

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



ISO 9001:2008

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG

Sinh viên :Lê Thị Việt Anh
Giảng viên hướng dẫn: ThS Cao Thị Thu

HẢI PHÒNG - 2013

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

**GIẢI PHÁP MỞ RỘNG VÀ NÂNG CAO HIỆU QUẢ
TÍN DỤNG TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP
SÀI GÒN THƯƠNG TÍN-CHI NHÁNH HẢI PHÒNG**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG**

**Sinh viên :Lê Thị Việt Anh
Giảng viên hướng dẫn:ThS Cao Thị Thu**

HẢI PHÒNG - 2013

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Lê Thị Việt Anh

Mã SV:1354040061

Lớp: QT1301T

Ngành: Tài chính – Ngân hàng

Tên đề tài: Giải pháp mở rộng và nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng
tại ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín - chi nhánh Hải Phòng

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (về lý luận, thực tiễn, các số liệu cần tính toán và các bản vẽ).

Khóa luận đề cập nghiên cứu hệ thống một số lý luận cơ bản về tín dụng tiêu dùng và hiệu quả tín dụng tiêu dùng; phân tích, đánh giá thực trạng và kết quả đạt được đồng thời nêu ra được những khó khăn, tồn tại của hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng Sacombank Hải Phòng. Trên cơ sở đó, đưa ra định hướng, giải pháp và kiến nghị nhằm hoàn thiện nghiệp vụ và tháo gỡ những khó khăn, tồn tại của hoạt động tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng Sacombank

2. Các số liệu cần thiết để thiết kế, tính toán.

Khóa luận sử dụng phương pháp lý thuyết hệ thống duy vật biện chứng, thống kê, tổng kết thực tiễn, phân tích, so sánh, xử lý số liệu

Các số liệu cần thiết phục vụ đề tài:

- Kết quả tài chính của ngân hàng
- Quy mô và cơ cấu và thu nhập từ cho vay tiêu dùng
- Nợ quá hạn và nợ xấu trong cho vay tiêu dùng của chi nhánh...

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Việt Nam – chi nhánh Hải Phòng
Số 62-64 phố Tôn Đức Thắng, phường Trần Nguyên Hãn, quận Lê Chân, thành phố Hải Phòng

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên: Cao Thị Thu

Học hàm, học vị: Thạc sĩ

Cơ quan công tác: trường Đại học Dân lập Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn: Giải pháp mở rộng và nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín – chi nhánh Hải Phòng

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 25 tháng 03 năm 2013

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 29 tháng 06 năm 2013

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Người hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng.....năm 2013

Hiệu trưởng

GS.TS. NGUYỄN Trần Hữu Nghị

PHẦN NHẬN XÉT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Đánh giá chất lượng của khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T. T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...):

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Cho điểm của cán bộ hướng dẫn (ghi bằng cả số và chữ):

.....

.....

.....

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm 2013

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên của khóa luận, em xin chân thành cảm ơn Thạc sĩ Cao Thị Thu, giảng viên ngành Tài chính- Ngân hàng, trường Đại học Dân lập Hải Phòng đã trực tiếp hướng dẫn, nhiệt tình giúp đỡ em để hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp của mình.

Em cũng xin cảm ơn các thầy cô giáo trong khoa Quản trị kinh doanh, trường Đại học Dân lập Hải Phòng đã dạy dỗ đào tạo và giúp đỡ em trong quá trình học tập tại trường.

Trong thời gian thực tập và hoàn thành bài báo cáo này em cũng nhận được những góp ý, các tài liệu thực tế cần thiết và các thông tin sát thực tiễn tác nghiệp của các cán bộ tại Ngân hàng Sài Gòn Thương tín chi nhánh Hải Phòng, đặc biệt là chị Vũ Thị Tú Anh - Trưởng phòng giao dịch Tam Bạc chi nhánh. Em xin chân thành cảm ơn sự chỉ bảo nhiệt tình này !

Do giới hạn về kiến thức, tài liệu, bản báo cáo không tránh khỏi những sai sót. Em rất mong được sự đóng góp của các thầy, cô giáo và các cán bộ, nhân viên ngân hàng.

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ TÍN DỤNG TIÊU DÙNG VÀ HIỆU QUẢ TÍN DỤNG TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	3
1.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại	3
1.1.1. Khái niệm.....	3
1.1.2. Các hoạt động cơ bản của Ngân hàng thương mại.....	3
1.1.2.1. Hoạt động huy động vốn.....	3
1.1.2.2. Hoạt động sử dụng vốn:	4
1.1.2.3. Hoạt động cung cấp các dịch vụ tài chính (trung gian):	4
1.2. Tín dụng tiêu dùng của ngân hàng thương mại và vai trò của nó đối với phát triển kinh tế xã hội.....	4
1.2.1. Khái niệm tín dụng tiêu dùng	4
1.2.2. Đặc điểm của tín dụng tiêu dùng.....	5
1.2.3. Các hình thức tín dụng tiêu dùng	8
1.2.3.1. Căn cứ vào mục đích vay.....	8
1.2.3.2. Căn cứ vào thời gian vay.....	8
1.2.3.3. Căn cứ vào phương thức hoàn trả	8
1.2.3.4. Căn cứ vào hình thức bảo đảm tiền vay.....	9
1.2.3.5. Căn cứ vào nguồn gốc của khoản tín dụng tiêu dùng.....	9
1.2.4. Vai trò của tín dụng tiêu dùng đối với phát triển kinh tế xã hội	12
1.3. Hiệu quả tín dụng tiêu dùng của NHTM	14
1.3.1. Định nghĩa hiệu quả tín dụng tiêu dùng.....	14
1.3.2. Các chỉ tiêu phản ánh mở rộng và hiệu quả tín dụng tiêu dùng.	14
1.3.2.1. Các chỉ tiêu định tính	14
1.3.2.2. Các chỉ tiêu định lượng	15
1.3.3. Những nhân tố ảnh hưởng đến việc mở rộng và nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng của Ngân hàng	17
1.3.3.1. Những nhân tố vĩ mô.	17
1.3.3.2. Những nhân tố vi mô.....	19
1.4. Kinh nghiệm phát triển tín dụng tiêu dùng của một số ngân hàng trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho các NHTM Việt Nam	22
1.4.1. Phát triển tín dụng tiêu dùng của Trung Quốc	22

1.4.2.	<i>Phát triển tín dụng tiêu dùng của Mỹ</i>	24
1.4.3.	<i>Bài học kinh nghiệm cho các NHTM Việt Nam</i>	25
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG TÍN DỤNG TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG SACOMBANK HẢI PHÒNG		27
2.1.	<i>Khái quát quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng</i>	27
2.1.1.	<i>Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng</i>	27
2.1.2.	<i>Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng</i>	29
2.1.3.	<i>Chức năng nhiệm vụ của các phòng ban</i>	29
2.1.3.1.	<i>Chức năng, nhiệm vụ của Phòng doanh nghiệp, Phòng cá nhân.</i>	29
2.1.3.2.	<i>Chức năng nhiệm vụ của phòng hỗ trợ kinh doanh.</i>	30
2.1.3.3.	<i>Chức năng, nhiệm vụ của phòng kế toán hành chính.</i>	30
2.1.3.4.	<i>Chức năng, nhiệm vụ của bộ phận kinh doanh</i>	30
2.1.3.5.	<i>Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận hỗ trợ.</i>	30
2.1.4.	<i>Khái quát hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng</i>	30
2.1.4.1.	<i>Công tác huy động vốn</i>	30
2.1.4.2.	<i>Công tác sử dụng vốn</i>	31
2.1.4.4.	<i>Kết quả tài chính đạt được</i>	33
2.2.	<i>Thực trạng hoạt động tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh HP</i>	35
2.2.1.	<i>Các sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Việt Nam Chi nhánh Hải Phòng</i>	35
2.2.1.1.	<i>Sản phẩm cho vay mua ô tô</i>	35
2.2.1.2.	<i>Sản phẩm cho vay trả góp mua nhà</i>	35
2.2.1.3.	<i>Sản phẩm cho vay tín chấp tiêu dùng</i>	36
2.2.1.4.	<i>Cho vay du học trọn gói</i>	37
2.2.1.5.	<i>Cho vay cầm cố giấy tờ có giá</i>	38
2.2.1.6.	<i>Cho vay cán bộ công nhân viên nhà nước</i>	39
2.3.	<i>Quy trình tín dụng tại Sacombank</i>	39
2.3.1.	<i>Phân tích thực trạng hoạt động tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh Hải Phòng</i>	41

2.4. Đánh giá về thực trạng hoạt động tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng.....	48
2.4.1. Những thành tựu đạt được.....	48
2.4.2. Những hạn chế và nguyên nhân	49
2.3. Phân tích SWOT đối với cho vay tiêu dùng tại Sacombank Hải Phòng. ..	53
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ TÍN DỤNG TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG SACOMBANK HẢI PHÒNG	57
3.1. Định hướng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh HP	57
3.1.1. Định hướng hoạt động kinh doanh của chi nhánh Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh HP	57
3.1.2. Định hướng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại chi nhánh Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh HP	58
3.2. Một số giải pháp mở rộng và nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh HP	59
3.2.1. Xây dựng một qui trình cho vay tiêu dùng cụ thể.....	59
3.2.2. Hoàn thiện các sản phẩm cho vay của Ngân hàng.	62
3.3.3. Mở rộng mạng lưới của Ngân hàng.....	65
3.3.4. Một số giải pháp khác	66
3.4. Một số kiến nghị	68
3.4.1. Kiến nghị đối với sự quản lý vĩ mô của Nhà nước	68
3.4.2. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước.	69
3.4.3. Kiến nghị với Ngân hàng Sacombank Chi nhánh Hải Phòng.....	70
KẾT LUẬN	71

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

NHTM	: Ngân hàng thương mại
NHNN	: Ngân hàng nhà nước
TCTD	: Tổ chức tín dụng
TMCP	: Thương mại cổ phần
HKTT	: Hộ khẩu thường trú
KT3	: Sổ đăng kí tạm trú dài hạn
CMND	: chứng minh nhân dân
TSDB	: Tài sản đảm bảo
CB-CNV	: Cán bộ-công nhân viên
CIC	: trung tâm thông tin tín dụng Nhà nước
CBTD	: Cán bộ tín dụng

DANH MỤC BẢNG BIỂU

<i>Bảng 2.1: Công tác huy động vốn.....</i>	<i>31</i>
<i>Bảng 2.2: Các chỉ tiêu cho vay, tổng số và tỷ trọng của từng loại.....</i>	<i>32</i>
<i>Bảng 2.3: Doanh thu, chi phí và lợi nhuận của Sacombank Hải Phòng.....</i>	<i>33</i>
<i>Bảng 2.4: Số lượng hồ sơ vay vốn và số lượng hồ sơ được giải ngân</i>	<i>41</i>
<i>Bảng 2.5: Tỷ trọng cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ cho vay</i>	<i>42</i>
<i>Bảng 2.6: Cơ cấu cho vay tiêu dùng theo mục đích vay vốn</i>	<i>43</i>
<i>Bảng 2.7: Tỷ trọng thu lãi từ cho vay tiêu dùng trong tổng thu lãi cho vay.....</i>	<i>45</i>
<i>Bảng 2.8: Tỷ trọng nợ quá hạn và nợ xấu cho vay tiêu dùng</i>	<i>45</i>
<i>Bảng 2.9: Vòng quay vốn tín dụng tiêu dùng của Sacombank Hải Phòng.....</i>	<i>46</i>
<i>Bảng 2.10: Doanh số thu nợ CVTD của Sacombank Hải Phòng</i>	<i>47</i>
<i>Bảng 2.11: Hiệu suất sử dụng vốn huy động dành cho tín dụng tiêu dùng.....</i>	<i>48</i>

DANH MỤC SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

<i>Sơ đồ 1.2. Quá trình cho vay tiêu dùng gián tiếp</i>	<i>11</i>
<i>Sơ đồ 1.1. Hình thức cho vay tiêu dùng trực tiếp</i>	<i>10</i>
<i>Biểu đồ 2.1: Tốc độ tăng doanh thu và chi phí so với năm 2010.</i>	<i>34</i>

LỜI MỞ ĐẦU

Trong những năm gần đây, nền kinh tế nước ta luôn đạt tăng trưởng cao. Cùng với sự ổn định về chính trị, tăng trưởng kinh tế tăng liên tục với mức tăng bình quân 8% một năm đã thúc đẩy các hoạt động đầu tư, xây dựng, kinh doanh, dịch vụ phát triển tạo việc làm tăng thu nhập, nâng cao chất lượng đời sống người dân. Cùng với đó, nhu cầu tiêu dùng của người dân cũng tăng theo. Tuy nhiên, không phải lúc nào nhu cầu tiêu dùng đó cũng được đáp ứng bởi khả năng thanh toán. Trước thực tế đó, các NHTM đã thực hiện cung cấp các khoản cho vay tiêu dùng nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng và đồng thời nhằm mở rộng hoạt động và tăng khả năng cạnh tranh của mình.

Cho vay tiêu dùng bắt đầu xuất hiện ở Việt Nam vào khoảng những năm 1993-1994 và chỉ thực sự phát triển vào những năm 2002 trở lại đây. Tuy nhiên, trong khi cho vay tiêu dùng phát triển rất mạnh ở các nước thì ở Việt Nam cho vay tiêu dùng chưa thực sự được các ngân hàng quan tâm sâu sắc, kết quả cho vay tiêu dùng của các tổ chức tín dụng Việt Nam còn rất hạn chế.

Với tư cách là một trung gian tài chính quan trọng bậc nhất trong nền kinh tế, các Ngân hàng phải làm gì để đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng, cùng với đó là đảm bảo an toàn, hiệu quả để từ đó tạo ra lợi nhuận cho ngân hàng và đóng góp vào sự phát triển chung của nền kinh tế và toàn xã hội đang là một câu hỏi rất được quan tâm.

Nhưng mở rộng cho vay tiêu dùng thì đồng thời các NHTM sẽ phải chấp nhận mức rủi ro cao hơn. Đây cũng là một trong những nguyên nhân khiến các NHTM chưa dám mở rộng mạnh mẽ hoạt động này. Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín (Sacombank) là một ngân hàng thương mại cổ phần chủ yếu tập trung vào đối tượng doanh nghiệp vừa và nhỏ, tầng lớp dân cư trung lưu ở đô thị. Do vậy, Chi nhánh đã có cho vay tiêu dùng trong doanh mục sản phẩm, nhưng cho vay tiêu dùng hiện chỉ chiếm tỷ trọng chưa lớn trong hoạt động cho vay của Chi nhánh. Tuy nhiên, với mạng lưới hoạt động rộng lớn, đời sống dân cư ngày càng được cải thiện, lại nằm ở địa bàn thuận lợi nên tiềm năng phát triển và mở rộng

cho vay tiêu dùng là rất lớn. Qua thời gian thực tập tại chi nhánh, em đã có cơ hội tiếp xúc, tìm hiểu các hoạt động, lĩnh vực kinh doanh của ngân hàng. Từ những kiến thức đã học ở trường cùng với kiến thức thu nhận được qua quá trình thực tập, em đã lựa chọn đề tài: “**Giải pháp mở rộng và nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín – Chi nhánh Hải Phòng**” làm đề tài khóa luận của mình.

Kết cấu khóa luận gồm 3 chương như sau:

Chương 1: Lý luận cơ bản về tín dụng tiêu dùng và hiệu quả tín dụng tiêu dùng của Ngân hàng thương mại .

Chương 2: Thực trạng nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng

Chương 3: Giải pháp nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng

CHƯƠNG 1:

LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ TÍN DỤNG TIÊU DÙNG VÀ HIỆU QUẢ TÍN DỤNG TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái niệm

Ngân hàng thương mại (NHTM) là một định chế tài chính trung gian quan trọng vào loại bậc nhất trong nền kinh tế thị trường. Nhờ hệ thống định chế tài chính trung gian này mà các nguồn tiền nhàn rỗi nằm rải rác trong xã hội sẽ được huy động, tập trung lại, đồng thời sử dụng số vốn đó để cấp tín dụng cho các tổ chức kinh tế, cá nhân để phát triển kinh tế xã hội.

Ngân hàng thương mại là loại ngân hàng giao dịch trực tiếp với các công ty, xí 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.

Luật Ngân hàng của nhiều nước trên thế giới đều cho rằng: NHTM là những tổ chức tài chính trung gian với nhiệm vụ thường xuyên là nhận tiền gửi của công chúng dưới hình thức kí thác, hoặc dưới các hình thức khác, và sử dụng nguồn lực đó trong các nghiệp vụ về chiết khấu, tín dụng và tài chính.

NHTM là loại hình ngân hàng có số lượng lớn và rất phổ biến trong nền kinh tế. Sự có mặt của Ngân hàng thương mại trong hầu hết các mặt hoạt động của nền kinh tế xã hội đã chứng minh rằng: Ở đâu có một hệ thống Ngân hàng thương mại phát triển, thì ở đó sẽ có sự phát triển với tốc độ cao của nền kinh tế - xã hội.

1.1.2. Các hoạt động cơ bản của Ngân hàng thương mại

Theo khái niệm trên ta có thể biết đến NHTM qua 3 hoạt động chính của nó: Hoạt động huy động vốn, hoạt động sử dụng vốn và hoạt động trung gian.

1.1.2.1. Hoạt động huy động vốn

Đây là hoạt động thường xuyên, liên tục, đóng vai trò quyết định trong hoạt

động của ngân hàng thương mại bởi nếu so sánh với tổng tài sản thì vốn tự có của ngân hàng chiếm một tỷ lệ rất nhỏ, chủ yếu nguồn vốn hoạt động của ngân hàng có được là nhờ huy động từ bên ngoài. Ngân hàng có thể huy động vốn dưới hình thức nhận tiền gửi tiết kiệm (có kỳ hạn, không kỳ hạn), tiền gửi thanh toán, tiền gửi của các tổ chức tài chính, phát hành kì phiếu, trái phiếu, vay Ngân hàng Nhà nước (NHNN) và các Tổ chức tín dụng (TCTD) khác. Thông thường với các ngân hàng có uy tín, có quy mô vốn tự có lớn thì khả năng huy động vốn lớn hơn và chi phí huy động vốn cũng ít tốn kém hơn.

1.1.2.2. Hoạt động sử dụng vốn:

Song song với huy động vốn là hoạt động sử dụng vốn của ngân hàng thương mại. Đây chính là việc ngân hàng sử dụng các nguồn vốn huy động được để tạo nên các tài sản khác nhau nhằm thu lợi nhuận. Các khoản mục tài sản của ngân hàng thương mại bao gồm tiền mặt và ngân phiếu thanh toán, tiền gửi tại NHNN và các TCTD khác, cho vay, đầu tư kinh doanh khác, trong đó tập trung chủ yếu vào cho vay và đầu tư.

1.1.2.3. Hoạt động cung cấp các dịch vụ tài chính (trung gian):

Hiện nay ở hầu hết các quốc gia, ngân hàng là trung gian thanh toán lớn nhất. Ngân hàng thay mặt cho khách hàng của mình thực hiện thanh toán giá trị hàng hóa và dịch vụ. Để việc thanh toán diễn ra nhanh chóng, thuận tiện, tiết kiệm chi phí, ngân hàng đã triển khai rất nhiều loại hình dịch vụ như chuyển tiền, thanh toán (bằng séc hoặc ủy nhiệm thu, ủy nhiệm chi, hồi phiếu, L/C), cung cấp các dịch vụ bảo lãnh, trung gian giải ngân và các dịch vụ tiện ích khác.

1.2. Tín dụng tiêu dùng của ngân hàng thương mại và vai trò của nó đối với phát triển kinh tế xã hội

1.2.1. Khái niệm tín dụng tiêu dùng

Tín dụng tiêu dùng của NHTM là hình thức ngân hàng tài trợ cho các cá nhân, hoặc trực tiếp, hoặc gián tiếp, tạo cho người tiêu dùng khả năng thanh toán trước khi họ thanh toán đầy đủ.

Tín dụng tiêu dùng là các khoản cho vay nhằm tài trợ cho nhu cầu chi tiêu của người tiêu dùng, bao gồm các 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 và xe cộ,.. Bên cạnh đó, những chi tiêu cho nhu cầu giáo dục, y tế và du lịch...cũng có thể được tài trợ bởi cho vay tiêu dùng.

1.2.2. Đặc điểm của tín dụng tiêu dùng

Tín dụng tiêu dùng thực tế cũng là một hình thức cấp tín dụng của ngân hàng. Vì vậy, bên cạnh việc mang các đặc điểm của khoản vay thông thường như khách hàng phải cam kết hoàn trả cả gốc và lãi với thời gian xác định, khách hàng phải cam kết sử dụng vốn vay theo mục đích thỏa thuận với ngân hàng....thì cho vay tiêu dùng còn có một số đặc điểm khác. Đó là:

➤ **Thứ nhất**, quy mô món vay nhỏ nhưng số lượng các món vay lớn:

Các món vay tiêu dùng là để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của các cá nhân, hộ gia đình. Giá trị các sản phẩm mà khách hàng của ngân hàng có nhu cầu tiêu dùng thường không lớn, không quá đắt (kể cả vay mua nhà hoặc sửa chữa nhà). Do vậy, so với các món vay sản xuất kinh doanh khác thì nhu cầu vốn cho vay tiêu dùng nhỏ hơn rất nhiều. Mặt khác, không một ngân hàng nào cho vay tiêu dùng 100% nhu cầu vốn mà thường đòi hỏi khách hàng phải có tỷ lệ tích lũy nhất định so với tổng nhu cầu vốn. Do vậy, quy mô các món vay tiêu dùng nhỏ. Bên cạnh đó, khi chất lượng cuộc sống và trình độ dân trí ngày càng cao, nhu cầu vay vốn ngân hàng để phục vụ tiêu dùng ngày càng tăng và phổ biến. Vì thế, số lượng các món vay tiêu dùng lớn.

➤ **Thứ hai**, nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng phụ thuộc vào chu kỳ kinh tế

Tín dụng tiêu dùng có tính nhạy cảm theo chu kỳ. khác với cho vay sản xuất kinh doanh, nhu cầu vay luôn cần thiết bất kể nền kinh tế đang ở trạng thái nào (khi nền kinh tế tăng trưởng, các doanh nghiệp cần thiết vay để đầu tư; khi nền kinh tế suy thoái, các nhà sản xuất, các doanh nghiệp cần thiết vay để ổn định, phục hồi sản xuất kinh doanh). Trong khi đó, khi nền kinh tế tăng trưởng

sản xuất mở rộng, tỷ lệ thất nghiệp giảm, thu nhập của người lao động tăng lên, đời sống được cải thiện, mọi người dân cảm thấy lạc quan về tương lai, nhu cầu mua sắm hàng hóa dịch vụ nhờ đó tăng lên. Ngược lại khi nền kinh tế suy thoái, sản xuất trì trệ, nhất là khi thất nghiệp tăng lên làm cho thu nhập và mức sống dân cư giảm sút, nhu cầu tiêu dùng cũng giảm theo, dẫn đến tín dụng tiêu dùng bị thu hẹp. Như vậy, tín dụng tiêu dùng phụ thuộc vào chu kỳ kinh tế

➤ **Thứ ba**, khách hàng kém nhạy cảm với lãi suất:

Về cơ bản, đối tượng của cho vay tiêu dùng là các cá nhân, hộ gia đình. Nhu cầu vay tiêu dùng của họ hầu như ít có liên quan với lãi suất. Thông thường họ quan tâm tới số tiền hàng tháng hoặc hàng quý họ phải trả cho ngân hàng hơn là lãi suất mà ngân hàng áp dụng. Do đó, khác với hầu hết các khoản cho vay kinh doanh được điều chỉnh lãi suất theo lãi suất thị trường, lãi suất cho vay tiêu dùng thường được ấn định tại một mức nhất định. Đối với các khoản cho vay ngắn hạn, lãi suất được ấn định ngay từ đầu và không thay đổi cho đến hết thời gian vay. Đối với những khoản cho vay trung và dài hạn, lãi suất cho vay thường được điều chỉnh mỗi năm một lần dựa trên cơ sở lãi suất huy động cộng với biên độ nhất định phụ thuộc từng ngân hàng.

