

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG



ISO 9001:2008

ĐỀ TÀI
NGHIÊN CỨU KHOA HỌC

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CHO VAY KHỎI
KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI SỞ GIAO DỊCH NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM -
CHI NHÁNH HÀ NỘI**

Chủ nhiệm đề tài: Lê Ngọc Hồng Nhung

HẢI PHÒNG - 2013

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**



ISO 9001:2008

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CHO VAY KHỐI
KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI SỞ GIAO DỊCH NGÂN HÀNG
THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM -
CHI NHÁNH HÀ NỘI**

NGÀNH: TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG

Chủ nhiệm đề tài : Lê Ngọc Hồng Nhung - Lớp QT1302T

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Hoàng Thị Hồng Lan

HẢI PHÒNG - 2013

LỜI CAM ĐOAN

Toàn bộ nội dung đề tài nghiên cứu khoa học này là do bản thân tự nghiên cứu từ việc thực tập tại Sở giao dịch Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội kết hợp với các tài liệu tham khảo và làm theo sự hướng dẫn của Giảng viên – Thạc sĩ Hoàng Thị Hồng Lan theo quy định.

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

Chủ nhiệm đề tài

Lê Ngọc Hồng Nhung

LỜI CẢM ƠN

Đề tài nghiên cứu khoa học của em được hoàn thành với sự hướng dẫn chỉ dạy tận tình của Thạc sĩ Hoàng Thị Hồng Lan – Giảng viên khoa Quản trị kinh doanh trường Đại học Dân lập Hải Phòng và sự nhiệt tình giúp đỡ, cung cấp số liệu của các cô chú, anh chị đang công tác tại phòng tín dụng của Sở giao dịch Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.

Em cũng xin cảm ơn Ban giám hiệu và Phòng nghiên cứu khoa học trường Đại học Dân lập Hải Phòng đã tạo điều kiện cho các sinh viên thực hiện đề tài nghiên cứu khoa học để sinh viên có dịp học hỏi và thể hiện niềm mê say nghiên cứu khoa học của mình.

Với mong muốn tạo ra một đề tài có tính khoa học và thực tiễn cao, song do trình độ chuyên môn và kiến thức còn hạn chế nên bài nghiên cứu không tránh khỏi những thiếu sót. Vì vậy, em rất mong nhận được sự chỉ bảo, đóng góp ý kiến của các thầy cô, các nhà nghiên cứu và những người quan tâm để đề tài nghiên cứu của em được hoàn thiện hơn.

DANH MỤC VIẾT TẮT

CBTD:	Cán bộ tín dụng
CVTD:	Cho vay tiêu dùng
KHCN	Khách hàng cá nhân
KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
HĐQT:	Hội đồng quản trị
NHNN:	Ngân hàng nhà nước
NHTM:	Ngân hàng thương mại
Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam:	Vietcombank
TMCP:	Thương mại cổ phần
TSDB:	Tài sản đảm bảo
Vietcombank Hà Nội:	Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG I: NHỮNG CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ CHO VAY KHỎI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.	4
1.1 Khái niệm ngân hàng thương mại và hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại	4
<i>1.1.1 Khái niệm ngân hàng thương mại</i>	4
1.1.2 Hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại	5
1.1.2.1 Khái niệm hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại.....	5
1.1.2.2 Phân loại cho vay của ngân hàng thương mại.....	6
1.2 Hoạt động cho vay khỏi khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại	8
<i>1.2.1. Tổng quan về cho vay khỏi khách hàng cá nhân</i>	8
1.2.1.1 Khái niệm cho vay khỏi khách hàng cá nhân.....	8
1.2.1.2 Đặc điểm của cho vay khỏi khách hàng cá nhân.....	8
1.2.1.3 Vai trò của cho vay khỏi khách hàng cá nhân.....	10
1.2.1.4 Các hình thức cho vay khỏi khách hàng cá nhân.....	12
1.3 Nội dung cơ bản của hiệu quả cho vay tiêu dùng	20
1.3.1 Khái niệm hiệu quả cho vay tiêu dùng.....	20
1.3.2 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động cho vay khỏi khách hàng cá nhân.....	20
1.3.2.1. Chỉ tiêu phản ánh doanh số cho vay.....	20
1.3.2.2 Chỉ tiêu phản ánh dư nợ cho vay.....	21
1.3.2.3 Tốc độ vòng quay vốn cho vay.....	22
1.3.2.4 Chỉ tiêu phản ánh rủi ro trong hoạt động cho vay tiêu dùng.....	22
1.4 Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động cho vay khỏi khách hàng cá nhân của Ngân hàng thương mại	24
1.4.1. Những nhân tố thuộc về ngân hàng.....	24
1.4.2. Những nhân tố thuộc về khách hàng.....	26
1.4.3. Những nhân tố thuộc về môi trường.....	26
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG CHO VAY KHỎI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI SỞ GIAO DỊCH NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM	28
2.1. Tổng quan về Sở giao dịch Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam	28
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của Sở giao dịch Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam.....	28

2.1.2 Cơ cấu tổ chức của Sở giao dịch Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam chi nhánh Hà Nội.	31
2.1.3. Các nghiệp vụ chính tại Vietcombank Hà Nội.	36
2.1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội trong giai đoạn 2010 - 2012.....	37
2.1.4.1 Kết quả hoạt động kinh doanh.	37
2.1.4.2 Hoạt động huy động vốn và hoạt động cho vay.....	39
2.1.4.3 Hoạt động khác	41
2.2. Thực trạng hiệu quả hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.....	43
2.2.1. Giới thiệu quy trình thực hiện hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương – chi nhánh Hà Nội.	43
2.2.2. Kết quả hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại Thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.....	49
2.2.2.1 Chỉ tiêu phản ánh doanh số cho vay	49
2.2.2.2 Chỉ tiêu phản ánh dư nợ cho vay khối khách hàng cá nhân.	50
2.2.2.3 Chỉ tiêu cơ cấu cho vay	52
2.2.2.4 Chỉ tiêu doanh số cho vay có tài sản đảm bảo	55
2.2.2.5 Chỉ tiêu phản ánh rủi ro trong cho vay khối khách hàng cá nhân.	56
2.2.2.6. Tốc độ vòng quay vốn cho vay	59
2.3. Kết quả hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.	60
2.3.1. Những kết quả Ngân hàng đã đạt được.....	60
2.3.2. Hạn chế còn tồn tại trong hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.....	60
2.3.3. Nguyên nhân của những hạn chế.	61
CHƯƠNG III: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CHO VAY KHỐI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI SỞ GIAO DỊCH NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM – CHI NHÁNH HÀ NỘI.	64
3.1. Định hướng phát triển cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.....	64
3.1.1 Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh của Vietcombank Hà Nội.....	64
3.1.2 Định hướng phát triển hoạt động cho khối khách hàng cá nhân	66
3.1.2.1 Đối tượng khách hàng.	66
3.1.2.2. Đa dạng hoá sản phẩm.	66
3.1.2.3. Nâng cao chất lượng sản phẩm.	67

3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.	67
.....	67
3.2.1. Xử lý nợ xấu.....	67
3.2.2. Tăng cường cho vay không có tài sản đảm bảo.....	69
3.2.3. Hoàn thiện quy trình cho vay và đánh giá khách hàng.....	70
3.2.4 Giải pháp khác.....	71
3.2.4.1 Tăng cường các hoạt động Marketing đối với cho vay khối khách hàng cá nhân.....	71
3.2.4.2 Tập trung đào tạo nguồn nhân lực cho hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân.....	73
3.2.4.3 Hiện đại hóa cơ sở vật chất và công nghệ ngân hàng.....	74
3.3. Một số kiến nghị.	75
3.3.1. Đối với Chính phủ và các Bộ, ngành liên quan:	75
3.3.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước:	75
3.3.3. Đối với Hội Sở Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam:.....	76
KẾT LUẬN	77

LỜI MỞ ĐẦU

Tính cấp thiết

Chịu sự ảnh hưởng nặng nề của cuộc khủng hoảng tài chính ở Hoa Kỳ, nền kinh tế Việt Nam cũng phải đương đầu với những khó khăn không nhỏ. Từ đầu năm 2010, các chính sách khôi phục kinh tế sau khủng hoảng đã được từng bước thực hiện. Tuy nhiên, chịu tác động mạnh mẽ của suy thoái kinh tế toàn cầu và lạm phát tăng cao, nền kinh tế vẫn chưa thực sự ổn định và còn tồn tại nhiều yếu tố bất lợi. Năm 2011, các doanh nghiệp Việt Nam đã phải trải qua một năm đầy sóng gió với lạm phát tăng cao trên 18% thị trường bất động sản đóng băng, giá vàng, giá dầu liên tiếp lập kỷ lục, chứng khoán triền mien chuỗi ngày lao đao, hàng không tư nhân chết yểu, vỡ nợ tín dụng đen dây truyền, và đặc biệt là có tới hơn 50.000 doanh nghiệp Việt Nam bị phá sản. Tình hình đó đã khiến cho nền kinh tế Việt Nam năm 2012, 2013 phải chịu ảnh hưởng nặng nề.

Đứng trước bối cảnh kinh tế thời giới và trong nước diễn ra phức tạp, các Ngân hàng thương mại muốn tồn tại được phải có những chính sách đúng đắn, các bước đi mang tính thận trọng, dè chừng. Chính vì vậy, các Ngân hàng thương mại cần đưa ra những quyết định tài chính sáng suốt.

Năm 2012 kinh tế Việt Nam không chỉ đối mặt với lạm phát mà còn đối mặt với đình đốn. Theo Tổng cục Thống kê, năm 2012, tình hình kinh tế được dự báo là tiếp tục khó khăn trong sản xuất, đặc biệt là khâu tiêu thụ, hàng tồn kho tăng cao, các doanh nghiệp đều phải cắt giảm sản xuất, tạm ngưng hoặc giải thể cao. Do đó, nhu cầu vay vốn các doanh nghiệp có xu hướng giảm. Bên cạnh đó, tình hình nợ xấu tăng cao tại hầu hết các Ngân hàng thương mại nên hoạt động cho vay khối khách hàng doanh nghiệp đang gặp nhiều hạn chế, vì vậy khuyến khích mở rộng cho vay đối với khối khách hàng cá nhân hết sức cần thiết để duy trì mức tăng trưởng tín dụng, tạo thu nhập cho Ngân hàng. So với cho vay khối khách hàng doanh nghiệp, rủi ro cho vay khối khách hàng cá nhân (chủ yếu cho vay tiêu dùng) thường thấp hơn trong một danh mục cho vay bởi giá trị khoản vay nhỏ, nhưng sự dàn trải

và khó khăn trong kiểm soát, vậy làm thế nào để tạo ra hiệu quả cho hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân ? Đây là bài toán đang được đặt ra với các Ngân hàng thương mại hiện nay.

Sau thời gian thực tập tại Sở giao dịch Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội và qua việc nghiên cứu những số liệu về tình hình cho vay của Ngân hàng, thấy được hoạt động cho vay Khối khách hàng cá nhân của Ngân hàng, cũng là một trong những hoạt động tín dụng cơ bản, mang lại một phần thu nhập cho Ngân hàng nhưng những kết quả đạt được đó chưa xứng đáng với quy mô có thể đạt tới, hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại đây vẫn gặp phải một số khó khăn. Để giải quyết những khó khăn này cũng như phát triển hoạt động cho vay khách hàng cá nhân thì trong thời gian tới ngân hàng cần nghiên cứu và đưa ra những giải pháp khắc phục những khó khăn tồn đọng hiện có. Đây chính là lý do em lựa chọn đề tài “ ***Giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả cho vay khối khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội*** “ để làm đề tài nghiên cứu khoa học của mình.

Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

Hệ thống hoá những vấn đề cơ bản về cho vay khối khách hàng cá nhân của Ngân hàng thương mại, cũng như chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động cho vay nói chung và vay khối khách hàng cá nhân nói riêng.

Đánh giá thực trạng hoạt động cho vay nói chung và cho vay khối khách hàng cá nhân của Sở giao dịch Vietcombank – chi nhánh Hà Nội.

Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả cho vay khối khách hàng cá nhân tại Vietcombank – chi nhánh Hà Nội.

Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu : hoạt động cho vay đối với khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Vietcombank - chi nhánh Hà Nội.

Phạm vi nghiên cứu: Sở giao dịch Vietcombank - chi nhánh Hà Nội, trong khoảng thời gian từ năm 2010 - 2012.

Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thống kê

Phương pháp phân tích so sánh

Phương pháp phân tích chỉ số

Nội dung nghiên cứu

Ngoài phần mở đầu và kết luận, đề tài gồm có 3 chương:

Chương I: Những cơ sở lý luận chung về cho vay khối khách hàng cá nhân của Ngân hàng thương mại.

Chương II: Thực trạng cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.

Chương III: Giải pháp nâng cao hiệu quả cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.

CHƯƠNG I:

NHỮNG CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HIỆU QUẢ CHO VAY KHỎI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.

1.1 Khái niệm ngân hàng thương mại và hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại.

1.1.1 Khái niệm ngân hàng thương mại.

Hiện nay có rất nhiều định nghĩa khác nhau về Ngân hàng thương mại, tại Việt Nam Ngân hàng thương mại được định nghĩa là:

“Ngân hàng Thương mại là loại ngân hàng giao dịch trực tiếp với các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế và cá nhân, bằng cách nhận tiền gửi, tiền tiết kiệm, rồi sử dụng số vốn đó để cho vay, chiết khấu, cung cấp các phương tiện thanh toán và cung ứng dịch vụ ngân hàng cho các đối tượng nói trên”.

Ngân hàng Thương mại (NHTM) thực hiện một số chức năng cơ bản sau:

- **Chức năng trung gian tín dụng**

Chức năng trung gian tín dụng được xem là chức năng quan trọng nhất của NHTM. Khi thực hiện chức năng trung gian tín dụng, NHTM đóng vai trò là cầu nối giữa người thừa vốn và người có nhu cầu về vốn. Với chức năng này, ngân hàng thương mại vừa đóng vai trò là người đi vay, vừa đóng vai trò là người cho vay và hưởng lợi nhuận là khoản chênh lệch giữa lãi suất nhận gửi và lãi suất cho vay và góp phần tạo lợi ích cho tất cả các bên tham gia: người gửi tiền và người đi vay.

- **Chức năng trung gian thanh toán**

NHTM đóng vai trò là thủ quỹ cho các doanh nghiệp và cá nhân, thực hiện các thanh toán theo yêu cầu của khách hàng như trích tiền từ tài khoản tiền gửi của họ để thanh toán tiền hàng hóa, dịch vụ hoặc nhập vào tài khoản tiền gửi của khách hàng tiền thu bán hàng và các khoản thu khác theo lệnh của họ. Các NHTM cung cấp cho khách hàng nhiều phương tiện thanh toán tiện lợi như séc, ủy nhiệm chi, ủy nhiệm thu, thẻ rút tiền, thẻ thanh toán, thẻ tín dụng... Tùy theo nhu cầu, khách hàng có thể chọn cho mình phương thức

thanh toán phù hợp. Nhờ đó mà các chủ thể kinh tế không phải giữ tiền trong túi, mang theo tiền để gặp chủ nợ, gặp người phải thanh toán dù ở gần hay xa mà họ có thể sử dụng một phương thức nào đó để thực hiện các khoản thanh toán. Do vậy các chủ thể kinh tế sẽ tiết kiệm được rất nhiều chi phí, thời gian, lại đảm bảo thanh toán an toàn. Chức năng này vô hình chung đã thúc đẩy lưu thông hàng hóa, đẩy nhanh tốc độ thanh toán, tốc độ lưu chuyển vốn, từ đó góp phần phát triển kinh tế.

- **Chức năng tạo tiền**

Tạo tiền là một chức năng quan trọng, phản ánh rõ bản chất của ngân NHTM. Với mục tiêu là tìm kiếm lợi nhuận như là một yêu cầu chính cho sự tồn tại và phát triển của mình, các NHTM với nghiệp vụ kinh doanh mang tính đặc thù của mình đã vô hình chung thực hiện chức năng tạo tiền cho nền kinh tế. Chức năng tạo tiền được thực thi trên cơ sở hai chức năng khác của NHTM là chức năng tín dụng và chức năng thanh toán. Thông qua chức năng trung gian tín dụng, ngân hàng sử dụng số vốn huy động được để cho vay, số tiền cho vay ra lại được khách hàng sử dụng để mua hàng hóa, thanh toán dịch vụ trong khi số dư trên tài khoản tiền gửi thanh toán của khách hàng vẫn được coi là một bộ phận của tiền giao dịch, được họ sử dụng để mua hàng hóa, thanh toán dịch vụ... Với chức năng này, hệ thống NHTM đã làm tăng tổng phương tiện thanh toán trong nền kinh tế, đáp ứng nhu cầu thanh toán, chi trả của xã hội. ngân hàng thương mại tạo tiền phụ thuộc vào tỉ lệ dự trữ bắt buộc của ngân hàng trung ương đã áp dụng đối với NHTM. Do vậy ngân hàng trung ương có thể tăng tỉ lệ này khi lượng cung tiền vào nền kinh tế lớn.

1.1.2 Hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại.

1.1.2.1 Khái niệm hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại

Cho vay của NHTM là việc chuyển nhượng tạm thời một lượng giá trị từ NHTM (người sở hữu) sang khách hàng vay (người sử dụng), sau một thời gian nhất định quay trở lại NHTM với lượng giá trị lớn hơn lượng giá trị ban đầu.

Hay có thể hiểu cho vay là quan hệ giữa một bên là người cho vay (NHTM) bằng cách chuyển tiền, tài sản sang bên người vay (khách hàng) để

sử dụng trong thời gian nhất định với cam kết của người vay là khoản hoàn trả cả gốc lẫn lãi khi đến hạn.

Ở Việt Nam, các NHTM không cho vay để thực hiện các nội dung sau:

- Mua sắm các tài sản, chi phí hình thành nên tài sản mà pháp luật cấm mua bán, chuyển nhượng.

- Thanh toán các khoản chi phí thực hiện các giao dịch mà pháp luật cấm.

- Các nhu cầu tài chính để giao dịch mà pháp luật cấm.

1.1.2.2 Phân loại cho vay của ngân hàng thương mại.

➤ **Căn cứ vào thời hạn vay**

Căn cứ theo thời hạn cho vay thì cho vay được chia làm 3 loại sau đây:

- **Cho vay ngắn hạn:** Là các khoản vay có thời hạn cho vay đến 12 tháng và được sử dụng để bù đắp sự thiếu hụt vốn lưu động của các doanh nghiệp và các nhu cầu chi tiêu ngắn hạn của cá nhân.

- **Cho vay trung hạn:** là các khoản vay có thời hạn cho vay từ 12 tháng đến 60 tháng. Tín dụng trung hạn chủ yếu được sử dụng để đầu tư mua sắm tài sản cố định, cải tiến hoặc đổi mới thiết bị công nghệ, mở rộng sản xuất kinh doanh, xây dựng các dự án mới có qui mô nhỏ và thời gian thu hồi vốn nhanh.

- **Cho vay dài hạn:** là các khoản vay có thời hạn cho vay từ trên 60 tháng trở lên. Tín dụng trung hạn là loại tín dụng được cung cấp để đáp ứng các nhu cầu dài hạn như xây dựng nhà ở, các thiết bị, phương tiện vận tải có qui mô lớn, xây dựng các xí nghiệp mới.

➤ **Căn cứ vào độ tín nhiệm của khách hàng**

Theo căn cứ này cho vay được chia làm hai loại:

- **Cho vay không có tài sản bảo đảm:** Là loại cho vay không có tài sản thế chấp, cầm cố hoặc sự bảo lãnh của người thứ ba, mà việc cho vay chỉ dựa vào uy tín của bản thân khách hàng. Loại tín dụng này thường được cấp cho khách hàng có uy tín lớn, trung thực trong kinh doanh, có khả năng tài chính lành mạnh, thường xuyên làm ăn có lãi, ít xảy ra tình trạng nợ nần dây dưa, hoặc món vay tương đối nhỏ so với qui mô vốn của người vay. Các khoản cho vay đối với các tổ chức tài chính lớn, các công ty lớn, hoặc những khoản cho vay

trong thời gian ngắn mà ngân hàng có khả năng giám sát việc bán hàng...cũng có thể không cần tài sản đảm bảo.

- **Cho vay có tài sản đảm bảo:** Là loại cho vay dựa trên các bảo đảm như thế chấp, cầm cố hoặc sự bảo lãnh của bên thứ ba. Sự bảo đảm cho phép các ngân hàng có được nguồn thu nợ thứ hai bằng cách bán tài sản đó khi nguồn thu nợ thứ nhất từ quá trình sản xuất kinh doanh của khách hàng không đủ để trả nợ ngân hàng. Hình thức này thường áp dụng với các khách hàng chưa có uy tín, hoặc uy tín không cao đối với ngân hàng.

➤ ***Căn cứ vào phương thức cho vay***

Theo căn cứ này, cho vay chia làm hai loại:

- **Cho vay bằng tiền:** Là hình thức cho vay mà hình thái giá trị của tín dụng được cung cấp bằng tiền. Đây là loại cho vay chủ yếu của các ngân hàng và việc thực hiện bằng các kỹ thuật như: tín dụng ứng trước, thấu chi, tín dụng thời vụ, tín dụng trả góp...

- **Cho vay bằng tài sản:** cho vay bằng tài sản được áp dụng đó là tài trợ thuê mua. Theo phương thức cho vay này ngân hàng hay các công ty thuê mua (thông thường đây là các Công ty con của Ngân hàng) cung cấp trực tiếp tài sản cho người đi vay được gọi là người đi thuê và theo định kỳ người đi thuê hoàn trả nợ vay bao gồm cả gốc lẫn lãi.

➤ ***Căn cứ vào nguồn gốc khoản vay***

Dựa vào căn cứ này cho vay chia thành hai loại

- **Cho vay trực tiếp:** Là hình thức cho vay trong đó ngân hàng cấp vốn trực tiếp cho người có nhu cầu, đồng thời người đi vay trực tiếp hoàn trả nợ vay cho ngân hàng.

- **Cho vay gián tiếp:** Là khoản cho vay được thực hiện thông qua việc mua lại các khế ước hoặc chứng từ nợ đã phát sinh và còn trong thời hạn thanh toán

➤ ***Căn cứ vào mục đích sử dụng tiền vay***

- **Cho vay khối khách hàng cá nhân:** Là các khoản vay nhằm đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của cá nhân, hộ gia đình như mua nhà, sửa chữa nhà, mua phương tiện đi lại, học tập, khám chữa bệnh, du lịch....

- **Cho vay sản xuất kinh doanh:** Là các khoản cho vay đối với các tổ chức, doanh nghiệp để tiến hành các hoạt động sản xuất kinh doanh.

1.2 Hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại.

1.2.1. Tổng quan về cho vay khối khách hàng cá nhân.

1.2.1.1 Khái niệm cho vay khối khách hàng cá nhân

Cho vay là một trong những chức năng kinh tế hàng đầu của các Ngân hàng, để tài trợ cho nhu cầu chi tiêu của các thành phần trong nền kinh tế. Trong hoạt động kinh doanh ngân hàng, tín dụng là nghiệp vụ sinh lời chủ yếu, chiếm từ 1/3 đến 2/3 nguồn thu của các ngân hàng. Các ngân hàng cung cấp nhiều loại hình cho vay khác nhau dựa trên quy mô của từng ngân hàng, tương ứng với sự đa dạng trong mục đích vay, trên cơ sở đó mà tín dụng được phân thành nhiều loại như : cho vay ngắn hạn, cho vay dài hạn, cho vay cá nhân, cho thuê...trong đó mảng cho vay tiêu dùng là một trong những thị trường đầy tiềm năng của các ngân hàng.

Vậy cho vay khối khách hàng cá nhân là gì?

