 2020 vòng do công tác thu nợ của chi nhánh đạt hiệu quả cao dẫn đến doanh số thu nợ CVTD tăng nhiều hơn so với sự tăng lên của dư nợ CVTD. Sự suy giảm năm 2020 do, nền kinh tế khó khăn kéo theo sự khó khăn trong việc thu hồi vốn của các TCKT và suy giảm đối với thu nhập của dân cư nên họ không có tiền nhàn rỗi để trả nợ cho ngân hàng dẫn đến doanh số thu nợ của ngân hàng giảm nhiều hơn so với dư nợ tín dụng. Vì vậy, ngân hàng cần có những biện pháp tăng vòng quay vốn để nguồn vốn của mình được sử dụng hiệu quả hơn, đáp ứng nhu cầu vốn cho nhiều khách hàng khác cũng như gia tăng tối đa lợi nhuận của mình. Vòng quay vốn càng lớn chứng tỏ chất lượng cho vay tiêu dùng đang ngày càng được nâng cao và đem lại lợi nhuận cao cho người tiêu dùng cũng như lợi ích cho ngân hàng.

Bảng 2.12. Tỷ lệ trích lập DPRR CVTD ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm	Năm	Năm	Chênh lệch			
	2019	2020	2021	2020/2019		2021/2020	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
DPRR được trích	1,56	1,98	2,75	0,42	27%	0,77	39%
Dư nợ CVTD	81	89	95	8	10%	6	7%
Tỷ lệ trích(%)	1,93	2,22	2,89	0,30	-	0,670	-

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Nhìn vào bảng số liệu 2.12, ta thấy

Do tỷ lệ nợ xấu và nợ quá hạn tăng cao, kéo theo trích lập dự phòng rủi ro tăng. Tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro đã tăng từ 1,93 trong năm 2019 lên 2,89 trong năm 2021.

Tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro cao sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả hoạt động cho vay của chi nhánh.

d. Lợi nhuận từ cho vay tiêu dùng

Bảng 2.13. Thu nhập từ CVTD ngân hàng Á Châu – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm	Năm	Năm	Chênh lệch			
	2019	2020	2021	2020/2019		2021/2020	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Tỷ lệ (%)	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Lợi nhuận từ CVTD	2,15	2,87	3,43	0,72	33%	0,56	20%
Lợi nhuận từ cho vay	4,32	5,21	6,09	0,89	21%	0,88	17%
Tỷ trọng cho vay tiêu dùng(%)	49,76%	55,09%	56,32%	-	-	-	-

(Nguồn: Báo cáo hoạt động kinh doanh của ACHAU BANK – chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2019-2021)

Nhìn vào bảng số liệu 2.13, ta thấy

Để đánh giá chất lượng tín dụng, không thể không nhắc đến chỉ tiêu lợi nhuận. Lợi nhuận là nguồn thu được cuối cùng sau khi đã trừ đi thuế và các chi phí phát sinh, nó là chỉ tiêu thể hiện rõ nhất mức độ hoạt động hiệu quả hay không của ngân hàng, cũng từ đó mà ngân hàng có những chính sách, kế hoạch phát triển hoạt động trong năm kế tiếp. Nhìn từ bảng 3.14 ta thấy lợi nhuận từ cho vay tiêu dùng chiếm một tỷ trọng lớn trong tổng lợi nhuận của ngân hàng. Năm 2019, lợi nhuận từ CVTD là 2,15 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 49,76%

trong tổng lợi nhuận cho vay 4,32 tỷ đồng. Đến năm 2020, lợi nhuận từ cho vay là 5,21 tỷ đồng, trong đó lợi nhuận từ CVTD là 2,87 tỷ đồng, chiếm 55,09%. Sang năm 2021, lợi nhuận từ cho vay và cả từ CVTD đều tăng, lợi nhuận từ CVTD là 3,43 tỷ đồng chiếm 56,32% trong tổng lợi nhuận từ cho vay là 6,09 tỷ đồng. Ta thấy tỷ trọng lợi nhuận từ CVTD tăng đều qua các năm, nó thể hiện hoạt động CVTD đang dần chiếm một phần quan trọng trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Nguyên nhân là do dư nợ CVTD tăng mạnh qua các năm cộng với doanh số thu nợ CVTD cũng tăng đều qua các năm, ngân hàng có thể giảm bớt chi phí trong việc tìm kiếm phương pháp để giải quyết nợ quá hạn, nợ xấu. Với xu thế của nền kinh tế như hiện nay, khi mà lợi nhuận từ các hoạt động cho vay khác ngày một giảm thì ngân hàng cần phải chú trọng và quan tâm nhiều hơn đến CVTD để hoạt động này ngày càng phát triển và có thể thay thế những phần lợi nhuận mất đi từ các nguồn cho vay khác. Tỷ trọng lợi nhuận cho vay tiêu dùng không ngừng tăng cao thì hiệu quả cho vay tiêu dùng cũng ngày càng được cải thiện và ngược lại.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Toàn bộ chương 2, cho ta thấy được thông tin về ngân hàng Á Châu chi nhánh Kon Tum. Qua đó cho ta thấy thực trạng kết quả kinh doanh của chi nhánh trong 3 năm qua (2019-2021), đồng thời có thể thấy được các sản phẩm, quy trình và hệ thống vận hành của chi nhánh. Chương 2 tập trung phân tích về thực trạng và nhận xét tình hình hoạt động kinh doanh của chi nhánh trong vòng 3 năm qua.

