



**ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ**

**PHẠM THỊ NGỌC DUNG**

**PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH CHO VAY TIÊU DÙNG**  
**TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN - HÀ NỘI,**  
**CHI NHÁNH TỈNH QUẢNG NAM**

**Chuyên ngành: Tài chính – Ngân hàng**

**Mã số : 60.34.02.01**

**TÓM TẮT LUẬN VĂN THẠC SĨ TÀI CHÍNH NGÂN HÀNG**

**Đà Nẵng - Năm 2018**

Công trình được hoàn thành tại  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ, ĐHQĐHN**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Nguyễn Hòa Nhân**

Phản biện 1: TS. Hoàng Dương Việt Anh

Phản biện 2: TS. Hồ Kỳ Minh

Luận văn đã được bảo vệ trước Hội đồng chấm Luận văn tốt nghiệp Thạc sĩ Tài chính – Ngân hàng họp tại Trường Đại học Kinh tế, Đại học Đà Nẵng vào ngày 03 tháng 02 năm 2018.

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

Thị trường tài chính CVTD bắt đầu phát triển mạnh trong 3 năm gần đây, bắt nguồn từ những thay đổi lớn trong thói quen của người tiêu dùng và nhu cầu cao về tín dụng bất động sản của tầng lớp thu nhập trung bình. Trong đó, thói quen vay mượn từ người thân, bạn bè hoặc thị trường tài chính không chính thống, đã dần chuyển dịch sang vay mượn từ các công ty tài chính, ngân hàng. Động lực tăng trưởng cho phân khúc này còn có sự thúc đẩy nhờ cơ cấu dân số và sự tăng trưởng thu nhập bình quân trong những năm gần đây. Thuộc thời kỳ "dân số vàng", năm 2016 Việt Nam có gần 55 triệu người trong độ tuổi từ 20 đến 59 tuổi - nhóm KH chính mà các công ty tài chính, ngân hàng hướng tới. Đây cũng là phân khúc KH có nhu cầu thực hiện khoản vay với giá trị không lớn, tập trung chủ yếu là tiêu dùng cá nhân, sinh hoạt, mua hàng hóa gia dụng và phương tiện giao thông.

Tuy nhiên, cùng với sự gia tăng mạnh mẽ về quy mô, sự cạnh tranh giữa các thành viên trên thị trường tín dụng tiêu dùng cũng ngày một gay gắt hơn. Nhận thấy được thực tiễn đó, một số ngân hàng đã và đang cố gắng nỗ lực đưa ra những chính sách CVTD phù hợp với bản thân từng ngân hàng và với KH mọi tầng lớp nhưng vẫn đảm bảo lợi nhuận và những lợi ích khác cho ngân hàng và ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội nói chung và ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam Nhận nói riêng cũng không nằm ngoài xu hướng phát triển trên. Việc hoàn thiện hoạt động CVTD là một trong những yêu cầu cấp thiết để giảm thiểu rủi ro, tăng lợi nhuận và nâng cao sức cạnh tranh với nhiều ngân hàng thương mại khác trong địa bàn tỉnh.

Từ những tiềm năng phát triển của thị trường tín dụng tiêu dùng trong thời gian tới, những tồn tại thực tiễn chung phát sinh trong hoạt động CVTD tại các ngân hàng thương mại nói chung và nhu cầu thực tiễn tại ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam nói riêng sẽ là cơ sở cho tác giả chọn đề tài ***“Phân tích tình hình cho vay tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam”***

## **2. Mục tiêu của đề tài**

Để triển khai các nội dung của luận văn, luận văn đã đề ra một số mục tiêu như sau:

Hệ thống hóa các cơ sở lý luận về hoạt động CVTD tại ngân hàng thương mại.

Phân tích thực trạng hoạt động CVTD tại ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam, tìm ra nguyên nhân dẫn đến những hạn chế trong CVTD của ngân hàng.

Đưa ra các khuyến nghị để góp phần hoàn thiện hoạt động CVTD tại ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam.

Để đạt được các mục tiêu trên, nội dung luận văn sẽ tập trung nghiên cứu giải quyết các câu hỏi đặt ra sau đây:

- Hoạt động CVTD có những đặc trưng như thế nào? Phân tích tình hình CVTD của NHTM bao gồm những nội dung gì? Các tiêu chí đánh giá và kết quả hoạt động CVTD?