Trên thực tế có rất nhiều định nghĩa khác nhau về cho vay khách hàng cá nhân. Nhưng nhìn chung, cho vay khối khách hàng cá nhân (chủ yếu là cho vay tiêu dùng) có thể hiểu là: “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 những người này trang trải nhu cầu nhà ở, đồ dùng gia đình, xe cộ,... Bên cạnh đó, những chi tiêu cho nhu cầu giáo dục, y tế và dịch vụ.... cũng có thể được tài trợ bởi vay khối khách hàng cá nhân.”

1.2.1.2 Đặc điểm của cho vay khối khách hàng cá nhân.

Ngoài những đặc trưng chung của tín dụng ngân hàng: là quan hệ vay mượn dựa trên cơ sở niềm tin, là quan hệ vay mượn có thời hạn và có hoàn trả, tiền vay được cấp dựa trên cơ sở hoàn trả vô điều kiện, cho vay khối khách hàng cá nhân có những đặc điểm riêng như sau:

- ✓ **Khách hàng vay:** là các cá nhân và hộ gia đình. Thu nhập và tiêu dùng có mối quan hệ thuận chiều với nhau nên những người có thu nhập cao thường

có xu hướng vay tiền nhiều hơn những người có thu nhập thấp, và thường có nhu cầu vay nhiều hơn so với thu nhập hàng năm của mình. Tương tự như vậy, những gia đình mà chủ gia đình hay người tạo ra thu nhập chính có học vấn cao cũng thường có nhu cầu sử dụng những hàng hóa hiện đại và đắt tiền hơn, do đó mà nhu cầu tiêu dùng cũng cao hơn.

- ✓ **Mục đích vay:** Đáp ứng nhu cầu cá nhân. Các nhu cầu đó có thể liệt kê như : mua nhà, xây dựng nhà cửa, mua sắm vật dụng gia đình, chữa bệnh, đi học,...
- ✓ **Quy mô khoản vay:** Ngoại trừ khoản vay bất động sản, hầu hết các khoản vay khối khách hàng cá nhân đều có giá trị nhỏ. Tuy nhiên đối tượng của tín dụng khối khách hàng cá nhân là mọi tầng lớp dân cư trong xã hội nên số lượng các khoản vay lại lớn. Khi khách hàng định mua bất cứ vật dụng gì, họ đều đã có một khoản tích lũy từ trước bởi vì ngân hàng không bao giờ cho vay 100% nhu cầu vốn. Vì thế, nhu cầu vốn của người tiêu dùng thường không quá lớn đối với ngân hàng ngay cả khi vay để mua nhà, xây nhà,...
- ✓ **Nhu cầu vay của khách hàng thường phụ thuộc vào chu kỳ kinh tế:** Đối với người tiêu dùng, nhờ vay khối khách hàng cá nhân họ được hưởng các tiện ích trước khi tích lũy đủ tiền. Thông thường, khi nền kinh tế tăng trưởng mạnh, thu nhập của người dân cũng tăng lên, họ cảm thấy lạc quan về tương lai, do đó họ có nhu cầu mua sắm nhiều hơn, vì vậy nhu cầu về vay khối khách hàng cá nhân có xu hướng tăng mạnh. Ngược lại khi nền kinh tế suy thoái, sản xuất giảm, do đó để kích thích tiêu dùng, Chính phủ và Ngân hàng thương mại sẽ đẩy mạnh cho vay tiêu giảm nhiều hơn.
- ✓ **Cho vay khối khách hàng cá nhân là khoản mục có rủi ro cao nhất do các nguyên nhân:**
 - Nguồn trả nợ chủ yếu từ thu nhập của người đi vay, mà tình hình tài chính của các cá nhân và hộ gia đình có thể thay đổi nhanh chóng tùy theo tình trạng công việc hay sức khỏe của họ nên họ không dễ dàng vượt qua khó khăn về tài chính so với một hãng kinh doanh.
 - Việc thẩm định và quyết định cho vay đối với các khoản vay tiêu dùng thường gặp khó khăn do vấn đề thông tin không đầy đủ. Các thông tin cá nhân

đưa ra thường không rõ ràng và minh bạch như các báo cáo tài chính của doanh nghiệp. Trong khi các doanh nghiệp có báo cáo kiểm toán thì các cá nhân lại dễ dàng giữ kín thông tin về triển vọng công việc cũng như sức khỏe của mình.

- ✓ **Chi phí quản lý khoản vay khách hàng cá nhân lớn:** Các ngân hàng thường mất nhiều thời gian và nhân lực để điều tra, thu thập các thông tin cá nhân, hộ gia đình trước khi phát tiền vay. Trong khi đó, số lượng các khoản cho vay khối khách hàng cá nhân lại lớn khiến chi phí để quản lý các khoản tín dụng này của ngân hàng là rất lớn, không những vậy ngân hàng còn phải chịu những chi phí khác như chi phí quản lý khoản vay, theo dõi với khách hàng thường xuyên.
- ✓ **Lợi nhuận từ cho vay khối khách hàng cá nhân cao:** Do rủi ro và chi phí cao nên ngân hàng thường đặt mức lãi suất cao đối với các khoản cho vay tiêu dùng. Lãi suất cho vay tiêu dùng phải đáp ứng được phần lợi nhuận mong đợi và phân bù rủi ro.

1.2.1.3 Vai trò của cho vay khối khách hàng cá nhân.

❖ **Vai trò của cho vay khối khách hàng cá nhân đối với nền kinh tế**

Cho vay khối khách hàng cá nhân có vai trò rất lớn đối với nền kinh tế và cả xã hội nói chung. Cho vay khối khách hàng cá nhân là tác nhân hỗ trợ tích cực nhằm thúc đẩy tiêu dùng của cá nhân và hộ gia đình giúp kích cầu cho nền kinh tế, qua đó thúc đẩy nền kinh tế tăng trưởng, phát triển xã hội.

+ Cho vay khối khách hàng cá nhân (chủ yếu là cho vay tiêu dùng) là đòn bẩy quan trọng trong kích thích nền sản xuất phát triển, tạo điều kiện thúc đẩy nền kinh tế tăng trưởng. Bởi sản xuất phát triển xuất phát từ nhu cầu, có cầu mới có cung. Tuy nhiên nhu cầu ấy phải có khả năng thanh toán. Chính cho vay khối khách hàng cá nhân của ngân hàng làm cho nhu cầu tiêu dùng có khả năng thanh toán tăng lên, việc tiêu dùng sẽ kịp thời hơn, quá trình tiêu thụ hàng hóa được nhanh chóng và thuận tiện hơn, nhà sản xuất có đủ cơ sở và vốn để mở rộng sản xuất kinh doanh đáp ứng nhu cầu xã hội, thúc đẩy nền

kinh tế phát triển. Cho vay khối khách hàng cá nhân đã giúp vốn của dân cư không bị ứ đọng, tăng vòng quay của vốn, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

+ Cho vay khối khách hàng cá nhân là kênh dẫn vốn gián tiếp đóng vai trò hết sức quan trọng trong việc dịch chuyển một khối lượng các nguồn tài chính đáp ứng nhu cầu về vốn cho nền kinh tế. Cho vay khối khách hàng cá nhân tạo cơ hội giảm chi phí trao đổi, mở rộng thị trường hàng hóa – dịch vụ và phân công hiệu quả các nguồn lực cho phát triển, tăng sản lượng, việc làm, và thu nhập cho người lao động.

+ Cho vay khối khách hàng cá nhân góp phần nâng cao đời sống dân cư, hỗ trợ họ trong việc mua sắm nhà cửa, xe cộ, các đồ dùng khác, các dịch vụ về giáo dục và y tế... Từ đó giúp nhân dân thỏa mãn nhu cầu về cả vật chất lẫn tinh thần, giảm sự tách biệt giữa người giàu và người nghèo.

❖ **Vai trò của cho vay khối khách hàng cá nhân đối với các Ngân hàng thương mại.**

+ Giúp ngân hàng mở rộng quan hệ với khách hàng, từ đó làm tăng khả năng huy động các loại tiền gửi hay các sản phẩm đi kèm khác của ngân hàng. Khách hàng của thường cho vay khối khách hàng cá nhân hứa hẹn là những khách hàng có tình hình tài chính tốt trong tương lai, và khách hàng thường không muốn gửi tiền của mình vào ngân hàng mà họ cho rằng mình sẽ không có triển vọng vay lại từ chính ngân hàng đó khi mình có nhu cầu. Do vậy, phát triển có cho vay khối khách hàng cá nhân thể giúp ngân hàng tăng nguồn vốn huy động trong tương lai. Đây là nguồn vốn hết sức quan trọng giúp ngân hàng hoạt động và mở rộng kinh doanh, giúp ngân hàng tăng thêm lợi nhuận tiềm năng.

+ Tạo điều kiện cho ngân hàng đa dạng hóa hoạt động kinh doanh, từ đó tăng lợi nhuận và phân tán rủi ro cho ngân hàng. Vì đặc trưng của hoạt động kinh doanh ngân hàng là rủi ro cao, phương thức được ngân hàng áp dụng để giảm thiểu rủi ro là đa dạng hóa danh mục đầu tư, tránh tình trạng chỉ tập trung vào một loại hình kinh doanh, vì một khi rủi ro xảy ra thì khủng hoảng là điều khó tránh khỏi và còn dẫn đến khủng hoảng của toàn hệ thống

ngân hàng. Hơn nữa, cho vay khối khách hàng cá nhân có đặc trưng là số lượng khoản vay lớn nhưng giá trị khoản vay nhỏ nên cũng góp phần phân tán rủi ro cho ngân hàng. Thực tế, cho vay khối khách hàng cá nhân thường là một trong những khoản mục tài sản mang lại lợi nhuận rất cao cho ngân hàng.

+ Cho vay khối khách hàng cá nhân còn giúp cho nhân viên ngân hàng hoàn thiện kiến thức nghiệp vụ của mình, từ đó phục vụ khách hàng tốt hơn, tăng uy tín hình ảnh cho ngân hàng.

Bên cạnh hai nhược điểm chính là rủi ro và chi phí cao thì cho vay khối khách hàng cá nhân còn có những lợi ích đối với nền kinh tế.

❖ **Vai trò của cho vay khối khách hàng cá nhân đối với người tiêu dùng.**

Xã hội càng phát triển thì càng phát sinh nhiều nhu cầu tiêu dùng. Tuy nhiên không phải nhu cầu nào cũng được đáp ứng bởi khả năng tự tài trợ làm xuất hiện mâu thuẫn giữa nhu cầu tiêu dùng và khả năng tích lũy. Vì vậy cho vay khối khách hàng cá nhân cá nhân đã ra đời góp phần cải thiện, nâng cao đời sống nhân dân. Cho vay khối khách hàng cá nhân giúp đáp ứng kịp thời các nhu cầu chi tiêu như mua sắm sửa chữa nhà cửa, dùng sinh hoạt, ô tô, xe máy,... nhất là những nhu cầu mang tính cấp bách như y tế, giáo dục,... Nhờ đó người tiêu dùng được hưởng những tiện ích của hàng hóa dịch vụ trước khi họ tích lũy đủ tiền.

1.2.1.4 Các hình thức cho vay khối khách hàng cá nhân.

Có rất nhiều tiêu thức khác nhau nhằm giúp các NHTM đưa ra một cái nhìn toàn diện về cho vay khối khách hàng cá nhân ở những góc độ khác nhau, từ đó các NHTM đưa ra chính sách quản lý đối với các khoản vay này.

*** Căn cứ vào mục đích vay.**

Căn cứ vào mục đích vay, cho vay khối khách hàng cá nhân (chủ yếu là cho vay tiêu dùng) được chia ra làm hai loại:

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

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

*** Căn cứ vào phương thức hoàn trả.**

Căn cứ vào phương thức hoàn trả, cho vay khối khách hàng cá nhân có thể chia làm ba loại:

- **Cho vay khối khách hàng cá nhân trả góp:** Đây là hình thức CVTD trong đó người đi vay trả nợ (gồm số tiền gốc và lãi) cho ngân hàng nhiều lần, theo những kỳ hạn nhất định trong thời hạn cho vay. Phương thức này được áp dụng cho những khoản vay có giá trị lớn hoặc thu nhập định kỳ của người đi vay không đủ khả năng thanh toán hết một lần số nợ vay.

Đối với loại cho vay này, các NHTM thường quan tâm đến một số vấn đề mang tính nguyên tắc sau:

+ Loại tài sản được tài trợ:

Loại tài sản được tài trợ có ảnh hưởng lớn đến thiện chí trả nợ của khách hàng. Thiện chí trả nợ của người đi vay sẽ tốt hơn nếu tài sản hình thành từ tiền vay đáp ứng nhu cầu thiết yếu đối với họ lâu dài trong tương lai. Chính vì vậy nên ngân hàng thường muốn tài trợ cho nhu cầu mua sắm những tài sản có thời hạn sử dụng lâu bền hoặc có giá trị lớn. Vì với những tài sản như vậy, người tiêu dùng sẽ hưởng những tiện ích của chúng trong một thời gian dài nên thiện chí trả nợ của họ sẽ tốt hơn.

+ Số tiền phải trả trước:

Ngân hàng thường yêu cầu người đi vay phải thanh toán trước một phần giá trị tài sản cần mua sắm, số tiền này được gọi là số tiền trả trước. Phần còn lại ngân hàng sẽ cho vay. Số tiền trả trước cần phải đủ lớn một mặt, một mặt làm cho người đi vay nghĩ rằng họ chính là chủ sở hữu tài sản, Mặt khác có tác dụng hạn chế rủi ro cho ngân hàng. Một khi không cảm nhận được rằng mình chính là chủ sở hữu của tài sản hình thành từ tiền vay thì người đi vay có thể sẽ có thái độ miễn cưỡng trong việc trả nợ. Ngoài ra khi khách hàng không trả được nợ, trong nhiều trường hợp ngân hàng đành phải thụ

đắc hoặc phát mãi tài sản để thu hồi nợ. Hầu hết các tài sản đã qua sử dụng đều bị giảm giá trị thường nhỏ hơn giá trị đã hạch toán của tài sản, cho nên số tiền trả trước có một vai trò rất quan trọng giúp ngân hàng hạn chế rủi ro.

Số tiền trả trước nhiều hay ít thường tùy thuộc vào các yếu tố sau:

- Loại tài sản: Đối với loại tài sản có mức độ giảm giá nhanh thì số tiền trả trước nhiều và ngược lại, đối với các tài sản có mức độ giảm giá chậm, thì số tiền trả trước ít.

- Thị trường tiêu thụ tài sản sau khi đã qua sử dụng: Tài sản sau khi sử dụng vẫn có thể được tiếp tục mua, bán dễ dàng thì số tiền trả trước có xu hướng thấp, ngược lại nếu tài sản đã qua sử dụng mà rất khó tìm được thị trường tiêu thụ thì số tiền trả trước có xu hướng cao hơn.

- Môi trường kinh tế : là hệ thống hoàn cảnh cấu tạo các nhân tố tạo điều kiện, cơ sở, đồng thời tác động đến các yếu tố của nền kinh tế từ sản xuất, phân phối, lưu thông đến tiêu dùng. Bao gồm những yếu tố của sản xuất như tình hình cung cấp, thị trường về các loại như vật tư, nguyên liệu, sức lao động, tình hình vốn, tài chính tín dụng, thu nhập dân cư, giá cả thị trường, sức mua của dân cư và dung lượng thị trường, quan hệ kinh tế với nước ngoài. Như vậy, khi môi trường kinh tế thay đổi theo chiều hướng thuận lợi thì số tiền trả trước có xu hướng thấp và ngược lại, khi nền kinh tế thay chiều hướng bất lợi thì số tiền trả trước có xu hướng cao hơn.

+ Năng lực tài chính của người đi vay.

Là yếu tố quyết định khả năng trả nợ của khách hàng do vậy với những khách hàng có năng lực tài chính tốt thì số tiền trả trước có thể thấp hơn so với những khách hàng có năng lực tài chính kém hơn

+ Chi phí tài trợ

Đây là chi phí mà người đi vay phải trả cho ngân hàng cho việc sử dụng vốn. Chi phí tài trợ bao gồm lãi vay và các chi phí khác có liên quan. Chi phí tài trợ phải trang trải cho được chi phí vốn tài trợ, chi phí hoạt động, rủi ro, đồng thời mang lại một phần lợi nhuận thoả đáng cho ngân hàng.

+ Điều khoản thanh toán

Khi xác định các điều khoản liên quan đến việc thanh toán nợ của khách hàng, ngân hàng thường chú ý tới một số vấn đề sau:

- Số tiền thanh toán mỗi định kỳ phải phù hợp với khả năng về thu nhập, trong mối quan hệ hài hoà với các nhu cầu chi tiêu khác của khách hàng.
- Giá trị của tài sản tài trợ không thấp hơn số tiền tài trợ chưa được thu hồi
- Kỳ hạn trả nợ phải thuận lợi cho việc trả nợ của khách hàng. kỳ hạn trả nợ thường theo tháng. Vì thông thường nguồn trả nợ chính của người vay khỏi khách hàng cá nhân là lương, được nhận hàng tháng.
- Thời hạn tài trợ không nên quá dài. Thời hạn tài trợ bị giới hạn bởi thời hạn hoạt động của tài sản tài trợ. Thời hạn tài trợ quá dài dễ làm giá trị tài sản tài trợ bị giảm mạnh. Hơn nữa, khi thời hạn tài trợ quá dài thì thiện chí trả nợ của người đi vay cũng như việc thu hồi nợ thường gặp nhiều rắc rối.
- **Cho vay khỏi khách hàng cá nhân phi trả góp:** các khoản cho vay phi trả góp chỉ được cấp cho các khoản vay có giá trị nhỏ, với thời hạn không dài. Theo phương pháp này tiền vay được khách hàng thanh toán một lần khi đến hạn.
- **Cho vay khỏi khách hàng cá nhân tuần hoàn:** là các khoản cho vay khỏi khách hàng cá nhân trong đó ngân hàng cho phép khách hàng sử dụng thẻ tín dụng hoặc phát hành loại séc được phép thấu chi dựa trên tài khoản vãng lai.

Theo phương pháp này, trong thời hạn tín dụng được thoả thuận trước, căn cứ vào nhu cầu chi tiêu và thu nhập kiếm được từng kỳ, khách hàng được ngân hàng cho phép thực hiện việc vay và trả nợ nhiều kỳ một cách tuần hoàn, theo hạn mức tín dụng.

Lãi phải trả mỗi kỳ có thể được tính dựa trên một trong ba cách sau:

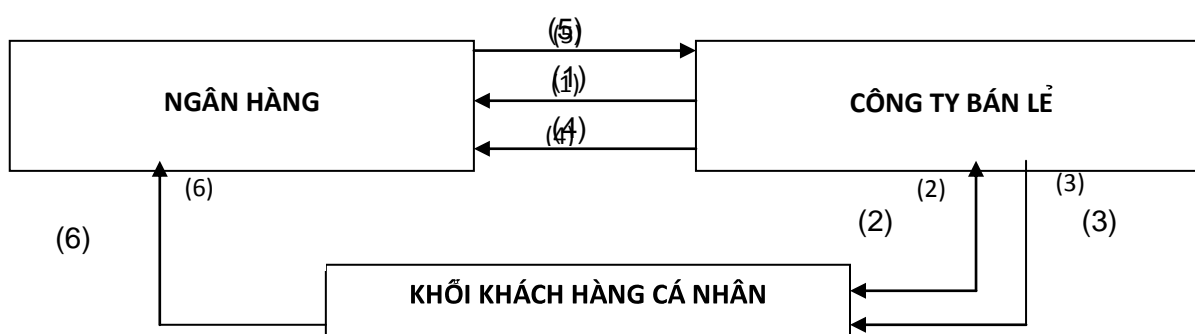
- Lãi được tính trên số dư nợ đã được điều chỉnh: Theo phương pháp này số dư nợ được dùng để tính lãi là số dư nợ cuối cùng của mỗi kỳ sau khi khách hàng đã thanh toán nợ cho ngân hàng.
- Lãi được tính dựa trên số dư nợ trước khi được điều chỉnh: Theo phương pháp này, số dư nợ dùng để tính lãi là số dư nợ mỗi kỳ có trước khi khoản nợ được thanh toán.-Lãi được tính trên cơ sở dư nợ bình quân.

* Căn cứ vào nguồn gốc khoản nợ

Căn cứ vào nguồn gốc khoản nợ, cho vay khối khách hàng cá nhân gồm:

- **Cho vay khối khách hàng cá nhân gián tiếp:** là hình thức cho vay trong đó ngân hàng mua các khoản nợ phát sinh do những công ty bán lẻ bán chịu hàng hoá hay dịch vụ cho người tiêu dùng.

Thông thường cho vay khối khách hàng cá nhân gián tiếp được thực hiện theo sơ đồ sau:



(1): Ngân hàng và công ty bán lẻ ký kết hợp đồng mua bán chịu. Trong hợp đồng, ngân hàng thường đưa ra các điều kiện về đối tượng khách hàng được bán chịu tối đa và loại tài sản bán chịu.

(2): Công ty bán lẻ và người tiêu dùng ký kết hợp đồng mua bán chịu hàng hoá. Thông thường người tiêu dùng phải trả trước một phần giá trị tài sản.

(3): Công ty bán lẻ giao tài sản cho người tiêu dùng

(4): Công ty bán lẻ bán toàn bộ chứng từ bán chịu hàng hoá cho ngân hàng.

(5): Ngân hàng thanh toán tiền cho công ty bán lẻ

(6): Người tiêu dùng thanh toán tiền cho công ty bán lẻ

✚ **Cho vay khối khách hàng cá nhân gián tiếp có một số ưu điểm sau:**

- Cho phép ngân hàng dễ dàng tăng doanh số cho vay khối khách hàng cá nhân.
- 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 khỏi khách hàng cá nhân gián tiếp an toàn hơn cho vay khỏi khách hàng cá nhân trực tiếp.

✚ Một số nhược điểm của cho vay khỏi khách hàng cá nhân gián tiếp:

- 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 hoá.
- Kỹ thuật nghiệp vụ cho vay khỏi khách hàng cá nhân gián tiếp có tính phức tạp cao.

✚ Cho vay khỏi khách hàng cá nhân gián tiếp thường được thực hiện thông qua các phương thức sau:

▪ *Tài trợ truy đòi toàn bộ:*

Theo phương thức này khi bán cho ngân hàng các khoản nợ mà người tiêu dùng đã mua chịu, công ty bán lẻ cam kết sẽ thanh toán cho ngân hàng toàn bộ các khoản nợ nếu khi đến hạn, người tiêu dùng không thanh toán cho ngân hàng.

▪ *Tài trợ truy đòi hạn chế:*

Theo phương thức này, trách nhiệm của công ty bán lẻ đối với các khoản nợ người tiêu dùng mua chịu không thanh toán chỉ giới hạn trong một chừng mực nhất định, phụ thuộc vào các điều khoản đã được thoả thuận giữa ngân hàng với công ty bán lẻ.

Các thoả thuận thường gặp trong truy đòi hạn chế:

- Công ty bán lẻ phải chịu trách nhiệm thanh toán một phần nợ trong trường hợp nếu người mua chịu không đủ các tiêu chuẩn tín dụng do ngân hàng.

- Công ty bán lẻ cam kết chịu trách nhiệm cho toàn bộ số nợ đã bán chịu cho đến khi ngân hàng thu hồi được một số lượng khoản nợ nhất định đúng hạn.

- Toàn bộ trách nhiệm thanh toán nợ của công ty bán lẻ được giới hạn theo một tỷ lệ nhất định so với tổng số nợ trong một thời hạn nhất định.

- Toàn bộ trách nhiệm thanh toán nợ của công ty bán lẻ được giới hạn trong phạm vi số tiền sự phòng ký gửi tại ngân hàng. Thường thì số tiền dự phòng được trích từ chênh lệch giữa chi phí tài trợ mà công ty bán lẻ tính cho người mua chịu và chi phí tài trợ mà công ty bán lẻ tính cho người mua chịu và chi phí tài trợ mà ngân hàng tính cho công ty bán lẻ. Số tiền dự phòng tại ngân hàng có tác dụng hạn chế rủi ro cho ngân hàng khi người mua chịu không trả nợ trước hạn hoặc trả nợ trước hạn.