CHƯƠNG 3

ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU CHI NHÁNH KON TUM

3.1. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU CHI NHÁNH KON TUM

3.1.1. Kết quả đạt được

Thứ nhất, ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum đã thực hiện nghiêm chỉnh những quyết định, những văn bản do NHNN ban hành về chất lượng khoản vay cũng như quy định về phát triển hoạt động CVTD đối với các cá nhân và hộ gia đình. Chi nhánh luôn thực hiện kiểm tra, rà soát theo định kỳ các hoạt động cho vay diễn ra đối với từng khách hàng, tiến hành đánh giá và có biện pháp phòng chống rủi ro về mất vốn đối với các khoản vay đó. Cụ thể, định kỳ ngân hàng thường cử cán bộ của phòng kiểm tra, kiểm soát nội bộ xuống kiểm tra các nghiệp vụ cho vay diễn ra tại ngân hàng, tra cứu thông tin về khách hàng để biết được khả năng trả nợ cũng như tinh thần trách nhiệm đối với khoản nợ của khách hàng. Hơn nữa, ngân hàng cũng áp dụng các công nghệ tiên tiến trong việc đánh giá khả năng thu hồi của các khoản nợ để có thể xếp chúng vào nhóm thích hợp. Trong quá trình cho vay, chi nhánh luôn tiến hành sàng lọc khách hàng để cho vay với những khách hàng có tình hình tài chính mạnh (thu nhập cao và ổn định), có phương án vay vốn khả thi luôn được ưu tiên hàng đầu và cân nhắc hoặc từ chối cho vay với những khách hàng có biểu hiện yếu kém về tài chính (thu nhập thấp và không ổn định), xuất hiện các khoản nợ xấu tại các tổ chức khác.

Thứ hai, công tác thẩm định cho vay và thu hồi vốn luôn được ngân hàng chú trọng và triển khai một cách hiệu quả. Tỷ lệ nợ quá hạn và nợ xấu vẫn ở mức có thể kiểm soát và chưa gây ra rủi ro lớn đe dọa đến sự an toàn của ngân hàng. Hơn thế nữa, hoạt động này được đánh giá là có mức độ an toàn nhất trong các hoạt động cho vay do món vay nhỏ lẻ, chủ yếu là cho vay cầm cố GTCG/Sổ tiết kiệm, cho vay có TSĐB là quyền sử dụng đất, tài sản hình thành từ các khoản vay đối với các khoản vay mua nhà, bất động sản. Nợ xấu đều có khả năng thu hồi. Tại chi nhánh chưa có một khoản vay nào phải dùng đến TSĐB để thu hồi vốn cho vay.

Những khách hàng vay tiêu dùng chủ yếu là cán bộ công nhân viên chức có nguồn thu nhập ổn định hàng tháng, khi vay 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 của họ. Vì vậy rủi ro đối với khách hàng này không cao và an toàn cho ngân hàng gần như là tuyệt đối.

Đối tượng người lao động vay tiêu dùng chiếm một phần không nhỏ trong dư nợ cho vay, chủ yếu là vay phục vụ đời sống sinh hoạt và thường có tài sản thế chấp hoặc có sự bảo lãnh của bên thứ 3. Đối tượng này có nguồn thu nhập ổn định, có khả năng trả nợ cho ngân hàng và hầu hết các khoản vay đều được trả nợ đúng hạn nên rủi ro của các khoản vay này cũng không cao.

Rủi ro chủ yếu trong hoạt động cho vay tiêu dùng là thiếu thông tin về thị trường bất động sản đối với các khoản vay mua hoặc sửa chữa nhà, do đó rất khó đánh giá khả năng trả nợ của khách hàng với nguồn trả nợ là bất động sản vào cuối kỳ. Tuy nhiên, các khoản vay về bất động sản thì thường có tài sản đảm bảo tiền vay là quyền sử dụng đất và thế chấp bằng tài sản hình thành từ khoản vay trong tương lai hoặc cho vay không có tài sản đảm bảo nhưng có bản cam kết về thu nhập hàng tháng của người vay. Do đó, chi nhánh rất chú trọng vào kiểm soát khoản vay này để hạn chế rủi ro có thể xảy ra với mình.

- Rủi ro lãi suất: Do chi nhánh áp dụng hình thức lãi suất thả nổi nên rủi ro này được hạn chế ở mức thấp nhất.

- Rủi ro về tỷ giá: Các khoản vay của ngân hàng chủ yếu bằng đồng Việt Nam, chỉ có một khoản cho vay đi du học rất nhỏ bằng ngoại tệ nhưng ngân hàng thường xuyên cập nhật tình hình tỷ giá trên thị trường và dùng các biện pháp cũng như chính sách của mình để kiểm soát tỷ giá sao cho hạn chế tối đa rủi ro do tỷ giá gây ra.