➤ **Thứ tư**, chi phí cho hoạt động cho vay tiêu dùng cao:

Như đã đề cập ở trên, các món vay tiêu dùng thường có quy mô nhỏ nhưng số lượng lớn, lại rời rạc, không tập trung. Mặt khác, đây cũng là các khoản cho vay của ngân hàng nên đều phải đảm bảo đủ quy trình, từ gặp gỡ, tiếp xúc khách hàng đến theo dõi, quản lý, kiểm soát khoản vay, do vậy chi phí của hoạt động cho vay tiêu dùng cao.

➤ **Thứ năm**, lãi suất cho vay tiêu dùng thường cao hơn lãi suất của các loại cho vay trong lĩnh vực thương mại và công nghiệp

Lãi suất là giá cả của quyền được sử dụng vốn vay của ngân hàng trong một thời gian nhất định, là chi phí của dịch vụ tài chính và phụ thuộc vào độ rủi ro của khoản vay. Do chi phí cho hoạt động cho vay tiêu dùng lớn, đồng thời đây là hoạt động được đánh giá là rủi ro cao nhất trong danh mục tài sản cho vay của

ngân hàng do nguồn trả nợ không ổn định nên ngân hàng yêu cầu mức lãi suất tương đối cao so với các khoản tín dụng khác.

➤ **Thứ sáu**, lợi nhuận từ hoạt động cho vay tiêu dùng lớn.

Các khoản vay tiêu dùng nhằm đáp ứng nhu cầu chi tiêu mang tính cấp bách của khách hàng, họ muốn sở hữu hàng hóa hay sử dụng dịch vụ ngay trong hiện tại, mà thời hạn của khoản vay không dài nên họ chấp nhận mức lãi suất cao hơn. Đồng thời số lượng các món vay tiêu dùng lớn nên lợi nhuận ngân hàng thu được từ cho vay tiêu dùng khá lớn.

➤ **Thứ bảy**, cho vay tiêu dùng có mức rủi ro cao.

Rủi ro trong cho vay tiêu dùng cao hơn cho vay kinh doanh. Điều này xuất phát từ các nguyên nhân sau:

- Rủi ro về lãi suất: Do đặc điểm của cho vay tiêu dùng thường có lãi suất không linh hoạt, nên ngân hàng dễ gặp phải rủi ro về lãi suất khi lãi suất trên thị trường có xu hướng gia tăng trong tương lai.

- Cho vay tiêu dùng dễ gặp rủi ro đạo đức của khách hàng: khả năng hoàn trả vốn vay đối với các khoản cho vay tiêu dùng phụ thuộc vào thu nhập của người đi vay. Tuy nhiên đối với những khách hàng cá nhân này, có thể do những yếu tố chủ quan và khách quan mà họ không thể thực hiện trả nợ hoặc trì trệ trả nợ, từ đó gây ảnh hưởng đến hiệu quả cho vay của ngân hàng

- Chất lượng thông tin tài chính của khách hàng vay thường không cao: hiện nay ở nước ta, việc theo dõi lịch sử tín dụng của các cá nhân và doanh nghiệp vay vốn các Công ty tài chính và Tổ chức tín dụng là một việc rất khó. Đối với doanh nghiệp việc xác định các thông tin tài chính sẽ dễ dàng hơn bởi nhiều yếu tố như báo cáo tài chính, báo cáo kết quả kinh doanh...mà doanh nghiệp phải công bố rộng rãi cùng với các dự án xin vay ngân hàng phải rõ ràng. Trong khi đó đối với khách hàng cá nhân – là khách hàng nhỏ nhưng nhiều với các khoản vay nhỏ, vì thế nên nhiều khách hàng đã có dư nợ tại các tổ chức tín dụng khác nhưng không được cập nhật trong hệ thống thông tin tín dụng dẫn

đến ngân hàng thiếu thông tin khi ra quyết định cho vay, hoặc sẽ dẫn đến chông chéo trong khi khách hàng không đủ khả năng trả nợ.

1.2.3. Các hình thức tín dụng tiêu dùng

1.2.3.1. Căn cứ vào mục đích vay

- Tín dụng tiêu dùng cư trú: là các khoản cho vay nhằm phục vụ nhu cầu về nhà ở như xây dựng, sửa chữa, mua sắm nhà ở của khách hàng là cá nhân, hộ gia đình.

- Tín dụng tiêu dùng phi cư trú: là các khoản cho vay nhằm cải thiện đời sống như mua sắm phương tiện, đồ dùng gia đình, chi phí học hành, giải trí, du lịch...

1.2.3.2. Căn cứ vào thời gian vay

- Tín dụng tiêu dùng ngắn hạn: khoản vay có thời hạn tối đa là 1 năm.
- Tín dụng tiêu dùng trung hạn: bao gồm các khoản vay có thời hạn từ 1 năm đến 5 năm.
- Tín dụng tiêu dùng dài hạn: là các khoản vay có thời hạn trên 5 năm, thường áp dụng với khoản cho vay mua nhà

1.2.3.3. Căn cứ vào phương thức hoàn trả

- Tín dụng tiêu dùng trả góp: Đây là hình thức tín dụng tiêu dùng mà người đi vay trả nợ cho ngân hàng gồm số tiền gốc và lãi làm hai hoặc nhiều lần theo những kỳ hạn nhất định trong thời hạn cho vay. Phương thức này áp dụng cho những khoản vay có giá trị lớn và thu nhập định kỳ của người vay không đủ trả hết một lần số nợ vay.

- Tín dụng tiêu dùng trả một lần: Đây là các khoản tài trợ ngắn hạn cho cá nhân và hộ gia đình để đáp ứng nhu cầu tiền mặt tức thời và được thanh toán một lần khi khoản vay đáo hạn. Qui mô của những khoản vay này tương đối là nhỏ, bao gồm cả phí tài khoản với yêu cầu thanh toán trong một khoảng thời gian tương đối ngắn. Phần lớn các khoản vay loại này được dùng để chi trả cho các chuyến đi nghỉ, tiền nằm viện, mua các vật dụng gia đình hoặc sửa chữa ô tô, nhà ở.

- Tín dụng tiêu dùng tuần hoàn: Đây là các khoản tín dụng tiêu dùng trong đó Ngân hàng cho phép khách hàng sử dụng thẻ tín dụng hoặc phát hành séc được phép thấu chi dựa trên tài khoản vãng lai. Theo phương thức này, trong thời hạn tín dụng được thoả thuận trước, căn cứ vào nhu cầu chi tiêu và thu nhập kiếm được từng thời kỳ, khách hàng được Ngân hàng cho phép thực hiện việc vay và trả nợ nhiều kỳ một cách tuần hoàn, theo một hạn mức tín dụng.

1.2.3.4. Căn cứ vào hình thức bảo đảm tiền vay

- Cho vay cầm cố, thế chấp: là hình thức ngân hàng cho khách hàng vay tiền và giữ tài sản của khách hàng để đảm bảo thực hiện các nghĩa vụ của khách hàng trong hợp đồng thế chấp.

- Cho vay đảm bảo bằng lương hay thu nhập: ngân hàng cho khách hàng vay tiền để đáp ứng nhu cầu chi tiêu trên cơ sở thế chấp bằng lương hay thu nhập. Nó chủ yếu áp dụng cho các khách hàng có việc làm ổn định thu nhập ngoài việc đủ trang trải cho các chi tiêu thường xuyên còn có đủ tích lũy để trả nợ vay.

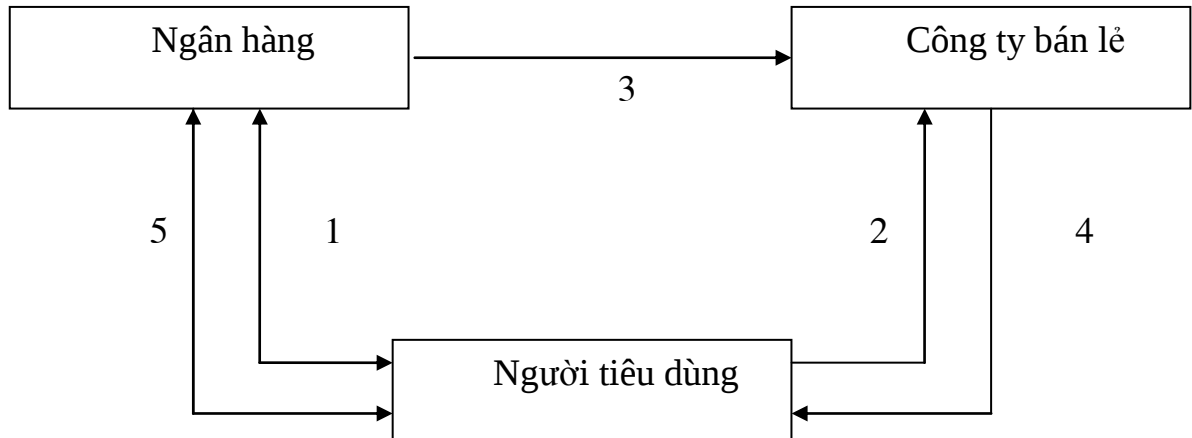
- Cho vay có đảm bảo hình thành từ tiền vay: Hình thức này chủ yếu áp dụng với những tài sản có giá trị lớn, thời gian sử dụng dài như: cho vay sửa chữa, mua nhà, mua quyền sử dụng đất. Mức cho vay của ngân hàng trong hình thức này phụ thuộc vào tình hình tài chính và khả năng trả nợ của khách hàng, giá trị tài sản mua sắm, mức tối đa thường là 50-60% giá trị tài sản mua sắm.

1.2.3.5. Căn cứ vào nguồn gốc của khoản tín dụng tiêu dùng

- **Tín dụng tiêu dùng trực tiếp:** là các khoản cho vay tiêu dùng mà trong đó ngân hàng trực tiếp tiếp xúc khách hàng, cho vay cũng như thu nợ trực tiếp từ khách hàng

- (1) Ngân hàng và người tiêu dùng ký hợp đồng tín dụng.
- (2) Người tiêu dùng trả trước một phần số tiền mua 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.

Sơ đồ 1.1. Hình thức cho vay tiêu dùng trực tiếp



(Nguồn: Giáo trình Tín dụng Ngân hàng – Th.s Lê Thẩm Dương)

Một số ưu điểm của hình thức cho vay tiêu dùng có thể thấy:

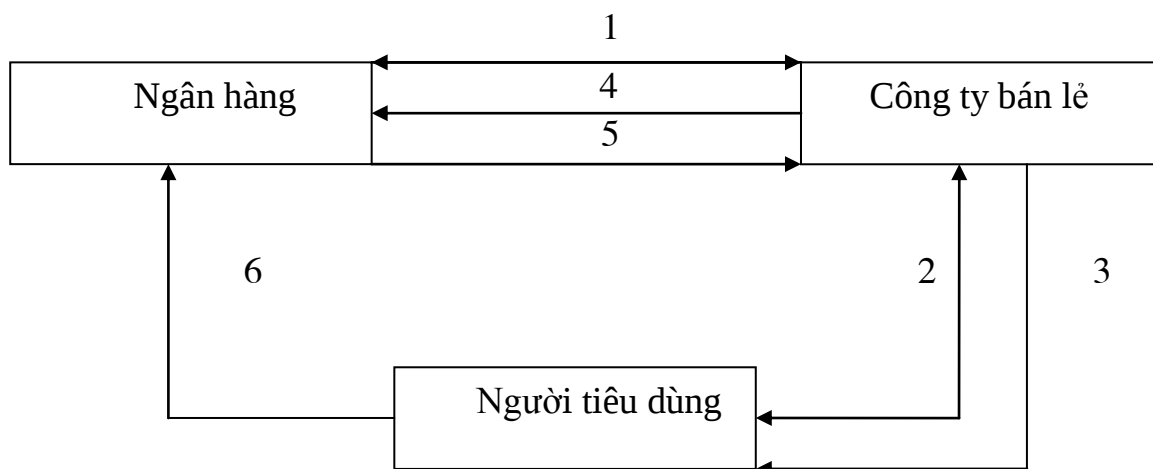
- Thứ nhất, cán bộ tín dụng tiếp xúc trực tiếp với khách hàng nên có thể thu thập được thông tin một cách chính xác là những người có kinh nghiệm, được đào tạo chuyên sâu về tín dụng, họ luôn cố gắng để có các khoản vay chất lượng tốt, đem lại lợi nhuận cho ngân hàng. Bởi vậy, sự tiếp xúc trực tiếp giữa khách hàng và nhân viên tín dụng sẽ tốt hơn thông qua công ty bán lẻ.
- Thứ hai, hình thức này cũng linh hoạt vì khi quan hệ, tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, cán bộ ngân hàng sẽ xử lý tốt hơn các vấn đề phát sinh, đồng thời tăng khả năng thỏa mãn quyền lợi cho cả khách hàng và ngân hàng.
- Thứ ba, đây là hình thức mà qua đó, ngân hàng có thể dễ dàng giới thiệu các sản phẩm tiện ích cũng như dịch vụ, quảng bá hình ảnh của ngân hàng tới khách hàng.

Tín dụng tiêu dùng trực tiếp còn tồn tại một số nhược điểm:

- Ngân hàng thường khó tăng doanh số cho vay.
- Ngân hàng khó mở rộng quan hệ tín dụng với khách hàng vì Ngân hàng phải trực tiếp tiếp xúc với khách hàng mà cán bộ tín dụng của Ngân hàng không đủ số lượng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
- Với những lý do trên nên tín dụng tiêu dùng trực tiếp có chi phí cao.
- **Tín dụng tiêu dùng gián tiếp:** là hình thức cho vay tiêu dùng, trong đó

ngân hàng mua các khoản nợ phát sinh do các công ty bán lẻ đã bán chịu hàng hóa hay dịch vụ cho người tiêu dùng.

Sơ đồ 1.2. Quá trình cho vay tiêu dùng gián tiếp



(Nguồn: Giáo trình Tín dụng Ngân hàng – Th.s Lê Thẩm Dương)

(1) Ngân hàng và công ty bán lẻ ký hợp đồng mua bán nợ, trong đó, ngân hàng đưa ra các điều kiện về đối tượng được bán chịu, số tiền bán chịu tối đa, loại tài sản bán chịu...

(2) Công ty bán lẻ và người tiêu dùng ký hợp đồng mua bán chịu hàng hóa. Thông thường công ty bán lẻ yêu cầu người tiêu dùng 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 bộ chứng từ bán chịu hàng hóa cho ngân hàng.

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

(6) Người tiêu dùng thanh toán tiền trả góp cho ngân hàng.

Cho vay tiêu dùng gián tiếp có ưu điểm:

- Đem lại lợi ích cho cả 3 phía là ngân hàng, người tiêu dùng và công ty bán lẻ. Người tiêu dùng thay vì phải thanh toán toàn bộ giá trị tài sản lúc mua sẽ được sử dụng hàng hóa, dịch vụ trước rồi mới trả nợ dần. Các công ty bán lẻ tăng doanh thu nhờ bán được nhiều sản phẩm, dịch vụ hơn. Còn các ngân hàng có thể tiết kiệm và giảm chi phí cho vay, đồng thời tăng doanh số và lợi nhuận từ cho vay.

- Đây cũng là nguồn gốc của việc mở rộng quan hệ với khách hàng và các hoạt động Ngân hàng khác.

- Nếu áp dụng phương thức có truy đòi thì việc cho vay tiêu dùng gián tiếp có độ an toàn cao.

Tuy nhiên, so với cho vay trực tiếp thì hình thức này cũng có nhược điểm:

- Ngân hàng không tiếp xúc trực tiếp với người tiêu dùng, mà chỉ được biết thông qua Công ty bán lẻ. Bên cạnh đó ta nhận thấy rằng, các công ty bán lẻ không còn chuyên môn sâu để thẩm định khách hàng một cách chi tiết và chính xác.

- Thiếu sự kiểm soát của Ngân hàng khi công ty bán lẻ thực hiện việc bán chịu hàng hoá cho người tiêu dùng.

- Các Công ty bán lẻ thực hiện phương thức này không nhằm cấp tín dụng cho khách hàng mà chỉ nhằm tăng doanh số bán hàng.

- Kỹ thuật nghiệp vụ trong tín dụng tiêu dùng gián tiếp có tính phức tạp cao.

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

1.2.4. Vai trò của tín dụng tiêu dùng đối với phát triển kinh tế xã hội

➤ Đối với người tiêu dùng:

Đối với người tiêu dùng, đặc biệt là những người có thu nhập trung bình, thông qua nghiệp vụ tín dụng tiêu dùng sẽ giúp cho họ có khả năng mua sắm những hàng hoá cần thiết có giá trị cao, thoả mãn nhu cầu tiêu dùng và cải thiện đời sống.

Trên thực tế có nhiều nhu cầu thiết yếu, có ý nghĩa quan trọng trong cuộc sống đối với các cá nhân và hể gia đình, những nhu cầu này không sớm thì muộn còn cần phải được thoả mãn. Ví dụ như nhu cầu về mua sắm, sửa chữa nhà cửa, mua các đồ dùng tiện nghi sinh hoạt, mua sắm các phương tiện như xe máy, ô tô, chuẩn bị hôn lễ, ma chay, du lịch, học hành...Nhưng những nhu cầu

thiết yếu thì nhiều mà để đáp ứng được thì cần thời gian dài do khả năng tài chính thường bị giới hạn. Vì vậy mà người ta thường mua sắm nhà cửa, tiện nghi sinh hoạt,... khi lớn tuổi. Khi đó lợi ích thu được từ sự hưởng thụ đều có xu hướng giảm xuống. Do đó người tiêu dùng sẽ tìm cách để phối hợp khéo léo giữa việc thỏa mãn các nhu cầu với yếu tố thời gian và khả năng thanh toán của hiện tại và tương lai. Điều này có nghĩa là người tiêu dùng sẽ tìm cách để hưởng thụ trước số tiền sẽ có trong tương lai. Nếu phân tích theo khía cạnh tài chính, việc mượn tiền trước của Ngân hàng để tiêu dùng phải trả lãi thực chất cũng chỉ là cách quy đổi luồng tiền mà ta sẽ có tại một thời điểm nào đó trong tương lai về thời điểm hiện tại.

➤ Đối với ngân hàng thương mại

Thị trường tín dụng tiêu dùng với quy mô của một số nhu cầu nhỏ nhưng số lượng nhu cầu về tín dụng xét theo lượng khách hàng tiềm năng và theo sự đa dạng của nhu cầu tiêu dùng lại vô cùng lớn.

Bên cạnh đó, nguồn thu của Ngân hàng thông qua hoạt động tín dụng tiêu dùng này là đáng kể do lãi suất tín dụng tiêu dùng là cứng nhắc, không giống với các khoản cho vay kinh doanh khi mà lãi suất là thả nổi theo điều kiện của thị trường, đặc biệt là lãi suất thực cho vay trả góp rất cao, điều này khiến cho thu nhập từ hoạt động tín dụng tiêu dùng chiếm tỷ trọng không nhỏ trong cơ cấu lợi nhuận của Ngân hàng. Do vậy việc mở rộng hoạt động tín dụng tiêu dùng cho các cá nhân và hộ gia đình là một hướng kinh tế có triển vọng và an toàn cho Ngân hàng.

Hơn nữa, xu hướng hoạt động của các NHTM là phát triển đa năng tổng hợp, luôn tìm cách mở rộng các nghiệp vụ cũng như đưa ra các sản phẩm mới. Việc thực hiện và phát triển hoạt động tín dụng tiêu dùng vừa mở rộng được khách hàng cho vay, tận dụng được nguồn vốn huy động một cách hiệu quả, vừa đa dạng hoá các sản phẩm, dịch vụ Ngân hàng. Từ đó Ngân hàng tăng được cạnh tranh trong một thị trường càng ngày càng khó khăn.

➤ Đối với nền kinh tế

Việc mở rộng hoạt động tín dụng tiêu dùng có thể góp phần đáng kể trong chính sách kích cầu của Nhà nước, nó cũng giúp Nhà nước đạt được những mục tiêu kinh tế - xã hội nhất định, chẳng hạn như tăng mức sống cho dân cư, thúc đẩy quá trình sản xuất kinh doanh, tăng GDP hay tăng thu nhập bình quân đầu người...

Đối với sản xuất kinh doanh, sự phát triển của tín dụng tiêu dùng đồng nghĩa với việc tăng trưởng của cầu, tức là sức mua của người dân tăng lên, từ đó tạo nên sự sôi động cho thị trường hàng hoá tiêu dùng, tạo nguồn sống cho khu vực sản xuất trong nước, năng lực sản xuất của quốc gia sẽ được cải thiện rõ rệt, đồng thời tạo sức hút cho đầu tư nước ngoài. Cũng qua đó, Nhà nước đạt được mục tiêu kinh tế - xã hội là giải quyết công ăn việc làm, tăng thu nhập cho người lao động, giảm thất nghiệp, giảm tệ nạn xã hội.

1.3. Hiệu quả tín dụng tiêu dùng của NHTM

1.3.1. Định nghĩa hiệu quả tín dụng tiêu dùng

Hiệu quả là một khái niệm dùng để đánh giá tổng hợp kết quả với chi phí lao động trong một quá trình hoạt động hoặc so sánh kết quả với chi phí của các hoạt động khác nhau hoặc một hoạt động nhưng trong các giai đoạn khác nhau mà thực chất là thực hiện qui luật tiết kiệm thời gian huy động và sử dụng tiết kiệm các nguồn lực xã hội như tài nguyên, khoa học và công nghệ.

Như vậy để đánh giá hiệu quả tín dụng nói chung và hiệu quả tín dụng tiêu dùng nói riêng ta phải xem xét mối quan hệ giữa thu nhập từ hoạt động tín dụng với chi phí bỏ ra từ hoạt động đó, so sánh và đưa ra kết luận.

1.3.2. Các chỉ tiêu phản ánh mở rộng và hiệu quả tín dụng tiêu dùng.

1.3.2.1. Các chỉ tiêu định tính

- Quy trình tín dụng: chỉ tiêu này thể hiện về thời gian và công tác thẩm định khách hàng, tính linh hoạt và tạo thuận tiện cho khách hàng vay..
- Tiêu chuẩn thỏa mãn nhu cầu của khách hàng: thái độ đón tiếp lịch sự, nhiệt tình, có trách nhiệm

- Chính sách tín dụng của ngân hàng: có phù hợp với nhu cầu của người dân hay không..

