

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI**

---

**PHẠM THỊ HOA**

**HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI  
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM  
THỊNH VƯỢNG – CHI NHÁNH HÀ TĨNH**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**HÀ NỘI, NĂM 2017**

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC THƯƠNG MẠI**

---

**PHẠM THỊ HOA**

**HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI  
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM  
THỊNH VƯỢNG – CHI NHÁNH HÀ TĨNH**

**CHUYÊN NGÀNH : TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG  
MÃ SỐ : 60 34 02 01**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:  
PGS.TS ĐÀO MINH PHÚC**

**HÀ NỘI, NĂM 2017**

**LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan bản luận văn “**Hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng – Chi nhánh Hà Tĩnh**” là công trình nghiên cứu khoa học, độc lập của tôi. Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng.

**Học viên**

**Phạm Thị Hoa**

## LỜI CẢM ƠN

Em xin cảm ơn các thầy, cô giáo trong Khoa Tài chính – Ngân hàng đã cung cấp các kiến thức về tài chính, ngân hàng. Những kiến thức đó sẽ tạo tiền đề cho em trong quá trình nghiên cứu, hoàn thành luận văn và công tác sau này.

Em xin gửi lời biết ơn sâu sắc tới PGS.TS. Đào Minh Phúc đã tận tình hướng dẫn và giúp đỡ em trong suốt quá trình hoàn thành luận văn.

Để hoàn thành luận văn này, em cũng xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ của đồng nghiệp, sự động viên và tạo mọi điều kiện của gia đình, bạn bè.

**Học viên**

**Phạm Thị Hoa**

## MỤC LỤC

<b>LỜI CAM ĐOAN</b> .....	i
<b>LỜI CẢM ƠN</b> .....	ii
<b>DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT</b> .....	vii
<b>MỞ ĐẦU</b> .....	1
1. Tính cấp thiết của đề tài .....	1
2. Tình hình nghiên cứu .....	3
3. Mục đích nghiên cứu .....	4
4. Nhiệm vụ nghiên cứu .....	4
5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu .....	4
6. Phương pháp nghiên cứu .....	5
7. Kết cấu của luận văn .....	5
<b>Chương 1. LÝ LUẬN CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI</b> .....	6
<i>1.1.2. Cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại</i> .....	9
<i>1.1.3. Phát triển cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại</i> .....	16
1.2. Kinh nghiệm phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại một số NHTM và bài học kinh nghiệm .....	28
<i>1.2.1. Kinh nghiệm</i> .....	28
<b>KẾT LUẬN CHƯƠNG 1</b> .....	32
<b>Chương 2 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG - CHI NHÁNH HÀ TĨNH</b> .....	33
2.1. Khái quát về Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng - chi nhánh Hà Tĩnh (VPBank - chi nhánh Hà Tĩnh) .....	33

2.1.1. <i>Khái quát về Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – chi nhánh Hà Tĩnh</i> .....	33
2.2.1. <i>Các sản phẩm cho vay tiêu dùng</i> .....	36
2.2.2. <i>Quy trình cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh</i> .....	38
2.2.4. <i>Dư nợ cho vay tiêu dùng</i> .....	46
Nợ quá hạn trong cho vay tiêu dùng .....	52
2.2.6. <i>Một số chỉ tiêu tổng hợp</i> .....	55
2.3. <i>Đánh giá sự phát triển cho vay tiêu dùng tại chi nhánh VPBank chi nhánh Hà Tĩnh</i> .....	59
2.3.1. <i>Kết quả đạt được</i> .....	59
2.3.2. <i>Hạn chế và nguyên nhân</i> .....	60
<b>KẾT LUẬN CHƯƠNG 2</b> .....	64
<b>Chương 3 GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG CHI NHÁNH HÀ TĨNH</b> .....	65
3.1. <i>Định hướng phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh</i> .....	65
3.1.1. <i>Chiến lược phát triển của VPBank</i> .....	65
3.1.2. <i>Định hướng và mục tiêu phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh</i> .....	65
3.2. <i>Khả năng, cơ hội và thách thức trong việc phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh</i> .....	67
3.3. <i>Giải pháp phát triển cho vay tiêu dùng tại chi nhánh VPBank chi nhánh Hà Tĩnh</i> .....	69
3.3.1. <i>Về sản phẩm cho vay tiêu dùng</i> .....	69
3.3.2. <i>Về thị trường</i> . .....	71

3.3.3. Về chất lượng nguồn nhân lực.....	75
3.3.4. Nâng cao tỷ trọng cho vay tiêu dùng .....	76
3.3.5. Hiện đại hoá công nghệ Ngân hàng. ....	76
3.4. Kiến nghị.....	78
3.4.1. Kiến nghị với VPBank.....	78
3.4.2. Kiến nghị với Ngân hàng nhà nước .....	78
3.4.3. Kiến nghị với Chính Phủ và các Bộ, ngành liên quan.....	78
<b>KẾT LUẬN CHƯƠNG 3 .....</b>	<b>80</b>
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>81</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>82</b>

## DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ

Sơ đồ 2.1: Sơ đồ bộ máy tổ chức của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh .....	34
Bảng 2.1: Các chỉ tiêu kinh tế của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh từ 2013 -2015 .....	35
Biểu đồ 2.1: Tỷ lệ phần trăm nguồn vốn huy động và dư nợ trên địa bàn Hà Tĩnh năm 2015.....	35
Sơ đồ 2.2. Sơ đồ nghiệp vụ CVTD tại VPBank – CN Hà Tĩnh.....	39
Bảng 2.2: Doanh số cho vay tiêu dùng theo thời hạn .....	43
Bảng 2.3: Doanh số cho vay tiêu dùng theo mục đích.....	45
Bảng 2.4: Dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn .....	47
Bảng 2.5: Dư nợ cho vay tiêu dùng theo mục đích.....	51
Bảng 2.6: Nợ quá hạn trong cho vay tiêu dùng.....	52
Bảng 2.7: Nợ quá hạn trong cho vay tiêu dùng theo mục đích.....	53
Bảng 2.8: Tỷ lệ dư nợ cho vay tiêu dùng so với nguồn vốn .....	55
Bảng 2.9: Tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ .....	56
Bảng 2.10: Hệ số thu hồi nợ cho vay tiêu dùng .....	57
Bảng 2.11: Tỷ trọng lợi nhuận cho vay tiêu dùng.....	58



**DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT**

VPBANK	Ngân hàng Thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng
BDS	Bất động sản
CN	Chi nhánh
TMCP	Thương mại cổ phần
ĐHĐCĐ	Đại hội đồng Cổ đông
DNV	Dư nợ vay
CVTD	Cho vay tiêu dùng
HĐQT	Hội đồng Quản trị
KHCN	Khách hàng cá nhân
KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
NHBL	Ngân hàng bán lẻ
NHNN	Ngân hàng Nhà nước
NHTM	Ngân hàng Thương mại
NHTMCP	Ngân hàng Thương mại Cổ phần
NHTW	Ngân hàng Trung ương
QĐ	Quyết định
QĐ-NHNN	Quyết định – Ngân hàng Nhà nước
TCTD	Tổ chức tín dụng
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
TSĐB	Tài sản đảm bảo
VCSH	Vốn chủ sở hữu

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, các doanh nghiệp nói chung và hệ thống ngân hàng thương mại trong những năm qua đã có những bước phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là sau khi Việt Nam gia nhập WTO. Trong bối cảnh hiện nay, bên cạnh rất nhiều cơ hội thì hàng loạt những khó khăn từ môi trường kinh doanh, cạnh tranh khốc liệt không chỉ trong phạm vi ngành đã buộc các ngân hàng phải lựa chọn những quyết định để có những thay đổi toàn diện ở tầm chiến lược.

Tuy nhiên, thị trường tài chính ngân hàng Việt Nam đang trong giai đoạn đầu phát triển, các sản phẩm dịch vụ mà các tổ chức tài chính cung cấp còn tương đối sơ khai, chủ yếu là các sản phẩm dịch vụ ngân hàng truyền thống, những sản phẩm dịch vụ tài chính ngân hàng hiện đại và chuyên sâu còn thiếu và yếu. Đây chính là các cơ hội cho các tổ chức tài chính có tiềm năng nắm bắt, khai thác và là điều kiện để cho các ngân hàng có thể tồn tại và cạnh tranh được trên thị trường cạnh tranh ngày càng gay gắt. Mỗi ngân hàng đều phải xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với đặc điểm cụ thể của mình trong từng giai đoạn lịch sử để có thể nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng và đẩy mạnh các sản phẩm và dịch vụ tài chính ngân hàng, đồng thời phải tạo được sự khác biệt vượt trội, mang lại nhiều tiện ích và giá trị gia tăng cho khách hàng. Tồn tại, phát triển và chiến thắng trong cạnh tranh đang trở thành nhu cầu cấp thiết đối với mỗi ngân hàng.

Trong bối cảnh chung đó, Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng Chi nhánh Hà Tĩnh (VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh) trực thuộc Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) cũng đang từng bước cố gắng nỗ lực nhằm khẳng định vị thế, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường tài chính ngân hàng tỉnh Hà Tĩnh đang rất sôi động.

Hoạt động cho vay được xem như là một đặc trưng nổi bật nhất của ngân hàng và cũng là hoạt động mang lại lợi nhuận cao nhất, chứa đựng nhiều rủi ro nhất trong hoạt động của ngân hàng. Cùng với sự phát triển của xã hội,

con người cũng ngày càng có nhiều đòi hỏi hơn và tài chính trở thành vấn đề rất quan trọng để tài trợ cho những đòi hỏi đó. Đôi khi người dân cho phép mình chi tiêu vượt mức thu nhập, dẫn đến nhu cầu vay mượn để tiêu dùng tăng lên. Vì vậy, ngay từ khi Ngân hàng Nhà nước chủ trương kích cầu bằng hoạt động cho vay tiêu dùng thì loại hình này đã nhận được sự hưởng ứng tích cực từ phía người lao động, người tiêu dùng. Cho vay tiêu dùng không những đem lại lợi nhuận cho ngân hàng mà còn mang ý nghĩa xã hội sâu sắc, góp phần cải thiện đời sống của người lao động, tăng năng lực lao động và khả năng cống hiến cho xã hội.

Trong những năm tới đây, chương trình cho vay tiêu dùng sẽ tiếp tục đóng một vai trò chủ đạo trong dịch vụ ngân hàng cũng như trong quản lý ngân hàng. Xu hướng này diễn ra bởi vì tín dụng tiêu dùng không chỉ là một trong những khoản mục mang lại lợi nhuận cao nhất cho ngân hàng mà còn bởi vì người tiêu dùng với trình độ ngày càng cao sẽ vay nhiều hơn để nâng cao mức sống của bản thân và đáp ứng các kế hoạch chi tiêu trên cơ sở triển vọng về thu nhập trong tương lai. Cho vay tiêu dùng trong tương lai sẽ hướng theo mục tiêu về sự thân thiện, ngân hàng sẽ tạo điều kiện cho cá nhân, hộ gia đình nhận được khoản vay sớm hơn trong khi vẫn duy trì được sự kiểm soát đối với món vay tiêu dùng để tránh những giảm sút đáng kể về chất lượng tín dụng.

Để thực hiện mục tiêu này đòi hỏi mỗi ngân hàng nói riêng và hệ thống ngân hàng nói chung phải đa dạng hoá các nghiệp vụ vì nó góp phần quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội, thúc đẩy cho việc thực hiện chính sách kích cầu của Chính phủ, tạo ra công ăn việc làm cho đại bộ phận dân cư trong nền kinh tế của đất nước, tạo thu nhập cao hơn và nâng cao đời sống cho dân chúng. Về phía ngân hàng, hoạt động này sẽ giúp họ nhận thức được phần lớn số vốn từ phía dân cư, không chỉ ở tầng lớp có thu nhập cao mà còn ở bộ phận dân cư có thu nhập thấp, tạo cơ hội cho khách hàng có được tiện ích tiêu dùng trước khi có đủ điều kiện tích lũy tiền để sở hữu chúng.

Thị trường cho vay tiêu dùng ở Hà Tĩnh hiện nay đang ở bước đầu về phát triển, nhưng phải khẳng định đây là một thị trường rất nhiều tiềm năng. Hầu hết các ngân hàng thấy được lợi ích từ việc cho vay tiêu dùng nên đều triển khai mạnh hoạt động cho vay này.

Xuất phát từ những lý do nêu trên, tôi đã chọn đề tài **“Cho vay tiêu dùng tại ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng (VPBank) - Chi nhánh Hà Tĩnh”** làm đề tài nghiên cứu cho luận văn tốt nghiệp của mình.

## **2. Tình hình nghiên cứu**

Trong điều kiện nền kinh tế phát triển như hiện nay, cho vay tiêu dùng là vấn đề được các NHTM và các nhà khoa học đặc biệt quan tâm. Bởi vậy đã có khá nhiều các công trình nghiên cứu về những chủ đề này với mức độ và cách tiếp cận khác nhau về vấn đề này, cụ thể:

Luận văn thạc sỹ kinh tế: *“Phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại Thương Việt Nam”* tại Trường Đại Học Kinh Tế Thành Phố Hồ Chí Minh, tác giả Lê Minh Sơn (2009). Ở phần lý luận về Cho vay tiêu dùng, luận văn đã đưa ra các khái niệm về cho vay tiêu dùng, vai trò và đặc điểm của cho vay tiêu dùng với, tuy nhiên lại chưa có đặc điểm quan trọng của cho vay tiêu dùng về yếu tố tài sản bảo đảm. Về phần đối tượng nghiên cứu tác giả sử dụng đối tượng là Ngân hàng TMCP Ngoại Thương Việt Nam vì vậy phạm vi nghiên cứu là quá lớn, các giải pháp cũng quá chung chung không thể giải quyết được triệt để từng vấn đề cụ thể bắt gặp ở từng chi nhánh khác nhau.

Tác giả Trần Nguyệt Bích Vân với đề tài *“Phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng Á Châu – Chi nhánh Cần Thơ”* (2010), Trường Đại học Cần Thơ. Tác giả đã giải quyết được các lý luận cơ bản về cho vay tiêu dùng. Tuy nhiên luận văn nêu đặc điểm của cho vay tiêu dùng lại thiếu mất hai đặc điểm quan trọng về lãi suất và đặc điểm về tài sản bảo đảm. Về phần vai trò cho vay tiêu dùng đối với nền kinh tế thì lại không có vai trò góp phần đẩy lùi tín dụng đen. Phần thực trạng tác giả đã phân tích rất chi tiết và làm rõ được thực trạng CVTD của chi nhánh cũng như chỉ ra được các nguyên nhân tác động đến CVTD của chi nhánh Cần Thơ. Tuy nhiên ở phần giải pháp, các giải pháp đề xuất vẫn còn chung chung và chưa cụ thể.

Đề tài “*Giải pháp phát triển cho vay tiêu dùng tại chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn thành phố Đà Nẵng*” (2011), Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Đà Nẵng của tác giả Đỗ Thị Thùy Trang. Luận văn đã đưa ra được nhiều đề xuất cho phát triển sản phẩm dịch vụ nói chung và phát triển sản phẩm về cho vay tiêu dùng nói riêng. Tuy nhiên, tác giả còn chưa phân loại rõ ràng, cụ thể từng sản phẩm cho từng nhóm đối tượng trong đó có tiêu dùng.

Đến nay, chưa có tác giả nào nghiên cứu cụ thể về vấn đề CVTD tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – chi nhánh Hà Tĩnh. Rút kinh nghiệm từ những công trình nghiên cứu trên, luận văn này đã hoàn thiện thêm những vấn đề lý luận cơ bản liên quan đến vấn đề cần nghiên cứu, trong đó đã nêu được những hạn chế và giải pháp khắc phục cho chi nhánh tỉnh Hà Tĩnh trong quá trình cho vay tiêu dùng.

### **3. Mục đích nghiên cứu**

Mục đích nghiên cứu của luận văn là chủ yếu tập trung đánh giá thực trạng phát triển về cho vay tiêu dùng của VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh thông qua những thông số liên quan đến tín dụng tiêu dùng như: số lượng khách hàng vay tiêu dùng, dư nợ cho vay tiêu dùng, cơ cấu cho vay tiêu dùng, nợ quá hạn... từ năm 2013 – 2015. Qua đó đề xuất một số giải pháp nhằm góp phần phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng Chi nhánh Hà Tĩnh.

### **4. Nhiệm vụ nghiên cứu**

- Khái quát lý luận cơ bản về hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM.
- Phân tích thực trạng phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm góp phần phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh.

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

- Đối tượng nghiên cứu của đề tài là hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại.

- Phạm vi nghiên cứu của đề tài:

Nghiên cứu về hoạt động cho vay tiêu dùng tại Vpbank Chi nhánh Hà Tĩnh trong thời gian từ năm 2013 đến 2015.

#### **6. Phương pháp nghiên cứu**

- Các phương pháp tiếp cận: Đề tài sử dụng tổng hợp các phương pháp tiếp cận như phương pháp phân tích, so sánh, tổng hợp, phương pháp thống kê. Nghiên cứu tham khảo tư liệu của tác giả liên quan đến đề tài để phân tích, suy luận và đánh giá thực trạng tìm giải pháp.

- Các nguồn thông tin: Đề tài sử dụng các thông tin từ giáo trình, tài liệu nghiên cứu, luận văn của một số tác giả trong nước và nước ngoài để làm tài liệu tham khảo viết luận văn. Ngoài ra luận văn còn sử dụng một số sách báo, Internet và các báo cáo của ngân hàng VPBank, VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh, Ngân hàng Nhà nước Tỉnh Hà Tĩnh vv...

#### **7. Kết cấu của luận văn**

Ngoài phần mở đầu, phần kết luận, phụ lục và danh mục các tài liệu tham khảo, tiểu luận gồm 3 chương:

Chương 1: Lý luận chung về hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM

Chương 2: Thực trạng phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Việt Nam Thịnh Vượng chi nhánh Hà Tĩnh.

Chương 3: Giải pháp phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Việt Nam Thịnh Vượng chi nhánh Hà Tĩnh.

## Chương 1.

# LÝ LUẬN CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

### 1.1. Hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại

#### 1.1.1. Sơ lược lịch sử phát triển cho vay tiêu dùng

- Xuất phát từ nhu cầu

Xã hội loài người phát triển từ thấp đến cao, từ xã hội nguyên thủy đến xã hội chiếm hữu nô lệ, xã hội phong kiến, xã hội tư bản... cùng với sự phát triển của xã hội, đời sống của con người cũng phát triển theo. Một trong những mục tiêu của con người trong quá trình phát triển là nâng cao mức sống của mình và con người luôn tìm mọi cách để có thể thoả mãn tối đa nhu cầu vật chất và tinh thần.

Nhu cầu phát triển từ thấp đến cao, từ chỗ chỉ có nhu cầu đủ ăn, đủ mặc của xã hội nguyên thủy, phong kiến đến nhu cầu cao hơn như về thời trang, sức khoẻ, địa vị xã hội... các nhu cầu đó dường như là vô tận, vì khi đó thoả mãn nhu cầu này thì tiếp tục nảy sinh những nhu cầu khác cao hơn, nhiều hơn. Nhu cầu con người càng được thoả mãn thì điều kiện sống của con người ngày càng cao, xã hội càng phát triển.

Nhu cầu của con người là vô hạn nhưng khả năng được đáp ứng là có hạn bởi nguồn lực là hạn chế. Trong xã hội nguyên thủy con người tự thoả mãn nhu cầu bằng cách tự mình săn bắt và hái lượm theo lối tự cung tự cấp, cuộc sống phụ thuộc hoàn toàn vào thiên nhiên. Khi xã hội phát triển hơn, con người biết trao đổi hàng hóa để thoả mãn được nhiều hơn nhu cầu của mình, từ giai đoạn trao đổi trực tiếp đến việc sử dụng tiền tệ để mua và bán. Ở giai đoạn phát triển cao hơn này, tiền được dùng làm vật trung gian trong trao đổi hàng hóa, dịch vụ, người nào có nhiều tiền sẽ mua được nhiều hàng hóa cũng có nghĩa là nhu cầu được thoả mãn nhiều hơn. Xã hội càng phát triển cao, con người càng muốn chi tiêu nhiều hơn cho hàng hóa và dịch vụ, tuy nhiên có sự giới hạn trong khả năng thanh toán của mỗi cá nhân cho hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng và hạn chế về nguồn lực.

- *Phương thức mua bán chịu*

Cá nhân luôn muốn mua được các hàng hóa và dịch vụ để nâng cao mức sống, tuy nhiên họ có thể bị giới hạn về khả năng tài chính, không có đủ lượng tiền cần thiết. Vì thế để có thể thoả mãn nhu cầu tiêu dùng, con người phải tìm cách mua được hàng hóa trong khi không có đủ tiền chi trả trong tay và đó nghĩ ra phương thức mua bán chịu, là cách mua bán mà người bán giao hàng cho khách hàng, sau một thời gian nhất định thì khách hàng đem tiền đến trả cho người bán. Phương thức này làm thoả mãn được cả hai bên, người tiêu dùng có được hàng hóa dịch vụ, người bán thì bán được sản phẩm. Tuy nhiên phương thức này cũng có nhiều nhược điểm làm cho nó không được sử dụng nhiều: dễ nảy sinh ra lừa đảo không trả tiền, người bán chịu thua thiệt hoàn toàn vì không có tiền ngay để có thể tiếp tục nhập hàng, làm ngất quãng quá trình lưu thông hàng hóa...do vậy mua bán chịu trong tiêu dùng chỉ diễn ra trong phạm vi hẹp, giữa những người quen biết và có quy mô giá trị nhỏ. Phương thức mua bán chịu chưa làm cho tiêu dùng của xã hội phát triển.

- *Cho vay tiêu dùng đơn giản*

Mua bán chịu không làm thoả mãn cá nhân trong việc tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ nào đó nảy sinh ra các hình thức cho vay đơn giản. Cá nhân và hộ gia đình có thể vay mượn của người quen, để sử dụng khoản tiền nhàn rỗi đó hầu như không phải chi trả bất cứ một khoản chi phí nào. Các khoản vay mượn này cũng có giá trị nhỏ, và khi không đáp ứng được nhu cầu, họ sẽ phải vay mượn nặng lãi của các chủ nợ hay cầm đồ tại các cửa hiệu cầm đồ. Chỉ xảy ra khi các cá nhân và hộ gia đình có các khoản tiêu dùng cần thiết và cấp bách và không thể vay mượn ở bất cứ chỗ nào khác, vì các khoản vay mượn này có lãi suất rất cao, dẫn đến nguy cơ không trả được nợ của người vay. Trong quá trình phát triển của xã hội, có giai đoạn hình thức cho vay nặng lãi rất phát triển khi mà chưa hình thành các tổ chức tài chính, và hình thức này góp phần đáp ứng được nhu cầu về vốn của các cá nhân và hộ gia đình.

Các phương thức đơn giản như vay nặng lãi, cầm đồ có không thể phát triển vì nguồn vốn của chủ cho vay là có hạn không thể đáp ứng nhu cầu tiêu dùng ngày



càng cao, trong khi người vay phải chịu lãi suất quá cao. Cùng với sự phát triển kinh tế các hình thức cho vay đơn giản này giảm dần vai trò của nó và đang dần biến mất, để hình thành một phương thức tài trợ cho tiêu dùng hiện đại hơn.

- *Cho vay tiêu dùng của các tổ chức tài chính và ngân hàng thương mại*

Ngân hàng và các tổ chức tài chính ra đời nhằm luân chuyển vốn trong nền kinh tế, biến tiết kiệm thành đầu tư, tạo điều kiện cho sự phát triển kinh tế và nâng cao mức sống của con người. Hình thức ngân hàng đầu tiên là ngân hàng của các thợ vàng, hoặc của những người cho vay nặng lãi, thực hiện cho vay với các cá nhân, chủ yếu là những người giàu nhằm phục vụ mục đích tiêu dùng của họ. Như vậy ngay từ hình thức sơ khai của ngân hàng nó đã có hoạt động cho vay tiêu dùng đối với các cá nhân và hộ gia đình, nhằm đáp ứng nhu cầu sinh hoạt trong cuộc sống hàng ngày. Từ chỗ chỉ có các cá nhân cho vay với nguồn vốn nhỏ, các nhà buôn đó tập hợp lại để tạo nên một ngân hàng thực sự, có tổ chức, hoạt động với nhiều dịch vụ đa dạng hơn, không chỉ là cho vay. Những ngân hàng thương mại đầu tiên chủ yếu cho vay tài trợ ngắn hạn đối với các nhà buôn, người sản xuất và thanh toán hộ từ nguồn vốn tiền gửi, tiền thanh toán ...