Thứ ba, bên cạnh những khoản vay đối với các tổ chức, các doanh nghiệp thì những khoản vay tiêu dùng ngày càng phát triển. Điều này thể hiện qua dư nợ CVTD tăng rõ rệt qua các năm từ 169 tỷ năm 2018 lên đến 194 tỷ năm 2020. Những khoản cho vay này góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, phân tán rủi ro, đa dạng hóa đối tượng cho vay nên mang lại nguồn lợi nhuận đáng kể cho ngân hàng khi mà lợi nhuận từ các khoản vay khác giảm xuống. Bên cạnh đó giúp ngân hàng thu hút được một số lượng lớn khách hàng đến giao dịch và sử dụng các dịch vụ khác như giao dịch tài khoản tiền gửi cá nhân, gửi tiết kiệm, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ thẻ,...từ đó tạo ra những tác động tích cực góp phần phát triển các dịch vụ ngân hàng, thực hiện tốt mục tiêu bán kèm, bán chéo sản phẩm trong chiến lược kinh doanh của ngân hàng.

Ngân hàng đã xây dựng một vài sản phẩm tiêu dùng có tính cạnh tranh cao như là cho vay mua hoặc sửa chữa nhà, cho vay thấu chi và cho vay qua thẻ tín dụng được khách hàng rất ưa chuộng và lựa chọn. Chính lực lượng khách hàng này là kênh quảng cáo tốt nhất cho ngân hàng, giúp hình ảnh và uy tín của ngân hàng được nâng cao trên thị trường

3.1.2. Hạn chế

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 CVTD ngày càng tăng qua các năm nhưng vẫn còn chưa cao, chiếm tỷ trọng cao trong tổng dư nợ tín dụng của ngân hàng. Nhưng 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 của 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, v.v... Mặc 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 ở 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 khách hàng dễ tiếp cận và các chương trình khuyến mại, tặng quà cho khách hàng vào những ngày đặc biệt của họ, v.v... 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, tỷ lệ nợ xấu, nợ quá hạn tăng cao gây rủi ro cho chi nhánh. Đồng thời dẫn đến trích lập dự phòng rủi ro tăng cao, làm giảm hiệu quả kinh doanh của chi nhánh.

Năm là, đối tượng 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 đến 2020 lần lượt là 47 tỷ, 52 tỷ và 56 tỷ. Ngân hàng vẫn còn khá chặt chẽ trong việc cho vay, chỉ tập trung cho vay đối với những khách hàng có TSDB nên có rất nhiều khách hàng có nhu cầu vay vốn mà không được vay. Cụ thể cho vay có TSDB luôn chiếm trên 50 % tổng dư nợ CVTD và tăng dần qua các năm.

Tuy nhiên, việc định giá đối với TSDB ở ngân hàng gặp nhiều khó khăn và việc phát mại 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 trả 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

3.1.3. Nguyên nhân

a. Nguyên nhân chủ quan

Một là, chưa quan tâm đúng mức đối với hoạt động cho vay tiêu dùng. 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 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.

Hai là, quy trình cấp tín dụng 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

Ba là, nguồn nhân lực chưa dồi dào và chưa chuyên nghiệp. 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 cho vay rơi vào tình trạng mất vốn và 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 thực hiện nhiều công việc một lúc nên hiệu quả của các công việc không cao.

Bốn là, công nghệ 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 nghiệp vụ của cán bộ tín dụng còn rất hạn chế. Các công cụ chưa được ứng dụng đồng bộ và hoàn thiện nhất, 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.

Năm là, 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 mại tặng một số tiền nhất định tùy thuộc vào giá trị khoản vay hay tặng thẻ mua hàng cho khách hàng, v.v...

b. Nguyên nhân khách quan

Một là, 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 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 trong việc cho vay truyền thống thì một thị trường CVTD tiềm năng mở ra thì hầu hết 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.

Hai là, 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.

Ba là, yếu tố tâm lý của khách hàng: Do thói quen của người Việt Nam thường ngại đến ngân hàng vay vì thủ tục rườm rà, tốn nhiều thời gian, liên quan đến pháp luật, gây ảnh hưởng đến tổ 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.

Bốn là, 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

3.2. GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG CHO VAY TIÊU DÙNG

3.2.1. Nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm cho vay tiêu dùng

Hoàn thiện sản phẩm cho vay tiêu dùng

Trước khi sử dụng một sản phẩm - dịch vụ của ngân hàng, khách hàng thường có sự so sánh, đánh giá và quyết định lựa chọn sản phẩm của ngân hàng nào có tiện ích và chất lượng cao nhất. Sản phẩm có tiện ích và chất lượng càng cao thì càng thu hút được nhiều khách hàng sử dụng sản phẩm, tạo niềm tin đối với khách hàng và từ đó tạo dựng mối quan hệ lâu dài giữa khách hàng và ngân hàng.