- Tình hình CVTD tại ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam như thế nào? Hoạt động CVTD tại ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam đạt được những kết quả và hạn chế gì? Các nguyên nhân nào dẫn đến những hạn chế đó?

- Các khuyến nghị nhằm góp phần hoàn thiện hoạt động CVTD tại ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam.

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

Đối tượng nghiên cứu: Toàn bộ các vấn đề lý luận về hoạt động CVTD của NHTM và thực tiễn liên quan đến tình hình CVTD tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam.

Phạm vi nghiên cứu:

- Về nội dung nghiên cứu: đề tài tập trung phân tích CVTD tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam.

- Về không gian: tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam CVTD trên *địa bàn tỉnh Quảng Nam*

- Về thời gian: nghiên cứu thực trạng trên cơ sở số liệu từ năm 2014 đến năm 2016 và đề xuất các khuyến nghị đến hết năm 2020.

### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Luận văn đã sử dụng một số phương pháp nghiên cứu như sau:

Phương pháp điều tra, thu thập dữ liệu: thu thập các thông tin liên quan đến cơ sở lý thuyết của luận văn, kết quả nghiên cứu liên quan đến luận văn, các chủ trương chính sách liên quan đến luận văn, các số liệu thứ cấp và các tài liệu thứ cấp: hồ sơ khách hàng, báo cáo tài chính, báo cáo tổng hợp cuối năm...

Phương pháp tổng hợp, xử lý số liệu: từ các số liệu thứ cấp tiến hành xử lý số liệu, liên kết từng số liệu, từng thông tin thu thập được thành hệ thống theo mục tiêu nghiên cứu.

Phương pháp phân tích, đối chiếu, so sánh: nghiên cứu các tài liệu, lý luận khác nhau bằng các phân tích chúng thành từng bộ phận để tìm hiểu một cách sâu sắc về đối tượng. Nghiên cứu các số liệu thu thập thành từng phần để xem xét kỹ những biến động của số liệu thu

thập. Đối chiếu, so sánh các tài liệu nghiên cứu để tìm ra những điểm chung cũng như những điểm khác nhau của các tài liệu đồng thời so sánh đối chiếu số liệu phân tích qua từng năm từng thời kỳ, so sánh với mục tiêu đề ra.

## **5. Bộ cục dự kiến của luận văn**

Chương 1. Lý luận về hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại

Chương 2. Phân tích tình hình cho vay tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam

Chương 3. Khuyến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam

## **6. Tổng quan tài liệu nghiên cứu**

## CHƯƠNG 1

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

## 1.1 KHÁI QUÁT VỀ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

### 1.1.1 Vai trò và đặc điểm cho vay tiêu dùng

#### a. Khái niệm

*Hình 1.1: Mối quan hệ giữa ngân hàng và cá nhân, hộ gia đình*

#### b. Vai trò

*Vai trò của cho vay tiêu dùng đối với ngân hàng thương mại:*

*Vai trò của cho vay tiêu dùng đối với bản thân người tiêu dùng*

*Vai trò của cho vay tiêu dùng đối với các doanh nghiệp sản xuất  
kinh doanh*

*Vai trò của cho vay tiêu dùng đối với nền kinh tế*

#### c. Đặc điểm

*CVTD có tính nhạy cảm theo chu kỳ của nền kinh tế*

*Quy mô của từng món vay thường nhỏ nhưng số lượng các món  
vay lớn*

*Nhu cầu đối với các khoản vay tiêu dùng của KH hầu như ít co  
giãn với lãi suất*