Cùng với sự phát triển kinh tế, mức sống của người dân ngày càng cao, nhu cầu thoả mãn trong cuộc sống hàng ngày không ngừng tăng lên, các ngân hàng thương mại phát hiện ra một thị trường tiềm năng đó là cho vay đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của người dân. Khi các cá nhân có nhu cầu chi tiêu trong cuộc sống nhưng tạm thời chưa có khả năng chi trả, họ sẽ tìm cách vay mượn, và tìm đến ngân hàng chính là cách tài trợ tốt nhất cho tiêu dùng của họ. Người tiêu dùng sẽ được vay với số tiền nên phụ thuộc vào khả năng chi trả và tài sản đảm bảo cho khoản vay với cam kết là sử dụng đúng mục đích tiêu dùng và hoàn trả cả gốc cộng lãi đúng hạn. Khách hàng phải chịu khoản chi phí là lãi với lãi suất thấp hơn nhiều so với hình thức cho vay nặng lãi, cầm đồ. Nhu cầu tiêu dùng càng phát triển, các hình thức cho vay của ngân hàng cũng ngày càng đa dạng với chất lượng cao hơn. Các ngân hàng phải chịu sự cạnh tranh lớn, vì đây là một thị trường mang lại nhiều lợi nhuận thu hút không chỉ tất cả các ngân hàng tham gia mà cũng hấp dẫn các tổ chức

tài chính khác như công ty tài chính, quỹ tiết kiệm, quỹ tín dụng, quỹ tương hỗ... Hoạt động của các tổ chức tài chính này cũng tương tự như ngân hàng thương mại, huy động các nguồn dài hạn và ngắn hạn để cho vay. Tuy nhiên, các ngân hàng thương mại là những tổ chức hoạt động hiệu quả nhất vì tính chuyên môn hóa trong hoạt động tín dụng: nguồn vốn lớn, hoạt động chuyên nghiệp và có lịch sử phát triển hoạt động cho vay lâu dài.

Hiện nay đến bất cứ ngân hàng thương mại nào các cá nhân và hộ gia đình có thể vay tiền với nhiều mục đích tiêu dùng khác nhau như mua nhà, mua ô tô, chi trả các khoản phí và tiêu dùng các hàng hóa và dịch vụ trong cuộc sống sinh hoạt hàng ngày. Hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống, thúc đẩy sản xuất kinh doanh phát triển, thực hiện mục tiêu tăng trưởng kinh tế của mỗi quốc gia.

### ***1.1.2. Cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại***

#### *1.1.2.1. Khái niệm cho vay tiêu dùng*

Cho vay tiêu dùng là nghiệp vụ trong đó Ngân hàng là người cho vay, người đi vay là các cá nhân, hộ gia đình, trên nguyên tắc hoàn trả cả gốc và lãi trong một khoảng thời gian xác định nhằm giúp người tiêu dùng sử dụng hàng hóa, dịch vụ trước khi họ có khả năng chi trả, tạo điều kiện cho họ được hưởng mức sống cao hơn.

Định nghĩa về cho vay tiêu dùng có thể khác nhau nhưng nội dung cơ bản là giống nhau, cùng đề cập đến mục đích của loại hình cho vay này. Cho vay tiêu dùng là cho vay để phục vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, hộ gia đình, những người có nhu cầu nâng cao mức sống nhưng chưa có khả năng chi trả trong hiện tại. Ngân hàng phát triển sản phẩm cho vay tiêu dùng để đáp ứng nhu cầu của khách hàng và thu được gốc hoàn trả và lợi nhuận từ khoản vay.

#### *1.1.2.2. Vai trò và các hình thức cho vay tiêu dùng*

##### *a. Vai trò của cho vay tiêu dùng*

##### **- Đối với NHTM:**

Hoạt động cho vay tiêu dùng với số lượng rất lớn các khách hàng thực tế đã

mang lại cho các ngân hàng rất nhiều lợi ích như nguồn thu nhập ổn định, phân tán rủi ro đã tạo nền tảng vững chắc cho hoạt động của ngân hàng. Đặc biệt là trong giai đoạn khủng hoảng kinh tế vừa qua. Hiện nay các NHTM đều có định hướng chiến lược tập trung vào hoạt động cho vay tiêu dùng, đây là xu thế tất yếu, phù hợp với xu hướng chung của các ngân hàng trên thế giới, đảm bảo cho NHTM đa dạng hóa kinh doanh, mở rộng phân khúc khách hàng, mở rộng thị trường, phân tán rủi ro.

**- Đối với khách hàng:**

Hoạt động này mang lại một lợi ích to lớn cho người tiêu dùng bằng cách thỏa mãn những nhu cầu chi tiêu của họ, thỏa mãn nhu cầu hưởng thụ những hàng hóa có chất lượng tốt nhất để cải thiện đời sống. Từ thực tế cho thấy có rất nhiều nhu cầu mang tính tự nhiên, thiết yếu, có ý nghĩa quan trọng trong cuộc sống đối với mỗi cá nhân và hộ gia đình. Những nhu cầu này không sớm thì muộn người tiêu dùng cũng phải được thỏa mãn. Ví dụ như nhu cầu về mua sắm, sửa chữa nhà cửa, mua đồ dùng ... Mặc dù những nhu cầu thiết yếu thì nhiều nhưng của cải thì được tích lũy theo thời gian do vậy khả năng tài chính thường bị giới hạn. Vì vậy nảy sinh một sự thật là người ta thường mua sắm tiện nghi, nhà cửa khi lớn tuổi. Khi có lợi ích cảm nhận được từ sự hưởng thụ sẽ ít đi. Do đó, người tiêu dùng sẽ tìm cách phối hợp khéo léo giữa việc thỏa mãn các nhu cầu với yếu tố thời gian và khả năng thanh toán trong hiện tại và tương lai. Điều này có nghĩa người tiêu dùng sẽ tìm cách hưởng thụ số tiền sẽ có trong tương lai. Nếu phân tích theo khía cạnh tài chính, việc mượn tiền trước của ngân hàng để tiêu dùng khiến chúng ta phải trả lãi. Thực chất đây chỉ là cách quy đổi luồng tiền mà ta sẽ có tại một thời điểm nào đó trong tương lai về thời điểm hiện tại.

**- Đối với nền kinh tế:**

+ Góp phần kích thích tiêu dùng: Với các sản phẩm đa dạng đáp ứng tất cả các nhu cầu tiêu dùng của khách hàng góp phần kích thích người dân tăng chi tiêu, từ đó thúc đẩy nhà sản xuất gia tăng năng lực sản xuất và qua đó thúc đẩy kinh tế tăng trưởng.

+ Góp phần đẩy lùi tín dụng đen, cho vay nặng lãi, tín dụng tiêu dùng phát triển, người dân càng tiếp cận dễ dàng với nguồn vốn ngân hàng có lãi suất hợp lý từ đó hạn chế cho vay nặng lãi trong xã hội.

*b. Các hình thức cho vay tiêu dùng*

• ***Căn cứ vào thời hạn trả nợ***

Theo tiêu thức thời hạn trả nợ, cho vay tiêu dùng được phân thành tín dụng ngắn hạn, trung hạn và dài hạn.

✓ Tín dụng ngắn hạn: là các khoản vay có thời hạn trả nợ dưới 1 năm. Đây là các khoản vay tài trợ cho mục đích tiêu dùng của các cá nhân với sự cam kết hoàn trả cả gốc và lãi trong thời hạn 1 năm. Đây thường là các món vay có giá trị nhỏ, dễ hoàn trả.

✓ Tín dụng trung hạn: là khoản vay có thời hạn từ 1 đến 5 năm. Giá trị khoản vay thường lớn và được dùng để mua các tài sản có giá trị lớn như bất động sản, ô tô...

✓ Tín dụng dài hạn: thời hạn khoản vay lớn hơn 5 năm. Giá trị món vay là rất lớn và tài sản hình thành được sử dụng trong thời gian rất lâu dài. Chủ yếu là các món vay mua bất động sản có giá trị rất lớn.

• ***Căn cứ vào biện pháp bảo đảm tiền vay***

Theo tiêu thức này các khoản cho vay tiêu dùng được chia thành hai loại.

- Cho vay có tài sản bảo đảm: Là hình thức cho vay mà người cho vay yêu cầu người đi vay phải có tài sản cầm cố, thế chấp hoặc bảo lãnh của bên thứ ba.

- Cho vay không có tài sản bảo đảm: Là hình thức cho vay không yêu cầu người đi vay phải có tài sản thế chấp, mà việc cho vay sẽ dựa vào uy tín của khách hàng để cấp tín dụng, tuy nhiên hình thức cho vay này sẽ tồn tại nhiều rủi ro hơn đối với bên cho vay so với hình thức vay có tài sản bảo đảm.

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

Phương thức hoàn trả là cách thức khách hàng trả gốc và lãi cho ngân hàng. Theo tiêu thức này, các khoản cho vay tiêu dùng có thể được phân loại thành cho vay trực tiếp từng lần và cho vay trả góp.

- Cho vay trực tiếp từng lần là hình thức cho vay đối với khách hàng một số tiền nhất định và nó sẽ được hoàn trả vào cuối thời hạn vay.

- Cho vay trả góp là hình thức cho vay mà khách hàng trả dần nợ gốc cho ngân hàng trong suốt thời hạn nợ và trả hết vào cuối kỳ hạn nợ trong hợp đồng. Cho vay trả góp là một hình thức cho vay ngày càng được áp dụng rộng rãi trong hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại vì nó làm tăng khả năng thu hồi nợ ngân hàng và trả nợ của khách hàng. Cả hai hình thức cho vay này có thể áp dụng lãi suất cố định hay lãi suất thay đổi theo thị trường.

- ***Căn cứ vào mục đích vay***

Cho vay tiêu dùng có thể đáp ứng nhiều mục đích tiêu dùng khác nhau của khách hàng, đó là những nhu cầu chi tiêu mà khách hàng chưa có khả năng chi trả tại thời điểm hiện tại. Những nhu cầu của cá nhân, hộ gia đình có thể phát sinh bất ngờ như khám chữa bệnh, mua sắm vật dụng sinh hoạt... hay là có kế hoạch như nhu cầu mua ô tô, nhà đất, du học... Vì các mục đích vay tiêu dùng là rất đa dạng, nên có thể phân loại cho vay tiêu dùng theo mục đích chính như: cho vay mua nhà, cho vay mua ô tô, cho vay du học, cho vay phục vụ sinh hoạt và cho vay khác. Việc phân loại này là cần thiết để các ngân hàng có thể dễ dàng quản lý khoản tiền cho vay.

### *1.1.2.3. Đặc điểm của cho vay tiêu dùng*

Trong khi cho vay phục vụ sản xuất kinh doanh là hoạt động kinh doanh truyền thống của các ngân hàng thương mại, hình thành và phát triển cùng với sự phát triển của ngân hàng thì cho vay tiêu dùng chỉ mới được phát triển vào trong khoảng thời gian gần đây. Tuy ra đời sau nhưng cho vay tiêu dùng có tốc độ phát triển rất nhanh do nhu cầu cho cuộc sống của người dân ngày càng cao cùng với sự bùng nổ kinh tế. Các ngân hàng thương mại đang ngày càng tập trung vào phát triển cho vay tiêu dùng, một hoạt động mang lại lợi nhuận lớn.

Cho vay tiêu dùng là một hoạt động mang những đặc điểm riêng khác với các hoạt động cho vay khác về khách hàng, quy mô món vay, rủi ro và lãi suất.

- **Về khách hàng vay:** Khách hàng vay tiêu dùng là các cá nhân và hộ gia đình có nhu cầu mua sắm nhà cửa, hàng hóa, vật dụng... nhằm nâng cao mức sống. Như vậy đối tượng vay là các cá nhân, khác với cho vay sản xuất kinh doanh là các doanh nghiệp và tổ chức kinh tế. Thường thì khách hàng của cho vay tiêu dùng sử dụng vốn vay vào mục đích tiêu dùng, tuy nhiên nhiều khách hàng có mục đích sử dụng vốn vào kinh doanh cá thể, hộ gia đình vẫn được xếp vào đối tượng cho vay tiêu dùng. Ở đây, ngân hàng đó xem xét tính chất cá nhân của khách hàng và giá trị nhỏ của khoản vay để xác định đối tượng của cho vay tiêu dùng. Dự vậy, mục đích tiêu dùng vẫn là căn cứ phân loại khách hàng chủ yếu và nó phản ánh được đặc trưng của hoạt động cho vay này. Tóm lại, đối tượng khách hàng của cho vay tiêu dùng là các cá nhân và hộ gia đình có nhu cầu sử dụng vốn vào mục đích sinh hoạt, tiêu dùng để nâng cao mức sống.

- **Về quy mô khoản vay:** Vì với mục đích là đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của cá nhân và hộ gia đình nên quy mô của mỗi khoản vay tiêu dùng thường nhỏ so với giá trị các khoản vay sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên vì số lượng các cá nhân, hộ gia đình có nhu cầu tiêu dùng là rất lớn nên tổng quy mô của lượng cho vay tiêu dùng của một ngân hàng là rất cao. Nhu cầu tiêu dùng có thể là mua nhà, sửa chữa nhà, mua ô tô, mua các vật dụng phục vụ sinh hoạt...nếu so với các món vay sản xuất kinh doanh cho các doanh nghiệp thì giá trị hàng hóa tiêu dùng này là rất nhỏ. Với quy mô dân số ngày càng đông, mức sống của người dân ngày càng cao thì nhu cầu tiêu dùng sẽ ngày càng tăng và tổng quy mô lượng cho vay tiêu dùng của các ngân hàng thương mại sẽ ngày càng lớn.

- **Về lãi suất cho vay:** Lãi suất của các món vay tiêu dùng thường là cao so với các món cho vay khác của ngân hàng thương mại. Nguyên nhân *thứ nhất* là chi phí của các khoản vay tiêu dùng là lớn, ngân hàng phải làm đủ tất cả các nghiệp vụ từ thu thập thông tin về khách hàng, thẩm định tài chính khách hàng, ký kết hợp đồng, giải ngân, kiểm soát sau cho vay... trong khi giá trị mỗi khoản vay tiêu dùng nhỏ hơn rất nhiều so với các khoản vay đối với doanh nghiệp sản xuất kinh doanh. Vì thế đòi hỏi ngân hàng phải có nguồn nhân lực lớn, bỏ ra chi phí lớn cho hoạt

động cho vay tiêu dùng. *Thứ hai* là cho vay tiêu dùng có rủi ro lớn. Tiêu dùng của dân cư phụ thuộc rất nhiều vào chu kỳ phát triển của kinh tế, khi kinh tế tăng trưởng thì tiêu dùng tăng, ngược lại khi kinh tế suy thoái thì tiêu dùng của dân cư giảm xuống nhanh chóng. Ngân hàng cũng không thể nào thẩm định chính xác được hoàn toàn các thông tin cá nhân về khách hàng như sức khoẻ, thu nhập thực, việc làm, điều kiện sống... điều này làm tăng rủi ro cho ngân hàng. Khi khách hàng gặp khó khăn về tài chính thì sẽ làm giảm khả năng trả nợ, như mất việc làm, gặp vấn đề về sức khoẻ... *Thứ ba*, tâm lý của người tiêu dùng kém nhạy cảm với lãi suất. Họ chỉ quan tâm đến tổng số tiền phải trả của khoản vay, không xem chi phí vay tức là lãi suất là một yếu tố quan trọng. Điều này khác với các doanh nghiệp, xem lãi suất là yếu tố quyết định vì nó là một phần chi phí của doanh nghiệp, thường là rất lớn. Cả ba nguyên nhân trên làm cho lãi suất cho vay tiêu dùng cao hơn so với các khoản cho vay khác.

- **Về lợi nhuận:** Vì hoạt động này có lãi suất cao nên đem lại lợi nhuận lớn cho các ngân hàng thương mại. Đặc biệt là khi nền kinh tế toàn cầu tăng trưởng, chi tiêu cho tiêu dùng của người dân ngày càng cao như hiện nay. Các ngân hàng đó xem hoạt động cho vay tiêu dùng là một hoạt động quan trọng hàng đầu nhằm nâng cao lợi nhuận và tăng khả năng cạnh tranh của mình.

- **Rủi ro trong cho vay tiêu dùng:** Cho vay tiêu dùng có độ rủi ro khá cao trong danh mục cho vay của ngân hàng. Chịu tác động của những yếu tố khách quan như môi trường kinh tế xã hội, môi trường tự nhiên ( thiên tai, hạn hán, lũ lụt...) và các yếu tố khác như:

- Tính chu kỳ của hoạt động cho vay tiêu dùng. Nhu cầu vay vốn tỷ lệ thuận với sự tăng trưởng của nền kinh tế. Nó tăng lên khi nền kinh tế phát triển, mở rộng khiến người dân tin tưởng vào thu nhập của mình trong tương lai và sẵn sàng vay tiền để được sử dụng trước những hàng hoá cao cấp phục vụ đời sống. Ngược lại, khi nền kinh tế rơi vào suy thoái, hạn hán, bệnh dịch, mất mùa... khiến người tiêu dùng chỉ dám yêu cầu mức sống đảm bảo được những nhu cầu thiết yếu hàng ngày và hạn chế việc vay từ ngân hàng.

- Đối tượng cho vay tiêu dùng là cá nhân và hộ gia đình. Các thông tin về khách hàng như sức khỏe, công việc có thể có độ chính xác không cao do khách hàng cố tình giữ kín hoặc che giấu. Khả năng trả nợ của khách hàng sẽ thay đổi nhanh chóng khi thay đổi điều kiện làm việc hay tình trạng sức khỏe. Nếu người vay bị chết, ốm, hoặc bị mất việc thì ngân hàng sẽ khó thu được nợ. Ngân hàng có thể phải đối mặt với những trường hợp khách hàng cố tình lừa đảo, chây ì với hy vọng quyt nợ, hoặc kéo dài thời gian sử dụng vốn của ngân hàng. Do vậy, dẫu ngân hàng có nắm giữ tài sản đảm bảo trong trường hợp này cũng khó tránh khi tổn thất xảy ra.

- Trong cho vay tiêu dùng cá nhân đối với cho vay tín chấp cán bộ công nhân viên, nguồn trả nợ thường là thu nhập thường xuyên của người vay có thể từ lương hay từ một nguồn thu nhập tương đối ổn định khác. Tuy vậy, nguồn thu nhập này lại có thể thay đổi nhanh chóng tùy thuộc vào tình trạng công việc, sức khỏe của khách hàng vay vốn. Ngân hàng sẽ phải đối mặt với một loại rủi ro khi người vay thất nghiệp, bị tai nạn... khiến cho họ không có khả năng trả nợ. Ngoài ra, cho vay tiêu dùng cá nhân có độ rủi ro cao bởi các thông tin về thu nhập của các cá nhân nhiều khi bị giấu kín. Vì vậy, các khoản vay này thường được quản lý chặt chẽ hơn.

- ***Về tài sản đảm bảo khoản vay***

Cho vay tiêu dùng đa phần là cho vay không đảm bảo bằng tài sản. Ngân hàng dựa vào uy tín, mối quan hệ của người đi vay đối với Ngân hàng. Hình thức cho vay này được các ngân hàng áp dụng với những đối tượng có thu nhập ổn định tại các cơ quan nhà nước, các doanh nghiệp lớn hoặc gần đây là các tiểu thương làm ăn kinh doanh có hiệu quả. Tuy nhiên hình thức cho vay này cũng tiềm ẩn nhiều rủi ro hơn cho ngân hàng. Bên cạnh đó có một số loại cho vay tiêu dùng được bảo đảm bằng tài sản như: ô tô, nhà đất... cũng như những dịch vụ cho vay khác, cho vay tiêu dùng cũng đòi hỏi có tài sản đảm bảo nhằm tránh rủi ro cho ngân hàng. Việc đảm bảo bằng tài sản trong cho vay tiêu dùng thường áp dụng đối với những khoản vay lớn, không thể đảm bảo bằng tín chấp hay bằng lương.



### ***1.1.3. Phát triển cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại***

#### ***1.1.3.1. Mục tiêu của phát triển cho vay tiêu dùng đối với ngân hàng thương mại***

Mục tiêu tối đa hóa giá trị của chủ sở hữu luôn là mục tiêu quan trọng nhất của bất kỳ doanh nghiệp nào hoạt động trong nền kinh tế thị trường, và ngân hàng là một doanh nghiệp đặc biệt kinh doanh trên lĩnh vực tiền tệ. Ngân hàng thương mại hoạt động với mục tiêu gia tăng giá trị cho các chủ sở hữu ngân hàng, mà trực tiếp là gia tăng giá trị cổ phiếu của ngân hàng trên thị trường chứng khoán. Vì thế với bất cứ hoạt động kinh doanh nào, ngân hàng cũng phải xem xét trước hết nó có làm tăng giá trị cho chủ sở hữu hay không, có tăng lợi nhuận hay không.

Hoạt động kinh doanh của ngân hàng rất đa dạng, như tín dụng, thanh toán, dịch vụ... tất cả các hoạt động này đem lại thu nhập cho ngân hàng. Cho vay tiêu dùng nằm trong hoạt động tín dụng, là một trong những hoạt động chủ yếu của ngân hàng, mang lại thu nhập chính. Vì thế phát triển, mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại qua gia tăng số lượng cũng như chất lượng của các khoản vay phải gia tăng được doanh thu cho ngân hàng. Doanh thu sau khi trừ các chi phí sẽ được lợi nhuận, lợi nhuận dùng để chia cổ tức và bổ sung vào vốn kinh doanh của ngân hàng, qua đó làm gia tăng giá trị của chủ sở hữu.

Ngoài mục tiêu cuối cùng là gia tăng giá trị vốn chủ sở hữu, ngân hàng thương mại cũng có những mục tiêu trung gian khi thực hiện chiến lược phát triển cho vay tiêu dùng.

- *Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ và sử dụng hiệu quả nguồn vốn*

Cho vay tiêu dùng là hoạt động được phát triển sau so với hoạt động cho vay sản xuất kinh doanh truyền thống, khi mà mức sống của người dân đó được nâng cao, nhu cầu tiêu dùng lớn. Phát triển cho vay tiêu dùng là nhằm đa dạng hóa sản phẩm, tránh tập trung quá lớn vào cho vay sản xuất kinh doanh, việc này sẽ làm giảm rủi ro cho ngân hàng. Trong thời kỳ kinh tế thu hẹp, sản xuất kinh doanh đình trệ thì việc cho vay đối với các doanh nghiệp gặp khó khăn, lúc này nguồn thu từ hoạt động cho vay tiêu dùng sẽ làm giảm thiệt hại cho ngân hàng so với khi không có hoạt động kinh doanh này.

Sử dụng hiệu quả nguồn vốn là một trong những điều kiện để gia tăng lợi nhuận cho ngân hàng. Nguồn vốn của ngân hàng được huy động chủ yếu từ trong dân cư, vì thế nó phải được sử dụng đúng mục đích, đem lại thu nhập cho ngân hàng và cho người gửi tiền. Khi cho vay tiêu dùng, ngân hàng đang thực hiện một hoạt động sinh lợi, nguồn vốn từ dân cư quay trở lại phục vụ dân cư. Nó sẽ trở nên hiệu quả khi cân bằng được lợi ích của người gửi tiền là lãi, của ngân hàng là lợi nhuận và lợi ích tiêu dùng của người tiêu dùng.

- *Tăng cường năng lực cạnh tranh*

Với đặc điểm của các khoản vay tiêu dùng là giá trị nhỏ, lãi suất cao đem lại thu nhập lớn, cho vay tiêu dùng trở thành một công cụ làm tăng năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại.

Đối với các ngân hàng nhỏ, có quy mô vốn nhỏ, gặp hạn chế trong cho vay các món vay lớn phục vụ các khách hàng doanh nghiệp thì cho vay tiêu dùng trở thành một hoạt động quan trọng nhất, đem lại nhiều lợi nhuận nhất. Việc tập trung vào hoạt động cho vay này sẽ tạo ra một sản phẩm chất lượng, làm hài lòng người tiêu dùng, và tăng thu nhập từ lãi suất cao. Tăng cường hoạt động cho vay đối với các khách hàng cá nhân, hộ gia đình sẽ trở thành một lợi thế so với các ngân hàng có quy mô vốn lớn và giúp các ngân hàng nhỏ tồn tại được trong môi trường cạnh tranh gay gắt.

Do điều kiện sống ngày càng cao, dân số tăng nên thị trường cho vay tiêu dùng rất lớn, các ngân hàng đó và đang tập trung nguồn lực để phát triển tín dụng tiêu dùng để gia tăng thu nhập và khả năng cạnh tranh của mình.

- *Phát triển mối quan hệ với khách hàng doanh nghiệp, cá nhân*

Khi cá nhân hay hộ gia đình đến ngân hàng vay tiền ngân hàng sẽ có được các thông tin về họ, hai bên đó có sự ràng buộc về lợi ích, ngân hàng thu được lãi, người tiêu dùng sẽ nâng cao được chất lượng cuộc sống của mình. Nâng cao chất lượng của sản phẩm như thái độ phục vụ của nhân viên, thời gian thực hiện cho vay nhanh, tư vấn các vấn đề tài chính khác của khách hàng... ngân hàng sẽ tạo được một mối quan hệ chặt chẽ, gắn bó với khách hàng và làm cho các cá nhân, hộ gia đình trở thành các khách hàng truyền thống.