Với phương châm không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, đem lại cho khách hàng sự tiện ích và những thuận lợi tối đa khi giao dịch với ngân hàng, chi nhánh KonTum cần tập trung vào các biện pháp như:

- Bổ sung những tính năng mới cho sản phẩm, thực ra là tăng giá trị sử dụng của sản phẩm dịch vụ như là gia hạn thời hạn sử dụng sản phẩm với mức lãi suất thấp, xây dựng chương trình khuyến mãi tặng quà khi sử dụng sản phẩm, v.v... Đây chính là cách thức hoàn thiện sản phẩm dịch vụ được các ngân hàng sử dụng phổ biến hiện nay.

- Cải tiến quy trình nghiệp vụ cho vay tiêu dùng đảm bảo tính chặt chẽ nhưng gọn nhẹ nhằm giảm bớt thời gian và chi phí cho khách hàng trong việc làm thủ tục vay tiêu dùng như:

+ Linh hoạt về mức cho vay đối với từng đối tượng khách hàng. Nếu một khách hàng có thu nhập cao và họ chứng minh được thu nhập của họ là dài hạn thông qua các hợp đồng lao động thì chi nhánh có thể xem xét cho vay với mức cao hơn và với thời hạn dài hơn mà không sợ rủi ro.

+ Đa dạng hoá các thời hạn cho vay để đáp ứng nhu cầu vay vốn của khách hàng, việc cho vay mua sắm và sửa chữa nhà cần cho vay có thời hạn dài hơn vì nhu cầu vốn vay của khách hàng là khá lớn với thời hạn vay dài, việc cho vay tiêu dùng đối với các hộ gia

đình sản xuất chi nhánh cần xem xét và định kỳ trả nợ gốc và lãi vốn vay cho phù hợp với chu kỳ sản xuất của cây trồng, vật nuôi và khả năng trả nợ của khách hàng.

+ Đa dạng hóa các hình thức trả lãi để tạo điều kiện phù hợp với các đặc điểm nhu cầu của khách hàng. Dựa vào từng lãi suất, từng kỳ hạn, khách hàng có cơ hội lựa chọn các khoản vay thích hợp, đảm bảo cho hoạt động của họ có kết quả cao, đảm bảo trả nợ ngân hàng đúng hạn.

+ Lãi suất phải linh hoạt theo đối tượng vay vốn. Với các khách hàng quen thuộc, có uy tín thì chi nhánh có thể áp dụng một mức lãi suất ưu đãi. Điều đó giúp ngân hàng củng cố mối quan hệ lâu dài với khách hàng, khuyến khích khách hàng sử dụng các tiện ích của các sản phẩm khác mà ngân hàng cung cấp, giúp khách hàng làm ăn có hiệu quả khi chi phí lãi vay phải trả thấp hơn so với các đối tượng vay vốn khác và khách hàng có thể trả nợ lãi và gốc đúng hạn cho ngân hàng.

Đa dạng hóa sản phẩm theo mục đích vay vốn

Hiện nay, chi nhánh Kon Tum đang chú trọng tới các sản phẩm cho vay tiêu dùng phục vụ mục đích mua sắm và sửa chữa nhà cửa, mua ô tô. Tuy nhiên, nhu cầu vay tiêu dùng của người dân là rất đa dạng và phong phú như: vay để thanh toán hàng hóa dịch vụ, vay mua sắm trang thiết bị nội thất gia đình, thanh toán tiền đi du học của con, thanh toán tiền khám chữa bệnh, đi du lịch... Chi nhánh cũng đã chú ý tới những nhu cầu đó của khách hàng nhưng chưa đáp ứng tốt. Vì vậy, trong thời gian tới, chi nhánh cần chú trọng mở rộng cho vay theo các mục đích này hơn nữa, không những để thu hút thêm khách hàng, mở rộng thị phần mà còn tăng sức cạnh tranh với các ngân hàng trong cùng địa bàn. Để đa dạng hóa được sản phẩm theo mục đích sử dụng vốn thì chi nhánh nên chủ động tiếp cận với những khách hàng này thông qua việc hợp tác với các công ty, những người môi giới có liên quan đến nhu cầu của khách hàng. Cụ thể như hợp tác với các công ty du lịch hay các doanh nghiệp cung cấp hàng hóa tiêu dùng, công ty xuất khẩu lao động... để có thể thỏa mãn nhu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả nhất.