1.3.2.2. Các chỉ tiêu định lượng

➤ *Chỉ tiêu phản ánh về số lượng khách hàng:* Nhu cầu đời sống con người càng cao, vì thế hoạt động tín dụng tiêu dùng ngày càng phát triển, người dân đến với ngân hàng nhằm phục vụ cho mục đích của mình như cải thiện cuộc sống về mặt vật chất, tinh thần, mua sắm sửa chữa nhà cửa... Càng nhiều khách hàng đến với Ngân hàng đồng nghĩa với việc uy tín, quy mô của Ngân hàng ngày càng được tăng lên, tín dụng tiêu dùng của Ngân hàng được mở rộng. Chính điều này đã thúc đẩy Ngân hàng cần mở rộng về quy mô, cơ cấu tổ chức, chất lượng phục vụ. Một Ngân hàng không thể thực hiện mở rộng tín dụng tiêu dùng nếu số lượng khách hàng đến với Ngân hàng luôn là một số cố định.

➤ *Chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng về doanh số cho vay tiêu dùng:*

Khi nói đến hoạt động tín dụng nói chung cũng như hoạt động tín dụng tiêu dùng nói riêng, nói đến tăng trưởng và mở rộng, vấn đề là tổng mức cho vay trong năm là bao nhiêu. Hoạt động tín dụng tiêu dùng của một Ngân hàng sẽ không thể nói là được mở rộng nếu số lượng khách hàng đã tăng nhưng doanh số cho khách hàng vay lại giảm. Như vậy, Ngân hàng đã chưa thực sự phát triển và mở rộng tín dụng tiêu dùng một cách toàn diện cả về số lượng và chất lượng.

➤ *Chỉ tiêu phản ánh về dư nợ cho vay tiêu dùng:*

Là chỉ tiêu phản ánh tại một thời điểm xác định nào đó ngân hàng hiện còn cho vay bao nhiêu, và đây cũng là khoản mà ngân hàng cần phải thu về.

Đây là một chỉ tiêu định lượng, xác định cơ cấu tín dụng trong trường hợp dư nợ được phân theo thời hạn cho vay (ngắn, trung, dài hạn). Chỉ tiêu này còn cho thấy biến động của tỷ trọng giữa các loại dư nợ tín dụng của một ngân hàng qua các thời kỳ khác nhau. Tỷ lệ này càng cao chứng tỏ mức độ phát triển của nghiệp vụ tín dụng càng lớn, mối quan hệ với khách hàng càng có uy tín

➤ *Chỉ tiêu về thu nhập và lợi nhuận:*

Các chỉ tiêu về lợi nhuận từ hoạt động tín dụng tiêu dùng cho ta biết, hoạt

động tín dụng tiêu dùng mang lại kết quả bao nhiêu và đóng góp trong kết quả kinh doanh của ngân hàng bao nhiêu. Hơn nữa, lợi nhuận tương đối còn cho ta biết một đồng vốn đầu tư vào hoạt động này mang lại bao nhiêu đồng lợi nhuận cho ngân hàng. Chỉ tiêu về lợi nhuận cho ta cái nhìn sơ bộ về lượng để đánh giá hiệu quả tín dụng tiêu dùng của ngân hàng.

➤ *Chỉ tiêu nợ quá hạn*

Chỉ tiêu nợ quá hạn là một chỉ số quan trọng để đo lường chất lượng nghiệp vụ tín dụng. Là chỉ tiêu phản ánh các khoản nợ khi đến hạn mà khách hàng không trả được cho ngân hàng mà không có nguyên nhân chính đáng thì ngân hàng sẽ chuyển từ tài khoản dư nợ sang tài khoản quản lý khác gọi là nợ quá hạn. Các ngân hàng có chỉ số này thấp đã chứng minh được chất lượng tín dụng cao của mình và ngược lại

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

Thông thường thì tỷ lệ nợ quá hạn tốt nhất là ở mức $\leq 5\%$. Tuy nhiên, chỉ tiêu này đôi khi cũng chưa phản ánh hết chất lượng tín dụng của một ngân hàng. Bởi vì bên cạnh những ngân hàng có được tỷ lệ nợ quá hạn hợp lý do đã thực hiện tốt các khâu trong qui trình tín dụng, còn có những ngân hàng có được tỷ lệ nợ quá hạn thấp thông qua việc cho vay đảo nợ, không chuyển nợ quá hạn theo đúng qui định,...

➤ *Chỉ tiêu về tốc độ chu chuyển vốn tín dụng (vòng quay vốn tín dụng)*

$$\text{Vòng quay vốn tín dụng} = \frac{\text{Doanh số thu nợ trong năm}}{\text{Dư nợ bình quân trong năm}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh một đồng vốn của ngân hàng được sử dụng cho vay mất lần trong một năm. Chỉ tiêu này càng lớn càng tốt, nó chứng tỏ nguồn vốn của ngân hàng đã luân chuyển nhanh, tham gia vào nhiều chu kỳ sản xuất kinh doanh..

Tỷ lệ dư nợ trên vốn huy động (Hiệu suất sử dụng vốn)

Chỉ tiêu này đánh giá khả năng sử dụng vốn huy động vào việc cho vay vốn. Thông thường khi nguồn vốn huy động ở ngân hàng chiếm tỷ lệ thấp so với tổng nguồn vốn sử dụng thì dư nợ thường gấp nhiều lần so với vốn huy động. Nếu ngân hàng sử dụng vốn cho vay phần lớn từ nguồn vốn cấp trên thì không hiệu quả bằng việc sử dụng nguồn vốn huy động được. Do vậy, tỷ lệ này càng gần 1 thì càng tốt cho hoạt động ngân hàng, khi đó ngân hàng sử dụng một cách có hiệu quả đồng vốn huy động được.

$$\text{Hiệu suất sử dụng vốn} = \frac{\text{Dư nợ tín dụng tiêu dùng}}{\text{Vốn huy động sử dụng cho tín dụng tiêu dùng}}$$

1.3.3. Những nhân tố ảnh hưởng đến việc mở rộng và nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng của Ngân hàng

1.3.3.1. Những nhân tố vĩ mô.

Một số nhân tố vĩ mô ảnh hưởng đến tín dụng tiêu dùng là môi trường kinh tế - xã hội, yếu tố văn hóa, môi trường pháp lý, các chính sách kinh tế của Nhà nước và sự liên hệ giữa các phần tử của hệ thống kinh tế.

➤ Môi trường kinh tế - xã hội

Môi trường kinh tế xã hội mà đặc trưng của nó là trình độ phát triển kinh tế, thu nhập quốc dân, thu nhập bình quân đầu người và mức sống của dân cư cùng với yếu tố kinh tế - xã hội khác. Môi trường kinh tế thể hiện thông qua những biến số kinh tế như thu nhập quốc dân(GDP), tốc độ tăng trưởng thu nhập quốc dân, mức thu nhập bình quân đầu người và tốc độ tăng, tỷ lệ thất nghiệp. Chính môi trường kinh tế - xã hội này có những tác động đáng kể đến tín dụng tiêu dùng.

➤ Môi trường văn hóa

Môi trường văn hóa thể hiện ở những tập quán xã hội, bản sắc dân tộc, tâm lý tiêu dùng giữa các vùng và văn hoá cộng đồng. Môi trường văn hóa có những tác động đáng kể đến tín dụng tiêu dùng, đặc biệt là quyết định của người tiêu dùng. Quyết định vay tiêu dùng của dân cư phụ thuộc vào các yếu tố như: thói quen tâm lý, trình độ dân trí, bản sắc dân tộc (thể hiện qua các nét tính cách

tiêu biểu của người dân như tính cần cù, ham lao động và tần tiện hay là ưa thích hưởng thụ...).

➤ *Môi trường pháp lý*

Tất cả mọi hoạt động của các cá nhân và tổ chức đều bị chi phối bởi pháp luật của quốc gia nơi diễn ra hoạt động đó. Đây là một nhân tố có tác động sâu sắc đến tín dụng tiêu dùng của Ngân hàng. Môi trường pháp lý tác động đến tính trật tự, tính ổn định và tạo điều kiện để hoạt động tín dụng tiêu dùng được diễn ra thông suốt, phát triển vững chắc, hạn chế những rắc rối có thể nảy sinh tổn hại đến lợi ích của các bên tham gia quan hệ tín dụng và thậm chí còn tổn hại đến lợi ích quốc gia. ở nhiều nước, đặc biệt là nước phát triển đã có luật tín dụng tiêu dùng, tại các nước này, hoạt động tín dụng tiêu dùng rất phát triển. Đây đủ, cụ thể, kín kẽ, hợp lý khi lập pháp cũng như nghiêm minh trong hành pháp, tư pháp, giảm các quy định rườm rà không cần thiết sẽ tạo nền tảng thuận lợi cho việc phát triển tín dụng tiêu dùng. Ngược lại, một môi trường pháp lý kém, các quy định chồng chéo, chung chung tạo điều kiện cho tiêu cực phát triển, kìm hãm sự phát triển.

➤ *Các chính sách của Nhà nước*

Trước hết là các chính sách và chương trình kinh tế. Nếu Nhà nước tăng đầu tư hay đưa ra các chính sách, biện pháp thông thoáng để khuyến khích đầu tư trong nước và thu hút đầu tư nước ngoài như hạ trần lãi suất cho vay, giảm các thủ tục rườm rà cho các nhà đầu tư, giảm thuế cho những công ty mới thành lập... Một mặt mục tiêu phát triển kinh tế, tăng GDP; mặt khác làm giảm thất nghiệp, tăng thu nhập cho người lao động, tăng khả năng tài chính và do đó tăng mức sống cho người dân. Đây rõ ràng là một tiền đề thuận lợi để phát triển tín dụng tiêu dùng. Ngoài ra, các chính sách, chương trình kinh tế như chính sách thuế thu nhập chính sách ưu đãi lãi suất, đối với hộ nghèo vay vốn, tín dụng tín chấp nông dân, chương trình phát triển kinh tế vùng sâu vùng xa... với mục tiêu xoá đói giảm nghèo và công bằng xã hội, tạo sự phát triển cân đối giữa khu vực thị thành và nông thôn, giữa các vùng kinh tế; vừa có ý nghĩa rút ngắn khoảng

cách giàu nghèo, vừa là điều kiện để nâng cao mặt bằng dân trí. Những yếu tố này, trước mắt và lâu dài, đều ảnh hưởng đến mức cầu về tín dụng tiêu dùng.

➤ *Trình độ dân trí*

Trình độ dân trí cũng có những ảnh hưởng nhất định đến sự phát triển của hoạt động tín dụng tiêu dùng. Những người có trình độ học vấn cao đều coi vay mượn để tiêu dùng là một công cụ để đạt được mức sống như mong muốn hơn là chỉ dùng trong trường hợp khẩn cấp. Vì vậy, một hệ thống các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng giáo dục, nâng cao trình độ dân trí như hợp lý hoá chương trình học tập ở các cấp, loại bỏ các môn không cần thiết và bổ sung các môn cần thiết, mở rộng và phát triển các thư viện, phòng đọc sách báo tại các khu dân cư,... sẽ làm cho người dân nhanh chóng tiếp cận và hoà chung với cái mới, xu thế mới.

1.3.3.2. *Những nhân tố vi mô.*

Đó là các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động tín dụng tiêu dùng trong phạm vi Ngân hàng bao gồm các nhân tố khách quan đến từ phía khách hàng như là đạo đức của người vay, khả năng tài chính của khách hàng, tài sản đảm bảo và những nhân tố chủ quan từ phía Ngân hàng như là chất lượng cán bộ tín dụng, kỹ thuật và thủ tục thẩm định.

➤ *Các nhân tố khách quan đến từ phía khách hàng:*

▪ *Đạo đức của người vay*

Khách hàng vay tiêu dùng của ngân hàng là các cá nhân và hộ gia đình có nhu cầu rất đa dạng, từ các nhu cầu thiết yếu đến các nhu cầu cao cấp. Trong nhóm nhân tố khách quan này, trước hết phải kể đến đạo đức của người vay, được đánh giá dựa trên năng lực pháp lý và độ tín nhiệm. Đây được coi là yếu tố tiên quyết tác động đến hành vi trả nợ. Vì rằng, ngay cả khi người vay thực sự có thu nhập khả quan để trả nợ, thậm chí đưa ra những tài sản đảm bảo tốt nhưng đạo đức được xem là không tốt thì cũng không hứa hẹn một thái độ thiện chí khi thực hiện nghĩa vụ trả nợ. Điều lưu ý ở đây là đạo đức của khách hàng trong lĩnh vực tín dụng Ngân hàng, tức là ngoài các đức tính tốt của khách hàng thì Ngân hàng

có quan tâm tới sự sẵn lòng trả nợ của khách hàng, ý muốn kiên quyết của khách hàng trong việc thực hiện tất cả các giao ước trong hợp đồng tín dụng.

Năng lực pháp lý là những năng lực được quy định cụ thể về mặt pháp lý mà người vay cần phải có. Đây là cơ sở để hình thành nghĩa vụ trả nợ của khách hàng trong quan hệ tín dụng. Độ tín nhiệm là một yếu tố khó đo đếm, liên quan đến sự sẵn lòng và quyết tâm trả nợ. Độ tín nhiệm được xây dựng trên cơ sở tính thật thà, liêm chính của con người, được phản ánh khá rõ trong hồ sơ quá khứ của cá nhân xin vay.

- *Khả năng tài chính của người vay*

Khả năng tài chính của khách hàng là nhân tố có ảnh hưởng rất quan trọng đến hoạt động Ngân hàng nói chung và hoạt động tín dụng tiêu dùng của Ngân hàng nói riêng. Phần lớn các khoản tín dụng tiêu dùng được quy định nguồn hoàn trả là thu nhập thường xuyên của khách hàng trong tương lai, ngoại trừ tín dụng ngắn hạn. Khách hàng có thu nhập càng cao, việc thanh toán nợ Ngân hàng càng ít ảnh hưởng đến các chi tiết khác, đặc biệt các chi tiêu thông thường hay thiết yếu của gia đình người vay, và ít ảnh hưởng tới tình hình tài chính của gia đình, thì khoản tín dụng tiêu dùng càng trở lên an toàn hơn. Khi cho vay tiêu dùng, việc quyết định mức cho vay nhất thiết phải căn cứ trên các nguồn hoàn trả của khách hàng, nó tổng quát hơn là tình hình tài chính của khách hàng.

- *Tài sản đảm bảo tín dụng*

Tài sản đảm bảo tín dụng là những cơ sở pháp lý để có thêm một nguồn thu nợ thứ hai ngoài nguồn thu nợ thứ nhất, mang tính dự phòng rủi ro, do vậy nó cũng góp phần làm tăng mức độ an toàn cho khoản tín dụng của Ngân hàng, ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng. Tuy tài sản đảm bảo tín dụng là một trong những tiêu chuẩn xét duyệt cho vay nhưng không phải là tiêu chuẩn quan trọng nhất, không phải là yếu tố quyết định trong việc vay.

- *Các nhân tố chủ quan.*

Đây là nhóm nhân tố phụ thuộc vào chính bản thân ngân hàng. Do đó nó sẽ là những nhân tố ngân hàng có thể chi phối được. Nếu ngân hàng có một chính

sách chiến lược tổng thể và lâu dài cho hoạt động cho vay tiêu dùng thì hoạt động này sẽ có điều kiện để phát triển và ngày một hoàn thiện hơn.

▪ *Chính sách tín dụng*

Chính sách tín dụng chính là mức giới hạn cho vay đối với một khách hàng, lãi suất cho vay và mức phí, tài sản đảm bảo và hướng giải quyết những khoản nợ khó đòi. Do đó một chính sách tín dụng phù hợp và đa dạng sẽ thu hút được nhiều khách hàng đến xin vay, và khi nó đáp ứng được mong muốn nhu cầu của người tiêu dùng thì chắc chắn ngân hàng sẽ thành công trong việc mở rộng cho vay tiêu dùng. Ngược lại với chính sách tín dụng cứng nhắc kém linh hoạt thì sẽ hạn chế việc đi vay giảm tính cạnh tranh trong hoạt động giữa các ngân hàng.

▪ *Quá trình thẩm định khách hàng*

Quá trình này là rất quan trọng đối với việc xem xét có cho khách hàng vay hay không, nhưng chính nó cũng là rào cản nếu nó quá phức tạp và rườm rà. Nó làm người đi vay nản lòng trong khi quá trình này làm họ mất nhiều thời gian và công sức. Và để hạn chế được điều này thì việc thẩm định phải dựa trên các thủ tục cơ sở khoa học hợp lý và song song với nó thì việc thực hiện phải nghiêm chỉnh, nó là yếu tố quyết định chất lượng thẩm định và chất lượng khoản tín dụng. Ngoài ra vốn huy động và vốn tự có giữ một vai trò hết sức quan trọng trong việc ngân hàng tiến hành các hoạt động kinh doanh của mình, nó cũng thể hiện phần nào độ tin cậy và khả năng sức mạnh của ngân hàng đó.

▪ *Thông tin tín dụng*

Bản chất của ngân hàng là đi vay và cho vay, mà hoạt động cho vay lại phụ thuộc vào lòng tin của ngân hàng với khách hàng đó: họ có tình hình tài chính ra sao, có thể hoàn trả lãi và gốc trong khoảng thời gian nào. Mà để ra quyết định có cho vay hay không thì ngân hàng phải có được nhưng thông tin có thể tin cậy được nói khác đi đó chính là chất lượng thông tin tín dụng. Ví dụ: tư cách, uy tín, năng lực quản lý, tình hình xã hội, xu hướng phát triển kinh tế... Và việc yêu cầu của thông tin tín dụng đó phải chính xác, kịp thời và đầy đủ, vì mọi thông tin chỉ có giá trị trong một khoảng thời gian xác định và một số ngân hàng do

không nắm bắt được thông tin kịp thời nên đã không đáp ứng được nhu cầu về vốn cho khách hàng, hạn chế việc mở rộng cho vay tiêu dùng.

- *Chất lượng cán bộ tín dụng*

Chất lượng cán bộ tín dụng thể hiện qua trình độ nghiệp vụ chuyên môn, đạo đức nghề nghiệp, cũng như khả năng giao tiếp của cán bộ tín dụng. Nếu cán bộ tín dụng có trình độ chuyên môn giỏi mà không có đạo đức nghề nghiệp thì lợi ích của ngân hàng sẽ bị tổn hại nhiều hơn là lợi ích mà họ mang lại. Nhưng bên cạnh đó, cán bộ tín dụng nhất thiết cần phải có trình độ chuyên môn cao, hiểu biết sâu rộng, có như vậy thì việc thẩm định khách hàng mới chính xác, từ đó đưa ra quyết định mới đúng đắn, giảm thiểu rủi ro cho ngân hàng. Do khách hàng là người tiếp xúc trực tiếp với cán bộ tín dụng nên theo họ thì cán bộ tín dụng sẽ chính là bộ mặt của ngân hàng. Sự thân thiện và cởi mở đúng mực sẽ làm cho khách hàng hài lòng và tin tưởng hơn vào ngân hàng và từ đó dễ trở thành khách hàng quen thuộc của ngân hàng.

- *Cơ sở vật chất thiết bị*

Cơ sở vật chất thiết bị cũng ảnh hưởng lớn đến việc thu hút khách hàng. Việc trang bị đầy đủ cơ sở vật chất, phù hợp đáp ứng được nhu cầu của khách hàng sẽ giúp ngân hàng gia tăng khả năng cạnh tranh, thu hút được nhiều khách hàng hơn. Mặt khác việc áp dụng các công nghệ tiên tiến giúp hoạt động của ngân hàng diễn ra chính xác và trôi chảy hơn rất nhiều.

1.4. Kinh nghiệm phát triển tín dụng tiêu dùng của một số ngân hàng trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho các NHTM Việt Nam

1.4.1. Phát triển tín dụng tiêu dùng của Trung Quốc

Các khoản tín dụng tiêu dùng được bắt đầu ở Trung Quốc vào giữa những năm 1980 và đã phát triển nhanh kể từ năm 1998. Vào năm 1998, Chính phủ bắt đầu thực hiện một chính sách tài chính chủ động và chính sách tiền tệ nới lỏng vừa phải để thúc đẩy nhu cầu trong nước và khuyến khích phát triển các khoản tín dụng tiêu dùng, bao gồm các khoản cho vay mua nhà ở cho vay sinh viên.

Với những rào cản đã được dỡ bỏ và điều kiện bên ngoài chín muồi, các

khoản tín dụng tiêu dùng đã phát triển với tốc độ rất nhanh. Vào cuối năm 1997, các khoản tín dụng tiêu dùng của Trung Quốc đạt 17,2 tỷ NDT (2,007 tỷ USD), chiếm 0,3% tổng dư nợ tín dụng của cả hệ thống Ngân hàng. Số lượng các khoản tín dụng tiêu dùng lên tới 646,4 tỷ NDT (77,88 tỷ USD) vào tháng 10/2001 - gấp 38 lần con số của năm 1997. Tỷ trọng tín dụng tiêu dùng cũng tăng lên tới 6% trong tổng dư nợ tín dụng của hệ thống Ngân hàng.

Tại Trung Quốc, các khoản tín dụng tiêu dùng cũng đã được sử dụng ngày càng nhiều để mua hàng hoá, trong đó chủ yếu là để mua nhà ở. 5 năm qua, trong chương trình mở rộng chi tiêu để chống lạm phát, Chính phủ Trung Quốc đã đầu tư khá nhiều vào việc phát triển nhà ở tại các đô thị. Đồng thời, do thu nhập của người dân tăng lên và hàng triệu người có nhu cầu mua nhà ở, nên các khoản cho vay mua nhà ở trả chậm chiếm tới 90% tổng dư nợ tín dụng tiêu dùng ở Trung Quốc đã đạt tốc độ tăng trưởng khoảng 30%/năm. vào tháng 10/2001, số dư của các khoản cho vay mua nhà ở tại Trung Quốc là 511,8 tỷ NDT (1,66 tỷ USD). Theo ước tính, với tốc độ tăng trưởng Trung Quốc sẽ đạt 1,6 tỷ NDT. Giả sử, mức chênh lệch giữa lãi suất tiền gửi và lãi suất cho vay mua nhà trả chậm vẫn được duy trì như hiện nay thì các Ngân hàng có thể thu lợi khoảng 100 triệu NDT mỗi năm. Đây là một lĩnh vực kinh doanh khá lớn, tự do và ít chịu những tác động chính trị, là một trong những lĩnh vực mà các Ngân hàng Trung Quốc có thể dựa vào để bắt đầu xây dựng mô hình kinh doanh thực sự cho 5 năm tới.

Các khoản cho vay sinh viên chiếm vị trí thứ hai trong các loại hình tín dụng tiêu dùng. Vào tháng 9/2001, dư nợ 4,03 tỷ NDT (485,5 tỷ USD) các khoản cho vay sinh viên đã được cấp cho 1,074 triệu sinh viên tốt nghiệp. Bên cạnh đó, các khoản tín dụng tiêu dùng cũng được sử dụng để mua ô tô và nhiều vật dụng khác trong nhà.