Cho vay tiêu dùng không những phát triển được các mối quan hệ với cá nhân mà cũng gián tiếp tạo được quan hệ lợi ích với các doanh nghiệp. Người tiêu dùng sẽ dùng tiền vay được để mua sản phẩm hàng hóa, dịch vụ của các doanh nghiệp, như vậy, ngân hàng đó gián tiếp thúc đẩy được lượng hàng bán ra của các doanh nghiệp. Hơn nữa qua việc liên kết với các doanh nghiệp ngân hàng sẽ đảm bảo được các khoản vay sử dụng đúng mục đích giảm được rủi ro đạo đức trong tín dụng. Tạo được mối quan hệ tốt với các doanh nghiệp sẽ giúp ngân hàng nâng cao được vị thế hình ảnh của mình, và các doanh nghiệp sẽ dễ dàng trở thành các khách hàng lớn của của ngân hàng.

- *Thực hiện vai trò của ngân hàng thương mại trong chiến lược phát triển kinh tế*

Các tổ chức tài chính đóng một vai trò rất quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của mỗi quốc gia. Qua các trung gian tài chính, nguồn vốn của xã hội sẽ được luân chuyển từ những người dư thừa, nhàn rỗi vốn sang những người cần vốn để sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng. Trong các trung gian tài chính thì ngân hàng thương mại đóng vai trò quan trọng nhất, là kênh dẫn vốn chủ yếu của nền kinh tế. Các ngân hàng sẽ thu hút các nguồn vốn từ những người gửi tiền và các nguồn khác rồi tiến hành cho vay phục vụ phát triển sản xuất, kinh doanh, nâng cao mức sống của dân cư. Vai trò của các ngân hàng thương mại càng quan trọng hơn đối với các nước đang phát triển khi chưa có thị trường chứng khoán hoàn thiện. Vì thế, trong chiến lược phát triển kinh tế của mỗi quốc gia, phát triển thị trường tài chính, trong đó có các trung gian tài chính - ngân hàng thương mại - luôn được đặt ra hàng đầu.

Phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng trong các ngân hàng thương mại ngoài mục tiêu tăng giá trị vốn chủ sở hữu cũng là để thực hiện vai trò của của một trung gian tài chính trong nền kinh tế thị trường là biến tiết kiệm thành đầu tư. Khác với cho vay sản xuất kinh doanh, vốn vay sẽ trực tiếp đi vào quá trình sản xuất, cho vay tiêu dùng sẽ làm tăng tổng lượng tiêu dùng của nền kinh tế, qua đó làm cho các doanh nghiệp tăng cường đầu tư, sản xuất, kinh doanh để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của xã hội. Như vậy, vốn từ người gửi tiền qua ngân hàng đến tay người tiêu dùng,

sau đó đi đến các doanh nghiệp. Quá trình này làm tăng tổng tiêu dùng của xã hội đồng thời làm tăng vốn đầu tư của nền kinh tế, điều kiện hàng đầu cho sự phát triển kinh tế của quốc gia.

Phát triển cho vay tiêu dùng cũng góp phần hạn chế các hoạt động không lành mạnh, tệ nạn như cầm đồ, vay nặng lãi... tồn tại trong các nền kinh tế có thị trường tài chính chưa phát triển.

Như vậy phát triển cho vay tiêu dùng trong các ngân hàng thương mại là một hoạt động có ý nghĩa quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của mỗi quốc gia, không những đem lại lợi nhuận cho chính ngân hàng mà cũng góp phần xây dựng và phát triển xã hội tiêu dùng.

#### *1.1.3.2. Các tiêu chí phản ánh sự phát triển cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại*

Để đo lường sự phát triển của hoạt động cho vay tiêu dùng trong các ngân hàng thương mại, một nhóm các chỉ tiêu được sử dụng như tốc độ tăng doanh số cho vay, dư nợ, thay đổi của tỷ trọng cho vay tiêu dùng. Các chỉ tiêu này sẽ rất có ích khi so sánh và đánh giá sự phát triển của hoạt động tín dụng.

- *Mức độ tăng doanh số cho vay tiêu dùng*

Doanh số cho vay tiêu dùng là tổng lượng tiền mà ngân hàng đó cho khách hàng vay trong thời gian nhất định, thường là một năm. Sự phát triển của cho vay tiêu dùng được đo lường trên quy mô của doanh số cho vay tiêu dùng và sự gia tăng của nó theo thời gian. Quy mô cho vay tiêu dùng càng lớn, tốc độ tăng doanh số càng cao thì chứng tỏ hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng là phát triển.

Tuy nhiên doanh số cho vay tiêu dùng mới chỉ phản ánh sự phát triển về lượng, chưa phản ánh được chất lượng của hoạt động này. Mục tiêu của ngân hàng là phải thu được gốc và lãi của khoản vay, vì thế sự gia tăng của doanh số cho vay phải đi kèm với sự tăng trưởng của doanh số thu hồi nợ. Doanh số thu hồi nợ phải có tốc độ tăng tương đương hoặc lớn hơn tốc độ tăng của doanh số cho vay mới đảm bảo được hiệu quả của cho vay tiêu dùng.

- *Mức độ tăng dư nợ cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ*

Một chỉ tiêu quan trọng khác phản ánh sự phát triển của cho vay tiêu dùng là tốc độ tăng dư nợ cho vay. Dư nợ cho vay là số tiền mà khách hàng cũng nợ ngân hàng tại một thời điểm, nó phản ánh lượng tiền mà ngân hàng chưa thu hồi được.

Sự phát triển của dư nợ cho vay tiêu dùng có thể được phản ánh theo số tuyệt đối hoặc tương đối. Tốc độ tăng tuyệt đối là sự gia tăng của dư nợ cho vay theo thời gian, thường lấy chỉ tiêu dư nợ vào thời điểm cuối mỗi năm. Dư nợ cho vay càng tăng từ năm này qua năm khác, phản ánh sự phát triển về lượng của cho vay tiêu dùng. Không chỉ đánh giá sự gia tăng dư nợ cho vay theo thời gian mà cũng phải xem xét nó trong mối tương quan với tổng dư nợ của cả ngân hàng tại thời điểm phân tích. Nếu tốc độ tăng tổng dư nợ cho vay lớn hơn tốc độ tăng của dư nợ cho vay tiêu dùng chứng tỏ sự phát triển của hoạt động cho vay tiêu dùng chưa theo kịp sự phát triển của cả ngân hàng. Vì vậy khi đánh giá về tốc độ tăng của dư nợ phải đánh giá nó trong mối quan hệ với sự gia tăng của các hoạt động khác của ngân hàng.

- *Tỷ lệ nợ quá hạn trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng*

Nợ quá hạn là khoản nợ đến thời điểm hoàn trả của khách hàng mà ngân hàng vẫn chưa thu hồi được, đây là một chỉ tiêu đánh giá chất lượng tín dụng của ngân hàng, công thức là:

$$\text{Tỷ lệ nợ quá hạn CVTD} = \text{Dư nợ quá hạn CVTD} / \text{Tổng dư nợ CVTD}$$

Khi ngân hàng chuyển nợ quá hạn nghĩa là rủi ro không thu hồi được nợ gốc và lãi của ngân hàng đó tăng lên và có thể dẫn đến mất vốn. Nợ quá hạn nhiều phản ánh chất lượng tín dụng của ngân hàng không tốt, chứa đựng nhiều rủi ro trong hoạt động kinh doanh, ngược lại tỷ lệ nợ quá hạn thấp chứng tỏ sự phát triển an toàn và ổn định của hoạt động tín dụng. Sự phát triển cho vay tiêu dùng không chỉ là sự gia tăng về số lượng mà cũng phải đi cùng với chất lượng của các khoản vay nghĩa là các khoản vay tiêu dùng phải thoả mãn được nhu cầu tiêu dùng của người vay và ngân hàng thu được hết nợ gốc và lãi vào cuối thời hạn trả nợ. Vì thế các ngân hàng khi phát triển hoạt động tín dụng này luôn chú trọng tới việc đảm bảo an toàn cho các khoản cho vay tiêu dùng, để hạn chế tới mức thấp nhất có thể chấp nhận được tỷ lệ nợ quá hạn trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng.

- *Sự đa dạng các sản phẩm cho vay tiêu dùng*

Đa dạng hóa sản phẩm là một chiến lược marketing đúng đắn của bất kỳ doanh nghiệp nào trong nền kinh tế thị trường, nhằm tránh rủi ro và tối đa hóa lợi nhuận. Các ngân hàng cũng vậy, luôn tìm cách tạo ra những sản phẩm mới nhằm phục vụ tốt hơn nhu cầu khách hàng và gia tăng lợi nhuận. Một ngân hàng có hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển khi mà sản phẩm cho vay tiêu dùng phong phú và đa dạng: sản phẩm cho vay bất động sản, sản phẩm cho vay du học, sản phẩm cho vay mua ô tô... Càng nhiều sản phẩm có nghĩa là khả năng đáp ứng nhu cầu tiêu dùng đa dạng của người vay từ ngân hàng là cao, bất cứ nhu cầu nào ngân hàng cũng có thể đáp ứng. Sự phát triển tín dụng tiêu dùng bằng cách đa dạng hóa sản phẩm sẽ tạo uy tín và thu hút được khách hàng, làm gia tăng lợi nhuận cho ngân hàng.

Rõ ràng ngân hàng không thể phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng của mình nếu không có những sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu ngày càng phong phú của người tiêu dùng.

- *Mức độ gia tăng lợi nhuận từ hoạt động cho vay tiêu dùng*

Lợi nhuận là chỉ tiêu tổng hợp nhất phản ánh sự phát triển cho vay tiêu dùng trong ngân hàng thương mại. Lợi nhuận của hoạt động tín dụng tiêu dùng được tính bằng cách lấy doanh thu trừ đi chi phí, lợi nhuận này càng cao chứng tỏ hoạt động tín dụng tiêu dùng của ngân hàng phát triển cả về số lượng và chất lượng. Tuy nhiên ngoài xem xét sự tăng trưởng theo thời gian của chỉ tiêu lợi nhuận, cũng phải đánh giá tỷ trọng đóng góp từ hoạt động cho vay tiêu dùng vào lợi nhuận của cả ngân hàng. Từ đó có thể phân tích được vai trò quan trọng của việc phát triển cho vay tiêu dùng đối với ngân hàng thương mại.

Phát triển cho vay tiêu dùng có thể trong ngắn hạn không vì mục đích lợi nhuận như giữ thị trường, tăng cạnh tranh nhưng trong dài hạn nó phải mang lại lợi nhuận cho ngân hàng, một lợi nhuận cao là minh chứng rõ ràng nhất để đánh giá sự mở rộng về số lượng cũng như chất lượng của hoạt động cho vay tiêu dùng trong ngân hàng thương mại.

- *Sự gia tăng về chất lượng phục vụ khách hàng trong cho vay tiêu dùng*

Chất lượng phục vụ khách hàng của ngân hàng được thể hiện ở khả năng đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng thông qua các hoạt động như:

- Hoạt động chăm sóc khách hàng: Đối với khách hàng thì điều này trước hết biểu hiện ở thủ tục đơn giản thuận tiện, cung cấp vốn nhanh chóng, kịp thời, an toàn. Nhờ vậy Ngân hàng; khách hàng sẽ tiết kiệm được chi phí giao dịch, tiết kiệm thời gian và nhất là không bỏ lỡ cơ hội đầu tư tốt.

- Hoạt động tư vấn cho khách hàng sử dụng vốn và tài chính cá nhân: Một khoản cho vay chỉ có thể coi là có hiệu quả khi các nguyên tắc cho vay được tuân thủ triệt để: sử dụng vốn vay đúng mục đích và có hiệu quả; hoàn trả nợ gốc và lãi đúng hạn. Việc tuân thủ chặt chẽ các nguyên tắc cho vay vừa là điều kiện cần thiết vừa là sự biểu hiện của chất lượng một khoản vay. Mục đích sử dụng vốn vay đã ký kết trong hợp đồng tín dụng được cả ngân hàng và khách hàng phân tích, đánh giá kỹ lưỡng cả về hiệu quả, tính khả thi cũng như mức độ phù hợp với chính sách phát triển kinh tế xã hội chung của ngành, của địa phương và của cả nước. Do vậy việc sử dụng vốn vay đúng mục đích là một trong những điều kiện đảm bảo đạt được các mục tiêu đã đề ra ban đầu. Sử dụng vốn vay đúng mục đích, cùng với sự năng động, nhạy bén trong kinh doanh của khách hàng và sự giúp đỡ có hiệu quả của ngân hàng từ việc cấp phát vốn sẽ tạo điều kiện để khách hàng đạt được hiệu quả đầu tư cao nhất và đó chính là tiền đề để khách hàng thực hiện đầy đủ nghĩa vụ trả nợ, bảo đảm được sự tồn tại và phát triển của ngân hàng.

- Hoạt động hướng dẫn hồ sơ vay vốn và trả nợ: Trong quá trình tư vấn cho khách hàng vay vốn tiêu dùng, bản thân cán bộ nhân viên ngân hàng phải hướng dẫn và hỗ trợ khách hàng hồ sơ vay vốn một cách chính xác và nhanh chóng. Ngoài ra, sau khi khoản vay đã được giải ngân, ngân hàng luôn tích cực nhắc nhở khách hàng trả nợ đúng hạn, kiểm tra các hoạt động sau vay của khách hàng tránh phát sinh nợ xấu ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận ngân hàng và lịch sử trả nợ khách hàng.

Tóm lại chất lượng phục vụ khách hàng cho vay tiêu dùng càng ngày tăng lên thì sự phát triển trong hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng đó cũng sẽ tăng lên. Vì

vậy Ngân hàng cần phải không ngừng gia tăng chất lượng phục vụ khách hàng, đảm bảo các thủ tục nhanh chóng, hỗ trợ khách hàng trong quá trình vay vốn, sử dụng vốn cũng như quá trình trả nợ của khách hàng.

### *1.1.3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại*

Việc phát triển cho vay tiêu dùng của một ngân hàng thương mại chịu ảnh hưởng của rất nhiều yếu tố, gồm các yếu tố bên trong và bên ngoài ngân hàng. Mỗi yếu tố sẽ tác động tới chiến lược phát triển tín dụng tiêu dùng, tạo nên các điều kiện thuận lợi hay khó khăn trong quá trình hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

#### *a. Nhân tố thuộc về Ngân hàng*

- *Quy mô vốn tự có và tổng nguồn vốn*

Vốn tự có là một trong những tiêu chí quan trọng nhất khi đánh giá năng lực của một ngân hàng thương mại, vốn tự có càng lớn thì chứng tỏ tiềm lực của ngân hàng càng mạnh, càng có điều kiện thuận lợi trong việc phát triển hoạt động kinh doanh, đặc biệt là phát triển hoạt động kinh doanh tín dụng. Vốn tự có lớn sẽ dễ dàng xây dựng các trụ sở, mua sắm trang thiết bị hiện đại, có khả năng bao phủ thị trường rộng và tạo nên các ưu thế so với các đối thủ cạnh tranh. Các ngân hàng nhỏ với quy mô vốn bộ sẽ tập trung vào phát triển cho vay tiêu dùng vì với lượng vốn điều lệ ít ỏi sẽ không cạnh tranh được với các ngân hàng lớn khi cho vay các khoản vay lớn.

Vốn tự có của ngân hàng phải đảm bảo theo hệ số Cook (tỷ lệ an toàn vốn tự có tối thiểu trên tổng tài sản có rủi ro là 8%), vì thế khi mở rộng hoạt động kinh doanh, tài sản của ngân hàng tăng lên thì ngân hàng phải đồng thời tăng vốn tự có của mình tương ứng. Mở rộng và phát triển cho vay tiêu dùng phải tính đến vốn tự có để đảm bảo được tỷ lệ an toàn vốn tối thiểu. Vì thế muốn phát triển cho vay tiêu dùng các ngân hàng phải luôn chú trọng tới gia tăng vốn điều lệ hay là vốn tự có của mình.

Ngoài yếu tố vốn tự có, khi phát triển cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại cũng phải xem xét đến quy mô tổng nguồn vốn của ngân hàng. Với quy mô



nguồn vốn lớn, ngân hàng sẽ có thể cho vay với số lượng lớn, đáp ứng được bất kỳ nhu cầu nào của khách hàng, ngân hàng sẽ tạo ra được danh mục các sản phẩm dịch vụ cho vay đa dạng, phong phú. Khả năng huy động vốn cũng là một yếu tố quan trọng, nó phải đáp ứng được nhu cầu cho vay với quy mô lớn tại bất kỳ thời điểm nào.

Như vậy với quy mô vốn tự có và tổng nguồn vốn lớn ngân hàng sẽ có nhiều thuận lợi trong việc đề ra và thực hiện các chiến lược phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng so với các ngân hàng có quy mô nhỏ.

- *Nguồn nhân lực*

Do đặc điểm của hoạt động cho vay tiêu dùng đòi hỏi nguồn nhân lực lớn cả về số lượng lẫn chất lượng, đây là một yếu tố không thể thiếu trong chiến lược phát triển cho vay tiêu dùng của các ngân hàng. Một nguồn nhân lực có trình độ cao là một lợi thế trong cạnh tranh của mỗi ngân hàng, vì nó có thể tăng cường khả năng thu hút khách hàng, nâng cao vị thế của ngân hàng, giảm rủi ro trong cho vay tiêu dùng. Nếu ngân hàng có một nguồn nhân lực yếu kém sẽ gặp rất nhiều khó khăn trong việc mở rộng cho vay đối với người tiêu dùng, một hoạt động chứa nhiều rủi ro nhưng mang lại lợi nhuận cao cho ngân hàng.

Bằng cách tuyển nhân viên giỏi, có chương trình đào tạo nâng cao kiến thức, nghiệp vụ cho các nhân viên thường xuyên và liên tục, ngân hàng thương mại sẽ có lợi thế trong việc phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng.

- *Trình độ công nghệ và quản lý*

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

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

- *Mạng lưới Ngân hàng*

Nguồn vốn của ngân hàng bao gồm vốn ngân hàng huy động được và nguồn vốn chủ sở hữu của ngân hàng. Trong đó, nguồn vốn chủ sở hữu đóng vai trò sống còn trong việc duy trì các hoạt động thường nhật và đảm bảo cho ngân hàng khả năng phát triển lâu dài trong tương lai. Việc mở rộng mạng lưới chi nhánh, phòng giao dịch để có thể đẩy mạnh công tác huy động vốn, phục vụ cho hoạt động đầu tư, kinh doanh một cách hiệu quả, góp phần phát triển các dịch vụ của Ngân hàng. mạng lưới rộng khắp sẽ tạo điều kiện tốt cho khách hàng dễ dàng kết nối với ngân hàng để thỏa mãn nhu cầu vay của mình hơn.

- b. *Nhân tố thuộc về môi trường*

- *Chính sách phát triển cho vay tiêu dùng của Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước*

Chính phủ và ngân hàng nhà nước quản lý các ngân hàng thương mại, vì thế mỗi chính sách, quy định đưa ra sẽ tác động trực tiếp tới hoạt động của hệ thống ngân hàng. Phát triển cho vay tiêu dùng là một trong các chính sách nhằm mục đích nâng cao mức sống của người dân, thúc đẩy sản xuất kinh doanh trong chiến lược phát triển kinh tế chung. Các chính sách có thể trực tiếp hay gián tiếp tác động tới hoạt động cho vay tiêu dùng của các ngân hàng, Chính phủ có thể khuyến khích các

ngân hàng mở rộng và phát triển cho vay tiêu dùng hay bằng các chính sách tác động tới người tiêu dùng, thúc đẩy họ tiêu dùng vào hàng hóa và dịch vụ nhiều hơn. Dự là tác động trực tiếp hay gián tiếp, các chính sách của Chính phủ có thể thúc đẩy hoặc kìm hãm sự phát triển của tín dụng tiêu dùng của ngân hàng thương mại.

- *Thói quen và tập quán tiêu dùng*

Thói quen, phong tục tập quán, tâm lý có ảnh hưởng đến nhu cầu vay tiêu dùng. Người dân Việt Nam thường có thói quen tiết kiệm rồi khi tích lũy đủ tiền mới mua sắm, tiêu dùng, họ không nghĩ tới việc đi vay, nợ nần để mua sắm cộng với tâm lý ngại tiếp xúc với Ngân hàng, sợ các thủ tục hành chính rườm rà. Chính vì thế nhu cầu vay của người dân thấp hơn các quốc gia khác.

- *Thị trường cho vay tiêu dùng*

Thị trường cho vay tiêu dùng tổng hợp từ rất nhiều yếu tố, bao gồm quy mô dân cư, sự phát triển kinh tế, sự cạnh tranh và các yếu tố khác. Mỗi yếu tố khác nhau sẽ có tác động khác nhau tới hoạt động cho vay tiêu dùng của các ngân hàng thương mại.

Quy mô của dân cư càng lớn thì tổng nhu cầu tiêu dùng càng cao, số người tìm đến ngân hàng để thỏa mãn nhu cầu đó càng nhiều. Ngân hàng sẽ dễ dàng phát triển cho vay tiêu dùng tại những địa điểm đông dân cư sinh sống, đây là một tiêu chí hàng đầu khi lựa chọn thị trường cho vay tiêu dùng. Tuy nhiên, quy mô dân cư lớn mới chỉ phản ánh nhu cầu tiêu dùng tiềm năng, chưa phản ánh được nhu cầu tiêu dùng có thể thanh toán, đó chính là mức sống của dân cư, hay là sự phát triển kinh tế. Người tiêu dùng phải có mức sống khi mới có thể có khả năng chi trả các khoản nợ và lãi cho ngân hàng. Khi mà nền kinh tế phát triển, mức sống của người dân tăng lên, thì người dân càng có khả năng chi trả hàng hóa dịch vụ để nâng cao điều kiện sống, đây là điều kiện đủ cho việc phát triển cho vay tiêu dùng của các ngân hàng thương mại.

Các yếu tố thuộc về văn hóa xã hội cũng có những ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại, nó có thể là một yếu tố vụ hình đẩy nhanh hay hạn chế sự phát triển hoạt động này trong nền kinh tế. Trong đó yếu tố tâm lý của các cá nhân và hộ gia đình là một yếu tố đặc biệt quan trọng, nếu

họ có tâm lý thích tiêu dùng, và thường chi tiêu vượt quá khả năng chi trả hiện tại thì họ sẽ có thói quen tìm đến ngân hàng vay tiền để thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng của mình. Ngược lại, nếu các cá nhân và hộ gia đình không sẵn sàng chi trả nhiều cho nhu cầu tiêu dùng thì việc phát triển hoạt động tín dụng tiêu dùng của ngân hàng sẽ gặp nhiều khó khăn. Ngân hàng phải tính đến các rào cản về văn hóa xã hội để có những chiến lược phát triển cho vay tiêu dùng phù hợp và hiệu quả.

Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng lớn, các ngân hàng luôn cố gắng nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm làm thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách hàng. Cho vay tiêu dùng là một hoạt động mang lại nhiều lợi nhuận nên các ngân hàng hiện nay rất chú trọng phát triển hoạt động này: tăng chất lượng phục vụ, đa dạng hóa sản phẩm, tìm thị trường mới... làm cho sự cạnh tranh trên thị trường là rất gay gắt. Do đặc điểm của cho vay tiêu dùng nên trên thị trường này tất cả các ngân hàng từ ngân hàng có quy mô nhỏ đến quy mô lớn đều có khả năng cạnh tranh. Trong môi trường cạnh tranh cao như vậy, mỗi ngân hàng phải có chiến lược marketing hiệu quả nhằm đem lại sự khác biệt trong sản phẩm, dịch vụ cho vay của mình so với các đối thủ.

### *c. Nhân tố thuộc về khách hàng*

#### *• Đạo đức người vay*

Đạo đức người vay được đánh giá dựa trên năng lực pháp lý và độ tín nhiệm. Đây là yếu tố tiên quyết để ngân hàng xem xét cho vay vì ngay cả khi người vay có thu nhập tốt thì chưa chắc họ có thiện chí trả nợ. Đạo đức người vay trong quan hệ tín dụng được đánh giá bằng độ tín nhiệm của khách hàng trên cơ sở tính thật thà, sự sẵn lòng trả nợ của khách hàng và ý muốn kiên quyết trong việc thực hiện tất cả các giao ước trong hợp đồng tín dụng. Năng lực pháp lý là những quy định cụ thể về mặt pháp lý mà người vay cần phải có. Đây là cơ sở hình thành nghĩa vụ trả nợ của khách hàng trong quan hệ tín dụng.

#### *• Khả năng tài chính.*

Khả năng tài chính của khách hàng là nhân tố ảnh hưởng tới khả năng trả nợ ngân hàng. Phần lớn các món cho vay tiêu dùng được quy định nguồn hoàn trả là

thu nhập thường xuyên của khách hàng trong tương lai. Nếu khách hàng có thu nhập cao và ổn định thì việc trả nợ ngân hàng thường ít ảnh hưởng đến các chỉ tiêu khác, đặc biệt là các chỉ tiêu thông thường hay thiết yếu... Với những người vay này, họ sẵn sàng thành toán tiền cho ngân hàng và khoản tín dụng trở nên an toàn hơn.

