

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



NGUYỄN THỊ PHƯỢNG LIÊN

BÁO CÁO TỐT NGHIỆP

**GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
SÀI GÒN THƯƠNG TÍN – CHI NHÁNH PHÚ YÊN**

Kon Tum, tháng 06 năm 2022

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



BÁO CÁO TỐT NGHIỆP

**GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN
SÀI GÒN THƯƠNG TÍN – CHI NHÁNH PHÚ YÊN**

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN : NGUYỄN THỊ PHƯƠNG THẢO
SINH VIÊN THỰC HIỆN : NGUYỄN THỊ PHƯƠNG LIÊN
LỚP : K12NH
MSSV : 1817340201009

Kon Tum, tháng 06 năm 2022

LỜI CẢM ƠN

Trải qua 4 năm được học tập tại Trường Đại học Đà Nẵng Phân hiệu tại Kon Tum, nhận được sự nhiệt tình giảng dạy của Quý thầy cô của trường đã giúp em trang bị cho mình những kiến thức vô cùng quý báu về chính trị, văn học, xã hội và đặc biệt là những chuyên môn kinh tế về lĩnh vực tài chính. Đó là những cảm nang, là hành trang giúp em vững vàng trong công việc, tự tin trong cuộc sống và luôn hoàn thành nhiệm vụ được giao.

Nhân đây em cũng xin bày tỏ lòng biết ơn tới các thầy cô bộ môn và cùng toàn thể các thầy cô trong khoa Kinh tế Trường Đại học Đà Nẵng Phân hiệu tại Kon Tum đã giảng dạy truyền đạt cho em những kiến thức hay, quý báu trong suốt những năm học qua. Em xin chân thành cảm ơn cô Nguyễn Thị Phương Thảo - người đã tận tình hướng dẫn và giúp đỡ em trong quá trình thực tập để em hoàn thành tốt báo cáo tốt nghiệp này.

Em cũng xin gửi lời cảm ơn đến ban Giám đốc cùng các cô, chú, anh, chị cán bộ nhân viên trong Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Chi nhánh Phú Yên, đặc biệt là phòng kinh doanh đã tạo điều kiện để em có thể hoàn thành tốt đợt thực tập.

Trong quá trình thực hiện báo cáo tốt nghiệp, do hạn chế về thời gian cũng như chưa có nhiều kinh nghiệm thực tế, nên bài làm của em chắc chắn sẽ không tránh khỏi nhiều thiếu sót. Em kính mong nhận được sự chỉ bảo, góp ý của quý thầy cô và các cô chú, anh, chị trong Ngân hàng để báo cáo tốt nghiệp được hoàn chỉnh hơn.

Cuối cùng chỉ xin kính chúc các thầy cô Trường Đại học Đà Nẵng Phân hiệu tại Kon Tum cùng toàn thể ban lãnh đạo, các anh, chị nhân viên Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín Chi nhánh Phú Yên sức khỏe, công tác tốt và thành công trong sự nghiệp.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên thực hiện

Nguyễn Thị Phương Liên

MỤC LỤC

| | |
|--|------------|
| LỜI CẢM ƠN | |
| DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT | iii |
| DANH MỤC BẢNG | iv |
| DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ | v |
| DANH MỤC BIỂU ĐỒ | v |
| MỞ ĐẦU | 1 |
| 1. Mục tiêu nghiên cứu | 1 |
| 2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu cho vay | 2 |
| 3. Phương pháp nghiên cứu | 2 |
| 4. Nguồn thông tin thu thập dự kiến..... | 2 |
| 5. Kết cấu đề tài | 2 |
| CHƯƠNG 1.CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI | 3 |
| 1.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI | 3 |
| 1.1.1.Khái niệm về Ngân hàng thương mại..... | 3 |
| 1.1.2.Các nghiệp vụ của Ngân hàng thương mại..... | 3 |
| 1.2. TỔNG QUAN VỀ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI | 5 |
| 1.2.1.Khái niệm và nguyên tắc cho vay của Ngân hàng thương mại | 5 |
| 1.2.2.Khái niệm cho vay tiêu dùng..... | 6 |
| 1.2.3.Đặc điểm của cho vay tiêu dùng..... | 6 |
| 1.2.4.Phân loại cho vay tiêu dùng..... | 7 |
| 1.2.5.Lợi ích của cho vay tiêu dùng | 9 |
| 1.3. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI | 10 |
| 1.3.1. Quan niệm về mở rộng cho vay tiêu dùng | 10 |
| 1.3.2.Nội dung mở rộng cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại | 11 |
| 1.3.3.Các chỉ tiêu đánh giá mở rộng cho vay tiêu dùng của NHTM..... | 12 |
| 1.3.4.Các yếu tố ảnh hưởng đến tới sự mở rộng cho vay tiêu dùng của NHTM | 14 |
| CHƯƠNG 2.THỰC TRẠNG MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN - CHI NHÁNH PHÚ YÊN | 18 |
| 2.1. TỔNG QUAN NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN - CHI NHÁNH PHÚ YÊN | 18 |
| 2.1.1.Quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Phú Yên (Sacombank Phú Yên)..... | 18 |
| 2.1.2.Chức năng và nhiệm vụ của ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Phú Yên | 19 |
| 2.1.3. Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Phú Yên (Sacombank Phú Yên)..... | 20 |
| 2.1.4.Khái quát tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Phú Yên (Sacombank Phú Yên) | 22 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.THỰC TRẠNG MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI SACOMBANK – CHI NHÁNH PHÚ YÊN | 26 |
| 2.2.1.Quy định và quy trình cho vay tiêu dùng tại Sacombank – Chi nhánh Phú Yên | 26 |
| 2.2.2.Danh mục sản phẩm cho vay tiêu dùng tại Sacombank Phú Yên | 30 |
| 2.2.3.Phân tích các chỉ tiêu đánh giá khả năng mở rộng cho vay tiêu dùng tại sacombank – chi nhánh Phú Yên | 31 |
| 2.3.ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG CHO VAY TIÊU DÙNG | 41 |
| 2.3.1.Kết quả đạt được | 41 |
| 2.3.2.Những hạn chế | 42 |
| 2.3.3.Nguyên nhân của những hạn chế | 43 |
| CHƯƠNG 3.GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI TÀI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN – CHI NHÁNH PHÚ YÊN | 46 |
| 3.1.ĐỊNH HƯỚNG MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI SACOMBANK – CHI NHÁNH PHÚ YÊN | 46 |
| 3.1.1.Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh của Sacombank – Chi nhánh Phú Yên trong thời gian tới | 46 |
| 3.1.2.Mục tiêu hoạt động của Ngân hàng Sacombank – Chi nhánh Phú Yên | 47 |
| 3.2. GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI SACOMBANK – CHI NHÁNH PHÚ YÊN | 48 |
| 3.2.1. Hoàn thiện cơ chế nghiệp vụ tín dụng cho vay tiêu dùng | 48 |
| 3.2.2. Phát triển hoạt động marketing ngân hàng đối với cho vay tín dụng | 49 |
| 3.2.3. Xây dựng chiến lược về hoạt động cho vay tiêu dùng | 50 |
| 3.2.4. Giải pháp tăng vốn | 50 |
| 3.2.5. Giải pháp về nguồn nhân lực để nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng | 51 |
| 3.2.6. Hiện đại hóa cơ sở vật chất và công nghệ thông tin ngân hàng | 51 |
| 3.2.7. Tăng cường trong công tác quản lý khách hàng | 52 |
| 3.2.8. Đa dạng hóa các kênh phân phối và hình thức phân phối có hiệu quả | 52 |
| 3.2.9. Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ cho vay tiêu dùng | 52 |
| 3.3. KIẾN NGHỊ | 53 |
| 3.3.1. Kiến nghị đối với chính phủ và các Bộ, ngành liên quan | 53 |
| 3.3.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước | 53 |
| 3.3.3. Kiến nghị đối với Sacombank chi nhánh Phú yên | 54 |
| KẾT LUẬN | 55 |
| DANH MỤC TÀI LIỆU KHAM KHẢO | 56 |
| THÔNG TIN DOANH NGHIỆP | |
| GIẤY XÁC NHẬN CỦA KHOA VÀ GIẢNG VIÊN | |

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

| Từ viết tắt | Từ chính xác |
|--------------------|-----------------------|
| NH | Ngân hàng |
| NHNN | Ngân hàng Nhà Nước |
| NHTM | Ngân hàng Thương Mại |
| HĐTD | Hoạt động tín dụng |
| TDCN | Tiêu dùng cá nhân |
| CVTD | Cho vay tiêu dùng |
| CBCNV | Cán bộ công nhân viên |
| HĐKD | Hoạt động kinh doanh |
| KH | Khách hàng |
| HĐV | Huy động vốn |
| CBTD | Cán bộ tín dụng |
| TCTD | Tổ chức tín dụng |
| TSBĐ | Tài sản bảo đảm |
| SPDV | Sản phẩm dịch vụ |

DANH MỤC BẢNG

| Số hiệu | Tên Bảng | Trang |
|----------------|---|--------------|
| Bảng 2.1. | Tình hình huy động vốn của ngân hàng Sacombank chi nhánh Phú Yên | 23 |
| Bảng 2.2. | Tăng trưởng dư nợ tín dụng qua các năm của Sacombank Phú Yên | 24 |
| Bảng 2.3. | Tình hình kinh doanh của Sacombank Phú Yên qua các năm 2019-2021 | 25 |
| Bảng 2.4 | Tình hình hoạt động cho vay tiêu dùng tại Sacombank-chi nhánh Phú Yên qua các năm | 31 |
| Bảng 2.5. | Dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn | 32 |
| Bảng 2.6. | Dư nợ cho vay tiêu dùng theo mục đích vay vốn | 34 |
| Bảng 2.7. | Dư nợ cho vay tiêu dùng theo phương thức có tài sản đảm bảo và không có tài sản đảm bảo | 35 |
| Bảng 2.8. | Lượng khách hàng vay vốn tiêu dùng cá nhân của Sacombank Chi nhánh Phú Yên qua 3 năm 2019 – 2021 | 36 |
| Bảng 2.9. | Dư nợ bình quân trên một khách hàng cá nhân của Sacombank Chi nhánh Phú Yên qua 3 năm 2019 – 2021 | 37 |
| Bảng 2.10. | Tình hình nợ xấu CVTD tại Sacombank Chi nhánh Phú Yên | 37 |
| Bảng 2.11. | Tình hình nợ quá hạn CVTD tại Sacombank Chi nhánh Phú Yên | 38 |
| Bảng 2.12. | Doanh số thu nợ CVTD tại Sacombank Phú Yên | 39 |
| Bảng 2.13. | Vòng quay vốn tín dụng cho vay tiêu dùng Sacombank Phú Yên qua các năm | 40 |
| Bảng 2.14. | Chỉ tiêu lợi nhuận trên thu nhập từ hoạt động cho vay tiêu dùng | 41 |

DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ

| Số hiệu | Tên sơ đồ | Trang |
|----------------|--|--------------|
| Sơ đồ 2.1. | Cơ cấu tổ chức của của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi Nhánh Phú Yên | 20 |
| Sơ đồ 2.2. | Quy trình cho vay tiêu dùng của Sacombank Phú Yên | 28 |

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

| Số hiệu | Tên sơ đồ | Trang |
|----------------|---|--------------|
| Biểu đồ 2.1. | Tình hình hoạt động cho vay tiêu dùng tại Sacombank-chi nhánh Phú Yên qua các năm | 31 |
| Biểu đồ 2.2. | Dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn | 33 |
| Biểu đồ 2.3. | Dư nợ cho vay tiêu dùng theo phương thức có tài sản đảm bảo và không có tài sản đảm bảo | 35 |
| Biểu đồ 2.4. | Doanh số thu nợ cho vay tiêu dùng | 49 |

MỞ ĐẦU

Với tư cách là một trung gian tài chính đóng vai trò quan trọng trong việc luân chuyển vốn giữa các thành phần kinh tế, có thể nói hoạt động ngân hàng là “mạch máu” của nền kinh tế, là lĩnh vực không thể thiếu được đối với sự phát triển kinh tế - xã hội. Trong bối cảnh hội nhập khu vực và quốc tế, sự cạnh tranh trong lĩnh vực Ngân hàng ngày càng trở nên gay gắt cả về mức độ, phạm vi sản phẩm, dịch vụ cung ứng trên thị trường.

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế thị trường, hàng hóa tiêu dùng ngày càng trở nên phong phú, đa dạng với nhiều chủng loại mẫu mã khác nhau phù hợp với nhu cầu người mua. Tuy nhiên với mức thu nhập hiện nay, phần lớn người tiêu dùng không thể chi trả cho tất cả các nhu cầu mua sắm cùng lúc, đặc biệt là vật dụng đắt tiền. Nắm bắt được thực tế đó, các Ngân hàng đã thực hiện cung cấp các dịch vụ cho vay tiêu dùng dưới nhiều hình thức nhằm tạo điều kiện cho khách hàng có thể thỏa mãn nhu cầu của mình trước khi có khả năng thanh toán. Và chỉ trong một thời gian ngắn khi các sản phẩm này ra đời, số lượng khách hàng tìm tới Ngân hàng không ngừng tăng lên đã tạo nguồn thu nhập không nhỏ cho hệ thống Ngân hàng. Mặc dù vậy, so với các hoạt động tín dụng khác thì cho vay tiêu dùng vẫn chiếm một tỷ trọng thấp cả về doanh số cho vay lẫn dư nợ cho vay và chưa thực sự phát huy được vai trò vốn có của nó.

Nhận thức được tầm quan trọng của hoạt động cho vay tiêu dùng trong đời sống xã hội nói chung và đối với toàn hệ thống Ngân hàng nói riêng, sau một thời gian tìm tòi, nghiên cứu các số liệu hoạt động kinh doanh tại Ngân Hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank) – Chi nhánh Phú Yên, em đã nhận thấy hiện tại mức độ tăng trưởng cho vay tiêu dùng tại Sacombank Phú Yên vẫn còn thấp và chiếm tỷ trọng thấp trong tổng dư nợ cho vay. Cụ thể, tổng dư nợ cho vay tại của Sacombank Phú Yên từ năm 2019 – 2021 như sau: dư nợ năm 2020 là 546.773 triệu đồng, giảm 115.179 triệu đồng (tương ứng giảm 17,4%) so với năm 2019. Tuy nhiên, tính đến năm 2021 tổng dư nợ là 778.390 triệu đồng, tăng 231.617 triệu đồng (tương ứng tăng 42,36%) so với năm 2020, trong đó dư nợ cho vay tiêu dùng chiếm tỷ trọng thấp trong tổng dư nợ cho vay của chi nhánh, cụ thể qua các năm 2019, 2020, 2021 lần lượt là 11,5%, 14,8% , 18,5%. Chính vì vậy, kết hợp với những kiến thức trong quá trình học tập, em đã chọn đề tài: “***Giải pháp mở rộng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Phú Yên***” làm đề tài nghiên cứu cho báo cáo tốt nghiệp của mình.

1. Mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu thực trạng, rút ra được những kinh nghiệm, nguyên nhân, hạn chế đối với cho vay tiêu dùng của Sacombank – Chi nhánh Phú Yên. Trên cơ sở đó đưa ra một số đề xuất giải pháp hướng tới sự toàn diện hơn trong sự phát triển cho vay tiêu dùng, đẩy mạnh hiệu quả cho vay tiêu dùng nhằm mở rộng ngày càng lớn quy mô, chất lượng các khoản vay tiêu dùng tại Sacombank – Chi nhánh Phú Yên.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu cho vay

- Đề tài lấy hoạt động cho vay tiêu dùng tại Sacombank – Chi nhánh Phú Yên làm đối tượng nghiên cứu.

- Phạm vi nghiên cứu:

Địa điểm: Sacombank – Chi nhánh Phú Yên

Thời gian: từ năm 2019 đến 2021

3. Phương pháp nghiên cứu

Để đạt được mục đích yêu cầu đặt ra, bài viết sử dụng các phương pháp: tiếp cận hệ thống, phân tích, so sánh và tổng hợp, từ đó đưa ra các giải pháp, kiến nghị.

4. Nguồn thông tin thu thập dự kiến

Lấy từ bảng báo cáo hoạt động kinh doanh của Sacombank - Chi nhánh Phú Yên, do phòng kế toán Sacombank - Chi nhánh Phú Yên cung cấp từ năm 2019 đến năm 2021. Phạm vi nghiên cứu, đề tài tập trung nghiên cứu thực trạng cho vay tiêu dùng tại Sacombank - Chi nhánh Phú Yên trong giai đoạn từ năm 2019 đến 2021, từ đó đưa ra những giải pháp kiến nghị nhằm góp phần cải thiện hơn hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng trong những năm tới.

5. Kết cấu đề tài

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

Chương 1: Cơ sở lý luận về cho vay tiêu dùng của NHTM

Chương 2: Thực trạng mở rộng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi Nhánh Phú Yên.

Chương 3: Giải pháp mở rộng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi Nhánh Phú Yên.

Để hoàn thành báo cáo này em đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ nhiệt tình từ phía các thầy, cô trường phân hiệu đại học Đà Nẵng tại Kon Tum, các anh chị cán bộ tại chi nhánh Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi Nhánh Phú Yên.

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1.1. Khái niệm về Ngân hàng thương mại

Ngân hàng thương mại là Ngân hàng kinh doanh tiền tệ vì mục đích lợi nhuận. Ngân hàng thương mại hoạt động chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền gửi của khách hàng để cấp tín dụng và thực hiện nghiệp vụ chiết khấu và làm phương tiện thanh toán. Với tư cách là tổ chức kinh doanh, hoạt động của Ngân hàng thương mại dựa trên cơ sở chế độ hạch toán kinh tế, nhằm mục tiêu lợi nhuận. Ngân hàng thương mại được pháp luật cho phép thực hiện rộng rãi các loại nghiệp vụ kinh doanh ngân hàng, như: nhận tiền gửi có kỳ hạn, không kỳ hạn; thực hiện nghiệp vụ chiết khấu; dịch vụ thanh toán; huy động vốn bằng cách phát hành chứng chỉ nhận nợ...

Bản chất của Ngân hàng thương mại là thể hiện qua:

- Ngân hàng thương mại là một loại hình doanh nghiệp và là một đơn vị kinh tế.
- Nói Ngân hàng thương mại là một doanh nghiệp và là một đơn vị kinh tế nghĩa là Ngân hàng thương mại hoạt động trong một ngành kinh tế, có cơ cấu tổ chức bộ máy như một doanh nghiệp, Ngân hàng thương mại bình đẳng trong quan hệ kinh tế với các doanh nghiệp khác.

- Hoạt động của Ngân hàng thương mại là hoạt động kinh doanh. Để hoạt động kinh doanh, các Ngân hàng thương mại phải có vốn, phải tự chủ về tài chính. Đặc biệt hoạt động kinh doanh cần đạt đến mục tiêu tài chính cuối cùng là lợi nhuận, hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại cũng không nằm ngoài xu hướng đó. Tuy nhiên việc tìm kiếm lợi nhuận là phải chính đáng trên cơ sở chấp hành luật pháp của nhà nước.

- Hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ ngân hàng. Đây là lĩnh vực “đặc biệt” vì liên quan trực tiếp đến tất cả các ngành, liên quan đến mọi mặt của đời sống kinh tế-xã hội, lĩnh vực tiền tệ ngân hàng là lĩnh vực “nhạy cảm”, đòi hỏi một sự thận trọng và khéo léo trong điều hành hoạt động ngân hàng để tránh những thiệt hại cho xã hội. Lĩnh vực hoạt động này của Ngân hàng thương mại góp phần cung ứng một khối lượng vốn tín dụng rất lớn cho nền kinh tế-xã hội...

Tóm lại, Ngân hàng thương mại là loại hình định chế tài chính trung gian hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực tiền tệ và dịch vụ Ngân hàng. Đây là loại định chế tài chính trung gian quan trọng vào loại bậc nhất trong nền kinh tế thị trường, góp phần tạo lập và cung ứng vốn cho nền kinh tế, tạo điều kiện và thúc đẩy nền kinh tế - xã hội phát triển.

1.1.2. Các nghiệp vụ của Ngân hàng thương mại

Đối với các Ngân hàng thương mại, hoạt động chính của họ là kinh doanh tiền tệ. Vì vậy, về cơ bản Ngân hàng thương mại cũng giống như các doanh nghiệp kinh doanh thương mại.

Để làm rõ các nghiệp vụ của Ngân hàng thương mại sẽ có 6 nghiệp vụ Ngân hàng sau đây.

Nghiệp vụ tài sản nợ, huy động vốn

Đây là nghiệp vụ phổ biến trong hoạt động Ngân hàng thương mại. Nghiệp vụ này phản ánh qua nguồn vốn. Được thể hiện chi tiết qua nguồn vốn của Ngân hàng. Nguồn vốn sẽ bao gồm vốn tự có và nguồn vốn được coi là tự có. Cụ thể như sau:

- *Vốn tự có:* Bao gồm vốn điều lệ của Ngân hàng hay là nguồn vốn thuộc sở hữu của Ngân hàng, có khi Ngân hàng được hình thành, thành lập. Nguồn vốn điều lệ sẽ được ngân hàng sử dụng để mua thiết bị, tài sản cùng một số hoạt động khác. Ngoài ra, vốn tự có sẽ có thêm nguồn quỹ dự trữ, là nguồn vốn do hoạt động phát sinh lợi nhuận ròng hàng tháng của ngân hàng.

- *Vốn được coi là tự có:* Là khoản vốn nhàn rỗi tạm thời của Ngân hàng, được sử dụng để chi tiêu cho các khoản mục tạm thời.

- *Căn cứ vào mục đích bao gồm:*

+ Cho vay thương mại, công nghiệp: các khoản vay ngắn hạn, bổ sung vốn cho doanh nghiệp đang hoạt động trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ hoặc công nghiệp.

+ Cho vay thuê mua.

+ Cho vay nông nghiệp.

+ Cho vay liên quan đến bất động sản.

- *Căn cứ vào thời điểm:*

+ Cho vay ngắn hạn dưới 12 tháng: Thường được cho vay với mục đích hỗ trợ thiếu hụt vốn lưu động cho doanh nghiệp.

+ Cho vay trung hạn từ 1 đến 3 năm: Thường được sử dụng cho vay với mục đích đầu tư, mua sắm các loại tài sản cố định.

+ Cho vay dài hạn tối thiểu 3 năm: Cho vay với mục đích xây nhà, đầu tư lớn.

- *Căn cứ vào hình thái giá trị:*

+ Cho vay bằng tiền: Là hình thái cho vay bằng tiền mặt.

+ Cho vay bằng tài sản: Cho vay bằng hình thái là một tài sản cố định.

- *Căn cứ vào mức độ uy tín của người vay:*

+ Cho vay thế chấp: Là hình thức khách hàng cầm cố tài sản, nhà cửa,... có giá trị để nhận khoản vay.

+ Cho vay tín chấp: Vay dựa vào uy tín cá nhân, thủ tục khá đơn giản.

- *Căn cứ vào phương pháp hoàn trả:*

+ Vay trả góp: Khách hàng sẽ lựa chọn trả góp khoản vay theo thời gian nhất định.

+ Vay trả một lần: Khách hàng hoàn trả khoản vay và lãi suất với cuối thời gian vay.

Nghiệp vụ đầu tư

Ngoài các nghiệp vụ trên, Ngân hàng cũng sẽ thực hiện đầu tư như mua bán chứng khoán. Nghiệp vụ Ngân hàng liên quan đến đầu tư sẽ giúp bạn có thể hiểu và giúp Ngân hàng có lợi nhuận từ các hoạt động đầu tư.

Nghiệp vụ kinh doanh đối ngoại

Nghiệp vụ Ngân hàng kinh doanh đối ngoại là nghiệp vụ liên quan đến các hoạt động mua bán ngoại tệ, huy động các nguồn vốn ngoại tệ để giúp Ngân hàng có thể đầu tư và cho vay để thu về lợi nhuận.

Một số nghiệp vụ khác

Ngoài những nghiệp vụ trên, sẽ có một số nghiệp vụ Ngân hàng khác liên các đến các hoạt động như:

- *Dịch vụ chuyển tiền*: Ngân hàng thực hiện các lệnh chuyển tiền cho khách hàng theo yêu cầu.

