

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



**INTHALA PHONEXAY**

**BÁO CÁO TỐT NGHIỆP**

**PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH  
HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG  
MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU – CHI NHÁNH KON TUM**

**Kon Tum, tháng 06 năm 2022**

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



## **BÁO CÁO TỐT NGHIỆP**

**PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH  
HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG  
MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU- CHI NHÁNH KON TUM**

**GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO**

**HỌ TÊN SINH VIÊN : INTHALA PHONEXAY**

**LỚP : K12NH**

**MSSV : 1817340201021**

**Kon Tum, tháng 06 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!

**Sinh viên thực hiện**

**Inthala Phonexay**

## MỤC LỤC

### LỜI CẢM ƠN

**DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT..... iii**

**DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ.....iv**

**MỞ ĐẦU ..... 1**

1. Tính cấp thiết của đề tài ..... 1

2. Mục tiêu nghiên cứu ..... 1

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu ..... 2

4. Phương pháp nghiên cứu ..... 2

5. Kết cấu đề tài ..... 2

**CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....3**

**1.1. TỔNG QUAN VỀ CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI .....3**

1.1.1. Khái niệm và đặc điểm cho vay khách hàng cá nhân tại ngân hàng .....3

1.1.2. Lợi ích của cho vay khách hàng cá nhân.....3

1.1.3. Các hình thức phân loại cho vay khách hàng cá nhân.....5

1.1.4. Quy trình cho vay khách hàng cá nhân .....6

**1.2. PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG.....7**

1.2.1. Khái niệm Phát triển cho vay KHCCN tại NHTM .....7

1.2.2. Phương thức phát triển cho vay KHCCN .....7

1.2.3. Các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển hoạt động cho vay KH cá nhân.....8

**1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN 10**

1.4.1. Nhân tố khách quan ..... 10

1.4.2. Nhân tố chủ quan..... 11

**CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP ACB – CHI NHÁNH KON TUM....13**

**2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU – CHI NHÁNH KON TUM .....13**

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của ACB- Chi nhánh Kon Tum..... 13

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum ..... 17

2.1.3. Các hoạt động cơ bản của ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum.... 18

2.1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum ..... 20

**2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN Ở NGÂN HÀNG ACB - CHI NHÁNH KON TUM.....21**

2.2.1. Quy trình cho vay KH cá nhân ..... 21

2.2.2. Thực trạng phát triển cho vay khách hàng cá nhân ở ngân hàng ACB - chi nhánh Kon Tum ..... 24

<b>2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI CHI NHÁNH .....</b>	<b>28</b>
2.3.1. Kết quả đạt được.....	28
2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân hạn chế .....	29
<b>CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU.....</b>	<b>31</b>
<b>CHI NHÁNH KON TUM.....</b>	<b>31</b>
<b>3.1. ĐỊNH HƯỚNG MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU – CHI NHÁNH KON TUM TRONG THỜI GIAN TỚI...31</b>	<b>31</b>
<b>3.2. Giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tín dụng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum.....</b>	<b>31</b>
3.2.1. Xây dựng chiến lược kinh doanh cụ thể, các chính sách khách hàng .....	31
3.2.2. Cắt giảm bớt chi phí, đa dạng hoá đồng thời hoàn thiện các sản phẩm vay .....	32
3.2.3. Đẩy mạnh hoạt động cho vay đối với cán bộ nhân viên .....	33
3.2.4. Nâng cao hiệu quả chất lượng đi đôi với mở rộng, giao tiếp, khuếch trương.....	34
3.2.5. Đa dạng hóa danh mục huy động vốn .....	35
3.2.6. Đẩy mạnh phát triển mạng lưới phòng giao dịch tại Kon Tum và hiện đại hóa công nghệ thông tin.....	35
3.2.7. Một số giải pháp khác.....	35
<b>3.3. KIẾN NGHỊ.....</b>	<b>36</b>
3.3.1. Kiến nghị đối với Ngân hàng TMCP Á Châu .....	36
3.3.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước.....	37
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>37</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	
<b>THÔNG TIN DOANH NGHIỆP</b>	
<b>BẢNG ĐÁNH GIÁ QUÁ TRÌNH THỰC TẬP CỦA SINH VIÊN</b>	
<b>GIẤY XÁC NHẬN HOÀN THÀNH BÁO CÁO THỰC TẬP</b>	

## DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

STT	TỪ VIẾT TẮT	TỪ VIẾT ĐẦY ĐỦ
1	ACB	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu
2	CN	Chi nhánh
3	DNCV	Dư nợ cho vay
4	DSCV	Doanh số cho vay
5	DSTN	Doanh số thu nợ
6	KHCN	Khách hàng cá nhân
7	KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
8	NHTM	Ngân hàng thương mại
9	TMCP	Thương mại Cổ phần

## **DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ**

<b>Số hiệu</b>	<b>Nội dung</b>	<b>Trang</b>
<b>BẢNG</b>		
Bảng 2.1	Tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng ACB - Chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2018 – 2020	20
Bảng 2.2	Doanh số cho vay tại Ngân hàng ACB – CN Kon Tum	24
Bảng 2.3	Doanh số thu nợ tại Ngân hàng ACB – CN Kon Tum 2018 - 2020	25
Bảng 2.4	Tăng trưởng dư nợ cho vay giai đoạn 2018 – 2020	26
Bảng 2.5	Tỷ lệ nợ quá hạn, nợ xấu hoạt động cho vay KHCN tại ACB – Chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2018-2020	27
Bảng 2.6	Tỷ lệ trích lập dự phòng của ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020	28
<b>SƠ ĐỒ</b>		
Sơ đồ 2.1	Cơ cấu tổ chức của ngân hàng ACB – CN Kon Tum	17
Sơ đồ 2.2	Quy trình nghiệp vụ cho vay KHCN tại ACB – CN Kon Tum	24
<b>BIỂU ĐỒ</b>		
Biểu đồ 2.1	Tỷ lệ nợ xấu khách hàng cá nhân tại ACB – Chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2018 – 2020	27
Biểu đồ 2.2	Tỷ lệ trích lập dự phòng giai đoạn 2018 – 2020	28

# MỞ ĐẦU

## 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong xu thế toàn cầu hóa, Việt Nam đang dần gia nhập vào thị trường khu vực và thế giới, thiết lập mối quan hệ quốc tế trên nhiều lĩnh vực và đạt được nhiều thành tựu nổi bật. Môi trường kinh doanh quốc tế đang phát triển đòi hỏi sự cạnh tranh, hội nhập gay gắt đối với các doanh nghiệp trong nước và các ngân hàng trong nước cũng không phải là một ngoại lệ. Để giải quyết bài toán đó, các ngân hàng phải tìm cách hoạt động hiệu quả hơn để vừa mang lại lợi nhuận tối ưu cho ngân hàng, vừa giúp ngân hàng kịp thích ứng với môi trường kinh tế năng động và cạnh tranh hiện nay.

Trong hoạt động của hệ thống ngân hàng thương mại, hoạt động huy động vốn và tín dụng là 2 hoạt động song song với nhau, có mối liên hệ mật thiết, bổ sung cho nhau. Trong hoạt động tín dụng, hoạt động cho vay luôn được coi là hoạt động cơ bản của ngân hàng thương mại, có vai trò quan trọng trong việc tạo ra lợi nhuận cho ngân hàng và giúp ngân hàng sử dụng nguồn vốn đã huy động được một cách hiệu quả.

Đặc biệt, những năm gần đây, khi kinh tế ngày càng phát triển, con người ngày càng chú trọng tới việc chi tiêu nhằm đáp ứng, nâng cao đời sống bản thân. Do đó, cho vay nhóm khách hàng cá nhân có tiềm năng trở thành một trong những hoạt động chủ đạo của các ngân hàng hiện nay. Ngân hàng nào nắm bắt được vấn đề này nhanh chóng và thực hiện nó hiệu quả thì sẽ đạt được nhiều thành công vượt bậc trong lĩnh vực ngân hàng. Vì vậy, hiệu quả cho vay đối với nhóm khách hàng cá nhân tại các ngân hàng thương mại đang là một vấn đề vô cùng cấp thiết cần được quan tâm. Nhận thấy điều này, kết hợp với thực tiễn thực tập tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum, với mong muốn có cái nhìn tổng quát và hiểu rõ hơn về cho vay đối với nhóm khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại nói chung và của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum nói riêng, Em quyết định tìm hiểu và nghiên cứu đề tài: ***“Phát triển hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum”***

## 2. Mục tiêu nghiên cứu

- Mục tiêu chung: Phân tích và đánh giá thực trạng hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum, từ đó đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum.

- Mục tiêu cụ thể:

+ Hệ thống hóa và làm rõ những vấn đề lý luận về hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân.

+ Phân tích và đánh giá hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum.

+ Đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum.



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

#### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

- Hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum.

#### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

- Không gian: Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum.

- Thời gian: Giai đoạn 2018 – 2020.

### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Trong quá trình nghiên cứu, đề tài đã sử dụng các phương pháp sau:

- Phương pháp thu thập số liệu: Số liệu chủ yếu là số liệu thứ cấp, là các số liệu do Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum cung cấp.

- Phương pháp xử lý số liệu: Từ các số liệu thu thập được, tiến hành tính toán với sự trợ giúp của phần mềm Microsoft Excel.

- Phương pháp so sánh: Dựa vào số liệu đã được xử lý, tiến hành so sánh về số tuyệt đối và số tương đối.

- Phương pháp phân tích, đánh giá: Dựa vào số liệu đã được xử lý, tiến hành phân tích và đánh giá sự biến động của các chỉ tiêu qua các năm.

### **5. Kết cấu đề tài**

Ngoài phần mở đầu và kết luận, báo cáo gồm 3 chương:

Chương 1. Cơ sở lý luận về cho vay khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại.

Chương 2. Thực trạng phát triển hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum.

Chương 3. Giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu - Chi nhánh Kon Tum.

# CHƯƠNG 1

## CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

### 1.1. TỔNG QUAN VỀ CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

#### 1.1.1. Khái niệm và đặc điểm cho vay khách hàng cá nhân tại ngân hàng

##### *a. Khái niệm*

Theo Thông tư số 39/2020/TT-NHNN ngày 30/12/2020 (Quy định về hoạt động cho vay của tổ chức tín dụng chi nhánh ngân hàng nước ngoài đối với khách hàng) của Ngân hàng Nhà nước, cho vay là hình thức cấp tín dụng, theo đó tổ chức tín dụng giao hoặc cam kết giao cho khách hàng một khoản tiền để sử dụng vào mục đích xác định trong một thời gian nhất định theo thỏa thuận với nguyên tắc có hoàn trả cả gốc và lãi. Cho vay phục vụ nhu cầu đời sống là việc tổ chức tín dụng cho vay đối với khách hàng là cá nhân để thanh toán các chi phí cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân đó, gia đình của cá nhân đó.

Cho vay khách hàng cá nhân là hình thức tài trợ tài chính của ngân hàng, công ty tài chính. Sau khi nhận được yêu cầu vay vốn, ngân hàng hoặc công ty tài chính sẽ giải ngân một khoản tiền nhất định tới khách hàng với cam kết sẽ phải hoàn trả đầy đủ cả gốc và lãi trong thời gian xác định.

Khách hàng cá nhân là tất cả các cá nhân có năng lực pháp luật dân sự, năng lực hành vi dân sự và chịu trách nhiệm theo quy định trước pháp luật. Các đối tượng yêu cầu vay vốn thường được sử dụng với mục đích mua nhà, vay kinh doanh, vay mua xe...

##### *b. Đặc điểm cho vay khách hàng cá nhân*

Đối tượng cho vay: là các hộ gia đình, cá nhân có nhu cầu vay vốn để đầu tư kinh doanh hoặc tiêu dùng.

Thời hạn cho vay: tùy thuộc vào từng mục đích vay vốn mà ngân hàng sẽ đưa ra các hình thức vay như ngắn hạn, trung hạn hay dài hạn.

Chi phí cho vay: sản phẩm, dịch vụ, thẩm định là các khoản chi phí mà ngân hàng sẽ phải bỏ ra khi cho vay của khách hàng cá nhân vay.

Rủi ro của các vay: nhu cầu vay vốn của khách hàng cá nhân thường rất cao giúp ngân hàng phân tán rủi ro, nhưng không có nghĩa các khoản vay này không chứa các rủi ro.

Lãi suất vay đối với khách hàng cá nhân: do chi phí ngân hàng bỏ ra đối với khách hàng cá nhân thường cao hơn, chính vì thế kéo theo việc lãi suất cũng tăng theo.

#### 1.1.2. Lợi ích của cho vay khách hàng cá nhân

##### *a. Đối với nền kinh tế - xã hội*

Góp phần tạo sự năng động cho các thành phần kinh tế: Tín dụng cá nhân là kênh hỗ trợ vốn để dân chúng trang trải các chi phí phát sinh trong cuộc sống từ thỏa mãn nhu cầu thiết yếu cho đến nhu cầu xa xỉ với chi phí đắt đỏ, nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống. Để có thể đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng, buộc các thành phần

kinh tế phải đẩy mạnh sản xuất, do đó tạo nhiều công ăn việc làm, tạo ra những khác biệt tích cực giúp tăng khả năng cạnh tranh trước các đối thủ trong và ngoài nước trong thời kỳ hội nhập.

Góp phần tạo sự ổn định về mặt xã hội: Là một phần của tín dụng nói chung, tín dụng cá nhân cũng có vai trò tích cực đối với xã hội. Tín dụng cá nhân góp phần khai thác triệt để các nguồn vốn nhàn rỗi trong xã hội rồi lưu thông các nguồn vốn này một cách trôi chảy và hiệu quả, từ nơi thừa vốn đến nơi thiếu vốn, từ nơi hiệu quả thấp đến nơi hiệu quả cao.

Tín dụng cá nhân giúp kích cầu trong nền kinh tế, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, thúc đẩy sản xuất trong nước. Do đó thu hút nhiều lực lượng lao động tham gia xây dựng, sản xuất tạo công ăn việc làm, hướng đến các mục tiêu xã hội như xóa đói, giảm nghèo, tăng thu nhập, giảm tệ nạn xã hội góp phần ổn định trật tự xã hội.

### ***b. Đối với ngân hàng***

#### **❖ Góp phần nâng cao thương hiệu cho ngân hàng**

Do có đối tượng khách hàng rất rộng nên việc phát triển tín dụng cá nhân sẽ giúp hình ảnh thương hiệu của ngân hàng được phổ biến rộng khắp. Thông qua tín dụng cá nhân, ngoài việc cấp tín dụng cho khách hàng còn giúp ngân hàng thuận lợi trong bán chéo sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán lẻ như: tiền gửi tiết kiệm, giao dịch thanh toán, chuyển lương qua tài khoản, phát hành – thanh toán thẻ, dịch vụ ngân hàng điện tử... Khả năng cung cấp gói sản phẩm dịch vụ tài chính cá nhân đồng bộ thỏa mãn tối đa nhu cầu khách hàng sẽ tạo nét khác biệt cho ngân hàng trong cạnh tranh với đối thủ, do đó góp phần nâng cao thương hiệu cho ngân hàng.

#### **❖ Góp phần phân tán rủi ro cho ngân hàng**

Nếu một ngân hàng chỉ tập trung cho vay các khách hàng doanh nghiệp có nhu cầu vốn lớn, vì lý do nào đó mà hoạt động kinh doanh của các khách hàng này gặp khó khăn gây ảnh hưởng đến khả năng trả nợ sẽ ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Do vậy, với nguyên tắc “tránh để tất cả trứng vào một rổ”, các ngân hàng phát triển tín dụng cá nhân như một sự phân tán rủi ro vì với số lượng khách hàng cá nhân đông, số tiền vay ít thì khi có một khách hàng hoặc một số ít khách hàng gặp rủi ro dẫn đến không có khả năng trả nợ thì ít gây ảnh hưởng đến tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

### ***c. Đối với khách hàng cá nhân***

Cuộc sống con người luôn tồn tại những nhu cầu về vật chất và tinh thần, những nhu cầu đó ngày càng đa dạng và cao hơn bắt đầu từ những hàng hoá thiết yếu rồi đến những hàng hoá xa xỉ hơn cùng với sự phát triển của nền kinh tế. Nhưng việc thỏa mãn những nhu cầu đó lại phụ thuộc vào khả năng thanh toán hiện tại.

Ở một chừng mực nào đó, tín dụng cá nhân giúp cho các khách hàng linh hoạt hơn trong việc giải quyết vấn đề thỏa mãn nhu cầu của bản thân. Thay vì phải tích lũy đủ vốn ở hiện tại để thực hiện kế hoạch của bản thân, người tiêu dùng sẽ khéo léo phối hợp giữa

thoả mãn nhu cầu ở hiện tại với khả năng thanh toán ở hiện tại và tương lai. Nghĩa là họ sẽ tiêu dùng trước bằng cách lựa chọn phương án vay vốn ngân hàng rồi tích lũy và hoàn trả sau cho ngân hàng.