- *Tài sản đảm bảo*

Tài sản đảm bảo là cơ sở pháp lý để có thêm nguồn trả nợ thứ hai cho ngân hàng ngoài nguồn thu nợ thứ nhất, mang tính dự phòng rủi ro và tăng mức độ an toàn cho khoản tín dụng của ngân hàng. Mặc dù nắm giữ tài sản đảm bảo song nếu khách hàng không trả nợ thì ngân hàng phải đối mặt với rủi ro giảm thu nhập vì muốn phát mại tài sản phải có thời gian và mất chi phí khác liên quan... Vì vậy, tài sản đảm bảo là một trong những tiêu chuẩn để xét duyệt cho vay nhưng không phải là tiêu chuẩn quan trọng nhất giữ vai trò quyết định trong việc cho vay của ngân hàng thương mại.

## **1.2. Kinh nghiệm phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại một số NHTM và bài học kinh nghiệm**

### **1.2.1. Kinh nghiệm**

#### *1.2.1.1. Ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam*

Ngân hàng TMCP Hàng Hải Việt Nam (Maritime Bank) thành lập ngày 12/07/1991, là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần đầu tiên tại Việt Nam. Hiện Maritime Bank đã trở thành một ngân hàng thương mại cổ phần phát triển mạnh, bền vững và tạo được niềm tin đối với khách hàng. Vốn điều lệ của Maritime Bank là 8.000 tỷ VNĐ và tổng tài sản đạt gần 110.000 tỷ VNĐ. Mạng lưới hoạt động không ngừng được mở rộng từ 16 điểm giao dịch năm 2005, hiện nay đã lên đến gần 230 điểm giao dịch trên toàn quốc.

Hoạt động cho vay tiêu dùng của Maritime Bank những năm gần đây phát triển khá mạnh, đem lại nguồn thu nhập cao cho ngân hàng. Thu lãi từ hoạt động cho vay tiêu dùng tại Maritime Bank có mức tăng trưởng ổn định và cao hơn hẳn thu từ hoạt động tín dụng khác. Hồ sơ và thủ tục vay vốn tại Maritime Bank chi nhánh rất nhanh chóng, đơn giản, tiết kiệm thời gian của khách hàng. Điều này đã

tạo nên lợi thế cạnh tranh, tăng uy tín của Maritime bank. Ngoài ra, nhờ thực hiện tốt quy trình tín dụng, thẩm định khách hàng, kiểm soát sau khi cho vay nên tỷ lệ nợ quá hạn của cho vay tiêu dùng tại chi nhánh rất nhỏ. Cùng với sự phát triển tín dụng, công tác phòng ngừa rủi ro cũng được chú trọng. Hệ thống quản lý rủi ro được tập trung tại Trụ sở chính Maritime Bank kết hợp với các hình thức giám sát từ xa qua mạng máy tính và kiểm tra tại chỗ đã phát hiện và xử lý kịp thời những tồn tại trong hoạt động cho vay tiêu dùng.

Dù vậy hoạt động cho vay tiêu dùng của Maritime bank vẫn tồn tại nhiều hạn chế như cơ cấu dư nợ cho vay tiêu dùng theo mục đích mất cân đối, chủ yếu tập trung cho vay mua nhà, những sản phẩm khác như vay ô tô... chưa thật sự chú trọng. Hoạt động cho vay tiêu dùng tín chấp thì chủ yếu chú trọng cho vay tiêu thương tại các chợ còn đối tượng cán bộ nhân viên thì chưa khai thác được nhiều.

#### *1.2.2.2. Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín*

Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank) thành lập vào ngày 21/12/1991, sau hơn 25 năm hình thành và phát triển Sacombank đã khẳng định vị thế là một trong những ngân hàng thương mại cổ phần hàng đầu Việt Nam về tốc độ tăng trưởng, năng lực tài chính, quy mô hoạt động và đang từng bước khẳng định thương hiệu tại khu vực Đông Dương. Tính đến cuối năm 2015, sau khi Ngân hàng Nhà nước đã quyết định chính thức chấp thuận việc sát nhập Ngân hàng TMCP Phương Nam (Southern Bank) vào Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín. Vốn điều lệ của ngân hàng chính thức tăng lên 18.852 tỷ đồng. Trước đó, Sacombank có vốn điều lệ là 12.425 tỷ đồng.

Trong những năm gần đây, các khoản vay tiêu dùng của Sacombank đều được thực hiện một cách có hiệu quả. Doanh số cho vay tiêu dùng liên tục tăng lên qua các năm, nhưng tỷ lệ nợ quá hạn luôn ở mức thấp, đảm bảo được an toàn cho Ngân hàng, giúp cho ngân hàng có một vị thế đứng vững mạnh trên thị trường. Sacombank luôn có những chính sách linh hoạt nhằm nắm bắt thị trường và thị hiếu của khách hàng, không ngừng hoàn thiện chính sách chăm sóc khách hàng tâm lý thoải mái và tiện nghi khi giao dịch.

Hiện nay Sacombank đang đẩy mạnh sản phẩm Cho vay tiêu dùng –Bảo tín, là sản phẩm cho vay tín chấp đối với các đối tượng công chức, viên chức nhà nước, nhân viên các doanh nghiệp lớn trên toàn quốc... sản phẩm với mức lãi suất ưu đãi hơn so với các ngân hàng khác, ngoài ra còn được tặng kèm bảo hiểm An Tâm Tiêu Dùng trong suốt quá trình vay, trong khi các ngân hàng khác khách hàng đều phải tự tham gia sản phẩm bảo hiểm này với mức phí tương đối cao. Quy trình của những món vay trong gói sản phẩm Bảo Tín là phê duyệt tại chỗ vì vậy ngay sau khi thu thập đầy đủ hồ sơ khách hàng có thể được giải ngân luôn khoản vay này rất nhanh chóng.

Mặc dù cho vay tiêu dùng trong những năm vừa qua phát triển nhanh chóng, nhưng nếu đem so sánh với những ngân hàng khác thì vẫn còn nhỏ. Điều này cho thấy việc phát triển của cho vay tiêu dùng chưa tương xứng với tiềm năng của một ngân hàng có nhiều điều kiện thuận lợi về vốn như Sacombank. Ngoài ra sản phẩm của của Sacombank còn khá an toàn, chưa phong phú để đáp ứng hết các nhu cầu của người tiêu dùng trong thời điểm hiện nay.

### ***1.2.2. Bài học đối với Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng***

- Tại đa số các nước, các ngân hàng ngày càng quan tâm đến việc phát triển loại hình cho vay tiêu dùng trong hoạt động cho vay chung của họ. Hoạt động cho vay tiêu dùng ngày càng phổ biến và được khuyến khích phát triển. Tính đến nay, kết quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại các nước cho thấy đây là loại hình cho vay rủi ro tương đối thấp, góp phần ổn định thu nhập cho các ngân hàng, nhất là các nước có khu vực công ty làm ăn kém hiệu quả.

- Những hiểu biết của người dân về các vấn đề liên quan đến hoạt động cho vay tiêu dùng ảnh hưởng đáng kể đến kết quả và chất lượng của hoạt động này.

- Việc phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng đòi hỏi các ngân hàng phải có quy định, quy trình giám sát và quản lý rủi ro tín dụng (trước, trong và sau khi cấp tín dụng) chặt chẽ, tỷ mỉ, hệ thống thông tin đánh giá khách hàng đầy đủ, cập nhật do hình thức vay này chủ yếu là các món vay nhỏ và không có tài sản bảo đảm.

- Để phát triển hình thức cho vay này và đảm bảo an toàn cho hoạt động ngân hàng đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ giữa Ngân hàng trung ương, các tổ chức cho vay và các cơ quan quản lý hành chính khác.

- Hoạt động cho vay tiêu dùng tại các Ngân hàng trong nước hiện gặp phải những khó khăn như: thu nhập của người dân không ổn định; hệ thống thông tin tín dụng cá nhân chưa phát triển; các chính sách, quy định pháp lý liên quan đến cho vay tiêu dùng chưa hoàn thiện; cạnh tranh ngày càng gia tăng khi có sự tham gia ngày càng lớn của các ngân hàng nước ngoài vào thị trường này.



## **KẾT LUẬN CHƯƠNG 1**

Chương 1 tác giả đã làm rõ cơ sở lý luận về phát triển cho vay tiêu dùng tại NHTM: Khái niệm, đặc điểm, phân loại cho vay tiêu dùng, nêu lên sự cần thiết phải phát triển cho vay tiêu dùng. Bên cạnh đó trong chương 1 tác giả cũng đưa ra các chỉ tiêu đánh giá cũng như là các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển cho vay tiêu dùng, từ đó làm cơ sở lý luận cho việc phân tích đánh giá thực trạng phát triển cho vay tiêu dùng của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh ở chương 2.

**Chương 2**  
**THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG CHO VAY**  
**TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN VIỆT NAM**  
**THỊNH VƯỢNG - CHI NHÁNH HÀ TĨNH**

**2.1. Khái quát về Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng - chi nhánh Hà Tĩnh (VPBank - chi nhánh Hà Tĩnh)**

**2.1.1. Khái quát về Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – chi nhánh Hà Tĩnh**

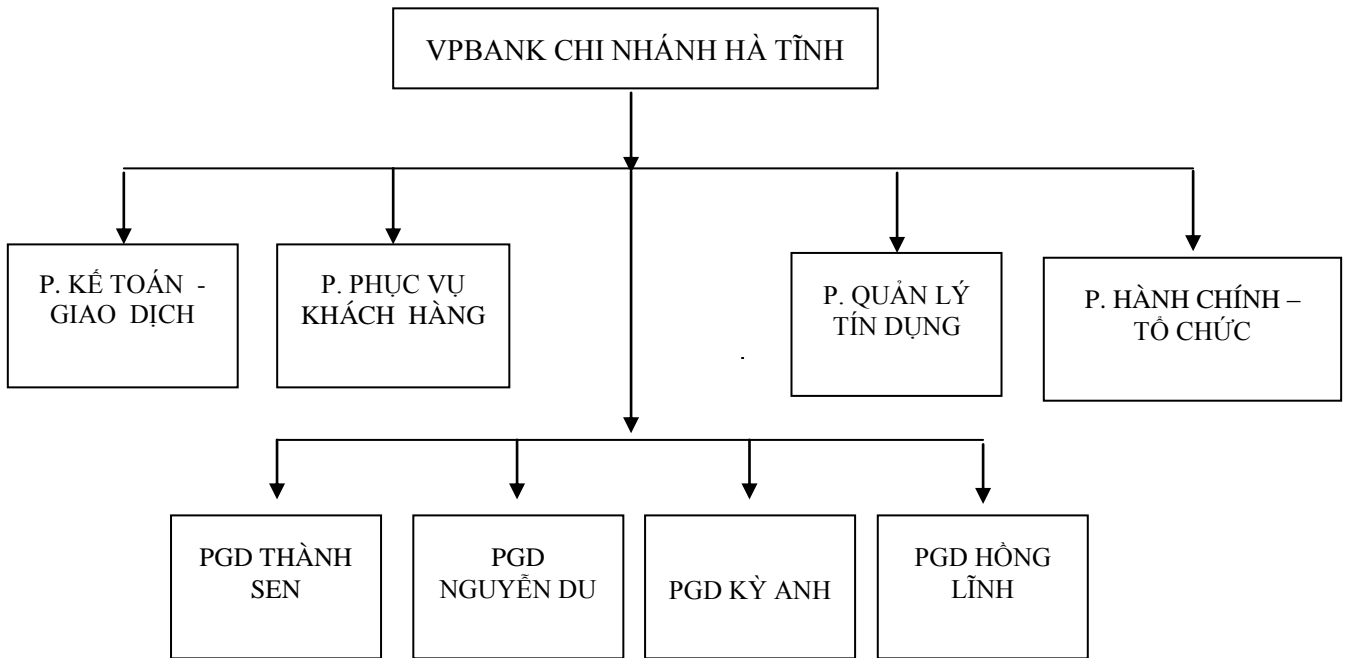
*2.1.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng – CN Hà Tĩnh*

Ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng chi nhánh Hà Tĩnh (VPBank chi nhánh Hà Tĩnh) là một trong các chi nhánh của Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng, được thành lập vào ngày 16 tháng 5 năm 2008 với gần 30 cán bộ nhân viên. Ban đầu do quy mô còn nhỏ VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh chỉ là một phòng giao dịch trực thuộc VPBank chi nhánh Nghệ An, sau một thời gian hoạt động trên địa bàn Hà Tĩnh tại trụ sở tại số 02 đường Vũ Quang - Thành phố Hà Tĩnh - Tỉnh Hà Tĩnh đến ngày 18 tháng 6 năm 2009 chính thức nâng cấp phòng giao dịch trở thành VPBank chi nhánh Hà Tĩnh theo quyết định số 360-2009/QĐ-HĐQT. Ngày 25/11/2015 VPBank chi nhánh Hà Tĩnh chuyển trụ sở đến tòa nhà 4 tầng tại số 17, Đường Trần Phú - Phường Trần Phú - Thành phố Hà Tĩnh - Tỉnh Hà Tĩnh. Đến nay, VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh đã có 01 trụ sở và 04 phòng giao dịch, trong đó có 02 phòng giao dịch đóng tại địa bàn Thành phố Hà Tĩnh, 01 phòng giao dịch đóng tại Huyện Kỳ Anh và 01 phòng giao dịch đóng tại Thị xã Hồng Lĩnh.

*2.1.1.2 Cơ cấu tổ chức bộ máy*

- Ngân hàng VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh hiện nay có 01 trụ sở chi nhánh và 04 phòng giao dịch trực thuộc, có 65 cán bộ công nhân viên trong biên chế và 20 cán bộ có hợp đồng lao động khoán gọn.

**Sơ đồ 2.1: Sơ đồ bộ máy tổ chức của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh**



(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh năm 2015 của VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh)

### 2.1.1.3. Kết quả hoạt động kinh doanh chủ yếu của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh

Trong những năm gần đây, VPBank chi nhánh Hà Tĩnh luôn đạt được mức tăng trưởng ổn định và bền vững, ngay cả trong bối cảnh khó khăn của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, các dấu hiệu phục hồi và phát triển còn khá dè dặt, các chính sách lớn của Nhà nước trong lĩnh vực tài chính ngân hàng được điều hành theo nguyên tắc thị trường, do vậy có thể có nhiều thay đổi tùy theo tình hình thực tế tác động trực tiếp đến hoạt động của các tổ chức tài chính, ngân hàng. Ngoài ra, trong môi trường kinh doanh khó khăn mấy năm qua, các ngân hàng đều vô cùng nỗ lực tìm kiếm những lối đi riêng, có những bứt phá mạnh mẽ, và do vậy sức cạnh tranh trên thị trường ngày khốc liệt. Có được kết quả đó là nhờ sự sáng suốt của lãnh đạo trong việc hoạch định chiến lược cũng như sự đoàn kết, gắn bó và nỗ lực của tập thể cán bộ nhân viên. Điều này được thể hiện bằng các chỉ tiêu tài chính hợp nhất qua các năm như sau:

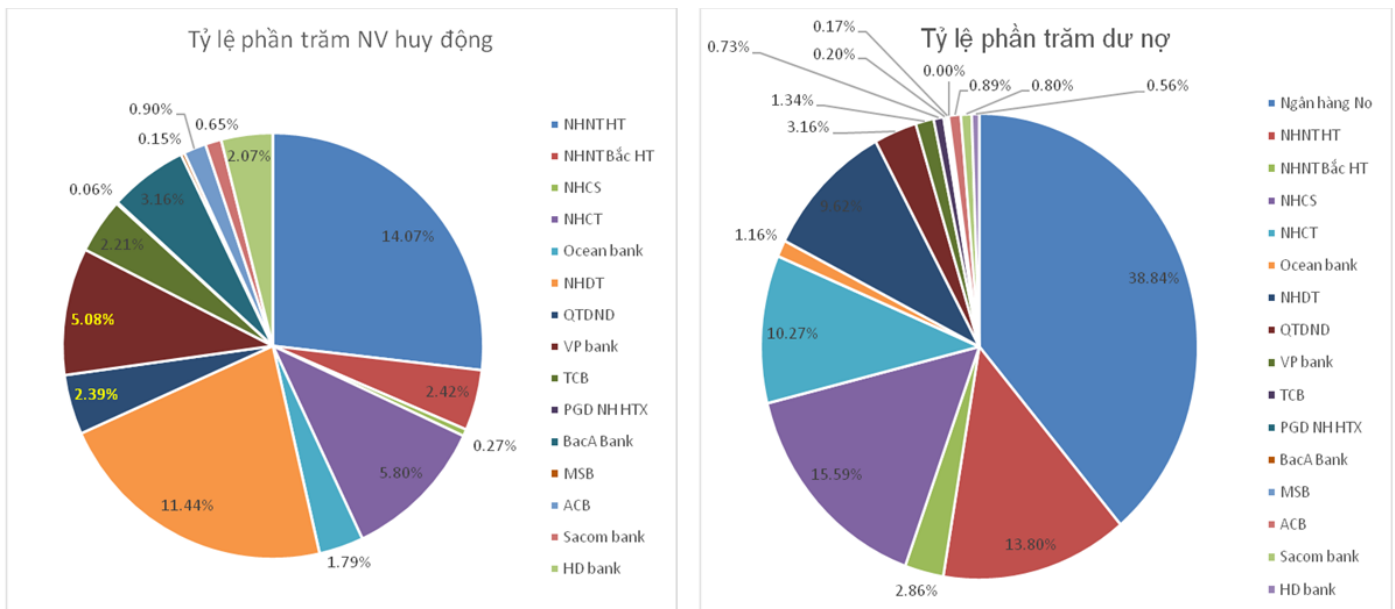
**Bảng 2.1: Các chỉ tiêu kinh tế của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh từ 2013 -2015**

(Đơn vị: triệu đồng)

Chỉ tiêu	2013	2014	2015
Tổng tài sản	614,200	1,039,989	1,419,387
Nguồn vốn huy động	572,012	840,343	1,260,472
Dư nợ tín dụng	620,856	757,444	1,024,880
Tỷ lệ nợ xấu	1,89%	1,16%	3,2%
Lợi nhuận trước thuế	8,090	10,096	14,159

(Nguồn: Báo cáo đánh giá hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014, 2015 của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh)

**Biểu đồ 2.1: Tỷ lệ phần trăm nguồn vốn huy động và dư nợ trên địa bàn Hà Tĩnh năm 2015**



(Nguồn: Báo cáo tỷ lệ phần trăm nguồn vốn huy động và dư nợ trên địa bàn Hà Tĩnh cuối năm 2015 của Ngân hàng Nhà nước Hà Tĩnh ngày 31/12/2015).

VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh đã đạt được rất nhiều thành tích nổi bật. Năm 2013 VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh được Chủ tịch Hội đồng quản trị, Tổng giám đốc tặng bằng khen là Chi nhánh hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ được giao, nhiều năm liền được Bằng khen Chi nhánh phát triển toàn diện về hoạt động Western Union.

Nhiều năm liền VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh được Đảng bộ khối doanh nghiệp tặng Giấy khen Tổ chức cơ sở Đảng trong sạch vững mạnh. Từ năm 2009 đến nay, VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh liên tục được cơ quan Bảo hiểm xã hội Thành phố Hà Tĩnh tặng giấy khen về việc hoàn thành xuất sắc nhiệm vụ đóng nộp bảo hiểm xã hội cho người lao động. Về mặt xã hội được Ủy ban Mặt trận tổ quốc tỉnh Hà Tĩnh tặng bằng khen về các hoạt động từ thiện xã hội liên tiếp trong nhiều năm. Rất nhiều cá nhân làm việc tại VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh đã được chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh Hà Tĩnh trao tặng bằng khen về việc đã có thành tích xuất sắc trong “Phong trào thi đua yêu nước” qua các năm.

## **2.2. Thực trạng phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh**

### **2.2.1. Các sản phẩm cho vay tiêu dùng**

- *Cho vay mua nhà, sửa chữa nhà*

- Khách hàng là các cá nhân, hộ gia đình có hộ khẩu thường trú cùng địa bàn VPBank.

- Đối tượng món vay: là chi phí mua nhà, mua nền nhà theo đất đó được quy hoạch để xây dựng nhà mới, mua căn hộ, xây dựng, sửa chữa nâng cấp nhà.

- Điều kiện cho vay: các điều kiện về nhân thân theo quy định; có phương án vay vốn rõ ràng; nguồn trả nợ chắc chắn; có một phần vốn tự có tham gia vào phương án; có tài sản đảm bảo.

- Thời hạn cho vay: căn cứ vào mục đích vay, nguồn và kế hoạch trả nợ nhưng tối đa không quá 10 năm đối với cho vay mua nhà, không quá 5 năm đối với cho vay xây dựng, sửa chữa nhà.

- Phương thức cho vay: cho vay từng lần hoặc cho vay trả góp.

- Lãi suất cho vay: áp dụng lãi suất cố định hoặc thả nổi theo thị trường.

- Mức cho vay: theo nhu cầu thực tế, tối đa là 70% giá nhà hoặc dự toán sửa chữa nhà; hoặc tối đa 60% giá trị tài sản đảm bảo.

- *Cho vay mua ô tô*

Mức sống của người dân ngày càng cao, nhiều người đó có thể tiêu dùng

những sản phẩm đắt tiền, sang trọng và sản phẩm cho vay mua ô tô của VPBank nhằm đáp ứng những nhu cầu này. Cho vay mua ô tô của VPBank có các điều kiện cho vay linh hoạt, hấp dẫn đáp ứng những yêu cầu đa dạng của người dân.

- Khách hàng vay là các cá nhân mua ô tô để sử dụng làm phương tiện cá nhân.

- Đối tượng cho vay là chi phí hình thành giá trị chiếc xe, thể hiện trên hợp đồng mua bán và phù hợp với giá thị trường. Không bao gồm chi phí nộp thuế và các chi phí khác liên quan đến đăng ký và lưu hành xe.

- Điều kiện cho vay: đảm bảo các điều kiện về nhân thân theo quy chế cho vay; có nguồn trả nợ chắc chắn; có tài sản đảm bảo (trường hợp đảm bảo bằng tài sản hình thành từ nguồn vốn vay thì phải là xe mới 100%).

- Thời hạn cho vay căn cứ vào mục đích vay vốn, nguồn và kế hoạch trả nợ của khách hàng nhưng tối đa không quá 4 năm.

- Phương thức cho vay: cho vay trả góp áp dụng trong trường hợp thời gian vay trên 12 tháng, hoặc trường hợp tài sản đảm bảo là tài sản hình thành từ vốn vay; cho vay theo món với trường hợp vay dưới 12 tháng và có tài sản khác để đảm bảo tiền vay.

- Lãi suất cho vay là lãi suất cố định hoặc lãi suất thả nổi theo thị trường.

- Mức cho vay: nếu tài sản bảo đảm hình thành từ vốn vay thì tỷ lệ cho vay tối đa là 70% giá trị xe mới; nếu bảo đảm bằng các tài sản hợp pháp khác thì mức cho vay tối đa là 90% giá mua xe, và căn cứ vào tỷ lệ tiền vay tính trên giá trị tài sản đảm bảo (65% với bất động sản, 90% với giấy tờ có giá và các mức thoả thuận khác theo quy định).

- *Cho vay du học*

Hiện nay nhu cầu đi du học ở nước ngoài của người dân Việt Nam rất lớn, một phần do mức sống của xã hội ngày càng được nâng cao và sự giao lưu về văn hóa giáo dục giữa các quốc gia ngày càng phát triển. Đáp ứng nhu cầu đó, VPBank đưa ra sản phẩm cho vay hỗ trợ du học đối với các cá nhân, hộ gia đình.

- Đối tượng cho vay là công dân Việt Nam có con em, người thân đang du học hoặc sắp có kế hoạch đi du học nước ngoài. Mục đích cho vay là xác minh tài chính bổ sung hồ sơ xin phỏng vấn du học, thanh toán học phí, sinh hoạt phí và các chi phí khác phát sinh trong quá trình học tập.

- Điều kiện cho vay ngoài các điều kiện về nhân thân theo quy chế cho vay của ngân hàng, người vay cũng phải có hộ khẩu thường trú cùng địa bàn với ngân hàng, có thu nhập ổn định đảm bảo khả năng trả nợ vay. Người vay phải có tài sản đảm bảo là bất động sản, giấy tờ có giá (sổ tiết kiệm, kỳ phiếu, trái phiếu chính phủ), và các tài sản được chấp thuận khác.

- Mức cho vay theo nhu cầu và khả năng trả nợ của người vay, nhưng tối đa bằng 70% giá trị tài sản thế chấp, hoặc 95% giá trị tài sản cầm cố là các giấy tờ có giá, và các mức được quy định khác.

- Thời hạn cho vay theo thời gian du học nhưng không quá 10 năm. Lãi suất cho vay có thể áp dụng lãi suất cố định (thời hạn vay dưới 12 tháng), hoặc lãi suất thả nổi với thời hạn lớn hơn.