- *Dịch vụ thu, chi của Ngân hàng*: Thực hiện ủy nhiệm chi hoặc ủy nhiệm thu.

- *Dịch vụ ủy thác*: thực hiện các ủy thác như chuyển giao tài sản, bảo quản vàng bạc, bảo quản giấy tờ.

- *Dịch vụ mua bán hộ*: Thực hiện mua bán trái phiếu, chứng khoán theo ủy nhiệm của khách hàng.

1.2. TỔNG QUAN VỀ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.2.1. Khái niệm và nguyên tắc cho vay của Ngân hàng thương mại

a. Khái niệm cho vay của Ngân hàng thương mại

Cho vay là hoạt động kinh doanh chủ yếu của Ngân hàng thương mại để tạo ra lợi nhuận. Doanh thu từ hoạt động cho vay mới bù đắp nổi chi phí tiền gửi, chi phí dự trữ, chi phí kinh doanh và quản lý, chi phí vốn trôi nổi, chi phí thuế các loại và các chi phí rủi ro đầu tư. Luật các tổ chức tín dụng số 02/1997/QH10 và Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật các tổ chức tín dụng số 20/2004/QH11 đã quy định:

“Cho vay là hình thức cấp tín dụng, theo đó bên cho vay 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 gốc và lãi.” (Khoản 16, điều 4)

b. Nguyên tắc cho vay của Ngân hàng thương mại

Việc vay vốn là nhu cầu tự nguyện của khách hàng và là cơ hội để Ngân hàng cung cấp tín dụng và thu lợi nhuận từ hoạt động của mình. Tuy nhiên, cấp tín dụng liên quan đến việc sử dụng vốn huy động của khách hàng nên phải tuân thủ theo những nguyên tắc nhất định. Nói chung, khách hàng vay vốn cần đảm bảo 2 nguyên tắc:

- *Sử dụng vốn đúng mục đích đã thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng*: Việc sử dụng vốn vay vào mục đích gì do hai bên, ngân hàng và khách hàng thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng.

+ Về phía Ngân hàng: Trước khi cho vay cần hiểu rõ mục đích vay vốn của khách hàng, và kiểm tra xem khách hàng có sử dụng vốn đúng mục đích đã cam kết hay

không. Điều này rất quan trọng vì việc sử dụng vốn vay đúng mục đích hay không, có ảnh hưởng đến việc thu hồi nợ sau này.

+ Về phía khách hàng: Việc sử dụng vốn vay đúng mục đích góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn vay, đồng thời giúp người đi vay đảm bảo khả năng hoàn trả. Qua đó nâng cao được uy tín của khách hàng đối với ngân hàng.

- *Hoàn trả nợ gốc và lãi vốn vay đúng thời hạn đã thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng*: Điều này xuất phát từ chính chất tạm thời nhân rồi của nguồn vốn mà Ngân hàng sử dụng để cho vay. Đại đa số nguồn vốn mà ngân hàng sử dụng để cho vay là vốn huy động từ khách hàng gửi tiền, do đó, sau khi cho vay trong một thời gian nhất định, khách hàng vay tiền phải hoàn trả lại cho Ngân hàng để Ngân hàng hoàn trả lại cho khách hàng gửi tiền.

1.2.2. Khái niệm cho vay tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng là một trong các hình thức cấp tín dụng, được thực hiện bởi các tổ chức tín dụng. Đối tượng cấp các khoản vay là cá nhân, hộ gia đình bởi Ngân hàng hoặc công ty tài chính. Mục đích của khoản vay hướng đến việc thỏa mãn nhu cầu chi tiêu của khách hàng. Điều kiện cho vay có tài sản đảm bảo tùy thuộc vào đối tượng khách hàng, mục đích vay, mức cho vay hoặc thời hạn vay,...

Ta có thể hiểu khái niệm cho vay tiêu dùng như sau:

Cho vay tiêu dùng là các khoản cho vay nhằm tài trợ cho nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng, bao gồm cá nhân và hộ gia đình. Đây là một nguồn tài chính quan trọng giúp người tiêu dùng trang trải nhu cầu nhà ở, mua sắm đồ dùng gia đình, xe cộ, giáo dục, y tế và các dịch vụ khác. Do vậy, lãi suất khoản vay tiêu dùng thường cao hơn lãi suất các khoản vay thương mại.

1.2.3. Đặc điểm của cho vay tiêu dùng

Dựa vào các yếu tố là đối tượng vay vốn, nguyên tắc cho vay và những rủi ro mà cho vay tiêu dùng có được 5 đặc điểm điển hình, cụ thể như sau.

Quy mô cho vay

Dù là một khoản vay lớn hay nhỏ thì Ngân hàng vẫn phải thực hiện đầy đủ các bước trong quy trình tín dụng, dẫn đến chi phí quản lý có sự tương đương với nhau, bởi

Vì chi phí tổ chức cho vay của ngân hàng luôn thống nhất với mọi quy mô.

Cho vay tiêu dùng tăng giảm theo chu kỳ

Cho vay tiêu dùng biến động theo chu kỳ của nền kinh tế, khi nền kinh tế phát triển kéo theo tiềm năng lợi nhuận lớn thì Ngân hàng sẽ thúc đẩy cho vay.

Ngược lại, khi nền kinh tế suy thoái sẽ kéo theo thất nghiệp và lạm phát tăng cao, làm cho khách hàng hạn chế sự tin tưởng và vay vốn từ ngân hàng.

Nhu cầu vay tiêu dùng ít phụ thuộc với lãi suất

Lãi suất cho vay tiêu dùng thường là cố định, khách hàng thường quan tâm đến số tiền mà họ phải trả định kỳ hơn là quan tâm lãi suất.

Ngoài mối quan hệ và mức thu nhập, cho vay tiêu dùng còn phụ thuộc vào trình độ dân trí của khách hàng.

Nguồn trả nợ vay tiêu dùng luôn biến động

Các yếu tố như mức chênh lệch giữa lương, thưởng thu nhập, chi phí sinh hoạt cá nhân là nguồn hoàn trả nợ của khách hàng và chúng luôn có sự biến động nhất định.

Những nguyên nhân chủ yếu dẫn đến sự biến động nguồn trả nợ: Chu kỳ nền kinh tế, thu nhập thực tế, trình độ văn hóa của khách hàng, thiên tai, sự cố cá nhân,...

Chất lượng thông tin khách hàng

Uy tín của khách hàng sẽ ảnh hưởng đến khả năng thu hồi nợ của ngân hàng. Chất lượng khách hàng được xây dựng dựa trên mức độ thiện chí hoàn trả nợ vay.

Tuy nhiên, việc thu thập thông tin các nhóm khách hàng luôn khó đầy đủ và chính xác, do đó thường dẫn đến những rủi ro tín dụng cho Ngân hàng.

1.2.4. Phân loại cho vay tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng là một trong những hoạt động tín dụng đa dạng nhất của Ngân hàng. Vì vậy, hoạt động này có thể phân loại theo rất nhiều tiêu thức như mục đích vay, phương thức hoàn trả, hình thức cấp tín dụng và hình thức tài sản đảm bảo,...

a. Căn cứ vào mục đích vay

Căn cứ vào mục đích vay, cho vay tiêu dùng được chia ra làm 2 loại:

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

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

b. Căn cứ vào phương thức hoàn trả

Cho vay tiêu dùng chia làm 3 loại:

- *Cho vay tiêu dùng trả góp*: Là hình thức vay mà người đi vay trả cho Ngân hàng một số tiền bằng nhau nhất định trên mỗi kỳ hạn (hàng tháng, quý hoặc 6 tháng), riêng những khoản vay ngắn hạn (dưới 1 năm) thì người vay thường trả nợ cuối kỳ (gồm cả gốc và lãi). Số tiền thanh toán định kỳ gồm nợ gốc (là khoản tiền nhất định trả mỗi kỳ hạn, thường bằng nhau) và nợ lãi tính trên dư nợ thực tế. Phương thức này thường áp dụng cho những khoản vay có giá trị lớn hoặc thu nhập định kỳ của người vay không đủ khả năng thanh toán hết một lần số nợ vay. Đây là hình thức cho vay chủ yếu của các Ngân hàng thương mại, loại hình vay này giúp cho khách hàng vay không bị áp lực trả nợ vào cuối kỳ cao.

- *Cho vay tiêu dùng phi trả góp*: Tiền vay được khách hàng thanh toán cho Ngân hàng chỉ một lần khi đến hạn. Thường khoản cho vay tiêu dùng phi trả góp chỉ được cấp cho các khoản vay giá trị nhỏ, thời hạn vay không dài (thường dưới 1 năm), đối tượng khách hàng thu nhập khá cao.

- *Cho vay tiêu dùng tuần hoàn*: Là khoản vay mà Ngân hàng sẽ cấp cho khách hàng một hạn mức tín dụng được duy trì trong một khoảng thời gian nhất định, khách hàng có quyền vay và trả nhiều lần mà không vượt quá hạn mức tín dụng của mình. Loại vay này thường được áp dụng cho vay thấu chi, thẻ tín dụng.

+ Loại vay tuần hoàn dễ áp dụng, thuận tiện cho khách hàng trong việc chủ động sử dụng nguồn tiền linh hoạt, thông thường đây là những khoản vay nhỏ, khách hàng có nguồn tiền ra – vô thường xuyên.

+ Cho vay qua thẻ là một loại hình cho vay phổ biến của tín dụng tiêu dùng tuần hoàn, với một hạn mức được cấp khách hàng có thể rút vượt số dư trên tài khoản của mình. Tốc độ tăng trưởng kinh tế Việt nam gần đây phát triển mạnh, đời sống của nhân dân ngày một nâng cao thì nhu cầu về học tập, du lịch trong nước và ngoài nước ngày càng nhiều, đó là thị trường rất hấp dẫn để các Ngân hàng thương mại mở rộng tín dụng qua thẻ, đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cá nhân trong và ngoài nước. Như vậy, thị trường tiềm năng để các ngân hàng thương mại cho vay qua thẻ rất lớn và thuận lợi, các ngân hàng cần phải tận dụng triệt để mọi cơ hội, các điều kiện thuận lợi để phát triển dịch vụ thẻ, đồng thời đẩy nhanh việc đổi mới công nghệ và nâng cao chất lượng dịch vụ.

c. Căn cứ vào hình thức đảm bảo

Việc phân loại theo tiêu thức này rất quan trọng đối với các Ngân hàng trong việc định hướng thu hồi nợ. Hình thức này cho phép Ngân hàng có được nguồn thu nợ thứ hai bằng cách phát mại tài sản đảm bảo đó để thu nợ trong trường hợp nguồn thu nợ thứ nhất gặp rủi ro. Thông thường theo tiêu thức này tín dụng được phân thành 2 loại: tín dụng có đảm bảo bằng tài sản và tín dụng không có bảo đảm bằng tài sản

- *Tín dụng có bảo đảm:* Là việc cho vay vốn của Ngân hàng thương mại mà theo đó nghĩa vụ trả nợ của khách hàng được cam kết thực hiện bằng tài sản thế chấp, cầm cố, tài sản hình thành từ vốn vay hoặc bảo lãnh bằng tài sản của bên thứ ba. Tín dụng có bảo đảm là xu hướng chung của các Ngân hàng Việt Nam, tiến dần theo các điều kiện của tín dụng theo tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế.

Có 3 lưu ý liên quan đến vay tiêu dùng thế chấp:

+ *Được Ngân hàng yêu cầu:* Vì khoản vay nào cũng tiềm ẩn những rủi ro nhất định, tài sản thế chấp là điều kiện bắt buộc và cũng là sự ràng buộc cuối cùng để Ngân hàng thu hồi vốn trong trường hợp rủi ro xảy ra.

+ *Quyền sở hữu không thay đổi:* Tài sản thế chấp vẫn hoàn toàn thuộc quyền sở hữu của khách hàng trong quá trình vay vốn, khách hàng vẫn sử dụng tài sản bình thường mà không có bất kỳ ảnh hưởng gì.

+ *Tài sản thế chấp sẽ bị thu hồi trong trường hợp:* Khi và chỉ khi khách hàng mất khả năng trả nợ.

- *Tín dụng không có đảm bảo:* Ngân hàng thương mại cho vay dựa vào uy tín của khách hàng, đó là người trung thực trong kinh doanh, khả năng tài chính lành mạnh, có tín nhiệm với Ngân hàng trong việc sử dụng vốn vay, hoàn trả nợ vay. Để khẳng định uy tín thì người đi vay phải chứng minh được những thông tin cụ thể như thu nhập, các hóa đơn, các hợp đồng giá trị có liên quan.

d. Căn cứ vào nguồn gốc của khoản nợ

- *Cho vay tiêu dùng gián tiếp:* Ngân hàng mua các khoản nợ phát sinh của các doanh nghiệp đã bán chịu hàng hoá hoặc cung cấp dịch vụ cho người tiêu dùng, hình thức

này ngân hàng cho vay thông qua các doanh nghiệp bán hàng hoặc làm các dịch vụ mà không trực tiếp tiếp xúc với khách hàng.

Cho vay tiêu dùng gián tiếp có một số ưu điểm sau: Cho phép Ngân hàng dễ dàng tăng doanh số cho vay tiêu dùng; cho phép ngân hàng tiết giảm được chi phí trong cho vay; là nguồn gốc của việc mở rộng quan hệ với khách hàng và các hoạt động Ngân hàng khác; trong trường hợp có quan hệ với những công ty bán lẻ tốt, cho vay tiêu dùng gián tiếp an toàn hơn cho vay tiêu dùng trực tiếp.

Bên cạnh một số ưu điểm trên, cho vay tiêu dùng gián tiếp có một số nhược điểm sau: ngân hàng không tiếp xúc trực tiếp với người tiêu dùng đã được bán chịu; thiếu sự kiểm soát của ngân hàng khi công ty bán lẻ thực hiện việc bán chịu hàng hóa; kỹ thuật nghiệp vụ cho vay tiêu dùng gián tiếp có tính phức tạp cao.

Do những nhược điểm kể trên nên có rất nhiều Ngân hàng không mặn mà với cho vay tiêu dùng gián tiếp. Còn những ngân hàng nào tham gia vào hoạt động này thì đều có các cơ chế kiểm soát tín dụng rất chặt chẽ.

- *Cho vay tiêu dùng trực tiếp*: Là các khoản cho vay tiêu dùng trong đó Ngân hàng trực tiếp tiếp xúc và cho khách hàng vay cũng như trực tiếp thu nợ từ người này.

Trong cho vay tiêu dùng trực tiếp Ngân hàng có thể tận dụng được sở trường của nhân viên tín dụng. Những người này thường được đào tạo chuyên môn và có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực tín dụng cho nên các quyết định tín dụng trực tiếp của ngân hàng thường có chất lượng cao hơn so với trường hợp chúng được quyết định bởi những công ty bán lẻ hoặc nhân viên tín dụng của công ty bán lẻ. Ngoài ra, trong hoạt động của mình nhân viên tín dụng ngân hàng có xu hướng chú trọng đến việc tạo ra các khoản cho vay có chất lượng tốt trong khi nhân viên của công ty bán lẻ thường chú trọng đến việc bán cho được nhiều hàng. Bên cạnh đó, tại các điểm bán hàng, các quyết định tín dụng thường được cấp ra một cách không chính đáng. Hơn nữa, trong một số trường hợp, do quyết định nhanh, công ty bán lẻ có thể từ chối cấp tín dụng đối với khách hàng tốt của mình. Nếu người cấp tín dụng là Ngân hàng, điều này có thể được hạn chế.

Cho vay tiêu dùng trực tiếp có ưu điểm là linh hoạt hơn cho vay tiêu dùng gián tiếp. Khi khách hàng có quan hệ trực tiếp với Ngân hàng, có rất nhiều lợi thế có thể phát sinh, có khả năng làm thỏa mãn quyền lợi cho cả hai phía khách hàng lẫn Ngân hàng.

1.2.5. Lợi ích của cho vay tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng là hướng đi đúng đắn của cả người tiêu dùng và tổ chức cho vay.

a. Xét trên phương diện người tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng khắc phục tính đối nghịch giữa nhu cầu tiêu dùng hiện tại và khả năng tích lũy để đáp ứng nhu cầu đó. Tức là khách hàng không có đủ khả năng trang trải chi phí cho nhu cầu tiêu dùng sản phẩm hay dịch vụ nào đó ngay tại thời điểm hiện tại.

Trong khi đó, cho vay tiêu dùng giải quyết được ngay vấn đề trên. Giúp khách hàng nhanh chóng đạt được mục đích tiêu dùng mà không phải chờ đợi.

Mặt khác, cho vay tiêu dùng là biện pháp cải thiện đời sống dân cư. Hướng giải quyết này cho phép cung cấp cuộc sống tiện nghi, cải thiện tinh thần, nâng cao chất lượng cuộc sống.

b. Xét trên phương diện ngân hàng thương mại

Cho vay tiêu dùng giúp hình thành nền tảng mối quan hệ vững chắc giữa Ngân hàng với khách hàng. Nền tảng này thúc đẩy quá trình sản sinh dịch vụ khác, làm tăng doanh thu của Ngân hàng.

Thực tế chỉ ra rằng, khách hàng có xu hướng sử dụng tiếp những sản phẩm dịch vụ khác của Ngân hàng khi có được sự hài lòng trong quá trình giao dịch trước đó.

Nhu cầu vay vốn càng lớn, cơ hội mở rộng nguồn khách hàng càng cao. Thực hiện tốt cho vay tiêu dùng là cơ sở để sở hữu nguồn khách hàng tiềm năng nhằm duy trì và nâng cao doanh thu từ các sản phẩm dịch vụ khác như: huy động vốn, thanh toán quốc tế, bảo lãnh,...

Cho vay tiêu dùng tác động tích cực đến quá trình đa dạng hóa hoạt động kinh doanh của Ngân hàng. Nguồn thu nhập gia tăng giúp phân tán rủi ro cho Ngân hàng.

c. Xét trên phương diện kinh tế - xã hội

Mối quan hệ giữa cho vay tiêu dùng - kích cầu tiêu dùng - kích thích sản xuất - phát triển nền kinh tế tác động qua lại chặt chẽ với nhau. Cho vay tiêu dùng gia tăng đồng nghĩa với nhu cầu chi tiêu của dân cư tăng cao. Nhu cầu hàng hóa dịch vụ biến động tỷ lệ thuận sẽ kích thích sản xuất phát triển. Từ đó, nền kinh tế tăng trưởng theo chiều hướng mới.

Thứ nhất, đối với doanh nghiệp, tín dụng tiêu dùng kéo nhu cầu tương lai về hiện tại, quy mô sản xuất tăng nhanh, mức độ đổi mới và phong phú về chất lượng ngày càng lớn. Chính điều này đã làm cho toàn bộ quá trình sản xuất, trao đổi, phân phối, tiêu dùng diễn ra nhanh chóng và hiệu quả, đó chính là nền tảng tăng trưởng kinh tế.

Thứ hai, cho vay tiêu dùng thúc đẩy thành phần tiêu dùng và do đó gia tăng cầu trong nước, trong cơ cấu tổng sản phẩm quốc nội, hạn chế sự phụ thuộc vào cầu nước ngoài, do đó thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững hơn

Thứ ba, góp phần xóa bỏ vòng lẩn quẩn: Thu nhập thấp – tiết kiệm ít – sản lượng thấp.

Thứ tư, cho vay tiêu dùng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và từ đó lại làm tăng thu nhập, tạo khả năng tăng tiết kiệm, mở rộng cơ hội huy động vốn và phát triển các dịch vụ Ngân hàng của các tổ chức tín dụng

1.3. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.3.1. Quan niệm về mở rộng cho vay tiêu dùng

Trong nền kinh tế thị trường có sự cạnh tranh gay gắt, bất cứ một doanh nghiệp nào muốn đứng vững và phát triển trong hoạt động sản xuất - kinh doanh, đòi hỏi doanh nghiệp phải không ngừng mở rộng và cải thiện chất lượng sản phẩm, dịch vụ của mình nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu đặt ra của nền kinh tế.

Mở rộng cho vay tiêu dùng là việc Ngân hàng sử dụng một hệ thống các giải pháp mở rộng quy mô cho vay nhằm tăng trưởng thu nhập cho Ngân hàng nhưng vẫn đảm bảo được chất lượng dịch vụ cũng như kiểm soát được rủi ro trong hoạt động cho vay, đồng thời phục vụ cho chiến lược kinh doanh của Ngân hàng.

1.3.2. Nội dung mở rộng cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại

Mở rộng CVTD là việc NHTM thực hiện các mục tiêu sau:

a. Mở rộng về quy mô

- Thu hút thêm khách hàng mới
- Tăng trưởng dư nợ

b. Mở rộng về thị phần CVTD

Thị phần CVTD của một Ngân hàng là thị trường tiêu thụ các sản phẩm CVTD mà ngân hàng đó chiếm lĩnh.

Mở rộng thị phần CVTD là việc Ngân hàng đó áp dụng các giải pháp nhằm chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh số dư nợ CVTD của các Ngân hàng khác trên địa bàn.

Một trong những giải pháp mà các Ngân hàng thường làm để mở rộng thị phần của mình trên địa bàn là mở rộng mạng lưới, phát triển thị trường.

c. Tăng trưởng thu nhập từ hoạt động cho vay tiêu dùng

Thu nhập là một trong những chỉ tiêu quan trọng mà các Ngân hàng hướng tới trong hoạt động kinh doanh của mình, một trong những nội dung của mở rộng CVTD không thể không nói đến là tăng trưởng thu nhập trong hoạt động CVTD của NHTM, thu nhập từ CVTD càng lớn cũng một phần thể hiện hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng đang ngày càng được mở rộng và phát triển.

d. Hợp lý hóa cơ cấu sản phẩm cho vay tiêu dùng

Hợp lý hóa cơ cấu sản phẩm là một chiến lược marketing đúng đắn của bất kỳ doanh nghiệp nào trong nền kinh tế thị trường. Với một cơ cấu sản phẩm hợp lý trong từng thời kỳ nhất định sẽ giúp ngân hàng tối đa hóa lợi nhuận đồng thời phân tán được rủi ro trong hoạt động CVTD.

e. Chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng

Dịch vụ CVTD của một Ngân hàng chất lượng tốt khi kết hợp các yếu tố như: Tính chuyên nghiệp cao, thái độ phục vụ vui vẻ, nhiệt tình, nhanh chóng, chính xác của nhân viên Ngân hàng, thủ tục hồ sơ đơn giản và bản thân sản phẩm dịch vụ CVTD đó đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

- Dịch vụ là hướng phát triển chiến lược của các tập đoàn toàn cầu. Xu hướng này hình thành nên một nền kinh tế dịch vụ tại các nước phát triển và tại các nước đang phát triển như ở Việt Nam. Hơn nữa, dịch vụ luôn gắn liền với nhu cầu của con người mà nhu cầu của con người là vô hạn.

- Về công nghệ, trước đây, khi các Ngân hàng chưa có công nghệ hiện đại, hoặc dùng các công nghệ lỗi thời, việc quản lý vô cùng bất tiện cho khách hàng.

- Chất lượng dịch vụ còn phụ thuộc vào môi trường, cảnh quan xung quanh bao gồm: Thiết kế và bố trí quầy dịch vụ phục vụ khách hàng sao cho thuận tiện nhất.

- Một số yếu tố khác như giờ mở cửa, khả năng cung ứng dịch vụ, vị trí thuận tiện v.v... cũng là yếu tố bổ trợ thêm làm tăng chất lượng dịch vụ.

- Trong các yếu tố hình thành nên chất lượng dịch vụ hoàn hảo, yếu tố con người là quan trọng nhất.

f. Kiểm soát rủi ro

Kiểm soát rủi ro là việc nhận diện và đề ra các biện pháp nhằm hạn chế sự xuất hiện của rủi ro và những thiệt hại khi chúng phát sinh, đồng thời xác định tương quan hợp lý giữa vốn tự có của Ngân hàng với mức độ mạo hiểm có thể trong sử dụng vốn Ngân hàng.

