

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC ĐIỆN LỰC



PHAN THỊ THU HIỀN

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY
KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP XĂNG
DẦU PETROLIMEX-CHI NHÁNH HÀ NỘI**

Chuyên ngành : Quản trị kinh doanh

Mã số : 8340101

LUẬN VĂN THẠC SĨ QUẢN TRỊ KINH DOANH

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

HÀ NỘI, NĂM 2022

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan Luận văn thạc sĩ “Một số giải pháp tăng cường hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại ngân hàng TMCP Xăng dầu Petrolimex - Chi nhánh Hà Nội” là công trình nghiên cứu độc lập do tác giả thực hiện dưới sự hướng dẫn của PGS.TS Nguyễn Ngọc Sơn. Luận văn chưa được công bố trong bất cứ công trình nghiên cứu nào. Các số liệu, nội dung được trình bày trong luận văn là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng, hợp lệ và đảm bảo tuân thủ các quy định về bảo vệ quyền ở hữu trí tuệ.

Tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về toàn bộ nội dung của luận văn thạc sĩ.

Tác giả

Phan Thị Thu Hiền

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành luận văn này, ngoài sự nỗ lực, cố gắng của bản thân, tác giả đã nhận được sự giúp đỡ của nhiều tập thể, cá nhân trong và ngoài trường.

Tác giả xin bày tỏ lòng kính trọng và biết ơn sâu sắc tới Thầy giáo hướng dẫn PGS. TS Nguyễn Ngọc Sơn đã luôn tận tình hướng dẫn, động viên và giúp đỡ tác giả hoàn thành luận văn này.

Tác giả cũng xin bày tỏ lòng biết ơn đến các thầy, cô Trường Đại học Điện lực, đã tạo điều kiện thuận lợi cho tác giả trong quá trình học tập, nghiên cứu.

Trong quá trình thực hiện đề tài, tác giả còn nhận được sự giúp đỡ nhiệt tình của các anh chị cán bộ nhân viên của Ngân hàng Thương mại cổ phần Xăng Dầu Petrolimex- Chi nhánh Hà Nội đã tạo điều kiện giúp đỡ tác giả có được thông tin, số liệu để viết bài. Tác giả cũng xin được gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến các bạn bè trong lớp đã giúp đỡ trong quá trình nghiên cứu và hoàn thành bài luận văn này.

Trân trọng !

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN

LỜI CẢM ƠN

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

DANH MỤC BẢNG, SƠ ĐỒ, BIỂU ĐỒ

LỜI MỞ ĐẦU Error! Bookmark not defined.

CHƯƠNG 1: MỘT SỐ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI..... Error! Bookmark not defined.

1.1. KHÁI QUÁT NGHIỆP VỤ CHO VAY CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI..... Error! Bookmark not defined.

1.1.1. Khái niệm cho vay Error! Bookmark not defined.

1.1.2. Phân loại cho vay..... 6

1.1.3. Nguyên tắc cho vay..... 8

1.1.4. Điều kiện vay vốn 9

1.1.5. Thời hạn cho vay 10

1.2. HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI 12

1.2.1. Quan niệm về hoạt động cho vay KHCN 12

1.2.2. Đặc điểm của hoạt động cho vay khách hàng cá nhân 13

1.2.3. Một số chỉ tiêu đánh giá mức độ mở rộng hoạt động cho vay KHCN .. 14

1.2.4. Các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động cho vay KHCN của NHTM 18

1.3. Ý NGHĨA CỦA VIỆC TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI	23
1.3.1. Đối với nền kinh tế - xã hội	23
1.3.2. Đối với Ngân hàng Thương mại	23
1.3.3. Đối với khách hàng cá nhân.....	24
TIỂU KẾT CHƯƠNG 1.....	25
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP XĂNG DẦU PETROLIMEX - CHI NHÁNH HÀ NỘI.....	Error! Bookmark not defined.
2.1. KHÁI QUÁT VỀ NH TMCP XĂNG DẦU PETROLIMEX - CHI NHÁNH HÀ NỘI.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Sự hình thành và phát triển.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Cơ cấu tổ chức, quản lý của Pgbank - Hà Nội.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của Pgbank - Hà Nội.....	Error! Bookmark not defined.
2.2. THỰC TRẠNG TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHCN CỦA NH TMCP XĂNG DẦU PETROLIMEX- CHI NHÁNH HÀ NỘI.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Dư nợ các sản phẩm cho vay chủ yếu đối với khách hàng cá nhân	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. Tình hình về lãi suất cho vay	Error! Bookmark not defined.
2.2.3. Nợ quá hạn, nợ xấu trong cho vay KHCN ...	Error! Bookmark not defined.
2.2.4. Lợi nhuận từ hoạt động cho vay KHCN	Error! Bookmark not defined.
2.2.5. Tính đa dạng của sản phẩm cho vay KHCN	Error! Bookmark not defined.

2.2.6. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng Error! Bookmark not defined.

2.2.7. Sự tuân thủ các quy định về hoạt động cho vay của ngân hàngError!
Bookmark not defined.

**2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY
KHCN TẠI NH TMCP XĂNG DẦU PETROLIMEX-CN HÀ NỘIError!**
Bookmark not defined.

2.3.1. Kết quả đạt được Error! Bookmark not defined.

2.3.2. Tồn tại..... Error! Bookmark not defined.

2.3.3. Nguyên nhân..... Error! Bookmark not defined.

TIÊU KẾT CHƯƠNG 2..... 52

**CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY
KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP XĂNG DẦU
PETROLIMEX – CHI NHÁNH HÀ NỘI**

**3.1. ĐỊNH HƯỚNG TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH
HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP XĂNG DẦU
PETROLIMEX – CHI NHÁNH HÀ NỘI ĐẾN NĂM 2025Error!**
Bookmark not defined.

**3.1.1. Mục tiêu hoạt động kinh doanh giai đoạn 2025Error! Bookmark not
defined.**

**3.1.2. Định hướng phát triển dịch vụ đối với khách hàng cá nhân giai đoạn
2025..... Error! Bookmark not defined.**

**3.2 GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH
HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP XĂNG DẦU
PETROLIMEX – CHI NHÁNH HÀ NỘI ... Error! Bookmark not defined.**

3.2.1. Cải tiến quy trình, chính sách cho vay KHCN	Error! Bookmark not defined.
3.2.2. Đa dạng hóa và phát triển các sản phẩm tín dụng	Error! Bookmark not defined.
3.2.3. Thực hiện liên kết cho vay	Error! Bookmark not defined.
3.2.4. Nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing	Error! Bookmark not defined.
3.2.5. Nâng cao năng lực quản trị rủi ro tín dụng .	Error! Bookmark not defined.
3.2.6. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.....	63
3.2.7. Tăng cường ứng dụng và đổi mới công nghệ trong hoạt động ngân hàng	66
3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ	67
3.3.1. Đối với Chính phủ, các Bộ ban ngành	67
3.3.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước	67
TIÊU KẾT CHƯƠNG 3	69
KẾT LUẬN	70
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	Error! Bookmark not defined.

DANH MỤC CHỮ

STT	Ký hiệu	Nguyên nghĩa
1	ATM	Máy rút tiền tự động
2	ACB	Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu (Asia Commercial Joint Stock Bank)
3	AUD	Đồng Đô la Úc
4	BSMS	Dịch vụ thông tin tài khoản tự động
5	CNTT	Công nghệ thông tin
6	CBCNV	Cán bộ công nhân viên
7	ĐCTC	Định chế tài chính
8	DVNH	Dịch vụ ngân hàng
9	DVBL	Hoạt động cho vay khách hàng cá nhân
10	EUR	Đồng tiền chung Châu Âu
11	JPY	Đồng Yên Nhật
12	IBPS	Hệ thống thanh toán điện tử liên ngân hàng
13	GBP	Đồng Bảng Anh
14	GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
15	HDK	Đồng Đô la Hồng Kông
16	NHTM	Ngân hàng thương mại
17	NHNN	Ngân hàng Nhà nước
18	NH TMCP	Ngân hàng thương mại cổ phần
19	NH TMNN	Ngân hàng thương mại nhà nước
20	NHBL	Ngân hàng bán lẻ
21	POS	Thiết bị thanh toán thẻ
22	PG Bank	Ngân hàng thương mại cổ phần Xăng dầu Petrolimex
23	SPDV	Sản phẩm dịch vụ
24	TCTD	Tổ chức tín dụng
25	USD	Đồng Đô la Mỹ
26	VNĐ	Đồng Việt Nam
27	WTO	Tổ chức thương mại thế giới
28	WB	Ngân hàng Thế giới (World Bank)
29	WU	Chi trả kiều hối (Western Union)

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Tình hình huy động vốn của Pgbank- CN HN giai đoạn 2019-2021

..... **Error! Bookmark not defined.**

Bảng 2.2: Tình hình dư nợ của Pgbank – CN HN giai đoạn 2019-2021

Bảng 2.3: Khả năng thanh toán giai đoạn 2019-2021

Bảng 2.4: Tình hình nguồn vốn huy động giai đoạn 2019-2021 **Error!**

Bookmark not defined.

Bảng 2.5: Cơ cấu nguồn vốn huy động theo kỳ hạn giai đoạn 2019- 2021

..... **Error! Bookmark not defined.**

Bảng 2.6: Nguồn vốn huy động theo thành phần kinh tế giai đoạn 2019- 2021

..... **Error! Bookmark not defined.**

Bảng 2.7: Tỷ trọng dự nợ cho vay giai đoạn 2019-2021 **Error! Bookmark not defined.**

Bảng 2.8: Tình hình dư nợ cho vay theo thành phần kinh tế chi nhánh Hà Nội giai đoạn 2019 - 2021 **Error! Bookmark not defined.**

Bảng 2.9: Dư nợ tín dụng theo cơ cấu thời gian giai đoạn 2019 - 2021 **Error! Bookmark not defined.**

Bảng 2.10: Chất lượng dư nợ tín dụng giai đoạn 2019 - 2021 **Error! Bookmark not defined.**

Bảng 2.11: Tình hình phát hành và thanh toán thẻ ATM Chi nhánh Hà Nội từ giai đoạn 2019 - 2021 **Error! Bookmark not defined.**

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Hội nhập kinh tế quốc tế, trong đó hội nhập trong lĩnh vực ngân hàng là xu thế tất yếu trong tiến trình phát triển của nền kinh tế thế giới. Chính điều này tạo ra sự phát triển và mở rộng không ngừng của các ngân hàng hiện nay. Đây cũng là một thách thức lớn khi các ngân hàng tham gia thị trường phải đối đầu. Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt này, buộc các ngân hàng phải tìm hướng đi mới, đưa ra dịch vụ, sản phẩm mới thu hút khách hàng.

Trong những năm gần đây, dưới áp lực cạnh tranh về cung cấp dịch vụ ngân hàng và sự phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, các NHTM Việt Nam đã bắt đầu quan tâm đẩy mạnh hiện đại hóa, ứng dụng những tiến bộ của khoa học công nghệ vào khai thác thị trường bán lẻ. Nhiều ngân hàng đã đầu tư rất mạnh cho công nghệ để tạo lập cơ sở hạ tầng cần thiết cho phát triển dịch vụ, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, chủ động đối mặt với những thách thức của tiến trình hội nhập.

Việt Nam với dân số khoảng gần 100 triệu người và mức thu nhập ngày càng tăng là thị trường đầy tiềm năng của các NHTM, thị trường này sẽ phát triển mạnh trong tương lai do tốc độ tăng thu nhập và sự tăng trưởng của các loại hình doanh nghiệp. Các NHTM đang có xu hướng chuyển sang bán lẻ, tăng cường tiếp cận với khách hàng là cá nhân, doanh nghiệp nhỏ và vừa. Khi chuyển sang bán lẻ, các ngân hàng sẽ có thị trường lớn hơn, tiềm năng phát triển tăng lên và có khả năng phân tán rủi ro trong kinh doanh.

Các khách hàng sẽ có xu hướng tiếp cận với nhiều ngân hàng và chọn sản phẩm dịch vụ của ngân hàng có mức giá rẻ, đòi hỏi các ngân hàng phải cung cấp sản phẩm và dịch vụ có chất lượng cho khách hàng, giảm thiểu chi phí và đổi mới công nghệ nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh. Cạnh tranh giữa các NHTM ngày càng gay gắt, nhất là tại các đô thị loại 1 và loại 2, nơi tập trung khách hàng có tiềm năng tài chính lớn và mật độ ngân hàng tăng mạnh.

Hệ thống NHTM Việt Nam mặc dù đang có những thuận lợi như mạng lưới hoạt động ngày càng được nhân rộng, lượng khách hàng tiềm năng và thị phần đầu tư ngày càng gia tăng nhưng vẫn còn nhiều tồn tại, đặc biệt là về mặt tín dụng như tiềm lực về vốn còn yếu, công nghệ và tổ chức ngân hàng lạc hậu, năng lực quản trị rủi ro yếu, tỷ lệ nợ quá hạn còn ở mức cao, thiếu đội ngũ những cán bộ ngân hàng có khả năng phân tích tài chính chuyên nghiệp. Thực tế đặt ra yêu cầu cấp thiết cần phải mở rộng và nâng cao chất lượng tín dụng của các ngân hàng thương mại Việt Nam để đáp ứng yêu cầu hội nhập tài chính quốc tế. Trong đó, mở rộng hoạt động cho vay cá nhân là một tất yếu khách quan.

Như chúng ta đã biết, trong điều kiện hiện nay với mức sống cao hơn trước dẫn đến nhu cầu sinh hoạt cũng tăng. Do vậy, rất nhiều cá nhân muốn: mở rộng sản xuất kinh doanh, mua nhà, ô tô, mua sắm các đồ dùng sinh hoạt v.v... để tiện cho việc đi lại, kinh doanh.

Nhưng do điều kiện kinh tế có hạn nên họ không thể mua, họ rất mong muốn được vay ngân hàng và trả dần. Thiết nghĩ, đây là một bộ phận khách hàng lớn của ngân hàng, góp phần làm tăng thu nhập cho ngân hàng và hoạt động cho vay cá nhân cũng là một xu thế phù hợp với các nước tiên tiến trên thế giới.

DANH MỤC BẢNG

Không nằm ngoài xu thế chung đó, Ngân hàng thương mại cổ phần xăng dầu Petrolimex(PG Bank) – chi nhánh Hà Nội đã có định hướng rõ ràng trong lộ trình phát triển là lựa chọn dịch vụ dành cho khách hàng cá nhân làm chiến lược kinh doanh lâu dài, PG Bank – chi nhánh Hà Nội xác định “hoạt động Ngân hàng bán lẻ là cơ sở để tạo lập một nền khách hàng vững chắc và mang lại lợi nhuận cao cho Ngân hàng”.

Nhất quán mục tiêu phát triển của toàn hệ thống, nắm bắt được nhu cầu tín dụng của khách hàng cá nhân PG Bank – chi nhánh Hà Nội đang tập trung tìm mọi giải pháp để mở rộng cho vay đối với khách hàng cá nhân nhằm chiếm lĩnh thị phần và nâng cao hiệu quả hoạt động. Tuy nhiên, việc mở rộng phát triển các sản phẩm cho vay đối với khách hàng cá nhân tại PG Bank – chi nhánh Hà Nội chưa thực sự chuyển biến mạnh mẽ.

Chính vì vậy, tôi quyết định chọn đề tài: “Một số giải pháp tăng cường hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Xăng dầu Petrolimex – CN Hà Nội” để nghiên cứu nhằm đưa ra những giải pháp thích hợp, giúp PGbank - CN Hà Nội tháo gỡ được những khó khăn trong việc phát triển cho vay KHCN trong thời gian tới.

2. Tổng quan nghiên cứu

Phân tích tình hình cho vay khách hàng cá nhân đã được các nhà nghiên cứu quan tâm từ rất lâu nhưng vấn đề này luôn luôn cần thiết đặc biệt là trong giai đoạn kinh tế hiện nay.

- Luận văn của tác giả Phạm Thu Hương (2015), Thực trạng cho vay khách hàng cá nhân và giải pháp tại Ngân hàng thương mại cổ phần Á Châu – chi nhánh Hà Nội.

- Luận văn của tác giả Huỳnh Nguyễn Đức Huy (2007), Nâng cao chất lượng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại ngân hàng thương mại cổ phần ngoài quốc doanh – thành phố Hồ Chí Minh.

- Luận văn của tác giả Nguyễn Hữu Thế (2015), Thực trạng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Chi nhánh Ngân hàng Công thương khu vực Ba Đình.

- Luận văn của tác giả Nguyễn Kiều My (2007), Hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Đông Hòa.

3. Mục tiêu nghiên cứu

- Mục tiêu tổng quát: Tăng cường hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại cổ phần xăng dầu Petrolimex (PG Bank) chi nhánh Hà Nội.
- Mục tiêu cụ thể:
 - + Hệ thống hóa những vấn đề cơ bản về hoạt động cho vay khách hàng cá nhân của NHTM.
 - + Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân của Ngân hàng thương mại cổ phần xăng dầu Petrolimex – chi nhánh Hà Nội từ năm 2019 đến nay.
 - + Đề xuất và kiến nghị những giải pháp chủ yếu nhằm tăng cường hoạt động cho vay cá nhân của Ngân hàng thương mại cổ phần xăng dầu Petrolimex – Chi nhánh Hà Nội.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Đối tượng nghiên cứu là hoạt động cho vay khách hàng cá nhân của Ngân hàng thương mại cổ phần xăng dầu Petrolimex (PG Bank) chi nhánh Hà Nội
- Phạm vi:
 - + *Về không gian*: Ngân hàng thương mại cổ phần Xăng dầu Petrolimex -Chi nhánh Hà Nội.
 - + *Về thời gian*: nghiên cứu hoạt động cho vay khách hàng cá nhân của Ngân hàng thương mại cổ phần xăng dầu Petrolimex – chi nhánh Hà Nội giai đoạn 2019-2021 và giải pháp đến năm 2025.

5. Phương pháp nghiên cứu

Trong luận văn có sử dụng tổng hợp các phương pháp duy vật biện chứng kết hợp với các phương pháp nghiên cứu khoa học sau:

- *Phương pháp khảo cứu tài liệu*: Khảo cứu các tài liệu, các công trình khoa học đã được công bố về các vấn đề liên quan đến hoạt động cho vay khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại, chọn lọc, kế thừa và phát triển cơ sở lý luận.
- *Phương pháp thu thập thông tin*: Thu thập các số liệu sơ cấp: liên quan đến hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Xăng dầu Petrolimex - Chi nhánh Hà Nội giai đoạn 2019-2021.
- *Phương pháp xử lý thông tin*

+ *Phương pháp phân tích*: Phân tích các thông tin, số liệu thu thập làm rõ các khía cạnh các vấn đề liên quan đến đề tài.

DANH MỤC BẢNG

+ *Phương pháp tổng hợp*: Tổng hợp các kết quả nghiên cứu, phân tích, quy nạp để làm rõ tổng thể vấn đề nghiên cứu một cách toàn diện, tổng quát.

+ *Phương pháp thống kê*: Thống kê, thiết lập các bảng, biểu, sơ đồ để minh họa, khái quát các vấn đề, kết quả phân tích, tổng hợp.

6. Kết cấu đề tài nghiên cứu

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục, danh mục tài liệu tham khảo, nội dung của Luận văn gồm 3 chương:

Chương 1: Một số lý luận cơ bản về tăng cường hoạt động cho vay khách hàng cá nhân của NHTM

Chương 2: Thực trạng tăng cường hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Xăng Dầu Petrolimex- Chi nhánh Hà Nội

Chương 3: Giải pháp tăng cường hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng Thương mại cổ phần Xăng Dầu Petrolimex- Chi nhánh Hà Nội

CHƯƠNG 1: DANH MỤC BẢNG

MỘT SỐ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. KHÁI QUÁT NGHIỆP VỤ CHO VAY CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1.1. Khái niệm cho vay:

Hoạt động cho vay là cơ bản và quan trọng nhất trong các hoạt động cấp tín dụng của MHTM. Hoạt động cho vay là hoạt động sinh lời lớn nhất của ngân hàng nhưng đồng thời cũng là hoạt động đem lại nhiều rủi ro nhất. Khi cho khách hàng vay vốn, NHTM sẽ thu được một khoản lợi nhuận từ lãi tiền vay mà khách hàng trả. Tuy nhiên, ngân hàng cũng phải đối mặt với những rủi ro về lãi suất, thanh khoản, về kỳ hạn...mà nếu không có những biện pháp quản lý phù hợp, ngân hàng rất có thể sẽ bị phá sản.

Theo mục 2- Điều 3 - Quyết định 1627/2001/QĐ-NHNN ngày 31/12/2001 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước về ban hành qui chế cho vay của Tổ chức tín dụng với khách hàng, ta có định nghĩa: *“Cho vay là một hình thức cấp tín dụng, theo đó tổ chức tín dụng giao cho khách hàng một khoản tiền để sử dụng vào mục đích và thời hạn nhất định theo thỏa thuận với nguyên tắc hoàn trả cả gốc và lãi”*.

Căn cứ vào bảng tổng kết tài sản của các NHTM, chúng ta thấy rằng cho vay luôn là khoản mục chiếm tỷ lệ lớn nhất trong tổng tài sản của ngân hàng và là khoản mục đem lại thu nhập cao nhất cho ngân hàng. Tuy nhiên rủi ro trong hoạt động ngân hàng có xu hướng tập trung vào danh mục các khoản cho vay.

Tiền cho vay là một món nợ đối với cá nhân hay doanh nghiệp đi vay nhưng lại là một tài sản đối với ngân hàng. So sánh với các tài sản khác khoản mục cho vay có tính lỏng kém hơn vì thông thường chúng không thể chuyển thành tiền mặt trước khi các khoản cho vay đó đến hạn thanh toán. Khi một khoản vay được NHTM cấp cho người vay thì người vay mới là bên chủ động: có thể trả ngân hàng tiền vay trước hạn, đúng hạn thậm chí có thể xin gia hạn thêm thời gian trả nợ. Còn các NHTM chỉ được phép quản lý các khoản vay đó tuân theo hợp đồng đã ký, ngân hàng phải thực hiện theo đúng hợp đồng đã ký trừ khi có những sai phạm của khách hàng khi thực hiện hợp đồng.

1.1.2. Phân loại cho vay

DANH MỤC BẢNG

Các ngân hàng cung cấp nhiều loại hình cho vay khác nhau tương ứng với sự đa dạng trong mục đích vay vốn của khách hàng, từ việc mua ô tô và sắm sửa các phương tiện sinh hoạt, chuẩn bị cho các kỳ nghỉ, tài trợ cho quá trình học tập đến việc xây nhà ở và các toà nhà văn phòng. Các danh mục cho vay có thể được sắp xếp rất đa dạng tùy theo các tiêu thức quản lý khác nhau của các NHTM.

1.1.2.1. Căn cứ vào thời hạn khoản vay

Theo tiêu thức này ngân hàng có thể quản lý tốt hơn về mặt thời gian của các khoản vay như là thời hạn giải ngân, thời hạn thu nợ... Qua đó các ngân hàng có thể quản lý tốt khả năng thanh khoản của chính mình.

- Cho vay ngắn hạn: Là hình thức cho vay có thời hạn dưới 12 tháng nhằm mục đích bù đắp sự thiếu hụt vốn tạm thời như tài trợ cho tài sản lưu động và nhu cầu chi tiêu ngắn hạn của cá nhân...

- Cho vay trung hạn: Là hình thức cho vay có thời hạn từ 12 tháng đến 60 tháng, chủ yếu để mở rộng sản xuất kinh doanh, đổi mới trang thiết bị, mua sắm máy móc mà thường khấu hao không quá dài để có thể hoàn trả vốn ngân hàng.

- Cho vay dài hạn: Là hình thức cho vay có thời hạn từ 60 tháng trở lên và mục đích sử dụng chủ yếu là đáp ứng nhu cầu dài hạn như xây dựng nhà ở, thiết bị có quy mô lớn, xây dựng cơ sở hạ tầng mới.

1.1.2.2 Căn cứ vào phương thức cho vay

- Cho vay từng lần: Là hình thức cho vay mà mỗi lần vay khách hàng phải làm đơn và trình ngân hàng phương án sử dụng vốn vay. Đây là hình thức tương đối phổ biến của ngân hàng đối với các khách hàng không có nhu cầu vay thường xuyên, không có điều kiện để được cấp hạn mức thấu chi. Một số khách hàng sử dụng vốn chủ sở hữu và tín dụng thương mại là chủ yếu, chỉ khi có nhu cầu thời vụ, hay mở rộng sản xuất đặc biệt mới vay ngân hàng, tức là vốn từ ngân hàng chỉ tham gia vào một số giai đoạn nhất định của chu kỳ sản xuất kinh doanh.