- *Cho vay tiêu dùng khác*

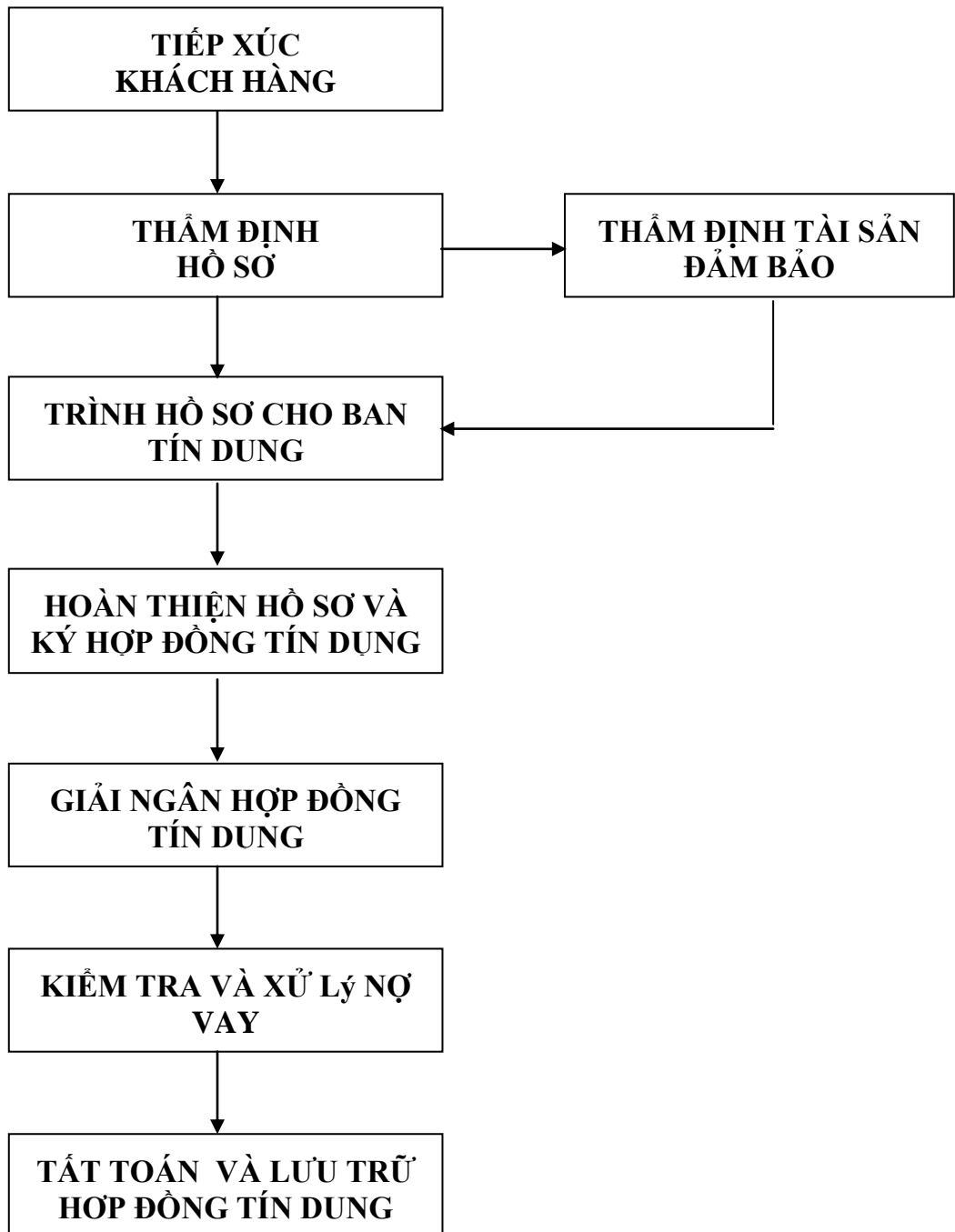
Ngoài ba loại cho vay chủ yếu trên, VPBank cũng có các sản phẩm cho vay tiêu dùng khác đáp ứng nhu cầu tiêu dùng đa dạng của các cá nhân và hộ gia đình. Đó là các nhu cầu chính đáng nhằm nâng cao mức sống và phục vụ cuộc sống sinh hoạt hàng ngày. Các điều kiện cho vay, mức cho vay, thời hạn cho vay, lãi suất, phương thức trả nợ tuân theo quy chế cho vay tiêu dùng của VPBank.

### **2.2.2. Quy trình cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh**

Quy trình cho vay tiêu dùng của VPBank áp dụng cho các cá nhân và hộ gia đình vay vốn phục vụ cho mục đích tiêu dùng. Các nhân viên tín dụng phải tuân theo quy trình này khi thực hiện bất kỳ một khoản cho vay tiêu dùng nào.

Quy trình tín dụng có 7 bước, từ khi tiếp xúc khách hàng đến khi tắt toán hồ sơ.

*Sơ đồ 2.2. Sơ đồ nghiệp vụ CVTD tại VPBank – CN Hà Tĩnh*



*(Số liệu nội bộ)*

**Bước 1: Tiếp xúc khách hàng**

- Ngân hàng thực hiện việc quảng cáo tiếp thị các sản phẩm, dịch vụ cho vay tiêu dùng trên các phương tiện thông tin đại chúng, các biển quảng cáo hoặc các tờ



bướm giới thiệu thủ tục và điều kiện cho vay. Ngân hàng có thể gửi tờ bướm đến các khu quy hoạch hoặc các nơi có tiềm năng sử dụng sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng.

- Khi khách hàng đến với VPBank, nhân viên tín dụng có nhiệm vụ tiếp xúc, giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng cho khách hàng và tìm hiểu các thông tin liên quan đến lai lịch của khách hàng như tư cách pháp lý, trình độ, nghề nghiệp, quan hệ gia đình... nhu cầu và điều kiện vay của khách hàng (phương án vay, số tiền, thời hạn, lãi suất, tài sản đảm bảo...). Nhân viên tín dụng phải đối chiếu ngay với những quy định hiện hành của ngân hàng xem các thông tin ban đầu trên có phù hợp hay không. Sau đó thông báo cho khách hàng về các điều kiện và thủ tục vay vốn, hướng dẫn làm các thủ tục, giấy tờ cần thiết (chỉ hướng dẫn khách hàng chứ không được làm hồ sơ thay khách hàng).

- Tiếp nhận hồ sơ, gồm có bản sao CMND, hộ khẩu, phương án sử dụng vốn vay và các giấy tờ khác theo quy định.

### **Bước 2: Thẩm định hồ sơ**

- Nhân viên tín dụng phải nghiên cứu kỹ hồ sơ vay vốn, tham khảo các thông tin từ các phương tiện thông tin đại chúng, trung tâm thông tin của NHNN, thông tin từ đồng nghiệp và các nguồn khác có thể có được để đảm bảo kết quả thẩm định có độ tin cậy cao. Trong quá trình thẩm định, người thẩm định phải có thái độ làm việc khách quan. Các nội dung thẩm định gồm:

✓ *Thẩm định về tư cách và lai lịch khách hàng:* lịch sử xuất thân, nghề nghiệp, sức khỏe, quan hệ gia đình, tư cách bản thân và các thông tin cần thiết khác.

✓ *Thẩm định về mục đích sử dụng tiền vay:* Mục đích vay tiền phải hợp pháp, phương án sử dụng vốn phải có tính khả thi, có hiệu quả kinh tế hoặc hiệu quả về mặt đời sống. Khách hàng giải trình được các nguồn thu nhập bảo đảm trả nợ.

✓ *Thẩm định về tài sản bảo đảm :* nhân viên tín dụng trực tiếp định giá tài sản đảm bảo là các chứng từ có giá hoặc là xe ô tô hình thành từ vốn vay. Các trường hợp khác sẽ do phòng thẩm định tài sản đảm bảo thẩm định.

**Bước 3: Tập hợp hồ sơ trình ban tín dụng phê duyệt**

Sau khi tiến hành thẩm định đầy đủ theo các nội dung hướng dẫn trong quy trình này, nhân viên tín dụng tập hợp các tờ trình, báo cáo trình lên các cấp quyết định về tín dụng của ngân hàng. Hồ sơ trình ban tín dụng gồm tờ trình thẩm định khách hàng, đánh giá tài sản đảm bảo, hồ sơ vay do khách hàng cung cấp. Ban tín dụng trong thẩm quyền của mình sẽ tiến hành quyết định cho vay hoặc từ chối cho vay. Nếu cho vay sẽ quyết định mức vay, thời hạn, lãi suất, phương thức trả nợ.

**Bước 4 : Hoàn thiện hồ sơ và ký hợp đồng tín dụng**

Nhân viên tín dụng phối hợp cùng phòng thẩm định tài sản đảm bảo bổ sung các giấy tờ pháp lý: hợp đồng thế chấp, cầm cố, bảo lãnh; đăng ký giao dịch bảo đảm tài sản; yêu cầu khách hàng mua bảo hiểm vật chất. Sau khi có đủ các giấy tờ cần thiết, nhân viên tín dụng trình lãnh đạo có thẩm quyền phê duyệt.

**Bước 5: Giải ngân**

Sau khi hoàn tất hồ sơ và các điều kiện cần thiết theo quy định, nhân viên tín dụng gửi 1 bản hợp đồng tín dụng và các giấy tờ liên quan đến bộ phận giao dịch để thực hiện việc giải ngân. Bộ phận giao dịch, căn cứ vào hợp đồng tín dụng, khế ước vay tiền, phiếu xuất nhập kho tài sản đảm bảo và các giấy tờ liên quan, kiểm tra tính hợp lệ của các chứng từ kế toán , nếu hợp lệ sẽ tiến hành giải ngân.

**Bước 6: Kiểm tra và xử lý nợ vay**

Để đảm bảo an toàn cho khoản vay, nhân viên tín dụng phải chủ động kiểm tra mục đích sử dụng vốn vay định kỳ, tình trạng tài sản đảm bảo, thông báo và đôn đốc khách hàng trả lãi và gốc khi đến hạn. Nếu khi đến hạn, khách hàng có lý do chính đáng chưa trả được gốc hoặc lãi thì nhân viên tín dụng đề xuất gia hạn nợ gốc hoặc lãi. Nếu không có đơn gia hạn thì nhân viên tín dụng thực hiện việc chuyển nợ quá hạn, đồng thời tăng cường đôn đốc khách hàng trả nợ. Khi đó gia hạn cho khách hàng nhưng vẫn không có khả năng trả nợ, để chuyển nợ quá hạn thì tối đa sau 1 tháng sẽ chuyển hồ sơ cho phòng thu hồi nợ.

### **Bước 7: Tắt toán hợp đồng tín dụng và lưu trữ hồ sơ**

Khi khách hàng trả hết nợ gốc, lãi vay và các chi phí liên quan thì tiến hành thanh lý hợp đồng: xuất kho hồ sơ tài sản thế chấp, thông báo giải chấp gửi đến các cơ quan có thẩm quyền... Sau khi hoàn tất thủ tục, hồ sơ tín dụng được đóng thành tập riêng để lưu trữ theo quy định của NHNN.

#### **2.2.3. Doanh số cho vay tiêu dùng**

##### **a) Doanh số cho vay tiêu dùng theo thời hạn**

Doanh số cho vay tiêu dùng của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh tăng dần qua các năm, thể hiện sự tăng trưởng về số lượng của hoạt động cho vay tiêu dùng tại chi nhánh.

Năm 2014, doanh số là 196,644 tr VNĐ, đến năm 2013 đó tăng lên 290,684 tr VNĐ, tăng 94,040 tr VNĐ (47.82%) so với 2013. Năm 2015, doanh số cho vay tiêu dùng đó đạt tới 409,958 tr VNĐ, tăng tương đối 40% so với 2014. Tốc độ tăng doanh số trong năm 2014 có giảm xuống là do áp lực cạnh tranh và sự khan hiếm nguồn vốn huy động trên thị trường.

Theo thời hạn cho vay, cho vay tiêu dùng được chia thành ngắn hạn, trung hạn và dài hạn. Trong đó cho vay trung hạn có tỷ trọng lớn nhất, phản ánh đúng thực trạng nhu cầu mua sắm các vật dụng lâu bền như ô tô, bất động sản. Tỷ trọng cho vay trung hạn năm 2013 là 58.40%, tăng dần lên 60.05% năm 2014 và 62.46% năm 2015. Tốc độ tăng của doanh số cho vay trung hạn cũng đạt cao nhất so với ngắn hạn và dài hạn. Doanh số trung hạn 2013 là 114,846 tr VNĐ, nhưng đến năm 2014 đó có sự tăng trưởng ngoạn mục đạt tới 174,567 tr VNĐ, tăng 59,721tr VNĐ (52%). Năm 2014 đánh dấu sự mở rộng trong chi tiêu cho tiêu dùng của người dân đối với các hàng hóa lâu bền. Đến năm 2015, tốc độ tăng doanh số trung hạn đó giảm xuống nhưng vẫn đạt ở mức cao, 45.6% so với 2014 và đạt tới giá trị 254,170 tr VNĐ.

Doanh số cho vay ngắn hạn và dài hạn có tỷ trọng nhỏ hơn trong tổng doanh số cho vay tiêu dùng của chi nhánh. Đối với ngắn hạn: tỷ trọng lần lượt trong 3 năm là 17.41%, 16.92%, 16.31%; tốc độ tăng năm 2014 là 43.6%, đạt 49,173 tr VNĐ, năm 2015 là 35% đạt 66,384 tr VNĐ.

**Bảng 2.2: Doanh số cho vay tiêu dùng theo thời hạn***(Đơn vị: triệu đồng, %)*

Chỉ tiêu	2013		2014		2015		Chênh lệch 14/13		Chênh lệch 15/14	
	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Tuyệt đối	Tỷ Trọng (%)	Tuyệt đối	Tỷ Trọng (%)
<b>Tổng doanh số</b>	<b>196,644</b>	<b>100.00</b>	<b>290,684</b>	<b>100.00</b>	<b>406,958</b>	<b>100.00</b>	<b>94,040</b>	<b>47.82</b>	<b>116,274</b>	<b>40.00</b>
Ngắn hạn	34,243	17.41	49,173	16.92	66,384	16.31	14,930	43.60	17,211	35.00
Trung hạn	114,846	58.40	174,567	60.05	254,170	62.46	59,721	52.00	79,603	45.60
Dài hạn	47,555	24.18	66,944	23.03	86,404	21.23	19,389	40.77	19,460	29.07

*(Nguồn: Báo cáo đánh giá hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014, 2015 của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh).*

Doanh số cho vay tiêu dùng dài hạn của VPBank chi nhánh chủ yếu là cho vay mua nhà trả góp với thời hạn trả trên 5 năm: 47,555 tr VNĐ (tỷ trọng 24.18%) năm 2013; 66,944 tr VNĐ (23.03%) năm 2014 và đạt 86,404 tr VNĐ (21.23%) vào năm 2015. Tốc độ tăng là 40.77% năm 2014, nhưng đó giảm mạnh xuống cũng 29.07% vào 2015.

Nhìn chung, tốc độ tăng trưởng doanh số cho vay tiêu dùng của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh trong 3 năm qua là khi ổn định và ở mức cao. Tổng doanh số tăng nhanh vào năm 2014 do sự tăng trưởng kinh tế đạt mức cao 7.5% và các điều kiện sống của người dân không ngừng được cải thiện, một số lớn có thu nhập khi đó có nhu cầu mua sắm các vật dụng đắt tiền và lâu bền. Tuy nhiên trong năm 2015 tốc độ tăng doanh số cho vay giảm nhẹ, do các yếu tố như dịch bệnh, lạm phát, cạnh tranh... làm cho chi phí huy động tăng cao dẫn tới chi phí vay vốn tăng theo, giảm doanh số cho vay của ngân hàng.

#### **b) Doanh số cho vay tiêu dùng theo mục đích**

Cho vay tiêu dùng có thể được chia theo mục đích: cho vay mua, sửa chữa nhà; cho vay mua ô tô; cho vay du học và cho vay tiêu dùng khác.

##### **✓ Cho vay mua, sửa chữa, nâng cấp nhà**

Cho vay với mục đích mua, sửa chữa nhà có tỷ trọng lớn nhất trong tổng doanh số cho vay tiêu dùng của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh. Năm 2013, doanh số là 143,780 tr VNĐ, chiếm 73.12% tổng doanh số, năm 2014 là 217,914 tr VNĐ chiếm 74.97% và đến năm 2015 doanh số đó tăng lên đến 292,932 tr VNĐ, đóng góp 71.98% trong tổng doanh số.

Tốc độ tăng trưởng nhanh của tổng doanh số trong năm 2014 có sự đóng góp phần lớn của sự tăng trưởng hoạt động cho vay mua nhà. Doanh số năm 2014 đó tăng 74,134 tr VNĐ so với 2013, tốc độ tăng là 51.56%, cao hơn mức tăng của tổng doanh số cho vay tiêu dùng của chi nhánh. Tuy nhiên, sau cơn sốt nhà đất vào năm 2014, năm 2015 thị trường bất động sản đóng băng, làm giảm đáng kể nhu cầu mua nhà của người dân, do đó tốc độ tăng đó giảm xuống cũng 34.43% so với 2014, thấp hơn mức tăng của các hoạt động cho vay tiêu dùng khác.

**Bảng 2.3: Doanh số cho vay tiêu dùng theo mục đích***(Đơn vị: triệu đồng; %)*

Chỉ tiêu	2013		2014		2015		Chênh lệch 14/13		Chênh lệch 15/14	
	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Tuyệt đối	Tỷ Trọng (%)	Tuyệt đối	Tỷ Trọng (%)
<b>Tổng doanh số</b>	<b>196,644</b>	<b>100.00</b>	<b>290,684</b>	<b>100.00</b>	<b>406,958</b>	<b>100.00</b>	<b>94,040</b>	<b>47.82</b>	<b>116,274</b>	<b>40.00</b>
Cho vay mua, sửa chữa nhà	143,780	73.12	217,914	74.97	292,932	71.98	74,134	51.56	75,018	34.43
Cho vay mua ô tô	44,124	22.44	60,803	20.92	94,744	23.28	16,679	37.80	33,941	55.82
Cho vay du học	2,346	1.19	3,757	1.29	5,500	1.35	1,411	60.14	1,743	46.39
Cho vay tiêu dùng khác	6,394	3.25	8,210	2.82	13,782	3.39	1,816	28.40	5,572	67.87

*(Nguồn: Báo cáo đánh giá hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014, 2015 của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh).*

### ✓ Cho vay mua ô tô

Cho vay mua ô tô là một trong những sản phẩm phát triển nhanh nhất hiện nay của các ngân hàng thương mại, vì cùng với mức sống tăng cao thì nhu cầu mua sắm ô tô của người dân phục vụ việc sinh hoạt và công việc ngày càng cao. Vì thế tốc độ tăng trưởng của hoạt động này ở chi nhánh tăng nhanh, từ doanh số 44,124 tr VNĐ năm 2013 đó tăng lên 60,803 tr VNĐ năm 2014, mức tăng tuyệt đối là 16,679 tr VNĐ (37.8%). Trong năm 2015 doanh số là 94,744 tr VNĐ, tăng trưởng với tốc độ rất cao 55.82% so với năm 2014.

Tuy nhiên tỷ trọng cho vay mua ô tô vẫn cũng thấp trong tổng doanh số so với cho vay mua, sửa chữa nhà chỉ đạt mức trung bình hơn 20% trong cả 3 năm qua.

### ✓ Cho vay du học

Doanh số chiếm tỷ trọng thấp nhất, chỉ đạt mức trung bình hơn 1% trên tổng doanh số cho vay tiêu dùng cả chi nhánh. Dự vậy tốc độ tăng của doanh số vẫn đạt ở mức cao, năm 2014 tăng 60.14% so với 2013 đạt 3,757 tr VNĐ, năm 2013 tốc độ tăng giảm xuống cũng 46.39% và đạt mức 5,500 tr VNĐ, nhưng vẫn cao hơn mức tăng của tổng doanh số cho vay tiêu dùng.

### ✓ Cho vay tiêu dùng khác

Hoạt động cho vay tiêu dùng khác tăng nhanh trong 3 năm qua nhưng tỷ trọng cũng khi thấp, chỉ đạt tỷ lệ cao nhất là 3.39% trên tổng doanh số năm 2015. Hoạt động cho vay mua cổ phiếu, góp vốn, chiết khấu các giấy tờ có giá tăng mạnh trong năm 2015, mức tăng là 67.87% so với năm 2014, tăng nhanh hơn mức tăng 28.4% của năm 2014. Giá trị cho vay 2013 đạt 13,782 tr VNĐ, tăng gấp đôi so với giá trị cho vay của năm 2013 (6,394 tr VNĐ). Sự gia tăng doanh số cho vay chứng tỏ nhu cầu tiêu dùng của người dân ngày càng đa dạng, phong phú và VPBank chi nhánh Hà Tĩnh đó phát triển các sản phẩm cho vay thích hợp, có chất lượng đáp ứng được các nhu cầu của khách hàng.

#### **2.2.4. Dư nợ cho vay tiêu dùng**

##### **a) Dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn**

Tổng dư nợ cho vay tiêu dùng tăng đều đặn từ năm 2013 đến năm 2015, tăng từ 147,887 tr VNĐ lên 313,577 tr VNĐ vào cuối năm 2015. Tốc độ tăng năm 2014 là 49.39% ở mức cao so với trung bình của thị trường, nhưng đến năm 2015 tốc độ tăng cũng 41.93%.

**Bảng 2.4: Dư nợ cho vay tiêu dùng theo thời hạn***(Đơn vị: triệu đồng, %)*

Chỉ tiêu	31/12/2013		31/12/2014		31/12/2015		Chênh lệch 14/13		Chênh lệch 15/14	
	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Tuyệt đối	Tỷ Trọng (%)	Tuyệt đối	Tỷ Trọng (%)
<b>Tổng dư nợ</b>	<b>147,887</b>	<b>100.00</b>	<b>220,935</b>	<b>100.00</b>	<b>313,577</b>	<b>100.00</b>	<b>73,048</b>	<b>49.39</b>	<b>92,642</b>	<b>41.93</b>
Ngắn hạn	28,749	19.44	41,624	18.84	59,378	18.94	12,875	44.78	17,754	42.65
Trung hạn	82,170	55.56	124,755	56.47	180,271	57.49	42,585	51.83	55,516	44.50
Dài hạn	36,968	25.00	54,556	24.69	73,928	23.58	17,588	47.58	19,372	35.51

*(Nguồn: Báo cáo đánh giá hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014, 2015 của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh).*



- Dư nợ ngắn hạn: năm 2013 là 28,749 tr VNĐ, năm 2014 đó tăng 12,875 tr VNĐ (44.78%) so với năm trước, năm 2015 tốc độ tăng giảm cũng 42.65% và đạt mức 59,378 tr VNĐ. Tỷ trọng dư nợ ngắn hạn trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng khi ổn định, trung bình là 19%.

- Dư nợ trung hạn: giống như doanh số cho vay trung hạn, dư nợ cho vay trung hạn có tỷ trọng lớn nhất trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng, năm 2013 tỷ trọng là 55.56%, 2014 (56.47%), 2015 (57.49%). Tốc độ tăng năm 2014 là 51.83%, từ 82,170 tr VNĐ tăng lên 124,755 tr VNĐ; năm 2015, theo sự giảm xuống chung trong tốc độ tăng trưởng của tổng doanh số, tốc độ tăng cho vay trung hạn giảm cũng 44.5% và doanh số đạt mức 180,271 tr VNĐ. Dư nợ cho vay trung hạn vẫn có tỷ trọng lớn nhất và tốc độ tăng cao nhất so với cho vay ngắn hạn và dài hạn.

- Dư nợ dài hạn: tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng dài hạn giảm dần từ 25% năm 2013 cũng 23.58% năm 2015, nguyên nhân là do tốc độ tăng dư nợ của cho vay dài hạn nhỏ hơn tốc độ tăng của tổng dư nợ cho vay tiêu dùng. Tốc độ tăng năm 2014 là 47.58%, đạt mức 54,556 tr VNĐ; năm 2015 là 35.51% so với 2014, đạt tới 73,928 tr VNĐ.

Dư nợ cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh, biến động theo sát sự biến động của doanh số cho vay tiêu dùng. Trong đó, dư nợ cho vay trung hạn chiếm tỷ trọng lớn nhất và có tốc độ tăng cao nhất, đóng góp phần lớn vào sự gia tăng của tổng dư nợ toàn VPBank. Dư nợ trong năm 2014 tăng mạnh, nhưng đến năm 2015 thì tốc độ tăng có giảm sút, đó là do các yếu tố thuộc về môi trường kinh tế như lạm phát làm giảm nhu cầu vay vốn ngân hàng của người dân. Dự vậy, sự gia tăng dư nợ của chi nhánh Hà Tĩnh từ 2013 đến 2015 là một bằng chứng cho sự phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng của chi nhánh.

**b) Dư nợ cho vay tiêu dùng theo mục đích**

Cũng giống như doanh số cho vay, dư nợ cho vay được chia theo mục đích cho vay mua, sửa chữa nhà; cho vay mua ô tô; cho vay du học và cho vay tiêu dùng khác.