Phát triển sản phẩm mới

Đây là nội dung vô cùng quan trọng trong chiến lược phát triển sản phẩm của mỗi ngân hàng bởi sản phẩm mới làm đa dạng hơn danh mục sản phẩm kinh doanh của chi nhánh, đáp ứng nhu cầu mới phát sinh của khách hàng, từ đó tăng tính cạnh tranh, tăng vị thế, uy tín và hình ảnh của chi nhánh trên thị trường. Để làm được điều này, chi nhánh Kon Tum cần tập trung vào việc phát triển các sản phẩm cho vay tiêu dùng mới như:

- Cho vay mua sắm thiết bị nội thất gia đình: Trong điều kiện kinh tế nước ta đang phát triển mạnh, đời sống dân cư ngày một tăng cao, nhu cầu mua sắm trang thiết bị nội thất gia đình là rất lớn, đặc biệt đối với những đôi vợ chồng mới cưới, họ thường có thu nhập khá cao nhưng vốn tích lũy hiện tại là chưa nhiều để có thể tự mua sắm trang thiết bị nội thất trong gia đình. Ngoài ra, các ngân hàng khác đã triển khai sản phẩm này và mang lại hiệu quả cao như sản phẩm “Gia đình trẻ” của Techcombank... Vì vậy, trong thời gian tới, chi nhánh có thể tập trung nghiên cứu và phát triển loại hình sản phẩm này vì thị trường cho sản phẩm này phát triển là rất lớn, chi nhánh không nên bỏ qua cơ hội phát triển này.

Mở rộng đối tượng cho vay tiêu dùng

Hiện nay, đối tượng cho vay tiêu dùng chủ yếu mà chi nhánh KonTum đang phục vụ là những cá nhân có tài sản thế chấp và công nhân chức nhà nước có thu nhập ổn định với phương thức cho vay trả góp. Đối với những khách hàng này, chi nhánh cần có chính sách ưu đãi để thu hút họ đến với chi nhánh nhiều hơn và sử dụng các dịch vụ của chi nhánh.

Các đối tượng cho vay tiêu dùng mà chi nhánh nhắm vào chính là những người có thu nhập ổn định, có khả năng thanh toán, tuy nhiên hiện nay chi nhánh mới đang thực hiện cho vay tiêu dùng với các đối tượng khách hàng như: đội ngũ giáo viên, lực lượng cán bộ nhân viên ngành công an, cán bộ công nhân viên có thu nhập ổn định... mặt khác, các khách hàng này lại chỉ chiếm một phần nhỏ trong dân cư. Trong khi đó trên địa bàn KonTUM, những người cũng có nhu cầu vay tiêu dùng như người buôn bán nhỏ, làm việc tại các công ty tư nhân, công ty liên doanh, công ty cổ phần, công ty nước ngoài rất đông đảo. Trong số đó, rất nhiều người không những có thu nhập ổn định mà còn khá cao. Vì vậy, đây chính là nguồn khách hàng có tiềm năng rất lớn mà chi nhánh cần có chính sách để khai thác nhằm mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng của mình.

3.2.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Đối với một ngành kinh doanh dịch vụ như ngân hàng thì chất lượng đội ngũ nhân viên là yếu tố quan trọng quyết định sức mạnh của tổ chức trong quá trình giao dịch trực tiếp với khách hàng, nhân viên chính là một yếu tố để khách hàng đánh giá về chất lượng dịch vụ khách hàng trong hoạt động kinh doanh ngân hàng, khách hàng thường xuyên tiếp xúc giao dịch với nhân viên, mọi thái độ, phong cách làm việc của nhân viên có ảnh hưởng quyết định đến hình ảnh và uy tín của ngân hàng. Vì vậy, với kiến thức, kinh nghiệm, thái độ phục vụ, khả năng thuyết phục khách hàng, ngoại hình, trang phục nhân viên... có thể làm tăng thêm chất lượng dịch vụ hoặc cũng có thể sẽ làm giảm chất lượng dịch vụ. Hiện nay, với sự xuất hiện của nhiều ngân hàng trong và ngoài nước, trình độ công nghệ, sản phẩm gần như không có sự khác biệt, các ngân hàng chỉ có thể nâng cao tính cạnh tranh bằng chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên. Chất lượng nhân viên càng cao thì lợi thế cạnh tranh của ngân hàng càng lớn. Do đó, để duy trì và phát triển quan hệ với khách hàng hiện tại cũng như khách hàng trong tương lai, các ngân hàng nói chung, Ngân hàng thương mại cổ phần Đông Á chi nhánh KonTum nói riêng cần phải không ngừng nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên của mình.

Để giải quyết tốt công tác nghiệp vụ, các cán bộ cần có trình độ chuyên môn, kỹ năng xử lý nghiệp vụ cao, không ngừng học hỏi và chuyên sâu về lĩnh vực chính của mình. Thường xuyên tham gia các lớp đào tạo và kiểm tra chuyên môn định kỳ. Ngoài ra, các cán bộ cần am hiểu các bộ luật như luật đất đai, luật lao động, luật hôn nhân gia đình,... để đảm bảo an toàn trong công tác cho vay và có khả năng đánh giá, dự đoán sự phát triển cũng như triển vọng của các vấn đề kinh tế.

Nâng cao khả năng giao tiếp, truyền đạt của cán bộ ngân hàng tới khách hàng. Khi giao tiếp, cán bộ tín dụng phải đảm bảo các nguyên tắc như: Tôn trọng khách hàng, biết

lắng nghe, biết tạo nên sự khác biệt của dịch vụ ngân hàng, biết kiên nhẫn và chờ đợi và luôn tuân thủ nguyên tắc trung thực trong giao dịch với khách hàng.