*Chất lượng các thông tin tài chính của KH thường không*

*Nguồn trả nợ của KH đi vay có thể biến động lớn, phụ thuộc vào  
nhiều yếu tố*

*Lãi suất của các khoản CVTD cao*

### 1.1.2 Phân loại cho vay tiêu dùng

*Hình 1.2: Các hình thức CVTD*

#### a. Dựa vào mục đích sử dụng tiền vay của KH

*CVTD cư trú*

*CVTD phi cư trú*

**b. Dựa vào cách thức hoàn trả**

*CVTD trả góp*

*CVTD phi trả góp*

*CVTD tuần hoàn*

**d. Dựa vào phương thức cho vay**

*CVTD gián tiếp*

*Hình 1.3: Hình thức CVTD gián tiếp*

*CVTD trực tiếp*

*Hình 1.4: Hình thức CVTD trực tiếp*

**e. Dựa vào thời hạn cho vay**

*CVTD ngắn hạn*

*CVTD trung hạn*

*CVTD dài hạn*

**f. Dựa vào hình thức đảm bảo**

*CVTD đảm bảo không bằng tài sản*

*CVTD đảm bảo bằng tài sản*

**1.1.3 Rủi ro tín dụng trong hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại**

## **1.2 HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI**

### **1.2.1 Bối cảnh và mục tiêu cho vay tiêu dùng**

**a. Bối cảnh**

*Bối cảnh bên ngoài*

*- Môi trường kinh tế*

*- Pháp luật*

*- Môi trường văn hóa- xã hội*



-*Những nhân tố thuộc về đối thủ cạnh tranh*

-*Những nhân tố thuộc về KH*

Khả năng tài chính của KH

Đạo đức người đi vay

*Bối cảnh bên trong*

-*Định hướng phát triển của ngân hàng*

-*Năng lực tài chính của ngân hàng*

-*Chính sách tín dụng của ngân hàng*

-*Số lượng, trình độ cũng như đạo đức nghề nghiệp của các*

*CBTD*

-*Trình độ khoa học công nghệ và khả năng quản lý của ngân hàng*

***b. Mục tiêu cho vay tiêu dùng***

-*Tăng trưởng quy mô*

-*Phát triển thị phần*

-*Nâng cao chất lượng dịch vụ CVTD*

-*Kiểm soát rủi ro*

-*Gia tăng thu nhập*

**1.2.2 Kinh nghiệm cho vay tiêu dùng của một số ngân hàng thương mại tại Việt Nam và trên thế giới**

***a. Kinh nghiệm từ bong bóng bất động sản Mỹ 2008***

***b. Kinh nghiệm lãi suất cho vay tiêu dùng từ quốc tế***

***c. Kinh nghiệm từ các công ty tài chính và ngân hàng nước***

***Ngoài tại Việt Nam***

**1.2.3 Công tác tổ chức quản lý hoạt động cho vay tiêu dùng**

Tất cả hoạt động trong ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay tín dụng nói riêng đều được lên công tác thực hiện. Công tác

thực hiện bao gồm nhiều khâu, nhiều công đoạn khác nhau. Tuy nhiên, nó bao gồm một số nội dung chính như sau:

- a. Bộ máy và tổ chức bộ máy thực hiện*
- b. Đội ngũ cán bộ, nhân viên*
- c. Quy trình thực hiện cho vay*

*Hình 1.5: Quy trình CVTD*

**1.2.4 Các hoạt động triển khai cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại**

- a. Hoạt động điều tra, nghiên cứu thị trường*
- b. Hoạt động phát triển sản phẩm*
- c. Hoạt động quảng bá và phân phối*
- d. Hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ*
- e. Hoạt động kiểm soát rủi ro*

**1.2.5 Kết quả cho vay tiêu dùng**

- a. Về tăng trưởng quy mô cho vay tiêu dùng*

*Dư nợ CVTD*

*Số lượng KH vay vốn*

*Dư nợ bình quân trên một KH*

- b. Về cơ cấu cho vay tiêu dùng*
- c. Về chất lượng cung ứng dịch vụ cho vay tiêu dùng*
- d. Về kết quả kiểm soát rủi ro tín dụng trong cho vay tiêu dùng*
- e. Về tăng trưởng thu nhập cho vay tiêu dùng*

## **KẾT LUẬN CHƯƠNG 1**

Trong chương 1, luận văn trình bày những nội dung cơ bản về hoạt động CVTD của ngân hàng thương mại, đề cập đến những vấn đề như: khái niệm, đặc điểm, vai trò, quy trình CVTD, phân loại CVTD, đối tượng KH vay vốn tiêu dùng và các văn bản pháp luật về CVTD hiện đang được áp dụng tại các ngân hàng thương mại. Ngoài ra, luận văn còn đưa ra hệ thống các chỉ tiêu để đánh giá hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng thương mại. Những lý luận nêu trên làm cơ sở cho việc thực hiện mục tiêu nghiên cứu của đề tài ở những chương tiếp theo.