**✓ Cho vay mua, sửa chữa nhà**

Cho vay mua, sửa chữa nhà có giá trị lớn và thời gian trả nợ lâu dài nên dư nợ theo mục đích cho vay này chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng dư nợ. Trong 3 năm, tỷ trọng dư nợ cho vay luôn ổn định ở mức cao, trên 70%. Tốc độ tăng dư nợ của năm 2014 đạt mức cao nhất 53%, từ 107,747 tr VNĐ của 2013 lên 164,852 tr VNĐ. Đến năm 2015, dư nợ tăng lên 230,794 tr VNĐ, nhưng tốc độ tăng chỉ cũng 40% so với năm 2014. Điều này phản ánh sự sụt giảm nhu cầu vay tiền mua, sửa chữa nhà của người dân ở khu vực Hà Tĩnh sau sự bùng nổ vào năm 2013.

**✓ Cho vay mua ô tô**

Dư nợ cho vay mua ô tô ngày càng tăng về số tuyệt đối, dư nợ năm 2003 chỉ đạt 31,617 tr VNĐ, tăng lên 43,822 tr VNĐ năm 2013, tăng một lượng 12,205 tr VNĐ (38.6%). Năm 2014 do nhu cầu mua ô tô tăng mạnh nên dư nợ đó tăng hơn 21,298 tr VNĐ (48.6%), đạt mức 65,124 tr VNĐ. Tỷ trọng dư nợ cho vay mua ô tô ở mức 20.77% vào năm 2014, chỉ sau dư nợ cho vay mua, sửa chữa nhà của chi nhánh.

**✓ Cho vay du học**

Tỷ trọng cho vay hỗ trợ du học khi ổn định, đạt mức bình quân 1.6% trong tổng dư nợ hàng năm của chi nhánh. Nhưng tốc độ tăng vẫn luôn ở mức cao và cao hơn mức tăng bình quân của tổng dư nợ. Năm 2013, tốc độ tăng là 54.79%, đạt tốc độ tăng trưởng cao nhất so với các dư nợ cho vay khác, đạt mức 3,684 tr VNĐ. Đến năm 2014 giá trị dư nợ cho vay du học là 5,305 tr VNĐ, tăng 1,621 tr VNĐ (44%) so với năm 2013, mức tăng có giảm theo xu hướng giảm tốc độ tăng trưởng trong tổng dư nợ cho vay tiêu dùng toàn chi nhánh.

**✓ Cho vay tiêu dùng khác**

Không có sự biến động lớn trong tỷ trọng của dư nợ cho vay tiêu dùng khác, từ 4.15% năm 2003 giảm xuống 3.88% năm 2013 và tăng nhẹ lên 3.94% năm 2014. Trong khi đó tốc độ tăng trưởng của dư nợ tăng nhanh qua các năm, tăng 39.62% năm 2013, 44.08% năm 2014 và đạt giá trị 12,358 tr VNĐ vào cuối năm qua. Sự tăng trưởng với tốc độ năm sau cao hơn năm trước phản ánh sự gia tăng nhu cầu tiêu dùng đa dạng của người dân và khả năng đáp ứng của ngân hàng ngày càng cao.

**Bảng 2.5: Dư nợ cho vay tiêu dùng theo mục đích***(Đơn vị: triệu đồng, %)*

Chỉ tiêu	31/12/2013		31/12/2014		31/12/2015		Chênh lệch 14/13		Chênh lệch 15/14	
	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Số tiền	Tỷ Trọng (%)	Tuyệt đối	Tỷ Trọng (%)	Tuyệt đối	Tỷ Trọng (%)
<b>Tổng dư nợ</b>	<b>147,887</b>	<b>100.00</b>	<b>220,935</b>	<b>100.00</b>	<b>313,577</b>	<b>100.00</b>	<b>73,048</b>	<b>49.39</b>	<b>92,642</b>	<b>41.93</b>
Cho vay mua, sửa chữa nhà	107,747	72.86	164,852	74.62	230,794	73.60	57,105	53.00	65,942	40.00
Cho vay mua ô tô	31,617	21.38	43,822	19.83	65,120	20.77	12,205	38.60	21,298	48.60
Cho vay du học	2,380	1.61	3,684	1.67	5,305	1.69	1,304	54.79	1,621	44.00
Cho vay tiêu dùng khác	6,143	4.15	8,577	3.88	12,358	3.94	2,434	39.62	3,781	44.08

*(Nguồn: Báo cáo đánh giá hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014, 2015 của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh).*

### **Nợ quá hạn trong cho vay tiêu dùng**

Nợ quá hạn là một trong những chỉ tiêu quan trọng nhất phản ánh chất lượng của hoạt động cho vay đối với mỗi ngân hàng. Trong hoạt động cho vay tiêu dùng, nợ quá hạn có đặc trưng là cao vì tính rủi ro của nó so với các loại cho vay khác.

Tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh tỷ lệ nợ quá hạn cho vay tiêu dùng được thể hiện qua bảng sau:

**Bảng 2.6: Nợ quá hạn trong cho vay tiêu dùng**

(Đơn vị: triệu đồng, %)

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Nợ quá hạn CVTD (NQH)	3,493	11,093	15,012
Dư nợ CVTD	147,887	220,935	313,577
<b>NQH/Dư nợ (%)</b>	<b>2.36</b>	<b>5.02</b>	<b>4.79</b>

(Nguồn: Báo cáo đánh giá hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014, 2015 của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh).

Tỷ lệ nợ quá hạn trên dư nợ trong hoạt động cho vay tiêu dùng tại chi nhánh lần lượt là 2.36%; 5.02%; 4.79%. Năm 2013, tỷ lệ này đạt mức thấp nhất do các chính sách cho vay chặt chẽ của ngân hàng nhằm giảm thiểu tối đa rủi ro tín dụng, nhưng đến năm 2014, tỷ lệ này tăng gấp đôi lên 5.02%, do dư nợ quá hạn tăng 217% trong khi tổng dư nợ cho vay tiêu dùng tăng 50%. Trong năm 2015 dư nợ quá hạn là 15,012 tr VNĐ, đạt tỷ lệ 4.79%, cao hơn nhiều so với mức trung bình 1.76% của cả chi nhánh. Năm 2014 và 2015 là hai năm có hoạt động tín dụng ngân hàng tăng trưởng mạnh nhất, các ngân hàng đưa ra nhiều sản phẩm dịch vụ cạnh tranh hấp dẫn để thu hút khách hàng, do vậy dư nợ quá hạn cũng tăng theo với sự mở rộng tín dụng của ngân hàng.

**Bảng 2.7: Nợ quá hạn trong cho vay tiêu dùng theo mục đích***(Đơn vị: triệu đồng, %)*

Chỉ tiêu	2013		2014		2015		Chênh lệch 14/13		Chênh lệch 15/14	
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Tuyệt đối	Tỷ trọng (%)	Tuyệt đối	Tỷ trọng (%)
<b>Tổng nợ quá hạn</b>	<b>3,496</b>	<b>100.00</b>	<b>11,093</b>	<b>100.00</b>	<b>15,012</b>	<b>100.00</b>	<b>7,597</b>	<b>217.31</b>	<b>3,919</b>	<b>35.33</b>
Cho vay mua, sửa chữa nhà	1,262	36.10	6,224	56.11	3,929	26.17	4,962	393.19	-2,295	-36.87
Cho vay mua ô tô	1,202	34.38	3,957	35.67	6,805	45.33	2,755	229.20	2,848	71.97
Cho vay du học	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
Cho vay tiêu dùng khác	1,032	29.52	912	8.22	4,278	28.50	-120	-11.63	3,366	369.08

*(Nguồn: Báo cáo đánh giá hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014, 2015 của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh).*

### ✓ Cho vay mua, sửa chữa nhà

Tỷ trọng nợ quá hạn của cho vay mua, sửa chữa nhà chiếm tỷ trọng cao nhất trong năm 2013 và 2014, lần lượt là 36.1% và 56.11%. Và tốc độ tăng năm 2013 cũng đạt mức cao nhất là 393.19% so với năm 2003, nguyên nhân là do các khoản nợ cũ chưa được thu hồi và sự gia tăng nhanh của các khoản tín dụng mới trong năm. Tuy nhiên đến năm 2014, chất lượng tín dụng đó được cải thiện khi tỷ trọng nợ quá hạn chỉ cũng 26.17%, ở mức 3,929 tr VNĐ, giảm 2,295 tr VNĐ (-36.87%) so với năm 2013. Nguyên nhân là do, ngân hàng đó tuân thủ chặt chẽ các quy định, quy chế trong cho vay mua, sửa chữa nhà, làm tăng chất lượng tín dụng, nâng cao khả năng thu hồi nợ đúng hạn.

### ✓ Cho vay mua ô tô

Tỷ trọng nợ quá hạn cho vay mua ô tô ổn định trong năm 2003 và 2013 nhưng đó tăng mạnh vào năm 2014, từ 35.67% lên 45.33%, do tốc độ tăng dư nợ quá hạn cho vay này nhanh hơn tốc độ tăng nợ quá hạn bình quân. Tốc độ tăng dư nợ quá hạn trong năm 2013 và năm 2014 là 229.2% và 71.97%, cao hơn nhiều tốc độ tăng dư nợ của loại hình cho vay này (lần lượt là 38.6% và 48.6%). Điều này phản ánh chất lượng tín dụng cho vay ô tô chưa cao, cũng dễ xảy ra nhiều rủi ro đối với ngân hàng. Nguyên nhân là do cho vay mua ô tô chủ yếu là cho vay trả góp, thu nhập của người vay dễ bị thay đổi và đây là nguồn trả nợ nên rất dễ xảy ra tình trạng khoản nợ quá hạn.

### ✓ Cho vay du học

Nợ quá hạn của loại hình cho vay du học là không phát sinh trong cả 3 năm. Đây là các khoản vay có tính an toàn cao, khách hàng có nguồn trả nợ ổn định và chắc chắn, nên ngân hàng luôn thu được nợ đúng hạn. Trong cho vay du học, cho vay hỗ trợ xác minh tài chính du học có rủi ro gần như bằng không, vì ngân hàng vẫn là người nắm giữ khoản tiền đó và thực hiện thu phí và lãi đối với khách hàng. Đối với VPBank chi nhánh Hà Tĩnh, hoạt động cho vay du học đem lại thu nhập khi nhưng lại chứa ít rủi ro.

### ✓ Cho vay tiêu dùng khác

Nợ quá hạn của cho vay tiêu dùng khác chiếm tỷ trọng khá cao trong dư nợ quá hạn, lần lượt là 29.52%; 8.22%; 28.5%. Trong năm 2013, tỷ trọng giảm xuống mạnh cũng 8.22%, do tốc độ tăng là âm. Đến năm 2014, tốc độ tăng rất nhanh, lên đến 369.08%, làm cho tỷ trọng tăng cao trở lại trong tổng nợ quá hạn cho vay tiêu dùng. Nguyên nhân là do các khoản cho vay tiêu dùng khác rất đa dạng trong khi VPBank không có chi tiết tất cả các thể lệ cho vay để cán bộ tín dụng có thể áp dụng khi cho vay, nên có thể nói quy trình cho vay đối với các mục đích tiêu dùng khác khi lỏng, không chặt chẽ, làm tăng nguy cơ không thu hồi được nợ và lãi cho ngân hàng.

#### 2.2.6. Một số chỉ tiêu tổng hợp

##### a) Tỷ lệ dư nợ cho vay tiêu dùng trên nguồn vốn

**Bảng 2.8: Tỷ lệ dư nợ cho vay tiêu dùng so với nguồn vốn**

(Đơn vị: triệu đồng)

Chỉ tiêu	2013	2014	2015
Dư nợ cho vay tiêu dùng	147,887	220,935	313,577
Nguồn vốn	572,012	840,343	1,260,472
<b>Dư nợ/ Nguồn vốn (%)</b>	<b>25.85</b>	<b>26.29</b>	<b>24.88</b>

(Nguồn: Báo cáo đánh giá hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014, 2015 của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh).

Chỉ tiêu dư nợ cho vay tiêu dùng trên nguồn vốn phản ánh một đồng vốn huy động được thì có bao nhiêu đồng được dùng để cho vay tiêu dùng, biểu hiện cơ cấu cho vay của ngân hàng (cho vay tiêu dùng và cho vay sản xuất kinh doanh) trong tổng nguồn vốn.

Qua bảng cho thấy tỷ lệ dư nợ cho vay tiêu dùng tăng không đều qua các năm: năm 2013 là 25.85%, năm 2014 tăng lên 26.29%, sau đó lại giảm xuống 24.88% vào năm 2015. Nguyên nhân là do trong năm 2014, tốc độ tăng của dư nợ cho vay tiêu dùng tăng nhanh hơn với tốc độ tăng của nguồn vốn (49.4% so với 46.9%).



Nhưng đến năm 2015 do gặp những điều kiện không thuận lợi từ phía thị trường nên tốc độ tăng của dư nợ cho vay tiêu dùng giảm (41.9%), trong khi tốc độ tăng trưởng nguồn vốn lại tăng (50%).

Qua phân tích cho thấy, tỷ lệ nguồn vốn dùng cho hoạt động cho vay tiêu dùng cũng thấp và có xu hướng giảm. Điều này chứng tỏ sự phát triển cho vay tiêu dùng chưa theo kịp sự tăng trưởng của nguồn vốn VPBank chi nhánh Hà Tĩnh

#### **b) Tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ**

Tổng dư nợ cho vay của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh tăng qua các năm, từ 620,856 tr VNĐ năm 2013 tăng lên 1,024,880 tr VNĐ năm 2015. Tốc độ tăng trưởng năm 2014 đạt 22% nhưng đó tăng nhanh lên 35.3% năm 2015, phản ánh tốc độ mở rộng tất cả các loại hình tín dụng của chi nhánh đạt ở mức cao.

**Bảng 2.9: Tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ**

(Đơn vị: triệu đồng, %)

<b>Chỉ tiêu</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Dư nợ cho vay tiêu dùng	147,887	220,935	313,577
Tổng dư nợ	620,856	757,444	1,024,880
<b>Tỷ trọng(%)</b>	<b>23.82</b>	<b>29.17</b>	<b>30.60</b>

(Nguồn: Báo cáo đánh giá hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014, 2015 của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh).

Trong sự tăng trưởng nhanh của tổng dư nợ, hoạt động cho vay tiêu dùng đóng góp một tỷ trọng ngày càng lớn. Tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng năm 2013 là 23.82%, sau đó tăng dần lên 29.17% năm 2014 và 30.6% năm 2015. Tỷ trọng ngày càng cao là do tốc độ tăng dư nợ cho vay tiêu dùng luôn cao hơn tốc độ tăng của tổng dư nợ, nhất là trong năm 2014, hoạt động cho vay tiêu dùng tăng trưởng hơn 2 lần so với hoạt động tín dụng chung của toàn chi nhánh.

Qua tỷ trọng này cho thấy ngân hàng đó ngày càng tập trung vào hoạt động cho vay tiêu dùng, trong chiến lược phát triển trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu cả nước.

### c) Hệ số thu hồi nợ cho vay tiêu dùng

Hệ số thu hồi nợ phản ánh chất lượng của hoạt động tín dụng, hệ số này càng gần 1, trong sự tăng trưởng hợp lý của cả hai chỉ tiêu, có nghĩa là ngân hàng đó giảm thiểu được rủi ro trong hoạt động tín dụng. Tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh, hệ số thu hồi nợ hầu như không thay đổi trong 2 năm 2013 và 2014 (0.83 và 0.84), nhưng đó giảm mạnh vào năm 2015, chỉ còn 0.77, nghĩa là trong 1 đồng cho vay ra, ngân hàng chỉ thu lại được 0.77 đồng. Mặc dù chỉ tiêu này chỉ có tính tương đối vì việc thu được nợ hay không cũng phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố như thời hạn, giá trị khoản vay, tài sản đảm bảo... tuy nhiên việc so sánh doanh số thu hồi nợ và doanh số cho vay cũng phản ánh được phần nào khả năng thu hồi nợ, tránh mất vốn của các ngân hàng thương mại. Vì thế, ta có thể thấy ở VPBank chi nhánh Hà Tĩnh, khả năng thu hồi nợ của ngân hàng đó giảm mạnh trong năm 2015.

**Bảng 2.10: Hệ số thu hồi nợ cho vay tiêu dùng**

(Đơn vị: triệu đồng)

Chỉ tiêu	2013	2014	2015
Doanh số thu hồi nợ	162,566	245,417	314,932
Doanh số cho vay	196,644	290,684	406,958
<b>Hệ số thu hồi nợ</b>	<b>0.83</b>	<b>0.84</b>	<b>0.77</b>

(Nguồn: Báo cáo đánh giá hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014, 2015 của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh).

Nguyên nhân cho việc sụt giảm hệ số thu hồi nợ trong năm 2014 là do sự giảm sút tốc độ tăng doanh số thu hồi nợ năm 2015. Từ tốc độ tăng 50.96% năm 2014, cũng 28.32% năm 2015, trong khi tốc độ tăng doanh số cho vay giảm với mức độ chậm hơn (từ 47.8% xuống cũng 40%).

Tốc độ tăng trưởng doanh số thu hồi nợ giảm do nguyên nhân là do cho vay trung hạn có tỷ trọng lớn nhất nên việc thu hồi nợ bị kéo dài, trong năm 2014 hoạt động tín dụng tăng mạnh cả về tuyệt đối và tương đối, nên đến năm 2015 một số lượng lớn các khoản nợ có kỳ hạn dài chưa thu được, trong khi đó doanh số cho vay vẫn có tốc độ tăng khi nhanh.

#### d) Tỷ trọng lợi nhuận hoạt động cho vay tiêu dùng

Sự gia tăng lợi nhuận là chỉ tiêu tổng hợp quan trọng nhất phản ánh sự phát triển của hoạt động cho vay tiêu dùng cả về số lượng và chất lượng. Qua 3 năm, lợi nhuận sau thuế từ hoạt động này của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh ngày càng tăng về số tuyệt đối cũng như tương đối.

**Bảng 2.11: Tỷ trọng lợi nhuận cho vay tiêu dùng**

(Đơn vị: triệu đồng, %)

Chỉ tiêu	2013	2014	2015	Tốc độ tăng (%)	
				14/13	15/14
Lợi nhuận CVTD	2,194	3,235	5,039	47.45	55.77
Tổng lợi nhuận	8,090	10,096	14,159	24.80	40.24
<b>Tỷ trọng(%)</b>	<b>27.12</b>	<b>32.04</b>	<b>35.59</b>		

( Nguồn: Báo cáo đánh giá hoạt động kinh doanh năm 2013, 2014, 2015 của VPBank Chi nhánh Hà Tĩnh).

Tỷ trọng lợi nhuận CVTD trong tổng lợi nhuận tăng đều và ổn định từ 27.12% năm 2013, lên 32.04% năm 2014 và đạt mức 35.59% vào năm 2015. Nguyên nhân là do tốc độ tăng của lợi nhuận từ hoạt động CVTD nhanh hơn tốc độ tăng lợi nhuận bình quân của cả chi nhánh. Tốc độ tăng lợi nhuận CVTD năm 2014 là 47.45% trong khi tổng lợi nhuận chỉ tăng ở mức 24.8%. Đến năm 2015, lợi nhuận CVTD đạt 5,039 tr VNĐ, tăng 55.77%, cao hơn mức 40.24% của tổng lợi nhuận.

Sự tăng trưởng trong doanh số, dư nợ, nợ quá hạn hay doanh số thu hồi nợ được tổng hợp lại trong sự gia tăng lợi nhuận CVTD của chi nhánh. Lợi nhuận từ hoạt động này của chi nhánh tăng theo thời gian với tốc độ ngày càng cao, phản ánh sự mở rộng hoạt động CVTD trong chiến lược phát triển ngân hàng bán lẻ của VPBank.

### **2.3. Đánh giá sự phát triển cho vay tiêu dùng tại chi nhánh VPBank chi nhánh Hà Tĩnh**

#### **2.3.1. Kết quả đạt được**

Kết quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh nhìn chung là đó phát triển khá tốt. Cho vay tiêu dùng trở thành một hoạt động chính trong mục tiêu phát triển cho vay cá nhân và các doanh nghiệp vừa và nhỏ của ngân hàng. Sau đây là một số kết quả cụ thể mà VPBank chi nhánh Hà Tĩnh đã đạt được:

*Một là*, lợi nhuận từ hoạt động cho vay tiêu dùng của chi nhánh không ngừng gia tăng và chiếm một tỷ trọng ngày càng cao trong tổng lợi nhuận. Đây là tiêu chí quan trọng nhất phản ánh hiệu quả hoạt động của bất cứ doanh nghiệp nào trong nền kinh tế thị trường. Cho vay tiêu dùng là một hoạt động có rủi ro lớn nhưng có khả năng đem lại lợi nhuận cao cho ngân hàng, vì vậy phát triển cho vay tiêu dùng là một chiến lược đúng đắn đối với một ngân hàng có quy mô trung bình như VPBank.

*Hai là*, các chỉ tiêu phản ánh sự tăng trưởng về số lượng của hoạt động cho vay đều tăng. Doanh số cho vay, dư nợ cho vay đều có tốc độ tăng hàng năm trên 40%, một con số khi cao so với các ngân hàng thương mại khác. Kèm theo đó là tỷ trọng dư nợ và doanh số cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ, doanh số của chi nhánh ngày càng cao, cho thấy ngân hàng ngày càng dành nhiều nguồn lực vào việc phát triển cho vay tiêu dùng trong quá trình hoạt động.

*Ba là*, nguồn vốn huy động của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh tăng đều và ổn định, tạo ra nguồn vốn lớn đáp ứng được nhu cầu vay tiền của mọi khách hàng là cá nhân, doanh nghiệp. Nguồn vốn huy động lớn nhất của chi nhánh là tiền gửi tiết kiệm của dân cư trên địa bàn, đây là một nguồn vốn ổn định và có số lượng rất lớn. Khả năng thu hút vốn huy động một cách linh hoạt đó giúp chi nhánh có đủ vốn đáp ứng nhu cầu vay tiêu dùng của người dân trên địa bàn Hà Tĩnh trong ba năm qua.

*Bốn là*, sản phẩm cho vay tiêu dùng của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh rất đa dạng đáp ứng được nhu cầu vay của người tiêu dùng. Việc phát triển sản phẩm cho vay của ngân hàng dựa vào thị trường, khi nhu cầu tiêu dùng mới xuất hiện và tiềm

năng, thì ngân hàng sẽ nghiên cứu và tạo ra sản phẩm cho vay thích hợp, đáp ứng nhu cầu đó. Sản phẩm cho vay mua ô tô được phát triển từ sản phẩm cho vay mua xe máy trước đây là một ví dụ cho sự phát triển các sản phẩm mới của ngân hàng đáp ứng nhu cầu thị trường.

*Năm là*, thời gian xét duyệt cho vay tiêu dùng được rút ngắn xuống cũng 2 – 5 ngày tùy vào giá trị và mục đích món vay. Việc rút ngắn thời gian giúp cho ngân hàng có được các lợi thế cạnh tranh so với các ngân hàng quốc doanh, với thủ tục phức tạp và kéo dài.

*Sáu là*, chất lượng tín dụng tiêu dùng nhìn chung đó được cải thiện tốt hơn khi mà ngân hàng đó ban hành các thể lệ cho vay tiêu dùng: thể lệ cho vay mua, sửa chữa nhà; thể lệ cho vay mua ô tô; thể lệ cho vay du học. Ngân hàng cũng ban hành bảng xếp hạng tín dụng, nhờ vậy nhân viên tín dụng có thể rút ngắn thời gian, thủ tục mà vẫn giảm được rủi ro tín dụng. Với các quy chế, quy định cụ thể đó làm giảm các nguy cơ xảy ra khi cho vay, tăng chất lượng của hoạt động tín dụng tiêu dùng.

*Bảy là*, trong ba năm phát triển cho vay tiêu dùng, thị phần cho vay tiêu dùng của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh đó tăng lên đáng kể, tạo ra được các lợi thế cạnh tranh với các ngân hàng thương mại cổ phần khác trên địa bàn. VPBank chi nhánh Hà Tĩnh trở thành một trong những ngân hàng có hoạt động tiêu dùng phát triển nhất tại Hà Tĩnh.

### **2.3.2. Hạn chế và nguyên nhân**

#### **2.3.2.1. Hạn chế**

Ngoài những thành tựu đó đạt được, hoạt động cho vay tiêu dùng của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh cũng có những hạn chế, ảnh hưởng tới sự phát triển của hoạt động này.

*Một là*, mặc dù chất lượng hoạt động tín dụng đó tốt hơn nhưng cũng chứa nhiều nguy cơ xảy ra rủi ro. Bằng chứng là cùng với sự gia tăng của dư nợ, nợ quá hạn cũng tăng theo với tốc độ khi nhanh (năm 2014 là 217%, năm 2015 là 35%), làm cho tỷ lệ nợ quá hạn ở mức cao (trung bình 5%). Bên cạnh đó, doanh số thu hồi

nợ cũng có tốc độ tăng trưởng nhỏ hơn tốc độ tăng của dư nợ, phản ánh khả năng thu hồi nợ của ngân hàng giảm dần. Trong thời gian mở rộng tín dụng, ngân hàng đó buông lỏng vấn đề chất lượng của các khoản vay một cách tương xứng cùng với sự gia tăng về số lượng.