- Cho vay theo hạn mức tín dụng: Đây là nghiệp vụ tín dụng theo đó ngân hàng thỏa thuận cấp cho khách hàng hạn mức tín dụng. Hạn mức tín dụng có thể tính cho cả kỳ hoặc cuối kỳ. Đó là số dư tối đa tại thời điểm tính. Đây là hình thức cho vay thuận tiện cho những khách hàng vay mượn thường xuyên, vốn vay tham gia thường xuyên vào quá trình sản xuất kinh doanh.

- Cho vay hợp vốn: Là hình thức cho vay gồm một nhóm các tổ chức tín dụng cùng cho vay đối với một dự án vay vốn của **DANH MỤC CỬ HÀNG** cho vay này được áp dụng khi khách hàng có nhu cầu vay vốn lớn nhưng các ngân hàng lại bị giới hạn bởi “Luật các tổ chức tín dụng” quy định mỗi ngân hàng không được cho vay đối với mỗi khách hàng không được vượt quá 15% vốn điều lệ.

- Cho vay theo dự án đầu tư: Là hình thức cho vay mà ngân hàng cho khách hàng vay để thực hiện dự án đầu tư, phát triển sản xuất kinh doanh, dịch vụ và các dự án đầu tư phục vụ đời sống. Ngân hàng có thể giải ngân theo từng hạng mục mà dự án đang thực hiện khi khách hàng cung cấp đầy đủ các tài liệu, chứng từ ngân hàng yêu cầu cho lần giải ngân đó.

- Cho vay luân chuyển: Là hình thức cho vay dựa trên sự luân chuyển của hàng hóa, tức là ngân hàng cho doanh nghiệp để mua hàng và thu hồi nợ khi doanh nghiệp bán hàng. Loại hình này thường áp dụng với các doanh nghiệp sản xuất có chu kỳ tiêu thụ ngắn ngày, có quan hệ vay trả thường xuyên với ngân hàng.

- Cho vay thấu chi: Thấu chi là nghiệp vụ cho vay qua đó ngân hàng cho phép người vay được chi trội (vượt) trên số dư tiền gửi thanh toán của mình đến một giới hạn nhất định và trong khoảng thời gian xác định. Giới hạn này được gọi là hạn mức thấu chi.

1.1.2.3. Căn cứ vào tính chất bảo đảm của khoản vay

- Cho vay có tài sản đảm bảo: Là loại hình cho vay dựa trên cơ sở các bảo đảm như cầm cố, thế chấp hoặc phải có bảo lãnh của bên thứ ba. Mục đích của loại hình cho vay này là hạn chế rủi ro cho ngân hàng khi khách hàng mất khả năng thanh toán khi đến hạn. Giá trị của tài sản bảo đảm thường cao hơn giá trị khoản vay để đề phòng sự mất mát, hao hụt, trượt giá... Hình thức này thường áp dụng đối với những khách hàng mới và khách hàng không có uy tín cao đối với ngân hàng.

- Cho vay không có tài sản đảm bảo: Là loại hình cho vay chỉ dựa vào uy tín của bản thân khách hàng đi vay mà không có tài sản thế chấp, cầm cố hoặc bảo lãnh của bên thứ ba. Loại hình này thường áp dụng đối với khách hàng có uy tín cao, khách hàng truyền thống, tình hình tài chính lành mạnh, có lãi... Tuy nhiên đây là loại hình tiềm ẩn nhiều rủi ro đối với ngân hàng. Do đó trước khi quyết định cho vay, Ngân hàng phải tiến hành thẩm định kỹ khách hàng về mặt tài chính và hiệu quả sử dụng vốn vay.

1.1.2.4. Căn cứ theo đối tượng khách hàng

Thông qua cách phân loại này các NHTM phân chia khách hàng của mình thành các đối tượng khác nhau, từ đó lập ra các kế hoạch cũng như các chiến lược khác nhau phù hợp

với đặc điểm riêng của từng loại khách hàng.

Cho vay khách hàng là các Doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế.

DANH MỤC BẢNG

Đây là loại hình cho vay của các NHTM mà các Doanh nghiệp, các tổ chức kinh tế là đối tượng được phục vụ. Do đặc thù riêng có của đối tượng này mà các NHTM phải tổ chức các phòng tín dụng chuyên trách phục vụ. Nhóm khách hàng này thường có nhu cầu vốn với số lượng lớn, và có thể là rất lớn. Tuy nhiên số lượng khách hàng loại này của mỗi NHTM thường không lớn, vì vậy các NHTM cần đặc biệt chú ý quan tâm đến từng khách hàng cụ thể, từ đó xây dựng tốt mối quan hệ tín dụng lâu dài, đồng thời mở rộng các mối quan hệ với các khách hàng mới.

Cho vay khách hàng cá nhân.

Nhóm đối tượng còn lại là nhóm các khách hàng cá nhân (bao gồm cá nhân, hộ gia đình, chủ trang trại, tổ hợp tác...) được các NHTM áp dụng phương thức cho vay theo quy trình thủ tục của cho vay khách hàng cá nhân. Nhóm đối tượng này có số lượng rất lớn và có nhu cầu vay các khoản nhỏ lẻ, tuy nhiên đây là nhóm khách hàng khá nhạy cảm nên các NHTM cần có phương thức tiếp cận cung như quản lý hợp lý mới có thể khai thác tốt mảng khách hàng này.

Tuy nhiên tùy vào mỗi mục đích quản lý khác nhau mà mỗi ngân hàng có thể phân loại các khoản cho vay theo các tiêu thức khác nhau phù hợp với mục đích để Ngân hàng chọn lọc hình thức cho vay mang lại hiệu quả cho khách hàng sử dụng vốn vay và lợi nhuận cao cho Ngân hàng.

1.1.3. Nguyên tắc cho vay

Nguyên tắc cho vay có hiệu quả là điều kiện và biện pháp hàng đầu đảm bảo cho ngân hàng duy trì tồn tại và phát triển ổn định. Muốn vậy, hoạt động cho vay của ngân hàng phải thực hiện tốt việc kiểm tra khả năng hoàn trả của người xin vay trước khi cho vay, đảm bảo tính độc lập trong quá trình kiểm tra, kiểm soát, tuân thủ đúng quy định quy trình cho vay. Ngân hàng chỉ cho vay khi khách hàng đảm bảo các nguyên tắc sau:

+ Sử dụng vốn vay đúng mục đích đã thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng, theo đúng quy định của pháp luật, và theo đúng quy định khác của ngân hàng cấp trên. Đây là nguyên tắc cơ bản, vì có sử dụng vốn đúng mục đích thì khách hàng mới có thể thực hiện được các dự án, phương án sản xuất kinh doanh theo lợi ích dự kiến, do vậy mới có thể thu hồi vốn để hoàn trả nợ cho ngân hàng. Nguyên tắc này nhằm hạn chế rủi ro đạo đức và hạn chế khả năng khách hàng dùng vốn vay để thực hiện các hành vi mà pháp luật cấm.

+ Hoàn trả nợ gốc và lãi vốn vay là một nguyên tắc không thể thiếu trong hoạt động

cho vay. Điều này xuất phát từ tính chất tạm thời nhàn rỗi của nguồn vốn mà ngân hàng sử dụng để cho vay. Đại đa số nguồn vốn **DANH MỤC BẢNG** để cho vay là vốn huy động từ khách hàng gửi tiền, do đó, sau khi cho vay trong một thời gian nhất định, khách hàng vay tiền phải hoàn trả lại cho ngân hàng để ngân hàng hoàn trả lại cho khách hàng gửi tiền.

Hơn nữa, bản chất của quan hệ tín dụng là quan hệ chuyển nhượng tạm thời quyền sử dụng vốn vay nên sau một thời gian nhất định vốn vay phải được hoàn trả cả gốc và lãi.

1.1.4. Điều kiện vay vốn

Điều kiện vay vốn là những quy định cụ thể của Ngân hàng đối với khách hàng có nhu cầu vay vốn. Ngân hàng chỉ cho vay đối với khách hàng đáp ứng được yêu cầu của Ngân hàng đề ra. Điều kiện vay vốn bao gồm:

- + Địa vị pháp lý của khách hàng vay vốn: Khách hàng vay vốn phải có năng lực pháp luật, năng lực hành vi dân sự và chịu trách nhiệm dân sự theo quy định của pháp luật.

- + Mục đích sử dụng vốn vay hợp pháp: Khách hàng không được vay vốn để sử dụng cho các mục đích mà pháp luật cấm như: để mua sắm, chi phí hình thành tài sản mà pháp luật cấm mua bán, chuyển nhượng, chuyển đổi, để thanh toán chi phí cho việc thực hiện các giao dịch mà pháp luật cấm; để đáp ứng các nhu cầu tài chính của các giao dịch mà pháp luật cấm.

- + Có khả năng tài chính và đảm bảo trả nợ đúng hạn theo hợp đồng tín dụng đã ký kết. Khả năng tài chính của khách hàng được thể hiện thông qua mức độ vốn chủ sở hữu của khách hàng tham gia vào quá trình sản xuất, kinh doanh, dịch vụ và đời sống, tình hình tài chính lành mạnh, kinh doanh có lãi, cam kết của khách hàng về việc phải mua bảo hiểm đối với tài sản là đối tượng vay vốn (tài sản hình thành sau khi vay) mà pháp luật quy định phải mua bảo hiểm. Trường hợp pháp luật không quy định mua bảo hiểm nhưng xét thấy cần phải bảo đảm an toàn vốn vay, các ngân hàng xem xét quyết định khách hàng vẫn phải cam kết mua bảo hiểm đối với đối tượng vay vốn mà pháp luật không bắt buộc phải mua bảo hiểm. Nếu khách hàng không thực hiện đúng cam kết mua bảo hiểm theo hợp đồng thì ngân hàng cho vay được quyền chấm dứt cho vay, thu hồi nợ và chuyển nợ quá hạn..

- + Có dự án đầu tư, phương án sản xuất kinh doanh, dịch vụ khả thi và có hiệu quả hoặc có dự án đầu tư, phương án phục vụ đời sống khả thi và phù hợp với quy định của pháp luật.

- + Thực hiện các quy định về đảm bảo tiền vay theo quy định của Chính phủ và hướng

dẫn của NHNN.

1.1.5. Thời hạn cho vay DANH MỤC BẢNG

Thời hạn cho vay là khoản thời gian được tính từ khi khách hàng bắt đầu nhận khoản tiền vay đầu tiên cho đến thời điểm trả hết nợ vay bao gồm gốc và lãi vay đã được thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng giữa NHTM và khách hàng (bên đi vay).

1.1.5.1. Căn cứ để xác định thời hạn cho vay

a- Dựa vào đặc điểm và chu kỳ hoạt động tương ứng với các nghiệp vụ kinh doanh của người đi vay:

Chu kỳ hoạt động là khoảng thời gian từ khi mua nguyên vật liệu, đưa nguyên vật liệu vào sản xuất ra sản phẩm cho tới khi tiêu thụ sản phẩm thu được tiền bán hàng để bù đắp chi phí và tiếp tục chu kỳ hoạt động kế tiếp. Chu kỳ hoạt động tương ứng với các nghiệp vụ kinh doanh của khách hàng bao gồm: Mua nguyên vật liệu, dự trữ, sản xuất, tiêu thụ sản phẩm.

Độ dài thời gian của chu kỳ hoạt động tùy theo ngành nghề và lĩnh vực kinh doanh. Đặc điểm này có tính chất quyết định đến luồng tiền ra và vào của khách hàng về số lượng và thời gian và do đó nó ảnh hưởng đến khả năng cân đối nguồn để trả nợ vay ngân hàng. Nói cách khác đặc điểm và chu kỳ hoạt động kinh doanh của khách hàng ảnh hưởng đến chu kỳ ngân quỹ, từ đó ảnh hưởng đến nhu cầu vay vốn.

Thông thường thời hạn cho vay được xác định căn cứ vào độ dài thời gian chu kỳ hoạt động của khách hàng. Tuy nhiên thời hạn cho vay có thể ngắn hơn chu kỳ hoạt động nếu trong kế hoạch trả nợ khách hàng có cân đối thêm các nguồn trả nợ khác (lợi nhuận, khấu hao..).

Các khách hàng thuộc các lĩnh vực khác nhau có đặc điểm và chu kỳ hoạt động khác nhau nên việc xác định thời gian hoàn trả nợ vay cũng khác nhau cho phù hợp.

b- Đặc điểm đối tượng vay vốn và mục đích vay vốn của khách hàng:

Mục đích vay vốn của khách hàng nhằm bù đắp những thiếu hụt trong quá trình hoạt động, tùy theo nhu cầu đầu vào của quá trình hoạt động, khách hàng vay vốn có thể đầu tư mua sắm TSCĐ hoặc mua sắm vật tư, hàng hóa (TSLĐ) gọi tắt là “đối tượng vay vốn”. Do đó khi có nhu cầu vay khách hàng phải có giấy đề nghị vay vốn trong đó xác định rõ mục đích vay vốn và nhu cầu vay vốn ngân hàng.

Đối tượng vay vốn tham gia vào chu kỳ hoạt động của khách hàng, giá trị của nó được chuyển dịch toàn phần (TSLĐ) hay chuyển dịch một phần (TSCĐ) vào chi phí sản xuất kinh

doanh trong kỳ và là một bộ phận tạo nên giá thành sản phẩm. Khi chu kỳ ngân quỹ kết thúc đó là lúc khách hàng có nguồn thu để bù đắp chi phí. Ngân hàng nghiên cứu đặc điểm đối tượng vay vốn của khách hàng để có biện pháp quản lý, tính toán xác định thời hạn cho vay phù hợp với đặc điểm luân chuyển vốn của đối tượng vay. Về nguyên tắc khách hàng phải sử dụng tiền vay đúng mục đích đã ghi trong đơn xin vay, đây là căn cứ để ngân hàng kiểm tra tình hình sử dụng vốn vay của khách hàng.

c- Thời gian hoàn vốn đầu tư của dự án, phương án đầu tư:

Thời gian hoàn vốn đầu tư là thời gian cần thiết để dự án, phương án hoạt động thu hồi đủ số vốn đầu tư đã bỏ ra. Nó chính là thời gian để hoàn trả số vốn đầu tư ban đầu bằng các khoản lợi nhuận và khấu hao thu hồi hàng năm. Do đối tượng vay vốn tham gia vào quá trình luân chuyển vốn của dự án, phương án đầu tư nên thời hạn hoàn vốn của dự án là cơ sở để ngân hàng xác định thời hạn cho vay phù hợp để thu hồi được nợ vay khi đến hạn.

d- Khả năng cân đối nguồn vốn cho vay của ngân hàng:

Khả năng cân đối nguồn vốn cho vay phụ thuộc vào khả năng cung ứng nguồn vốn của ngân hàng và khả năng cân đối nguồn vốn để đảm bảo khả năng thanh toán. Khi cân đối nguồn vốn, các ngân hàng phải chú trọng đến sự cân đối giữa nguồn vốn huy động để cho vay của ngân hàng và nhu cầu vay vốn của khách hàng về cơ cấu nguồn vốn và loại tiền sử dụng.

Sự tác động của các nhân tố như công tác quản trị ngân hàng, đạo đức nghề nghiệp, trình độ chuyên môn của cán bộ tín dụng, khách hàng. Nếu công tác quản trị ngân hàng chưa tốt, cán bộ tín dụng chưa đáp ứng nhu cầu chuyên môn và đạo đức kém, khách hàng che giấu thông tin.... thì việc xác định thời hạn cho vay không chính xác, không phù hợp với thời gian hoàn vốn của dự án, phương án đầu tư và kết quả là các khoản vốn vay khó trả nợ đúng hạn.

1.1.5.2. Thời hạn cho vay

Thời hạn cho vay là khoảng thời gian được tính từ khi khách hàng bắt đầu nhận khoảng tiền vay đầu tiên cho đến thời điểm trả hết nợ vay bao gồm gốc và lãi vay đã được thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng giữa NHTM và khách hàng (bên đi vay). Thời hạn cho vay bao gồm:

+ Thời hạn giải ngân: Tính từ khi khách hàng nhận tiền vay cho đến khi rút xong vốn vay.

+ Thời gian ân hạn: Trong hợp đồng tín dụng có thể có hoặc không. Thời gian ân hạn thường trong giai đoạn đầu tư XD CB, sản xuất thử nên khách hàng chưa trả nợ vay cho ngân

hàng.

+ Thời hạn trả nợ: Là khoản thời gian tính từ khi khách hàng bắt đầu trả nợ cho đến khi trả hết nợ vay cho ngân hàng. Thời hạn trả nợ được chia thành nhiều kỳ hạn trả nợ tùy thuộc vào tình hình thu nhập và khả năng trả nợ của khách hàng.

$$\frac{\text{Số kỳ trả nợ}}{(\text{Thời hạn trả nợ})} = \frac{\text{Tổng số tiền cho vay}}{\text{Mức trả nợ một kỳ}}$$

$$\text{Mức trả nợ một kỳ} = \frac{\text{Nguồn trả nợ một năm}}{\text{Số kỳ trả nợ một năm}}$$

Nguồn trả nợ vay đầu tư của khách hàng từ khấu hao TSCĐ và lợi nhuận của dự án vay vốn và các nguồn khác (nếu có).

1.2. HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.2.1. Quan niệm về hoạt động cho vay KHCN

Trong nền kinh tế thị trường, hoạt động cho vay của NHTM rất đa dạng và phong phú với nhiều hình thức khác nhau. Việc áp dụng từng loại cho vay (phân loại cho vay) tùy thuộc vào đặc điểm kinh tế của từng đối tượng sử dụng vốn tín dụng. Trên thực tế, ngân hàng thường phân loại cho vay dựa trên một số tiêu thức nhất định như: thời hạn cho vay, đối tượng cho vay, mục đích sử dụng vốn, xuất xứ tín dụng, hình thức bảo đảm tiền vay, phương pháp hoàn trả hoặc đối tượng khách hàng...v.v. Nếu phân loại cho vay theo đối tượng khách hàng, cho vay được chia thành hai loại: cho vay khách hàng doanh nghiệp và cho vay khách hàng cá nhân. “Cho vay khách hàng cá nhân là việc NHTM giao cho khách hàng là các cá nhân, hộ gia đình, tổ hợp tác một khoản tiền để sử dụng vào mục đích xác định, trong một thời gian nhất định theo thỏa thuận với nguyên tắc có hoàn trả cả gốc và lãi”. Theo quyết định 1627/QĐ-NHNN năm 2001 về việc ban hành quy chế cho vay của tổ chức tín dụng đối với khách hàng, nếu khách hàng là các cá nhân, hộ gia đình và tổ hợp tác, “Tổ chức tín dụng sẽ xem xét và quyết định cho vay khi khách hàng đáp ứng đủ các điều kiện: cá nhân, đại diện của hộ gia đình, đại diện của tổ hợp tác có năng lực pháp luật và năng lực hành vi dân sự; Có mục đích sử dụng vốn vay hợp pháp; Có khả năng tài chính đảm bảo trả nợ trong thời hạn cam kết; Có dự án đầu tư, phương án sản xuất, kinh doanh, dịch vụ khả thi và có hiệu quả; hoặc có dự án đầu tư, phương án phục vụ đời sống khả thi, phù hợp với quy định của

pháp luật; và thực hiện đúng các quy định về bảo đảm tiền vay”

Hiện nay, mảng cho vay KHCN đang được các Ngân hàng Thương mại tập trung khai thác với nhiều hình thức cho vay đa dạng nhằm đáp ứng tối đa nhu cầu vay vốn của khách hàng. Kết hợp với sự phát triển của các dịch vụ ngân hàng hiện đại, mảng cho vay KHCN có thể mang lại cho ngân hàng nguồn thu nhập lớn nếu như ngân hàng xây dựng được một chính sách cho vay hợp lý và đảm bảo được sự tăng trưởng tín dụng lành mạnh, an toàn.

1.2.2. Đặc điểm của hoạt động cho vay khách hàng cá nhân

Hoạt động cho vay khách hàng cá nhân là loại hình tín dụng khác biệt so với hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp. Với phạm vi nghiên cứu của luận văn này, xin đưa ra một số khác biệt như:

1.2.2.1. Quy mô mỗi khoản vay nhỏ, số lượng các khoản vay lớn

Khách hàng cá nhân thường có hai mục đích vay:

+ *Thứ nhất* là cá nhân, hộ gia đình vay để bổ sung vốn kinh doanh. Quyền hoạt động sản xuất kinh doanh của cá nhân, hộ gia đình được pháp luật thừa nhận, nhưng do năng lực hạn chế nên hoạt động kinh doanh thường không có quy mô lớn.

+ *Thứ hai* là cá nhân vay đáp ứng nhu cầu vốn để tiêu dùng. Khoản vay cá nhân cho mục đích này trực tiếp phục vụ cho nhu cầu chi tiêu cho cuộc sống như mua nhà đất, mua sắm vật dụng gia đình, xây dựng, sửa chữa nhà, du học...

Số tiền cho vay hai mục đích này đều bị giới hạn bởi những điều kiện từ ngân hàng đó là: tính hợp lý của nhu cầu vốn, khả năng trả nợ và tài sản đảm bảo. Tuy nhiên, số lượng các khoản tín dụng cá nhân là rất lớn do hai nguyên nhân:

+ Số lượng khách hàng cá nhân đông do đối tượng của loại hình cho vay này là mọi cá nhân trong xã hội, từ những người có thu nhập cao đến những người có thu nhập trung bình và thấp.

+ Nhu cầu tín dụng phong phú và đa dạng của khách hàng cá nhân, vì khi chất lượng cuộc sống và trình độ dân trí được nâng cao, người dân càng có nhu cầu vay ngân hàng để cải thiện và nâng cao mức sống.

1.2.2.2. Cho vay khách hàng cá nhân thường dẫn đến các rủi ro

Rủi ro do thông tin bất cân xứng: Khi thẩm định cho vay thì thông tin về bản thân khách hàng là một trong những yếu tố quan trọng để ngân hàng đưa đến quyết định cho vay, bên cạnh tính hợp lý và hợp pháp của nhu cầu vốn, khả năng trả nợ và tài sản đảm bảo. Đối với khách hàng là tổ chức, việc nắm bắt thông tin khách hàng là tương đối thuận lợi do có

rất nhiều nguồn thông tin được công khai như: báo cáo tài chính, thông tin xếp hạng tín dụng, tình hình nộp thuế, uy tín quan hệ với các đối tác, mối quan hệ với KHCN, việc đánh giá nhân thân, nguồn trả nợ, mục đích sử dụng vốn vay thường khó đầy đủ và rõ ràng dẫn đến rủi ro thông tin bất cân xứng, khiến cho việc thẩm định khách hàng thiếu chính xác. Nguồn trả nợ chủ yếu của khách hàng cá nhân là từ thu nhập ổn định ở thời điểm hiện tại. Do vậy, nếu người vay gặp vấn đề về sức khỏe, mất việc làm hay gặp các biến cố bất ngờ ảnh hưởng đến thu nhập thì sẽ không trả được nợ vay cho ngân hàng.

Rủi ro tác nghiệp: Do đặc điểm của hoạt động cho vay cá nhân là quy mô mỗi khoản vay nhỏ nhưng số lượng khoản vay lớn, vì vậy để có thể đáp ứng tối đa nhu cầu khách hàng nhằm nâng cao kết quả công việc đòi hỏi sự phục vụ nhanh chóng của CBTD. Do đó, trong quá trình thẩm định hồ sơ tín dụng các cán bộ thường hay chủ quan, thậm chí lợi dụng sự lỏng lẻo của công tác quản lý và sơ hở của các quy định để lừa đảo chiếm đoạt tài sản của khách hàng, hoặc thông đồng với khách hàng gây ra những tổn thất cho ngân hàng. Rủi ro này còn tăng lên đối với cho **vay tín chấp**, do ngân hàng cấp tín dụng trên cơ sở thẩm định uy tín của khách hàng tốt hay xấu mà không có biện pháp đảm bảo bằng tài sản. Trong trường hợp đó, nếu khách hàng thực sự không có khả năng trả nợ vay hoặc có khả năng, nhưng không có ý chí trả nợ vay trong khi việc quản lý thông tin về sự thay đổi nơi cư trú, công việc của khách hàng là một điều không dễ dàng thì sẽ rất khó khăn cho ngân hàng khi xử lý khoản vay để thu hồi nợ.