Tài trợ miễn truy đòi:

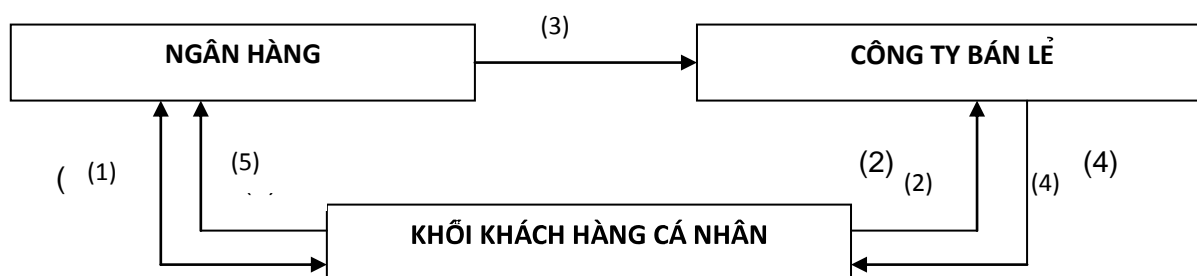
Theo phương pháp này sau khi bán các khoản nợ cho ngân hàng, công ty bán lẻ không còn chịu trách nhiệm cho việc chúng có được hoàn trả hay không. Phương thức này chứa đựng rủi ro cao cho ngân hàng nên chi phí tài trợ thường được các ngân hàng tính cao hơn so với các phương thức nói trên và các khoản nợ được mua được kén chọn rất kỹ. Ngoài ra chỉ có những công ty bán lẻ được ngân hàng rất tin cậy mới áp dụng phương thức này.

▪ *Tài trợ có mua lại:*

Khi thực hiện CVTD gián tiếp theo phương thức miễn truy đòi hoặc truy đòi một phần nếu rủi ro xảy ra, người tiêu dùng không trả nợ thì ngân hàng thường phải thanh ký tài sản để thu hồi nợ. Trong trường hợp này, nếu có thoả thuận trước thì ngân hàng có thể bán trở lại cho công ty bán lẻ phần nợ mình chưa được thanh toán kèm với tài sản được thụ đắc trong một thời hạn nhất định

➤ **Cho vay tiêu dùng trực tiếp:** là các khoản CVTD trong đó ngân hàng trực tiếp tiếp xúc và cho khách hàng vay cũng như trực tiếp thu hồi nợ từ người này.

CVTD trực tiếp thường được thực hiện qua sơ đồ sau:



(1): Ngân hàng và người tiêu dùng ký kết hợp đồng vay.

(2): Người tiêu dùng trả trước một phần số tiền mua tài sản cho công ty bán lẻ

(3): Ngân hàng thanh toán số tiền mua tài sản còn thiếu cho công ty bán lẻ.

(4): Công ty bán lẻ giao tài sản cho người tiêu dùng.

(5): Người tiêu dùng thanh toán tiền vay cho ngân hàng.

✚ So với CVTD gián tiếp, CVTD trực tiếp ngân hàng có thể tận dụng được một số ưu điểm sau:

- Ngân hàng có thể tận dụng được sở trường của nhân viên tín dụng, nên các quyết định tín dụng trực tiếp của ngân hàng thường có chất lượng cao hơn.
- Do tiếp xúc trực tiếp với khách hàng nên CVTD linh hoạt hơn so với CVTD 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 thoả mãn quyền lợi cho cả hai phía khách hàng lẫn ngân hàng.

✚ Nhược điểm của CVTD trực tiếp:

- Ngân hàng thường khó tăng doanh số cho vay
- Ngân hàng thường khó mở rộng quan hệ tín dụng với khách hàng vì ngân hàng phải trực tiếp tiếp xúc với khách hàng mà số lượng cán bộ tín dụng của ngân hàng không đủ để đáp ứng
- Chi phí cao hơn nên lãi suất cho vay thường cao

✚ Các hình thức CVTD trực tiếp:

- *Cho vay trả theo định kỳ* : theo phương pháp này, khách hàng vay và trả trực tiếp với ngân hàng, với mức trả và thời hạn trả mỗi lần được quy định khi cho vay, thường là một lần trên tháng. Nếu được cấp tiền vay, toàn bộ số tiền vay được ghi nợ tài khoản cho vay và ghi có tài khoản tiền gửi cá nhân hoặc giao tiền mặt cho khách hàng

- *Thấu chi* : là hình thức cấp tín dụng ứng trước đặc biệt trên cơ sở hạn mức tín dụng, được thực hiện bằng cách cho phép khách hàng được sử dụng dư nợ trong một thời hạn nhất định trên tài khoản vãng lai và mức dư nợ tối đa bằng hạn mức tín dụng đã cam kết

- *Thẻ tín dụng* : là hình thức cấp tín dụng trong đó ngân hàng phát hành thẻ tín dụng cho những người có tài khoản, đủ điều kiện cấp thẻ và ấn định mức giới hạn tín dụng tối đa mà người có thẻ được phép sử dụng. Mỗi tấm thẻ có một mức tín dụng nhất định, và mức này có thể thay đổi tùy theo mức độ tín nhiệm và tùy theo yêu cầu của khách hàng. Nếu chi trả chậm hoặc một số khoản chi trả không đúng thời hạn, thẻ có thể bị thu hồi. Thẻ được tái phát hành định kỳ, điều này cho phép ngân hàng đánh giá lại được khả năng thanh toán của chủ thẻ.

Một số loại thẻ tín dụng phổ biến hiện nay:

- Căn cứ vào đặc tính kỹ thuật : Thẻ tín dụng bao gồm thẻ băng từ (magnetic Card), Thẻ thông minh (Smart Card)...
- Căn cứ vào chủ thể phát hành: Thẻ do ngân hàng phát hành (Bank Card) như thẻ Visa, Master,... Thẻ do các tổ chức phi ngân hàng phát hành (Non-Bank Card) phát hành như thẻ Dinner, Amex Card,...
- Căn cứ vào hạn mức tín dụng: Thẻ vàng (Gold Card), Thẻ thường (Blue Card)
- Căn cứ vào phạm vi sử dụng thẻ : Thẻ nội địa và thẻ quốc tế

1.3 Nội dung cơ bản của hiệu quả cho vay tiêu dùng.

1.3.1 Khái niệm hiệu quả cho vay tiêu dùng.

Hiệu quả cho vay tiêu dùng được hiểu là khả năng đáp ứng một cách phù hợp nhất nhu cầu về vốn của khách hàng tiêu dùng trên cơ sở đảm bảo an toàn và sinh lợi cho ngân hàng.

1.3.2 Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân.

❖ Chỉ tiêu định lượng.

1.3.2.1. Chỉ tiêu phản ánh doanh số cho vay.

Doanh số cho vay là tổng số tiền ngân hàng cho vay tiêu dùng trong kì nhất định, thường tính theo năm tài chính. Nếu kết hợp được doanh số cho vay nhiều thời kì ta sẽ phần nào thấy được xu thế của hoạt động cho vay.

➤ **Chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng doanh số cho vay tuyệt đối:**

$$\text{Giá trị tăng trưởng doanh số tuyệt đối} = \frac{\text{Tăng doanh số cho vay năm (t)} - \text{Tăng doanh số cho vay năm (t-1)}}{\text{Tăng doanh số cho vay năm (t-1)}}$$

⇒ Chỉ tiêu này cho biết doanh số cho vay năm nay tăng so với năm trước về số tuyệt đối là bao nhiêu. Khi chỉ tiêu này tăng, tức là tổng số tiền mà ngân hàng cấp cho khách hàng vay tiêu dùng cũng tăng, từ đó thể hiện hoạt động cho vay của ngân hàng được mở rộng.

➤ **Chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng doanh số cho vay tương đối:**

$$\text{Giá trị tăng trưởng doanh số tương đối} = \frac{\text{Giá trị tăng trưởng doanh số tuyệt đối}}{\text{Tổng doanh số năm (t-1)}} \times 100 \%$$

⇒ Chỉ tiêu này phản ánh tốc độ tăng trưởng cho vay tiêu dùng. Khi chỉ tiêu này tăng có nghĩa là tốc độ tăng doanh số cho vay tiêu dùng tăng nhanh hơn.

➤ **Chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng về tỉ trọng.**

$$\text{Tỷ trọng doanh số cho vay} = \frac{\text{Tổng doanh số cho vay}}{\text{Tổng doanh số hoạt động cho vay}} \times 100 \%$$

⇒ Chỉ tiêu này cho biết doanh số của hoạt động cho vay tiêu dùng chiếm tỷ lệ bao nhiêu trong tổng doanh số hoạt động cho vay của ngân hàng. Chỉ tiêu này càng cao chứng tỏ hoạt động cho vay tiêu dùng đóng vai trò ngày càng quan trọng đối với hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

1.3.2.2 **Chỉ tiêu phản ánh dư nợ cho vay.**

Dư nợ cho vay tiêu dùng là số tiền mà khách hàng đang nợ ngân hàng tại một thời điểm, chỉ tiêu này thường được sử dụng kết hợp với chỉ tiêu doanh số cho vay nhằm phản ánh tình hình mở rộng cho vay của một ngân hàng.

➤ **Chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng dư nợ tuyệt đối.**

$$\text{Giá trị tăng trưởng dư nợ tuyệt đối} = \text{Tổng dư nợ năm(t)} - \text{Tổng dư nợ năm(t-1)}$$

⇒ Chỉ tiêu này phản ánh sự tăng lên về số lượng của dư nợ cho vay giữa năm nay và năm trước. Chỉ tiêu này tăng lên có nghĩa là số tiền mà khách hàng đang vay ngân hàng qua các năm tăng lên, có thể hoạt động cho vay đã được mở rộng.

➤ **Chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng dư nợ tương đối:**

$$\text{Giá trị tăng trưởng dư nợ tương đối} = \frac{\text{Giá trị tăng trưởng dư nợ tuyệt đối}}{\text{Tổng dư nợ năm (t-1)}} \times 100 \%$$

⇒ Chỉ tiêu này phản ánh tốc độ tăng trưởng của dư nợ cho vay. Chỉ tiêu này cao và tăng lên thì chứng tỏ hoạt động CVTD có tốc độ tăng trưởng cao và ngày càng mở rộng.

✓ **Chỉ tiêu phản ánh về tỷ trọng dư nợ cho vay:**

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

1.3.2.3 Tốc độ vòng quay vốn cho vay.

Vòng quay vốn cho vay dùng để đo lường tốc độ luân chuyển vốn cho vay của ngân hàng. Nếu vòng quay vốn nhanh, tức là việc đưa vốn vào kinh doanh của ngân hàng đạt hiệu quả cao.

$$\text{Vòng quay vốn cho vay} = \frac{\text{Doanh số thu nợ cho vay}}{\text{Dư nợ cho vay bình quân}}$$

1.3.2.4 Chỉ tiêu phản ánh rủi ro trong hoạt động cho vay tiêu dùng.

Rủi ro cho vay là khả năng xảy ra tổn thất trong hoạt động ngân hàng của tổ chức cho vay do khách hàng không thực hiện hoặc không có khả năng thực hiện nghĩa vụ của mình theo cam kết. Rủi ro cho vay bao gồm rủi ro đọng vốn và rủi ro mất vốn. Rủi ro cho vay được phản ánh qua:

➤ **Tỷ lệ khách hàng có nợ quá hạn:**

$$\text{Số khách hàng có nợ quá hạn} = \frac{\text{Số khách hàng nợ quá hạn}}{\text{Tổng số khách hàng có dư nợ}}$$

⇒ Chỉ tiêu này cho thấy rủi ro cho vay tập trung vào một số khách hàng hay phân tán để tìm ra nguyên nhân của vấn đề.

➤ **Tỷ lệ nợ quá hạn:**

Tỷ lệ nợ quá hạn	=	$\frac{\text{Số dư nợ quá hạn}}{\text{Tổng dư nợ}}$
------------------	---	---

⇒ Tỷ lệ này càng cao thì dẫn tới việc ứ đọng vốn, tăng rủi ro mất vốn.

➤ **Tỷ lệ nợ xấu:**

Tỷ lệ nợ xấu	=	$\frac{\text{Tổng dư nợ xấu}}{\text{Tổng dư nợ}}$
--------------	---	---

⇒ Nợ xấu là các khoản nợ được xếp từ nhóm 3-5 trong bảng cân đối kế toán của ngân hàng. Cũng như tỷ lệ nợ quá hạn, tỷ lệ này càng cao thì rủi ro ngân hàng phải đối mặt càng lớn.

❖ **Chỉ tiêu định tính.**

Để xem xét hiệu quả cho vay tiêu dùng của một ngân hàng có tốt không, có thể căn cứ vào một số chỉ tiêu định tính như sau:

✓ ***Đảm bảo nguyên tắc cho vay.***

Bất kỳ một tổ chức kinh tế nào để được thành lập và đi vào hoạt động cũng phải dựa trên những nguyên tắc nhất định. NHTM là một tổ chức kinh tế đặc biệt, hoạt động của nó có ảnh hưởng sâu sắc đến tình hình kinh tế, chính trị, xã hội của đất nước. Do vậy, hoạt động của NHTM chịu sự quản lý giám sát rất chặt chẽ của Nhà nước và với mỗi hình thức hoạt động sẽ có các nguyên tắc khác nhau.

Để đánh giá chất lượng một khoản vay, điều đầu tiên phải xem xét là khoản cho vay đó có đảm bảo nguyên tắc cho vay hay không. Theo quyết định 1627/QĐ ngày 15/01/2002, tại *Điều 6 Nguyên tắc vay vốn ghi rõ*: Khách hàng vay vốn của tổ chức tín dụng phải đảm bảo hai nguyên tắc cơ bản để cho vay là:

- *Thứ nhất:* Sử dụng vốn vay đúng mục đích đã thoả thuận trong hợp đồng tín dụng.

- *Thứ hai:* Hoàn trả đầy đủ cả gốc lẫn lãi đúng hạn đã thoả thuận trong hợp đồng tín dụng.

✓ ***Số lượng khách hàng đến vay tại ngân hàng:***

Hiệu quả cho vay của ngân hàng tốt thì mới có nhiều người đến với ngân hàng. Khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hàng nhanh và đầy đủ.

✓ ***Tinh thần thái độ phục vụ, đạo đức nghề nghiệp của cán bộ tín dụng.***

Khi cho vay, nếu cán bộ tín dụng có tinh thần thái độ, đạo đức nghề nghiệp tốt thì trong quá trình tiếp cận phục vụ khách hàng sẽ tạo cho khách hàng niềm tin và tạo một hình ảnh tốt trong mỗi khách hàng. Năng lực trình độ chuyên môn, kinh nghiệm của cán bộ tín dụng có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng các món vay. Với năng lực trình độ chuyên môn và kinh nghiệm cao thì khi thẩm định cho vay sẽ đưa ra được những quyết định đúng đắn, có hiệu quả, khả năng rủi ro thấp.

✓ ***Uy tín của ngân hàng.***

Đây là tiêu chí quan trọng , nó ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng. Ngân hàng tồn tại được chính là nhờ vào sự tin cậy của khách hàng đối với ngân hàng.

1.4 Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân của Ngân hàng thương mại.

1.4.1. Những nhân tố thuộc về ngân hàng.

Với ý nghĩa là những nhân tố chủ quan, các nhân tố thuộc về ngân hàng có vai trò quyết định đến việc mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng. Đây là những nhân tố mà ngân hàng có thể điều chỉnh và khắc phục được. Nó bao gồm những nhân tố sau:

- Khi nhận thức của ngân hàng về sự cần thiết và tác dụng của cho vay tiêu dùng thì chắc chắn nó sẽ có phương hướng, chiến lược, chính sách, cũng như biện pháp cụ thể để phát triển hoạt động này, ngay cả trong trường hợp việc phát triển hoạt động này gặp nhiều khó khăn, thách thức.

- Chiến lược phát triển của ngân hàng tạo ra một định hướng chung về khách hàng mục tiêu của ngân hàng, tạo lập các chính sách hỗ trợ đầu tư cho nhóm khách hàng đó.
- Phẩm chất đạo đức và trình độ chuyên môn của cán bộ tín dụng. Con người là yếu tố vô cùng quan trọng quyết định sự thành công hay thất bại của mọi hoạt động sản xuất kinh doanh nói chung cũng như trong hoạt động ngân hàng nói riêng. Cán bộ tín dụng có đạo đức và giàu kinh nghiệm là tài sản vô giá đối với mọi ngân hàng.
- Quy mô ngân hàng, đây là yếu tố quan trọng, quyết định đến khả năng phát triển, duy trì các hoạt động cũng như khả năng mở rộng cho vay tiêu dùng của các ngân hàng.
- Điều kiện cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Cũng giống như các hoạt động tín dụng khác, cho vay tiêu dùng đòi hỏi người vay phải thoả mãn một số điều kiện nhất định để có thể vay được từ ngân hàng. Các điều kiện này có ý nghĩa sàng lọc những khách hàng tốt và loại bỏ những khách hàng không có khả năng trả nợ có thể tiếp cận được đến dịch vụ ngân hàng.
- Loại hình cho vay tiêu dùng. Hoạt động cho vay tiêu dùng của một ngân hàng chỉ có thể được mở rộng khi loại hình cho vay tiêu dùng mà nó cung cấp phù hợp với nhu cầu của khách hàng tiềm năng của ngân hàng đó. Tất nhiên điều này còn phụ thuộc rất nhiều vào các yếu tố khác như trình độ cán bộ ngân hàng, khả năng quản lý, chính sách của ngân hàng...
- Công nghệ ngân hàng. Nhân tố này có ảnh hưởng to lớn đến khả năng mở rộng cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Công nghệ hiện đại cho phép ngân hàng dùng máy móc thay thế con người, giảm được chi phí nhân công, từ đó giảm chi phí cho vay tiêu dùng. Hơn nữa công nghệ ngân hàng hiện đại còn cho phép ngân hàng nâng cao năng suất lao động, đẩy nhanh tốc độ giao dịch, tiết kiệm thời gian, tạo nên sự tiện lợi cho khách hàng.

1.4.2. Những nhân tố thuộc về khách hàng.

- Hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng có thể mở rộng hay không phụ thuộc vào qui mô và khả năng tăng trưởng của nhu cầu vay tiêu dùng từ ngân hàng của khách hàng.
- Qui mô thu nhập thường xuyên của khách hàng, trong cho vay tiêu dùng, nguồn trả nợ phổ biến là thu nhập thường xuyên của khách hàng, sau khi trừ đi một phần để tài trợ cho nhu cầu cho tiêu dùng. Thu nhập có thể dưới dạng tiền công, tiền lương đối với những người đang ở độ tuổi lao động hoặc dưới dạng trợ cấp xã hội đối với những người đã về hưu. Nhìn chung, thu nhập thường xuyên càng lớn, khả năng trả nợ của khách hàng càng cao, trên cơ sở đó cho vay tiêu dùng càng có khả năng mở rộng.
- Thói quen tiêu dùng của dân cư có ảnh hưởng rất lớn đến khả năng mở rộng cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại. Ở Việt Nam, dân cư miền Bắc luôn có xu hướng tiết kiệm hơn dân cư miền Nam.
- Đạo đức của người đi vay là một nhân tố tác động không nhỏ đến việc mở rộng cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Đạo đức thể hiện trên năng lực pháp lý và mức độ tín nhiệm. Năng lực pháp lý là việc khách hàng có tuân thủ và chấp hành theo các qui định của pháp luật hay không. Mức độ tín nhiệm là sự sẵn lòng trả nợ của khách hàng.
- Tài sản đảm bảo cũng ảnh hưởng đến việc mở rộng cho vay tiêu dùng. Nếu khách hàng ngoài đảm bảo bằng chính tài sản đó, có thêm những tài sản đảm bảo có giá trị khác thì độ tín nhiệm càng tăng, khả năng quyết định cho vay cũng cao hơn.

1.4.3. Những nhân tố thuộc về môi trường.

Những nhân tố thuộc về môi trường tác động rất lớn đến nhiều khía cạnh khác nhau của hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng như qui mô, rủi ro, lãi suất, phương thức và các loại cho vay tiêu dùng. Trong phạm vi chuyên đề này, chúng ta chỉ nghiên cứu ảnh hưởng của môi trường đến khả năng mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng.

- *Môi trường kinh tế.*

Môi trường kinh tế và sự biến động của nó có thể tạo ra cơ hội cũng như những thách thức đối với ngân hàng trong việc mở rộng cho vay tiêu dùng.

- *Môi trường văn hoá- xã hội.*

Môi trường văn hoá- xã hội cũng ảnh hưởng sâu sắc đến hoạt động mở rộng cho vay tiêu dùng trong các ngân hàng. Mỗi vùng có một tập quán, thói quen khác nhau, do đó việc tiêu dùng các sản phẩm, dịch vụ cũng khác nhau phù hợp với đặc thù của từng vùng.

- *Môi trường cạnh tranh.*

Sức ép cạnh tranh trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng đối với các ngân hàng thương mại đang ngày một gia tăng. Hiện tại, không chỉ có các ngân hàng mới thực hiện nghiệp vụ cho vay tiêu dùng mà cả các công ty tài chính, công ty bảo hiểm... cũng tham gia vào lĩnh vực này.

- *Môi trường pháp lý.*

Tất cả các hoạt động trong xã hội đều chịu sự chi phối của một hệ thống pháp luật. Đặc biệt trong lĩnh vực ngân hàng - là một ngành kinh doanh tiền tệ nên chịu sự kiểm soát chặt chẽ của hệ thống pháp luật và các cơ quan của Chính phủ. Môi trường pháp luật sẽ tạo cho ngân hàng những cơ hội và không ít những thách thức.

- *Môi trường khoa học công nghệ.*

Môi trường khoa học công nghệ tác động lớn đến các hoạt động của ngân hàng, trong đó có cho vay tiêu dùng. Tiến bộ khoa học kỹ thuật giúp ngân hàng hạ thấp chi phí hoạt động, tạo điều kiện thuận lợi trong việc chào bán các sản phẩm tín dụng tiêu dùng. Các tiến bộ kỹ thuật còn tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng của ngân hàng trong việc vay và trả tiền, giúp ngân hàng đưa ra được các sản phẩm dịch vụ đáp ứng được yêu cầu của khách hàng ví dụ như tín dụng tiêu dùng qua thẻ, tín dụng tiêu dùng thấu chi...

CHƯƠNG II:

THỰC TRẠNG CHO VAY KHỐI KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI SỞ GIAO DỊCH NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM.

2.1. Tổng quan về Sở giao dịch Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam.

2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển của Sở giao dịch Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam.

Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam

Tên giao dịch: Joint stock commercial Bank for Foreign Trade of Vietnam (Vietcombank).

Hiện nay, Ngân hàng Vietcombank được đánh giá là một trong ba ngân hàng thương mại cổ phần lớn nhất Việt Nam (sau Ngân hàng Nông nghiệp & phát triển nông thôn và Ngân hàng thương mại cổ phần Đầu tư và phát triển) tính theo tổng khối lượng tài sản.

❖ Quá trình hình thành và phát triển của Vietcombank.

**** Giai đoạn 1963 - 1975.***

Ngày 01/04/1963, Vietcombank chính thức khai trương hoạt động theo Nghị định số 115/CP ngày 30/10/1962 do Hội đồng chính phủ ban hành trên cơ sở tách ra từ Cục Ngoại hối trực thuộc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam. Trong giai đoạn 1963 - 1975, trong thời kỳ chiến tranh chống Mỹ ác liệt, Vietcombank đã đảm đương thành công nhiệm vụ lịch sử lớn lao là một ngân hàng thương mại đối ngoại duy nhất tại Việt Nam, góp phần xây dựng và phát triển kinh tế miền Bắc, đồng thời hỗ trợ chi viện cho chiến trường Miền Nam.