Để bồi dưỡng nguồn nhân lực, ngân hàng cần phải có những chính sách ưu đãi, khen thưởng, và kỷ luật đối với cán bộ nhân viên. Gắn quyền lợi, nghĩa vụ và trách nhiệm của cán bộ tín dụng với kết quả hoạt động, điều này khuyến khích sự nỗ lực hết mình của cán bộ nhân viên. Ngoài ra, ngân hàng cần tổ chức các buổi giao lưu văn nghệ, thể thao... nhằm tạo cơ hội cho cán bộ nhân viên trao đổi kinh nghiệm, hiểu biết lẫn nhau.

3.2.3. Cần quan tâm, đầu tư đúng mức công tác nghiên cứu thị trường

Để hành động theo mong muốn của khách hàng, ngân hàng thương mại phải hiểu được đối tượng mà mình phục vụ. Tuy nhiên, hiện tại thông tin về khách hàng không đầy đủ, không được thực hiện điều tra hàng năm mà phải có thông tin đầy đủ thì mới có thể tiến hành phân khúc thị trường.

Tiến hành phân khúc thị trường để xác định hợp lý cơ cấu thị trường và khách hàng để từ đó tiến hành giới thiệu sản phẩm, quảng bá sản phẩm phù hợp với từng đối tượng, đồng thời có chính sách tiếp cận, phục vụ hiệu quả là một việc vô cùng cần thiết. Chi nhánh KonTum đã xây dựng chính sách phân khúc thị trường gồm cả bán lẻ và bán buôn.

Do đó, trước hết cần thiết phải có sự nghiên cứu thị trường cho vay tiêu dùng một cách chính quy, đồng bộ từ trên xuống dưới trong toàn bộ hệ thống. Ngân hàng có thể thực hiện các bước nghiên cứu như: Xây dựng bảng câu hỏi để điều tra, sau đó yêu cầu toàn bộ cán bộ công nhân viên thực hiện công việc phỏng vấn những cá nhân và hộ gia đình gần nơi họ sinh sống để xây dựng cơ sở dữ liệu phân tích có hệ thống, từ đó tiến hành phân khúc thị trường và cung ứng những sản phẩm cũng như các công cụ marketing phù hợp với từng đoạn thị trường đó.

Do các đối tượng khách hàng là khách nhỏ lẻ, đa dạng về địa vị xã hội, trình độ dân trí và hoàn cảnh kinh tế nên việc phân nhóm khách hàng sẽ giúp ngân hàng có những chế độ ưu đãi về lãi suất và dịch vụ thu phí phù hợp. Tất nhiên là trên phương thức phục vụ tốt nhất cho tất cả các khách hàng đến với mình nhưng rõ ràng là mỗi nhóm khách hàng sẽ đem đến nguồn lợi nhuận khác nhau cho ngân hàng do nhu cầu về sản phẩm và nhu cầu về phục vụ ở mỗi nhóm là khác nhau. Ta có thể nhìn vào các đặc trưng để phân loại như: tiềm năng tài chính, trình độ dân trí, mức độ sử dụng sản phẩm,... và tùy từng đối tượng khách hàng mà chi nhánh có những chế độ chăm sóc khác nhau. Hiện nay, chi nhánh phân ra thành các nhóm cụ thể sau:

- Nhóm khách hàng hạng sang (khách hàng VIP): là những khách hàng có mật độ giao dịch tại ngân hàng thường xuyên với giá trị giao dịch lớn. Đây là nhóm khách hàng có nhu cầu được cung cấp những dịch vụ hoàn hảo, phục vụ với thái độ trân trọng, họ quan tâm nhiều đến chất lượng hơn là giá cả. Nhóm khách VIP này thường đem lại lợi nhuận cao cho ngân hàng (thường thì họ là nhóm 10% khách hàng đem lại lợi nhuận cao nhất cho ngân hàng) và họ được hưởng những tiện ích tốt nhất từ phía ngân hàng.

- Nhóm khách hàng trung lưu: Đây là những khách hàng có thu nhập cao, ổn định và có trình độ hiểu biết rộng. Họ có thể là những doanh nhân thành đạt, những cán bộ nhà

nước có thu nhập cao trong xã hội. Các đối tượng này có nhu cầu sử dụng dịch vụ bán lẻ thường xuyên. Ngoài những ưu đãi về lãi suất, phí, các khách hàng còn được ngân hàng triển khai những dịch vụ có tính phức tạp nhưng mang lại tiện ích cao hơn.

- Nhóm khách hàng bình thường: Họ là những khách hàng bình dân hoặc những khách hàng mới sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Nhóm khách hàng này thường giao dịch với khối lượng nhỏ, họ muốn được phục vụ nhanh chóng, thuận tiện và quan tâm nhiều đến giá cả. Các đối tượng này sẽ được cung cấp những sản phẩm bán lẻ thông dụng và quá trình quan hệ sẽ được sàng lọc, phân tích để nâng hạng đánh giá.