1.2.2.3. Hoạt động cho vay khách hàng cá nhân gây tổn kém nhiều chi phí

Do đặc điểm của khách hàng cá nhân là số lượng nhiều và phân tán rộng nên để duy trì và phát triển hoạt động cho vay khách hàng cá nhân sẽ tổn kém nhiều chi phí cho các công tác:

- Mở rộng hệ thống mạng lưới, quảng cáo, tiếp thị tạo thuận lợi trong việc tiếp cận đối tượng khách hàng cá nhân ở từng địa bàn, khu vực.
- Phát triển nhân sự đầy đủ nhằm phục vụ khách hàng nhanh chóng, chính xác từ khâu tiếp nhận hồ sơ, thẩm định đến quyết định cho vay, giải ngân và thu nợ.
- Các chi phí liên quan như: chi phí quản lý, văn phòng phẩm, điện, nước, điện thoại, công tác phí hỗ trợ CBTD...

1.2.3. Một số chỉ tiêu đánh giá mức độ mở rộng hoạt động cho vay KHCN

Trong quá trình hoạt động kinh doanh, hoạt động cho vay chiếm tỷ trọng lớn trong toàn bộ hệ thống dịch vụ của ngân hàng. Vì thế đánh giá mức độ phát triển mở rộng hoạt

động cho vay là yêu cầu cần thiết đối với Ngân hàng, cụ thể:

Thứ nhất: Dư nợ cho vay KHCN

Dư nợ cho vay KHCN là tổng số tiền ngân hàng hiện còn đang cho KHCN vay vào thời điểm cuối kỳ báo cáo (năm tài chính). Chỉ tiêu này phản ánh quy mô hoạt động cho vay KHCN của một ngân hàng. Dư nợ cho vay KHCN càng cao chứng tỏ hoạt động cho vay KHCN của ngân hàng ngày càng phát triển về lượng.

Mức gia tăng dư nợ cho vay KHCN là tỷ lệ giữa phần chênh lệch về dư nợ cho vay của kỳ này và kỳ trước so với dư nợ cho vay kỳ trước. Chỉ tiêu này cho biết so với kỳ trước, dư nợ cho vay khách hàng cá nhân kỳ này tăng/giảm bao nhiêu %.

$$H_1 = \frac{DN_t - DN_{t-1}}{DN_{t-1}} \times 100\%$$

Trong đó:

H_1 : Mức gia tăng dư nợ cho vay KHCN

DN_t : Dư nợ cho vay KHCN năm t

DN_{t-1} : Dư nợ cho vay KHCN năm t - 1

Dư nợ cho vay KHCN và mức gia tăng dư nợ cho vay KHCN là hai chỉ tiêu cho phép ngân hàng xác định được quy mô cho vay cũng như đánh giá được sự thay đổi về lượng trong hoạt động cho vay KHCN của ngân hàng. Nếu $H_1 > 0$ và có xu hướng tăng qua các năm, điều này chứng tỏ hoạt động cho vay của ngân hàng đang ngày càng được mở rộng; còn nếu $H_1 < 0$ hoặc có xu hướng giảm qua các năm thì hoạt động cho vay KHCN của ngân hàng đang có chiều hướng thu hẹp lại.

Mặt khác, khi đánh giá chỉ tiêu này cũng cần đánh giá tỷ trọng của dư nợ cho vay KHCN trên tổng dư nợ cho vay và trên tổng nguồn vốn huy động để thấy được mức độ tài trợ của ngân hàng đối với nhu cầu vay của khách hàng. Một sự gia tăng về tỷ trọng cho vay sẽ cho thấy ngân hàng đang theo đuổi việc mở rộng cho vay đối với khách hàng.

Thứ hai: Hiệu suất sử dụng vốn cho vay KHCN

$$H_2 = \frac{\text{Dư nợ KHCN}}{\text{Tổng nguồn vốn}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này đánh giá mức độ tập trung vốn tín dụng KHCN của ngân hàng. Chỉ tiêu H₂ càng cao đánh giá khả năng sử dụng DANH MỤC CÁC BẢNG của ngân hàng. Ngược lại càng thấp thì ngân hàng đang bị trì trệ vốn, sử dụng vốn bị lãng phí, ảnh hưởng đến doanh thu cũng như tỷ lệ thu lãi.

Thứ ba: Tỷ lệ nợ quá hạn KHCN

$$H_3 = \frac{\text{Nợ quá hạn KHCN}}{\text{Dự nợ cho vay KHCN}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này cho thấy tình hình nợ quá hạn KHCN tại ngân hàng, đồng thời phản ánh khả năng quản lý tín dụng ngân hàng trong khâu cho vay, đơn đốc thu hồi nợ của ngân hàng đối với các khoản vay. Tỷ lệ nợ quá hạn càng cao thể hiện chất lượng cho vay của ngân hàng càng kém và ngược lại.

Thứ tư: Tỷ lệ nợ xấu KHCN

Phát triển tín dụng cá nhân phải đảm bảo đi đôi với tăng chất lượng tín dụng cá nhân. Chất lượng tín dụng một phần được thể hiện ở mức độ an toàn vốn tín dụng thông qua chỉ tiêu tỷ lệ nợ xấu – đánh giá khả năng thu hồi nợ.

$$H_4 = \frac{\text{Nợ xấu KHCN}}{\text{Dự nợ cho vay KHCN}} \times 100\%$$

Khái niệm nợ xấu: Tại Việt Nam việc phân loại nợ, trích lập và sử dụng dự phòng để xử lý rủi ro tín dụng được thực hiện theo Quyết định số 493/2005/QĐ-NHNN ngày 22/04/2005 và Quyết định số 18/2007/QĐ-NHNN ngày 25/04/2007 sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 493/2005/QĐ-NHNN của Thống đốc NHNN Việt Nam. Theo đó “Nợ xấu” là các khoản nợ thuộc nhóm 3,4 và 5. Việc phân loại nợ thực hiện như sau:

- a. Nhóm 1 (nợ đủ tiêu chuẩn): Các khoản nợ được TCTD đánh giá là có khả năng thu hồi đầy đủ cả nợ gốc và lãi đúng hạn.
- b. Nhóm 2 (nợ cần chú ý): Các khoản nợ được TCTD đánh giá có khả năng thu hồi đầy đủ nợ gốc và lãi nhưng có dấu hiệu khách hàng suy giảm khả năng trả nợ.
- c. Nhóm 3 (nợ dưới tiêu chuẩn): Các khoản nợ được TCTD đánh giá không có khả

năng thu hồi nợ gốc và lãi khi đến hạn và có khả năng tổn thất một phần nợ gốc và lãi.

d. Nhóm 4 (nợ nghi ngờ): Các khoản nợ được TCTD đánh giá có khả năng tổn thất cao.

e. Nhóm 5 (nợ có khả năng mất vốn): Các khoản nợ được TCTD đánh giá là không còn khả năng thu hồi, mất vốn.

Tỷ lệ nợ xấu càng thấp càng tốt. Thực tế, rủi ro trong kinh doanh là không tránh khỏi, nên ngân hàng thường chấp nhận một tỷ lệ nhất định được coi là giới hạn an toàn. Mức dưới 3% có thể coi là ngưỡng khá tốt trong hoạt động ngân hàng. Tỷ lệ an toàn cho phép theo thông lệ quốc tế và Việt Nam là 5%.

Nợ xấu cao chứng tỏ hiệu quả hoạt động cho vay kém, NHTM đang khó khăn trong thu nợ, nguy cơ mất vốn cao. Khi đó, đối với KHCN công tác quản lý nợ phải thực hiện thường xuyên và chặt chẽ hơn nhằm hạn chế nợ xấu để nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay.

Thứ năm: Tỷ lệ lợi nhuận từ hoạt động cho vay KHCN

$$H_5 = \frac{\text{Lợi nhuận từ cho vay KHCN}}{\text{Tổng lợi nhuận trước thuế}} \times 100\%$$

Chỉ tiêu này cho biết khả năng sinh lời của hoạt động cho vay KHCN, phản ánh cứ một đồng đem đầu tư vào hoạt động cho vay thì tạo ra bao nhiêu đồng lợi nhuận cho ngân hàng.

Thứ sáu: Tính đa dạng của các sản phẩm cho vay KHCN

Mức độ đa dạng hoá sản phẩm tín dụng cá nhân phù hợp với nhu cầu thị trường là một chỉ tiêu thể hiện sự tập trung phát triển tín dụng cá nhân, qua đó phản ánh năng lực cạnh tranh của ngân hàng trong lĩnh vực này.

Sự đa dạng hoá sản phẩm cần phải được thực hiện trong tương quan so với các nguồn lực hiện có của ngân hàng. Nếu không, việc triển khai quá nhiều sản phẩm có thể làm cho ngân hàng kinh doanh không hiệu quả do dàn trải nguồn lực quá mức. Cơ cấu sản phẩm tín dụng cá nhân không đồng đều phản ánh ngân hàng tập trung phát triển những sản phẩm có dư nợ cao. Cơ cấu sản phẩm tín dụng đồng đều thể hiện sự đa dạng về sản phẩm. Tùy theo mục tiêu phát triển trong từng thời kỳ mà ngân hàng có chiến lược thay đổi cơ cấu sản phẩm tín dụng phù hợp.

Nhu cầu của khách hàng ngày càng đa dạng, nên ngân hàng không ngừng phát triển những sản phẩm tín dụng tốt nhất, tiện ~~ĐANH MỤC BẢNG~~ ứng các nhu cầu thuần túy mà còn đáp ứng mọi nhu cầu vốn miễn là “không trái pháp luật”. Sản phẩm càng đa dạng, ngân hàng càng khai thác được những nhu cầu tiềm năng của khách hàng, từ đó mở rộng thị phần. Ngoài ra các ngân hàng đa năng còn chủ động cạnh tranh bằng cách bán chéo sản phẩm liên quan hỗ trợ tín dụng như bảo hiểm tín dụng, dịch vụ nhà đất (thủ tục pháp lý sang tên đăng bộ, bảo lãnh thực hiện hợp đồng...) giúp ngân hàng thu được nhiều lợi nhuận hơn mà cũng tránh bớt rủi ro trong kinh doanh.

Thứ bảy: Sự hài lòng của khách hàng về sản phẩm cho vay KHCN.

Trong các loại thước đo, một tiêu chí quan trọng để đánh giá mức độ thỏa mãn nhu cầu của khách hàng khi sử dụng sản phẩm, cụ thể ở đây là sản phẩm tín dụng ngân hàng. Sự hài lòng của khách hàng càng cao, sản phẩm tín dụng của ngân hàng càng được đánh giá có chất lượng. Mối liên hệ giữa sự hài lòng của khách hàng và chất lượng sản phẩm dịch vụ được hầu hết các nhà nghiên cứu thừa nhận là mối quan hệ biện chứng. Để đánh giá được hiệu quả hoạt động tín dụng dựa trên sản phẩm tín dụng có chất lượng bao hàm ba yếu tố cơ bản, trong đó có yếu tố mang tính cố định, đó là: (a) tính công dụng của sản phẩm tín dụng; và hai yếu tố mang tính linh động, có thể tác động làm thay đổi chất lượng tín dụng, gồm có: (b) ngân hàng cấp tín dụng phải có khả năng thu hồi được nợ vay đúng hạn đồng thời vẫn duy trì được tốc độ tăng trưởng dư nợ ổn định; và (c) khách hàng cảm thấy hài lòng khi sử dụng sản phẩm tín dụng của ngân hàng.

Thứ tám: Sự tuân thủ các văn bản pháp luật về hoạt động cho vay của ngân hàng.

Các ngân hàng, tổ chức tín dụng khi tiến hành, thực hiện hoạt động cho vay của mình đều phải tuân theo Luật ngân hàng và Luật các TCTD về các quy chế, quy trình nghiệp vụ, chế độ tín dụng và các văn bản chỉ đạo của NHNN cũng như của Chính phủ trong quá trình thực hiện quy trình cho vay. Các văn bản này được thiết lập nhằm phòng chống các rủi ro, nâng cao hiệu quả hoạt động của các NHTM nói chung và hiệu quả của hoạt động cho vay nói riêng. Tuy nhiên việc thực thi các văn bản này còn phụ thuộc vào trình độ năng lực chuyên môn của cán bộ ngân hàng cũng như năng lực chỉ đạo, điều hành của người quản lý.

1.2.4. Các nhân tố ảnh hưởng tới hoạt động cho vay KHCN của NHTM

Việc phát triển hoạt động cho vay KHCN của NHTM chịu tác động bởi nhiều nhân tố. Có thể chia các nhân tố ảnh hưởng tới việc phát triển cho vay KHCN của NHTM thành

hai loại: nhân tố chủ quan và nhân tố khách quan.

1.2.4.1. Nhân tố chủ quan DANH MỤC BẢNG

Nhân tố chủ quan là những nhân tố xuất phát từ bản thân ngân hàng, nằm trong sự kiểm soát của ngân hàng và ảnh hưởng trực tiếp đến việc phát triển cho vay KHCN của ngân hàng. Trong các nhân tố có thể ảnh hưởng tới khả năng phát triển cho vay KHCN của ngân hàng, luận văn chỉ tập trung phân tích năm nhân tố sau: năng lực quản lý rủi ro tín dụng, quy mô nguồn vốn huy động, hiệu quả hoạt động marketing, chất lượng nguồn nhân lực và trình độ công nghệ của ngân hàng.

❖ Năng lực quản lý rủi ro tín dụng

Quản lý rủi ro tín dụng là việc thiết lập cơ chế nhận biết, đo lường, quản lý và kiểm soát được các rủi ro hiện tại và rủi ro tiềm ẩn trong hoạt động tín dụng một cách đầy đủ, nhằm tối đa hóa lợi nhuận được điều chỉnh theo yếu tố rủi ro bằng cách duy trì mức độ rủi ro tín dụng trong phạm vi chấp nhận được... Quy trình quản lý rủi ro tín dụng bao gồm 4 bước: nhận biết rủi ro, đo lường rủi ro, quản lý rủi ro, kiểm soát và xử lý rủi ro.

Quy trình này liên quan đến hầu hết các nội dung cơ bản trong quản trị rủi ro tín dụng bao gồm: chính sách tín dụng, quy trình tín dụng, nhận diện rủi ro liên quan đến khách hàng vay, chấm điểm khách hàng, phân loại nợ, hệ thống kiểm tra kiểm soát tín dụng, chính sách trích lập dự phòng và xử lý rủi ro ... v.v. Do đó, nếu ngân hàng có khả năng quản lý rủi ro tín dụng tốt trong đó quy trình quản lý rủi ro tín dụng được xây dựng một cách chặt chẽ, đồng bộ, khoa học, đảm bảo các chuẩn mực quản lý rủi ro tín dụng theo thông lệ quốc tế và phù hợp với từng đối tượng khách hàng thì chất lượng tín dụng và hiệu quả tín dụng của ngân hàng sẽ luôn được bảo đảm ngay cả trong điều kiện thị trường bất lợi. Khi đó, việc phát triển cho vay nói chung hay phát triển cho vay KHCN nói riêng trong bất cứ hoàn cảnh nào cũng chắc chắn mang lại cho ngân hàng một mức thu nhập cao hơn. Ngược lại, nếu năng lực quản lý rủi ro tín dụng của ngân hàng kém, quy trình quản lý rủi ro tín dụng không phát huy được hết tác dụng của nó trong việc nhận biết, đo lường, quản lý, kiểm soát và xử lý rủi ro thì ngân hàng sẽ hạn chế mở rộng cho vay bởi việc mở rộng cho vay sẽ khiến ngân hàng phải đối mặt với nhiều rủi ro hơn, nợ xấu có thể bùng phát ngay sau thời kỳ mở rộng các khoản vay và gây ra tổn thất nặng nề cho ngân hàng.

❖ Quy mô nguồn vốn huy động.

Bất kỳ hoạt động tín dụng và đầu tư nào cũng cần được cân đối với nguồn vốn hiện có của ngân hàng. Một trong những điều kiện cần có để ngân hàng phát triển cho vay KHCN

là ngân hàng cần phải có một lượng vốn huy động đủ lớn. Nguồn vốn huy động của ngân hàng bao gồm hai bộ phận là vốn huy động từ phát hành GTCG và vốn huy động từ phát hành trái phiếu. Đây được coi là yếu tố đầu vào thường xuyên, chủ yếu nhất trong quá trình kinh doanh của ngân hàng. Do đó, nếu ngân hàng có nguồn vốn huy động lớn và chính sách cho vay của ngân hàng hướng đến đối tượng KHCN thì đây sẽ là điều kiện thuận lợi để ngân hàng thực hiện mở rộng cho vay. Ngược lại, trong điều kiện quy mô nguồn vốn huy động bị thu hẹp do tác động bất lợi của yếu tố kinh tế vĩ mô và các yếu tố khác thì việc mở rộng cho vay sẽ trở lên khó khăn hơn vì thiếu nguồn tài trợ.

❖ Hiệu quả hoạt động marketing.

Marketing ngân hàng là hệ thống các chiến lược, biện pháp, các chương trình, hoạt động tác động vào toàn bộ quá trình tổ chức, cung ứng dịch vụ của ngân hàng nhằm sử dụng các nguồn lực của ngân hàng một cách tốt nhất trong việc thỏa mãn nhu cầu của khách hàng mục tiêu, hoàn thành mục tiêu đã định. Hoạt động marketing ngân hàng bao gồm 6 nội dung cơ bản:

- + Nghiên cứu Marketing và dự đoán nhu cầu
- + Phân tích hành vi khách hàng
- + Phân đoạn thị trường, xác định thị trường mục tiêu, định vị sản phẩm
- + Xây dựng chính sách Marketing
- + Lập kế hoạch Marketing
- + Tổ chức thực hiện và đánh giá.

Trong xu thế toàn cầu hóa, với áp lực cạnh tranh ngày càng tăng, marketing ngân hàng đang dần trở thành vũ khí chiến lược giúp ngân hàng có thể vượt qua đối thủ để giành lấy ưu thế trên thị trường.

Cũng giống như các sản phẩm dịch vụ khác, đối với sản phẩm cho vay KHCN, do các đối thủ đều có thể cung cấp sản phẩm này với tính chất tương tự nên để phát triển cho vay, ngân hàng nhất thiết phải cần tới sự hỗ trợ của hoạt động marketing. Hiệu quả hoạt động marketing sẽ là nhân tố quyết định, ảnh hưởng tới khả năng phát triển cho vay khách hàng cá nhân của ngân hàng. Theo đó, nếu hoạt động marketing thực hiện tốt vai trò là cầu nối giữa ngân hàng với thị trường, và có khả năng tạo ra vị thế cạnh tranh cho ngân hàng thì đây sẽ là điều kiện thuận lợi để ngân hàng gia tăng quy mô cho vay KHCN, chiếm lĩnh thị phần của đối thủ.

❖ Chất lượng nguồn nhân lực.

Việc phát triển cho vay KHCN không chỉ giới hạn trong bộ phận tín dụng mà thường liên quan đến nhiều bộ phận khác nhau **DANH MỤC BẢNG** bộ phận quan hệ khách hàng, bộ phận hỗ trợ tín dụng, bộ phận marketing, bộ phận kế toán, ngân quỹ...v.v. Do đó, để việc phát triển cho vay thực sự có hiệu quả và đem lại thu nhập lớn hơn cho ngân hàng, ngân hàng cần phải có một nguồn nhân lực có chất lượng. Chất lượng nguồn nhân lực thể hiện ở trình độ học vấn, trình độ ngoại ngữ, tin học, khả năng giao tiếp, thuyết trình, năng lực giải quyết công việc, tinh thần trách nhiệm, sự nhiệt tình, đạo đức nghề nghiệp...v.v. Nguồn nhân lực đồng đều, chất lượng cao, đáp ứng được những đòi hỏi khắt khe trong công việc sẽ tạo nên sức mạnh cho ngân hàng trong việc thu hút khách hàng, phục vụ khách hàng và thỏa mãn tối đa nhu cầu đa dạng của khách hàng.

❖ Trình độ công nghệ của ngân hàng.

Công nghệ được xem như một xu hướng chính trong hoạt động ngân hàng hiện đại, là yếu tố giúp các ngân hàng tăng khả năng cạnh tranh, nâng cao năng lực quản trị và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Đối với hoạt động cho vay nói chung và hoạt động cho vay KHCN nói riêng, khi quy mô cho vay ngày càng tăng, số lượng khách hàng ngày càng nhiều, khối lượng giao dịch, khối lượng công việc cần xử lý ngày càng lớn thì yếu tố công nghệ ngày càng đóng một vai trò quan trọng. Một trình độ công nghệ hiện đại sẽ giúp ngân hàng đáp ứng được các yêu cầu cần thiết khi hoạt động cho vay ngày càng được mở rộng vì công nghệ hiện đại giúp cải thiện môi trường làm việc; đẩy nhanh tốc độ xử lý giao dịch và xử lý công việc vừa đảm bảo được sự nhanh chóng, chính xác, vừa đảm bảo tính an toàn, bảo mật cao; đồng thời cũng giúp ngân hàng tìm kiếm và quản lý tốt thông tin về khách hàng, nâng cao năng lực quản lý rủi ro tín dụng và hỗ trợ các tiện ích để đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng.

1.2.4.2. Nhân tố khách quan

Nhân tố khách quan là những nhân tố nằm ngoài sự quản lý của ngân hàng nhưng lại ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp đến khả năng phát triển cho vay KHCN của ngân hàng. Những nhân tố này xuất phát từ chính môi trường kinh doanh của ngân hàng và từ yếu tố cạnh tranh.

❖ Môi trường kinh doanh của ngân hàng.

Môi trường kinh doanh của NHTM chịu tác động bởi rất nhiều yếu tố: sự thay đổi của luật pháp và những quy định áp dụng cho NHTM; các chính sách của Nhà nước tác động đến nền kinh tế và hệ thống tài chính; môi trường kinh tế và tài chính quốc tế ảnh hưởng đến

nền kinh tế trong nước và hoạt động của ngân hàng; những thay đổi về công nghệ liên quan đến các dịch vụ tài chính...v.v. Sự thay đổi của các yếu tố này có thể tạo điều kiện thuận lợi nhưng cũng có thể tác động bất lợi đối với hoạt động kinh doanh của NHTM.

Nếu các yếu tố thay đổi theo chiều hướng thuận lợi: luật pháp và các quy định áp dụng cho NHTM được thay đổi trở nên đồng bộ, đầy đủ, thống nhất, ổn định; các chính sách của Chính phủ tác động kích thích nền kinh tế và hệ thống tài chính phát triển bền vững, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong nước hoạt động kinh doanh hiệu quả gia tăng thu nhập cho người lao động, mức sống của người dân ngày càng được cải thiện...v.v., khi đó môi trường kinh doanh sẽ tạo điều kiện cho hoạt động ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay nói riêng phát triển ổn định và vì thế việc phát triển hoạt động cho vay KHCN sẽ trở lên thuận lợi hơn.

Ngược lại, khi các yếu tố thay đổi theo chiều hướng bất lợi: luật pháp và các quy định áp dụng cho NHTM thường xuyên thay đổi, thiếu chặt chẽ, thiếu đồng bộ, chưa bảo vệ được lợi ích chính đáng của người cho vay và người đi vay; bất ổn kinh tế vĩ mô gia tăng, nền kinh tế thế giới tác động xấu đến nền kinh tế trong nước khiến hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp rơi vào tình trạng khó khăn, thậm chí phá sản; thu nhập người lao động giảm...v.v., khi đó hoạt động kinh doanh của ngân hàng sẽ trở nên khó khăn hơn trên tất cả các lĩnh vực và vì thế khả năng mở rộng cho vay cũng bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

❖ Yếu tố cạnh tranh.

Cho vay KHCN là hoạt động nghiệp vụ quan trọng trong chiến lược bán lẻ của các NHTM và hiện nay, sự cạnh tranh trong hoạt động này giữa các NHTM đang ngày càng trở lên gay gắt. Các NHTM cạnh tranh với nhau thông qua việc nghiên cứu và triển khai các sản phẩm mới, nâng cao chất lượng dịch vụ, mở rộng điều kiện, đối tượng cho vay hoặc giảm lãi suất cho vay...v.v. Việc cạnh tranh này một mặt có tác động mở rộng thị trường cho vay do các ngân hàng đều cố gắng đáp ứng tối đa nhu cầu phong phú của khách hàng; nhưng mặt khác nó cũng thực hiện phân chia thị trường thành nhiều mảnh và khiến cho việc mở rộng cho vay của một ngân hàng ngày càng trở lên khó khăn hơn khi mà các sản phẩm dịch vụ ngân hàng có tính tương tự nhau.