- Kiểm tra trước khi vay
- Kiểm tra trong khi vay
- Kiểm tra sau khi vay

1.3.3. Các chỉ tiêu đánh giá mở rộng cho vay tiêu dùng của NHTM

a. Chỉ tiêu phản ánh về quy mô cho vay tiêu dùng

- *Tăng trưởng thu nhập cho vay tiêu dùng:*

$$\text{Tỷ lệ tăng trưởng dư nợ CVTD} = \frac{(\text{Dư nợ CVTD năm nay} - \text{Dư nợ CVTD năm trước})}{\text{Dư nợ CVTD năm trước}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này dùng để so sánh sự tăng trưởng dư nợ tín dụng qua các năm để đánh giá khả năng cho vay, tìm kiếm khách hàng và đánh giá tình hình thực hiện kế hoạch tín dụng của Ngân hàng.

Chỉ tiêu càng cao thì mức độ hoạt động của Ngân hàng càng ổn định và có hiệu quả, ngược lại Ngân hàng đang gặp khó khăn, nhất là trong việc tìm kiếm khách hàng và thể hiện việc thực hiện kế hoạch tín dụng chưa hiệu quả.

- *Phản ánh dư nợ CVTD trên tổng dư nợ:*

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

Chỉ tiêu này cho ta biết dư nợ của hoạt động CVTD chiếm bao nhiêu trong tổng dư nợ của toàn bộ hoạt động cho vay của Ngân hàng tức là phản ánh quy mô của việc cho vay tiêu dùng. Tỷ lệ này cao cho thấy Ngân hàng chú trọng đến hoạt động cho vay đối với khách hàng cá nhân. Tỷ lệ này tăng qua các năm chứng tỏ hoạt động CVTD được mở rộng. Dựa vào tỷ trọng này, Ngân hàng có thể điều chỉnh dư nợ cho vay tiêu dùng phù hợp với định hướng và mục tiêu phát triển trong từng giai đoạn.

- *Số lượng khách hàng vay tiêu dùng:*

$$\text{Số lượng khách hàng vay tiêu dùng cá nhân} = \frac{\text{Khách hàng vay TDCN}}{\text{Tổng khách hàng vay}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh khái quát về tình hình khách hàng vay tiêu dùng của Ngân hàng trong tổng khách hàng vay cá nhân. Chỉ tiêu này cao hay thấp còn tùy thuộc và chiến lược của từng Ngân hàng phù hợp trong từng thời kỳ khác nhau.

- *Dư nợ bình quân trên mỗi khách hàng:*

$$\text{Dư nợ bình quân trên một KH} = \frac{\text{Tổng dư nợ CVTD}}{\text{Khách hàng}}$$

Chỉ tiêu này càng cao, cho thấy nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng tăng. Bên cạnh đó phản ánh sự thu hút của chính sách cho vay của Ngân hàng. Từ đó cho biết việc mở rộng cho vay khách đối với khách hàng này lớn hay nhỏ.

b. Chỉ tiêu phản ánh về chất lượng CVTD

- *Tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng:*

Theo quyết định 21-05-2018 nghị định 61: Nợ xấu là các khoản nợ thuộc nhóm 3, 4, 5 quy định tại điều 6.

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

Tỷ lệ nợ xấu cho vay tiêu dùng là chỉ tiêu đánh giá chất lượng tín dụng tiêu dùng của tổ chức tín dụng. Nếu tỷ lệ này cao thì rủi ro cao.

Nợ xấu trong cho vay tiêu dùng là một vấn đề không thể tránh khỏi. Tuy nhiên, điều quan trọng là phải giảm tỷ lệ nợ xấu xuống mức thấp nhất có thể. Đối với các khoản CVTD thì tỷ lệ nợ xấu nên giữ ở mức dưới 3%.

- *Tỷ lệ nợ quá hạn cho vay tiêu dùng:*

Đối với khoản nợ vay không trả nợ đúng hạn, được tổ chức tín dụng đánh giá là không có khả năng trả nợ đúng hạn và không chấp thuận cho cơ cấu lại thời hạn trả nợ, thì số dư nợ gốc của hợp đồng tín dụng đó là nợ quá hạn. Theo Quyết định 22/VBHN – NHNN ngày 04/06/2018 nợ quá hạn phân vào nợ từ nhóm 02 đến nhóm 05. Trong trường hợp này khách hàng sẽ phải chịu lãi suất nợ quá hạn cao hơn nhiều so với lãi suất đã được thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng (Trường hợp khách hàng không trả đúng hạn tiền lãi, thì phải trả lãi chậm trả theo mức lãi suất do TCTD và khách hàng thỏa thuận nhưng không vượt quá 10%/năm tính trên số dư lãi chậm trả tương ứng với thời gian chậm trả, trường hợp khoản nợ vay bị chuyển nợ quá hạn, thì khách hàng phải trả lãi trên phần dư nợ gốc bị quá hạn tương ứng với thời gian chậm trả; lãi suất áp dụng do các bên thỏa thuận nhưng không vượt quá 150% lãi suất cho vay trong hạn tại thời điểm chuyển nợ quá hạn, theo Thông tư 39/2018/TT-NHNN).

Nợ quá hạn là một trong những chỉ tiêu quan trọng nhất đánh giá chất lượng tín dụng ngân hàng, nó phản ánh những rủi ro mà Ngân hàng đang phải đối mặt.

$$\text{Tỷ lệ nợ quá hạn cho vay tiêu dùng} = \frac{\text{Dư nợ cho vay tiêu dùng}}{\text{Tổng dư nợ}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này phản ánh khái quát về tình hình nợ quá hạn cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ cho vay tiêu cá nhân. Rõ ràng các Ngân hàng đều mong muốn hạ thấp tỷ lệ này xuống đến mức thấp nhất bởi lẽ nếu tỷ lệ này cao chứng tỏ ngân hàng đang gặp nhiều rủi ro.

- *Doanh số thu nợ:* Doanh số thu nợ đối với tín dụng phản ánh số vốn thực tế mà người vay đã hoàn trả cho NHTM. Nó được tính bằng cách cộng dồn các khoản thu nợ

trong một thời kì nhất định. Doanh số thu nợ cùng lớn và tăng so với tổng số cho vay chứng tỏ tín dụng của Ngân hàng càng tốt.

- *Tỷ lệ nợ có tài sản bảo đảm:*

Theo nguyên tắc phòng ngừa rủi ro của Ngân hàng, tỷ lệ cho vay trả góp trên tài sản đảm bảo từ 60 - 70% giá trị của tài sản đảm bảo. Đối với tài sản bằng bất động sản, tỷ lệ này có thể lên tới 75%. Tuy nhiên, đối với tình trạng đầy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng hiện nay của Ngân hàng, có thể nâng tỷ lệ này lên tới 90 - 95%. Nếu chỉ tiêu này thì cho thấy Ngân hàng đã đáp ứng tốt nhu cầu CVTD của khách hàng.

Chất lượng cho vay của ngân hàng được thể hiện ở khả năng đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng và khả năng trả nợ đúng hạn của khách hàng. Đối với khách hàng thì điều này thể hiện ở thủ tục đơn giản thuận tiện, cung cấp vốn nhanh chóng, kịp thời, an toàn. Nhờ vậy khách hàng sẽ tiết kiệm được chi phí giao dịch, tiết kiệm thời gian và Ngân hàng sẽ nhanh chóng thu hồi khoản nợ.

a. Chỉ tiêu phản ánh về khả năng sinh lời CVTD

- *Hệ số vòng quay vốn:*

Doanh số thu nợ cho vay tiêu dùng trên doanh số cho vay phản ánh mức độ quay vòng vốn CVTD:

$$\text{Hệ số quay vòng vốn CVTD} = \frac{\text{Doanh số thu nợ CVTD năm nay}}{\text{Dư nợ CVTD năm nay}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này cho thấy hiệu quả sử dụng vốn của NHTM, cho biết số vòng luân chuyển vốn trong một thời gian nhất định. Vòng quay vốn tin dùng cũng lớn chứng tỏ Ngân hàng luân chuyển vốn nhanh, tham gia tích cực vào hoạt động sử dụng vốn của doanh nghiệp, khả năng thu hồi gốc và lãi nhanh chất lượng tín dụng tốt. Đồng thời nó cũng cho thấy Ngân hàng làm ăn hiệu quả, khả năng sinh lời cao.

- *Lợi nhuận cho vay tiêu dùng:*

Chỉ tiêu này được xác định:

$$\text{Khả năng doanh thu từ hoạt động CVTD} = \frac{\text{Lợi nhuận từ CVTD}}{\text{Thu nhập từ CVTD}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu lợi nhuận cho vay tiêu dùng trên doanh thu phản ánh khả năng sinh lời của CVTD đối với NH. Chỉ tiêu tăng và giảm qua các năm phản ánh mức độ lợi nhuận CVTD của NHTM, cũng khẳng định chất lượng khoản vay tiêu dùng là tốt hay xấu, việc quản lý khoản vay có thực sự hiệu quả hay không. Tỷ trọng này cao là tín hiệu tốt để tiếp tục mở rộng CVTD.

1.3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến tới sự mở rộng cho vay tiêu dùng của NHTM

a. Các nhân tố chủ quan

Thứ nhất, định hướng hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM: Cho vay tiêu dùng của các Ngân hàng có phát triển hay không phụ thuộc rất lớn vào định hướng hoạt động của Ngân hàng trong từng thời kì. Nếu Ngân hàng đặt ra mục tiêu hoạt động là phấn đấu trở thành Ngân hàng bán lẻ hàng đầu thì chắc chắn Ngân hàng sẽ có những chính sách, những hành động cụ thể ưu tiên phát triển cho vay tiêu dùng. Ngược lại nếu Ngân hàng

không có mục tiêu phát triển cho vay tiêu dùng thì hoạt động cho vay tiêu dùng chỉ giới hạn trong một phạm vi nào đó.

Thứ hai, chính sách cho vay và các điều kiện vay tiêu dùng của Ngân hàng: Chính sách cho vay sẽ cung cấp cho cán bộ tín dụng và các nhà quản lý Ngân hàng đường lối chỉ đạo cụ thể trong việc ra quyết định tín dụng cũng như xây dựng danh mục cho vay. Điều đó giúp ngân hàng xác định khoản vay nào nên cho vay và khoản nào nên từ chối.

Thứ ba, chính sách lãi suất và chiến lược marketing: Lãi suất cho vay tiêu dùng của Ngân hàng sẽ thể hiện mức độ quan tâm phát triển cho vay tiêu dùng của Ngân hàng. Một chính sách lãi suất linh hoạt, có nhiều ưu đãi sẽ hấp dẫn thu hút khách hàng đến vay tại Ngân hàng nhiều hơn. Các Ngân hàng hiện nay đều hoạt động theo cơ chế thị trường tức là lãi suất cho vay tiêu dùng sẽ do thị trường quyết định biểu lãi suất cho vay tiêu dùng của các Ngân hàng sẽ xoay quanh mức lãi suất được thị trường chấp nhận, có thể cao hơn, thấp hơn hoặc bằng tùy thuộc vào mục tiêu phát triển cho vay tiêu dùng của từng Ngân hàng.

Thứ tư, tính đa dạng và mức độ phù hợp của các sản phẩm cho vay tiêu dùng: Nhu cầu tiêu dùng trong cuộc sống rất đa dạng và phong phú, để đáp ứng tốt nhất những nhu cầu đó thì nhiệm vụ đặt ra cho Ngân hàng là phải mở rộng danh mục sản phẩm cho vay tiêu dùng của mình đi kèm với nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng. Điều này càng đúng trong nền kinh tế thị trường khi mà sự cạnh tranh giữa các ngân hàng diễn ra rất khốc liệt, các ngân hàng đua nhau đưa ra các sản phẩm mới với chất lượng ngày một nâng cao.

Thứ năm, quy mô hoạt động và mạng lưới chi nhánh của Ngân hàng: Việc mở rộng mạng lưới hoạt động có ý nghĩa rất quan trọng với hoạt động kinh doanh của Ngân hàng, đặc biệt là cho vay tiêu dùng. Mạng lưới chi nhánh càng rộng càng thuận lợi cho ngân hàng tiếp cận khách hàng, nhất là khách hàng tiêu dùng vì khách hàng vay tiêu dùng là những cá nhân, hộ gia đình phân bố rải rác trong khi nhu cầu là rất nhiều.

Thứ sáu, cơ cấu tổ chức của ngân hàng: Hoạt động tín dụng tiêu dùng có đặc điểm là quy mô khoản vay nhỏ nhưng số lượng khoản vay là rất lớn, do đó việc quản lý rất phức tạp. Vì vậy việc xây dựng một cơ cấu tổ chức hợp lý có rất nhiều ý nghĩa, tăng hiệu quả làm việc của các bộ phận, không bị chồng chéo, phân định rõ trách nhiệm của từng bộ phận, hướng tới việc phục vụ khách hàng tốt hơn.

Thứ bảy, công nghệ thông tin: Vai trò của công nghệ thông tin Ngân hàng được thể hiện rõ nét trong hoạt động cho vay tiêu dùng. Cho vay tiêu dùng có đặc điểm là số lượng khách lớn, số lượng khoản vay lớn nên rất khó để có thể quản lý thủ công được, do đó người ta phải sử dụng tới công nghệ Ngân hàng nhằm đơn giản hóa các quá trình làm việc, giảm chi phí, tiết kiệm thời gian, nâng cao sức cạnh tranh với các NHTM khác.

Ngoài ra, công nghệ Ngân hàng giúp cán bộ tín dụng thu thập, cập nhật, xử lý và phân tích thông tin khách hàng vay tiêu dùng một cách nhanh chóng và hiệu quả hơn.

b. Các nhân tố khách quan

Khách hàng vay tiêu dùng

Thứ nhất, nhu cầu vay của người đi vay: Nhu cầu của người tiêu dùng rất đa dạng và phong phú, từ nhu cầu thiết yếu đến nhu cầu cao cấp. Đời sống con người càng nâng cao thì nhu cầu về các hàng hóa cao cấp càng lớn. Tùy từng giai đoạn phát triển sẽ xuất hiện những nhu cầu cần được tài trợ. Vấn đề là Ngân hàng phải phát hiện được nhu cầu nhanh nhất để kịp thời đưa ra sản phẩm tín dụng tiêu dùng cho phù hợp với nhu cầu của người tiêu dùng vì người đi đầu sẽ có ưu thế trong việc thu hút khách hàng.

Thứ hai, thu nhập và điều kiện sống của người đi vay: Thu nhập của người tiêu dùng rất quan trọng. Người ta chỉ có nhu cầu vay tiêu dùng khi triển vọng thu nhập trong tương lai của họ sẽ tăng và có đủ khả năng thanh toán. Ngoài ra, do đặc điểm của cho vay tiêu dùng là tài sản hình thành từ vốn vay thường không tạo ra thu nhập, nguồn trả nợ chủ yếu từ lương hoặc thu nhập từ các hoạt động kinh doanh khác nên yếu tố thu nhập là một trong những yếu tố quyết định Ngân hàng có cho vay tiêu dùng hay không.

Thứ ba, Trình độ văn hóa của người đi vay: Bên cạnh nhân tố thu nhập thì trình độ văn hóa cũng có ảnh hưởng quan trọng tới hoạt động cho vay tiêu dùng.

Thứ tư, yếu tố tâm lý, tập quán và thói quen tiêu dùng của khách hàng: Một điều dễ nhận thấy là cho vay tiêu dùng bị ảnh hưởng mạnh mẽ bởi thói quen, tập quán và tâm lý của khách hàng vay.

- Tập quán tiêu dùng: Ngân hàng chỉ có thể phát triển cho vay tiêu dùng tại những nơi người dân có xu hướng thích tiêu dùng, hưởng thụ trước khi có nguồn trả nợ.

- Tâm lý khách hàng: Cũng gây ảnh hưởng không nhỏ tới cho vay tiêu dùng. Trong thời kì khủng hoảng kinh tế, hầu như mọi người đều có tâm lý lo sợ về thu nhập và thu nhập trong tương lai, do đó họ sẽ hạn chế vay tiêu dùng và chờ đợi tín hiệu khả quan từ thị trường.

Môi trường kinh doanh

Thứ nhất, môi trường kinh tế: nhân tố này xuất phát từ đặc điểm của cho vay tiêu dùng là nhạy cảm với những biến động, chu kỳ của nền kinh tế.

Thứ hai, môi trường văn hóa xã hội: Thông thường những nơi thành thị, dân cư có trình độ học vấn cao, thu nhập cao thì nhu cầu tiêu dùng cũng lớn hơn so với những nơi nông thôn dân cư đa số sống bằng nghề chính là nông nghiệp. Do vậy, nhu cầu vay vốn ở thành thị cao hơn nơi khác.

Thứ ba, môi trường pháp lý: Môi trường pháp lý gồm hệ thống văn bản pháp luật của Nhà nước là một nhân tố có ảnh hưởng rất lớn hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM. Mọi thành phần kinh tế đều có quyền tự do kinh doanh nhưng phải nằm trong khuôn khổ của pháp luật. Hoạt động cho vay tiêu dùng của các NHTM cũng phải tuân thủ các quy định của Nhà nước, Luật các tổ chức tín dụng, Luật dân sự và các quy định khác. Những văn bản pháp luật nếu không rõ ràng, đầy đủ sẽ tạo những khe hở pháp luật gây rắc rối và tổn hại tới đến lợi ích các bên tham gia quan hệ tín dụng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Những nội dung trình bày trong chương được tập trung để làm rõ những cơ sở lý luận về mở rộng cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại, hiệu quả cho vay tiêu dùng, các hình thức cho vay tiêu dùng của NHTM, các nhân tố ảnh hưởng cùng các tiêu chí đánh giá chất lượng công tác cho vay tiêu dùng của NHTM. Đây chính là cơ sở lý luận để nguyên cứu những vấn đề tiếp theo của khóa luận.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN- CHI NHÁNH PHÚ YÊN

2.1. TỔNG QUAN NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN - CHI NHÁNH PHÚ YÊN

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Phú Yên (Sacombank Phú Yên)

Tên giao dịch

- Tên viết bằng tiếng Việt: Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Phú Yên.
- Tên viết tắt bằng tiếng Việt: Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Phú Yên.
- Tên bằng tiếng Anh: Sai Gon Joint Stock Commercial Bank – Phu Yen branch.
- Tên viết tắt bằng tiếng Anh: Saigon Commercial Bank – Phu Yen branch.
- Tên viết tắt: SCB

Thông tin liên lạc

- Hội sở chính: 97 Nguyễn Trãi, Phường 4, TP Tuy Hòa, Tỉnh Phú Yên
- Số điện thoại: 0257 3893 341
- Số fax: 0257 3893 342
- Website: www.sacombank.com.vn
- Swift code: SGTTVNVX
- Logo:



Cùng với những thành tựu đạt được của Ngân hàng Sacombank trên toàn quốc và nước ngoài, Sacombank Phú Yên cũng đã vươn lên và đóng góp một phần không nhỏ vào sự phát triển chung của Sacombank.

Được thành lập vào ngày 11/08/2004. Trụ sở đặt tại địa chỉ 97 Nguyễn Trãi, Phường 4, TP Tuy Hòa, Tỉnh Phú Yên, là Ngân hàng TMCP đầu tiên có mặt trên địa bàn tỉnh. Ngày 08/05/2006 Sacombank Phú Yên được chính thức nâng cấp lên thành Chi nhánh cấp I và trực thuộc Hội sở.

Ngày 15/03/2013, Sacombank Phú Yên đã chuyển về địa điểm mới tại số 211 Hùng Vương, Phường 5, TP Tuy Hòa, Tỉnh Phú Yên, với tổng diện tích sử dụng hơn 5.666 m², gồm 1 bán hầm, 1 tầng trệt, 6 tầng lầu và 1 sân thượng, tổng kinh phí đầu tư gần 70 tỷ đồng và tọa lạc tại trung tâm thương mại và khu Tài chính – Ngân hàng của TP Tuy Hòa.

Được trang bị đầy đủ thiết bị, khang trang, hiện đại theo mô hình Ngân hàng bán lẻ.

Qua hơn 18 năm hoạt động, lần lượt vượt qua một số Chi nhánh NHTM Nhà nước trong lĩnh vực bán lẻ và huy động vốn. Hiện nay, Sacombank Phú Yên đã lập thêm các đơn vị trực thuộc:

- Phòng giao dịch Trần Hưng Đạo tại 39, Trần Hưng Đạo, TP Tuy Hoà.

- Phòng giao dịch Nam Tuy Hoà tại 374 Nguyễn Văn Linh, Phường Phú Lâm, TP Tuy Hoà

- Phòng giao dịch Sông Cầu tại 52 Trần Hưng Đạo, Thị Xã Sông Cầu

- Phòng Giao dịch Sông Hinh tại 54 Trần Hưng Đạo, TT. Hai Riêng, H.Sông Hinh

Sacombank chi nhánh Phú Yên là chi nhánh có hoạt động công đoàn mạnh, các hoạt động của chi nhánh luôn gắn liền với công đoàn. Với mục tiêu “ bán lẻ trong bán buôn ” tạo ra những sản phẩm riêng biệt vì vậy cán bộ công nhân viên trong ngân hàng luôn đề cao sự sáng tạo và có những ý kiến đóng góp để phát triển kinh doanh, nâng cao chất lượng dịch vụ.

2.1.2. Chức năng và nhiệm vụ của ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Phú Yên

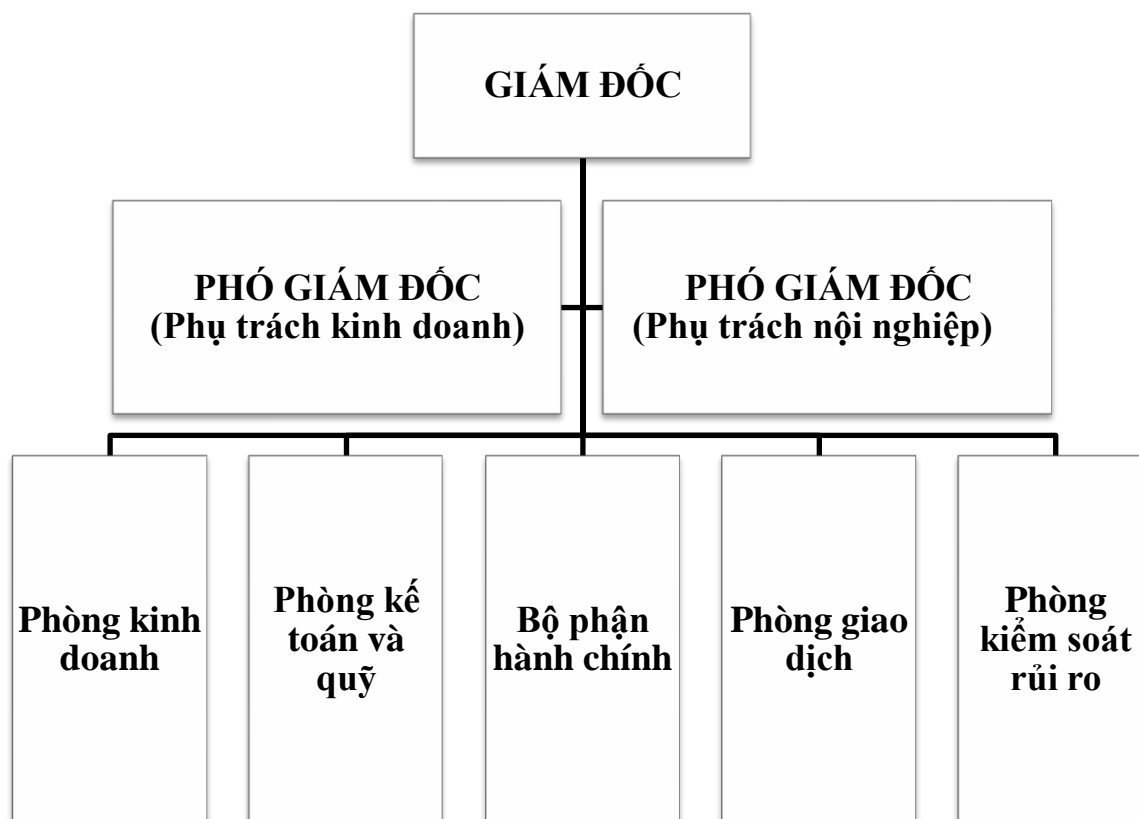
Từ khi thành lập cho đến nay Ngân hàng luôn luôn xác định rõ nhiệm vụ của mình để cố gắng tiến hành thực hiện, hoàn thành nhiệm vụ cấp trên giao.