Vai trò này hết sức có ý nghĩa đối với những trường hợp mua sắm các hàng hoá thiết yếu có giá trị cao như nhà cửa, xe hơi... hay chi tiêu cấp bách như ốm đau, bệnh tật, ma chay, cưới hỏi... Trong những trường hợp này, thay vì bế tắc hoặc phải tìm đến những khoản vay nóng ngoài ngân hàng với lãi suất cao ngất ngưỡng, thì khách hàng có thể an tâm vay vốn từ ngân hàng với lãi suất và thời hạn vay hợp lý.

Điều này được thể hiện rõ nét nhất tại các nước phát triển vì thông qua các khoản cấp tín dụng của ngân hàng hết sức nhanh chóng và thuận tiện thì khách hàng hầu như được đáp ứng các nhu cầu cá nhân thiết yếu của cuộc sống như mua nhà, mua ô tô, học tập, du lịch... góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống.

Ngoài ra, tín dụng cá nhân còn là kênh các NHTM tài trợ vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các hộ gia đình giúp họ có điều kiện để phát triển quy mô sản xuất, nâng cao khả năng cạnh tranh trong ngành. Với điều kiện cấp tín dụng đơn giản hơn đối với khách hàng doanh nghiệp, tín dụng cá nhân phù hợp với hình thức kinh doanh nhỏ lẻ, phù hợp với đặc tính và tập quán kinh doanh của đối tượng này.

### **1.1.3. Các hình thức phân loại cho vay khách hàng cá nhân**

#### ***a. Căn cứ vào tài sản đảm bảo***

Các biện pháp đảm bảo khoản vay là yếu tố quan trọng trong việc xét duyệt cho vay của ngân hàng với khách hàng, hiện tại các ngân hàng xem xét cho vay với khách hàng dựa trên hai hình thức:

- Cho vay có tài sản đảm bảo: là các khoản vay được đảm bảo bằng tài sản thuộc sở hữu của chính khách hàng vay vốn hoặc của người thứ ba. Tài sản đảm bảo cho khoản vay có thể là số dư tài khoản tiền gửi, sổ tiết kiệm, hàng hoá, máy móc thiết bị, bất động sản,...

- Cho vay không có tài sản đảm bảo (tín chấp): Là cho vay không cần đảm bảo bằng tài sản mà dựa trên uy tín của khách hàng. Ngân hàng lựa chọn các khách hàng có uy tín và khả năng trả nợ tốt để cho vay theo hình thức này.

#### ***b. Căn cứ vào phương thức cho vay***

Phương thức cho vay có thể là cho vay từng lần, cho vay trả góp, thấu chi, riêng đối các nhu cầu vay vốn bổ sung vốn lưu động thường xuyên trong hoạt động sản xuất kinh doanh phương thức cho vay theo HMTD được sử dụng khá phổ biến.

- Cho vay từng lần: Là phương thức cho vay mà mỗi lần vay vốn khách hàng và ngân hàng làm các thủ tục vay vốn cần thiết và ký kết hợp đồng tín dụng

- Cho vay trả góp: Khi vay vốn ngân hàng và khách hàng thoả thuận xác định số lãi vốn vay phải trả cộng với số nợ gốc được chia ra để trả nợ theo nhiều kỳ hạn trong thời gian cho vay.

- Cho vay theo hạn mức thấu chi: Là việc cho vay mà ngân hàng thoả thuận bằng văn bản chấp thuận cho khách hàng chi vượt số tiền tự có trên tài khoản khách hàng phù

hợp với các quy định của Chính phủ và Ngân hàng Nhà Nước Việt Nam về hoạt động thanh toán qua các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán.

- Cho vay theo hạn mức tín dụng (HMTD): Ngân hàng và khách hàng xác định và thoả thuận một mức dư nợ vay tối đa duy trì trong một khoảng thời gian nhất định.

### **c. Căn cứ vào mục đích cho vay**

Các khoản vay KHCN bao gồm hai hình thức: Vay tiêu dùng và Vay sản xuất kinh doanh:

- Vay tiêu dùng: Là các khoản vay đáp ứng nhu cầu chi tiêu của các cá nhân, hộ gia đình như : xây dựng sửa chữa nhà, mua sắm vật dụng gia đình, mua xe cơ giới, du học, chữa bệnh, cưới hỏi,....

- Vay sản xuất kinh doanh: là các khoản vay phục vụ mục đích bổ sung vốn sản xuất kinh doanh, đầu tư của cá nhân , hộ gia đình: bổ sung vốn lưu động, mua sắm máy móc thiết bị, đầu tư cơ sở vật chất cho hoạt động sản xuất kinh doanh, đầu tư kinh doanh chứng khoán, vàng.

### **1.1.4. Quy trình cho vay khách hàng cá nhân**

Hiện nay cho vay cá nhân là hình thức sinh lời tốt nhất. Quy trình cho vay cá nhân sẽ được thực hiện thông qua 6 bước.

#### **Bước 1:** Tiếp nhận hồ sơ vay vốn

Các ngân hàng, công ty tín dụng sẽ tiếp nhận hồ sơ của khách hàng. Trong bộ hồ sơ này, khách hàng cần đề nói rõ nhu cầu vay vốn của mình là gì, tình hình tài chính hiện tại ra sao... những thông tin này sẽ được ngân hàng, công ty tín dụng xác minh. Nếu đạt điều kiện, các nhân viên sẽ hướng dẫn khách hàng chuẩn bị một bộ hồ sơ vay vốn. Thông thường bộ hồ sơ sẽ gồm những giấy tờ sau:

Hồ sơ khách hàng

CMND/ hộ chiếu

Sổ hộ khẩu/ giấy tờ chứng minh cư trú thường xuyên

Giấy đăng ký kết hôn (nếu đã kết hôn)

Hồ sơ khoản vay

Giấy đề nghị vay vốn và phương án sử dụng vốn

Tài liệu chứng minh mục đích vay vốn

Tài liệu chứng minh thu nhập: hợp đồng lao động, xác nhận lương,...

Thẩm định điều kiện vay tiêu dùng cá nhân

#### **Bước 2:** Thẩm định điều kiện vay của khách hàng

Ngân hàng, công ty tín dụng sẽ tiến hành thẩm định hồ sơ mà khách hàng cung cấp xem đó đủ điều kiện để vay không. Thẩm định hồ sơ sẽ giúp ngân hàng, công ty tài chính đánh giá chính xác những thông tin mà khách hàng cung cấp liệu có tính xác thực trước khi đưa ra quyết định cho vay hay không?

#### **Bước 3:** Phân tích tín dụng

Phân tích tín dụng sẽ giúp ngân hàng, công ty tín dụng hạn chế tối đa những rủi ro phát sinh trong quá trình cho vay.

Thông qua việc phân tích, các ngân hàng/công ty tín dụng có thể đánh giá chính xác mức độ uy tín, tư cách pháp lý hay khả năng tài chính, thanh toán của khách hàng ở hiện tại và tương lai như thế nào. Từ đó đưa ra quyết định phê duyệt.

**Bước 4:** Xét duyệt cho vay khách hàng cá nhân

Sau khi thẩm định và phân tích hoàn thành, bộ phận xét duyệt sẽ phải kiểm duyệt lại các thông tin một lần nữa trước khi quyết định cho vay.

Trong trường hợp hồ sơ đề nghị vay vốn được xét duyệt, ngân hàng, công ty tín dụng sẽ thông báo sớm cho khách hàng để làm thủ tục vay vốn.

**Bước 5:** Ký hợp đồng và giải ngân vốn

Khi hồ sơ được duyệt, ngân hàng, công ty tín dụng sẽ gửi đến khách hàng bản hợp đồng cam kết về số tiền vay, thời gian vay, lãi suất... để hai bên ký cam kết thực hiện.

**Bước 6:** Tiến hành thu nợ

Khi đến kỳ hạn thanh toán, các ngân hàng/công ty tài chính sẽ thông báo đến khách hàng, yêu cầu khách hàng cần thực hiện thanh toán các khoản vay đúng hạn về tiền gốc và tiền lãi mà 2 bên đã ký cam kết trước đó.

Trong trường hợp khách hàng thanh toán muộn hoặc mất khả năng thanh toán thì ngân hàng sẽ xem xét dựa theo tình hình thực tế mà đưa ra những phán quyết tín dụng mới nhất cũng như phù hợp nhất cho khách hàng.

## **1.2. PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG**

### **1.2.1. Khái niệm Phát triển cho vay KHCN tại NHTM**

Mục đích của việc phát triển cho vay KHCN là nhằm gia tăng thu nhập cho NHTM. Do đó khi nói đến phát triển cho vay KHCN, ta phải xem xét việc phát triển trên khía cạnh: ***Phát triển cho vay KHCN nghĩa là tăng quy mô cho vay KHCN.***

Tăng quy mô cho vay KHCN được hiểu là tăng doanh số và dư nợ cho vay KHCN. Với mục tiêu gia tăng thu nhập cho ngân hàng, nên việc tăng dư nợ cho vay phải đảm bảo thu nhập từ hoạt động cho vay KHCN cũng gia tăng. Chính vì vậy, các NHTM luôn cố gắng áp dụng các biện pháp thúc đẩy tăng trưởng dư nợ cho vay KHCN thông qua việc nghiên cứu và triển khai các sản phẩm cho vay mới, nâng cao chất lượng dịch vụ, đẩy nhanh tốc độ xử lý các hồ sơ vay vốn, tăng cường công tác Marketing cho hoạt động cho vay KHCN nhằm đáp ứng đa dạng nhu cầu vay vốn của KHCN, thu hút thêm nhiều khách hàng và giảm thiểu biện pháp giảm lãi suất cho vay KHCN để tăng dư nợ cho vay.

### **1.2.2. Phương thức phát triển cho vay KHCN**

Tăng cường huy động vốn nhằm đáp ứng nhu cầu về vốn cho vay tăng cao.

Thực hiện tăng trưởng cho vay hợp lý, coi trọng chất lượng cho vay.

Xử lý kiên quyết để giảm nợ quá hạn, không để phát sinh nợ quá hạn mới.

Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ, thực hiện chính sách khách hàng tốt.

Quản trị lãi suất và rủi ro tỷ giá có hiệu quả, kết hợp với các sản phẩm phục vụ xuất khẩu.

Đẩy mạnh tốc độ phát triển cho vay tiêu

Ngân hàng phải giữ vai trò tích cực hơn trong việc thu thập, cung cấp những thông tin cần thiết để hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh của khách hàng.

Nâng cao trình độ cán bộ tín dụng hơn nữa theo hướng cho vay trên cơ sở hiểu biết khách hàng, không đơn thuần chỉ cho vay trên tài sản thế chấp.

Nghiên cứu thị trường để phát hiện cơ hội nghề nghiệp, cho vay đa dạng hơn nhằm thỏa mãn nhu cầu đa dạng của khách hàng.

### **1.2.3. Các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển hoạt động cho vay KH cá nhân**

#### *(1) Tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay KHCN*

Dư nợ cho vay KHCN là tổng lượng tiền mà NHTM đã cho KHCN vay tính tại một thời điểm nhất định. Việc mở rộng cho vay KHCN được đo lường trên quy mô và tốc độ tăng dư nợ KHCN.

Chỉ tiêu tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay KHCN được xác định:

$$\frac{\text{Dư nợ cho vay cuối năm } t - \text{Dư nợ cho vay cuối năm } (t-1)}{\text{Dư nợ cho vay cuối năm } t} \times 100\%$$

#### *(2) Gia tăng tỷ trọng dư nợ cho vay KHCN trong tổng dư nợ của Ngân hàng*

Tỷ trọng dư nợ KHCN trong tổng dư nợ của NHTM được xác định

$$\frac{\text{Dư nợ cho vay KHCN } (t)}{\text{Tổng dư nợ cho vay } (t)} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này phản ánh quy mô cho vay KHCN trong tổng dư nợ cho vay của NHTM. Tỷ trọng dư nợ cho vay KHCN trong tổng dư nợ cho vay của một NHTM càng lớn thì hoạt động cho vay KHCN của NHTM đó càng phát triển. Ở các NHTM hoạt động theo định hướng bán lẻ chỉ tiêu này thường cao hơn các NHTM hoạt động theo định hướng bán buôn. Thông qua chỉ tiêu này, ta cũng có thể so sánh được mức độ phát triển hoạt động cho vay KHCN của các NHTM khác nhau.

#### *(3) Tăng thu nhập lãi thuần từ hoạt động cho vay KHCN*

Thu nhập thuần lãi từ hoạt động cho vay KHCN được xác định bằng cách lấy lãi đầu ra trừ đi lãi đầu vào của hoạt động cho vay KHCN hay cụ thể hơn là lấy lãi thu được từ hoạt động cho vay KHCN trừ đi lãi phải trả cho nguồn vốn dùng để cho vay KHCN. Đây vừa là chỉ tiêu phản ánh việc mở rộng cho vay KHCN vừa là mục tiêu của việc mở rộng cho vay KHCN. Một NHTM chỉ mở rộng cho vay KHCN khi hoạt động này mang lại thu nhập lãi thuần cao hơn cho NHTM đó. Mặt khác khi thu nhập lãi thuần từ hoạt động cho vay KHCN của một NHTM năm sau cao hơn năm trước ta có thể đánh giá hoạt động cho vay KHCN của NHTM đó được mở rộng

Giảm tỷ lệ nợ xấu trên dư nợ cho vay KHCN

Tỷ lệ nợ xấu KHCN = Dư nợ xấu KHCN / Dư nợ cho vay KHCN

Tỷ lệ nợ xấu trên dư nợ cho vay KHCN là chỉ tiêu chính phản ánh chất lượng tín dụng của một ngân hàng. Theo Thông tư 02/2013/TT-NHNN ngày 21/01/2013 của

Thông đốc NHNN Việt Nam(gọi tắt là Thông tư 02): nợ xấu được quy định là các khoản nợ thuộc nhóm 3,4,5.

❖ Nhóm 3 (Nợ dưới tiêu chuẩn) bao gồm:

- Nợ quá hạn từ 91 ngày đến 180 ngày;
- Nợ gia hạn nợ lần đầu;
- Nợ được miễn hoặc giảm lãi do khách hàng không đủ khả năng trả lãi đầy đủ theo hợp đồng tín dụng;

- Nợ thuộc một trong các trường hợp sau đây:

- ✓ Nợ của khách hàng hoặc bên bảo đảm là tổ chức, cá nhân thuộc đối tượng mà tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài không được cấp tín dụng theo quy định của pháp luật;

- ✓ Nợ được bảo đảm bằng cổ phiếu của chính tổ chức tín dụng hoặc công ty con của tổ chức tín dụng hoặc tiền vay được sử dụng để góp vốn vào một tổ chức tín dụng khác trên cơ sở tổ chức tín dụng cho vay nhận tài sản bảo đảm bằng cổ phiếu của chính tổ chức tín dụng nhận vốn góp.

- ✓ Nợ không có bảo đảm hoặc được cấp với điều kiện ưu đãi hoặc giá trị vượt quá 5% vốn tự có của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài khi cấp cho khách hàng thuộc đối tượng bị hạn chế cấp tín dụng theo quy định của pháp luật;

- ✓ Nợ cấp cho các công ty con, công ty liên kết của tổ chức tín dụng hoặc doanh nghiệp mà tổ chức tín dụng nắm quyền kiểm soát có giá trị vượt các tỷ lệ giới hạn theo quy định của pháp luật;

- ✓ Nợ có giá trị vượt quá các giới hạn cấp tín dụng, trừ trường hợp được phép vượt giới hạn, theo quy định của pháp luật;

- ✓ Nợ vi phạm các quy định của pháp luật về cấp tín dụng, quản lý ngoại hối và các tỷ lệ bảo đảm an toàn đối với tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài;

- ✓ Nợ vi phạm các quy định nội bộ về cấp tín dụng, quản lý tiền vay, chính sách dự phòng rủi ro của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài.

- Nợ đang thu hồi theo kết luận thanh tra;

- Nợ được phân loại vào nhóm 3 theo quy định tại khoản 2 và khoản 3 Điều này.

❖ Nhóm 4 (Nợ nghi ngờ) bao gồm:

- Nợ quá hạn từ 181 ngày đến 360 ngày;

- Nợ cơ cấu lại thời hạn trả nợ lần đầu quá hạn dưới 90 ngày theo thời hạn trả nợ được cơ cấu lại lần đầu.

- Nợ cơ cấu lại thời hạn trả nợ lần thứ hai

- Khoản nợ quy định tại điểm c (iv) khoản 1 Điều này quá hạn từ 30 ngày đến 60 ngày kể từ ngày có quyết định thu hồi;

- Nợ phải thu hồi theo kết luận thanh tra nhưng đã quá thời hạn thu hồi đến 60 ngày mà vẫn chưa thu hồi được;

- Nợ được phân loại vào nhóm 4 theo quy định tại khoản 2 và khoản 3 Điều này.