## CHƯƠNG 2

### PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – HÀ NỘI, CHI NHÁNH TỈNH QUẢNG NAM

#### 2.1 TỔNG QUAN VỀ NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – HÀ NỘI, CHI NHÁNH TỈNH QUẢNG NAM

##### 2.1.1 Tổng quan về ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội

##### 2.1.2 Tổng quan về ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam

*a. Chức năng và nhiệm vụ của ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam*

*b. Cơ cấu tổ chức, chức năng và nhiệm vụ các phòng ban của ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam*

*Hình 2.1: Bộ máy tổ chức của ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam*

*c. Kết quả hoạt động của ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam*

*Tình hình huy động vốn:*

*Bảng 2.1: Tình hình huy động vốn của chi nhánh giai đoạn 2014 - 2016*

*Tình hình cho vay*

*Bảng 2.2: Tình hình cho vay của chi nhánh giai đoạn 2014 - 2016*

*Kết quả hoạt động kinh doanh*

*Bảng 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh của chi nhánh giai đoạn 2014 - 2016*

#### 2.2 PHÂN TÍCH TÌNH HÌNH CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – HÀ NỘI, CHI NHÁNH TỈNH QUẢNG NAM

### **2.2.1 Phân tích bối cảnh và mục tiêu cho vay tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam**

*Bảng 2.4: Số lượng một số chi nhánh và phòng giao dịch của các ngân hàng trên địa bàn tỉnh Quảng Nam*

### **2.2.2 Phân tích công tác tổ chức quản lý hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam**

*a. Bộ máy tổ chức quản lý*

*b. Quy trình thực hiện cho vay tiêu dùng*

### **2.2.3 Phân tích tình hình triển khai các hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam**

*a. Các sản phẩm cho vay tiêu dùng đã triển khai*

*Cho vay mua ô tô:*

- Sản phẩm Ô tô năng động
- Sản phẩm Ô tô Trường Hải

*Cho vay mua nhà/xây dựng sửa chữa nhà:*

- Sản phẩm Nhà đẹp – Cuộc sống mới
- Sản phẩm Căn hộ mơ ước - Trọn vẹn ước mơ
- Sản phẩm Xây tổ ấm – Đáp yêu thương

*Hỗ trợ du học trọn gói*

*Cho vay cán bộ - công nhân viên*

- Cho vay tín chấp Cán bộ nhân viên
- Cho vay tín chấp Quản lý điều hành

- Ngoài ra SHB cũng có bộ sản phẩm phục vụ đời sống nhằm nâng cao hơn cuộc sống tiện nghi của KH

*Thấu chi tài khoản*

- Thấu chi tài khoản có TSDB

-Thấu chi tài khoản không có tài sản đảm bảo

***b. Phân tích các hoạt động CN đã thực hiện trong thời gian qua***

Chi nhánh đã tiến hành tìm hiểu sản phẩm cung cấp của các đối thủ cạnh tranh trên thị trường, chủ động tìm kiếm thị trường mục tiêu, tìm hiểu nhu cầu của khách hàng.

Chi nhánh dựa trên các sản phẩm đã được ngân hàng đưa ra tiến hành phân tích, tìm kiếm sản phẩm phù hợp với địa bàn và nhu cầu khách hàng.

Giao chỉ tiêu chỉ tiêu tăng trưởng tín dụng đồng thời kèm theo các chỉ tiêu về phát triển khách hàng, tỷ lệ thu lãi, tỷ lệ nợ xấu đến các phòng ban trong CN và đến từng CBTD dựa vào đó để xếp hạng, đánh giá hiệu quả công việc hàng tháng, hàng quý

Đơn giản hóa thủ tục, giảm bớt phiền hà cho KH vay vốn, nâng cao khả năng thẩm định để rút ngắn thời gian giải quyết cho vay, tạo điều kiện người dân tiếp cận vốn tín dụng NH nhưng vẫn đảm bảo tính an toàn trong hoạt động cho vay.

CN thường xuyên tổ chức các buổi kết nối với doanh nghiệp trên địa bàn thông qua nhiều kênh khác nhau.

Đẩy mạnh thực hiện quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng. Đa dạng hóa các sản phẩm cho vay nhằm tăng tính cạnh tranh, chiếm lĩnh thị phần

CN đã xây dựng văn hoá, hình ảnh đẹp của nhân viên trong lòng KH.