Ngoài sự cạnh tranh trong hệ thống, hoạt động cho vay KHCN của NHTM còn chịu sự cạnh tranh của các công ty tài chính, các đơn vị cung cấp hàng hóa dịch vụ như siêu thị, các đơn vị kinh doanh đồ gia dụng, công ty sản xuất và kinh doanh xe hơi, công ty kinh doanh bất động sản,...v.v. thông qua các chương trình hỗ trợ tài chính cho người tiêu dùng.

1.3. Ý NGHĨA CỦA VIỆC TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI CÁC NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

DANH MỤC BẢNG

Có thể nói rằng hầu hết các chủ thể trong nền kinh tế, dù là trực tiếp hay gián tiếp cũng đều được hưởng những lợi ích do hoạt động của ngân hàng mang lại. Hoạt động cho vay khách hàng cá nhân cũng không là ngoại lệ khi có những ý nghĩa sau:

1.3.1. Đối với nền kinh tế - xã hội

Góp phần tạo sự năng động cho các thành phần kinh tế: Cho vay khách hàng cá nhân là kênh hỗ trợ vốn để dân chúng trang trải các chi phí phát sinh trong cuộc sống từ thỏa mãn nhu cầu thiết yếu cho đến nhu cầu xa xỉ với chi phí đắt đỏ, nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống. Để có thể đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng, buộc các thành phần kinh tế phải đẩy mạnh sản xuất, do đó tạo nhiều công ăn việc làm, tạo ra những khác biệt tích cực giúp tăng khả năng cạnh tranh trước các đối thủ trong và ngoài nước trong thời kỳ hội nhập. Góp phần tạo sự ổn định về mặt xã hội. Là một phần của cho vay nói chung, cho vay khách hàng cá nhân cũng có vai trò tích cực đối với xã hội. Phát triển cho vay khách hàng cá nhân góp phần khai thác triệt để các nguồn vốn nhàn rỗi trong xã hội rồi lưu thông các nguồn vốn này một cách trôi chảy và hiệu quả, từ nơi thừa vốn đến nơi thiếu vốn, từ nơi hiệu quả thấp đến nơi hiệu quả cao.

Hoạt động cho vay khách hàng cá nhân giúp kích cầu trong nền kinh tế, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn, thúc đẩy sản xuất trong nước. Do đó thu hút nhiều lực lượng lao động tham gia xây dựng, sản xuất tạo công ăn việc làm, hướng đến các mục tiêu xã hội như xóa đói, giảm nghèo, tăng thu nhập, giảm tệ nạn xã hội góp phần ổn định trật tự xã hội.

1.3.2. Đối với Ngân hàng Thương mại

Góp phần nâng cao thương hiệu cho ngân hàng do có đối tượng khách hàng rất rộng nên việc phát triển cho vay khách hàng cá nhân sẽ giúp hình ảnh thương hiệu của ngân hàng được phổ biến rộng khắp. Thông qua hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, ngoài việc cấp tín dụng cho khách hàng còn giúp ngân hàng thuận lợi trong bán chéo sản phẩm dịch vụ ngân hàng bán lẻ như: tiền gửi tiết kiệm, giao dịch thanh toán, chuyển lương qua tài khoản, phát hành - thanh toán thẻ, dịch vụ ngân hàng điện tử... Khả năng cung cấp gói sản phẩm dịch vụ tài chính cá nhân đồng bộ thỏa mãn tối đa nhu cầu khách hàng sẽ tạo nét khác biệt cho ngân hàng trong cạnh tranh với đối thủ, do đó góp phần nâng cao thương hiệu cho ngân hàng, phân tán rủi ro cho ngân hàng. Nếu một ngân hàng chỉ tập trung cho vay các khách

hàng doanh nghiệp có nhu cầu vốn lớn, vì lý do nào đó mà hoạt động kinh doanh của các khách hàng này gặp khó khăn gây ảnh hưởng đến khả năng trả nợ sẽ ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Do vậy, với nguyên tắc “tránh để tất cả trứng vào một giỏ”, các ngân hàng phát triển mảng cho vay cá nhân như một sự phân tán rủi ro vì với số lượng khách hàng cá nhân đông, số tiền vay ít thì khi có một khách hàng hoặc một số ít khách hàng gặp rủi ro dẫn đến không có khả năng trả nợ thì ít gây ảnh hưởng đến tình hình hoạt động kinh doanh của ngân hàng.

1.3.3. Đối với khách hàng cá nhân

Cuộc sống con người luôn tồn tại những nhu cầu về vật chất và tinh thần, những nhu cầu đó ngày càng đa dạng và cao hơn bắt đầu từ những hàng hoá thiết yếu rồi đến những hàng hoá xa xỉ hơn cùng với sự phát triển của nền kinh tế. Nhưng việc thỏa mãn những nhu cầu đó lại phụ thuộc vào khả năng thanh toán hiện tại.

Ở một chừng mực nào đó, hoạt động cho vay cá nhân giúp cho các khách hàng linh hoạt hơn trong việc giải quyết vấn đề thỏa mãn nhu cầu của bản thân. Thay vì phải tích lũy đủ vốn ở hiện tại để thực hiện kế hoạch của bản thân, người tiêu dùng sẽ khéo léo phối hợp giữa thỏa mãn nhu cầu ở hiện tại với khả năng thanh toán ở hiện tại và tương lai. Nghĩa là họ sẽ tiêu dùng trước bằng cách lựa chọn phương án vay vốn ngân hàng rồi tích lũy và hoàn trả sau cho ngân hàng. Vai trò này hết sức có ý nghĩa đối với những trường hợp mua sắm các hàng hoá thiết yếu có giá trị cao như nhà cửa, xe hơi... hay chi tiêu cấp bách như ốm đau, bệnh tật, ma chay, cưới hỏi... Trong những trường hợp này, thay vì bế tắc hoặc phải tìm đến những khoản vay nóng ngoài ngân hàng với lãi suất cao ngất ngưỡng, thì khách hàng có thể an tâm vay vốn từ ngân hàng với lãi suất và thời hạn vay hợp lý. Điều này được thể hiện rõ nét nhất tại các nước phát triển vì thông qua các khoản cấp tín dụng của ngân hàng hết sức nhanh chóng và thuận tiện thì khách hàng hầu như được đáp ứng các nhu cầu cá nhân thiết yếu của cuộc sống như mua nhà, mua ô tô, học tập, du lịch... góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống. Ngoài ra, hoạt động cho vay khách hàng cá nhân còn là kênh các NHTM tài trợ vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các hộ gia đình giúp họ có điều kiện để mở rộng quy mô sản xuất, nâng cao khả năng cạnh tranh trong ngành. Với điều kiện cấp tín dụng đơn giản hơn đối với khách hàng doanh nghiệp, khách hàng cá nhân phù hợp với hình thức kinh doanh nhỏ lẻ, phù hợp với đặc tính và tập quán kinh doanh của đối tượng này.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 1

DANH MỤC BẢNG

Trong chương 1, luận văn đã trình bày tổng quan lý luận cơ bản về nghiệp vụ cho vay và hoạt động cho vay khách hàng cá nhân của NHTM. Trong đó đề cập khái quát nghiệp vụ cho vay nói chung như: khái niệm, phân loại, nguyên tắc, điều kiện và thời hạn cho vay. Đồng thời phân tích hoạt động cho vay khách hàng nói riêng như khái niệm, đặc điểm cũng như các nhân tố ảnh hưởng đến sự mở rộng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân của NHTM. Chương I cũng đưa ra một số các chỉ tiêu đánh giá mức độ phát triển hoạt động cho vay khách hàng cá nhân đối với NHTM.

Ngoài ra chương 1 còn nêu những ý nghĩa của sự mở rộng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tác động đến nền kinh tế-xã hội, NHTM và khách hàng cá nhân. Những lý luận nêu trên làm cơ sở cho việc thực hiện mục tiêu nghiên cứu của đề tài trong những chương tiếp theo.

CHƯƠNG 2:

DANH MỤC BẢNG THỰC TRẠNG TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP PETROLIMEX - CN HÀ NỘI

2.1. KHÁI QUÁT VỀ NGÂN HÀNG TMCP XĂNG DẦU PETROLIMEX – CN HÀ NỘI

2.1.1. Sự hình thành và phát triển

“Ngân hàng TMCP Xăng dầu Petrolimex (Tên viết tắt PG Bank) tiền thân là Ngân hàng TMCP Nông thôn Đồng Tháp Mười, được thành lập ngày 13/11/1993 theo giấy phép số 0045/NH-GP với số vốn điều lệ ban đầu là 700 triệu đồng. Với hơn 20 năm hoạt động, PG Bank đã không ngừng lớn mạnh và từng bước tạo dựng được niềm tin đối với khách hàng. Đặc biệt, cùng với sự tham gia của hai cổ đông chiến lược là Tập đoàn Xăng dầu Việt Nam (Petrolimex) và Công ty Cổ phần Chứng khoán Sài Gòn (SSI), PG Bank đã chứng kiến những bước phát triển vượt bậc về quy mô cũng như hiệu quả hoạt động. Sự kiện chuyển đổi sang mô hình ngân hàng TMCP đô thị và đổi tên thành Ngân hàng TMCP Xăng dầu Petrolimex, gọi tắt là PG Bank, theo quyết định số 368/QĐ-NHNN của NHNN đã đánh dấu mốc quan trọng, tạo tiền đề giúp PG Bank bắt kịp tốc độ phát triển trong kỷ nguyên số mới của nền kinh tế, tiến từng bước vững chắc trên con đường trở thành một ngân hàng thương mại đa năng hàng đầu Việt Nam”

Ngân hàng TMCP Xăng dầu Petrolimex - Chi nhánh Hà Nội (Tên viết tắt PG Bank Chi nhánh Hà Nội) là chi nhánh đầu tiên của PG bank được thành lập ngày 26/06/2007 tại địa chỉ 18T1 – 18T2 Khu đô thị Trung Hòa Nhân Chính – Lê Văn Lương – Thanh Xuân – Hà Nội.

Sau 5 năm thành lập và hoạt động, đến ngày 01/03/2012, chi nhánh Hà Nội tách ra thành Chi nhánh chính cấp 1 tại số 11 Trần Hưng Đạo và chi nhánh cấp 2 tại Tầng 23- tòa nhà Mipec 229 Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội. Tính đến nay chi nhánh Hà Nội cấp 2 (sau đây gọi là chi nhánh Hà Nội) có 11 phòng giao dịch trực thuộc, 5 phòng nghiệp vụ, và đang từng bước khai thác mở rộng mạng lưới giao dịch, tạo thêm niềm tin của khách hàng đối với thương hiệu PGBank.

Những năm đầu mới thành lập hoạt động chính của Chi nhánh là huy động vốn và cho vay ngắn hạn, trung hạn với khách hàng cá nhân, doanh nghiệp nhỏ và vừa, các doanh nghiệp thuộc Tổng công ty xăng dầu Việt Nam. Đến nay, các hoạt động huy động vốn tiền gửi các doanh nghiệp, huy động vốn tiết kiệm, phát hành kỳ phiếu bằng VNĐ, cho vay ngắn hạn, trung dài hạn với mọi thành phần kinh tế, phát hành thẻ rút tiền ATM, thẻ tín dụng quốc tế,

các giao dịch mua bán ngoại tệ, chi trả kiều hối, tài trợ thương mại, thanh toán quốc tế và nghiệp vụ bảo lãnh. Xuất phát điểm từ một ngân hàng trẻ với thời gian hoạt động gần 10 năm, nhưng đến nay với kết quả kinh doanh tốt cùng chất lượng các dịch vụ tài chính đa dạng, đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, mạng lưới hoạt động rộng khắp, chi nhánh Hà Nội vẫn là một trong những chìnhánh đứng đầu toàn hệ thống Ngân hàng TMCP Xăng dầu Petrolimex. Ở khu vực phía bắc, chi nhánh có vai trò then chốt. Chính sự vững mạnh của PGBank Hà Nội sẽ tạo điều kiện để ngân hàng mở rộng thêm nhiều chìnhánh, phòng giao dịch ở khu vực phía bắc khu vực đông dân cư. Phương châm kinh doanh “Mang sự hài lòng đến với khách hàng” của PGBank- CNHN được xây dựng trên chất lượng dịch vụ tiêu chuẩn với các sản phẩm đa dạng, phát triển hoạt động an toàn và bền vững, không ngừng mang lại nhiều lợi ích cho khách hàng, đối tác và cán bộ nhân viên ngân hàng.

PGBank CNHN hiện nay đặt tại tầng 23- tòa nhà Mipec 229 Tây Sơn, Đống Đa, Hà Nội cùng tòa nhà và địa chỉ giao dịch với Hội sở chính của PGbank. Đây là vị trí hoạt động thuận lợi cả về giao thông đi lại lẫn lợi thế hình ảnh. Với vị trí cùng làm việc tại văn phòng với Hội sở, và các văn phòng công ty thuộc toàn nhà, công ty trực thuộc Tập đoàn Xăng dầu Petrolimex giúp PGBank - CN Hà Nội có nguồn khách hàng ổn định và rất đa dạng. Văn phòng giao dịch được trang bị đầy đủ cơ sở hạ tầng, máy móc thiết bị phục vụ cho các hoạt động của cán bộ nhân viên và đón tiếp các khách hàng tới giao dịch.



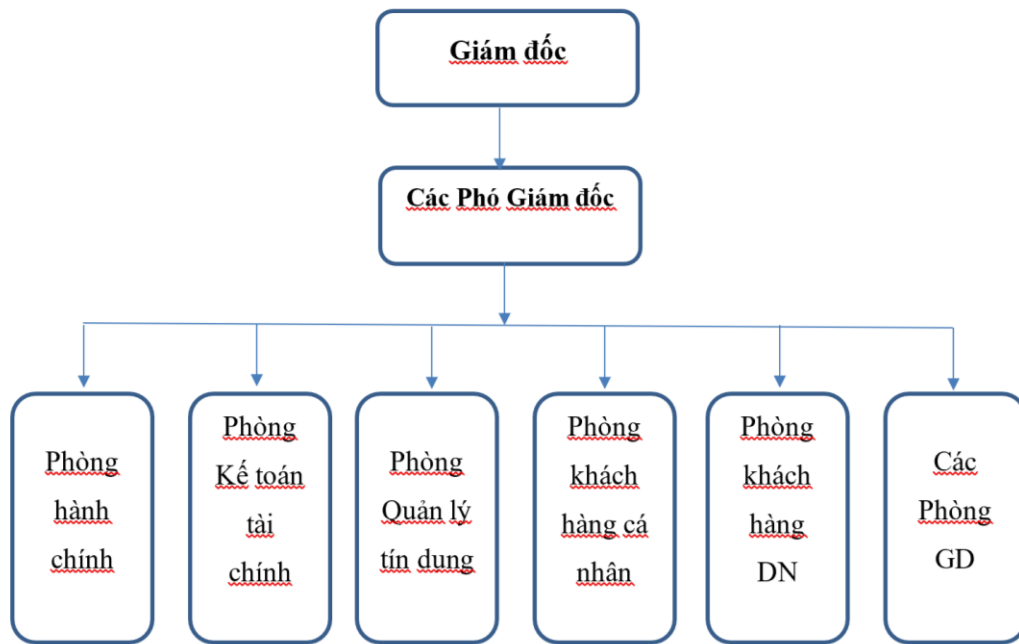
Hình 2.1: Lễ khai trương PG Bank – chi nhánh Hà Nội

Nguồn: PGBank – chi nhánh Hà Nội

2.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy và sản phẩm dịch vụ của Ngân hàng thương mại cổ phần Xăng dầu Petrolimex Chi nhánh Hà Nội

2.1.2.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức bộ máy

Bộ máy quản lý của PG Bank chi nhánh Hà Nội được hoạt động theo cơ cấu trực tuyến chức năng. Các phòng ban đều dưới sự quản lý của giám đốc và có mối liên hệ mật thiết, chặt chẽ với nhau.



Sơ đồ 2.1: Sơ đồ tổ chức bộ máy quản lý Ngân hàng thương mại cổ phần Xăng dầu Petrolimex Chi nhánh Hà Nội

Nguồn: Ngân hàng TMCP Xăng Dầu Petrolimex – CN Hà Nội

Bộ máy quản lý của chi nhánh được tổ chức theo cơ cấu: các phòng ban có mối liên quan mật thiết và chặt chẽ, chịu sự quản lý của Giám đốc.

Ban lãnh đạo chi nhánh gồm: 01 đồng chí Giám đốc và 03 đồng chí Phó Giám đốc. Giám đốc quản lý chung hoạt động của chi nhánh, là người có quyền quyết định cao nhất trong chi nhánh, chịu trách nhiệm chính về kết quả kinh doanh của chi nhánh, trực tiếp phụ trách về công tác tổ chức cán bộ và kiểm tra kiểm soát nội bộ. Hỗ trợ việc cho giám đốc là một phó giám đốc phụ trách các mảng về Dịch vụ Khách hàng, Kế toán và Ngân quỹ.

- Chi nhánh có 5 phòng nghiệp vụ, 15 phòng giao dịch trực thuộc:

+ Phòng Hành chính: Làm đầu mối giao dịch, tiếp đón và chỉ dẫn khách đến làm việc với ngân hàng, quản lý tiếp nhận - xử lý thông tin văn thư, và quan hệ giữa ngân hàng với các chi nhánh PGBank và các cơ quan khác; phụ trách công tác mua sắm-quản lý-sử dụng trang thiết bị cơ sở vật chất

+ Phòng Kế toán tài chính: Giám sát chi phí-doanh thu của các phòng giao dịch và chi nhánh, đảm bảo chính xác, trung thực và tuân thủ, trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp để nâng cao hiệu quả quản trị, kinh doanh của các đơn vị; Cung cấp chính xác, kịp thời các loại báo cáo tài chính, phục vụ cho yêu cầu quản lý điều hành của ban giám đốc; thực hiện công tác hậu kiểm chứng từ các phần hành nghiệp vụ tại chi nhánh, giám sát, đôn đốc, yêu cầu các phòng ban, bộ phận có liên quan tại chi nhánh điều chỉnh sai sót.

+ Phòng Quản lý Tín dụng: Hỗ trợ các phòng Khách hàng cá nhân và Khách hàng Doanh nghiệp trong việc kiểm tra hồ sơ khách hàng trước khi giải ngân. Ngoài ra, phối

hợp cùng với các phòng ban khác kiểm tra Tài sản đảm bảo và tình hình sử dụng nguồn vốn của Khách hàng.

DANH MỤC BẢNG

+ Phòng khách hàng cá nhân: thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh chủ yếu của hoạt động tín dụng; quản lý các sản phẩm cho vay phù hợp với chế độ hiện hành của NHNN và quy định chung của ngân hàng. Đối tượng khách hàng ở đây là các cá nhân và doanh nghiệp MSME, chủ yếu khai thác vốn bằng ngoại tệ, VNĐ. Phát triển và tư vấn bán các sản phẩm bán lẻ cho khách hàng.

+ Phòng Khách hàng doanh nghiệp: tìm kiếm và tiếp thị các khách hàng doanh nghiệp để đem lại doanh thu cho ngân hàng; thực hiện hỗ trợ khách hàng ...

+ Các phòng giao dịch trực thuộc: gồm có trưởng phòng, bộ phận tín dụng, và quầy giao dịch. Thực hiện các nghiệp vụ dịch vụ của PG Bank: nhận và chi trả tiền tiết kiệm, nhận chuyển tiền cho khách hàng, thu đổi ngoại tệ, chi trả kiều hối, thẻ, Ebanking... Ngoài ra còn hỗ trợ cho vay mua nhà, mua xe ô tô, tiêu dùng, thấu chi, vay kinh doanh, vay du học... Thông qua tiếp thị, giới thiệu hoạt động của ngân hàng với các tổ chức, cá nhân, dân cư; xây dựng, phát triển mối quan hệ giữa ngân hàng với khách hàng truyền thống, với đồng nghiệp... tạo môi trường tin cậy hỗ trợ lẫn nhau.

2.1.2.2. Các sản phẩm tại PGBank Chi nhánh Hà Nội:

- Dịch vụ thẻ: Thẻ ghi nợ, thẻ trả trước, thẻ tín dụng quốc tế...
- Dịch vụ chuyển tiền trong và ngoài nước, du học, khám chữa bệnh...
- Dịch vụ chuyển tiền kiều hối
- Bảo lãnh
- Cho vay: Ngắn, trung và dài hạn, tài trợ xuất nhập khẩu, cho vay tiêu dùng...
- Tiết kiệm cá nhân, tiền gửi của tổ chức kinh tế
- Bảo hiểm: Bảo hiểm thiệt hại, tài sản, bảo hiểm lắp đặt xây dựng, bảo hiểm xe cơ giới... với phạm vi hoạt động rộng lớn và chi phí hợp lý
- Kinh doanh ngoại tệ
- Chi nhánh đã và đang kiện toàn lại bộ máy tổ chức và điều hành theo hướng chuyên nghiệp đội ngũ lãnh đạo và cán bộ quản lý, tinh giảm bộ máy, nâng cao hiệu quả, hiệu năng quản lý nhằm xây dựng một hệ thống ngân hàng theo phương châm “Phát triển - An toàn - Hiệu quả”.

2.1.3. Kết quả kinh doanh hoạt động cho vay KHCN giai đoạn 2019-2021

2.1.3.1. Hoạt động huy động vốn

Dự báo trước tình hình sẽ xảy ra sự cạnh tranh gay gắt giữa các TCTD trong hoạt

động huy động vốn. Ngay từ đầu các năm Pgbank- CN Hà Nội đã xác định mục tiêu huy động vốn là nhiệm vụ trọng tâm của năm. DANH MỤC CHỈ TIÊU. Ngày, Agribank Hà Nội hàng năm tiến hành giao chỉ tiêu khoán đến từng Phòng giao dịch, từng cán bộ nhân viên, đồng thời tích cực đa dạng hóa các sản phẩm huy động vốn với lãi suất hợp lý, đi kèm với chương trình khuyến mại, đầu tư hệ thống công nghệ giúp nâng ao khả năng cạnh tranh huy động vốn. Vì vậy, nguồn vốn huy động của Pgbank - CN Hà Nội có xu hướng tăng trưởng được xác lập trong suốt quá trình như sau:

Bảng 2.1: Tình hình huy động vốn của Pgbank- CN HN giai đoạn 2019-2021

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	So sánh 20/19		So sánh 21/20	
				(+,-)	%	(+,-)	%
Tiền gửi dân cư	4.391	5.558	6.995	1.167	26,5	1.437	25,8
Tiền gửi TCKT	4.669	4.965	5.349	296	6,3	384	7,7
Tiền gửi ĐCTC	5.305	5.365	5.291	60	1,1	-74	-1,4
Tổng nguồn vốn	14.369	15.888	17.635	1.519	10,5	1.747	11,1

Nguồn: Báo cáo tình hình hoạt động kinh doanh năm 2019, 2020, 2021

Qua bảng số liệu 2.1, ta thấy rằng tổng nguồn vốn huy động tăng đều bình quân trên 10% qua các năm. Tính đến 31/12/2021, tổng nguồn vốn huy động tại Chi nhánh đạt 17.635 tỷ đồng, tăng 1,747 tỷ đồng (tăng 11,1%) so 2020, đạt 118% kế hoạch PGbank giao, nguồn vốn bình quân đầu người 36 tỷ đồng/người tăng 1,5 tỷ đồng/người so 2020.

Tiền gửi dân cư đều tăng cả về tuyệt đối và tương đối qua các năm. Năm 2020 đạt 5.558 tỷ đồng tăng 1.167 tỷ đồng tương ứng tăng 26,5% so năm 2019. Đến cuối năm 2021 tiền gửi dân cư đạt 6.995 tỷ đồng tăng 1.437 tỷ đồng tương ứng tăng 25,8% so với năm 2020. Nguồn vốn dân cư luôn chiếm tỷ trọng cao gần 40% tổng nguồn vốn. Đây là nguồn vốn khai thác trong dân cư có độ ổn định cao.

Tiền gửi TCKT (Tiền gửi tổ chức kinh tế) cũng có sự tăng trưởng đều và ổn định trong giai đoạn 2019-2021. Năm 2020 đạt 4.965 tỷ đồng tăng 296 tỷ đồng tương đương tăng 6,3% so với năm 2019. Năm 2021 tiền gửi tổ chức kinh tế đạt 5.349 tỷ đồng tăng 384 tỷ đồng tương đương tăng 7,7% so năm 2020. Điều này thể hiện uy tín, khả năng hấp dẫn vốn tốt của Pgbank- CN Hà Nội.

