

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THĂNG LONG

---o0o---

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG
CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG
MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN
CHI NHÁNH HÀ NỘI**

**SINH VIÊN THỰC HIỆN : NGUYỄN THỊ LAN ANH
MÃ SINH VIÊN : A16786
CHUYÊN NGÀNH : TÀI CHÍNH - NGÂN HÀNG**

HÀ NỘI - 2014

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THĂNG LONG
---o0o---

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

ĐỀ TÀI:

**GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG
CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG
MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN
CHI NHÁNH HÀ NỘI**

Giáo viên hướng dẫn : Th.s Lê Thị Hà Thu
Sinh viên thực hiện : Nguyễn Thị Lan Anh
Mã sinh viên : A16786
Chuyên ngành : Tài chính - Ngân hàng

HÀ NỘI - 2014

LỜI CẢM ƠN

Em xin chân thành cảm ơn các thầy cô trong bộ môn Kinh tế, Trường Đại học Thăng Long đã có những bài giảng hay và bổ ích, giúp em vận dụng những kiến thức chuyên môn đó vào bài khóa luận tốt nghiệp của mình. Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới cô giáo - Th.S Lê Thị Hà Thu đã hướng dẫn giúp đỡ em hoàn thành bài khóa luận này. Trong quá trình nghiên cứu và viết khóa luận, với sự chỉ bảo tận tình của cô, em đã giải đáp được nhiều thắc mắc và khó khăn còn mắc phải về kiến thức trên sách vở cũng như thực tế về hoạt động cho vay nói chung và hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng tại các ngân hàng hiện nay. Không những vậy, cô còn chỉ bảo cho em những kiến thức quý báu hay những kinh nghiệm mà cô đã tích lũy được.

Ngoài ra, để thực hiện đề tài khóa luận này, em còn nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình từ các cô/chú, anh/chị ở đơn vị thực tập. Em xin chân thành cảm ơn chị Đinh Thị Thu Hương, Trưởng phòng Kế toán - Ngân quỹ cùng các cán bộ nhân viên của phòng tín dụng cá nhân của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội đã đã tạo điều kiện cho em được thực tập và đã chỉ bảo nhiệt tình giúp đỡ em trong thời gian thực tập tại Chi nhánh để hoàn thành bài khóa luận này.

Hà Nội, ngày 24 tháng 3 năm 2014

Sinh viên

Nguyễn Thị Lan Anh

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan Khóa luận tốt nghiệp này là do tự bản thân thực hiện có sự hỗ trợ từ giáo viên hướng dẫn và không sao chép các công trình nghiên cứu của người khác. Các dữ liệu thông tin thứ cấp sử dụng trong Khóa luận là có nguồn gốc và được trích dẫn rõ ràng.

Tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm về lời cam đoan này!

Sinh viên

Nguyễn Thị Lan Anh

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU

CHƯƠNG 1. NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	1
1.1. Nghiệp vụ cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại	1
<i>1.1.1. Khái niệm hoạt động cho vay tiêu dùng</i>	<i>1</i>
<i>1.1.2. Đặc điểm hoạt động cho vay tiêu dùng.....</i>	<i>1</i>
<i>1.1.3. Vai trò của hoạt động cho vay tiêu dùng.....</i>	<i>2</i>
<i>1.1.4. Phân loại hoạt động cho vay tiêu dùng</i>	<i>4</i>
<i>1.1.4.1. Căn cứ vào mục đích vay.....</i>	<i>4</i>
<i>1.1.4.2. Căn cứ vào cách thức hoàn trả.....</i>	<i>5</i>
<i>1.1.4.3. Căn cứ vào nguồn gốc của khoản nợ</i>	<i>5</i>
<i>1.1.4.4. Căn cứ vào hình thức đảm bảo tiền vay</i>	<i>5</i>
1.2. Hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại	6
<i>1.2.1. Sự cần thiết của việc đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng.....</i>	<i>6</i>
<i>1.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng</i>	<i>7</i>
<i>1.2.2.1. Các chỉ tiêu định tính.....</i>	<i>7</i>
<i>1.2.2.2. Các chỉ tiêu định lượng</i>	<i>8</i>
<i>1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng.....</i>	<i>12</i>
<i>1.2.3.1. Các nhân tố chủ quan</i>	<i>12</i>
<i>1.2.3.2. Các nhân tố khách quan</i>	<i>14</i>
TỔNG KẾT CHƯƠNG 1.....	15
CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN - CHI NHÁNH HÀ NỘI.....	16
2.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội	16
<i>2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển</i>	<i>16</i>
<i>2.1.2. Cơ cấu tổ chức</i>	<i>17</i>
<i>2.1.3. Các sản phẩm dịch vụ</i>	<i>20</i>
2.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội	21
<i>2.2.1. Hoạt động huy động vốn</i>	<i>21</i>
<i>2.2.2. Hoạt động sử dụng vốn (chủ yếu là hoạt động cho vay)</i>	<i>27</i>
<i>2.2.3. Các hoạt động kinh doanh khác</i>	<i>31</i>
<i>2.2.4. Kết quả hoạt động kinh doanh.....</i>	<i>32</i>

2.3. Quy định chung về hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội.....	34
<i>2.3.1. Nguyên tắc cho vay tiêu dùng</i>	<i>34</i>
<i>2.3.2. Đối tượng cho vay tiêu dùng</i>	<i>35</i>
<i>2.3.3. Tài sản đảm bảo.....</i>	<i>36</i>
<i>2.3.4. Các hình thức cho vay tiêu dùng</i>	<i>37</i>
<i>2.3.5. Quy trình cho vay tiêu dùng.....</i>	<i>39</i>
2.4. Thực trạng về hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội giai đoạn 2010-2012.....	46
<i>2.4.1. Tình hình doanh số cho vay tiêu dùng</i>	<i>46</i>
<i>2.4.2. Tình hình dư nợ cho vay tiêu dùng</i>	<i>47</i>
<i>2.4.3. Tình hình thu nợ cho vay tiêu dùng</i>	<i>52</i>
2.5. Đánh giá hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội.....	53
<i>2.5.1. Các chỉ tiêu định tính</i>	<i>53</i>
<i>2.5.2. Các chỉ tiêu định lượng.....</i>	<i>55</i>
<i>2.5.3. Đánh giá thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội</i>	<i>61</i>
<i>2.5.3.1. Những kết quả đạt được.....</i>	<i>61</i>
<i>2.5.3.2. Những khó khăn và hạn chế.....</i>	<i>62</i>
<i>2.5.3.3. Nguyên nhân của hạn chế.....</i>	<i>64</i>
TỔNG KẾT CHƯƠNG 2.....	65
CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH HÀ NỘI.....	66
3.1. Định hướng phát triển của Ngân Hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Hà Nội.....	66
<i>3.1.1. Định hướng phát triển của Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín</i>	<i>66</i>
<i>3.1.2. Định hướng phát triển của Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội</i>	<i>67</i>
<i>3.1.2.1. Định hướng chung</i>	<i>67</i>
<i>3.1.2.2. Định hướng phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng.....</i>	<i>68</i>
3.2. Giải pháp đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội	69
<i>3.2.1. Đa dạng hóa loại hình dịch vụ đồng thời hoàn thiện các sản phẩm vay.....</i>	<i>69</i>
<i>3.2.2. Xây dựng các chính sách ưu đãi cho khách hàng.....</i>	<i>70</i>

<i>3.2.3. Hoàn thiện quy trình cho vay tiêu dùng và giám sát món vay chặt chẽ</i>	<i>71</i>
<i>3.2.4. Đẩy mạnh cho vay tiêu dùng trả góp trên cơ sở liên kết với các đối tác bán hàng</i>	<i>72</i>
<i>3.2.5. Cắt giảm bớt chi phí</i>	<i>72</i>
<i>3.2.6. Nâng cao hiệu quả hoạt động marketing</i>	<i>72</i>
<i>3.2.7. Nâng cao năng lực cán bộ nhân viên ngân hàng cùng với việc đổi mới công nghệ ngân hàng</i>	<i>74</i>
<i>3.3. Kiến nghị</i>	<i>75</i>
<i>3.3.1. Đối với Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội</i>	<i>75</i>
TỔNG KẾT CHƯƠNG 3.....	76

DANH MỤC VIẾT TẮT

Ký hiệu viết tắt	Tên đầy đủ
CVTD	Cho vay tiêu dùng
CBNV	Cán bộ nhân viên
DPRR	Dự phòng rủi ro
NCCL	Nợ cơ cấu lại
NHNN	Ngân hàng nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
NQH	Nợ quá hạn
Sacombank	Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín
RRTD	Rủi ro tín dụng
TCTD	Tổ chức tín dụng
TMCP	Thương mại cổ phần
TSDB	Tài sản đảm bảo
VNĐ	Việt Nam đồng

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ

Bảng 2.1. Tình hình hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội.....	23
Bảng 2.2. Tình hình hoạt động cho vay tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội.....	28
Bảng 2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội.....	33
Bảng 2.4. Doanh số cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội giai đoạn 2010 – 2012.....	46
Bảng 2.5. Dư nợ cho vay tiêu dùng của Ngân hàng Sài Gòn Thương tín Chi nhánh Hà Nội giai đoạn 2010 – 2012	49
Bảng 2.6. Tình hình doanh số thu nợ CVTD của Sacombank – Hà Nội giai đoạn 2010 - 2012	52
Bảng 2.7. Tỷ lệ nợ quá hạn và nợ xấu của Sacombank - Hà Nội trong CVTD giai đoạn 2010 - 2012.....	55
Bảng 2.8. Tỷ lệ NCCL, tỷ lệ nợ mất trắng trong CVTD.....	57
Bảng 2.9. Tỷ lệ trích lập DPRR CVTD.....	58
Bảng 2.10. Hệ số khả năng bù đắp rủi ro cho nợ vay tiêu dùng đã xử lý	59
Bảng 2.11. Chỉ tiêu vòng quay của vốn CVTD.....	60
Bảng 2.12. Lợi nhuận từ cho vay tiêu dùng	61
Sơ đồ 2.1. Tổ chức bộ máy hoạt động của Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội.....	18
Sơ đồ 2.2. Quy trình của hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Hà Nội	40

LỜI MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong điều kiện hiện nay, khi hội nhập kinh tế quốc tế không còn là vấn đề mới thì bên cạnh quá trình hợp tác theo nguyên tắc cùng có lợi, giữa các quốc gia luôn kèm theo điều kiện cạnh tranh khốc liệt. Ở một môi trường kinh tế như vậy thì yêu cầu khách quan, cấp bách đối với nước ta là nâng cao năng lực cạnh tranh của mình để hội nhập ngày càng sâu rộng và có hiệu quả. Một trong những biện pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh là phải lành mạnh hóa hệ thống Tài chính - Ngân hàng.

Nét nổi bật trong những năm qua là hệ thống Ngân hàng thương mại Việt Nam đã phát triển mạnh mẽ cả về qui mô và chất lượng hoạt động, góp phần không nhỏ vào sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Nền kinh tế ngày càng phát triển kéo theo nhu cầu chi tiêu của người dân ngày càng gia tăng. Nhằm đáp ứng nhu cầu chi tiêu đó, một trong những sản phẩm tín dụng của ngân hàng thương mại là cho vay tiêu dùng (CVTD) đang ngày càng thu hút được sự quan tâm của khách hàng. Cho vay tiêu dùng không những đem lại hiệu quả đa dạng hóa hoạt động kinh doanh cho ngân hàng, đáp ứng những nhu cầu cần thiết cho khách hàng hiện tại mà còn góp phần thúc đẩy nền kinh tế phát triển. Việt Nam với dân số khoảng 90 triệu người và mức thu nhập của người dân ngày càng tăng hứa hẹn sẽ là sân chơi bán lẻ rộng mở cho các ngân hàng thương mại nói riêng và tất cả các tổ chức tín dụng nói chung.

Trong suốt những năm qua, Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín (Sacombank) đã và đang khẳng định được niềm tin đối với khách hàng trong việc cung ứng các sản phẩm dịch vụ, sản phẩm ngân hàng, đặc biệt là các sản phẩm cho vay. Cho vay tiêu dùng là một trong những sản phẩm đang được ngân hàng chú trọng phát triển và từng bước hoàn thiện. Đối với Sacombank nói chung và Sacombank - Chi nhánh Hà Nội nói riêng thì đẩy mạnh hiệu quả và nâng cao chất lượng của hoạt động cho vay tiêu dùng là mục tiêu trước mắt và lâu dài của ngân hàng, nhằm phát triển hoạt động ngân hàng bán lẻ cũng như giữ vững vị trí một trong những Ngân hàng thương mại hàng đầu Việt Nam.

Chính vì vậy, sau một thời gian thực tập tại Sacombank - Chi nhánh Hà Nội, em nhận thức được tiềm năng của hoạt động này và tầm quan trọng của việc đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng đối với sự phát triển lâu dài của ngân hàng. Do đó em đã lựa chọn: **“Giải pháp đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội”** làm đề tài nghiên cứu khóa luận tốt nghiệp, với mong muốn có thể đóng góp phần nào đó giúp mở rộng, nâng cao hiệu quả, lành mạnh hóa hiệu quả hoạt động tín dụng của các Ngân hàng thương mại hiện nay.

2. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài

Nghiên cứu cơ sở lý luận chung về hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng và thực trạng cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại.

Phân tích, đánh giá một cách tổng quát, có hệ thống hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội, từ đó chỉ ra những kết quả đã đạt được và những hạn chế, khó khăn cần khắc phục.

Đề xuất giải pháp nhằm đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng.

Phạm vi nghiên cứu là hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội trong giai đoạn 2010 - 2012.

4. Phương pháp nghiên cứu

Đề tài được dựa trên phương pháp thống kê mô tả, so sánh đối chiếu và kết hợp dùng số liệu phân tích. Khóa luận đã đánh giá một cách tổng quát về hiệu quả hoạt động và thực trạng cho vay tiêu dùng của ngân hàng thông qua các chỉ tiêu kinh tế nhằm tìm ra những vấn đề có liên quan, từ đó có thể đưa ra các đề xuất, giải pháp nhằm đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng.

5. Kết cấu khóa luận

Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục, danh mục bảng biểu, sơ đồ, tài liệu tham khảo, kết cấu của khóa luận gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận chung về hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín Chi nhánh Hà Nội.

Chương 3: Giải pháp đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín Chi nhánh Hà Nội.

CHƯƠNG 1. NHỮNG VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Nghiệp vụ cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại

1.1.1. Khái niệm hoạt động cho vay tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng (CVTD) là hình thức cho vay mà ngân hàng tạm thời chuyển nhượng quyền sử dụng vốn cho khách hàng là cá nhân hoặc hộ gia đình nhằm tài trợ cho nhu cầu chi tiêu của họ, với những điều kiện nhất định được thỏa thuận trong hợp đồng theo nguyên tắc hoàn trả đầy đủ cả gốc lẫn lãi. Đây là nguồn tài chính quan trọng giúp cho khách hàng (người tiêu dùng) có thể trang trải được những nhu cầu trong cuộc sống như nhu cầu về nhà ở, phương tiện đi lại, tiện nghi sinh hoạt, học tập, du lịch, dịch vụ y tế...

Theo TS. Đinh Thế Hiền, Ủy viên chuyên trách Ủy ban Chiến lược Ngân hàng Eximbank, cho vay tiêu dùng tại Việt Nam chỉ mới trong giai đoạn đầu phát triển, tuy còn khá mới mẻ nhưng với quy mô dân số 90 triệu người, đa số trong đó là độ tuổi trẻ, có thu nhập khá và nhu cầu mua sắm cao thì tiềm năng phát triển hoạt động CVTD tại nước ta là rất lớn. Các nghiên cứu cũng đều cho thấy CVTD của Việt Nam sẽ phát triển rất mạnh trong thời gian tới. Cụ thể, công ty nghiên cứu thị trường Euromonitor dự báo, trong giai đoạn 2013-2016, thẻ tín dụng sẽ tăng trưởng 20-22%; hàng tiêu dùng tăng 15-17%; cho vay mua nhà tăng 12%; vay mua ô tô tăng 7% và xe máy tăng 5%. Còn theo nghiên cứu của Nhóm nghiên cứu Vietcombank thì trong giai đoạn này, thẻ tín dụng tăng trưởng 25-30%, hàng tiêu dùng tăng 20% và xe máy tăng 10%. Nhận biết được tiềm năng phát triển đó, các ngân hàng hiện nay đang ngày càng chú trọng vào đẩy mạnh hoạt động cho vay khách hàng cá nhân nói chung và CVTD nói riêng.

1.1.2. Đặc điểm hoạt động cho vay tiêu dùng

Hoạt động CVTD tài trợ cho mục đích chi tiêu của khách hàng trong đời sống như mua nhà cửa, đồ dùng sinh hoạt, phương tiện đi lại; nâng cấp sửa chữa nhà cửa; trang trải cho việc học tập trong và ngoài nước của học sinh, sinh viên; trang trải các khoản viện phí; chi phí cho chuyến du lịch...

Khách hàng của hoạt động CVTD là các cá nhân và hộ gia đình, đối tượng của hoạt động này là các nhu cầu tiêu dùng của khách hàng. Khác với hoạt động cho vay doanh nghiệp và các tổ chức kinh tế thì khách hàng của CVTD có số lượng lớn và nhu cầu vay có liên hệ trực tiếp với thu nhập và trình độ văn hóa của họ. Nếu thu nhập của khách hàng cao, họ sẽ có xu hướng tăng tiêu dùng và ngược lại. Nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng còn phụ thuộc vào môi trường kinh tế, văn hóa xã hội.

Tùy thuộc vào hình thức vay vốn và mục đích vay mà các khoản vay của CVTD có thời hạn: ngắn hạn, trung hạn, dài hạn. Tuy nhiên, khách hàng hiện nay thường vay

để mua nhà, mua xe ô tô, du học... nên các khoản vay có hình thức trung và dài hạn là chiếm tỷ trọng lớn.

Khách hàng của hoạt động CVTD có số lượng lớn nhưng quy mô của từng hợp đồng lại nhỏ hơn quy mô của các hoạt động cho vay khác do nguồn tài trợ chủ yếu phục vụ cho nhu cầu sinh hoạt hàng ngày của khách hàng. Điều này dẫn tới chi phí mà ngân hàng hàng bỏ ra cho một hợp đồng vay là cao (bao gồm chi phí giao dịch, thẩm định, xét duyệt, quản lý khoản vay...). Ngoài ra vì khách hàng của CVTD là cá nhân và hộ gia đình nên việc tìm kiếm các thông tin về tài chính của khách hàng cũng khó khăn và tốn nhiều chi phí hơn các hoạt động cho vay khác.

Do việc tìm kiếm và thẩm định thông tin của khách hàng cá nhân, hộ gia đình khó khăn hơn so với các nhóm khách hàng khác nên việc quản lý, kiểm soát vốn vay của khách hàng trong CVTD cũng gặp nhiều rủi ro hơn. Hơn nữa, tình hình của khách hàng CVTD có thể thay đổi tùy theo tình trạng sức khỏe và công việc của họ nên nguồn trả nợ cho ngân hàng thường không ổn định và phụ thuộc vào nhiều yếu tố khác như chu kỳ nền kinh tế, cơ cấu kinh tế, trình độ khách hàng. Nếu một trong những yếu tố kể trên có những biến động ngược lại với dự đoán của ngân hàng sẽ gây ra rủi ro cho hoạt động CVTD.

Lãi suất CVTD thường cao hơn các khoản vay khác của NHTM. Nguyên nhân là do các chi phí của CVTD lớn và các khoản vay của CVTD có mức độ rủi ro cao. Thông thường đa phần các khoản CVTD được định giá dựa trên lãi suất cơ bản cộng với mức lợi nhuận cận biên và phân bù rủi ro. Nhu cầu tiêu dùng của khách hàng thường ít co giãn với lãi suất. Mặc dù vậy, khi mà hoạt động cho vay tiêu dùng được các NHTM chú trọng nhiều, cạnh tranh gay gắt hơn thì lãi suất vẫn là một yếu tố giúp cho các ngân hàng có thể thu hút được khách hàng, tăng khả năng cạnh tranh.

Tài sản đảm bảo (TSĐB) là điều kiện quan trọng để ngân hàng ra quyết định cho khách hàng vay vốn cũng như quy mô của khoản vay. Do hoạt động CVTD có rủi ro cao nên các khoản vay có TSĐB (TSĐB) hoặc được người thứ ba bảo lãnh sẽ làm tăng mức độ tin cậy hơn, đồng thời giúp ngân hàng giảm thiểu rủi ro hơn các khoản vay không có TSĐB. Tuy nhiên hiện nay để thu hút khách hàng thì ngân hàng cũng cho khách hàng vay mà không cần có TSĐB.

1.1.3. Vai trò của hoạt động cho vay tiêu dùng

CVTD là dịch vụ đem lại nhiều lợi ích cho tất cả các đối tượng tham gia.

Đối với người tiêu dùng

CVTD có ý nghĩa rất lớn đối với các khách hàng là người tiêu dùng. Nhu cầu tiêu dùng của các cá nhân và hộ gia đình là rất lớn và thường xuyên nhưng không phải lúc nào họ cũng có đủ nguồn lực tài chính để đáp ứng các nhu cầu đó. Nhờ CVTD, họ được hưởng các tiện ích, được sử dụng các hàng hoá và dịch vụ mình mong muốn

trước khi tích lũy đủ tiền. Khi đáp ứng đủ các điều kiện để được CVTD, người đi vay có thể mua sắm các hàng hoá, nhất là các bất động sản ngay ở thời điểm hiện tại khi giá cả của chúng đang giảm, hoặc có thể đi du lịch đúng thời gian. Đặc biệt, trong các trường hợp chi tiêu cấp bách như nhu cầu về y tế, giáo dục, vai trò CVTD lại càng to lớn và rõ nét. Hiện nay, khi mà các ngân hàng càng ngày càng chú trọng đến hoạt động cho vay tiêu dùng thì ngoài việc thỏa mãn được nhu cầu tiêu dùng của mình, khách hàng còn được hưởng rất nhiều ưu đãi cũng như tiện ích. Khách hàng có thể vay vốn với nhiều kỳ hạn khác nhau và thỏa thuận mức lãi suất vay phù hợp với mục đích vay của mình, có thể sử dụng các dịch vụ khác như chuyển tiền, mở thẻ ATM, Master Card, Internet Banking, Mobile Banking,... Đối với khoản vay tiêu dùng tại ngân hàng, khách hàng sẽ có trách nhiệm và ý thức trả nợ, đó động lực để phấn đấu, để nâng cao thu nhập trong tương lai. Hoạt động cho vay tiêu dùng giúp cải thiện đời sống dân cư, giúp họ có cuộc sống tiện nghi đầy đủ, tinh thần thoải mái hơn, nâng cao chất lượng cuộc sống.

Đối với nền kinh tế

Hoạt động CVTD có vai trò quan trọng trong việc kích cầu, tức là làm cho chi tiêu của dân cư tăng lên, nhu cầu về hàng hoá dịch vụ phục vụ cho sinh hoạt cũng tăng lên. Khi nhu cầu về tiêu dùng tăng sẽ kích thích sản xuất phát triển, nhờ đó, các cơ hội việc làm được tạo ra nhiều hơn, tỷ lệ thất nghiệp cũng như các tệ nạn xã hội giảm, đồng thời thu nhập của người dân tăng lên. Ngoài ra, các sản phẩm CVTD của ngân hàng thỏa mãn tốt nhất các nhu cầu của người tiêu dùng, do đó góp phần nâng cao chất lượng đời sống vật chất cũng như tinh thần của họ, từ đó góp phần làm cho xã hội phát triển lành mạnh hơn.

CVTD phát triển làm tăng cơ hội làm ăn của các doanh nghiệp. Do được hỗ trợ và khuyến khích, nhu cầu của khách hàng sẽ ngày càng đa dạng và phong phú hơn, do đó các nhà sản xuất có cơ sở để đưa ra những quyết định sản xuất kinh doanh đúng đắn, phù hợp với nhu cầu của khách hàng, giúp cho hoạt động sản xuất kinh doanh ngày càng phát triển bền vững. Rõ ràng, CVTD không chỉ có vai trò quan trọng đối với các chủ thể như người tiêu dùng, ngân hàng thương mại, nhà sản xuất mà còn có ý nghĩa vĩ mô đối với toàn bộ nền kinh tế xã hội, góp phần thực hiện mục tiêu phát triển bền vững của mỗi quốc gia.

Đối với ngân hàng

Hoạt động cho vay tiêu dùng là hoạt động chứa nhiều rủi ro, nhưng nó lại có tiềm năng phát triển rất lớn. Bên cạnh rủi ro tiềm ẩn thì ngân hàng cho vay thu được lãi suất phù hợp với các khoản vay đó giúp tăng thu nhập của ngân hàng. Cho vay tiêu dùng giúp tăng khả năng cạnh tranh của các ngân hàng trong hệ thống ngân hàng và các tổ chức tín dụng khác, từ đó thu hút được đối tượng khách hàng mới, mở rộng quan hệ

với khách hàng, nâng cao uy tín của ngân hàng. Bằng cách mở rộng mạng lưới, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ, số lượng khách hàng sử dụng dịch vụ, tiện ích của ngân hàng sẽ ngày càng nhiều hơn, điều này có ý nghĩa quan trọng trong việc xây dựng hình ảnh của ngân hàng. Ngân hàng không chỉ quan tâm đến các doanh nghiệp có nhu cầu vay vốn, mà còn quan tâm đến những nhu cầu nhỏ bé, cần thiết của người tiêu dùng, đáp ứng nguyện vọng cải thiện cuộc sống của người tiêu dùng. Từ đó nâng cao uy tín và năng lực cạnh tranh của ngân hàng. Đẩy mạnh hoạt động CVTD có hiệu quả, phù hợp với quy định của pháp luật, áp dụng lãi suất cho vay hợp lý giúp kinh tế tăng trưởng, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, tăng khả năng cạnh tranh của hàng hóa, dịch vụ của các ngân hàng trong nước giúp hệ thống ngân hàng Việt Nam ngày càng phát triển, chất lượng dịch vụ ngày càng được hoàn thiện và nâng cao, nền kinh tế càng ổn định và bền vững.

1.1.4. Phân loại hoạt động cho vay tiêu dùng

1.1.4.1. Căn cứ vào mục đích vay

Theo mục đích vay, hoạt động CVTD được phân thành CVTD bất động sản và CVTD thông thường.

CVTD bất động sản: Các ngân hàng thường CVTD bất động sản để tài trợ cho việc mua những tài sản thực - nhà cửa, khu căn hộ, trung tâm mua bán, khu văn phòng, nhà kho, đất đai và các cơ sở vật chất khác. Trong hoạt động của ngân hàng, cho vay bất động sản có thể là món cho vay xây dựng ngắn hạn, được thanh toán đủ trong vài tháng hoặc vài tuần, cũng có thể là món cho vay dài hạn, kéo dài 20-30 năm. Quy mô trung bình của một món cho vay bất động sản thường lớn hơn nhiều so với quy mô trung bình của các món vay thông thường, đặc biệt là cho vay kinh doanh nhỏ. Đối tượng mà các ngân hàng hướng tới là những gia đình có thu nhập ổn định (6-10 triệu đồng/tháng). Ngân hàng cho vay tối đa 70-90% giá trị căn nhà trong thời gian 10-30 năm, với tài sản thế chấp là những ngôi nhà mua trả góp, hoặc tài sản bảo lãnh của người thân như cha, mẹ, anh, chị, em ruột... Dịch vụ mua nhà trả góp hay vay để xây, sửa nhà khá thuận lợi, giải quyết được nhu cầu của nhiều gia đình.

CVTD thông thường: Đây là những khoản cho vay phục vụ nhu cầu cải thiện đời sống như mua sắm phương tiện đi lại, đồ dùng sinh hoạt, du lịch, học hành, y tế hoặc giải trí... Những khoản vay thường có quy mô nhỏ, thời gian tài trợ ngắn, do đó mà mức độ rủi ro đối với ngân hàng là thấp hơn những khoản cho vay tiêu dùng bất động sản. Các sản phẩm CVTD thông thường bao gồm:

- Cho vay mua xe ô tô thế chấp bằng chính xe mua: Là sản phẩm tín dụng hỗ trợ nguồn vốn giúp khách hàng mua xe ô tô phục vụ nhu cầu đi lại, giao dịch và kinh doanh, với tài sản thế chấp bằng chính xe mua.
- Cho vay du học: Giúp khách hàng chuẩn bị nguồn tài chính kịp thời đáp ứng

nhu cầu học tập cho con em mình. Nhiều ngân hàng đang đẩy mạnh dịch vụ này nhằm thu hút những gia đình có con em đi du học đến với mình thông qua việc kéo dài thời hạn vay hay ưu đãi lãi suất.

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

- Cho vay cầm cố, thế chấp sổ tiết kiệm, giấy tờ có giá: Là sản phẩm tín dụng dành cho khách hàng cá nhân sở hữu sổ tiết kiệm, giấy tờ có giá và có nhu cầu cầm cố sổ tiết kiệm, giấy tờ có giá để vay vốn hoạt động sản xuất kinh doanh hay tiêu dùng.

1.1.4.2. Căn cứ vào cách thức hoàn trả

Căn cứ vào cách thức hoàn trả, cho vay tiêu dùng được phân thành CVTD trả một lần, CVTD trả góp, CVTD tuần hoàn.

CVTD trả một lần: Là việc khách hàng thanh toán cho ngân hàng một lần khi đến hạn. Loại cho vay này thường áp dụng với khoản vay có giá trị nhỏ, thời hạn cho vay không dài.

CVTD trả góp: Là việc đơn vị kinh doanh và khách hàng xác định và thỏa thuận số lãi tiền vay phải trả cộng với số nợ gốc được chia ra để trả nợ theo nhiều kỳ hạn trong thời hạn cho vay. Loại cho vay này thường áp dụng với các khoản vay có giá trị lớn hoặc thu nhập định kỳ của người vay không đủ khả năng thanh toán hết một lần số nợ vay.

CVTD tuần hoàn: Là hình thức CVTD trong đó ngân hàng cho phép khách hàng vay và trả nợ nhiều kỳ một cách tuần hoàn, theo một hạn mức tín dụng nhất định bằng cách 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 được thỏa thuận trước, căn cứ vào nhu cầu chi tiêu và thu nhập kiếm được từng kì, khách hàng được ngân hàng cho phép vay và trả nợ nhiều kỳ một cách tuần hoàn, theo một hạn mức tín dụng.

1.1.4.3. Căn cứ vào nguồn gốc của khoản nợ

Căn cứ vào nguồn gốc của khoản nợ thì cho vay tiêu dùng gồm hai loại là cho vay trực tiếp và cho vay gián tiếp.

Cho vay gián tiếp: Là hình thức cho vay trong đó NHTM mua lại các khoản nợ phát sinh do những công ty bán lẻ đã bán chịu hàng hóa cho người tiêu dùng.

Cho vay trực tiếp: Là hình thức cho vay trong đó Ngân hàng trực tiếp tiếp xúc với khách hàng; thẩm định năng lực pháp lý và năng lực tài chính của khách hàng; đánh giá, chấm điểm khách hàng; thực hiện giải ngân; giám sát và thu nợ khách hàng.

1.1.4.4. Căn cứ vào hình thức đảm bảo tiền vay

Căn cứ vào hình thức đảm bảo tiền vay thì CVTD bao gồm các loại như sau:

CVTD có cầm cố tài sản: Là hình thức mà khoản vay tiêu dùng được đảm bảo bằng tài sản cầm cố.

CVTD có thế chấp: Tài sản thế chấp có thể hình thành từ vốn vay hoặc tài sản khác. Hình thức này đòi hỏi khách hàng vay tiền phải chuyển các giấy tờ hợp pháp chứng minh quyền sở hữu của khách hàng với tài sản đem thế chấp cho món vay cho ngân hàng mà không cần chuyển giao quyền nắm giữ tài sản cho ngân hàng.

CVTD không có TSĐB thông qua người đại diện (CVTD thông qua tín chấp): Hình thức này áp dụng với người vay là cán bộ nhân viên có thu nhập ổn định. Theo phương thức này người đại diện là thủ trưởng đơn vị, người có uy tín làm thủ tục vay, nhận tiền vay từ ngân hàng cho người lao động, thu nợ gốc và lãi thay ngân hàng, ngân hàng chỉ làm việc trực tiếp với người đại diện.

Cho vay theo các phương thức khác: Tùy theo nhu cầu của khách hàng và thực tế phát sinh, các NHTM sẽ xem xét và cho vay theo các phương thức khác phù hợp với đặc điểm hoạt động trong từng thời kỳ và không trái với quy định của pháp luật.

1.2. Hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại

1.2.1. Sự cần thiết của việc đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng

Hiệu quả hoạt động CVTD là việc các ngân hàng hoàn thiện và nâng cao chất lượng các sản phẩm CVTD cũng như công tác cho vay nhằm đưa đến cho khách hàng những khoản vay tốt nhất, thỏa mãn nhu cầu và đem lại lợi ích cho khách hàng. Ngoài ra hiệu quả của hoạt động CVTD còn được thể hiện qua việc kiểm soát một cách tốt nhất các khoản vay để nguồn vốn được khách hàng sử dụng đúng mục đích, cam kết thực hiện đúng các thỏa thuận trong hợp đồng vay, thông qua đó ngân hàng thu hồi được gốc và lãi đúng hạn, mang lại lợi nhuận cho ngân hàng.