*Hai là*, kết quả hoạt động của các chi nhánh cấp 1 VPBank chi nhánh Hà Tĩnh cũng thấp cả về huy động vốn cũng như hoạt động tín dụng. Cả chi nhánh Hà Tĩnh có 5 chi nhánh cấp 2, nhưng kết quả hoạt động chỉ chiếm 30%-35% của toàn chi nhánh, cũng lại là của trụ sở VPBank chi nhánh Hà Tĩnh. Điều này phản ánh sự bao quát thị trường của ngân hàng chưa rộng, chưa phát huy tối đa tiềm năng của các chi nhánh cấp 2.

*Ba là*, mặc dù trong phương châm hoạt động là đáp ứng mọi nhu cầu khách hàng, nhưng trên thực tế hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng phần lớn là cho vay mua nhà, cho vay mua ô tô và cho vay du học. Cho vay tiêu dùng khác là chiết khấu giấy tờ có giá, cho vay mua cổ phiếu và góp vốn. Rõ ràng, cơ cấu cho vay tiêu dùng của ngân hàng chưa thật sự đa dạng, ngân hàng chưa khai thác hết tiềm năng của thị trường.

*Bốn là*, thời hạn giải quyết một khoản vay, từ khi tiếp xúc khách hàng đến khi giải ngân cũng khá dài so với các ngân hàng khác (như EximBank với sản phẩm cho vay trong 24 giờ). Trong khi các ngân hàng cạnh tranh đưa ra các dịch vụ tương tự với chất lượng cao hơn (rút ngắn thời gian, thủ tục) thì chất lượng dịch vụ của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh hầu như chưa thay đổi nhiều để tăng tính cạnh tranh.

*Năm là*, tỷ trọng tiền gửi thanh toán của tổ chức và cá nhân cũng thấp trong nguồn vốn huy động của ngân hàng, trong khi đây là một nguồn có chi phí thấp và có thể huy động với khối lượng rất lớn. Huy động được nguồn này, ngân hàng có thể nâng cao doanh số cho vay tiêu dùng, tạo ra lợi nhuận lớn.

#### 2.3.2.2. Nguyên nhân

Sở dĩ hoạt động phát triển cho vay tiêu dùng của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh cũng có nhiều hạn chế là do những nguyên nhân khác nhau. Trong những nguyên nhân này, có cả những nguyên nhân khách quan từ bên ngoài và nguyên nhân từ bản thân ngân hàng.

### ✓ Nguyên nhân chủ quan

- Vốn điều lệ của VPBank thấp đã ảnh hưởng tới khả năng mở rộng tín dụng của ngân hàng.

- Hoạt động marketing của ngân hàng cũng nhiều yếu kém và thụ động. Khách hàng chủ yếu của ngân hàng là các khách hàng quen, đó có quan hệ, ngân hàng chưa chủ động tìm kiếm các khách hàng mới. Thỉnh thoảng ngân hàng có phát tờ rơi, thư ngỏ nhưng làm một cách tự phát, chưa có kế hoạch.. Việc trung chờ vào trụ sở trong việc tiếp thị hình ảnh và giới thiệu sản phẩm là chưa đủ, VPBank chi nhánh Hà Tĩnh phải tích cực hơn trong việc quảng bá hình ảnh đến với khách hàng trên địa bàn Hà Tĩnh.

- Nhân sự của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh còn yếu, vì các nhân viên tín dụng chủ yếu là những cán bộ trẻ, mới tốt nghiệp nên chưa có nhiều kinh nghiệm trong công việc. Nhân viên tín dụng chưa phát huy được hết năng lực của mình trong công việc, chưa chủ động trong công việc, cũng có nhiều thời gian rảnh rỗi lãng phí. Việc thụ động trong công việc có ảnh hưởng không nhỏ tới việc mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng.

- Việc kiểm tra, kiểm soát sau cho vay cũng yếu. Các nhân viên tín dụng chưa thật sự quan tâm tới việc xem khách hàng có sử dụng tài sản đúng mục đích hay không, cũng như thẩm định lại tài sản đảm bảo định kỳ và nguồn thu nhập trả nợ. Việc này sẽ ảnh hưởng tới nguy cơ khách hàng suy giảm khả năng trả nợ, mất tài sản đảm bảo.

### ✓ Nguyên nhân khách quan

- Sự phát triển không ổn định của nền kinh tế đó gây ra những biến động lớn như lạm phát, biến động lãi suất, biến động giá cả... Đây là những yếu tố quan trọng trong việc xác định lãi suất cho vay, giá trị tài sản đảm bảo của món vay do đó bất cứ sự biến động nào của các nhân tố này cũng sẽ ảnh hưởng trực tiếp tới hoạt động cho vay của ngân hàng. Trong hai năm qua, lạm phát liên tục tăng làm cho chi phí đầu vào tăng nên lãi suất cho vay đầu ra tăng, ảnh hưởng trực tiếp tới việc phát triển tín dụng của ngân hàng, đặc biệt là tín dụng tiêu dùng.

- Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng lớn, không những với ngân hàng trong nước mà cũng với ngân hàng nước ngoài. Hiện nay các ngân hàng trong nước đều tập trung vào hoạt động cho vay tiêu dùng, xem đây là một thị trường tiềm năng, đem lại lợi nhuận cao và tăng khả năng cạnh tranh khi mở cửa thị trường cho ngân hàng nước ngoài vào năm 2008. Do vậy các ngân hàng ra sức tăng cạnh tranh bằng sản phẩm và chất lượng dịch vụ, làm cho thị trường cho vay tiêu dùng thu hẹp lại với mỗi ngân hàng. Việc phát triển cho vay tiêu dùng của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh sẽ ngày càng gặp nhiều khó khăn.

- Thủ tục hành chính của nhà nước gây nhiều khó khăn cho cả khách hàng và ngân hàng. Việc xác minh các giấy tờ như quyền sử dụng đất, đăng ký giao dịch bảo đảm thường gây rất nhiều phiền phức và thời gian, ảnh hưởng tới thời gian làm thủ tục, xét duyệt và giải ngân của ngân hàng.

- Căn cứ thẩm định tài sản đảm bảo là bất động sản cũng chưa rõ ràng. Giá trị của bất động sản thường xuyên biến động, do vậy việc định giá theo khung giá cứng nhắc của nhà nước là không hợp lý. Nhưng nếu dựa theo giá cả thị trường thì không rõ ràng vì nước ta chưa có một thị trường giao dịch bất động sản hoàn thiện. Việc định giá quá thấp sẽ bất lợi cho khách hàng, cũng định giá quá cao sẽ tạo ra rủi ro lớn hơn cho ngân hàng.

- Đặc điểm cho vay tiêu dùng làm cho hoạt động này của ngân hàng chứa đựng rất nhiều rủi ro. Ngân hàng có thể không thu hồi được nợ khi khách hàng gặp vấn đề về sức khỏe, bị thất nghiệp hay là khi khách hàng cố ý lừa đảo, lấy mất tài sản đảm bảo.



## KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Tóm lại, môi trường hoạt động của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh tại địa bàn Hà Tĩnh luôn tồn tại những thuận lợi và khó khăn, cơ hội và thách thức. Từ việc phân tích thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng với những chỉ tiêu định tính và định lượng, chương 2 đã đánh giá được sự phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh, từ đó tìm ra những kết quả đạt được, hạn chế và nguyên nhân. Để khắc phục được những hạn chế này, VPBank Hà Tĩnh rất cần những giải pháp đồng bộ từ nội bộ chi nhánh ngoài sự hỗ trợ của Ngân hàng VPBank, Ngân hàng Nhà nước hay những đổi mới kinh tế vĩ mô của chính phủ. Chương 3 sẽ đi sâu vào những vấn đề quan trọng này.

### Chương 3

## GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP VIỆT NAM THỊNH VƯỢNG - CHI NHÁNH HÀ TĨNH

### 3.1. Định hướng phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh

#### 3.1.1. Chiến lược phát triển của VPBank

Chiến lược phát triển của VPBank trong thời gian từ nay đến 2020 là phát triển ngân hàng bán lẻ, trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu cả nước.

Với chiến lược đó, VPBank hướng đến đối tượng khách hàng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cá nhân và hộ gia đình ở tầng lớp trung lưu. Đối với một ngân hàng có quy mô vừa như VPBank thì đây là những đối tượng khách hàng tiềm năng, đem lại lợi nhuận lớn.

Để có thể phát triển trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, trong thời gian tới VPBank sẽ tiếp tục nâng vốn điều lệ bằng cách phát hành cổ phần và bán cho đối tác nước ngoài để có thể tận dụng trình độ công nghệ cũng như trình độ quản lý hiện đại. Việc gia tăng vốn điều lệ sẽ giúp cho ngân hàng mở rộng hoạt động kinh doanh, đầu tư vào công nghệ hiện đại, phát triển mạng lưới hoạt động rộng khắp cả nước.

Với chiến lược ngân hàng bán lẻ, VPBank đó tìm ra một hướng đi đúng đắn để có thể tồn tại và phát triển khi mà thị trường ngân hàng trong nước mở cửa hoàn toàn để hội nhập vào thị trường tài chính khu vực và thế giới.

#### 3.1.2. Định hướng và mục tiêu phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh

##### 3.1.2.1. Định hướng phát triển cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh

Trong chiến lược phát triển ngân hàng chung của hệ thống, VPBank chi nhánh Hà Tĩnh đặt ra định hướng phát triển trở thành ngân hàng bán lẻ hàng đầu tại khu vực Hà Tĩnh.

Đối tượng khách hàng mà VPBank chi nhánh Hà Tĩnh hướng đến là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các cá nhân thuộc tầng lớp trung lưu trên địa bàn. Sản phẩm tín dụng là các sản phẩm phục vụ các doanh nghiệp vừa, các hộ kinh doanh cá thể và các sản phẩm cho vay tiêu dùng. Trong đó, ngân hàng sẽ tập trung vào phát triển cho vay tiêu dùng vì nhu mức sống của người dân Hà Tĩnh là cao và nhu cầu tiêu dùng của họ là rất lớn. Ngoài các sản phẩm cho vay tiêu dùng truyền thống, VPBank chi nhánh Hà Tĩnh tiếp tục phát triển các sản phẩm cho vay khác nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng tiêu dùng.

Cho vay là hoạt động của ngân hàng nhằm đầu tư các khoản vốn vay được từ khách hàng và cho vay các đối tượng khác nhằm hưởng lợi do chênh lệch lãi suất. Hoạt động cho vay của VPBank khá đa dạng và phong phú với quan điểm tín dụng “tiếp thị năng nổ, cho vay chặt chẽ”. VPBank nói chung và VPBank chi nhánh Hà Tĩnh nói riêng đã đưa ra nhiều sản phẩm tín dụng như cho vay tiêu dùng, cho vay thế chấp sổ tiết kiệm, cho vay du học... giúp thoả mãn nhu cầu của phần lớn đối tượng khách hàng và làm cho tổng dư nợ tín dụng của VPBank tăng lên nhanh chóng. Đạt được những thành công này là do đơn vị đã tiếp thị hướng vào đối tượng mục tiêu của ngân hàng bán lẻ với khách hàng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, khách hàng thuộc tầng lớp trung lưu có nhu cầu sử dụng sản phẩm tín dụng của VPBank mạnh mẽ.

Cùng với sự phát triển của kinh tế, sự cải thiện đáng kể trong mức sống của dân cư đã mở ra một thị trường cho vay tiêu dùng vô cùng rộng lớn và đầy tiềm năng. Hiện nay chiến lược kinh doanh của hầu hết các ngân hàng thương mại kể cả quốc doanh lẫn cổ phần đều hướng tới đối tượng khách hàng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ và tầng lớp dân cư. Nhưng nếu xét về số lượng khách hàng tiềm năng thì thị trường Việt Nam vẫn còn quá rộng lớn so với số lượng ngân hàng hiện có. Đây chính là cơ hội và tiềm năng để Đơn vị phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng.

Mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng là điểm nhấn trong chiến lược kinh doanh của VPBank. Đến nay, hoạt động cho vay tiêu dùng đã được mở rộng cả về quy mô, số lượng, và chất lượng thu hút số lượng lớn khách hàng... Trong những năm tới VPBank

chi nhánh Hà Tĩnh vẫn sẽ tiếp tục quan tâm hơn nữa tới việc nâng cao chất lượng, hoàn thiện các sản phẩm cho vay tiêu dùng hiện có, nghiên cứu và phát triển thêm các sản phẩm cho vay tiêu dùng mới. Giúp khách hàng được hưởng đầy đủ lợi ích từ các sản phẩm này, mở rộng đối tượng khách hàng, khai thác các thị trường tiềm năng tại các vùng phụ cận.

Ngân hàng sẽ tiếp tục mở rộng phạm vi hoạt động bằng cách mở thêm các chi nhánh tại các khu vực có đông dân cư sinh sống và buôn bán. Tại những khu vực này ngân hàng có thể cho vay kinh doanh đối với doanh nghiệp, hộ kinh doanh cá thể và cho vay tiêu dùng đối với những người có thu nhập cao.

Tăng cường quảng bá hình ảnh và tiếp thị đối với các nhóm khách hàng tiềm năng, tạo ra ấn tượng tốt về một ngân hàng có chất lượng cao trong tất cả các hoạt động, đặc biệt là hoạt động cho vay tiêu dùng.

#### *3.1.2.2. Mục tiêu phát triển cho vay tiêu dùng của VPBank chi nhánh Hà Tĩnh*

Đối với hoạt động cho vay tiêu dùng trong năm 2017, VPBank chi nhánh Hà Tĩnh đặt ra một số chỉ tiêu cụ thể như sau:

- Tổng doanh số CVTD: tăng 35% (đạt 548,682 tr VNĐ)

Trong đó: Cho vay mua nhà tăng 30% (đạt 380,811 tr VNĐ)

Cho vay mua ô tô tăng 50% (đạt 142,116 tr VNĐ)

Cho vay du học 30% (đạt 7,150 tr VNĐ)

Cho vay tiêu dùng khác tăng 35% (đạt 18,605 tr VNĐ)

- Dư nợ đạt 423,329 tr VNĐ

- Tỷ lệ nợ quá hạn 2%

- Lợi nhuận tăng 40%, đạt 7,054 tr VNĐ

### **3.2. Khả năng, cơ hội và thách thức trong việc phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh**

#### **✓ Khả năng**

- Vốn tự có ngày càng tăng, tạo ra tiền đề cho việc phát triển, mở rộng hoạt động kinh doanh.

- Nguồn nhân lực đông đảo và có trình độ, sống tạo, có khả năng chịu áp lực công việc và nắm bắt công nghệ mới.

- Công nghệ ngân hàng hiện đại, đặc biệt là khi đó nắm được công nghệ ngân hàng bán lẻ của đối tác nước ngoài, là một ngân hàng có kinh nghiệm lâu năm trong lĩnh vực hoạt động bán lẻ.

#### ✓ **Cơ hội**

- Thị trường cho vay tiêu dùng ở Hà Tĩnh rất tiềm năng, khi mà mức sống của người dân ngày càng được nâng cao. Hơn nữa, trình độ hiểu biết của người dân đối với các hoạt động ngân hàng ngày càng được cải thiện, tạo được sự thuận lợi cho ngân hàng trong việc tiếp cận khách hàng.

- Thị trường tài chính phát triển tạo điều kiện cho ngân hàng có thể tăng vốn điều lệ nhằm tăng năng lực cạnh tranh đối với cả ngân hàng trong và ngoài nước.

- Nền kinh tế ngày càng phát triển, xã hội ngày càng sản xuất được nhiều hàng hóa và dịch vụ, thu nhập dân cư ngày tăng là một điều kiện cực kỳ thuận lợi cho các ngân hàng thương mại phát triển các sản phẩm dịch vụ.

- Chính sách khuyến khích phát triển của nhà nước vì mục tiêu nâng cao mức sống dân cư, thúc đẩy sản xuất phát triển.

#### ✓ **Thách thức**

- Sự cạnh tranh giữa các ngân hàng ngày càng gay gắt, nhất là khi các ngân hàng nước ngoài được phép hoạt động hoàn toàn tại Việt Nam. Các ngân hàng nước ngoài có ưu thế về vốn, trình độ công nghệ quản lý hiện đại so với các ngân hàng trong nước nên sẽ có lợi thế cạnh tranh rất lớn. Khi đó thị trường cho vay sẽ bị chia nhỏ, các ngân hàng thương mại cổ phần trong nước phải tập trung vào chiến lược phát triển ngân hàng bán lẻ để có thể cạnh tranh và phát triển. Thị trường cho vay tiêu dùng vì thế trở thành thị trường mục tiêu của tất cả các ngân hàng, sự cạnh tranh sẽ khắc nghiệt hơn bao giờ hết.

Trong môi trường cạnh tranh như vậy, VPBank chi nhánh Hà Tĩnh phải có những chiến lược, giải pháp dài hạn và hợp lý để có thể phát triển cho vay tiêu dùng, nhằm gia tăng năng lực cạnh tranh và đạt được các mục tiêu về lợi nhuận.

### **3.3. Giải pháp phát triển cho vay tiêu dùng tại chi nhánh VPBank chi nhánh Hà Tĩnh**

Trên cơ sở kết quả đạt được năm 2015 và những thuận lợi và khó khăn. VPBank chi nhánh Hà Tĩnh cần khắc phục những khó khăn, yếu kém còn tồn tại, đồng thời tận dụng triệt để những thuận lợi và thế mạnh của mình nhằm phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng, hướng tới mục tiêu chung Ngân hàng bán lẻ hàng đầu.

#### **3.3.1. Về sản phẩm cho vay tiêu dùng**

##### **- *Đẩy mạnh công tác quảng bá, tiếp thị về các sản phẩm cho vay tiêu dùng.***

Bất kỳ một sản phẩm nào muốn phát triển được cũng đều phải được quảng cáo, tiếp thị đến người tiêu dùng. Cho vay tiêu dùng là một hình thức cho vay còn khá mới lạ đối với người tiêu dùng Việt Nam. Vẫn còn nhiều người có nhu cầu vay vốn tiêu dùng nhưng lại không nắm rõ các thủ tục, điều kiện vay vốn... Chính vì sự thiếu thông tin vay khiến cho khách hàng ngần ngại đến ngân hàng vay vốn.

Ngân hàng có thể quảng cáo các sản phẩm cho vay tiêu dùng thông qua các phương tiện thông tin đại chúng như: Báo chí, đài phát thanh, truyền hình... Nội dung quảng cáo không đi sâu vào mô tả sản phẩm, lợi ích mà khách hàng thu được từ việc sử dụng sản phẩm tới mà còn phải tập trung phổ biến kinh nghiệm sử dụng sản phẩm tới khách hàng, làm sao để khách hàng mong muốn khám phá và trải nghiệm những tiện ích mà sản phẩm cho vay tiêu dùng của Ngân hàng mang lại. Bên cạnh đó Ngân hàng cần tăng cường tiếp thị đến khách hàng tiềm năng, thường xuyên gửi thông tin về VPBank cho khách hàng biết, gửi thiệp chúc mừng tới khách hàng khi có dịp. Dù có thể trong thời gian đầu, khách hàng chưa về với chúng ta, nhưng khách hàng sẽ có tình cảm với Ngân hàng.

Phát triển năng lực tiếp thị của nhân viên. Không có một phương tiện nào quảng bá cho thương hiệu và sản phẩm bằng chính khách hàng và cán bộ nhân viên.

##### **- *Hoàn thiện và nâng cao chất lượng sản phẩm cho vay tiêu dùng***

Mặc dù các thuộc tính cơ bản của một sản phẩm dịch vụ ngân hàng đã được xác định ngay từ đầu, nhưng trong quá trình sử dụng, các ngân hàng luôn tìm cách bổ sung các thuộc tính mới nhằm ngày càng hoàn thiện nó. Một sản phẩm

Ngân hàng hoàn thiện được khách hàng đánh giá dựa trên các tiêu chí:

- + Hiệu quả mang lại khách hàng.
- + Thái độ phục vụ tốt của cán bộ nhân viên.
- + Tốc độ xử lý nhanh.
- + Trình độ công nghệ hiện đại.

Hiện nay có rất nhiều các TCTD cung cấp sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng. Khi sử dụng sản phẩm, khách hàng thường có sự so sánh, đánh giá và quyết định lựa chọn sử dụng sản phẩm nào có mức độ hoàn thiện và chất lượng cao nhất. Như vậy, mức độ hoàn thiện và nâng cao chất lượng của sản phẩm dịch vụ sẽ là nhân tố quyết định sự trung thành, mối quan hệ lâu dài giữa ngân hàng và khách hàng.

Thể hiện quyết tâm: “ hoàn thiện trên từng bước tiến”, VPBank không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, đem lại cho khách hàng sự lợi ích và thuận lợi tối đa khi giao dịch với ngân hàng. Do đó VPBank chi nhánh Hà Tĩnh cần tập trung vào các hướng sau:

- + Tăng cường hướng dẫn khách hàng sử dụng sản phẩm, thông tin kịp thời cho khách hàng về những đổi mới của sản phẩm dịch vụ, nhất là những đổi mới có lợi cho khách hàng.

- + Bổ sung những tính năng mới cho sản phẩm, tức là tăng tính năng sử dụng của sản phẩm.

- + Đưa ra các ý kiến nhằm cải tiến quy trình nghiệp vụ cho vay tiêu dùng. Việc cải tiến quy trình nghiệp vụ cho vay tiêu dùng nhằm đảm bảo tính chặt chẽ, gọn nhẹ, giảm thời gian và chi phí cho khách hàng trong việc làm thủ tục vay tiêu dùng như.

- + Xây dựng nếp văn hoá văn minh, lịch sự trong Ngân hàng, đặc biệt quan tâm đến thái độ , tác phong giao tiếp với khách hàng.

Cán bộ nhân viên là người tiếp xúc trực tiếp với khách hàng nên thái độ, phong cách phục vụ và giao tiếp của họ sẽ tạo ra hình ảnh tốt hay xấu về ngân hàng trong lòng khách hàng. Điều này không chỉ giúp ngân hàng giữ được khách hàng

mà còn có thể thu hút khách hàng mới. Vì vậy, ngoài việc quan tâm đến đào tạo về chuyên môn, nghiệp vụ, ngân hàng cũng cần chú trọng đến việc đào tạo cho các cán bộ nhân viên về văn hoá ngân hàng nói chung và phong cách giao tiếp nói riêng, nâng cao nhận thức, thái độ của nhân viên theo hướng luôn coi khách hàng là người quan trọng nhất và thoả mãn nhu cầu của họ là nhiệm vụ quan trọng nhất.

- *Phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm cho vay tiêu dùng mới.*

Hoàn thiện sản phẩm chỉ là việc tạo ra những phiên bản mới trên những sản phẩm hiện tại với những tính năng ưu việt hơn dựa trên những sản phẩm hiện tại. Cùng với việc hoàn thiện sản phẩm, các Ngân hàng rất coi trọng việc phát triển sản phẩm mới. Phát triển sản phẩm mới là nội dung vô cùng quan trọng trong chiến lược phát triển sản phẩm của mỗi ngân hàng. Bởi sản phẩm mới sẽ làm đa dạng hơn danh mục sản phẩm kinh doanh, giúp ngân hàng thoả mãn được nhu cầu mới phát sinh của khách hàng, từ đó tăng tính cạnh tranh, tăng vị thế, uy tín, và hình ảnh của Ngân hàng trên thị trường. Để phát triển sản phẩm mới ngân hàng cần tập trung vào các hoạt động:

+ Phát triển cho vay tiêu dùng đối với cán bộ công nhân viên. Thực tế cho thấy, hầu hết đối tượng cho vay của các ngân hàng hiện nay đều là những người có nguồn trả nợ chắc chắn, thu nhập ổn định và tốt nhất là có tài sản bảo đảm hoặc có bên thứ ba bảo lãnh. Những cán bộ có khả năng vay cao nhất là cán bộ công nhân viên Nhà nước, do họ được cơ quan chứng nhận có thu nhập ổn định. Và cam kết thu đủ nợ vay trong trường hợp người vay không có khả năng hoàn trả vốn vay. Tuy nhiên những người khác như Bác sỹ, giáo viên... mặc dù thu nhập từ lương không cao những thu nhập làm thêm hợp pháp khá cao. Do đó, họ là những khách hàng tiềm năng mà ngân hàng cần khai thác. Ngân hàng có thể triển khai hình thức cho vay không có tài sản đảm bảo đối với cán bộ nhân viên trong các doanh nghiệp Nhà nước, các doanh nghiệp lớn...