2.1.3.2. Hoạt động cho vay

Trong giai đoạn 2019-2021 nền kinh tế Việt Nam gặp nhiều khó khăn, tình hình tài chính-tiền tệ diễn biến phức tạp, khả năng hấp thụ vốn thấp, số lượng doanh nghiệp giải thể, ngừng hoạt động ngày càng có xu hướng gia tăng, sức tiêu thụ hàng hóa chậm, hàng tồn kho ứ đọng nhiều. Do đó, hoạt động cho vay và đầu tư của Pgbank- CN Hà Nội cũng bị ảnh hưởng bởi các tác động đó. Với phương châm phát triển tăng trưởng tín dụng đi đôi với việc kiểm soát nợ xấu phát sinh trong giới hạn an toàn hay nói cách khác để hoạt động cho vay đảm bảo an toàn và hiệu quả, Pgbank- CN Hà Nội đã rất chú trọng đến công tác định hướng phát triển hoạt động cho vay trên cơ sở sàng lọc, phân loại các đối tượng khách hàng, mở rộng địa bàn cho vay, hoạt động cho vay có sự quản lý, kiểm soát chặt chẽ chất lượng tín dụng và chú trọng công tác trước, trong và sau khi cho vay, đơn đốc xử lý kịp thời thu hồi nợ xấu. Nhìn chung, hoạt động cho vay giai đoạn này của Pgbank- CN Hà Nội tương đối ổn định qua các năm.

Bảng 2.2: Tình hình dư nợ của Pgbank Hà Nội năm 2019-2021

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
	Giá trị	19/18	Giá trị	20/19	Giá trị	21/20
Tổng dư nợ	4.441	0,79%	4.467	0,59%	5.015	12%
- Nội tệ	3.584	1,0%	3.73	4,0%	4.435	19%
- Ngoại tệ (quy đổi)	857	0,1%	737	-14%	580	-12%
- Cho vay ngắn hạn	2.942	8,3%	2.823	-4%	3.777	34%
- Cho vay trung hạn	299	30,6%	419	40%	285	-32%
- Cho vay dài hạn	1.2	-17,9%	1.225	2,1%	953	-22%
- Nợ xấu	100	-6,5%	117	17%	136.12	19%
- Tỷ lệ nợ xấu	2,25%		2,62%		2,71%	

(Nguồn: Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh 2019-2021 tại Pgbank Hà Nội)

Tốc độ tăng trưởng tín dụng của Pgbank Hà Nội rất thấp qua các năm nằm trong sự tác động của các yếu tố kinh tế vĩ mô và sự điều chỉnh chính sách tiền tệ của NHNN. Từ năm 2019 – 2020, quy mô tín dụng của Pgbank Hà Nội tương đối ổn định (năm 2020 đạt 4,467 tỷ đồng, tăng 0,59% so với năm 2019, năm 2021 đạt 5.015 tỷ đồng, tăng 12% so với năm 2020).

Dư nợ tín dụng của Chi nhánh chủ yếu là dư nợ bằng Việt Nam đồng chiếm trên 88% tổng dư nợ, dư nợ ngoại tệ chỉ chiếm khoảng 12% và có xu hướng giảm nhẹ từ khi Ngân

hàng Nhà nước có văn bản hạn chế đối tượng được phép vay vốn ngoại tệ và hạn chế tăng trưởng nóng tín dụng ngoại tệ.

DANH MỤC BẢNG

Chi nhánh có thể mạnh trong cho vay ngắn hạn, chủ yếu là để bổ sung vốn lưu động cho các Công ty hoạt động sản xuất kinh doanh là các khách hàng vay vốn truyền thống.

Tỷ lệ nợ xấu của Chi nhánh luôn đảm bảo dưới 3%. Mặc dù năm 2019-2021 tình hình sản xuất kinh doanh trong nước vẫn gặp nhiều khó khăn, sức mua trên thị trường giảm sút, hàng tồn kho tăng cao, giao dịch bất động sản trầm lắng... Tuy vậy, hoạt động tín dụng tại Chi nhánh vẫn được kiểm soát và hoàn thành kế hoạch dư nợ, tỷ lệ nợ xấu, vượt chỉ tiêu thu hồi nợ đã xử lý rủi ro

2.1.3.3. Kết quả tài chính

Suy thoái kinh tế đã ảnh hưởng nghiêm trọng tới kết quả kinh doanh của các ngân hàng. Tuy nhiên với sự năng động, quyết tâm, đoàn kết của toàn thể cán bộ nhân viên, Chi nhánh vẫn đạt được tình hình tài chính có lãi, đủ chi lương V1+V2 và lương năng suất tối đa theo quy định của Pgbank - CN Hà Nội.

Bảng 2.3: Tổngdoanh thu - chi phí qua năm 2019 - 2021

Đơn vị tính: tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	So sánh 20/19		So sánh 21/20	
				+/-	(%)	+/-	(%)
Tổng doanh thu	1.848	1.913	2.076	65	3,5	163	8,5
Tổng chi phí	1.269	1.23	1.108	-39	-3,1	-122	-9,9
Chênh lệch thu chi chưa lương	579	683	968	-54	-17,9	285	41,7
Quỹ thu nhập	498	508	557	10	2,0	49	9,6

(Nguồn: Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2019 – 2021 tại PGbank Hà Nội)

Quan bảng số liệu về phân tích tài chính nêu trên, có thể thấy rằng: Trong giai đoạn 2019-2021, đứng trước những thuận lợi và khó khăn từ nền kinh tế, Pgbank Hà Nội đã cố gắng khắc phục khó khăn, phát huy những thế mạnh của mình để đạt được kết quả hoạt động kinh doanh sau:

- Công tác nguồn vốn, đã luôn theo sát sự biến động của thị trường, sản phẩm tiền gửi phong phú, lãi suất hợp lý, mang lại nhiều tiện ích cho khách hàng.
- Công tác tín dụng, nợ xấu đảm bảo trong tầm kiểm soát của Chi nhánh. Tín dụng

đầu tư chủ yếu cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các doanh nghiệp kinh doanh hàng xuất - nhập khẩu luôn được quan tâm, coi trọng. **ĐIỂM MẠC BẢNG** Gép cận với vốn vay một cách thuận lợi nhất.

- Phát triển sản phẩm dịch vụ đã triển khai hầu hết các sản phẩm dịch vụ bán lẻ của Pgbank xây dựng cho các Chi nhánh. Chất lượng sản phẩm dịch vụ luôn được quan tâm chú trọng nâng cao chất lượng và luôn lấy khách hàng làm trung tâm để phát triển và hoàn thiện. Nhiều sản phẩm dịch vụ có tính sáng tạo cao góp phần tăng thu dịch vụ và khơi tăng nguồn vốn cho Chi nhánh.

- Công tác tài chính: tiết kiệm tối đa chi phí, trích lập dự phòng rủi ro đầy đủ. Quỹ thu nhập đủ chi lương theo quy định của Pgbank - CN Hà Nội.

2.2. THỰC TRẠNG TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHCN CỦA PG BANK - CHI NHÁNH HÀ NỘI

Trong những năm qua, trước những biến động của nền kinh tế thế giới nói chung và kinh tế Việt Nam nói riêng, Pgbank - CN Hà Nội vẫn phát triển từng bước vững chắc với sự quản lý giàu kinh nghiệm của Ban lãnh đạo, sự tận tâm trong công việc của các cán bộ nhân viên, các dịch vụ ngân hàng ngày càng tiện dụng, hiện đại đáp ứng nhu cầu khách hàng trong và ngoài nước. Để đảm bảo mục tiêu kinh doanh phát triển, một trong những chiến lược kinh doanh hàng đầu của ngân hàng là tập trung nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng, chú trọng phát triển đa dạng hóa các nghiệp vụ kinh doanh trong đó hướng tới sự phát triển nhóm KHCN. Để thấy được sự phát triển hoạt động cho vay KHCN tại Pgbank - CN Hà Nội, chúng ta đi phân tích thực trạng hoạt động cho vay đối với KHCN của chi nhánh giai đoạn 2019-2021 như sau:

2.2.1. Dự nợ các sản phẩm cho vay chủ yếu đối với khách hàng cá nhân

Dự nợ được coi là chỉ tiêu cơ bản đánh giá quy mô cho vay của một ngân hàng. Một ngân hàng có dự nợ bình quân thời kỳ cao nghĩa là trong thời kỳ đó ngân hàng có mức cho vay cao và là dấu hiệu ngân hàng sẽ có một khoản thu nhập lớn trong tương lai.

❖ Dự nợ phân theo đối tượng khách hàng

Bảng 2.4: Cơ cấu dự nợ phân theo đối tượng khách hàng

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Thời gian Chỉ tiêu	Năm 2019	Năm 2020	Năm 2021	So sánh 20/19		So sánh 21/20	
				+/-	%	+/-	%
Tổng dư nợ	4.441	4.467	5.015	26	0,58	548	2,2
Dư nợ KHDN	3.909	3.873	4.307	-136	-3,4	434	11,2
Dư nợ KHCN	532	594	708	62	11,6	114	19,2

(Nguồn: Báo cáo hoạt động tín dụng 2019- 2021 của PGbank Hà Nội-P.Tín dụng)

Thông qua số liệu bảng 2.4 ta thấy tổng dư nợ cho vay nói chung và dư nợ cho vay KHCN nói riêng đều có sự tăng trưởng qua các năm. Cụ thể:

Tổng dư nợ năm 2020 so với năm 2019 chỉ tăng 26 tỷ đồng trong đó dư nợ KHDN giảm 136 tỷ đồng và tăng lên chủ yếu do dư nợ KHCN là 62 tỷ đồng do nhiều khách hàng doanh nghiệp gặp khó khăn trong hoạt động kinh doanh như hàng hóa ế ẩm, sản xuất kinh doanh bị đình trệ, nợ xấu có xu hướng gia tăng... nên hoạt động cho vay khách hàng doanh nghiệp bị hạn chế và thắt chặt hơn. Năm 2020 tổng dư nợ của toàn chi nhánh tăng 548 tỷ đồng tương ứng 12,2% trong đó có sự tăng trưởng cả dư nợ KHDN và KHCN.

Năm 2019 dư nợ KHCN là 532 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng 11,9% tổng dư nợ. Năm 2020 dư nợ KHCN là 594 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 13,3% tổng dư nợ, tăng 62 tỷ đồng tương ứng mức tăng 11,6% so năm 2019. Năm 2021 dư nợ KHCN đạt 708 tỷ đồng tăng 114 tỷ đồng tương ứng tăng 19,2% so năm 2020, chiếm tỷ trọng 14,1% Nhìn chung dư nợ KHCN tăng trưởng qua các năm, nhưng tỷ trọng dư nợ KHCN so với tổng dư nợ dao động quanh mức trên 11% cho thấy mức tăng trưởng tín dụng cá nhân không bằng tăng trưởng tổng dư nợ tín dụng của Pgbank - CN Hà Nội. Với định hướng phát triển cho vay KHCN đã được đặt ra trong chiến lược phát triển đến năm 2025, sự gia tăng đáng kể dư nợ tín dụng cá nhân trong tổng dư nợ tín dụng của hệ thống là một kết quả đáng ghi nhận. Tuy nhiên bối cảnh nền kinh tế Việt Nam trong giai đoạn 2019-2021 với tỷ lệ nợ xấu tăng cao, dòng vốn tín dụng vẫn chưa được khơi thông, NHNN và Chính Phủ định hướng Pgbank - CN Hà Nội đẩy mạnh phát triển tín dụng nông nghiệp nông thôn; mở rộng địa bàn hoạt động cho vay ở thị trường nông thôn, vùng sâu vùng xa. Do đó, Pgbank - CN Hà Nội là một chi nhánh hoạt động trên địa bàn thủ đô Hà Nội, nơi luôn có sự cạnh tranh gay gắt trong hệ thống NHTM nên việc phát triển dư nợ cho vay nói chung theo định hướng, chủ trương của Pgbank - CN Hà Nội gặp rất nhiều khó khăn. Chính vì vậy, việc phát triển hoạt động cho vay KHCN không mấy thuận lợi và ảnh hưởng đến mức tăng trưởng dư nợ cho vay KHCN.

❖ *Dư nợ cho vay KHCN phân theo kỳ hạn:*

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.5: Cơ cấu dư nợ KHCN phân theo kỳ hạn

Đơn vị: Tỷ đồng

Năm Chỉ tiêu	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
	<i>Dư nợ</i>	<i>(%)</i>	<i>Dư nợ</i>	<i>(%)</i>	<i>Dư nợ</i>	<i>(%)</i>
Ngắn hạn	460	86,4	517	87,0	623	87,9
Trung dài hạn	72	13,5	77	13,0	85	12,1
Tổng dư nợ KHCN	532	100	594	100	708	100

(Nguồn: Báo cáo hoạt động tín dụng năm 2019-2021 của Pgbank Hà Nội-P.Tín dụng)

Qua bảng số liệu 2.5 ta cũng hoàn toàn nhận thấy dư nợ cho vay đối với KHCN chủ yếu là dư nợ ngắn hạn chiếm tỷ trọng lớn biến động trong khoảng 86%-88%. Dư nợ KHCN trung và dài hạn chiếm tỷ trọng thấp và có tốc độ tăng trưởng chậm hơn so với dư nợ KHCN ngắn hạn.

Dư nợ ngắn hạn cho vay KHCN năm 2020 là 517 tỷ đồng tăng 57 tỷ đồng tương ứng tăng 12,3% , Dư nợ trung dài hạn cho vay KHCN là 77 tỷ đồng tăng 5 tỷ đồng tương ứng tăng 6,4% so với năm 2019. Năm 2021 dư nợ ngắn hạn cho vay KHCN là 623 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 87,9% dư nợ KHCN, tăng 106 tỷ đồng tương ứng tốc độ tăng trưởng 20,5% so năm 2020. Dư nợ trung dài hạn cho vay KHCN năm 2021 đạt 85 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 12,1% dư nợ KHCN, tăng 8 tỷ đồng so năm 2020.

Trên tinh thần chỉ đạo của PGbank, Pgbank - CN Hà Nội kiểm soát chặt chẽ việc tăng trưởng tín dụng đối với KHDN, thay vào đó là tập trung phát triển cho vay sản xuất kinh doanh đối với cá nhân, hộ gia đình dẫn đến cơ cấu dư nợ KHCN ngắn hạn tăng cao trong những năm qua. Dư nợ KHCN trung dài hạn cũng có sự tăng trưởng nhưng không nhiều, điều này cũng dễ hiểu bởi hoạt động cho vay đối với KHCN luôn tiềm ẩn nhiều rủi ro ảnh hưởng đến khả năng thu hồi vốn vay. Do vậy, hoạt động cho vay KHCN của Pgbank - CN Hà Nội chủ yếu là cho vay ngắn hạn.

❖ *Dư nợ cho vay KHCN phân theo tài sản đảm bảo*

Bảng 2.6: Cơ cấu dư nợ KHCN phân theo tài sản đảm bảo

Đơn vị: Tỷ đồng

Năm Chỉ tiêu	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
	DANH MỤC BẢNG					
	<i>Dư nợ</i>	<i>(%)</i>	<i>Dư nợ</i>	<i>(%)</i>	<i>Dư nợ</i>	<i>(%)</i>
Cho vay có TSDB	454	85,3	523	88,2	647	92,5
Cho vay không TSDB	78	14,7	70	11,8	61	7,5
Tổng dư nợ KHCN	532	100	594	100	708	100

(Nguồn: Báo cáo hoạt động tín dụng năm 2019-2021 của Pgbank Hà Nội-P.Tín dụng)

Về mặt lý thuyết, TSDB chỉ là một biện pháp bảo đảm cho khoản vay, tuy nhiên trên thực tế cho thấy các ngân hàng đều coi TSDB là điều kiện cần, thậm chí chỉ cho vay dựa trên TSDB và Pgbank - CN Hà Nội cũng vậy. Dư nợ cho vay KHCN có TSDB luôn chiếm tỷ trọng cao trong tổng dư nợ cho vay.

Cụ thể dư nợ đối với KHCN có TSDB năm 2019 là 454 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 85,3%. Năm 2020 dư nợ đối với KHCN có TSDB là 523 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 88,2%, tăng 69 tỷ đồng tương ứng tăng 15,2%. Năm 2021 dư nợ đối với KHCN có TSDB là 647 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 92,5% dư nợ đối với KHCN, tăng 124 tỷ đồng tương ứng tăng 23,7% so với năm 2020. Trong khi đó dư nợ đối với KHCN không có TSDB chiếm tỷ trọng thấp hơn và có xu hướng giảm dần cả về số tuyệt đối và tương đối. Tỷ trọng dư nợ đối với KHCN không có TSDB giảm dần từ 14,7% xuống còn 7,5%. Như vậy, tỷ trọng dư nợ đối với KHCN có TSDB có xu hướng tăng dần trong khi tỷ trọng dư nợ đối với KHCN không có TSDB có xu hướng giảm dần. Điều này cho thấy hiệu quả các khoản cho vay KHCN, về trước mắt trong giai đoạn 2019-2021 thì hoàn toàn hợp lý và an toàn. Tuy nhiên, về lâu dài thì Pgbank - CN Hà Nội cần phải xem xét, nghiên cứu các KHCN có uy tín cao, truyền thống, giao dịch thường xuyên với ngân hàng để tăng thêm các khoản vay không có TSDB nhằm góp phần phát triển mạnh mẽ hoạt động cho vay KHCN.

❖ *Dư nợ cho vay KHCN phân theo sản phẩm tín dụng*

Bảng 2.7: Cơ cấu dư nợ KHCN phân theo sản phẩm tín dụng

Đơn vị: Tỷ đồng

Năm Chỉ tiêu	Năm 2019		Năm 2020		Năm 2021	
	Dư nợ	(%)	Dư nợ	(%)	Dư nợ	(%)
Tổng dư nợ KHCN	532	100	594	100	708	100
Cho vay cán bộ công nhân viên	37	6,9	42	7,0	53	7,5
Cho vay tiêu dùng	25	4,7	32	5,3	44	5,4
Cho vay cầm cố giấy tờ có giá	195	6,6	219	36,9	228	2,2
Cho vay du học nước ngoài	2	0,4	2	0,4	3	0,3
Cho vay mua ô tô	35	6,6	40	6,7	55	6,8
Cho vay bất động sản	91	17,1	102	17,2	125	17,6
Cho vay sản xuất kinh doanh	132	24,8	137	23,1	175	24,7
Cho vay khác	15	2,8	20	3,4	25	3,5

(Nguồn: Báo cáo hoạt động tín dụng năm 2019-2021 của Pgbank Hà Nội-P.Tín dụng)

Bảng số liệu 2.7 cho ta thấy cơ cấu dư nợ đối với KHCN phân theo nhu cầu vay vốn trong những năm qua của Pgbank - CN Hà Nội vẫn tập trung phần lớn vào hình thức cho vay cầm cố giấy tờ có giá và cho vay SXKD chiếm tỷ trọng trên 30% tổng dư nợ KHCN.

* *Cho vay cầm cố GTCG*: Pgbank - CN Hà Nội nhận cầm cố là GTCG có tính thanh khoản cao như sổ tiết kiệm, chứng nhận tiền gửi của Pgbank hoặc của các TCTD khác. Cho vay cầm cố GTCG chiếm tỷ trọng lớn nhất trong các loại hình sản phẩm cho vay đối với KHCN. Năm 2021 sản phẩm cho vay cầm cố GTCG đối với KHCN chiếm tỷ trọng 33,2% so với dư nợ KHCN. Với mức cho vay hợp lý và lãi suất hấp dẫn đã khuyến khích nhu cầu khách hàng vay vốn cầm cố lớn tại Ngân hàng. Đây là loại hình cho vay đảm bảo an toàn vốn vay và thu nợ nhanh chóng ngay trên sổ tiết kiệm cầm cố tại ngân hàng.

* *Cho vay SXKD*: Là nhóm sản phẩm chiếm tỷ trọng khoảng gần 25%, cao thứ 2 trong nhóm các sản phẩm cho vay của Pgbank - CN Hà Nội. Dư nợ cho vay sản xuất kinh doanh từ năm 2019 đến 2021 có sự tăng trưởng tốt cả về số tuyệt đối cũng như tương đối. Điều này cho thấy mảng cho vay này được Pgbank - CN Hà Nội chú trọng phát triển. Nếu như trước đây, để bổ sung vốn kinh doanh khách hàng chỉ có thể vay theo món từng lần thì nay khách hàng có thể vay theo hình thức hạn mức

- vay và trả nợ linh hoạt trong hạn mức đã được ngân hàng phê duyệt. Phương thức này vừa đáp ứng nhu cầu vốn mà ngân hàng vừa hỗ trợ sản xuất kinh doanh vừa giảm áp lực trả nợ vay cho khách hàng.

DANH MỤC BẢNG

* *Cho vay bất động sản:* Dư nợ cho vay đầu tư bất động sản của Pgbank - CN Hà Nội cũng chiếm khoảng bình quân 17,5% tổng dư nợ KHCN. Do tác động của nền kinh tế, thị trường bất động sản gặp nhiều khó khăn nên Pgbank - CN Hà Nội cũng vẫn tăng cường kiểm soát, hạn chế cho vay vào lĩnh vực này. Chỉ tập trung cho vay xây nhà để sửa và cho vay mua nhà theo dự án để đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

* *Cho vay cán bộ công nhân viên:* Chính sách mở rộng hoạt động cho vay KHCN của Pgbank - CN Hà Nội là phát triển chiều rộng đi đôi với chiều sâu tức tích cực tăng trưởng dư nợ nhưng đó phải là dư nợ có chất lượng. Do đó Pgbank - CN Hà Nội chỉ đẩy mạnh cho vay tín chấp áp dụng đối với cán bộ công nhân viên của PGBank, hoặc các doanh nghiệp, đơn vị có trả lương qua tài khoản tại Pgbank - CN Hà Nội với điều kiện có bảo lãnh của đơn vị công tác. Sản phẩm cho vay cán bộ công nhân viên chiếm tỷ trọng dao động từ 6,9% đến 7,5% tổng dư nợ KHCN. Hoạt động cho vay cán bộ công nhân viên một mặt nhằm mở rộng, khai thác trực tiếp đối tượng khách hàng trong nội bộ, mặt khác là để hỗ trợ cán bộ tăng sự gắn bó với ngân hàng. Tuy nhiên, vì các điều kiện ràng buộc của loại hình cho vay này mà Pgbank - CN Hà Nội cũng đã bỏ lỡ một lượng lớn khách hàng tiềm năng vì rất nhiều khách hàng có nhân thân tốt và năng lực tài chính lành mạnh muốn vay tín chấp tại Pgbank - CN Hà Nội nhưng không thỏa mãn các điều kiện vay vốn của sản phẩm.

* *Cho vay mua xe ô tô:* Đối với nhóm KHCN có sự tăng trưởng cả về tuyệt đối cũng như tương đối. Cho vay mua xe ô tô chiếm tỷ trọng khoảng 6,5% tổng dư nợ KHCN. Là một sản phẩm cho vay khá nhạy cảm tuy không rủi ro bằng cho vay tín chấp do đã có tài sản đảm bảo chính là chiếc xe mua nhưng tài sản lại giao cho người vay khai thác sử dụng. Vì vậy không sai khi nói sản phẩm cho vay mua ô tô cũng có một phần cho vay tín chấp. Để hạn chế rủi ro tối thiểu, cán bộ tín dụng phải thẩm định kỹ càng về nhân thân cũng như uy tín người đi vay.

+ Thứ nhất, *nguyên nhân chủ quan* là do quy trình xét duyệt hồ sơ vay rất chặt chẽ với chủ trương chọn lọc khách hàng (do đây là một sản phẩm cho vay khá

nhạy cảm như đã phân tích), đồng thời Pgbank - CN Hà Nội cũng không có

chính sách hoa hồng cho nhân viên bán xe (trong khi các ngân hàng khác đã áp dụng).

+ Thứ hai, với hai yếu tố nêu trên đã nêu, **DANH MỤC BẢNG** *nguyên nhân khách quan* là nhân viên bán xe (vốn là cầu nối giữa khách hàng mua xe và ngân hàng) sẽ ưu tiên giới thiệu hồ sơ vay cho ngân hàng nào có “phần thưởng xứng đáng” cho họ.

* *Cho vay tiêu dùng*: Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của các dịch vụ ngân hàng khác, dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Pgbank - CN Hà Nội đã có những bước phát triển đáng kể trong những năm gần đây, điều này thể hiện rõ là dư nợ cho vay tiêu dùng có sự tăng trưởng bình quân qua các năm khoảng trên 30%, tăng tỷ trọng lên 5,4% trong dư nợ KHCN năm 2021. Nguyên nhân là do nền kinh tế có dấu hiệu phục hồi nhu cầu mua sắm tài sản phục vụ cho sinh hoạt gia đình tăng.