Với tư cách là một trung gian tài chính trong nền kinh tế, hoạt động chủ yếu và thường xuyên nhất là nhận tiền gửi và cho vay, để có thể bảo đảm sự tồn tại và phát triển thì hiệu quả của các khoản vay luôn là mối quan tâm hàng đầu của các NHTM. Đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng là một xu thế tất yếu của ngân hàng khi mà nhu cầu tiêu dùng ngày càng nhiều và song song đó là yêu cầu về chất lượng dịch vụ của khách hàng đối với NHTM ngày càng cao. Các NHTM phải không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động, đổi mới về sản phẩm, dịch vụ cũng như cung cách phục vụ nhằm đáp ứng một cách nhanh chóng, thuận tiện, an toàn những nhu cầu vốn và làm hài lòng khách hàng hơn nữa. Ngân hàng hoạt động hiệu quả sẽ giúp nâng cao hình ảnh của ngân hàng trong mắt khách hàng, giúp nâng cao uy tín của ngân hàng từ đó giúp thu hút thêm nhiều khách hàng đến với ngân hàng hơn, tăng khả năng cạnh tranh. Ngoài ra, đẩy mạnh hoạt động CVTD không những đem lại lợi nhuận lớn cho ngân hàng, mà còn giúp ngân hàng giảm thiểu những rủi ro gặp phải, từ đó đảm bảo khả năng thanh toán và tăng hiệu quả sử dụng nguồn vốn của ngân hàng. Việc đẩy

mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng giúp cho khách hàng nâng cao được đời sống của mình, thỏa mãn các nhu cầu cấp thiết và từ đó thúc đẩy các ngành sản xuất phát triển, ổn định kinh tế - xã hội.

1.2.2. Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng

1.2.2.1. Các chỉ tiêu định tính

Một khoản vay tiêu dùng có hiệu quả là khoản vay đảm bảo thực hiện đúng, đầy đủ các bước trong quy trình cho vay và các thủ tục được xử lý nhanh chóng, thuận tiện cho khách hàng nhưng vẫn đảm bảo được những nguyên tắc an toàn và những quy định nhất định.

Hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng phải đối mặt với rất nhiều rủi ro. Chính vì vậy, công tác kiểm soát nội bộ đóng vai trò quan trọng trong việc nhận dạng, đo lường, đánh giá các hoạt động,...để kịp thời phát hiện, ngăn ngừa các rủi ro trong hoạt động cho vay tiêu dùng, qua đó đề xuất những biện pháp quản lý rủi ro thích hợp, nâng cao hiệu quả cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Hoạt động kiểm soát nội bộ được thực hiện thường xuyên, nghiêm túc sẽ tác động rất lớn đến hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng.

Ngoài ra, chất lượng nhân sự cũng đóng vai trò quan trọng trong việc đánh giá hiệu quả hoạt động của một ngân hàng. Một cán bộ có tinh thần thái độ, đạo đức nghề nghiệp tốt thì trong quá trình tiếp cận phục vụ khách hàng sẽ tạo cho khách hàng niềm tin và tạo một hình ảnh tốt trong mỗi khách hàng. Hơn nữa, với một cán bộ tín dụng có năng lực trình độ chuyên môn và kinh nghiệm ngân hàng sẽ giảm thiểu được rủi ro khi cán bộ đó đưa ra các kết quả thẩm định đúng đắn, giúp đảm bảo hiệu quả cho vay.

Một ngân hàng có chiến lược quản lý rủi ro CVTD đúng đắn và hợp lý sẽ giúp ngân hàng có thể nhận diện, đo lường trước được rủi ro có thể xảy ra và có công tác giám sát, kiểm soát chặt chẽ nhằm đảm bảo được sự an toàn cho nguồn vốn cũng như nâng cao được hiệu quả trong hoạt động CVTD của ngân hàng.

Chính sách tín dụng hợp lý giúp cho hoạt động CVTD tăng trưởng hiệu quả và bền vững mà vẫn đảm bảo được kiểm soát được rủi ro ngân hàng. Chính sách tín dụng cần phù hợp với nhu cầu của khách hàng, nhận diện được các khách hàng tiềm năng nhằm đưa ra những ưu đãi, hạn chế cho vay các khách hàng có khả năng mang lại rủi ro cao, bên cạnh đó quy trình CVTD cũng phải phù hợp với quy định chung và chuyên nghiệp hơn, thuận tiện hơn cho khách hàng.

Uy tín của ngân hàng cũng là một chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động cho vay. Uy tín chính là hình ảnh của ngân hàng trong mắt khách hàng, là đánh giá của khách hàng về các hoạt động của ngân hàng. Khách hàng thường lựa chọn những ngân hàng lâu năm có hiệu quả kinh doanh tốt, an toàn và lành mạnh. Hơn nữa, một ngân hàng có uy tín tốt sẽ thu hút được nhiều khách hàng hơn, là tiền đề cho việc huy động những

nguồn vốn lớn đến với ngân hàng với chi phí rẻ hơn và tiết kiệm được thời gian hơn. Từ đó, ngân hàng sẽ có nguồn lực cho hoạt động cho vay nói chung và hoạt động CVTD nói riêng.

Có thể nói rằng, những chỉ tiêu định tính phản ánh hiệu quả của hoạt động cho vay là nhưng là căn cứ một cách khái quát, khó xác định chuẩn mực. Để đánh giá được một cách chính xác hơn thì cần phải dựa trên hệ thống các chỉ tiêu định lượng cụ thể bao gồm các chỉ tiêu liên quan đến hoạt động CVTD của ngân hàng.

1.2.2.2. Các chỉ tiêu định lượng

Bên cạnh các chỉ tiêu định tính thì hiệu quả hoạt động CVTD còn được đánh giá qua các chỉ tiêu định lượng như sau:

Vòng quay vốn CVTD

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

Chỉ tiêu vòng quay vốn CVTD phản ánh số vòng chu chuyển vốn của NHTM đối với khách hàng của hoạt động CVTD, cho biết thời gian thu nợ vay nhanh hay chậm. Hệ số này càng tăng cho thấy tình hình quản lý vốn cho vay tốt, hiệu quả cho vay cao. Ngược lại chỉ số này thấp chứng tỏ có những bất ổn có thể xảy ra trong quá trình thu hồi vốn. Thông qua đó ngân hàng sớm có biện pháp nhắc nhở, đôn đốc khách hàng, kịp thời hạn chế rủi ro có thể xảy ra. Đây cũng là căn cứ để ngân hàng đưa ra quyết định có cho vay trong những lần tiếp theo hay không. Bên cạnh đó, cũng cần xem xét tới một nhân tố là dư nợ bình quân CVTD. Khi dư nợ bình quân thấp làm cho vòng quay vốn tín dụng lớn nhưng lại không phản ánh được chất lượng khoản cho vay là cao bởi nó thể hiện khả năng cho vay kém của ngân hàng.

Doanh số cho vay tiêu dùng

Doanh số CVTD là tổng số tiền mà ngân hàng CVTD trong kỳ, nó phản ánh tất cả các khoản CVTD mà ngân hàng đã phát ra cho vay trong một thời gian nào đó, không kể món vay đó đã thu hồi về hay chưa và phản ánh dung lượng hoạt động cho vay trong kỳ. Đây là chỉ tiêu phản ánh chính xác, tuyệt đối về hoạt động cho vay trong thời gian dài, cho thấy được khả năng hoạt động cho vay qua các năm.

$$\text{Tỷ trọng doanh số CVTD} = \frac{\text{Doanh số CVTD} * 100\%}{\text{Tổng doanh số cho vay}}$$

Dư nợ cho vay tiêu dùng

Dư nợ CVTD là số tiền mà khách hàng đang vay nợ ngân hàng tại một thời điểm. Chỉ tiêu này thường được sử dụng kết hợp với chỉ tiêu doanh số CVTD nhằm phản ánh tình hình hoạt động CVTD của ngân hàng. Dư nợ CVTD càng lớn, tốc độ tăng dư nợ càng nhanh, chứng tỏ ngân hàng có uy tín và dịch vụ cho khách hàng đa dạng, phong

phủ. Và ngược lại dư nợ cho vay tiêu dùng thấp thể hiện ngân hàng không có khả năng mở rộng mạng lưới khách hàng, hoạt động CVTD chưa tốt. Tuy nhiên, không có nghĩa dư nợ càng cao thì hoạt động CVTD càng hiệu quả.

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

Chỉ tiêu này cho thấy các khoản vay tiêu dùng chiếm bao nhiêu phần trăm trong tổng số cho vay của ngân hàng. Chỉ tiêu này lớn nghĩa là ngân hàng có thể mạnh trong hoạt động CVTD, đối tượng khách hàng mà ngân hàng đang hướng tới là các cá nhân và hộ gia đình. Ngược lại, chỉ tiêu này nhỏ thì nó cho thấy tiềm lực trong cho vay tiêu dùng của ngân hàng là thấp, hoặc có thể các khoản CVTD không nằm trong chính sách cho vay của ngân hàng. Tại những ngân hàng như vậy có thể đối tượng khách hàng mà họ hướng tới là những người đến vay nhằm mục đích kinh doanh.

Doanh số thu nợ CVTD

Doanh số thu nợ là tổng số tiền gốc mà ngân hàng thu hồi từ các khoản giải ngân trong một thời gian nhất định.

$$\text{Tỷ trọng doanh số thu nợ CVTD} = \frac{\text{Doanh số thu nợ CVTD} * 100\%}{\text{Tổng doanh số thu nợ}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh trong một thời kỳ nào đó với một doanh số cho vay nhất định thì ngân hàng thu được bao nhiêu đồng doanh số cho vay. Chỉ tiêu này càng cao thì được đánh giá càng tốt, cho thấy công tác thu hồi vốn của ngân hàng càng hiệu quả. Chỉ tiêu này cao cũng phản ánh các khoản CVTD của ngân hàng đạt hiệu quả tốt, khả năng trả nợ của khách hàng ở mức ổn định, rủi ro của ngân hàng giảm.

Tỷ lệ Nợ quá hạn trong CVTD

Nợ quá hạn (NQH) là khoản nợ gốc hay lãi mà khách hàng không trả được khi đến hạn thỏa thuận ghi trên hợp đồng tín dụng.

Tỷ lệ nợ quá hạn trong CVTD là tỷ lệ phần trăm giữa NQH và tổng dư nợ CVTD của ngân hàng ở một thời điểm nhất định, thường là cuối tháng, cuối quý, cuối năm. Tỷ lệ này cho biết tại thời điểm xác định cứ 100 đồng ngân hàng đã cho vay tiêu dùng có bao nhiêu đồng là NQH.

$$\text{Tỷ lệ NQH} = \frac{\text{NQH CVTD} * 100\%}{\text{Tổng dư nợ CVTD}}$$

Đối với ngân hàng, việc khách hàng không trả đúng hạn có thể ảnh hưởng đến tính thanh khoản cũng như hoạt động kinh doanh của ngân hàng, khả năng thu được nợ vay là thấp. Ngân hàng cần có những biện pháp hữu hiệu để giảm thiểu thiệt hại kịp thời như tăng cường công tác đôn đốc khách hàng trả nợ khi đến hạn, tích cực đòi nợ

đã quá hạn cũng như giám sát chặt chẽ tình hình tài chính của khách hàng nhằm giảm thiểu những rủi ro trong cho vay có thể đến. Hiệu quả của hoạt động cho vay cũng được thể hiện một phần thông qua NQH. Tỷ lệ NQH càng cao chứng tỏ ngân hàng đang gặp rủi ro tín dụng và có khả năng mất vốn.

Tỷ lệ nợ xấu trong CVTD

Nợ xấu là những khoản nợ mà khả năng thu hồi rất thấp. Theo Quyết định 493/2005/QĐ-NHNN thì nợ từ nhóm 3 đến nhóm 5 là nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ vào khoảng 2% - 5% là chấp nhận được.

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

Tỷ lệ nợ xấu trong CVTD phản ánh tỷ trọng của nợ xấu trong tổng dư nợ CVTD của ngân hàng, cho biết trong 100 đồng nợ CVTD thì có bao nhiêu đồng là nợ xấu. Tỷ lệ này càng cao càng phản ánh những rủi ro trong cho vay tiêu dùng của ngân hàng lớn. Nợ xấu phản ánh khả năng thu hồi vốn khó khăn của ngân hàng lúc này không còn ở mức độ rủi ro thông thường nữa mà có nguy cơ mất vốn. Có nhiều biện pháp để giải quyết nợ xấu, tùy vào tình hình thực tế của doanh nghiệp mà ngân hàng có thể đưa ra những biện pháp khác nhau từ gia hạn nợ đến phát mại TSĐB.

Tỷ lệ nợ xấu trên nợ quá hạn trong CVTD

Tỷ lệ nợ xấu trên nợ quá hạn trong CVTD cho biết hiện nay trong 100 đồng đang là nợ quá hạn CVTD thì có bao nhiêu đồng là nợ xấu. Nếu tỷ lệ này tăng cao do nợ xấu trong CVTD thì chỉ tiêu này phản ánh khả năng thu hồi nợ khó đòi của ngân hàng tăng, ngân hàng gặp nhiều rủi ro trong hoạt động CVTD, hiệu quả hoạt động CVTD của ngân hàng kém. Nhưng nếu tỷ lệ này tăng do nợ quá hạn trong CVTD giảm thì nó phản ánh hoạt động CVTD của ngân hàng đạt hiệu quả hơn.

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

Tỷ lệ nợ cơ cấu lại (NCCL) thời hạn trả nợ trong CVTD

Khi khách hàng gặp khó khăn trong việc trả lãi vay và gốc vay thì khách hàng có thể yêu cầu ngân hàng xem xét cơ cấu lại khoản vay đó. Việc cơ cấu lại nợ có thể được thực hiện dưới nhiều hình thức khác nhau, bao gồm việc thay đổi kỳ hạn trả nợ, thời gian trả nợ, số lần trả nợ, số tiền trả nợ từng lần...

$$\text{Tỷ lệ NCCL thời hạn trả nợ} = \frac{\text{NCCL thời hạn trả nợ CVTD} * 100\%}{\text{NQH CVTD}}$$

Tỷ lệ NCCL thời hạn trả nợ trong CVTD cho ta biết hiện nay trong 100 đồng nợ quá hạn có bao nhiêu đồng đã được ngân hàng cơ cấu lại thời hạn trả nợ.

Tỷ lệ nợ mất trắng trong CVTD

Các khoản nợ không có khả năng thu hồi được gọi là nợ mất trắng. Tỷ lệ nợ mất trắng trên tổng dư nợ CVTD cho ta biết được hiện nay trong 100 đồng nợ xấu thì có bao nhiêu đồng không thu hồi được.

$$\text{Tỷ lệ nợ mất trắng trong CVTD} = \frac{\text{Nợ mất trắng CVTD} * 100\%}{\text{Nợ xấu CVTD}}$$

Tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro (DPRR) CVTD

Theo điều 2 Quyết định 493/2005/QĐ-NHNN quy định: “Dự phòng rủi ro là khoản tiền được trích lập để dự phòng cho những tổn thất có thể xảy ra do khách hàng của tổ chức tín dụng không thực hiện theo nghĩa vụ cam kết”. Do đó các ngân hàng sử dụng quỹ dự phòng rủi ro nhằm bù đắp khoản nợ quá hạn của khách hàng khi rủi ro xảy ra để không làm ảnh hưởng đến lợi nhuận của ngân hàng. Hiện nay để đánh giá vấn đề trích lập và sử dụng vốn dự phòng, các ngân hàng sử dụng chỉ tiêu sau:

$$\text{Tỷ lệ trích lập DPRR CVTD} = \frac{\text{DPRR CVTD được trích} * 100\%}{\text{Dư nợ CVTD}}$$

Tỷ lệ trích lập DPRR cho vay tiêu dùng cho biết cơ cấu trích lập dự phòng trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng là bao nhiêu. Theo quy định hiện nay nhóm nợ xấu chiếm tỷ trọng càng lớn trong tổng dư nợ cho vay thì các ngân hàng phải trích DPRR càng nhiều. Tỷ lệ này càng cao chứng tỏ rủi ro tín dụng tiềm tàng mà ngân hàng đang đối mặt càng lớn, hiệu quả của hoạt động CVTD càng giảm sút.

Khả năng bù đắp rủi ro đối với các khoản CVTD

Trong nền kinh tế thị trường các NHTM phải hoạt động trong môi trường cạnh tranh gay gắt, chịu sự chi phối lớn của các quy luật cung - cầu, quy luật cạnh tranh... nên phải thường xuyên đối mặt với rủi ro từ mọi phía. Nếu ngân hàng không nắm vững tình hình tài chính, uy tín khả năng thanh toán của đối tác, không am hiểu, không kiểm tra được các thông số kỹ thuật và hiệu quả của dự án mà mình tài trợ thì rủi ro cho vay là điều khó tránh khỏi.

$$\text{Hệ số khả năng bù đắp khoản CVTD} = \frac{\text{DPRR CVTD được trích}}{\text{Nợ đã xử lý}}$$

Nếu hệ số khả năng bù đắp khoản CVTD nhỏ hơn 1 cho biết ngân hàng không đủ khả năng bù đắp rủi ro. Nếu hệ số khả năng bù đắp khoản CVTD bằng 1, chứng tỏ ngân hàng đủ khả năng bù đắp rủi ro trong CVTD. Nếu hệ số khả năng bù đắp khoản CVTD lớn hơn 1, tức là số trích lập DPRR lớn hơn số Dư nợ CVTD đã được xử lý rủi ro.

Thu nhập từ hoạt động CVTD

Khoản vay được đánh giá là có hiệu quả khi khoản vay đó tạo được thu nhập cho ngân hàng. Ngân hàng hoạt động kinh doanh với mục tiêu cuối cùng là lợi nhuận. Hoạt động CVTD có hiệu quả sẽ giúp ngân hàng không chỉ thu về được nguồn vốn ban đầu mà còn thu được lãi nhằm chi trả cho các khoản chi phí và có thêm lợi nhuận.

$$\text{Thu nhập từ CVTD} = \frac{\text{Lãi từ hoạt động CVTD} * 100\%}{\text{Tổng thu nhập}}$$

Chỉ tiêu này phản ánh khả năng sinh lời của khoản CVTD của ngân hàng, nó cho biết tỷ lệ lãi phát sinh từ hoạt động cho vay tiêu dùng trên một đơn vị thu nhập là bao nhiêu.

1.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến việc nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng

Quá trình hình thành và phát triển bất cứ một loại hình dịch vụ nào của ngân hàng cũng đều bị chi phối bởi rất nhiều yếu tố khách quan và chủ quan. Vì vậy, khi đẩy mạnh hiệu quả hoạt động kinh doanh nói chung hay đẩy mạnh hiệu quả hoạt động CVTD nói riêng, các ngân hàng luôn phải nghiên cứu, phân tích các yếu tố ảnh hưởng để có các chiến lược, kế hoạch phù hợp, mang lại hiệu quả cao cho ngân hàng.

1.2.3.1. Các nhân tố chủ quan

Nhóm nhân tố thuộc về ngân hàng

Các chính sách, quy định của ngân hàng: chính sách tín dụng, chính sách chăm sóc khách hàng trước và sau khi cấp tín dụng; các quy định về lãi suất và phí tín dụng; thủ tục xin vay vốn; thời gian thẩm định... Tất cả các yếu tố này đều tác động trực tiếp đến nhu cầu vay vốn của khách hàng.

Nguồn nhân lực của ngân hàng: Nguồn nhân lực của ngân hàng đại diện cho hình ảnh của ngân hàng trong mắt khách hàng. Một ngân hàng có nhân viên với trình độ cao và cung cách phục vụ chu đáo, tận tình là một lợi thế trong cạnh tranh, vì nó có thể tăng cường khả năng thu hút khách hàng, nâng cao vị thế của ngân hàng. Ngoài ra, đội ngũ nhân viên tín dụng được đào tạo chuyên nghiệp có ảnh hưởng trực tiếp đến cho vay tiêu dùng, giúp ngân hàng giảm thiểu được rủi ro khi cho vay, thông qua việc họ là người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng, thẩm định khách hàng cũng như giám sát toàn bộ quá trình sử dụng vốn của khách hàng.

Trình độ khoa học công nghệ của ngân hàng: Một ngân hàng được trang bị các công nghệ hiện đại sẽ giúp cho hoạt động kinh doanh hiệu quả hơn. Ngân hàng có thể quản lý khách hàng dễ dàng hơn, tiết kiệm được nhân công cũng như chi phí quản lý. Ngoài ra, việc nâng cao công nghệ có thể tăng tiện ích cho khách hàng, ngân hàng đưa sản phẩm đến với khách hàng thuận tiện hơn và các dịch vụ của họ sẽ được biết đến nhiều hơn.

Chất lượng công tác thẩm định: Thẩm định là khâu phân tích trước khi cấp tín dụng của quy trình tín dụng. Đây là bước quan trọng nhất, quyết định chất lượng của phân tích tín dụng mà nội dung chủ yếu là thu thập và xử lý các thông tin liên quan đến khách hàng và đánh giá thông tin về khả năng hoàn trả của khách hàng, tính khả thi của dự án, thẩm định TSDB.... Trong hoạt động CVTD thì công tác này càng có ảnh hưởng rất lớn đến hiệu quả của khoản vay, khi mà các khách hàng của CVTD thường là những khách hàng nhỏ lẻ và khó tìm kiếm thông tin. Việc thẩm định không tiến hành đúng trình tự theo quy trình tín dụng, sẽ gây đến các rủi ro cho ngân hàng..

Hoạt động kiểm tra, kiểm soát nội bộ: Kiểm tra và kiểm soát là khâu sau khi giải ngân, giúp ngân hàng có những thông tin về tình hình sử dụng vốn của khách hàng. Việc thực hiện công tác kiểm tra, kiểm soát chặt chẽ giúp ngân hàng quản lý các hoạt động của khách hàng theo những quy định, điều lệ nhất định từ đó nhanh chóng phát hiện sai phạm của khách hàng và đưa ra những giải pháp giúp đảm bảo an toàn, hiệu quả trong hoạt động cho vay và tăng lợi nhuận cho ngân hàng.

Công tác tổ chức của ngân hàng: Đây là yếu tố không trực tiếp ảnh hưởng tới chất lượng cho vay nhưng nếu công tác tổ chức hoạt động của ngân hàng không khoa học, không có sự phối hợp hoạt động giữa các phòng ban thì hoạt động kinh doanh của ngân hàng nói chung và của hoạt động CVTD nói riêng sẽ không có được kết quả tốt.

Uy tín của ngân hàng: Đó là hình ảnh của ngân hàng trong lòng khách hàng, là niềm tin của khách hàng đối với ngân hàng. Uy tín của mỗi ngân hàng được xây dựng và hình thành trong cả một quá trình lâu dài. Những ngân hàng có uy tín luôn chiếm được lòng tin của các khách hàng là tiền đề cho việc đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay của ngân hàng.

Nhóm nhân tố thuộc về khách hàng

Khả năng tài chính của khách hàng: Đây là điều kiện hàng đầu mà ngân hàng cần xem xét, đánh giá trước khi đưa ra quyết định cho vay. Do các khoản vay tiêu dùng có độ rủi ro cao nên ngân hàng luôn chú trọng đến công tác thẩm định năng lực tài chính của khách hàng, nhằm đảm bảo nguồn trả nợ của khách hàng trong tương lai, đảm bảo an toàn trong công tác CVTD. Ngân hàng luôn cố gắng thu hút được các khách hàng tiềm năng, có thu nhập cao và ổn định, cung cấp cho họ sản phẩm phù hợp nhất, từ đó đảm bảo được hiệu quả trong hoạt động CVTD.

Đạo đức khách hàng: một trong những rủi ro mà ngân hàng rất hay gặp trong hoạt động cho vay, đặc biệt là trong CVTD là vấn đề đạo đức của khách hàng. Việc thu thập thông tin, đánh giá đạo đức của các cá nhân và hộ gia đình có nhu cầu sử dụng dịch vụ CVTD là rất khó khăn đối với ngân hàng. Ngân hàng thông thường hạn chế số tiền cho vay đối với những khách hàng mới, chưa có quan hệ với ngân hàng. Nếu người đi vay chứng minh được phẩm chất đạo đức tốt, tạo được sự tin cậy đối với

ngân hàng, họ sẽ có cơ hội vay được số tiền lớn hơn, đồng nghĩa với việc góp phần đẩy mạnh hiệu quả hoạt động CVTD đối với ngân hàng.

Tài sản đảm bảo: Để hạn chế tối đa rủi ro có thể xảy ra, giá trị TSĐB là cơ sở để ngân hàng đưa ra hạn mức tín dụng cho từng món vay, do đó nó quyết định doanh số cho vay của ngân hàng. Việc định giá TSĐB đúng mức, hợp lý là yêu cầu quan trọng khi xác định số tiền cho vay nhằm đảm bảo độ an toàn, thu nhập của ngân hàng cũng như thỏa mãn tốt nhất nhu cầu khách hàng.

Xu hướng tiêu dùng của khách hàng: Đây chính là căn cứ để ngân hàng thực hiện phát triển sản phẩm dịch vụ, một trong những biện pháp đẩy mạnh CVTD. Khách hàng càng có xu hướng tiêu dùng các hàng hóa đắt tiền, nhu cầu vay tiêu dùng càng tăng, ngân hàng càng có điều kiện đẩy mạnh CVTD. Những thay đổi lớn trong xu hướng tiêu dùng của khách hàng có thể tác động tích cực hay tiêu cực đến hoạt động CVTD. Do đó các cán bộ tín dụng ngân hàng phải luôn nghiên cứu tìm hiểu thị hiếu, xu hướng tiêu dùng của khách hàng để có những điều chỉnh, thay đổi hình thức cùng như phát triển các sản phẩm cho vay mới cho phù hợp.

1.2.3.2. Các nhân tố khách quan

Môi trường kinh tế

Hoạt động cho vay của NHTM chung và hoạt động CVTD nói riêng chịu sự chi phối rất lớn của nền kinh tế. Một môi trường kinh tế phát triển và ổn định có thể tạo điều kiện thúc đẩy mở rộng quy mô cho vay, hiệu quả hoạt động cho vay cũng được nâng cao hơn. Nếu nền kinh tế đang trong giai đoạn phát triển, tăng trưởng tốt, ổn định chính trị đất nước, không có chiến tranh thì nhu cầu về vốn vay tiêu dùng của cá nhân và hộ gia đình sẽ tăng lên. Người tiêu dùng sẽ yên tâm về mức thu nhập của họ và như vậy thì khả năng người tiêu dùng phát sinh nhu cầu tiêu dùng lớn hơn, hoạt động cho vay tiêu dùng cũng có cơ hội phát triển hơn. Ngược lại, nền kinh tế kém phát triển, lạm phát tăng cao, tình hình chính trị không ổn định thì sẽ làm cho nhu cầu tiêu dùng của cá nhân, hộ gia đình chỉ dừng lại ở mức vừa đủ và sẽ làm cho hoạt động CVTD của các NHTM kém phát triển. Ngoài ra, nền kinh tế có những biến động bất ngờ như lạm phát cao, lãi suất thực giảm, tỷ giá thay đổi... sẽ làm cho hoạt động của ngân hàng không ổn định và xuất hiện nhiều rủi ro. Chính vì thế, các ngân hàng phải làm tốt khả năng dự báo và khả năng thích ứng nhanh khi có sự biến động nhằm đảm bảo hiệu quả hoạt động CVTD.

Môi trường pháp luật

Các hoạt động trong xã hội đều bị chi phối bởi luật pháp mà Nhà nước đã đề ra. Trong hoạt động CVTD cũng vậy, cả ngân hàng và khách hàng đều phải tuân thủ đúng theo quy định của Ngân hàng Nhà nước. Một hệ thống pháp lý ổn định, đầy đủ, đồng bộ, linh hoạt và rõ ràng sẽ là cơ sở giúp ngân hàng xây dựng được kế hoạch kinh

doanh hiệu quả, đảm bảo một môi trường cạnh tranh lành mạnh, tạo một sân chơi bình đẳng giữa các NHTM với nhau. Bên cạnh đó, những chính sách của Nhà nước, đặc biệt là chính sách về kinh tế cũng tác động không nhỏ đến hoạt động CVTD của các NHTM.

Môi trường văn hóa xã hội

Môi trường văn hóa xã hội bao gồm các yếu tố như phong tục tập quán, thói quen sử dụng các dịch vụ ngân hàng, tỷ lệ tiết kiệm, trình độ dân trí, thị hiếu của dân cư... Đó đều là những yếu tố ảnh hưởng trực tiếp tới hành vi và nhu cầu của khách hàng đối với hoạt động CVTD của ngân hàng. Cụ thể, trong một môi trường mà người dân có thói quen chi tiêu nhiều hơn tiết kiệm hay có xu hướng tiêu dùng các hàng hóa giá trị cao, dịch vụ CVTD có điều kiện được mở rộng. Hoặc trong một xã hội có trình độ dân trí cao, người dân dễ dàng tiếp cận với công nghệ ngân hàng, dễ dàng đón nhận các dịch vụ của ngân hàng. Vấn đề tâm lý của người dân cũng ảnh hưởng rất lớn đến hành vi và nhu cầu của họ về các sản phẩm ngân hàng. Nghiên cứu các yếu tố văn hóa xã hội không những để xác định rõ các tác động của chúng tới hành vi sử dụng dịch vụ ngân hàng và lựa chọn ngân hàng của khách hàng vay tiêu dùng mà còn giúp các cán bộ ngân hàng có cách thức hành xử phù hợp trong giao tiếp với khách hàng.

Đối thủ cạnh tranh của ngân hàng

Hiện nay khi mà hoạt động cho vay doanh nghiệp đang gặp nhiều khó khăn thì việc các NHTM bắt đầu chú trọng đến hoạt động CVTD là điều tất yếu. Trong môi trường đầy tính cạnh tranh thì các ngân hàng đã nói lòng cơ chế tín dụng hơn song song với đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ CVTD của mình để đáp ứng được nhu cầu ngày càng tăng khách hàng. Ngoài ra tìm hiểu đối thủ cạnh tranh để có các chiến lược kinh doanh hợp lý cũng là việc ngân hàng phải làm để có thể đứng vững và phát triển.

TỔNG KẾT CHƯƠNG 1

Toàn bộ chương 1 là những lý luận cơ bản về cho vay nói chung, cho vay tiêu dùng nói riêng và đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng trong ngân hàng thương mại. Từ những vấn đề mang tính khái quát về cho vay tiêu dùng đến những vấn đề cụ thể như: Khái niệm, đối tượng, đặc điểm, vai trò của cho vay tiêu dùng hay các qui trình, phương thức, phân loại cho vay tiêu dùng. Bên cạnh đó, chương 1 cũng là cơ sở lý luận đưa ra cách thức nghiên cứu thực trạng hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng sẽ được trình bày trong chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH HÀ NỘI

2.1. Tổng quan về Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

Tên ngân hàng: NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI SÀI GÒN THƯƠNG TÍN

Tên tiếng Anh: SAI GON THUONG TIN COMMERCIAL JOINT STOCK
BANK

Tên viết tắt: SACOMBANK

Vốn điều lệ: 10.739.676.640.000 đồng (31/12/2012)

Trụ sở chính: 266 - 268 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh

Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín (Sai Gon Commercial Joint Stock Bank), tên viết tắt là SACOMBANK được thành lập năm 1992 theo Quyết định thành lập số 05/GP - UB của Ủy ban Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh.

Ngày 5/12/1992, Ngân hàng chính thức đi vào hoạt động theo Giấy phép số 0006/GP-NH của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam với số vốn điều lệ là 3 tỷ đồng.

Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín (Sacombank) thành lập trên cơ sở chuyển thể và sáp nhập từ Ngân hàng Phát triển Kinh tế Gò Vấp và 3 hợp tác xã tín dụng (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 hoạt động chủ yếu tại các quận vùng ven Thành phố Hồ Chí Minh. Đến nay, trải qua hơn 20 năm xây dựng và hoạt động, Sacombank đã vươn lên dẫn đầu khối ngân hàng TMCP tại Việt Nam về tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 64%/năm. Với số vốn điều lệ khi thành lập chỉ có 3 tỷ đồng, chủ yếu là từ vốn góp của các cổ đông sáng lập, đến thời điểm 31/12/2012, mức vốn điều lệ đã tăng vào khoảng 10.740 tỷ đồng.

Với dịch vụ và sản phẩm đa dạng, Sacombank đã phát triển lớn mạnh theo mô hình Ngân hàng bán lẻ với một mạng lưới hoạt động rộng khắp cả nước và mở rộng sang các nước Đông Dương gồm 416 điểm giao dịch, trong đó có 72 Chi nhánh/Sở Giao dịch, 336 Phòng giao dịch, 1 quỹ tiết kiệm trong nước; 1 chi nhánh, 1 phòng giao dịch tại Lào và 1 Ngân hàng con, 4 chi nhánh tại Campuchia.

Cùng với những nỗ lực phát triển không ngừng cả về sản phẩm lẫn nâng cao chất lượng dịch vụ, Sacombank đã và đang giữ vững được niềm tin của khách hàng, đóng góp tích cực trong công cuộc xây dựng và phát triển đất nước. Sacombank luôn được NHNN xếp hạng A và liên tục đạt các giải thưởng lớn trong và ngoài nước như Ngân hàng tốt nhất Việt Nam, Ngân hàng có dịch vụ ngoại hối tốt nhất Việt Nam, Ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam,...

Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội (Sacombank - Hà Nội) được thành lập và hoạt động từ năm 1994, là một trong những Chi nhánh lớn trực thuộc Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín; với mục đích ban đầu là xây dựng hình ảnh trung của Sacombank tại Hà Nội và góp phần mở đường cho việc hình thành thói quen không dùng tiền mặt trong thanh toán giữa hai đô thị lớn nhất Việt Nam, đồng thời tạo nền tảng cho Sacombank mở rộng mạng lưới hoạt động khắp cả nước. Hoạt động chủ yếu của Sacombank - Hà Nội trong những năm đầu là phát hành kỳ phiếu để huy động vốn nhân rồi của các tổ chức kinh tế và dân cư, đồng thời triển khai dịch vụ chuyển tiền nhanh giữa Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội. Đến nay, sau gần 20 năm hoạt động, Sacombank - Hà Nội đã phát triển nhiều sản phẩm dịch vụ ngân hàng đa dạng như: Huy động tiền gửi tiết kiệm, nhận vốn ủy thác đầu tư, cấp tín dụng cho khách hàng cá nhân và doanh nghiệp, dịch vụ thanh toán quốc tế, tài trợ xuất nhập khẩu, cung cấp dịch vụ bảo lãnh, dịch vụ kiều hối, thanh toán nội địa, dịch vụ ngân quỹ, chi trả lương qua tài khoản, tư vấn tài chính và nhiều các hoạt động dịch vụ khác.