3.2.4. Tăng cường hoạt động marketing

Nhằm khắc phục tình trạng khách hàng ít biết đến hình thức cho vay tiêu dùng của ngân hàng, tạo ra sự phát triển tương ứng đồng bộ trong tương lai hoạt động tín dụng cũng như hoạt động cho vay tiêu dùng, chi nhánh KonTum nên thành lập bộ phận chuyên trách về xây dựng và thực thi chiến lược Marketing ngân hàng.

Bằng việc thành lập bộ phận chuyên trách Marketing, tập trung vào việc nghiên cứu thị trường. Chi nhánh sẽ có một bộ phận tham mưu chuyên nghiệp trong việc xây dựng chiến lược kinh doanh. Bộ phận chuyên trách Marketing sẽ phối hợp với các bộ phận khác để sử dụng một cách linh hoạt, mềm dẻo các công cụ kỹ thuật của Marketing ứng dụng trong hoạt động ngân hàng để thoả mãn tốt nhất nhu cầu khách hàng, các chính sách về sản phẩm, giá cả..., có tác dụng giúp chi nhánh giới thiệu, cung ứng các loại hình sản phẩm, dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ cho vay tiêu dùng nói riêng đến đông đảo công chúng. Điều này là hết sức cần thiết, đặc biệt trong điều kiện cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại trên thị trường có xu hướng nóng lên như hiện nay và tiếp tục gay gắt trong thời gian tới.

Nhiệm vụ trước mắt của chi nhánh là phải nhanh chóng vượt lên, đi trước các ngân hàng khác mọi bước trong việc thực hiện chương trình marketing sản phẩm - dịch vụ của mình, đảm bảo công chúng luôn nghĩ đến hình ảnh DONGA Bank với chất lượng tốt trong quá trình cung ứng sản phẩm cho vay tiêu dùng.

Hơn nữa, chi nhánh cũng có thể thực hiện tiếp thị thông qua những khách hàng truyền thống bằng cách thực hiện tốt công tác chăm sóc khách hàng, tạo được độ tin cậy, tất yếu mạng lưới của ngân hàng sẽ được phát triển một cách vững chắc hơn.

3.2.5. Hoàn thiện công nghệ ngân hàng

Hiện nay, tốc độ phát triển và ứng dụng công nghệ thông tin còn chậm, chưa đáp ứng được yêu cầu của công cuộc đổi mới toàn diện hoạt động ngân hàng trong tiến trình hội nhập với khu vực và thế giới. Sự phát triển công nghệ thông tin giữa các ngân hàng không đồng đều, điều này đang cản trở việc ứng dụng các bài toán nghiệp vụ mang tính toàn Ngành, gây khó khăn cho việc hợp tác khai thác các dịch vụ ngân hàng và dẫn đến tình trạng đôi khi phải kết hợp giữa xử lý thủ công và tự động. Cơ sở pháp lý chưa theo kịp những đòi hỏi của ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin, làm chậm lại quá trình hiện đại hoá ngân hàng. Đội ngũ cán bộ công nghệ thông tin ngân hàng đã tăng cả về số lượng và chất lượng nhưng vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển. Cơ sở viễn thông quốc gia

đã được nâng cấp cải thiện nhiều nhưng cũng chưa đáp ứng được yêu cầu ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động ngân hàng.

Một trong những nguyên nhân khách quan dẫn đến sự hạn chế trong phát triển công nghệ thông tin ngân hàng là ngành Ngân hàng cũng nằm trong phạm vi ảnh hưởng của bối cảnh chung về tình hình ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin của Việt Nam hiện nay trong điều kiện mức thu nhập của xã hội còn thấp và đội ngũ kỹ sư trình độ đại học ngành công nghệ thông tin được đào tạo chính quy chưa đáp ứng đủ nhu cầu phát triển của xã hội. Một số nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ bản thân ngành ngân hàng là một số ngân hàng nhỏ chưa đủ năng lực tài chính để đầu tư cho việc hiện đại hoá công nghệ thông tin của chính mình; chế độ đãi ngộ đối với đội ngũ cán bộ công nghệ thông tin ngân hàng chưa cạnh tranh được với một số ngành, lĩnh vực khác nên còn thiếu và yếu về nguồn nhân lực. Do đó, không ngừng hoàn thiện công nghệ ngân hàng là vô cùng cần thiết đối với các ngân hàng thương mại nói chung và chi nhánh Kon Tum nói riêng. Chi nhánh Kon Tum cần có các biện pháp nhằm hiện đại hoá hệ thống công nghệ trong ngân hàng đó là :

- Đẩy nhanh tiến độ áp dụng công nghệ thông tin, đầu tư nâng cấp hạ tầng công nghệ. Xây dựng và triển khai hệ thống thông tin quản trị trên nền tảng của hệ thống ngân hàng cốt lõi phù hợp, thực hiện công tác quản lý tập trung theo mô hình ngân hàng hiện đại.