* *Cho vay khác*: Chủ yếu tập trung ở sản phẩm phát hành thẻ tín dụng mà bản chất đây chính là khoản vay tín chấp dựa trên thu nhập có thể chứng minh được của người sở hữu thẻ để được cấp một hạn mức tín dụng. Đây được coi như là một thị trường mới mẻ đầy niềm năng mà Pgbank - CN Hà Nội đang muốn hướng tới và kết quả đó cũng đã được thể hiện thông qua sự tăng trưởng trong giai đoạn vừa qua. Tuy nhiên, để có thể gia tăng lợi thế cạnh tranh đồng thời đem lại sự hài lòng cho khách hàng sử dụng dịch vụ thẻ tín dụng thì Pgbank - CN Hà Nội cần phải đi sâu phân tích hành vi tiêu dùng cũng như giảm thiểu thủ tục thời gian phát hành thẻ nhằm mang lại lợi ích và giá trị gia tăng cho khách hàng.

* *Cho vay du học*: Nhu cầu vay vốn này có dư nợ và tỷ trọng dư nợ rất nhỏ so với tổng dư nợ cho vay KHCN, đã cho thấy Pgbank - CN Hà Nội chưa chú trọng phát triển. Mặc dù nhu cầu thị trường ngày càng tăng do kinh tế ngày càng phát triển, xu hướng toàn cầu hóa tăng nhanh thì nhu cầu mở rộng kiến thức ngày càng cao. Do đó để tạo điều kiện tốt nhất cho con em mình tiếp cận nền văn minh hiện đại của thế giới, nhiều gia đình có xu hướng cho con em đi du học ở nước ngoài buộc phải trang trải chi phí khá lớn (học phí và sinh hoạt phí) trong suốt quá trình học tập.

Trong nhóm sản phẩm tín dụng dành cho KHCN thì Pgbank - CN Hà Nội mới chỉ phát triển được một số sản phẩm như: Cho vay cầm cố giấy tờ có giá; Cho vay đầu tư SXKD; Cho vay mua sắm hàng tiêu dùng vật dụng gia đình; Cho vay xây dựng mới, sửa chữa, cải tạo, nâng cấp nhà; Cho vay mua phương tiện đi lại; Cho vay phát hành thẻ tín dụng; Cho vay thấu chi tài khoản; Cho vay bất động sản; mua nhà theo dự án; Cho vay mua ô tô...Còn một số sản phẩm khác

như cho vay ứng trước tiền bán chứng khoán; Cho vay người đi lao động làm việc ở nước ngoài; Cho vay mua nhà ở... Cho vay lưu vụ đối với hộ nông dân... mặc dù đã triển khai nhưng không phát sinh giao dịch. Vì vậy, trong thời gian tới Pgbank - CN Hà Nội cần có những chiến lược hoàn thiện nhằm đẩy mạnh khuyến khích phát triển các sản phẩm tín dụng hiện có, đồng thời tìm ra hướng đi mới để khai thác các sản phẩm tín dụng đã triển khai mà chưa phát sinh giao dịch nhằm mở rộng quy mô hoạt động tín dụng đối với nhóm KHCN, thu hút, mở rộng thêm khách hàng mới, tăng trưởng dư nợ KHCN, gia tăng lợi nhuận.

Quy trình thủ tục vay vốn: Quy trình cho vay và thủ tục vay vốn còn phức tạp; Chính sách cho vay đối với KHCN chưa linh hoạt; Chưa đẩy mạnh liên kết trong cho vay; Năng lực quản trị rủi ro tín dụng tại ngân hàng chưa cao; Chất lượng nguồn nhân lực còn hạn chế; Bộ phận Marketing chưa thể hiện được vị trí và vai trò chủ đạo trong việc nâng cao sức cạnh tranh cho ngân hàng trong lĩnh vực cho vay KHCN.

2.2.2. Tình hình về lãi suất cho vay

Lãi suất là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến tình hình hoạt động cho vay của ngân hàng.

Đầu năm 2019, Pgbank áp dụng mức lãi suất kinh doanh cho vay ngắn hạn từ 9% - 11%, lãi suất cho vay trung hạn từ 12% - 12,5%.

Đầu năm 2020 Pgbank ban hành lãi suất cho vay tối thiểu bằng VNĐ là 8%/năm.

Năm 2021 Agribank áp dụng mức lãi suất kinh doanh cho vay ngắn hạn từ 8% - 9,5%, lãi suất cho vay trung hạn từ 10% - 12,5%.

Có thể thấy rằng trong giai đoạn 2019-2021 tình hình kinh tế xã hội và thị trường tài chính tiền tệ diễn biến phức tạp; ngân hàng thực hiện chính sách tài khóa và chính sách tiền tệ thắt chặt nhằm mục tiêu kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, đảm bảo an sinh xã hội. Nhận định này có ý nghĩa gì đối với những nội dung nêu trên.

2.2.3. Lợi nhuận từ hoạt động cho vay KHCN

Trong tổng thể hoạt động kinh doanh của NHTM tại Việt Nam thì hoạt động tín dụng đem lại nguồn thu chủ yếu, chiếm tỷ trọng lớn (thường khoảng 70%) trong tổng thu nhập. Tại Pgbank - CN Hà Nội, cùng với sự phát triển của các sản phẩm

dịch vụ ngân hàng khác, hoạt động cho vay KHCN đã có những bước phát triển đáng kể cả về dư nợ cho vay, số lượng khách hàng và hiệu quả hoạt động mang lại. Định hướng phát triển cho vay KHCN đã mang lại cho ngân hàng nguồn thu từ hoạt động này tuy chưa đáng kể nhưng cũng đã tăng dần qua các năm

Bảng 2.8: Lợi nhuận từ hoạt động cho vay KHCN năm 2019-2021

Đơn vị: Tỷ đồng

Chỉ tiêu \ Năm	2019	2020	2021
Lợi nhuận trước thuế	579	683	968
Lợi nhuận từ cho vay KHCN	23	27	56
Tỷ lệ lợi nhuận từ cho vay KHCN=2/1x100	3,97%	4,2%	5,82%

(Nguồn: Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh năm 2019-2021 của Pgbank Hà Nội)

Do Pgbank - CN Hà Nội mới triển khai đẩy mạnh mở rộng hoạt động cho vay KHCN trong vài năm gần đây nên lợi nhuận từ hoạt động cho vay KHCN còn khá thấp. Bảng số liệu 2.11 cho ta thấy được lợi nhuận thu được từ hoạt động cho vay KHCN chiếm tỷ trọng không cao so với tổng lợi nhuận của toàn chi nhánh. Năm 2019 lợi nhuận từ hoạt động cho vay KHCN là 23 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 3,97%. Năm 2020 lợi nhuận thu được từ hoạt động cho vay KHCN tăng lên 27 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 4,2%. Năm 2021 lợi nhuận thu được từ hoạt động cho vay KHCN là 56 tỷ đồng chiếm tỷ trọng 5,82%, tăng 28 tỷ tương ứng tăng 103,7% so với năm 2020. Tỷ lệ này vẫn còn quá thấp so với tổng lợi nhuận thu được. Tuy nhiên trong tương lai với việc đẩy mạnh chiến lược phát triển hoạt động cho vay KHCN thì chắc chắn sẽ có sự đóng góp không nhỏ từ lợi nhuận của hoạt động cho vay KHCN vào tổng lợi nhuận của Pgbank - CN Hà Nội

2.2.4. Tính đa dạng của sản phẩm cho vay KHCN

Từ những hoạt động cho vay cá nhân nhỏ lẻ ban đầu, trải qua thời gian, các sản phẩm tín dụng cá nhân của Pgbank nói chung và Chi nhánh Hà Nội nói riêng từng bước được chuẩn hoá thành nhóm 24 sản phẩm cho từng nhu cầu vốn cụ thể như: "Cho vay cán bộ công nhân viên", "Cho vay mua nhà Dự án", "Cho vay mua ô tô", "Cho vay du học", "Cho vay phát hành thẻ tín dụng", "Cho vay xây sửa nhà".v.v...

Pgbank - CN Hà Nội cũng đã triển khai thực hiện các sản phẩm dịch vụ đặc biệt cung cấp cho nhóm khách hàng **DANH MỤC CÁC BẢNG** dưới hình thức thấu chi tài khoản, thẻ Visa/MasterCard .v.v... với những tiêu chuẩn riêng về chế độ phục vụ, hàng loạt các ưu đãi và khuyến mại (giảm lãi vay, giảm phí chuyển tiền, chế độ chăm sóc ngày đặc biệt lễ, tết, sinh nhật...).

Bên cạnh đó, với đề xuất phương án cho ra đời của Phòng khách hàng cá nhân tại Hội sở, sẽ giúp cho công tác phân đoạn thị trường sẽ được xúc tiến dựa trên việc nghiên cứu, khảo sát, đánh giá thị trường với mục tiêu tạo ra các sản phẩm đặc trưng cho từng đối tượng khách hàng.

Nhìn chung, các sản phẩm tín dụng cá nhân của Pgbank - CN Hà Nội cũng đáp ứng cơ bản các nhu cầu vốn của khách hàng, song chưa tạo ra được sự khác biệt nổi trội so với các ngân hàng khác. Thực trạng này là do mảng tín dụng cá nhân của Pgbank - CN Hà Nội ra đời sau so với nhiều ngân hàng bạn ngay từ đầu đã xác định chiến lược bán lẻ trong tổng thể hoạt động kinh doanh. Trong bối cảnh các đối thủ cạnh tranh đã có bề dày phát triển ngân hàng bán lẻ thì để Pgbank - CN Hà Nội có thể theo kịp và có sức cạnh tranh trên thị trường trong mảng hoạt động này, ít nhất trước mắt Pgbank - CN Hà Nội phải thực hiện triển khai đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ khách hàng cá nhân tương xứng với tiềm năng rộng lớn của các phòng giao dịch. Đồng thời trong tương lai Pgbank - CN Hà Nội cần phải có sự vươn lên đi đầu trong việc thực hiện các sản phẩm mang tính đột phá đặc trưng của hệ thống Pgbank.

2.2.5. Đánh giá sự hài lòng của khách hàng

Hàng năm Pgbank - CN Hà Nội tiến hành tổ chức hội nghị khách hàng. Một mặt, hội nghị khách hàng là dịp để Pgbank - CN Hà Nội tri ân khách hàng đã đồng hành gắn bó với ngân hàng, mặt khác cũng là dịp để gặp gỡ, giao lưu, trao đổi những vấn đề hoạt động kinh doanh trong một năm qua của khách hàng cũng như đánh giá mức độ hài lòng, thỏa mãn của khách hàng đối với chất lượng các sản phẩm dịch vụ mà ngân hàng cung cấp. Qua buổi hội nghị khách hàng, khách hàng được trao đổi trực tiếp với Ban lãnh đạo Pgbank - CN Hà Nội, trưởng các phòng ban nghiệp vụ, từ đó giúp cho Ban lãnh đạo Pgbank - CN Hà Nội có thể nắm bắt được những vấn đề khách hàng còn băn khoăn, vướng mắc khi sử dụng các sản phẩm dịch vụ ngân hàng trong đó có các sản phẩm tín dụng. Từ đó, Ban lãnh đạo Pgbank - CN Hà Nội phối hợp cùng các phòng ban đưa ra những giải pháp tháo gỡ kịp thời và có được những đánh giá mức độ thỏa mãn nhu cầu và mức độ hài lòng của khách hàng trên cơ sở

các ý kiến phản hồi từ phía khách hàng nhằm hoàn thiện hơn về các sản phẩm dịch vụ ngân hàng, đem lại hiệu quả **ĐÁNH GIÁ CHUNG** chung và hoạt động cho vay KHCN nói riêng.

2.2.6. Sự tuân thủ các quy định về hoạt động cho vay của ngân hàng

Toàn thể cán bộ các phòng nghiệp vụ chuyên môn từ lãnh đạo đến nhân viên thường xuyên được tham gia các lớp tập huấn về nghiệp vụ triển khai các văn bản mới của pháp luật, các văn bản mới của NHNN cũng như của Pgbank (đặc biệt là công tác liên quan đến hoạt động tín dụng). Mặt khác, hàng năm Pgbank - CN Hà Nội thường tổ chức kỳ thi nghiệp vụ chuyên môn chuyên sâu về các mảng tín dụng, kế toán, dịch vụ, thanh toán quốc tế, tin học văn phòng dành cho đối tượng là cán bộ, giao dịch viên. Thông qua đó các cán bộ phải luôn tìm tòi, học hỏi và cập nhật các kiến thức chuyên môn, các văn bản liên quan đến nghiệp vụ. Do đó, tiêu chí về sự tuân thủ, chấp hành các chính sách, quy định của NHNN, của Pgbank - CN Hà Nội được thực hiện một cách nghiêm túc, tốt và hiệu quả. Điều này được đánh giá chính xác qua kết quả kỳ thi viết và vấn đáp hàng năm về các nghiệp vụ chuyên môn đối với tất cả cán bộ của chi nhánh. Đây được coi như là một tiêu chí quan trọng góp phần nâng cao, phát triển hoạt động cho vay an toàn và hiệu quả của Pgbank - CN Hà Nội trong những năm qua.

2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHCN TẠI PG BANK - CN HÀ NỘI

Đánh giá công tác mở rộng hoạt động cho vay đối với KHCN có vai trò quan trọng giúp Pgbank - CN Hà Nội nhận thức rõ những kết quả đạt được và hạn chế tồn tại, tìm ra được nguyên nhân của những tồn tại đó để đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao công tác mở rộng hoạt động cho vay đối với KHCN và đề ra những kế hoạch, phương hướng hoạt động trong những năm tiếp theo của Chi nhánh.

2.3.1. Kết quả đạt được

Pgbank - CN Hà Nội là một trong những chi nhánh lớn nhất về nguồn vốn, dư nợ và mạng lưới phòng giao dịch của hệ thống PG BANK trên địa bàn Thủ đô Hà Nội. Trong những năm qua, dưới áp lực cạnh tranh gay gắt với các NHTM khác trên địa bàn, Pgbank - CN Hà Nội đã không ngừng nâng cao năng lực tài chính, đổi mới công nghệ ngân hàng hiện đại, nâng cao năng lực quản trị điều hành, phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ ngân hàng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của nhiều đối tượng khách hàng.

Các tiêu chí phản ánh hiệu quả cho vay KHCN của Pgbank - CN Hà Nội cho thấy việc phát triển hoạt động cho vay KHCN của Pgbank - CN Hà Nội giai đoạn từ năm 2019 – 2021 đã đạt được một số kết quả đáng ghi nhận sau:

Thứ nhất, Nhìn chung hoạt động cho vay nói chung và hoạt động cho vay đối với KHCN nói riêng có sự tăng lên, trung bình tăng khoảng 13.6% mỗi năm, cao hơn so với mức tăng trưởng bình quân 9.61% của toàn hệ thống Pgbank. Sự tăng trưởng dư nợ tín dụng đối với KHCN luôn đi kèm với việc kiểm soát chất lượng tín dụng thể hiện công tác thu nợ khá tốt. Đây là một kết quả đáng ghi nhận của Pgbank - CN Hà Nội.

Thứ hai, Cơ cấu cho vay KHCN của Pgbank - CN Hà Nội vẫn thực hiện đúng chỉ đạo của Pgbank là phát triển cho vay đối với KHCN để phát triển sản xuất kinh doanh, kích thích tiêu dùng, mở rộng tìm kiếm các khách hàng mới. Các sản phẩm cho vay đối với KHCN về cơ bản cũng đã đáp ứng các nhu cầu vay vốn của khách hàng, các khách hàng khá hài lòng về chất lượng sản phẩm tín dụng cá nhân.

Thứ ba, Với công tác bảo đảm tiền vay, Pgbank - CN Hà Nội đã làm tốt, chủ yếu các khoản cho vay đối với KHCN dựa trên cơ sở tài sản bảo đảm theo đúng quy định của Pgbank. Việc thẩm định các tài sản đảm bảo được thực hiện tốt đầy đủ các khâu và có những thay đổi theo chiều hướng tích cực để đánh giá đúng hơn giá trị thực của tài sản đảm bảo, tỷ lệ cho vay trên giá trị của tài sản đảm bảo cũng được nâng lên giúp cho các KHCN có thể vay được lượng vốn lớn hơn, đáp ứng nhu cầu vay vốn của khách hàng.

Thứ tư, Công tác quản lý nợ quá hạn, nợ xấu của Pgbank - CN Hà Nội là tương đối tốt. Tỷ lệ nợ xấu của chi nhánh là thấp so với các chi nhánh Pgbank khác trong toàn hệ thống. Đối với vòng quay vốn tín dụng cho vay KHCN tăng ổn định qua các năm là một tín hiệu tốt cần phát huy. Để có được kết quả nợ xấu và vòng quay vốn tín dụng với KHCN tốt như vậy là do Pgbank - CN Hà Nội đã làm tốt công tác quản lý khoản vay, bám sát tình hình hoạt động kinh doanh và theo dõi mục đích sử dụng dòng tiền vay, kiểm soát chặt chẽ sau cho vay, cập nhật kịp thời các thông tin liên quan đến khách hàng vay vốn, đôn đốc khách hàng trả nợ đúng hạn.

Thứ năm, Với sự đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng nói chung và KHCN nói riêng thông qua hình thức đối thoại trực tiếp giữa khách hàng và ngân hàng cũng như các thành tích đạt được qua kỳ thi nghiệp vụ chuyên sâu hàng năm của cán bộ Pgbank - CN Hà Nội, có thể cho thấy rằng Pgbank - CN Hà Nội đã đáp

ứng cơ bản nhu cầu của khách hàng một cách đầy đủ, kịp thời và hoạt động cho vay KHCN đã đem lại những kết quả đáng kể cho doanh nghiệp của ngân hàng.

2.3.2. Tồn tại

Hoạt động kinh doanh ngân hàng là lĩnh vực rất nhạy cảm với những biến động từ phía thị trường, sự thay đổi tình hình kinh tế xã hội và chịu sự giám sát chặt chẽ của cơ quan quản lý kinh tế. Bên cạnh những kết quả đạt được, thực trạng phát triển hoạt động cho vay KHCN tại Pgbank - CN Hà Nội trong thời gian qua cũng cho thấy những tồn tại sau:

Thứ nhất, Doanh số cho vay và dư nợ cho vay KHCN còn chưa cao, chiếm tỷ trọng thấp. Dư nợ cho vay KHCN tập trung chủ yếu vào nhóm khách hàng có nhu cầu vay cầm cố sổ tiết kiệm, vay thấu chi tài khoản lương của cán bộ nhân viên, vay qua thẻ tín dụng, vay mua, sửa chữa nhà để ở, mua đất xây dựng nhà để ở, mua phương tiện đi lại và mua sắm thiết bị nội thất gia đình (tới 92% dư nợ) mà chưa có sự tài trợ hợp lý cho nhóm khách hàng là hộ gia đình và hợp tác xã, trong khi nhóm khách hàng này là một trong những đối tượng cần tăng cường cho vay để thực hiện tốt mục tiêu chuyển dịch cơ cấu đầu tư, tập trung vốn cho nông nghiệp, nông thôn theo định hướng của Chính phủ.

Thứ hai, Cơ cấu cho vay thiếu sự cân đối và quy mô cho vay chưa tương xứng với tiềm năng nguồn vốn của ngân hàng.

Dư nợ cho vay KHCN chỉ chiếm tỷ lệ thấp trên 10% tổng dư nợ cho vay và trên 4% tổng nguồn vốn huy động. Kết quả này chưa tương xứng với những lợi thế sẵn có của ngân hàng khi được đánh giá là chi nhánh tốt nhất hệ thống: có nguồn vốn huy động lớn, tốc độ tăng trưởng ổn định; có mạng lưới hoạt động rộng với 15 phòng giao dịch trải khắp trên địa bàn thủ đô; có đội ngũ cán bộ nhân viên trẻ, nhiệt tình, trình độ tương đối đồng đều; được đầu tư tốt về cơ sở vật chất và luôn là chi nhánh đầu tiên trong hệ thống được ứng dụng và cập nhật công nghệ hiện đại vào quản lý.

Thứ ba, Chính sách bảo đảm tiền vay đối với KHCN còn nhiều bất cập, tỷ trọng cho vay không có TSDB đối với KHCN còn quá thấp do đó làm mất đi một lượng lớn khách hàng tiềm năng có uy tín, vị trí và thu nhập cao nhưng không đáp ứng đủ các điều kiện vay vốn. Quy trình cho vay và thủ tục vay vốn còn phức tạp, gây khó khăn cho khách hàng trong việc chứng minh để tiếp cận vốn vay. Ngân hàng chưa linh hoạt trong việc tinh giản quy trình cho vay và thủ tục vay vốn, vẫn làm

theo khuôn mẫu.

DANH MỤC BẢNG

Thứ tư, Các sản phẩm cho vay của Pgbank - CN Hà Nội còn đơn giản, chưa phong phú, đa dạng, chưa tạo được sự khác biệt hoàn toàn, nổi trội so với các ngân hàng khác. Hệ thống sản phẩm dành cho KHCN còn nặng về các sản phẩm truyền thống. Các sản phẩm mà Pgbank - CN Hà Nội cung cấp đơn thuần như cho vay mua nhà, đất, xây sửa nhà, cho vay mua xe, thấu chi tài khoản lương, phát hành thẻ tín dụng... Trong khi các Ngân hàng khác đang phát triển nhiều sản phẩm tiện ích như: Ngân hàng Đông Á cho vay tín chấp trong vòng 24 giờ, Sacombank cho vay tiểu thương không cần thế chấp, thu nợ trực tiếp tại địa điểm kinh doanh và chấp nhận trả góp linh hoạt hay cho vay hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp, ACB cho vay mua nhà thế chấp bằng chính nhà mua... Việc triển khai các sản phẩm mới còn chậm chễ, chưa thỏa mãn hết nhu cầu của khách hàng mà chỉ theo khả năng cung cấp.

Thứ năm: Công tác tiếp thị và chăm sóc KHCN còn rất hạn chế, tiếp cận khách hàng còn chưa thực sự tốt. Cán bộ tín dụng chưa chủ động tìm kiếm, tiếp thị và tư vấn cho KHCN, còn có tư tưởng trông chờ khách hàng tìm đến ngân hàng, tạo cơ hội cho các ngân hàng khác lôi kéo các khách hàng truyền thống cũng như khách hàng tiềm năng của chi nhánh, tạo hình ảnh giao dịch thiếu chuyên nghiệp trong mắt khách hàng.

2.3.3. Nguyên nhân

Các hạn chế trong hoạt động cho vay KHCN của Pgbank - CN Hà Nội giai đoạn 2019-2021 nêu trên có thể xuất phát từ nhiều nguyên nhân khác nhau. Trong phạm vi nghiên cứu của đề tài, có thể thấy nguyên nhân gây ra các hạn chế trên bao gồm: các nguyên nhân chủ quan xuất phát từ bản thân ngân hàng là quy trình thủ tục vay vốn phức tạp, tài sản đảm bảo tiền vay khá đơn điệu, năng lực quản lý rủi ro tín dụng chưa cao, hiệu quả hoạt động marketing thấp, chưa đẩy mạnh liên kết trong cho vay, chất lượng nguồn nhân lực chưa đáp ứng được yêu cầu, công nghệ chưa ổn định; và nguyên nhân khách quan chủ yếu xuất phát từ môi trường kinh doanh không thuận lợi của ngân hàng, rủi ro về lãi suất và sự cạnh tranh gay gắt của các TCTD khác trên địa bàn.

2.3.3.1. Nguyên nhân chủ quan

Thứ nhất: Quy trình cho vay và thủ tục vay vốn còn phức tạp.

Quy trình cho vay và thủ tục vay vốn đối với KHCN còn rườm rà, phức tạp so với một số các NHTM khác. Điều này gây khó khăn cho KHCN trong việc tiếp

cận với vốn vay. Ngân hàng chưa linh hoạt trong thực hiện việc tinh giản quy trình cho vay và thủ tục vay vốn, vẫn **DÀN HÌNH MÔ CẢNH** một khuôn mẫu, lối mòn. Đôi khi làm ảnh hưởng đến thời gian sử dụng vốn của khách hàng.

Mặt khác, công tác triển khai hoạt động cho vay KHCN tại các phòng giao dịch còn thụ động trong việc tiếp nhận và chấp hành các chỉ đạo của Hội sở Pgbank - CN Hà Nội điều hành chính sách tín dụng cho phù hợp với xu thế thị trường trong từng điều kiện, hoàn cảnh cụ thể.

Thứ hai: Chính sách cho vay đối với KHCN chưa linh hoạt.