Nhiệm vụ chính của Ngân hàng đó là thực hiện tiến hành song song hai nhiệm vụ quản lý và kinh doanh. Ngân hàng được hoạch toán như một doanh nghiệp độc lập vì vậy nhiệm vụ này là khá quan trọng, nếu như một trong hai nhiệm vụ nêu trên mà không hoàn thành tốt sẽ làm ảnh hưởng lớn đến kết quả thi đua với toàn ngành, đồng thời cũng ảnh hưởng đến kết quả hoạt động kinh doanh của toàn Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín. Chính vì xác định được tầm quan trọng đó mà tại chi nhánh Phú Yên, các cấp lãnh đạo luôn cố gắng hết sức để tiến hành quản lý, giảm thiểu tối đa những rủi ro có thể xảy ra, luôn đưa ra những phương hướng cụ thể giúp cho chi nhánh ngày càng phát triển.

Ngân hàng luôn xác định thấy tầm quan trọng của mình trong việc cung cấp vốn cho các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp vừa và nhỏ, cũng như các cá nhân trên toàn địa bàn Tỉnh Phú Yên, nhằm giúp việc hoạt động sản xuất kinh doanh, nâng cao đời sống chất và tinh thần. Do đó, Ngân hàng luôn đưa ra các phương hướng hoạt động nhằm thu hút được lượng vốn tối đa đảm bảo đủ cung cấp cho các đối tượng cần vốn nhanh.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi Nhánh Phú Yên (Sacombank Phú Yên)

Hiện tại cơ cấu tổ chức và tình hình về CBNV trong Chi nhánh như sau:



Sơ đồ 2.1. Cơ cấu tổ chức của của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi Nhánh Phú Yên

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)

Cơ cấu tổ chức quản lý của của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi Nhánh Phú Yên theo phương pháp trực tuyến, thể hiện sự phân định quyền hạn theo chức năng của từng phòng, ban. Ban giám đốc của chi nhánh gồm 3 thành viên, đứng đầu là giám đốc chi nhánh hiện nay là ông Cao Phi Kiều, người đại diện pháp luật điều hành trực tiếp mọi hoạt động của chi nhánh. Ngoài ra còn có hai phó giám đốc được ủy quyền trong phạm vi phán quyết của giám đốc chi nhánh, điều hành trực tiếp nghiệp vụ tín dụng và nghiệp vụ kế toán trong ngân hàng.

Chức năng nhiệm vụ của cấp quản lý:

- *Giám đốc Chi nhánh:*

Tổ chức việc xây dựng, phân bổ, giám sát tiến độ và chỉ đạo thực hiện kế hoạch

kinh doanh được giao đến từng Phòng/Bộ phận nghiệp vụ và các đơn vị trực thuộc Chi nhánh (Các chỉ tiêu kinh doanh, huy động, thu dịch vụ)

Tổ chức quản lý và cải tiến các hoạt động nghiệp vụ toàn Chi nhánh nằm trong khuôn khổ được phép của ngân hàng và quy định pháp luật.

Tổ chức xây dựng kế hoạch phát triển, mở rộng thị trường, kế hoạch quản trị rủi ro, kế hoạch tiếp thị sản phẩm dịch vụ cho khách hàng.

Tổ chức thực hiện, kiểm soát hoạt động hạch toán kế toán, hoạt động kho quỹ của chi nhánh.

Thực hiện việc tuyển chọn, tổ chức huấn luyện, đào tạo nhân sự, bố trí phù hợp và đánh giá hoạt động, thành tích của cán bộ nhân viên tại chi nhánh.

- *Phó giám đốc chi nhánh:*

Tổ chức thực hiện các công tác kinh doanh và các hoạt động xử lý nghiệp vụ bao gồm các hoạt động kinh doanh được phép: Huy động vốn, dịch vụ chuyển tiền, dịch vụ thanh toán nội địa, thanh toán quốc tế, kinh doanh vàng, ngoại tệ...

Tổ chức công tác điều phối công việc và nhân sự phục vụ tại các khu vực sảnh giao dịch và giám sát việc thực hiện nhằm đảm bảo công tác phục vụ khách hàng, ổn định và chuyên nghiệp.

Phân công, bố trí nhân sự, đôn đốc và quản lý nguồn lực theo đúng quy định của công ty. Ngoài ra còn đào tạo, đánh giá khen thưởng nhân viên, tham gia phỏng vấn và đào tạo nhân viên mới. Dẫn dắt, phát triển đội ngũ nhân sự đáp ứng yêu cầu, chức năng và nhiệm vụ của từng nhân viên.

Tổ chức các hoạt động chăm sóc khách hàng, chương trình tri ân khách hàng nhằm tạo sự tín nhiệm của khách hàng và bảo vệ uy tín, thương hiệu của Ngân hàng.

Tham mưu cho Giám đốc chi nhánh trong các hoạt động: Xây dựng chiến lược kinh doanh, quyết định các vấn đề về công tác xây dựng cơ bản, theo dõi thực hiện kế hoạch hoạt động, các công tác về nhân sự, tuyển dụng, đào tạo.

- *Phòng kinh doanh:*

Tiên phong làm đầu mối cung cấp tất cả các sản phẩm của ngân hàng cho khách hàng. Tham mưu cho ban Giám đốc xây dựng kế hoạch kinh doanh ngắn, trung và dài hạn theo định hướng kinh doanh của Sacombank.

Nghiên cứu xây dựng chiến lược khách hàng tín dụng, phân loại khách hàng và đề xuất các chính sách ưu đãi đối với từng loại khách hàng.

Định kỳ phòng kinh doanh cần lập báo cáo theo đúng quy định của doanh nghiệp. Báo cáo cần thể hiện tất cả các hoạt động kinh doanh của chi nhánh cũng như thể hiện các nhiệm vụ và quyền hạn được giao của phòng kinh doanh.

Thường xuyên theo dõi, quản lý dư nợ, nợ quá hạn, tìm hiểu nguyên nhân và đề xuất để có hướng khắc phục kịp thời.

- Phòng kế toán và quỹ:

Đảm nhận công tác thanh toán của chi nhánh đối với nội bộ trong ngành và các ngân hàng khác. Tổ chức bộ máy kế toán, kho quỹ, kiểm ngân, thiết lập và lưu trữ chứng từ sổ sách. Kiểm tra các chứng từ kế toán phát sinh trong ngày, tổng hợp lên bảng cân đối cuối ngày và chuyển số liệu về Hội sở.

Thực hiện các nghiệp vụ tiếp nhận, kiểm tra và tổng hợp số liệu kế toán phát sinh tại phòng giao dịch đảm bảo tính kịp thời, chính xác, khớp đúng các loại sổ sách kế toán theo quy định của ngân hàng.

- Bộ phận hành chính:

Tiếp nhận, phân phối, phát hành và lưu trữ văn thư. Thực hiện việc mua sắm, tiếp nhận, quản lý, phân phối công cụ lao động, ấn chỉ theo quy định. Theo dõi và quản lý nhân sự, tư vấn pháp chế trong việc thực thi nhiệm vụ cụ thể về giao kết hợp đồng, hoạt động tố tụng, tranh chấp dân sự, hình sự, kinh tế, lao động, hành chính liên quan đến cán bộ, nhân viên và tài sản của chi nhánh. Thực thi pháp luật có liên quan đến an ninh, trật tự, phòng cháy, nổ tại cơ quan. Đầu mối quan hệ với cơ quan tư pháp tại địa phương. Lưu trữ các văn bản pháp luật liên quan đến Ngân hàng và văn bản quy chế của Ngân Hàng thương mại. Trực tiếp quản lý con dấu của chi nhánh, thực hiện công tác hành chính, văn thư, lễ tân, phương tiện giao thông, bảo vệ, ý tế của chi nhánh.

- Phòng kiểm soát rủi ro:

Thực hiện công tác kiểm tra tính tuân thủ trong thiết lập hồ sơ vay vốn, chứng từ kế toán, đề xuất các biện pháp xử lý các trường hợp sai sót/ sai phạm của nhân viên. Thực hiện kiểm soát tính tuân thủ trong hoạt động thanh toán, xử lý giao dịch tại chi nhánh và các đơn vị trực thuộc.

- Phòng giao dịch:

Tiếp nhận tiền gửi tổ chức kinh tế, huy động vốn dân cư, thực hiện nghiệp vụ tín dụng và một số loại dịch vụ ngân hàng theo sự phân công của Ban Giám Đốc.

2.1.4. Khái quát tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi Nhánh Phú Yên (Sacombank Phú Yên)

a. Tình hình huy động vốn

Chi nhánh Phú Yên đã có nhiều hình thức huy động vốn, Chi nhánh đã triệt để khai thác các nguồn vốn khác nhau, từ khoản tiền gửi tiết kiệm cho tới các khoản tiền gửi thanh toán của khách hàng. Ngoài chất lượng phục vụ khách hàng đã mang thương hiệu trên địa bàn, Chi nhánh còn có chính sách chăm sóc khách hàng chu đáo cùng hệ thống sản phẩm dịch vụ phong phú và các chương trình khuyến mãi hấp dẫn nên ngày càng thu hút được nhiều khách hàng đến giao dịch tại Chi nhánh. Kết quả huy động vốn được thể hiện cụ thể dưới đây:

Bảng 2.1. Tình hình huy động vốn của ngân hàng Sacombank chi nhánh Phú Yên

ĐVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 | Chênh lệch 2020/2019 | | Chênh lệch 2021/2020 | |
|--------------------------------|----------|-----------|-----------|----------------------|---------|----------------------|--------|
| | | | | Số tiền | (%) | Số tiền | (%) |
| Tổng VHD | 874.910 | 1.124.231 | 1.472.334 | 249.321 | 28,50% | 348.103 | 31% |
| Theo thành phần kinh tế | | | | | | | |
| TG dân cư | 824.554 | 1.026.935 | 1.301.296 | 202.381 | 24,54% | 274.361 | 26,72% |
| TG các TCK | 50.356 | 97.296 | 171.038 | 46.940 | 93,22% | 73.742 | 75,79% |
| Theo thời hạn | | | | | | | |
| TG không kỳ hạn | 37.464 | 76.576 | 98.809 | 39.112 | 104,40% | 22.233 | 29,03% |
| TG có kỳ hạn | 837.446 | 1.047.655 | 1.373.525 | 210.209 | 25,10% | 325.870 | 31,10% |
| Theo loại tiền | | | | | | | |
| VND | 809.219 | 1.078.405 | 1.438.419 | 269.186 | 33,26% | 360.014 | 33,38% |
| Ngoại tệ quy đổi | 65.691 | 45.826 | 33.915 | -19.865 | -30,24% | -11.911 | -26% |

(Nguồn: Sacombank Phú Yên)

Qua **bảng số liệu 2.1**, ta thấy bất chấp những khó khăn của nền kinh tế trong đại dịch covid-19 vừa qua, nguồn vốn huy động của ngân hàng có sự tăng trưởng khá ấn tượng. Tổng nguồn vốn năm 2019 là 874.910 triệu đồng, trong khi đó năm 2020 là 1.124.231 triệu đồng tăng so với năm 2019 là 249.321 triệu đồng, tương ứng tỷ lệ 28,5%, năm 2021 là 1.472.334 tăng so với 2020 là 348.103 triệu đồng, tương ứng tỷ lệ 31% so với năm 2020. Chi nhánh đã hoàn thành tốt nhu cầu về điều hòa vốn cũng như cung ứng cho tín dụng.

Trong đó, Tiền gửi có kỳ hạn chiếm tỉ trọng cao nhất trong nguồn vốn huy động, cụ thể qua các năm: năm 2019 là 837.446 triệu đồng, chiếm tỉ lệ 95,7% trong tổng nguồn vốn huy động. Năm 2020 là 1.047.655 triệu đồng, chiếm tỉ lệ 93,1% trong tổng nguồn vốn huy động. Năm 2021 là 1.373.525 triệu đồng, chiếm tỉ lệ 93,3% trong tổng nguồn vốn huy động. Tiền gửi bằng VNĐ chiếm tỉ lệ cao trong nguồn vốn huy động vì đặc trưng vùng miền của tỉnh Phú Yên người dân chỉ sử dụng VNĐ là chủ yếu.

Nhìn chung tình hình huy động vốn trong giai đoạn 2019, 2020, 2021 của Ngân hàng có những bước tăng trưởng vượt bậc, tạo tiền đề cho công tác sau huy động vốn, đem lại nhiều cơ hội kinh doanh cho Ngân hàng. Với nguồn huy động dồi dào sẽ giúp ngân hàng phát triển các dịch vụ, góp phần nâng cao thu nhập đồng thời nâng cao uy tín, vị thế trên thị trường đối với Ngân hàng Sacombank Chi nhánh Phú Yên cũng như hệ thống Ngân hàng Sacombank toàn quốc. Có được kết quả đó là do chi nhánh đã thực hiện nhiều biện pháp huy động vốn hiệu quả, tăng cường hoạt động tiếp thị, dịch vụ Ngân hàng, các chính sách ưu đãi thích hợp, bên cạnh đó đội ngũ nhân viên của chi nhánh luôn có thái độ phục vụ tận tình, cởi mở, vui vẻ đối với khách hàng nên thu hút được các tổ chức và cá nhân đến gửi tiền tại Ngân hàng.

b. Tình hình sử dụng vốn

Hoạt động cho vay vốn của ngân hàng đem lại phần lớn nguồn lợi nhuận trong tổng lợi nhuận thu được. Hoạt động tín dụng cho đến thời điểm hiện nay là hoạt động chủ yếu của Ngân hàng. Với chức năng đi vay để cho vay nên các Ngân hàng phải tìm mọi cách để thu hút khách hàng như: đầu tư, phát triển các yếu tố nhằm nâng cao chất lượng công tác tín dụng, đảm bảo kinh doanh có hiệu quả và an toàn vốn. Tình hình sử dụng vốn của Sacombank Phú Yên thể hiện ở bảng sau:

Bảng 2.2. Tăng trưởng dư nợ tín dụng qua các năm của Sacombank Phú Yên

DVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 | Chênh lệch 2020/2019 | | Chênh lệch 2021/2020 | |
|---------------------------|----------|----------|----------|----------------------|-------|----------------------|-------|
| | | | | Số tiền | (%) | Số tiền | (%) |
| Tổng dư nợ cho vay | 661.952 | 546.773 | 778.390 | -115.179 | -17,4 | 231.617 | 42,36 |
| Doanh số cho vay | 21.883 | 42.880 | 272.243 | 20.997 | 95,95 | 229.363 | 534,9 |
| Doanh số thu nợ | 22.265 | 158.059 | 40.626 | 135.794 | 609,9 | -117.433 | -74,3 |

(Nguồn: Sacombank Phú Yên)

Qua **bảng số liệu 2.2** cho thấy công tác cho vay của ngân hàng Sacombank chi nhánh Phú Yên có những chuyển biến tích cực trong 3 năm qua với những nỗ lực và cố gắng không ngừng của toàn bộ ngân hàng.

Giai đoạn 2019 – 2021, tổng dư nợ cho vay có xu hướng tăng. Tổng dư nợ năm 2020 là 564.573 triệu đồng, giảm 115.179 triệu đồng (tương ứng giảm 17,4%) so với năm 2019. Tuy nhiên, tính đến năm 2021, tổng dư nợ là 778.390 triệu đồng, tăng 231.617 triệu đồng (tương ứng 42,36%) so với năm 2020 và tăng 116.438 triệu đồng (tương ứng 17,6%) so với năm 2019.

Điều này cho thấy hoạt động tín dụng của Sacombank Phú Yên trong những năm qua có hiệu quả nhưng năm 2020 có tổng dư nợ thấp hơn năm 2019 nguyên nhân chủ yếu là do bị ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19 làm cho tình hình kinh tế gặp khó khăn. Tuy

nhiên sang năm 2021 Ngân hàng đã khắc phục được tình trạng đó, dần được phục hồi, tạo tiền đề phát triển kinh tế. Từ đó, các chỉ tiêu về doanh số thu nợ cũng như dư nợ có những chuyển biến tích cực, cụ thể: năm 2020 là 158.059 triệu đồng, tăng hơn 135.794 triệu đồng so với năm 2019 tương ứng với tỷ lệ tăng cao 609,9%, doanh số thu nợ năm 2021 là 40.626 triệu đồng, giảm 117.433 triệu đồng so với năm 2020 tương ứng với tỷ lệ giảm là 74,3%.

Để có được kết quả trên, Sacombank Phú Yên đã rất cố gắng nỗ lực trong việc tìm kiếm đầu ra bằng cách xây dựng các chính sách khách hàng, chấn chỉnh cơ cấu tín dụng theo hướng đẩy mạnh cho vay trung dài hạn, cho vay doanh nghiệp và vay CBNV tiếp tục tăng trưởng và mở rộng tín dụng, cán bộ tín dụng không ngừng trau dồi kinh nghiệm, kiến thức từ thực tiễn, nâng cao hiệu quả thẩm định hồ sơ khách hàng.

c. Kết quả kinh doanh của chi nhánh

Bảng 2.3. Tình hình kinh doanh của Sacombank Phú Yên qua các năm 2019-2021

DVT: triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 | Chênh lệch 2020/2019 | | Chênh lệch 2021/2020 | |
|------------------|----------|----------|----------|----------------------|--------|----------------------|--------|
| | | | | Số tiền | (%) | Số tiền | (%) |
| Doanh thu | 109.357 | 128.164 | 138.229 | 18.807 | 17,2% | 10.065 | 7,85% |
| Chi phí | 96.258 | 110.610 | 112.608 | 14.352 | 14,91% | 1.998 | 1,81% |
| Lợi nhuận | 13.099 | 17.554 | 25.621 | 4.455 | 34% | 8.067 | 45,95% |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)

Để đạt được mục tiêu đề ra, Sacombank chi nhánh Phú Yên đã không ngừng thay đổi phương thức hoạt động, cố gắng tạo ra nhiều tiện ích cho khách hàng, Chi nhánh ngày càng có những chuyển biến tích cực và đánh dấu bước trưởng thành đi lên. Qua bảng số liệu ta thấy cơ cấu nguồn thu của Sacombank chi nhánh Phú Yên đã có sự thay đổi ngày càng tích cực trong bối cảnh cạnh tranh giữa các ngân hàng trên địa bàn ngày càng gay gắt. Cụ thể:

- Tổng doanh thu: Năm 2019 doanh thu đạt 109.357 triệu đồng, đến năm 2020 tổng doanh thu đạt 128.164 triệu đồng tăng 18.807 triệu đồng tương ứng mức tăng 17,2% so với năm 2019. Năm 2021, ta thấy doanh thu của Sacombank chi nhánh Phú Yên vẫn tiếp tục tăng, đạt mức 138.229 triệu đồng, tăng thêm 10.065 triệu đồng, tương ứng tăng 7,85% so với năm 2020.

- Tổng chi phí: Năm 2019 chi phí của Sacombank chi nhánh Phú Yên là 96.258 triệu đồng. Năm 2020, tổng chi phí của Chi nhánh là 110.610 triệu đồng, tăng 14.352 triệu đồng, tương ứng tăng 14,91% so với năm 2019. Đến năm 2021, tổng chi phí của Chi nhánh Phú Yên đạt 112.608 triệu đồng, tăng 1.998 triệu đồng, tương ứng tăng 1,81% so với năm 2020.

- Lợi nhuận: Tăng dần qua các năm, đó là một thành công của Chi nhánh. Cụ thể năm 2019 lợi nhuận đạt 13.099 triệu đồng. Năm 2020 thu được lợi nhuận 17.554 triệu đồng, tăng 4.455 triệu đồng tương ứng tăng 34% so với năm 2019. Năm 2021, lợi nhuận đạt mức 25.621 triệu đồng, tăng thêm 8.067 triệu đồng tương ứng tăng 45,95% so với năm 2020.

Nhận xét: Qua 3 năm thì doanh thu, chi phí, lợi nhuận của Sacombank chi nhánh Phú Yên đều có sự biến động. Dù trải qua thời gian khó khăn trên thị trường, nhưng tình hình kinh doanh của chi nhánh vẫn rất tốt. Để đạt được kết quả như vậy, ban lãnh đạo Chi nhánh cùng với đội ngũ nhân viên đã thực hiện tốt công tác huy động, cho vay, xử lý và thu hồi nợ xấu, tạo điều kiện cho chi nhánh ngày càng phát triển. Điều đó chứng tỏ, Chi nhánh đã có một chiến lược kinh doanh đúng đắn, phù hợp, đội ngũ nhân viên chất lượng, năng động, hoàn thành các chỉ tiêu được giao. Cũng qua phân tích tình hình kinh doanh thực tế tại ngân hàng thì trong cơ cấu thu chi của ngân hàng về hoạt động cho vay là lớn nhất chứng tỏ hoạt động cho vay là hoạt động căn bản nhất của Ngân hàng.

2.2. THỰC TRẠNG MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI SACOMBANK – CHI NHÁNH PHÚ YÊN

2.2.1. Quy định và quy trình cho vay tiêu dùng tại Sacombank – Chi nhánh Phú Yên

a. Quy định cho vay tiêu dùng trả góp không có bảo đảm tài sản đối với cán bộ công nhân viên

Đối tượng vay vốn

Đối tượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng chủ yếu là những cán bộ công nhân viên chức có thu nhập ổn định như: cán bộ, công nhân, công chức, viên chức, giáo viên. Họ đều là công dân Việt Nam có năng lực pháp luật và hành vi dân sự. Cụ thể:

- Cán bộ công nhân viên chứng minh việc làm, mức thu nhập của cán bộ công nhân viên như: hợp đồng lao động, quyết định bổ nhiệm, nâng bậc lương, bảng lương (bản sao).

- Hộ khẩu, chứng minh nhân dân của người vay (bản sao).

Hồ sơ vay vốn bao gồm

- Giấy đề nghị vay vốn sinh hoạt tiêu dùng trả góp.
- Thư bảo lãnh hoặc thư cam kết của thủ trưởng đơn vị.
- Giấy tờ chứng minh việc làm, mức thu nhập của cán bộ công nhân viên như: hợp đồng lao động, quyết định bổ nhiệm, nâng bậc lương, bảng lương (bản sao).
- Hộ khẩu, chứng minh nhân dân của người vay (bản sao).

Thủ tục cho vay

- Tiếp nhận hồ sơ: người vay hay người đại diện tại đơn vị trực tiếp mang hồ sơ vay vốn nộp cho ngân hàng. Nhân viên tín dụng sẽ tiếp nhận hồ sơ vay vốn, còn nếu chưa đầy đủ hay chưa hợp lệ thì đề nghị người vay tiếp tục bổ sung các giấy tờ còn thiếu.

- Thẩm định và đề xuất ý kiến: Nhân viên tín dụng tìm hiểu tình hình hoạt động của cơ quan, đơn vị có cán bộ công nhân viên vay vốn, đồng thời xác định mức lương và các

nguồn thu nhập khác của cán bộ công nhân viên vay vốn. Sau khi chứng minh thực tế, nhân viên tín dụng sẽ đề xuất ý kiến với ban tín dụng: đề nghị mức vay tiền, thời hạn cho vay nếu đồng ý cho vay hoặc đề xuất không đồng ý cho vay và nêu lý do từ chối cho vay.

- Xét duyệt cho vay: phòng tín dụng họp và phê duyệt mức cho vay

- Nhân viên tín dụng lập hồ sơ tín dụng và giải ngân.

- Theo dõi nợ vay trả góp và xử lý nợ vay trả góp trễ hạn: bộ phận tín dụng có trách nhiệm theo dõi tình hình trả nợ của khách hàng; liệt kê, theo dõi và thông báo các khoản nợ trễ hạn.

Các thông tin về khoản vay

- Mức cho vay: Phù hợp với nhu cầu vay vốn và khả năng trả nợ của người vay.

- Thời hạn cho vay: Phù hợp với nhu cầu vay vốn và khả năng trả nợ của người vay.