**2.2.4 Phân tích kết quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam**

***a. Phân tích về tăng trưởng quy mô cho vay tiêu dùng***

*Biểu đồ 2.1: Tốc độ tăng trưởng của dư nợ CVTD và tỷ trọng CVTD giai đoạn 2014 - 2016*

*Bảng 2.5: Số lượng khách hàng và tình hình dư nợ CVTD của chi nhánh giai đoạn 2014 – 2016*

***b. Phân tích về cơ cấu cho vay tiêu dùng***

*Bảng 2.6: Tình hình dư nợ cho vay tiêu dùng của chi nhánh theo kỳ hạn và sản phẩm của chi nhánh giai đoạn 2014 – 2016*

*Biểu đồ 2.2: Tỷ trọng CVTD theo sản phẩm của chi nhánh giai đoạn 2014 - 2016*

***c. Phân tích về chất lượng cung ứng dịch vụ***

***d. Phân tích kết quả kiểm soát rủi ro tín dụng trong cho vay tiêu dùng***

*Bảng 2.7: Thực trạng rủi ro CVTD của chi nhánh giai đoạn 2014 - 2016*

***e. Phân tích về tăng trưởng thu nhập cho vay tiêu dùng***

*Bảng 2.8: Hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng của chi nhánh giai đoạn 2014 -2016*

## **2.3 ĐÁNH GIÁ TÌNH HÌNH CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – HÀ NỘI, CHI NHÁNH TỈNH QUẢNG NAM**

### **2.3.1 Kết quả đạt được**

*Thứ nhất*, CN có lượng KH vay tiêu dùng không nhỏ và tăng trưởng ổn định qua các năm. Dư nợ CVTD và dư nợ CVTD bình quân/ KH không ngừng tăng trưởng. Cơ cấu cho vay theo sản phẩm ổn định qua các năm phù hợp với mục tiêu phát triển của CN.

*Thứ hai*, thị phần CVTD có xu hướng tăng dần qua các năm, nhiều KH biết đến và sử dụng các dịch vụ, sản phẩm được CN cung cấp.

*Thứ ba*, quy trình CVTD nói riêng được hiện một cách linh hoạt, đầy đủ và đúng tiêu chuẩn.

*Thứ tư*, chất lượng sản phẩm CVTD không ngừng được phát triển để đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao và đa dạng của KH.

### **2.3.2 Hạn chế và nguyên nhân**

#### **a. Hạn chế**

*Thứ nhất*, dư nợ CVTD tăng trưởng qua các năm, tuy nhiên tỷ trọng dư nợ CVTD còn thấp, chưa phát triển đúng với tiềm năng của địa phương.

*Thứ hai*, chất lượng của các khoản vay tiêu dùng đang có dấu hiệu giảm sút khi tỷ lệ nợ xấu đang tăng dần qua các năm.

*Thứ ba*, CN vẫn còn nhiều khoản nợ xử lý chậm.

*Thứ tư*, mặc dù thời gian qua, CN đã tập trung yếu tố cạnh tranh song tính cạnh tranh còn chưa cao thể hiện ở lãi suất cho vay còn chưa linh hoạt, so với các ngân hàng khác trên địa bàn vẫn còn cao và cao hơn so với các loại hình cho vay khác.

*Thứ năm*, công tác truyền thông, marketing và chăm sóc KH vẫn chưa được CN quan tâm đúng mực.

*Thứ sáu*, đội ngũ nhân sự của phòng tín dụng còn thiếu, lực lượng CBTD còn quá mỏng so với nhu cầu thực tế của địa phương.

#### **b. Nguyên nhân**

*Nguyên nhân bên ngoài*

Tâm lý e ngại của người tiêu dùng

Sự cạnh tranh từ các ngân hàng khác và các công ty tài chính

KH vay tiêu dùng nhưng sai mục đích

Tình hình tài chính của KH kém, thiếu minh bạch

KH đi vay tại nhiều tổ chức tín dụng khác nhau

*Nguyên nhân bên trong*



Công tác truyền thông trong hoạt động CVTD còn hạn chế.

Với địa bàn trải dài mà hệ thống CN, PGD còn hạn chế, số lượng CBTD còn mỏng gây ra tình trạng quá tải trong công việc.