**** Giai đoạn 1976 - 2007.***

Từ năm 1976 đến năm 1990: Vietcombank đã trở thành ngân hàng đối ngoại duy nhất của Việt Nam trên cả 3 phương diện: Giữ ngoại hối của quốc gia, thanh toán quốc tế, cung ứng tín dụng xuất nhập khẩu.

Từ năm 1991 đến năm 2007: Vietcombank đã chính thức chuyển từ ngân hàng chuyên doanh đối ngoại trở thành một ngân hàng thương mại Nhà nước có hệ thống mạng lưới trên toàn quốc và quan hệ ngân hàng đại lý trên khắp thế giới. Vietcombank cũng là ngân hàng đầu tiên triển khai và hoàn thành Đề án tái cơ cấu (2000 - 2005) mà trọng tâm là nâng cao năng lực tài chính, quản trị điều hành, đổi mới công nghệ, phát triển sản phẩm, dịch vụ ngân hàng hiện đại, đóng góp cho sự ổn định và phát triển kinh tế, đồng thời tạo dựng uy tín đối với cộng đồng tài chính khu vực và toàn cầu.

*** Giai đoạn 2007 - 2012.**

Năm 2007, Vietcombank tiên phong cổ phần hóa trong ngành ngân hàng và thực hiện thành công phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng. Ngày 02/06/2008, Vietcombank đã chính thức hoạt động theo mô hình ngân hàng thương mại cổ phần. Ngày 30/06/2009, Vietcombank niêm yết cổ phiếu trên sàn giao dịch chứng khoán TP.HCM.

Tháng 09/2011 Vietcombank ký Hợp đồng cổ đông chiến lược với Mizuho Corporate Bank. Đến năm 2012, Vietcombank đã trở thành Ngân hàng thương mại có tổng tài sản gần 20 tỷ đô la Mỹ, có quy mô lợi nhuận hàng đầu tại Việt Nam, dẫn đầu trong nhiều lĩnh vực hoạt động như thanh toán xuất nhập khẩu, kinh doanh ngoại tệ, thẻ...

 Những thành tựu tiêu biểu:

- Năm 2003: Vietcombank được tạp chí EUROMONEY bình chọn là ngân hàng tốt nhất tại Việt Nam.
- Năm 2004: Vietcombank được tạp chí The Banker bình chọn là "Ngân hàng tốt nhất Việt Nam" năm thứ 5 liên tiếp.
- Năm 2010: 7/2010, Vietcombank nhận giải thưởng “Ngân hàng nội địa cung cấp cung cấp dịch vụ tài trợ thương mại tốt nhất Việt Nam năm 2010” do tạp chí Trade Finance trao tặng. Đây là năm thứ 3 liên tiếp, Vietcombank (đại diện duy nhất của Việt Nam) nhận được giải thưởng này.

- Năm 2011:

+ 7/4/2011, Vietcombank được The Asian Banker - Tạp chí hàng đầu thế giới về cung cấp thông tin chiến lược trong lĩnh vực dịch vụ tài chính - trao tặng giải thưởng “Ngân hàng nội địa tốt nhất Việt Nam trong lĩnh vực tài trợ thương mại năm 2011” (The Best Domestic Trade Finance Bank, VietNam) .

+ 10/4/2011, Vietcombank được trao biểu trưng Top Ten “Thương hiệu mạnh Việt Nam 2011”. Đây là năm thứ 9 liên tiếp Vietcombank nhận danh hiệu này.

- Năm 2012: Ngày 05/07/2012, Tạp chí Trade Finance đã trao tặng Vietcombank giải thưởng “Ngân hàng cung cấp dịch vụ thanh toán thương mại tốt nhất Việt Nam năm 2012” (Best Vietnamese Trade Bank in 2012). Vietcombank là đại diện duy nhất của Việt Nam lần thứ 5 liên tiếp nhận được giải thưởng này (2008 - 2012).

❖ **Quá trình hình thành và phát triển của Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội .**

Ngày 01/01/2006, Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội (Vietcombank Hà Nội) chính thức tách khỏi Hội sở chính, hoạt động như một chi nhánh, có tư cách pháp nhân, có con dấu, có tài khoản riêng. Vietcombank Hà Nội cùng các chi nhánh trong toàn hệ thống trên cả nước sẽ không ngừng xây dựng và phát triển, phục vụ tốt nhất các nhu cầu của khách hàng, góp phần thiết thực vào sự phát triển nền kinh tế nước nhà.

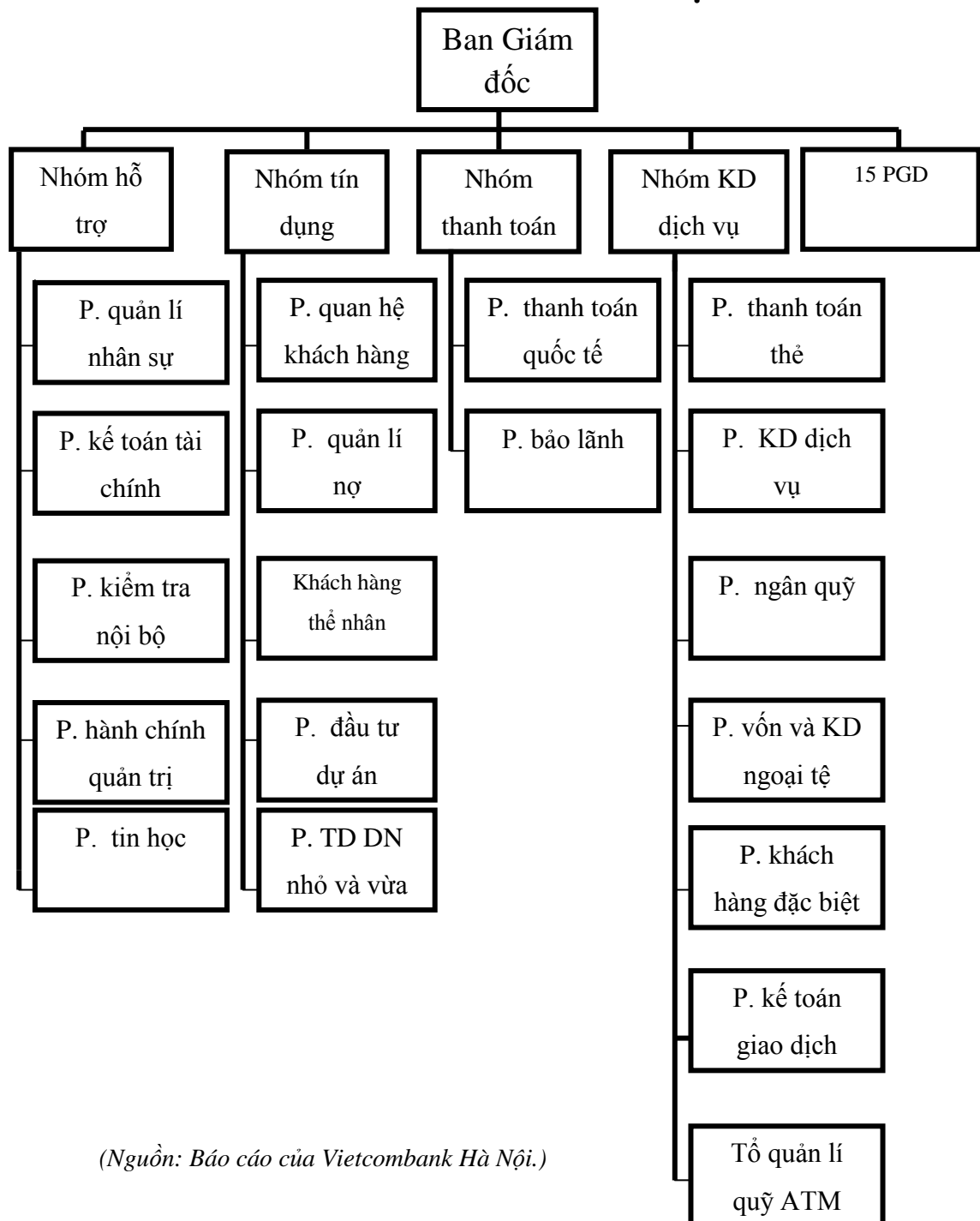
Ngày 30/10/2008, Vietcombank Hà Nội đã chính thức khai trương trụ sở hoạt động mới tại 31-33 Ngô Quyền, Phường Hàng Bài, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội. Với trụ sở làm việc mới, Vietcombank Hà Nội đã thêm một bước khẳng định sự độc lập, tự chủ trong hoạt động của mình.

Bên cạnh hoạt động như một chi nhánh của Vietcombank, với thị phần lớn trong nhiều lĩnh vực tại Hà Nội, Vietcombank Hà Nội còn là nơi tiên phong thực hiện các chủ trương chính sách của Vietcombank, đi đầu trong việc thử nghiệm và triển khai các sản phẩm mới cũng như thực hiện một số nghiệp vụ đặc thù khác.

2.1.2 Cơ cấu tổ chức của Sở giao dịch Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam chi nhánh Hà Nội.

Sau gần 5 năm hoạt động trên thị trường, Vietcombank Hà Nội có khoảng gần 700 cán bộ nhân viên, với 1 Giám đốc và 4 Phó Giám đốc phụ trách các mảng nghiệp vụ và 39 phòng chức năng trong đó có 5 phòng chuyên môn, 19 phòng nghiệp vụ đặt tại trụ sở và 15 phòng giao dịch được đặt tại các địa điểm khác nhau trên khắp Thủ đô Hà Nội.

Sơ đồ mô hình tổ chức của Vietcombank Hà Nội



(Nguồn: Báo cáo của Vietcombank Hà Nội.)

* **Ban Giám đốc:** Bao gồm 1 giám đốc và 4 phó giám đốc phụ trách các mảng nghiệp vụ khác nhau. Ban Giám đốc có chức năng điều hành hoạt động và là nơi xét duyệt cuối cùng mọi vấn đề tại Vietcombank Hà Nội, là đại diện cho Vietcombank Hà Nội đề xuất các ý kiến với Vietcombank. Ban Giám đốc có quyền khen thưởng đối với mọi cá nhân xuất sắc và kỷ luật đối với cá nhân mắc khuyết điểm. Còn lại các phòng ban bao gồm 5 nhóm phòng.

* **Nhóm hỗ trợ**

Phòng quản lý nhân sự: Tham mưu và giúp Ban Giám đốc trong công tác tổ chức bộ máy và công tác cán bộ tại Vietcombank Hà Nội theo đúng Bộ luật lao động, quy định hiện hành của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Vietcombank. Làm đầu mối giúp Đảng ủy, Ban chấp hành Công đoàn, Đoàn thanh niên của Vietcombank Hà Nội thực hiện công tác Đảng và đoàn thể tại Vietcombank.

Phòng kế toán tài chính: Tham mưu và giúp Ban Giám đốc trong việc triển khai thực hiện chế độ kế toán - tài chính, chế độ báo cáo tài chính và hạch toán kế toán tại Vietcombank Hà Nội theo đúng Luật Kế toán, thống kê của Nhà nước, quy định của Bộ tài chính, của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và của Vietcombank.

Phòng kiểm tra nội bộ: Tham mưu và giúp Ban Giám đốc kiểm tra, giám sát việc thực hiện các văn bản của pháp luật, quy chế của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, quy định của Vietcombank nhằm hạn chế rủi ro trong hoạt động kinh doanh tiền tệ, tín dụng của Vietcombank Hà Nội nhằm bảo vệ lợi ích của Nhà nước, lợi ích của Ngân hàng và khách hàng.

Phòng hành chính quản trị: Tham mưu và giúp Ban Giám đốc trong công tác hành chính, quản trị.

Phòng tin học: Giúp Ban Giám đốc trong việc quản lý, duy trì hệ thống công nghệ thông tin liên quan đến quản lý hoạt động kinh doanh tại Vietcombank Hà Nội.

*** Nhóm tín dụng.**

Phòng quan hệ khách hàng: Là đầu mối duy trì và phát triển quan hệ với khách hàng trên tất cả các mặt hoạt động, tất cả các sản phẩm ngân hàng. Phân tích rủi ro và thẩm định giới hạn tín dụng, cấp tín dụng đối với khách hàng.

Phòng quản lí nợ: Quản lý và trực tiếp thực hiện tác nghiệp liên quan đến việc mở tài khoản vay, hợp đồng, cập nhật hệ thống, giải ngân, thu hồi nợ, đảm bảo số liệu trên hệ thống khớp đúng với số liệu trên hồ sơ. Lưu giữ và quản lý hồ sơ tín dụng đầy đủ và an toàn. Quản lý rủi ro tác nghiệp trong hoạt động tín dụng, đảm bảo các khoản cấp tín dụng tuân thủ các quy định trong Quy trình tín dụng.

Phòng khách hàng thẻ nhân: Đầu mối duy trì, phát triển và quản lý quan hệ với khách hàng là thẻ nhân trên tất cả các mặt hoạt động, tất cả các sản phẩm ngân hàng. Trực tiếp cấp tín dụng đối với khách hàng là thẻ nhân theo đúng các quy định hiện hành của Ngân hàng Vietcombank và pháp luật.

Phòng đầu tư dự án: Đầu mối phát triển sản phẩm đầu tư dự án. Phân tích rủi ro và thẩm định cấp tín dụng đầu tư dự án đối với khách hàng.

Phòng tín dụng cho doanh nghiệp nhỏ và vừa: Là đầu mối thiết lập quan hệ, duy trì và mở rộng phát triển khách hàng là doanh nghiệp nhỏ và vừa đồng thời triển khai cung ứng sản phẩm tín dụng và các dịch vụ ngân hàng theo định hướng của Vietcombank trong từng thời kỳ nhằm đạt được mục tiêu phát triển kinh doanh an toàn, hiệu quả và tăng trưởng thị phần của Vietcombank.

*** Nhóm thanh toán**

Phòng thanh toán quốc tế: Thực hiện công tác thanh toán quốc tế và tài trợ thương mại hàng xuất nhập khẩu và dịch vụ đối ngoại liên quan tới hàng hóa xuất nhập khẩu tại Vietcombank Hà Nội theo đúng quy định, quy chế, quy trình nghiệp vụ hiện hành của Nhà nước, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Vietcombank, đồng thời tuân thủ các quy ước quốc tế về nghiệp vụ thanh toán quốc tế qua ngân hàng mà Vietcombank tham gia.

Phòng bảo lãnh: Tham mưu và giúp Ban Giám đốc thực hiện các nghiệp vụ Bảo hành về công tác bảo lãnh của Nhà nước, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Vietcombank, đồng thời tuân thủ các thỏa ước quốc tế, các thông lệ quốc tế và các điều lệ quốc tế về nghiệp vụ bảo lãnh ngân hàng mà Việt Nam là nước thành viên hoặc đã cam kết tham gia.

Phòng vay nợ viện trợ: Có chức năng quản lý và thực hiện các nghiệp vụ thanh toán đối ngoại sử dụng nguồn vốn vay viện trợ ODA.

***Nhóm kinh doanh dịch vụ:**

Phòng thanh toán thẻ: Thực hiện việc phát hành các loại thẻ ghi nợ của Vietcombank. Thực hiện việc phát hành, thu nợ cho vay tín dụng thẻ và thanh toán các loại thẻ của Vietcombank. Là đầu mối xử lý toàn bộ các vấn đề liên quan đến việc phát hành, thu nợ và thanh toán các loại thẻ của Vietcombank Hà Nội với Trung tâm thẻ và các phòng, đối tác liên quan. Là thành viên của Ban Quản lý Quỹ ATM tại Vietcombank Hà Nội. Việc thực hiện các chức năng trên phải đảm bảo theo đúng quy định, quy chế, quy trình nghiệp vụ hiện hành của Nhà nước, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Vietcombank đồng thời tuân thủ các quy ước quốc tế về nghiệp vụ thẻ mà Vietcombank tham gia.

Phòng kinh doanh dịch vụ: Trực tiếp cung cấp các sản phẩm dịch vụ của Vietcombank như: dịch vụ tài khoản, các dịch vụ liên quan đến tiền tệ, thanh toán đối ngoại dành cho khách hàng cá nhân, các sản phẩm huy động vốn... theo đúng các quy định của Pháp luật và của Vietcombank.

Phòng ngân quỹ: Triển khai thực hiện công tác bảo quản, giao nhận, vận chuyển, quy trình thu chi tiền mặt, tài sản quý, giấy tờ có giá và ấn chỉ quan trọng tại Vietcombank Hà Nội đảm bảo đúng quy trình, chế độ quản lý kho quỹ do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Vietcombank ban hành.

Phòng vốn và kinh doanh ngoại tệ: Tham mưu cho Ban Giám đốc về quản trị, điều hành lãi suất, tỷ giá, phí, huy động và kinh doanh vốn VNĐ và ngoại tệ tại Vietcombank Hà Nội theo đúng các quy định về quản lý vốn và quản lý ngoại hối của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Vietcombank.

Phòng khách hàng đặc biệt: Tham mưu cho Ban Giám đốc trong việc xây dựng chính sách khách hàng đối với khách hàng thẻ nhân và cung cấp các dịch vụ tài chính ngân hàng cho khách hàng đặc biệt của Vietcombank Hà Nội theo đúng quy định, quy chế, quy trình nghiệp vụ hiện hành của Nhà nước, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Vietcombank đồng thời tuân thủ các quy ước quốc tế về nghiệp vụ ngân hàng mà Vietcombank tham gia.

Phòng kế toán giao dịch: Phục vụ đối tượng khách hàng là tổ chức có quan hệ giao dịch với Vietcombank Hà Nội theo đúng quy định, quy chế về hạch toán, kế toán thanh toán và quy trình nghiệp vụ của Nhà nước, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và Vietcombank.

Tổ quản lý quỹ ATM: Cung ứng các dịch vụ, làm đầu mối xử lý các sự cố hoặc đề xuất xử lý các sự cố phát sinh để đảm bảo cho hoạt động của hệ thống máy ATM/DTM của Vietcombank Hà Nội.

*** Các phòng giao dịch.**

Các phòng giao dịch là đơn vị hạch toán báo sổ trực thuộc Vietcombank Hà Nội, hoạt động trên địa bàn Thành phố Hà Nội chịu sự quản lý giám sát trực tiếp của giám đốc, có chức năng thực hiện các nghiệp vụ huy động vốn tiết kiệm, cho vay khách hàng là các cá nhân, thực hiện các nghiệp vụ thanh toán dịch vụ vãng lai trên địa bàn và các nghiệp vụ liên quan đến tài khoản tiền gửi của các pháp nhân.

Giữa các phòng ban của Vietcombank Hà Nội có quan hệ mật thiết với nhau. Phòng tham mưu hỗ trợ các phòng khác hoạt động liên tục liên mạch, phòng nghiệp vụ phải phối hợp phòng tham mưu để quá trình thực hiện nghiệp vụ diễn ra thuận lợi trôi chảy, có tổ chức. Mặc dù độc lập thực hiện nghiệp vụ của phòng mình nhưng giữa các phòng nghiệp vụ này vẫn có sự liên hệ phối hợp làm việc với nhau, quy trình làm việc trong nội bộ Vietcombank Hà Nội được tiến hành chính xác như một dây chuyền mà mỗi phòng ban là một mắt xích. Các phòng giao dịch tuy được đặt ở nhiều địa điểm khác nhau, không tập trung cùng địa điểm với Vietcombank Hà Nội

nhưng hoạt động lại liên quan mật thiết với phòng Ngân quỹ, các phòng Hành chính Quản trị.

2.1.3. Các nghiệp vụ chính tại Vietcombank Hà Nội.

Hệ thống Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam nói chung và Vietcombank Hà Nội nói riêng rất đa dạng các lĩnh vực hoạt động, bao gồm chủ yếu các nghiệp vụ cơ bản sau:

- **Dịch vụ Ngân hàng:** các dịch vụ Tài khoản (tài khoản cá nhân, tài khoản doanh nghiệp, trả lương tự động ...); Tiết kiệm tiền gửi; Chuyển và nhận tiền; Dịch vụ cho vay cá nhân, hộ gia đình; Thu đổi ngoại tệ, séc du lịch; Doanh nghiệp phát hành trái phiếu; Nhờ thu séc nội địa và quốc tế.

- **Mua bán ngoại tệ** gồm có: mua bán ngoại tệ giao ngay; Mua bán ngoại tệ kì hạn; Hoán đổi tiền tệ, lãi suất; Hợp đồng quyền chọn; Các sản phẩm phái sinh khác.

- **Huy động vốn:** huy động vốn được thực hiện đa dạng dưới các hình thức: Tiết kiệm lĩnh lãi định kì; Tiền gửi có kì hạn của các tổ chức và cá nhân; Chứng chỉ tiền gửi ngoại tệ; Các loại kì phiếu, trái phiếu; tiền gửi thanh toán.

- Hoạt động tín dụng được thực hiện dưới các hình thức:

+ Cho vay vốn lưu động: khách hàng có thể lựa chọn theo từng lần hoặc vay theo hạn mức tín dụng

+ Cho vay dự án đầu tư để đổi mới công nghệ, đáp ứng nhu cầu tài sản cố định hoặc bất động sản của khách hàng

+ Cho vay chiết khấu bộ chứng từ

- Tài trợ thương mại:

+ Hoạt động này gồm có các dịch vụ : Dịch vụ thông báo và thông báo sửa đổi LC; dịch vụ xác nhận LC; dịch vụ nhận bộ chứng từ gửi đi thanh toán theo LC, nhờ thu; dịch vụ thanh toán tiền hàng xuất khẩu; dịch vụ chiết khấu truy đòi; dịch vụ chiết khấu miễn truy đòi; dịch vụ chuyển nhượng LC; dịch vụ phát hành LC; dịch vụ thanh toán LC; kí hậu vận đơn/ ủy quyền nhận hàng theo LC, nhờ thu; bảo lãnh nhận hàng; thông báo và thanh toán nhờ thu

- Bảo lãnh:

+ Hoạt động bảo lãnh gồm : bảo lãnh vay vốn; bảo lãnh thanh toán/thu tín dụng dự phòng; bảo lãnh dự thầu; bảo lãnh thực hiện Hợp đồng; bảo lãnh đảm bảo chất lượng sản phẩm; bảo lãnh thanh toán tiền ứng trước, bảo lãnh khoản tiền giữ lại; bảo lãnh đối ứng; xác nhận bảo lãnh.

- Dịch vụ ngân hàng hiện đại

+ Dịch vụ ngân hàng điện tử Vietcombank Money giúp khách hàng thực hiện các giao dịch ngân hàng ngay tại trụ sở làm việc của mình thông qua đường truyền điện thoại. Dịch vụ ngân hàng trực tuyến I-b@nking giúp khách hàng truy vấn thông tin tài khoản và tín dụng qua đường truyền Internet. Dịch vụ ngân hàng qua điện thoại di động SMS Banking: tra cứu thông tin về tỉ giá, lãi suất, các điểm đặt ATM, thông tin tài khoản...bằng cách nhắn tin đến số

+ Dịch vụ thẻ và hệ thống máy ATM của Vietcombank mang đến khách hàng các giải pháp tài chính thông minh, các giao dịch tiện lợi, và những giá trị không thể tính được bằng tiền...

Thẻ tín dụng gồm : Visacard, Mastercard, American Express, JCB, Diners Club...

Thẻ ghi nợ trong nước và quốc tế: Vietcombank connect 24, Vietcombank MTV Mastercard, Vietcombank Visa Debit, Vietcombank SG24...

- Dịch vụ ngân quỹ gồm có các dịch vụ :kiểm đếm ngoại tệ/ VND; thu chi tiền mặt tại địa điểm yêu cầu; nhờ thu séc du lịch, séc thương mại; nhờ thu ngoại tệ/ VND không đủ tiêu chuẩn lưu hành.

2.1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội trong giai đoạn 2010 - 2012

2.1.4.1 Kết quả hoạt động kinh doanh.

Trong những năm vừa qua, cùng với hệ thống Vietcombank nói chung, Vietcombank Hà Nội nói riêng đã có nhiều thành công tích cực trong hoạt động kinh doanh, tiếp tục khẳng định vị trí và uy tín của mình. Trong quá trình phát huy các nguồn nội lực, thu hút nguồn ngoại lực Vietcombank Hà Nội góp phần thúc đẩy và phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn Thủ đô Hà Nội.

Bảng 1: Kết quả hoạt động kinh doanh của Vietcombank Hà Nội trong giai đoạn 2010-2012.

Đơn vị : Tỷ đồng

Chỉ Tiêu	2010	2011	2012	2011/2010		2012/2011	
				Giá trị	%	Giá trị	%
1.Doanh thu	3395.1	3452.1	4057.2	56.95	1.68	605.1	17.53
2.Chi phí	2931.1	2808.3	3287	-112.8	-3.85	478.65	17.04
3.Lợi nhuận	464	643.75	770.2	169.75	36.58	126.45	19.64

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Vietcombank Hà Nội năm 2010-2012)

Qua bảng số liệu cho thấy:

Doanh thu trong thời gian qua có tăng nhưng tăng không cao. Doanh thu năm 2010 của Vietcombank Hà Nội đạt 3,395.10 tỷ đồng, doanh thu năm 2011 đạt 3,452.05 tỷ đồng tăng 1.68% so với năm 2010. Doanh thu năm 2012 của Vietcombank Hà Nội đạt 4057.15 tỷ đồng, tăng 17.53% so với cùng kỳ năm trước.

Tuy nhiên chi phí trong những năm qua cũng có những sự thay đổi, chi phí hàng năm biến động cụ thể: Năm 2010 là 2931.10 tỷ đồng, năm 2011 chi phí giảm 112.8 tỷ đồng (tương ứng tỷ lệ giảm 3.85 %) đạt mức 2,808.30 tỷ đồng; nhưng năm 2012 tổng chi phí tăng mạnh so với năm trước (tăng 17.04%) ở mức 3,286.95 tỷ đồng. Chi phí năm 2012 tăng, nguyên nhân chủ yếu là do: Chi trả lãi tiền gửi khách hàng tăng 446,5 tỷ VND (18,1%) do số dư huy động vốn của năm 2012 tăng so với năm trước, lãi suất có xu hướng tăng trong năm, đặc biệt là thời gian cuối năm và Vietcombank Hà Nội đã thực hiện thoả thuận lãi suất với khách hàng. Chi cho cán bộ công nhân viên của Vietcombank Hà Nội cũng tăng nhiều so với năm trước do Hội sở chính thực hiện hạch toán quỹ lương kinh doanh vào chi phí của chi nhánh và lương tối thiểu của năm 2012 tăng so với năm 2011.

Nhìn chung lại, lợi nhuận của Ngân hàng tăng qua các năm, đây là một tính hiệu vui cho thấy ngân hàng đã hoạt động kinh doanh tốt và có sinh lời khi phần lớn các Ngân hàng khác đang đối mặt với nhiều khó khăn. Cụ thể: lợi nhuận Vietcombank Hà nội năm 2010 đạt 464 tỷ đồng, sang năm 2011 đạt 643.75 tỷ đồng, tăng 36.58 % so với cùng kỳ năm 2010. Lợi nhuận năm 2012 đạt 770.2 tỷ đồng tăng 19.64% so với cùng kỳ năm trước, hoàn thành xuất sắc kế hoạch đề ra, trích lập đủ các quỹ dự phòng theo quy định của Ngân hàng Nhà nước.

Mặc dù trong giai đoạn này, nền kinh tế Việt Nam cũng như nền kinh tế thế giới còn gặp nhiều khó khăn nhưng Vietcombank Hà Nội vẫn giữ được tăng trưởng qua các năm. Đây là một tín hiệu tốt, cho thấy ngân hàng ngày càng mở rộng mạng lưới hoạt động, đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ, nâng cao hoạt động tín dụng cả về quy mô và chất lượng, góp phần làm tăng thu nhập cho ngân hàng.

2.1.4.2 Hoạt động huy động vốn và hoạt động cho vay.

Hoạt động kinh doanh của Vietcombank Hà Nội đạt kết quả trên một phần là nhờ Ngân hàng đã thực hiện tốt hoạt động huy động vốn và hoạt động cho vay trong giai đoạn qua. Điều này thể hiện qua bảng số liệu sau:

Bảng 2: Tình hình huy động vốn và hoạt động cho vay tại Vietcombank Hà Nội trong giai đoạn 2010-2012

Đơn vị : Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2011/2010		2012/2011	
				Giá trị	%	Giá trị	%
1. Tổng nguồn vốn	39906.5	39324.5	46010.9	-592.35	-1.48	6686.47	17
2. Dư nợ	27318	30612.6	34351.6	3294.55	12,06	3739.04	12,22

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Vietcombank Hà Nội năm 2010-2012)

Qua bảng số liệu trên cho thấy, nguồn vốn huy động có sự biến động rõ ràng qua các năm 2010 - 2012. Năm 2010, tổng nguồn vốn huy động của ngân hàng đạt 39906.45 tỷ đồng, tăng 22% so với năm 2009. Năm 2011, huy

động vốn của ngân hàng đạt 39324.45 tỷ đồng giảm 592.35 tỷ đồng ứng với 1,48% so với năm 2010. Năm 2012 đạt 46010.90 tỷ đồng tăng 6686.47 tỷ đồng tăng 17% so với đầu năm, trong đó lượng vốn huy động từ dân cư tăng khá, đạt 16951.95 tỷ, tăng 47.65% so với đầu năm. Mức huy động vốn từ dân cư tăng là nhờ sự thành công của chương trình tiết kiệm dự thưởng “ Du xuân cùng Vietcombank” với tổng số vốn huy động là hơn 700 tỷ, đạt hơn 150% kế hoạch đề ra. Lượng vốn huy động từ dân cư tăng nhanh cho thấy uy tín của Vietcombank Hà Nội đối với người gửi tiền ngày càng được củng cố. Tuy nhiên việc tăng nhanh nguồn vốn huy động từ thị trường liên ngân hàng cũng có những mặt hạn chế là làm tăng rủi ro thanh khoản, tăng chi phí huy động vốn và giảm tỷ lệ lợi nhuận. Mức vốn huy động tăng lên như vậy là một lợi thế tốt để tăng cường hoạt động cho vay.

Trong hoạt động cho vay trong những năm vừa qua, Vietcombank Hà Nội duy trì tốc độ tăng trưởng tín dụng ở mức 15.43%, trong giai đoạn này Sở Giao dịch luôn chú trọng trong việc cho vay các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cho vay tiêu dùng theo chiến lược đề ra. Với những biện pháp tổng thể như tăng cường đào tạo nghiệp vụ cho nhân viên ngân hàng, đổi mới qui trình nghiệp vụ, tăng cường công tác tiếp thị quảng bá hình ảnh, hoạt động tín dụng tại Vietcombank Hà Nội trong những năm qua có bước tăng trưởng đáng kể. Tổng dư nợ cho vay của ngân hàng đến cuối năm 2010 đạt 27,318 tỷ đồng. Trong năm 2011 ngân hàng chủ trương nâng cao chất lượng tín dụng, cơ cấu lại hạng mục nợ vay, tăng cường các khoản tín dụng có tài sản bảo đảm, đẩy mạnh cho vay các doanh nghiệp vừa và nhỏ và cho vay tiêu dùng, nâng tổng dư nợ năm 2011 lên 30,612.55 tỷ đồng. Chất lượng tín dụng được nâng lên đáng kể, từng bước hoàn thiện hệ thống kiểm soát rủi ro, ngân hàng đã hạn chế được nhiều khoản nợ quá hạn mới phát sinh.

Năm 2012 tổng dư nợ đạt 34351.59 tỷ đồng, tăng 12,22% so với năm 2011. Trong năm Vietcombank Hà Nội tiếp tục tập trung nâng cao chất lượng tín dụng, cơ cấu lại nợ vay, thực hiện nghiêm túc Quyết định 493 của ngân hàng Nhà nước.

2.1.4.3 Hoạt động khác

Bên cạnh hai hoạt động chính là huy động vốn và cho vay, Vietcombank Hà Nội cũng chú ý phát triển các hoạt động dịch vụ ngân hàng như: thẻ, bảo lãnh, tín dụng dự phòng, kinh doanh ngoại tệ, vàng bạc,... Các dịch vụ này không những góp phần đa dạng hoá hoạt động mà còn làm gia tăng thu nhập cho Vietcombank Hà Nội.

❖ **Hoạt động kinh doanh thẻ :**

Năm 2011 khép lại với một kết quả thành công cho hoạt động thẻ của Vietcombank Hà Nội, Vietcombank Hà Nội vẫn tiếp tục khẳng định được vị thế hàng đầu trên thị trường thẻ tại hầu hết các mảng hoạt động chủ chốt và có thị phần cách biệt so với các Ngân hàng đối thủ. Thành công này không chỉ dừng lại ở việc hoàn thành xuất sắc 8 chỉ tiêu kế hoạch kinh doanh thẻ mà đó còn là sự khẳng định của thị trường về đẳng cấp thương hiệu thẻ của Vietcombank. Trong năm 2011, Vietcombank Hà Nội đã phát hành được hơn 33,000 thẻ các loại, gấp 1.5 lần so với chỉ tiêu kế hoạch. Doanh số sử dụng và thanh toán thẻ đều tăng trưởng rất mạnh. Doanh số sử dụng thẻ tín dụng quốc tế của Vietcombank Hà Nội đạt gần 33.3 triệu USD, tăng 30.4% so với năm 2010.

Trong năm 2012, mặc dù phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt và chịu sự ảnh hưởng khó khăn chung của nền kinh tế nhưng hầu hết các chỉ tiêu thẻ đều tăng trưởng tốt và vượt mức kế hoạch. Về hoạt động thanh toán thẻ: Hoạt động thanh toán thẻ quốc tế tăng 21% so với năm 2011 và vẫn duy trì vị trí dẫn đầu về thanh toán thẻ quốc tế. Hoạt động thanh toán thẻ nội địa tăng gấp 2 lần so với năm trước, trong đó doanh số thanh toán thẻ trực tuyến đã có bước đột phá, tăng hơn 4 lần so với năm trước. Về hoạt động sử dụng thẻ: Doanh số sử dụng thẻ tín dụng quốc tế tăng 17%. Doanh số sử dụng thẻ ghi nợ quốc tế tăng 7%. Doanh số sử dụng thẻ ghi nợ nội địa tăng 19% so với cuối năm 2011. Về số lượng phát hành thẻ: Số lượng thẻ tín dụng trong năm tăng trưởng cao do có chiến dịch trọng tâm phát triển thẻ AMEX và sự ra đời của 3 sản phẩm mới là JCB, AMEX platinum và Visa platinum dành cho đối tượng khách hàng cao cấp. Về tình hình cạnh tranh: Hoạt động thẻ của

Vietcombank Hà Nội đang phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt do số lượng Ngân hàng tham gia ngày càng tăng: một số Ngân hàng sử dụng các biện pháp cạnh tranh không lành mạnh để giành giật khách hàng của Vietcombank.

❖ **Hoạt động kinh doanh ngoại tệ:**

Năm 2011, nhằm phát huy tốt vai trò đầu môi thanh toán xuất nhập khẩu mặc dù gặp nhiều khó khăn, Vietcombank Hà Nội vẫn duy trì được doanh số mua bán ngoại tệ ở mức xấp xỉ 1.8 tỷ USD. Vietcombank cũng đã đa dạng hóa nhiều sản phẩm và triển khai nhiều giải pháp để khai thác các nguồn ngoại tệ nhằm thực hiện đúng các cam kết thanh toán, đảm bảo ngoại tệ cho các khách hàng nhập khẩu các mặt hàng thiết yếu cho nền kinh tế.

Trong năm 2012, để kiểm soát lạm phát và ổn định kinh tế vĩ mô, ngay từ đầu năm Ngân hàng Nhà nước đã đưa ra mục tiêu tỉ giá dao động tối đa không quá 3%. Sức cam kết trong điều hành chính sách tỷ giá đã giúp các Ngân hàng có giải pháp phù hợp trong hoạt động kinh doanh ngoại tệ. Với lợi thế nhất định về mảng hoạt động kinh doanh ngoại tệ, Vietcombank Hà Nội đã tư vấn cho khách hàng các gói tín dụng - thanh toán xuất nhập khẩu - kinh doanh ngoại tệ. Nhờ vậy, dù hoạt động kinh doanh ngoại tệ bị cạnh tranh gay gắt bởi các Ngân hàng, doanh số mua bán ngoại tệ đạt 1.2 tỷ USD, giảm 32.56% so với năm 2011

Nhìn chung hoạt động kinh doanh ngoại tệ tại Vietcombank Hà Nội luôn được ổn định, tỷ giá luôn được điều chỉnh theo sát với tỷ giá của NHNN công bố và tình hình thị trường.

❖ **Thanh toán xuất nhập khẩu:**

Trong năm 2011 tình hình kinh tế thế giới và trong nước có nhiều bất ổn, việc quy định hạn chế đối với các đối tượng cho vay nhập khẩu của Nhà nước đã gây không ít khó khăn cho hoạt động thanh toán xuất nhập khẩu nói chung. Tuy nhiên với những lợi thế về thương hiệu, sản phẩm và nguồn nhân lực có chất lượng cao, hoạt động thanh toán xuất nhập khẩu của Vietcombank Hà Nội vẫn duy trì được đà tăng trưởng đáng khích lệ và giữ vị trí đứng đầu. Trong năm 2011 Vietcombank Hà Nội cũng triển khai các chương trình tín

dụng tập trung cho xuất khẩu và tăng cường giới thiệu các sản phẩm dịch vụ thanh toán tới khách hàng thông qua việc tiếp xúc với các hiệp hội ngành hàng xuất khẩu chủ lực, quảng bá dịch vụ tài trợ thương mại. Kết quả là, năm 2011 doanh số thanh toán xuất nhập khẩu qua Vietcombank đạt 2.7 tỷ USD, tăng 25.5% so với năm trước. Đặc biệt doanh số thanh toán xuất khẩu qua Vietcombank Hà Nội tăng mạnh (khoảng 32.3%) so với năm 2010. Hoạt động thanh toán xuất nhập khẩu của Vietcombank trải rộng trên khắp các thị trường Mỹ, Đài Loan, Hồng Kong, Singapore, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc và Châu Âu...

Trong năm 2012 do bối cảnh khó khăn chung của nền kinh tế thế giới và cả trong nước, doanh số thanh toán xuất nhập khẩu và thị phần của Vietcombank Hà Nội đều sụt giảm. Cụ thể, doanh số thanh toán xuất nhập khẩu của Vietcombank Hà Nội chỉ tăng nhẹ 0.09% so với cùng kỳ năm trước. Sự tăng trưởng thấp trong doanh số xuất nhập khẩu và sự sụt giảm trong thị phần của Vietcombank Hà Nội do 3 nguyên nhân sau: Thứ nhất, cạnh tranh khốc liệt từ các Ngân hàng nước ngoài mạnh về tiềm lực ngoại tệ, chính sách linh hoạt mềm dẻo, lãi suất và phí thấp. Thứ hai, xuất nhập khẩu tăng mạnh năm 2012 chủ yếu ở khu vực FDI - đây không phải là nhóm khách hàng chủ lực của Vietcombank. Thứ ba, chính sách chăm sóc khách hàng, chính sách giá, sự phối hợp bán chéo sản phẩm của Vietcombank chưa linh hoạt theo diễn biến thị trường.

2.2. Thực trạng hiệu quả hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.

2.2.1. Giới thiệu quy trình thực hiện hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương – chi nhánh Hà Nội.

Hiện nay, "Quy trình nghiệp vụ Tín dụng khách hàng cá nhân" do Tổng giám đốc Ngân hàng Ngoại thương ban hành ngày 31/12/2001 quy định về quy trình xử lý các bước trong một quá trình cấp tín dụng cho một khách hàng cá nhân nhằm đảm bảo tính chất nhất quán trong toàn bộ hệ thống ngân hàng,

tuan thủ các quy định của pháp luật. Quy trình cho vay đối với các món vay tiêu dùng gồm 7 bước:

Bước 1: Lập hồ sơ đề nghị cấp tín dụng

Ở bước này, nhân viên tín dụng tiếp xúc với khách hàng có nhu cầu vay vốn để tìm hiểu các thông tin cơ bản về khách hàng, như là: nhân thân khách hàng, mục đích vay vốn, nhu cầu cần tài trợ, tài sản bảo đảm tiền vay...

Sau khi nắm được thông tin, nhân viên tín dụng hướng dẫn khách hàng:

- Lập Giấy đề nghị vay vốn theo mẫu của ngân hàng; trong đó nêu rõ các nội dung cơ bản gồm có giới thiệu khách hàng, số tiền đề nghị cho vay, mục đích vay vốn, nguồn trả nợ vay và tài sản bảo đảm nợ vay.

- Bổ sung các giấy tờ cần thiết để chứng minh về mặt nhân thân; thu nhập; tài sản bảo đảm nợ vay.

- Đồng thời, nhân viên tín dụng báo cáo sơ bộ với phụ trách phòng để phụ trách phòng biết thông tin về khách hàng và sắp xếp tiến độ xử lý hồ sơ.

Bước 2: Thẩm định tín dụng (thời gian quy định không quá 2 ngày kể từ ngày nhận đủ hồ sơ từ khách hàng)

Sau khi nhận đủ hồ sơ đề nghị cấp tín dụng từ khách hàng, công tác thẩm định tín dụng được chia làm hai bước tiến hành song song nhau ở hai bộ phận quan hệ khách hàng cá nhân (QHKHCN) và thẩm định tài sản đảm bảo (TSDB).

• Đối với bộ phận Thẩm định TSDB:

- Nhân viên thẩm định TSDB xem xét các giấy tờ liên quan đến tài sản bảo đảm, kiểm tra tính hợp pháp, hợp lệ, kết hợp với nhân viên tín dụng phụ trách xử lý hồ sơ để đi kiểm tra thực tế tài sản và xác định giá trị tài sản.

- Nhân viên thẩm định TSDB lập biên bản định giá tài sản nêu rõ các nội dung về pháp lý, mô tả chi tiết tài sản và giá trị tài sản được định giá chuyển cho nhân viên tín dụng để tiếp tục xử lý hồ sơ vay vốn của khách hàng.

• Đối với bộ phận QHKHCN:

- Nhân viên tín dụng chuyển hồ sơ về tài sản bảo đảm cho bộ phận Thẩm định TSDB xử lý.

- Đồng thời nhân viên tín dụng tiến hành xác minh nhân thân khách hàng, thu thập thêm thông tin từ Trung tâm thông tin tín dụng (CIC), thẩm tra các nguồn thu nhập dự kiến được sử dụng để trả nợ vay, tìm hiểu các thông tin khác nếu thấy cần thiết.

- Nhân viên tín dụng tiếp nhận biên bản định giá tài sản từ bộ phận Thẩm định tài sản, kết hợp với các thông tin về nhân thân khách hàng, nguồn trả nợ vay, thông tin từ CIC và các thông tin khác để tiến hành lập tờ trình thẩm định tín dụng, trong đó đề xuất đồng ý hoặc không đồng ý cho vay.

Bước 3: Quyết định tín dụng:

- Nhân viên tín dụng trình bày ý kiến đề xuất về tình hình khách hàng trong tờ trình thẩm định tín dụng với Giám đốc hoặc Hội đồng tín dụng để GD/Hội đồng tín dụng ra quyết định cho vay tùy theo giá trị khoản vay thuộc quyền phán quyết của Giám đốc hay Hội đồng tín dụng.

- Quyết định của GD/Hội đồng tín dụng được đánh thành văn bản và lưu vào hồ sơ tín dụng.

- Theo thông lệ, GD họp tại chi nhánh vào lúc 15h00 mỗi ngày; Hội đồng tín dụng họp vào lúc 16h30 mỗi ngày tại nơi làm việc của chủ tịch Hội đồng tín dụng.

Bước 4: Ký kết hợp đồng tín dụng:

Sau khi có quyết định của GD/Hội đồng tín dụng đồng ý cho vay, hồ sơ tín dụng lại được chia ra hai bước thực hiện ở hai bộ phận QHKHCN và Thẩm định TSDB.

- **Đối với bộ phận QHKHCN:**

- Nhân viên tín dụng soạn thảo hợp đồng tín dụng phù hợp với loại hình vay vốn của khách hàng.

- Tiến hành ký kết hợp đồng tín dụng giữa ngân hàng và khách hàng.

- Nhân viên tín dụng chuyển hợp đồng tín dụng, hồ sơ pháp lý khách hàng và hồ sơ về tài sản bảo đảm cho bộ phận Thẩm định TSDB để bộ phận thẩm định tài sản soạn thảo hợp đồng thế chấp/cầm cố/bảo lãnh tài sản bảo đảm và tiến hành các thủ tục công chứng, đăng ký giao dịch bảo đảm tài sản.

- Đối với bộ phận Thẩm định TSDB:
 - Tiếp nhận hồ sơ từ nhân viên tín dụng chuyên sang.
 - Soạn thảo các loại hợp đồng thế chấp/cầm cố/bảo lãnh phù hợp.
 - Tiến hành các thủ tục công chứng và đăng ký giao dịch bảo đảm tài sản.
 - Làm thủ tục nhập kho tại bộ phận Kho quỹ và làm thủ tục theo dõi ngoại bảng tài sản bảo đảm tại bộ phận Kế toán.
 - Chuyển trả toàn bộ hồ sơ đầy đủ (bao gồm hồ sơ pháp lý khách hàng, hồ sơ tín dụng và hồ sơ tài sản bảo đảm sau khi đã công chứng, đăng ký giao dịch bảo đảm và nhập kho ngân hàng) cho nhân viên bộ phận QHKHCN.

Bước 5: Giải ngân tiền vay:

- Nhân viên tín dụng tiếp nhận hồ sơ từ bộ phận Thẩm định TSDB chuyển trả.
 - Nhân viên tín dụng kiểm tra đầy đủ các loại chứng từ gồm có: hợp đồng tín dụng, hợp đồng thế chấp/cầm cố/bảo lãnh tài sản bảo đảm đã được chứng thực tại cơ quan công chứng nhà nước, chứng từ đăng ký giao dịch bảo đảm tài sản.
 - Nhân viên tín dụng lập Giấy đề nghị rút vốn kiêm khế ước nhận nợ vay theo mẫu của ngân hàng và tiến hành ký kết với khách hàng.
 - Nhân viên tín dụng trình Ban giám đốc chi nhánh ký duyệt khế ước nhận nợ vay của khách hàng.
 - Nhân viên tín dụng chuyển hợp đồng tín dụng và khế ước nhận nợ vay cho bộ phận Kế toán để tiến hành giải ngân tiền vay.

Bước 6: Kiểm tra sau giải ngân và thu hồi nợ vay:

- Nhân viên tín dụng tiến hành kiểm tra mục đích sử dụng vốn vay của khách hàng theo định kỳ 2 tháng/lần sau khi giải ngân tiền vay. Nếu phát hiện khách hàng sử dụng vốn vay sai mục đích, nhân viên tín dụng có thể đề nghị thu hồi nợ vay trước hạn.
 - Định kỳ hàng tháng, bộ phận Kế toán tính số tiền lãi vay phát sinh trong kỳ và thông báo cho nhân viên tín dụng để nhân viên tín dụng thông báo đến khách hàng, nhắc nhở khách hàng thanh toán lãi vay.

- Đến kỳ trả nợ gốc, nhân viên tín dụng thông báo kỳ hạn trả nợ cho khách hàng vay bằng văn bản trong vòng 7 ngày trước ngày đến hạn cuối cùng và theo dõi, đôn đốc khách hàng thanh toán nợ đúng hạn.

Bước 7: Xử lý nợ quá hạn:

Sau ngày đến hạn thanh toán nợ gốc 5 ngày, nếu khách hàng vẫn chưa thanh toán nợ vay hoặc khoản vay không được gia hạn thì sẽ bị chuyển sang nợ quá hạn. Một khoản vay quá hạn liên tục trong 180 ngày sẽ được chuyển cho bộ phận Thu hồi nợ để tiếp tục xử lý.

Bộ phận Thu hồi nợ tiếp nhận hồ sơ nợ quá hạn từ bộ phận QHKHCN và tiến hành đồng thời các bước sau:

- Gặp gỡ khách hàng để tìm hiểu nguyên nhân phát sinh nợ quá hạn, thuyết phục khách hàng trả nợ vay, thông báo trình tự xử lý tài sản bảo đảm để thu hồi nợ.
- Nghiên cứu hồ sơ TSĐB để tiến hành xử lý tài sản theo qui định của pháp luật, thu hồi nợ vay cho ngân hàng.

❖ Bộ hồ sơ cho vay:

- 1) Tờ trình thẩm định khách hàng (theo mẫu)
- 2) Giấy đề nghị vay vốn (theo mẫu)
- 3) Hồ sơ pháp lý
 - CMND (Vợ, chồng, người đồng trả nợ, người bảo lãnh nếu có)
 - Hộ khẩu, KT3 (Vợ, chồng, người đồng trả nợ, người bảo lãnh nếu có)
 - Giấy chứng nhận kết hôn/ xác nhận độc thân
 - Thông tin tra cứu từ CIC
- 4) Nguồn thu nhập
 - Nếu nguồn thu nhập từ lương: hợp đồng lao động, bảng kê lương 03 tháng gần nhất (hoặc sao kê tài khoản tại Ngân hàng). Xác nhận lương (nếu cần)
 - Nếu nguồn thu nhập từ kinh doanh: Giấy phép kinh doanh, mã số thuế, biên lai đóng thuế (03 tháng gần nhất), báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh (nếu có)...
 - Nếu nguồn thu nhập khác: Hợp đồng cho thuê nhà, cho thuê xe

5) Tài sản đảm bảo

- Nếu TSĐB là nhà dân cư: Sổ hồng/ sổ đỏ + tờ khai lệ phí trước bạ + hợp đồng mua bán (nếu có)
- Nếu TSĐB là nhà chung cư, căn hộ chung cư: Hợp đồng mua bán + phiếu thu tiền.
- Tờ trình thẩm định tài sản thế chấp
 - ❖ Đối với cho vay khối khách hàng cá nhân, Vietcombank cung cấp các sản phẩm cho vay tiêu dùng như:

➤ Cho vay tín chấp

- Điều kiện thu nhập: thu nhập ròng tối thiểu 5 triệu đồng
- Thời gian vay: Tối thiểu 12 tháng. Tối đa 60 tháng
- Mức cho vay: Tối đa 200 triệu đồng
- Lãi suất: 18 - 20%/năm
- Phương thức trả nợ : Nợ gốc và lãi trả đều hàng tháng

→ Giúp khách hàng có ngay nguồn tài chính cho các mục đích tiêu dùng.

Không cần tài sản thế chấp.

➤ Cho vay có thế chấp

- Loại tiền vay: VND
- Thời gian vay: Tối đa 60 tháng
- Mức cho vay: Tùy theo nhu cầu vay vốn của khách hàng nhưng tối đa

không vượt quá 70% TSĐB.

- Lãi suất : 13,5 - 16%/năm
- Tài sản bảo đảm: Bất động sản, Động sản, sổ tiết kiệm và chứng từ có giá
- Phương thức trả nợ: Nợ gốc và lãi trả đều hàng tháng

→ Giúp khách hàng có ngay nguồn tài chính đáp ứng các nhu cầu tiêu dùng như mua sắm vật dụng gia đình, sửa chữa nhà, cưới hỏi..... và cải thiện đời sống.

Thời gian vay nhanh chóng, thủ tục vay đơn giản

2.2.2. Kết quả hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại Thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.

Để phân tích hiệu quả hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân của Vietcombank Hà Nội, thông qua các chỉ tiêu như doanh số cho vay, dư nợ cho vay, tốc độ quay vòng vốn cho vay, nợ quá hạn, nợ xấu trong 3 năm 2010-2012 của Ngân hàng.

2.2.2.1 Chỉ tiêu phản ánh doanh số cho vay

Bảng 3: Doanh số cho vay tại Vietcombank Hà Nội trong giai đoạn 2010 – 2012.

Đơn vị: Tỷ đồng

Doanh số	2010		2011		2012	
	Doanh số	Tỉ trọng (%)	Doanh số	Tỉ trọng (%)	Doanh số	Tỉ trọng (%)
Cho vay khối KHCN	2325.74	28.26	2517.55	28.53	3649.72	24.38
Cho vay khối KHDN	5904.05	71.74	6306.67	71.47	11320.4	75.62
Tổng	8229.79	100	8824.22	100	14970.1	100

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Vietcombank Hà Nội năm 2010- 2012)

Qua bảng số liệu đã cho thấy:

Thứ nhất, doanh số cho vay khối KHDN luôn cao hơn doanh số cho vay khối KHCN.

Thứ hai, năm 2011 so với năm 2010, tốc độ tăng doanh số cho vay không cao lí do năm 2011 vẫn còn bị ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế, lạm phát cao, lãi suất cao làm sản xuất gặp nhiều khó khăn do đó các Doanh nghiệp ngại vay vốn mở rộng sản xuất vì phải tính đến chi phí lãi vay và lợi nhuận nhận được, còn cho vay khối KHCN thì thắt chặt chi tiêu nên những khoản vay cũng bị hạn chế. Đây cũng là tình hình chung của lĩnh vực tài chính ngân hàng trong cả nước. Sang năm 2012, tình hình khả quan hơn,

doanh số cho vay của cả cho vay khối KHCN và cho vay khối KHDN đều tăng. Năm bắt được dấu hiệu hồi phục của nền kinh tế, ngân hàng đã đưa ra chiến lược chủ động đề nghị những khoản vay cho khách hàng với những chính sách khuyến khích, ưu đãi.

Cũng giống như tổng doanh thu, doanh số cho vay chỉ là thước đo quy mô hoạt động tín dụng, do đó phải biết điều chỉnh các yếu tố khác, để hoạt động cho vay hiệu quả hơn.

2.2.2.2 Chỉ tiêu phản ánh dư nợ cho vay khối khách hàng cá nhân.

Cùng với sự phát triển của nền kinh tế, thu nhập và nhu cầu tiêu dùng của người dân tăng lên thì quy mô cho vay khối khách hàng cá nhân tại ngân hàng cũng tăng lên.

Bảng 4: Tình hình dư nợ cho vay khối khách hàng cá nhân tại Vietcombank Hà Nội trong giai đoạn 2010-2012.

Đơn vị : Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2010		2011		2012		2011/2010		2012/2011	
	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%
1.Cho vay khối KHCN	678.25	17.4	919.65	20.7	1256.24	24.6	241.4	35.59	336.59	36.6
2.Cho vay khối KHDN	3219.75	82.6	3522.9	79.3	4660.47	75.4	303.15	9.41	1137.6	32.3
Tổng dư nợ	3898	100	4442.55	100	5916.71	100	544.55	13.96	1471.2	39.1

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Vietcombank Hà Nội năm 2010-2012)

Nhìn vào bảng số liệu có thể nhận thấy, dịch vụ cho vay khối KHCN của Vietcombank Hà Nội có sự tăng trưởng khá nhanh và tương đối ổn định qua các năm, cho thấy mảng nghiệp vụ này còn nhiều tiềm năng phát triển trong tương lai.

Năm 2010, tổng dư nợ của ngân hàng đạt 3898 tỷ đồng, dư nợ cho vay tiêu dùng còn rất nhỏ, ở mức khoảng 678.25 tỷ đồng chiếm 17.4%. Năm 2011, tuy chậm nhưng mức sống của người dân cũng đã được nâng cao, đã tạo đà cho hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng phát triển, tổng dư nợ tín dụng đạt 4442.25 tỷ đồng trong đó dư nợ cho vay tiêu dùng là 919.65 tỷ đồng tăng 241.4 tỷ đồng bằng khoảng 35.59% so với năm 2010.

Trong năm 2012, tổng dư nợ của hoạt động cho vay là 5916.71 tỷ đồng thì hoạt động cho vay tiêu dùng chiếm 24,6% tương đương với 1256.24 tỷ đồng tăng 36.6% so với năm 2011. Đặc biệt năm 2012, ngân hàng đã khá thành công với 3 loại hình cho vay mua ô tô, cho vay mua nhà và cho cán bộ công nhân viên vay. Có thể nói có một xu hướng gia tăng rõ ràng trong dư nợ cho vay tiêu dùng tại Vietcombank Hà Nội trong những năm tới.

Bên cạnh đó, có thể thấy tỷ trọng dư nợ cho vay khối KHCCN trên tổng dư nợ tăng qua các năm. Tỷ trọng dư nợ cho vay khối KHCCN trên tổng dư nợ các năm 2010- 2012 lần lượt là 17.4%; 20.7%; 24.6%. Điều này chứng tỏ cho vay tiêu dùng ngày càng có xu hướng mở rộng tại Vietcombank Hà Nội. Trong những năm tới dư nợ cho vay tiêu dùng phải không ngừng tăng trưởng cao để thị phần cho vay của ngân hàng được mở rộng, nâng cao khả năng cạnh tranh của ngân hàng trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng.

Nhìn chung, với mục tiêu thực hiện tốt chỉ tiêu của Hội sở đề ra là tăng trưởng tín dụng tốt, cùng với mục tiêu chung của thủ đô Hà Nội về mục tiêu phát triển kinh tế bền vững, Vietcombank Hà Nội luôn phấn đấu từng ngày nhằm theo đuổi mục tiêu trên. Cụ thể, ngân hàng luôn tìm kiếm khách hàng mới để tăng trưởng hoạt động tín dụng, nhưng cũng không quên giải quyết kịp thời nhu cầu vay vốn của đối tượng khách hàng cũ như doanh nghiệp, cá nhân hay hộ gia đình, nhằm nâng cao tổng dư nợ năm sau luôn cao hơn năm trước.

2.2.2.3 Chỉ tiêu cơ cấu cho vay

Để có một cái nhìn sâu hơn về sự tăng trưởng của dư nợ cho vay tiêu dùng tại Vietcombank Hà Nội, cần xem xét cơ cấu cho vay tiêu dùng theo thời gian hạn cho vay và theo sản phẩm:

Bảng 5: Cơ cấu cho vay khối khách hàng cá nhân theo thời hạn cho vay tại Vietcombank Hà Nội trong giai đoạn 2010- 2012.

Đơn vị : Tỷ đồng

Chỉ Tiêu	2010		2011		2012		2011/2010		2012/2011	
	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%
1. Ngắn hạn	193.98	28.6	255.66	27.8	447.21	29.4	61.68	31.79	191.55	74.92
2. Trung và dài hạn	484.27	71.4	663.99	72.2	809.03	70.6	179.72	37.11	409.92	21.8
3. Dư nợ cho vay khối KHCHN	678.25	100	919.65	100	1256.2	100	241.4	35.59	336.59	36.59

(Nguồn Báo cáo kết quả kinh doanh Vietcombank Hà Nội năm 2010-2012)

Bảng số liệu cho thấy, hoạt động cho vay khối KHCHN tại Vietcombank Hà Nội chủ yếu là các món vay trung và dài hạn, tốc độ tăng trưởng cho vay trung và dài hạn tăng với năm 2011 là 37.11% và năm 2012 là 21.8%. Nguyên nhân là do Ngân hàng đang phát triển các loại hình cho vay mua nhà, sửa chữa nhà, cho vay mua ô tô (những sản phẩm có thời gian cho vay tương đối dài), chẳng hạn như hoạt động cho vay sửa chữa lớn, mua sắm nhà cửa thường là những khoản vay có thời hạn từ 12 tháng đến 3 năm, thời hạn thu hồi kéo dài cho nên dư nợ của hoạt động này cũng tăng lên. Tuy nhiên các khoản vay với thời hạn trung và dài hạn thường đòi hỏi ngân hàng phải có

một cơ cấu nguồn hợp lý, với nguồn trung và dài hạn đủ lớn đáp ứng tốt nhu cầu của thị trường.

Đây là cơ cấu tương đối hợp lý của ngân hàng, đảm bảo cho ngân hàng có khoản thu lâu dài, tuy nhiên, cùng với thời gian thì khả năng trả nợ của khách hàng cũng có thể biến động theo nhiều chiều hướng khác nhau, có thể có những tác động không tốt dẫn đến rủi ro cho ngân hàng.

Những sản phẩm dịch vụ chủ yếu mà Vietcombank Hà Nội cung cấp trên thị trường là cho vay sửa chữa, mua sắm nhà cửa, cho vay mua ô tô, cho vay hỗ trợ tài chính du học và các mục đích tiêu dùng khác. Căn cứ vào các sản phẩm tiêu dùng mà ngân hàng cung cấp có bảng số liệu sau:

Bảng 6: Cơ cấu cho vay khối khách hàng cá nhân theo sản phẩm, dịch vụ tại Vietcombank Hà Nội trong giai đoạn 2010-2012

Đơn vị : Tỷ đồng

Sản phẩm dịch vụ ngân hàng	2010		2011		2012		2011/2010		2012/2011	
	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%
1. Sửa chữa, mua sắm nhà cửa	499.87	73.7	662.3	72.01	884.65	69.1	162.39	32.48	222.39	33.58
2. Mua sắm ô tô	161.42	23.8	225.3	24.5	407.66	26.8	63.89	39.58	182.35	80.93
3. Sản phẩm khác	16.96	2.5	32.08	3.49	62.37	4.1	15.12	89.15	30.29	94.42

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Vietcombank Hà Nội năm 2010-2012)

Qua bảng số liệu 6, cho thấy cơ cấu của các sản phẩm lại có sự thay đổi về tỷ trọng trên tổng dư nợ tín dụng qua các năm, trong đó hoạt động cho vay

mua sắm sửa chữa nhà chiếm tỷ trọng lớn nhất. Điều này cũng là bình thường khi mà đời sống của người dân ngày một được cải thiện thì nhu cầu về nhà ở tiện nghi hơn, đẹp hơn và rộng hơn cũng tăng lên... Do vậy, đã có nhiều người đến vay tiền ngân hàng để mua nhà hoặc để kinh doanh bất động sản. Điều này đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc mở rộng và phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng ở các ngân hàng nói chung và ở Vietcombank Hà Nội nói riêng. Năm 2010 dư nợ cho vay để sửa chữa, mua sắm nhà cửa là 499.87 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 73.7% sang năm 2011 tỷ trọng của sản phẩm này giảm xuống 72.01% với dư nợ là 662.26 tỷ đồng tăng 32.48% so với năm 2010, đến năm 2012 dư nợ cho vay để sửa chữa, mua sắm nhà cửa vẫn tiếp tục tăng nhưng không cao, đạt 884.65 tỷ đồng chiếm 69.1% tổng dư nợ cho vay tiêu dùng và tăng 33.58 % so với năm 2011.

Hoạt động cho vay mua ô tô của ngân hàng với đối tượng là các cá nhân và hộ gia đình cũng tăng đáng kể, đặc biệt trong hai năm 2011 và 2012. Nguyên nhân là do trong thời gian gần đây, thu nhập của người dân ngày càng tăng cao nên nhiều người có nhu cầu mua ô tô làm phương tiện đi lại. Dư nợ cho vay mua ô tô tăng nhanh và ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của Vietcombank Hà Nội. Năm 2010 sản phẩm này chiếm 23.8% tương ứng với 161.42 tỷ đồng, năm 2011 dư nợ là 225.31 tỷ chiếm tỷ trọng 24.5% và tăng 39.58% so với năm 2010, sang năm 2012 dư nợ đạt 407.66 tỷ đồng chiếm 26.8% và tăng 80.93% so với năm 2011. Mặc dù trong nước đã có hơn 10 hãng lắp ráp xe nhưng có những thời điểm xe trong nước không đáp ứng đủ nhu cầu của thị trường bên cạnh nguồn xe nhập khẩu mới. Điều này chứng tỏ thị trường này còn đang rất hấp dẫn, nhu cầu của người dân sẽ tiếp tục tăng cao khi mà Chính phủ đã ban hành quy định cho phép nhập khẩu ô tô cũ vào thị trường Việt Nam, kèm theo đó là một biểu thuế tuyệt đối cho các loại xe nhập khẩu vào nước ta. Đây là một cơ hội rất lớn không chỉ đối với Vietcombank Hà Nội để mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng mua ô tô, mà còn là một thị trường tiềm năng cho các ngân hàng đang muốn mở rộng thị phần của mình trong lĩnh vực này.

Sản phẩm cho vay khác ở đây chủ yếu là cho vay hỗ trợ tài chính du học, cho vay lương đối với cán bộ công nhân viên, khoản mục này còn chiếm tỷ trọng thấp trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Năm 2010 mới chỉ đạt 16.96 tỷ đồng chiếm 2.5% sang năm 2011 đạt 32.08 tỷ đồng chiếm 3.49% và tăng 81.5% so với năm 2010, đến năm 2012 dư nợ đạt 62.37 tỷ đồng tăng 94.42% so với năm 2011 nhưng cũng chỉ chiếm 4.1% tổng dư nợ cho vay tiêu dùng. Nguyên nhân là do nhu cầu du học vẫn chỉ mới xuất hiện ở nước ta, và còn khá mới mẻ, mới chỉ thực sự phát triển trong vài năm trở lại đây, các khoản cho vay lương đối với cán bộ nhân viên thì có qui mô nhỏ bé. Mặt khác, xuất phát từ chính bản thân ngân hàng cũng chưa thực sự quan tâm đến hoạt động này. Dự báo trong thời gian tới nhu cầu đi du học sẽ tiếp tục tăng cao, ngân hàng cần tập trung đưa ra chiến lược để phát triển sản phẩm này.

2.2.2.4 Chỉ tiêu doanh số cho vay có tài sản đảm bảo

Trong hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân, Vietcombank Hà Nội cho vay có tài sản đảm bảo (TSĐB) là chủ yếu, có nhiều hình thức bảo đảm: khách hàng sử dụng tài sản của mình, tài sản hình thành từ vốn vay để thế chấp, sử dụng bảo lãnh của bên thứ ba.

Bảng 7: Dư nợ cho vay khối khách hàng cá nhân theo hình thức đảm bảo tại Vietcombank Hà Nội trong giai đoạn 2010 -2012

Đơn vị : Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2010		2011		2012	
	Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)
Vay không TSĐB	85.05	12.5	87.83	9.55	129.52	10.3
Vay có TSĐB	593.2	87.5	831.8	90.45	1126.7	89.7
Tổng	678.25	100	919.7	100	1256.2	100

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Vietcombank Hà Nội năm 2010-2012)

Khoản vay không TSDB bao gồm hai khoản là khoản vay hỗ trợ tiêu dùng và vay dành cho nhân viên của ngân hàng. Bảng số liệu trên cho thấy các khoản vay có TSDB chiếm một tỉ trọng lớn (chiếm hơn 2/3) trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của Ngân hàng. Cả ngân hàng và khách hàng đều mong muốn lựa chọn được một phương án sử dụng nguồn vốn vay hiệu quả để có thể hoàn trả cả gốc và lãi cho ngân hàng đúng kỳ hạn. Tuy nhiên việc hoàn trả nợ gốc và lãi không phải lúc nào cũng diễn ra suôn sẻ. Để hạn chế bất đối xứng thông tin và tâm lý ỷ lại trong hoạt động tín dụng thì tài sản đảm bảo là yếu tố quan trọng trong quyết định cấp tín dụng của ngân hàng. Trong thời gian qua, cho vay không dựa trên tài sản đảm bảo chưa được phổ biến do mức độ tín nhiệm của khách hàng chưa cao và ngân hàng còn mang nặng hình thức cho vay truyền thống là cần nắm giữ tài sản để bảo đảm cho những khoản vay của khách hàng. Tuy nhiên, thời gian gần đây khi nền kinh tế phát triển, trình độ dân trí của người dân cao hơn và cùng với sự cạnh tranh của nhiều tổ chức tài chính nước ngoài, Vietcombank đã dần phát triển hình thức vay không cần tài sản đảm bảo nhằm tăng năng lực cạnh tranh và phát triển cho mình một nhóm đối tượng khách hàng mới. Với định hướng mới đó, khoản vay không có TSDB có tốc độ tăng nhanh hơn khoản vay có TSDB do chính sách cho vay hỗ trợ tiêu dùng và khoản vay dành cho nhân viên ngày càng mở rộng.

Nhìn chung, tỷ trọng cho vay có TSDB qua các năm đều chiếm 87%-90%. Bởi lẽ ở Việt Nam từ trước đến nay đều rất chú trọng vào TSDB khi cho vay khiến cho hoạt động cho vay tín chấp khó phát triển, và Vietcombank Hà Nội không phải là trường hợp ngoại lệ.

2.2.2.5 Chỉ tiêu phản ánh rủi ro trong cho vay khối khách hàng cá nhân.

✓ **Tỷ lệ nợ quá hạn.**

Có rất nhiều chỉ tiêu được dùng để phản ánh hiệu quả tín dụng nhưng chỉ tiêu đơn giản nhất là nợ quá hạn. Sau đây, sẽ xem xét hiệu quả cho vay khối khách hàng cá nhân tại Vietcombank Hà Nội thông qua chỉ tiêu nợ quá hạn.

Bảng 8: Tình hình nợ quá hạn trong cho vay tiêu dùng tại Vietcombank Hà Nội trong giai đoạn 2010-2012.

Đơn vị : Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2010		2011		2012		2011/2010		2012/2011	
	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%	Số tiền	%
1. Tổng dư nợ tín dụng khối KHCCN	678.25	100	919.7	100	1521.1	100	241.4	35.6	601.47	65.4
1.1.Nợ quá hạn	6.1	0.9	4.6	0.5	5.32	0.35	1.5	24.59	0.72	15.65

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Vietcombank Hà Nội năm 2010-2012)

Nhìn vào bảng số liệu, cho thấy hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng có tỷ lệ nợ quá hạn rất thấp, dưới 1% và có xu hướng giảm qua các năm. Năm 2010 tỷ lệ nợ quá hạn của ngân hàng với hoạt động cho vay tiêu dùng là 0,9% tương ứng với 6.1 tỷ đồng, Năm 2011, nợ quá hạn cho vay tiêu dùng là 4.60 tỷ đồng 0,5%, một tỷ lệ nhỏ so với tổng dư nợ tín dụng tiêu dùng là 919.65 tỷ đồng. Năm 2012, Ngân hàng tập trung nâng cao chất lượng tín dụng, cơ cấu lại nợ vay, từng bước xây dựng và hoàn thiện qui chế hoạt động của quản lý tín dụng các cấp, thực hiện nghiêm túc theo Quyết định 493/2010/QĐ- NHNN ngày 22/ 04/ 2010 của Ngân hàng Nhà nước về phân loại nợ và trích lập dự phòng rủi ro tín dụng, tỷ lệ nợ quá hạn tăng lên 5.32 tỷ đồng chiếm 0.35% tổng dư nợ tín dụng. Việc phân loại nợ đã phản ánh sát thực hơn tình hình nợ quá hạn của Ngân hàng, từ đó giúp Ngân hàng có cái nhìn toàn diện hơn về hoạt động cho vay tiêu dùng và đưa ra những giải pháp cụ thể để nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay.

✓ **Tỷ lệ nợ xấu.**

Nợ xấu luôn là vấn đề được các ngân hàng đặc biệt quan tâm, bởi nó phản ánh hiệu quả cho vay của ngân hàng. Ngoài ra, trong môi trường kinh doanh tiền tệ biến động mạnh như hiện nay thì sẽ có nhiều nguy cơ rủi ro tiềm ẩn mọi lúc, mọi nơi. Để đánh giá được tình hình nợ của chi nhánh Ngân hàng, hãy xem xét và phân tích tình hình nợ xấu như sau:

Bảng 9: Nợ xấu cho vay khối khách hàng cá nhân theo thời hạn tại Vietcombank Hà Nội trong giai đoạn 2010 -2012.