Cho vay mua nhà trả chậm sẽ được ưu tiên hơn vì chúng ít rủi ro hơn so với các hình thức khác của tín dụng tiêu dùng. Các NHTM đang được khuyến khích cấp các khoản vay cho các gia đình có mức thu nhập trung bình và thu nhập

thấp. NHNN cũng yêu cầu các NHTM phải cải thiện dịch vụ của họ bằng cách củng cố công tác quản lý nội bộ và cải thiện dịch vụ khách hàng.

Năm 2009, cho vay tiêu dùng đã chiếm tới 18% GDP của Trung Quốc. Theo nhận định của Giám đốc điều hành BCG Richard Huang, nền kinh tế Trung Quốc nếu tái cơ cấu thành công, từ hướng chủ yếu là xuất khẩu sang hướng trọng tâm là tiêu dùng nội địa, thì thị trường cho vay tiêu dùng của nước này sẽ bùng nổ trong tương lai gần. BCG còn dự báo đến năm 2015, tổng giá trị các thẻ tín dụng của Trung Quốc sẽ đạt tỷ lệ tăng trưởng trung bình hàng năm tới 40%, đạt 2.500 tỷ Nhân dân tệ

Theo tờ Nhật báo Trung Quốc ra ngày 1/9/2011, thị trường cho vay tiêu dùng của Trung Quốc đang phát triển mạnh, dự kiến đạt tỷ lệ tăng trưởng 24%/năm trong 4 năm tới.

Do ngày càng có nhiều Ngân hàng cung cấp dịch vụ này nên số lượng các công cụ tài chính được sử dụng ngày càng tăng, như thẻ chấp bằng trái phiếu kho bạc, thư tiền gửi hay các thẻ tín dụng. Theo số liệu của Hiệp hội Ngân hàng Trung Quốc, tính từ năm 2010 đến 9/2011, nước này đã phát hành 230 triệu thẻ tín dụng

Tờ báo dẫn báo cáo mới nhất của tổ chức tư vấn Boston Consulting Group (BCG) nhận định rằng tốc độ tăng trưởng vượt bậc của thị trường cho vay tiêu dùng ở Trung Quốc chủ yếu nhờ sự hỗ trợ của chính phủ và tài sản cá nhân tăng.

Ước tính đến cuối năm 2015, cho vay tiêu dùng bao gồm vay thế chấp và tín chấp, vay mua ô tô và kể cả các khoản vay cá nhân không bảo hiểm, dự kiến tăng lên 21.000 tỷ Nhân dân tệ (tương đương 3.300 tỷ USD)

1.4.2. Phát triển tín dụng tiêu dùng của Mỹ

Ở Mỹ và châu Âu, các khoản tín dụng tiêu dùng thường chiếm từ 20-40% tổng số dư nợ của hệ thống Ngân hàng, có trường hợp tỷ lệ này lên tới 60%. Các khoản tín dụng tiêu dùng cũng đã trở thành nguồn thu nhập chính của các Ngân hàng ở các nước này, 44% thu nhập của Ngân hàng Citibank ở Mỹ trong năm 2000 là từ các khoản tín dụng tiêu dùng.

Tín dụng tiêu dùng giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế nước Mỹ. Với tổng giá trị lên đến 778 tỉ USD trong năm 1989, nó tương đương với khoảng 15% tổng sản phẩm nội địa của Mỹ. Tín dụng tiêu dùng là một khoản vay, nó cho phép các hộ gia đình sử dụng hợp lý thu nhập thực tế của mình đồng thời khuyến khích phát triển nền kinh tế quốc gia. Tuy nhiên, tín dụng tiêu dùng cũng có những hạn chế nhất định của nó. Trong những thời kỳ khó khăn về tiền tệ, tín dụng tiêu dùng đã cho thấy là rất khó kiểm soát, đặc biệt khi lạm phát tăng cao. Bởi vì, người tiêu dùng thường gia tăng các khoản nợ trong thời kỳ lạm phát để đảm bảo điều kiện sống cho mình hoặc tiến hành mua hàng hóa khi họ dự đoán hàng sẽ tăng giá. Biện pháp kiểm soát trực tiếp tín dụng tiêu dùng được áp dụng chính là đánh thuế và điều này đã xảy ra trong thế chiến thứ hai và chiến tranh Triều Tiên.

Tín dụng tiêu dùng thật sự là cách thức vay tiền để mua hàng hóa nên người mua phải chịu lãi xuất cho khoản vay đó. Tỷ lệ lãi xuất trần (interest-rate – ceiling) áp dụng cho tín dụng tiêu dùng bị chi phối bởi Luật cho vay của liên bang (State Usury Laws). Luật về bảo vệ tín dụng tiêu dùng năm 1968 quy định người bán phải thông báo rõ số tiền phải trả cũng như lãi suất cho người mua biết.

1.4.3. Bài học kinh nghiệm cho các NHTM Việt Nam

Qua những kinh nghiệm trên của Trung Quốc thì Việt Nam đã rút ra được bài học rất quý báu, áp dụng vào thực tế đối với môi trường kinh tế xã hội của Việt Nam để từ đó mở rộng cho vay tiêu dùng có hiệu quả, tăng tỷ trọng cho ngành ngân hàng nói riêng và cho nền kinh tế đất nước nói chung. Đó là:

- *Về điều kiện vay*

Các NHTM Việt Nam nên đặt ra các điều kiện vay thông thoáng hơn để mở rộng đối tượng khách hàng được vay. Việc mở rộng điều kiện vay vốn theo hướng đáp ứng phong phú đa dạng các nhu cầu vay tín dụng của khách hàng miễn là khách hàng chứng minh được khả năng tài chính để trả nợ.

- *Về xác định lãi suất cho vay*

Hiện nay các lãi suất cho vay tiêu dùng của các NHTM Việt Nam đều là cố

định, thống nhất trong suốt thời hạn có hiệu lực của hợp đồng đối với mọi người. Học tập kinh nghiệm của các NHTM Trung Quốc, các NHTM Việt Nam có thể nghiên cứu áp dụng tính điểm tín dụng khách hàng để đưa ra mức lãi suất phù hợp với từng khách hàng, từ đó sẽ lựa chọn được những khách hàng tốt và giảm thiểu rủi ro cho Ngân hàng.

▪ *Về hệ thống văn bản pháp lý*

Để hoạt động tín dụng tiêu dùng đạt hiệu quả cao hơn nữa thì Chính Phủ Việt Nam, NHNN cần hoàn thiện các văn bản pháp quy, cố gắng đưa ra hệ thống pháp lý đầy đủ, thông thoáng về hoạt động tín dụng tiêu dùng một cách sớm nhất để nó hoạt động có hiệu quả, tránh được những rủi ro không đáng có.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1: Chương 1 đã nghiên cứu những vấn đề lý luận cơ bản về hoạt động tín dụng tiêu dùng, mở rộng và nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng ở các Ngân hàng thương mại. Chúng ta đã thấy được hoạt động tín dụng tiêu dùng là một trong những hoạt động quan trọng của các Ngân hàng thương mại, nhất là trong điều kiện hiện nay, mức sống của người dân ngày một tăng lên, xu hướng hiện đại hoá hoạt động ngân hàng và chủ trương đa dạng hoá hoạt động của các ngân hàng để khẳng định vị thế trong môi trường cạnh tranh ngày càng khắc nghiệt. Chúng ta cũng được tìm hiểu các chỉ tiêu đo lường hiệu quả trong hoạt động tín dụng tiêu dùng của ngân hàng; biết đến những kinh nghiệm vô cùng chân thực và quý báu của các Ngân hàng thương mại Trung Quốc và Mỹ trong quá trình phát triển hoạt động tín dụng tiêu dùng của mình để từ đó rút ra những bài học kinh nghiệm đối với việc phát triển hoạt động này tại các Ngân hàng thương mại Việt Nam..

CHƯƠNG 2:

THỰC TRẠNG TÍN DỤNG TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG SACOMBANK HẢI PHÒNG

2.1. Khái quát quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng

2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng

- **Quá trình hình thành và phát triển**

Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín(Sacombank) được thành lập và đi vào hoạt động từ ngày 21/12/1991 khi hợp nhất 4 hợp tác xã tín dụng là: Gò Vấp, Tân Bình, Thành Công, Lữ Gia tại thành phố Hồ Chí Minh với các nhiệm vụ chính là huy động vốn, cấp tín dụng và thực hiện các dịch vụ Ngân hàng.

Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Hải Phòng thành lập trên cơ sở giấy chứng nhận đăng ký hoạt động do Sở kế hoạch đầu tư thành phố Hải Phòng cấp ngày 27/10/2006 và chính thức khai trương hoạt động ngày 15/12/2006, địa điểm trụ sở chính tại 62-64 phố Tôn Đức Thắng- phường Trần Nguyên Hãn – quận Lê Chân – Thành phố Hải Phòng.

Chi nhánh có 4 Phòng nghiệp vụ bao gồm : Phòng Cá Nhân, Phòng Doanh Nghiệp, Phòng Hỗ trợ, Phòng Hành chính – Kế toán và 5 Phòng giao dịch trực thuộc được mở tại các Quận Hồng Bàng, Ngô Quyền và huyện Thủy Nguyên. Tất cả các Phòng nghiệp vụ và PGD đều có các Trưởng/Phó phòng và phụ trách quản lý.

Tháng 8/2007, Chi nhánh khai trương PGD Tam Bạc tại số 102A Quang Trung – Hồng Bàng – Hải Phòng.

Tháng 7/2008, Chi nhánh khai trương PGD Lạch Tray tại số 286 Lạch Tray – Lê Chân – Hải Phòng. Đến tháng 9/2011, PGD được chuyển về số 195 Văn Cao – Ngô Quyền – Hải Phòng và được đổi tên thành PGD Văn Cao.

Tháng 4/2010, Chi nhánh khai trương PGD Lạc Viên tại số 176 Đà Nẵng – Ngô Quyền – Hải Phòng.

Tháng 7/2010, Chi nhánh khai trương PGD Hoa Phượng tại số 119-121 Đinh Tiên Hoàng – Hồng Bàng – Hải Phòng.

Tháng 12/2010, Chi nhánh khai trương PGD Thủy Nguyên tại số 151 Bạch Đằng – Thị trấn Núi Đèo – Thủy Nguyên – Hải Phòng.

▪ Cơ cấu nhân sự

Từ ngày đầu thành lập, Chi nhánh có 33 nhân sự, đứng đầu là Ông Hoàng Hải Vương – Giám đốc Chi nhánh và ông Mai Hùng Dũng – Phó giám đốc Chi nhánh, với 03 Phòng nghiệp vụ và 01 Bộ phận.

Sau 6 năm hình thành và phát triển, số nhân sự của Sacombank Hải Phòng tính đến thời điểm hiện tại là 113 cán bộ nhân viên, trong đó gồm 47 nam và 66 nữ. CBNV có trình độ thạc sỹ là 9.15%; đại học, cao đẳng chiếm 73.15%; trung cấp và lao động phổ thông chiếm 17.7%.

▪ Chức năng, nhiệm vụ của Sacombank Hải Phòng

Chức năng

- Ngành nghề kinh doanh của Ngân hàng chủ yếu là huy động và cho vay. Có chức năng kinh doanh tiền tệ, tín dụng và dịch vụ nhằm thúc đẩy sản xuất kinh doanh, dịch vụ của các thành phần kinh tế, các công ty cổ phần, tư nhân, liên doanh với nước ngoài, với các đặc trưng sau:

- Chi nhánh Hải Phòng là một tổ chức có tư cách pháp nhân, là Chi nhánh cấp 4 của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín hoạt động theo pháp lệnh của Ngân hàng Nhà Nước.

- Huy động vốn: nhận tiền gửi của khách hàng bằng tiền VNĐ, ngoại tệ và vàng.

- Sử dụng vốn : cung cấp tín dụng, đầu tư, hùn vốn kinh doanh bằng đồng VNĐ, ngoại tệ và vàng.

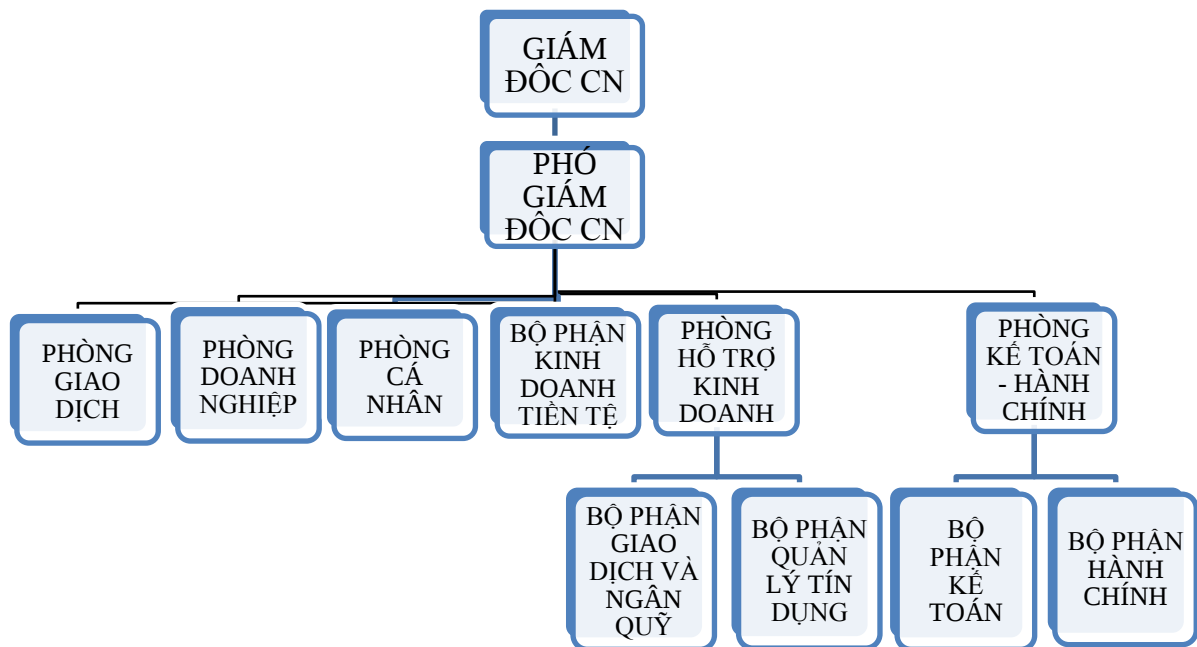
- Các dịch vụ trung gian : thực hiện thanh toán trong và ngoài nước, thực hiện dịch vụ ngân quỹ, chuyển tiền kiều hối và chuyển tiền nhanh.

- Kinh doanh ngoại tệ và vàng.
- Phát hành, thanh toán thẻ tín dụng và thẻ ghi nợ

Nhiệm vụ

- Làm cầu nối nền tài chính quốc gia và nền tài chính quốc tế.
- Làm công cụ để Nhà nước điều tiết vĩ mô nền kinh tế.
- Làm cầu nối giữa doanh nghiệp và thị trường.
- Làm nơi cung cấp vốn cho nền kinh tế.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng



(Nguồn: Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

2.1.3. Chức năng nhiệm vụ của các phòng ban

2.1.3.1. Chức năng, nhiệm vụ của Phòng doanh nghiệp, Phòng cá nhân.

- Quản lý thực hiện chỉ tiêu bán hàng theo các sản phẩm cụ thể.
- Tiếp thị và quản lý khách hàng.
- Tiếp thị sản phẩm dịch vụ thanh toán quốc tế.
- Chăm sóc khách hàng doanh nghiệp, cá nhân.

- Phân tích, thẩm định, đề xuất cấp tín dụng.
- Chức năng khác.

2.1.3.2. Chức năng nhiệm vụ của phòng hỗ trợ kinh doanh.

- Xử lý giao dịch.
- Tổ chức và thực hiện nghiệp vụ ngân quỹ.
- Quản lý tín dụng..
- Chức năng, nhiệm vụ khác.

2.1.3.3. Chức năng, nhiệm vụ của phòng kế toán hành chính.

- Quản lý công tác kế toán tại chi nhánh.
- Quản lý nghiệp vụ an toàn kho quỹ.
- Quản lý công tác hành chính.

2.1.3.4. Chức năng, nhiệm vụ của bộ phận kinh doanh

- Tiếp thị
- Thẩm định.
- Chức năng nhiệm vụ khác.

2.1.3.5. Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận hỗ trợ.

- Xử lý giao dịch.
- Quản lý tín dụng.
- Quản lý công tác quỹ.

2.1.4. Khái quát hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng

2.1.4.1. Công tác huy động vốn

Nhìn vào bảng 2.1, ta thấy rằng:

Huy động quy VND năm 2010 của Chi nhánh đạt 753 tỷ đồng, đạt 76% kế hoạch điều chỉnh, giảm 93 tỷ đồng so với năm 2009 (trong đó bao gồm số giảm 81 tỷ do khách hàng tắt toán các hợp đồng gửi VND, vay USD). Về VND, số dư huy động đạt 474 tỷ đồng, bằng 65,1% kế hoạch điều chỉnh, giảm 106 tỷ so với năm trước). Thị phần huy động của Chi nhánh tại địa bàn là 1,83%.

Huy động quy VND năm 2011 của Chi nhánh là 684 tỷ đồng, đạt 66% kế hoạch, giảm 69 tỷ đồng so với năm 2010 (trong đó bao gồm số giảm 81 tỷ đồng do khách hàng tắt toán các hợp đồng gửi VND, vay USD). Về VND, số dư huy động đạt 416 tỷ đồng, bằng 55% kế hoạch điều chỉnh, giảm 58 tỷ so với năm trước. Thị phần huy động của Chi nhánh tại địa bàn vẫn được giữ nguyên là 1,83%.

Huy động quy VND năm 2012 đạt 1.045 tỷ đồng, hoàn thành 123% kế hoạch, tăng 360 tỷ đồng so với năm 2011 (trong đó bao gồm tăng 494 tỷ VND, giảm 3,1 triệu USD và giảm 1.773 lượng vàng). Về VND, số dư huy động đạt 910 tỷ đồng, hoàn thành 134% kế hoạch. Thị phần huy động của Chi nhánh tại địa bàn tăng từ 1,83% lên 1,9%. Đây là một mức tăng trưởng nhanh, và là thành công của Sacombank Hải Phòng trong năm 2012.

Bảng 2.1: Công tác huy động vốn

Đơn vị: tỷ đồng

	Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
	Số dư	Tỷ trọng (%)	Số dư	Tỷ trọng (%)	Số dư	Tỷ trọng (%)
Tổng số dư tiền gửi	753	100	684	100	1.045	100
Theo kì hạn						
Không kì hạn	196,4	26,09	189,3	27,67	198,7	19,02
Có kì hạn	556,6	73,91	494,7	72,33	846,3	80,98
Theo loại tiền						
VND	474	62,95	416	60,82	910	87,08
Ngoại tệ và vàng	279	37,05	268	39,18	135	12,92

(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

2.1.4.2. Công tác sử dụng vốn

Dư nợ cho vay quy VND trong năm 2010 là 685,7 tỷ đồng, tăng gần 156 tỷ đồng so với năm 2009 (tăng trưởng 30%, hoàn thành 87,2% kế hoạch) với cơ cấu danh mục cho vay gần theo định hướng của khu vực và toàn ngân hàng. Thị phần cho vay của Sacombank Hải Phòng tăng từ mức 1,23% toàn địa bàn lên 1,3%. Về chất lượng tín dụng, tỷ lệ nợ xấu là 0,046%

Dư nợ cho vay quy VND năm 2011 là 665,1 tỷ đồng, giảm hơn 20 tỷ đồng so với năm 2010 (tăng trưởng 30%, hoàn thành 77% kế hoạch). Thị phần cho vay của Sacombank Hải Phòng giảm từ mức 1,3% toàn địa bàn xuống còn 1,28%. Về chất lượng tín dụng, tỷ lệ nợ quá hạn là 4,95% trong đó nợ xấu chiếm 0,05%. Nguyên nhân là do công tác huy động vốn của Ngân hàng liên tục giảm nên ảnh hưởng đến kế hoạch tăng trưởng tín dụng của Chi nhánh. Nhân sự tín dụng biến động nhiều do công tác định biên nhân sự và bổ sung cho các phòng giao dịch, đặc biệt là nhân sự chủ yếu là mới tuyển dụng nên còn hạn chế về kỹ năng chăm sóc khách hàng và kinh nghiệm trong công tác thẩm định.

Dư nợ cho vay quy VND năm 2012 là 620,1 tỷ đồng, giảm gần 45 tỷ đồng so với năm 2011 (hoàn thành 75% kế hoạch). Thị phần cho vay của Sacombank Hải Phòng giảm từ 1,28% toàn địa bàn xuống 1,21%. Về chất lượng tín dụng, tỷ lệ nợ quá hạn là 9,87%, trong đó nợ xấu là 8,82%. Nguyên nhân chính là do ảnh hưởng bởi suy thoái kinh tế nên công tác tăng trưởng tín dụng của Ngân hàng liên tục giảm, nợ quá hạn gia tăng.

Bảng 2.2: Các chỉ tiêu cho vay, tổng số và tỷ trọng của từng loại.

Đơn vị: tỷ đồng

	Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
	Số dư	Tỷ trọng	Số dư	Tỷ trọng	Số dư	Tỷ trọng
Tổng dư nợ cho vay	685,7	100%	665,1	100%	620,9	100%
Cho vay ngắn hạn	405,2	59,09%	358,5	53,91%	343,1	55,96%
Cho vay bằng VND	374,7	92,47%	349,7	97,55%	322,8	94,11%
Cho vay bằng ngoại tệ	30,5	7,53%	8,8	2,45%	20,3	5,89%
Cho vay trung hạn	171,9	25,07%	205,5	30,9%	177,3	28,1%
Cho vay bằng VND	169,6	98,67%	204,6	99,52%	177,3	100%
Cho vay bằng ngoại tệ	2,3	1,33%	0,9	0,48%	-	-
Cho vay dài hạn	108,6	15,84%	101,1	15,19%	100,5	15,94%
Cho vay bằng VND	85,5	78,73%	75,9	75,1%	75,4	74,98%
Cho vay bằng ngoại tệ	23,1	21,27%	25,2	24,9%	25,1	25,02%

(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

Xét về cơ cấu cho vay:

Phân theo kì hạn, cho vay ngắn hạn luôn chiếm tỷ trọng lớn trên 50% (năm 2010: 59,09%, năm 2011: 53,91%, năm 2012: 55,96%); cho vay trung hạn dao động từ 25 – 30% và cho vay dài hạn khá ổn định với 15% hàng năm.

Phân theo loại tiền, cho vay bằng VND luôn chiếm tỷ trọng cao trên 90% trong cho vay ngắn hạn và trung hạn. Tuy nhiên trong cho vay dài hạn, thì cho vay bằng VND chỉ chiếm khoảng 80%. Cho vay bằng ngoại tệ và vàng có tỷ trọng cao hơn trong kì hạn này là do tính ổn định của đối tượng này.

Hoạt động cho vay của Sacombank trong các năm 2010 – 2012 có thể nói là giảm cả về số lượng và chất lượng. Dư nợ tín dụng giảm dần qua các năm (năm 2011 so với năm 2010 giảm hơn 20 tỷ đồng, năm 2012 so với năm 2011 giảm hơn 45 tỷ đồng). Bên cạnh đó, chất lượng tín dụng cũng gặp nhiều khó khăn khi tỷ lệ nợ quá hạn tăng cao, năm 2012 lên tới 9,87%, trong đó nợ xấu là 8,82%. Đặc biệt trong năm này, xuất hiện nợ có khả năng mất vốn.

2.1.4.3. Các nghiệp vụ tài sản có khác tại Sacombank Hải Phòng.

Bên cạnh hai hoạt động chính là huy động vốn và cho vay, Sacombank Hải Phòng cũng thực hiện các hoạt động dịch vụ ngân hàng khác như: dịch vụ thanh toán, bảo lãnh, dịch vụ ngân quỹ, kinh doanh ngoại hối và vàng bạc,... Các dịch vụ này không những góp phần đa dạng hoá hoạt động mà còn làm gia tăng thu nhập cho ngân hàng. Tuy nhiên, do giai đoạn 2010 – 2012, kinh tế gặp nhiều biến động khiến cho hoạt động của ngân hàng bị ảnh hưởng. Thu nhập từ các hoạt động dịch vụ cũng giảm sút và chiếm tỷ trọng thấp hơn trong tổng doanh thu của Chi nhánh.

2.1.4.4. Kết quả tài chính đạt được**Bảng 2.3: Doanh thu, chi phí và lợi nhuận của Sacombank Hải Phòng**

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
Tổng doanh thu	43,9	48,1	51,9
Tổng chi phí	14,3	19,5	25,6
Lợi nhuận trước DPRR	29,6	28,6	26,3

(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

➤ Doanh thu

Có thể nhận thấy, doanh thu của Chi nhánh tăng trưởng đều qua các năm (năm 2011 tăng 4,2 tỷ đồng tương ứng tăng 9,42%; năm 2012 tăng 3,8 tỷ đồng tương ứng tăng 7,89%). Đây là một kết quả tương đối khả quan của ngân hàng trong tình trạng kinh tế còn nhiều khó khăn do khủng hoảng như giai đoạn vừa qua.

➤ Chi phí

Nhìn vào bảng 2.3, ta cũng thấy rằng chi phí của Ngân hàng trong giai đoạn 2010 – 2012 cũng có xu hướng tăng: năm 2011, chi phí của ngân hàng là 19,5 tỷ đồng, tăng 5,2 tỷ đồng so với năm 2010. Đến năm 2012, chi phí của ngân hàng tăng 6,1 tỷ đồng, đạt mức 25,6 tỷ đồng.

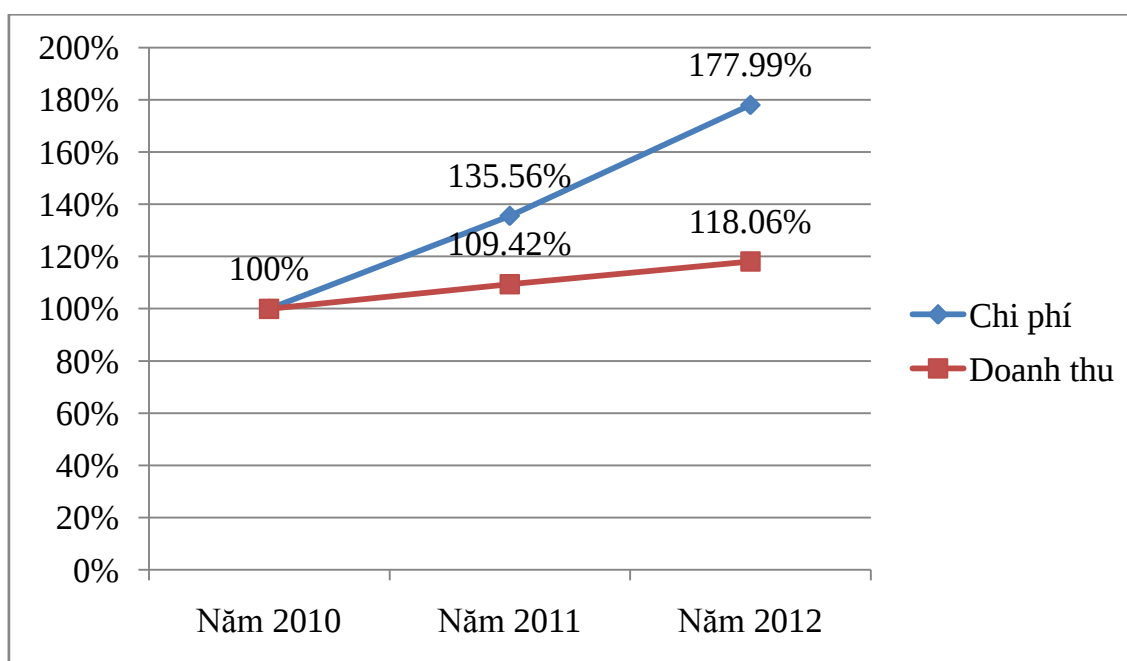
➤ Lợi nhuận

Tuy doanh thu của ngân hàng tăng trưởng qua các năm, nhưng lợi nhuận ngân hàng đạt được lại giảm. Nguyên nhân là do tốc độ tăng của doanh thu nhỏ hơn tốc độ tăng của chi phí

Điều này cho thấy, chất lượng kinh doanh của Chi nhánh trong giai đoạn vừa qua đã đạt kết quả không cao. Chi nhánh cần có những biện pháp tích cực hơn để có thể gia tăng thu nhập và giảm thiểu chi phí tới mức thấp nhất để có thể thu được lợi nhuận như mong muốn

Biểu đồ 2.1: Tốc độ tăng doanh thu và chi phí so với năm 2010.

Đơn vị: %



(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Scombank Hải Phòng)

2.2. Thực trạng hoạt động tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh HP

2.2.1. Các sản phẩm tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Việt Nam Chi nhánh Hải Phòng

2.2.1.1. Sản phẩm cho vay mua ô tô

Là sản phẩm tạo điều kiện cho khách hàng mua ô tô trả góp với mức cho vay được xác định phù hợp với nhu cầu vay vốn và khả năng trả nợ của khách hàng

- Tài sản đảm bảo:
 - Bảng chính chiếc xe dự định mua, bao gồm:
 - + Xe đã qua sử dụng phải có thời gian xuất xưởng dưới 03 năm tính đến thời điểm vay vốn hoặc chất lượng còn lại tối thiểu 80%. Không nhận bảo đảm bằng các xe ô tô có nguồn gốc Trung Quốc đã qua sử dụng.
 - + Xe mới 100% loại xe du lịch, xe vận tải hành khách, xe tải có tải trọng từ 550kg – 2,5 tấn
 - Bảng tài sản khác: theo quy định của Sacombank về điều kiện, thủ tục nhận bảo đảm tiền vay
- Thời hạn cho vay: thời hạn cho vay được xác định phù hợp với nhu cầu và thu nhập trả nợ của khách hàng nhưng tối đa không quá:
 - + 48 tháng đối với xe mua có giá trị dưới 500 triệu đồng
 - + 60 tháng đối với xe mua có giá trị từ 500 triệu đồng trở nên

2.2.1.2. Sản phẩm cho vay trả góp mua nhà

Cho vay đối với khách hàng cá nhân để mua căn hộ chung cư, biệt thự, nhà liền kề, nền nhà tại các khu đô thị mới

- Thời hạn cho vay: thời hạn cho vay được xác định phù hợp với nhu cầu và thu nhập trả nợ của khách hàng nhưng tối đa không quá:
 - + 12 năm đối với nhà, nền nhà mua có giá trị dưới 800 triệu đồng
 - + 15 năm đối với nhà, nền nhà mua có giá trị từ 800 triệu đồng trở nên.

- Mức cho vay

Theo nhu cầu và khả năng tài trợ của khách hàng.

Tối đa 80% giá trị nhà, nền nhà theo hợp đồng mua bán được kí với Chủ đầu tư.

- Lãi suất cho vay: theo quy định của Sacombank tại từng thời kỳ

- Phương thức giải ngân:

Sacombank giải ngân trực tiếp tiền mua nhà vào tài khoản của Chủ đầu tư theo tiến độ thanh toán trong hợp đồng mua nhà nếu đáp ứng đủ 2 điều kiện sau:

- + Chủ đầu tư có thông báo nộp tiền

- + Khách hàng vay vốn đã thanh toán đủ phần vốn tự có, khách hàng đã hoàn tất các thủ tục vay vốn tới Sacombank và đã ký khế ước nhận nợ vay.

- Tài sản đảm bảo:

Tài sản đảm bảo chính là căn nhà khách hàng vay vốn mua

- Định giá tài sản: Căn cứ theo giá bán nhà ghi trên hợp đồng (giá đã có thuế VAT không bao gồm thuế trước bạ, thuế chuyển quyền sử dụng và các chi phí khác) được ký giữa chủ đầu tư và khách hàng vay vốn.

2.2.1.3. Sản phẩm cho vay tín chấp tiêu dùng

Là sản phẩm cho vay đối với Công chức, cán bộ, nhân viên là công dân Việt Nam đang công tác tại các Công ty quốc doanh, đơn vị hành chính sự nghiệp, công ty liên doanh, công ty 100% vốn nước ngoài, các văn phòng đại diện, các tổ chức nước ngoài tại Việt Nam, các Công ty Cổ phần (Vốn điều lệ từ 30 tỷ đồng trở nên) có HKTT/KT3 tại địa bàn hoạt động của Sacombank.

- Điều kiện vay vốn:

- Có HKTT/KT3 tại nơi Sacombank có Chi nhánh/PGD

- Tuổi từ 22 tuổi + thời gian vay không quá 55 tuổi đối với nữ và 60 tuổi đối với nam

- Thu nhập hàng tháng tối thiểu 2,5 triệu đồng

- Thời gian công tác tại đơn vị xác nhận thu nhập hoặc đơn vị ký hợp đồng hợp tác sản phẩm tín chấp với Sacombank từ 12 tháng trở lên và đã ký hợp đồng lao động dài hạn hoặc biên chế chính thức

- Có điện thoại cố định tại nơi cư trú

- Có cam kết trả nợ của người thân

▪ Số tiền cho vay: Từ 20 triệu đồng đến 300 triệu đồng (tối đa)

▪ Thời gian cho vay: căn cứ vào khả năng trả nợ của khách hàng nhưng tối thiểu là 12 tháng và tối đa không vượt quá 60 tháng

▪ Giải ngân: Giải ngân vào tài khoản của khách hàng mở tại Sacombank ngay sau khi khách hàng ký hợp đồng tín dụng.

▪ Hình thức thanh toán nợ vay: tự động trừ tài khoản khách hàng tại Sacombank, tài khoản thanh toán của khách hàng phải duy trì số dư tối thiểu 200.000đ

2.2.1.4. Cho vay du học trọn gói

Là sản phẩm cho vay đối với cá nhân người Việt Nam đi du học tại chỗ hoặc thân nhân du học sinh, bao gồm: bố, mẹ, vợ, chồng, con; anh, chị, em ruột của người đi du học, tạo điều kiện giúp khách hàng có được nguồn tài chính kịp thời đáp ứng nhu cầu học tập của con em mình với mức vay tối đa 70% giá trị tài sản đảm bảo hoặc tối đa 100% chi phí hợp lý của khóa học. Đặc biệt, lãi suất ưu đãi và thời gian vay tối đa 7 năm, các thủ tục đơn giản thuận tiện, đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, nhiệt tình. Đồng thời, khách hàng sẽ được tư vấn miễn phí về thông tin du học thông qua cơ quan tư vấn do Sacombank giới thiệu cùng với các dịch vụ du học Sacombank cung cấp.

▪ Điều kiện cho vay:

Đối tượng đi du học đang đi du học hoặc đã có giấy chấp nhận vào học của cơ sở đào tạo nước ngoài

- Khách hàng vay vốn phải có đủ điều kiện sau:

- Là công dân Việt Nam có đủ năng lực hành vi dân sự và có HKTT/KT3 tại tỉnh, thành phố nơi có trụ sở Sacombank

- Có nguồn thu nhập ổn định, bảo đảm khả năng trả nợ vay
- Có tài sản thế chấp, cầm cố của khách hàng hoặc bằng tài sản của bên thứ ba
- Việc bảo đảm tiền vay được thực hiện theo các quy định về bảo đảm tiền vay hiện hành của Sacombank. Trường hợp khoản vay có thời hạn từ một năm trở nên, thì ít nhất mỗi năm định giá một lần.

- Đối với giải ngân, khách hàng bắt buộc phải chuyển tiền qua Sacombank.

- Các dịch vụ hỗ trợ du học:

Sacombank cung cấp các dịch vụ hỗ trợ du học trọn gói bao gồm (không giới hạn) các dịch vụ sau:

- Hỗ trợ lựa chọn các tổ chức tư vấn du học uy tín trên địa bàn
- Xác minh năng lực tài chính bảo đảm khả năng học ổn định trong suốt thời gian học của du học sinh
- Cho vay thanh toán chi phí du học bao gồm tiền vé máy bay, học phí, tiền ký quỹ, chi phí làm visa, hộ chiếu, tiền bảo hiểm,..và tiền ăn ở trong suốt quá trình học.
- Thanh toán chi phí du học

2.2.1.5. Cho vay cầm cố giấy tờ có giá

Là sản phẩm đối với những cá nhân là người Việt Nam sở hữu hợp pháp tài sản cầm cố sẽ được nhanh chóng giải quyết nhu cầu sử dụng vốn với chi phí thấp nhất. Bảo toàn được các giấy tờ có giá mà bạn muốn giữ với thủ tục đơn giản, thuận tiện, thời hạn vay linh hoạt, phụ thuộc vào thời hạn còn lại của giấy tờ có giá. Đặc biệt, khách hàng sẽ được tiếp xúc với nhân viên tận tình, chu đáo và chuyên nghiệp

Thủ tục vay vốn:

- Giấy đề nghị vay vốn: theo mẫu của Sacombank
- Hồ sơ pháp lý: CMND/hộ chiếu. Giấy phép lái xe, hộ khẩu... của người vay và bên bảo lãnh (nếu có)
- Hồ sơ liên quan đến tài sản cầm cố (bản chính HKTT, giấy tờ có giá, vàng hiện vật, ngoại tệ mặt...)

2.2.1.6. Cho vay cán bộ công nhân viên nhà nước

Là sản phẩm cho vay dành cho các cán bộ, công nhân viên đang công tác tại các trường học, sở, phòng giáo dục, cơ sở y tế, kho bạc nhà nước, bưu điện, doanh nghiệp nhà nước ngành điện lực, cấp thoát nước, cơ quan phát thanh truyền hình, hàng không, Hải quan do tỉnh/ thành phố quản lý

- Mức cho vay:
 - Tối đa 80 triệu đồng đối với CB-CNV thuộc biên chế của đơn vị
 - Tối đa 100 triệu đồng đối với cấp Trưởng/phó đơn vị trở lên
 - Trường hợp đặc biệt mức vay lên đến 200 triệu đồng
- Thời gian vay: tối đa 48 tháng
- Điều kiện vay vốn:
 - Khách hàng có thâm niên công tác trong lĩnh vực hiện tại tối thiểu 2 năm
 - Có hợp đồng liên kết giữa đơn vị và Sacombank

2.3. Quy trình tín dụng tại Sacombank

Do Sacombank chưa có quy trình tín dụng tiêu dùng riêng, nên vẫn áp dụng theo quy trình cho vay chung của Ngân hàng

Bước 1: Tiếp thị/ tiếp nhận nhu cầu cấp tín dụng của khách hàng.

Theo mô hình bán hàng chuyên nghiệp tại Sacombank đối với nghiệp vụ cấp tín dụng, ở bước này chuyên viên khách hàng thực hiện công tác tìm kiếm và tiếp thị khách hàng, tiếp nhận nhu cầu cấp tín dụng. Sau khi tiếp thị khách hàng thành công, chuyên viên khách hàng hướng dẫn khách hàng hoàn chỉnh hồ sơ vay vốn theo quy định.

Nhập thông tin khách hàng vào bảng theo dõi hồ sơ khách hàng, đồng thời báo cáo lại Trưởng phòng trực tiếp quản lý về hồ sơ khách hàng mà mình đã tiếp nhận để theo dõi, hỗ trợ.

Bước 2: Xác minh, thẩm định.

Ở bước này, chuyên viên khách hàng thực hiện công tác xác minh và thẩm định hồ sơ của khách hàng, làm cơ sở tham mưu cho cấp có thẩm quyền phê duyệt.

Chuyên viên khách hàng thực hiện thẩm định theo các trình tự và nội dung cụ thể như sau:

- Thẩm định về năng lực pháp lý của khách hàng.
- Thẩm định về năng lực hoạt động tình hình sản xuất kinh doanh, tình hình tài chính và uy tín của khách hàng.
- Phân tích khả năng vay trả, nguồn trả, hạn trả.
- Thẩm định các biện pháp bảo đảm tiền vay.
- Thẩm định về khả năng đáp ứng nguồn vốn, lãi suất, thời hạn cho vay của bản thân ngân hàng

Sau khi thực hiện các tác nghiệp thẩm định theo trình tự trên. Cán bộ tín dụng tiến hành lập tờ trình cho vay thẩm định để thống nhất đưa ra kết luận thẩm định của phòng nghiệp vụ đề xuất các biện pháp xử lý, đề nghị phán quyết tín dụng báo cáo cho lãnh đạo ngân hàng xem xét phê duyệt.

Bước 3: Phê duyệt

Sau khi thống nhất kết luận thẩm định và các ý kiến đề xuất, có ý kiến trưởng phòng nghiệp vụ, cán bộ tín dụng chịu trách nhiệm tập hợp hồ sơ tín dụng, tập hợp và bổ sung ý kiến của một số các bộ phận có liên quan đến bổ sung vào tờ trình (phòng Kế toán, Phòng Nguồn vốn...), trình lãnh đạo xem xét quyết định hoặc xin ý kiến chỉ đạo thực hiện.

Lãnh đạo nghe báo cáo thẩm định, xem xét hồ sơ vay vốn để quyết định hoặc cho ý kiến chỉ đạo thực hiện.

- Phê duyệt đồng ý cho vay
- Phê duyệt cho vay có điều kiện
- Không đồng ý cho vay, yêu cầu trả lời khách hàng

Bước 4: Hoàn chỉnh hồ sơ và triển khai phán quyết.

Kiểm soát viên tín dụng kiểm tra tính đầy đủ hợp lệ của hồ sơ tín dụng, các điều kiện cấp tín dụng (nếu có); lập hợp đồng tín dụng, hợp đồng bảo đảm tiền vay; lập thủ tục giải ngân.

Giao dịch viên tín dụng thực hiện các thủ tục giải ngân trên hệ thống/phối hợp với các bộ phận liên quan phát hành thư bảo lãnh, thu phí và theo dõi thực hiện nghĩa vụ bảo lãnh (nếu có).

Thủ quỹ/phụ quỹ thực hiện giải ngân.

Bước 5: Quản lý và thu hồi nợ

Sau khi đã cấp tín dụng cho khách hàng, bộ phận quản lý tín dụng phối hợp với các phòng, bộ phận nghiệp vụ liên quan khác tại Chi nhánh thực hiện công tác quản lý và thu hồi nợ theo các quy định hiện hành của Sacombank về quản lý và thu hồi nợ.

Bước 6: Tắt toán

Sau khi khách hàng hoàn tất nghĩa vụ thanh toán các khoản dư nợ (bao gồm vốn gốc, lãi và phí phát sinh), chuyên viên khách hàng, kiểm soát viên tín dụng, giao dịch viên, nhân viên quản lý hồ sơ tài sản đảm bảo..tiến hành tắt toán hồ sơ tín dụng của khách hàng.

Bước 7: Lưu hồ sơ

Các bộ phận liên quan lưu trữ hồ sơ phát sinh và kết thúc tại công đoạn của mình. Bộ phận quản lý tín dụng lưu bộ hồ sơ tắt toán tại Chi nhánh trong một năm, sau đó chuyển về kho lưu trữ theo thứ tự lưu quy định.

2.3.1. Phân tích thực trạng hoạt động tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh Hải Phòng

➤ ***Số lượng khách hàng***

Bảng 2.4: Số lượng hồ sơ vay vốn và số lượng hồ sơ được giải ngân

Đơn vị: bộ

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
Số lượng hồ sơ vay vốn	721	836	1.060
Số lượng hồ sơ được giải ngân	652	774	920
Tỷ lệ (%)	90,43	92,58	86,79

(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

Dựa vào bảng 2.4, ta có thể nhận xét rằng

Số lượng khách hàng trong 3 năm qua liên tục tăng: năm 2010: 721 bộ hồ sơ, năm 2011: 836 bộ hồ sơ, năm 2012: 1.060 bộ hồ sơ. Đây là một tín hiệu rất khả quan trong cho vay tiêu dùng của ngân hàng, vì điều này chứng tỏ các sản phẩm của ngân hàng đã được người dân biết đến nhiều hơn, đồng thời thương hiệu và uy tín của ngân hàng cũng được nâng cao.

Tỷ lệ lượng hồ sơ được giải ngân qua các năm chiếm tỷ lệ cao, chứng tỏ chất lượng hồ sơ vay vốn khá đảm bảo (đều chiếm trên 85%). Năm 2012, nền kinh tế biến động cùng các chính sách tín dụng thắt chặt của nhà nước, sự gia tăng tỷ lệ nợ xấu đã khiến tỷ lệ hồ sơ được giải ngân có giảm so với các năm trước. Tuy nhiên, đây vẫn được coi là thành công của ngân hàng trong việc mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng.

➤ **Quy mô tín dụng tiêu dùng**

Bảng 2.5: Tỷ trọng cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ cho vay

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
Tổng dư nợ cho vay	685,74	665,06	620,89
Dư nợ cho vay tiêu dùng	75,91	87,12	88,67
Tỷ trọng	11,07%	13,1%	14,28%

(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

Qua bảng số liệu trên, ta có thể thấy hoạt động cho vay tiêu dùng của Sacombank đã có những bước tăng trưởng trong giai đoạn vừa qua, số dư và tỷ trọng tăng đều qua các năm: năm 2011, số dư cho vay tiêu dùng tăng 11,21 tỷ đồng, tỷ trọng tăng 2,03%. Bước sang năm 2012, số dư cho vay tiêu dùng tăng 1,54 tỷ đồng, tỷ trọng tăng 1,18%. Tuy không có bước nhảy đáng chú ý, nhưng Chi nhánh cũng đã đạt được thành tích trong việc nâng cao tỷ trọng cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ cho vay. Điều này cho thấy, cho vay tiêu dùng đang ngày càng chiếm vị trí quan trọng trong hoạt động của Sacombank Hải Phòng.

➤ **Cơ cấu tín dụng tiêu dùng**

Cùng với sự tăng lên về tỷ trọng dư nợ của cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ cho vay, cơ cấu cho vay tiêu dùng của Sacombank Hải Phòng thay đổi liên tục qua các năm. Điều đầu tiên ta có thể nhận thấy rằng, cho vay Cán bộ công nhân viên và cho vay mua, sửa chữa nhà luôn chiếm tỷ trọng cao qua các năm (đều trên 35%).

Xét về cơ cấu theo kỳ hạn: cho vay tiêu dùng của Chi nhánh chủ yếu là trung, dài hạn. Tỷ trọng cho vay trung dài hạn luôn trên dưới 60%, cho thấy người dân ngày càng có xu hướng vay trung dài hạn, phục vụ cho mục đích mua sắm nhà cửa, ô tô... bởi với khoản vay lớn như vậy, họ không thể hoàn trả trong ngắn hạn. Cho vay ngắn hạn cũng được tăng cường với các sản phẩm thẻ tín dụng như Family, thẻ Visa... Tuy nhiên hiện nay, hoạt động vay tiêu dùng qua thẻ tín dụng vẫn chiếm tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu tín dụng tiêu dùng của ngân hàng và chưa có những bước tăng trưởng đáng kể.

Bảng 2.6: Cơ cấu cho vay tiêu dùng theo mục đích vay vốn

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
Mục đích vay	Dư nợ	Tỷ lệ (%)	Dư nợ	Tỷ lệ (%)	Dư nợ	Tỷ lệ (%)
Cho vay CB-CNV	26,96	35,52	35,08	40,27	37,26	42,02
Mua, sửa chữa nhà	28,63	37,71	34,71	39,84	34,06	38,42
Mua xe ô tô	1,75	2,31	2,20	2,53	1,94	2,19
Du học	0,25	0,33	0,49	0,56	0,66	0,74
Cho vay khác	18,32	24,13	14,46	16,8	14,74	16,62
Theo kỳ hạn						
Ngắn hạn	24,29	32	33,11	38	31,92	36
Trung, dài hạn	51,62	68	54,02	62	56,74	64
Tổng	75,911	100	87,12	100	88,66	100

(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

Xét về cơ cấu theo mục đích vay

Đối với cho vay cán bộ công nhân viên: tỷ trọng tăng dần qua các năm (năm 2010: 35,52%, năm 2011: 40,27%, năm 2012: 42,02%), đưa dư nợ từ 26,96 tỷ đồng năm 2010 lên 37,26 tỷ đồng năm 2012. Tỷ trọng và dư nợ ngày càng tăng chứng tỏ Sacombank Hải Phòng đã và đang thực hiện được đúng mục tiêu đề ra của mình. Là một ngân hàng bán lẻ, ngân hàng luôn chú trọng đến đối tượng khách hàng có thu nhập ổn định, vì vậy không có gì khó hiểu khi ngân hàng đẩy mạnh sản phẩm này. Đây cũng là bước tiến đúng đắn vì trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế vẫn phục hồi chậm, thì Cán bộ công nhân viên là nguồn khách hàng bền vững và ít rủi ro nhất.

Cho vay mua, sửa chữa nhà tuy chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu cho vay tiêu dùng theo mục đích của Sacombank Hải Phòng nhưng trong giai đoạn vừa qua cũng có dấu hiệu chững lại. Tỷ trọng qua các năm chỉ biến động 1%. Tuy nhiên, chính phủ đang có mong muốn làm nóng thị trường bất động sản hiện đang đóng băng, nên cho vay mua nhà sẽ là hoạt động được khuyến khích trong năm tới.

Cho vay mua ô tô chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ trong cơ cấu cho vay tiêu dùng của Sacombank Hải Phòng (2% ~ 3%). Trong giai đoạn vừa qua, tỷ trọng và doanh số cho vay mua ô tô cũng có dấu hiệu giảm sút do thời gian gần đây, Bộ tài chính nhiều lần tăng thuế suất nhập khẩu ô tô nguyên chiếc, thuế suất nhập khẩu linh kiện ô tô, tiếp đó còn tăng lệ phí trước bạ làm cho giá xe nhập khẩu tăng.

Cho vay du học tuy chiếm tỷ lệ không cao trong cơ cấu cho vay tiêu dùng chỉ Chi nhánh, nhưng đây là gói sản phẩm tiềm năng có khả năng phát triển. Vì thời gian gần đây, nhận thức của người dân về giá dục tăng cao, hơn nữa việc học tập tại nước ngoài cũng không còn là vấn đề khó khăn.

Đây sẽ là gói sản phẩm được đẩy mạnh phát triển trong thời gian tới của Chi nhánh.

➤ **Thu nhập từ cho vay tiêu dùng****Bảng 2.7: Tỷ trọng thu lãi từ cho vay tiêu dùng trong tổng thu lãi cho vay**

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
Thu nhập từ cho vay	32,31	100%	34,87	100%	41,02	100%
Thu nhập từ cho vay tiêu dùng	3,25	10,06%	5,47	15,73%	6,57	16,01%

(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

Cùng với sự mở rộng trong dư nợ cho vay nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng, thu lãi từ cho vay tiêu dùng cũng tăng lên nhanh chóng. Năm 2011, thu lãi từ cho vay tiêu dùng tăng gấp 1,5 lần so với năm 2010: năm 2010 là 3,25 tỷ đồng, năm 2011 là 5,47 tỷ đồng, năm 2012 mức tăng có chậm nhưng cũng đạt được 6,57 tỷ đồng. Có thể nói, đây là một sự tăng trưởng nhanh chóng của ngân hàng. Điều này ngày càng khẳng định vị trí quan trọng của cho vay tiêu dùng trong hoạt động cho vay nói chung và hoạt động của Sacombank nói riêng.

➤ **Nợ quá hạn cho vay tiêu dùng****Bảng 2.8: Tỷ trọng nợ quá hạn và nợ xấu cho vay tiêu dùng**

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng
Tổng dư nợ CVTD	75,91	100%	87,12	100%	88,66	100%
Nợ quá hạn CVTD	4,03	5,31%	3,59	4,12%	6,45	7,27%
Nợ xấu CVTD	0,05	0,07%	0,72	0,83%	1,89	2,14%

(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

Nhìn vào bảng 2.7, ta thấy tỷ lệ nợ quá hạn cho vay tiêu dùng trên tổng nợ quá hạn của chi nhánh dao động không đều qua các năm

Năm 2011, tỷ lệ nợ quá hạn CVTD giảm từ 5,31% xuống còn 4,12%, tuy

nhiên số tiền giảm không nhiều do dư nợ CVTD trong năm 2011 tăng. Đến năm 2012, dư nợ CVTD tăng gần gấp đôi, từ 4,12% lên 7,27%, chứng tỏ chi nhánh còn yếu kém trong quản lý rủi ro, thực hiện các biện pháp nhằm thu hồi nợ quá hạn.

Bên cạnh sự gia tăng về tỷ lệ nợ quá hạn, nợ xấu trong cho vay tiêu dùng của chi nhánh cũng có xu hướng tăng. Đặc biệt năm 2012, tỷ lệ nợ xấu tăng hơn 2 lần, từ 0,83% lên 2,14%, trong khi năm 2011 tỷ lệ này có tăng nhưng chỉ dao động trong khoảng 0,1% - 0,2%.

Thông thường thì tỷ lệ nợ quá hạn tốt nhất là ở mức $\leq 5\%$. Tuy nhiên, trong năm 2012, tỷ lệ này của ngân hàng đã lên tới 7%, đồng thời tỷ lệ nợ xấu tăng cao đang là một vấn đề cấp bách trong cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Điều này cho thấy rằng khả năng quản lý tín dụng của ngân hàng trong khâu cho vay, đôn đốc thu hồi nợ của ngân hàng đối với các khoản vay còn nhiều yếu kém. Ngân hàng cần thực hiện tốt các khâu trong qui trình tín dụng và kiểm tra sau cho vay, để hạn chế tỷ lệ này một cách tốt nhất.

➤ ***Chỉ tiêu về tốc độ chu chuyển vốn tín dụng (vòng quay vốn tín dụng)***

Bảng 2.9: Vòng quay vốn tín dụng tiêu dùng của Sacombank Hải Phòng

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
Doanh số thu nợ CVTD trong năm	97,71	94,73	72,95
Dư nợ CVTD bình quân trong năm	74,02	85,52	87,89
Vòng quay vốn tín dụng tiêu dùng (vòng)	1,32	1,11	0,83

(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

Nhìn vào bảng 2.8, ta có thể thấy rằng vòng quay vốn tín dụng tiêu dùng của ngân hàng trong giai đoạn qua giảm dần: năm 2011 giảm 0,21 vòng, từ 1,32 xuống còn 1,11 vòng/ năm. Năm 2012 giảm xuống chỉ còn 0,83 vòng/ năm. Điều này cho thấy nguồn vốn của ngân hàng đã luân chuyển trì trệ, không tham

gia vào nhiều chu kỳ sản xuất kinh doanh..điều này làm mất nhiều cơ hội của ngân hàng.

Tuy nhiên, trong năm 2012, nợ quá hạn và nợ xấu của ngân hàng tăng nhanh, nhưng mức giảm của số vòng quay không lớn là do doanh số thu nợ tín dụng ngắn hạn của ngân hàng lại tăng. Điều này cũng thể hiện sự chỉ đạo sát sao và kịp thời của ngân hàng trong công tác cho vay tiêu dùng.

Bảng 2.10: Doanh số thu nợ CVTD của Sacombank Hải Phòng

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
Doanh số thu nợ cho vay tiêu dùng	97,71	94,73	72,95
- Cho vay trung, dài hạn	72,25	70,18	40,92
- Cho vay ngắn hạn	25,46	24,55	32,03

(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

➤ **Tỷ lệ dư nợ trên vốn huy động (Hiệu suất sử dụng vốn)**

Nguồn vốn ngân hàng huy động được có mức tăng trưởng đáng kể qua các năm, đặc biệt là năm 2012 (1.045 tỷ đồng). Nhưng trong năm đó, hiệu suất sử dụng nguồn vốn đó lại có xu hướng giảm mạnh. Năm 2011, hiệu suất sử dụng vốn tăng nhẹ (từ 0,76 lần năm 2010 lên 0.79 lần, tăng 0,03 lần). Điều này cho thấy, ngân hàng đã sử dụng nguồn vốn huy động để cho vay tiêu dùng một cách hiệu quả hơn. Tuy nhiên đến năm 2012, hiệu suất sử dụng vốn chỉ còn 0,68 lần, nghĩa là đã giảm 0,11 lần so với năm 2011, mặc dù dư nợ tín dụng tiêu dùng vẫn tăng. Ngân hàng đã không thể sử dụng hết khả năng nguồn vốn huy động phục vụ cho tín dụng tiêu dùng của mình đang có vào kinh doanh khiến cho hoạt động kinh doanh kém hiệu quả, hiệu suất sử dụng vốn ngắn hạn ngày một thấp. Nguyên nhân sâu xa là do những khủng hoảng khó khăn của nền kinh tế, lạm phát...cùng chính sách thắt chặt tín dụng của ngân hàng Nhà nước.Sacombank Hải Phòng không thể phát huy hết được khả năng vốn từ đó làm cho chất lượng của các khoản tín dụng được cấp là không cao.

Bảng 2.11: Hiệu suất sử dụng vốn huy động dành cho tín dụng tiêu dùng*Đơn vị: tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
Dư nợ CVTD	75,91	87,12	88,66
Vốn huy động phục vụ CVTD	100,21	110,64	130,38
Hiệu suất sử dụng vốn (lần)	0,76	0,79	0,68

(Nguồn: Bảng cân đối Ngân hàng Sacombank Hải Phòng)

2.4. Đánh giá về thực trạng hoạt động tín dụng tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Chi nhánh Hải Phòng

2.4.1. Những thành tựu đạt được

- Hoạt động cho vay tiêu dùng trong thời gian qua đã có sự mở rộng, góp phần gia tăng số lượng khách hàng, thực hiện chính sách đa dạng hóa sản phẩm, đa dạng hóa khách hàng của Chi nhánh, tạo điều kiện để Chi nhánh quay vòng vốn tốt, tiếp tục cho vay, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng vốn.

- Góp phần nâng cao hình ảnh và khả năng cạnh tranh của Chi nhánh trên địa bàn thành phố. Cho vay tiêu dùng có ưu điểm là phục vụ số lượng khách hàng lớn. nếu số lượng khách hàng đó thỏa mãn về dịch vụ được cung cấp, họ sẽ tin tưởng và trở thành những người quảng bá hình ảnh Chi nhánh hiệu quả nhất. Việc gia tăng niềm tin và hình ảnh đẹp trong lòng công chúng đã góp phần không nhỏ vào sự cạnh tranh của ngân hàng trong cho vay tiêu dùng nói riêng và các sản phẩm dịch vụ khác của Chi nhánh nói chung. Cho vay tiêu dùng đã thu hút được một số lượng lớn cán bộ công nhân viên của cơ quan, đơn vị làm ăn có hiệu quả mà Ngân hàng có thể kiểm soát được, thắt chặt mối quan hệ giao dịch vốn có với những cơ quan, đơn vị này làm tiền đề cho kế hoạch sử dụng ngày càng nhiều các sản phẩm của Ngân hàng. Mở rộng được thị phần sang các đối tượng trước đây và có mối quan hệ vay vốn với Ngân hàng như công an, sĩ quan, giáo viên, bác sĩ, từ đó quảng bá được hình ảnh Chi nhánh.

- Góp phần nâng cao đời sống sinh hoạt cho người dân: nhất là cán bộ công nhân viên khối hành chính sự nghiệp, tăng sức mua trong nền kinh tế, kích thích

hạn chế sản xuất – kinh doanh phát triển, thực hiện chủ trương kích cầu của chính phủ.

- Công tác thẩm định và tổ chức quản lý tín dụng ngày càng được hoàn thiện và nâng cao, góp phần quan trọng trong không chế rủi ro cũng như nâng cao hiệu quả cho vay tiêu dùng.

Nguyên nhân:

- Ban giám đốc Chi nhánh thường xuyên chỉ đạo, động viên khen thưởng kịp thời, kiên quyết với những thiếu sót, khuyết điểm của cán bộ Ngân hàng trong hoạt động tín dụng. Sự nỗ lực không ngừng của toàn thể CB-CNV của Chi nhánh để hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao. Bầu không khí dân chủ được đổi mới thực sự đã phát huy được tính chủ động, sáng tạo, tinh thần đoàn kết nội bộ, tinh thần đấu tranh phê bình và tự phê bình của người lao động.

- Mặc dù trong những năm qua. Chi nhánh đã có sự thay đổi lớn về cơ cấu tổ chức bộ máy, về con người, về cơ chế cũng như cơ sở vật chất, công nghệ.... nhưng Đảng uỷ, Ban giám đốc, BCH Công đoàn, Đoàn thanh niên hoạt động bài bản và thống nhất cao là điều kiện thuận lợi để chi nhánh ổn định hoạt động kinh doanh và tạo đà cho sự phát triển bền vững, lâu dài, toàn diện và sâu sắc hơn.

- Ban giám đốc đánh giá đúng thực trạng của Chi nhánh, đồng thời thường xuyên nắm bắt chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng, nhà nước và tỉnh, xu hướng phát triển của nền kinh tế, những thuận lợi và khó khăn, đồng thời đưa ra các quyết sách đúng đắn nhằm khắc phục những khó khăn, đồng thời khai thác tối đa lợi thế riêng có, phát triển và nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng.

- Có sự chỉ đạo, động viên, giúp đỡ kịp thời, có hiệu quả của ban lãnh đạo ngân hàng, sự quan tâm, ủng hộ của các cấp uỷ, Chính quyền địa phương và sự hợp tác giúp đỡ của đông đảo khách hàng.

2.4.2. Những hạn chế và nguyên nhân

Mặc dù đã đạt được những kết quả khả quan, song vấn đề mở rộng và hiệu quả tín dụng tiêu dùng của Chi nhánh vẫn còn một số hạn chế cần khắc phục

Hạn chế

Thứ nhất, thị phần cho vay tiêu dùng của Chi nhánh hiện nay chỉ chiếm một tỷ lệ nhỏ trong thị trường cho vay tiêu dùng của các ngân hàng thương mại và tổ chức tín dụng khác (Năm 2010: 1,23%, năm 2011: 1.21%, năm 2012: 1,26%). Điều này cũng dễ giải thích khi mà các loại hình cho vay tiêu dùng chưa đa dạng, mới chỉ tập trung vào những loại hình truyền thống, chưa thực sự có những tiện ích nổi bật, đặc trưng để khách hàng có thể lựa chọn sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

Thứ hai, cơ cấu cho vay tiêu dùng mất cân đối, dư nợ và doanh số cho vay chủ yếu tập trung vào cho vay mua nhà, cho vay CB-CNV. Trong khi đó nhu cầu thị trường đối với vay tiêu dùng còn rất lớn và mới đang trong giai đoạn khai thác ban đầu. Do đó, việc chưa triển khai các hình thức như cho vay du học, cho vay xuất khẩu lao động... đã hạn chế việc mở rộng CVTD của chi nhánh.

Thứ ba, trình độ cán bộ chưa thực sự đáp ứng được yêu cầu của hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế, nhất là trình độ vi tính và ngoại ngữ. Một số cán bộ còn bị động, lúng túng trong giao tiếp, chưa đáp ứng được đòi hỏi ngày càng cao và chưa biết gợi mở nhu cầu của khách hàng.

Bên cạnh đó, công tác kiểm tra kiểm soát nội bộ chưa phát huy hết vai trò, chức năng nhiệm vụ của mình. Chất lượng kiểm tra nghiệp vụ chưa cao.

Trụ sở giao dịch nhỏ hẹp, không thuận tiện, cơ sở vật chất còn nhiều lạc hậu, thiếu đồng bộ, ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả hoạt động của Chi nhánh.

Mức cho vay thấp hơn nhu cầu của người tiêu dùng, có những quy chế, điều kiện chặt chẽ nên nhiều nhu cầu lẽ ra là có thể chấp nhận được thì lại không được đáp ứng.

Nguyên nhân

➤ Về phía ngân hàng:

- Phạm vi cho vay của Chi nhánh còn hạn hẹp do mạng lưới của ngân hàng chưa được mở rộng. Hiện tại, Sacombank tại chi nhánh mới có 6 điểm giao

dịch, trong đó số điểm của các đối thủ chính ACB là 10 điểm và Techcombank là 7 điểm (Tổng hợp báo cáo hoạt động của các ngân hàng năm 2012)

- Khách hàng đến với Chi nhánh chưa nhận được nhiều tiện ích khác từ dịch vụ cho vay tiêu dùng. Mỗi quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng mới chỉ dừng lại ở việc vay tiền, định kỳ trả nợ và thanh lý hợp đồng. Đây là hạn chế rất lớn đối với việc mở rộng các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng cũng như giữ chân khách hàng.

- Chi nhánh chưa có quy trình cho vay tiêu dùng cụ thể mà vẫn dựa trên quy trình cho vay chung. Điều này cũng gây khó khăn cho cả cán bộ tín dụng cũng như khách hàng về các quy định và thủ tục vay. Việc kiểm tra khách hàng sau khi vay vốn chưa được thực hiện đầy đủ, chỉ tiến hành khi khách hàng trả chậm, vì vậy khó phát hiện được những phát sinh có thể ảnh hưởng đến khả năng trả nợ của khách hàng.

- Đội ngũ nhân viên của chi nhánh còn tương đối trẻ nên chưa có nhiều kinh nghiệm trong việc tiếp xúc khách hàng, xử lý các nghiệp vụ phát sinh. Một số nhân viên còn lúng túng trong công việc do mới được tuyển dụng, chưa qua đào tạo lại một cách bài bản để cập nhật kiến thức thực tế. Bên cạnh đó, cán bộ tín dụng chưa được trang bị đầy đủ kỹ năng bán hàng, marketing nên khi tiếp xúc khách hàng còn nhiều khó khăn.

- Hoạt động quảng bá, marketing cho hình ảnh, dịch vụ ngân hàng còn chưa thực sự được chú trọng, đặc biệt là dịch vụ cho vay cá nhân, hộ gia đình. Sản phẩm của ngân hàng là dịch vụ, do vậy rất khó để giới thiệu đầy đủ tới khách hàng những tính năng cũng như tiện ích của sản phẩm. Thông thường những sản phẩm mới được giới thiệu với khách hàng cũ đã giao dịch với ngân hàng, còn với khách hàng mới, việc tiếp thị còn nhiều khó khăn. Ngoài ra, việc lấy ý kiến phản hồi từ khách hàng cũ cũng chưa được thực hiện. Do vậy, Sacombank tuy có uy tín lớn nhưng số lượng khách hàng khi có nhu cầu vay tiêu dùng đến ngân hàng là chưa nhiều.

- Công nghệ ngân hàng đang trong giai đoạn hoàn thiện, tuy nhiên hệ

thống lưu trữ, xử lý thông tin của ngân hàng vẫn chưa phát huy được tối đa tác dụng của mình.

- Công tác thông tin khách hàng còn yếu kém: Hiện nay ở nước ta có Trung tâm thông tin tín dụng ngân hàng nhà nước (CIC) là đơn vị duy nhất theo dõi lịch sử tín dụng của cá nhân và doanh nghiệp vay vốn các Công ty tài chính và Tổ chức tín dụng. Nhưng khả năng cập nhật của CIC còn kém, nhiều khách hàng đã có dư nợ tại tổ chức tín dụng khác nhưng không được cập nhật trong hệ thống thông tin tín dụng dẫn đến ngân hàng thiếu thông tin khi ra quyết định cho vay, hoặc sẽ dẫn đến cho vay chồng chéo trong khi khách hàng không đủ khả năng trả nợ.

➤ Về phía khách hàng:

- Khách hàng miền Bắc thường có tâm lý ngại vay mượn, không muốn người khác biết mình vay tiền ngân hàng. Bên cạnh đó, họ cũng sợ thủ tục vay mượn rườm rà nên họ thường tiêu dùng khi có đủ tiền để trang trải chi phí, chứ không muốn vay để phục vụ mục đích tiêu dùng. Các thói quen tâm lý đó gây trở ngại rất nhiều đến cho vay tiêu dùng của Ngân hàng

- Khách hàng khó chứng minh thu nhập và khả năng trả nợ của bản thân:

Đây là vấn đề nan giải mà Ngân hàng gặp phải khi cho vay tiêu dùng. Đối với đối tượng vay là CB-CNV hưởng lương thì việc xác định thu nhập từ lương là dễ dàng thông qua quyết định nâng bậc lương hoặc bảng lương. Nhưng thông thường, các Ngân hàng ngoài lương còn xem xét thêm các nguồn thu nhập khác của khách hàng, để biết sau khi khách hàng trả nợ cho Ngân hàng rồi thì phần thu nhập còn lại có đủ để đảm bảo đời sống của cả gia đình hay không; nếu phần còn lại ít thì việc khách hàng không trả nợ đúng hạn có thể xảy ra.

- Thái độ hợp tác của thủ trưởng các cơ quan, đơn vị có CB-CNV vay vốn:

Hiện nay, giấy đề nghị vay vốn tiêu dùng của đối tượng vay là CB-CNV đều cần phải có xác nhận của thủ trưởng các cơ quan, đơn vị chủ quản. Nếu thủ trưởng cơ quan, đơn vị nhận thức được những lợi ích thiết thực mà Ngân hàng mang đến cho CB-CNV của họ thì việc xác nhận này nhanh chóng và cán bộ tín

dụng khi đến thẩm tra cũng thuận lợi hơn. Nếu như thủ trưởng các cơ quan, đơn vị đó chỉ nhìn thấy những mặt chưa tiện lợi của hình thức cho vay tiêu dùng như người vay phải đến Ngân hàng giao dịch trong giờ làm việc, hàng tháng phải đến Ngân hàng trả nợ, mất nhiều thời gian hoặc họ sợ khi khách hàng không có khả năng trả nợ, họ sẽ bị liên quan trách nhiệm nên không ký xác nhận cho người vay thì công tác tín dụng cũng khó có thể được thực hiện ở các cơ quan, đơn vị này.