Thiếu giám sát và quản lý sau khi cho vay

CBTD thiếu năng lực

## **KẾT LUẬN CHƯƠNG 2**

Trong chương 2, luận văn đã giới thiệu về ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam và kết quả hoạt động kinh doanh trong giai đoạn 2014-2016.

Qua phân tích tình hình cho vay tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam thời gian qua, có thể thấy rằng cho vay tiêu dùng mang lại hiệu quả thiết thực cho hoạt động kinh doanh, là một mảng kinh doanh chiến lược, còn nhiều tiềm năng của chi nhánh. Tuy nhiên, quá trình cho vay tiêu dùng tại chi nhánh vẫn còn nhiều tồn tại và khó khăn cần phải khắc phục để phù hợp với mục tiêu kinh doanh và đặc điểm của địa phương. Vì vậy, những nghiên cứu của chương 2 cũng chính là một trong những cơ sở để luận văn đưa ra khuyến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động cho vay tiêu dùng của chi nhánh tại chương 3.

### **CHƯƠNG 3**

## **KHUYẾN NGHỊ NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – HÀ NỘI, CHI NHÁNH TỈNH QUẢNG NAM**

### **3.1 CĂN CỨ ĐỀ XUẤT CÁC KHUYẾN NGHỊ**

#### **3.1.1 Định hướng cho vay tiêu dùng của ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam đến năm 2020**

CN đẩy mạnh các hoạt động nghiên cứu thị trường, phân đoạn thị trường và khách hàng mục tiêu.

Các chuyên viên quan hệ KH phải tiếp tục duy trì mối quan hệ với các KH trung thành. Song song với đó, CN cũng cần đẩy mạnh hoạt động tìm kiếm KH mới.

CN cũng đẩy mạnh các sản phẩm CVTD trong đó tập trung vào mảng các KH có thu nhập cao, các khoản vay có giá trị lớn và các sản phẩm chủ yếu là cho vay mua nhà, sửa chữa và nâng cấp nhà cửa, mua ô tô phân khúc trung bình khá... được đảm bảo bằng tài sản của KH.

Đặc biệt, CN sẽ tập trung hơn nữa tài lực và nhân lực vào công tác kiểm tra để hạn chế rủi ro trong hoạt động CVTD..

#### **3.1.2 Bối cảnh nền kinh tế tỉnh Quảng Nam – thị trường mục tiêu của ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam**

#### **3.1.3 Xuất phát từ kết quả phân tích thực trạng cho vay tiêu dùng của ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam**

## **3.2 KHUYẾN NGHỊ NHẪM HOÀN THIỆN HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN – HÀ NỘI, CHI NHÁNH TỈNH QUẢNG NAM**

### **3.2.1 Khuyến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam**

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

Danh sách các sản phẩm cho vay tiêu dùng của các ngân hàng hiện nay là khá giống nhau vì sản phẩm của ngân hàng là sản phẩm dễ sao chép nên việc nâng cao chất lượng các sản phẩm hiện tại sẽ là lợi thế vượt trội của chi nhánh. Theo như mục tiêu phát triển của chi nhánh, chi nhánh nên tập trung phát triển một số các sản phẩm như:

*Cho vay hỗ trợ nhà ở*

*Cho vay du học*

*Cho vay mua oto*

*Cho vay tiêu dùng nói chung*

#### ***b. Hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng***

Với những khách hàng vay số vốn lớn, luôn trả nợ đều đặn và đúng hạn, chi nhánh có thể thực hiện cho vay với lãi suất thấp hơn, đồng thời tổ chức các buổi hội nghị khách hàng và có quà tặng riêng tới các đối tượng này.

Với những khách hàng ở xa nhưng họ vẫn tới ngân hàng để vay (mặc dù họ có thể sử dụng các dịch vụ của những ngân hàng khác gần hơn) thì các cán bộ tín dụng cũng có thể giảm lãi suất cho vay.

Chi nhánh nên thực hiện những chương trình chăm sóc thường xuyên, sự quan tâm đặc biệt và chính sách ưu đãi dành cho KH trung thành để tăng mức độ hài lòng và gắn bó.

Chi nhánh nên tăng cường tập huấn về văn hóa của SHB, thực hiện và làm theo văn hóa SHB sẽ là một trong những tiêu chí để đánh giá, xếp hạng thi đua hàng tháng, quý, năm. Khi tư vấn cho khách hàng sử dụng các sản phẩm phải luôn luôn lắng nghe khách hàng và tư vấn các sản phẩm phải làm nổi bật được những đặc tính mà sản phẩm mang tới so với các sản phẩm cùng loại của đối thủ cạnh tranh, những lợi ích trong việc giao dịch với ngân hàng.

***c. Tăng cường công tác truyền thông, quảng bá giới thiệu sản phẩm cho vay tiêu dùng***

Chi nhánh nên chủ động tổ chức chương trình giới thiệu tuyên truyền về sản phẩm cho vay tiêu dùng đến các doanh nghiệp, đơn vị hành chính sự nghiệp, trường học hay các nhóm khách hàng mục tiêu. Thiết lập các kênh thông tin trực tiếp để cung cấp thông tin sản phẩm đến cho người có nhu cầu như đường dây nóng, địa chỉ mail hay nhân viên tư vấn tận nhà, tận đơn vị.

CN nên thỉnh thoảng triển khai đó là các chương trình khuyến mãi để tạo thêm động lực cho KH. Ngoài ra, vào những giờ cao điểm – Ban giám đốc chi nhánh có thể thay phiên xuống quầy thăm hỏi, mời nước hoặc khuyến khích KH góp ý kiến về các sản phẩm của ngân hàng cũng như chất lượng dịch vụ tại ngân hàng.

CN cần tích cực tổ chức và tham gia các sự kiện cộng đồng nhằm quảng bá rộng rãi thương hiệu ngân hàng tại địa bàn trong phạm vi bán kính 1-3km.

Ngoài ra, với sự phát triển của công nghệ hiện nay thông qua một số phương tiện đại chúng như những trang mạng xã hội: Facebook, Zalo, Twitter, chi nhánh có thể lập các trang mạng xã hội để giới thiệu về chi nhánh.

***d. Nâng cao công tác thẩm định khách hàng, tăng cường kiểm tra, giám sát sau khi cho vay***

Nâng cao công tác thẩm định khách hàng

Thống nhất các phương thức, trình tự công việc cần thực hiện khi tiến hành kiểm tra, giám sát đối với các khoản vay sau khi giải ngân để kịp thời phát hiện các dấu hiệu rủi ro và có những biện pháp xử lý nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động, đảm bảo an toàn và hiệu quả trong cho vay tiêu dùng.

Kiểm tra mục đích sử dụng vốn vay của khách hàng

Kiểm tra TSĐB

Giám sát tình trạng khoản vay

***e. Nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ***

Thường xuyên đào tạo lại cán bộ nhân viên trong chi nhánh ngoài những kiến thức cơ bản, các văn bản chỉ đạo của ngành ngân hàng, cần đào thêm kiến thức về pháp luật, kỹ năng bán hàng, kiến thức về quản lý, kỹ năng giao tiếp... đồng thời, quan tâm hơn nữa tới việc đào tạo ngoại ngữ cho cán bộ nhân viên.

Nâng cao ý thức và trách nhiệm của mỗi cán bộ trong chi nhánh. Luôn nhấn mạnh ý nghĩa tầm quan trọng của kỹ năng và phong cách phục vụ đến khách hàng nhằm mục tiêu giữ chân khách hàng cũ và thu hút các khách hàng mới.

Nâng cao các kỹ năng giao dịch của nhân viên, tính chuyên nghiệp, tốc độ làm việc và tính chính xác trong khi làm việc với khách hàng.

Ngoài ra, chi nhánh cũng cần phải quan tâm đến môi trường làm việc của nhân viên, quan tâm đến vấn đề giao việc và đánh giá kết quả hoàn thành công việc để đảm bảo việc cạnh tranh lành mạnh giữa các nhân viên.

*f. Đẩy mạnh công tác huy động nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu tín dụng của khách hàng.*

**3.2.2 Khuyến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động cho vay tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội**

- a. Hoàn thiện và đa dạng hóa các sản phẩm cho vay tiêu dùng*
- b. Hiện đại hoá công nghệ ngân hàng:*
- c. Mở rộng mạng lưới hoạt động của ngân hàng.*
- d. Đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực*
- e. Xây dựng văn hóa ngân hàng*

### KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Trong chương 3, luận văn nêu được định hướng phát triển của hoạt động cho vay tiêu dùng ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam trong thời gian tới

Trên cơ sở phân tích những hạn chế của hoạt động cho vay tiêu dùng ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam và nguyên nhân của những hạn chế trên, chương 3 đã nêu ra một số khuyến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động cho vay tiêu dùng ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam như: hoàn thiện và nâng cao chất lượng sản phẩm cho vay tiêu dùng, hoàn thiện công tác chăm sóc khách hàng, tăng cường công tác truyền thông, quảng bá giới thiệu sản phẩm, nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ... và một số khuyến nghị với ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội: hoàn thiện và đa dạng hóa sản phẩm, hiện đại hóa công nghệ ngân hàng, xây dựng văn hóa ngân hàng..... Đây là một số khuyến nghị quan trọng nhằm hoàn thiện hoạt động cho vay tiêu dùng ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội nói chung và ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam Chi nhánh tỉnh Quảng Nam nói riêng.



## KẾT LUẬN

Phát triển CVTD là một xu thế phát triển tất yếu của của các ngân hàng thương mại. Với sự phát triển của nền kinh tế hiện nay, xu hướng phát triển các hoạt động tín dụng cá nhân đã được hình thành và mục tiêu phát triển của các ngân hàng thương mại thành các ngân hàng bán lẻ hiện đại thì cho vay tiêu dùng sẽ thành mục tiêu phát triển chiến lược của các ngân hàng trong hiện tại và tương lai.

Đối với ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam, CVTD có vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của chi nhánh nhằm hướng tới mục tiêu trở thành một trong những ngân hàng có uy tín trong việc cung ứng sản phẩm CVTD. Trong thời gian qua, với định hướng chỉ đạo của Ban giám đốc cùng sự nỗ lực của toàn bộ nhân viên chi nhánh, hoạt động CVTD đã đạt được những thành công đáng kể. Tuy nhiên, trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt như hiện nay, để có những phát triển hơn nữa trong hoạt động CVTD thì chi nhánh cần phải thực hiện rất nhiều công việc.

Với kết quả nghiên cứu thực tế về đề tài: "Phân tích tình hình cho vay tiêu dùng tại ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, chi nhánh tỉnh Quảng Nam", luận văn đã làm sáng tỏ được một số vấn đề sau:

Thứ nhất, hệ thống hóa những vấn đề lý luận cơ bản về CVTD, vai trò của CVTD trong nền kinh tế thị trường. Trong đó, nội dung CVTD của các NHTM đã được phân tích cùng với các nhân tố ảnh hưởng tới CVTD cũng như kinh nghiệm CVTD của một số NHTM trên thế giới và ở trong nước. Những bài học kinh nghiệm từ sự phân tích này có thể áp dụng cho nhiều NHTM ở Việt Nam, trong đó có ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam.

Thứ hai, phân tích, đánh giá thực trạng CVTD của ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam giai đoạn 2014 – 2016.

Thứ ba, đề xuất một số khuyến nghị nhằm hoàn thiện hoạt động CVTD ngân hàng TMCP Sài Gòn – Hà Nội, Chi nhánh tỉnh Quảng Nam trong thời gian đến. Trong đó, các khuyến nghị nhằm hoàn thiện CVTD cần được chú trọng như: nâng cao chất lượng sản phẩm CVTD; tăng cường các hoạt động kiểm soát rủi ro trước, trong và sau khi cho vay, hoàn thiện, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực..

Đây là đề tài không mới nhưng là nội dung được sự quan tâm của nhiều người, đặc biệt đối với các ngân hàng ưu tiên phát triển dịch vụ CVTD ở Việt Nam hiện nay. Do tính chất phức tạp của lĩnh vực nghiên cứu, luận văn khó tránh khỏi những khiếm khuyết và hạn chế cần được bổ sung. Xin cảm ơn sự tham gia đóng góp, chỉnh sửa của quý thầy cô giáo và các bạn đồng nghiệp để đề tài luận văn có thể tiếp tục được hoàn thiện.

**KHOA QUẢN LÝ CHUYÊN NGÀNH  
ĐÃ KIỂM TRA VÀ XÁC NHẬN**

*Tóm tắt luận văn được trình bày theo đúng quy định về hình thức và  
đã được chỉnh sửa theo kết luận của Hội đồng*

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Chuy', is written over a horizontal blue line.