❖ Nhóm 5 (Nợ có khả năng mất vốn) bao gồm:



- Nợ quá hạn trên 360 ngày;
- Nợ cơ cấu lại thời hạn trả nợ lần đầu quá hạn từ 90 ngày trở lên theo thời hạn trả nợ được cơ cấu lại lần đầu;
- Nợ cơ cấu lại thời hạn trả nợ lần thứ hai quá hạn theo thời hạn trả nợ được cơ cấu lại lần thứ hai;
- Nợ cơ cấu lại thời hạn trả nợ lần thứ ba trở lên, kể cả chưa bị quá hạn hoặc đã quá hạn;
- Khoản nợ quy định tại điểm c (iv) khoản 1 Điều này quá hạn trên 60 ngày kể từ ngày có quyết định thu hồi;
- Nợ phải thu hồi theo kết luận thanh tra nhưng đã quá thời hạn thu hồi trên 60 ngày mà vẫn chưa thu hồi được;
- Nợ của khách hàng là tổ chức tín dụng được Ngân hàng Nhà nước công bố đặt vào tình trạng kiểm soát đặc biệt, chi nhánh ngân hàng nước ngoài bị phong tỏa vốn và tài sản;
- Nợ được phân loại vào nhóm 5 theo quy định tại khoản 3 Điều này.

Như trên đã đề cập, việc mở rộng cho vay KHCN phải đi đôi với việc nâng cao chất lượng tín dụng. Các NHTM không thể chỉ mở rộng cho vay mà không quan tâm đến tỷ lệ nợ xấu. NHTM chỉ có thể tiếp tục mở rộng cho vay khi việc mở rộng này không làm tăng tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ.

### **1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN**

#### **1.4.1. Nhân tố khách quan**

##### ***a. Tình hình kinh tế - xã hội trong và ngoài nước***

Có thể nói đây là yếu tố khách quan đối với tất cả các ngành nghề kinh tế, không riêng gì ngân hàng. Sự ổn định chính trị cả trong và ngoài nước có tác động rất rõ. Các cuộc đình công, biểu tình, sụp đổ chính phủ luôn kéo theo tình trạng huy động vốn của ngân hàng bị trì trệ bởi người dân không còn tin tưởng. Ngược lại, sự đồng tâm, nhất trí, ổn định trong bộ máy lãnh đạo sẽ làm cho các NHTM huy động vốn được dễ dàng.

Nền kinh tế ở vào trạng thái tăng trưởng hay suy thoái đã tác động tới việc cho vay của ngân hàng. Ở tình trạng tăng trưởng, người dân cần nhiều vốn để sản xuất kinh doanh. Ngược lại ở tình trạng suy thoái, sản xuất đình trệ, đầu tư bị thu hẹp, nhu cầu tiêu dùng của dân cư cũng giảm sút do sự lo ngại về triển vọng thu nhập giảm sút của người dân trong tương lai.

##### ***b. Đối thủ cạnh tranh và môi trường xã hội***

###### **❖ Đối thủ cạnh tranh:**

Sức ép cạnh tranh trên thị trường cho vay hiện nay là rất lớn. Với sự phát triển cùng mạng lưới rộng khắp, các định chế tài chính này cũng thu hút được lượng vốn đáng kể. Sự cạnh tranh gay gắt hiện nay làm cho hoạt động cho vay của ngân hàng càng khó khăn hơn, đòi hỏi các ngân hàng phải nhanh chóng thích nghi với cơ chế thị trường và đưa ra được những sản phẩm tốt để thu hút khách hàng.

###### **❖ Môi trường xã hội**

Môi trường xã hội là yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới hoạt động của ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay cá nhân nói riêng. Phân bố dân cư, thu nhập của người dân là một nguồn lực tiềm năng có thể khai thác nhằm phát triển quy mô cho vay của NHTM. Môi trường văn hóa như tập quán, tâm lý, thói quen sử dụng nhiều tiền mặt của dân cư ảnh hưởng nhiều đến quyết định kinh tế về tiêu dùng và tiết kiệm của người có thu nhập, mức độ chấp nhận rủi ro khi gửi tiền vào các tổ chức tín dụng hay quyết định chỉ tiêu số tiền nhàn rỗi của mình vào đầu tư bất động sản, chứng khoán.

#### **1.4.2. Nhân tố chủ quan**

##### ***a. Tổ chức hoạt động cho vay KHCN***

Tổ chức hoạt động cho vay KHCN của NHTM có ảnh hưởng lớn đến kết quả cho vay cũng như khả năng mở rộng cho vay KHCN của NHTM đó. Hoạt động cho vay thường được triển khai qua nhiều khâu, công đoạn khác nhau: từ việc thiết kế sản phẩm, quảng bá, tiếp thị, hướng dẫn hồ sơ, thẩm định và phân tích tín dụng, theo dõi và thu hồi nợ. Ở các NHTM khác nhau, việc tổ chức hoạt động cho vay KHCN cũng rất khác nhau. Một số NHTM hoạt động cho vay KHCN không được tổ chức riêng biệt mà chỉ được coi là một phần của mảng hoạt động cho vay nói chung của NHTM. Ngược lại, ngày nay tại nhiều NHTM hoạt động cho vay KHCN đã được tổ chức chuyên môn hoá tức là mỗi khâu trong hoạt động cho vay KHCN được các bộ phận chuyên trách thực hiện. Và điều dễ dàng nhận thấy là tại các NHTM có tổ chức chuyên môn hoá trong hoạt động cho vay KHCN thì hoạt động cho vay này có nhiều cơ hội được mở rộng và phát triển.

##### ***b. Chất lượng nguồn nhân sự***

Hoạt động cho vay KHCN là hoạt động nghiệp vụ phức tạp và bao gồm nhiều công đoạn. Ngoài sự trợ giúp của các trang thiết bị và công nghệ, yếu tố con người được xem là rất quan trọng, quyết định sự thành công hay thất bại của hoạt động cho vay. Một NHTM muốn mở rộng được hoạt động cho vay KHCN cần phải có đội ngũ nhân viên giỏi về chuyên môn nghiệp vụ, có đạo đức nghề nghiệp ở tất cả các khâu từ nghiên cứu phát triển sản phẩm, tiếp thị, thẩm định, phân tích tín dụng đến các khâu quản lý và thu hồi nợ. Việc chú trọng phát triển nguồn nhân lực tốt trong các công đoạn cho vay đảm bảo cho NHTM có được các sản phẩm cho vay phù hợp, đáp ứng được đa dạng các nhu cầu vay vốn của khách hàng, đảm bảo cho việc xử lý hồ sơ vay vốn của khách hàng nhanh chóng, an toàn, hạn chế rủi ro, đảm bảo khả năng thu hồi nợ tốt.

##### ***c. Chính sách lãi suất:***

Là một chính sách quan trọng bố trí cho công tác cho vay của Ngân hàng. Bất kỳ một cá nhân hay tổ chức nào khi vay tiền tại Ngân hàng đều quan tâm đến lãi suất. Vì vậy, sự phát triển của cho vay phụ thuộc vào lãi suất Ngân hàng, lãi suất của các loại hình đầu tư khác và của dân cư. Do đó, Ngân hàng phải đưa ra một chiến lược lãi suất hợp lý, đảm bảo được khả năng cạnh tranh và đảm bảo thu hút được khách hàng.

Cùng với sự phát triển của đất nước các tổ chức phi tài chính, phi Ngân hàng, các quỹ tín dụng, bảo hiểm, các NHTM không ngừng phát triển nên sự cạnh tranh diễn ra rất lớn. Các Ngân hàng cạnh tranh không chỉ với nhau mà còn với các công ty tài chính khác

nhau của thị trường cho vay. Chính vì vậy, lãi suất đóng vai trò hết sức quan trọng trong lĩnh vực thu hút KH, đặc biệt khi lãi suất thị trường ở mức cao. Vì vậy, chính sách lãi suất ảnh hưởng lớn đến quy mô cho vay.

#### ***d. Trình độ công nghệ Ngân hàng:***

Trong hoạt động ngân hàng, công nghệ và trình độ quản lý đóng một vai trò quan trọng, ngân hàng luôn là những tổ chức có được những công nghệ tiên tiến nhất và trình độ quản lý hiện đại nhất trong nền kinh tế. Công nghệ của ngân hàng là các phần mềm và phần cứng của thiết bị thông tin được dùng trong ngân hàng. Với công nghệ hiện đại như các máy tính, máy ATM, hệ chương trình quản lý ngân hàng lõi giúp cho các ngân hàng đơn giản hoá thủ tục, rút ngắn thời gian giao dịch, bảo mật thông tin cho khách hàng tốt hơn. Trình độ quản lý thể hiện trong việc điều hành, kiểm tra, kiểm soát các hoạt động của ngân hàng, với khả năng quản lý tốt sẽ giúp các ngân hàng hoạt động có hiệu quả, đạt được các mục tiêu về lợi nhuận.

Khi đề ra chiến lược phát triển cho vay KHCN các ngân hàng phải quan tâm tới công nghệ và trình độ quản lý của mình, nó sẽ tạo nên những thuận lợi hay khó khăn cho ngân hàng. Nếu ngân hàng có trình độ công nghệ và quản lý hiện đại sẽ là một yếu tố thúc đẩy phát triển cho vay KHCN: rút ngắn thời gian cho vay đối với mỗi cá nhân, tạo được uy tín, sự tin tưởng đối với khách hàng... qua đó làm tăng doanh số cho vay, gia tăng lợi nhuận. Khi đề ra chiến lược phát triển ngân hàng phải đánh giá lại trình độ công nghệ và quản lý của mình ở mức nào, khi so sánh với các ngân hàng cạnh tranh và trình độ phát triển công nghệ ngân hàng trên thế giới. Các ngân hàng phải phát triển công nghệ và nâng cao năng lực quản lý để có thể giành chiến thắng trong thị trường đem lại nhiều lợi nhuận, thị trường cho vay đối với KHCN.

#### ***e. Các nhân tố khác***

Hoạt động cho vay KHCN của NHTM còn chịu tác động của nhiều nhân tố khác như:

Hoạt động Marketing ngân hàng: giúp đưa các sản phẩm của ngân hàng đến với khách hàng nhanh chóng và hiệu quả hơn, tạo cho khách hàng tâm lý thoải mái dễ chịu khi giao dịch, thông hiểu các thủ tục, thể lệ vay tiền cũng như các chính sách ưu đãi mà họ được. Nhờ vậy, khách hàng sẽ tìm thấy được cơ hội hấp dẫn cho mình khi vay tiền tại ngân hàng, tạo điều kiện cho ngân hàng có thể tiếp xúc và duy trì mối quan hệ lâu dài với khách hàng.

Ngoài ra, còn phải kể đến một vài nhân tố cũng có tác động không nhỏ đến hoạt động huy động vốn như: uy tín của ngân hàng trên thị trường; đội ngũ các cán bộ nhân viên phải có năng lực, trình độ, đầy đủ tiêu chí của một nhân viên ngân hàng chuyên nghiệp...

## CHƯƠNG 2

### THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP ACB – CHI NHÁNH KON TUM

#### 2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU – CHI NHÁNH KON TUM

##### 2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của ACB- Chi nhánh Kon Tum

###### *a. Khái quát lịch sử hình thành và phát triển của ACB*

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á châu (ACB) được thành lập theo Giấy phép số 0032/NH-GP do Ngân hàng Nhà nước (NHNN) cấp ngày 24/4/1993, và Giấy phép số 533/GP-UB do Ủy ban Nhân dân Tp. HCM cấp ngày 13/05/1993. Thời hạn hoạt động: 50 năm kể từ ngày của Giấy phép đầu tiên. Ngày 04/6/1993, ACB chính thức đi vào hoạt động. Vốn điều lệ ban đầu là 20 tỷ VND.

Trong suốt hơn 29 năm hoạt động, với tầm nhìn và chiến lược đúng đắn, chính xác trong đầu tư công nghệ và nguồn nhân lực, nhạy bén trong điều hành, cổ đông và nhân viên ACB đều đồng tâm bám sát theo mục tiêu và chiến lược nêu trên và những kết quả đạt được đã chứng minh đó là các định hướng đúng đắn, giúp ACB khẳng định vị trí dẫn đầu của mình trong hệ thống NHTM tại Việt Nam. Dưới đây có thể kể ra một số cột mốc quan trọng và đáng nhớ của ACB:

###### ❖ Giai đoạn 1993- 1995: Giai đoạn hình thành ACB.

Giai đoạn này, xuất phát từ vị thế cạnh tranh, ACB hướng về khách hàng cá nhân và doanh nghiệp trong khu vực tư, với quan điểm thận trọng trong việc cấp tín dụng, đi vào sản phẩm dịch vụ mới mà thị trường chưa có (cho vay tiêu dùng, dịch vụ chuyển tiền nhanh Western Union, dịch vụ thẻ,...).

###### ❖ Giai đoạn 1996- 2000:

ACB là ngân hàng thương mại cổ phần đầu tiên của Việt Nam phát hành thẻ tín dụng quốc tế MasterCard và Visa.

Năm 1999, ACB triển khai chương trình hiện đại hóa công nghệ thông tin ngân hàng, xây dựng hệ thống mạng diện rộng, nhằm trực tuyến hóa và tin học hóa hoạt động giao dịch.

Năm 2000, ACB đã thực hiện tái cấu trúc như là một bộ phận của chiến lược phát triển trong nửa đầu thập niên 2000. Cơ cấu tổ chức được thay đổi theo định hướng kinh doanh và hỗ trợ. Ngoài các khối, còn có một số phòng ban do Tổng giám đốc trực tiếp chỉ đạo. Hoạt động kinh doanh của Hội sở được chuyển giao cho Sở giao dịch. Việc tái cấu trúc nhằm đảm bảo sự chỉ đạo xuyên suốt toàn hệ thống; sản phẩm được quản lý theo hướng khách hàng và được thiết kế phù hợp với từng phân đoạn khách hàng; quan tâm đúng mức việc phát triển kinh doanh và quản lý rủi ro.

###### ❖ Giai đoạn 2001- 2005:

Cuối năm 2001, ACB chính thức vận hành hệ thống công nghệ ngân hàng lõi là TBCS (The Complete Banking Solution: Giải pháp ngân hàng toàn diện), cho phép tất cả chi nhánh và phòng giao dịch nối mạng với nhau, giao dịch tức thời, dùng chung cơ sở dữ liệu tập chung.

Năm 2003, ACB xây dựng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9001:2000 và được công nhận đạt tiêu chuẩn trong các lĩnh vực huy động vốn, cho vay ngắn hạn, trung và dài hạn, thanh toán quốc tế và cung ứng nguồn lực tại Hội sở.

Năm 2005, ACB và ngân hàng Standard Chartered (SCB) ký kết thỏa thuận hỗ trợ kỹ thuật toàn diện; và SCB trở thành cổ đông chiến lược của ACB. ACB triển khai giai đoạn hai của chương trình hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, gồm các cấu phần: nâng cấp máy chủ, thay thế phần mềm xử lý giao dịch thẻ ngân hàng bằng một phần mềm mới có khả năng tích hợp với nền công nghệ lõi hiện có lắp đặt hệ thống ATM.

❖ Giai đoạn 2006- 2010:

ACB niêm yết tại Trung tâm giao dịch Chứng khoán Hà Nội vào tháng 11/2006. Năm 2007, ACB đẩy nhanh việc mở rộng mạng lưới hoạt động, thành lập mới 31 chi nhánh và phòng giao dịch, thành lập Công ty Cho thuê tài chính ACB, hợp tác với các đối tác như Open Solutions (OSI) – Thiên Nam để nâng cấp hệ ngân hàng cốt lõi, hợp tác với Microsoft về áp dụng công nghệ thông tin vào vận hành và quản lý, hợp tác với SCB về phát hành trái phiếu. ACB phát hành 10 triệu cổ phiếu mệnh giá 100 tỷ đồng, với số tiền thu được là hơn 1.800 tỷ đồng.

Năm 2008, ACB thành lập mới 75 chi nhánh và phòng giao dịch, hợp tác với American Express về séc du lịch, triển khai dịch vụ chấp nhận thanh toán thẻ JCB. ACB tăng vốn điều lệ lên 6.355 tỷ đồng. ACB đạt danh hiệu “Ngân hàng tốt nhất Việt Nam năm 2008” do Tạp chí Euromoney trao tặng tại HongKong.