- Trang bị cơ sở vật chất kỹ thuật và công nghệ thông tin để khách hàng có thể thấy được tính hiện đại của ngân hàng. Cụ thể trang bị các loại máy tính, máy móc thanh toán trụ sở giao dịch, quầy giao dịch phù hợp cho giao tiếp. Sự tham gia các phương tiện vật chất trở thành nhân tố chính góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng hoạt động của ngân hàng, tạo cho khách hàng độ tin cậy khi sử dụng dịch vụ, nâng cao tính chuyên nghiệp hoá của nhân viên.

- Mặt khác, những công nghệ hiện đại đòi hỏi phải có những con người biết sử dụng thành thạo nó. Vì vậy, ngoài đội ngũ nhân viên tin học của Trung tâm tin học tại Hội sở, chi nhánh cần phát triển đội ngũ này ở cả những chi nhánh, tuyển dụng thêm những nhân viên giỏi và nâng cao trình độ cho các nhân viên cũ. Mặt khác, học hỏi thêm trình độ công nghệ ở các ngân hàng bạn trong và ngoài nước.

3.2.6. Nâng cấp cơ sở vật chất, trang thiết bị

Cơ sở vật chất, trang thiết bị chính là điều kiện cần cho một ngân hàng phát triển và uy tín. Nó là những thứ mang lại hình ảnh cho ngân hàng trong tâm trí của khách hàng và cũng chiếm một phần trong quyết định có sử dụng sản phẩm không của khách hàng. Khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng hơn khi đến giao dịch ở một ngân hàng có cơ sở vật chất tốt, trang thiết bị hiện đại, khang trang, sạch sẽ vì họ sẽ cảm thấy mình được tiếp đãi nhiệt tình và được tôn trọng hơn. Vì vậy, ngân hàng cần thường xuyên đổi mới trang thiết bị.

3.3. ĐỀ XUẤT KIẾN NGHỊ

3.3.1 Kiến nghị với Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh Kon Tum

Phương hướng hoạt động tín dụng của chi nhánh là phải nâng cao chất lượng CVTD, chi nhánh cần chủ động hơn trong việc lựa chọn dịch vụ, nhu cầu cần tài trợ.

- Xây dựng quy trình cho vay phù hợp với các khoản vay tiêu dùng, điều chỉnh những điều kiện cho vay và chính sách tín dụng theo hướng mềm dẻo, linh hoạt hơn đối với khách hàng vay tiêu dùng.

- Chi nhánh cần tăng cường các hoạt động giới thiệu hình ảnh và quảng bá thương hiệu. Thực hiện các chương trình quảng cáo, tài trợ cho các sự kiện để thương hiệu Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu trở nên phổ biến hơn, tạo điều kiện thuận lợi cho chi

3.3.2. Kiến nghị với chính phủ

- Nhà nước cần luật tín dụng tiêu dùng rõ ràng, cụ thể.

- Có chiến lược hợp lý để phát triển nền kinh tế bền vững, thu hẹp khoảng cách giàu nghèo.

- Tiếp tục nỗ lực tự do hóa nền kinh tế, tạo điều kiện khuyến khích đầu tư trong nước và ngoài nước để nâng cao thu nhập cho người dân.

- Chỉ đạo mọi cơ quan chức năng tạo mọi điều kiện thuận lợi để phát triển ngành ngân hàng vì đây là ngành có vai trò quyết định tới sự phát triển của nền kinh tế.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Chương 3 tập trung phân tích thực trạng cho vay tiêu dùng và chất lượng cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum. Qua đó, chương 3 cũng đưa ra những thành tựu mà ngân hàng đã đạt được cũng như những điểm còn hạn chế và nguyên nhân của nó. Đó cũng là cơ sở để ngân hàng đưa ra một số giải pháp, kiến nghị, chính sách định hướng phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng và nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum. Chương 3 cũng đã nêu lên định hướng hoạt động kinh doanh cũng như mục tiêu cụ thể của Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu Việt Nam nói chung và chi nhánh KonTum nói riêng trong những năm tới. Từ đó, chương 3 cũng nêu lên những định hướng để phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng, cơ sở đề xuất giải pháp cũng như những giải pháp cụ thể để phát triển như: Tăng tính cạnh tranh của sản phẩm CVTD, nâng cao đội ngũ cán bộ công nhân viên, hoàn thiện công nghệ ngân hàng, tăng cường hoạt động marketing,...Đồng thời chương này cũng nêu lên một số kiến nghị đối với NHNN và với chính phủ, các bộ ngành có liên quan với mong ước nâng cao chất lượng CVTD trong tương lai tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum (2019), Báo cáo thường niên năm 2019
- [2] Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum (2020), Báo cáo thường niên năm 2020
- [3] Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum (2021), Báo cáo thường niên năm 2021
- [4] Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum (2019), Báo cáo tổng kết năm 2019
- [5] Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum (2020), Báo cáo tổng kết năm 2020
- [6] Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum (2021), Báo cáo tổng kết năm 2021
- [7] Website ACHAU BANK, Phương hướng nhiệm vụ năm 2021 của Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu chi nhánh KonTum
- [8] Ngân hàng nhà nước Việt Nam số:39/2016/TT-NHNN thông tư quy định về cho vay, cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại năm 2016