### **3.3.2. Về thị trường.**

- *Phát triển và mở rộng thị trường cho vay tiêu dùng.*

Hiện nay, số lượng các chi nhánh và phòng giao dịch của VPBank vẫn chưa



đủ khả năng đáp ứng nhu cầu vay tiêu dùng ngày càng tăng của người dân. Để giúp đưa ngân hàng đến gần người dân, tạo cho người dân cảm giác tin tưởng gần gũi, thuận tiện trong giao dịch, VPBank cần không ngừng mở rộng mạng lưới hoạt động ra khắp các tỉnh thành phố trong cả nước gồm: Hội sở, các chi nhánh cấp I, chi nhánh cấp II, phòng giao dịch. Việc mở rộng mạng lưới cần đảm bảo tính an toàn và hiệu quả, không mở rộng một cách tràn lan. Các điểm giao dịch mới của VPBank cần bố trí sao cho thuận tiện về giao thông đồng thời phải khang trang, sạch đẹp, hiện đại.

**- *Nâng cao thương hiệu VPBank.***

Thương hiệu là tài sản lớn của các doanh nghiệp bởi nó có khả năng tác động đến thái độ và hành vi của người tiêu dùng. Mục đích của thương hiệu là tạo ra nhận thức, niềm tin và sự trung thành. Nó tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp thuận lợi hơn trong việc tìm và phát triển thị trường mới.

Do hoạt động trong ngành dịch vụ đặc biệt với những sản phẩm mang tính truyền thống nên việc thu hút, lôi kéo thêm khách hàng là rất khó khăn đối với các Ngân hàng trong điều kiện ngày càng gay gắt như hiện nay. Do vậy, thương hiệu sẽ là lợi thế cạnh tranh của mỗi ngân hàng. Việc phát triển thương hiệu VPBank cần thực hiện theo hướng khoa học, có kế hoạch trước mắt và lâu dài, cần thực hiện tổng thể trên tất cả các chi nhánh và phòng giao dịch. Mục tiêu của Ngân hàng là xây dựng một thương hiệu với các đặc điểm:

+ Năng động, hiện đại.

+ Luôn bên cạnh khách hàng, gần gũi với khách hàng như người thân trong gia đình.

+ Luôn đứng sau những thành công của khách hàng, hỗ trợ nhanh nhất những nhu cầu tài chính phục vụ cho mục đích tiêu dùng hay kinh doanh của khách hàng.

Kết quả của việc xây dựng một thương hiệu không thể nhìn thấy ngay trong một vài tuần, vài tháng... bởi vì việc tạo ra những hình ảnh, từ ngữ, màu sắc ấn tượng đối với khách hàng đòi hỏi mất rất nhiều thời gian. Do đó, để khách hàng luôn nhớ tới hình ảnh của VPBank mỗi khi cần sử dụng các sản phẩm, Ngân hàng

còn phải cần nhiều thời gian hơn để làm được điều này. Cụ thể, VPBank chi nhánh Hà Tĩnh cần thực hiện những chính sách như:

+ Hoàn thiện phong cách giao tiếp với khách hàng

Với phương châm hoạt động của ngân hàng là “hướng tới khách hàng”, việc hoàn thiện chính sách giao tiếp với khách hàng sẽ giúp một phần đáng kể vào việc làm hài lòng, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, tạo điều kiện nâng cao hiệu quả hoạt động của ngân hàng.

Việc giao tiếp với khách hàng có ý nghĩa quan trọng trong việc thu hút khách hàng, góp phần tạo nên hình ảnh tốt đẹp về Ngân hàng trong lòng khách hàng, đây chính là phương thức quảng bá tốt nhất cho ngân hàng với mức chi phí thấp nhất.

Ngân hàng cần có đồng phục cho CBNV nhằm tạo nên ấn tượng tốt về tác phong làm việc, thái độ nghiêm túc và chuyên nghiệp, tạo một không khí làm việc khẩn trương, nhanh chóng cho khách hàng. Khách hàng nhiều khi bị ảnh hưởng bởi yếu tố ban đầu, đánh giá về Ngân hàng qua những gì họ nhìn thấy, sau đó mới đến những gì mà họ giao tiếp với nhân viên Ngân hàng.

Không chỉ có đồng phục cho CBNV mà cơ sở vật chất của Ngân hàng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên ấn tượng tốt đẹp về Ngân hàng trong lòng khách hàng. Quan hệ giữa khách hàng và Ngân hàng dựa trên cơ sở tín nhiệm lẫn nhau, khách hàng sẽ không tin tưởng và một Ngân hàng với trụ sở nhỏ, trang thiết bị cũ kỹ và làm việc thủ công.

Điều quan trọng nhất trong chính sách giao tiếp với khách hàng đó là thái độ phục vụ, tác phong của nhân viên Ngân hàng nói chung và nhân viên tín dụng nói riêng. Dưới con mắt của khách hàng, nhân viên chính là hình ảnh của Ngân hàng. Do vậy, thái độ phục vụ tận tình, chu đáo, cùng với tác phong công nghiệp nhanh chóng, chính xác, nhân viên Ngân hàng sẽ tạo được ấn tượng tốt đẹp đối với khách hàng, góp phần xây dựng hình ảnh của ngân hàng

+ Phát triển chính sách khuyến trương.

Thực tế hiện nay cho thấy, nhu cầu vay tiêu dùng của dân cư là rất lớn nhưng số lượng khách hàng đến với Ngân hàng còn chưa nhiều. Nguyên nhân chủ yếu của

điều này là do khách hàng cá nhân chưa có được những thông tin đầy đủ về hoạt động cho vay tiêu dùng của VPBank Hà Tĩnh, hoặc có biết nhưng nhận thức chưa đầy đủ về những lợi ích mà hoạt động cho vay này mang lại, họ còn đắn đo, e ngại khi tới vay Ngân hàng.

Nguồn thông tin chủ yếu mà khách hàng cá nhân có thể tiếp cận để hiểu về cho vay tiêu dùng đó là thông qua hệ thống báo chí, truyền hình, qua những người đã vay tiêu dùng tại Ngân hàng.

Báo chí hiện nay là một phương tiện truyền thông rất hữu ích, thông tin về Ngân hàng cũng được thường xuyên dẫn tải trên các mặt báo, nhưng những báo này chủ yếu là báo chuyên ngành nên chỉ có những người trong ngành Ngân hàng, những người có công việc hoạt động có liên quan tới Ngân hàng mới đọc nó. Vì vậy sự hiểu biết về tín dụng Ngân hàng nói chung và tín dụng tiêu dùng nói riêng còn rất hạn chế.

Các kênh truyền hình thường chỉ đưa ra những tin quan trọng, những sự thay đổi, những Quyết định mới ra hay sự biến động trên thị trường tiền tệ quốc tế... còn việc đưa tin tỉ mỉ về nghiệp vụ nhỏ của Ngân hàng thì rất hiếm trừ khi ngân hàng muốn quảng cáo nó trên thị truyền hình.

Những người đã và đang sử dụng loại hình cho vay tiêu dùng của Ngân hàng đóng một vai trò quan trọng trong việc giới thiệu và quảng bá sản phẩm. Người dân thường có tính quần chúng. Vì vậy khi ở trong một công ty, có một số người đã và đang sử dụng dịch vụ cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thì đảm bảo rằng khi những người khác cần có nhu cầu vay tiêu dùng họ cũng sẽ tới ngân hàng. Nhưng do số lượng người đã và đang sử dụng dịch vụ này chưa nhiều nên nguồn thông tin cho những người khác còn hạn chế.

Tóm lại việc tiến hành chiến lược quảng bá tiếp thị là nguồn thông tin quan trọng và có hiệu quả nhất đối với người dân cũng như với Ngân hàng. Tuy nhiên, chiến dịch quảng cáo, tiếp thị không nhất thiết phải được tiến hành ở ạt trên các phương tiện thông tin đại chúng, điều này sẽ tốn kém nhiều chi phí. Để tiết kiệm chi phí, đồng thời tiến hành hoạt động quảng cáo tiếp thị có hiệu quả nhất, tới tận tay

người tiêu dùng. Ngân hàng nên trực tiếp tiếp cận với người vay vốn, những người thực sự có nhu cầu vay. Cụ thể như Ngân hàng có thể liên hệ trực tiếp với Công Đoàn, Phòng Tổ chức.. của các Doanh nghiệp, các Bộ, các Ngành tiến hành buổi trao đổi giới thiệu sản phẩm cho tất cả người lao động tại tập thể đó.

Ngoài ra, Ngân hàng nên tự giới thiệu về mình thông qua báo chí, truyền hình, thông tin trên mạng máy tính, qua một số hình thức quảng cáo khác nhau như: tài trợ cho một số cuộc thi, phát tờ rơi, tổ chức các cuộc thi tìm hiểu về Ngân hàng... Những hoạt động này rất có ích trong việc đưa ra các thông tin về Ngân hàng đến người dân. Phát triển một số loại hình dịch vụ hỗ trợ cho hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng như: thành lập trung tâm môi giới, tư vấn về bất động sản, trung tâm tư vấn về hàng hóa tiêu dùng.. giúp người vay có thể yên tâm khi họ sử dụng dịch vụ cho vay tiêu dùng của Ngân hàng.

Việc đẩy mạnh chiến lược giao tiếp khuếch trương như vậy giúp thông tin Ngân hàng đến được với dân cư, giúp người dân có thêm sự tự tin khi tham gia các dịch vụ của Ngân hàng, đặc biệt là tín dụng, giúp dịch vụ Ngân hàng trở nên phổ biến đối với người dân và họ có thói quen sử dụng dịch vụ này như một công cụ để được hỗ trợ cuộc sống, khi đó hoạt động của Ngân hàng sẽ được mở rộng và dễ dàng hơn rất nhiều.

### **3.3.3. Về chất lượng nguồn nhân lực.**

Yếu tố con người luôn có tính chất quyết định trong mọi hoạt động kinh tế xã hội. Trong hoạt động tín dụng, những quyết định cho vay, quy trình cho vay, thu hồi nợ...má y móc không thể thay thế. Vì vậy, kết quả tín dụng phụ thuộc rất lớn vào trình độ nghiệp vụ, tính sáng tạo và đạo đức của người cán bộ tín dụng. Do đó, để phát triển nghiệp vụ cho vay tiêu dùng thì đào tạo và bồi dưỡng đội ngũ cán bộ chính là một giải pháp rất quan trọng và có giá trị trong mọi giai đoạn phát triển của ngân hàng. Việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thể hiện ở các khía cạnh sau:

- *Nâng cao trình độ nghiệp vụ cán bộ*: Để mở rộng và phát triển hoạt động tín dụng nói chung, cho vay tiêu dùng nói riêng, trước hết ngân hàng cần phải có cơ cấu tổ chức chặt chẽ, hợp lý và đồng bộ, xây dựng tập thể cán bộ đoàn kết, sáng tạo, có

tinh thần trách nhiệm cao. Bên cạnh đó, cần thường xuyên có kế hoạch tổ chức đào tạo về chuyên môn, chính sách, pháp luật, trình độ phân tích, thẩm định dự án... Bổ sung kiến thức chuyên ngành và trên nhiều lĩnh vực để hỗ trợ khách hàng hiệu quả nhất.

- *Nâng cao tư cách đạo đức nghề nghiệp*: Bên cạnh việc nâng cao trình độ chuyên môn cho cán bộ tín dụng, ngân hàng cần hết sức coi trọng tới việc bồi dưỡng phẩm chất đạo đức cho cán bộ nhân viên. Cần nêu cao tinh thần trách nhiệm của cán bộ tín dụng. Đây chính là điều kiện đầu tiên mang lại thành công cho ngân hàng.

- *Tăng cường bồi dưỡng nguồn nhân lực*, Ngân hàng cần phải có những chính sách ưu đãi, khen thưởng, và kỷ luật đối với cán bộ nhân viên. Gắn quyền lợi, nghĩa vụ và trách nhiệm của cán bộ tín dụng với kết quả hoạt động, điều này khuyến khích sự nỗ lực hết mình của cán bộ nhân viên. Ngoài ra, Ngân hàng cần tổ chức các buổi giao lưu văn nghệ, thể thao... nhằm tạo cơ hội cho cán bộ nhân viên trao đổi kinh nghiệm, hiểu biết lẫn nhau.

#### **3.3.4. Nâng cao tỷ trọng cho vay tiêu dùng**

Mặc dù những năm gần đây tỷ trọng cho vay tiêu dùng trung và dài hạn của Ngân hàng đã tăng tuy nhiên con số này vẫn còn thấp, trong khi đó cho vay ngắn hạn chiếm tỷ trọng tới 69% vào năm 2010. Sở dĩ như vậy vì cho vay trung và dài hạn chứa đựng nhiều rủi ro, hơn nữa VPBank chi nhánh Hà Tĩnh là chi nhánh có quy mô nhỏ. Vì vậy trong thời gian tới để nâng cao tỷ trọng cho vay tiêu dùng trung và dài hạn phục vụ nhu cầu mua sắm ô tô, nhà cửa, đất đai của người tiêu dùng VPBank chi nhánh Hà Tĩnh cần được sự hỗ trợ về vốn và nhân lực từ các chi nhánh cấp trên, tạo một cơ cấu cho vay hợp lý theo thời hạn.

#### **3.3.5. Hiện đại hoá công nghệ Ngân hàng.**

Trong xã hội mà công nghệ thông tin đóng vai trò chủ chốt thì hoạt động của Ngân hàng không thể không phụ thuộc vào công nghệ. Có thể nói ngân hàng hiện đại hoạt động dựa trên nền tảng là công nghệ thông tin. Hiện đại hoá công nghệ Ngân hàng nhằm tránh cho ngân hàng rơi vào tình trạng kém khả năng cạnh tranh

trong môi trường kinh doanh ngày càng khó khăn và khốc liệt như hiện nay. Chỉ có công nghệ tiên tiến mới giúp Ngân hàng nâng cao chất lượng các sản phẩm dịch vụ, tiết kiệm chi phí, tạo ra được những sản phẩm mới... Điều này không chỉ cần thiết đối với VPBank mà nó còn quan trọng đối với các ngân hàng thương mại ở Việt Nam.

Một hệ thống ứng dụng công nghệ cần phải đáp ứng được các yêu cầu cơ bản sau:

1. - Đảm bảo tiêu chuẩn hoá hệ thống thông tin, số liệu.
2. - Có khả năng bảo quản, lưu trữ hồ sơ tốt.
3. - Phân định rõ các chức năng, nhiệm vụ.
4. - Có khả năng tích hợp nhiều ứng dụng.
5. - Nhanh, chính xác, thuận tiện khi sử dụng.

Đối với hoạt động cho vay tiêu dùng tại VPBank hiện nay, Ngân hàng thực hiện việc quản lý các khoản vay, thanh toán lãi, thu nợ... trên máy tính, có hệ thống tính điểm tín dụng để quyết định cho vay đối với khách hàng.

Hội đồng quản trị ngân hàng TMCP Việt Nam Thịnh Vượng luôn xác định rõ công cụ để cạnh tranh thắng lợi trong hội nhập chính là công nghệ. Chỉ có công nghệ tiên tiến Ngân hàng mới có thể thiết kế được những sản phẩm có chất lượng cao, đa tiện ích, ưu việt và tiết kiệm chi phí đặc biệt là chi phí cho nguồn nhân lực vốn đang có xu hướng gia tăng trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt như hiện nay. Ngoài ra công nghệ hiện đại còn là nhân tố quan trọng trong việc ứng dụng các mô hình quản lý hiện đại. Đây là xu hướng phát triển của hầu hết các quốc gia tiên tiến trên thế giới.

Gần đây VPBank chi nhánh Hà Tĩnh đã triển khai và đưa vào ứng dụng hàng loạt công nghệ Ngân hàng mới, sau thời gian hoạt động nó đã chứng tỏ được vai trò của mình, Ngân hàng luôn đi đầu trong lĩnh vực công nghệ mới và khẳng định vị trí hàng đầu của Ngân hàng thương mại cổ phần.

Đối với lĩnh vực cho vay tiêu dùng, hiện nay tại VPBank chi nhánh Hà Tĩnh việc quản lý khoản vay, tính lãi, thu nợ... đều được thực hiện trên máy tính, nâng

cao được năng lực sản xuất lao động của cán bộ tín dụng, giảm thời gian giao dịch đối với khách hàng.

### **3.4. Kiến nghị**

#### **3.4.1. Kiến nghị với VPBank**

Để nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng thì chính bản thân Ngân hàng cần phải có những chiến lược cụ thể trong cả ngắn hạn và dài hạn. Cụ thể:

- Ngân hàng sẽ phân nhóm khách hàng theo từng mức độ rủi ro và qui định từng mức vay cụ thể phù hợp với thu nhập khách hàng.

- Quan tâm đúng mức đến đa dạng hóa, hiện đại hóa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng khác; tiếp tục nâng cao chất lượng dịch vụ phi tín dụng. Đây là điều kiện tăng thu nhập từ dịch vụ, giảm áp lực tăng trưởng tín dụng đơn thuần, phòng ngừa rủi ro.

#### **3.4.2. Kiến nghị với Ngân hàng nhà nước**

Ngân hàng Nhà nước là cầu nối thường xuyên giữa các tổ chức tín dụng với chính phủ. Vì vậy Ngân hàng Nhà nước cần bám sát thực tiễn hoạt động của các tổ chức tín dụng hơn nữa, để kịp thời có những điều chỉnh trong cơ chế chính sách và trình chính phủ phê duyệt nhằm thay đổi những bất hợp lý phát sinh trong hoạt động thực tiễn của các tổ chức tín dụng (các NHTM). Đồng thời ngân hàng nhà nước bằng cơ chế, chính sách phải điều chỉnh thị trường kịp thời, tạo điều kiện cho các ngân hàng hoạt động và không lâm vào tình trạng khó khăn, có thể gây ra khủng hoảng cho cả nền kinh tế.

#### **3.4.3. Kiến nghị với Chính Phủ và các Bộ, ngành liên quan.**

Để hoạt động cho vay tiêu dùng trong hệ thống NHTM ở Việt Nam tiếp tục tăng trưởng ổn định, hiệu quả Chính Phủ và các Bộ ngành cần tạo mọi điều kiện thuận lợi để hoạt động này có thể phát triển và mang lại ngày càng nhiều lợi ích cho toàn xã hội:

*Thứ nhất*, Chính phủ thực hiện hàng loạt các biện pháp nhằm ổn định môi trường vĩ mô, từ đó xác định chiến lược phát triển kinh tế, tăng cường đầu tư, thực hiện chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng ngày càng tăng tỷ trọng công nghiệp,

dịch vụ và giảm đều tỷ trọng nông nghiệp trong GDP nhằm mục tiêu ổn định thị trường, giá cả, duy trì tỷ lệ lạm phát ở mức có lợi cho nền kinh tế, chuyển dịch cơ cấu lao động theo hướng hợp lý, giảm tỷ lệ thất nghiệp, tăng mức sống dân cư tạo ra nhu cầu về hàng hóa... Việc ổn định môi trường kinh tế, nâng cao thu nhập và mức sống cho dân cư, nâng cao khả năng tích lũy và tiêu dùng cho dân cư, thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng tăng lên, đồng thời cũng giúp cho các thành phần kinh tế yên tâm sản xuất kinh doanh tạo ra nhiều hàng hóa dịch vụ cho xã hội.

*Thứ hai*, chính phủ cần sớm ban hành Luật tín dụng tiêu dùng, tạo nền tảng pháp lý vững chắc cho hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển. Muốn vậy, ngay từ bây giờ, Nhà nước cần chuẩn bị các điều kiện cần thiết để có thể hoàn thiện và cho ra đời Luật tín dụng tiêu dùng một cách sớm nhất. Ta có thể khẳng định chắc chắn rằng, Luật tín dụng tiêu dùng ra đời sẽ thúc đẩy mạnh mẽ thị trường tiêu dùng phát triển, không chỉ từ phía ngân hàng mà còn từ phía người tiêu dùng.

*Thứ ba*, Chính phủ cần tạo cơ chế khuyến khích các ngân hàng cho vay bán lẻ như đưa ra các tỷ lệ dự trữ hấp dẫn hơn, cho phép các ngân hàng thành lập quỹ dự phòng rủi ro riêng.

*Thứ tư*, Nhà nước cần tạo điều kiện cho các NHTM trong việc đào tạo nguồn nhân lực có chất xám. Hệ thống ngân hàng luôn đòi hỏi đội ngũ CBNV có trình độ chuyên môn cao, hăng say nhiệt tình với công việc, luôn cập nhật và bổ sung kiến thức để có thể bắt kịp với sự phát triển mạnh mẽ của hoạt động ngân hàng. Do đó, đầu tư cho giáo dục mà cụ thể là đầu tư cho các trường có đào tạo chuyên ngành ngân hàng là điều kiện cần thiết để nâng cao trình độ cho cán bộ ngân hàng. Mặt khác, Nhà nước cũng nên chú trọng việc cấp ngân sách, tạo điều kiện để các ngân hàng có thể cử cán bộ ngân hàng đi học tập ở nước ngoài để nâng cao kiến thức, trình độ nghiệp vụ và hiểu biết để phục vụ hơn nữa cho đất nước nói chung và ngành ngân hàng nói riêng.

*Thứ năm*, Đề nghị các cơ quan doanh nghiệp có đối tượng vay tiêu dùng tại Chi nhánh kết hợp với chi nhánh trong việc xác nhận hồ sơ xin vay vốn và thu hồi nợ.



### **KẾT LUẬN CHƯƠNG 3**

Từ những đánh giá thực trạng ở chương 2, tác giả đã chỉ ra những cơ hội, thách thức và định hướng phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng trong thời gian tới. Đồng thời đưa ra một số giải pháp phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng, xây dựng chiến lược sản phẩm, phát triển sản phẩm, đẩy mạnh hoạt động marketing... Song song với những giải pháp này là một số kiến nghị đối với Hội sở VPBank, Ngân hàng Nhà Nước và Chính Phủ nhằm tạo điều kiện cũng như môi trường thuận lợi, thông thoáng cho hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển hơn nữa trong thời gian tới.

## KẾT LUẬN

Hoạt động cho vay tiêu dùng không chỉ có ý nghĩa đối với Ngân hàng thương mại mà còn đáp ứng yêu cầu khách hàng cá nhân. Luận văn “Hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng chi nhánh Hà Tĩnh” đã làm sáng tỏ một số vấn đề lý luận và thực tiễn sau:

Một là: Luận văn tổng hợp làm rõ hơn một số vấn đề cơ bản về cho vay tiêu dùng, rủi ro trong cho vay tiêu dùng và kinh nghiệm của các Ngân hàng thương mại trong nước để nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng. Đặc biệt, các tiêu chí đánh giá và những nhân tố ảnh hưởng tới chất lượng cho vay tiêu dùng của các Ngân hàng thương mại.

Hai là: Phân tích thực trạng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng chi nhánh Hà Tĩnh, chỉ rõ những kết quả đạt được, những hạn chế trong cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng chi nhánh Hà Tĩnh. Đặc biệt là luận văn đã chỉ ra được nguyên nhân của những hạn chế. Đó là cơ sở thực tiễn để luận văn đưa ra những giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng chi nhánh Hà Tĩnh.

Ba là: Trên cơ sở lý luận, thực trạng và chất lượng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng chi nhánh Hà Tĩnh, luận văn đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng chi nhánh Hà Tĩnh. Đồng thời, luận văn cũng đề xuất một số kiến nghị với các cấp để hỗ trợ cho Ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam Thịnh Vượng Chi nhánh Hà Tĩnh thực hiện các giải pháp trên.

Vì thời gian nghiên cứu, tìm hiểu không nhiều, nội dung đề tài tương đối rộng và phức tạp nên luận văn không tránh khỏi thiếu sót, em rất mong nhận được những ý kiến góp ý của các thầy, cô giáo để em hoàn thành tốt luận văn.

## DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. VPBank chi nhánh tỉnh Hà Tĩnh (2013, 2014, 2015), *Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh*.
2. VPBank chi nhánh tỉnh Hà Tĩnh (2013, 2014, 2015), *Báo cáo thu nhập chi phí*.
3. Quốc hội (2005), *Bộ luật dân sự*.
4. Đỗ Thị Thùy Trang (2011), *Giải pháp phát triển cho vay tiêu dùng tại chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn thành phố Đà Nẵng*, Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Đà Nẵng.
5. Quốc hội (2010), *Luật các tổ chức tín dụng*.
6. David Cox (1997), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại*, Nhà xuất bản chính trị quốc gia, Hà Nội.
7. Cục thống kê tỉnh Hà Tĩnh (2015), *Niên giám thống kê tỉnh Hà Tĩnh 2015*, Nhà xuất bản Thống kê.
8. Lê Minh Sơn (2009), *Phát triển cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng thương mại cổ phần Ngoại Thương Việt Nam*, Luận văn Thạc sĩ kinh tế, Trường Đại Học Kinh Tế Thành Phố Hồ Chí Minh.
9. Trần Nguyệt Bích Vân (2010), *Phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng Á Châu – Chi nhánh Cần Thơ*, Luận văn thạc sĩ kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.
10. Peter S.Rose (2001), *Quản trị ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội.
11. GS.TS Lê Văn Tư (2005), *Quản trị ngân hàng thương mại*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội.