

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

NGUYỄN PHÚ VINH

MỞ RỘNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG
TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG NAM
CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

Chuyên ngành : Tài chính - Ngân hàng

Mã số : 60.34.20

TÓM TẮT
LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

Đà Nẵng- Năm 2013

Công trình được hoàn thành tại
ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG

Người hướng dẫn khoa học: **PGS.TS Nguyễn Ngọc Vũ**

Phản biện 1: PGS.TS. Lâm Chí Dũng

Phản biện 2: TS. Nguyễn Trường Giang

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn thạc sĩ quản trị kinh doanh họp tại Đại học Đà Nẵng vào ngày 23 tháng 03 năm 2013

Có thể tìm hiểu luận văn tại:

- Trung tâm Thông tin-Học liệu, Đại học Đà Nẵng
- Thư viện trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Hiện nay mức sống của người dân ngày càng nâng cao, mong muốn cuộc sống thoải mái hơn về vật chất lẫn tinh thần, ngoài những nhu cầu thiết yếu, như ăn, ở, uống, đồ mặc thì nhu cầu cuộc sống về nhà đẹp tiện nghi, xe cộ hiện đại, mua sắm vật dụng gia đình, du lịch, du học nước ngoài,... được người dân quan tâm rất nhiều. Do đó, khi người dân cho phép mình chi tiêu vượt mức thu nhập, dẫn đến nhu cầu vay mượn để tiêu dùng tăng lên. Những yếu tố này góp phần khuyến khích khách hàng lựa chọn hình thức cho vay tiêu dùng tín chấp, mua trả góp để đáp ứng nhu cầu cơ bản trong cuộc sống.

Nắm bắt được điều đó Ngân hàng TMCP Phương Nam đã triển khai sản phẩm cho vay tiêu dùng đối với khách hàng cá nhân và hộ gia đình. Đặc biệt là chi nhánh Đà Nẵng trong những năm gần đây đã không ngừng đẩy mạnh dư nợ cho vay tiêu dùng, đã từng bước cải thiện quy trình, quy chế và chính sách cho vay phù hợp nhu cầu của người dân, nhưng đảm bảo an toàn về tín dụng. Tuy nhiên, vẫn còn những vướng mắc khách quan, chủ quan, việc phải cạnh tranh gay gắt với các ngân hàng bạn làm ảnh hưởng đến tăng trưởng cho vay tiêu dùng của chi nhánh.

Xuất phát từ những lý do trên, tác giả chọn đề tài ***“Mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Phương Nam- Chi nhánh Đà Nẵng”*** làm đề tài nghiên cứu cho luận văn thạc sỹ của mình, với hy vọng sẽ mở ra một hướng đi mới cho sự phát triển cho vay tiêu dùng của Chi nhánh nói riêng và Ngân hàng TMCP Phương Nam nói chung.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Hệ thống hóa lý luận liên quan đến mở rộng CVTD của ngân hàng thương mại.

- Phân tích và đánh giá thực trạng cho vay tiêu dùng của Ngân hàng TMCP Phương Nam chi nhánh Đà Nẵng, rút ra những kết quả đạt được, và những hạn chế còn tồn tại.

- Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến mở rộng cho vay tiêu dùng tại chi nhánh.

- Đề xuất những giải pháp mở rộng cho vay tiêu dùng tại chi nhánh Đà Nẵng.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- **Đối tượng nghiên cứu:** Đối tượng nghiên cứu của luận văn là những vấn đề lý luận cơ bản và thực tiễn về mở rộng cho vay tiêu dùng của ngân hàng TMCP Phương Nam chi nhánh Đà Nẵng.

- **Phạm vi nghiên cứu:**

+ Về mặt không gian: luận văn nghiên cứu hoạt động mở rộng CVTD chứ không phải toàn bộ các hoạt động cho vay của Ngân hàng TMCP Phương Nam chi nhánh Đà Nẵng.

+ Về thời gian: luận văn nghiên cứu giới hạn về thực tế hoạt động CVTD và các thông tin liên quan trong phạm vi năm 2008-2010. Trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp mở rộng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Phương Nam chi nhánh Đà Nẵng trong thời gian đến.

4. Phương pháp nghiên cứu

Dựa trên phương pháp thống kê, phân tích và tổng hợp là chủ yếu. Trên cơ sở hiểu biết lý thuyết về cho vay tiêu dùng và kinh nghiệm thực tiễn tại Ngân hàng TMCP Phương Nam chi nhánh Đà Nẵng, từ đó đưa ra những giải pháp mở rộng cho vay tiêu dùng

của chi nhánh phải phù hợp và mang tính ứng dụng thực tiễn cao trong quá trình cho vay.

5. Bộ cục đề tài

Chương 1: Cơ sở lý luận về cho vay tiêu dùng và mở rộng cho vay tiêu dùng tại ngân hàng thương mại.

Chương 2: Thực trạng mở rộng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Phương Nam chi nhánh Đà Nẵng.

Chương 3: Giải pháp mở rộng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Phương Nam chi nhánh Đà Nẵng.

6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu

Hiện nay có nhiều đề tài nghiên cứu về nội dung **“Mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng”** tại các chi nhánh Ngân hàng TMCP trong nước nói chung và địa bàn thành phố Đà Nẵng nói riêng. Tuy nhiên, việc nghiên cứu các đề tài này còn một số giới hạn.

Luận văn của tác giả Trần Vĩnh An (2010), luận văn thạc sĩ Quản trị kinh doanh với đề tài **“Mở rộng cho vay tiêu dùng tại chi nhánh Ngân hàng Công thương Đà Nẵng”**. Đề tài dựa trên việc hệ thống hóa cơ sở lý luận về mở rộng cho vay tiêu dùng, tác giả đã xây dựng các phương thức và chỉ tiêu đánh giá kết quả mở rộng hoạt động cho vay và là cơ sở để phân tích hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng.

Với các chỉ tiêu đánh giá quá trình mở rộng cho vay, tác giả đã tiến hành phân tích thực trạng hoạt động cho vay của ngân hàng và đã làm sáng tỏ những tồn tại ảnh hưởng đến việc cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Qua việc phân tích thực trạng, tác giả đã đề xuất đến những giải pháp nhằm mở rộng hoạt động CVTD tại ngân hàng, các giải pháp cho vay mang tính thực tiễn và có khả năng áp dụng vào thực tế để mở rộng CVTD tại chi nhánh.

Đây là một đề tài nghiên cứu về hoạt động cho vay tiêu dùng nên tác giả cũng gặp phải một số trở ngại nhất định trong quá trình nghiên cứu như chưa làm sáng tỏ được đặc điểm của từng đối tượng khách hàng để có chính sách hợp lý hơn trong quá trình mở rộng hoạt động cho vay. Bên cạnh đó, tác giả chưa nêu lên những giải pháp mang tính ổn định và lâu dài cho ngân hàng.

Luận văn của tác giả Cao Thanh Tuấn (2009), luận văn thạc sĩ Quản trị kinh doanh với đề tài “*Giải pháp mở rộng tín dụng tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Việt Á-Chi nhánh Đà Nẵng*”. Trong phần cơ sở lý luận tác giả đã trình bày khá chi tiết về vai trò, chức năng của ngân hàng thương mại cũng như phân chia khá rõ các hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại. Trên cơ sở lý luận về các hoạt động cho vay của ngân hàng, tác giả đã xây dựng các phương thức và tiêu chí đánh giá kết quả mở rộng cho vay và là cơ sở để phân tích thực trạng mở rộng cho vay tiêu dùng tại ngân hàng. Tuy nhiên, các phương pháp phân tích thông thường, đơn giản, chưa cụ thể. Đề tài khảo sát, điều tra về dịch vụ CVTD trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, từ đó đưa ra những giải pháp mở rộng cho vay tiêu dùng, tuy nhiên những giải pháp nêu ra mang tính chất giải pháp chung, chưa bám sát vào kết quả phân tích của đề tài.

Luận văn của tác giả Phạm Thị Phương Thảo (2010), luận văn thạc sĩ Quản trị kinh doanh với đề tài “*Phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại Chi nhánh NHN₀&PTNT tỉnh Quảng Ngãi*”. Tác giả đã xây dựng được một cơ sở lý luận gọn nhẹ nhưng rất logic, từ việc thể hiện được những nội dung cơ bản của hoạt động cho vay ngân hàng thương mại đến việc chi tiết hóa những vấn đề cơ bản đối với hoạt động cho vay của ngân hàng thương mại. Cụ thể tác giả đã thể hiện được cơ sở về hoạt động cho vay tiêu dùng, xác định được

đối tượng của cho vay tiêu dùng, và nêu lên những đặc điểm của cho vay tiêu dùng. Đây là một cơ sở rất quan trọng để tìm ra sự khác nhau giữa hoạt động cho vay tiêu dùng với các hoạt động cho vay của các đối tượng khác của ngân hàng.

Tuy nhiên, điểm hạn chế của đề tài trên là tác giả nêu các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại chi nhánh NHN₀&PTNT tỉnh Quảng Ngãi nhưng tác giả không tiến hành phân tích các nhân tố ảnh hưởng trên. Tác giả chỉ phân tích thực trạng phát triển cho vay tiêu dùng sau đó nêu lên những kết quả đạt được và những hạn chế của chi nhánh.

Nghiên cứu đề tài “**Mở rộng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Phương Nam-Chi nhánh Đà Nẵng**” chưa có công trình nghiên cứu nào đã thực hiện. Đề tài sẽ tiến hành nêu các chỉ tiêu phản ánh mở rộng CVTD tại Chi nhánh và các nhân tố cụ thể ảnh hưởng lớn nhất đến mở rộng cho vay tiêu dùng. Sau đó, tác giả tiến hành phân tích các nhân tố ảnh hưởng bằng cách khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng đối với các sản phẩm cũng như điều kiện cho vay và chính sách tín dụng của ngân hàng,... Từ đó rút ra những nhân tố ảnh hưởng lớn nhất, và đưa ra những giải pháp cụ thể, hữu hiệu đến việc mở rộng CVTD tại chi nhánh, và đó cũng là một điểm mới của đề tài.

CHƯƠNG 1

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

1.1. TỔNG QUAN VỀ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM

1.1.1. Khái niệm về cho vay tiêu dùng

Cho vay tiêu dùng là hình thức cho vay đối với cá nhân, hộ gia đình để đáp ứng mục đích tiêu dùng, tài trợ nhu cầu chi tiêu, mua sắm, sửa chữa nhà ở, phương tiện đi lại, tiện nghi sinh hoạt,... Bên cạnh đó, cho vay tiêu dùng còn đáp ứng những chi tiêu cho nhu cầu đa dạng hơn như: giáo dục, y tế và du lịch... của người tiêu dùng – những người có nhu cầu nâng cao mức sống nhưng chưa có khả năng chi trả trong hiện tại.

1.1.2. Đặc điểm cho vay tiêu dùng

+ **Mục đích vay:** Ngân hàng CVTD nhằm phục vụ nhu cầu tiêu dùng của cá nhân, hộ gia đình.

+ **Khách hàng vay:** Ngân hàng CVTD đối với khách hàng là cá nhân, hộ gia đình có nhu cầu tiêu dùng tại thời điểm hiện tại nhưng chưa có khả năng thanh toán.

+ **Quy mô và số lượng khoản vay:** quy mô CVTD nhỏ nhưng số lượng các khoản vay lớn.

+ **Thời hạn vay:** các khoản CVTD thường là thời hạn ngắn và trung hạn.

+ **Nguồn trả nợ:** nguồn trả nợ chủ yếu của CVTD vẫn là thu nhập của khách hàng.

+ **Mức độ rủi ro:** CVTD có mức độ rủi ro cao hơn các hình thức cho vay khác.

+ **Lãi suất:** lãi suất cho vay tiêu dùng thường cao hơn so với lãi suất của các loại cho vay khác của NHTM.

1.1.3. Phân loại cho vay tiêu dùng

a. Căn cứ vào mục đích vay

- Cho vay tiêu dùng cư trú
- Cho vay tiêu dùng phi cư trú

b. Căn cứ vào phương thức hoàn trả

- Cho vay tiêu dùng trả góp
- Cho vay tiêu dùng phi trả góp
- Cho vay tiêu dùng tuần hoàn
- Cho vay qua thẻ tín dụng

c. Căn cứ vào nguồn gốc của khoản nợ

- Cho vay tiêu dùng gián tiếp
- Cho vay tiêu dùng trực tiếp

1.1.4. Vai trò của cho vay tiêu dùng

a. Đối với nền kinh tế

b. Đối với Ngân hàng

c. Đối với người tiêu dùng

d. Đối với doanh nghiệp

1.2. NỘI DUNG MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NHTM

1.2.1. Quan niệm về mở rộng cho vay tiêu dùng

Mở rộng cho vay tiêu dùng là việc tăng quy mô cho vay đối với cá nhân, hộ gia đình về phạm vi, không gian, thời gian, về quy mô hoạt động, về số lượng khách hàng thụ hưởng, thời hạn cho vay, về đối tượng vay, về địa bàn, ngành nghề...trên cơ sở kiểm soát được rủi ro và nâng cao hiệu quả.

Mở rộng cho vay tiêu dùng cũng có thể hiểu là ngân hàng khai thác tốt hơn thị trường hiện có của mình, phân đoạn thị trường để thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

Mở rộng cho vay tiêu dùng cũng có thể hiểu là Ngân hàng gia

tăng về tổng dư nợ trên cơ sở kiểm soát rủi ro trong cho vay, đẩy mạnh lợi nhuận mang lại từ hoạt động cho vay.

1.2.2. Sự cần thiết của việc mở rộng CVTD đối với NHTM

Đẩy mạnh cho vay tiêu dùng là xu hướng tất yếu, nhất là trong điều kiện khách quan của nền kinh tế thị trường mở của hội nhập, khi mà mức sống người dân được nâng cao, đồng thời đó cũng là chiến lược, mục tiêu và là thị trường đầy tiềm năng của các ngân hàng thương mại Việt Nam.

1.2.3. Các chỉ tiêu phản ánh kết quả mở rộng CVTD

a. Tăng trưởng dư nợ CVTD

Tăng trưởng dư nợ cho vay qua các năm được xác định qua công thức sau :

$$\text{Tỷ trọng CVTD} = \frac{\text{Tổng dư nợ CVTD}}{\text{Tổng dư nợ TD}} \times 100\%$$

$$\text{Tốc độ tăng dư nợ CVTD} = \frac{\text{Dư nợ CVTD kỳ này}}{\text{Dư nợ CVTD kỳ trước}} - 1 \times 100\%$$

b. Tăng thị phần CVTD

Thị phần CVTD Là tỷ lệ giữa dư nợ cho vay tiêu dùng của một NH trên tổng dư nợ cho vay tiêu dùng của các NHTM trên địa bàn.

$$\text{Thị phần CVTD} = \frac{\text{Dư nợ CVTD A}}{\text{Tổng dư nợ CVTD các NHTM}} \times 100\%$$

c. Tăng thu nhập từ hoạt động CVTD

$$\text{Tốc độ tăng thu nhập CVTD} = \frac{\text{Thu nhập CVTD kỳ này}}{\text{Thu nhập CVTD kỳ trước}} - 1 \times 100\%$$

$$\text{Tỷ trọng của thu nhập từ CVTD} = \frac{\text{Thu nhập từ hoạt động CVTD}}{\text{Tổng thu nhập của NH}} \times 100\%$$

- c. Sự đa dạng hóa sản phẩm CVTD*
- d. Tăng trưởng số lượng khách hàng CVTD*
- f. Kiểm soát rủi ro trong CVTD*
- * Nợ xấu CVTD*
- * Giảm tỷ lệ nợ xấu CVTD*

$$\text{Tỷ lệ nợ xấu} = \frac{\text{Dư nợ xấu}}{\text{Tổng dư nợ cho vay}} \times 100\%$$

1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MỞ RỘNG CVTD

1.3.1. Các nhân tố bên trong

- a. Lãi suất cho vay*
- b. Điều kiện cho vay*
- c. Quy trình, thủ tục cho vay*
- d. Năng lực và phẩm chất, đạo đức nghề nghiệp của cán bộ NH*
- e. Năng lực giám sát và xử lý các tình huống cho vay của*

NH

1.3.2. Các nhân tố bên ngoài

- a. Mức thu nhập và chi tiêu của người dân*
- b. Ảnh hưởng của môi trường kinh tế, chính trị – xã hội và môi trường pháp lý*
- c. Ảnh hưởng từ các đối thủ cạnh tranh*

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG NAM CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

2.1. TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG NAM CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

a. Giới thiệu chung về Ngân hàng Phương Nam và Ngân hàng Phương Nam Chi nhánh Đà Nẵng

b. Nhiệm vụ, chức năng của PNB-ĐN

c. Cơ cấu tổ chức

2.1.2. Tình hình hoạt động của PNB-ĐN

a. Hoạt động huy động vốn

PNB-ĐN chú trọng đến công tác huy động vốn. Thời gian qua nguồn vốn huy động của PNB-ĐN chưa thực sự đa dạng tuy nhiên nhờ có kế hoạch rõ ràng, sự đồng lòng nhất trí quyết tâm cao của cán bộ nhân viên, PNB-ĐN hoàn thành chỉ tiêu về nguồn vốn huy động. Nguồn vốn tăng đều qua các năm qua 3 năm 2008-2010.

b. Hoạt động cho vay

Dư nợ cho vay qua các năm có xu hướng tăng, điều này phù hợp với kế hoạch tăng trưởng tín dụng. Tỷ trọng cho vay hộ gia đình và cá nhân luôn đạt từ 57-65%.

c. Các hoạt động dịch vụ khác

PNB – ĐN đã và đang không ngừng phát triển các dịch vụ thanh toán khác nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng ngày càng cao với các dịch vụ như: dịch vụ thanh toán chuyển khoản, thu tiền hộ (tiền điện, điện thoại mạng Viettel...), dịch vụ kho quỹ (kết sắt, giữ hộ tài sản, điểm tiền...).

d. Kết quả kinh doanh

Hoạt động kinh doanh của ngân hàng đạt được kết quả khả quan. Năm 2008 tổng thu nhập của Chi nhánh là 165 tỷ đồng, tăng lên 176 tỷ đồng năm 2009 và đạt 202 tỷ đồng năm 2010. Tổng chi phí năm 2008 là 148 tỷ đồng, năm 2009 giảm xuống còn 142 tỷ đồng và tăng 157 tỷ đồng năm 2010. Lợi nhuận của Chi nhánh tăng đều qua các năm từ 15 tỷ năm 2008 tăng lên 33 tỷ năm 2009 và đạt 44 tỷ năm 2010.

2.2. THỰC TRẠNG MỞ RỘNG CVTD TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG NAM CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG.**2.2.1. Tình hình chung về cho vay tiêu dùng tại PNB-ĐN**

Bảng 2.5: Tình hình chung về cho vay tiêu dùng tại PNB-ĐN

DVT: triệu VND

Chi tiêu	2008		2009		2010		2009/ 2008	2010/ 2009
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)		
1. Tổng dư nợ	325,000	100	526,955	100	652,420	100	62.14	23.81
- CVTD	80,234	24.69	156,245	29.65	189,765	29.09	94.73	21.45
2. Nợ xấu BQ	8,275	100	10,036	100	15,543	100	21.28	54.87
- CVTD	1,045	12.62	2,167	21.59	3,498	22.50	107.36	61.42
3. Tỷ lệ nợ xấu (%)		2.54		1.90		2.38	-25.19	25.26
- CVTD		0.32		0.41		0.53	28.12	29.26

(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD của PNB-ĐN từ 2008-2010)

Dư nợ CVTD và tỷ trọng CVTD tăng đều qua các năm. Năm 2008 dư nợ đạt 80.234 tỷ đồng, tỷ trọng 24.69%, đến năm 2010 tăng lên 189.765 tỷ đồng chiếm 29.09% trên tổng dư nợ. Tuy nhiên tỷ lệ này vẫn còn thấp so với các loại hình cho vay khác. Sự gia tăng dư nợ của PNB-ĐN từ 2008 đến 2010 là một bằng chứng cho sự phát triển không ngừng hoạt động CVTD của PNB-ĐN.

2.2.2. Thực trạng mở rộng CVTD tại PNB-ĐN

a. Tăng thị phần CVTD

Thị phần CVTD của PNB-ĐN tập trung chủ yếu ở 2 quận nội thành là Thanh Khê và Hải Châu do mạng lưới PNB-ĐN tập trung chủ yếu tại 2 quận này. Ở các quận huyện ngoại thành như Liên

Chiều, Cẩm Lệ và Hoà Vang do PNB-ĐN chưa có mạng lưới nên thị phần CVTD chiếm tỷ trọng khá thấp.

Bảng 2.6: Thị phần cho vay tiêu dùng PNB-ĐN theo khu vực

ĐVT: Triệu VNĐ

Chỉ tiêu	2008		2009			2010		
	Dư nợ	Thị phần (%)	Dư nợ	Tỷ phần (%)	2009/2008	Dư nợ	Thị phần (%)	2010/2009
- Hải Châu	35.132	43,73	52.145	33,37	48,42	61.254	32,27	17,46
- Thanh Khê	30.152	37,95	55.150	35,19	82,03	60.259	31,75	3,67
- Sơn Trà	6.115	7,62	35.141	22,19	171,66	28.975	15,26	-17,51
- Ngũ Hành Sơn	1.982	2,47	3.458	2,21	74,33	11.645	6,15	236,75
- Cẩm Lệ	4.875	6,07	8.276	5,29	69,76	8.125	4,28	-1,82
- Liên Chiểu	1.257	1,56	1.145	0,73	-8,91	18.253	9,61	1.494,14
- H. Hoà Vang	420	0,55	620	0,42	50,00	1.254	0,70	99,04
Tổng cộng	80.234	100	156.245	100	94,73	189.765	100	21,45

(Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động kinh doanh PNB-ĐN)

Thị phần CVTD trên địa bàn 2 quận Thanh Khê và Hải Châu cao nhất: Năm 2010 thị phần tại quận Hải Châu là 32,27%, quận Thanh Khê là 31,75%. Trong khi đó các quận huyện ngoại thành tuy một số địa bàn có mức tăng lên về thị phần CVTD (quận Sơn Trà thị phần CVTD là 15,26% năm 2010, quận Liên Chiểu với thị phần là 9,61%,...) tuy nhiên do mức dư nợ tại các thị phần này không cao nên % thị phần CVTD trong tổng dư nợ vẫn còn thấp.

Bảng 2.7: Thị phần CVTD của PNB-ĐN

ĐVT: triệu VND

Chỉ tiêu	2008		2009		2010		2009/ 2008	2010/ 2009
	Dư nợ CVTD (Triệu đồng)	Thị phần (%)	Dư nợ CVTD (Triệu đồng)	Thị phần (%)	Dư nợ CVTD (Triệu đồng)	Thị phần (%)		
Tổng dư nợ CVTD các NHTM trên địa bàn	4,251,233	100	6,258,296	100	5,147,158	100	47.90	17.75
Dư nợ CVTD tại PNB-ĐN	80,234	1.89	156,245	2.49	189,765	3.68	94.73	21.45

(Nguồn: báo cáo từ NHNN Thành phố Đà Nẵng từ 2008-2010)

Xu hướng thị phần cho vay tiêu dùng của PNB-ĐN theo hướng tăng nhưng tăng chậm. Số lượng khách hàng CVTD tại PNB-ĐN tương đối cao và thị phần chiếm tỷ lệ thấp so với các NHTM vì sự cạnh tranh dành khách giữa các ngân hàng ngày càng khốc liệt, đó là tình hình chung của các ngân hàng trong thời kỳ khủng hoảng kinh tế và cạnh tranh gay gắt nên tỷ lệ đó còn thấp.

b. Tăng thu nhập từ hoạt động CVTD

Thu nhập từ hoạt động CVTD chủ yếu là từ lãi của các khoản CVTD. Thu lãi là bộ phận chủ yếu trong thu nhập của ngân hàng, là kết quả tài chính mà ngân hàng quan tâm nhất. Chúng ta cũng biết được rằng dư nợ của hoạt động CVTD tại PNB-ĐN thấp hơn nhiều so với dư nợ của các hoạt động cho vay khác, nên lãi thu được từ CVTD cũng thấp hơn.

Bảng 2.8: Tình hình thu nhập CVTD tại PNB-ĐN

ĐVT: triệu VND

Chỉ tiêu	2008		2009		2010		2009/ 2008	2010/ 2009
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)		
Tổng dư nợ CVTD	80,234	100	156,245	100	189,765	100	94.73	21.45
Tổng thu nhập của NH	165,145	100	176,175	100	202,134	100	6.68	14.73
Tổng thu lãi tín dụng	100,109	100	123,178	100	145,147	100	23.04	17.84
Thu nhập từ CVTD	15,134	100	17,256	100	22,365	100	14.02	29.61
Thu nhập từ CVTD/ Tổng dư nợ CVTD		18.86		11.04		11.78	-41.46	6.70
Thu nhập từ CVTD/ Tổng thu nhập của Ngân hàng		9.16		9.79		11.06	6.87	12.97
Thu nhập từ CVTD/ Tổng thu lãi tín dụng		(Nguồn: Báo cáo tài chính năm của PNB-ĐN)		11.04		11.78		0.00

c. Sự đa dạng hóa sản phẩm CVTD

Những năm đầu hoạt động, sản phẩm CVTD của PNB-ĐN chỉ đơn thuần là cho vay mua xe, cho vay sửa chữa nhà, cải tạo nhà, những năm tiếp sau cũng là từ những sản phẩm trước kia như mở rộng thêm sản phẩm cho vay.

*Bảng 2.9: Dư nợ CVTD theo sản phẩm tại PNB-ĐN**ĐVT: triệu VND*

Chi tiêu	2008		2009		2010		2009/ 2008	2010/ 2009
	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)		
Cho vay CBCNV	3,049	3.80	6,754	4.32	8,904	4.69	121.52	31.83
Cho vay mua, sửa chữa, nâng cấp nhà	35,253	43.94	67,142	42.97	87,567	46.14	90.46	30.42
Cho vay mua sắm hàng tiêu dùng, vật dụng gia đình	19,234	23.97	35,141	22.49	46,578	24.55	82.70	32.55
Cho vay cầm cố chiết khấu GTCG	8,467	10.55	9,234	5.91	11,645	6.14	9.06	26.11
Cho vay mua phương tiện đi lại	4,563	5.69	16,732	10.71	18,253	9.62	266.69	9.09
Cho vay du học	9,668	12.05	21,242	13.60	16,818	8.86	119.71	-20.83
Tổng	80,234	100	156,245	100	189,765	100	94.73	21.45

*(Nguồn: Báo cáo kết quả HĐKD của PNB-ĐN qua các năm)***d. Tăng trưởng số lượng khách hàng CVTD**

Dư nợ CVTD đối với cá nhân chiếm tỷ trọng không cao trong tổng dư nợ CVTD trong các năm (năm 2008: 34.43%, năm 2009: 33.31%, năm 2010: 41.18%) thấp hơn so với dư nợ CVTD đối với hộ gia đình. Trong năm 2009 tốc độ tăng trưởng CVTD ở cả hai đối tượng đều rất cao (gần 100%). CVTD đối với cá nhân năm 2009 tăng 24,425 triệu đồng tương đương 88.40%, hộ gia đình tăng 51,586 triệu đồng tương đương 98.06%).

Bảng 2.10: Tình hình mở rộng đối tượng khách hàng

ĐVT: Triệu VND

Chi tiêu	2008		2009		2010		2009/ 2008	2010/ 2009
	Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)	Dư nợ	Tỷ trọng (%)		
Cá nhân	27,630	34.43	52,055	33.31	78,146	41.18	88.40	50.12
Hộ gia đình	52,604	65.57	104,190	66.69	111,619	58.82	98.06	7.13
Tổng cộng	80,234	100	156,245	100	189,765	100	94.73	21.45

(Nguồn: Báo cáo tài chính hàng năm của PNB-ĐN)

Năm 2010, tốc độ tăng trưởng tuy có giảm hơn so với năm 2009 tuy nhiên về số tuyệt đối đều có mức cao hơn. Điều này chứng tỏ PNB ngày càng chú trọng đến các đối tượng cá nhân.

Bảng 2.11: Tình hình tăng trưởng số lượng khách hàng

ĐVT: Triệu VND

Chi tiêu	2008	2009	2010	2009/ 2008	2010/ 2009
1. Tổng số KH (Người)	305	467	638	53.11	36.61
2. Tổng CVTD (Triệu đồng)	80,234	156,245	189,765	94.73	21.45
3. Dư nợ bình quân của 1 KH (Triệu đồng)	263.06	334.57	297.43	27.18	-11.10

(Nguồn: Báo cáo tài chính hàng năm của PNB-ĐN)

Qua bảng số liệu trên cho thấy, số lượng khách hàng quan hệ vay vốn NH tăng đều qua các năm: năm 2009 tăng 162 khách hàng so với năm 2008 đạt tỷ lệ tăng 53.11%. Năm 2010 tăng 171 khách hàng so năm 2009, tỉ lệ tăng 36.61%. Chứng tỏ chi nhánh nhiều năm

qua đã chú trọng đến việc tăng số lượng khách hàng vay vốn tại NH, năm sau cao hơn năm trước.

2.3. KHẢO SÁT CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN MỞ RỘNG CVTD TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG NAM CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

2.3.1. Khảo sát

Tác giả tiến hành khảo sát các nhân tố ảnh hưởng đến mở rộng cho vay tiêu dùng đối với cá nhân, hộ gia đình trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, nhằm tìm hiểu những thuận lợi và khó khăn trong việc tiếp cận vốn của khách hàng dẫn đến việc phát triển CVTD chưa đạt kết quả như mong muốn của PNB-ĐN.

a. Mục đích khảo sát

Xem xét những nguyên nhân, cùng giải pháp cụ thể có phù hợp với thực tế không để làm rõ hơn tác động từ các nhân tố ảnh hưởng cản trở khả năng vay vốn tại chi nhánh của cá nhân và hộ gia đình trên địa bàn thành phố Đà Nẵng.

b. Đối tượng khảo sát

Là các Hộ gia đình và cá nhân trên địa bàn thành phố Đà Nẵng. Nhóm khách hàng được khảo sát đa số là khách hàng đang có dư nợ tại PNB-ĐN, phần còn lại hiện chưa giao dịch. Theo số liệu khảo sát, tác giả thu về được 140 phiếu phản hồi trên 200 phiếu phát ra, chiếm 70% số phiếu phát ra; trong đó cá nhân đạt 122 phiếu chiếm 87,14% và hộ gia đình chiếm 12,86% với 18 phiếu.

c. Phương pháp phân tích

Phương pháp phân tích sử dụng chính là thống kê mô tả và phân tích kết hợp với kết quả nghiên cứu.

2.3.2. Kết quả khảo sát

a. Mức thu nhập và chi tiêu của khách hàng

*** Tình hình thu nhập**

*** Tình hình chi tiêu**

b. Tác động từ các nhân tố ảnh hưởng

Bảng 2.14: Tác động từ các nhân tố ảnh hưởng gây nên

Mức độ Nhân tố	Rất quan trọng (%)	Quan trọng (%)	Bình thường (%)	Ít quan trọng (%)	Không quan trọng (%)
Lãi suất cho vay	39.28	28.50	20.00	11.43	0.70
Điều kiện cho vay	21.43	20.00	42.86	10.71	5.00
Quy trình, thủ tục cho vay	30.00	40.00	14.29	10.71	5.00
Đạo đức nghề nghiệp của cán bộ NH	24.29	39.28	21.43	12.86	2.14
Năng lực giám sát và xử lý tình huống của NH	22.86	39.28	22.14	12.86	2.86
Từ môi trường kinh doanh	23.57	39.28	21.43	13.58	2.14
Từ đối thủ cạnh tranh	39.28	29.29	19.29	10.00	2.14

Tác giả rút ra được ba nhân tố chính ảnh hưởng lớn nhất là *lãi suất cho vay, quy trình thủ tục cho vay và tác động từ các đối thủ cạnh tranh*. Các nhân tố khác có tác động nhưng không đáng kể.

2.4. ĐÁNH GIÁ KẾT QUẢ MỞ RỘNG CVTD TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG NAM CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

2.4.1. Kết quả đạt được

- Dư nợ cho vay tiêu dùng tăng trưởng đều qua các năm.
- Chất lượng cho vay đảm bảo thể hiện ở chỗ nợ xấu bình quân của chi nhánh thấp và tỷ lệ nợ xấu CVTD chiếm một tỷ lệ rất thấp dưới 3%, đúng với quy định của ngân hàng Nhà nước.

- Số lượng khách hàng vay tiêu dùng tăng đều qua các năm, thể hiện sự hiệu quả trong công tác giới thiệu và tiếp thị sản phẩm đến với người dân.

- Thu nhập từ hoạt động CVTD tăng lên, chiếm một tỷ trọng khá lớn trong tổng lợi nhuận từ hoạt động cho vay của PNB-ĐN.

- Hoạt động CVTD vừa giúp PNB-ĐN mở rộng được thị phần vừa phát triển được các dịch vụ ngân hàng hiện đại, nâng cao uy tín và khả năng cạnh tranh của ngân hàng.

- Việc mở rộng CVTD đã giúp cho PNB-ĐN có điều kiện nâng cao trình độ, khả năng tiếp cận khách hàng của đội ngũ cán bộ, nhân viên của ngân hàng.

2.4.2. Những hạn chế

Thứ nhất, thị phần CVTD tại chi nhánh tăng đều qua các năm và tăng trưởng nhưng vẫn còn ở mức hạn chế. So với dư nợ của các ngân hàng trên địa bàn thì vẫn chiếm một tỷ lệ khá thấp.

Thứ hai, các loại hình sản phẩm CVTD mới chỉ phát triển mạnh các sản phẩm tiêu dùng truyền thống, chưa chú trọng phát triển và đưa ra được sản phẩm mới, sản phẩm đột phá so với các ngân hàng khác.

Thứ ba, thu nhập từ CVTD tăng đều qua các năm nhưng tính chung trên tổng thu nhập của NH vẫn còn chiếm một tỷ lệ thấp (< 12%).

Thứ tư, vấn đề rủi ro và quản lý rủi ro CVTD tại chi nhánh chưa đạt hiệu quả tốt, thể hiện ở dư nợ bình quân và tỷ lệ nợ xấu mặc dù phù hợp với quy định của NHNN nhưng vẫn tăng đều qua các năm.

Thứ năm, chính sách điều hành lãi suất chưa được linh hoạt, lãi suất cho vay còn cao so với các ngân hàng thương mại khác

Thứ sáu, quy trình cho vay vẫn cứng nhắc, theo khuôn khổ, chưa được linh hoạt.

Thứ bảy, thu nhập và mức chi tiêu của người dân chưa cao đồng thời cũng không có thói quen chi tiêu mà phần lớn là tích lũy, vì vậy việc mở rộng tín dụng tiêu dùng gặp rất nhiều khó khăn.

CHƯƠNG 3

GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP PHƯƠNG NAM CHI NHÁNH ĐÀ NẴNG

3.1. ĐỊNH HƯỚNG, MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN CVTD TẠI PNB-ĐN

3.1.1. Định hướng phát triển CVTD tại PNB-ĐN

3.1.2. Mục tiêu phát triển CVTD tại PNB-ĐN

3.2. CÁC GIẢI PHÁP MỞ RỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI PNB-ĐN TRONG THỜI GIAN TỚI

3.2.1. Xây dựng chính sách lãi suất cho vay linh hoạt

Qua khảo sát cho thấy, khách hàng rất quan tâm đến lãi suất, trong 140 khách hàng được khảo sát thì có đến 49,5% khách hàng quan tâm về lãi suất cho vay. Như vậy, đây là một vấn đề chi nhánh cần quan tâm để đưa ra chính sách về lãi suất hợp lý. Do đó, chi nhánh nên áp dụng lãi suất linh hoạt đối với các nhóm khách hàng như khách hàng truyền thống, khách hàng có uy tín, khách hàng có sử dụng nhiều dịch vụ với ngân hàng... Những nhóm khách hàng này chi nhánh nên áp dụng mức lãi suất ưu đãi hơn so với những đối tượng khách hàng khác. Có như vậy, chi nhánh sẽ giữ được khách hàng cũ và thu hút thêm nhiều khách hàng mới.

Hiện nay, tại chi nhánh PNB-ĐN đã áp dụng việc chấm điểm tín dụng xếp loại khách hàng vay vốn để áp dụng những chính sách ưu đãi nhưng mới chỉ ưu đãi trong việc bảo đảm tiền vay mà chưa có ưu đãi về lãi suất. Vì thế, chi nhánh nên thông qua việc chấm điểm tín dụng đó để đưa ra chính sách ưu đãi cho những khách hàng tốt để làm tăng thêm khả năng giữ được khách hàng tốt và tăng thêm uy tín cho ngân hàng.

3.2.2. Điều chỉnh quy trình cho vay

Một quy trình cho vay đưa ra thường rất chặt chẽ và được áp dụng trong toàn hệ thống ngân hàng, tuy nhiên tùy thuộc vào mục

tiêu định hướng phát triển và tùy vào mỗi nơi, mỗi thời điểm ngân hàng có thể điều chỉnh linh hơn, cụ thể như:

a. Cải tiến thủ tục cho vay đơn giản, gọn nhẹ hơn

b. Nên nói lỏng hơn về quy định cho vay tín chấp đối với những khách hàng có uy tín, khách hàng quen thuộc

3.2.3. Hoàn thiện và đa dạng hóa các sản phẩm CVTD

a. Hoàn thiện các sản phẩm CVTD hiện có

- Về mức cho vay

- Về thời hạn vay

b. Cung cấp các sản phẩm CVTD mới

Hiện nay, chi nhánh chưa triển khai một số sản phẩm tiêu dùng như vay xuất khẩu lao động, và vay thấu chi qua thẻ tín dụng... Do đó chi nhánh nên đề xuất với Hội sở và phối hợp với Hội sở đẩy mạnh phát triển các sản phẩm này. Đối với sản phẩm cho vay phục vụ nhu cầu xuất khẩu lao động, chi nhánh cần có quan hệ với doanh nghiệp xuất khẩu lao động, chính quyền cũng như ban quản lý xuất khẩu lao động tại địa phương, chi nhánh sẽ phối hợp với bên tuyển dụng để phổ biến, hướng dẫn người lao động làm hồ sơ, thủ tục vay vốn, đôn đốc trả nợ.

Hình thức cho vay cho vay thấu chi qua thẻ tín dụng cũng chưa được chi nhánh triển khai, mặc dù hiện nay nhu cầu vay thấu chi của người dân là rất cao. Chi nhánh cần xem xét triển khai ngay hình thức này, trước hết là ở một bộ phận cán bộ công nhân viên của chi nhánh. Sau đó, sẽ bám sát tình hình thực tế, ghi nhận các vướng mắc phát sinh để từ đó hoàn thiện và đưa sản phẩm ra áp dụng rộng rãi. Ngoài ra, cùng với sự phát triển của công nghệ thì cho vay thấu chi, qua thẻ ATM cần được PNB-ĐN quan tâm và triển khai sâu rộng đến khách hàng vì cho vay qua thẻ mang lại rất nhiều tiện ích cho khách hàng cũng như mang lại lợi ích cho ngân hàng.

3.2.4. Nâng cấp cơ sở vật chất và mở rộng mạng lưới hoạt động của chi nhánh

Cơ sở vật chất chính là hình ảnh thể hiện bộ mặt của chi nhánh, một ngân hàng có một cơ sở vật chất khang trang, một bề ngoài hiện đại sẽ tạo cho khách hàng cảm giác trang trọng khi bước chân vào ngân hàng. Chính vì thế, những ngân hàng này sẽ dễ hấp dẫn khách hàng hơn.

3.2.5. Tăng trưởng số lượng khách hàng

Tính đến cuối năm 2010 PNB-ĐN có tổng số khoảng 15.000 khách hàng cá nhân sử dụng nhiều dịch vụ khác nhau. Việc gia tăng khách hàng CVTD sẽ đạt hiệu quả cao nếu PNB-ĐN chú trọng khai thác tốt những khách hàng hiện hữu đồng thời tìm kiếm thêm những khách hàng mới.

3.2.6. Đẩy mạnh hoạt động Marketing.

Để có thể giới thiệu sản phẩm tới nhiều người dân hơn, chi nhánh cần xây dựng một chiến lược marketing sản phẩm bao gồm chiến lược nghiên cứu khách hàng, phân đoạn thị trường để đưa các sản phẩm phù hợp với nhu cầu khách hàng theo phương châm “bán cái mà thị trường cần, chứ không phải bán cái mà mình đang có”.

3.2.7. Hạn chế rủi ro CVTD

a. Duy trì mối liên hệ thường xuyên với khách hàng

b. Thực hiện chính sách quản lý khoản vay an toàn, hạn chế rủi ro

3.3. CÁC GIẢI PHÁP HỖ TRỢ TRIỂN KHAI

3.3.1. Tăng cường mối quan hệ

3.3.2. Hiện đại hóa công nghệ

3.3.3. Nâng cao công tác đào tạo phát triển nguồn nhân lực

3.4. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

3.4.1. Đối với Chính phủ

3.4.2. Đối với Chính quyền và Ngân hàng Nhà nước

a. Đối với Chính quyền các cấp

b. Đối với ngân hàng Nhà nước

3.4.3. Đối với ngân hàng TMCP Phương Nam Hội sở

KẾT LUẬN

Đề tài nghiên cứu ***“Mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Phương Nam chi nhánh Đà Nẵng”*** là rất cần thiết, nhằm duy trì và phát triển khách hàng cá nhân vay tiêu dùng, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh đối với các ngân hàng thương mại hiện nay đang diễn ra gay gắt. Đặc biệt, PNB-ĐN sẽ đối mặt với sự cạnh tranh to lớn từ các ngân hàng nước ngoài với nguồn vốn dồi dào, kỹ thuật công nghệ hiện đại, lãi suất cho vay hấp dẫn. Do vậy, PNB-ĐN phải không ngừng cải tiến mở rộng chính sách cho vay tiêu dùng ngày càng phù hợp với nhu cầu khách hàng hiện nay, đồng thời vẫn đảm bảo ở mức độ an toàn tín dụng.

Dựa trên cơ sở số liệu thống kê, phân tích và lý luận cơ bản, bài luận đã nêu lên những hạn chế và nguyên nhân tồn tại ảnh hưởng đến mức độ cho vay tiêu dùng chưa xứng với tiềm năng của nó tại PNB-ĐN. Từ đó, luận văn đã đưa ra những giải pháp, kiến nghị hiệu quả, tích cực góp phần mở rộng cho vay tiêu dùng tại PNB-ĐN.