Riêng trong năm 2009, ACB hoàn thành cơ bản chương trình tái cấu trúc nguồn nhân lực, tái cấu trúc hệ thống kênh phân phối, xây dựng mô hình chi nhánh theo định hướng bán hàng. Tăng thêm 51 chi nhánh và phòng giao dịch. Hệ thống chấm điểm tín dụng đối với khách hàng cá nhân và doanh nghiệp cũng đã hoàn thành và áp dụng chính thức. Hệ thống bàn trợ giúp (help desk) bắt đầu được triển khai. Và lần đầu tiên tại Việt Nam năm 2009 do 6 tạp chí tài chính ngân hàng danh tiếng quốc tế bình chọn (Asiamoney, FinanceAsia, Global Finance, Euromoney, The Asset và The Banker). Tính đến ngày 09/10/2010, ACB nhận được 4 giải thưởng Ngân hàng tốt nhất Việt Nam 2010. từ các tạp chí tài chính danh tiếng là Asiamoney, FinanceAsia, The Asian Banker và Global Finance.

❖ Giai đoạn từ 2011- 2013:

Năm 2011, “Định hướng chiến lược phát triển của ACB giai đoạn 2011-2019 và tầm nhìn 2020” được ban hành vào đầu năm. Trong đó nhấn mạnh đến chương trình chuyển đổi hệ thống quản trị điều hành phù hợp với các quy định pháp luật Việt Nam và hướng đến áp dụng các thông lệ quốc tế tốt nhất. Cuối năm, ACB đã khánh thành Trung tâm Dữ liệu dạng mô- đun (enterprise module data center) tại Tp. Hồ Chí Minh. Trong năm, ACB đưa vào hoạt động thêm 45 chi nhánh và phòng giao dịch.

Năm 2012, sự cố tháng 8/2012 đã tác động đáng kể đến nhiều mặt hoạt động của ACB, đặc biệt là huy động và kinh doanh vàng. Tuy nhiên ACB đã ứng phó tốt sự cố và nhanh chóng khôi phục toàn bộ số dư huy động tiết kiệm VND chỉ trong thời gian 2

tháng sau đó. ACB đã lành mạnh hóa cơ cấu bảng tổng kết tài sản thông qua việc xử lý các tồn đọng liên quan đến hoạt động kinh doanh vàng theo chủ trương của Ngân hàng Nhà nước. ACB cũng thực thi quyết liệt việc cắt giảm chi phí trong 6 tháng cuối năm; bước đầu hoàn chỉnh khuôn khổ quản lý rủi ro về mặt quy trình chính sách và thành lập mới 16 chi nhánh và phòng giao dịch.

Năm 2013, tuy hiệu quả hoạt động không như kì vọng nhưng ACB vẫn có mức độ tăng trưởng khả quan về huy động và cho vay VND. Nợ xấu được kiểm soát ở mức 3% sau những biện pháp mạnh mẽ về thu hồi nợ, xử lý rủi ro tín dụng và bán nợ cho 3% sau những biện pháp mạnh mẽ về thu hồi nợ, xử lý rủi ro tín dụng và bán nợ cho Công ty quản lý tài sản của các tổ chức tín dụng Việt Nam (VAMC). ACB cũng kéo giảm hệ số chi phí/ thu nhập xuống còn khoảng 66%, giảm 7% so với năm 2012. Về nhân sự, quy mô được tính giảm, và việc thay thế và bổ sung cấp quản lý được thực hiện thường xuyên. Mạng lưới kênh phân phối cũng được sắp xếp lại theo quy định mới của Ngân hàng Nhà nước.

❖ Giai đoạn 2014 – 2018:

Năm 2014, ACB nâng cấp hệ nghiệp vụ ngân hàng lõi (core banking) từ TCBS lên DNA, thay thế hệ cũ đã sử dụng 14 năm. Hoàn tất việc thay đổi logo, bảng hiệu mặt tiền trụ sở cho toàn bộ các chi nhánh và phòng giao dịch và ATM theo nhận diện thương hiệu mới (công bố ngày 05/01/2019). Hoàn tất việc xây dựng khung quản lý rủi ro nhằm đáp ứng đầy đủ các quy định mới về tỷ lệ đảm bảo an toàn. Quy mô và hiệu quả hoạt động kinh doanh của kênh phân phối được nâng cao.

Năm 2019, ACB hoàn thành các dự án chiến lược như tái cấu trúc kênh phân phối, hình thành trung tâm thanh toán nội địa (giai đoạn 1), hoàn thiện phương thức đánh giá hiệu quả hoạt động đơn vị và nhân viên Hội sở; đồng thời cho khởi tạo và triển khai các dự án ngân hàng giao dịch (transaction banking), ngân hàng ưu tiên (priority banking), quản lý bán hàng (customer management system), v.v. nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh.

Năm 2020, tổng số nhân viên của ACB là 9.813 người. Cán bộ có trình độ đại học và trên đại học chiếm 93%, thường xuyên được đào tạo chuyên môn nghiệp vụ tại trung tâm đào tạo riêng của ACB.

Đến năm 2020, vốn điều lệ của ACB là 11.259.140.250.000 đồng. Năm 2018, số vốn điều lệ tiếp tục tăng và đạt mức 12.885.877.380.000 đồng.

❖ Giai đoạn 2019 cho đến nay:

ACB đã hoàn thành theo tiến độ nhiều hạng mục của các dự án công nghệ để hỗ trợ hoạt động kinh doanh, vận hành và quản lý hệ thống, tiêu biểu như chuyển đổi hệ thống core chứng khoán ACBS; cải tiến các chương trình CLMS, CRM, ACMS, ELM, PASS để hỗ trợ việc tinh gọn quy trình nghiệp vụ; nâng cấp hệ thống các máy ATM, website ACB, gia tăng tiện ích, dịch vụ thanh toán cho khách hàng, v.v.

***b. Lịch sử hình thành và phát triển của ACB- Chi nhánh Kon Tum***

Ngân hàng TMCP Á Châu- Chi nhánh Kon Tum được thành lập ngày 24/04/1993 theo giấy chứng nhận đăng ký hoạt động chi nhánh mã số: 0301452948-129 do Cục Thuế Tỉnh Kon Tum cấp đăng ký, hiện tại ngân hàng đang hoạt động tại địa điểm: Số 252 Lê Hồng Phong, Phường Quyết Thắng, Thành phố Kon Tum, Kon Tum.

Ngân hàng Thương mại Á Châu- Ngân hàng ACB - CN Kon Tum trực thuộc hệ thống kênh phân phối Ngân hàng Á Châu, có con dấu riêng theo quy định của ngân hàng Nhà nước, chấp hành mọi thể lệ chế độ của ngân hàng ACB, các mệnh lệnh chỉ thị của tổng giám đốc. Chi nhánh thực hiện các nghiệp vụ khi ACB đã có văn bản hướng dẫn thực hiện các nghiệp vụ đó. Những vấn đề ngoài nhiệm vụ quyền hạn của Giám đốc Chi nhánh phải trình thị ý kiến của Tổng giám đốc.

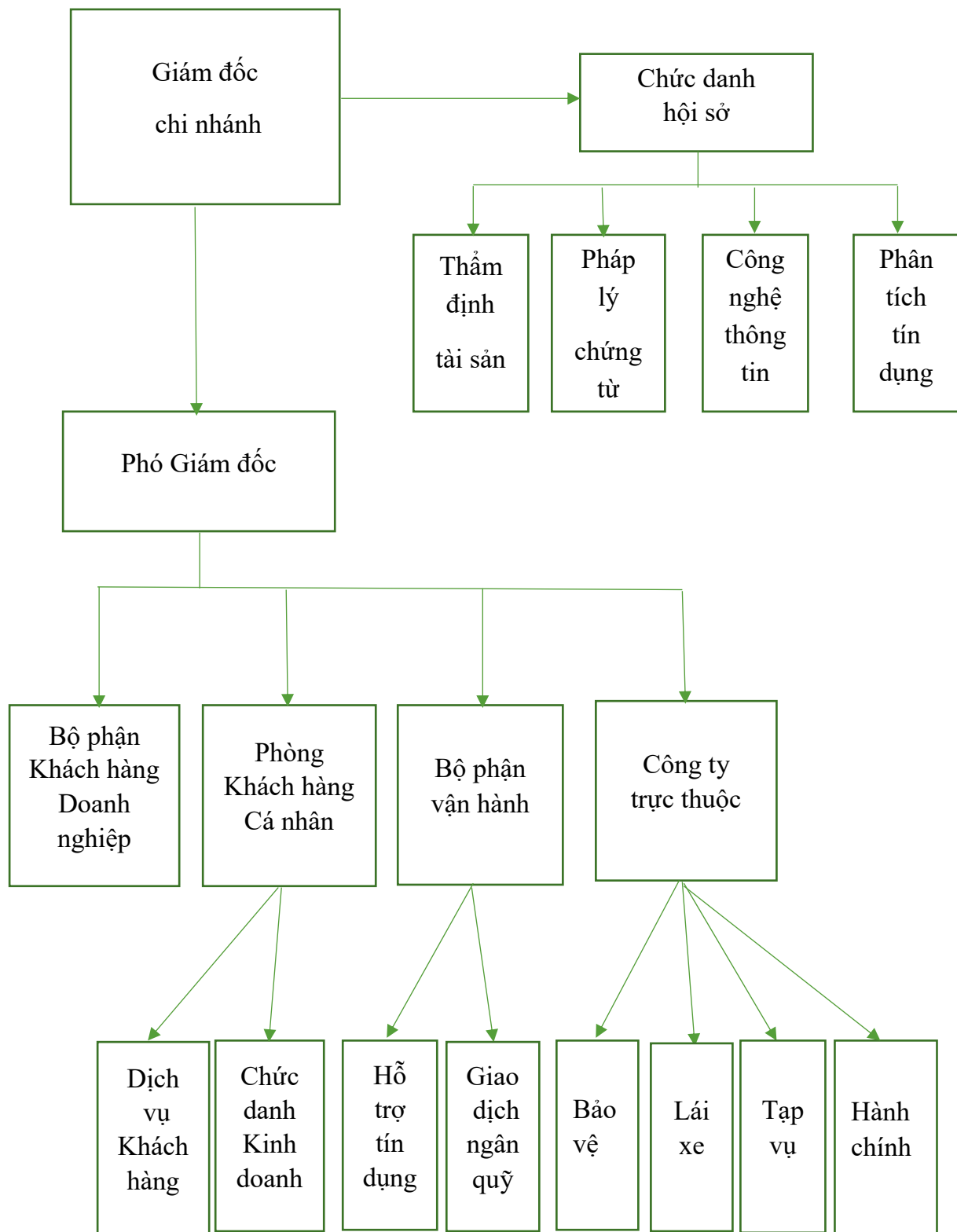
❖ Giai đoạn 2011-2019:

Là giai đoạn khởi đầu cho sự phát triển của ngân hàng Á Châu – CN Kon Tum. Giai đoạn này ngân hàng chủ yếu tập trung hướng đến những khách hàng cá nhân (KHCCN) và doanh nghiệp tư nhân vừa và nhỏ.

❖ Giai đoạn 2019 đến nay:

Trong năm 2020, các dự án áp dụng công nghệ vào hoạt động ngân hàng đã hoàn thành xuất sắc, theo đúng tiến độ đề ra trong các giai đoạn trước. Có thể kể đến: Dự án chuyển đổi hệ thống core chứng khoán ACBS; Dự án cải tiến các chương trình CLMS, CRM, ACMS, ELM, PASS để hỗ trợ việc tinh gọn nghiệp vụ ngân hàng; Dự án nâng cấp hệ thống các máy ATM; Dự án nâng cấp website ACB và nhận diện thương hiệu, gia tăng tiện ích, dịch vụ thanh toán cho khách hàng,...

### 2.1.2. Cơ cấu tổ chức của ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum



**Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức của ngân hàng ACB – CN Kon Tum**

*(Nguồn: Phòng giao dịch ngân hàng Á Châu – CN Kon Tum)*



Chức năng, nhiệm vụ của các phòng ban:

- Giám đốc: Điều hành toàn bộ hoạt động của chi nhánh, xây dựng, thực hiện, kiểm tra các chương trình hành động để hoàn thành kế hoạch do Tổng Giám đốc giao cho.

- Phó giám đốc: Phụ trách trực tiếp phòng, tổ được Giám đốc phân công, ủy quyền (bao gồm 01 Phó giám đốc quản lý khối bán lẻ và 01 Phó giám đốc quản lý rủi ro).

- Bộ phận Kiểm soát: Giám sát các hoạt động tại đơn vị.

- Phòng KHCN: Có chức năng hoàn thiện và phát triển các sản phẩm dịch vụ cho KHCN theo định hướng chiến lược của Ngân hàng TMCP Á Châu gồm: các sản phẩm huy động vốn, thanh toán, cho vay tiêu dùng và SXKD cá nhân, phát hành và thanh toán thẻ NH, chuyển tiền cá nhân trong và ngoài nước, các sản phẩm liên kết (bảo hiểm).

- Phòng Khách hàng Doanh nghiệp: Có đối tượng phục vụ là các DN. Sản phẩm phục vụ cho Kh bao gồm: mở tài khoản và thanh toán, cho vay phục vụ SXKD, thực hiện các dịch vụ thanh toán quốc tế, bảo lãnh trong nước.

- Phòng Giao dịch và Ngân quỹ: Gồm hai bộ phận chính là Kế toán – Ngân quỹ. Thực hiện các chức năng: tiếp xúc, giao dịch KH, thực hiện việc thu chi, kinh doanh vàng, các loại ngoại tệ và trực tiếp hạch toán kế toán, hạch toán thống kê và thanh toán theo quy định.

- Bộ phận hỗ trợ nghiệp vụ: Thực hiện các chức năng hỗ trợ công tác nghiệp vụ chuyên môn cho các bộ phận: Theo dõi hồ sơ vay, quản lý KH, tư vấn sản phẩm cho KH tiền vay và tiền gửi, lập và thực hiện hợp đồng, thẩm định tài sản, xử lý nợ quá hạn,...

- Bộ phận hành chính: Thực hiện tham mưu, giúp việc cho Giám đốc NH hoặc Phó giám đốc được phân công phụ trách trong chỉ đạo, điều hành và tổ chức thực hiện công tác văn thư, lưu trữ, nhân sự, hành chính tổng hợp tại CN; Chịu trách nhiệm tổ chức cán bộ, theo dõi nhân sự, thi đua. Ngoài ra bộ phận này còn thực hiện các hoạt động về mua sắm, sửa chữa máy móc thiết bị.

- Bộ phận thẩm định tài sản: Tham mưu, hỗ trợ trưởng phòng/ phó trưởng phòng trong chỉ đạo, điều hành và thực hiện công tác thẩm định, định giá tài sản bảo đảm (TSBD), đảm bảo tuân thủ quy định của ACB và pháp luật, hướng tới sự chuyên nghiệp, an toàn và hiệu quả trong hoạt động kinh doanh; Thực hiện công tác thẩm định và định giá TSBD: Thẩm định và định giá TSBD của các khoản cấp tín dụng, khảo sát, nghiên cứu thị trường, thu thập thông tin, lập báo cáo đánh giá diễn biến thị trường và đề xuất khung giá thị trường tài sản theo địa bàn được phân công, tính toán giá trị của tài sản và lập báo cáo thẩm định.

- Bộ phận công nghệ thông tin (IT): Chịu trách nhiệm giám sát, thực hiện và bảo trì các hoạt động công nghệ của công ty, đảm bảo hiệu quả của tất cả các hệ thống máy tính, ứng dụng, phần mềm và phần cứng.

### **2.1.3. Các hoạt động cơ bản của ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum**

Về sản phẩm kinh doanh, ngân hàng TMCP Á Châu hiện đang thực hiện đầy đủ các chức năng của một ngân hàng bán lẻ. Danh mục sản phẩm của ACB rất đa dạng tập trung

vào các phân đoạn khách hàng mục tiêu, bao gồm cá nhân và doanh nghiệp vừa và nhỏ. Ngân hàng ACB - CN Kon Tum cung cấp các sản phẩm, dịch vụ của ACB bao gồm:

- Huy động vốn ngắn, trung và dài hạn theo các hình thức gửi tiết kiệm, tiền gửi thanh toán, chứng chỉ tiền gửi.

- Cho vay ngắn, trung và dài hạn; Chiết khấu thương phiếu, công trái và giấy tờ có giá; đầu tư vào chứng khoán và các tổ chức kinh tế; Làm dịch vụ thanh toán giữa các khách hàng; kinh doanh ngoại tệ, vàng bạc.

- Tiếp nhận vốn ủy thác đầu tư; Nhận vốn từ các tổ chức tín dụng trong và ngoài nước.

- Thanh toán quốc tế, bao thanh toán, môi giới và tư vấn đầu tư chứng khoán, lưu ký, tư vấn tài chính doanh nghiệp và bảo lãnh phát hành, cung cấp các dịch vụ về đầu tư, quản lý nợ và khai thác tài sản, cho thuê tài chính và các dịch vụ ngân hàng khác...

- Cung cấp các tài khoản giao dịch và thực hiện thanh toán: ngân hàng mở tài khoản cho khách hàng bằng nhiều hình thức.

**2.1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum**

**Bảng 2.1. Tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng ACB - Chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020**

*DVT: Tỷ đồng*

CHỈ TIÊU	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	So sánh			
				2019/2018		2020/2019	
	Giá trị	Giá trị	Giá trị	+/-	%	+/-	%
<b>I. Thu nhập</b>	<b>7,81</b>	<b>8,23</b>	<b>6,96</b>	<b>0,42</b>	<b>5,36</b>	<b>-1,27</b>	<b>-15,42</b>
1- Thu lãi cho vay	6,61	6,52	5,66	-0,09	-1,36	-0,86	-13,19
2- Thu dịch vụ	0,23	0,34	0,19	0,11	50,00	-0,15	-43,65
3- Thu khác	0,98	1,37	1,11	0,39	39,84	-0,26	-19,06
<b>II. Chi phí</b>	<b>7,02</b>	<b>7,23</b>	<b>7,42</b>	<b>0,21</b>	<b>2,95</b>	<b>0,19</b>	<b>2,61</b>
1- Chi trả lãi tiền gửi	4,01	4,22	4,53	0,21	5,19	0,31	7,45
2- Chi dịch vụ	0,11	0,15	0,17	0,04	35,71	0,02	12,28
3- Chi nội bộ	1,51	1,87	<b>2,03</b>	0,36	24,01	0,16	8,82
4- Trích dự phòng rủi ro	1,39	0,99	0,68	-0,40	-28,88	-0,31	-31,06
<b>C. LỢI NHUẬN</b>	<b>0,79</b>	<b>1,00</b>	<b>-0,46</b>	<b>0,21</b>	<b>26,28</b>	<b>-1,46</b>	<b>-146,22</b>

*(Nguồn: Báo cáo tổng kết năm 2018 – 2020 của NH TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum)*

Giai đoạn ngành tài chính gặp nhiều khó khăn vừa qua, nhiều ngân hàng đã phải điều chỉnh mục tiêu kinh doanh, kế hoạch phát triển và lợi nhuận đặt ra vào đầu năm, đầu kì; Các chiến lược tăng tốc, phát triển nhanh được thay bằng chiến lược phát triển ổn định, thận trọng và yếu tố an toàn được đặt lên trên hết.

#### ***- Về thu nhập***

Qua Bảng 2.1 ta nhận thấy rằng thu nhập của ngân hàng tăng giảm qua các năm. Cụ thể: năm 2019 có tổng thu nhập là 8,23 tỷ đồng tăng 0,42 tỷ đồng tương ứng với 5,36% so với năm 2018 và năm 2020 có thu nhập 6,96 tỷ đồng giảm 1,27 tỷ đồng tương ứng giảm 15,42% so với năm 2019. Tổng thu nhập của ngân hàng tăng liên tục qua các năm thể hiện sự phát triển của ngân hàng trong việc đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ, nâng cao hoạt động tín dụng của ngân hàng, bên cạnh đó cũng phải kể đến sự nỗ lực nhiệt tình của các cán bộ nhân viên trong ngân hàng. Tuy nhiên năm 2020 là năm bùng phát dịch covid-19 nên thu nhập ngân hàng giảm đi đáng kể. Thu nhập của ngân hàng chủ yếu đến từ khoản mục “Thu lãi cho vay”. Đây là hoạt động sử dụng vốn lớn nhất và cũng là hoạt động mang lại thu nhập lớn nhất cho ngân hàng.

#### ***- Về chi phí***

Đi đôi với thu nhập tăng thì chi phí của ngân hàng cũng tăng lên. Tốc độ tăng của chi phí cũng giống như tốc độ tăng của thu nhập, năm 2018 Chi nhánh bỏ ra chi phí hoạt động kinh doanh là 7,02 tỷ đồng, năm 2019 là 7,23 tỷ đồng tăng 2,95% so với năm 2018; và năm 2020 có chi phí 7,42 tỷ đồng tăng tương ứng 2,61% so với năm 2019. Những con số này chưa thể hiện hiệu quả hoạt động kinh doanh tốt vì theo thời gian, công tác của ngân hàng phải dần đi vào quỹ đạo và ổn định, cơ sở vật chất cũng như con người ít thay đổi nên tốc độ tăng của chi phí phải đi theo xu hướng là chậm hơn tốc độ tăng của thu nhập mới mang lại lợi nhuận cao hơn qua các giai đoạn.

Trong đó chi phí lãi chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu tổng chi phí, nguyên nhân là do tăng lãi suất huy động tăng để cạnh tranh với các ngân hàng khác.

#### ***- Lợi nhuận***

Qua biến động của thu nhập và chi phí mỗi năm, lợi nhuận có dấu hiệu tăng trưởng cao năm 2019 và nhịp độ tăng qua các năm là ổn định trên 20%. Cụ thể năm 2019 lợi nhuận trước thuế đạt 1 tỷ đồng tăng 0,21 tỷ đồng tương ứng 21,26% so với năm 2018; Năm 2020 giảm mạnh 146,22% so với năm 2019. Lợi nhuận trên là kết quả kinh doanh khá khiêm tốn so với các ngân hàng khác, nhưng trong điều kiện khách quan và chủ quan của giai đoạn 2018 - 2020 thì nó thể hiện sự nỗ lực vô cùng to lớn từ ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum trước tình hình dịch Covid-19 năm 2020 vừa qua.

## **2.2. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN Ở NGÂN HÀNG ACB - CHI NHÁNH KON TUM**

### **2.2.1. Quy trình cho vay KH cá nhân**

Quy trình cho vay KHCN tại ngân hàng ACB – CN Kon Tum được thực hiện qua các bước sau :

**Bước 1:** Tiếp xúc và hướng dẫn khách hàng lập hồ sơ vay vốn

Việc tiếp xúc và hướng dẫn khách hàng lập hồ sơ vay vốn tại ACB – CN Kon Tum được thực hiện bởi nhân viên Tư vấn tài chính cá nhân (gọi tắt là PFC- Personal Financial Consultant). Các PFC tại ACB – CN Kon Tum có nhiệm vụ tìm kiếm KHCVN, phát hiện nhu cầu, tư vấn các sản phẩm tín dụng cá nhân phù hợp với khách hàng và hướng dẫn khách hàng lập hồ sơ vay vốn; Các công việc này có thể được PFC thực hiện tại trụ sở ngân hàng hoặc tại nhà, nơi làm việc của khách hàng.

**Bước 2:** Thẩm định và lập tờ trình thẩm định khách hàng

Sau khi khách hàng đồng ý đặt quan hệ vay vốn với ACB – CN Kon Tum và nộp đầy đủ hồ sơ vay vốn. ACB – CN Kon Tum tiến hành thẩm định khách hàng. Công tác thẩm định được phân ra hai mảng độc lập: Thẩm định và phân tích tín dụng; thẩm định tài sản đảm bảo.

Công tác thẩm định tài sản đảm bảo được thực hiện độc lập bởi nhân viên thẩm định tài sản. Việc thẩm định và phân tích tín dụng được thực hiện bởi nhân viên phân tích tín dụng (C/A – Credit Analyst). Các C/A tiến hành thẩm định và phân tích tín dụng dựa trên các nội dung: CIC của khách hàng, khả năng tài chính và khả năng trả nợ của khách hàng..... Trên cơ sở các kết quả thẩm định và phân tích tín dụng khách hàng và kết quả thẩm định tài sản đảm bảo. C/A tiến hành lập tờ trình thẩm định và đề xuất cho vay/ từ chối đối với khách hàng trình cấp có thẩm quyền phê duyệt.

**Bước 3:** Xét duyệt cho vay

Tùy thuộc vào số tiền đề nghị cho vay, tỷ lệ cho vay / tài sản đảm bảo, các điều kiện thực hiện thủ tục pháp lý đối với tài sản đảm bảo.... theo quy định của ACB. Hồ sơ vay vốn của khách hàng tại ACB – CN Kon Tum sẽ được trình xét duyệt tại các cấp có thẩm quyền theo quy định của ACB. Các cấp xét duyệt tín dụng bao gồm :

- Chuyên viên phê duyệt tín dụng bao gồm 7 cấp chuyên viên, mỗi cấp chuyên viên có thẩm quyền phê duyệt khác nhau về mức cho vay và sản phẩm cho vay.
- Ban tín dụng chi nhánh, hội đồng tín dụng.

**Bước 4:** Thông báo kết quả cho khách hàng

Các kết quả phê duyệt tín dụng được ACB – CN Kon Tum thông báo cho khách hàng bằng văn bản. Đối với trường hợp đồng ý cho vay, văn bản thông báo cho khách hàng bao gồm đầy đủ các nội dung như: Số tiền cho vay, loại tiền cho vay, hình thức cho vay thời hạn cho vay, lãi suất cho vay, tài sản đảm bảo và các điều kiện trước khi giải ngân, khi giải ngân và sau khi giải ngân. Đối với trường hợp từ chối, ACB – CN Kon Tum cũng nêu rõ trong văn bản thông báo lý do từ chối cho vay đối với khách hàng.

**Bước 5:** Hoàn tất các thủ tục đảm bảo tiền vay và ký Hợp đồng tín dụng

Đối với các hồ sơ được chấp thuận cho vay, khách hàng cùng ACB – CN Kon Tum hoàn tất các thủ tục đảm bảo tiền vay: ký các hợp đồng cầm cố, thế chấp; đăng ký giao dịch đảm bảo theo quy định của pháp luật; và ký (các) Hợp đồng tín dụng. Tại ACB – CN Kon Tum các công việc liên quan đến bước này như soạn thảo các hợp đồng cầm cố/ thế chấp, hợp đồng tín dụng tại bộ phận hỗ trợ nghiệp vụ.

**Bước 6:** Giải ngân

Sau khi các thủ tục liên quan đến đảm bảo tiền vay, ký kết hợp đồng tín dụng được hoàn thành, khách hàng vay vốn đáp ứng đầy đủ các điều kiện trước khi giải ngân. Khi giải ngân, ACB – CN Kon Tum tiến hành giải ngân cho khách hàng. Công việc giải ngân được các nhân viên thực hiện như sau: Nhân viên dịch vụ khách hàng vay vốn tiến hành kiểm tra các điều kiện trước và khi giải ngân, mở tài khoản vay, lập lệnh giải ngân trình cấp có thẩm quyền phê duyệt, sau khi được phê duyệt lệnh giải ngân sẽ được chuyển đến nhân viên giao dịch để tiến hành giải ngân.

**Bước 7:** Lưu hồ sơ

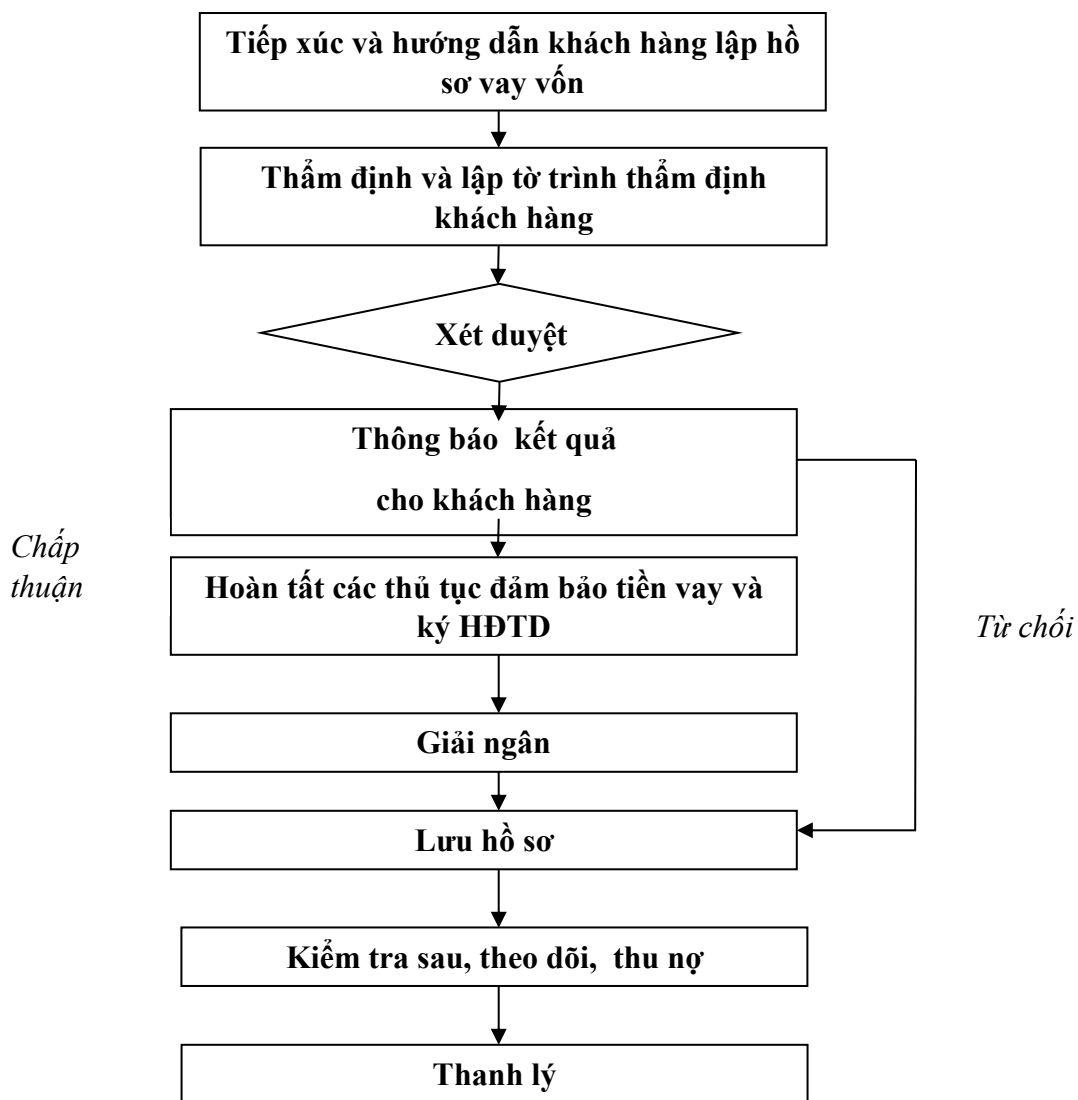
Không chỉ những hồ sơ được chấp thuận cho vay và các chứng từ tài liệu của khách hàng trong quá trình vay vốn được lưu giữ mà ngay cả những hồ sơ bị từ chối cũng được lưu giữ một cách có hệ thống.

**Bước 8:** Kiểm tra sau cho vay, theo dõi, thu nợ

Việc kiểm tra sau cho vay, theo dõi, thu nợ là công việc được thực hiện liên tục và thường xuyên. Kiểm tra sau cho vay bao gồm: việc kiểm tra việc sử dụng vốn vay của khách hàng để đảm bảo khách hàng sử dụng vốn vay đúng mục đích; Kiểm tra khả năng trả nợ của khách hàng; kiểm tra tình trạng tài sản đảm bảo. Ngoài việc kiểm tra sau cho vay, đề đảm bảo cho khoản vay được hoàn trả đầy đủ và đúng hạn thì việc theo dõi việc trả nợ và đô đốc thu hồi nợ cũng là công tác hết sức quan trọng. Trong trường hợp khi đến hạn khách hàng không trả được nợ, tùy vào từng trường hợp cụ thể. Nhân viên C/A tiến hành các thủ tục theo quy định như: đề xuất gia hạn nợ, nhắc nợ, đề nghị chuyển nợ quá hạn.

**Bước 9:** Thanh lý

Khoản vay của khách hàng chính thức được tắt toán và thanh lý hợp đồng vay vốn khi khách hàng đã hoàn trả toàn bộ gốc, lãi và các khoản phí phát sinh.



**Sơ đồ 2.2. Quy trình nghiệp vụ cho vay KHCN tại ACB – CN Kon Tum**

**2.2.2. Thực trạng phát triển cho vay khách hàng cá nhân ở ngân hàng ACB - chi nhánh Kon Tum**

**a. Doanh số cho vay**

**Bảng 2.2. Doanh số cho vay tại Ngân hàng ACB – CN Kon Tum**

**(ĐVT: Tỷ đồng)**

Chỉ tiêu	Năm 2018	Tỷ trọng (%)	Năm 2019	Tỷ trọng (%)	Năm 2020	Tỷ trọng (%)	+/-	%	+/-	%
Doanh số cho vay	542	100%	620	100%	685	100%	78	14.39%	65	10.48%
+ Cá nhân	436	80.44%	538	87%	592	86%	102	23.39%	54	10.04%
+ DNTN	106	19.56%	82	13%	93	14%	-24	-22.64%	11	13.41%

(Nguồn: Báo cáo tổng kết năm 2018 – 2020 của NH TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum)

Qua bảng số liệu 2.1 KHCN là đối tượng chủ yếu, chiếm số lượng lớn và có nhu cầu vốn phục vụ cho SXKD cao hơn gấp nhiều lần so với KHDN. Doanh số cho vay dành cho KHCN của chi nhánh luôn chiếm tỉ trọng lớn, cụ thể trong năm 2018 là 80,44%, năm 2019 là 87% và năm 2020 là 86%.

Với phương châm ngân hàng của mọi nhà, ACB đã triển khai nhiều phương án kinh doanh nhằm thu hút được lượng KH cá nhân tiềm năng ở địa phương. Với đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp phụ trách riêng về mảng KHCN PFC, hoạt động tín dụng cá nhân được chuyên môn hóa và ngày càng hoàn thiện hơn. ACB đã chủ động tìm kiếm nhu cầu vay vốn và đưa ra những ưu đãi, khuyến khích nhằm thu hút KH.

Thứ hai, năm 2020 với sự can thiệp mạnh tay của các chính phủ hầu hết các quốc gia trên thế giới thông qua chính sách nới lỏng tiền tệ và tăng chi ngân sách. Tuân theo chính sách tiền tệ từ thắt chặt sang nới lỏng nhằm kích cầu và ngăn chặn suy giảm kinh tế của nhà nước, Chi nhánh bắt đầu thực hiện giảm lãi suất cho vay theo thông tư 01 của Ngân Hàng Nhà Nước. Do đó mà doanh số cho vay năm 2020 đạt 685 tỷ đồng, cao nhất trong ba năm, trong đó doanh số cho vay KH cá nhân đạt 592 tỷ đồng cao hơn so với năm trước 54 tỷ đồng, chiếm tỉ lệ 86%, nhưng sự thay đổi này là do điều chỉnh chủ quan từ phía ngân hàng từ việc xếp đối tượng DNTN từ khối cá nhân sang khối doanh nghiệp. Năm 2020, ACB áp dụng các chính sách cho vay linh hoạt cho từng nhóm KH theo hướng thắt chặt và nâng cao độ an toàn. Đây là tiền đề cho việc đầu tư vào những KH tiềm năng và có độ tin cậy cao nhằm giảm thiểu rủi ro tín dụng của chi nhánh. Về lâu dài, hoạt động tín dụng vẫn là hoạt động cốt lõi tạo nên thu nhập cho chi nhánh.

#### **b. Doanh số thu nợ**

**Bảng 2.3. Doanh số thu nợ KHCN tại Ngân hàng ACB – CN Kon Tum**

(ĐVT: Tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2020	2019/2018		2020/2019	
				+/-	%	+/-	%
<b>Doanh số thu nợ KHCN</b>	410	456	482	46	11,2	26	5,7
<b>Doanh số thu nợ</b>	518	588	625	70	13,5	37	20,7

(Nguồn: Báo cáo tổng kết năm 2018 – 2020 của NH TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum)

Hoạt động chính của các ngân hàng thương mại là đi vay để cho vay, do đó các ngân hàng thương mại phải luôn bảo toàn và phát triển được nguồn vốn của mình.

Để bảo toàn được nguồn vốn đã cho vay thì công tác thu nợ của ngân hàng cũng rất quan trọng và doanh số thu nợ là 1 trong những chỉ tiêu để đánh giá tình hình hoạt động thu nợ của ngân hàng như thế nào.

Doanh số thu nợ khách hàng cá nhân là chỉ tiêu phản ánh số tiền mà ngân hàng đã thu được từ những khách hàng cá nhân đã vay vốn trong một thời gian nhất định.



Ta thấy tổng doanh số thu nợ và doanh số thu nợ khách hàng cá nhân của ACB – CN Kon Tum tăng dần qua các năm trong giai đoạn 2018 - 2020.

Cụ thể, doanh số thu nợ của ACB - CN Kon Tum vào năm 2018 là 518 tỷ đồng. Sang năm 2019, doanh số thu nợ của ngân hàng tăng lên thành 588 tỷ đồng. Doanh số thu nợ của ACB- Chi nhánh Kon Tum tiếp tục xu hướng tăng lên khi đạt giá trị là 625 tỷ đồng vào năm 2020.

Doanh số thu nợ khách hàng cá nhân của ACB - CN Kon Tum vào năm 2018 là 410 tỷ đồng và tăng lên thành 456 tỷ đồng vào năm 2020. Năm 2020, doanh số thu nợ khách hàng cá nhân của ACB- Chi nhánh Kon Tum vẫn tiếp tục xu hướng tăng lên khi đạt giá trị là 482 tỷ đồng vào năm 2020.

Với số liệu như vậy có thể thấy trong 3 năm qua, hoạt động kinh doanh của ngân hàng trong mảng tín dụng tăng trưởng khi đều đặn và tương đối cao. Đây là một tín hiệu kinh doanh đáng mừng của ngân hàng trong bộ phận quan hệ khách hàng cá nhân, nhất là trong 3 năm 2018 - 2020, những năm mà nền kinh tế gặp rất nhiều khó khăn.

### c. *Dư nợ cho vay khách hàng cá nhân*

**Bảng 2.4. Tăng trưởng dư nợ cho vay giai đoạn 2018 - 2020**

(ĐVT: Tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	So sánh			
				2019/2018		2020/2019	
	Giá trị	Giá trị	Giá trị	+/-	%	+/-	%
<b>Dư nợ</b>	249,29	288,24	212,13	38,95	15,62	-76,11	-26,41
<b>KHDN</b>	34,44	39,92	21,99	5,48	15,91	-17,93	-44,91
<b>KHCN</b>	211,85	248,32	190,14	36,47	17,21	-58,18	-23,43

(Nguồn: Báo cáo tổng kết năm 2018 – 2020 của NH TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum)

Dư nợ là chỉ tiêu phản ánh số tiền mà ngân hàng đã giải ngân cho khách hàng mà chưa thu về được. Dư nợ cho vay KHCN luôn chiếm tỉ trọng lớn trong tổng dư nợ cho vay của ACB - Chi nhánh Kon Tum.

Cùng với sự tăng lên và giảm xuống của doanh số cho vay thì dư nợ cũng tăng trưởng liên tục qua các năm. Năm 2019, tổng dư nợ cho vay đạt 288,24 tỷ đồng, tăng 38,95 tỷ đồng tương ứng tăng 15,62% so với năm 2018. Dư nợ cho vay năm 2020 giảm mạnh 26,11% so với năm 2019, đây là dấu hiệu xấu của Chi nhánh. Ban lãnh đạo của ACB chi nhánh Kon Tum đã dự báo về tình hình thị trường từ đầu năm khá chính xác, từ đó đã linh hoạt tìm mọi giải pháp phù hợp để thực thi nghiêm chỉnh các quy định của cơ quan quản lý, mặt khác giảm thiểu tác động tiêu cực lên hiệu quả hoạt động của ACB. ACB đã đề ra các mục tiêu phát triển theo hướng nâng cao chất lượng tín dụng trong dài hạn, và kết quả nhận được là hiệu quả cho vay ngày càng tăng theo từng thời kỳ. Trong đó, hiệu quả cho vay KHCN được nhìn thấy rõ nhất, khi tỷ trọng dư nợ cho vay KHCN luôn duy trì ở mức cao, đem lại nguồn lợi nhuận chủ yếu cho chi nhánh.

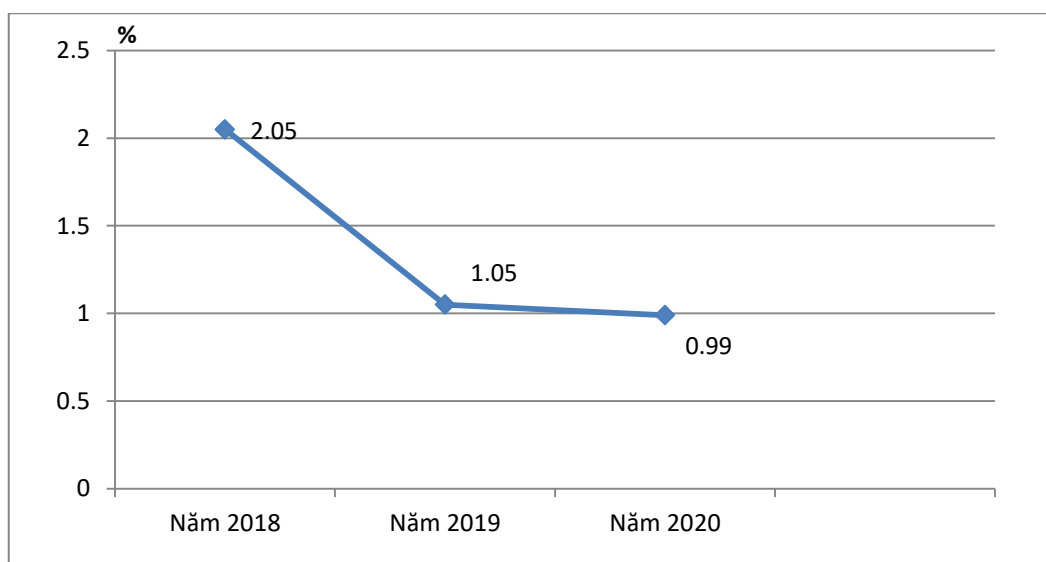
ACB - Chi nhánh Kon Tum được thành lập trong thời kỳ trên địa bàn đã có nhiều ngân hàng TMNN phát triển và có uy tín lớn trong một khoảng thời gian dài trước đó. Vì vậy mà ACB - Kon Tum đã chọn khối KHCN làm thị trường mục tiêu và không ngừng phát triển các chính sách dành cho đối tượng KH chiến lược này.

**d. Nợ xấu của hoạt động cho vay khách hàng cá nhân**

**Bảng 2.5. Tỷ lệ nợ quá hạn, nợ xấu hoạt động cho vay KHCN tại ACB – Chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2018-2020**

Chỉ tiêu	ĐVT	2018	2019	2020
Nợ xấu của khối KHCN	Tỷ đồng	4,34	2,60	1,88
Dư nợ cho vay KHCN	Tỷ đồng	211,85	248,32	190,14
<b>Tỷ lệ Nợ xấu KHCN (%)</b>	<b>%</b>	<b>2.05</b>	<b>1,05</b>	<b>0,99</b>

(Nguồn: Báo cáo tổng kết năm 2018 – 2020 của NH TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum)



**Biểu đồ 2.1. Tỷ lệ nợ xấu khách hàng cá nhân tại ACB – Chi nhánh Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020**

Nợ xấu hay nợ khó đòi là các khoản nợ dưới chuẩn. Quá hạn và bị nghi ngờ về khả năng trả nợ lẫn khả năng thu hồi vốn của chủ nợ. Nợ xấu ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng tín dụng của mỗi ngân hàng. Nợ xấu được coi là chi phí khác của ngân hàng nên làm giảm thu nhập ròng. Vì vậy công tác quản lý nhằm ngăn ngừa rủi ro và quản lý nợ xấu có vai trò rất quan trọng.

Từ số liệu thu thập được trong giai đoạn 2018 – 2020, xét về quy mô, nợ xấu có xu hướng giảm. Năm 2018, nợ xấu đạt 4,34 tỷ đồng, sang năm 2019 nợ xấu giảm mạnh đến 2,60 tỷ đồng, đến năm 2020, nợ xấu đã giảm xuống còn 1,88 tỷ đồng. Đây trước hết là dấu hiệu khá tốt đối với tình hình hoạt động tín dụng của Chi nhánh.

Tỷ lệ nợ xấu của ACB - Chi nhánh Kon Tum qua các năm vẫn duy trì ở mức thấp, nhỏ hơn 2% và cũng có dấu hiệu giảm về giá trị qua các năm. Tuy nhiên nợ xấu cũng còn cao, nguyên nhân là do khách hàng gặp những bất ngờ trong sản xuất kinh doanh hoặc do quản lý tài chính chưa tốt dẫn đến chậm trễ trong việc hoàn trả khoản vay đúng hạn, nhất

là năm 2020 là năm vẫn chịu nhiều ảnh hưởng của dịch Covid-19. Trước tình hình thực tế chung của kinh tế Việt Nam, ngân hàng đã có những chính sách hỗ trợ kịp thời khách hàng như giảm lãi suất cho vay, giãn thời gian trả vốn gốc, điều này tác động phần nào đến khả năng trả nợ của khách hàng hạn chế được tình trạng khách hàng nợ.

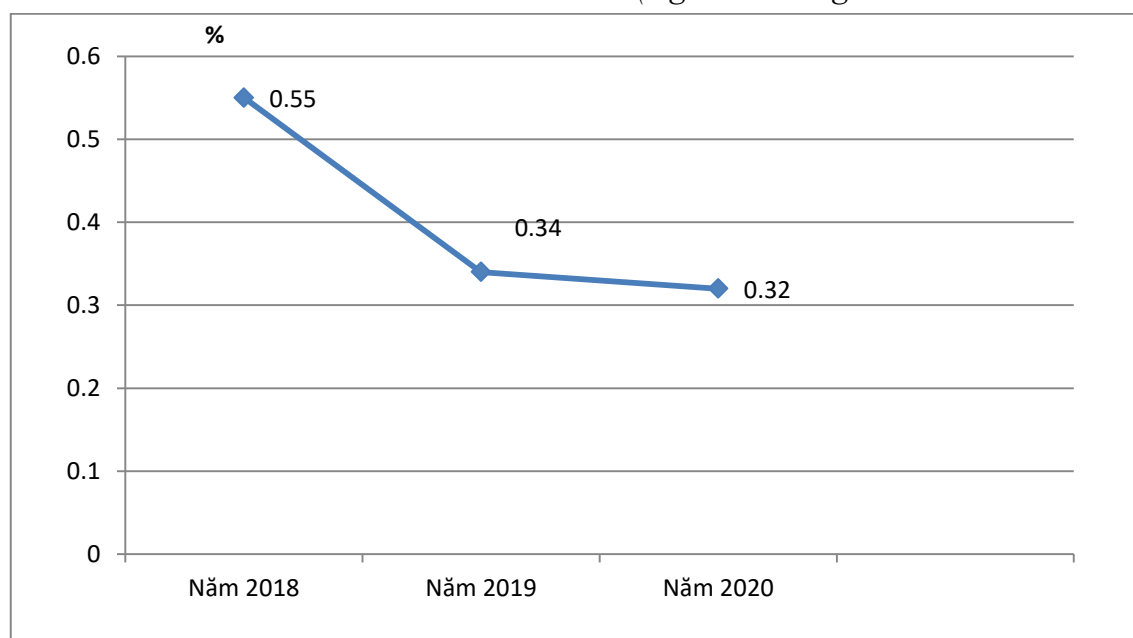
**e. Trích lập dự phòng rủi ro tín dụng tại ACB – CN Kon Tum**

**Bảng 2.6. Tỷ lệ trích lập dự phòng của ACB – CN Kon Tum giai đoạn 2018 - 2020**

*Đơn vị: Tỷ Đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020
Trích lập dự phòng	1,39	0,99	0,68
Tổng dư nợ	249,29	288,24	212,13
Tỷ lệ trích lập dự phòng	0,55%	0,34%	0,32%

*(Nguồn: Phòng kế toán ACB Kon Tum)*



**Biểu đồ 2.2. Tỷ lệ trích lập dự phòng giai đoạn 2018 – 2020**

Dựa vào bảng số liệu 2.5 ta thấy, từ năm 2018 đến năm 2020 tỷ lệ trích lập dự phòng nhìn chung có biến động giảm qua các năm. Năm 2018, tỷ lệ trích lập dự phòng là 0,55% khá thấp, cho thấy tình hình nợ quá hạn và nợ xấu của Chi nhánh không cao. Sang đến năm 2019, tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro tín dụng đã giảm xuống 0,32%. Sự giảm xuống này trước hết xuất phát từ sự giảm xuống của nợ xấu. Nhìn chung, chi nhánh đã thực hiện tốt công tác dự phòng để tránh các tổn thất xảy ra do rủi ro tín dụng, đặc biệt trong bối cảnh suy thoái kinh tế hiện nay

### **2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI CHI NHÁNH**

#### **2.3.1. Kết quả đạt được**

Tóm lại, thông qua phân tích hiệu quả hoạt động tín dụng đối với KHCN tại NH TMCP Á Châu – CN Kon Tum trong giai đoạn 2018-2020 có thể thấy rằng NH triển khai

hoạt động tín dụng với một chính sách hợp lý và đạt được nhiều thành công cụ thể như sau:

Thứ nhất: Phạm vi hoạt động tín dụng đối với KHCVN được mở rộng quy mô và chất lượng.

Thứ hai: Lợi nhuận tăng, lượng KH ngày càng nhiều nhưng NH ACB vẫn duy trì được tỷ lệ nợ xấu ở mức chấp nhận được nên chất lượng tín dụng tại NH ACB được đảm bảo, bên cạnh đó việc bảo đảm 100% KH mua bảo hiểm khoản vay càng làm tăng khả năng an toàn cho hoạt động cấp tín dụng.

Thứ ba: Quy trình nghiệp vụ tại ngân hàng ACB không ngừng được thay đổi nhằm hoàn thiện quy trình cấp tín dụng. Đội ngũ nhân viên trẻ, năng động, tinh thần trách nhiệm cao, thu hút nhiều nguồn KH khác nhau giúp NH tăng doanh thu. Khi giao dịch với KH, CBNV luôn thân thiện và chu đáo, điều này đã mang lại cho NH ACB ngày càng nhiều KH.

Thứ tư: Công tác quản lý sau vay của ngân hàng rất chặt chẽ, cán bộ quản lý đơn đốc CBTD thực hiện để kiểm soát nợ quá hạn để từ đó đưa ra các giải pháp nhằm giảm thiểu rủi ro cho NH.

Nước ta mặc dù đang trong giai đoạn bị ảnh hưởng nền kinh tế trầm trọng do đại dịch Covid-19, tuy nhiên ngân hàng vẫn có những chính sách hợp lý và giữ cho mức dư nợ cho vay KHCVN ở mức an toàn. Ngoài ra NH còn kiểm chế được tỷ lệ nợ xấu dưới 2% - một mức tỷ lệ nợ quá hạn và nợ xấu rất an toàn đối với các NH. Như vậy có thể nói, mặc dù đang trong giai đoạn suy thoái kinh tế nhưng ngân hàng ACB – CN Kon Tum đã và đang có các chính sách hợp lý giúp ngân hàng giữ vững vị thế là trong top những ngân hàng kinh doanh hiệu quả.

### **2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân hạn chế**

Với các kết quả đạt được, NH ACB - CN Kon Tum được đánh giá là một trong những đơn vị có hoạt động tín dụng KHCVN khá phát triển trên địa bàn tỉnh Kon Tum với dư nợ lớn, cung cấp đa dạng các sản phẩm dịch vụ và có chất lượng tín dụng tốt. Bên cạnh những thành công đã đạt được, hoạt động tín dụng dành cho khách hàng cá nhân tại NH TMCP ACB - CN Kon Tum trong thời gian qua vẫn còn tồn tại một số hạn chế như sau:

Thứ nhất, hoạt động cho vay tiêu dùng cá nhân của ngân hàng ACB chưa tiếp cận được nhiều với các đối tượng khách hàng là cán bộ nhân viên, trong khi đây được xem là những khách hàng có thu nhập ổn định ít mang lại rủi ro hơn so với các đối tượng khác.

Thứ hai, hiện nay nguồn vốn huy động của Phòng giao dịch chủ yếu dựa vào hai hình thức đó là tiền gửi từ dân cư và tiền gửi của doanh nghiệp điều này khiến ngân hàng bị hạn chế về danh mục huy động vốn từ các hình thức huy động khác.

Thứ ba, dư nợ cho vay KHCVN của ACB - CN Kon Tum chưa tương xứng với tiềm năng của thị trường và vị thế của ACB. Hoạt động trên địa bàn tỉnh Kon Tum – địa phương có những bước tiến kinh tế đáng nể trong thời gian qua, tuy nhiên dư nợ cho vay

KHCN của ACB - CN Kon Tum chưa thực sự lớn, chưa tương xứng với vị trí của ACB vốn vẫn được coi là ngân hàng có hoạt động cho vay KHCN khá phát triển.

Thứ tư, dư nợ cho vay không ổn định, chịu ảnh hưởng lớn từ chính sách quản lý của NHNN như: cho vay sản xuất kinh doanh, cho vay lĩnh vực bất động sản chiếm tỷ trọng khá lớn. Do đó, nếu NHNN áp dụng chính sách hạn chế đối với những sản phẩm này thì dư nợ cho vay KHCN của NH ACB – CN Kon Tum sẽ bị ảnh hưởng rất lớn.

### **CHƯƠNG 3**

## **GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU CHI NHÁNH KON TUM**

### **3.1. ĐỊNH HƯỚNG MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU – CHI NHÁNH KON TUM TRONG THỜI GIAN TỚI**

Với mục tiêu từng bước xây dựng và phát triển hoạt động tín dụng, đưa ngân hàng trở thành tập đoàn tài chính ngân hàng hàng đầu Việt Nam, NH ACB Kon Tum cần phải có những định hướng cụ thể nhằm đạt được các mục tiêu đề ra, giúp NH lớn mạnh:

Về nguồn nhân lực: đào tạo, bồi dưỡng cán bộ công nhân viên nghiệp vụ, tác nghiệp. Xây dựng đội ngũ chuyên nghiệp, có phẩm chất đạo đức và năng lực cao. Có các chính sách hợp lý, nhằm thu hút nhân tài.

Về tín dụng: Cải tiến liên tục các đặc điểm thế mạnh của chương trình, sản phẩm tín dụng một cách phù hợp và hiệu quả. Tích cực đẩy mạnh dư nợ bán lẻ, tìm kiếm khách hàng có tiềm năng trong nhiều lĩnh vực khác nhau. Hoàn thiện quy trình tín dụng, làm tốt công tác quản lý rủi ro theo chiều dọc, tách biệt các khâu, đảm bảo trình độ chuyên môn hóa cao.

Về công nghệ: Hiện đại hóa công nghệ thông tin, làm nòng cốt, động lực thực hiện đổi mới quy trình kinh doanh và quản trị của ngân hàng, đồng thời tạo cơ sở cho việc triển khai các sản phẩm dịch vụ mới.

Về chính sách khách hàng: Xây dựng một chiến lược rõ ràng, lấy khách hàng làm trung tâm. Phát triển các loại hình sản phẩm dịch vụ phù hợp, tiếp cận, đáp ứng các nhu cầu khác nhau của khách hàng. Trong đó chú trọng đặc biệt đến hoạt động tín dụng tài trợ mua nhà đất, sửa chữa nhà, mua ô tô trả góp.

Về huy động vốn: Ngoài việc dựa vào nguồn vốn từ bên ngoài thì cần bám sát thị trường và địa bàn hoạt động, có chiến lược đẩy mạnh các nguồn vốn nhân rỗi trong dân cư, duy trì và mở rộng mối quan hệ các đối tượng khách hàng là tổ chức cũng như đẩy mạnh hoạt động cho vay đến khách hàng là cán bộ, nhân viên của các công ty, xí nghiệp trên địa bàn. Tích cực tiếp thị mở rộng danh mục khách hàng có tiềm năng để tăng tỷ trọng huy động vốn.

Định hướng phát triển hoạt động tín dụng cá nhân: mở rộng hoạt động tín dụng cá nhân đi đôi với hiệu quả, an toàn và bền vững. Việc mở rộng này vừa làm tăng lợi nhuận từ hoạt động tín dụng cá nhân vừa làm nâng cao uy tín, hình ảnh của ACB Kon Tum trong tâm trí khách hàng cá nhân.

### **3.2. Giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động tín dụng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum**

#### **3.2.1. Xây dựng chiến lược kinh doanh cụ thể, các chính sách khách hàng**

Dù kinh doanh ở bất kỳ lĩnh vực nào thì việc đầu tiên cần làm đó là xác định được thế mạnh, đối tượng khách hàng mục tiêu và mục tiêu cụ thể là gì. Có thể là quy mô, doanh số, doanh thu, lợi nhuận, thị phần kinh doanh,... Và để đạt được các mục tiêu đề ra

thì phải cần xây dựng một chiến lược kinh doanh cụ thể, thực tế và các chính sách khách hàng hiệu quả, thiết thực.

Lãi suất là công cụ nhạy cảm nhất, vì người đi vay quan tâm đầu tiên đến tiền lãi phải trả, do đó cần có chính sách lãi suất phù hợp để có thể thu hút khách hàng và tạo ra lợi nhuận cho NH.

Nắm bắt tâm lý tiêu dùng để tạo sự hấp dẫn đối với KH gửi tiền. Ví dụ chính sách ưu đãi cho khách hàng đối với từng dịch vụ, mức ưu đãi của từng dịch vụ từ thấp đến cao. Ngân hàng nên phân loại KH ưu đãi thông qua việc đánh giá mối quan hệ giữa KH với NH.

Ngân hàng nên lập hồ sơ đánh giá khách hàng, đề xuất phê duyệt khách hàng ưu đãi và họp hội đồng xét duyệt khách hàng ưu đãi, đồng thời thông báo kết quả cho khách hàng trong vòng 3 ngày sau khi có kết quả. Các chính sách ưu đãi như sau: Đối với KH đang có một khoản tiết kiệm ở NH nhưng không muốn sử dụng tới thì có thể dùng khoản tiền đó làm thế chấp cho một khoản vay tiêu dùng với mức lãi suất ưu đãi.

Ưu đãi về lãi suất cho vay: áp dụng mức giảm so với lãi suất tín dụng thông thường theo hạng xếp ưu đãi.

Ưu đãi lãi suất tiền gửi: áp dụng mức tăng so với lãi suất tiền gửi thông thường xếp hạng ưu đãi.

Ưu đãi về cấp thấu chi tài khoản vãng lai bằng VNĐ. Ưu đãi về thời gian trong quá trình xử lý nghiệp vụ.

Ưu đãi về tỷ giá trong quan hệ với khách hàng bán ngoại tệ cho Ngân hàng...

### **3.2.2. Cắt giảm bớt chi phí, đa dạng hoá đồng thời hoàn thiện các sản phẩm vay**

Hiện các ngân hàng thương mại cổ phần trong nước và ngân hàng nước ngoài cạnh tranh gay gắt về thị phần khách hàng, sản phẩm, chất lượng,... Tuy nhiên, một vấn đề rất nhạy cảm là việc thu các khoản phải thu ngân hàng phải thu phí như thế nào cho hợp lý để giữ chân khách hàng. Tại ngân hàng ACB, theo biểu phí được chia nhỏ, so với các ngân hàng thương mại khác như Vietcombank, một số loại phí khá cao, có thể gây tâm lý e ngại khi khách hàng muốn giao dịch với ngân hàng. Do đó, các ngân hàng nên giảm các khoản phí nhỏ và thực hiện các chính sách ưu đãi dành cho khách hàng VIP và khách hàng thường xuyên.

Làm phong phú, đa dạng hóa các sản phẩm cho vay tiêu dùng hiện nay, cấp tín dụng thông qua chuyển khoản vào tài khoản khách hàng, cho vay tiền mặt với quy mô lớn, giao tiền tận nhà cho khách hàng, vừa đảm bảo an toàn cho đường dây cho vay, vừa phản ánh tốt công tác chăm sóc khách hàng.

Để mang sản phẩm, dịch vụ đến từng khách hàng ngân hàng nên phân tán rủi ro cấp vốn cho vay đối với các hộ dân cư, các hộ kinh doanh cá thể hoạt động trong địa bàn. Cung cấp sản phẩm, dịch vụ đến từng nhà, từng hộ dân để khách hàng có thể hiểu đây là ngân hàng của nhân dân, phục vụ nhân dân.

Ngoài ra, có thể thấy, số lượng cho vay tiêu dùng lớn nhưng giá trị cho vay lại nhỏ khiến ngân hàng mất nhiều thời gian và tốn nhiều chi phí cho việc thẩm định, xét duyệt

cho vay, kiểm tra việc sử dụng vốn, thu thập. Bên cạnh những rủi ro khách quan do khách hàng mang lại như bệnh tật, sa thải, tai nạn, rủi ro xã hội, ngân hàng còn chịu một số rủi ro chủ quan do một số khách hàng vay đã lợi dụng quản lý lỏng lẻo trong các khoản vay ngân hàng, nguồn vốn được sử dụng không đúng mục đích, khiến nhiều trường hợp ngân hàng phải bỏ ra nhiều tiền để thu nợ nhưng không thu được.

Với sự gia tăng của hoạt động tín dụng, các ngân hàng đã có một lượng lớn khách hàng nên cũng nên đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ của mình, chẳng hạn có thể phát triển các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng tại nhà, thông qua hệ thống thanh toán thẻ kết nối với các NHNN (Vietcombank, Agribank, ...) điều này tận dụng được quy mô sẵn có của các Ngân hàng bạn đồng thời mở rộng mạng lưới cung cấp dịch vụ đến với những khách hàng mà hiện nay Ngân hàng chưa có chi nhánh, phòng giao dịch.

### **3.2.3. Đẩy mạnh hoạt động cho vay đối với cán bộ nhân viên**

Ta thấy hiện nay hoạt động cho vay đối với đối tượng khách hàng của phòng giao dịch tập trung chủ yếu là các khách hàng đối tượng khác trong khi đó đối tượng khách hàng là cán bộ nhân viên chiếm tỷ lệ rất thấp. Đối với tình hình kinh tế chung trên địa bàn thành phố hiện tại thì đối tượng cán bộ nhân viên là một nhóm khách hàng có thu nhập ổn định cao chính vì thế ngân hàng cần có những biện pháp tăng cường nâng cao hoạt động cho vay đối tượng khách hàng này bằng những biện pháp như:

Phòng giao dịch nên thường xuyên mở các cuộc hội thảo khách hàng, mời khách hàng là cán bộ, nhân viên các công ty tham dự, có thể khách hàng cũ không còn giao dịch hoặc khách hàng mới. Nên đề xuất Phòng Sản phẩm khách hàng cá nhân có những chính sách mới, ưu đãi mới cho cán bộ nhân viên (CBNV) các Công ty thành viên, các Công ty hiện đang trả lương qua ngân hàng ACB. Thông qua kênh này, sẽ bán chéo được nhiều sản phẩm khác, trong đó có cả sản phẩm vay tiêu dùng dành cho KHCN. Thường xuyên lọc ra các Khách hàng đã từng quan hệ với Phòng giao dịch, nhưng không còn quan hệ trong thời gian gần đây (03 tháng không quan hệ, 06 tháng không quan hệ...), tìm gặp gỡ Khách hàng, tìm hiểu nguyên nhân và đưa ra giải pháp để Khách hàng tiếp tục giao dịch tại Phòng giao dịch.

Để kích cầu đối với nhóm khách hàng này cần có thêm các yếu tố phụ đi kèm bên cạnh những chương trình bốc thăm trúng thưởng các phần quà về tinh thần như tặng ly thì cần có những phần quà giá trị cao như những vé đi du lịch nước ngoài, tặng điện thoại đối với nhóm khách hàng này. Bên cạnh những chương trình do Bộ phận Marketing từ Hội Sở đã triển khai, Phòng giao dịch nên tự tạo ra các chương trình riêng, đề phù hợp với Khách hàng tại địa phương: Thói quen sinh hoạt, văn hóa vùng miền... Tùy thuộc vào từng Chương trình sẽ đưa ra các quà tặng phù hợp.

Thái độ của cán bộ tín dụng khi tiếp xúc khách hàng phải lịch sự, nhã nhặn, tận tình giúp đỡ hướng dẫn khách lập hồ sơ vay vốn. Thường xuyên mở các lớp đào tạo nhân viên: Đào tạo Online, đào tạo tập trung... Về các sản phẩm mới, về phương pháp tiếp cận Khách hàng, các quy chuẩn với Khách hàng. Để mỗi CBNV ngân hàng ACB đều hiểu rõ và tạo niềm tin với khách hàng.



Quảng bá hình ảnh mạnh mẽ đến với các doanh nghiệp, liên kết mở rộng quan hệ đối với các doanh nghiệp trên đại bàn thành phố, gửi các tờ rơi giới thiệu về sản phẩm của ngân hàng, tài trợ các hoạt động của các doanh nghiệp nhằm nâng cao hình ảnh ngân hàng.

Thường xuyên liên lạc, trao đổi với khách hàng để hiểu được những khó khăn của họ.

#### **3.2.4. Nâng cao hiệu quả chất lượng đi đôi với mở rộng, giao tiếp, khuyến trương**

Dựa trên triết lý kinh doanh “lấy khách hàng làm trung tâm”, ngân hàng đã cải tiến chính sách giao tiếp với khách hàng, đồng thời mở rộng các điểm giao dịch ra các tỉnh, thành phố, quận, huyện, thị xã sẽ đáp ứng và thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng. Tạo điều kiện nâng cao hiệu quả hoạt động của ngân hàng. Hiện nay có quá nhiều ngân hàng thương mại cổ phần và ACB phải cạnh tranh với các ngân hàng khác về khách hàng, do đó, để giành được thắng lợi trong cạnh tranh, các ngân hàng cần không ngừng nâng cao năng suất lao động, nâng cao nghiệp vụ, cải tiến hệ thống kiểm tra, kiểm soát, đổi mới công nghệ ngân hàng để phục vụ khách hàng. Tạo điều kiện phục vụ tốt hơn. Thực tế hiện nay cho thấy, nhu cầu vay tiêu dùng của người dân rất lớn nhưng lượng khách hàng đến với ngân hàng vẫn chưa nhiều.