- Lãi suất cho vay: Được áp dụng theo lãi suất cho vay của Sacombank

b. Quy định cho vay tiêu dùng trả góp có tài sản thế chấp

Đối tượng vay vốn

- Cá nhân là công dân Việt Nam có năng lực pháp luật và năng lực hành vi dân sự.

Hồ sơ vay vốn

- Đơn xin vay vốn và bản khai tình hình tài chính, nguồn trả nợ vay.

- Đơn xin xác nhận tình trạng nhà.

- Hồ sơ thân nhân người vay, chủ sở hữu tài sản thế chấp: chứng minh nhân dân, hộ khẩu.

- Hồ sơ tài sản thế chấp.

- Giấy tờ chứng minh mục đích sử dụng vốn vay (nếu có).

- Giấy tờ chứng minh nghề nghiệp thu nhập.

Thủ tục cho vay

- Tiếp nhận hồ sơ: nhân viên tín dụng kiểm tra và tiếp nhận hồ sơ vay vốn của người vay nếu hợp lệ. Sau đó, nhân viên tín dụng lập biên nhận hồ sơ và hẹn ngày thẩm định.

- Thẩm định: nhân viên tín dụng tiến hành xác minh và lập phiếu xác minh khách hàng vay sinh hoạt tiêu dùng; thẩm định và lập tờ trình thẩm định tài sản thế chấp.

- Xét duyệt cho vay: phòng tín dụng họp và phê duyệt mức cho vay, sau đó nhân viên tín dụng thông báo và hẹn lịch giải ngân.

- Nhân viên tín dụng lập hồ sơ tín dụng và giải ngân.

- Theo dõi nợ vay trả góp và xử lý nợ và trả góp trễ hạn: bộ phận tín dụng có trách nhiệm theo dõi tình hình trả nợ của khách hàng, liệt kê theo dõi và thông báo các khoản nợ trễ hạn.

Các thông tin về khoản vay

- Mức cho vay: phù hợp với nhu cầu vay vốn và khả năng trả nợ của người vay nhưng không vượt quá 70% giá trị tài sản thế chấp do Sacombank định giá.

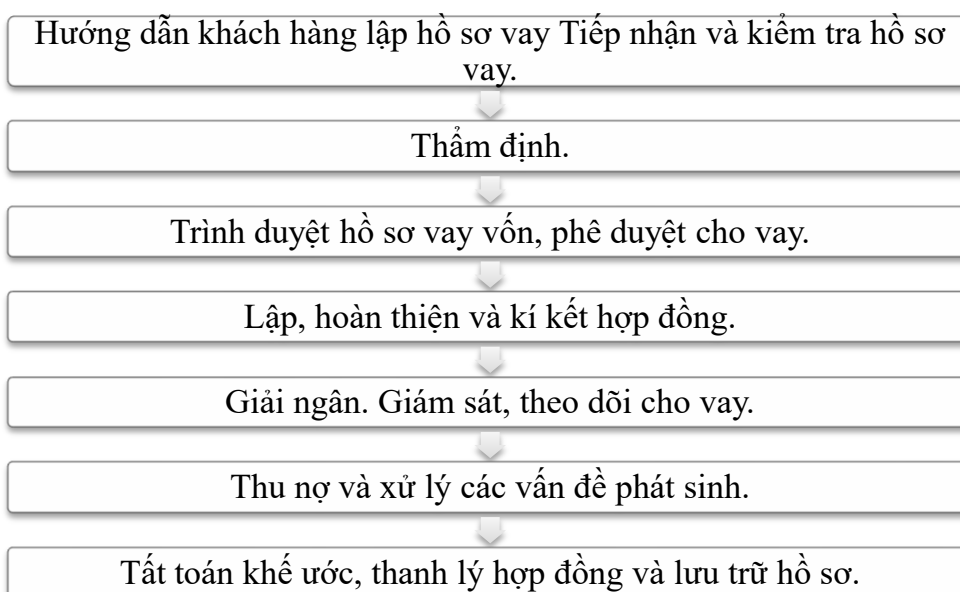
- Phạt trả góp trễ hạn trong cho vay tiêu dùng.

$$\text{Số tiền phạt} = \frac{\text{Số tiền gốc phải trả} * \text{Lãi phạt} * \text{Số ngày trả chậm}}{365 \text{ ngày}}$$

Trong đó:

- Số tiền gốc phải bao gồm gốc và lãi.
- Lãi suất phạt = 150% lãi suất ghi trong hợp đồng.
- Số ngày trễ hạn > hoặc = 4 ngày làm việc.

c. Quy trình cho vay tiêu dùng tại Sacombank – Chi nhánh Phú Yên



Sơ đồ 2.2. Quy trình cho vay tiêu dùng của Sacombank Phú Yên

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)

Bước 1: Hướng dẫn khách hàng lập hồ sơ vay, tiếp nhận và kiểm tra hồ sơ vay
Hướng dẫn khách hàng có nhu cầu vay vốn và thủ tục, hồ sơ có liên quan. Và tiếp nhận hồ sơ vay vốn của người vay, hướng dẫn khách hàng hoàn thiện hồ sơ xin vay nếu hợp lệ.

Bước 2: Thẩm định: Sau khi tiếp nhận hồ sơ mà khách hàng đã cung cấp đầy đủ, ngân hàng hoặc tổ chức tín dụng sẽ tiến hành thẩm định hồ sơ và điều kiện vay tiêu dùng cá nhân.

Đây là bước được xem là quan trọng nhất trong toàn bộ quy trình nhằm xác minh tính chính xác của hồ sơ vay vốn mà khách hàng cung cấp, việc thẩm định sẽ quyết định việc bạn có được chấp thuận hồ sơ vay vốn hay không.

- Kiểm tra thông tin khách hàng: Nhân viên tín dụng sẽ kiểm tra thông tin của hồ sơ xem có đầy đủ và chính xác hay không, hồ sơ có phù hợp với mục đích vay vốn và sản phẩm tiêu dùng cá nhân hay không. Sẽ đưa ra yêu cầu sửa đổi hoặc bổ sung nếu hồ sơ chưa đạt yêu cầu.

- Kiểm tra xác minh thông tin tín dụng: Lịch sử tín dụng có tồn tại nợ xấu hay không và những thông tin lưu trữ và thông tin khách hàng kê khai có khớp hay không. Thông thường, thao tác này sẽ thực hiện thông qua hệ thống dữ liệu và gọi điện trực tiếp cho khách hàng, hoặc theo số điện thoại tham chiếu mà khách hàng cung cấp.

- Phân tích và thẩm định năng lực hành vi của khách hàng vay vốn sau đó đưa ra phân tích, đánh giá uy tín, tư cách pháp lý, khả năng tài chính, khả năng thanh toán của khách hàng trong quá khứ, hiện tại và tương lai. Bộ phận phê duyệt sẽ tiến hành xét duyệt cho vay tiêu dùng cá nhân.

Bước 3: Trình duyệt hồ sơ vay vốn, phê duyệt cho vay

Sau quá trình xem xét nguồn vốn, điều kiện thanh toán, phương thức và lãi suất cho vay, nhân viên tư vấn sẽ nộp hồ sơ và báo cáo thẩm định cho cán bộ xét duyệt để tiến hành kiểm tra, sau đó trình lên duyệt. Ở bước này, bộ phận tín dụng dựa trên các thông tin đã phân tích và hồ sơ đã thẩm định để quyết định có chấp thuận cho vay hay không. Sau bước trên nếu hồ sơ được phê duyệt sẽ thông báo đến khách hàng và tiến hành kí kết hợp đồng cho vay tiêu dùng cá nhân.

Bước 4: Lập, hoàn thiện và kí kết hợp đồng

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

Bước 5: Giải ngân

Sau khi các thủ tục liên quan đến đảm bảo tiền vay, ký kết hợp đồng tín dụng được hoàn thành, KH vay vốn đáp ứng đầy đủ các điều kiện trước khi giải ngân, tiến hành giải ngân cho KH. Tùy vào đặc điểm sản phẩm và phê duyệt của các cấp có thẩm quyền, KH có thể giải ngân 1 lần hay nhiều lần, giải ngân bằng tiền mặt hoặc chuyển khoản. Công việc giải ngân được các nhân viên thực hiện như sau: Nhân viên dịch vụ KH 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 6: Giám sát, theo dõi cho vay. Thu nợ và xử lý các vấn đề phát sinh

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: Kiểm tra việc sử dụng vốn vay của KH để đảm bảo KH sử dụng vốn vay đúng mục đích; kiểm tra khả năng trả nợ của KH; kiểm tra tình trạng tài sản đảm bảo.

Ngoài việc kiểm tra sau cho vay, để đảm bảo cho khoản vay được hoàn trả đầy đủ và đúng hạn thì theo dõi việc trả nợ và đo đạc thu hồi nợ cũng là công tác hết sức quan trọng. Trong trường hợp khi đến hạn KH không trả được nợ, tùy vào từng trường hợp cụ thể, nhân viên C/A (nhân viên phân tích tín dụng) tiến hành các thủ tục theo quy định như: Đề xuất gia hạn nợ, nhắc nợ, đề nghị chuyển nợ quá hạn, hay chuyển hồ sơ cho bộ phận xử lý nợ Sacombank để tiến hành thu hồi nợ.

Bước 7: Tắt toán kế ước, thanh lý hợp đồng và lưu trữ hồ sơ

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

Nhận xét: Qua quy trình trên của Chi nhánh có thể thấy Ngân hàng đã xây dựng được một quy trình cho vay chặt chẽ, mỗi sản phẩm cho vay tiêu dùng có quy trình thực hiện riêng, lập thành văn bản áp dụng thống nhất trong toàn hệ thống khi cần cấp tín dụng cho khách hàng. Tuy nhiên đối với một khoản cho vay tiêu dùng, cán bộ tín dụng phụ trách sẽ phải thực hiện toàn bộ quy trình từ việc đánh giá khách hàng, lập hồ sơ khoản vay, đánh giá và đăng kí giao dịch bảo đảm, giải ngân và thu hồi nợ, hoàn toàn không có bộ phận khác hỗ trợ. Điều này tạo ra một khối lượng công việc khá lớn cho cán bộ tín dụng ảnh hưởng đến chất lượng công việc, tiến độ cho vay chậm. Đồng thời có thể dẫn đến rủi ro đạo đức của cán bộ. Thủ tục cho vay vốn tiêu dùng còn tồn tại những vướng mắc: Thủ tục cho vay rườm rà, làm tăng chi phí và tốn nhiều thời gian, công sức của cả ngân hàng và khách hàng. (Thủ tục đăng kí giao dịch bảo đảm, kỳ công chứng, kí xác nhận,...).

2.2.2. Danh mục sản phẩm cho vay tiêu dùng tại Sacombank Phú Yên

Với định hướng đa dạng hóa sản phẩm và hướng đến khách hàng cá nhân để trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu Việt Nam, Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín luôn chú trọng việc đưa ra các sản phẩm dịch vụ mới nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, cung cấp các sản phẩm tín dụng trả góp dành cho cá nhân như cho vay du học, cho vay mua nhà, cho vay hỗ trợ tiêu dùng,...

Hiện nay, Sacombank Phú Yên cung cấp các sản phẩm cho vay tiêu dùng sau:

- *Cho vay trả góp mua nhà ở, nền nhà:* Là sản phẩm tín dụng hỗ trợ nguồn vốn giúp khách hàng mua được nhà, nền nhà đúng theo mong muốn,

- *Xây dựng, sửa chữa nhà:* Là sản phẩm tín dụng hỗ trợ nguồn vốn giúp khách hàng xây dựng, sửa chữa, trang trí nội thất căn nhà của mình đúng theo ý thích.

- *Cho vay sinh hoạt tiêu dùng:* Là sản phẩm tín dụng hỗ trợ nguồn vốn giúp khách hàng mua sắm vật dụng gia đình, sửa chữa nhà ở, sửa xe cơ giới, làm kinh tế hộ gia đình, thanh toán học phí, đi du lịch, chữa bệnh, ma chay, cưới hỏi,... và các nhu cầu thiết yếu khác trong cuộc sống.

- *Cho vay hỗ trợ tiêu dùng:* Là sản phẩm cho vay trả góp không cần TSDB, không cần bảo lãnh trả thay của công ty nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của cá nhân có thu nhập ổn định từ lương.

- *Cho vay mua xe ô tô:* Là sản phẩm tín dụng hỗ trợ nguồn vốn giúp khách hàng mua xe ô tô phục vụ cho nhu cầu đi lại, giao dịch và kinh doanh với tài sản thế chấp bằng chính xe mua.

- *Cho vay hỗ trợ du học:* Là sản phẩm tín dụng hỗ trợ tài chính giúp khách hàng thực hiện việc đầu tư cho con em mình đi du học, để làm thủ tục xin xét cấp Visa hoặc thanh toán chi phí du học cùng các chi phí phát sinh trong thời gian du học.

- *Cho vay cầm cố thẻ tiết kiệm, giấy tờ có giá vàng, ngoại tệ:* Là sản phẩm tín dụng dành cho khách hàng cá nhân có nhu cầu vay tiền để bù đắp sự thiếu hụt tạm thời trong các khoản chi tiêu sinh hoạt gia đình hoặc bổ sung vốn hoạt động sản xuất kinh doanh hợp pháp.

Nhận xét: Qua danh mục các sản phẩm cho vay trên cho thấy mặc dù các sản phẩm tín dụng tiêu dùng của Sacombank đưa ra là khá đầy đủ nhưng lại chưa đa dạng so với các Ngân hàng khác. Đối với các sản phẩm đã có thì tỷ trọng lại bị mất cân đối rõ nét điển hình là cho vay du học (gần như không có doanh số cho vay). Trong khi đó, đối tượng có nhu cầu học tập ở nước ngoài đang chiếm một bộ phận không nhỏ trong xã hội và có nhu cầu vay vốn rất lớn.

2.2.3. Phân tích các chỉ tiêu đánh giá khả năng mở rộng cho vay tiêu dùng tại sacombank – chi nhánh Phú Yên

a. Dư nợ CVTD Sacombank Chi nhánh Phú Yên qua các năm

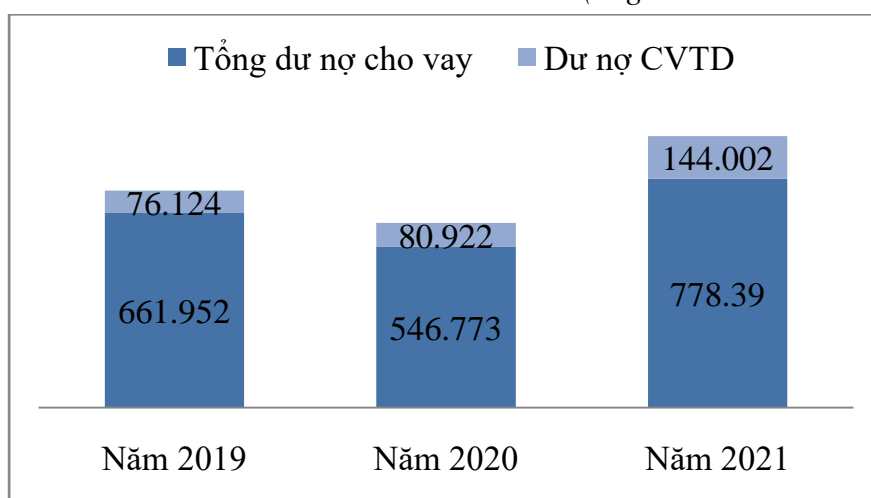
Trong những năm gần đây thì cho vay tiêu dùng đã và đang được quan tâm nhiều hơn. Nhưng cho vay tiêu dùng tại Sacombank- chi nhánh Phú Yên vẫn chưa hiệu quả và chiếm một tỷ lệ tương đối nhỏ trong tổng dư nợ cho vay. Khi Chi nhánh bắt đầu đi vào hoạt động thì những khoản cho vay tiêu dùng chỉ được thực hiện với các cán bộ, nhân viên của Chi nhánh và các Ngân hàng khác trong hệ thống. Hiện nay, hoạt động cho vay tiêu dùng đang được Ngân hàng triển khai rộng rãi đối với nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Chính vì thế mà dư nợ cho vay tiêu dùng tăng dần trong những năm gần đây nhưng vẫn chiếm tỷ trọng tương đối nhỏ, được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.4. Tình hình hoạt động cho vay tiêu dùng tại Sacombank-chi nhánh Phú Yên qua các năm

DVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 |
|---------------------------|----------|----------|----------|
| Tổng dư nợ cho vay | 661.952 | 546.773 | 778.390 |
| Dư nợ CVTD | 76.124 | 80.922 | 144.002 |
| Tỷ trọng | 11,5% | 14,8% | 18,5% |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)



Biểu đồ 2.1. Tình hình hoạt động cho vay tiêu dùng tại Sacombank-chi nhánh Phú Yên qua các năm

Qua **bảng 2.4** và **biểu đồ 2.1**, cho thấy tình hình dư nợ CVTD qua 3 năm đều có sự biến động theo chiều hướng tăng, cụ thể năm 2020 dư nợ CVTD đạt 80.922 triệu đồng,

tăng 4.798 triệu đồng tương ứng tăng 6,3% so với năm 2019. Đến năm 2021 thì dư nợ CVTD tăng mạnh, đạt 144.022 triệu đồng, tăng thêm 63.080 triệu đồng tương ứng tăng 77,95% so với năm 2020. Để đạt được kết quả này trong năm 2021 chi nhánh đã mở rộng hoạt động CVTD, đặt biệt là mảng cho vay tiêu dùng tín chấp CBNV, sự mở rộng CVTD đã góp phần gia tăng lượng khách hàng, thực hiện chính sách đa dạng hoá sản phẩm, đa dạng hoá khách hàng của toàn chi nhánh, xây dựng chính sách khách hàng, thiết lập mối quan hệ uy tín, tin tưởng lẫn nhau, không ngừng nâng cao chất lượng trang thiết bị phục vụ, thực hiện đơn giản hoá các thủ tục vì thế mà dư nợ CVTD trong năm 2021 tăng trưởng 1 cách vượt bậc.

Dư nợ cho vay tiêu dùng cá nhân tại Sacombank Chi nhánh Phú Yên từ năm 2019 – 2021 đều tăng trưởng. Nhìn chung, xu hướng này vẫn tiếp tục tăng do nhu cầu ngày càng nhiều của khách hàng về tiêu dùng. Sự hoạt động lâu dài của Chi nhánh, cộng thêm lãi suất và thời gian vay hợp lý đã tạo uy tín, niềm tin với khách hàng. Khách hàng sẽ không bị áp lực trả nợ. Mặc dù dư nợ CVTD có tăng trưởng qua các năm nhưng vẫn chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong 3 năm qua cụ thể tỷ trọng cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ qua các năm 2019, 2020, 2021 lần lượt là 11,5%, 14,8% , 18,5%.

Điều đáng chú ý là trong năm 2021 đã chứng kiến một bước nhảy vọt trong hoạt động cho vay nói chung cũng như hoạt động CVTD nói riêng, tổng dư nợ cho vay năm 2021 tăng tới 42,36% so với năm 2020, dư nợ CVTD tăng 77,95%. Qua đó thấy được tỷ trọng của dư nợ CVTD trong tổng dư nợ cho vay tăng dần qua các năm với tốc độ tăng đều nhau và tương đối ổn định, tuy nhiên dư nợ CVTD vẫn đang chiếm tỷ trọng rất thấp trong tổng dư nợ cho vay của chi nhánh, vì thế chi nhánh cần những chính sách đổi mới và đột phá, để thúc đẩy cho vay tiêu dùng tăng trưởng nhiều hơn nữa trong những năm tiếp theo

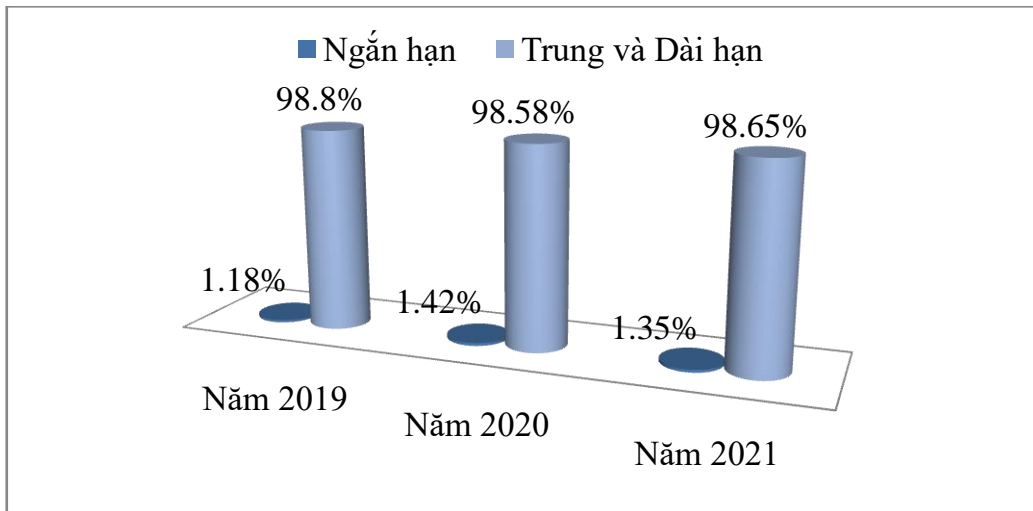
***b. Tình hình tăng trưởng và cơ cấu dư nợ cho vay tiêu dùng
- Phân tích dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn***

Bảng 2.5. Dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn

ĐVT: Triệu đồng

| Dư nợ CVTD theo thời hạn | Năm 2019 | | Năm 2020 | | Năm 2021 | | Chênh lệch 2020/2019 | | Chênh lệch 2021/2020 | |
|--------------------------|----------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|----------------------|-----------|----------------------|-----------|
| | Số tiền | Tỷ trọng (%) | Số tiền | Tỷ trọng (%) | Số tiền | Tỷ trọng (%) | Số tiền | Tỷ lệ (%) | Số tiền | Tỷ lệ (%) |
| Ngắn hạn | 90 | 1,18 | 115 | 1,42 | 195 | 1,35 | 25 | 28 | 80 | 52 |
| Trung và Dài hạn | 76.034 | 98,82 | 80.807 | 98,58 | 143.807 | 98,65 | 4.773 | 6,27 | 63.000 | 78 |
| Tổng | 76.124 | 100 | 80.922 | 100 | 144.002 | 100 | 4.798 | 6,3 | 63.080 | 78 |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)



Biểu đồ 2.2. Dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn

Dựa vào **bảng 2.5** và **sơ đồ 2.2** cho thấy nhìn chung cho vay tiêu dùng theo thời hạn qua các năm có nhiều biến động do tổng tiêu dùng qua các năm đều tăng nên cả dư nợ cho vay tiêu dùng ngắn hạn và trung, dài hạn đều tăng.

Dư nợ ngắn hạn tăng đều qua các năm cụ thể: năm 2020 đạt 115 triệu đồng tăng 25 triệu đồng với tỷ lệ tăng 28% so với năm 2019, năm 2021 đạt 195 triệu đồng tăng 80 triệu đồng với tỷ lệ tăng 52% so với năm 2020.

Dư nợ trung và dài hạn năm 2020 đạt 80.807 tỷ đồng tăng 4.773 triệu đồng với tỷ lệ tăng 6,27% so với năm 2019, năm 2021 dư nợ trung và dài hạn tăng vượt bậc đạt 143.807 triệu đồng tăng 63.000 triệu đồng với tỷ lệ tăng 78%.

Dư nợ trong 3 năm từ năm 2019 – 2021 tăng, chứng tỏ Ngân hàng đã bắt đầu mở rộng tín dụng, mặc dù do ảnh hưởng đại dịch covid-19 làm cho tình hình kinh tế khó khăn nhưng nhu cầu đi vay không giảm nhiều, chỉ có điều người đi vay lựa chọn lại thời hạn khoản vay để đem lại lợi ích cao nhất cho mình hay ít nhất là phòng tránh những tổn thất xấu xảy ra.

- Phân tích dư nợ cho vay tiêu dùng theo mục đích vay vốn

Bảng 2.6. Dư nợ cho vay tiêu dùng theo mục đích vay vốn

DVT: Triệu đồng

| Các sản phẩm | Năm 2019 | | Năm 2020 | | Năm 2021 | |
|---|----------|--------------|----------|--------------|----------|--------------|
| | Số tiền | Tỷ trọng (%) | Số tiền | Tỷ trọng (%) | Số tiền | Tỷ trọng (%) |
| 1. Cho vay sửa chữa, mua nhà | 38.108 | 50,06% | 35.768 | 44,2% | 59.329 | 41,2% |
| 2. Cho vay mua xe ô tô | 22.441 | 29,48% | 26.316 | 32,52% | 40.105 | 27,85% |
| 3. Cho vay sinh hoạt, tiêu dùng phục vụ đời sống | 9.439 | 12,4% | 11.556 | 14,28% | 29.923 | 20,78% |

| | | | | | | |
|--|--------|-------|--------|-------|---------|-------|
| 4. Cho vay đối với cán bộ nhân viên Sacombank Group | 256 | 0,31% | 283 | 0,35% | 648 | 0,45% |
| 5. Cho vay đối với cán bộ nhân viên không thuộc Sacombank Group | 145 | 0,19% | 194 | 0,24% | 533 | 0,37% |
| 6. Cho vay tiêu dùng khác | 5.735 | 7,56% | 6.805 | 8,41% | 13.464 | 9,35% |
| Tổng CVTD | 76.124 | 100% | 80.922 | 100% | 144.002 | 100% |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)

Dựa vào **bảng 2.6** ta thấy cơ cấu cho vay tiêu dùng theo mục đích vay vốn của Sacombank chi nhánh Phú Yên đã thay đổi liên tục qua các năm. Điều đầu tiên ta có thể nhận thấy là mục đích chủ yếu của người dân khi đến vay tiêu dùng tại Sacombank là để sửa chữa mua nhà, mua xe ô tô. Nguyên nhân là do trong những năm gần đây khi mà mức sống của người dân ngày càng cao thì nhu cầu được ở nhà mới và mua ô tô sang ngày càng tăng. Chính vì vậy mà khách hàng tìm đến Ngân hàng để vay vốn phục vụ hai mục đích tiêu dùng trên ngày càng tăng và chiếm tỷ trọng lớn trong tổng dư nợ CVTD.

Đối với cho vay sửa chữa, mua nhà thì chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng dư nợ CVTD năm 2019, 2020, 2021 lần lượt là 50,06%; 44,2%; 41,2%. Nguyên nhân chính của tình trạng này xuất phát từ thực tế phong tục tập quán của người dân Việt Nam là “an cư lạc nghiệp”, chỉ khi nào có chỗ định cư ổn định mọi người mới hướng tới những dịch vụ khác. Đối với cho vay mua xe ô tô chiếm tỷ trọng trong tổng dư nợ CVTD năm 2019 là 29,48%; năm 2020 là 32,52%; năm 2021 là 27,85%. Còn lại các nhu cầu tiêu dùng khác cũng tăng đáng kể, cụ thể cho vay sinh hoạt tiêu dùng phục vụ đời sống năm 2020 chiếm 14,28% trong tổng dư nợ CVTD đến năm 2021 đã tăng lên và chiếm 20,78% trong tổng dư nợ CVTD. Cho vay tiêu dùng đối với cán bộ nhân viên Sacombank Group và cán bộ nhân viên không thuộc Sacombank Group trong những năm gần đây đều có sự tăng trưởng nhưng vẫn chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong tổng dư nợ CVTD tính đến năm 2021 tỷ trọng chiếm lần lượt là 0,45%; 0,37% trong tổng dư nợ CVTD. Đối với cho vay tiêu dùng khác thì tỷ trọng chiếm trong tổng dư nợ CVTD tăng tương đối đều và ổn định, qua các năm 2019, 2020, 2021 lần lượt là 7,56%; 8,41%; 9,35%. Trong thời gian tới, Ngân hàng Sacombank chi nhánh Phú Yên cũng cần có những biện pháp để thu hút thêm khách hàng có mục đích vay vốn để phục vụ các nhu cầu tiêu dùng khác nhiều hơn nữa.

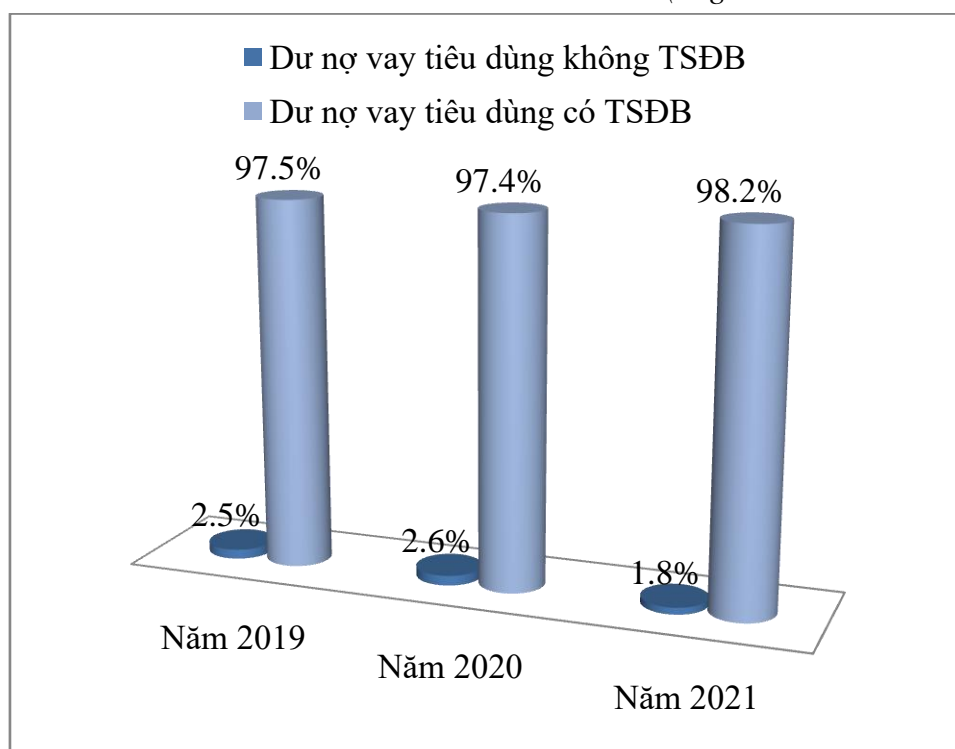
- Phân tích dư nợ theo phương thức có tài sản đảm bảo và không có tài sản đảm bảo

Bảng 2.7. Dư nợ cho vay tiêu dùng theo phương thức có tài sản đảm bảo và không có tài sản đảm bảo

ĐVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | | Năm 2020 | | Năm 2021 | | Chênh lệch | | | |
|---------------------------------------|----------|--------|----------|--------|----------|--------|------------|-----|-----------|------|
| | Số tiền | TT (%) | Số tiền | TT (%) | Số tiền | TT (%) | 2020/2019 | | 2021/2020 | |
| | | | | | | | Số tiền | % | Số tiền | % |
| Dư nợ vay tiêu dùng không TSĐB | 1.900 | 2,5 | 2.090 | 2,6 | 2.570 | 1,8 | 190 | 0,1 | 480 | 22,9 |
| Dư nợ vay tiêu dùng có TSĐB | 74.224 | 97,5 | 78.832 | 97,4 | 141.432 | 98,2 | 4.608 | 6,2 | 62.600 | 79,4 |
| Tổng dư nợ CVTD | 76.124 | 100 | 80.922 | 100 | 144.002 | 100 | 4.798 | 6,3 | 63.080 | 77,9 |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)



Biểu đồ 2.3. Dư nợ cho vay tiêu dùng theo phương thức có tài sản đảm bảo và không có tài sản đảm bảo

Dựa vào **bảng 2.7** và **sơ đồ 2.3** trên ta thấy, do tính chất rủi ro cao mà cho vay tiêu dùng thường phải được bảo đảm bằng tài sản là chủ yếu. Cụ thể năm 2020 cho vay tiêu dùng có TSĐB là 78.832 triệu đồng tăng 4.608 triệu đồng so với năm 2019 với tỷ lệ tăng là 6,2%, năm 2021 tăng mạnh 141.432 triệu đồng với tỷ lệ tăng là 79,4% so với năm 2020.

Đối với dư nợ cho vay tiêu dùng không có TSĐB thì chiếm tỉ trọng thấp trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng nhưng vẫn tăng đều qua các năm 2019, 2020, 2021 là 1.900 triệu đồng, 2.090 triệu đồng, 2.570 triệu đồng.

c. Số lượng khách hàng vay vốn tiêu dùng cá nhân

Bảng 2.8. Lượng khách hàng vay vốn tiêu dùng cá nhân của Sacombank Chi nhánh Phú Yên qua 3 năm 2019 – 2021

ĐVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 | Chênh lệch (2020/2019) | | Chênh lệch (2021/2020) | |
|--|----------|----------|----------|------------------------|--------|------------------------|--------|
| | | | | Số người | Tỷ lệ | Số người | Tỷ lệ |
| Số lượng KH vay tiêu dùng cá nhân | 1.119 | 1.384 | 1.777 | 265 | 23,68% | 393 | 28,40% |
| Tổng số khách hàng vay cá nhân | 2.536 | 2.913 | 3.596 | 377 | 14,87% | 683 | 23,45% |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)

Qua **bảng 2.8** cho thấy Sacombank Chi nhánh Phú Yên là một trong những Chi nhánh lớn mạnh và có uy tín trên địa bàn. Số lượng khách hàng tìm đến Chi nhánh để vay vốn đã tăng trưởng rất tốt trong 3 năm qua. Cụ thể như sau:

Năm 2019 số lượng khách hàng vay tiêu dùng cá nhân đạt 1.119 khách hàng. Kết quả này đối với Chi nhánh chỉ là mức tạm chấp nhận được, chứ trong thực tế số lượng khách hàng có nhu cầu vay vốn là rất lớn trên địa bàn tỉnh Phú Yên.

Năm 2020 số lượng khách hàng vay tiêu dùng cá nhân tại Chi nhánh đã tăng lên đạt 1.384 khách hàng, tăng 265 khách hàng, tương ứng tăng 23,68%. Để đạt được kết quả này là nhờ vào chiến lược kinh doanh đúng đắn của Chi nhánh và những cố gắng nỗ lực của phòng tín dụng cá nhân.

Năm 2021 số lượng khách hàng vay tiêu dùng cá nhân tiếp tục tăng trưởng đạt 1.777 khách hàng, tăng thêm 393 khách hàng tương ứng tăng 28,40%. Đó là nhờ vào kết quả làm việc của Chi nhánh, đồng thời là các chính sách ưu đãi nhằm đem lại sự hài lòng cho khách hàng, bước đầu thu lại kết quả tốt đẹp và khả quan cho Chi nhánh.

d. Dư nợ bình quân trên mỗi khách hàng

Bảng 2.9. Dư nợ bình quân trên một khách hàng cá nhân của Sacombank Chi nhánh Phú Yên qua 3 năm 2019 – 2021

ĐVT: Người

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 |
|------------------------------------|----------|----------|----------|
| Số lượng KH vay tiêu dùng cá nhân | 1.119 | 1.384 | 1.777 |
| Dư nợ CVTD | 76.124 | 80.922 | 144.002 |
| Dư nợ bình quân của một khách hàng | 68.030 | 58.470 | 81.040 |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)

Qua **bảng 2.9** cho thấy Năm 2020 dư nợ trung bình của một khách hàng vay 58.470 triệu đồng thấp hơn năm 2019 là 9.559 triệu đồng, lý do của vấn đề trên là do nền kinh tế đang trong tình hình rất khó khăn do ảnh hưởng của đại dịch covid-19 nhiều khách hàng bị hạn chế tiêu dùng khi bị cách ly. Nhưng đến năm 2021 chỉ tiêu này tăng 22.569 triệu đồng so với năm 2020, Ngân hàng đã cố gắng nỗ lực tăng cường mở rộng cho vay đạt được kết quả đáng mong đợi.

e. Tình hình nợ xấu CVTD tại Sacombank Phú Yên

Bảng 2.10. Tình hình nợ xấu CVTD tại Sacombank Chi nhánh Phú Yên

ĐVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 |
|--------------------------------------|----------|----------|----------|
| Nợ quá hạn CVTD | 570 | 470 | 650 |
| Tổng dư nợ CVTD | 76.124 | 80.922 | 144.002 |
| Nợ quá hạn CVTD / Tổng dư nợ CVTD(%) | 0,75% | 0,58% | 0,45% |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)

Qua **bảng 2.10** cho thấy phương châm hoạt động của chi nhánh trong giai đoạn này là kinh doanh an toàn, nhưng một số thành phần khách hàng trong vay tiêu dùng thì các cán bộ tín dụng cần phải thận trọng trong việc lựa chọn đối tượng vay và khoản vay. Tỷ lệ nợ xấu của Sacombank Chi nhánh Phú Yên về cho vay tiêu dùng giảm đều qua các năm 2019, 2020, 2021 là 0,75%, 0,58%, 0,45%. Cho thấy ngân công tác xử lý nợ xấu của Ngân hàng tốt thì chất lượng cho vay tốt, hiệu quả hoạt động tín dụng cao, khả năng thanh khoản tốt, nâng cao phát triển hoạt động tín dụng, làm tăng uy tín của ngân hàng.

Nợ xấu tại chi nhánh chủ yếu tập trung vào khoản vay để mua sắm phương tiện đi lại do qua quá trình sử dụng giá trị tài sản bị giảm nhưng nhìn chung chất lượng tín dụng tiêu dùng tương đối cao và an toàn hơn các loại hình tín dụng khác. Do số lượng hợp đồng cho vay tiêu dùng thường lớn chưa kể đến số lượng khách hàng đến xin vay tiêu dùng đông gấp nhiều lần so với cho vay trong lĩnh vực khác nên để tiến hành thẩm định nhanh nhưng vẫn đảm bảo thẩm định tốt, an toàn và hiệu quả, chi nhánh đã xây dựng bảng chấm điểm tín dụng khách hàng cá nhân. Việc áp dụng phương pháp chấm điểm tín

dụng góp phần tiết kiệm thời gian, chi phí, nâng cao hiệu quả công tác đánh giá do đảm bảo tính khách quan trong quá trình thẩm định

f. Tình hình nợ quá hạn CVTD tại Sacombank Phú Yên

Nợ quá hạn ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của Ngân hàng, làm cho nguồn vốn của Ngân hàng bị chiếm dụng không thể tái đầu tư hoặc cho vay tiếp. Nợ quá hạn là một trong những nhân tố để đánh giá hiệu quả trong công tác sử dụng vốn vay của Ngân hàng.

Ngân hàng có chỉ số tỷ lệ nợ quá hạn thấp, có nghĩa là chất lượng tín dụng của Ngân Hàng cao và ngược lại chỉ số này cao cho thấy Ngân Hàng đang gánh chịu rủi ro tín dụng. Quy định của Ngân Hàng chỉ số này tối đa là 3%, nếu chỉ số này nhỏ hơn 3% thì được cho là tốt.

Bảng 2.11. Tình hình nợ quá hạn CVTD tại Sacombank Chi nhánh Phú Yên

ĐVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 | Chênh lệch | | Năm 2019 | |
|---|----------|----------|----------|------------|-----------|----------|-----------|
| | | | | Số tiền | Tỷ lệ (%) | Số tiền | Tỷ lệ (%) |
| Nợ quá hạn CVTD | 670 | 575 | 763 | -95 | -14,2 | 188 | 32,7 |
| Tổng dư nợ CVTD | 76.124 | 80.922 | 144.002 | 4.798 | 6,3 | 63.080 | 77,9 |
| Nợ quá hạn CVTD / Tổng dư nợ CVTD(%) | 0,88% | 0,71% | 0,53% | -0,17% | -19,3% | -0,18% | -25,3% |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)

Qua **bảng 2.11** chúng ta có thể nhận thấy, tỷ lệ nợ quá hạn CVTD trên tổng dư nợ CVTD của Chi nhánh có xu hướng giảm xuống trong 3 năm qua. Chỉ tiêu nợ quá hạn là một thước đo phản ánh rõ nét nhất công tác tín dụng của Chi nhánh. Nếu tỷ lệ này càng nhỏ thì hiệu quả hoạt động của Chi nhánh càng cao, dự nợ cho vay lớn mà nợ quá hạn thấp thì dẫn đến rủi ro tín dụng thấp., Tuy nhiên theo số bảng số liệu trên ta có thể thấy nợ quá hạn mảng cho vay tiêu dùng vẫn có xu hướng tăng, và sẽ ảnh hưởng lớn đến lợi nhuận của chi nhánh vì phải trích lập dự phòng. Cụ thể các số liệu biến đổi qua từng năm như sau:

- Năm 2019 tỷ lệ nợ quá hạn CVTD là 0,88% so với tổng dư nợ CVTD. Tỷ lệ này nhỏ hơn 3% của NHNN đặt ra (khoản 3, điều 16, thông tư 13/2018), điều đó chứng tỏ công tác tín dụng của Chi nhánh khá tốt, khách hàng vay vốn có ý thức trả nợ, đảm bảo nguồn trả nợ đầy đủ.

- Năm 2020 tình hình nợ quá hạn CVTD tiếp tục giảm còn 0,71% tương ứng giảm 19,3% so với năm 2019. Công tác thẩm định khách hàng trước khi cho vay cũng như

quá trình theo dõi nợ chặt chẽ của cán bộ tín dụng đã góp phần tích cực vào việc thu nợ khách hàng.

- Năm 2021 tỷ lệ nợ quá hạn đạt mức thấp, chỉ 0,53% tương ứng giảm 25,3% so với năm 2020. Có được kết quả tốt đẹp này là khách hàng có thiện chí trả nợ đúng hạn, không còn dây dưa thời hạn trả nợ, đồng thời công tác thu nợ chặt chẽ hơn nên tỷ lệ nợ quá hạn giảm. Bên cạnh đó, nhờ vào việc xác minh khách hàng ngày càng được Chi nhánh coi trọng và thực hiện tốt nên việc tỷ lệ nợ quá hạn của Chi nhánh luôn ở mức thấp.

Nhận xét: Trong vòng 3 năm, ta thấy tỷ lệ nợ quá hạn có xu hướng giảm (0,88% xuống 0,53%), tỷ lệ nợ quá hạn luôn ở mức thấp. Tỷ lệ nợ quá hạn CVTD tại NH đã thấp hơn 3% theo quy định của NHNN đã cho thấy rằng hoạt động tín dụng của NH trong 3 năm gần đây đạt hiệu quả khá tốt, đồng nghĩa với mức độ rủi ro thấp. Tuy nhiên Ngân hàng cần nỗ lực hơn nữa để đưa nợ quá hạn về con số 0 để tránh gây thất thoát nguồn vốn của Ngân hàng.

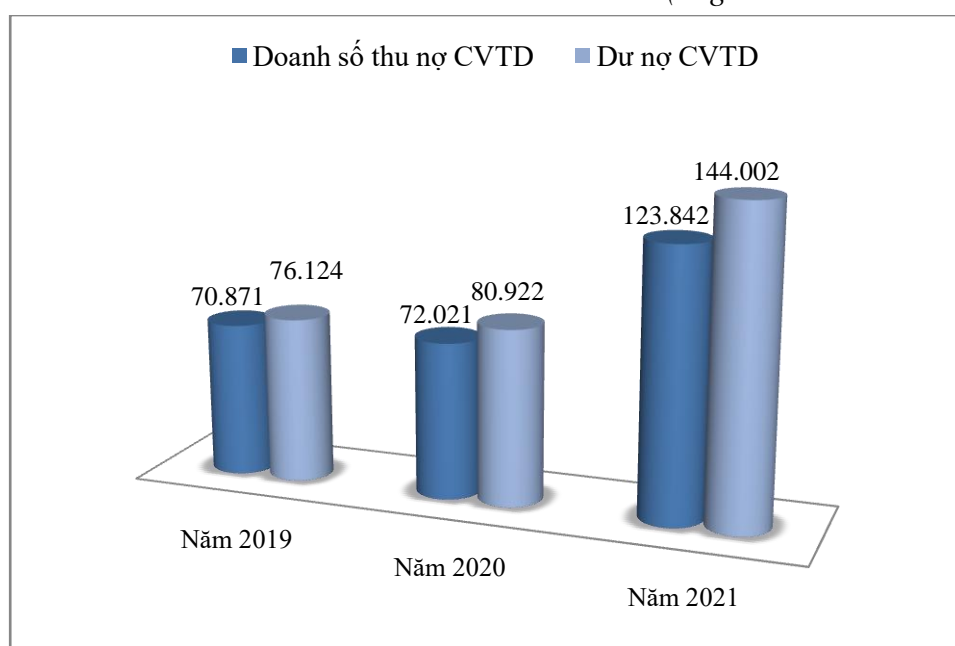
g. Doanh số thu nợ cho vay tiêu dùng

Bảng 2.12. Doanh số thu nợ CVTD tại Sacombank Phú Yên

ĐVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 |
|-----------------------------|----------|----------|----------|
| Doanh số thu nợ CVTD | 70.871 | 72.021 | 123.842 |
| Dư nợ CVTD | 76.124 | 80.922 | 144.002 |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)



Biểu đồ 2.4. Doanh số thu nợ cho vay tiêu dùng

Qua **bảng 2.12** và **biểu đồ 2.5** ta thấy tình hình cho vay tiêu dùng theo đối tượng khách hàng, theo phương thức đảm bảo và số lượng khách hàng gia tăng là một điều rất tốt. Tuy nhiên, doanh số thu nợ các khoản vay đó như thế nào mới là điều quan trọng. Nhìn qua bảng doanh số thu nợ theo đối tượng cho vay tiêu dùng qua 3 năm 2019 - 2020 - 2021 thì doanh số thu nợ tăng ổn định, cụ thể: năm 2020 tăng 1.150 triệu đồng so với năm 2019. Năm 2021 tăng 51.281 triệu đồng so với năm 2020. Qua đó cho thấy mặc dù bị ảnh hưởng của đại dịch covid-19 làm cho nền kinh tế khó khăn, một số công ty phá sản làm khách hàng thất nghiệp thu nhập giảm hoặc không có thu nhập làm khả năng thu hồi nợ của ngân hàng khó khăn. Nhưng ngân hàng đã làm tốt công tác thu hồi nợ, thời gian qua ngân hàng luôn không ngừng đẩy mạnh công tác thu hồi nợ, áp dụng các biện pháp như theo dõi việc sử dụng vốn vay, nhắc nhở khách hàng trả nợ đúng thời hạn, điều chỉnh và cơ cấu lại thời hạn trả nợ hợp lý, tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trả nợ đúng hạn.

h. Vòng quay vốn tín dụng

Bảng 2.13. Vòng quay vốn tín dụng cho vay tiêu dùng Sacombank Phú Yên qua các năm

DVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 |
|------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Doanh số thu nợ CVTD | 70.871 | 72.021 | 123.842 |
| Dư nợ CVTD | 76.124 | 80.922 | 144.002 |
| Vòng quay vốn tín dụng CVTD | 0.937 | 0.89 | 0.86 |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)

Qua **bảng 2.13** cho thấy số liệu vòng quay vốn tín dụng cho vay tiêu dùng giảm qua các năm, cụ thể: năm 2019 vòng quay vốn tín dụng là 0,937 vòng; năm 2020 là 0.89 vòng, năm 2021 là 0.86 vòng. Nguyên nhân là do dư nợ cho vay trung và dài hạn tăng, giảm tương ứng qua ba năm. Tuy nhiên tốc độ này giảm không nhiều. Bên cạnh đó doanh số thu nợ qua 3 năm cũng tương ứng điều này cho thấy rằng công tác thu nợ và quản lý nợ của ngân hàng có hiệu quả, theo đó chất lượng cho vay tiêu dùng đánh giá theo chỉ tiêu này được xem là tốt.

Dù vậy, chi nhánh cần có biện pháp nhằm duy trì và tăng vòng quay vốn tín dụng trong những năm tới để có thể đáp ứng được nhiều và kịp thời nhu cầu cho vay. Đây là một chỉ tiêu các NHTM thường tính toán hàng năm để đánh giá khả năng tổ chức quản lý vốn cho vay và chất lượng cho vay trong việc đáp ứng, đồng thời nâng cao chất lượng cho vay của ngân hàng.

i. Khả năng sinh lời từ hoạt động cho vay tiêu dùng của chi nhánh

Bảng 2.14. Chỉ tiêu lợi nhuận trên thu nhập từ hoạt động cho vay tiêu dùng

ĐVT: tỷ đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2019 | Năm 2020 | Năm 2021 |
|---------------------------------------|----------|----------|----------|
| 1. Lợi nhuận từ hoạt động CVTD | 0.5 | 0.65 | 0.85 |
| 2. Thu nhập từ hoạt động CVTD | 2.12 | 2.55 | 2.88 |
| Hệ số = (1)/(2)* 100% | 23 | 25.5 | 29.51 |

(Nguồn : Sacombank Phú Yên)

Nhận xét: Qua **bảng 2.14** ta thấy chỉ tiêu lợi nhuận trên doanh thu từ hoạt động tín dụng đối với hoạt động cho vay tiêu dùng tăng đều qua 3 năm chứng tỏ kết quả tín dụng đối với hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng là khá tốt. Cụ thể, năm 2019 là 23% tức cứ 100 đồng doanh thu từ sẽ tạo ra 23 đồng lợi nhuận, năm 2020 tỷ lệ này tăng lên 25.5% và năm 2021 đạt 29.51% tương đương với cứ 100 đồng doanh thu sẽ tạo ra 29.1 đồng lợi nhuận.. Để có được kết quả này, Ngân hàng đã có sự phối hợp linh hoạt trong chiến lược phát triển của chi nhánh và giảm thiểu mức chi phí một cách hiệu quả.

2.3. ĐÁNH GIÁ KHẢ NĂNG CHO VAY TIÊU DÙNG

2.3.1. Kết quả đạt được

Qua việc phân tích thực trạng chất lượng tín dụng đối với cho vay tiêu dùng, có thể thấy mặc dù tình hình kinh tế xã hội trong và ngoài nước gặp nhiều khó khăn ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của các cá nhân, tổ chức cũng như của chi nhánh nhưng hoạt động cho vay đối với cho vay tiêu dùng của chi nhánh vẫn đang có những chuyển biến tích cực.

Thứ nhất, nguồn vốn huy động của Ngân hàng tăng mạnh trong giai đoạn này. Điều này là một thuận lợi đối với Ngân hàng bởi nguồn vốn huy động dồi dào là tiền đề để Ngân hàng thực hiện được các nghiệp vụ khác, đặc biệt là nghiệp vụ tín dụng. Qua đây, ta cũng thấy được uy tín, hình ảnh của Ngân hàng tại địa phương đang được duy trì khá tốt nên mới có thể đạt được mức vốn huy động cao như vậy.

Thứ hai, doanh số cho vay, dư nợ tăng và chiếm tỷ trọng tương đối cao trong hoạt động cho vay đối với cho vay tiêu dùng qua các năm. Ngoài việc mở rộng quy mô cho vay, quy mô vốn vay đối với cho vay tiêu dùng, chi nhánh còn thay đổi cơ cấu cho vay này theo chiều hướng đa dạng, linh hoạt, phù hợp với nhu cầu, như quy luật phát triển của nền kinh tế thị trường.

Số lượng khách hàng vay ngày càng tăng và đa dạng hơn.

Cho vay tiêu dùng không chỉ góp phần đa dạng hóa danh mục sản phẩm cung ứng, nâng cao vị thế Ngân hàng trong lòng khách hàng và với các Ngân hàng khác mà còn tăng cường bán chéo các sản phẩm khác như: tiết kiệm, chuyển tiền, thẻ ATM, thanh toán quốc tế, bảo lãnh...

Thứ ba, thông qua cho vay tiêu dùng, khách hàng còn được sử dụng nhiều sản phẩm ích lợi khác của Ngân hàng khi tham gia giao dịch. Vì vậy, nhiều người tìm đến ngân hàng như một địa chỉ tin cậy để thực hiện các giao dịch, tạo điều kiện thuận lợi để khuếch trương hình ảnh Ngân hàng một cách hiệu quả.

Thứ tư, Ngân hàng đã xây dựng được một quy trình cho vay chặt chẽ, mỗi sản phẩm cho vay tiêu dùng có quy trình thực hiện riêng, lập thành văn bản áp dụng thống nhất trong toàn hệ thống khi cần cấp tín dụng cho khách hàng.

Thứ năm, tỷ lệ nợ xấu và nợ quá hạn luôn được kiểm soát. Điều này thể hiện sự bền vững trong hoạt động cho vay tiêu dùng của chi nhánh đem lại sự tăng trưởng cả về quy mô và chất lượng.

Thứ sáu, mở rộng hình ảnh, thương hiệu của Sacombank trên thị trường tốt. Việc phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng giúp Sacombank thiết lập được thêm nhiều mối quan hệ với khách hàng. Số lượng khách hàng vay tiêu dùng thường rất lớn, điều đó có nghĩa là sẽ có nhiều khách hàng biết đến hình ảnh thương hiệu của Chi nhánh Phú Yên nói riêng và của Sacombank nói chung. Qua đó, mở rộng phạm vi và quy mô hoạt động của Sacombank và nâng cao vị thế cạnh tranh với các ngân hàng khác.

Thứ bảy, các biện pháp hạn chế rủi ro tín dụng của Ngân hàng cũng tỏ ra rất hiệu quả. Quy trình tín dụng, chính sách tín dụng, chất lượng tín dụng luôn được chú trọng trong quá trình mở rộng cho vay. Thêm vào đó, Chi nhánh cũng quan tâm đến việc chọn lọc khách hàng để áp dụng phương thức cho vay phù hợp theo từng sản phẩm và áp dụng cơ chế lãi suất thỏa thuận phù hợp đã thu hút được ngày càng đông khách hàng đến giao dịch.

2.3.2. Những hạn chế

Bên cạnh những kết quả đạt được, hoạt động CVTD của ngân hàng vẫn còn không ít những hạn chế cần khắc phục và cần có những giải pháp thích đáng nhằm mở rộng và nâng cao hơn nữa hiệu quả hoạt động CVTD. Những hạn chế đó là:

Thứ nhất, với tốc độ tăng trưởng và phát triển kinh tế ngày càng nhanh cùng với đời sống nhân dân ngày càng cao do đó nhu cầu vay tiêu dùng ngày nay là rất lớn, với những ưu điểm vượt trội của hình thức cho vay tiêu dùng như rủi ro thấp do các khoản vay nhỏ và phân tán, thời hạn cho vay ngắn nên số lượng khách hàng vay tiêu dùng ngày càng nhiều. Vì vậy để mở rộng hoạt động tín dụng cho vay tiêu dùng nên Ngân hàng đã giải quyết nhanh chóng các hồ sơ vay vốn. Tuy nhiên đôi khi việc chỉ đạo nắm bắt thông tin của khách hàng, thông tin kinh tế thị trường, giá cả chưa đầy đủ, xử lý còn chậm thiếu chính xác dẫn đến khó khăn trong việc thu hồi nợ vốn.

Thứ hai, trình độ đội ngũ cán bộ còn nhiều hạn chế trong việc thực hiện các nghiệp vụ của ngân hàng cũng như hiểu biết các kiến thức pháp luật, kiến thức về các ngành sản xuất, và việc khai thác tiện ích IPCAS...

Thứ ba, việc giải ngân các khoản vay tiêu dùng cho khách hàng, thông thường ngân hàng thường giải ngân theo hình thức cấp tiền mặt, hình thức giải ngân này có thể làm cho khách hàng sử dụng sai mục đích số tiền họ đã cam kết vay.

Thứ tư, tỷ trọng vay còn thấp so với nhu cầu thị trường.

Thứ năm, thủ tục cho vay vốn tiêu dùng còn tồn tại những vướng mắc: Thủ tục cho vay rườm rà, làm tăng chi phí và tốn nhiều thời gian, công sức của cả ngân hàng và khách hàng. (Thủ tục đăng ký giao dịch đảm bảo, ký, công chứng, ký xác nhận,..)

Tóm lại thì công tác huy động vốn phục vụ cho vay nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng đang gặp rất nhiều khó khăn. Tuy Ngân hàng đã mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng nhưng dòng vốn cho vay này chủ yếu đến với những người thuộc vào diện cán bộ công nhân viên, còn một phần nhỏ đến với người dân, vì đời sống của người dân trên địa bàn tỉnh thuộc loại trung bình, nên tài sản thế chấp trong việc vay vốn nhỏ vì thế dòng vốn thu được là rất thấp. Ngoài ra, còn có nhiều khách hàng có nhu cầu vay vốn tiêu dùng nhưng vì họ không đủ điều kiện bảo lãnh hoặc điều kiện vay cao hơn, nên họ chấp nhận không vay Ngân hàng mà đi vay các ngân hàng khác hay vay vốn dưới hình thức khác như vay nặng lãi.

2.3.3. Nguyên nhân của những hạn chế

a. Nguyên nhân chủ quan từ phía ngân hàng

Thứ nhất, cơ chế kiểm soát nội bộ của ngân hàng mới chỉ chú trọng đến công tác kiểm soát xử lý và kiểm soát bảo vệ tài sản mà chưa chú ý tới công tác kiểm soát quản lý cũng như kiểm soát tổng quát. Nói cách khác, kiểm soát nội bộ chưa làm tốt chức năng ngăn chặn và giám sát mà mới chỉ thực hiện chức năng kiểm tra, phát hiện và xử lý các vấn đề đã phát sinh. Cơ chế kiểm soát quá tập trung vào các cuộc kiểm tra đột xuất, trong khi đáng ra cơ chế kiểm soát thường xuyên cần được xây dựng và thực hiện.

Thứ hai, chiến lược tiếp thị chưa cụ thể, chưa thực hiện rầm rộ các hoạt động xúc tiến bán hàng, ngân hàng chưa đẩy mạnh các hoạt động nhằm khuyến khích khách hàng sử dụng sản phẩm và dịch vụ của ngân hàng. So với tiềm năng thị trường của cho vay tiêu dùng và khả năng của ngân hàng thì số lượng khách hàng sử dụng sản phẩm cho vay tiêu dùng của Ngân hàng còn thấp

Thứ ba, chính sách tín dụng của ngân hàng: Việc đẩy mạnh cho vay các doanh nghiệp vừa và nhỏ, hộ sản xuất đã được ban giám đốc chỉ đạo song việc tổ chức thực hiện của cán bộ nghiệp vụ còn chậm, chưa tích cực.

Thứ tư, chất lượng nhân sự: nhiều cán bộ vẫn chưa thực hiện đúng chức trách của mình, có những hành vi sai phạm trong công tác cho vay, xử lý nợ, đem lại hậu quả lớn cho Ngân hàng. Một số cán bộ trẻ năng động, nhiệt tình với công việc tuy nhiên chưa có nhiều kinh nghiệm cần phải được bồi dưỡng, đào tạo và học hỏi chuyên môn nghiệp vụ thông qua các đợt tập huấn của ngành.

b. Nguyên nhân khách quan

Thứ nhất, trong giai đoạn này do ảnh hưởng đại dịch covid – 19, nền kinh tế thế giới cũng như trong nước phải đối mặt với nhiều biến động. Thị trường bất động sản ảm đạm, thị trường chứng khoán kém hấp dẫn, vàng biến động bất thường. Cân đối vĩ mô chưa cân đối, nợ công tăng cao, hiệu quả đầu tư thấp,..Nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa

phá sản, kéo theo nghìn công nhân thất nghiệp khiến cho thu nhập của khách hàng giảm sút, ảnh hưởng khả năng thanh toán nợ. Trước tình hình kinh tế nhiều khó khăn, khách hàng không đủ khả năng đi vay. Điều đó khiến doanh số cho vay tiêu dùng vẫn còn chưa cao.

Thứ hai, khách hàng khó chứng minh thu nhập và khả năng trả nợ của bản thân. Đây là vấn đề nan giải mà các ngân hàng gặp phải khi cho vay tiêu dùng. Đối với cán bộ công nhân viên hưởng lương thì việc xác định thu nhập là dễ dàng thông qua quyết định nâng bậc lương hoặc bảng lương. Nhưng số cán bộ công nhân viên lại chiếm tỷ trọng nhỏ trong xã hội trong khi đa số những người không phải là cán bộ công nhân viên là những người có nhu cầu cao về tiêu dùng.

Thứ ba, thái độ hợp tác của thủ trưởng các cơ quan đơn vị có cán bộ công nhân viên vay vốn: hiện nay với đối tượng vay tiêu dùng là những cán bộ công nhân viên các ngân hàng đều yêu cầu có xác nhận của thủ trưởng đơn vị, các cơ quan chủ quản. Nếu như thủ trưởng các cơ quan đơn vị đó không hợp tác vì cho rằng vay tiêu dùng ảnh hưởng tới công việc của nhân viên họ như phải đến ngân hàng giao dịch trong giờ làm việc, hàng tháng phải tới ngân hàng trả nợ, mất nhiều thời gian hoặc họ sợ liên quan đến trách nhiệm nên không ký xác nhận cho người vay thì nhu cầu vay của cán bộ công nhân viên rất khó khăn.

Thứ tư, do nhận ra tiềm năng của hoạt động cho vay tiêu dùng nên nhiều Ngân hàng lớn như Vietcombank, Agribank, ACB, Techcombank, BIDV,... tung ra nhiều chương trình khuyến mãi, lợi ích hấp dẫn để thu hút khách hàng. Bên cạnh đó, với kinh nghiệm trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng và tiềm lực lớn, các Ngân hàng nước ngoài mới gia nhập vào thị trường Ngân hàng Việt Nam gần đây, rất có thể sẽ tạo áp lực cạnh tranh thu hút khách hàng đối với các ngân hàng trong nước. Do đó, khách hàng luôn đứng trước nhiều lựa chọn khi muốn vay tiêu dùng. Điều này cũng gây ra hạn chế hoạt động cho vay tiêu dùng của Sacombank Phú Yên. Chính vì vậy, Sacombank Phú Yên cần thực hiện đa dạng hơn nữa các sản phẩm cho vay tiêu dùng và nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Chương 2 đã làm rõ thực trạng mở rộng cho vay tiêu dùng tại ngân hàng Sacombank chi nhánh Phú Yên, tìm ra những kết quả đạt được trong thời gian qua của ngân hàng. Đồng thời tìm ra được những mặt còn tồn tại và nguyên nhân, từ đó tạo tiền đề để chương 3 có thể dựa trên đó đưa ra những giải pháp nhằm tăng cường hiệu quả của cho vay tiêu dùng tại đây.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI TÀI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN – CHI NHÁNH PHÚ YÊN

3.1. ĐỊNH HƯỚNG MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI SACOMBANK – CHI NHÁNH PHÚ YÊN

3.1.1. Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh của Sacombank – Chi nhánh Phú Yên trong thời gian tới

Theo báo cáo thường niên của Ngân hàng Sacombank từ năm 2019 đến năm 2021: “2021 là năm then chốt kết thúc Chiến lược phát triển giai đoạn 2017 - 2021 của Sacombank để chuyển tiếp sang một hành trình mới. Đây cũng là năm đánh dấu những nỗ lực, quyết tâm vượt bậc của Ban Lãnh đạo và tập thể cán bộ nhân viên Sacombank khi đạt được mức tăng trưởng và phát triển ổn định, cơ bản hoàn thành các mục tiêu kế hoạch kinh doanh năm 2021 đã đặt ra và triển khai có hiệu quả các giải pháp trọng tâm trên toàn hệ thống; khẳng định uy tín thương hiệu với lịch sử 30 năm mở lối tiên phong, kiên cường tiếp bước và ngày càng vững vàng để lan tỏa những giá trị tốt đẹp cho xã hội.”

Trong bối cảnh dịch Covid-19 tác động tiêu cực đến nền kinh tế, nhờ vào các chính sách linh hoạt cũng như trên tinh thần đồng hành cùng khách hàng, các chỉ tiêu kinh doanh năm 2021 của Sacombank vẫn có sự tăng trưởng tích cực. Ngân hàng chú trọng tăng vốn bằng nhiều hình thức mà trọng tâm là nguồn huy động từ tổ chức kinh tế và dân cư với nhiều sản phẩm đa dạng, tiện ích theo xu thế công nghệ hiện đại; đồng thời không ngừng thúc đẩy danh mục đầu tư với cơ cấu cho vay khách hàng giữ vai trò chủ đạo, tập trung phát triển cho vay bán lẻ với lãi suất chuyên nghiệp cho từng phân khúc khách hàng ở nhiều lĩnh vực. Song song đó, chất lượng tín dụng được kiểm soát chặt chẽ, giảm thiểu rủi ro, đem lại hiệu quả.

Với sự phát triển không ngừng của công nghệ, Sacombank tiếp tục đầu tư số hóa nền tảng vận hành và kinh doanh nhằm tối ưu hóa hoạt động cũng như gia tăng trải nghiệm cho khách hàng về một hệ sinh thái sản phẩm dịch vụ tiện ích, hiện đại. Sau gần 5 năm tập trung tái cơ cấu, Sacombank đã xử lý dứt điểm phần lớn các vấn đề tồn tại, vượt tiến độ các mục tiêu trọng yếu và đang bứt phá để hoàn thành trước thời hạn của Đề án. Cụ thể, Sacombank đã tái cấu trúc bộ máy hoạt động và nâng cao năng lực quản trị, điều hành; tái cấu trúc toàn diện mạng lưới theo chiều sâu, tạo đà bứt phá kinh doanh; quyết liệt xử lý nợ xấu, tích cực tái cơ cấu danh mục tài sản; phát triển kinh doanh tạo nguồn lực trích lập dự phòng và phân bổ tồn đọng tài chính; phục hồi vị thế, gia tăng uy tín thương hiệu, cải thiện xếp hạng tín nhiệm.

Có thể nói, đến nay Sacombank đã chuyển mình mạnh mẽ và đang tăng tốc trở lại đường đua. Bước sang năm 2022 là năm tiền đề cho chiến lược kinh doanh giai đoạn 5 năm tiếp theo của Sacombank, Ngân hàng tiếp tục phát huy hết nội lực, đồng lòng chung sức để hiện thực hóa tầm nhìn trở thành một trong những ngân hàng hiện đại, đa năng hàng đầu Việt Nam và vươn tầm Khu vực. Trên hành trình mới này, Sacombank luôn chuẩn bị đưa ra mục những mục tiêu cần hoàn thành:

- *Tài chính:*

+ Đạt 5% thị phần mảng khách hàng doanh nghiệp trên thị trường vào năm 2022.

+ Gia tăng nguồn thu dịch vụ, huy động không kì hạn.

- *Khách hàng:*

+ Phát triển sâu rộng vào phân khúc khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ - SME (bao gồm doanh nghiệp siêu nhỏ - MSME, và doanh nghiệp cận lớn - USME); gia tăng gắn kết và tận dụng cơ hội phát triển hệ khách hàng doanh nghiệp lớn hiện hữu.

+ Tập trung các kênh phát triển khách hàng và thu hút doanh nghiệp SME thuộc các ngành nghề trọng tâm.

+ Cung ứng đa dạng SPDV cho hệ khách hàng SME và trở thành ngân hàng giao dịch chính của khách hàng.

+ Chăm sóc và khai thác sâu hệ khách hàng hiện hữu.

+ Gia tăng giá trị lâu dài của khách hàng.

+ Phát triển phân khúc khách hàng doanh nghiệp lớn: Xây dựng hệ sinh thái rộng và khai thác tối đa nhu cầu.

+ Đẩy mạnh số hóa để kết nối hệ sinh thái doanh nghiệp lớn và SME.

- *Sản phẩm dịch vụ:*

+ Tăng cường bán chéo SPDV thông qua các gói combo chuyên biệt theo nhu cầu tài chính của từng phân khúc khách hàng.

+ Nghiên cứu phát triển SPDV theo hướng tối ưu hóa vận hành, kết hợp số hóa quy trình để tối ưu hóa tiện ích và gia tăng trải nghiệm cho khách hàng.

+ Đẩy mạnh các SPDV ngân hàng giao dịch, gia tăng doanh thu phí và tiền gửi không kì hạn. Chuyển tải toàn bộ SPDV doanh nghiệp qua kênh trực tuyến, giúp gia tăng tiện ích cho khách hàng và giải phóng nguồn lực vận hành để nâng cao hiệu suất/năng suất.

+ Đẩy mạnh liên kết đa kênh trong quá trình cung ứng SPDV cho khách hàng để đo lường sự hài lòng của khách hàng

+ Cải tiến chương trình Sacombank Sapphire nhằm chăm sóc chuyên sâu theo từng đối tượng phân khúc doanh nghiệp.

+ Đẩy mạnh phát triển các kênh liên kết (hiệp hội, ngành nghề...) nhằm khai thác tối đa lượng khách hàng tiềm năng

- *Truyền thông – Marketing:*

+ Tối đa hóa sử dụng tiếp thị đa năng từ quản lý quan hệ khách hàng để tiếp cận khách hàng doanh nghiệp mục tiêu theo từng chương trình, SPDV.

+ Đa dạng các công cụ, sáng tạo trong cách thức truyền thông nhằm gia tăng khả năng truyền tải thông điệp đến từng khách hàng mục tiêu.

3.1.2. Mục tiêu hoạt động của Ngân hàng Sacombank – Chi nhánh Phú Yên

Mở rộng cho vay tiêu dùng là một định hướng kinh doanh lâu dài của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Phú Yên trong quá trình chuẩn bị cổ phần hóa. Để cho vay tiêu dùng phát triển trong giai đoạn tới, Chi nhánh cần đẩy mạnh hơn nữa các chiến lược Marketing, mở rộng thị phần, nâng cao sức cạnh tranh, đồng thời phải duy trì và nâng cao chất lượng các khoản vay tiêu dùng. Mở rộng tín dụng phải phù hợp với tăng trưởng kinh tế.

Việc hoàn thiện quy trình cho vay tiêu dùng, đơn giản hoá các thủ tục và rút ngắn thời gian được chi nhánh đặt lên hàng đầu. Đây là điều kiện tiên quyết quyết định chất lượng sản phẩm dịch vụ cho vay của ngân hàng, và cũng là yếu tố hấp dẫn đối với khách hàng.

Về sản phẩm, ngân hàng đặt mục tiêu đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng bằng cách tiếp tục phát triển và hoàn thiện chất lượng của các sản phẩm truyền thống đồng thời tiến hành nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới phù hợp với đặc điểm hoạt động của chi nhánh.

Chi nhánh cũng chủ trương mở rộng mạng lưới phòng giao dịch trên địa bàn để tăng khả năng cạnh tranh trong hoạt động cho vay tiêu dùng cũng như tăng thị phần của hoạt động ngân hàng bán lẻ.

3.2.GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI SACOMBANK – CHI NHÁNH PHÚ YÊN

3.2.1. Hoàn thiện cơ chế nghiệp vụ tín dụng cho vay tiêu dùng

- Nghiệp vụ tín dụng cho vay tiêu dùng là nghiệp vụ cơ bản, chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng tài sản có của ngân hàng. Việc thiết lập và thực hiện các quy trình của nghiệp vụ tín dụng là một bộ phận căn bản của quản trị ngân hàng. Làm tốt công việc này sẽ góp phần đáng kể trong việc hạn chế rủi ro và nâng cao hiệu quả kinh doanh của ngân hàng.

- Mỗi ngân hàng, mỗi loại hình cho vay có quy trình tín dụng riêng nhưng đều bao gồm các bước cơ bản sau: Lập hồ sơ đề nghị cấp tín dụng, phân tích tín dụng, quyết định tín dụng, giải ngân, giám sát, thu nợ và thanh lý hợp đồng tín dụng. Trong nghiệp vụ cho vay tiêu dùng cũng vậy, đều phải trải qua các bước như trên. Tuy nhiên, việc thực hiện và hiệu quả của các ngân hàng là không giống nhau, nó phụ thuộc vào quy mô cũng như chính sách cũng như trình độ của từng ngân hàng.

- Hoàn thiện cơ chế chính sách cho vay tiêu dùng: ngân hàng cần có chính sách ưu tiên phát triển cho vay tiêu dùng bao gồm chính sách nhỏ: Chính sách đa dạng hóa danh mục sản phẩm, đa dạng hóa đối tượng cho vay tiêu dùng, đầu tư công nghệ phát triển cho vay tiêu dùng...

Đề cao công tác quản trị rủi ro tín dụng thể hiện qua các tiêu chí sau:

- Nâng cao công tác thẩm định. Chất lượng công tác thẩm định có ý nghĩa rất quan trọng, quyết định một khoản vay có đủ tiêu chuẩn vay hay không. Nếu quá trình thẩm định được thiết kế chặt chẽ hiệu quả sẽ hạn chế được rủi ro khoản vay kém chất lượng.

- Xây dựng hệ thống thông tin tín dụng khoa học, đảm bảo chính xác, đầy đủ, kịp thời và có chất lượng cao. Hệ thống thông tin phải được cập nhật thường xuyên từ nhiều

nguồn. Thông tin từ nguồn này sẽ làm sáng tỏ, bổ sung thêm thông tin từ nguồn khác giúp nâng cao chất lượng thông tin. Thông tin cập nhật là thông tin sát nhất giúp cán bộ tín dụng đánh giá về khách hàng vay và khoản vay.

- Theo dõi thường xuyên tình hình sử dụng tài sản hình thành từ vốn vay của khách hàng, kế hoạch trả nợ.

- Thực hiện đảm bảo tài sản đúng nguyên tắc, đánh giá đúng giá trị... Tài sản đảm bảo là cơ sở đảm bảo cho sự trả nợ của khách hàng. Việc đánh giá đúng nguyên tắc, đúng giá trị sẽ giúp ngân hàng giảm thiểu được rủi ro không thu hồi được nợ.

- Nâng cao khả năng đo lường rủi ro và trích lập quỹ dự phòng rủi ro: Đo lường rủi ro chính xác sẽ giúp NH ra quyết định chính xác khách hàng nào đủ tiêu chuẩn được vay và số lượng vay cũng như phương thức bảo đảm thích hợp, đồng thời trích lập quỹ dự phòng hợp lý. Bởi quỹ dự phòng là tấm đệm chống đỡ cho NH khi rủi ro thực sự xảy ra, đảm bảo hoạt động của NH diễn ra bình thường.

- Chủ động giải quyết các khoản nợ có vấn đề, không được che giấu các khoản nợ có vấn đề hay đến khi các khoản nợ có khả năng mất vốn mới giải quyết vì như vậy sẽ càng làm tăng nguy cơ khách hàng không thể trả được nợ khiến ngân hàng mất vốn.

3.2.2. Phát triển hoạt động marketing ngân hàng đối với cho vay tín dụng

Ngân hàng cần thiết lập một bộ phận chuyên trách về việc xây dựng và thực thi chiến lược marketing trong ngân hàng. Bộ phận này có nhiệm vụ nghiên cứu thị trường, tìm hiểu nguyên nhân đưa ra các giải pháp và cùng các phòng ban khác thực hiện giải pháp:

Thứ nhất, giải pháp thu hút khách hàng: Dịch vụ ngân hàng định hướng theo khách hàng đó là phương châm hoạt động của các NHTM hiện nay.

Nhận thức rõ được vai trò của công tác khách hàng trong hoạt động kinh doanh ngân hàng sẽ làm tăng cường mối quan hệ giữa khách hàng và ngân hàng. Marketing Ngân hàng cần phân loại được khách hàng, xác định được nhu cầu khách hàng và những yếu tố ảnh hưởng tới nhu cầu đó và cuối cùng là nghiên cứu hành vi của khách hàng

Thứ hai, tăng cường hoạt động chăm sóc khách hàng: Ngân hàng có thể quảng cáo cho các sản phẩm cho vay tiêu dùng thông qua các phương tiện thông tin đại chúng như: báo, đài, truyền hình... Nội dung quảng cáo không chỉ đi sâu vào mô tả sản phẩm, lợi ích mà khách hàng thu được từ việc sử dụng sản phẩm mà còn phải tập trung phổ biến kinh nghiệm sử dụng sản phẩm tới khách hàng, làm cơ sở để khách hàng mong muốn khám phá và trải nghiệm những tiện ích mà sản phẩm cho vay tiêu dùng của chi nhánh mang lại.

Do đó, Ngân hàng cần có chiến lược mở rộng số lượng khách hàng vay tiêu dùng cụ thể bắt đầu từ thị trường ngân hàng có ưu thế như nhân viên ngân hàng, cán bộ công nhân viên...sau khi sàng lọc khách hàng, Ngân hàng cần tiếp tục phân loại và phát hiện thị trường mục tiêu bởi không phải tất cả những khách hàng được sàng lọc đều là khách hàng mục tiêu của ngân hàng trong một giai đoạn nào đó.

Thứ ba, phát triển chiến lược xúc tiến hỗn hợp: Xúc tiến hỗn hợp là một công cụ quan trọng của marketing, được các nhà ngân hàng sử dụng để tác động vào thị trường. Nó là một tập hợp các hoạt động nhằm kích thích việc sử dụng sản phẩm hiện tại và sản phẩm dịch vụ mới, đồng thời làm tăng mức độ trung thành của khách hàng hiện tại, thu hút khách hàng vào quá trình cung ứng dịch vụ, đặc biệt làm tăng uy tín hình ảnh ngân hàng trên thị trường.

3.2.3. Xây dựng chiến lược về hoạt động cho vay tiêu dùng

Có thể nói việc xây dựng chiến lược về hoạt động cho vay tiêu dùng là hết sức cần thiết. Chiến lược cho vay tiêu dùng là sự thể hiện mục tiêu dài hạn, cơ bản của một Ngân hàng, sự lựa chọn đường lối hoạt động và phân bổ các nguồn lực cần thiết để đạt được mục tiêu.

Hơn nữa, hoạt động cho vay tiêu dùng của các NHTM đang có sự cạnh tranh, bắt buộc các NHTM phải có chiến lược cho vay tiêu dùng để đối phó với các đối thủ cạnh tranh:

- Ngoài việc giữ mối quan hệ với các khách hàng truyền thống (thông qua các hình thức thăm hỏi tặng quà và có chiến dịch ưu đãi vào những dịp lễ tết...) thì chi nhánh cần có biện pháp cụ thể để thu hút khách hàng mới (có thể thông qua lãi suất cạnh tranh, các hình thức khuyến mại cũng như những tiện ích khi khách hàng sử dụng sản phẩm của ngân hàng).

- Mạnh dạn đẩy mạnh mở rộng cho vay tiêu dùng song song tăng vốn chủ sở hữu.

- Phải đảm bảo cân đối trong cả hoạt động huy động và cho vay, hạn chế rủi ro trong kinh doanh. Một thực tế hiện nay ở hầu hết các ngân hàng đó là tình trạng không cân xứng giữa kì hạn tài sản có và tài sản nợ nên khả năng xảy ra rủi ro là rất cao. Vì vậy, chi nhánh cần tăng cường các hoạt động huy động vốn để đảm bảo các khoản vay được thực hiện và độ an toàn cao.

3.2.4. Giải pháp tăng vốn

NHTM là trung gian tài chính kinh doanh trong lĩnh vực đặc biệt - tiền tệ, nên nhu cầu vốn là nhu cầu thường trực và có ý nghĩa sống còn đối với hoạt động của mình đặc biệt là nguồn vốn huy động. Quy mô vốn là nhân tố chính ảnh hưởng tới quy mô hoạt động của NH, quyết định cấu trúc danh mục cho vay của ngân hàng, trong đó quy mô vốn chủ sở hữu là cơ sở xác định mức cho vay tối đa đối với một khách hàng.

Mặc dù những năm gần đây chi nhánh luôn hoàn thành mục tiêu huy động vốn đã đặt ra. Tuy nhiên, vốn là yếu tố quan trọng trong việc mở rộng, phát triển cho vay. Vì thế, đẩy mạnh công tác huy động vốn luôn được các Ngân hàng quan tâm. Một số biện pháp cụ thể như sau:

- Đa dạng hóa các hình thức huy động vốn: Ngoài các hình thức huy động thông thường, NH có thể huy động thêm bằng các kỳ phiếu tiết kiệm tại nhà.

- Thực hiện một chính sách lãi suất huy động hợp lý, linh hoạt để thu hút khách hàng và nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường.

- Ngân hàng phải luôn đảm bảo khả năng thanh toán, tức thời, tạo niềm tin đối với khách hàng.

- Thường xuyên khảo sát sự hài lòng của khách hàng để nâng cao chất lượng phục vụ.

3.2.5. Giải pháp về nguồn nhân lực để nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng

Thứ nhất, giải pháp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực: Giải pháp nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ : để mở rộng và phát triển hoạt động tín dụng nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng, trước hết Ngân hàng cần phải có cơ cấu tổ chức chặt chẽ, hợp lý và đồng bộ, xây dựng tập thể cán bộ đoàn kết, sáng tạo, có tinh thần trách nhiệm cao.

Giải pháp nâng cao đạo đức nghề nghiệp: bên cạnh việc nâng cao trình độ chuyên môn cho cán bộ tín dụng, ngân hàng cần hết sức coi trọng tới việc bồi dưỡng đạo đức, phẩm chất cho cán bộ tín dụng vì trong công tác tín dụng, đạo đức luôn được coi là phẩm chất quan trọng nhất. Cần nêu cao tinh thần trách nhiệm cho cán bộ tín dụng.

Thứ hai, giải pháp tạo động lực làm việc cho nhân viên Ngân hàng: Ngân hàng cần tạo trách nhiệm làm việc cho nhân viên ngân hàng bằng cách giao chỉ tiêu hàng tháng, hàng quý; có chế độ khen thưởng, phạt hợp lý để khuyến khích họ không chỉ hoàn thành kế hoạch mà còn vượt chỉ tiêu.

Ngân hàng cần thường xuyên có các cuộc thăm dò nội bộ về mức độ hài lòng của nhân viên, về chính sách ưu đãi cũng như tinh thần, thái độ làm việc, về chế độ lương, thưởng, điều kiện làm việc, mục đích của họ trong tương lai. Từ đó Ngân hàng có những điều chỉnh phù hợp với tâm tư nguyện vọng của họ tạo sự gắn kết chặt chẽ giữa nhân viên với Ngân hàng.

3.2.6. Hiện đại hóa cơ sở vật chất và công nghệ thông tin ngân hàng

Thứ nhất, hiện đại hóa cơ sở vật chất: Ngân hàng cần chú trọng xây dựng một kế hoạch đầu tư cơ sở hạ tầng, trang thiết bị, công nghệ vì đó là bộ mặt của ngân hàng, là cơ sở đầu tiên khẳng định niềm tin của Ngân hàng trong lòng khách hàng. Một cơ sở vật chất tốt không những giúp Ngân hàng nâng cao chất lượng hoạt động mà còn khẳng định vị thế Ngân hàng.

Thứ hai, hiện đại hóa công nghệ Ngân hàng:

Đổi mới công nghệ Ngân hàng suy cho cùng chính là tin học hóa hoạt động Ngân hàng. Hay nói cách khác, tin học hóa các nghiệp vụ Ngân hàng, mở rộng dịch vụ trên nền công nghệ mới gắn liền với việc thay đổi cơ chế pháp lý phù hợp với đổi mới công nghệ Ngân hàng.

Hiện ngành Ngân hàng Việt Nam đang trong quá trình hiện đại hóa với sức đầu tư mạnh mẽ của các NHTM. Một số biện pháp đẩy nhanh tốc độ hiện đại hóa ngân hàng, đó là:

- Tiến hành đổi mới trang thiết bị kỹ thuật.
- Tiến hành nối mạng với các chi nhánh và văn phòng giao dịch trên cả nước.

- Đào tạo đội ngũ cán bộ về tin học trong Ngân hàng, sử dụng thành thạo các trang thiết bị kỹ thuật. Đồng thời bồi dưỡng cán bộ theo ngành công nghệ thông tin nhằm bảo mật thông tin, tránh tình trạng bị mất thông tin nội bộ ra bên ngoài.

3.2.7. Tăng cường trong công tác quản lý khách hàng

Việc tăng cường công tác quản lý khách hàng là một yêu cầu cần thiết trong một lĩnh vực có nhiều rủi ro như cho vay tiêu dùng. Tăng cường trong công tác quản lý khách hàng không dừng lại ở việc đôn đốc khách hàng trả nợ mà là cả quá trình tìm hiểu thông tin, thiết lập mối quan hệ lâu dài bền vững, luôn nắm các thông tin một cách sát sao về mọi hoạt động sản xuất kinh doanh, tình hình tài chính... của khách hàng, thường xuyên phân tích đánh giá lại khách hàng nhằm hạn chế rủi ro đạo đức có thể xảy ra để có biện pháp xử lý kịp thời. Có như vậy ngân hàng sẽ thuận lợi hơn trong công tác kiểm soát vốn và thu nợ khách hàng.

3.2.8. Đa dạng hóa các kênh phân phối và hình thức phân phối có hiệu quả

Cho vay tiêu dùng hướng tới khách hàng cá nhân có nhu cầu sản phẩm dịch vụ rất đa dạng đòi hỏi Ngân hàng phải xây dựng một hệ thống phân phối rộng khắp để đưa các sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng đến với người tiêu dùng. Kênh phân phối của ngân hàng bao gồm: kênh phân phối truyền thống (các chi nhánh, phòng giao dịch, đại lý), kênh phân phối hiện đại (Ngân hàng điện tử, ngân hàng qua điện thoại, siêu thị tài chính...).

Mạng lưới hoạt động của chi nhánh là khá tốt, song chi nhánh cần ứng dụng hơn nữa các kênh phân phối hiện đại, đồng thời tăng cường quản lý phân phối ngày một hiệu quả nhằm đáp ứng yêu cầu giao dịch mọi nơi mọi lúc của khách hàng.

Trong thời gian tới để phát triển cho vay tiêu dùng, chi nhánh cần tích cực mở rộng cho vay tiêu dùng gián tiếp thông qua các đại lý, siêu thị, trung tâm thương mại. Thông qua các đại lý bán hàng, chi nhánh có thể thu hút được một khối lượng lớn các khách hàng tiềm năng, mở rộng phạm vi hoạt động của mình, khuếch trương uy tín của ngân hàng. Tuy nhiên, để hạn chế rủi ro của kênh phân phối gián tiếp, chi nhánh cần lựa chọn quan hệ với các chi nhánh có uy tín, có độ tin cậy cao, làm tốt công tác thẩm định, xem xét kỹ lưỡng khi lựa chọn đại lý quan hệ về các mặt tài chính, uy tín, kinh nghiệm...

Ngoài ra, chi nhánh cũng có thể phát triển kênh cho vay tiêu dùng trực tuyến. Cho vay tiêu dùng trực tuyến nghĩa là khi khách hàng có nhu cầu vay tiêu dùng, khách hàng sẽ tiếp cận với sản phẩm cho vay tiêu dùng của ngân hàng qua mạng internet. Sau đó khách hàng liên lạc với ngân hàng, ngân hàng sẽ tư vấn cho khách hàng về sản phẩm cho vay tiêu dùng và hồ sơ cần thiết. Tất cả đều được thực hiện qua mạng internet. Chỉ khi khách hàng chuẩn bị đầy đủ hồ sơ, họ mới phải mang tới ngân hàng để ngân hàng thẩm định, xét duyệt. Kênh phân phối này giúp tiết kiệm thời gian và chi phí đi lại cho khách hàng.

3.2.9. Đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ cho vay tiêu dùng

Thực tế trên thị trường hiện nay có rất nhiều tổ chức tín dụng cung cấp dịch vụ cho vay tiêu dùng. Khi sử dụng sản phẩm, khách hàng có sự so sánh, đánh giá và quyết định

lựa chọn sử dụng sản phẩm nào có mức độ hoàn thiện và chất lượng cao nhất. Như vậy, mức độ hoàn thiện và nâng cao chất lượng của sản phẩm dịch vụ sẽ là nhân tố quyết định sự trung thành, mối quan hệ lâu dài giữa ngân hàng và khách hàng. Vì vậy mà Ngân hàng phải hoàn thiện và nâng cao chất lượng sản phẩm của mình, có như vậy mới thu hút được khách hàng sử dụng những dịch vụ của mình.

Hình thành bộ phận nghiên cứu chuyên trách phát triển sản phẩm, đa dạng hóa sản phẩm là điểm mạnh và mũi nhọn để phát triển tín dụng tiêu dùng. Trong đó, tập trung vào những sản phẩm có đặc điểm nổi trội trên thị trường nhằm tạo sự khác biệt trong cạnh tranh, tận dụng các kênh phân phối mới để đa dạng hóa sản phẩm mở rộng và phát triển tín dụng tiêu dùng.

3.3. KIẾN NGHỊ

3.3.1. Kiến nghị đối với chính phủ và các Bộ, ngành liên quan

Thứ nhất, Chính phủ cần đầu tư phát triển công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng, phục vụ đời sống người dân. Từ đó sẽ góp phần đáng kể vào việc gia tăng mức cung về hàng hoá dịch vụ tiêu dùng, nhằm đáp ứng được nhu cầu của công chúng ngày một tốt hơn.

Thứ hai, Chính phủ cần nghiên cứu để đưa ra các luật định và nghị định có liên quan về chính sách tài chính đối với nhà đất, phù hợp với điều kiện thực tế hiện nay và có giải pháp để hâm nóng thị trường bất động sản trong thời gian tới.

Thứ ba, Bộ tư pháp nhanh chóng ban hành mẫu giấy chứng nhận quyền sở hữu nhà. Đối với cá nhân, hộ gia đình, tổ chức mua căn hộ, nhà tại các khu đô thị mới, không yêu cầu xuất trình giấy chứng nhận quyền sở hữu đất, giấy phép xây dựng, dự án đầu tư được duyệt, thay vào đó là Hợp đồng mua bán căn hộ/mua bán nhà (gắn liền với quyền sử dụng đất),... giữa bên mua và bên bán.

Thứ tư, đề nghị các cơ quan có đối tượng vay tiêu dùng tại Chi nhánh kết hợp với Chi nhánh trong việc xác nhận hồ sơ xin vay vốn và thu hồi nợ.

3.3.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước

Thứ nhất, NHNN cần tiếp tục đổi mới cơ chế lãi suất phù hợp mục tiêu chính sách tiền tệ, phù hợp với cung cầu tiền tệ và điều kiện thực tế. Khuyến khích các NHTM áp dụng cơ chế quản trị lãi suất để tránh rủi ro và có chênh lệch lãi suất đầu ra đầu vào cao hơn mức hiện nay, bảo đảm cho các NHTM đủ bù đắp chi phí, rủi ro và có lợi nhuận để phát triển bền vững.

Thứ hai, hoàn chỉnh hệ thống các văn bản pháp quy sẽ tạo nền tảng cơ sở cần thiết cho hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển. Trong thời gian tới, NHNN cần ban hành hệ thống các văn bản hướng dẫn cụ thể về các loại hình sản phẩm- dịch vụ của cho vay tiêu dùng, đồng thời cũng ban hành các văn bản hỗ trợ, khuyến khích đối với cho vay tiêu dùng, tạo ra hành lang pháp lý thông thoáng và đầy đủ nhằm bảo vệ quyền lợi cho các NHTM phát triển hoạt động này.

Thứ ba, NHNN cần tạo khả năng thêm nữa cho các NHTM tự chủ, chịu trách nhiệm trong kinh doanh. Bên cạnh đó, NHNN cũng nên hỗ trợ hơn nữa cho các NHTM

trong việc tổ chức những khoá học hội thảo, trao đổi kinh nghiệm về hoạt động ngân hàng nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng.

3.3.3. Kiến nghị đối với Sacombank chi nhánh Phú yên

- Sacombank chi nhánh Phú Yên cần chú trọng đào tạo cán bộ, nguồn nhân lực nhằm phát triển và mở rộng của hoạt động cho vay tiêu dùng.

- Ban lãnh đạo cần quan tâm đến việc hỗ trợ đầy đủ các trang thiết bị cho cán bộ tín dụng nhằm tạo môi trường thuận lợi trong quá trình làm việc của cán bộ tín dụng. Tăng cường cơ sở vật chất cho chi nhánh.

- Thường xuyên tổ chức các lớp nâng cao nghiệp vụ chuyên môn, hướng đến xây dựng một Ngân hàng hiện đại.

- Ngân hàng cần thành lập bộ máy điều hành, nghiên cứu và thực thi việc phát triển tín dụng tiêu dùng, nâng cao chất lượng dịch vụ Ngân hàng và chú trọng nâng cao trình độ quản lý và chuyên môn nghiệp vụ về hoạt động cho vay tiêu dùng.

KẾT LUẬN

Hoạt động cho vay tiêu dùng tuy đã phát triển lâu đời ở các NHTM trên thế giới, nhưng đối với các NHTM Việt Nam thì cho vay tiêu dùng còn rất mới mẻ và có nhiều tiềm năng tìm kiếm lợi nhuận trong tương lai. Điều này được thể hiện rõ nét qua số lượng người vay tiêu dùng tăng, các ngân hàng đang triển khai mạnh mẽ các loại hình sản phẩm cho vay tiêu dùng nhằm thu hút khách hàng, cũng như thành công đã được kiểm chứng bởi các Ngân hàng ở các nước phát triển trên thế giới.

Với một nước có nền kinh tế đang phát triển như nước ta thì nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng là một tất yếu. Hoạt động cho vay tiêu dùng nhằm kích thích tăng trưởng, kích cầu, đẩy mạnh sản xuất kinh doanh, phát triển kinh tế. Trong quá trình hoạt động kinh doanh, các ngân hàng không tránh khỏi những rủi ro, thất thoát, những yếu kém tồn tại. Việc mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng cũng như trong hoạt động tín dụng của Ngân hàng là một đòi hỏi cấp thiết, một bài toán mà các nhà quản trị Ngân hàng cần giải quyết để tìm ra cho Ngân hàng mình nguồn thu nhập cao nhất từ hoạt động cho vay tiêu dùng.

Qua nguồn tài liệu được sự cho phép tìm hiểu của Ngân hàng, em có cơ hội được tìm hiểu và nghiên cứu sâu hơn về thực trạng hoạt động tín dụng tiêu dùng. Đó là cơ sở để em đưa ra những kết luận được trình bày trong báo cáo tốt nghiệp: “Giải pháp mở rộng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Phú Yên”

Mặc dù đã có nhiều cố gắng nhưng do hạn chế về kinh nghiệm thực tế và thông tin hạn hẹp nên đề tài không thể tránh khỏi những sai sót. Vì vậy, em rất mong sự chỉ bảo, góp ý của quý thầy cô để đề tài này được hoàn chỉnh hơn.

Em xin chân thành cảm ơn!

DANH MỤC TÀI LIỆU KHAM KHẢO

- [1] GS. Nguyễn Văn Tiên, Giáo trình tín dụng Ngân hàng, NXB Thống Kê 2014.
- [2] Lư Thị Hương, Lý thuyết Tài Chính Doanh nghiệp, Đại học Kinh tế Quốc dân 2010.
- [3] Nguyễn Văn Tiên, Lý thuyết tài chính tiền tệ ngân hàng, NXB Thống Kê 2009.
- [4] Nguyễn Văn Tiên, Tài chính quốc tế hiện tại trong nền kinh tế mở, NXB Thống Kê 2000.
- [5] Nguyễn Đăng Dờn, Giáo trình tiền tệ ngân hàng, NXB Thống Kê 2010.
- [6] Nguyễn Đăng Dờn, Quản trị Ngân hàng hiện đại, NXB Thống Kê 2012.
- [7] Các hệ thống văn bản của Ngân hàng Sacombank Việt Nam.
- [8] TS. Chử Văn Lâm, tạp chí kinh tế năm 2019, 2020, 2021.
- [9] Dương Hữu Hạnh, Quản trị Ngân hàng thương mại trong cạnh tranh toàn cầu, NXB Toàn Cầu 2012.
- [10] PGS. TS Nguyễn Thị Thanh Thủy, Giáo trình pháp luật kinh tế, NXB Giáo dục Việt Nam 2013.
- [11] Ngân hàng Sacombank, báo cáo thường niên năm 2019, 2020, 2021.
- [12] Một số thông tin từ website:
www.vneconomy.com
www.sacombank.com.vn
- [13] Một số tài Liệu có liên quan.