➤ Về môi trường pháp lý: còn mang nhiều rủi ro.

- CIC là trung tâm thông tin tín dụng duy nhất quản lý lịch sử tín dụng của khách hàng, hoạt động chưa hiệu quả.

- Thủ tục cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất và quyền sở hữu nhà ở còn rườm rà, mất nhiều thời gian.

- Việc phát mãi tài sản còn gặp nhiều khó khăn.

2.5. Phân tích SWOT đối với cho vay tiêu dùng tại Sacombank Hải Phòng.

➤ **Điểm mạnh:**

- Sacombank là một trong những NHTM hàng đầu tại Việt Nam, với uy tín cao, mạng lưới chi nhánh rộng khắp, có thể cung ứng nguồn vốn dồi dào với giá rẻ nên có nhiều cơ hội thuận lợi để tham gia thị trường cho vay tiêu dùng.

- Lãi suất cho vay hấp dẫn và ổn định (nếu so sánh với các Ngân hàng thương mại cổ phần), điều này là một điểm mạnh để thu hút được nhiều khách hàng.

- Do đặc điểm của dịch vụ tài chính là dễ dàng đưa ra dịch vụ tương tự so với các đối thủ cạnh tranh nên mặc dù đi sau nhưng việc đưa ra các sản phẩm tương tự như các ngân hàng khác là phong phú

- Có nền tảng công nghệ ngân hàng hiện đại khi sử dụng hệ thống ngân hàng một cửa, tạo ra lợi thế cạnh tranh cho ngân hàng.

- Đội ngũ nhân viên trẻ, năng động, nhiệt tình, nhạy bén trong việc tiếp thu cái mới, nên việc nâng cao chất lượng dịch vụ là rất khả thi

➤ **Điểm yếu:**

- Sức ỳ lớn nên đôi khi không đủ khả năng cung ứng dịch vụ trong thời gian ngắn theo nhu cầu của khách hàng.
- Chưa có quy trình cho vay tiêu dùng cụ thể
- Đội ngũ nhân viên còn trẻ nên chưa có nhiều kinh nghiệm; một số nhân viên mới tuyển dụng chưa qua đào tạo lại một cách bài bản để cập nhật các kiến thức về ngân hàng hiện đại nên có nhiều lúng túng khi tiếp xúc với khách hàng và ít tạo được sự tin tưởng. Đồng thời việc này cũng tăng nhiều rủi ro khi ra quyết định cho vay. Cũng chính vì ít kinh nghiệm nên khả năng xử lý tình huống của CBTD chưa cao, và thường mất nhiều thời gian xử lý khi có khó khăn phát sinh và khiến cho khoản vay chậm được phê duyệt, tạo cho khách hàng tâm lý là ngân hàng gây khó dễ.
- Chưa áp dụng các biện pháp marketing nâng cao hình ảnh ngân hàng đề hướng vào các đối tượng khách hàng này.
- Việc cho vay sử dụng tài sản hình thành từ vốn vay ít thực hiện mà chủ yếu yêu cầu khách hàng phải sử dụng TSDB là bất động sản (do yêu cầu về an toàn tín dụng) nên điều đó vô tình thu hẹp thị trường chưa kể điều này gây nhiều bất lợi cho khách hàng trong khi đó thì họ hoàn toàn có thể vay và thanh toán các khoản vay đến hạn mà không cần sử dụng đến TSDB là bất động sản. Ngoài ra, Sacombank còn chưa triển khai cho vay tiêu dùng không có TSDB (ngoài cho vay CB-CNV), đây là một điểm yếu khi cạnh tranh với các ngân hàng, tổ chức phi ngân hàng nước ngoài.

➤ **Cơ hội:**

- Thị trường CVTD hiện đang rộng mở do số người có thu nhập cao ngày càng tăng đặc biệt là tại các đô thị lớn như thành phố Hải Phòng
- Thu nhập bình quân đầu người tăng lên khi nhà nước thi hành quyết định nâng mức lương cơ bản là 1.050.000 đồng và tăng lên là 1.150.000 từ 1/7 sắp tới. Bên cạnh đó đầu tư nước ngoài tăng mạnh, đặc biệt là sự đổ bộ của các tập đoàn, công ty đa quốc gia cũng là một yếu tố làm tăng mức thu nhập trung bình

trong nền kinh tế, từ đó kích cầu tiêu dùng trên thị trường.

- Thị trường CVTD là một thị trường khá mới mẻ, trong khi đó nó quá rộng nên thực sự chưa có một ngân hàng nào có đủ khả năng để chiếm thị phần lớn chính vì vậy việc Sacombank Hải Phòng quyết định thâm nhập và phát triển thị trường này là tương đối khả thi.

➤ **Thách thức:**

- Thị trường CVTD hiện nay đang chịu sự cạnh tranh rất lớn của rất nhiều ngân hàng, kể cả Ngân hàng cổ phần lẫn các Ngân hàng Quốc doanh, và sắp tới là các ngân hàng, các tổ chức phi ngân hàng nước ngoài khi Việt Nam đã chính thức là thành viên thứ 150 của Tổ chức thương mại thế giới (WTO). Theo thống kê thì thị phần cho vay của chi nhánh ngân hàng nước ngoài và ngân hàng liên doanh chiếm tỷ trọng khá nhỏ nhưng đang có xu hướng tăng dần lên; đặc biệt theo dự báo thì nó có thể tăng đột biến khi Việt Nam mở rộng phạm vi hoạt động cho các ngân hàng nước ngoài.

- Tính đến cuối năm 2012, toàn thành phố đã có trên 50 tổ chức tín dụng, trong đó có sự góp mặt của 35 Ngân hàng: 4 NHTM Nhà nước, 28 NHTM cổ phần, 3 Ngân hàng liên doanh. Do Sacombank được xem là một trong những ngân hàng TMCP lớn nên đối thủ trực tiếp của Sacombank là những ngân hàng có hoạt động mạnh ở Hải Phòng là Ngân hàng TMCP Á Châu (ACB) và Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam (Techcombank). Đây đều là các ngân hàng có lịch sử phát triển lâu dài và đi đầu trong cung cấp dịch vụ hiện đại, đáp ứng nhu cầu thiết thực của khách hàng.

Mới đây, hai ngân hàng nước ngoài lớn là HSBC và Standard Chartered Bank đã được NHNN cấp giấy phép thành lập ngân hàng 100% vốn nước ngoài tại Việt Nam. Họ được phép huy động tiền gửi và cấp tín dụng. Hai ngân hàng này chủ yếu tập trung vào mảng thị trường bán lẻ, cung cấp các sản phẩm dịch vụ cá nhân. Mà sản phẩm CVTD được cung ứng cho khách hàng mà không yêu cầu TSDB với mức vay từ 3 - 200 triệu đồng/ khoản vay. Điều này tạo ra mối quan tâm rất lớn từ phía khách hàng khi họ có nhu cầu xin vay.

- Khách hàng ngày càng khó tính và cũng ngày càng có nhiều sự lựa chọn, chính vì vậy việc nâng cao chất lượng dịch vụ và đa dạng hóa sản phẩm cung cấp là cần thiết.

Như vậy qua phân tích SWOT ta thấy rằng mở rộng CVTD là một bước đi phù hợp trong chiến lược kinh doanh của ngân hàng. Sacombank Hải Phòng cần tận dụng các cơ hội của thị trường một cách nhanh chóng; đồng thời sử dụng các lợi thế của mình để biến điểm yếu thành điểm mạnh, biến thách thức trở thành cơ hội nhằm trở thành ngân hàng bán lẻ thành công nhất trên thị trường tín dụng.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2: Chương 2 dựa trên những số liệu thực tế và cụ thể về hoạt động tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng Sacombank chi nhánh Hải Phòng đã đưa ra những phân tích tổng quan về tình hình hoạt động tín dụng tiêu dùng tại Chi nhánh, thể hiện ở dư nợ và cơ cấu tín dụng tiêu dùng, thu nhập từ lãi cho vay tiêu dùng cũng như các chỉ số về vòng quay vốn tín dụng, hiệu quả sử dụng vốn tín dụng. Hơn nữa, dựa trên các chỉ tiêu mở rộng và nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng đã đưa ra ở chương 1, chương 2 đã tiến hành đánh giá thực trạng mở rộng và nâng cao hiệu quả tín dụng tại chi nhánh thời gian qua. Mặc dù đã thu được những kết quả rất đáng khích lệ nhưng còn tồn tại nhiều hạn chế làm giảm khả năng phát triển hoạt động tín dụng tiêu dùng tại chi nhánh. Chương 2 cũng đã đưa ra phân tích theo mô hình SWOT, từ đó chỉ ra những cơ hội cũng như thách thức trong thời gian tới, để Chi nhánh có thể đề ra những giải pháp cụ thể và thiết thực nhất

CHƯƠNG 3:

GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ TÍN DỤNG TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG SACOMBANK HẢI PHÒNG

3.1. Định hướng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh HP

3.1.1. Định hướng hoạt động kinh doanh của chi nhánh Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh HP

Với sự chuyển đổi mạnh mẽ của nền kinh tế trong giai đoạn hiện nay, giai đoạn hội nhập toàn cầu của nền kinh tế, giai đoạn mở cửa thị trường tài chính Ngân hàng. Ngân hàng Thương Mại Việt Nam nói chung và Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín nói riêng sẽ phải đối mặt với nhiều thách thức, sự cạnh tranh gay gắt hơn. Quán triệt chỉ đạo của Ngân hàng Sài Gòn thương tín Việt Nam theo định hướng:

- Tăng trưởng mạnh về nguồn vốn, đầu tư cho vay trên nguyên tắc an toàn, hiệu quả, bền vững
- Hoàn thiện và phát triển bộ máy, mạng lưới kinh doanh, phát triển thị trường và phát triển khách hàng
- Đảm bảo an ninh tài chính, an toàn tuyệt đối trong hoạt động của NHCT
- Thực hiện cải cách hành chính, phong cách giao dịch, xây dựng văn hóa doanh nghiệp, thương hiệu của Ngân hàng Sài Gòn thương tín, tạo ra môi trường kinh doanh tốt, đem lại lợi ích cho Ngân hàng cũng như lợi ích của khách hàng,...

Chi nhánh Hải Phòng đã có xây dựng chương trình hành động, cụ thể:

- Đẩy mạnh hoạt động bán lẻ
- Đẩy mạnh triển khai sản phẩm trọn gói
- Phát huy hệ thống mạng lưới và nâng cao năng suất lao động
- Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ
- Phát triển các Sản phẩm Thẻ
- Nâng cao truyền thông

- Hoàn thiện công tác tái cấu trúc
- Hoạt động của trung tâm đào tạo Trực tuyến/tại chỗ
- Nâng cao năng lực quản trị rủi ro và nợ quá hạn
- Phát huy công nghệ thông tin

3.1.2. Định hướng mở rộng tín dụng tiêu dùng tại chi nhánh Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh HP

Theo nghiên cứu và phân tích thị trường, trong năm 2012, tăng trưởng GDP đạt 5,2% tương đương quy mô nền kinh tế khoảng 136 tỷ USD, thu nhập bình quân 1.540 USD/người/năm. GDP mục tiêu năm 2013 dự kiến tăng 5,5%. Như vậy, trong tương lai, chi tiêu phục vụ đời sống của người dân sẽ tăng. Giai đoạn 2009-2012 đã qua với biết bao biến động phức tạp của nền kinh tế thế giới nói chung và kinh tế Việt Nam nói riêng. Bước sang năm 2013, nền kinh tế thế giới cũng như Việt Nam vẫn đầy rẫy những khó khăn và chông gai. Điều đó đặt ra cho ngân hàng những thách thức mới đồng thời với những cơ hội mới.

Trong những năm vừa qua, hoạt động tín dụng tiêu dùng đã đem lại cho Ngân hàng một nguồn thu lớn. Để triển khai thực hiện tốt và việc mở rộng hoạt động tín dụng tiêu dùng có hiệu quả trong những năm tới, Ngân hàng Sacombank Hải Phòng đã đưa ra những định hướng, phương hướng hoàn thiện, cụ thể:

- Có chiến lược một quy trình cho mục đích phát triển hoạt động tín dụng tiêu dùng của dân cư.

- Tăng cường công tác tuyên truyền, quảng cáo hướng dẫn thực hiện nghiệp vụ tín dụng tiêu dùng đến tận các cơ quan, đơn vị kinh tế trong địa bàn, gửi tờ rơi, thông báo cho người dân, tuyên truyền trên đài phát thanh của thị xã để cho người dân có nhu cầu hiểu rõ, tìm đến với Ngân hàng và thực hiện các thủ tục vay, nợ đúng hạn.

- Trong thời gian tới, Ngân hàng sẽ nỗ lực thực hiện công tác cho vay theo hình thức tổ nhóm, đến từng cơ quan, đơn vị để vận động và phổ biến cho khách hàng hiểu rõ hơn về phương thức cho vay phục vụ đời sống và tổ chức cho vay

theo từng cơ quan, đơn vị với hình thức giải ngân trực tiếp đến từng hộ vay, thu nợ tập trung tại cơ quan đơn vị.

- Thực hiện mở rộng cho vay tiêu dùng không chỉ tập trung trong địa bàn, mà còn cho vay đối với các dự án ở địa bàn khác.

3.2. Một số giải pháp mở rộng và nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín chi nhánh HP

3.2.1. Xây dựng một qui trình cho vay tiêu dùng cụ thể

Hiện nay, Sacombank chưa có qui trình dành cho tín dụng tiêu dùng. Điều này gây khó khăn rất nhiều cho cả cán bộ tín dụng và khách hàng. Trên cơ sở quy trình cho vay chung, Hội sở và chi nhánh nên xây dựng một quy trình riêng biệt và cụ thể.

Bước 1: Tiếp nhận hồ sơ và hướng dẫn khách hàng lập hồ sơ vay vốn.

Bước 2: Kiểm tra hồ sơ, thẩm định khách hàng

Bước 3: Kiểm soát

Bước 4: Xét duyệt

Bước 5: Soạn thảo và ký kết Hợp đồng tín dụng.

Bước 6: Hạch toán trên T24, giải ngân khoản vay

Bước 7: Theo dõi việc sử dụng khoản vay

Bước 8: Gia hạn và tắt toán khoản vay

Bước 1: Tiếp nhận hồ sơ đăng ký vay vốn

CV khách hàng tiếp nhận nhu cầu vay tín chấp của khách hàng, hướng dẫn khách hàng lập hồ sơ. Hồ sơ gồm có:

- Giấy đề nghị vay vốn: giấy đề nghị vay cần phải có đầy đủ thông tin chính xác và có sự kiểm tra xác nhận của Chuyên viên khách hàng.

- Giấy chứng minh thư/ hộ chiếu còn hiệu lực trong thời gian khoản vay

- Sổ hộ khẩu gia đình hoặc giấy đăng ký tạm trú dài hạn (nếu nơi ở khác nơi đăng ký hộ khẩu)

- Tài liệu giải trình mục đích sử dụng vốn

- Tài liệu chứng minh thu nhập để trả nợ

- Các tài liệu liên quan đến TSDB

Ngoài ra, tùy từng mục đích vay cụ thể mà ngân hàng có thể yêu cầu khách hàng phải có thêm một số giấy tờ cần thiết khác. Chẳng hạn, nếu hợp đồng tín dụng là cho vay mua nhà, hồ sơ của khách hàng phải bao gồm cả hợp đồng hoặc giấy thỏa thuận mua bán nhà; đối với cho vay du học nước ngoài, người vay phải có giấy chứng minh chi phí du học, thông báo học phí, sinh hoạt phí từ cơ sở giáo dục ở nước ngoài hoặc các chương trình tài liệu có liên quan đến việc lập thủ tục đi du học;...

Bước 2: Kiểm tra hồ sơ vay vốn và thẩm định cho vay

Chuyên viên khách hàng, chuyên viên thẩm định và quản lý rủi ro sẽ kiểm tra hồ sơ vay vốn, tiến hành thẩm định các tiêu chí theo quy định của Sacombank và làm tờ trình trong thời gian không quá 2-5 ngày làm việc tùy vào khoản vay. Trong giai đoạn này, bắt buộc phải xác định chính xác thông tin về địa chỉ khách hàng trong giấy đề nghị vay vốn, đặc biệt là chỗ ở hiện tại của khách hàng/ Sau đó, chuyên viên khách hàng thực hiện trình hồ sơ lên lãnh đạo Phòng Kinh doanh để xem xét phê duyệt khoản vay theo quy định

Bước 3: Kiểm soát việc thẩm định hồ sơ khách hàng.

Trong vòng một ngày làm việc, lãnh đạo Phòng Kinh doanh/phòng thẩm định thực hiện kiểm soát nội dung hồ sơ đề nghị vay vốn của khách hàng, yêu cầu bổ sung thêm hồ sơ nếu thấy cần thiết để đảm bảo hồ sơ khách hàng đầy đủ và chính xác, bảo đảm tính pháp lý. Sau đó, lãnh đạo phòng ghi ý kiến (nếu có), ký và chuyển cho Ban giám đốc/người được ủy quyền phê duyệt.

Bước 4: Xét duyệt

Sau khi hồ sơ đề nghị vay vốn đã có ý kiến và chữ ký kiểm soát của Lãnh đạo phòng kinh doanh, chuyên viên khách hàng hoặc chuyên viên phân tích, hỗ trợ kinh doanh sẽ trình lên Giám đốc Chi nhánh hoặc người được ủy quyền để phê duyệt. Thẩm quyền phê duyệt của các cấp sẽ được Tổng giám đốc quy định cụ thể cho từng mục đích vay cụ thể. Số tiền vay càng lớn, cấp có thẩm quyền phê duyệt càng cao.

Thời gian phê duyệt của cán bộ được ủy quyền không quá một ngày làm việc kể từ khi nhận được hồ sơ do cán bộ cấp dưới chuyển lên

Ngay khi được phê duyệt của lãnh đạo, chuyên viên khách hàng hoặc chuyên viên phân tích, hỗ trợ kinh doanh thực hiện thông báo bằng điện thoại cho khách hàng về việc khoản vay đã được phê duyệt và đề nghị họ lên hoàn thiện hồ sơ, chuẩn bị giải ngân

Bước 5: Soạn thảo và ký kết hợp đồng tín dụng.

Sau khi được duyệt, chuyên viên khách hàng hoặc chuyên viên phân tích, hỗ trợ kinh doanh hướng dẫn người vay lập hồ sơ chuẩn bị giải ngân, bao gồm: Hợp đồng tín dụng, Giấy đề nghị phát tiền vay và Khế ước nhận nợ

Chuyên viên khách hàng chuyển hợp đồng sau khi đã được lãnh đạo phòng kinh doanh ký nháy cho Giám đốc chi nhánh hoặc người được ủy quyền ký hợp đồng tín dụng và Khế ước nhận nợ để giải ngân cho khách hàng.

Bước 6: Hạch toán và giải ngân tiền vay

Sau khi ký hợp đồng tín dụng và Khế ước nhận nợ, chuyên viên khách hàng hoặc chuyên viên Ban kiểm soát hỗ trợ kinh doanh chuyển lên cho Ban kiểm soát và Hỗ trợ kinh doanh hoặc phòng kế toán để hạch toán khai báo khoản vay trên hệ thống T24 của ngân hàng, đồng thời thu phí thu xếp tài chính và lưu hồ sơ. Sau đó, hướng dẫn khách hàng viết giấy lĩnh tiền để giải ngân khoản vay hoặc chuyển khoản để chi trả theo mục đích vay vốn tương tự các khoản vay bán lẻ khác.

Bước 7: Theo dõi khoản vay, thu hồi nợ

Chuyên viên khách hàng/chuyên viên hỗ trợ kinh doanh sẽ lưu giữ và kiểm soát hồ sơ sau khi giải ngân. Bên cạnh đó, họ có trách nhiệm kiểm tra quá trình trả nợ của người vay theo lịch trả nợ đã thỏa thuận. Trường hợp khách hàng trả nợ trước hạn, khách hàng phải thông báo trước bằng văn bản và sẽ chịu mức phí trả trước theo thỏa thuận

Bước 8: Gia hạn khoản vay và tắt toán khoản vay

Việc gia hạn khoản vay áp dụng theo quy định của Sacombank về điều kiện gia hạn khoản vay. Khách hàng chỉ được gia hạn thời hạn tối đa không quá 12 tháng

Khi khoản vay đến hạn tắt toán hoặc khách hàng tắt toán khoản vay trước hạn, chuyên viên kế toán thực hiện việc tắt toán cho khách hàng khi đã hoàn thành hết các nghĩa vụ tài chính với ngân hàng.

3.2.2. Hoàn thiện các sản phẩm cho vay của Ngân hàng.

Do mới bước vào lĩnh vực cho vay tiêu dùng nên các sản phẩm của Ngân hàng trong lĩnh vực này còn chưa hoàn thiện, gây nên những khó khăn nhất định cho hoạt động của Ngân hàng. Để mở rộng được loại hình cho vay này thì việc từng bước hoàn thiện các sản phẩm của Ngân hàng là một điều tất yếu. Song song với nâng cao chất lượng dịch vụ thì ngân hàng cũng nên đa dạng hóa danh mục các sản phẩm mà ngân hàng cung cấp bằng cách phát triển các sản phẩm mới, tăng các tiện ích đi kèm sản phẩm, tạo sự khác biệt với các đối thủ cạnh tranh nhằm thỏa mãn tốt hơn nhu cầu của khách hàng, từ đó có biện pháp cụ thể tăng số lượng sản phẩm cho vay tiêu dùng, tăng lợi nhuận.

Hiện nay, cho vay cán bộ công nhân viên và cho vay mua, sửa chữa nhà đang là các sản phẩm chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Vì vậy, ngân hàng cần tập trung hoàn thiện và nâng cao các sản phẩm nhằm đạt được kết quả tốt nhất.

➤ Hoàn thiện cho vay tiêu dùng không có tài sản đảm bảo đối với CB-CNV thông qua phương thức người đại diện.

Loại hình cho vay không có tài sản đảm bảo đối với CB-CNV khi triển khai gặp một số khó khăn sau:

- Số lượng món vay tiêu dùng nhiều nhưng giá trị món vay nhỏ khiến cho Ngân hàng mất nhiều thời gian, tốn kém nhiều chi phí trong việc thẩm định, xét duyệt cho vay, kiểm tra sử dụng vốn và thu nợ...

- Ngoài những rủi ro khách quan đến từ phía khách hàng như bệnh tật, giảm biên chế, tai nạn... thì Ngân hàng còn chịu một số rủi ro chủ quan do một số người vay lợi dụng sự quản lý lỏng lẻo trong việc xác nhận theo yêu cầu của Ngân hàng để xin xác nhận nhiều lần đi vay ở nhiều Ngân hàng, sử dụng vốn

đúng mục đích, khiến cho Ngân hàng tốn nhiều chi phí trong việc thu nợ nhiều trường hợp còn không thu được.