Nguyên nhân chủ yếu của điều này là do khách hàng cá nhân chưa có được những thông tin đầy đủ về hoạt động cho vay tiêu dùng của Hội sở, hoặc nếu biết được thông tin rồi thì cũng chưa nhận được đầy đủ về những lợi ích mà hoạt động cho vay mang lại, họ còn đắn đo, e ngại khi tới vay Ngân hàng. Bên cạnh đó số lượng NHTM đến với các vùng nông thôn, các tỉnh còn rất ít, việc tiếp cận ngân hàng của dân cư còn hạn chế dẫn đến nguồn thông tin chủ yếu mà khách hàng cá nhân có thể tiếp cận để hiểu về cho vay tiêu dùng đó là thông qua hệ thống báo chí, truyền hình, qua chính những người đã vay tiêu dùng tại Ngân hàng. Vì vậy trong thời gian tới ngân hàng cần xây dựng cho mình một chương trình marketing phù hợp hơn:

Tăng cường tuyên truyền quảng bá các sản phẩm mà ngân hàng cung cấp một cách rộng rãi nhằm tạo cho khách hàng biết đến hoạt động, cơ chế chính sách tín dụng của ngân hàng, từ đó đẩy mạnh tín dụng một cách bền vững.

Chủ động tìm kiếm khách hàng: bộ phận marketing của ngân hàng không chỉ làm nhiệm vụ tuyên truyền, quảng bá mà nhiệm vụ quan trọng hơn là tìm hiểu khách hàng, lựa chọn khách hàng mục tiêu. Từ đó giúp ngân hàng đưa ra các giải pháp, các chiến lược cụ thể nhằm thu hút khách hàng đến ngân hàng nhiều hơn.

Tăng cường khả năng cạnh tranh bằng cách sáng tạo ra sự khác biệt về sản phẩm. Chính vì vậy đòi hỏi ngân hàng phải luôn đổi mới, cải tiến chất lượng sản phẩm dịch vụ, tăng khả năng đáp ứng các nhu cầu của khách hàng nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngân hàng.

Thường xuyên xây dựng và giới thiệu những chính sách khuyến khích và ưu đãi đối với khách hàng, quan tâm tới khó khăn thực tế và nhu cầu của khách hàng để từ đó đề ra

được những biện pháp cụ thể đáp ứng tốt nhất các nhu cầu của khách hàng, góp phần làm cho mối quan hệ đôi bên ngày càng bền chặt.

### **3.2.5. Đa dạng hóa danh mục huy động vốn**

Để đảm bảo khả năng cung cấp vốn cho khách hàng, việc huy động vốn đóng một vai trò quan trọng. Nó quyết định quy mô cho vay của ngân hàng. Hiện nay, mặc dù tình hình huy động vốn tăng dần theo từng năm nhưng chỉ có hai hình thức huy động chủ yếu. Vì vậy, Chi nhánh cần quan tâm hơn nữa đến việc mở rộng huy động vốn, huy động vốn từ nhiều khía cạnh như

Tích cực quan tâm đến nguồn tiền nhàn rỗi của nhân dân.

Tăng ưu đãi cho khách hàng giao dịch qua thẻ và hạn chế tiền mặt. Khuyến khích khách hàng gửi tiết kiệm trong các kỳ hạn khác nhau. Phát hành các giấy tờ có giá như trái phiếu, tín phiếu

### **3.2.6. Đẩy mạnh phát triển mạng lưới phòng giao dịch tại Kon Tum và hiện đại hóa công nghệ thông tin**

Với việc kinh tế Kon Tum có những bước khởi sắc trong giai đoạn vừa qua, cùng với việc nền kinh tế mở cửa trở lại sau dịch Covid-19 sẽ hứa hẹn bùng nổ nhu cầu tín dụng cả đối với KHCN lẫn KHDN. Do đó, cần có những hướng đi cụ thể cho PGD để có thể tối ưu hoá khả năng tiếp cận khách hàng.

Tăng cường và nâng cao chất lượng quan hệ đối với các khách hàng thân thiết, khách hàng cũ thông qua đó có thể tìm kiếm thêm được các khách hàng tiềm năng. Phòng giao dịch nên có biện pháp tiết kiệm chi tiêu, thu hút các nguồn vốn huy động với chi phí thấp nhất để có thể thực hiện được chính sách ưu đãi lãi suất đối với khách hàng.

Khẳng định được vị thế của ngân hàng trên địa bàn thành phố. Tạo được niềm tin và uy tín nơi khách hàng, thiết lập được các mối quan hệ mới thông qua các khách hàng truyền thống.

Ngân hàng cần trang bị và nâng cấp các chương trình phần mềm, xác lập hệ thống thông tin nội bộ, hoàn chỉnh đồng bộ để phục vụ kinh doanh, an toàn và hiệu quả, thuận lợi cho việc cung cấp thông tin kịp thời chính xác, giúp cho công tác chỉ đạo, điều hành hoạt động của ngân hàng một cách tốt nhất.

### **3.2.7. Một số giải pháp khác**

Để giải quyết các khiếu nại của khách hàng một cách chính xác và nhanh chóng, nhân viên ngân hàng phải lắng nghe các khiếu nại và góp ý một cách chân thành và kiên nhẫn. Nhân viên phải chịu trách nhiệm về các khiếu nại của khách hàng mà họ phải chịu trách nhiệm. Nếu khiếu nại nhỏ thì nhân viên cho vay phải tự mình giải quyết triệt để và ngược lại, nếu khiếu nại không giải quyết được thì phải báo cho trợ lý hoặc trưởng phòng tín dụng để được giúp đỡ.

Thủ tục cho vay gọn gàng được khách hàng coi là quan trọng nhất. Một thủ tục rất gọn nhẹ nhưng chính xác luôn được khách hàng đánh giá cao. Như đã nói ở trên, thủ tục vay vốn tại Phòng giao dịch hiện nay được thực hiện theo quy định của Ban điều hành

chung nên để thủ tục vay vốn thuận lợi cho khách hàng, cán bộ cho vay phải thể hiện vai trò của mình bằng cách rút tiền vay càng ngắn càng tốt. Có thể ở mỗi lần cây.

Một khách hàng muốn vay vốn ngân hàng thì việc đầu tiên là phải có một bộ hồ sơ đầy đủ. Vì vậy, cán bộ cho vay cần nắm vững các quy định này để giải thích và hướng dẫn khách hàng cách bổ sung, bổ sung. Ngoài ra, cán bộ cho vay phải chịu trách nhiệm về hồ sơ mà mình đảm nhận để tránh những sai sót về sau. Các sai sót trong quá trình xử lý khoản vay cho khách hàng của mỗi cán bộ cho vay cần được thông báo trong các cuộc họp định kỳ để các cán bộ khác tự rút kinh nghiệm và tránh lặp lại những sai sót tương tự. Các ngân hàng nên đưa ra một số hình thức khen thưởng nếu thành công và xử phạt những sai sót của cán bộ cho vay trong quá trình cho khách hàng vay vốn để hạn chế tối đa những sai sót đó. Ngân hàng cũng nên kết hợp hai nguồn thông tin là tự đánh giá của cán bộ cho vay và từ phía khách hàng để cập nhật thông tin chính xác càng sớm càng tốt để có hướng xử lý phù hợp, tạo tâm lý thoải mái cho khách hàng, thích sự chuyên nghiệp như phong cách làm việc của cán bộ cho vay.

Bên cạnh đó, cần quan tâm đến vấn đề chỗ để xe của khách hàng. Khách hàng vẫn chưa hài lòng về chất lượng nơi để xe khi khách hàng đến giao dịch, đặc biệt là trong giờ cao điểm. Do đó ngân hàng cần phải có biện pháp để nâng cấp chất lượng nơi để xe của khách hàng. Có thể thiết kế chỗ để xe rộng rãi hơn và bố trí nhân viên trực sắp xếp gọn gàng và giữ xe miễn phí cho khách hàng. Đây là một trong số những ý kiến làm khách hàng không hài lòng về dịch vụ tín dụng của phòng giao dịch. Vậy giải quyết dứt điểm chuyện này sẽ mang lại nhiều cái lợi cho ngân hàng. Không những cho mảng tín dụng mà còn thu được nhiều lợi ích từ mảng huy động vốn.

### **3.3. KIẾN NGHỊ**

#### **3.3.1. Kiến nghị đối với Ngân hàng TMCP Á Châu**

*Thứ nhất*, để nâng cao hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum thì việc chỉ đạo và những chính sách định hướng của Ngân hàng TMCP Á Châu là rất quan trọng. Ngân hàng TMCP Á Châu cần ban hành chính sách cho vay nói chung và cho vay khách hàng cá nhân nói riêng phù hợp với tình hình, đặc điểm kinh doanh của Ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum.

*Thứ hai*, Ngân hàng TMCP Á Châu nên tạo điều kiện để Ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum triển khai và đưa vào áp dụng những sản phẩm mới, phù hợp với đặc điểm kinh tế - xã hội tại địa bàn tỉnh Kon Tum. Qua đó, đáp ứng tốt với thị hiếu của khách hàng tại địa phương, giúp cho Ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum tạo được lợi thế cạnh tranh so với các đối thủ trong địa bàn.

*Thứ ba*, Ngân hàng TMCP Á Châu nên tổ chức nhiều hội thảo liên quan đến hoạt động cho vay để cho các cán bộ tại Ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum có điều kiện trao đổi kinh nghiệm công tác và trình độ của bản thân.

*Thứ tư*, Ngân hàng TMCP Á Châu nên dựa vào những quy định của Ngân hàng Nhà nước để đưa ra những chính sách rõ ràng, chặt chẽ, giúp cho Ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum phòng ngừa rủi ro trong cho vay một cách tốt nhất.

*Thứ năm*, Ngân hàng TMCP Á Châu nên thường xuyên thanh tra, kiểm toán nội bộ trong toàn hệ thống cũng như tại Ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum để kịp thời chấn chỉnh các hoạt động của Chi nhánh và đội ngũ nhân sự, qua đó giúp cho Ngân hàng TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum phát triển một cách an toàn và bền vững.

### **3.3.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước**

*Thứ nhất*, Ngân hàng Nhà nước cần hoàn thành được bộ khung pháp lý rõ ràng, chặt chẽ, qua đó để giúp cho các Ngân hàng thương mại có cơ để hoạt động một cách hiệu quả nhất.

*Thứ hai*, Ngân hàng Nhà nước cần tăng cường thường xuyên các công tác thanh tra hoạt động của các Ngân hàng thương mại, đặc biệt là trong các lĩnh vực liên quan đến hoạt động cho vay, nhằm kịp thời phát hiện và chấn chỉnh để giúp cho hệ thống ngân hàng phát triển một cách an toàn, tạo tiền đề để phát triển nền kinh tế.

*Thứ ba*, Ngân hàng Nhà nước cũng cần tích cực tiếp thu những ý kiến đóng góp của các Ngân hàng thương mại để qua đó hoàn thành được các chính sách liên quan vừa thỏa mãn được nguyện vọng của các Ngân hàng thương mại nhưng cũng đảm bảo được an toàn cho hệ thống ngân hàng, qua đó tạo điều kiện để các Ngân hàng thương mại phát triển một cách hiệu quả nhất.

*Thứ tư*, Ngân hàng Nhà nước cần linh hoạt hơn nữa trong việc điều hành và quản lý các công cụ của chính sách tiền tệ như: công cụ lãi suất, công cụ dự trữ bắt buộc, công cụ tỷ giá để giúp cho các hệ thống các ngân hàng hoạt động một cách hiệu quả nhất.

## KẾT LUẬN

Trong thời gian qua, tín dụng cá nhân đã khẳng định được vai trò tích cực của mình không chỉ đối với ngành Ngân hàng, khách hàng mà còn đối với toàn bộ nền kinh tế. Với đại dịch Covid-19 đã và đang diễn ra, điều kiện nền kinh tế thị trường có nhiều biến động, hoạt động tín dụng được đánh giá là một trong những loại nghiệp vụ Ngân hàng phức tạp và có độ rủi ro lớn. Cùng với sự cạnh tranh gay gắt, việc đảm bảo và nâng cao chất lượng tín dụng cá nhân là chìa khóa cần thiết cho NHTM nói chung và NH TMCP Á Châu – Chi nhánh Kon Tum riêng để giữ vững được thị phần khách hàng, doanh thu. Đây không phải là một thách thức dễ dàng có thể vượt qua.

Về cơ bản, đề tài đã giải quyết được những vấn đề sau:

- Thứ nhất, hệ thống hóa những vấn đề lý luận và thực tiễn cơ bản về hoạt động tín dụng cá nhân của NHTM.

- Thứ hai, tìm hiểu và phân tích thực trạng hoạt động tín dụng dành cho khách hàng cá nhân tại NH ACB Kon Tum giai đoạn 2019 – 2020 thông qua các chỉ tiêu về dư nợ, nợ quá hạn và nợ xấu.

- Thứ ba, trên cơ sở tìm hiểu và phân tích đánh giá thực trạng được trình bày ở Chương 2 và những hạn chế trong hoạt động tín dụng cá nhân tại NH ACB Kon Tum, tác giả đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng này.

Tuy nhiên do nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan trong việc tiếp cận tài liệu đề tài, số liệu thực tế, thời gian thực tập cũng như đặc thù trong công việc ngành Ngân hàng. Những hạn chế như sau:

- Do hạn chế về thời gian thực tập và khả năng chuyên môn của tác giả nên quá trình tìm hiểu, phân tích và đánh giá thực trạng hoạt động tín dụng dành cho cá nhân chưa sâu sát với tình hình thực tế tại ngân hàng kèm theo tình hình dịch bệnh Covid-19 diễn biến phức tạp ở hiện tại, các số liệu về tình hình tín dụng thu thập được chưa chắc chắn và đảm bảo một cách chính xác, khách quan nhất dẫn đến ảnh hưởng chất lượng nghiên cứu đề tài.

- Đề tài được nghiên cứu là thực trạng hoạt động tín dụng cá nhân tập trung trong giai đoạn 2018 – 2020, thời gian 3 năm chưa đủ để phản ánh một cách khái quát và khách quan về thực trạng của Ngân hàng.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Luật tổ chức tín dụng số 47/2010/QH12
- [2] Nguyễn Đăng Dờn (2004), *Tiền tệ Ngân hàng*, Nhà xuất bản Thống Kê
- [3] Nguyễn Đăng Dờn (2010), *Quản trị ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Phương Đông
- [4] Nguyễn Minh Kiều (2006), *Tiền tệ Ngân hàng*, Nhà xuất bản Thống Kê.
- [5] Nguyễn Văn Tiến (2009), *Tài chính – Tiền tệ Ngân hàng*, Nhà xuất bản Thống Kê.
- [6] Phan Thị Cúc (2008), *Tín dụng ngân hàng*, Nhà xuất bản Thống Kê.
- [7] Đỗ Thị Ngọc Hân, (2012), Đánh giá hoạt động kiểm soát rủi ro tín dụng tại Ngân hàng TMCP Á Châu - Chi nhánh Huế, Đại học Kinh tế Huế.
- [8] Nguyễn Quốc Thắng, (2010), Phân tích hoạt động tín dụng cá nhân tại ngân hàng TMCP Á Châu Chi nhánh An Giang, Đại học An Giang.
- [9] Trần Thanh Hải, (2017), Nâng cao chất lượng tín dụng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam Chi nhánh Huế, Đại học Kinh tế Huế.
- [10] Nguyễn Diễm, (2020), “Vai trò của tín dụng cá nhân trong nền kinh tế hiện nay?,” Công ty Luật TNHH Minh Khuê. [Trực tuyến]. Available: <https://luatminhkhue.vn/vai-tro-cua-tin-dung-ca-nhan-trong-nen-kinh-te-hien-nay.aspx>.
- [11] Đường Thị Thanh Hải, (2014), “Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả tín dụng cá nhân ở Việt Nam”. [Trực tuyến]. Available: <https://tapchitaichinh.vn/kinh-te-vi-mo/cac-nhan-to-anh-huong-den-hieu-qua-tin-dung-ca-nhan-o-viet-nam-84217.html>.
- [12] topbank.vn, (2018), “Hiệu quả tín dụng ngân hàng được đánh giá qua các tiêu chí nào,” topbank.vn. [Trực tuyến]. Available: <https://topbank.vn/tu-van/hieu-qua-tin-dung-ngan-hang-duoc-danh-gia-qua-cac-tieu-chi-nao>.
- [13] Somxay Souvanthong, (2020), Giải pháp nâng cao chất lượng tín dụng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Đầu tư và Phát triển Việt Nam - Chi nhánh Thừa Thiên Huế, Huế: Đại học Kinh tế Huế.
- [13] Lê Trần Thu Hằng, (2020), Hoàn thiện nghiệp vụ cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Á Châu - Phòng giao dịch An Cựu, Đại học Đông Á.