Đơn vị : Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2011/2010		2012/2011	
				Số tiền	%	Số tiền	%
Ngắn hạn	0.841	1.361	1.219	0.52	61.8	-142	-10.4
Trung dài hạn	1.292	1.591	2.348	0.299	23.1	757	47.6
Nợ xấu	2.133	2.952	3.567	819	38.4	615	20.8

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Vietcombank Hà Nội năm 2010-2012)

Qua bảng số liệu cho thấy: Năm 2010, nợ xấu ngắn hạn là 0.841 tỷ đồng, sang năm 2011, nợ xấu ngắn hạn là 1.361 tỷ đồng, tăng 61.8% trong tổng nợ xấu cho vay tiêu dùng. Đến năm 2012, nợ xấu ngắn hạn giảm xuống còn 1.219 tỷ đồng, tức giảm 10.4% so với năm 2011. Trong khi đó, năm 2011, nợ xấu trung dài hạn lại tăng lên 23.1%, đạt 1.591 tỷ đồng. Và đến năm 2012, nợ xấu lại tiếp tục tăng lên 47.6%, đạt mức 2.348 tỷ đồng, một phần là do công tác thẩm định của cán bộ tín dụng chưa được chú trọng.

Vì lý do gì đi nữa, tình hình nợ xấu trong ngân hàng vẫn còn tồn tại. Do đó, song song với hàng loạt các chương trình hay các sản phẩm mới để đẩy mạnh hoạt động cho vay, cần tích cực công tác thu hồi nợ, để giảm đến mức tối thiểu nợ xấu của ngân hàng.

2.2.2.6. Tốc độ vòng quay vốn cho vay

Vòng quay vốn tín dụng phản ánh số vòng chu chuyển của vốn cho vay. Chỉ tiêu này được tính toán để đánh giá khả năng tổ chức quản lý vốn cho vay và hiệu quả cho vay trong việc thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, giải quyết hợp lý giữa ba lợi ích: Nhà nước, Khách hàng và Ngân hàng.

Bảng 10: Vòng quay vốn cho vay khối khách hàng cá nhân tại Vietcombank Hà Nội trong giai đoạn 2010 - 2012

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2010	2011	2012	2011/2010	2012/2011
Doanh số thu nợ	1647.49	1597.9	2393.48	-49.59	795.579
Dư nợ cho vay khối KHCN bình quân	667	798.95	1087.95	131.95	288.995
Vòng quay vốn cho vay (vòng)	2,47	2	2,2	-0.47	+0,2

(Nguồn: Báo cáo kết quả kinh doanh Vietcombank Hà Nội năm 2010-2012)

Qua bảng số liệu 10 cho thấy, năm 2010 số vòng quay là 2,47 sau đó giảm xuống còn 2 vòng vào năm 2011 và lại tăng lên 2,2 vòng vào năm 2012. Vòng quay vốn cho vay tiêu dùng tăng giảm chệnh lệch qua các năm cho thấy vốn cho vay tiêu dùng của Ngân hàng quay vòng chậm và chưa hiệu quả. Năm 2012 tăng so năm 2011 nhưng không đáng kể. Điều này cũng biểu hiện hiệu quả công tác thu nợ của Ngân hàng đang có chiều hướng giảm sút. Ngân hàng cần điều chỉnh lại các món vay đồng thời nâng cao hiệu quả công tác thu nợ. Vì vậy, Vietcombank Hà Nội cần phải đẩy mạnh vòng quay vốn cho vay khối khách hàng cá nhân hơn nữa nhằm nâng cao hiệu quả cho vay khối khách hàng cá nhân

Từ những phân tích trên cho thấy vai trò quan trọng của hoạt động cho vay tiêu dùng trong ngân hàng, nó đem lại nguồn thu lớn cho ngân hàng. Hiện nay, Vietcombank đang trong nhóm ngân hàng dẫn đầu về thị trường cho vay tiêu dùng với các ngân hàng khác như Techcombank, Đông Á, ACB, VP Bank, Sacombank... Tuy nhiên để đứng vững và gia tăng thị phần trong nền

kinh tế thị trường cạnh tranh gay gắt như hiện nay đòi hỏi ngân hàng phải nỗ lực hơn nữa để dần biến những đóng góp của hoạt động này trở thành một trong những nguồn thu chính của ngân hàng.

2.3. Kết quả hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.

2.3.1. Những kết quả Ngân hàng đã đạt được.

Qua những số liệu trên đây, thấy rằng hoạt động cho vay tiêu dùng đã có sự tăng trưởng và vững chắc, đóng góp một phần vào doanh thu của ngân hàng, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, tăng lợi nhuận. Vietcombank Hà Nội đã đạt được một số kết quả sau:

- Hiệu quả của việc thực hiện cho vay tiêu dùng cũng khá cao, thu nhập từ hoạt động cho vay tiêu dùng tăng trưởng đều qua các năm. Như vậy, mặc dù tỷ trọng của cho vay tiêu dùng trên tổng doanh số cho vay và tổng lợi nhuận của ngân hàng mới chỉ đạt dưới 10% nhưng cho vay tiêu dùng vẫn thể hiện được tính ưu việt của một loại sản phẩm kinh doanh đem lại lợi ích kinh tế cao.
- Doanh số cho vay tăng trưởng đều qua các năm, cho thấy nhu cầu về cho vay khối khách hàng cá nhân ngày càng tăng trong xã hội, đồng thời đã đóng góp vào sự gia tăng về doanh số cho vay nói riêng cũng như tổng tài sản nói chung. Điều này phản ánh nhu cầu của người dân về vay tiêu dùng ngày một nhiều, cũng như sự nỗ lực không ngừng của ban lãnh đạo cũng như của cán bộ công nhân viên Sở trong việc tăng doanh số cho vay.

2.3.2. Hạn chế còn tồn tại trong hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.

Mặc dù cho vay khối khách hàng cá nhân trong mấy năm qua đã phát triển nhưng nếu đem so sánh với dư nợ chung của cả ngân hàng thì tỷ lệ này vẫn chiếm một phần rất nhỏ, tương ứng với nó là doanh thu từ hoạt động này cũng không cao. Bên cạnh đó, tuy dư nợ tín dụng chung có vượt kế hoạch đề ra nhưng riêng cho vay tiêu dùng thì dư nợ đều chưa đạt so với kế hoạch. Những mặt yếu kém về hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại

Vietcombank Hà Nội thể hiện qua số liệu hoạt động trong thời gian vừa qua bao gồm một số yếu tố được tổng hợp lại như sau:

- + Tỷ lệ nợ xấu vẫn còn xảy ra thể hiện khả năng kiểm soát nợ xấu trong hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng còn nhiều hạn chế.
- + Cho vay khối khách hàng cá nhân chủ yếu là có TSDB (chiếm 2/3 tỷ trọng cho vay tiêu dùng), chưa chú trọng đến cho vay không có TSDB.
- + Kết quả hoạt động thất thường, không thể hiện được xu thế phát triển ổn định.
- + Tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng không phát triển tương xứng với tốc độ tăng trưởng dư nợ tín dụng chung của toàn ngân hàng.
- + Công tác thẩm định, kiểm soát nợ và phân tích nợ còn hạn chế, do đó chất lượng tín dụng còn tiềm ẩn rủi ro.

2.3.3. Nguyên nhân của những hạn chế.

Những hạn chế còn tồn tại ở Vietcombank Hà Nội trong hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân xuất phát từ cả nguyên nhân chủ quan và nguyên nhân khách quan. Bao gồm:

- Các nguyên nhân chủ quan từ phía ngân hàng bao gồm:

Thứ nhất, chính sách cho vay khối khách hàng cá nhân của Vietcombank Hà Nội chưa thực sự thông thoáng và đồng nhất. Đối tượng vay tiêu dùng còn hạn chế: Hiện tại hầu như các sản phẩm cho vay tiêu dùng của Vietcombank Hà Nội đang bị giới hạn ở những khách hàng có hộ khẩu thường trú tại Hà Nội. Trong khi thực tế số người từ các tỉnh thành phố khác về làm ăn sinh sống tại Hà Nội rất lớn. Chính những người này mới có nhu cầu vay vốn để trang trải các chi phí sinh hoạt cũng như đáp ứng các nhu cầu nhà ở. Ngoài ra, TSDB là nhà đất được quy định là phải có sổ đỏ. Do vậy rất nhiều khách hàng có khả năng trả nợ, nhân thân tốt nhưng TSDB chưa đủ giấy tờ pháp lý cũng bị loại khỏi danh sách những người được vay vốn. Vietcombank Hà Nội vẫn còn thận trọng trong việc cung ứng cho vay tiêu dùng dài hạn mặc dù số lượng người dân mong muốn sử dụng dịch vụ này ngày càng đông. Quy mô và hạn mức các món cho vay dài hạn thường bị hạn chế để đảm bảo an toàn, tránh nguy cơ mất vốn. Vì thế, khả năng sinh lời từ hoạt động cho vay tiêu dùng bị giảm bớt.

Thứ hai, Vietcombank Hà Nội vẫn còn chịu sự kiểm soát chặt chẽ của hội sở Vietcombank và các cơ quan quản lý khác, đồng thời nhận được sự bảo trợ của NHNN trên một số lĩnh vực, nguyên nhân này nhiều khi làm Ngân hàng kém chủ động, nhạy bén trên thị trường, nhất là trong hoạt động cho vay tiêu dùng - một hoạt động mới phát triển và chịu nhiều áp lực cạnh tranh.

Thứ ba, nguồn nhân lực của Vietcombank Hà Nội vẫn còn nhiều hạn chế, kỹ năng bán hàng của cán bộ tín dụng còn yếu, mặc dù có rất nhiều cố gắng nhưng số cán bộ này vẫn chưa được đào tạo một cách đầy đủ về kỹ năng bán hàng, nghiệp vụ marketing nên khả năng tiếp cận khách hàng . Công tác kiểm tra sau khi giải ngân của cán bộ tín dụng chưa được thực hiện nghiêm túc và thường xuyên, chỉ khi nào khách hàng có xu hướng chậm trả hoặc có áp lực kiểm tra từ phía kiểm soát nội bộ thì mới hoàn thành. Vì vậy, cán bộ tín dụng không phát hiện được những nhu cầu mới phát sinh cũng như những biểu hiện về một khoản nợ xấu từ giai đoạn đầu.

Thứ tư, thời hạn làm thủ tục cho vay còn dài, trong khi các ngân hàng khác chỉ tính bằng giờ thì thời gian làm thủ tục cho vay của Vietcombank Hà Nội tính theo ngày. Đây cũng là điểm hạn chế, mà Sở cần khắc phục, để thu hút nhiều khách hàng hơn, cũng như tăng hiệu quả cho vay tiêu dùng.

➤ Các nguyên nhân khách quan:

Thứ nhất, nguyên nhân từ phía khách hàng. Những khách hàng có trình độ và tài chính lành mạnh sẽ đòi hỏi cao về chất lượng dịch vụ. Nếu cán bộ tín dụng không có kinh nghiệm thẩm định và sự phối hợp giữa các bộ phận không tốt rất dễ làm khách hàng phật lòng, nổi nóng và có phản ứng tiêu cực. Trong khi đó lại có nhiều khách hàng không hiểu thủ tục ngân hàng nên cho rằng thủ tục vay ngân hàng rất rườm rà phức tạp . Họ mang tâm lí e ngại khi đến ngân hàng nên sẵn sàng vay tư nhân với lãi suất cao gấp nhiều lần nhưng đơn giản trong thủ tục.

Thứ hai, môi trường pháp lý còn nhiều bất cập. Khả năng quản lý nhân khẩu của chính quyền địa phương tại Việt Nam còn yếu nên mặc dù mỗi cá nhân đều có hộ khẩu thường trú tại một địa chỉ nhất định nhưng khi di cư đến Hà Nội để làm ăn sinh sống thì lại hầu như không chịu sự quản lý của đơn vị nào. Việc

này đã gây rất nhiều khó khăn cho Sở giao dịch khi muốn cho vay đối với đối tượng này. Bên cạnh đó, tiến độ cấp giấy chứng nhận quyền sở hữu nhà ở và đất ở trên địa bàn Hà nội còn chậm.

Thứ ba, môi trường kinh tế - xã hội tại Việt Nam. Phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn thói quen trả lương bằng tiền mặt, rất ít các doanh nghiệp trả tiền cho nhân viên thông qua tài khoản ngân hàng. Đây là một hạn chế rất lớn để phát triển các sản phẩm cho vay tiêu dùng sử dụng nguồn trả nợ từ lương. Nhiều người Việt Nam có thói quen tích lũy đủ thì mới dùng, nếu thiếu thì trước hết là vay người thân, sau đó mới nghĩ đến việc vay ngân hàng, vì thủ tục rườm rà, hơn nữa, phải có tài sản thế chấp, khi không trả nợ được thì sẽ bị phát mại tài sản đảm bảo.

CHƯƠNG III:
GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ CHO VAY KHỐI
KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI SỞ GIAO DỊCH
NGÂN HÀNG TMCP NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM
– CHI NHÁNH HÀ NỘI.

3.1. Định hướng phát triển cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.

3.1.1 Định hướng phát triển hoạt động kinh doanh của Vietcombank Hà Nội.

*** Mô hình phát triển, tổ chức bộ máy và mạng lưới:**

Tiếp tục rà soát lại thực trạng các công ty con trong và ngoài nước, văn phòng đại diện để có phương án tái cơ cấu phù hợp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động.

Tiếp tục rà soát, chuẩn hóa mô hình Chi nhánh, hoàn thiện và phân định rõ chức năng nhiệm vụ của các phòng tại Hội sở chính.

Tiếp tục mở rộng mạng lưới giao dịch tại các khu kinh tế trọng điểm và các khu đô thị tập trung trên địa bàn Hà Nội, nhằm tạo sự thuận tiện, giảm thiểu thời gian đi lại và chờ đợi của khách hàng.

Tăng trưởng lao động không quá 10%, lưu ý chọn lọc trong tuyển dụng nhằm đáp ứng nhu cầu bổ sung lao động theo định hướng phát triển mạng lưới của Vietcombank, cụ thể là:

- Bổ sung lao động tăng cường cho hoạt động bán lẻ theo định hướng phát triển của Vietcombank. Theo kế hoạch, trong năm 2013 sẽ thành lập phòng Khách hàng thể nhân và bổ sung thêm nhân sự cho bộ phận bán lẻ và kinh doanh thẻ tại các chi nhánh.

- Bổ sung lao động cho công tác phát triển mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch. Trong năm 2013 dự kiến thành lập chi nhánh dịch vụ khách hàng đặc biệt tại Hà Nội.

- Cung cấp nhân sự cho các chi nhánh nhỏ dự kiến thành lập (nếu điều kiện cho phép): công ty quản lý và khai thác tài sản và công ty tín dụng tiêu dùng.

*** Về vốn, tín dụng, đầu tư:**

Đẩy mạnh tăng trưởng tín dụng đi đôi với kiểm soát chất lượng tín dụng. Phân đầu tăng trưởng tín dụng 12%, tỷ lệ nợ xấu khống chế dưới 3%.

Linh hoạt trong công tác huy động vốn, vừa đảm bảo đáp ứng yêu cầu sử dụng vốn, vừa đảm bảo hiệu quả tối ưu. Tỷ lệ tăng trưởng huy động vốn từ nền kinh tế 12%, hài hòa giữa huy động vốn và sử dụng vốn.

Sẵn sàng tiếp cận thị trường trái phiếu quốc tế khi điều kiện thuận lợi.

Tăng cường công tác xử lý, thu hồi nợ; phân đầu tăng tỷ lệ thu hồi nợ đã xử lý.

Rà soát danh mục đầu tư góp vốn, tái cơ cấu phù hợp; tiếp tục xúc tiến việc thành lập các công ty con theo kế hoạch đã trình Đại hội đồng cổ đông năm 2012.

*** Trong các lĩnh vực hoạt động kinh doanh khác và kết quả tài chính:**

Duy trì tốt hoạt động kinh doanh ngoại tệ, đảm bảo thu từ kinh doanh ngoại tệ đóng góp đáng kể vào tổng thu.

Có biện pháp củng cố, giành lại thị phần thanh toán, thị phần về thẻ; dần nâng cao hiệu quả hoạt động thẻ.

Tiếp tục đẩy mạnh phát triển các dịch vụ ngân hàng hiện đại.

Phân đầu duy trì lợi nhuận trước thuế, các hệ số ROA = 1.1%, ROE = 12% tương đương như năm 2012.

*** Trong công tác quản trị rủi ro:**

Tiếp tục nâng cao vai trò của bộ máy kiểm tra, kiểm soát, kiểm toán nội bộ.

Quản trị tốt các tỷ lệ an toàn theo quy định của Ngân hàng Nhà nước và từng bước tiếp cận thông lệ quốc tế. Xây dựng các mô hình đo lường rủi ro theo chuẩn mực quốc tế.

*** Trong quan hệ với nhà đầu tư:**

Tiếp tục đẩy mạnh việc quan hệ và duy trì cơ chế thông tin đối với cổ đông, nhà đầu tư.

Duy trì chính sách chi trả cổ tức bằng tiền mặt.

*** Trong quản trị nguồn nhân lực:**

Tiếp tục đẩy mạnh công tác đào tạo, bồi dưỡng.

Đổi mới công tác tuyển dụng quy hoạch, bổ nhiệm cán bộ.

Tăng cường hơn nữa công tác luân chuyển sử dụng cán bộ; đặc biệt là đối với các vị trí được quy hoạch cho các chức danh quản lý cấp cao.

*** Một số nội dung khác:**

Chú trọng công tác kế toán quản trị, sớm xây dựng hệ thống thông tin quản lý phục vụ công tác quản trị, điều hành. Tăng cường công tác xây dựng kế hoạch, thông tin dự báo,...

Tiếp tục rà soát, hoàn thiện các Quy chế đã ban hành, xây dựng các Quy chế mới tạo cơ sở pháp lý cho mọi hoạt động của Vietcombank Hà Nội.

3.1.2 Định hướng phát triển hoạt động cho khối khách hàng cá nhân

Sở giao dịch Ngân hàng Ngoại thương Việt nam luôn đặt ra cho mình định hướng phát triển bền vững và tăng trưởng đồng thời luôn hướng tới mục tiêu kinh doanh an toàn, hiệu quả. Trong thời gian tới về dư nợ cho vay khối khách hàng cá nhân phần đầu chiếm khoảng 30% tổng dư nợ.

Để phát triển hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân trong những năm tới đây, Vietcombank Hà Nội đã đưa ra những định hướng sau:

3.1.2.1 Đối tượng khách hàng.

Vietcombank Hà Nội không ngừng mở rộng mối quan hệ khách hàng, ngoài những khách hàng cũ, Vietcombank Hà Nội cũng chủ động tìm kiếm và đặt mối quan hệ với các khách hàng mới, khách hàng có tiềm năng. Đặc biệt là những công ty lớn có số lượng công nhân nhiều đây sẽ là nguồn khách hàng tiềm năng lớn cho vay khối khách hàng cá nhân.

3.1.2.2. Đa dạng hoá sản phẩm.

Do nhu cầu phát triển và hội nhập của đất nước và sự đa dạng hoá trong nhu cầu của người dân. Do vậy trong lĩnh vực vay tiêu dùng nói riêng và vay khối khách hàng cá nhân nói chung sẽ phát triển nhiều các sản phẩm mới phục vụ hầu hết các nhu cầu của người dân dẫn đến việc cạnh tranh giữa các ngân hàng trong khối Ngân hàng TMCP ngày càng mạnh mẽ. Do vậy ngay từ

bây giờ việc đa dạng hoá các sản phẩm cho vay là yếu tố mà các ngân hàng TMCP chú trọng. Nhận thấy điều đó Vietcombank Hà Nội luôn luôn nghiên cứu và dần triển khai những sản phẩm mới.

3.1.2.3. Nâng cao chất lượng sản phẩm.

Với phương châm kinh doanh " Vững vàng, tin cậy" luôn là kim chỉ nam của Vietcombank Hà Nội trong quá trình phát triển. Vietcombank Hà Nội luôn đặt chất lượng sản phẩm lên hàng đầu, đặc biệt là chất lượng của các sản phẩm tiêu dùng cá nhân vì đây là sản phẩm chiến lược của Vietcombank Hà Nội trong thời gian tới.

3.2. Giải pháp nâng cao hiệu quả cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.

3.2.1. Xử lý nợ xấu.

➤ Cơ sở xử lý nợ xấu:

+ Định nghĩa nợ xấu của Việt Nam tại Quyết định 493/2005/QĐ - Ngân hàng Nhà nước ngày 22/4/2005 của Ngân hàng Nhà nước như sau: “Nợ xấu là những khoản nợ được phân loại vào nhóm 3 (dưới chuẩn), nhóm 4 (nghi ngờ) và nhóm 5 (có khả năng mất vốn)”.

Cụ thể, nhóm 3 trở xuống gồm các khoản nợ quá hạn trả lãi và/hoặc gốc trên 90 ngày, đồng thời tại Điều 7 của Quyết định nói trên cũng quy định các ngân hàng thương mại căn cứ vào khả năng trả nợ của khách hàng để hạch toán các khoản vay vào các nhóm thích hợp.

+ Định nghĩa nợ xấu của Phòng Thống kê – Liên hợp quốc, “về cơ bản một khoản nợ được coi là nợ xấu khi quá hạn trả lãi và/hoặc gốc trên 90 ngày; hoặc các khoản lãi chưa trả từ 90 ngày trở lên đã được nhập gốc, tái cấp vốn hoặc chậm trả theo thỏa thuận; hoặc các khoản phải thanh toán đã quá hạn dưới 90 ngày nhưng có lý do chắc chắn đề nghi ngờ về khả năng khoản vay sẽ được thanh toán đầy đủ”.

Như vậy, nợ xấu về cơ bản cũng được xác định dựa trên 2 yếu tố: (i) quá hạn trên 90 ngày và (ii) khả năng trả nợ nghi ngờ. Đây được coi là định nghĩa của IAS đang được áp dụng phổ biến hiện hành trên thế giới. Và khi khách

hàng bị nợ xấu từ nhóm 3 trở lên sẽ rất khó được ngân hàng duyệt vay lại ít nhất là 5 năm. Trong khi tình hình sử dụng vốn mỗi ngày một cần thiết.

Một nguyên tắc tối quan trọng trong xử lý nợ xấu là vấn đề thời gian thì dường như việc hành động đang khá chậm trễ. Xử lý nợ xấu và tái cấu trúc doanh nghiệp đang là vấn đề nóng của kinh tế Việt Nam. Quyết tâm chính trị đã có, nhưng hành động trên thực tế vẫn còn chậm và vướng. Cần những tư duy mới và nhiều chính sách cụ thể hơn để giải quyết tận gốc nợ xấu .

Hiện nay, tình hình nợ xấu nói chung và nợ xấu đối với hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân nói riêng tại Vietcombank Hà Nội tăng khá nhanh trong thời gian gần đây. Xử lý nợ xấu đang là bài toán đặt ra cho hầu hết các Ngân hàng hiện nay và Vietcombank Hà Nội không nằm trong ngoại lệ. Sau đây là ba giải pháp nhằm giảm nợ xấu đối với hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân của Vietcombank Hà Nội.

***Quy trách nhiệm cho nhân viên phân tích tín dụng, thẩm định tín dụng.**

- Vietcombank Hà Nội cần quy trách nhiệm rõ ràng trong việc khắc phục nợ xấu của Ngân hàng, đặc biệt là phòng tín dụng và thẩm định tín dụng.
 - Phòng tín dụng khối khách hàng cá nhân nên chia thành các tổ, nhóm (theo địa bàn hoạt động): làm các công tác phân tích tín dụng , theo dõi khách hàng vay, đôn đốc khách hàng trả nợ, thu hồi nợ (nếu rơi vào khoản nợ xấu).
 - Đưa phân tích, đánh giá, theo dõi nợ vào xếp hạng thi đua, khen thưởng cho từng cán bộ, tổ, nhóm, phòng tín dụng.
- Vietcombank Hà Nội cần thành lập tổ thu hồi nợ xấu để nâng cao hiệu quả cho vay, kiểm soát nợ xấu.

*** Thu hồi tài sản đảm bảo (xe; bất động sản) để bán thanh lý.**

Hiện nay, tại Vietcombank Hà Nội các khoản cho vay tiêu dùng có tài sản đảm bảo chủ yếu là bất động sản và xe ô tô (chiếm hơn 2/3 tổng dư nợ cho vay tiêu dùng). Do đó cần có biện pháp xử lý kịp thời đối với những tài sản đảm bảo nhằm hạn chế nợ xấu.

- Thông báo nhắc nhở cho khách hàng về việc tiến hành thu nợ

- Đăng bán thanh lý trong trang web của Ngân hàng, báo địa phương
- Bán lại cho cán bộ công nhân viên của Ngân hàng.

*** Đối với những khoản nợ xấu không có khả năng thu hồi, khuyến nghị Bán lại cho Công ty quản lý tài sản các tổ chức tín dụng Việt Nam (VAMC):** Hiện nay, việc thành lập Công ty Quản lý tài sản các tổ chức tín dụng Việt Nam (VAMC), Nhà nước dự kiến cho Công ty này hoạt động vào tháng tới (tháng 7/2013) nhằm giải quyết tình hình nợ xấu cho các NHTM. Do đó, những khoản nợ không có khả năng thu hồi thì Vietcombank Hà nội nên bán lại cho VAMC để thu hồi vốn và cơ cấu lại dư nợ trong năm nay.

3.2.2. Tăng cường cho vay không có tài sản đảm bảo.

*** Hoàn thiện cho vay khối khách hàng cá nhân không có tài sản đảm bảo đối với cán bộ công nhân viên của các Doanh nghiệp trên địa bàn.**

Vietcombank Hà nội cần hỗ trợ cho các cán bộ công nhân viên của các Doanh nghiệp, tổ chức có nhu cầu vay vốn để tiêu dùng hay phục vụ cho nhu cầu sinh hoạt hàng ngày và các nhu cầu hợp lý, hợp pháp khác. Điều này sẽ giúp ngân hàng tiếp cận đa dạng nhu cầu của khách hàng.

- Đặc biệt, Vietcombank Hà Nội cho các cán bộ công nhân viên của các Doanh nghiệp đã là khách hàng, đối tác quen thuộc hoặc có kết quả hoạt động kinh doanh tốt, uy tín trên thị trường.
- Đồng thời, tăng cường cho vay đối với cán bộ công nhân viên được trả lương qua Ngân hàng.

Khi cho vay không có bảo đảm bằng tài sản đối với cán bộ công nhân viên, Ngân hàng phải đối mặt với rủi ro cao. Do đó, Ngân hàng cần có quy trình thẩm định chặt chẽ hơn để giảm thiểu được rủi ro. Ngân hàng không giới hạn mức cho vay mà dựa vào thu nhập thường xuyên của người lao động, mức tối đa bằng 50% thu nhập ổn định thường xuyên của thời hạn vay. Khách hàng không cần đến trả nợ ngân hàng, cơ quan sẽ thay người vay trích thu nhập tiền lương hàng tháng để trả nợ. Thời hạn vay vốn tối thiểu là 12 tháng và tối đa là 36 tháng.

**** Nhanh chóng hoàn thiện và đưa phương thức cho vay thấu chi tiêu dùng vào hoạt động.***

Bên cạnh đó, Ngân hàng nên thực hiện chương trình thấu chi tài khoản đối với các khách hàng là cá nhân. Nhóm sản phẩm này bao gồm: sản phẩm thấu chi có tài sản đảm bảo (thế chấp) và thấu chi không tài sản đảm bảo (tín chấp), với mục tiêu đáp ứng nhu cầu tài chính bất chợt của khách hàng. Theo đó, khi đăng kí sử dụng sản phẩm vay thấu chi tiêu dùng, khách hàng có thể vượt quá số tiền hiện có trong tài khoản thanh toán tại Ngân hàng, với hạn mức thấu chi cao. Cho vay thấu chi tiêu dùng giúp khách hàng có thể giải quyết các vấn đề về tài chính khẩn cấp, bất chợt khi không có đủ thời gian làm các thủ tục vay tại Ngân hàng. Cho vay thấu chi tiêu dùng đem lại lợi ích tối đa và tiện ích tốt nhất cho khách hàng. Sản phẩm thấu chi tiêu dùng cho phép khách hàng có một nguồn tiền mặt sẵn sàng bất kỳ lúc nào.

3.2.3. Hoàn thiện quy trình cho vay và đánh giá khách hàng

**** Giảm thời gian thẩm định hồ sơ vay***

Hiện nay, các ngân hàng đang đua nhau trong việc giảm thời gian xem xét hồ sơ cho vay đối với khách hàng thuộc vay khối khách hàng cá nhân. Có những ngân hàng phân đầu thời gian cho vay chỉ còn 8 tiếng, điều này đồng nghĩa với việc, khách hàng không phải chờ đợi lâu để có được những khoản vay sau khi đã đáp ứng đủ điều kiện cho vay. Nhu cầu vay vốn của khách hàng là để phục vụ cho nhu cầu cá nhân, mua các sản phẩm tiêu dùng, vì vậy họ rất muốn vay được sớm. Do đó, giảm thời gian thẩm định hồ sơ vay là một giải pháp mà các ngân hàng khác đang áp dụng nhằm lôi kéo khách hàng.

**** Tăng cường kiểm tra sau khi giải ngân:***

Kiểm tra sau là một khâu của thực hiện qui trình tín dụng, điều này càng quan trọng đối với cho vay khối khách hàng cá nhân. Do đặc điểm của các món vay khối khách hàng cá nhân thường phát sinh không thường xuyên, các món vay xảy ra một lần và kéo dài tới vài ba năm, do vậy nên công tác kiểm tra và thăm hỏi khách hàng không được thực hiện thường xuyên. Việc kiểm tra sau khi giải ngân không chỉ nhằm mục đích truyền thống là kiểm tra

tính trung thực trong việc sử dụng vốn vay theo đề xuất khi vay mà còn nhằm đánh giá khả năng trả nợ của khách hàng cũng như phát hiện nhu cầu mới của khách hàng. Mở rộng khách hàng mới bằng việc khai thác khách hàng cũ là một việc nên làm. Đồng thời việc thường xuyên sử dụng thăm hỏi khách hàng sẽ là một kênh thông tin phản hồi rất chính xác về chất lượng và vị thế của sản phẩm. Các thông tin này sẽ giúp cho việc cải thiện chất lượng dịch vụ và làm cơ sở để mở rộng cho vay khối khách hàng cá nhân.

****Đánh giá cho điểm khách hàng chặt chẽ hơn.***

Hiện nay, tình hình nợ xấu cho vay tiêu dùng tại Vietcombank Hà Nội tăng cao, vì vậy Ngân hàng cần áp dụng hệ thống chấm điểm tín dụng khách hàng chặt chẽ hơn nữa nhằm đánh giá kỹ càng và xác định rủi ro trong hoạt động tín dụng của Ngân hàng để giảm thiểu nợ xấu.

Điều đó sẽ giúp cho Vietcombank Hà Nội:

- Kiểm soát mức độ tín nhiệm khách hàng, thiết lập hạn mức cho vay phù hợp với từng nhóm khách hàng.
- Đánh giá khả năng tin cậy về tài chính của một khách hàng thể nhân khi đứng trên giác độ Ngân hàng.
- Đưa ra những quyết định thích hợp nhằm bảo vệ quyền lợi của mình như có cho vay hay không cho vay, tiếp tục cho vay hay tập trung thu hồi nợ...nhằm ngăn ngừa, hạn chế rủi ro trong hoạt động tín dụng của Ngân hàng.

3.2.4 Giải pháp khác

3.2.4.1 Tăng cường các hoạt động Marketing đối với cho vay khối khách hàng cá nhân

Thứ nhất, thành lập bộ phận nghiên cứu thị trường và phát triển sản phẩm. Để tồn tại và phát triển, các sản phẩm của ngân hàng bắt buộc phải đáp ứng được đầy đủ các yêu cầu của thị trường. Yêu cầu đó đặt ra đối với doanh nghiệp nói chung và ngân hàng nói riêng cần phải có sự nghiên cứu, phân tích, đánh giá về thị trường mà mình đang hoạt động, trong đó bao gồm bên cung và bên cầu.

Chỉ khi có được những phân tích đánh giá chính xác về thị trường thì

ngân hàng mới có thể đề ra những kế hoạch hoạt động trong tương lai gần cũng như là xây dựng một chiến lược kinh doanh tổng thể lâu dài. Nhiệm vụ nặng nề và quan trọng đó sẽ do bộ phận nghiên cứu thị trường đảm nhận và thực hiện.

Việc phát hiện và đưa ra những sản phẩm mới cho phù hợp với từng thời kỳ phát triển của nền kinh tế sẽ giúp cho Sở Giao dịch tiếp cận thường xuyên và bắt kịp với xu thế của thị trường.

Thứ hai, hoàn thiện phương pháp tiếp thị cho vay khối khách hàng cá nhân. Tăng cường bán chéo sản phẩm : Bán chéo sản phẩm vừa mang lại lợi ích trọn gói cho khách hàng đồng thời giúp đơn vị tham gia bán chéo sản phẩm gia tăng thu nhập, tiết kiệm chi phí. Sản phẩm tín dụng có đặc tính hoàn trả sau một thời gian sử dụng. Do đó, cán bộ tín dụng không thể bán nó giống như bán các sản phẩm thông thường khác mà phải có sự chọn lọc đối tượng khách hàng theo các tiêu chuẩn riêng. Tuy nhiên, cán bộ tín dụng cũng không nên ngồi chờ khách hàng đến xin vay mà phải tích cực tiếp thị để tìm kiếm khách hàng như nhân viên bán sản phẩm thông thường.

Khách hàng cho vay khối khách hàng cá nhân có phạm vi hoạt động rộng khắp và ngân hàng có trách nhiệm phải khơi dậy nhu cầu của họ hoặc tạo cơ hội để họ bộ lộ nhu cầu của mình. Các phương pháp truyền thống để thu hút khách hàng như quảng cáo qua truyền hình, sóng phát thanh, tờ rơi, các chương trình tặng quà, bốc thăm trúng thưởng... đều đã được các ngân hàng sử dụng tối đa nhưng hiệu quả đem lại chưa thực sự mong đợi. Bán chéo sản phẩm là cách đem lại hiệu quả cao nhất giúp mở rộng cho vay khối khách hàng cá nhân vì các đơn vị đối tác có đội ngũ nhân viên tiếp thị, bán hàng với số lượng lớn, am hiểu về sản phẩm, có khả năng tạo ra nhu cầu tiêu dùng của khách hàng qua kỹ năng bày hàng, giới thiệu sản phẩm và bán hàng.

Thứ ba, tăng cường quảng cáo giúp người dân quen với các sản phẩm tín dụng tiêu dùng của ngân hàng. Để mở rộng cho vay khối khách hàng cá nhân, bên cạnh việc bán chéo sản phẩm thì cần có chiến dịch quảng bá rộng rãi với nhiều hình thức khác nhau để người dân không ngại vay vốn ngân

hàng là việc làm hết sức cần thiết. Công việc này thực hiện thông qua các phương tiện truyền thông như báo chí, truyền hình và đặc biệt là các báo điện tử. Với sự phát triển của thương mại điện tử, kinh doanh qua mạng đã trở thành một hình thức kinh doanh khá phổ biến, hay chủ động gửi tin quảng cáo vào các địa chỉ email, đây là một phương thức mà nhiều hãng kinh doanh của nước ngoài vẫn thường làm.

3.2.4.2 Tập trung đào tạo nguồn nhân lực cho hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân.

Con người là nguồn lực quan trọng nhất đối với bất kỳ tổ chức hay doanh nghiệp nào. Sự thành công của bất kỳ doanh nghiệp nào cũng phụ thuộc vào yếu tố con người và hiệu suất làm việc của họ. Mọi doanh nghiệp muốn thành công trên lĩnh vực mà mình đang theo đuổi kinh doanh thì phải dựa trên việc sử dụng một cách có hiệu quả nguồn nhân lực của mình và Vietcombank Hà Nội cũng không nằm ngoài quy luật đó. Chính vì vậy, công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực là một trong những mục tiêu chủ chốt mà Vietcombank Hà Nội phải chú trọng phát triển trong thời gian tới. Đó là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, chú trọng đào tạo chuyên sâu theo từng loại nghiệp vụ, trong đó tăng cường đào tạo tại chỗ. Làm tốt công tác qui hoạch cán bộ, đánh giá sử dụng cán bộ phù hợp với năng lực để phát huy tác dụng tốt. Xây dựng văn hoá kinh doanh công sở nhằm nâng cao uy tín và thương hiệu của Vietcombank.

Trên cơ sở xem xét các yếu tố trên, Ngân hàng nên có sự phân công lao động cho hợp lý, tận dụng được các khả năng và thế mạnh của cán bộ tín dụng, đồng thời ngân hàng cũng cần có chiến lược đào tạo và phát triển nguồn nhân lực này một cách toàn diện hơn. Vietcombank Hà Nội cần tổ chức và phát triển hơn nữa công tác đào tạo, nhất là trong giao dịch đổi mới công nghệ ngân hàng, hiện đại hóa ngân hàng như hiện nay. Sở giao dịch cần cử cán bộ, nhân viên tham dự các khóa học về ngân hàng do Ngân hàng Nhà nước, các trường Đại học, các Viện nghiên cứu tổ chức. Ngân hàng cũng nên cử cán bộ, nhân viên có trình độ, có năng lực tham gia các chương trình đào tạo ở nước

ngoài cũng như tham khảo các sản phẩm dịch vụ, các hoạt động ngân hàng của các nước phát triển sẽ tạo ra những nền tảng, điều kiện cần thiết để phát triển hoạt động ngân hàng trong tương lai.

Ngoài ra Vietcombank Hà Nội phân công thực hiện bố trí công việc theo năng lực, kinh nghiệm của mỗi người, phân quyền đề nghị cấp tín dụng theo trình độ, kinh nghiệm. Để nâng cao chất lượng đánh giá của khách hàng, ngoài việc tăng cường công tác đào tạo đội ngũ cán bộ tín dụng là yêu cầu cấp thiết, ngân hàng cần tìm hiểu năng lực, sở trường của từng cán bộ tín dụng để đề bạt, bố trí, quản lý sử dụng cán bộ thực hiện nghiệp vụ này phù hợp, phát huy tốt nhất khả năng của mỗi cán bộ công nhân viên nhằm đem lại hiệu quả cao trong công tác, ngăn ngừa rủi ro xảy ra.

Một khía cạnh khác là, để tạo điều kiện, tiền đề cho công tác phát triển nguồn nhân lực, ngân hàng cần tuyển dụng một cách công bằng, công khai để tìm kiếm được cán bộ giỏi, có tri thức, có năng lực, có trình độ chuyên môn, có khả năng tiếp thu khoa học kỹ thuật mới, có tinh thần trách nhiệm cao, đáp ứng được những yêu cầu của công việc trong tình hình hiện nay.

3.2.4.3 Hiện đại hóa cơ sở vật chất và công nghệ ngân hàng.

Hiện đại hóa trang thiết bị, nâng cấp cơ sở vật chất là yêu cầu cấp thiết đối với chi nhánh hiện nay. Điều đó không những giúp nhân viên ngân hàng làm việc hiệu quả hơn, phát huy hết khả năng mà còn giúp nâng cao hình ảnh của ngân hàng. Đặc biệt là nó sẽ hỗ trợ ngân hàng tăng tốc độ xử lý thông tin cũng như là khả năng hoạt động chung. Ngân hàng cần chú ý tới việc xây dựng một hệ thống kế hoạch đầu tư trang thiết bị, công nghệ nhằm từng bước đưa vào sử dụng các dịch vụ xử lý trên hệ thống các phần mềm hiện đại, công nghệ thẻ, dịch vụ home-banking... việc xử lý hỗ trợ các khâu như thẩm định, định giá TSBD, giám sát khoản vay của khách hàng cũng cần có phần mềm ứng dụng để triển khai hỗ trợ mở rộng cho vay khối khách hàng cá nhân một cách đồng bộ, hiệu quả nhất.

3.3. Một số kiến nghị.

3.3.1. 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 đề 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. Mở các văn phòng đăng ký giao dịch bảo đảm, thêm các văn phòng công chứng, để tạo điều kiện cho người dân làm các thủ tục hành chính liên quan đến bất động sản và vay vốn.

Thứ tư, đề nghị các cơ quan có đối tượng vay khối khách hàng cá nhân tại SGD kết hợp với SGD trong việc xác nhận hồ sơ xin vay vốn và thu hồi nợ.

3.3.2. 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 khối khách hàng cá nhân 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 khối khách hàng cá nhân, đồng

thời cũng ban hành các văn bản hỗ trợ, khuyến khích đối với cho vay khối khách hàng cá nhân, 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 khối khách hàng cá nhân nói riêng.

3.3.3. Đối với Hội Sở Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam:

Thứ nhất, kịp thời có văn bản chỉ đạo, hướng dẫn nghiệp vụ khi có các văn bản mới của NHNN, của Chính phủ và của các ngành có liên quan đến nghiệp vụ của ngân hàng.

Thứ hai, có chiến lược khách hàng cụ thể để chỉ đạo các chi nhánh đến tiếp thị khai thác khách hàng.

Thứ ba, hoàn thiện biểu mẫu cho các sản phẩm đã chuẩn hóa, có như vậy mới tạo điều kiện cho việc thực hiện quy trình cho vay được chuẩn hóa, tác nghiệp giữa các bộ phận và khách hàng, đồng thời giúp cho cán bộ cho vay giải quyết khoản vay nhanh hơn

KẾT LUẬN

Trong quá trình đổi mới, hiện đại hoá và hội nhập, hệ thống ngân hàng thương mại đang đứng trước thử thách rất lớn là phải cải cách và nâng cao sức cạnh tranh, tuy nhiên nợ tồn đọng làm ảnh hưởng rất lớn đến khả năng cạnh tranh và phát triển của các ngân hàng. Vì thế, nâng cao hiệu quả tín dụng không còn là riêng biệt với bất kỳ một ngân hàng nào mà là nỗi lo chung của hệ thống ngân hàng. Tùy từng ngân hàng có cách xử lý sao cho hiệu quả nhất, đem đến động lực trong cạnh tranh ngân hàng. Từ việc phân tích thực trạng cho vay đối với khối khách hàng cá nhân nhằm đưa ra những giải pháp nâng cao hiệu quả cho vay khối khách hàng cá nhân, là một hướng đi tín dụng của hầu hết các Ngân hàng thương mại hiện nay giúp tài chính ổn định, an toàn, vững mạnh của ngân hàng trong giai đoạn hiện nay. Thêm vào đó, các Ngân hàng có nhiều khách hàng uy tín, tạo điều kiện đa dạng hoá sản phẩm và dịch vụ ngân hàng cũng như yêu cầu về chất lượng và tính tiện lợi.

Đề tài nghiên cứu khoa học “ Giải pháp nâng cao hiệu quả cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội.” đã nghiên cứu được về thực tiễn cho vay khối khách hàng cá nhân (chủ yếu là cho vay tiêu dùng), kết quả nghiên cứu đã cho thấy được một số vấn đề sau:

1. Thực trạng cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội, từ đó đã thấy được:

- Về mặt hạn chế:
 - Tỷ lệ nợ xấu vẫn còn xảy ra thể hiện khả năng kiểm soát nợ xấu trong hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại ngân hàng còn nhiều hạn chế.
 - Cho vay khối khách hàng cá nhân chủ yếu là có tài sản đảm bảo (chiếm hơn 2/3 tỷ trọng cho vay khối khách hàng cá nhân), chưa chú trọng đến cho vay không có tài sản đảm bảo.

- Kết quả hoạt động thất thường, không thể hiện được xu thế phát triển ổn định.
- Tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay khối khách hàng cá nhân không phát triển tương xứng với tốc độ tăng trưởng dư nợ tín dụng chung của toàn ngân hàng.
- Công tác thẩm định, kiểm soát nợ và phân tích nợ còn hạn chế, do đó chất lượng tín dụng còn tiềm ẩn rủi ro.
- Về mặt đã đạt được:
 - Hiệu quả của việc thực hiện cho vay khối khách hàng cá nhân cũng khá cao, thu nhập từ hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tăng trưởng đều qua các năm. Như vậy, mặc dù tỷ trọng của cho vay khối khách hàng cá nhân trên tổng doanh số cho vay và tổng lợi nhuận của ngân hàng mới chỉ đạt dưới 10% nhưng cho vay khối khách hàng cá nhân vẫn thể hiện được tính ưu việt của một loại sản phẩm kinh doanh đem lại lợi ích kinh tế cao.
 - Doanh số cho vay tăng trưởng đều qua các năm, cho thấy nhu cầu về cho vay khối khách hàng cá nhân (chủ yếu là vay tiêu dùng) ngày càng tăng trong xã hội, đồng thời đã đóng góp vào sự gia tăng về doanh số cho vay nói riêng cũng như tổng tài sản nói chung. Điều này phản ánh nhu cầu của người dân về vay tiêu dùng ngày một nhiều, cũng như sự nỗ lực không ngừng của ban lãnh đạo cũng như của cán bộ công nhân viên Sở trong việc tăng doanh số cho vay.

2. Từ đó tác giả đã đề xuất 3 – 4 giải pháp để nâng cao hiệu quả cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội:

- Xử lý nợ xấu: Tình hình nợ xấu nói chung và nợ xấu đối với hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân nói riêng tại Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội tăng khá nhanh trong thời gian gần đây. Xử lý nợ xấu đang là bài toán đặt ra cho hầu hết các Ngân hàng hiện nay và Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại

thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội không nằm trong ngoại lệ.

- Tăng cường cho vay không có tài sản đảm bảo : tại Việt Nam từ trước đến nay đều rất chú trọng vào tài sản đảm bảo khi cho vay khiến cho hoạt động cho vay tín chấp khó phát triển, và Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội không phải là trường hợp ngoại lệ. Vì vậy cần tập trung hơn nữa vào cho vay không có tài sản đảm bảo để tăng lợi nhuận cho Ngân hàng.
- Hoàn thiện quy trình cho vay và đánh giá khách hàng: Ngân hàng cần áp dụng hệ thống chấm điểm tín dụng khách hàng chặt chẽ hơn nữa nhằm đánh giá kỹ càng và xác định rủi ro trong hoạt động tín dụng của Ngân hàng để giảm thiểu nợ xấu.
- Ngoài ra còn một số giải pháp khác như: Tăng cường các hoạt động Marketing đối với cho vay khối khách hàng cá nhân; tập trung đào tạo nguồn nhân lực cho hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh của Sở giao dịch Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – chi nhánh Hà Nội giai đoạn 2010 - 2012.
2. Lê Vinh Danh - *Tiền và hoạt động ngân hàng* - NXB Chính trị Quốc gia (2005).
3. PGS.TS Nguyễn Đăng Dờn - *Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại* - NXB Thống kê.
4. TS Phan Thị Thu Hà và TS Nguyễn Thị Thu Thảo - *Quản trị Ngân hàng thương mại* - NXB Thống kê (2002).
5. PTS. Lê Văn Tề - *Tiền tệ và ngân hàng* - NXB Thành phố Hồ Chí Minh (2003).
6. Tạp chí Thị trường Tài chính tiền tệ 2011, 2012.