- Khó khăn của người vay là trong giờ làm việc không thể ai cũng bỏ nơi làm việc để đến giao dịch với Ngân hàng trong khi đó Ngân hàng chỉ làm việc trong giờ hành chính, đối với loại vay này hàng tháng người vay phải tới Ngân hàng để trả nợ cho Ngân hàng.

Những khó khăn trên đã phần nào ảnh hưởng không nhỏ tới việc mở rộng đối tượng cho vay và hạn chế người đến vay tại Ngân hàng.

Hội sở Ngân hàng không muốn mở rộng đối tượng vay vốn rộng ra các Doanh nghiệp kể cả đối với Doanh nghiệp Nhà nước là do không tin tưởng sự xác nhận và quản lý xác nhận của các Doanh nghiệp này. Do tình trạng quen biết hoặc nể nhau nên khi người làm đơn có thêm vào đó những yếu tố không thực tế thì người xác nhận cũng ký, hoặc xin xác nhận nhiều lần cũng được. Đồng thời đội ngũ cán bộ tín dụng tiêu dùng còn mỏng, làm việc căng thẳng thời gian nên việc kiểm tra, thẩm định các hồ sơ vay vốn, quản lý khoản vay và thu nợ gặp khó khăn. Việc mở rộng có thể gây nên rủi ro lớn trong việc thu hồi nợ của Ngân hàng, nhưng nếu không mở rộng đối tượng vay vốn thì Ngân hàng sẽ mất đi nhiều khách hàng có chất lượng tín dụng tốt, có nhu cầu vay vốn cho mục đích tiêu dùng, làm giảm lợi nhuận của Ngân hàng.

Giải pháp cho vay tiêu dùng thông qua người đại diện đối với CB-CNV được dựa trên cơ sở xác định rõ trách nhiệm và quyền lợi của các bên tham gia (ngân hàng, đại diện của bên vay, người vay) cũng như việc phối hợp chặt chẽ giữa các bên trong quá trình thẩm định, xét duyệt cho vay, giải ngân và thu hồi nợ.

Người đại diện trong phương thức này là người ở đơn vị có người vay vốn, có uy tín và trách nhiệm đối với người vay. Người này có trách nhiệm tập hợp các hồ sơ xin vay, đại diện nhận tiền vay cho người trong Doanh nghiệp, tiến hành thu nợ gốc và lãi. Ngân hàng chỉ có trách nhiệm làm việc với người đại diện. Để làm được điều này, Ngân hàng phải có trách nhiệm làm việc với người

đại diện nhằm khuyến khích người đại diện hoàn thành tốt trách nhiệm được giao. Ngân hàng có các chính sách như: Hàng tháng trích phần trăm số lãi thực thu thưởng cho người đại diện, hỗ trợ tiền tàu xe, ăn ở trong các kỳ trả nợ, có sự hỗ trợ ưu tiên khi người đại diện tham gia vay vốn của Ngân hàng...

Tuy nhiên, cần lưu ý trách nhiệm của người đại diện trong trường hợp này. Nếu người đại diện là người không có trách nhiệm, không trung thực thì có thể sẽ lạm dụng sự tín nhiệm của Ngân hàng đối với mình để chiếm đoạt tiền trả nợ của người vay, gây ảnh hưởng tới việc cho vay và thu nợ. Vì vậy mà việc lựa chọn và xác định quyền lợi và trách nhiệm của người đại diện cần được Ngân hàng thực hiện một cách nghiêm túc và kỹ càng.

➤ Hoàn thiện công tác định giá trong cho vay có tài sản đảm bảo là nhà đất.

Hiện nay trên địa bàn Hải Phòng chưa có một trung tâm bất động sản nào có đủ năng lực, trình độ và uy tín để đưa ra giá thị trường của các loại nhà đất mà Ngân hàng có thể tham khảo cho hoạt động tín dụng của ngân hàng, phần lớn họ định giá theo yêu cầu của khách hàng dưới hình thức khách hàng thuê họ định giá, phải trả tiền thuê. Khi định giá nhà đất của khách hàng, cán bộ tín dụng thường tự mình đi thu thập tài liệu về định giá tài sản nhà đất đó, điều này gây khó khăn không nhỏ cho công tác của cán bộ tín dụng.

Một giải pháp có thể khắc phục được tình trạng trên là Hội sở và Chi nhánh nên thành lập một Ban thông tin bất động sản, hoạt động bằng việc cung cấp thông tin về nhà đất, định giá nhà đất, môi giới nhà đất... hỗ trợ cho hoạt động tín dụng, bảo lãnh. Ban thông tin bất động sản này ra đời sẽ giúp cho công tác tín dụng, bảo lãnh của Ngân hàng hoạt động có hiệu quả hơn thông qua việc định giá sát thực hơn tài sản đảm bảo của khách hàng, giảm thiểu rủi ro trong hoạt động tín dụng, bảo lãnh của Ngân hàng và giúp thỏa mãn tốt hơn nữa nhu cầu của khách hàng.

Bên cạnh đó, ngân hàng cũng cần hoàn thiện và đẩy mạnh triển khai các sản phẩm như cho vay mua ô tô, cho vay du học vì đây cũng là những sản phẩm có tiềm năng phát triển trong thời gian tới. Với các sản phẩm cho vay tiêu dùng

kỳ hạn dài để mua sắm ô tô, mua nhà, ngân hàng có thể kết hợp với các đơn vị bảo hiểm, tặng cho khách hàng bảo hiểm ô tô, bảo hiểm cháy nổ theo một tỷ lệ nhất định so với giá trị khoản vay. Việc làm này không những góp phần giảm rủi ro cho ngân hàng mà còn khuyến khích khách hàng sử dụng sản phẩm của ngân hàng, củng cố mối quan hệ với khách hàng. Đối với sản phẩm cho vay du học, ngân hàng có thể kết hợp với các tổ chức du học, tư vấn miễn phí cho khách hàng...

3.3.3. Mở rộng mạng lưới của Ngân hàng

Hoạt động cho vay tiêu dùng là hoạt động cho vay đối với cá nhân, đòi hỏi phải có một hệ thống cung ứng sản phẩm, dịch vụ rộng khắp mới có thể cung cấp đầy đủ cũng như đưa tiện ích của dịch vụ Ngân hàng tới người tiêu dùng.

Hải Phòng là một trong những thành phố hiện đại và phát triển của cả nước, một địa bàn được xem là giàu tiềm năng nhất trong hoạt động của Ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng. Với dân cư đông đúc, trình độ dân trí cao, không ngừng được mở rộng... Hải Phòng trở thành một thị trường giàu tiềm năng cho tất cả các ngân hàng. Vì vậy có sự cạnh tranh cũng trở nên gay gắt giữa các Ngân hàng. Một trong các biện pháp để thắng trong cạnh tranh và thu hút tối đa số lượng khách hàng có thể là mở rộng mạng lưới hoạt động của Ngân hàng trên địa bàn.

Sacombank Hải Phòng có trụ sở chi nhánh nằm tại số 62-64 Tôn Đức Thắng và các phòng giao dịch nằm tại các khu vực phát triển của thành phố như Văn Cao, Quang Trung.. Tuy nhiên, hệ thống phòng giao dịch lại tập trung, quận Hồng Bàng và Ngô Quyền đều có 2 phòng giao dịch. Điều này giúp Ngân hàng tận dụng được những lợi thế vì đây là các khu vực có cư dân đông đúc, buôn bán sầm uất của thành phố. Tuy nhiên, nó cũng mang tới những bất lợi khi Ngân hàng khó có thể phát triển tên tuổi và các sản phẩm của mình tại các khu vực khác nhiều tiềm năng.

Ngân hàng nên xem xét đến việc mở rộng mạng lưới của mình ra các khu vực đang phát triển, điển hình là quận Kiến An. Trong những năm gần đây, quận

Kiến An đã tạo được bước phát triển nhanh, toàn diện ở tất cả các lĩnh vực với cơ cấu kinh tế đã được xác định: Công nghiệp tiểu thủ công nghiệp, thương mại, du lịch dịch vụ và nông nghiệp. Quận Kiến An có khu công nghiệp Quán Trữ, với khá nhiều nhà máy công nghiệp nhẹ. Nhờ chính sách ưu đãi về đầu tư, Kiến An đang có bước chuyển mình mạnh mẽ. Hiện nay, quận đã thu hút đầu tư của nhiều nhà đầu tư Trung Quốc. Nhờ đó, có thể chỉ trong vài năm tới, Kiến An sẽ có sự tăng trưởng mạnh mẽ, và rất có thể là mũi nhọn tăng trưởng của thành phố Hải Phòng. Cùng với tốc độ đô thị hóa mạnh mẽ, mức sống của người dân cũng được nâng cao đáng kể, nhu cầu về nhà cửa và tiện nghi sinh hoạt là không thể thiếu. Hơn nữa trên địa bàn quận Kiến An, các phòng giao dịch của các ngân hàng khác đều rất nhỏ hẹp, và hoạt động không hiệu quả. Đây chính là cơ hội để Sacombank tham gia vào và phát triển các sản phẩm của mình, đặc biệt là cho vay tiêu dùng.

3.3.4. Một số giải pháp khác

➤ *Đẩy mạnh hoạt động Marketing và phát triển thương hiệu của Ngân hàng*

Việc làm cho người dân hiểu biết về Ngân hàng và những lợi ích mà Ngân hàng mang lại cho họ là điều rất cần thiết để mở rộng cho vay. Nếu như công tác tuyên truyền được thực hiện tốt thì sẽ có tác dụng trong việc thay đổi thói quen tích lũy để tiêu dùng và tâm lý sợ đi vay của người dân, qua đó sẽ tăng số lượng khách hàng góp phần thúc đẩy cho vay tiêu dùng phát triển. Muốn vậy, Ngân hàng cần mở rộng hoạt động Marketing ngân hàng và cần thực hiện những vấn đề sau:

- Xây dựng những chiến lược marketing phù hợp, xây dựng các chương trình khuyến mại, quà tặng hấp dẫn
- Đẩy mạnh tuyên truyền, quảng cáo rộng rãi về các dịch vụ ngân hàng
- Tổ chức bộ phận chăm sóc khách hàng, tạo cho các khách hàng cảm giác được tiếp đón tận tình mỗi khi đến ngân hàng
- Quảng bá, phát triển thương hiệu thông qua các phương tiện truyền thông báo chí, các chương trình văn hóa thể thao thông qua hình thức tài trợ...

➤ ***Nâng cao số lượng cũng như chất lượng nguồn nhân lực***

- Tích cực đào tạo, nâng cao kiến thức cho đội ngũ cán bộ tín dụng, chiến lược đào tạo trên cơ sở quy hoạch xác định rõ đối tượng và nội dung đào tạo, chú trọng cao về kiến thức kinh tế, nghiệp vụ chuyên môn và các kiến thức xã hội khác.

- Về tuyển dụng, tuyển mộ, Chi nhánh cần ban hành và cụ thể hoá các chính sách thu hút nhân tài nhất là các chuyên gia đầu ngành.

- Liên kết với các trường đại học của thành phố, như Đại học Hải Phòng, Đại học dân lập Hải Phòng, tiếp nhận sinh viên thực tập nhằm đào tạo những sinh viên ưu tú ấy trở thành những sinh viên có khả năng làm việc chuyên nghiệp hơn, có cái nhìn toàn diện về các hoạt động ngân hàng cũng như các kỹ năng làm việc, tạo dựng nguồn nhân lực tương cho ngân hàng.

- Quan tâm đến đời sống tinh thần nhân viên: tổ chức các giải đấu thể thao, các chuyến du lịch để nhân viên toàn Chi nhánh có nhiều cơ hội giao lưu, tạo tinh thần thoải mái; tổ chức thăm hỏi, động viên tinh thần làm việc của nhân viên..

➤ ***Nâng cao khả năng giao tiếp của cán bộ giao dịch ngân hàng khi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng:***

- Tôn trọng khách hàng: thể hiện ở việc cán bộ giao dịch biết cách cư xử công bằng, bình đẳng giữa các khách hàng. Biết khắc phục, ứng xử khéo léo, linh hoạt và làm hài lòng khách hàng; sử dụng ngôn ngữ dễ hiểu, có văn hóa, trang phục gọn gàng, đúng quy định của ngân hàng, đón tiếp khách hàng với thái độ tươi cười, niềm nở, nhiệt tình và thân thiện...

- Lắng nghe hiệu quả: Cán bộ giao dịch cần khuyến khích khách hàng chia sẻ những mong muốn của họ về loại sản phẩm mà họ đang sử dụng, từ đó nắm bắt kịp thời, tư vấn cho lãnh đạo cấp trên đưa ra những cải tiến về các sản phẩm dịch vụ cũng như giảm bớt thủ tục hành chính không cần thiết.

- Trung thực trong giao dịch với khách hàng: mỗi cán bộ tín dụng cần hướng dẫn tỉ mỉ, cẩn thận, nhiệt tình và trung thực cho khách hàng; thẩm định

đúng thực trạng hồ sơ của khách hàng, không có bất cứ yêu cầu, đòi hỏi nào với khách hàng để vụ lợi

➤ ***Không ngừng phát triển công nghệ Ngân hàng***

Trong xã hội mà công nghệ thông tin đóng vai trò chủ chốt thì hoạt động của Ngân hàng không thể không phụ thuộc vào công nghệ này mà ngược lại nó phụ thuộc rất nhiều. Có thể nói Ngân hàng hiện đại hoạt động dựa trên nền tảng là công nghệ thông tin.

Đối với lĩnh vực cho vay tiêu dùng, hiện nay tại Hội sở Ngân hàng Sacombank, việc quản lý khoản vay, tính lãi, thu nợ... đều được thực hiện trên máy tính, nâng cao được năng suất lao động của cán bộ tín dụng, giảm thời gian giao dịch đối với khách hàng. Nhưng đó chỉ là trong quá trình quản lý sau khi đã cho vay, còn thủ tục cho vay thì Ngân hàng vẫn tiến hành hoàn toàn thủ công. Ngân hàng nên sử dụng hệ thống tính điểm tự động để ra quyết định cho vay đối với khách hàng. Cài phần mềm tính điểm tín dụng đối với khách hàng vào máy, khi có đơn xin vay cán bộ tín dụng chỉ việc nhập dữ liệu vào máy lúc đó máy sẽ cho ra số điểm đạt được của khách hàng và cán bộ tín dụng lúc này chỉ cần ra quyết định có cho vay hay không, áp dụng phương pháp này, thời gian để ra quyết định rất ngắn, chính xác do không có sự nhầm lẫn của cán bộ tín dụng, thao tác rất đơn giản... Làm được điều này thì cả quá trình cho vay và thu nợ đều được thực hiện trên máy tính, giảm chi phí nhân công trong suốt quá trình cho vay.

3.4. Một số kiến nghị

3.4.1. Kiến nghị đối với sự quản lý vĩ mô của Nhà nước

Do xu thế phát triển tất yếu của tín dụng tiêu dùng, cùng với những lợi ích mà Nhà nước đạt được từ sự phát triển đó, Nhà nước cũng cần có những nỗ lực nhằm hỗ trợ cho mục tiêu phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng, khuyến khích và tạo ra những điều kiện thuận lợi để sự phát triển của loại hình cho vay này diễn ra một cách lành mạnh tốt đẹp.

- *Thứ nhất:* Nhà nước cần xác định rõ chiến lược phát triển kinh tế, hướng đầu tư, có chính sách phát triển kinh tế nhiều thành phần một cách ổn định, lâu

dài, đúng định hướng

- *Thứ hai*: Nhà nước cần tiếp tục củng cố cơ cấu ngành một cách hợp lý, toàn diện. Điều này sẽ giảm bớt tình trạng thất nghiệp, tạo thêm nhiều công ăn việc làm cho người lao động, đồng thời nâng cao chất lượng đời sống của dân cư.

- *Thứ ba* : Nhà nước cần sớm ban hành luật tín dụng tiêu dùng, tạo điều kiện cho hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng.

- *Thứ tư*: Nhà nước nên tiếp tục xúc tiến các chương trình phát triển kinh tế vùng sâu vùng xa, các chương trình hỗ trợ nông dân và các hộ gia đình nghèo để cải thiện mức thu nhập cho nhóm người có thu nhập thấp ở Việt Nam, thu hẹp dần hố sâu ngăn cách giàu nghèo

- *Thứ năm* : Nhà nước nên hỗ trợ các ngân hàng thương mại trong việc phổ cập kiến thức, thông tin về hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng.

- *Thứ sáu* : Ngoài ra, các cơ quan chức năng cũng cần chấn chỉnh hoạt động của mình trong phạm vi có liên quan, như là việc cấp giấy chứng nhận quyền sở hữu tài sản, hạn chế các sai sót, tiêu cực trong công tác này nhằm bảo vệ quyền lợi của các ngân hàng trong vấn đề liên quan đến cầm cố, thế chấp.

3.4.2. Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước.

- *Thứ nhất*: Ngân hàng Nhà nước cần hoàn thiện các văn bản pháp quy nhằm tạo ra một hệ thống pháp lý đầy đủ và thông thoáng về hoạt động tín dụng tiêu dùng.

- *Thứ hai* : Hoạch định chiến lược phát triển chung về cho vay tiêu dùng giữa các NHTM nhằm tạo ra sự thống nhất về quản lý và bình đẳng trong cạnh tranh giữa các NHTM trong cả nước

- *Thứ ba*: Cần thành lập và phát triển hệ thống thông tin liên ngân hàng: Ngân hàng Nhà nước cần phải thúc đẩy tăng cường mối quan hệ với các NHTM và giữa các Ngân hàng với nhau, thiết lập mối liên hệ mật thiết để từ đó nắm bắt thông tin về hoạt động của Ngân hàng cũng như các thông tin về khách hàng vay và khách hàng tiềm năng.

- *Thứ tư* : Ngân hàng Nhà nước cũng nên tăng cường các biện pháp hỗ

trợ, tạo điều kiện cho các Ngân hàng thương mại phát triển hoạt động của mình

3.4.3. Kiến nghị với Ngân hàng Sacombank Chi nhánh Hải Phòng

- Nâng cao mức cho vay tối đa và kéo dài thời hạn cho vay với cán bộ công nhân viên. Trong thực tế, mức cho vay tối đa hiện nay còn nhỏ và chưa phù hợp vì: Nó sẽ giảm khả năng cạnh tranh của ngân hàng mình với ngân hàng đối thủ khi họ có mức cho vay tối đa lớn hơn của mình.

- Giảm bớt những thủ tục giấy tờ không cần thiết trong hồ sơ vay. Qua quá trình triển khai thực hiện công tác cho vay tiêu dùng, hồ sơ vay vốn còn có quá nhiều giấy tờ mang nặng tính hình thức, không cần thiết.

- Đặt ra các mục tiêu cụ thể, rõ ràng, đưa ra các phương hướng thực hiện cho chi nhánh nhằm đẩy mạnh các hoạt động CVTD cả về quy mô, số lượng, chất lượng các khoản vay, làm phong phú, đa dạng các loại hình sản phẩm.

- Đầu tư, hướng dẫn các chi nhánh áp dụng các công nghệ hiện đại, tiên tiến để nâng cao, hoàn thiện các sản phẩm, dịch vụ hiện có.

- Tăng cường công tác chăm sóc khách hàng, tiếp tục duy trì, củng cố quan hệ với khách hàng, đồng thời mở rộng và thu hút khách hàng mới.

- Tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực thông qua các khóa học ngắn hạn diễn ra hàng quý, hàng năm để giúp các cán bộ nắm bắt công nghệ mới, các chính sách, thông tin mới.

- Tăng cường các hoạt động thanh tra, kiểm tra, kiểm toán nội bộ nhằm phát hiện kịp thời các sai phạm, cũng như ngăn ngừa, lành mạnh hóa hoạt động của ngân hàng.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3: Chương 3 dựa trên những phân tích về hoạt động tín dụng tiêu dùng tại chi nhánh Ngân hàng Sacombank Hải Phòng đã đề ra những giải pháp nhằm khắc phục những hạn chế và củng cố những thành tựu trong việc mở rộng và nâng cao hiệu quả tín dụng tiêu dùng tại Chi nhánh. Chương 3 cũng đưa ra một số kiến nghị tới các bên có liên quan nhằm ngày một phát triển hoạt động tín dụng hơn.

KẾT LUẬN

Mặc dù hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng mới được triển khai nhưng nó đã khẳng định vai trò tích cực của mình không chỉ đối với Ngân hàng, người tiêu dùng mà còn với toàn bộ nền kinh tế. Tình trạng “thiếu phát” trong nền kinh tế đã bị đẩy lùi, nền kinh tế đạt mức tăng trưởng cao, đời sống người dân được nâng lên, mức tiêu dùng mở rộng.

Nhận thức được tầm quan trọng của công tác tín dụng đối với Ngân hàng nói chung và tín dụng tiêu dùng nói riêng, Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Việt Nam cũng như các NHTM khác, trong những năm gần đây đã tích cực thực hiện các biện pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động tín dụng tiêu dùng, khẳng định vai trò Ngân hàng đa năng và có chất lượng phục vụ hàng đầu, bước đầu đã đạt được kết quả đáng khích lệ, đóng góp vào thành tích chung của toàn ngành Ngân hàng trong những năm gần đây.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Việt Nam còn gặp nhiều khó khăn trong nội bộ Ngân hàng cũng như môi trường kinh doanh trong việc mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng.

Trong xu thế hội nhập và mở cửa của nền kinh tế cùng với sự phát triển của xã hội về mọi mặt thì cho vay tiêu dùng là một xu thế tất yếu trong hoạt động Ngân hàng, nó sẽ là một lĩnh vực hoạt động thu được lợi nhuận cao cho các Ngân hàng, điều này đã được kiểm chứng tại các nước phát triển. Vì vậy, việc đưa ra và thực hiện những giải pháp để mở rộng cho vay tiêu dùng là một nhu cầu rất cần thiết đối với các Ngân hàng.

Qua nghiên cứu lý luận và thực tế hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Việt Nam Chi nhánh Hải Phòng, được sự hướng dẫn của cô giáo Th.S. Cao Thị Thu cùng với các cán bộ tín dụng tại đơn vị thực tập, em đã đi vào phân tích và nêu ra những mặt đạt được và những còn hạn chế trong hoạt động tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn thương tín Việt Nam Chi nhánh Hải Phòng, từ đó mạnh dạn đưa ra một số giải pháp với mong muốn hoạt động này ngày càng được mở rộng tại Ngân hàng TMCP Sài

Gòn thương tín Việt Nam nói chung và Chi nhánh Hải Phòng nói riêng, giúp ích phần nào được cho Ngân hàng và cho những người có nhu cầu vay vốn tiêu dùng.

Do còn hạn chế về mặt kiến thức lý luận cũng như thực tiễn, đồng thời do hạn chế về tài liệu và thời gian nghiên cứu, nhiều vấn đề cần phân tích sâu hơn nhưng em chưa làm được điều đó trong bài viết này, em rất mong có thể quay lại nghiên cứu trong một ngày gần đây.

Em rất mong có được sự góp ý, nhận xét của các thầy cô, các anh chị cán bộ Ngân hàng, bạn bè, những người có cùng niềm đam mê trong lĩnh vực Ngân hàng nói chung và lĩnh vực tín dụng tiêu dùng nói riêng.

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn!

Hải Phòng, ngày.....tháng.....năm 2013

Sinh viên thực hiện

Lê Thị Việt Anh