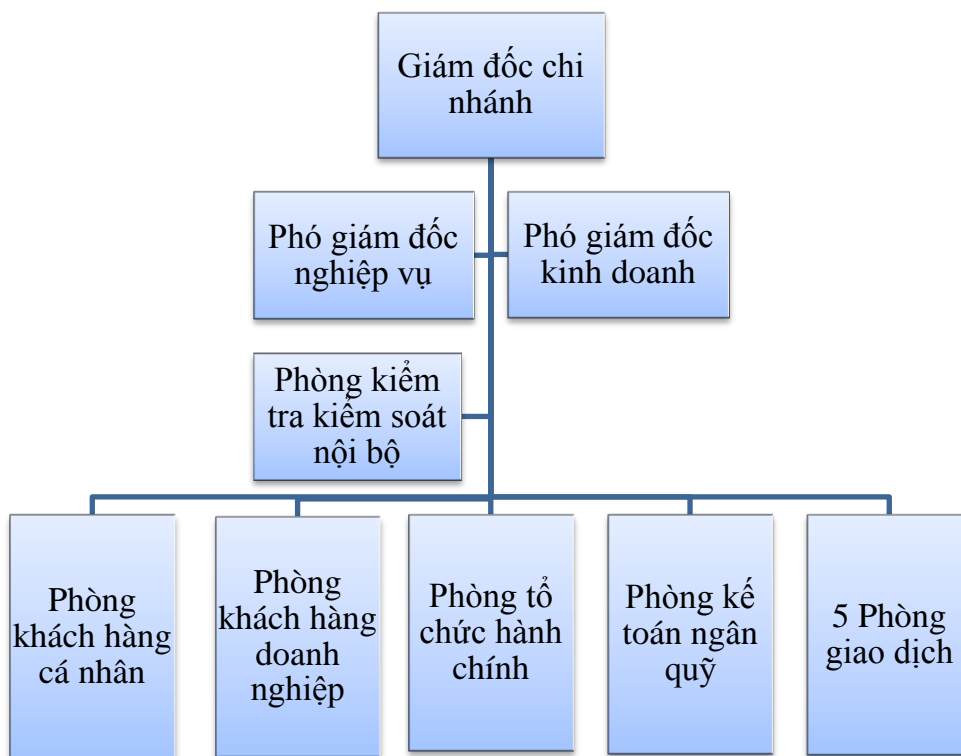
Trụ sở chính của Sacombank - Hà Nội được đặt tại 65 Ngô Thì Nhậm, Quận Hai Bà Trưng, Thành phố Hà Nội. Hiện nay, hệ thống mạng lưới hoạt động của Chi nhánh ngày càng được mở rộng với 5 Phòng giao dịch trực thuộc đó là: Phòng giao dịch Chợ Mơ, Phòng giao dịch Bách Khoa, Phòng giao dịch Kim Ngưu, Phòng giao dịch Lĩnh Nam và Phòng giao dịch Hà Thành với tổng số nhân sự toàn Chi nhánh là trên 300 người.

Hoạt động của Sacombank - Hà Nội luôn đặt dưới sự giám sát chặt chẽ của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín. Dưới sự lãnh đạo của các cấp ủy Đảng, chính quyền cùng ngân hàng cấp trên, cộng với những nỗ lực không mệt mỏi của tập thể cán bộ công nhân viên, Chi nhánh đã phát huy tiềm lực sẵn có của mình, tổ chức hoạt động kinh doanh tốt, tạo dựng uy tín và hình ảnh đẹp trong lòng mỗi khách hàng. Các sản phẩm và dịch vụ vô cùng đa dạng với công nghệ hiện đại và chất lượng dịch vụ không ngừng được nâng cao. Bên cạnh đó, Chi nhánh còn luôn bám sát mở rộng thị trường và tăng cường năng lực cán bộ công nhân viên, dần chiếm lĩnh được thị trường tài chính ngân hàng sôi động và đầy thách thức trong khu vực địa bàn hoạt động của Chi nhánh tại Hà Nội nói chung và đặc biệt tại các địa bàn xung quanh trụ sở của Chi nhánh nói riêng, thu hút ngày càng nhiều khách hàng trong và ngoài nước, trở thành một trong những Chi nhánh đem lại lợi nhuận cao nhất cho hệ thống Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức

Dưới đây là sơ đồ bộ máy tổ chức hoạt động của Sacombank - Hà Nội.

Sơ đồ 2.1. Tổ chức bộ máy hoạt động của Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội



(Nguồn: Phòng tổ chức hành chính)

Sacombank - Hà Nội hoạt động dưới sự điều hành của Ban lãnh đạo gồm một Giám đốc và hai Phó giám đốc phụ trách các phòng ban và giúp việc cho Giám đốc. Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận bộ máy tổ chức hoạt động của Chi nhánh như sau:

Ban giám đốc

Giám đốc Chi nhánh là người đứng đầu thực hiện nhiệm vụ, quyền hạn của mình theo quy định của Pháp luật và Ngân hàng cấp trên. Chịu trách nhiệm về toàn bộ hoạt động điều hành kinh doanh của Chi nhánh. Giám đốc phân công, ủy quyền cho các Phó giám đốc giải quyết và ký một số văn bản về những vấn đề thuộc thẩm quyền của mình. Ban giám đốc điều hành công việc theo chương trình, kế hoạch mà Ngân hàng cấp trên đã đề ra. Phó giám đốc là người hỗ trợ Giám đốc, phụ trách điều hành một số nghiệp vụ hoạt động kinh doanh của Chi nhánh và phải chịu trách nhiệm trước Giám đốc, trước Pháp luật về việc thực hiện nghiệp vụ được phân công.

Phòng khách hàng cá nhân

Là phòng nghiệp vụ trực tiếp giao dịch với khách hàng cá nhân, có nhiệm vụ khai thác vốn bằng VNĐ và ngoại tệ; thực hiện các nghiệp vụ liên quan đến tín dụng, quản lý các sản phẩm tín dụng phù hợp với chế độ, thể lệ hiện hành và hướng dẫn của ngân hàng Sacombank; trực tiếp quảng cáo, tiếp thị, giới thiệu và bán các sản phẩm dịch vụ ngân hàng cho khách hàng cá nhân. Phòng khách hàng cá nhân có nhiệm vụ chủ yếu:

- Thực hiện tiếp thị, hỗ trợ, chăm sóc khách hàng, tư vấn cho khách hàng về các sản phẩm, dịch vụ của Sacombank - Hà Nội: Tín dụng, đầu tư, chuyển tiền, mua bán ngoại tệ, thanh toán quốc tế, thẻ...; làm đầu mối bán các sản phẩm dịch vụ của Sacombank - Hà Nội đến khách hàng cá nhân.

- Thẩm định, xác định, quản lý các giới hạn tín dụng cho khách hàng cá nhân có nhu cầu giao dịch về tín dụng và tài trợ thương mại; trình cấp có thẩm quyền quyết định theo quy định của Sacombank.

Phòng khách hàng doanh nghiệp

Là phòng nghiệp vụ trực tiếp giao dịch với khách hàng là doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp vừa và nhỏ, để khai thác nguồn vốn bằng VNĐ và ngoại tệ; thực hiện tiếp thị, hỗ trợ, chăm sóc khách hàng, tư vấn cho khách hàng về các sản phẩm, dịch vụ của Sacombank - Hà Nội như: Tín dụng, đầu tư, chuyển tiền, mua bán ngoại tệ, thanh toán quốc tế, thẻ...; làm đầu mối bán các sản phẩm dịch vụ của Sacombank đến khách hàng là các doanh nghiệp. Ngoài ra, phòng khách hàng doanh nghiệp còn có nhiệm vụ nghiên cứu đưa ra các đề xuất về cải thiện sản phẩm, dịch vụ hiện có, cung cấp các sản phẩm dịch vụ mới phục vụ khách hàng doanh nghiệp; thực hiện nghiệp vụ tín dụng và xử lý giao dịch; quản lý các khoản tín dụng đã được cấp, quản lý TSDB theo quy định của Sacombank; thực hiện nghiệp vụ kinh doanh xuất nhập khẩu theo hạn mức được cấp; thực hiện nghiệp vụ về mua bán ngoại tệ...

Phòng giao dịch

Hiện nay chi nhánh Hà Nội có năm phòng giao dịch trực thuộc chi nhánh là: Phòng giao dịch Chợ Mơ, Phòng giao dịch Bách Khoa, Phòng giao dịch Kim Ngưu, Phòng giao dịch Lĩnh Nam và Phòng giao dịch Hà Thành. Các phòng giao dịch chịu trách nhiệm xử lý các giao dịch đối với khách hàng là cá nhân và các tổ chức kinh tế như sau: Mở tài khoản tiền gửi, tiền vay cho khách hàng, chịu trách nhiệm xử lý các yêu cầu của khách hàng về tài khoản hiện tại và tài khoản mới; thực hiện các giao dịch nhận tiền gửi và rút tiền bằng nội - ngoại tệ của khách hàng; thực hiện cho vay, phát hành bảo lãnh trong phạm vi uỷ quyền của giám đốc; thực hiện thu nợ theo quy định; xử lý gia hạn nợ, đôn đốc khách hàng trả nợ (gốc, lãi) đúng hạn, chuyển nợ quá hạn, thực hiện các biện pháp thu nợ...

Phòng kế toán - ngân quỹ

Phòng kế toán - ngân quỹ của Chi nhánh chịu trách nhiệm thực hiện các công việc như: Quản lý và thực hiện công tác hoạch toán chi tiết, kế toán tổng hợp; thực hiện công tác hậu kiểm đối với hoạt động kế toán của Chi nhánh; thực hiện nhiệm vụ quản lý, giám sát tài chính: Phối hợp với các phòng ban xây dựng và trình các kế hoạch tài chính; theo dõi, quản lý tài sản, công cụ lao động, văn phòng phẩm, ấn chỉ.. Ngoài ra, phòng còn chịu trách nhiệm về tính đúng đắn, chính xác, kịp thời, hợp lý,

trung thực của số liệu kế toán, báo cáo tài chính, báo cáo kế toán; quản lý an toàn tiền tệ kho quỹ theo đúng quy định của NHNN và Sacombank; thực hiện ứng tiền và thu tiền cho các phòng giao dịch trong và ngoài quầy ATM theo ủy quyền kịp thời, chính xác, đúng chế độ quy định; thu chi tiền mặt có giá trị giao dịch lớn, tổ chức hành chính thực hiện điều chuyển tiền giữa quỹ nghiệp vụ của Chi nhánh với NHNN và các ngân hàng trực thuộc Sacombank trên địa bàn,...

Phòng tổ chức hành chính

Là phòng thực hiện công tác quản trị và văn phòng phục vụ kinh doanh tại Chi nhánh, thực hiện công tác an ninh, an toàn Chi nhánh. Phòng tổ chức hành chính có những nhiệm vụ chính sau: Thực hiện quy định của nhà nước và của Sacombank có liên quan đến chính sách cán bộ về tiền lương, bảo hiểm xã hội...; thực hiện quản lý lao động, tuyển dụng lao động, điều động và sắp xếp cán bộ phù hợp với năng lực, trình độ và yêu cầu của nhiệm vụ kinh doanh theo thẩm quyền của Ngân hàng; thực hiện bồi dưỡng, quy hoạch cán bộ lãnh đạo của Chi nhánh và xây dựng kế hoạch và tổ chức đào tạo nâng cao trình độ về mọi mặt của cán bộ nhân viên của Chi nhánh; thực hiện kiểm tra thường xuyên tuân thủ quy chế, nội quy của Sacombank.

Phòng kiểm tra kiểm soát nội bộ

Phòng kiểm tra kiểm soát nội bộ có trách nhiệm: Kiểm tra công tác điều hành của Chi nhánh và các đơn vị trực thuộc theo nghị quyết và chỉ đạo của Sacombank; kiểm tra, giám sát việc chấp hành các quy định nghiệp vụ kinh doanh theo quy định của pháp luật và NHNN, đảm bảo an toàn trong hoạt động tiền tệ, tín dụng và dịch vụ của Chi nhánh; kiểm tra độ chính xác của báo cáo tài chính, báo cáo cân đối kế toán và giải quyết đơn thư khiếu nại, tố cáo liên quan đến hoạt động của Chi nhánh.

2.1.3. Các sản phẩm dịch vụ

Với mục tiêu phấn đấu trở thành ngân hàng bán lẻ đa năng, hiện đại và với phương châm “mang lại giá trị cao nhất cho khách hàng”, Sacombank - Hà Nội không ngừng bổ sung, phát triển hệ thống sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng phong phú hơn bao giờ hết.

Hoạt động huy động vốn: Sacombank - Hà Nội nhận tiền gửi không kỳ hạn, có kỳ hạn bằng VNĐ và ngoại tệ của các tổ chức kinh tế và dân cư; nhận tiền gửi tiết kiệm với nhiều hình thức phong phú và hấp dẫn: Tiết kiệm không kỳ hạn và có kỳ hạn bằng VNĐ và ngoại tệ, tiết kiệm dự thưởng, tiết kiệm tích lũy, tiết kiệm bậc thang...

Hoạt động cho vay, đầu tư: Sacombank - Hà Nội cung cấp các sản phẩm đa dạng bao gồm cho vay ngắn hạn, trung hạn, dài hạn bằng VNĐ và ngoại tệ; tài trợ xuất - nhập khẩu, chiết khấu bộ chứng từ hàng xuất; đồng tài trợ và cho vay hợp vốn đối với những dự án lớn, thời gian hoàn vốn dài; thấu chi, cho vay tiêu dùng; đầu tư trên thị trường vốn, thị trường tiền tệ trong nước và quốc tế. Ngoài ra, Chi nhánh còn có

các dịch vụ liên quan đến hoạt động bảo lãnh: Bảo lãnh, tái bảo lãnh (trong nước và quốc tế); bảo lãnh dự thầu; bảo lãnh thực hiện hợp đồng; bảo lãnh thanh toán.

Hoạt động thanh toán quốc tế và tài trợ thương mại: Hiện nay, Sacombank - Hà Nội cung cấp các dịch vụ cho khách hàng như : Phát hành, thanh toán thư tín dụng nhập khẩu; thông báo, xác nhận, thanh toán thư tín dụng nhập khẩu; nhờ thu xuất - nhập khẩu; chuyển tiền trong nước và quốc tế; chuyển tiền nhanh Western Union; thanh toán ủy nhiệm thu, ủy nhiệm chi, séc; chi trả lương cho doanh nghiệp qua tài khoản...

Hoạt động ngân quỹ: Mua bán ngoại tệ, mua bán các chứng từ có giá (trái phiếu chính phủ, tín phiếu kho bạc, thương phiếu), thu và chi hộ tiền mặt VNĐ và ngoại tệ.

Hoạt động Thẻ và Ngân hàng điện tử: Phát hành và thanh toán thẻ tín dụng nội địa, thẻ tín dụng quốc tế (Visa, mastercard...), thẻ thanh toán (Passport Plus, Visa Debit Classic, Visa debit Gold, Visa debit Platium Imperial, UnionPay), thẻ trả trước (Visa Lucky Gift, Visa All for you, UnionPay, thẻ quà tặng Parkson, thẻ quà tặng Citimart...), dịch vụ thẻ ATM, thẻ tiền mặt, Internet Banking, Phone Banking, SMS Banking...

2.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội

2.2.1. Hoạt động huy động vốn

Hoạt động huy động vốn là hoạt động cơ bản nhất và tạo tiền đề cho các hoạt động khác của ngân hàng. Giai đoạn 2010-2012 là giai đoạn khó khăn của các ngân hàng nói chung và Sacombank - Hà Nội nói riêng khi mà nền kinh tế vĩ mô đầy bất ổn, lạm phát tăng cao song song với sự cạnh tranh gay gắt giữa các ngân hàng. Trước tình hình đó, Sacombank - Hà Nội đã xác định được tầm quan trọng của nguồn vốn trong kinh doanh đồng thời nhận định mục tiêu đẩy mạnh công tác huy động vốn là mục tiêu hàng đầu, và nỗ lực thực hiện các chính sách nhằm thu hút nguồn vốn huy động từ khách hàng.

Xét về quy mô

Tình hình huy động vốn của Sacombank - Hà Nội không ngừng tăng trưởng qua các năm 2010, 2011, 2012. Theo bảng 2.1, năm 2010, tổng nguồn vốn huy động của Chi nhánh đạt 3.366,42 tỷ đồng. Sang đến năm 2011, con số này là 3.703,86 tỷ đồng, tăng hơn 10% so với năm 2010. Đây là tốc độ tăng trưởng tương đối thấp do trong năm 2011, nền kinh tế vĩ mô trong nước đầy bất ổn do chịu sự ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng, tỉ lệ lạm phát lên đến 18,6% (theo bbc.co.uk), VNĐ liên tục bị mất giá, thị trường vàng thế giới liên tục tăng giá làm ảnh hưởng nhiều đến việc huy động vốn của hầu hết các ngân hàng, việc huy động vốn của Chi nhánh cũng chịu sự ảnh hưởng.

Tuy nhiên, Chi nhánh đã kịp thời đưa ra những chính sách phù hợp, điều chỉnh lãi suất, bám sát mục tiêu phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn, làm tốt công tác phục vụ khách hàng cũng như tăng cường công tác quảng bá thương hiệu đối với khách hàng. Hơn nữa, Chi nhánh còn nỗ lực hết mình, triệt để khai thác các nguồn vốn khác nhau, từ những khoản tiền gửi tiết kiệm đến những khoản tiền gửi thanh toán của khách hàng; từ việc nâng cao chất lượng dịch vụ đến việc mở rộng các địa điểm, các phòng giao dịch trên địa bàn Thành phố Hà Nội để thuận lợi cho việc giao dịch và thanh toán của khách hàng;... Chính vì vậy trong năm 2012 nguồn vốn huy động của Sacombank - Hà Nội đạt 4.713 tỷ đồng, tỷ lệ tăng trưởng đạt 27,25% so với năm 2011, đây là một con số khả quan. Chi nhánh cần tiếp tục phát huy những kết quả đã đạt được và đưa ra các chính sách cũng như các hoạt động thiết thực hơn nữa nhằm đẩy mạnh hơn nữa hoạt động huy động vốn.

Xét về cơ cấu nguồn vốn huy động

Theo kì hạn tiền gửi

Nguồn vốn huy động tại Sacombank - Hà Nội chia theo kì hạn gồm có 3 hình thức: tiền gửi không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn < 12 tháng, tiền gửi có kỳ hạn \geq 12 tháng. Nhìn vào bảng 2.1, ta có thể thấy tiền gửi có kỳ hạn < 12 tháng trong giai đoạn 2010 - 2012 chiếm tỷ trọng chủ yếu trong nguồn vốn huy động của Chi nhánh. Năm 2010, tiền gửi có kỳ hạn < 12 tháng chiếm 62,97% trong tổng nguồn vốn huy động, sang đến năm 2011 tỷ trọng này tăng lên là 64,18%. Không những tăng về tỷ trọng mà loại tiền gửi này còn tăng về số tuyệt đối. Năm 2011 tiền gửi có kỳ hạn < 12 tháng tăng 257,52 tỷ đồng tương ứng 12,15% so với năm 2010. Sự tăng trưởng nguồn vốn huy động ngắn hạn này là do trong năm 2011, cuộc chạy đua lãi suất huy động giữa các ngân hàng diễn ra, lãi suất tăng cao thu hút các khách hàng gửi tiền vào ngân hàng. Mặc dù sang đến năm 2012, nhà nước đã đưa ra các chính sách nhằm ổn định lãi suất, song nguồn vốn ngắn hạn vẫn tăng 912,85 tỷ đồng tương ứng với mức tăng 38,40% so với năm 2011 và chiếm tỷ trọng 69,81%. Những kết quả đáng khả quan trên là một sự nỗ lực của Chi nhánh vì không ngừng đổi mới các sản phẩm nhận tiền gửi tiết kiệm ngắn hạn với mức lãi suất ưu đãi hơn và đưa ra nhiều dịch vụ hấp dẫn hơn. Một mặt khác cũng do các doanh nghiệp chuyển từ gửi tiền không kì hạn sang có kì hạn với thời hạn ngắn để được hưởng lãi suất cao hơn. Nguồn vốn ngắn hạn tăng giúp cho khả năng thanh toán ngắn hạn của Chi nhánh được đảm bảo hơn, và chứng tỏ uy tín ngày càng được nâng cao, khách hàng biết đến Chi nhánh nhiều hơn.

Bảng 2.1. Tình hình hoạt động huy động vốn tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012		Chênh lệch			
							2011/2010		2012/2011	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền tăng (+) giảm (-)	Đạt tỷ lệ (%)	Số tiền tăng (+) giảm (-)	Đạt tỷ lệ (%)
Tổng NV huy động	3.366,42	100	3.703,86	100	4.713	100	337,44	10,02	1.009,14	27,25
I. TG theo kỳ hạn										
1. Không kỳ hạn	908,93	27,01	933	25,19	947,63	20,11	24,07	2,65	14,63	1,57
2. TG < 12 tháng	2.119,85	62,97	2.377,37	64,18	3.290,22	69,81	257,52	12,15	912,85	38,40
3. TG >= 12 tháng	337,64	10,02	393,49	10,63	475,15	10,08	55,58	16,54	81,66	20,75
II. TG theo thành phần KT										
1. TG của tổ chức kinh tế	1.851,53	55	2.104,83	56,83	2.856,6	60,6	253,30	13,68	751,77	35,72
2. TG của cá nhân	1.514,89	45	1599,03	43,17	1.856,4	39,4	84,14	5,55	257,37	16,10
III. Theo loại tiền gửi										
1. VND	2.827,84	84	3.152,67	85,11	4.147,44	88	324,83	11,49	994,77	31,55
2. Ngoại tệ (quy đổi)	538,58	16	551,19	14,89	565,56	12	12,61	2,34	14,37	2,61

(Nguồn: Báo cáo tài chính Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội giai đoạn 2010-2012)

Tuy nhiên đây cũng là điều đáng lo ngại đối với Chi nhánh bởi nguồn vốn trung và dài hạn có tỷ trọng thấp sẽ khó có thể đảm bảo tài trợ cho các khoản cho vay trung và dài hạn, như vậy Chi nhánh sẽ phải dùng các nguồn ngắn hạn để tài trợ cho các khoản vay trung và dài hạn làm cho khả năng thanh khoản của Chi nhánh gặp khó khăn. Do vậy Chi nhánh cần có các biện pháp để chuyển dịch tỷ trọng của nguồn vốn ngắn hạn và dài hạn một cách hợp lý.

Nắm giữ tỷ trọng cao thứ 2 sau tiền gửi kì hạn dưới 12 tháng là tiền gửi thanh toán với tỷ trọng dao động trong khoảng từ 20% đến gần 30%, tỷ trọng giảm dần qua các năm. Tỷ trọng nguồn vốn không kỳ hạn quá cao có thể khiến Chi nhánh rơi vào tình trạng bị động trong hoạt động kinh doanh (đây là nguồn huy động có tính ổn định thấp, rủi ro lớn) khi nguồn tiền có sự biến động theo chiều hướng tiêu cực. Vì vậy, Chi nhánh đã đề ra các biện pháp kiểm soát và duy trì tỷ trọng nguồn tiền này một cách hợp lý, chính vì vậy đã có sự giảm nhẹ tỷ trọng của nguồn huy động không kỳ hạn qua từng năm. Tuy tỷ trọng giảm song nguồn vốn không kì hạn vẫn tăng trưởng nhẹ trong giai đoạn 2010-2012. Năm 2011 nguồn vốn huy động không kỳ hạn tăng 2,65% so với năm 2010 và năm 2012 nguồn vốn này đạt mức tăng trưởng 1,57% so với năm 2011. Chi nhánh đã tích cực trong việc tìm kiếm các khách hàng mới, đặc biệt là các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân có nhu cầu gửi tiền vào ngân hàng nhằm mục đích giao dịch thanh toán chi trả các hoạt động mua bán hàng hóa, dịch vụ với chi phí ưu đãi và dịch vụ nhanh chóng. Chính điều này đã giúp cho lượng tiền gửi không kỳ hạn của ngân hàng gia tăng qua từng năm. Tuy nhiên tỷ lệ tăng trưởng giảm qua các năm là do lãi tiền gửi không kỳ hạn thấp, doanh nghiệp muốn sinh lời nhiều hơn nên chuyển sang gửi tiền có kì hạn với thời gian ngắn có lãi suất cao hơn.

Nếu như tỷ trọng nguồn vốn ngắn hạn chiếm chủ yếu trên tổng nguồn vốn và thì nguồn vốn dài hạn chỉ chiếm tỷ trọng nhỏ (năm 2010 chiếm 10,02% trong tổng nguồn vốn huy động) và đến năm 2011 tỷ trọng này tăng lên chiếm 10,63%. Song song với mức tăng của tỷ trọng, nguồn vốn dài hạn năm 2011 tăng 55,58 tỷ đồng tương ứng với 16,54% so với năm 2010. Trong năm 2011 tình hình kinh tế có nhiều biến động về lãi suất tuy nhiên lượng vốn ngân hàng thu hút vẫn tăng cả trong ngắn hạn và dài hạn là dấu hiệu tốt trong việc thu hút nguồn vốn. Song, sang đến năm 2012, nhà nước đưa ra các chính sách về kinh tế, nhằm phục hồi thị trường bất động sản, ổn định thị trường vàng, người dân có niềm tin hơn khi đầu tư vào các thị trường trên. Trong khi đó các ngân hàng lại bị NHNN giới hạn về lãi suất, gặp không ít khó khăn trong việc huy động vốn vì mức lãi suất không đủ để thu hút nguồn tiền dài hạn. Ngoài ra một phần cũng do tâm lý của người dân còn e ngại khi gửi vốn dài hạn ở ngân hàng, khi mà lãi suất thay đổi liên tục, việc gửi tiền ngắn hạn sẽ giúp khách hàng có thể thay đổi kênh đầu tư dễ dàng hơn. Chính vì vậy, tỷ trọng nguồn vốn trung và dài giảm xuống còn

10,08 % trên tổng nguồn vốn. Tuy có giảm tỷ trọng song nguồn vốn dài hạn trong năm 2012 vẫn tăng 81,66 tỷ đồng tương ứng với 20,75% so với năm 2011. Là do Chi nhánh đã tìm mọi biện pháp để khắc phục những khó khăn và từ đó ổn định cơ cấu, tăng tỷ trọng vốn trung và dài hạn để đáp ứng nhu cầu cho vay trung và dài hạn và đảm bảo được như cầu thanh khoản tại Chi nhánh được ổn định hơn.

Theo thành phần kinh tế

Nguồn vốn huy động chủ yếu từ hai thành phần kinh tế là các tổ chức kinh tế và cá nhân. Nhìn vào bảng 2.1, ta có thể thấy nguồn vốn từ các tổ chức kinh tế luôn chiếm tỷ trọng chủ yếu trong tổng nguồn vốn (Năm 2010: 55%; năm 2011: 56,83%, năm 2012: 60,6%). Nguyên nhân là do Chi nhánh vẫn luôn chú trọng đến việc tăng cường mối quan hệ với các tổ chức kinh tế, duy trì các đối tác cũ và tìm kiếm, phát triển các mối quan hệ mới với các doanh nghiệp, tổ chức trên địa bàn. Nguồn vốn huy động từ các tổ chức kinh tế tăng mạnh qua các năm. Năm 2011 nguồn vốn huy động được đạt 2.104,83 tỷ đồng tăng 13,68% so với năm 2010; năm 2012 đạt 2.856,6 tỷ đồng tăng 35,72% so với năm 2011. Đạt được kết quả đáng khả quan trên là do Chi nhánh đã cố gắng đa dạng các hình thức huy động tiền gửi như: Tiết kiệm bậc thang, tiết kiệm dự thưởng, trả lãi trước, áp dụng nhiều kỳ hạn lãi suất đối với tiền gửi có kỳ hạn của các tổ chức kinh tế... với mức lãi suất hấp dẫn phù hợp với thay đổi của thị trường để thu hút nguồn tiền. Ngoài ra, Chi nhánh đã luôn quan tâm đến khách hàng, tập trung cải tiến chất lượng dịch vụ và nâng cao uy tín. Trong năm 2012, Sacombank - Hà Nội đã tăng cường hoạt động quảng cáo, tổ chức các buổi hội thảo nhằm giới thiệu các sản phẩm và dịch vụ của mình đến các doanh nghiệp và tổ chức trên địa bàn, nhằm tìm kiếm và thu hút thêm các khách hàng mới. Từ đó, các tổ chức kinh tế đến với Chi nhánh nhiều hơn, hoạt động huy động vốn từ tổ chức kinh tế của Sacombank - Hà Nội tăng trưởng khá tốt trong giai đoạn 2010 - 2012.

Bên cạnh nguồn vốn huy động từ các tổ chức kinh tế, nguồn vốn huy động từ các cá nhân cũng chiếm tỷ trọng khá cao, dao động trong khoảng 39% đến 43% và chiếm một phần lớn vai trò ổn định dòng vốn cho các hoạt động sản xuất kinh doanh của Chi nhánh. Tuy nhiên, tỷ trọng có sự giảm sút qua các năm, là do nguồn vốn huy động từ các tổ chức kinh tế có tốc độ tăng trưởng cao hơn tốc độ tăng trưởng nguồn vốn huy động từ tiền gửi của dân cư, song nguồn vốn huy động được vẫn tăng về giá trị tuyệt đối. Khi mà việc cạnh tranh huy động vốn từ các doanh nghiệp đang ngày càng gay gắt thì ngân hàng ngày càng chú trọng đến việc huy động vốn từ tiền gửi của cá nhân, với lượng dân cư đông đúc và nguồn tiền dồi dào trên địa bàn, tiềm năng phát triển là rất lớn. Trong năm 2011, Chi nhánh đã chú trọng làm tốt các hoạt động quảng bá thương hiệu, nâng cao uy tín chất lượng hoạt động nhằm gia tăng, phát triển nguồn huy động vốn từ dân cư, làm cho không chỉ các tổ chức kinh tế mà các cá nhân cũng đã biết đến

ngân hàng nhiều hơn. Chính vì vậy mà nguồn vốn huy động từ cá nhân của Chi nhánh trong năm 2011 tăng 84,14 tỷ đồng so với năm 2010 tương ứng tăng 5,55%. Sang đến năm 2012, một loạt các sản phẩm tiền gửi đã được Chi nhánh đưa ra với mức lãi suất thu hút, và các hoạt động cải tiến cung cách phục vụ được đẩy mạnh không những tại Chi nhánh mà còn tại các Phòng giao dịch, nhằm tạo ấn tượng tốt hơn nữa trong mắt khách hàng. Từ những nỗ lực đó, đến năm 2012 lượng vốn huy động được là 1.856,4 tỷ đồng tăng 257,37 tỷ đồng so với năm 2011, tương ứng với tỷ lệ tăng trưởng 16,10%.

Theo loại tiền gửi

Ngân hàng thường phân chia nguồn vốn thành nguồn vốn VND và nguồn vốn ngoại tệ. Nguồn vốn VNĐ luôn chiếm một tỷ trọng lớn trong cơ cấu nguồn vốn, với tỷ trọng năm 2010 là 84%, tỷ trọng năm 2011 là 85,11% và năm 2012 là 4.147,44 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng là 88%. Lượng tiền gửi VNĐ tăng trưởng liên tục trong 3 năm từ năm 2010 đến năm 2012. Năm 2011 nguồn vốn huy động từ VNĐ là 3.152,67 tỷ đồng, tăng trưởng 11,49% so với năm 2010. Sang đến năm 2012 nguồn vốn huy động từ VNĐ tăng mạnh đạt 4.147,44 tỷ đồng, tương ứng tăng 31,55% so với năm 2011. Điều này được giải thích là do các hoạt động, sản phẩm cho vay chủ yếu của Chi nhánh là phục vụ hoạt động kinh doanh trong nước nên Chi nhánh vẫn tập trung vào hoạt động huy động vốn bằng VNĐ hơn huy động vốn bằng ngoại tệ. Ngoài ra, trong năm 2011 và năm 2012, Chi nhánh đã đưa ra các chính sách, hoạt động thu hút nguồn tiền nhàn rỗi của các tổ chức, doanh nghiệp cũng như cá nhân trên địa bàn gửi tiền vào ngân hàng. Tuy nhiên, trong nền kinh tế hiện nay khi hoạt động ngoại thương ngày càng phát triển thì Chi nhánh cần chú trọng hơn vào việc huy động vốn bằng ngoại tệ để tài trợ cho các hoạt động kinh doanh, xuất khẩu của khách hàng.

Tỷ trọng tiền gửi bằng ngoại tệ tại Chi nhánh trong giai đoạn 2010 - 2012 có sự giảm nhẹ qua các năm. Nếu như năm 2010, tỷ trọng tiền gửi ngoại tệ chiếm 16% thì đến năm 2011 giảm xuống còn 14,89%, năm 2012 giảm xuống còn 12%, kéo theo mức tăng về giá trị tương đối thấp hơn năm 2011 và 2010. Nguyên nhân của sự sụt giảm huy động bằng ngoại tệ ở trên là do trong năm 2011 và 2012, NHNN đã ban hành hàng loạt các quy định về việc hạ trần lãi suất huy động ngoại tệ từ 6% xuống còn 2%/năm. Quy định trên của NHNN đã tác động làm cho nhiều cá nhân, tổ chức thay vì gửi ngoại tệ đã chuyển đổi sang đồng nội tệ hoặc tìm kiếm một kênh đầu tư khác sinh lời hơn.

Từ sự phân tích trên cho thấy: Nguồn huy động vốn chủ yếu của ngân hàng qua các năm là từ các khoản tiền gửi của khách hàng là tổ chức kinh tế, trong đó tiền gửi có kỳ hạn dưới 1 năm và tiền gửi bằng nội tệ chiếm tỷ trọng lớn trong tổng nguồn vốn huy động. Có thể nói, Chi nhánh đã giữ vững và phát triển được hoạt động huy động

vốn của mình, nguồn vốn huy động được tăng qua các năm. Đạt được những kết quả trên là do ngân hàng đã thực hiện tốt hoạt động quảng bá, đổi mới phong cách giao dịch; làm tốt các khâu dịch vụ góp phần gián tiếp thu hút khách hàng mở tài khoản; đa dạng hoá các loại tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi có kỳ hạn, mở ra nhiều hình thức tính lãi phù hợp với nhu cầu, thị hiếu của các tầng lớp dân cư. Tuy nhiên, nguồn huy động vốn của tăng trưởng không quá cao, Chi nhánh mới chỉ dừng lại ở khách hàng truyền thống còn việc phát triển thêm các nguồn khác chưa thực sự hiệu quả, chưa khai thác hết được tiềm năng nguồn vốn của các cá nhân.

2.2.2. Hoạt động sử dụng vốn (chủ yếu là hoạt động cho vay)

Song song với hoạt động huy động nguồn vốn thì hoạt động cho vay đóng vai trò quyết định trong quá trình hoạt động kinh doanh của một ngân hàng. Trên cơ sở nguồn vốn huy động tăng trưởng ổn định, mặc dù tình hình kinh tế còn nhiều khó khăn và sự cạnh tranh trong ngành ngân hàng ngày càng gay gắt, nhưng với nỗ lực của mình, Chi nhánh đã có những kết quả khả quan trong hoạt động tín dụng, với dư nợ qua các năm tăng trưởng khá vững chắc đảm bảo cho sự phát triển của Chi nhánh.

Xét về quy mô

Tổng dư nợ của Sacombank - Hà Nội liên tục tăng trưởng trong giai đoạn 2010 - 2012. Nhìn vào bảng 2.2 có thể thấy, năm 2010 dư nợ cho vay đạt 784,91 tỷ đồng. Năm 2011, tổng dư nợ cho vay tăng trưởng mạnh đạt 1315,48 tỷ đồng, tăng 67,60% so với năm 2010, chứng tỏ chính sách mở rộng việc cho vay của Chi nhánh đã được triển khai hiệu quả, uy tín tín dụng càng được nâng cao, đặc biệt trong thời kỳ khó khăn và lãi suất lên cao như năm 2011.

Tính đến hết ngày 31/12/2012, tổng dư nợ bình quân của Chi nhánh Hà Nội đã đạt 2178,8 tỉ đồng, tăng 863,39 tỷ đồng và đạt tăng trưởng 65,63%. Tỷ trọng tăng trưởng năm 2012 có phần giảm so với năm 2011, nguyên nhân do sự khó khăn trong năm 2011 vẫn được tiếp tục kéo đến năm 2012, có nhiều doanh nghiệp bị phá sản, nền kinh tế không có những chuyển biến rõ rệt, các chính sách tiền tệ và chính sách tài khóa thắt chặt của chính phủ trong việc điều hòa và kiềm chế lạm phát đã ảnh hưởng đến các khách hàng đi vay cũng như hoạt động cho vay của ngân hàng. Hơn nữa Ngân hàng còn bị giới hạn của NHNN với lãi suất cho vay, làm giảm tốc độ tăng trưởng tín dụng cũng như lĩnh vực cho vay. Tuy nhiên, tỷ lệ tăng trưởng vẫn rất khả quan là do Chi nhánh đã thực hiện tốt những biện pháp như ưu tiên về điều kiện cho vay với các đơn vị có lịch sử tín dụng tốt, đưa ra các chính sách ưu đãi với từng ngành nghề riêng vào những thời điểm, hoàn cảnh thích hợp, tăng tính hấp dẫn của khoản vay. Để đảm bảo an toàn trong hoạt động cho vay thì bên cạnh việc chú trọng phát triển các khoản dư nợ tín dụng, Chi nhánh luôn đưa ra các biện pháp quản lý chặt chẽ các khoản vay để rủi ro tín dụng ở mức cho phép.

Bảng 2.2. Tình hình hoạt động cho vay tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2010		2011		2012		2011/2010		2012/2011	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền tăng (+) giảm (-)	Đạt tỷ lệ (%)	Số tiền tăng (+) giảm (-)	Đạt tỷ lệ (%)
Tổng dư nợ cho vay	784,91	100,00	1.315,48	100,00	2.178,87	100,00	530,57	67,60	863,39	65,63
I. Theo thời gian										
1. Nợ ngắn hạn	533,16	71,19	954,62	72,57	1.796,20	82,44	421,46	79,05	841,58	88,16
2. Nợ trung - dài hạn	251,75	32,07	360,86	27,43	382,67	17,56	109,11	43,34	21,81	6,04
II. Theo khách hàng										
1. Cho vay tổ chức kinh tế	572,96	73,00	835,56	63,52	1.365,95	62,69	262,60	45,83	530,39	63,48
2. Cho vay cá nhân	211,95	27,00	479,92	36,48	812,92	37,31	267,97	126,43	333,00	69,39
III. Theo loại tiền cho vay										
1. VNĐ	643,17	81,94	1.062,85	80,80	1.819,31	83,50	419,68	65,25	756,46	71,17
2. Ngoại tệ (quy đổi)	141,74	18,06	252,63	19,20	359,56	16,50	110,89	43,89	106,93	42,33

(Nguồn: Báo cáo tài chính Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín- Chi Nhánh Hà Nội giai đoạn 2010-2012)

Xét về cơ cấu cho vay

Cơ cấu theo thời gian sử dụng vốn

Từ bảng 2.2, ta có thể thấy được tình hình hoạt động cho vay cũng như cơ cấu cho vay của Sacombank - Hà Nội trong giai đoạn 2010-2012. Xét về thời gian sử dụng vốn vay, dư nợ cho vay ngắn hạn luôn chiếm tỷ trọng cao và tốc độ tăng trưởng mạnh qua các năm. Năm 2010 dư nợ cho vay ngắn hạn là 533,16 tỷ đồng chiếm 71,19 % trên tổng dư nợ. Năm 2011 dư nợ này tăng 421,46 tỷ đồng (tăng 79,05%) so với năm 2010 và tỷ trọng chiếm đến 72,57%. Năm 2012 hoạt động cho vay ngắn hạn vẫn tiếp tục phát triển khi mà dư nợ cho vay tăng 841,58 tỷ đồng tương ứng tăng 88,16% so với năm 2011. Để đạt được kết quả khả quan trên không thể phủ nhận được những nỗ lực hoạt động của Chi nhánh. Nhận thấy quận Hai Bà Trưng thực sự là thị trường cho vay tiềm năng với hơn 3.500 doanh nghiệp đang hoạt động trên địa bàn với nhu cầu vay vốn để mua sắm nguyên vật liệu, sản xuất hàng hóa...ngày càng tăng cao, Chi nhánh đã tăng cường các hoạt động quảng bá cũng như đưa ra các chính sách ưu đãi, mức lãi suất phù hợp để đưa nguồn vốn ngắn hạn đến với từng doanh nghiệp. Ngoài ra Chi nhánh cũng đưa ra các sản phẩm mới nhằm đẩy mạnh hoạt động cho vay ngắn hạn với khách hàng cá nhân. Chi nhánh cũng chú trọng vào việc nâng cao trình độ và cung cách phục vụ khách hàng của nhân viên để nâng cao hình ảnh trong mắt khách hàng, cũng như hoàn thiện quy trình tín dụng nhằm rút ngắn thời gian vay vốn, thủ tục vay vốn cho khách hàng mà vẫn đảm bảo được an toàn nguồn vốn vay. Chính nhờ những điều đó đã giúp cho khách hàng vay vốn đến với ngân hàng nhiều hơn, nguồn vốn vay ngắn hạn tăng trưởng đều qua các năm. Dư nợ cho vay ngắn hạn gia tăng và chiếm tỷ trọng cao trong tổng dư nợ cho vay của Chi nhánh sẽ giúp đẩy nhanh vòng quay tín dụng, hạn chế bớt rủi ro trong cho vay của ngân hàng.

Trái ngược với các khoản vay ngắn hạn thì khoản cho vay trung - dài hạn chỉ chiếm tỷ trọng khá nhỏ và còn có xu hướng giảm qua các năm (Năm 2010 dư nợ cho vay trung - dài hạn chiếm 32,07%, năm 2011 chỉ còn chiếm 27,43% và đến năm 2012 con số này là 17,56%). Để giải thích sự sụt giảm này có rất nhiều nguyên nhân. Do NHNN thay đổi trần lãi suất huy động khá thường xuyên nên khách hàng vay vốn trung và dài hạn đã chủ động chuyển sang vay ngắn hạn để hạn chế rủi ro trả nợ do lãi suất biến động. Ngoài ra, việc Sacombank định hướng đẩy mạnh chức năng ngân hàng bán lẻ và tập trung cho các khoản vay ngắn hạn cũng là một nguyên nhân làm giảm tỷ trọng cho vay trung và dài hạn. Tuy tỷ trọng giảm song dư nợ vẫn tăng trưởng qua các năm một phần là do nhu cầu vay dài hạn để đầu tư cho các bất động sản vẫn còn khá cao; hơn nữa trong giai đoạn này ngân hàng bắt đầu chú trọng đến việc phát triển các sản phẩm cho vay tiêu dùng. Năm 2012 đánh dấu sự suy giảm lớn về tốc độ tăng

trưởng dư nợ cho vay trung và dài hạn khi mà năm 2011 tỷ lệ tăng trưởng là 43,34% và năm 2012 dư nợ cho vay trung và dài hạn chỉ tăng 6,04% so với năm 2011. Nguyên nhân giải thích cho sự sụt giảm đột ngột đó là kinh tế năm 2012 tiếp tục khó khăn khiến cho đa số các khoản vay đầu tư vào các công trình, dự án bất động sản, cơ sở hạ tầng của doanh nghiệp... mà Chi nhánh cho vay trước đó đều rơi vào tình trạng nợ quá hạn. Để đảm bảo an toàn nguồn vốn của mình nên trong năm 2012, Chi nhánh đã hạn chế việc giải ngân cho khách hàng và thắt chặt việc quản lý cũng như đưa ra các điều kiện cho vay ngặt nghèo hơn đối với các khoản vay trung và dài hạn, điều đó đã hạn chế sự tiếp cận nguồn vốn của khách hàng. Tuy nhiên việc phát triển nguồn vay trung và dài hạn vẫn thật sự cần thiết. Để làm được điều đó, trong giai đoạn tiếp theo ngân hàng cần đưa ra các chính sách nhằm giải quyết, cơ cấu lại các khoản nợ trung - dài hạn còn tồn đọng, thu hút thêm khoản vay trung và dài hạn mới nhưng đồng thời cũng kiểm soát chặt chẽ hơn và trích lập dự phòng lớn hơn cho các khoản vay này nhằm đảm bảo chất lượng và hiệu quả cho hoạt động cho vay.

Cơ cấu cho vay theo khách hàng

Phần lớn hoạt động cho vay của ngân hàng tập trung vào đối tượng là tổ chức kinh tế, do đó tỷ trọng cho vay các tổ chức kinh tế chiếm tới 73% (2010), 63,52% (2011) và 62,69% (2012) trong tổng dư nợ và tăng trưởng đều về số tuyệt đối qua các năm. Năm 2011 cho vay các tổ chức kinh tế tăng 262,6 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ tăng trưởng là 45,83%, năm 2012 tăng 530,39 tương ứng với tỷ lệ tăng trưởng 63,48%. Đạt được kết quả trên là do Chi nhánh và các Phòng giao dịch trực thuộc Chi nhánh nằm ở vị trí thuận lợi, nơi tập trung nhiều doanh nghiệp, tổ chức; cùng với hoạt động quảng bá ngày càng được mở rộng, cung cách phục vụ ngày càng được nâng cao; các sản phẩm cho vay ngày càng đa dạng với mức lãi suất phù hợp. Đây là tỷ lệ tăng trưởng hết sức khả quan, chứng tỏ hoạt động cho vay của Chi nhánh đạt được hiệu quả nhất định. Tuy nhiên tỷ trọng cho vay các tổ chức kinh tế có xu hướng giảm. Nguyên nhân là do sự chuyển hướng mục tiêu khách hàng của Chi nhánh, Chi nhánh bắt đầu chú trọng hơn đến hoạt động cho vay khách hàng cá nhân. Với tình hình khó khăn của các doanh nghiệp hiện nay, việc nâng cao dư nợ cho vay đối với khách hàng cá nhân là bước đi đúng đắn và an toàn tại thời điểm hiện tại.

Song song với đó là sự tăng trưởng của hoạt động cho vay cá nhân trong giai đoạn 2010 - 2012. Chi nhánh càng ngày càng chú trọng đến đối tượng khách hàng này, nên tuy chiếm tỷ trọng nhỏ hơn so với cho vay các tổ chức kinh tế trong tổng dư nợ (Năm 2010 là 27%, năm 2011 là 36,48%, năm 2012 là 37,31%) nhưng tỷ trọng dư nợ cho vay khách hàng cá nhân ngày càng tăng, tăng cả về giá trị tuyệt đối. Năm 2011 dư nợ cho vay khách hàng cá nhân tăng 267,97 tỷ đồng tương ứng tỷ lệ 126,43% so với

năm 2010. Năm 2012 dư nợ tăng 333 tỷ đồng so với năm 2011, tương ứng với 69,39%. Sự tăng trưởng mạnh mẽ của dư nợ cho vay khách hàng cá nhân trong năm 2011 được giải thích bởi giá cả trên thị trường nhà đất tăng cao khiến cho nhiều người muốn đầu tư vào thị trường này nhằm buôn bán, đầu cơ, ăn chênh lệch giá cả, do đó nhu cầu vay vốn của cá nhân cũng tăng. Tuy sang đến năm 2012 dưới sự kiểm chế của nhà nước thị trường nhà đất cũng ổn định trở lại nhưng tỷ lệ tăng trưởng trong năm vẫn ở mức cao. Điều đó là do Chi nhánh đã tăng cường các hoạt động marketing tới các hộ gia đình và các cá nhân, gia tăng tiện ích khi sử dụng sản phẩm của ngân hàng cho khách hàng, đưa ra các chính sách ưu đãi và mức lãi suất hấp dẫn...đã thu hút được nhiều khách hàng cá nhân hơn đến với ngân hàng.

Cơ cấu theo tiền vay

Từ bảng 2.2 ta thấy được sự chênh lệch khá lớn giữa dư nợ cho vay bằng nội tệ và ngoại tệ. Các khách hàng có quan hệ tín dụng với Chi nhánh chủ yếu là các tổ chức kinh tế trên địa bàn, hoạt động trong lĩnh vực thương mại dịch vụ trong nước, do đó ngân hàng chủ yếu sử dụng đồng nội tệ để cho vay. Lượng vốn huy động của Chi nhánh phần lớn từ nội tệ nên dư nợ cho vay nội tệ chiếm tỷ trọng lớn trong tổng dư nợ, chiếm từ 80,80% đến 83,50%. Lượng tiền cho vay bằng VNĐ trong năm 2010 là 643,17 tỷ đồng; năm 2011 tăng thêm 419,68 tỷ đồng tương ứng tăng 65,25% so với năm 2010; năm 2012 tăng thêm 756,46 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ tăng thêm 71,17% so với năm 2011. Cho vay bằng ngoại tệ chiếm tỷ trọng nhỏ hơn trong tổng dư nợ cho vay và có xu hướng giảm do việc huy động vốn bằng ngoại tệ chưa đáp ứng đủ nhu cầu cho vay. Ngoài ra, theo Thông tư số 20/2011/TT-NHNN quy định việc mua, bán ngoại tệ tiền mặt của các cá nhân với TCTD; các cá nhân, tổ chức kinh tế không được phép tự do mua, bán tiêu dùng bằng ngoại tệ nên việc giảm tỷ trọng cho vay ngoại tệ là điều hợp lý. Tuy nhiên, Chi nhánh luôn tạo điều kiện tối đa cho các doanh nghiệp xuất nhập khẩu, đồng thời căn cứ vào khả năng khai thác nguồn vốn ngoại tệ của mình để giúp các doanh nghiệp nhập khẩu có nguồn ngoại tệ để thanh toán.

2.2.3. Các hoạt động kinh doanh khác

Hoạt động thanh toán

Bên cạnh các hoạt động chính là huy động vốn và cho vay, hoạt động thanh toán của Chi nhánh trong giai đoạn năm 2010- 2012 cũng luôn được chú trọng và đạt được sự tăng trưởng khả quan qua các năm. Trong năm 2010, thu nhập từ hoạt động thanh toán đạt 27,08 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 24,15% trong tổng thu nhập của Chi nhánh. Các năm tiếp theo thu nhập từ hoạt động này tiếp tục tăng cao. Năm 2011, thu nhập từ hoạt động này đạt 41,09 tỷ đồng, tăng 14,01 tỷ đồng so với năm 2010, chiếm 26,02% tỷ trọng trong tổng thu nhập của Chi nhánh. Sang đến năm 2012 thu nhập từ hoạt

động thanh toán chiếm 27,64% tỷ trọng, tăng 13,05 tỷ đồng so với năm 2011. Những con số này đã cho thấy được sự tăng trưởng về hoạt động thanh toán của Chi nhánh, chứng tỏ uy tín và chất lượng dịch vụ của Chi nhánh ngày càng được củng cố. Để đạt được những kết quả đó, Chi nhánh đã đa dạng hóa các dịch vụ thanh toán của mình, đưa ra những sản phẩm dịch vụ mới để khách hàng có thể chọn lựa dễ dàng; cũng như việc nâng cao trang thiết bị, hệ thống công nghệ giúp cho việc thanh toán được thực hiện nhanh chóng, thuận tiện, an toàn và luôn đáp ứng đầy đủ các nhu cầu đa dạng của khách hàng.

Hoạt động kinh doanh tiền tệ

Trong năm 2011, với việc nắm bắt tốt các cơ hội kinh doanh theo diễn biến của thị trường, hoạt động kinh doanh ngoại hối của Chi nhánh đã đạt kết quả khả quan. Tổng thu nhập từ hoạt động này đạt 12,11 tỷ đồng, tăng 173% so với năm trước. Năm 2012, thu nhập từ hoạt động kinh doanh tiền tệ tiếp tục được duy trì và tăng trưởng, đạt 17,98 tỷ đồng, tăng 48,5% so với năm 2011. Bên cạnh đó, Chi nhánh còn chủ động tổ chức các hội thảo dành cho đối tượng khách hàng doanh nghiệp, các nhà đầu tư nhằm giúp khách hàng quen dần với công cụ phái sinh trong hoạt động đầu tư và quản trị rủi ro của mình. Hoạt động kinh doanh vốn trên thị trường tiền tệ giúp sử dụng hiệu quả nguồn vốn huy động của mình, đảm bảo thanh khoản đồng thời góp phần tạo ra nguồn thu nhập cho Chi nhánh.

Hoạt động phát hành thẻ

Hoạt động thẻ là một trong những hoạt động luôn được Chi nhánh chú trọng phát triển. Trong năm 2011, công tác bán thẻ đã được Chi nhánh tập trung đẩy mạnh qua các kênh phân phối trực tiếp như cộng tác viên, liên kết tiếp thị với các trường học, bệnh viện, trung tâm thương mại... Một số tiện ích về thẻ tiếp tục được Chi nhánh thử nghiệm và cập nhật mở rộng. Các chương trình Plus day, Sacombank plus liên kết với các đại lý thẻ đã được Sacombank - Hà Nội triển khai, kích thích thêm tần suất khách hàng sử dụng thẻ, góp phần nâng cao doanh số hàng hóa và dịch vụ của đối tác. Sang đến năm 2012, Chi nhánh đã tổ chức tái cấu trúc hoạt động thẻ với mục tiêu: giảm thiểu chi phí, cải thiện năng suất lao động, đẩy mạnh số lượng thẻ lưu hành, gia tăng sản phẩm dịch vụ thẻ mới, nâng cao doanh thu, gia tăng lợi nhuận. Nhờ đó, trong năm 2012, hoạt động phát hành thẻ của Sacombank - Hà Nội tiếp tục phát triển mạnh mẽ với lượng thẻ phát hành 15.000 thẻ, nâng tổng số lượng thẻ lưu hành của Sacombank lên hơn 1,6 triệu thẻ.

2.2.4. Kết quả hoạt động kinh doanh

Trong giai đoạn 2010-2012, với bối cảnh khó khăn của nền kinh tế nói chung và môi trường hoạt động kinh doanh nhiều rủi ro của ngành Ngân hàng nói riêng,

Sacombank - Hà Nội đã chủ động thực hiện chủ trương không chú trọng về các chỉ số tăng trưởng mà tập trung phát triển an toàn, hiệu quả và đạt được các kết quả khả quan.

Bảng 2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	2010	2011	2012	Chênh lệch			
				2011/2010		2012/2011	
				Tuyệt đối	Tương đối (%)	Tuyệt đối	Tương đối (%)
Tổng thu nhập	112,12	157,89	195,82	45,78	40,83	37,93	24,02
Tổng chi phí	31,78	63,65	87,03	31,87	100,31	23,38	36,73
Chi phí DPRR	11,57	18,83	25,14	7,26	62,74	6,31	33,51
Lợi nhuận trước thuế	68,77	75,41	83,65	6,64	9,65	8,24	10,92
Lợi nhuận sau thuế	51,58	56,56	62,74	4,98	9,65	6,18	10,92

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Sacombank - Hà Nội)

Từ bảng 2.3, ta thấy rằng tổng thu nhập hoạt động của Chi nhánh tăng đều trong 3 năm 2010, 2011 và 2012. Năm 2010 tổng thu nhập của chi nhánh là 112,12 tỷ đồng. Đến năm 2011 tổng thu nhập đạt 157,89 tỷ đồng tăng 45,8 tỷ đồng tương ứng với 40,83% so với năm 2010. Năm 2012 tổng thu nhập tiếp tục tăng, đạt 195,82 tỷ đồng tăng 37,93 tỷ đồng tương ứng với 24,02% so với năm 2011. Kết quả này thể hiện quy mô hoạt động của Sacombank - Hà Nội ngày càng mở rộng cũng như hiệu quả ngày càng nâng cao, khách hàng ngày càng tin tưởng và sử dụng nhiều sản phẩm dịch vụ của Chi nhánh.

Bên cạnh đó tổng chi phí cũng tăng lên nhưng mức tăng của năm 2012 so với năm 2011 là 36,73% thấp hơn mức tăng 100,31% của năm 2011 so với năm 2010. Nguyên nhân là do trong năm 2011 nền kinh tế khó khăn dẫn đến việc khách hàng không có khả năng trả vốn cho ngân hàng, ngân hàng tốn nhiều chi phí hơn cho việc giám sát cũng như đòi các khoản nợ quá hạn. Hơn nữa để đảm bảo an toàn ngân hàng thắt chặt hơn các công tác thẩm định trong quá trình cho vay vốn, chi phí thẩm định cũng vì thế mà tăng cao. Sang đến năm 2012, Chi nhánh đã chú trọng tối đa trong việc

cắt giảm chi phí nên mức chi phí gia tăng trong năm giảm hơn 2011. Một yếu tố nữa cần xét đến là chi phí DPRR của Chi nhánh. Chi phí DPRR cũng tăng đều trong các năm tương ứng với các khoản chi phí khác. Năm 2010, Chi nhánh trích 11,57 tỷ đồng để DPRR. Con số này trong năm 2011 là 18,83 tỷ đồng tăng 62,74% so với năm 2010. Sang đến năm 2013 con số này tiếp tục tăng 33,51% so với năm 2011, đạt mức 25,14 tỷ đồng. Mức tăng này là do các khoản nợ quá hạn và nợ xấu trong hai năm 2011 và 2012 tăng cao, Chi nhánh phải trích dự phòng rủi ro nhiều hơn để đảm bảo cho hoạt động kinh doanh được ổn định.

Từ đó, lợi nhuận trước thuế của Chi nhánh tăng đều qua các năm. Năm 2010 lợi nhuận trước thuế đạt 68,77 tỷ đồng; năm 2011 đạt 75,41 tỷ đồng tăng 9,65% so với năm 2010; đến năm 2012 lợi nhuận trước thuế đạt 83,65 tỷ đồng tương ứng với mức tăng 10,92% so với năm 2011. Năm 2011 và năm 2012 lợi nhuận của Chi nhánh tăng trưởng không cao là do các loại chi phí tăng đột biến so với năm 2010. Lợi nhuận trước thuế tăng kéo theo lợi nhuận sau thuế cũng tăng. Trong bối cảnh hiện nay, khi mà hầu hết các ngân hàng khác đều có mức tăng trưởng kém thì kết quả mà Sacombank - Hà Nội đạt được trong những năm gần đây là bằng chứng cho sự nỗ lực cao của Chi nhánh trong phát triển hoạt động kinh doanh; sự đoàn kết, thống nhất sức mạnh của cả tập thể; cùng với sự chỉ đạo sát sao của các cấp lãnh đạo toàn ngân hàng. Chi nhánh đã tận dụng mọi cơ hội thị trường, duy trì lãi suất ở mức hợp lý, tiết kiệm chi phí điều hành để nâng cao hiệu suất, mở rộng thị phần theo đúng định hướng ổn định - bền vững nhằm đạt kết quả cao nhất.

2.3. Quy định chung về hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội

Chính sách cho vay của Sacombank nói chung và Chi nhánh Hà Nội nói riêng do Hội đồng Quản trị Ngân hàng Sài Gòn Thương tín phê duyệt và ban hành là khuôn khổ pháp lý chung hướng dẫn hoạt động cho vay của các chi nhánh và cán bộ tín dụng. Nội dung của chính sách cho vay được soạn thảo trên cơ sở: Quy chế về đảm bảo tiền vay do chính phủ và Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ban hành; Quy chế cho vay do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ban hành; Chiến lược, định hướng hoạt động tín dụng của Sacombank; Sổ tay tín dụng của Sacombank.

Ngoài ra, Chi nhánh cũng đưa ra chính sách tín dụng riêng về đối tượng khách hàng, các điều kiện cho vay, hình thức vay và quy định về lãi suất, đảm bảo tiền vay. Cụ thể như sau:

2.3.1. Nguyên tắc cho vay tiêu dùng

Vốn vay phải đảm bảo được sử dụng đúng mục đích đã thỏa thuận trong hợp đồng cho vay

Khi khách hàng đến xin vay vốn, Chi nhánh yêu cầu khách hàng phải ghi rõ mục đích khoản vay trên giấy đề nghị xin vay vốn, kèm theo phương án sản xuất kinh doanh khả thi, có hiệu quả hoặc phương án tiêu dùng phục vụ đời sống khả thi. Việc vốn vay sử dụng sai mục đích sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả sử dụng của nguồn vốn vay, Chi nhánh gặp khó khăn trong việc quản lý nguồn vốn, ảnh hưởng đến vấn đề trả nợ vay đúng hạn cả gốc và lãi của khách hàng, dẫn đến rủi ro trong hoạt động cho vay.

Tiền vay phải hoàn trả nợ gốc và lãi đầy đủ, đúng thời hạn đã thỏa thuận trong hợp đồng cho vay

Nguồn vốn cho vay của ngân hàng chủ yếu là có nguồn gốc từ các khoản tiền gửi của khách hàng và các khoản mà ngân hàng đi vay. Nếu các khoản vay này không được hoàn trả đúng hạn thì nhất định sẽ ảnh hưởng đến hoạt động cũng như uy tín của ngân hàng. Để thực hiện tốt nguyên tắc này, ngân hàng phải xác định thời hạn cho vay, các kỳ hạn nợ vay, đồng thời thường xuyên theo dõi, đôn đốc khách hàng trong việc trả nợ. Hết ngày cuối cùng của kỳ hạn nợ mà khách hàng không trả được nợ thì khoản nợ đó phải chuyển sang nợ quá hạn và tính lãi suất phạt nợ quá hạn.

Trong quá trình cho vay nếu ngân hàng phát hiện được vi phạm của khách hàng thì tùy theo từng trường hợp cụ thể mà ngân hàng áp dụng các chế tài tín dụng thích hợp như thu nợ trước hạn, phát mại tài sản thế chấp, khởi kiện,... để thu hồi vốn.

Đối với các khách hàng được ngân hàng áp dụng hình thức đảm bảo tiền vay là tài sản hình thành từ vốn vay ngân hàng thì ngân hàng và khách hàng ký hợp đồng thế chấp tài sản, khi chưa trả hết nợ và lãi vay thì khách hàng không được nhượng bán khi chưa có ý kiến của ngân hàng.

2.3.2. Đối tượng cho vay tiêu dùng

Chi nhánh chỉ rõ các điều kiện cần có của một khách hàng khi vay vốn tiêu dùng tại ngân hàng là: Các cá nhân, đại diện của hộ gia đình phải có năng lực pháp luật dân sự, năng lực hành vi dân sự và chịu trách nhiệm dân sự theo quy định của pháp luật, không quá 60 tuổi ở thời điểm kết thúc thời hạn cho vay; khách hàng vay vốn phải có hộ khẩu thường trú hoặc đăng ký tạm trú dài hạn (KT3) trên địa bàn tỉnh, thành phố (trực thuộc trung ương) nơi ngân hàng cho vay đóng trụ sở; có mục đích sử dụng vốn vay hợp pháp; có vốn tự có tham gia vào phương án, mức vốn tối thiểu bằng 30% tổng nhu cầu vốn trừ trường hợp áp dụng biện pháp bảo đảm là cầm cố giấy tờ có giá; có nguồn thu và phương án vay - trả nợ đảm bảo khả năng trả nợ gốc, lãi và phí trong thời gian vay cam kết; thực hiện biện pháp bảo đảm tiền vay theo quy định của Chính Phủ, NHNN và hướng dẫn của Sacombank.

Song song với những điều kiện trên, Sacombank - Hà Nội đã đưa ra những điều kiện bổ sung theo từng loại cho vay tiêu dùng để phù hợp với tình hình thực tế, đồng thời đảm bảo nguyên tắc an toàn, thận trọng và nâng cao chất lượng tín dụng. Các điều kiện bổ sung bao gồm:

Đối với cho vay mua nhà, đất, căn hộ thì khách hàng phải đủ điều kiện được đăng ký quyền sở hữu nhà, quyền sử dụng đất.

Đối với cho vay mua ô tô thì khách hàng phải cam kết mua bảo hiểm vật chất cho toàn bộ giá trị xe trong suốt thời gian vay và ủy quyền cho ngân hàng cho vay nhận tiền bồi thường của bảo hiểm trong trường hợp rủi ro xảy ra.

Đối với cho vay du học và vay chứng minh tài chính thì khách hàng vay vốn phải có quan hệ thân nhân (bao gồm: bố đẻ, mẹ đẻ, vợ, chồng, anh, chị em ruột) với người đi du học ở nước ngoài.

Đối với cho vay cán bộ nhân viên (CBNV) bảo đảm bằng tiền lương thì người vay vốn cần phải đáp ứng thêm những điều kiện sau: Là công chức, viên chức và người lao động tham gia đóng bảo hiểm xã hội đầy đủ, đang làm việc trong biên chế hoặc theo hợp đồng lao động không xác định thời hạn tại: (i) Cơ quan Nhà nước (hành chính và sự nghiệp), lực lượng quân đội nhân dân và công an nhân dân; (ii) Tổ chức chính trị, tổ chức chính trị - xã hội hoạt động bằng ngân sách Nhà nước; (iii) Doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả, có chiến lược phát triển lâu dài, bao gồm: Công ty nhà nước, công ty cổ phần có vốn nhà nước, công ty TNHH có vốn nhà nước, doanh nghiệp thuộc bộ quốc phòng, doanh nghiệp công ích; Cơ quan quản lý lao động (trực tiếp quản lý, sử dụng lao động và chi trả lương cho người lao động) phải có trụ sở chính đóng cùng địa bàn tỉnh, thành phố với ngân hàng cho vay; có thu nhập thường xuyên, ổn định hàng tháng từ 1.500.000 VND trở lên; cam kết sẽ thông báo cho Chi nhánh về việc thay đổi nơi làm việc; cam kết trả nợ trước hạn nếu vi phạm hợp đồng tín dụng và không thực hiện được các biện pháp bảo đảm bằng tài sản theo yêu cầu của Chi nhánh.

2.3.3. Tài sản đảm bảo

Trong quá trình cấp tín dụng cho khách hàng, một vấn đề luôn được quan tâm và có ảnh hưởng rất lớn tới quyết định có cấp tín dụng của ngân hàng cho khách hàng hay không đó chính là TSĐB. TSĐB chính là yếu tố giúp phòng ngừa rủi ro khi phương án trả nợ dự kiến của khách hàng không thực hiện được hoặc xảy ra các rủi ro không lường trước được. Bên cạnh đó, TSĐB giúp nâng cao trách nhiệm thực hiện cam kết trả nợ của khách hàng, tạo cơ sở pháp lý và cơ sở kinh tế cho việc bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của Chi nhánh trong mọi trường hợp.

Theo quy định về bảo đảm tiền vay và TSDB Sacombank thì danh mục tài sản được chấp nhận làm đảm bảo cho khoản vay gồm có:

- *Tiền và các giấy tờ có giá*: Bao gồm đồng Việt Nam và ngoại tệ; tín phiếu, trái phiếu Kho bạc Nhà nước, công trái xây dựng Tổ quốc, trái phiếu được chính phủ bảo lãnh và chứng chỉ khác; sổ tiết kiệm, kỳ phiếu, chứng chỉ tiền gửi, séc; cổ phiếu (trừ cổ phiếu, trái phiếu chuyển đổi của Sacombank); vàng bạc, kim cương, kim khí quý và đá quý khác.

- *Bất động sản*: Nhà ở, công trình xây dựng gắn liền với đất (nhà văn phòng, nhà máy,...), kể cả các tài sản gắn liền với nhà ở và công trình xây dựng; quyền sử dụng đất mà Pháp luật về đất đai quy định được thế chấp.

- *Động sản*: Ô tô, máy móc, dây chuyền sản xuất, nguyên nhiên liệu, thành phẩm hàng hóa, quyền đòi nợ phát sinh từ hợp đồng mua bán, cho thuê tài sản hoặc cung cấp dịch vụ,...

Các tài sản được dùng để đảm bảo cho khoản tín dụng đều được định giá trước khi tiến hành ký kết hợp đồng với khách hàng. Mức cho vay tối đa được thực hiện theo quy định của NHNN và Sacombank theo từng thời kì, theo loại TSDB và theo từng sản phẩm, dịch vụ.

2.3.4. Các hình thức cho vay tiêu dùng

Cho vay mua bất động sản

Cho vay mua bất động sản là sản phẩm có thể lệ phong phú dành riêng cho từng đối tượng vay: người có thu nhập thấp, trung bình và cao đều có cơ hội vay tiền để mua nhà phù hợp với điều kiện của mình.

Đặc tính sản phẩm: Thời hạn vay tối đa 180 tháng, mức cho vay tối đa có thể lên tới 90% giá trị căn hộ, lãi suất cho vay tính trên dư nợ giảm dần theo quy định của Sacombank - Hà Nội tại thời điểm vay vốn, phương thức trả nợ gốc và lãi linh hoạt.

Cho vay mua ô tô

Sản phẩm cho vay mua ô tô của Sacombank - Hà Nội đáp ứng tốt nhất nhu cầu sở hữu xe hơi mà khách hàng yêu thích với nhiều tiện ích và sự đơn giản trong thủ tục vay vốn cung cấp đến khách hàng.

Đặc tính sản phẩm: Thời hạn vay tối đa 48 tháng với mức cho vay tối đa có thể lên tới 90% giá trị xe mới. Lãi suất cho vay tính trên dư nợ giảm dần theo quy định của Chi nhánh tại thời điểm vay vốn. Phương thức trả nợ gốc và lãi linh hoạt.

Cho vay du học

Sacombank - Hà Nội cung cấp sản phẩm cho vay du học giúp cho khách hàng có nhu cầu được học tập tại nước ngoài giải quyết được vấn đề trở ngại về tài chính.

Đặc tính sản phẩm: Thời hạn cho vay tối đa là 60 tháng. Mức cho vay xác định trên cơ sở chi phí du học dự kiến căn cứ thông báo của phía nước ngoài của toàn bộ thời gian du học nhưng phù hợp trị giá TSDB và phù hợp với khả năng trả nợ vay. Phương thức cho vay bao gồm cho vay từng lần hoặc cho vay theo hạn mức tín dụng dự phòng. Giải ngân khoản vay bằng VNĐ, có thể giải ngân trực tiếp, thực hiện lệnh chuyển tiền theo yêu cầu của khách hàng, hoặc giải ngân thông qua phát hành thẻ tín dụng. Phương thức trả nợ gốc và lãi linh hoạt.

Cho vay đầu tư chứng khoán

Đối tượng vay vốn: Dành cho các nhà đầu tư cá nhân có nhu cầu đầu tư chứng khoán. Chứng khoán là các loại chứng khoán niêm yết chính thức trên thị trường chứng khoán tập trung và chứng khoán đấu giá thông qua Công ty Chứng khoán, Công ty Tài chính có ký Hợp đồng hợp tác với Sacombank.

Đặc tính sản phẩm: Thời hạn vay tối đa 12 tháng với mức cho vay được xác định theo tỷ lệ tương ứng với giá trị chứng khoán đầu tư và kỳ hạn vay vốn đối với từng loại chứng khoán. Lãi suất cho vay theo quy định của Sacombank - Hà Nội tại thời điểm vay vốn. Phương thức trả lãi định kỳ, trả gốc linh hoạt.

Cho vay cầm cố giấy tờ có giá

Sản phẩm cho vay cầm cố giấy tờ có giá của Chi nhánh giúp cho khách hàng đang có nhu cầu về vốn phát sinh có được khoản vốn cần thiết khi sở tiết kiệm hay giấy tờ có giá thuộc quyền sở hữu của khách hàng chưa đến thời gian đáo hạn.

Đặc tính sản phẩm: Mức cho vay phù hợp với loại và tính chất của giấy tờ có giá và tối đa đến 90% giá trị định giá. Thời gian cho vay phù hợp với thời gian đáo hạn của giấy tờ có giá nhưng tối đa là 12 tháng với phương thức trả nợ linh hoạt. Thời gian thẩm định và quyết định cho vay không quá 2 giờ.

Cho vay tiêu dùng tín chấp: Với sản phẩm cho vay tín chấp, các cán bộ công nhân viên có thu nhập ổn định sẽ không cần TSDB mà vẫn có thể tiếp cận được khoản tiền vay từ Sacombank - Hà Nội để đáp ứng những nhu cầu tiêu dùng cho bản thân và gia đình.

Đặc tính sản phẩm: Khách hàng có thể vay tối đa lên đến 200 triệu đồng và không quá 10 lần thu nhập ròng hàng tháng tùy theo mức lương mà không cần thế chấp tài sản. Thời hạn cho vay trả góp tối thiểu là 12 tháng, tối đa lên đến 60 tháng. Phương thức hoàn trả dễ dàng, thuận tiện nhất, nợ gốc và lãi trả dần đều hàng tháng. Giải quyết Hồ sơ vay nhanh chóng nhất (02 ngày làm việc kể từ ngày nhận HS đầy đủ). Lãi suất cho vay rất cạnh tranh tính trên dư nợ ban đầu. Khách hàng vay vốn được Sacombank - Hà Nội tặng kèm Bảo hiểm nhân thọ cho khách hàng trong suốt thời gian vay.

Cho vay CBNV Sacombank

Đối tượng cho vay: Các CBNV đang làm việc tại Sacombank được vay vốn để phục vụ các nhu cầu tiêu dùng cá nhân hoặc gia đình như: sửa chữa nhà ở, chi phí khám chữa bệnh, mua sắm đồ gia dụng, chi phí du lịch...và các nhu cầu tiêu dùng khác không trái với quy định của Pháp luật và của Sacombank.

Thời hạn cho vay : tối đa 48 tháng, nhưng không vượt quá thời gian làm việc còn lại theo Hợp đồng lao động đã ký của Cán bộ, nhân viên Sacombank.

Vay chứng minh năng lực tài chính

Sản phẩm này đem lại giải pháp cho các khách hàng cần chứng minh năng lực tài chính để du lịch nước ngoài hay cần bảo đảm khả năng tài chính cho con em mình đi du học theo yêu cầu của nước sở tại.

Đặc điểm sản phẩm: Thủ tục nhanh gọn, không cần tài sản bảo đảm thế chấp cho khoản vay; Chi phí vay hợp lý, khách hàng chỉ cần trả khoản chênh lệch giữa lãi suất tiền vay và tiền gửi; Sacombank liên kết chặt chẽ các công ty du học trên toàn quốc, đáp ứng kịp thời nhu cầu khách hàng; Mức vay đáp ứng cao nhất nhu cầu chứng minh tài chính. Thời hạn cho vay tối đa là 12 tháng. Giải ngân bằng VNĐ.

2.3.5. Quy trình cho vay tiêu dùng

Bước 1: Phỏng vấn và hướng dẫn khách hàng lập hồ sơ đề nghị vay vốn

Trong bước 1 có hai nội dung công việc cụ thể là phỏng vấn, trao đổi với khách hàng và hướng dẫn khách hàng lập, tiếp nhận và đối chiếu hồ sơ đề nghị vay vốn.

Phỏng vấn và trao đổi với khách hàng

Mục đích của việc phỏng vấn khách hàng nhằm: Quan sát thái độ, phương pháp và nội dung trả lời của khách hàng, phát hiện những mâu thuẫn và các vấn đề không nhất quán, hoặc không trung thực giữa hồ sơ vay vốn và nội dung trả lời phỏng vấn; nhận xét tư cách, năng lực, phẩm chất, đạo đức, kinh nghiệm, uy tín của người vay; giải thích những điểm còn chưa rõ ràng hoặc còn mâu thuẫn trong hồ sơ vay vốn.

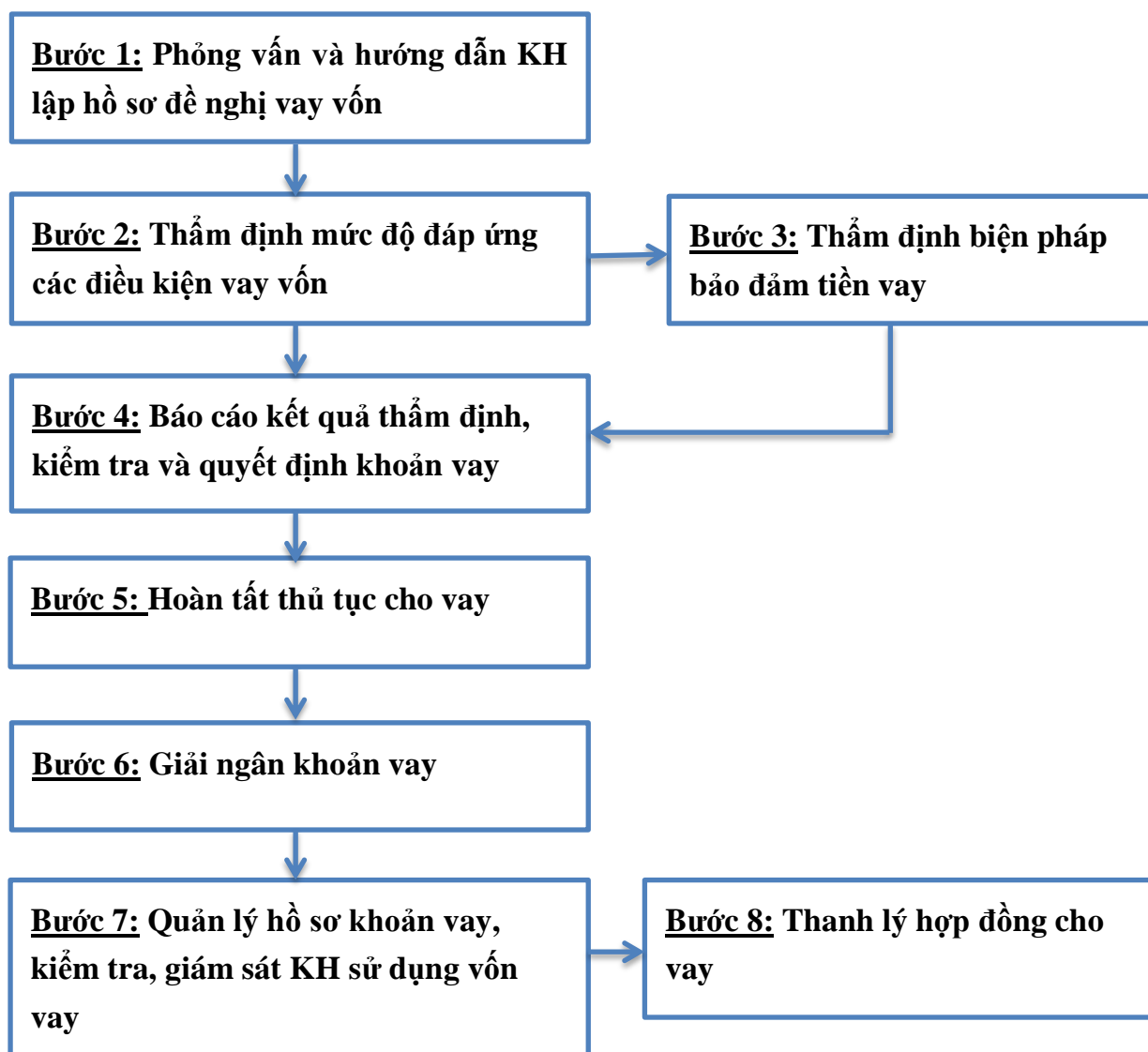
Căn cứ vào mục đích phỏng vấn nói trên, CBTD phải tự đặt ra các câu hỏi để phỏng vấn cụ thể. Sau cuộc phỏng vấn, trao đổi, CBTD lưu giữ cẩn thận biên bản ghi chép về nội dung các cuộc phỏng vấn để phòng trường hợp có kiện tụng. Khi đặt câu hỏi phỏng vấn khách hàng, CBTD cần đặc biệt lưu ý một số nội dung mà trong các hồ sơ vay vốn khách hàng thường chưa giải trình đầy đủ hoặc mâu thuẫn.

Trong quá trình phỏng vấn CBTD cần đưa ra được những câu hỏi chủ yếu về những nội dung sau: Nhân thân (tên, tuổi, địa chỉ, nghề nghiệp) của khách hàng và người liên quan (thành viên hộ gia đình, người bảo lãnh, du học sinh); mục đích vay vốn, nhu cầu sử dụng vốn; các tài sản mà khách hàng là chủ sở hữu hoặc đồng sở hữu, tài sản của hộ gia đình; thu nhập và nguồn trả nợ dự kiến, thời gian trả nợ dự

kiến; các nguồn tiền khác thay thế có thể huy động được để trả nợ Ngân hàng trong trường hợp phương án xin vay bị rủi ro không thể trả nợ; các nghĩa vụ tài chính hiện tại, quan hệ tín dụng của khách hàng với hệ thống ngân hàng Sacombank và các tổ chức, cá nhân khác...

CBTD hướng dẫn khách hàng cụ thể và đầy đủ về: nguyên tắc vay vốn; điều kiện vay vốn; mức cho vay; lãi suất cho vay; thời hạn cho vay; biện pháp bảo đảm tiền vay; kiểm tra giám sát sử dụng vốn vay và xử lý TSBĐ để thu hồi nợ, thủ tục hồ sơ theo quy định hiện hành của NHNN và Sacombank.

Sơ đồ 2.2. Quy trình của hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Hà Nội



(Nguồn: Phòng Khách hàng cá nhân)

Hướng dẫn khách hàng lập, tiếp nhận và đối chiếu hồ sơ đề nghị vay vốn

Sau khi trao đổi thông tin với khách hàng, nếu khách hàng chấp thuận, CBTD hướng dẫn khách hàng tiếp nhận, kiểm tra và đề nghị bổ sung hồ sơ vay vốn của khách hàng để bảo đảm tính đầy đủ, hợp pháp, hợp lệ và thống nhất.

Hồ sơ vay vốn gồm: Giấy đề nghị vay vốn, giấy chứng minh nhân dân, hộ chiếu, các giấy tờ tùy thân để xác định nhân thân, hộ khẩu (nếu có), các giấy tờ chứng minh nguồn thu nhập dùng để tài trợ, các giấy tờ liên quan đến khoản tín dụng, các giấy tờ liên quan đến đảm bảo tiền vay...(thông thường ngân hàng quy định từng loại cụ thể từng loại giấy tờ cho mỗi loại vay với mục đích cụ thể).

Cán bộ tín dụng thu thập các thông tin khác có liên quan đến khách hàng vay vốn thông qua việc phỏng vấn trực tiếp khách hàng, qua các giao dịch của khách hàng tại Sacombank và thông qua trung tâm tín dụng của Ngân hàng nhà nước Việt Nam và các kênh có thể thu thập được.

Bước 2: Thẩm định mức độ đáp ứng các điều kiện vay vốn

Nội dung cơ bản của bước này tập trung vào ba vấn đề chủ yếu: thẩm định khách hàng, thẩm định tình hình tài chính và tính khả thi của phương án vay vốn - trả nợ.

Thẩm định khách hàng

Chi nhánh kiểm tra và đánh giá năng lực Pháp luật và năng lực hành vi dân sự của khách hàng, bao gồm: Họ tên, tuổi, giới tính, quốc tịch, nơi cư trú đối với khách hàng là cá nhân và người đại diện theo pháp luật đối với khách hàng là hộ gia đình, tổ hợp tác và hộ kinh doanh cá thể; các nội dung liên quan đến năng lực hành vi dân sự đối với khách hàng là cá nhân và người đại diện theo pháp luật đối với khách hàng là hộ gia đình, tổ hợp tác và hộ kinh doanh cá thể.

Kiểm tra, xác định và đánh giá năng lực và uy tín của Khách hàng trong đời sống kinh tế xã hội, bao gồm: Tình hình cơ sở vật chất như: nhà cửa, trang thiết bị phục vụ nhu cầu tiêu dùng; quyền nhân thân gắn với tài sản; quyền sở hữu, quyền thừa kế, các quyền khác đối với tài sản; đạo đức, lối sống trong quan hệ cộng đồng đối với khách hàng là cá nhân và người đại diện theo pháp luật đối với khách hàng là hộ gia đình, tổ hợp tác và hộ kinh doanh cá thể.

Thẩm định tình hình tài chính

Chi nhánh đánh giá chính xác năng lực tài chính của khách hàng nhằm xác định sức mạnh tài chính; khả năng độc lập, tự chủ tài chính trong cuộc sống hàng ngày, trong hoạt động kinh doanh, khả năng thanh toán và hoàn trả nợ của người vay. Chi nhánh cũng cần đánh giá thu nhập của khách hàng và người liên quan: lương, thu nhập từ tiền gửi, chứng khoán, cho thuê tài sản và các thu nhập hợp pháp khác bằng tiền và tài sản khác... dựa trên các giấy tờ do khách hàng cung cấp và điều tra thực tế.

Thẩm định tính khả thi của phương án vay vốn – trả nợ

Chi nhánh đánh giá tính hợp pháp của mục đích vay theo Quy chế cho vay hiện hành của Sacombank; kiểm tra, đánh giá, xác định: tính cần thiết, mức tiêu dùng so với thu nhập, khả năng phát triển hoạt động kinh doanh hộ gia đình/ tổ hợp tác/ hộ kinh doanh cá thể theo các phương thức được đề cập trong phương án vay vốn và khả năng trả nợ của khách hàng vay; xác định hiệu quả của Phương án vay vốn trả nợ của khách hàng với Sacombank khi cho vay đồng thời tính toán, đánh giá lại thu nhập, các nguồn trả nợ của khách hàng đối với vốn vay tại Sacombank và các nghĩa vụ tài chính của khách hàng trong thời gian cho vay; xác định các biện pháp quản lý của Sacombank đối với nguồn trả nợ bằng tiền của khách hàng; dự báo các rủi ro và biện pháp xử lý rủi ro xảy ra. Ngoài ra, Chi nhánh cần xác định mức cho vay, loại tiền cho vay, lãi suất cho vay, phí cho vay, thời hạn cho vay; phương án trả nợ gốc và lãi; thời gian ân hạn, hình thức bảo đảm, giá trị tài sản bảo đảm tiền vay theo Quy chế cho vay hiện hành và Quy định về bảo đảm tiền vay của Sacombank.

Bước 3: Thẩm định biện pháp bảo đảm tiền vay

Để quyết định cho vay hay không, việc thẩm định khách hàng, phương án sử dụng vốn vay,... là điều cần thiết. TSDB tiền vay là nguồn thu nợ dự phòng trong trường hợp kế hoạch trả nợ của khách hàng không thực hiện được, đồng thời TSDB cũng tăng trách nhiệm trả nợ của người vay và hạn chế sự lừa đảo và trốn tránh trách nhiệm trả nợ của người vay. Do đó mục đích thẩm định tài sản bảo đảm là để xác định tài sản có đúng chủ sở hữu không? Có tranh chấp không? Khi phát mại có dễ bán không? Giá trị thu được thực tế có bù đắp đủ nợ vay gốc, lãi và các loại thuế, phí theo quy định hay không?

Nội dung thẩm định về biện pháp bảo đảm tiền vay bao gồm: Biện pháp bảo đảm tiền vay, tính hợp pháp, hợp lệ của biện pháp bảo đảm; Số lượng, chất lượng, ký mã hiệu, tình trạng, vị trí của tài sản; quyền của khách hàng đối với tài sản; giá trị định giá của tài sản bảo đảm tiền vay, mức cho vay so với giá trị tài sản bảo đảm; thủ tục bảo đảm tiền vay; khả năng và biện pháp quản lý tài sản bảo đảm tiền vay của Sacombank - Hà Nội; các vấn đề khác về bảo đảm tiền vay.

Bên cạnh việc kiểm tra trên giấy tờ cần kiểm tra thực tế tại hiện trường để xác định vị trí, địa điểm, chất lượng, giá trị thực tế, hình thức hiện vật. CBTD và tổ thẩm định phải lập biên bản kiểm định tài sản thế chấp theo chế độ quy định. Trong trường hợp tài sản thế chấp, cầm cố, bảo lãnh vượt quá năng lực thẩm định của cán bộ ngân hàng cần phải thuê các cơ quan chức năng hoặc chuyên gia có hiểu biết về lĩnh vực đó thẩm định. Thủ tục thế chấp, cầm cố tài sản phải được hoàn thiện trước khi giải ngân.

Bước 4: Báo cáo kết quả thẩm định và kiểm tra quyết định khoản vay

Cán bộ tín dụng thực hiện thẩm định tình hình khách hàng, Phương án vay vốn trả nợ, bảo đảm tiền vay của khách hàng, dự báo khả năng rủi ro, sự phù hợp với Chính sách tín dụng của Sacombank. Từ đó xác định số tiền cho khách hàng vay, phương thức, lãi suất, thời hạn cho vay; định kỳ hạn nợ và các điều kiện thanh toán.

Cán bộ tín dụng lập “Tờ trình tín dụng cá nhân” theo mẫu của Sacombank ban hành: Đánh giá chất lượng số liệu của khách hàng đã cung cấp, xếp hạng khách hàng, đề xuất việc cho vay hoặc không cho vay. Thời hạn hoàn thành “Tờ trình tín dụng cá nhân”: không quá 02 ngày làm việc đối với khách hàng đã quan hệ tín dụng thường xuyên hoặc lần vay cuối tại Đơn vị kinh doanh của Sacombank không quá 06 tháng; không quá 3 ngày làm việc đối với khách hàng còn lại.

Lãnh đạo phòng khách hàng cá nhân kiểm tra lại “Tờ trình Tín dụng cá nhân”, yêu cầu Cán bộ tín dụng thẩm định bổ sung hoặc giải trình các nội dung cần làm rõ liên quan đến khoản vay; đối chiếu với các chính sách, quy định về cho vay của Sacombank; đề xuất ý kiến cho vay hoặc không cho vay, điều kiện bổ sung để trình lãnh đạo Sacombank - Hà Nội phê duyệt và quyết định cho vay. Sau khi có quyết định cho vay, lãnh đạo phòng khách hàng cá nhân chuyển giao hồ sơ vay vốn cho CBTD để thông báo kết quả quá trình phê duyệt cho khách hàng. Khi đề xuất không cho vay CBTD phải nêu rõ căn cứ cho khách hàng.

Bước 5: Hoàn tất thủ tục cho vay

Sau khi có quyết định cho vay hoặc phê duyệt khoản vay, CBTD hoàn tất các thủ tục cho vay theo quy định của Sacombank. CBTD kiểm soát và hỗ trợ tín dụng khách hàng cá nhân tiếp nhận và kiểm tra bản gốc và các giấy tờ chứng minh quyền sở hữu tài sản bảo đảm tiền vay, bản gốc giấy tờ khác về bảo đảm tiền vay; soạn thảo Hợp đồng bảo đảm tiền vay trình cấp có thẩm quyền ký với Khách hàng; công chứng hợp đồng bảo đảm tiền vay theo quy định. Sau khi ký hợp đồng tín dụng và hợp đồng bảo đảm tiền vay, cán bộ kiểm soát và hỗ trợ tín dụng khách hàng thực hiện đăng ký giao dịch bảo đảm theo quy định. Cán bộ kiểm soát và hỗ trợ tín dụng bàn giao và nhập quỹ tài sản bảo đảm tiền vay.

Bước 6: Giải ngân khoản vay

Yêu cầu giải ngân là phải quản lý sao cho khách hàng sử dụng vốn vay đúng mục đích, có hiệu quả và hạn chế thấp nhất mọi rủi ro xảy ra trong quá trình sử dụng vốn vay của khách hàng.

Các cán bộ kiểm soát và hỗ trợ tín dụng tiêu dùng có trách nhiệm: Hướng dẫn khách hàng lập và ký khế ước nhận nợ; thực hiện đối chiếu mục đích sử dụng vốn vay trên hồ sơ khách hàng cung cấp, hợp đồng tín dụng, giấy nhận nợ trình Trưởng phòng/

Tổ trưởng tín dụng ký duyệt; nhập số liệu, thông tin khoản vay vào Phân hệ tín dụng theo quy định; chuyển Hợp đồng tín dụng, giấy nhận nợ và chứng từ thanh toán đã được ký duyệt cho bộ phận dịch vụ khách hàng để thực hiện giải ngân cho khách hàng; phối hợp với phòng khách hàng cá nhân, phòng kế toán - ngân quỹ thực hiện thu các loại phí liên quan đến khoản vay; lập sổ theo dõi đối với khoản vay và ghi chép lại các phát sinh trong quá trình thực hiện quản lý khoản vay.

Bước 7: Quản lý hồ sơ khoản vay, kiểm tra, giám sát khách hàng sử dụng vốn

Quản lý hồ sơ khoản vay

Cán bộ kiểm soát và hỗ trợ tín dụng tiêu dùng có trách nhiệm: Phối hợp với phòng Dịch vụ Khách hàng, phòng kế toán - ngân quỹ thực hiện việc giám sát trong quá trình lưu trữ, bảo quản, nhập, xuất hồ sơ pháp lý khoản vay, giấy tờ pháp lý của TSDB; cập nhật hồ sơ khoản vay về các vấn đề phát sinh sau khi giải ngân; quản lý hồ sơ khoản vay bằng văn bản tại phòng cho vay khách hàng.

Kiểm tra, giám sát khách hàng trong việc sử dụng vốn vay

Việc kiểm tra và giám sát sử dụng món vay được thực hiện đồng thời với quá trình giải ngân, thu nợ, cơ cấu lại thời hạn trả nợ. Yêu cầu giám sát và theo dõi nhằm kiểm tra tính hiện thực của kế hoạch trả nợ và khả năng thực hiện, phát hiện dự báo những rủi ro có thể phát sinh; phát hiện sớm những khoản vay có vấn đề trước khi trở nên nghiêm trọng; nhằm đề xuất các giải pháp kịp thời. Kết quả kiểm tra, kiểm soát đều phải lập biên bản.

Nội dung kiểm tra, giám sát bao gồm: Tình hình sử dụng vốn vay, thu thập và kiểm tra tài liệu chứng minh cho việc sử dụng vốn, đặc biệt trong trường hợp giải ngân bằng tiền mặt; tình hình thực hiện các nội dung trong Hợp đồng tín dụng và Hợp đồng bảo đảm tiền vay; tình hình phát triển hoạt động kinh doanh của hộ gia đình/ tổ hợp tác/ hộ kinh doanh cá thể; tình hình thu nhập của khách hàng; nguồn thu và khả năng trả nợ; tình hình tài sản bảo đảm tiền vay; vấn đề khác (nếu có).

Bước 8: Thanh lý hợp đồng cho vay

Các khoản vay khi đến hạn hoặc khi khách hàng vi phạm hợp đồng thì Chi nhánh sẽ tiến hành thanh lý hợp đồng cho vay. Bước này bao gồm: thu nợ và đối chiếu nợ, thanh lý hợp đồng, cơ cấu lại thời hạn nợ, xử lý TSDB.

Thu nợ và đối chiếu nợ

Các cán bộ tín dụng có trách nhiệm: Theo dõi, đôn đốc việc trả nợ của khách hàng; thực hiện thu nợ gốc, tính và thu lãi, dự thu lãi cho vay và hạch toán kế toán theo quy định của Sacombank; cập nhật vào hồ sơ nghiệp vụ những phát sinh trong việc thu nợ gốc, lãi và phí; thông báo cho Cán bộ tín dụng, lãnh đạo Phòng và giám đốc đơn vị

kinh doanh các dấu hiệu tín dụng bất thường (chậm trả gốc, lãi, phí...) để có những biện pháp xử lý, đôn đốc kịp thời. Tất cả mọi nguồn thu hình thành từ vốn vay ngân hàng và các nguồn tài chính khác đã được khách hàng thỏa thuận trong kế hoạch trả nợ đều phải trả nợ ngân hàng; khi có nguồn thu, ngân hàng phải thu hồi nợ ngay, khách hàng không được sử dụng các nguồn vốn dùng trả nợ ngân hàng để quay vòng, sử dụng cho mục đích khác. Để theo dõi thu hồi nợ, CBTD phải mở sổ theo dõi kết hợp với chương trình quản lý trên hệ thống vi tính để theo dõi hàng ngày cho từng khách hàng: những khoản nợ đến hạn, nợ quá hạn gốc/lãi, nợ quá hạn theo thời gian quá hạn, gia hạn nợ, giãn nợ, định lại kỳ hạn nợ, tình hình thu lãi của các khoản nợ, phân loại nợ theo nhóm nợ quy định.

Thanh lý hợp đồng

Nếu hết thời hạn của hợp đồng và khách hàng đã hoàn tất nghĩa vụ trả nợ cả gốc và lãi thì ngân hàng và khách hàng sẽ làm thủ tục thanh lý hợp đồng cho vay, giải chấp tài sản và lưu hồ sơ vay vốn và kho lưu trữ.

Cơ cấu lại thời hạn trả nợ

Trong trường hợp đến hạn trả nợ gốc hoặc lãi mà khách hàng không trả được nợ và khách hàng nộp đơn xin cơ cấu lại thời hạn trả nợ, CBTD có trách nhiệm: Tiếp nhận hồ sơ đề nghị cơ cấu lại thời hạn trả nợ của khách hàng; kiểm tra tình hình thực tế, lập biên bản kiểm tra tình hình sử dụng vốn vay; đối chiếu giữa thực tế với đề nghị cơ cấu lại thời hạn trả nợ và quy định của Sacombank về điều kiện và thủ tục cơ cấu lại thời hạn trả nợ. Sau đó, các CBTD lập tờ trình đề nghị cơ cấu lại thời hạn trả nợ, đánh giá mức độ đáp ứng các điều kiện cơ cấu lại thời hạn trả nợ theo quy định của Sacombank và ghi ý kiến đề xuất. Nếu đề xuất cơ cấu lại thời hạn trả nợ, phải ghi rõ: số tiền đề nghị cơ cấu lại thời hạn trả nợ, thời gian cơ cấu lại thời hạn trả nợ. Nếu đề xuất không cơ cấu lại thời hạn trả nợ, phải ghi rõ lý do.

CBTD soạn thảo hợp đồng sửa đổi, bổ sung HĐTD, HDBĐTV phù hợp với kết quả thẩm định, đề xuất cơ cấu lại thời hạn trả nợ của mình hoặc chỉnh sửa theo phê duyệt của người/cấp có thẩm quyền (nếu nội dung phê duyệt khác với nội dung đề xuất); hướng dẫn khách hàng ký. Trình hồ sơ cơ cấu lại thời hạn trả nợ cho Lãnh đạo phòng khách hàng cá nhân và nhập hồ sơ vào chương trình trên máy vi tính. Sau khi có quyết định của người/cấp có thẩm quyền CBTD thông báo kết quả trình phê duyệt cho khách hàng.

Xử lý TSDB

Trong trường hợp đến hạn trả nợ gốc hoặc lãi mà khách hàng không trả được nợ và không được ngân hàng chấp thuận cơ cấu lại thời hạn trả nợ thì Chi nhánh tiến hành xử lý TSBD để thu hồi nợ vay.

2.4. Thực trạng về hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội giai đoạn 2010-2012

2.4.1. Tình hình doanh số cho vay tiêu dùng

Doanh số cho vay chính là tổng số tiền mà ngân hàng đã giải ngân cho khách hàng vay trong một thời gian nhất định. Nếu số tiền ngân hàng huy động được cao và doanh số cho vay cao, chứng tỏ ngân hàng đã sử dụng được nguồn tiền huy động một cách có hiệu quả, với mục đích mang lại lợi nhuận cho ngân hàng. Nhưng doanh số cho vay cao không đồng nghĩa với hiệu quả cho vay tốt mà nó còn phụ thuộc vào doanh số thu nợ trong kỳ.

Bảng 2.4. Doanh số cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội giai đoạn 2010 – 2012

(Đơn vị: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Chênh lệch năm 2010-2011		Chênh lệch năm 2011- 2012	
				Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)
Doanh số CVTD	160,68	303,42	551,37	143,04	89,02	247,95	81,71
Tổng doanh số cho vay	957,60	1.762,85	2.757,17	805,25	84,09	994,32	56,40
Tỷ trọng doanh số CVTD (%)	16,46	17,21	19,99	-	-	-	-

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động CVTD tại Sacombank - Hà Nội)

Doanh số hoạt động CVTD chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng doanh số cho vay nhưng có xu hướng tăng trong giai đoạn 2010-2012. Nhìn vào bảng 2.4, ta có thể thấy năm 2010 doanh số CVTD chiếm 16,46% trong doanh số cho vay, sang đến năm 2011 con số này là 17,21% và đến năm 2012 là 19,99%. Những năm gần đây khi mà hoạt động cho vay doanh nghiệp không mấy khả quan thì các Chi nhánh bắt đầu chú trọng đến hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, nhất là trong cho vay tiêu dùng. Chi nhánh đã nắm bắt được nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao của khách hàng, đưa ra các chính sách phát triển trong lĩnh vực cho vay này cụ thể như cải tiến và thiết kế ra nhiều sản phẩm dịch vụ mới, mở rộng địa bàn hoạt động và đưa ra mức lãi suất cho vay tiêu dùng hấp dẫn cùng nhiều ưu đãi. Chính những yếu tố đó đã giúp cho hoạt động CVTD chiếm tỷ trọng ngày càng cao và đạt được kết quả tăng trưởng khả quan.

Doanh số CVTD tăng trưởng đều qua các năm. Năm 2011, doanh số đạt 303,42 tỷ đồng, tăng 143,04 tỷ đồng tương ứng với 89,02% so với năm 2010. Sang đến năm 2012 doanh số tăng lên 247,95 tỷ đồng so với năm 2011, tương ứng tăng 81,71%. Đây là thành tích đáng khen ngợi của Chi nhánh trong bối cảnh nền kinh tế vẫn còn nhiều khó khăn và hoạt động cho vay tiêu dùng của các ngân hàng khác chưa thực sự đạt được hiệu quả. Việc doanh số cho vay tiêu dùng tăng một phần cũng do uy tín của Chi nhánh ngày càng nâng cao thu hút một lượng khách hàng cá nhân mới, song song đó là những hoạt động quảng bá gắn liền với các sản phẩm với những ưu đãi lớn cho khách hàng. Trong khi lãi suất CVTD của các ngân hàng khác trên thị trường còn khá cao thì Chi nhánh đã đưa ra mức lãi suất chỉ từ 16,5-17,5%/năm đối với từng loại sản phẩm CVTD, ngoài ra còn có ưu đãi cho khách hàng thân thiết và khách hàng có quan hệ tín dụng tốt với Chi nhánh. Chính điều đó cũng đã góp phần thu hút khách hàng đến với Chi nhánh. Khi mà việc giải ngân đối với doanh nghiệp ngày càng khó khăn vì nợ xấu tăng cao và hoạt động sản xuất kinh doanh ngày càng trì trệ thì việc chú trọng vào phát triển CVTD là một hướng đi mới giúp cho hoạt động của Chi nhánh được ổn định hơn, nguồn tiền huy động được sử dụng hiệu quả hơn, mang lại lợi nhuận cao hơn.

Với mục tiêu trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu hiện nay thì Sacombank nói chung cũng như Sacombank - Hà Nội nói riêng càng cần phải cố gắng hơn nữa để duy trì, phát triển, nâng cao mối quan hệ giữa các khách hàng, nhất là các khách hàng cá nhân có nhu cầu tiêu dùng cao; cũng như nâng cấp và mở rộng thêm các sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng phục vụ tối đa lợi ích cho khách hàng. Tuy nhiên vì các khoản cho vay tiêu dùng thường có rủi ro cao nên Chi nhánh vẫn cần phải xây dựng quy trình tín dụng cùng kiểm tra, giám sát các khoản nợ, trích dự phòng rủi ro đầy đủ để đạt được hiệu quả tốt nhất trong hoạt động cho vay tiêu dùng.

2.4.2. Tình hình dư nợ cho vay tiêu dùng

Tổng dư nợ cho vay chính là chỉ tiêu phản ánh khối lượng tiền ngân hàng cấp cho nền kinh tế trong một thời điểm. Kết hợp với doanh số cho vay, dư nợ cho vay phản ánh tình hình hoạt động của ngân hàng. Dư nợ cho vay càng lớn, tốc độ tăng dư nợ càng nhanh, chứng tỏ ngân hàng có uy tín và dịch vụ cho khách hàng đa dạng, phong phú. Nhưng tổng dư nợ cho vay cao không đồng nghĩa với hiệu quả cho vay tốt vì bên cạnh những khoản vay đó là những RRTD mà ngân hàng sẽ gặp phải.

Xét về quy mô CVTD

Nhìn vào bảng 2.5, ta thấy tổng dư nợ CVTD của Sacombank - Hà Nội tăng trưởng mạnh qua các năm. Năm 2010 dư nợ CVTD đạt 117,45 tỷ đồng; năm 2011 con số này 205,67 tỷ đồng, tăng 88,22 tỷ đồng ứng với tỷ lệ tăng trưởng 75,11% so với năm 2010. Nguyên nhân là do trong năm 2011, ý thức được tầm quan trọng của hoạt

động cho vay bán lẻ, Chi nhánh đã thực sự chú trọng đến các hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, nhất là CVTD. Tuy nền kinh tế vẫn gặp nhiều khó khăn khiến cho nhu cầu tiêu dùng của người dân giảm hơn so với năm trước, nhưng với lợi thế là hoạt động trên địa bàn có dân cư đông đúc, với thu nhập bình quân đầu người khá cao, thì việc tiêu dùng vào những hàng hóa của khách hàng vẫn mang đến cơ hội phát triển tiềm năng cho Chi nhánh. Chính vì thế, Chi nhánh đã hợp tác với một số nhà sản xuất đưa ra những gói cho vay tiêu dùng với nhiều ưu đãi; các chương trình ưu đãi cho khách hàng tiêu dùng qua thẻ rất nhiều và vô cùng đa dạng. Như thanh toán bằng thẻ Sacombank-Mastercard được trúng chuyến du lịch Singapore, hay Sacombank sẽ hoàn tiền trị giá 5% trên hóa đơn mà khách hàng thanh toán bằng thẻ ATM của ngân hàng này tại tất cả các điểm chấp nhận thẻ (thanh toán qua máy POS) trên toàn quốc;.... Kế thừa và phát huy những thành quả trong năm 2011, năm 2012 Chi nhánh tiếp tục triển khai các hoạt động nhằm đẩy mạnh hiệu quả CVTD. Doanh số CVTD của năm 2012 tiếp tục tăng trưởng, đạt 347,94 tỷ đồng, tăng 69,17% so với năm trước.

Nhìn vào dư nợ CVTD ngày càng tăng không những cho ta thấy được hoạt động cho vay tiêu dùng của Chi nhánh đang ngày càng được mở rộng mà còn giúp cho uy tín của ngân hàng ngày càng được khẳng định trong mắt khách hàng. Sự phát triển của hoạt động CVTD của Chi nhánh còn góp phần thúc đẩy tiêu dùng của dân cư, giúp cho hoạt động sản xuất kinh doanh và nền kinh tế phát triển hơn.

Xét về cơ cấu cho vay

Cơ cấu theo thời gian

Dư nợ CVTD trung và dài hạn chiếm phần lớn trong tổng dư nợ CVTD (từ 71,95% đến 73,47%) và hầu như không có biến động qua các năm. Điều này được giải thích bởi phần lớn các sản phẩm cho vay tiêu dùng của Chi nhánh đều có thời hạn dài. Hơn nữa, với tâm lý của người Việt “An cư lạc nghiệp” nên những khoản vay mua nhà vẫn chiếm tỷ lệ lớn trong hoạt động cho vay tiêu dùng, hay khi nhu cầu đời sống càng ngày càng nâng cao thì sản phẩm cho vay mua ô tô, cho vay du học cũng vẫn được khách hàng lựa chọn nhiều. Đây cũng là các sản phẩm chính trong hoạt động CVTD tại Chi nhánh và luôn được chú trọng phát triển.

Bên cạnh tỷ trọng không có sự chênh lệch nhiều thì tốc độ tăng trưởng của dư nợ CVTD trung và dài hạn lại rất tốt. Năm 2010 dư nợ cho vay trung và dài hạn là 86,22 tỷ đồng; năm 2011 dư nợ tăng lên 61,76 tỷ đồng tương ứng tăng 71,63% so với năm 2010. Đến năm 2012 dư nợ là 255,63 tỷ đồng tăng hơn so với năm 2011 107,65 tỷ đồng tương ứng với 72,74%.

Bảng 2.5. Dư nợ cho vay tiêu dùng của Ngân hàng Sài Gòn Thương tín Chi nhánh Hà Nội giai đoạn 2010 – 2012

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010		Năm 2011		Năm 2012		Chênh lệch			
							2011/2010		2012/2011	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền tăng (+) giảm (-)	Đạt tỷ lệ (%)	Số tiền tăng (+) giảm (-)	Đạt tỷ lệ (%)
Tổng dư nợ CVTD	117,45	100	205,67	100	347,94	100	88,22	75,11	142,27	69,17
I. Theo thời gian										
1. Nợ ngắn hạn	31,23	26,59	57,69	28,05	92,30	26,53	26,46	84,72	34,61	59,99
2. Nợ trung hạn – dài hạn	86,22	73,41	147,98	71,95	255,63	73,47	61,76	71,63	107,65	72,74
II. Theo TSDB										
1. Có TSDB	100,58	85,63	172,58	83,91	287,73	80,11	72	71,58	115,15	66,72
2. Không có TSDB	17,04	14,37	33,09	16,09	69,20	19,89	16,05	94,19	36,11	109,12
III. Theo loại tiền cho vay										
1. VND	112,10	95,45	192,53	93,61	315,06	90,55	80,43	71,75	122,53	63,64
2. Ngoại tệ (quy đổi)	5,35	4,55	13,14	6,39	32,88	9,45	7,79	145,60	19,74	150,22

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động CVTD tại Sacombank - Hà Nội giai đoạn 2010-2012)

Nguyên nhân của sự gia tăng của dư nợ cho vay trung và dài hạn là do Chi nhánh đã có những nỗ lực tích cực trong việc thúc đẩy khách hàng sử dụng các sản phẩm như cho vay dài hạn như đưa ra mức lãi suất thấp hơn, hoàn thiện quy trình cho vay đơn giản và nhanh chóng hơn. Hơn nữa, Chi nhánh còn xác định rõ, khoanh vùng đối tượng khách hàng tiềm năng cho các loại hình sản phẩm này là những người có thu nhập khá trở lên, giúp cho việc tập trung vào tiếp thị sản phẩm cũng như quảng bá hiệu quả hơn, đạt được kết quả cao hơn.

Dư nợ CVTD ngắn hạn chiếm tỷ trọng khá thấp trong tổng dư nợ và có sự tăng giảm không đồng đều qua các năm (Năm 2010: 26,59%; năm 2011: 28,05%; năm 2012: 26,53%). Trong năm 2011, Chi nhánh đã đẩy mạnh hoạt động cho vay đối với nhu cầu tiêu dùng ngắn hạn của khách hàng, phát triển thêm các sản phẩm như cho vay tiêu dùng tín chấp, cho vay cán bộ công nhân viên để tiêu dùng hàng ngày, mua sắm hàng hóa; với số tiền vay tối đa lên đến 200 triệu đồng và hồ sơ cho vay được giải quyết nhanh chóng, thuận tiện chỉ trong 2 ngày kể từ ngày nhận hồ sơ đầy đủ. Ngoài ra, khách hàng còn được hưởng mức lãi suất rất cạnh tranh và tặng kèm Bảo hiểm nhân thọ trong suốt thời gian vay. Những điều kiện trên đã thực sự thu hút được nhiều khách hàng, giúp cho tỷ trọng dư nợ dư nợ CVTD ngắn hạn tăng, đồng thời cũng tăng cả về số tuyệt đối. Năm 2010 dư nợ đạt 31,23 tỷ đồng; năm 2011 dư nợ CVTD ngắn hạn tăng 84,72% so với năm 2010 đạt 57,69 tỷ đồng. Tuy nhiên trong năm 2012, các sản phẩm này lại không đạt hiệu quả tốt như năm 2011 khi mà các cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng gay gắt, các ngân hàng khác cũng đưa ra các gói dịch vụ và sản phẩm tương tự với lãi suất ưu đãi hơn, khiến cho tỷ trọng dư nợ giảm. Tuy nhiên, chính nhờ uy tín cũng như nỗ lực hoàn thiện sản phẩm cũng như chất lượng dịch vụ đã giúp cho Chi nhánh luôn có một lượng khách hàng tiêu dùng ổn định và giúp cho dư nợ CVTD ngắn hạn vẫn không ngừng phát triển. Năm 2012 dư nợ CVTD ngắn hạn là 92,30 tỷ đồng tương ứng tăng 59,99% so với năm 2011. Năm 2012 kinh tế vẫn khó khăn, người dân tiêu dùng tiết kiệm hơn nên tiêu dùng trong ngắn hạn giảm về tỷ lệ tăng trưởng so với năm 2011.

Cơ cấu theo loại tiền cho vay

Dư nợ cho vay tiêu dùng bằng VNĐ chiếm tỷ trọng lớn trong tổng dư nợ, tuy nhiên có xu hướng giảm nhẹ trong giai đoạn 2010-2012. Năm 2010 tỷ trọng dư nợ CVTD bằng VNĐ là 95,45%, năm 2011 tỷ trọng giảm xuống còn 93,61% và đến năm 2012 chỉ còn 90,55% trong tổng dư nợ CVTD. Nhận thấy nguồn vốn huy động chủ yếu của ngân hàng là từ nội tệ và phần lớn khách hàng là người cư trú trong nước nên các khoản vay phục vụ chủ yếu cho tiêu dùng trong nước. Điều đó giải thích tại sao CVTD bằng nội tệ lại chiếm tỷ trọng lớn trong tổng dư nợ CVTD. Tuy nhiên tỷ trọng cho vay bằng đồng nội tệ có xu hướng giảm là trong những năm gần đây là do Chi

nhánh bắt đầu chú trọng hơn đến việc cho vay tiêu dùng bằng ngoại tệ, khi mà hoạt động ngoại giao và thương mại quốc tế phát triển, khách hàng vay ngoại tệ để đáp ứng mục đích du học, xuất khẩu lao động hoặc buôn bán kinh doanh với đối tác nước ngoài...tăng cao. Điều này cũng giải thích cho sự tăng trưởng của dư nợ cho vay đồng ngoại tệ của Chi nhánh. Năm 2010, dư nợ cho vay tiêu dùng bằng ngoại tệ đạt 5,35 tỷ đồng; năm 2011 tăng lên 13,14 tỷ đồng tương ứng tăng 145,60% so với năm 2010; năm 2012 tăng lên 32,88 tỷ đồng tương ứng tăng 150,22% so với năm 2012.

Cơ cấu theo TSDB

Qua bảng 2.5 ta thấy được CVTD có TSDB chiếm tỷ trọng lớn so cho vay không có TSDB. Tuy nhiên, từ năm 2010 đến năm 2012, tỷ trọng cho vay có TSDB đang dần thu hẹp lại và tỷ trọng cho vay không có TSDB đang được mở rộng hơn. Cụ thể trong năm 2010, dư nợ cho vay tiêu dùng có TSDB là 100,58 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 85,63% trong tổng dư nợ CVTD, năm 2011 đạt 172,58 tỷ đồng chiếm 83,91% và năm 2012 là 287,73 tỷ đồng chiếm 80,11%. Cho vay không có TSDB qua ba năm 2010, 2011 và 2012 lần lượt là 17,04 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 14,37%, 33,09 tỷ đồng chiếm 16,09% và 69,20 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 19,89%. Điều này được lý giải bởi việc cho vay không có TSDB đang được Chi nhánh triển khai nhằm thu hút thêm nhiều khách hàng hơn. Mặc dù tỷ trọng dư nợ CVTD có TSDB giảm về tỷ trọng nhưng về số tuyệt đối thì dư nợ CVTD có TSDB càng ngày càng tăng. Năm 2011 dư nợ CVTD có TSDB tăng 72 tỷ đồng ứng với 71,58% so với năm 2010, năm 2012 tăng 107,65 tỷ ứng với 72,74% so với năm 2011. Khi mà doanh số CVTD tăng trưởng trên 80% hàng năm thì với tỷ lệ tăng trưởng dư nợ CVTD có TSDB như trên ta có thấy được hầu hết các khoản vay tiêu dùng của khách hàng đều được đảm bảo chặt chẽ, đây là dấu hiệu đáng mừng chứng tỏ sự an toàn trong hoạt động cho vay tiêu dùng của Chi nhánh. Bên cạnh đó, dư nợ CVTD không có TSDB cũng tăng mạnh trong giai đoạn này. Năm 2011 dư nợ CVTD không có TSDB tăng 16,06 tỷ đồng tương ứng với 94,19% so với năm 2010, năm 2012 con số này là 36,11 tỷ đồng ứng với 109,12%. Nguyên nhân là do trong công tác vay thẩm định hồ sơ vay vốn, chi nhánh đã thực hiện tốt và đầy đủ các thủ tục, chỉ chấp nhận những khách hàng có tài chính lành mạnh, có đầy đủ năng lực và hành vi dân sự vay vốn nên đa phần khách hàng tiếp cận vốn không cần có TSDB. Bên cạnh đó những khách hàng cũ cũng tạo được uy tín với ngân hàng nên được vay vốn không cần TSDB. Chi nhánh cũng triển khai thêm các sản phẩm CVTD không cần TSDB như cho vay tín chấp, cho vay CBNV và thu hút được thêm nhiều khách hàng hơn. Các gói giải ngân không cần tín chấp, cho vay ngay tại điểm bán đang ngày càng thu hút được nhiều khách hàng hơn, với thủ tục đơn giản, chỉ cần Chứng minh thư và Hộ khẩu, khách hàng có thể mua được những sản phẩm theo nhu cầu của mình. Tuy

nhiên, điều này cũng mang đến rủi ro cho ngân hàng khi các tình huống xấu xảy ra và khách hàng không trả được nợ cho ngân hàng, nhất là trong hoạt động CVTD.

2.4.3. Tình hình thu nợ cho vay tiêu dùng

Bên cạnh hoạt động cho vay thì công tác thu nợ cũng là một nhiệm vụ vô cùng quan trọng của tất cả các ngân hàng. Các khoản nợ được thu hồi đúng hạn cả gốc và lãi sẽ tạo điều kiện cho ngân hàng bổ sung nguồn vốn cho hoạt động kinh doanh, cũng như tránh được rủi ro trong hoạt động tín dụng. Hoạt động thu nợ được thực hiện tốt thể hiện hiệu quả hoạt động cho vay đối với khách hàng của ngân hàng.

Bảng 2.6. Tình hình doanh số thu nợ CVTD của Sacombank – Hà Nội giai đoạn 2010 - 2012

Đơn vị: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Chênh lệch năm 2010-2011		Chênh lệch năm 2011- 2012	
				Số tiền	Tương đối (%)	Số tiền	Tương đối (%)
Tổng doanh số thu nợ	775,20	1386,49	2133,24	611,29	78,85	746,75	53,85
Doanh số thu nợ CVTD	147,26	263,98	452,70	116,72	79,26	188,72	71,49
Tỷ trọng thu nợ CVTD(%)	18,99	19,04	20,22	-	-	-	-

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động CVTD tại Sacombank - Hà Nội)

Doanh số thu nợ của Chi nhánh năm 2010 là 775,20 tỷ đồng trong đó doanh số thu nợ CVTD đạt 147,26 tỷ đồng, chiếm 18,99% doanh số thu nợ. Năm 2011, doanh số thu nợ của Chi nhánh tăng lên mức 1386,49 tỷ đồng, trong đó doanh số thu nợ CVTD chiếm 19,04% tăng lên mức 263,98 tỷ đồng, đồng thời cũng tăng so với năm 2010 thêm 116,29 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ tăng trưởng 79,26%. Năm 2012 doanh số thu nợ của Chi nhánh tiếp tục tăng, đạt 2133,24 tỷ đồng cùng với đó là sự gia tăng cả về doanh số lẫn tỷ trọng của thu nợ CVTD, đạt mức 452,70 tỷ đồng chiếm 20,22% tổng doanh số thu nợ, tăng thêm 188,2 tỷ đồng so với năm 2011 và tương ứng với tỷ lệ là 71,49%. Có thể thấy được cả doanh số thu nợ nói chung và doanh số thu nợ CVTD nói riêng của Chi nhánh đều tăng nhanh trong giai đoạn từ năm 2010 đến năm 2012. Điều đó chứng tỏ chính sách thu hồi nợ của Chi nhánh trong những năm qua thực sự đạt hiệu quả. Việc áp dụng quy trình thẩm định khách hàng vay tiêu dùng chặt chẽ ngay từ đầu đã được Chi nhánh chú trọng, đồng thời hoạt động giám sát khoản nợ

cũng được nâng cao, cũng như công tác thẩm định TSĐB ngày càng được hoàn thiện, giúp ngân hàng giảm thiểu tối đa rủi ro trong cho vay tiêu dùng, tỷ lệ nợ quá hạn thấp. Năm 2010, tỷ lệ doanh số thu nợ CVTD trên doanh số CVTD 91,64%; năm 2011 là 87%, năm 2012 là 82,10%. Tỷ lệ này cho ta thấy hầu hết các khoản cho vay đều thu hồi được gốc và lãi, giúp cho hoạt động của Chi nhánh được ổn định, mang lại hiệu quả sử dụng đồng vốn vay.

2.5. Đánh giá hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội

2.5.1. Các chỉ tiêu định tính

Cơ sở pháp lý

Các hoạt động cho vay tiêu dùng của Sacombank - Hà Nội luôn được thực hiện dựa trên cơ sở pháp lý là tuân thủ pháp luật của Nhà Nước và các quy định của NHNN. Ngoài ra, các hoạt động CVTD của Chi nhánh còn được thực hiện dựa trên những nguyên tắc, những quy định chung của Sacombank. Ngân hàng kinh doanh có hiệu quả cho thấy được sự đúng đắn, chính xác của cơ sở pháp lý.

Quy trình cho vay tiêu dùng

Về cơ bản các công đoạn trong quy trình cho vay tiêu dùng được Chi nhánh áp dụng theo đúng quy chế của Sacombank. Đặc biệt với công tác thẩm định được Chi nhánh chú trọng bởi đây là bước quan trọng nhất để xem xét quyết định có cho khách hàng vay hay không. Quy trình thẩm định của Chi nhánh tuân thủ theo nguyên tắc: Nhanh chóng, minh bạch, chính xác và hiệu quả. Đội ngũ cán bộ tín dụng của Chi nhánh luôn nắm vững nghiệp vụ, cập nhật tình hình kinh tế thị trường để có thể đưa ra những kiến nghị kịp thời phục vụ cho việc thẩm định, tận tình với khách hàng, hỗ trợ khách hàng trong việc hoàn thiện hồ sơ để có thể được xem xét cho vay một cách nhanh nhất.

Quy mô của hoạt động cho vay tiêu dùng

Nhận thấy CVTD là thị trường đầy tiềm năng cho ngân hàng bởi nhu cầu tiêu dùng của khách hàng ngày càng tăng lên, nhất là trong khi nền kinh tế đang có dấu hiệu phục hồi. Vì vậy, trong cơ cấu cho vay của Chi nhánh vẫn luôn coi trọng loại hình cho vay này. Theo số liệu đã chỉ ra ở trên, doanh số cho vay tiêu dùng của Chi nhánh ngày càng tăng trưởng. Trong những năm gần đây Chi nhánh Hà Nội đã không ngừng cải thiện và nâng cao uy tín, duy trì tốt mối quan hệ với khách hàng; tăng cường mở rộng và nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng.

Chất lượng nhân sự của ngân hàng

Sacombank - Hà Nội có một đội ngũ nhân sự chất lượng cao, từ Ban lãnh đạo tới tất cả các chuyên viên tại các phòng ban trong ngân hàng. Ban lãnh đạo đã xây dựng cho tất cả đội ngũ nhân viên một tinh thần và thái độ làm việc tích cực. Đối với khách

hàng luôn niềm nở, tận tình phục vụ một cách chu đáo nhất. Về trình độ chuyên môn, số cán bộ nhân viên của Chi nhánh có trình độ Đại học trở lên là 100%, hơn 30% cán bộ nhân viên có trình độ Thạc sĩ; nhiều cán bộ đã có kinh nghiệm và thâm niên công tác trong lĩnh vực Tài chính Ngân hàng. Cơ cấu nhân sự của Chi nhánh tương đối trẻ, điều đó đã giúp Chi nhánh nhanh chóng tiếp thu được những cái mới của thị trường, của công nghệ và nhanh nhạy trong nắm bắt thực tế. Đội ngũ nhân sự trẻ, năng động đã giúp Chi nhánh gây dựng được hình ảnh nhiệt tâm, nhiệt huyết với khách hàng.

Nhận thức được tầm quan trọng của nhân sự trong sự thành công của tổ chức, trong nhiều năm qua, Sacombank - Hà Nội thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo về chuyên môn, kỹ năng mềm, kỹ năng bán hàng, kỹ năng đàm phán,...cho cán bộ nhân viên của mình. Lịch đào tạo thường được tổ chức 2 lần/tháng với sự tham gia giảng dạy của các giảng viên uy tín đến từ các tổ chức tài chính kinh tế lớn trong và ngoài nước. Song song với công việc, Ban Lãnh đạo không quên các tổ chức các hoạt động vui chơi giải trí, các hoạt động thăm hỏi, tặng quà, thi đua khen thưởng nhằm tăng tình đoàn kết giữa các đồng nghiệp, nâng cao đời sống tinh thần cho cán bộ nhân viên và từ đó, giúp các cán bộ nhân viên làm việc hiệu quả, hăng say, sẵn sàng gắn bó lâu dài với tổ chức.

Hoạt động kiểm soát nội bộ, quản trị rủi ro của Chi nhánh

Rủi ro là điều khó tránh khỏi trong hoạt động kinh doanh ngân hàng và quản trị rủi ro không có nghĩa là né tránh rủi ro, mà là xác định một mức rủi ro có thể chấp nhận được, trên cơ sở đó đưa ra các biện pháp để bảo đảm rủi ro không vượt quá mức xác định trước đó. Nhận thức được tầm quan trọng của vấn đề kiểm soát nội bộ và quản trị rủi ro, trong thời gian qua, Chi nhánh đã ngày càng tích cực hơn trong việc thu thập thông tin, phát hiện và kiểm soát rủi ro trong quá trình cho vay. Các cán bộ của Chi nhánh còn tiến hành nắm thông tin khách hàng từ nhiều nguồn khác nhau như từ mối quan hệ hợp tác làm ăn của khách hàng với các đối tác của chính họ, uy tín của khách hàng với các ngân hàng mà trước đây khách hàng từng có quan hệ tín dụng. Tất cả các hành động trên đều hướng tới mục đích hạn chế tới mức tối đa các rủi ro trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

Uy tín của ngân hàng

Theo thống kê của Chi nhánh thì có tới gần 80% khách hàng đã sử dụng được hỏi sẽ quay trở lại sử dụng dịch vụ CVTD của Chi nhánh. Điều này cho thấy, ngân hàng đã xây dựng được hình ảnh tốt đẹp trong tâm trí khách hàng, các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng phần lớn đã đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách hàng, chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng có nhiều tín hiệu khả quan và uy tín của ngân hàng trên địa bàn đã được khẳng định. Các chỉ tiêu tài chính tương đối tốt giúp nâng cao niềm tin của khách hàng đối với ngân hàng, giúp khách hàng yên tâm trong quá

trình làm việc và hợp tác lâu dài với ngân hàng. Việc duy trì được lòng trung thành của khách hàng và số lượng các khách hàng thường xuyên có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc gia tăng số lượng khách hàng và mở rộng hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

2.5.2. Các chỉ tiêu định lượng

Nợ quá hạn và nợ xấu

Nợ quá hạn là chỉ tiêu biểu thị quan hệ tín dụng của ngân hàng không hoàn hảo, khi khách hàng vay vốn không thực hiện nghĩa vụ trả nợ cho ngân hàng đúng hạn. Nợ quá hạn gia tăng sẽ làm phát sinh thêm nhiều loại chi phí gây ra tổn thất cho ngân hàng. Nợ xấu là khoản nợ thuộc các nhóm 3,4,5.

Bảng 2.7. Tỷ lệ nợ quá hạn và nợ xấu của Sacombank - Hà Nội trong CVTD giai đoạn 2010 - 2012

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
NQH cho vay tiêu dùng	2,11	4,01	7,69
Nợ xấu cho vay tiêu dùng	0,47	1,21	2,26
Dư nợ cho vay tiêu dùng	117,45	205,67	347,94
NQH/Tổng dư nợ cho vay tiêu dùng(%)	1,8	1,95	2,21
Nợ xấu/Tổng dư nợ cho vay tiêu dùng(%)	0,4	0,59	0,65
Nợ xấu/NQH cho vay tiêu dùng(%)	22,27	30,17	29,38

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động CVTD tại Sacombank - Hà Nội)

Từ bảng số liệu 2.7 cho thấy tỷ lệ nợ quá hạn đối với CVTD của Chi nhánh khá lành mạnh (từ 1,8% đến 2,21%) nhưng tỷ lệ gia tăng khá cao. Năm 2011 nợ quá hạn tăng 1,9 tỷ đồng tương ứng với tỷ lệ 90,04% so với năm 2010. Năm 2012 nợ quá hạn là 7,69 tỷ đồng tiếp tục tăng 91,77% so với năm 2011. Nguyên nhân là do nền kinh tế khủng hoảng kéo dài, sản xuất đình trệ, hoạt động kinh doanh giảm sút, các doanh nghiệp cắt giảm biên chế, khách hàng bị mất việc khó tìm được việc làm trong thị trường đầy cạnh tranh... khiến cho các khách hàng không đủ khả năng trả nợ theo hợp đồng ký kết ban đầu. Cũng do nền kinh tế ngày càng khó khăn, lạm phát tăng cao khiến cho giá cả cũng tăng theo, người dân phải chi nhiều tiền hơn cho nhu cầu thiết yếu của bản thân và gia đình, từ đó họ không có đủ tiền để trả nợ cho ngân hàng. Ngoài ra, còn do Chi nhánh quá tin tưởng vào một số khách hàng dẫn đến chủ quan trong việc thu thập thông tin về khách hàng và giám sát khoản vay lỏng lẻo dẫn đến

việc không lường trước được rủi ro; khi khách hàng gặp khó khăn thì Chi nhánh không có các biện pháp khắc phục cũng như biện pháp thu hồi vốn và lãi vay. Cụ thể trong năm 2011, một khách hàng xin vay vốn để mua xe ô tô, do là khách hàng thân thiết nên các cán bộ tín dụng của Chi nhánh đã không cẩn thận trong việc thẩm định tình hình hiện tại của khách hàng dẫn đến khi khách hàng gặp khó khăn về tài chính và không thể trả được lãi vay, chính vì mà nợ quá hạn trong năm đã tăng. Mặc dù trong năm 2012, Chi nhánh đã chú trọng hơn vào công tác thẩm định cũng như giám sát khoản vay nhưng do dư nợ CVTD tăng nhanh nên tỷ lệ nợ quá hạn vẫn tăng cao. Nợ quá hạn tăng cao báo động về nguy cơ rủi ro của Chi nhánh trong CVTD. Chi nhánh cần có các biện pháp khắc phục, ngăn ngừa và tìm mọi biện pháp xử lý và thu hồi nợ quá hạn, như xử lý TSDB, yêu cầu người đứng ra đảm bảo cho vay trả nợ, nếu cần thiết có thể xử lý bằng pháp luật...từ đó giảm thiểu được rủi ro trong CVTD.

Nợ xấu của CVTD ở mức thấp với số tuyệt đối lần lượt là 0,47 tỷ đồng (năm 2010), 1,21 tỷ đồng (năm 2011) và 2,26 tỷ đồng (năm 2012). Tỷ trọng nợ xấu trong tổng dư nợ CVTD cũng thấp, năm 2010 chiếm 0,4%, năm 2011 chiếm 0,59%, năm 2012 chiếm 0,65%. So sánh với số liệu về nợ xấu vào từng thời điểm với các ngân hàng khác thì Sacombank luôn là một trong số ít ngân hàng có tỉ lệ nợ xấu thấp, và Sacombank - Hà Nội là một trong những Chi nhánh xuất sắc của Sacombank luôn có tỉ lệ nợ xấu thấp hơn so với toàn hệ thống, là tấm gương để các Chi nhánh khác trong cùng hệ thống học tập. Để duy trì nợ xấu ở mức thấp như trên là cả sự nỗ lực của Sacombank nói chung cũng như Sacombank - Hà Nội nói riêng. Chi nhánh đã thành lập các Ban, Phân ban ngăn chặn và xử lý nợ ngay từ đầu năm nhằm phát huy tối đa kinh nghiệm xử lý nợ, thấu hiểu và chia sẻ khó khăn với khách hàng vay vốn trong quá trình xử lý nợ, triển khai thực hiện việc tái thẩm định TSDB, đánh giá các khoản vay và cam kết ngoại bảng để tăng cường biện pháp quản lý các khoản nợ. Hiện tại khả năng bị RRTD của Chi nhánh so với các ngân hàng trong hệ thống là thấp, nhưng RRTD vẫn có khả năng xảy ra, Chi nhánh không nên chủ quan lơ là công tác quản trị nợ xấu, có các biện pháp phòng ngừa hạn chế rủi ro thích hợp trong bất cứ trường hợp nào.

Tỷ lệ nợ xấu trên nợ quá hạn trong 3 năm lần lượt là 22,27% (năm 2010), 30,17% (năm 2011) và 29,38% (năm 2012). Có thể thấy tỷ lệ này tăng mạnh qua các năm. Năm 2011 tỷ lệ nợ xấu trên nợ quá hạn tăng cao do tốc độ tăng trưởng của nợ xấu (157,44%) tăng cao hơn tốc độ tăng trưởng của nợ quá hạn. Sang đến năm 2012, ngân hàng đã cơ cấu lại một số khoản nợ của khách hàng nên tỷ lệ nợ xấu trên nợ quá hạn có giảm so với năm 2011, tuy nhiên vẫn ở mức cao. Nếu tỷ lệ nợ xấu chiếm phần lớn nợ quá hạn sẽ gây ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Ngân hàng đã đưa ra biện pháp cơ cấu lại nợ nhưng không nên quá phụ thuộc vào cách này vì sẽ

khuyến khách hàng chủ quan, thiếu trách nhiệm đối với khoản vay, từ đó có thể dẫn đến khả năng mất vốn. Mặc dù, hầu hết các khoản vay tiêu dùng ở Chi nhánh đã được đảm bảo bằng tài sản thế chấp của khách hàng, nhưng với xu hướng tăng trưởng của cho vay không cần TSDB như hiện nay, Chi nhánh sẽ đối mặt với nguy cơ không thu hồi được đầy đủ nợ gốc và lãi nhiều hơn, vì vậy mà Chi nhánh cần sử dụng nguồn dự phòng để bù đắp cho các khoản nợ khi rủi ro xảy ra.

NCCL và nợ mất trắng trong CVTD

Bảng 2.8. Tỷ lệ NCCL, tỷ lệ nợ mất trắng trong CVTD

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
NCCL trong CVTD	0,33	1,78	3,57
Nợ mất trắng trong CVTD	0,04	0,17	1,03
Nợ quá hạn CVTD	2,11	4,01	7,69
Tỷ lệ NCCL/ NQH CVTD(%)	15,63	44,88	46,42
Tỷ lệ nợ mất trắng / Nợ xấu CVTD(%)	1,89	4,24	13,39

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động CVTD của Sacombank - Hà Nội)

Trong năm 2010, do nền kinh tế còn khá ổn định, các khách hàng của Chi nhánh thực hiện tốt việc trả nợ theo hợp đồng nên tỷ lệ NCCL và tỷ lệ nợ mất trắng khá thấp. Trong 2,11 tỷ đồng nợ quá hạn chỉ có 0,33 tỷ đồng tương ứng với 15,63% được cơ cấu lại và chỉ có 0,04 tỷ đồng ứng với 1,89% không có khả năng thu hồi được. Sang đến năm 2011 do nền kinh tế gặp nhiều khó khăn khiến cho khách hàng không có khả năng trả nợ, Chi nhánh đã chủ động trong việc tiếp cận với khách hàng vay vốn gặp khó khăn, tìm cách hỗ trợ cơ cấu lại các khoản nợ của khách hàng, qua đó giúp khách hàng trong việc đổi đầu và vượt qua những khó khăn ngắn hạn, từ đó khả năng thu hồi lại nợ của Chi nhánh cũng tốt hơn. Do đó NCCL tăng lên so với năm 2010 đạt 1,78 tỷ đồng, chiếm 44,88% trong nợ quá hạn CVTD. Bên cạnh đó nợ mất trắng cũng tăng cao đạt 0,17 tỷ đồng, chiếm 4,24% trong nợ quá hạn. Năm 2012 nền kinh tế vẫn chưa có dấu hiệu phục hồi dẫn đến việc thu hồi nợ của Chi nhánh vẫn gặp rất nhiều khó khăn, Chi nhánh nhằm giảm tỷ lệ nợ xấu nên tiếp tục xem xét cơ cấu lại cho một số khoản nợ của khách hàng, tỷ lệ NCCL tiếp tục tăng lên chiếm 46,42% nợ quá hạn CVTD. Đặc biệt trong năm 2012, tại Chi nhánh đã xảy ra một vấn đề nghiêm trọng, cụ thể là một CBTD của ngân hàng do quen biết với khách hàng đã lơ là trong việc thẩm định khách hàng và TSDB của khách hàng đó dẫn đến khi khách hàng bị phá sản và không thể trả được nợ. Khi Chi nhánh tiến hành xử lý TSDB của khách hàng đó mới

phát hiện ra có vấn đề trong quyền sở hữu, việc xử lý trở nên kéo dài và khả năng thu hồi được tài sản đó thấp. Chính điều đó khiến cho nợ mất trắng của Chi nhánh tăng vọt lên 1,03 tỷ đồng, chiếm 13,39% nợ xấu. Việc Chi nhánh cơ cấu lại nợ cho khách hàng có thể hỗ trợ khách hàng vượt qua khó khăn, từ đó tối đa hóa số nợ có thể thu hồi cũng như tạo ra cơ hội khác cho ngân hàng đối với các khách hàng này. Bên cạnh những mặt tích cực, việc cơ cấu lại nợ có thể dẫn đến tình trạng khách hàng chủ quan, thiếu trách nhiệm đối với khoản vay, và làm tăng rủi ro về mặt lâu dài cho Chi nhánh do thời gian thu hồi nợ tăng lên.

Tỷ lệ trích lập DPRR CVTD

Bảng 2.9. Tỷ lệ trích lập DPRR CVTD

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
DPRR cho vay tiêu dùng được trích	1,67	3,43	5,74
Dư nợ cho vay tiêu dùng	117,45	205,67	347,94
Tỷ lệ trích (%)	1,43	1,67	1,65

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động CVTD tại Sacombank - Hà Nội)

Tỷ lệ trích lập DPRR cho vay tiêu dùng cho biết dự phòng RRTD trong cho vay tiêu dùng được trích lập bao nhiêu so với tổng dư nợ CVTD. Chi nhánh luôn chú trọng đến vấn đề bảo đảm an toàn tín dụng, nhất là với sản phẩm CVTD luôn chứa nhiều rủi ro. Ngoài việc luôn duy trì nợ xấu dưới 2% so với tổng dư nợ, ngân hàng còn xác định trong trường hợp xấu nhất vẫn sẽ có khoản dự phòng để xử lý khi rủi ro xảy ra. Do vậy, Chi nhánh luôn duy trì tỷ lệ trích lập DPRR lớn hơn số dư nợ xấu. Năm 2010, mặc dù nền kinh tế khó khăn nhưng ít biến động, cùng với chính sách và biện pháp tín dụng hợp lý, tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro của Chi nhánh chỉ là 1,43% và khoản DPRR được trích là 1,6 tỷ đồng. Sang đến năm 2011, tỷ lệ trích lập là 1,67% và khoản DPRR được trích là 3,43 tỷ đồng, tăng 1,76 tỷ đồng so với năm 2010, tương ứng 105%. Nguyên nhân của sự gia tăng là do việc trích lập DPRR luôn song song với sự tăng trưởng của dư nợ CVTD. Hơn nữa trong năm 2011, nền kinh tế gặp nhiều khó khăn khiến cho rủi ro trong công tác CVTD nhiều hơn, Chi nhánh càng chú trọng hơn đến công tác đảm bảo an toàn nguồn vốn vay, khả năng bù đắp khi xảy ra rủi ro CVTD cũng vì thế cần được nâng cao hơn. Đây cũng chính là nguyên nhân lý giải DPRR năm 2012 tiếp tục tăng 2,31 tỷ đồng tương ứng 67,34% so với năm 2011. Tuy nhiên tỷ lệ trích lập DPRR trên dư nợ CVTD trong năm 2012 chỉ là 1,65%, do Chi nhánh đã nỗ lực hoàn thiện công tác thẩm định cho vay, giúp khoản vay được đảm bảo an toàn hơn ngay từ ban đầu, rủi ro gặp phải sẽ ít hơn, tỷ lệ dự phòng giảm xuống so với năm 2011.

Hệ số khả năng bù đắp rủi ro cho nợ vay tiêu dùng đã xử lý

Khi các khoản vay đã được xử lý, tức là đã xảy ra thất thoát trong ngân hàng thì hệ số khả năng bù đắp rủi ro này sẽ cho biết ngân hàng có đủ khả năng bù đắp cho số dư nợ đã mất đi bằng dự phòng rủi ro tín dụng hay không.

Bảng 2.10. Hệ số khả năng bù đắp rủi ro cho nợ vay tiêu dùng đã xử lý

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Chênh lệch năm 2010-2011		Chênh lệch năm 2011- 2012	
				Số tiền	Tương đối (%)	Số tiền	Tương đối (%)
DPRR CVTD được trích	1,67	3,43	5,74	1,76	105,38	2,31	67,34
Nợ đã xử lý	1,22	2,26	4,09	1,04	85,24	1,83	80,09
Hệ số khả năng bù đắp (lần)	1,17	1,51	1,40	0,34	29,05	(0,11)	(7,28)

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động CVTD tại Sacombank - Hà Nội)

Hệ số bù đắp rủi ro của Chi nhánh đối với CVTD trong 3 năm 2010-2012 đều lớn hơn 1. Điều này cho thấy khả năng bù đắp rủi ro từ các khoản dự phòng của Chi nhánh là tương đối tốt. Năm 2011, hệ số bù đắp rủi ro là 1,51 lần, tăng 0,34 lần so với năm 2010. Năm 2012 hệ số này giảm xuống còn 1,40 lần, giảm 0,11 lần so với năm 2011. Tức là 1 đồng dư nợ bị mất đi chỉ được bù lại bằng 1,4 đồng dự phòng. Sự giảm này là do mức tăng của khoản dư nợ đã xử lý (tăng 80,09%) cao hơn so với mức tăng của dự phòng rủi ro đã được trích lập (tăng 67,34%). Chỉ tiêu này giảm tuy không nhiều nhưng Chi nhánh cần hết sức lưu ý vì nó phản ánh trực tiếp sự an toàn, ổn định về vốn cũng như chất lượng tín dụng của chi nhánh. Tuy nhiên, DPRR cũng là một khoản chi phí, DPRR được trích nhiều thì đồng vốn được đảm bảo nhưng cũng khiến cho nguồn vốn của Chi nhánh giảm, từ đó giảm hiệu quả cho vay. Chi nhánh cần trích lập DPRR một cách hợp lý sao cho vừa an toàn mà vẫn đảm bảo được sự hiệu quả trong các hoạt động khác của mình.

Vòng quay vốn CVTD

Chỉ tiêu vòng quay vốn CVTD phản ánh số vòng chu chuyển vốn tín dụng của NHTM đối với khách hàng của hoạt động CVTD, cho biết thời gian thu nợ vay nhanh hay chậm. Thông thường vòng quay càng lớn thể hiện việc thu hồi nợ càng tốt và ngược lại.

Nhìn vào bảng 2.11, có thể thấy vòng quay vốn cho vay tiêu dùng của Chi nhánh

đều lớn hơn 1 và tương đối ổn định, không có sự thay đổi quá lớn. Vòng quay vốn của Chi nhánh năm 2010 đạt 1,25 vòng và số vòng quay tăng lên trong hai năm tiếp theo. Năm 2011 vòng quay vốn đạt 1,28 vòng; tăng 0,03 vòng so với năm 2010. Sang đến năm 2012, vòng quay vốn tín dụng tăng 0,02 vòng so với năm 2011, đạt 1,3 vòng.

Bảng 2.11. Chỉ tiêu vòng quay của vốn CVTD

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
Doanh số thu nợ CVTD	147,26	263,98	452,70
Dư nợ bình quân CVTD	117,45	205,67	347,94
Vòng quay vốn CVTD	1,25	1,28	1,3

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động CVTD tại Sacombank - Hà Nội)

Điều này có được là do doanh số thu nợ CVTD trong 2 năm tăng, đặc biệt là doanh số thu nợ năm 2011 đã tăng 78,85% so với năm 2010 (theo số liệu bảng 2.6) và tăng cao hơn so với tốc độ tăng của dư nợ CVTD (dư nợ CVTD năm 2011 tăng 75,11% so với năm 2010). Ngoài ra, sự cẩn trọng trong quá trình xét duyệt cấp tín dụng và sát sao hơn trong việc giám sát sử dụng vốn, thu hồi nợ đã giúp Chi nhánh tăng được doanh số thu hồi nợ của mình. Chất lượng tín dụng tốt hơn, các khách hàng có thu nhập ổn định, tạo ra được lợi nhuận giúp cho công tác thu hồi nợ của ngân hàng thuận lợi và dễ dàng hơn rất nhiều. Với vòng quay vốn tương đối cao, nó đã cho thấy khả năng thu hồi nợ đúng hạn của ngân hàng tương đối nhanh, giúp Chi nhánh đảm bảo khả năng thanh khoản, giảm thiểu rủi ro và có vốn để tái cho vay. Đặc biệt trong bối cảnh nền kinh tế khó khăn năm 2011 và năm 2012, nhưng vòng quay vốn của Chi nhánh không bị sụt giảm mà lại có chiều hướng gia tăng, đây là một dấu hiệu tích cực trong hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Để tiếp tục duy trì và có thể tăng vòng quay vốn tín dụng trong thời gian tới, Chi nhánh cần áp dụng các biện pháp tốt, có hiệu quả đã làm trong thời gian qua để nâng cao chất lượng khoản vay cũng như đẩy mạnh công tác thu hồi nợ, từ đó Chi nhánh có thể sử dụng vốn thu hồi được để tăng doanh thu, nâng cao chỉ tiêu lợi nhuận của mình.

Lợi nhuận từ hoạt động CVTD

Hoạt động cho vay mang lại nguồn thu không nhỏ cho Chi nhánh. Từ bảng 2.11, ta thấy được năm 2010, lợi nhuận từ hoạt động cho vay đạt 28,26 tỷ đồng, đến năm 2011 lợi nhuận tăng lên 36,05 tỷ đồng so với năm 2010, ứng với tỷ lệ tăng trưởng 27,56%. Sang năm 2012 tăng lên 48,07 tỷ đồng, tăng 12,02 tỷ đồng tương ứng 33,34% so với năm 2011.

Bảng 2.12. Lợi nhuận từ cho vay tiêu dùng*Đơn vị: tỷ đồng*

Chỉ tiêu	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012
Lợi nhuận từ hoạt động cho vay	28,26	36,05	48,07
Lợi nhuận từ CVTD	5,71	7,93	10,94
Tỷ lệ lợi nhuận từ CVTD / Lợi nhuận hoạt động cho vay (%)	20,20	21,99	22,5

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh của Sacombank - Hà Nội)

Kết quả trên cho thấy hoạt động cho vay luôn mang lại lợi nhuận cao cho Chi nhánh với tốc độ tăng qua các năm là trên 25%. Đây là kết quả của sự chỉ đạo tận tình của ban giám đốc, cùng sự phối hợp hoạt động của các CBNV nên việc tìm kiếm các khách hàng của Chi nhánh mới diễn ra suôn sẻ, doanh số cho vay tăng đều qua các năm, lợi nhuận từ cho vay cũng tăng lên, hiệu quả cho vay được cải thiện và nâng cao hơn.

Trong hoạt động cho vay thì hoạt động cho vay tiêu dùng đã và đang mang lại một nguồn thu nhập khá cho Chi nhánh qua các năm. Tỷ trọng lợi nhuận từ hoạt động cho vay tiêu dùng trong lợi nhuận đạt được từ hoạt động cho vay của Chi nhánh không ngừng tăng qua các năm. Năm 2010, lợi nhuận từ CVTD là 5,71 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 20,20% trong tổng lợi nhuận từ hoạt động cho vay của Chi nhánh; sang năm 2011, lợi nhuận từ CVTD tăng lên 7,93 tỷ đồng, chiếm 21,99% tỷ trọng trong tổng lợi nhuận từ hoạt động cho vay. Đến năm 2012 con số này là 10,94 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 22,75% trong tổng lợi nhuận từ hoạt động cho vay. Các khách hàng vay tiêu dùng đang trở thành đối tượng mục tiêu của Chi nhánh, số lượng khách hàng đến với Chi nhánh ngày càng tăng. Công tác tìm kiếm khách hàng, thẩm định, marketing, tư vấn cho khách hàng vay tiêu dùng ngày càng tốt và hiệu quả hơn.

2.5.3. Đánh giá thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội

2.5.3.1. Những kết quả đạt được

Trên phương diện định tính

Khách hàng ngày càng cảm thấy thoải mái hơn khi đến giao dịch với Ngân hàng, uy tín của Ngân hàng không ngừng được nâng cao; việc chấp hành các chính sách quy định của Nhà nước, của Sacombank - Hà Nội khá nghiêm chỉnh, duy trì được các tỷ lệ đảm bảo an toàn trong cho vay. Hơn nữa, việc cải thiện các sản phẩm dịch vụ, nâng cao chất lượng, phong cách phục vụ đã từng bước tạo niềm tin cho khách hàng. Việc xem xét, xử lý hồ sơ nhanh, theo đúng cam kết cũng là một nhân tố quan trọng thu hút khách hàng. Chi nhánh đã chủ động hơn trong việc tìm kiếm và liên kết một số đối tác

sản xuất hàng hóa nhằm thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng của khách hàng. Quá trình kiểm tra, kiểm soát nội bộ cũng như hoạt động quản trị rủi ro luôn được Chi nhánh chú trọng thực hiện và đã phần nào giúp cho hoạt động CVTD nói riêng và hoạt động của Chi nhánh nói chung được đảm bảo an toàn hơn. Hoạt động cho vay tiêu dùng đã góp phần vào việc nâng cao hiệu quả cho vay và gia tăng thu nhập của Chi nhánh.

Trên phương diện định lượng

Doanh số cho vay tiêu dùng và Doanh số thu nợ CVTD đều đạt kết quả khả quan, không ngừng tăng lên trong giai đoạn này, và dự báo trong những năm tới sẽ ngày càng cao hơn, tốc độ tăng trưởng ổn định hơn, khi mà khách hàng tiêu dùng đang trở thành khách hàng quen thuộc của Chi nhánh. Công tác thẩm định dự án và khách hàng được thực hiện ngày càng tốt, áp dụng nhiều phương pháp mang tính khoa học, kỹ thuật thẩm định hoàn chỉnh hơn. Việc kiểm tra, giám sát quy trình cho vay, công tác thu hồi nợ ngoại bảng cũng được tiến hành một cách sát sao, nhịp nhàng giữa các phòng ban có liên quan. Cùng với sự chỉ đạo quyết liệt, nhanh chóng từ Ban Giám đốc, các phòng ban nên các hầu hết khoản nợ khó đòi và có biểu hiện chây ỳ đều đã thu hồi được, dẫn đến doanh số thu nợ tăng cao.

Dư nợ cho vay tiêu dùng trong 2 năm 2011, 2012 đều tăng (tỷ lệ tăng trưởng từ 69,17 đến 75,11%) và tăng khá cao so với toàn hệ thống ngân hàng (tỷ lệ tăng trưởng từ 15,28 đến 23,45%). Dư nợ trung và dài hạn chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong tổng dư nợ với tỷ lệ tăng trưởng trên 70%, dư nợ bằng ngoại tệ cũng tăng lên đáng kể (tỷ lệ tăng trưởng trên 140%).

Tỷ lệ nợ quá hạn và nợ xấu trong CVTD không quá cao (tỷ lệ nợ quá hạn cao nhất vào năm 2012 đạt 2,21% và tỷ lệ nợ xấu cao nhất là 0,65%) và được kiểm soát chặt chẽ. Tỷ lệ nợ xấu trên nợ quá hạn CVTD giảm trong năm 2012 xuống còn 29,38%. Điều đó cho thấy chất lượng tín dụng của Chi nhánh khá tốt, tuy nhiên, Chi nhánh vẫn cần chú ý hơn trong quá trình cho vay vì vẫn còn tiềm ẩn nhiều rủi ro, các khoản nợ nhóm 2 có thể trở thành nợ xấu. Khả năng bù đắp khi xảy ra rủi ro trong CVTD luôn được đảm bảo với số tiền trích DPRR trong CVTD tăng tương ứng với tốc độ tăng của dư nợ CVTD và hệ số khả năng bù đắp rủi ro tương đối cao. Hoạt động của CVTD của Chi nhánh khá hiệu quả với vòng quay vốn CVTD tương đối ổn định và tăng đều qua các năm. Lợi nhuận từ hoạt động CVTD tăng đều các năm và chiếm tỷ trọng ngày càng tăng trong tổng lợi nhuận từ hoạt động cho vay của Chi nhánh.

2.5.3.2. Những khó khăn và hạn chế

Bên cạnh những kết quả kinh doanh khả quan, cho vay tiêu dùng của chi nhánh vẫn tồn tại một số hạn chế nhất định:

Cơ cấu dư nợ cho vay tiêu dùng theo mục đích mất cân đối, chủ yếu tập trung vào cho vay mua nhà, các sản phẩm khác chưa thực sự được chú trọng, chiếm tỷ trọng

thấp trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng. Hệ thống dịch vụ còn chưa đa dạng mới chỉ dừng lại ở cho vay sửa chữa và nâng cấp nhà, mua nhà, cho vay mua ô tô, vay du học,... Với các mục đích vay tiền cho nhu cầu y tế, du lịch hay các mục đích khác ít được khai thác.

Tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng so với tổng dư nợ cho vay của ngân hàng còn thấp (từ 14,96% đến 15,96%), doanh thu từ hoạt động này chưa thực sự cao (từ 20,20% đến 22,75% trên tổng doanh thu từ hoạt động cho vay của Chi nhánh). Ngoài ra, dư nợ CVTD chiếm tỷ trọng thấp so với tổng nguồn vốn huy động được (chỉ từ 3,5% đến 7,5%). Mặc dù tiềm lực cho vay của Chi nhánh lớn nhưng chưa sử dụng được hết do quy trình cho vay cũng như các yêu cầu cao trong việc TSDB nên hiệu quả cho vay chưa đạt được mức tối ưu, Chi nhánh chưa khai thác hết tiềm năng của thị trường.

Tỷ lệ nợ xấu và nợ quá hạn của Chi nhánh tuy không quá cao nhưng tỷ trọng NCCL trong nợ quá hạn lại ngày càng tăng. Vấn đề này khá đáng lo ngại, khi mà việc cơ cấu lại nợ cũng mang đến nhiều rủi ro hơn về lâu dài cho Chi nhánh. Nợ mất trắng cũng tăng vọt trong năm 2012, chứng tỏ công tác đảm bảo an toàn nguồn vốn của Chi nhánh vẫn còn nhiều sai sót. Việc chấp hành quy trình CVTD còn tồn tại một số thiếu sót, kiểm soát chưa thường xuyên; phần lớn là do CBTD lợi dụng quan hệ làm việc qua loa, dẫn đến rủi ro cho Chi nhánh.

Trong thị trường cạnh tranh nhằm thu hút khách hàng vay tiêu dùng, thời gian hoàn tất hồ sơ cho vay và giải ngân rất quan trọng; tuy nhiên thời hạn này ở Sacombank - Hà Nội còn khá dài, chưa tiết kiệm thời gian cho khách hàng. Những thủ tục xin vay, quá trình cho vay còn quá rườm rà, nhiều cái không cần thiết nên làm chậm quá trình vay vốn và làm cho nhiều khách hàng không thể tiếp cận vốn kịp thời nên làm giảm hiệu quả hoạt động kinh doanh của Chi nhánh.

Đội ngũ cán bộ nhân viên của Chi nhánh còn bộc lộ những hạn chế nhất định như còn thiếu tính chuyên nghiệp, thái độ và phong cách phục vụ khách hàng của một số nhân viên còn kém. Còn nhiều khách hàng vẫn chưa biết nhiều đến Chi nhánh mặc dù công tác marketing luôn được chú trọng. Việc các CBNV thiếu kiến thức chuyên môn hay lơ là, chủ quan trong công tác thẩm định khách hàng, thẩm định phương án vay vốn cũng như TSDB mang đến nhiều rủi ro hơn cho Chi nhánh.

Quy mô CVTD của Sacombank - Hà Nội chưa thực sự được như mong đợi, nếu so sánh với nhu cầu thị trường CVTD hiện nay thì vẫn còn nhỏ so với tiềm năng của nó. Việc liên kết giữa ngân hàng và các hãng sản xuất vẫn còn yếu, chỉ tập trung vào một số doanh nghiệp nhất định. Hiện nay, sự phát triển vượt bậc của công nghệ thông tin đã dần làm thay đổi phương thức thanh toán của người dân Việt Nam đặc biệt của người dân Hà Nội, việc sử dụng thẻ tín dụng trở nên phổ biến. Từ đó nhu cầu vay tiêu

dùng thông qua thẻ tín dụng của các TCTD rất lớn, song dịch vụ thẻ của Sacombank còn rất yếu, chưa đáp ứng được nhu cầu của thị trường.

2.5.3.3. Nguyên nhân của hạn chế

Nguyên nhân chủ quan xuất phát từ phía ngân hàng

Chính sách cho vay của Chi nhánh còn hạn chế: Sacombank - Hà Nội chú trọng mảng tín dụng doanh nghiệp hơn tín dụng cá nhân, hơn nữa hoạt động cho vay tiêu dùng chỉ thực sự được Chi nhánh chú trọng trong một vài năm gần đây nên các sản phẩm cho vay tiêu dùng chưa thực sự đa dạng và phong phú. Bên cạnh đó, mức cho vay tiêu dùng của chi nhánh còn thấp, mỗi khoản cho vay tối đa 70% giá trị TSĐB. Số tiền này còn nhỏ so với nhu cầu vay cả giá trị tài sản của khách hàng, do đó đã bỏ qua cơ hội cho vay đối với nhiều khách hàng, đặc biệt là các khách hàng có khả năng trả nợ cao trong tương lai và nhu cầu vốn lớn ở hiện tại. Do đảm bảo an toàn nguồn vốn vay và hoạt động CVTD luôn có rủi ro cao nên quy trình cho vay của Chi nhánh vẫn còn khá khắt khe về thủ tục, khiến cho khách hàng vẫn còn e ngại khi muốn vay vốn từ Chi nhánh. Sự phối hợp giữa các phòng ban, bộ phận chưa logic và hiệu quả, gây ra phiền phức và mất thời gian của khách hàng.

Chi nhánh ngại nguy cơ nợ xấu: trong bối cảnh thị trường có nhiều biến động, khách hàng gặp khó khăn trong việc trả nợ ngân hàng. Để giảm tỷ lệ nợ xấu và giảm chi phí DPRR, Chi nhánh cho khách hàng cơ cấu lại nợ khiến cho tỷ lệ NCCL tăng cao. Ngoài ra vẫn còn nhiều lỗ hổng trong công tác thẩm định khách hàng cũng như giám sát khoản vay của Chi nhánh.

Lãi suất cao làm khó khách hàng vay tiêu dùng: Hiện nay, Chi nhánh giới thiệu chương trình cho vay mua nhà, xe ô tô...với nhiều điều kiện ưu đãi hơn trước, song áp lực mới về lãi suất khiến khách hàng muốn vay vốn e ngại. Hoạt động marketing Chi nhánh chưa phát huy tác dụng: Sacombank - Hà Nội chưa có phòng marketing độc lập nên việc nâng cao hình ảnh ngân hàng còn nhiều hạn chế. Mặc dù hoạt động quảng bá của Chi nhánh luôn được chú trọng tuy nhiên các chính sách ưu đãi đối với khách hàng vẫn còn hạn chế, việc quảng bá chỉ tập trung tại địa bàn quận Hai Bà Trưng chứ chưa mở rộng ra các địa bàn khác tại thành phố Hà Nội khiến cho thị trường của Chi nhánh còn hạn hẹp. Hệ thống thông tin chưa đáp ứng được tiêu chuẩn: Việc thu thập thông tin về khoản vay và về khách hàng của Chi nhánh còn hạn chế, điều này gây khó khăn trong việc ra quyết định tín dụng.

Nguyên nhân khách quan

Sự cạnh tranh quyết liệt giữa các ngân hàng tại Việt Nam: Nếu như các năm trước đây, các ngân hàng thương mại tập trung chủ yếu là cho vay sản xuất kinh doanh và làm dịch vụ, thì thời gian gần đây chú trọng đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng. Đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng là một hướng giúp các NHTM phân tán rủi ro.

Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng gay gắt. Các đối tượng khách hàng được các ngân hàng cho vay tiêu dùng ngày càng mở rộng và mục đích sử vốn cũng ngày càng đa dạng hơn, với nhiều chính sách ưu đãi khiến cho khách hàng có nhiều cơ hội lựa chọn hơn.

Khách hàng vay tiêu dùng khó xác định thông tin hơn khách hàng doanh nghiệp nên việc chứng minh nguồn trả nợ khó khăn hơn. Khách hàng vay tiêu dùng nhỏ lẻ và phân tán nên dư nợ không ổn định. Yếu tố tâm lý của khách hàng cũng là một nguyên nhân, do thói quen của người Việt Nam ngại đến ngân hàng vì sợ thủ tục phức tạp, sợ người khác biết được các thông tin đi vay...

Nền kinh tế trong những năm vừa qua có nhiều biến động như: tốc độ lạm phát cao (ở mức 2 con số), chỉ số giá tiêu dùng CPI tăng, cùng với sự biến động liên tục của tỷ giá trên thị trường ngoại hối và lãi suất trên thị trường tiền gửi... đã gây ra những khó khăn cho cả Chi nhánh và khách hàng muốn tiếp cận nguồn vốn của Chi nhánh.

TỔNG KẾT CHƯƠNG 2

Chương 2 đã giới thiệu sơ qua về lịch sử hình thành và phát triển, cơ cấu tổ chức của Sacombank nói chung và của Sacombank - Hà Nội nói riêng. Bên cạnh đó, chương nêu lên những số liệu, thông tin tổng quan về tình hình hoạt động kinh doanh của Sacombank - Hà Nội trong năm 2010 - 2012. Chương 2 cũng đã đưa ra những phân tích, đánh giá về hiệu quả hoạt động CVTD, từ đó đưa ra được những ưu điểm và hạn chế để cần khắc phục trong thời gian tới. Đó cũng là cơ sở để có thể đưa ra một số giải pháp, kiến nghị nhằm đẩy mạnh hiệu quả của hoạt động CVTD tại Sacombank - Hà Nội trong chương 3.

CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN CHI NHÁNH HÀ NỘI

3.1. Định hướng phát triển của Ngân Hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Hà Nội

3.1.1. Định hướng phát triển của Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín

Năm 2013, với nhận định tình hình kinh tế trong năm sẽ tiếp tục khó khăn, ngành Ngân hàng vẫn phải đối diện với những khó khăn nội tại cũng như những thách thức mới song song với việc thực hiện các nhiệm vụ trọng tâm của ngành trong năm 2013 là: điều hành chính sách tiền tệ, tài khóa chặt chẽ, linh hoạt; gắn kết chính sách tài khóa với chính sách tiền tệ theo mục tiêu tăng cường ổn định vĩ mô và bảo đảm tăng trưởng hợp lý với tổng phương tiện thanh toán tăng 14-16% và tín dụng tăng khoảng 12%; tiếp tục hạ lãi suất tín dụng phù hợp với mức giảm lạm phát; điều hành tỷ giá theo tín hiệu thị trường, bảo đảm giá trị đồng tiền Việt Nam; cải thiện cán cân thanh toán quốc tế và tăng dự trữ ngoại hối... Trong năm 2013, Hội đồng quản trị, Ban lãnh đạo ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín còn đặt ra các chỉ tiêu phấn đấu là giữ vững những kết quả đạt được, tiếp tục đẩy mạnh tăng trưởng, chiếm lĩnh thị trường trên cơ sở chú trọng vào hiệu quả hoạt động và phát triển bền vững, tiếp tục giữ vững vị thế là một trong những ngân hàng bán lẻ hàng đầu tại Việt Nam. Một số chỉ tiêu cụ thể mà ngân hàng đã đặt ra trong năm 2013 như sau: Tổng tài sản tăng 14%, tăng trưởng vốn điều lệ đạt 53%, nguồn vốn huy động tăng 16%, tổng dư nợ tín dụng tăng 12%, tăng trưởng lợi nhuận trước thuế đặt mục tiêu là 113%, tỉ lệ nợ xấu giảm xuống dưới 3% và tập trung mọi nguồn lực nhằm phát triển hệ khách hàng cá nhân tăng 35%.

Để đạt được mục tiêu đó, ngân hàng đã đưa ra các Chiến lược phát triển trọng tâm trong giai đoạn tới là gia tăng năng suất lao động, chú trọng công tác quản trị chi phí hiệu quả và cải tiến phương thức quản lý - quy trình tác nghiệp, tối đa hóa giá trị lợi ích trên từng đơn vị khách hàng; song song là việc chú trọng tăng nhanh tổng tài sản và vốn chủ sở hữu nhằm nâng cao năng lực tài chính phát huy và cải thiện năng lực quản trị điều hành để đảm bảo hoạt động an toàn và hiệu quả hơn; đồng thời phải đổi mới cơ chế xây dựng, giao và triển khai thực hiện kế hoạch kinh doanh theo dòng sản phẩm, hướng tới phục vụ khách hàng; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; tiếp tục tái cấu trúc cơ chế chính sách; tái cấu trúc hoạt động kinh doanh và tái cấu trúc cơ cấu tài sản và danh mục tài chính; hoàn thiện công nghệ ngân hàng và tiếp tục mở rộng mạng lưới có trọng điểm để chiếm lĩnh thị trường, tăng thị phần triển khai các sản phẩm dịch vụ mới và nâng cao năng lực quản lý rủi ro.

3.1.2. Định hướng phát triển của Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội

3.1.2.1. Định hướng chung

Để thực hiện các mục tiêu đề ra trong năm 2013, toàn hệ thống Sacombank nói chung và Sacombank - Hà Nội nói riêng đang nỗ lực thực hiện nhiều chương trình mở rộng cả về chiều rộng và chiều sâu. Cùng với việc thực hiện những nỗ lực chung của toàn hệ thống, Sacombank - Hà Nội đã xác định được phương hướng nhiệm vụ năm 2013 cụ thể như sau:

Phần đầu nâng tổng nguồn vốn huy động năm 2013 đạt 5.467 tỷ đồng, tăng 16% so với năm 2012, trong đó huy động VNĐ là 4.264,26 tỷ đồng chiếm 78%, huy động ngoại tệ quy đổi là 1.202,74 tỷ đồng chiếm 22%. Tổng dư nợ cho vay toàn Chi nhánh Hà Nội đạt 3486 tỷ đồng, tăng 60% so với năm 2012, trong đó dư nợ VNĐ là 2.858 tỷ đồng chiếm 82%, dư nợ ngoại tệ quy đổi là 628 tỷ đồng chiếm 18%. Lợi nhuận trước thuế đạt 150 tỷ đồng tương ứng với tỉ lệ tăng trưởng 40%. Tỷ lệ nợ quá hạn không quá 1,5% và giảm thiểu tối đa tỷ lệ nợ xấu xuống dưới 0,5%.

Để đạt được những kết quả đó, Ban Giám đốc cũng như các phòng ban đã đưa ra các biện pháp cụ thể sau:

Về huy động vốn: Trong thời gian tới, Chi nhánh sẽ duy trì một chính sách huy động vốn hợp lý, điều tiết lượng vốn huy động phù hợp với nhu cầu sử dụng, đảm bảo hiệu quả sử dụng vốn tốt nhất. Việc cải tiến các sản phẩm huy động vốn sẽ được tiếp tục và đẩy mạnh theo hướng linh hoạt với nhiều tiện ích kèm theo cho khách hàng. Thực hiện các chương trình bán hàng với các sản phẩm trọn gói nhằm khai thác hiệu quả hệ khách hàng hiện hữu và phát triển khách hàng tiềm năng.

Về hoạt động tín dụng: Tiếp tục củng cố, nâng cao chất lượng tín dụng, nâng cao trình độ nghiệp vụ, ý thức trách nhiệm của cán bộ tín dụng, đảm bảo cho vay an toàn, hiệu quả. Tăng cường cho vay có bảo đảm bằng tài sản, mở rộng đối tượng cho vay, đẩy mạnh CVTD và nâng cao chất lượng cho vay các doanh nghiệp vừa và nhỏ nhằm đa dạng hóa khách hàng và phân tán rủi ro. Tăng cường chất lượng công tác xếp hạng tín dụng và thẩm định trước, trong và sau khi cho đồng thời giảm tỷ lệ nợ quá hạn xuống dưới 1,5%. Chú trọng cho vay nguồn vốn trung dài hạn, song song triển khai các sản phẩm huy động kết hợp các chương trình khuyến mãi có trọng tâm, khác biệt để thu hút khách hàng. Đẩy mạnh cho vay nhỏ lẻ, tập trung vào các lĩnh vực khuyến khích, lĩnh vực nông nghiệp nông thôn, xuất khẩu hàng hóa... để giảm thiểu rủi ro đồng thời phù hợp với chính sách tiền tệ quốc gia.

Về hoạt động dịch vụ: Đẩy mạnh các hoạt động dịch vụ, đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ, tạo bước đột phá trong hoạt động dịch vụ như gia tăng số lượng khách hàng đăng ký sử dụng dịch vụ bằng cách phát triển công nghệ và các phần mềm tương

ứng; từ đó, đảm bảo chất lượng dịch vụ, tiết giảm chi phí giao dịch, nâng cao lợi nhuận cho ngân hàng. Phát triển hoạt động thanh toán quốc tế, chi trả kiều hối, tìm kiếm và tăng thêm số lượng khách hàng xuất khẩu. Phát huy hiệu quả của hệ thống công nghệ thông tin: Nâng cao ứng dụng tính tự động hóa vào sản phẩm dịch vụ, quy trình tác nghiệp và hệ thống báo cáo.

3.1.2.2. Định hướng phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng

Năm 2013, khi các ngân hàng thương mại trong nước đua nhau thu hút khối khách hàng cá nhân và các sản phẩm hầu như tương tự thì việc cạnh tranh chỉ còn dựa vào lãi suất, uy tín và thái độ phục vụ của nhân viên. Hơn nữa khi gia nhập WTO, thị trường ngân hàng mở cửa, các ngân hàng thương mại trong nước còn phải đối phó với sự cạnh tranh của các ngân hàng nước ngoài, có kinh nghiệm quản lý cũng như công nghệ hơn hẳn. Trong hoàn cảnh đó Sacombank - Hà Nội đã đặt ra định hướng phát triển trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu tại khu vực Hà Nội. Công tác đẩy mạnh hiệu quả hoạt động CVTD luôn được chi nhánh quan tâm và ưu tiên. Để đạt được mục tiêu đó, Chi nhánh đã đề ra một số định hướng cụ thể đối với hoạt động CVTD trong năm 2013 như sau:

- Phát triển dịch vụ ngân hàng bán lẻ gắn liền với tăng cường năng lực cung cấp dịch vụ ngân hàng trên cơ sở đổi mới toàn diện và đồng bộ hệ thống ngân hàng, đồng thời đáp ứng yêu cầu hội nhập quốc tế và mở cửa thị trường tài chính trong nước.

- Trong thời gian tới chi nhánh cần chú trọng hơn nữa trong việc phát triển loại hình cho vay tiêu dùng truyền thống kết hợp với các dịch vụ tiện ích vì đây là loại hình cho vay chiếm tỷ trọng khách hàng khá lớn và mang lại lợi nhuận khá lớn trong hoạt động tín dụng của ngân hàng.

- Đối tượng khách hàng của Chi nhánh hướng tới ngày càng được mở rộng, đó là các cá nhân có thu nhập cao, vừa và thấp, các hộ gia đình, hộ kinh doanh cá thể...

- Giảm lãi suất hoặc đưa ra các mức lãi suất ưu đãi tương ứng với hạn mức vay mà khách hàng đăng ký nhằm phù hợp với những nhu cầu tài chính khác nhau của người tiêu dùng.

- Cung cấp nhiều sản phẩm, dịch vụ với nhiều sự lựa chọn cho khách hàng để đạt được mục tiêu có lãi suất thấp hơn, tặng bảo hiểm cho người vay, tăng hạn mức cấp tín dụng, triển khai hình thức cho vay tín chấp (không cần TSDB).

- Đơn giản hóa điều kiện và thủ tục cho vay, rút ngắn thời gian giải quyết món vay để khách hàng có thể dễ dàng vay vốn.

- Đảm bảo an toàn nguồn vốn vay bằng cách DPRR đầy đủ cho các khoản vay, cơ cấu nợ quá hạn nhằm giảm tỉ lệ nợ quá hạn và nợ xấu.

- Ngoài ra, Chi nhánh còn định hướng phát triển cho vay tiêu dùng đến nhóm khách hàng trẻ vì đây là nhóm khách hàng tiềm năng, chiếm tỷ trọng lớn trong tổng số

dân của Việt Nam. Nhóm khách hàng trẻ đang có nhiều nhu cầu vay phục vụ mua sắm, sinh hoạt tiêu dùng bằng hình thức trả góp hàng tháng và không cần TSDB.

Với định hướng phát triển đúng đắn và có hoạch định rõ ràng sẽ giúp cho Sacombank - Hà Nội trong năm 2013 tiếp tục đạt được những kết quả kinh doanh hiệu quả giữ vững được vị thế của mình trong toàn hệ thống Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín.

3.2. Giải pháp đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội

Qua phân phân tích những số liệu ở chương 2, có thể thấy được sự tăng trưởng trong hoạt động kinh doanh của Chi nhánh Hà Nội là khá tốt. Bên cạnh những thành tựu đã đạt được vẫn tồn tại những hạn chế cần giải quyết. Để khắc phục tối đa những hạn chế đã được chỉ ra đó, trong nội dung này sẽ đề xuất một số giải pháp nhằm đẩy mạnh hiệu quả hoạt động CVTD tại Sacombank - Hà Nội.

3.2.1. Đa dạng hóa loại hình dịch vụ đồng thời hoàn thiện các sản phẩm vay

Hiện nay cho vay tiêu dùng của Sacombank - Hà Nội mới chỉ đáp ứng nhu cầu trong việc: Mua nhà, xây dựng, mua ô tô, vay du học. Trong thời gian tới ngân hàng có thể mở rộng thêm các dịch vụ mới như cho vay đi du lịch, cho vay khám chữa bệnh, cho vay mua xe máy, laptop,... Ngân hàng cần nghiên cứu, triển khai các sản phẩm dịch vụ mới, độc đáo, chuyên biệt áp dụng trong điều kiện Việt Nam, từ đó góp phần nâng cao hình ảnh của Chi nhánh, thu hút thêm khách hàng và gia tăng lợi nhuận cho ngân hàng. Đa dạng hóa sản phẩm là một biện pháp hữu hiệu hạn chế rủi ro cho Chi nhánh.

Chi nhánh phải luôn định hướng tới việc tạo ra những sản phẩm dịch vụ có thời gian xét duyệt hồ sơ nhanh chóng để đáp ứng nhu cầu của những khách hàng đang cần vay gấp, hạn mức vay cao cùng thời gian vay linh hoạt. Khi có nhu cầu chi tiêu khách hàng có thể rút vốn và bổ sung chứng từ chứng minh mục đích sử dụng vốn vay (hóa đơn mua hàng) trong vòng từ 3-5 ngày sau khi giải ngân. Chính vì vậy, khi cho vay ngân hàng nên thường yêu cầu khách hàng cung cấp các hồ sơ chứng minh nguồn trả nợ. Và giải thích cho khách hàng biết được việc cung cấp các thông tin này càng đầy đủ, càng chi tiết thì khách hàng càng có nhiều cơ hội tiếp cận vốn vay từ ngân hàng hơn.

Ngoài ra, ngân hàng cần đẩy mạnh cho vay tín chấp bên cạnh cho vay thế chấp truyền thống, được áp dụng với đối tượng cán bộ công nhân viên. Vì đối tượng này có nguồn thu nhập ổn định, nhu cầu đời sống ngày càng cao và có ý thức trả nợ cao hơn.

Bên cạnh phát triển những sản phẩm mới, Chi nhánh còn cần phải hoàn thiện các sản phẩm cũ như cho vay mua nhà, mua ô tô theo hướng xây dựng các quy trình cho vay chi tiết, đầy đủ và dễ hiểu hơn, các thủ tục cũng cần thông thoáng, tạo điều kiện

tối đa cho khách hàng vay vốn tại ngân hàng bởi khách hàng chính là người đem lại thu nhập cho ngân hàng.

Khi hoạt động tín dụng đã được tăng trưởng ngân hàng đã có một lượng lớn khách hàng cũng nên đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ kèm theo nhằm mở rộng mạng lưới cung cấp dịch vụ đến với những khách hàng mà hiện nay Ngân hàng chưa có chi nhánh, phòng giao dịch..., đối với hình thức cho vay bằng tiền mặt với số lượng lớn điều chuyển xe chở tiền đến tận nhà cho khách hàng, vừa đảm bảo khoản tiền cho vay đồng thời qua đó cũng thể hiện sự chăm sóc tốt khách hàng. Cung cấp sản phẩm, dịch vụ đến từng nhà, từng hộ dân để khách hàng có thể hiểu đây là ngân hàng của nhân dân, phục vụ nhân dân.

3.2.2. Xây dựng các chính sách ưu đãi cho khách hàng

Một ngân hàng không thể thu hút được khách hàng nếu như không hiểu được nhu cầu khách hàng. Khách hàng là nguồn tài nguyên vô giá trong hoạt động của mỗi ngân hàng. Chính vì vậy nên xây dựng riêng cho ngân hàng những quy định chính sách khách hàng chung - khách hàng ưu đãi cùng một chiếc lược kinh doanh dự thể, áp dụng cho khách hàng có giao dịch thường xuyên và khách hàng có giao dịch lần đầu. Các chính sách đó phải nắm bắt tâm lý tiêu dùng của người dân, từ đó tạo ra sự hấp dẫn cho khách hàng gửi tiền, ví dụ: chính sách ưu đãi khách hàng theo từng dịch vụ, trong từng dịch vụ mức ưu đãi từ thấp đến cao, ngân hàng nên phân loại khách hàng ưu đãi thông qua việc đánh giá quan hệ khách hàng với ngân hàng, xếp hạng: hạng đặc biệt, hạng nhất, hạng nhì, hạng ba.

Đối với mỗi loại sản phẩm CVTD cần có chính sách ưu đãi đặc biệt khác nhau cụ thể trong hoạt động cho vay. Chi nhánh nên lập hồ sơ đánh giá khách hàng, tờ trình xét duyệt khách hàng ưu đãi và họp hội đồng xét duyệt khách hàng ưu đãi, sau khi có kết quả thông báo cho khách hàng biết chậm nhất là 03 ngày so với ngày có kết quả. Chính sách ưu đãi được thể hiện cụ thể như sau:

- + Quà tặng cho khách hàng thân thiết.
- + Ưu đãi về lãi suất cho vay: áp dụng mức giảm so với lãi suất cho vay thông thường theo hạng xếp loại ưu đãi.
- + Ưu đãi về TSDB vốn vay.
- + Ưu đãi về thời gian trong quá trình xử lý nghiệp vụ...

Ví dụ như: Khách hàng có thể vay không cần tài sản bảo đảm với thời hạn tối đa 24 tháng, được vay tối đa đến 500 triệu đồng. Khách hàng cũng sẽ được tặng một bảo hiểm người vay với giá trị bảo hiểm bằng số dư khoản vay tại thời điểm xảy ra sự kiện bảo hiểm.

Chi nhánh cần dựa vào hệ thống chấm điểm khách hàng tự động của Sacombank, và lấy đó làm căn cứ trên mức độ xếp hạng (căn cứ và thông tin về nhân thân, nguồn

thu nhập và sản phẩm dự định vay và các yếu tố khác). Nếu là khách hàng xếp hạng tốt, có quan hệ tín dụng với Chi nhánh lâu dài, không có nợ khó đòi tại Sacombank và TCTD, thì Chi nhánh sẽ giảm lãi suất, cấp hạn mức cao và không phải thẩm định lại hồ sơ lần hai khi vay theo hạn mức tín dụng. Đồng thời, để khách hàng được xếp hạng tín dụng một cách chính xác, thì Chi nhánh nên yêu cầu người vay cung cấp các thông tin đầy đủ, trung thực, chi tiết như thế sẽ có lợi cho người vay và Chi nhánh. Với các khoản vay tiêu dùng mà khách hàng có thu nhập ổn định, TSĐB tốt thì có thể được hưởng mức lãi suất thấp hơn.

3.2.3. Hoàn thiện quy trình cho vay tiêu dùng và giám sát món vay chặt chẽ

Để đạt được hiệu quả tốt nhất trong công tác cho vay tiêu dùng Chi nhánh cần chú ý hoàn thiện quy trình tín dụng vì các bước trong quy trình tín dụng ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả của khoản CVTD cũng như việc Chi nhánh có gặp rủi ro đối với khoản vay đó không, khoản vay đó có mang lại lợi nhuận cho Chi nhánh hay không.

Chuyên môn hóa các bước trong quy trình cho vay tiêu dùng

Chi nhánh cần có sự chuyên môn hóa trong công tác cho vay tiêu dùng, trong đó phân rõ các hoạt động và nhiệm vụ của từng cá nhân, phòng ban từ khi tiếp cận với khách hàng, thu thập thông tin của khách hàng, thẩm định... đến việc giải ngân, thu nợ, giám sát khoản vay; sao cho từng công việc đó đạt kết quả tối đa và rút ngắn thời gian cho vay, thuận tiện trong công tác cho vay khách hàng.

Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát công tác thẩm định trước và sau khi giải ngân cho khách hàng

Khi tiến hành thẩm định trước khi giải ngân, Chi nhánh cần tìm hiểu kỹ về khách hàng của mình, xem xét kỹ nguồn trả nợ và có thể liên hệ với các ngân hàng thương mại khác trên cùng địa bàn để biết thêm thông tin về khách hàng. Để hạn chế tối đa rủi ro khi tiến hành cho vay tiêu dùng, Chi nhánh ngoài việc thắt chặt hơn nữa công tác kiểm tra, kiểm soát nội bộ trước khi giải ngân còn cần phải theo dõi sát sao tình hình khoản vay đó sau khi giải ngân. Chi nhánh cũng cần tăng cường công tác đối chiếu trực tiếp khách hàng vay vốn thường xuyên để kịp thời phát hiện và xử lý những biểu hiện bất thường của khách hàng nhằm hạn chế thấp nhất rủi ro có thể phát sinh. Đặc biệt với những hồ sơ vay mà chủ thể là cá nhân, nguồn thanh toán chính là lương, Chi nhánh cần chú trọng việc thẩm định chắc chắn nguồn thanh toán đó là ổn định và thường xuyên giám sát theo dõi tình hình trả nợ gốc và lãi hàng tháng của khách hàng. Bên cạnh đó, Chi nhánh cũng nên có biện pháp để có thể ràng buộc trách nhiệm của người xác nhận nguồn thu nhập của khách hàng vay nhằm giảm thiểu tình trạng một khách hàng có thể vay nhiều hợp đồng khách nhau hoặc khi khách hàng không còn công tác tại đơn vị đó nhưng đơn vị không có trách nhiệm trong việc thông báo với ngân hàng và không bàn giao trách nhiệm cho đơn vị nơi khách hàng đến công tác.

3.2.4. Đẩy mạnh cho vay tiêu dùng trả góp trên cơ sở liên kết với các đối tác bán hàng

Chi nhánh chủ động tìm kiếm đến các đối tác lớn để ký hợp đồng hợp tác cùng nhau triển khai các sản phẩm CVTD, khi đó các công ty này sẽ mở tài khoản thanh toán tại Chi nhánh. Và như vậy, Chi nhánh vừa thu hút thêm được nhiều khách hàng và vừa có được nguồn vốn huy động dồi dào với chi phí khá thấp hơn so với việc huy động bằng tiền gửi tiết kiệm trong dân cư.

Hiện nay, Sacombank - Hà Nội đã cho vay tại các Showroom Ô tô trên địa bàn Quận Hai Bà Trưng để tài trợ tại chỗ cho các khách hàng có nhu cầu mua xe ô tô. Tuy nhiên sự tài trợ của chi nhánh còn khá hạn hẹp, chủ yếu trong lĩnh vực CVTD trả góp, Chi nhánh cần ký kết hợp đồng liên kết với các hãng bán lẻ ô tô, xe máy, laptop, trang thiết bị nội thất, thiết bị vệ sinh, vật liệu xây dựng, đồ gia dụng đắt tiền trong gia đình... Chi nhánh cũng có thể liên kết với các công ty tư vấn du học, thông qua các buổi hội thảo hoặc các buổi tư vấn của các công ty đó, Chi nhánh có thể tiếp cận trực tiếp đối với các khách hàng có nhu cầu vay tiền đi du học.

Ngoài ra, việc liên kết với các công ty bất động sản, chủ đầu tư các khu đô thị, các dự án nhà ở, các sàn giao dịch bất động sản để cho vay đối với các khách hàng có nhu cầu mua nhà, TSDB có thể bằng chính căn nhà định mua cũng rất khả thi khi mà tại Hà Nội nhu cầu về nhà ở là rất lớn, do vậy nếu triển khai tốt hình thức cho vay này sẽ tạo điều kiện đẩy mạnh hoạt động CVTD.

3.2.5. Cắt giảm bớt chi phí

Hiện nay, các Ngân hàng TMCP trong nước và các ngân hàng nước ngoài đang cạnh tranh nhau rất gay gắt về thị phần khách hàng, sản phẩm cũng như chất lượng, tuy nhiên một vấn đề hết sức nhạy cảm là việc các ngân hàng thu các khoản phí như thế nào cho hợp lý để giữ chân khách hàng. Tại Sacombank - Hà Nội, dựa vào biểu phí, việc thu các khoản phí được chia nhỏ ra và một số khoản phí được thu khá cao so với các NHTM khác, điều đó tạo ra tâm lý e ngại khi khách hàng muốn thực hiện giao dịch với ngân hàng. Vì vậy, ngân hàng nên cắt giảm bớt các khoản phí nhỏ lẻ và thực hiện các chính sách ưu đãi về phí cho các khách hàng VIP, khách hàng quen thuộc, từ đó có thể thu hút được nhiều khách hàng hơn đến với Chi nhánh.

3.2.6. Nâng cao hiệu quả hoạt động marketing

Việc làm cho người dân hiểu biết về Chi nhánh và những lợi ích mà Chi nhánh mang lại cho họ là điều rất cần thiết để đẩy mạnh hiệu quả hoạt động 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, Chi nhánh cần mở rộng hoạt động Marketing ngân hàng và cần thực hiện những vấn đề sau:

Giữ chân khách hàng cũ và tìm kiếm những khách hàng mới

Khi Chi nhánh muốn đẩy mạnh phát triển CVTD vấn đề chính yếu là phải có khách hàng và thu hút được khách hàng. Việc này đòi hỏi nhân viên chuyên trách của Chi nhánh phải nghiên cứu thói quen tiêu dùng của các thành phần khách hàng có nhu cầu, từ đó cung ứng tín dụng, tạo điều kiện cho các khách hàng vay vốn. Chi nhánh nên có mối quan tâm sâu sắc đến khách hàng, cần giữ mối liên hệ thường xuyên và thân thiết, xây dựng khách hàng trung thành cho ngân hàng. Xây dựng khách hàng trung thành bằng việc luôn chân thành cảm ơn khách hàng và làm vui lòng khách hàng khi có nhu cầu giao dịch tại Chi nhánh.

Đối với khách hàng lớn, thân quen, luôn giữ mối quan hệ tốt thông qua việc tìm hiểu những ngày đặc biệt của khách hàng, chúc mừng, tặng quà để tạo ấn tượng tốt với khách hàng. Ví dụ như dịp lễ 8/3 có chính sách ưu đãi đối với khách hàng nữ đến giao dịch tại Ngân hàng như tặng bút bi, đồ dùng văn phòng, mỹ phẩm...có in tên, địa chỉ, điện thoại của Ngân hàng; Nhân dịp Tết có thể in lịch có địa chỉ, điện thoại, các dịch vụ Ngân hàng gửi đến khách hàng; Tổ chức Hội nghị khách hàng, tổ chức chiêu đãi và tặng phẩm, giới thiệu những sản phẩm dịch vụ mới tại Ngân hàng, khẳng định chính sách xem khách hàng là ưu tiên số một của Ngân hàng; ...Việc làm trên sẽ tạo được ấn tượng tốt đẹp cho các doanh nghiệp có mối quan hệ với Ngân hàng, đây sẽ là những lời quảng cáo tuyệt diệu cho Ngân hàng đối với những khách hàng chưa từng giao dịch tại Ngân hàng, vừa giữ khách hàng trung thành với Ngân hàng vừa tìm kiếm được nguồn khách hàng mới. Lời quảng cáo từ những khách hàng đã giao dịch với Ngân hàng có giá trị gấp nhiều lần quảng cáo trên ti vi, truyền hình...

Nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng qua thái độ, cung cách phục vụ của nhân viên

Cán bộ Ngân hàng là hình ảnh thu nhỏ của Ngân hàng nên các cán bộ Ngân hàng cần ý thức được rằng bản thân họ chính là những tuyên truyền viên tích cực nhất, hiệu quả cho hoạt động của ngân hàng đến với khách hàng. Nhân viên ngân hàng cần giữ được thái độ tận tâm, hết lòng vì khách hàng và cung cách phục vụ lịch sự, chu đáo; qua đó hình ảnh của ngân hàng trong mắt khách hàng sẽ ngày càng được nâng cao, tạo được dấu ấn trong lòng khách hàng. Vì vậy, ngân hàng phải có những chính sách đào tạo nhân viên, hướng dẫn nhân viên thường xuyên; theo dõi sát sao từng nhân viên để có thể có những hình thức khen thưởng đối với những nhân viên có thái độ tích cực và hình thức phạt đối với những nhân viên có thái độ chưa tốt; từ đó tạo động lực cho nhân viên phấn đấu trong công việc.

Quảng bá hình ảnh của ngân hàng trên các phương tiện truyền thông và các phương tiện khác.

Ngân hàng nên chú ý nhiều đến việc quảng bá thương hiệu thông qua quảng cáo hoạt động Ngân hàng trên các phương tiện thông tin đại chúng như sách báo, tivi, đài phát thanh. Ban lãnh đạo Ngân hàng cũng nên thường xuyên tham gia các hoạt động cộng đồng tại địa phương, đây là phương tiện hữu hiệu nhất để tranh thủ khách hàng mới : tham dự các tổ chức văn nghệ xã hội, kinh tế ... Chú ý kiến tạo thương hiệu riêng cho chi nhánh trên địa bàn.

Cử cán bộ đi sâu sát đến từng cơ quan, đơn vị để tuyên truyền, phổ biến về nghiệp vụ cho vay để người dân hiểu về tiện ích mà loại tín dụng này mang lại cho họ. Đồng thời, cần chiếm được sự ủng hộ nhiệt tình của các cán bộ lãnh đạo để qua đó việc tiếp cận và tập hợp những nhu cầu của người dân cũng như việc tiến hành thực hiện nghiệp vụ diễn ra một cách suôn sẻ.

Thêm nữa, hoàn thiện Website của Sacombank: www.sacombank.com.vn ngày càng phong phú, chi tiết, đáp ứng được nhu cầu thông tin ngày một cao của khách hàng không chỉ trong và ngoài nước.

3.2.7. Nâng cao năng lực cán bộ nhân viên ngân hàng cùng với việc đổi mới công nghệ ngân hàng

Một yếu tố khác cũng không kém phần quan trọng đó là phải nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng của đội ngũ chuyên viên tại Sacombank - Hà Nội để luôn tạo cảm giác hài lòng và an tâm cho khách hàng khi những nhu cầu tài chính của họ được đáp ứng. Nâng cao chất lượng phục vụ đi kèm với hiện đại hoá công nghệ ngân hàng được xem là nhân tố quan trọng trong chiến lược phát triển của Sacombank - Hà Nội.

Tin học hóa các quy trình kinh doanh và quản lý ngân hàng, đào tạo cho cán bộ, nhân viên ngân hàng có khả năng làm chủ công nghệ đó là một yêu cầu cấp thiết. Mặt khác, trong xu thế hội nhập hiện nay yêu cầu đặt lên vai đội ngũ cán bộ, nhân viên là rất lớn, chắc chắn sẽ có nhiều Ngân hàng nước ngoài thâm nhập vào thị trường Việt Nam tạo ra một môi trường cạnh tranh gay gắt mà chỉ có thể thắng được trong cạnh tranh này là chất lượng dịch vụ ngân hàng. Ngoài ra, tỷ lệ khách hàng nước ngoài khi đó sẽ cao hơn so với hiện nay, để đáp ứng được nhu cầu của những đối tượng này đòi hỏi chất lượng dịch vụ phải rất cao. Để làm được điều này thì yếu tố nền tảng và quan trọng nhất của Ngân hàng là nguồn nhân lực. Vì vậy người cán bộ tín dụng của Chi nhánh phải có được những phẩm chất và năng lực sau để thực hiện công việc:

- Có năng lực để giải quyết những vấn đề chuyên môn, nghiệp vụ. Muốn vậy họ phải có kiến thức chuyên môn về Ngân hàng, được đào tạo các kỹ năng để xử lý các thông tin liên quan tới công việc của mình.

- Có năng lực dự đoán các vấn đề kinh tế về sự phát triển cũng như triển vọng của hoạt động tín dụng. Đây chính là tầm nhìn của mỗi cá nhân, nhưng nó lại ảnh

hưởng tới hoạt động của ngân hàng. Từ kinh nghiệm mà họ có được những dự đoán chính xác thì đó là sự sáng tạo của cán bộ tín dụng.

- Có uy tín trong quan hệ xã hội. Điều này thể hiện phẩm chất đạo đức và khả năng giao tiếp, nó có ảnh hưởng rất quan trọng trong việc mở rộng và giữ chân những khách hàng truyền thống của Ngân hàng.

- Có năng lực học hỏi, tự nghiên cứu, có khả năng làm việc độc lập. Nhận thức được điều này, trong những năm vừa qua ngân hàng đã không ngừng nâng cao số lượng cũng như chất lượng nguồn nhân lực.

Hàng năm ngân hàng đều tổ chức cuộc thi công khai tuyển nhân viên với nhiều vòng thi về kiến thức chuyên môn, về trình độ ngoại ngữ khả năng giao tiếp... đã tuyển chọn được những cán bộ có năng lực thực sự, có trách nhiệm và nhiệt tình với công việc. Ngân hàng thường xuyên tổ chức các lớp đào tạo, đào tạo lại cán bộ thông qua các Hội nghị chuyên đề, các lớp tập huấn trong nước, các khóa học ngắn hạn cũng như dài hạn ở nước ngoài.

Để thu hút được đội ngũ nhân viên giỏi, nâng cao hiệu quả công tác thì ngân hàng cũng cần có những chế độ đãi ngộ nhất định đối với họ như: lương, thưởng, chế độ đào tạo...điều này sẽ tạo nên động lực làm việc mạnh mẽ đối với cán bộ, tạo ra hình ảnh đẹp về ngân hàng trong lòng khách hàng. Ngân hàng nên thường xuyên tổ chức, tham dự các buổi giao lưu văn nghệ, thể thao hay các cuộc thi trong nội bộ ngành Ngân hàng hoặc tại địa bàn hoạt động để tạo điều kiện cho nhân viên có dịp hiểu nhau hơn, thể hiện sự quan tâm của Ngân hàng đến đời sống tinh cảm của nhân viên. Qua đó, tạo ra sự đoàn kết trong nội bộ Ngân hàng, tạo thành một khối thống nhất, cùng nhau đưa Ngân hàng đạt được mục tiêu chung.

3.3. Kiến nghị

3.3.1. Đối với Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội

Trên cơ sở khảo sát thực tế tại Sacombank - Hà Nội, nhận thức được những thành tựu cũng như những tồn tại khó khăn tại Chi nhánh trong hoạt động cho vay, bên cạnh những giải pháp đã đề cập ở trên, em xin mạnh dạn kiến nghị một số vấn đề sau:

Thứ nhất, cần tăng cường thêm về số lượng và chất lượng đội ngũ cán bộ, công nhân viên để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Chi nhánh nên thường xuyên tạo điều kiện cho nhân viên có thêm điều kiện để tham gia các khóa học về nghiệp vụ, hoặc là các khóa học cao học để họ có thêm kiến thức để nâng cao hiệu quả công việc.

Thứ hai, ban quản lý, lãnh đạo của Chi nhánh phải thường xuyên phổ biến các văn bản có liên quan đến hoạt động cho vay, bảo đảm tiền vay, các văn bản của NHNN, Sacombank, thường xuyên tổ chức họp phòng để nắm bắt kịp thời những khó

khẩn trương mắc trong hoạt động cho vay, bảo đảm tiền vay để từ đó có những điều chỉnh kịp thời.

Thứ ba, về tài sản thế chấp Chi nhánh cần phải: Thực hiện công chứng đầy đủ các hợp đồng cầm cố thế chấp. Cần cẩn trọng và lưu tâm trong công tác định giá tài sản thế chấp, phải có sự phân tích thị trường mua bán tài sản đó và xu hướng của nó trong tương lai. Cần định giá lại tài sản thế chấp thường xuyên trong suốt quá trình cho vay.

Thứ tư, Chi nhánh cần học hỏi và tiếp thu các kinh nghiệm của các Chi nhánh khác trong hệ thống Sacombank, đồng thời tham khảo kinh nghiệm của các NHTM khác trong nước và trên thế giới, để đề xuất những chính sách hợp lý, phù hợp hoạt động ngân hàng của mình.

Thứ năm, Chi nhánh cần đẩy nhanh hơn nữa công tác thu hút và tìm kiếm khách hàng, có những biện pháp tiếp cận thu hút nhiều nhóm khách hàng khác nhau. Việc xây dựng cơ chế chính sách trong tiếp thị và ưu đãi đối với khách hàng vừa mang tính hệ thống, vừa mang tính cạnh tranh cao, vừa tạo quyền chủ động cho các đơn vị thành viên trong việc vận dụng hiệu quả các cơ chế đó.

Thứ sáu, Chi nhánh cần đơn giản hóa các thủ tục cho vay, nhằm rút ngắn thời gian và chi phí cho khách hàng. Ngoài ra cũng cần đưa ra mức phí hợp lý hơn nhằm nâng cao sức cạnh tranh của Chi nhánh đối với các ngân hàng đối thủ.

TỔNG KẾT CHƯƠNG 3

Toàn bộ chương 3 đã nêu lên định hướng hoạt động kinh doanh cũng như mục tiêu cụ thể của Sacombank nói chung và Sacombank - Hà Nội nói riêng trong những năm tới. Từ đó, chương 3 nêu lên sự cần thiết phải đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng, cơ sở đề xuất giải pháp và nêu lên các giải pháp cụ thể như: đa dạng hóa các sản phẩm, đưa ra các chính sách ưu đãi cho khách hàng, nâng cao năng lực cán bộ nhân viên ngân hàng cùng với việc đổi mới công nghệ ngân hàng, mở rộng hoạt động marketing,... Đồng thời chương 3 cũng nêu lên một số kiến nghị đối với các cơ quan quản lý Nhà nước, đối với Ngân hàng Nhà nước và đối với cả Sacombank - Hà Nội với mong muốn có thể góp phần đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại Sacombank - Hà Nội.

KẾT LUẬN

Qua quá trình học tập trên ghế nhà trường và thời gian học tập tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội, em nhận thức rằng đi đôi với việc học tập nghiên cứu, lý luận thì việc tìm hiểu thực tế cũng là một giai đoạn hết sức quan trọng không thể thiếu. Đó chính là thời gian sinh viên vận dụng, thử nghiệm những kiến thức đã học được trên ghế nhà trường vào thực tế. Mặt khác nó còn tạo điều kiện cho sinh viên hiểu đúng hơn, sâu sắc hơn những kiến thức mà mình đã có, bổ sung thêm những kiến thức mà chỉ qua công tác thực tế mới có được.

Cho vay tiêu dùng là xu thế tất yếu trong hoạt động của Ngân hàng khi nền kinh tế ngày càng phát triển về mọi mặt. Đây sẽ là thị trường rất tiềm năng, mang lại nhiều lợi nhuận cho các Ngân hàng. Góp phần vào sự phát triển của hệ thống ngân hàng Việt Nam, cũng như nhận thức được rõ tầm quan trọng của hoạt động cho vay tiêu dùng, Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội đã có những biện pháp và chiến lược cụ thể nhằm đẩy mạnh hiệu quả của hoạt động này. Tuy nhiên, trong bối cảnh các ngân hàng thương mại cạnh tranh gay gắt về sản phẩm, chất lượng dịch vụ thì bên cạnh những kết quả tích cực, Chi nhánh Hà Nội vẫn còn gặp nhiều khó khăn. Vì vậy, trong bài khóa luận của mình, em mạnh dạn trình bày một số ý kiến với nguyện vọng để Chi nhánh tham khảo nhằm hoàn thiện hơn nữa công tác đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng của mình.

Đến thực tập tại Chi nhánh, được sự giúp đỡ, chỉ bảo nhiệt tình của các anh chị trong phòng kế toán đặc biệt là sự giúp đỡ, hướng dẫn tận tình của cô giáo - Th.S Lê Thị Hà Thu, em đã hoàn thành bài khóa luận của mình. Do trình độ và kiến thức của bản thân còn hạn chế nên trong bài khóa luận này em không thể tránh khỏi những thiếu sót và nhầm lẫn nhất định. Em rất mong được nhận thêm nhiều sự giúp đỡ, chỉ bảo của các thầy cô, các anh chị và bạn bè để em nhận thêm được nhiều tiến bộ.

Một lần nữa, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới cô giáo - Th.S Lê Thị Hà Thu cùng toàn thể các cô chú, anh chị tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương tín – Chi Nhánh Hà Nội đã giúp em hoàn thành bài khóa luận này.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hà Nội, ngày 24 tháng 3 năm 2014

Sinh viên

Nguyễn Thị Lan Anh

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. PGS.TS Mai Văn Bận (2009), *Giáo trình Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, NXB Tài chính.
2. TS. Nguyễn Minh Kiều (2009), *Giáo trình Nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, NXB Thống kê.
3. Trần Thị Tuyết Nhung (2013), Đại học Thăng Long, Luận văn “*Giải pháp đẩy mạnh hiệu quả hoạt động cho vay đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Quân đội*”.
4. Ngân hàng Nhà nước (2005), *Quyết định số 439/2005/QĐ-NHNN về việc ban hành Quy định về phân loại nợ, trích lập và sử dụng dự phòng để xử lý rủi ro tín dụng trong hoạt động ngân hàng của tổ chức tín dụng*.
5. Ngân hàng Nhà nước (2011), *Thông tư số 20/2011/TT-NHNN quy định việc mua, bán ngoại tệ tiền mặt của các cá nhân với TCTD; các cá nhân, tổ chức kinh tế*.
6. Ngân hàng Nhà nước(2011), *Thông tư số 14/2011/TT-NHNN quy định mức lãi suất huy động vốn tối đa bằng USD của tổ chức, cá nhân tại tổ chức tín dụng*.
7. Chính phủ nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam (1999), *Nghị định 178/1999/NĐ-CP về đảm bảo tiền vay của các tổ chức tín dụng*.
8. Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội (2010,2011,2012), *Báo cáo kết quả hoạt động cho vay tiêu dùng*.
9. Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín - Chi nhánh Hà Nội (2010,2011,2012), *Báo cáo tài chính*.
10. Ngân hàng Thương mại cổ phần Sài Gòn Thương tín, *Bản cáo bạch*.
11. Các website:
www.sacombank.vn
www.cafef.vn
www.vneconomy.vn