Ngân hàng quá cẩn trọng trong công tác tín dụng, e dè trong hoạt động cho vay đối với KHCN. Quy định chặt chẽ về cho vay có tài sản đảm bảo, quy định trong việc chứng minh thu nhập chính đáng của ngân hàng nhằm sàng lọc khách hàng, hạn chế rủi ro khiến cho nhiều KHCN không thể tiếp cận được vốn vay ngân hàng. Tài sản đảm bảo tiền vay khá đơn điệu, tài sản nhận thế chấp chủ yếu là bất động sản, các loại tài sản khác còn hạn chế. Vì vậy, nhiều khi ngân hàng đã bỏ lỡ các khách hàng tiềm năng, phương án sản xuất kinh doanh khả thi chỉ vì họ không đáp ứng các yêu cầu về tài sản đảm bảo. Chính sách cho vay ít mạo hiểm là giá đỡ giúp ngân hàng chống chọi lại với những bất lợi của nền kinh tế khó khăn nhưng lại là rào cản tăng trưởng lợi nhuận trong hoạt động cho vay. Điều này cũng chính là nguyên nhân làm cho thời hạn cho vay đối với KHCN là ngắn hạn.

Thứ ba: Chưa đẩy mạnh liên kết trong cho vay.

Để mở rộng mạnh hoạt động cho vay KHCN thì việc thực hiện liên kết với các đơn vị kinh doanh, đơn vị hành chính sự nghiệp...là một trong những yếu tố rất quan trọng để mở rộng nâng cao hiệu quả cho vay. Thực tế trong quá trình triển khai hoạt động cho vay KHCN, chi nhánh vẫn còn tâm lý “ngại” bán lẻ do thủ tục thực hiện còn rườm rà, tốn thời gian, chi phí và tốn nhiều nhân lực. Ngân hàng chưa chủ động trong việc tìm kiếm cơ hội hợp tác, liên kết với các đối tác tại địa bàn như chủ đầu tư các dự án bất động sản, các sàn giao dịch bất động sản, các showroom ô tô... để bán chéo các sản phẩm tín dụng cá nhân đã ban hành.

Các phòng giao dịch của Pgbank- CN Hà Nội còn thụ động trong việc tiếp nhận và chấp hành các chỉ đạo của Hội sở chính điều chỉnh chính sách tín dụng cho phù hợp với xu thế của thị trường trong từng điều kiện, hoàn cảnh cụ thể.

Thứ tư: Năng lực quản trị rủi ro tín dụng tại ngân hàng chưa cao.

Hệ thống chấm điểm và xếp hạng KHCN chưa thực sự đánh giá đúng khả năng trả nợ của khách hàng, việc áp dụng vào thực tế còn mang tính hình thức. Việc

chăm điểm khách hàng chỉ thực hiện bằng phương pháp thủ công, chưa có sự hỗ trợ của phần mềm tin học, với các tiêu chí đánh giá đơn giản, tập trung quanh thu nhập, độ tuổi, tình trạng hôn nhân, tình trạng nhà ở, nơi công tác, nghề nghiệp, mức độ vi phạm pháp luật... mà chưa tính đến các yếu tố định tính nên việc đánh giá khách hàng vay vốn nhiều khi còn chưa đúng với thực lực của khách hàng.

Cách thức phân loại nợ chỉ dựa trên các yếu tố định lượng đơn giản, thiếu sự đánh giá kết hợp với các yếu tố định tính đã hạn chế khả năng nhận biết của ngân hàng về tình trạng trả nợ thực tế của khách hàng. Điều này dẫn tới sai lệch về nợ xấu của ngân hàng khi khách hàng thực hiện đảo nợ hoặc vay tiền của ngân hàng khác để trả nợ.

Việc kiểm tra sử dụng vốn vay của khách hàng còn mang tính hình thức, chiếu lệ, chưa thường xuyên, việc kiểm tra sau khi cho vay chưa được coi trọng như là một tất yếu của quy trình cho vay. Năng lực kiểm tra giám sát tình hình tài chính của cán bộ tín dụng đối với khách hàng còn hạn chế, kết quả kiểm tra thường chỉ dừng lại ở mức ghi nhận khó khăn của khách hàng mà chưa đưa ra được các giải pháp hữu hiệu để giải quyết vấn đề.

Công tác thu hồi nợ xử lý rủi ro chưa đưa ra được các biện pháp triệt để, tích cực nên kết quả thu hồi nợ đã xử lý còn thấp, chưa đạt được kế hoạch đề ra. Nguyên nhân chính là do những bất cập trong việc xử lý tài sản đảm bảo và tình hình tài chính của khách hàng gặp nhiều khó khăn. Thêm vào đó, hiện nay thị trường bất động sản đang rất ảm đạm cũng ảnh hưởng lớn đến khả năng phát mại tài sản là bất động sản để thu hồi nợ của ngân hàng.

Thứ năm: Chất lượng nguồn nhân lực còn hạn chế.

Đội ngũ cán bộ nhân viên của Pgbank- CN Hà Nội còn trẻ, độ tuổi bình quân khoảng 35 tuổi. Hầu hết đội ngũ cán bộ-nhân viên trực tiếp thực hiện nghiệp vụ đều được đào tạo cơ bản về lĩnh vực tài chính, tín dụng, ngân hàng và kế toán; đáp ứng đủ các điều kiện về trình độ ngoại ngữ, tin học văn phòng; có thái độ phục vụ khách hàng nhiệt tình, văn minh, lịch sự, có phẩm chất đạo đức tốt và hoàn thành công việc được giao. Tuy nhiên, trong môi trường kinh doanh cạnh tranh luôn đòi hỏi tính chuyên nghiệp và hiện đại thì khả năng thích ứng nhanh nhạy, tính chuyên nghiệp của cán bộ-nhân viên còn thấp, chưa đáp ứng được yêu cầu mới đặt ra. Điều này đã ảnh hưởng một phần đến khả năng phát triển cho vay KHCN của ngân hàng khi mà việc phát triển cho vay không chỉ liên quan đến phòng tín dụng mà còn liên quan đến nhiều bộ phận khác nhau trong ngân hàng.

Bên cạnh đó, trình độ chuyên môn của đội ngũ cán bộ tín dụng chưa đồng đều, còn hạn chế về khả năng thẩm định và xử lý tín dụng; nhiều cán bộ còn học trái ngành dẫn đến việc đào tạo, hướng dẫn mất nhiều thời gian và phải có kế hoạch đào tạo chuyên sâu. Nhiều cán bộ tín dụng còn giữ tâm lý thu động, chờ đợi khách hàng đến vay vốn mà không chủ động tìm kiếm, tìm hiểu nhu cầu cần vay vốn của khách hàng. Một số cán bộ tín dụng đạo đức nghề nghiệp, tính tự giác, tinh thần trách nhiệm trong công việc còn chưa cao, vi phạm quy trình tín dụng, buông lỏng quản lý dẫn đến phát sinh rủi ro tín dụng. Một bộ phận cán bộ của ngân hàng bị đồng tiền và cơ chế thị trường cám dỗ đã đặt lợi ích cá nhân lên trên, lợi dụng công việc được giao để móc ngoặc với người vay, lợi dụng kẽ hở của pháp luật để làm giàu bất hợp pháp, gây thiệt hại về vốn cho ngân hàng.

Do vậy, để có thể phát triển hoạt động cho vay KHCN một cách hiệu quả và đem lại thu nhập lớn hơn cho ngân hàng, trong điều kiện mới, Pgbank - CN Hà Nội cần phải có một chính sách nhân sự phù hợp để tạo ra một nguồn nhân lực đồng đều, chất lượng cao, đáp ứng được những đòi hỏi khắt khe trong công việc.

Thứ sáu: Bộ phận Marketing chưa thể hiện được vị trí và vai trò chủ đạo trong việc nâng cao sức cạnh tranh cho ngân hàng trong lĩnh vực cho vay KHCN.

Với phương châm lấy khách hàng làm trung tâm, chất lượng sản phẩm dịch vụ và phong cách phục vụ chuyên nghiệp là lợi thế cạnh tranh, Pgbank - CN Hà Nội cũng rất chú trọng tới hoạt động Marketing và phát triển thương hiệu. Ngân hàng đã xây dựng và triển khai thực hiện "Chuẩn mực văn hóa Ngân hàng Thương Mai Cổ phần Xăng dầu Petrolimex", trong đó có quy tắc ứng xử của cán bộ, nhân viên trong nội bộ Pgbank - CN Hà Nội cũng như với khách hàng và với bên ngoài.

Tuy nhiên, thực tế cho thấy, trong những năm qua, hoạt động marketing tại Pgbank - CN Hà Nội mới chỉ chú trọng đến việc tiếp thị, chăm sóc khách hàng, quảng cáo, truyền thông, tổ chức sự kiện,...v.v mà chưa xây dựng được hệ thống các chiến lược, biện pháp, các chương trình, hoạt động tác động vào toàn bộ quá trình tổ chức, cung ứng dịch vụ của ngân hàng, nhằm sử dụng các nguồn lực của ngân hàng một cách tốt nhất trong việc thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Do đó, hiệu quả hoạt động Marketing còn thấp, bộ phận marketing chưa thể hiện tốt vai trò là cầu nối giữa ngân hàng với thị trường và chưa có khả năng tạo ra vị thế cạnh tranh cho ngân hàng trong việc gia tăng quy mô cho vay, chiếm lĩnh thị phần đối thủ. Nguyên nhân của tình trạng này là do:

+ Thứ nhất, các phòng ban tại Hội sở chính, các tổ nghiệp vụ tại các Phòng giao dịch chưa được tổ chức theo **ĐƠN NHỊ MỤC ĐÍCH** (Khách hàng doanh nghiệp và Khách hàng cá nhân) mà được tổ chức theo mảng nghiệp vụ.

+ Thứ hai, bộ phận marketing chưa được phân tách độc lập mà nằm trong Phòng Dịch vụ & Marketing trong khi hầu hết cán bộ của phòng đều làm nghiệp vụ thẻ, mobile banking, internet banking, đăng ký và cung cấp thông tin cho khách hàng nên cán bộ nghiệp vụ marketing bị hạn chế về số lượng và chất lượng.

Trong thời gian tới, để có thể phát triển hoạt động cho vay khách hàng cá nhân, Pgbank - CN Hà Nội cần phải có một bộ phận marketing chuyên biệt với đội ngũ cán bộ được đào tạo chuyên sâu, trẻ, năng động, nhiệt tình, sáng tạo, sẵn sàng thực hiện nhiệm vụ, công việc mới.

Thứ bảy: Hệ thống công nghệ ngân hàng còn hạn chế.

Trong những năm gần đây, Pgbank đã đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ tin học vào các quy trình hoạt động, tăng cường đầu tư công nghệ và triển khai áp dụng công nghệ cho các chi nhánh. Với vị trí là hạt nhân của hệ thống, Pgbank - CN Hà Nội luôn là chi nhánh đầu tiên trong hệ thống được triển khai ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại. Hệ thống CoreBanking Flexcube được vận hành tại chi nhánh từ năm 2002 cho đến nay đã phục vụ rất tốt hoạt động kinh doanh và phát triển sản phẩm dịch vụ mới của ngân hàng.

Tuy nhiên, do chương trình CoreBanking I đang vận hành vẫn trong quá trình hoàn thiện và triển khai tiếp các modul phụ trợ nên hoạt động chưa ổn định ảnh hưởng tới giao dịch giữa ngân hàng và khách hàng, làm hạn chế khả năng phát triển cho vay của ngân hàng do không đáp ứng tốt các nhu cầu của khách hàng.

2.3.3.2. Nguyên nhân khách quan

- *Sự biến động của nền kinh tế:*

Do ảnh hưởng chung của cuộc khủng hoảng và suy thoái kinh tế toàn cầu ảnh hưởng trực tiếp đến nền kinh tế Việt Nam, tốc độ tăng trưởng kinh tế thấp. Thị trường tài chính chứa đựng nhiều rủi ro với giá vàng biến động phức tạp, đồng USD tăng giá, giá dầu thô giảm mạnh, nhiều doanh nghiệp phá sản, thu nhập của người lao động giảm sút, dẫn đến người dân chưa dám mạnh tay vay để mua sắm tài sản và mục đích tiêu dùng khác.

Mặt khác, hoạt động của ngành ngân hàng là một lĩnh vực nhạy cảm, luôn có tác động qua lại đối với những biến động nhỏ của nền kinh tế. Trong thời gian qua, ngành ngân hàng cũng chịu ảnh hưởng mạnh bởi cơn sốt lãi suất huy động do cuộc chạy đua

huy động tiền gửi giữa các ngân hàng; đề án tái cơ cấu lại các ngân hàng hoạt động yếu kém của các NHNN. Tốc độ tăng tín dụng và huy động vốn ứ đọng tại các Ngân hàng chưa được khơi thông. Kết quả hoạt động cho vay KHCN của Pgbank - CN Hà Nội bị ảnh hưởng bởi tỷ lệ nợ xấu tăng cao do vốn vay của khách hàng bị đổ vào thị trường bất động sản đang đóng băng cao trào là năm 2018-2019. Do đó phát triển hoạt động cho vay đối với KHCN bị thu hẹp và tăng trưởng chậm là điều dễ hiểu.

- Môi trường pháp lý chưa đồng bộ.

Cơ chế chính sách của Chính phủ, của NHNN về cho vay, bảo đảm tiền vay, xử lý nợ xấu... còn nhiều vấn đề chưa phù hợp. Mặc dù các văn bản pháp luật đã có sự sửa đổi, bổ sung hoặc thay thế cho phù hợp với hoạt động kinh doanh của các TCTD nhưng trên thực tế vẫn có nhiều điểm quy định thiếu cụ thể khiến cho quá trình triển khai thực hiện xảy ra nhiều vướng mắc hoặc có nhiều cách hiểu khác nhau dẫn đến rủi ro cho ngân hàng.

Một trong những bất cập hiện nay là vấn đề về tài sản thế chấp, đặc biệt là việc xác định quyền sở hữu các tài sản dùng làm thế chấp. Quy trình phát mại tài sản là giá trị quyền sử dụng đất và tài sản gắn liền trên đất còn phức tạp, đất thế chấp nhưng ngân hàng không tự định đoạt được mà phải xin ý kiến của cơ quan quản lý nhà nước trên địa bàn hoặc phải khởi kiện ra tòa. Pháp luật chưa ban hành đầy đủ các văn bản pháp lý về thẩm quyền của người cho vay hoặc cơ quan chức năng trong việc phát mại tài sản thế chấp, cầm cố... chưa có cơ chế cưỡng bắt buộc người vay vốn có nghĩa vụ giao tài sản đảm bảo cho ngân hàng xử lý, khi không có khả năng trả nợ. Điều này dẫn đến tình trạng khách hàng trây ỳ, không thực hiện nghĩa vụ trả nợ mà ngân hàng chưa thu hồi được.

- Ngân hàng chịu sự cạnh tranh gay gắt với các ngân hàng khác trên cùng địa bàn - đây đều là những ngân hàng có thế mạnh về cho vay KHCN.

Thống kê cho thấy có 01 điểm giao dịch của chi nhánh cùng hệ thống Pgbank và 21 điểm giao dịch của các NHTM khác như: Vietcombank, Sea Bank, VP Bank, Vietinbank, GP Bank, BIDV, Maritime Bank, Techcombank...v.v trên địa bàn trong khoảng cách 1km nơi chi nhánh đặt trụ sở chính. Đây đều là những ngân hàng có uy tín và đã có những bước phát triển vượt bậc trong hoạt động bán lẻ nói chung và hoạt động cho vay KHCN nói riêng. Các ngân hàng này đã tập trung nhiều nguồn lực cho mạng lưới, nhân sự, tài chính và hoạt động marketing, do đó đã tạo dựng được hình ảnh, danh tiếng và đạt được kết quả tốt trong hoạt động cho vay KHCN trên địa bàn Hà Nội.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2

DANH MỤC BẢNG

Chương 2 đã nêu lên bức tranh toàn cảnh về hoạt động kinh doanh nói chung và hoạt động cho vay KHCN tại Pgbank - CN Hà Nội nói riêng. Thông qua việc phân tích thực trạng hoạt động cho vay KHCN tại Agribank Hà Nội, chương 2 đã ghi nhận những kết quả mà Pgbank - CN Hà Nội đã đạt được trong thời gian qua với mục tiêu đẩy mạnh phát triển hoạt động cho vay KHCN, đồng thời nêu lên những hạn chế cần khắc phục.

Hạn chế cơ bản của hoạt động cho vay KHCN tại Pgbank - CN Hà Nội là cơ cấu cho vay thiếu sự cân đối, quy mô cho vay nhỏ chưa tương xứng với tiềm năng nguồn vốn lớn của ngân hàng; các sản phẩm dịch vụ chưa tạo được tính đột phá, tổ chức bộ máy KHCN chưa được phân tách rõ ràng, thiếu chuyên nghiệp, khâu quảng bá, tiếp thị còn yếu... Ngoài những nguyên nhân khách quan thì nguyên nhân chủ quan là do thiếu sự linh hoạt trong chính sách cho vay KHCN, thủ tục vay vốn còn phức tạp, chất lượng nguồn nhân lực còn hạn chế, công tác hoạt động marketing chưa hiệu quả...

Những nguyên nhân này là cơ sở cho những định hướng, chiến lược và giải pháp cụ thể ở chương 3 để góp phần mở rộng hoạt động cho vay KHCN nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của Pgbank - CN Hà Nội trong giai đoạn hội nhập.

CHƯƠNG 3:

GIẢI PHÁP TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN PETROLIMEX-CHI NHÁNH HÀ NỘI

3.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng thương mại cổ phần Xăng dầu Petrolimex - Chi nhánh Hà Nội

3.1.1. Mục tiêu

“Mục tiêu của Ngân hàng TMCP Xăng dầu Petrolimex là trở thành một trong những ngân hàng thương mại Việt Nam cung cấp các sản phẩm dịch vụ có chất lượng cao cho các khách hàng mục tiêu” Theo đó, Ngân hàng TMCP Xăng dầu Petrolimex Chi nhánh Hà Nội sẽ trở thành ngân hàng có chất lượng dịch vụ ngân hàng bán lẻ hàng đầu Việt Nam với các SPDV chuẩn, tiện ích đáp ứng cho khách hàng mục tiêu.

Để đạt được mục tiêu dài hạn nói trên, Ngân hàng TMCP Xăng dầu Petrolimex Chi nhánh Hà Nội xác định các mục tiêu cụ thể trong 3 năm tới và tập trung thực hiện các mục tiêu này với 3 nội dung chính sau:

- *Khách hàng được tối đa hóa giá trị*
 - *Tối đa hoá giá trị của cán bộ ngân hàng*
 - *Đảm bảo ổn định tài chính*
- Về khách hàng: Phải xác định khách hàng ổn định là nền tảng; nhanh chóng mở rộng nền tảng này thông qua việc cung cấp các hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tiện ích và chất lượng cao. Ngân hàng TMCP Xăng dầu Petrolimex chi nhánh Hà Nội đưa ra mục tiêu đến năm 2025 có nền khách hàng bán lẻ chiếm khoảng 10% số dân của Hà Nội, thị phần dư nợ bán lẻ và huy động vốn từ khách hàng cá nhân chiếm khoảng 80 – 90 % tổng dư nợ tín dụng và tổng huy động vốn toàn chi nhánh.
 - Việc mở rộng các kênh phân phối và đa dạng bao gồm: tăng số lượng các phòng giao dịch, quỹ tiết kiệm từ 15 lên 30 vào năm 2025. Phát triển dịch vụ E -banking, tăng số lượng ATM sử dụng và chấp nhận thẻ nội địa và thẻ visa.
 - Dịch vụ hoàn hảo để cung cấp cho khách hàng đầy đủ các dịch vụ, sản phẩm vào năm 2025, theo đó, tăng cường cập nhật dịch vụ để tối đa hóa lợi nhuận cũng như nhu cầu của khách hàng
 - Không ngừng nâng tầm chất lượng dịch vụ bằng cách:

- Triển khai các quy trình, nghiệp vụ theo hướng thân thiện hóa, dễ sử dụng.
- Xây dựng một hệ thống quản trị quan hệ khách hàng (CRM) để quan tâm, chăm sóc khách hàng tối ưu.
- Qua đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp, có trình độ chuyên môn cao tư vấn cho khách hàng dịch vụ tài chính tốt nhất.

3.2.1. Định hướng phát triển dịch vụ đối với khách hàng cá nhân giai đoạn 2025

❖ Các sản phẩm tín dụng đối với khách hàng cá nhân

- Cung cấp cho khách hàng một danh mục sản phẩm tín dụng hấp dẫn, đa dạng, đa tiện ích và phù hợp với từng đối tượng khách hàng.

+ Đối với các sản phẩm tín dụng truyền thống: nâng cao chất lượng và tiện ích thông qua cải tiến quy trình nghiệp vụ, đơn giản hoá thủ tục giao dịch và thân thiện với khách hàng.

+ Cung cấp sản phẩm hiện đại: bắt kịp với nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, phát triển nhanh trên cơ sở sử dụng đòn bẩy công nghệ hiện đại để cung cấp cho khách hàng trọn gói sản phẩm dịch vụ tài chính cá nhân.

- Phát triển đa dạng, đầy đủ tất cả các sản phẩm để có thể đáp ứng tối đa nhu cầu khách hàng. Thường xuyên tổ chức đánh giá, tham khảo ý kiến khách hàng về những sản phẩm tín dụng mà Chi nhánh đang cung cấp để từng bước nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, hướng tới sự hài lòng của khách hàng.

- Xây dựng chùm sản phẩm dành cho khách hàng cá nhân:

- + Tín dụng tiêu dùng.
- + Các sản phẩm tiền gửi mới phù hợp với từng đối tượng.
- + Phát hành thẻ; thu tiền điện, nước, cước viễn thông, thuế ...
- + Chi trả kiều hối, thanh toán phi thương mại.
- + Dịch vụ kết sắt & tư vấn tài chính.
- + Bancassurance (Kết hợp với dịch vụ bảo hiểm).

❖ Khách hàng mục tiêu và củng cố hệ thống khách hàng truyền thống.

- Đối với khách hàng là cá nhân: tập trung phát triển khách hàng có thu nhập cao và thu nhập trung bình khá trở lên, bao gồm:

- Nhóm khách hàng thu nhập cao như lãnh đạo, doanh nhân, nhà quản lý...
- Nhóm khách hàng thu nhập trung bình khá trở lên và có nghề nghiệp ổn định: công chức, cán bộ công nhân viên tại các cơ quan, doanh nghiệp nhà nước, các công ty lớn, các doanh

nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài...

- Đối với khách hàng là hộ sản xuất kinh doanh: tập trung phát triển khách hàng trong các lĩnh vực sản xuất, thương mại, dịch vụ, gia công, chế biến, nuôi trồng, xuất nhập khẩu...

- Thực hiện phân loại khách hàng để xây dựng cơ chế, chính sách chăm sóc khách hàng phù hợp với từng đối tượng khách hàng, xác định được nhóm khách hàng truyền thống và tìm ra các khách hàng tiềm năng.

❖ *Phát triển sản phẩm, dịch vụ thông qua các hợp đồng cung cấp sản phẩm dịch vụ (Phát hành thẻ, Chi trả lương, thu tiền điện, tiền nước, cước viễn thông, cho vay tiêu dùng....) với cơ quan hành chính Quận, Thành phố, Bộ Ngành trung ương, các trường đại học, THPT, THCS, tiểu học đóng trên địa bàn Thủ đô.*

3.2. Giải pháp tăng cường hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại ngân hàng TMCP Xăng Dầu Petrolimex- CN Hà Nội.

Với những lợi thế sẵn có về vốn, cơ sở vật chất, nguồn nhân lực đông và trình độ công nghệ hiện đại, trong thời gian tới Pgbank- CN Hà Nội cần đẩy mạnh mở rộng hoạt động cho vay KHCN để đảm bảo sự cân đối trong hoạt động tín dụng, hướng tới mục tiêu chung an toàn và hiệu quả. Tuy nhiên, để hạn chế rủi ro tín dụng, đảm bảo chất lượng và hiệu quả cho vay, Pgbank- CN Hà Nội cần xác định rõ việc gia tăng quy mô cho vay phải gắn liền với việc kiểm soát chặt chẽ các khoản vay, đảm bảo các tiêu chuẩn tín dụng theo thông lệ chung; hay nói cách khác phát triển cho vay phải phù hợp khả năng quản lý, giám sát của ngân hàng và các kế hoạch đặt ra. Do đó, để phát triển hoạt động cho vay KHCN có hiệu quả, ngân hàng cần tập trung một số các giải pháp sau:

3.2.1. Cải tiến quy trình, chính sách cho vay KHCN

*** Đơn giản hóa quy trình, thủ tục vay vốn**

Đối với KHCN khi đến tìm đến ngân hàng vay vốn là lúc họ thực sự cần đến khoản tiền mà họ xin vay ngân hàng. Thủ tục vay vốn rườm rà, phức tạp bao nhiêu sẽ làm cho khách hàng ngại tiếp cận vốn vay bấy nhiêu. Ở đây tính thời điểm của khoản xin vay được thể hiện khá rõ ràng, vì vậy đáp ứng được nhu cầu này của khách hàng càng nhanh gọn thì càng dễ lại được ấn tượng tốt trong khách hàng và đây cũng là một điểm mà các ngân hàng thường quan tâm tới để tạo thế mạnh cạnh tranh cho vay KHCN nói riêng và khách hàng đến xin vay vốn nói chung. Thời gian nhận được vốn vay được khách hàng quan tâm đến nhưng không chỉ có vậy, mà khách hàng còn quan tâm đến nhiều yếu tố khác nữa, như: lãi suất áp dụng, phương thức hoàn trả, tài sản đảm bảo, các điều kiện quy tắc...

Nhìn chung thì tất cả các yếu tố đó càng đem lại cho khách hàng sự thuận tiện, nhanh chóng bao nhiêu thì sự thắng lợi trong việc thu hút khách hàng của ngân hàng đó càng trở nên

gần hơn. Vì vậy chi nhánh cần phối hợp với các chi nhánh khác trong hệ thống và hội sở chính xây dựng một quy trình, thủ tục cho vay KHCN hợp lý hơn nữa. Cụ thể cần xây dựng một quy trình, thủ tục đảm bảo một số tiêu chuẩn sau:

- Tạo cho khách hàng sự thuận tiện và thoải mái nhất trong việc giao dịch với ngân hàng.

- Giảm bớt các thủ tục hành chính rườm rà không cần thiết như chỉ yêu cầu khách hàng sao kê bảng kê thu nhập 3 tháng gần nhất thay vì 12 tháng. Khách hàng có bảng lương thì không cần xác nhận nguồn thu nhập của cơ quan, đơn vị người vay, bỏ xác nhận của cơ quan có thẩm quyền trên giấy đề nghị vay vốn...

- Chú trọng đến việc tối đa hoá sự hài lòng của khách hàng trong đó vấn đề thời gian cần được tối giản hoá để nhanh chóng đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Giảm thời gian xét duyệt tối đa là 5 ngày xuống còn 2 ngày đối với cho vay ngắn hạn, tối đa 5 ngày đối với cho vay trung và dài hạn thay vì 5 ngày đối với cho vay ngắn hạn, 10 ngày đối với cho vay trung hạn và 15 ngày đối với cho vay dài hạn theo quy định hiện hành. Hỗ trợ và giúp đỡ khách hàng trong suốt quá trình khách hàng giao dịch với ngân hàng.

Và đặc biệt Pgbank – CN Hà Nội cũng cần xin phép PGBANK nâng cao tính chủ động của chi nhánh trong hoạt động cho vay KHCN, từ đó chi nhánh có thể chủ động sáng tạo trong những trường hợp cụ thể, đem lại sự thoả mãn cao nhất cho khách hàng.

**** Áp dụng linh hoạt hình thức đảm bảo tiền vay.***

Đảm bảo tiền vay đang là một rào cản mở rộng hoạt động cho vay KHCN trong thời gian qua. Để có thể mở rộng cho vay KHCN đồng thời giảm thiểu rủi ro trong hoạt động cấp tín dụng, Pgbank – CN Hà Nội cần áp dụng linh hoạt hình thức đảm bảo tiền vay, chẳng hạn trên cơ sở xếp hạng tín dụng theo quy định của PGbank, những khách hàng xếp hạng AAA, AA, A thì ngân hàng có thể cho vay có đảm bảo một phần hoặc cho vay không có đảm bảo bằng tài sản; đối với những khách hàng xếp loại BBB, BB và B có thể cho vay không có đảm bảo một phần hoặc tài sản đảm bảo hình thành trong tương lai và các đối tượng còn lại thì bắt buộc phải có tài sản đảm bảo. Ngoài ra, bên cạnh việc chấp nhận thế chấp tài sản là bất động sản và số dư tiền gửi như hiện nay, Pgbank – CN Hà Nội cần mở rộng nhận các loại tài sản khác như: ô tô, xe gắn máy, trái phiếu, cổ phiếu...làm tài sản đảm bảo tiền vay.

**** Cải cách mô hình tổ chức hoạt động tín dụng theo hướng ngày càng chuyên môn hóa quy trình xử lý công việc.***

Cải cách mô hình tổ chức hoạt động tín dụng theo hướng ngày càng chuyên môn hóa quy trình xử lý công việc cụ thể là thuê ngoài một số công đoạn và thành lập bộ phận hỗ trợ công tác tín dụng.

- Thuê ngoài một số công đoạn: Như liên kết với các công ty thẩm định giá để định giá tài sản đảm bảo, thuê công ty nghiên cứu thị trường để tìm hiểu nhu cầu và chăm sóc khách hàng:

+ Liên kết công ty thẩm định giá độc lập giúp việc định giá tài sản đảm bảo được khách quan, tránh việc định giá quá cao gây rủi ro cho ngân hàng (nếu giá trị thực của tài sản không đủ đảm bảo cho khoản vay) hoặc định giá quá thấp dẫn đến không đáp ứng được nhu cầu vay của khách hàng, đồng thời giảm bớt trách nhiệm của CBTD trong khâu thẩm định.

+ Công ty nghiên cứu thị trường giúp cho việc tìm hiểu nhu cầu của khách hàng được sát sao và kịp thời thông qua chương trình nghiên cứu chuyên nghiệp bằng bảng câu hỏi, phỏng vấn...đồng thời cũng có chính sách chăm sóc khách hàng chu đáo như tặng quà, thiệp chúc mừng vào các dịp đặc biệt như lễ, tết, sinh nhật.

-Thành lập bộ phận hỗ trợ để thực hiện các khâu công chứng hợp đồng thế chấp tài sản đảm bảo, đăng ký giao dịch đảm bảo, làm việc với các cơ quan chức năng như Ủy ban nhân dân, Phòng tài nguyên môi trường, Phòng quản lý đô thị, Phòng Cảnh sát giao thông... nhằm tạo hình ảnh một Pgbank – CN Hà Nội chuyên nghiệp đồng thời giảm bớt áp lực công việc cho CBTD hiện nay, tạo điều kiện cho CBTD tập trung vào công tác chuyên môn. Để thực hiện cần phải:

+ Tuyển dụng nhân sự có trình độ chuyên môn cũng như kinh nghiệm trong các lĩnh vực này.

+ Điều chỉnh quy trình phối hợp tác nghiệp giữa các bộ phận nghiệp vụ chuyên môn với nhau theo hướng đơn giản hóa

**** Tự động hóa theo dõi hồ sơ tín dụng.***

Trên nền tảng công nghệ đã có như SMS Banking, Internet-Banking cùng với mạng lưới hệ thống ATM và máy POS, Pgbank – CN Hà Nội cần tận dụng các lợi thế này nhằm hỗ trợ công tác tín dụng trong việc tự động hóa theo dõi hồ sơ tín dụng như: nhắc nợ tự động thông qua tin nhắn, email và thu nợ tự động thông qua giao dịch chuyển khoản Atransfer trên hệ thống SMS banking và máy ATM. Công việc tự động hóa này giúp giảm thiểu thao tác và thời gian tác nghiệp cho cán bộ tín dụng đồng thời đem lại tiện ích tối đa cho khách hàng, góp phần nâng cao hiệu quả công việc và tạo dựng hình ảnh một Pgbank – CN Hà Nội năng động và tiêu biểu trong hệ thống PGbank.

3.2.2. Đa dạng hóa và phát triển các sản phẩm tín dụng

Trong điều kiện hiện nay để giành lợi thế cạnh tranh thì việc xây dựng chính sách sản phẩm là rất cần thiết vì sản phẩm của các NHTM cung cấp đều có tính tương đồng và dễ bắt chước. Trên thực tế, hầu hết các NHTM Việt Nam hiện nay đều đang áp dụng các sản phẩm

tín dụng đơn điệu về hình thức, chưa có nhiều sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường. Do vậy, khách hàng không có cơ hội để lựa chọn và so sánh giữa các NHTM với nhau. Vì vậy, muốn gia tăng số lượng khách hàng vay vốn và dư nợ cho vay thì một trong những giải pháp là phải tập trung xây dựng chính sách sản phẩm tín dụng bằng các biện pháp sau:

- Nghiên cứu, cung cấp sản phẩm tín dụng mới phù hợp với từng đối tượng khách hàng dựa trên việc phân tích cơ cấu thị phần tín dụng, điểm mạnh và điểm yếu của đối thủ cạnh tranh. Trên cơ sở đó, tập trung phát triển các sản phẩm có lợi thế và có thể chiếm thị phần lớn nhất. Thực tế cho thấy nhu cầu sử dụng sản phẩm tín dụng ngân hàng đối với từng nhóm khách hàng là khác nhau. Vì vậy, để thu hút được nhiều khách hàng, ngân hàng cần tăng cường thực hiện các hình thức cấp tín dụng đa dạng và phù hợp hơn. Đây cũng là một biện pháp quan trọng để giảm thiểu rủi ro tín dụng cho ngân hàng.

- Tiếp tục đầu tư cho việc phát triển đa dạng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng, đặc biệt là các sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao, kết hợp nhiều sản phẩm dịch vụ với sản phẩm tín dụng để hình thành các gói sản phẩm tài chính cá nhân trọn gói từ tiền gửi, vay vốn đến chuyển tiền, thẻ, dịch vụ ngân hàng điện tử... dành cho một khách hàng hoặc nhóm khách hàng, nhằm vừa nâng cao khả năng cạnh tranh vừa đáp ứng tốt nhất khả năng tiếp cận và mở rộng khách hàng.

- Cung cấp và phát triển các dịch vụ tư vấn kinh doanh cho đối tượng khách hàng là hộ gia đình, hộ sản xuất có nhu cầu vay vốn thực hiện phương án/dự án kinh doanh. Một khách hàng nếu kinh doanh có hiệu quả, thu được lợi nhuận cao thì tất nhiên sẽ trả nợ được ngân hàng, đồng thời có khả năng mở rộng quy mô, vay thêm vốn, tạo cơ sở cho ngân hàng hoạt động. Ngược lại, một ngân hàng hoạt động yếu kém, tỷ lệ nợ xấu lớn là hệ quả của một quá trình kinh doanh thua lỗ của khách hàng. Vì vậy, việc ngân hàng cung cấp các dịch vụ tư vấn kinh doanh cho khách hàng là công cụ đắc lực giúp cho khách hàng và ngân hàng cùng tồn tại và phát triển. Khi thực hiện dịch vụ tư vấn, mỗi nhân viên nên đưa ra cho khách hàng những lời khuyên về các vấn đề: sáng kiến cải tiến mở rộng kinh doanh, phát hiện bất hợp lý, giúp khách hàng tháo gỡ khó khăn trong kinh doanh, tư vấn cho khách hàng về hướng đầu tư và thị trường tiềm năng, dự đoán xu hướng phát triển của ngành nghề mà khách hàng đang kinh doanh. Ngoài ra, ngân hàng cũng nên cung cấp các dịch vụ như môi giới cho hoạt động khác, dùng nghệ thuật liên kết khách hàng với tạo cơ hội kinh doanh mới cho cả hai bên.

Nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, Pgbank - CN Hà Nội cần tiếp tục nghiên cứu chiến lược phát triển các sản phẩm cho vay KHCN mới có tính năng, tiện ích cao như: sản phẩm cho vay du học, khám chữa bệnh, du lịch, thanh toán thuế thu nhập cá nhân, cưới hỏi, xây dựng nhà cửa, chuyển nhượng giá trị quyền sử dụng đất... Bên cạnh đó, cần

nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ của mình, chẳng hạn như: đăng ký vay online, đặt lịch hẹn online, hỗ trợ trực tuyến dịch vụ cho vay...nếu Pgbank - CN Hà Nội phát triển được các tiện ích như trên thì khách hàng vay chỉ cần máy tính hoặc điện thoại di động được kết nối Internet đã có thể truy cập vào website của ngân hàng để giao dịch, khách hàng có thể không cần đến trụ sở ngân hàng giao dịch, từ đó giảm thiểu thời gian đi lại cho khách hàng.

3.2.3. Thực hiện liên kết cho vay

Đây là giải pháp không mới, tuy nhiên hiện nay theo như tác giả quan sát thì hoạt động này chưa được triển khai trong hoạt động cho vay đối với KHCVN tại Pgbank - CN Hà Nội. Sự liên kết giữa ngân hàng với các hãng sản xuất tạo điều kiện cho các nhân mua và sử dụng sản phẩm của các hãng, đem lại lợi ích cho cả ba đối tượng tham gia là: Ngân hàng, Nhà sản xuất, các cá nhân. Và xem xét ở tầm vĩ mô thì sự liên kết này mang đến sự phát triển cho cả nền kinh tế. Chẳng hạn:

Cho vay tiêu dùng thực sự phát triển mạnh thiết nghĩ Pgbank - CN Hà Nội nên liên kết đối với các đơn vị cung cấp hàng hóa, dịch vụ như các trường học, bệnh viện, siêu thị...để mở rộng cho vay tiêu dùng. Trường hợp khách hàng có nhu cầu mua sắm hàng hóa, dịch vụ nếu thiếu tiền thì những đơn vị này giới thiệu cho Pgbank - CN Hà Nội để thẩm định cho vay số tiền còn thiếu. Pgbank - CN Hà Nội chuyển số tiền vay trực tiếp cho đơn vị cung ứng hàng hóa và dịch vụ sau khi khách hàng hoàn tất hồ sơ cho vay. Bên cạnh đó Pgbank - CN Hà Nội cần tăng cường hợp tác với các cơ quan, đơn vị có tiềm năng để mở rộng cho vay tiêu dùng bằng hình thức xác nhận thu nhập và cam kết trích thu nhập hàng tháng của người lao động trả nợ khách hàng.

Cho vay mua nhà: Bằng cách liên kết với các Công ty Kinh doanh Bất động sản, Sàn Bất động sản, Văn phòng Công chứng và Phòng Tài nguyên Môi trường để thực hiện các hoạt động cho vay theo tiến độ dự án, gói hỗ trợ nhận nhà ngay hoặc dịch vụ sang tên đăng bộ và thế chấp tài sản hình thành từ vốn vay từ đó giúp Ngân hàng quản lý được dòng tiền cho vay, giảm bớt rủi ro trong việc nhận tài sản thế chấp khi chưa hoàn tất thủ tục pháp lý.

Cho vay mua ô tô: Ngân hàng thực hiện liên kết với các showroom hay nhà sản xuất ô tô để thực hiện bán xe ô tô cho các khách hàng đang có nhu cầu sử dụng xe ô tô, nhưng hiện tại khả năng chi trả của họ chưa đủ cho việc thanh toán ngay giá trị của chiếc ô tô đó. Khi đó Ngân hàng có thể đứng ra thoả thuận với Nhà sản xuất ô tô và khách hàng, để cho vay khoản tiền còn thiếu của khách hàng khi khách hàng mua xe ô tô. Với sự trung gian này của Ngân hàng thì khách hàng cũng như Nhà sản xuất đều đạt được mục tiêu của mình, với sự thuận lợi và an toàn rất cao.

Vì vậy trong thời gian tới chi nhánh cần gấp rút triển khai hoạt động liên kết này trong hoạt động cho vay đối với KHCVN, góp phần đẩy nhanh dư nợ cho vay, đảm bảo khách hàng

sử dụng đúng mục, các doanh nghiệp thì có thể bán được hàng hóa dịch vụ, còn đối với khách hàng thì vẫn có thể mua được hàng hóa dịch vụ khi chưa đủ tiền thanh toán. Hình thức cho vay này được xem như một cầu nối giữa nhà sản xuất với người tiêu dùng, thúc đẩy sản xuất cũng như tiêu dùng toàn xã hội và vai trò của ngân hàng được phát huy.

3.2.4. Nâng cao hiệu quả hoạt động Marketing

Bên cạnh việc nâng cao chất và lượng của sản phẩm dịch vụ tín dụng, Pgbank- CN Hà Nội cần coi trọng hoạt động marketing thông qua nhiều hình thức như tuyên truyền, quảng cáo trên các phương tiện truyền thông đại chúng, tăng cường hoạt động khuyến khích tài trợ...nhằm quảng bá thương hiệu, khai thác khách hàng hiện hữu và khách hàng tiềm năng. Để phát huy hiệu quả vai trò hoạt động Marketing thì Pgbank- CN Hà Nội cần đưa ra định hướng cụ thể cho hoạt động của bộ phận Dịch vụ và Marketing.

Trước mắt, Pgbank- CN Hà Nội cần tách riêng bộ phận Marketing và bộ phận Dịch vụ trong Phòng Dịch vụ và Marketing. Theo đó, ngân hàng cần sắp xếp và cơ cấu lại nhân sự cho hai bộ phận này, đồng thời quy định rõ trách nhiệm và công việc cụ thể đối với từng bộ phận. Hiện tại, ngân hàng vẫn có thể để bộ phận Marketing nằm trong Phòng Dịch vụ và Marketing nhưng khi có điều kiện nhất thiết phải thành lập phòng marketing riêng biệt để bộ phận marketing có thể phát huy được vai trò của nó trong việc là cầu nối giữa ngân hàng với thị trường, có khả năng tạo ra vị thế cạnh tranh cho ngân hàng. Hoạt động hiệu quả marketing của Pgbank- CN Hà Nội cũng cần thực hiện tốt các nhiệm vụ sau:

- *Thứ nhất*, xác định rõ đối tượng khách hàng mục tiêu để từ đó đưa ra những sản phẩm cụ thể, phù hợp với nhu cầu của khách hàng và giúp ngân hàng trong việc tiến hành định giá một cách chính xác các sản phẩm ứng với các phân khúc thị trường mà chúng được mang đến với người sử dụng, cũng như kênh phân phối sản phẩm và các hình thức quảng cáo bắt mắt, ngắn gọn, dễ hiểu sao cho đạt được hiệu quả cao nhất.
- *Thứ hai*, chú trọng đến việc tìm hiểu nhu cầu và những mong muốn của khách hàng vì khách hàng luôn muốn lựa chọn những sản phẩm phù hợp với nhu cầu, dễ sử dụng và có nhiều tiện ích đi kèm. Bộ phận Marketing có thể thực hiện nghiên cứu độc lập hoặc thông qua các tổ chức nghiên cứu thị trường khác để có sự đánh giá khách quan về nhu cầu của khách hàng. Việc tìm hiểu kỹ nhu cầu của khách hàng cũng là cơ hội để ngân hàng có thể tối ưu hóa các sản phẩm của mình, tăng cường việc bán kèm, bán chéo sản phẩm.
- *Thứ ba*, lập kế hoạch Marketing cụ thể mà ngân hàng cần hướng tới. Việc lập ra kế hoạch marketing không chỉ giúp ngân hàng chủ động với những thay đổi của

thị trường mà còn là cơ sở để đánh giá hiệu quả hoạt động marketing sau này.

- *Thứ tư*, có sự đầu tư hơn nữa về tài chính và con người vì marketing là cả một quá trình và kết quả của việc đầu tư cho Marketing mang lại là rất lớn. So với các ngân hàng thương mại khác (bao gồm cả các ngân hàng thương mại nước ngoài) sự đầu tư về tài chính, con người cho hoạt động marketing của Pgbank- CN Hà Nội còn rất hạn chế. Chính vì vậy, trên thực tế, kết quả mang lại nhiều khi chưa đạt được kỳ vọng đề ra của ngân hàng.
- *Thứ năm*, ngân hàng cũng cần đưa ra các phương pháp để đánh giá, đo lường hiệu quả của hoạt động marketing. Điều này không chỉ giúp ngân hàng có thể mạnh dạn đưa ra những chiến dịch Marketing hiệu quả trong tương lai mà còn giúp ngân hàng loại bỏ những hoạt động marketing không phù hợp, không mang lại hiệu quả.

3.2.5. Nâng cao năng lực quản trị rủi ro tín dụng

Việc nâng cao năng lực quản trị rủi ro tín dụng sẽ tạo cơ sở vững chắc cho ngân hàng trong việc phát triển hoạt động cho vay an toàn và hiệu quả, theo đó các giải pháp được đề xuất như sau:

- *Nâng cao chất lượng thẩm định tín dụng trước khi cho vay.*

Thẩm định trước khi cho vay là khâu quan trọng giúp ngân hàng đưa ra các quyết định cho vay một cách chính xác nhất, từ đó nâng cao chất lượng các khoản vay, hạn chế nợ quá hạn phát sinh, đảm bảo hiệu quả tín dụng vững chắc. Tùy thuộc vào điều kiện thực tế ở địa bàn, từng loại khách hàng và mục đích vay vốn cụ thể, cán bộ tín dụng cần vận dụng, xem xét linh hoạt các quy định trong quy trình thẩm định tín dụng nhưng phải tuân thủ đầy đủ và chặt chẽ các vấn đề thuộc về nguyên tắc, các vấn đề mấu chốt, tránh thẩm định tùy tiện, sơ sài, từ đó nâng cao chất lượng và hiệu quả công tác thẩm định tín dụng.

Để nâng cao chất lượng thẩm định tín dụng trước khi cho vay, Pgbank – CN Hà Nội cần tách bộ phận tín dụng thành hai bộ phận riêng biệt: Bộ phận quan hệ khách hàng và bộ phận thẩm định tín dụng. Trong đó:

+ *Bộ phận quan hệ khách hàng* chịu trách nhiệm tiếp thị, chăm sóc, tìm hiểu nhu cầu khách hàng, trực tiếp nhận hồ sơ xin vay, hướng dẫn thủ tục, kiểm tra hồ sơ và mục đích vay vốn, giúp khách hàng hoàn thiện hồ sơ vay vốn; hướng dẫn thủ tục giải ngân cho khách hàng, chuyển hồ sơ vay vốn của khách hàng về bộ phận kế toán để thực hiện việc giải ngân; thực hiện giám sát khoản vay sau khi cho vay; theo dõi tình hình trả nợ gốc và lãi của khách hàng. Định kỳ, căn cứ hợp đồng tín dụng và kỳ hạn trả nợ thỏa thuận trên hợp đồng, bộ phận quan

hệ khách hàng lập bảng theo dõi thu hồi nợ để tiện việc nhắc nhở đôn đốc khách hàng trả nợ gốc và lãi, gửi báo cáo nợ đến hạn cho khách hàng bằng văn bản.

+ *Bộ phận thẩm định tín dụng* có nhiệm vụ thẩm định các nội dung: thẩm định năng lực pháp luật dân sự, thẩm định năng lực hành vi dân sự theo quy định của pháp luật, thẩm định mục đích vay vốn, thẩm định khả năng tài chính của khách hàng, thẩm định tính khả thi và có hiệu quả của dự án đầu tư, phương án sản xuất kinh doanh, dịch vụ; thẩm định về bảo đảm tiền vay; đánh giá tình hình khách hàng quan hệ với ngân hàng và lợi ích ngân hàng được hưởng đối với tất cả các khoản vay. Trên cơ sở nội dung thẩm định, cán bộ thẩm định lập báo cáo thẩm định trong đó đánh giá, phân tích rõ việc đáp ứng các điều kiện vay vốn, hiệu quả dự án/phương án vay vốn, mức độ rủi ro và đề xuất cho vay hay không cho vay, biện pháp đảm bảo tiền vay và các nội dung liên quan khác. Khi phương án vay được duyệt, hồ sơ vay vốn sẽ được chuyển về bộ phận quan hệ khách hàng để hướng dẫn khách hàng làm thủ tục giải ngân.

- *Tăng cường giám sát việc sử dụng vốn vay của khách hàng.*

Việc tăng cường giám sát khoản vay của khách hàng giúp ngân hàng có thể phát hiện được những dấu hiệu cảnh báo sớm, để từ đó có hành động và giải pháp khắc phục kịp thời.

Thực hiện giải ngân theo đúng các quyết định cấp tín dụng, hạn chế giải ngân bằng tiền mặt để có thể kiểm soát việc sử dụng vốn vay của khách hàng.

Thực hiện kiểm soát chặt chẽ sau khi cho vay:

+ Cần xây dựng và lựa chọn một kế hoạch kiểm tra sử dụng vốn hợp lý, phù hợp với đặc thù của từng khoản vay, chất lượng từng khách hàng.

+ Cần nghiêm túc thực hiện kiểm tra sử dụng vốn trên thực tế, tránh trình trạng thực hiện kiểm tra mang tính đối phó, thực hiện kiểm tra trên giấy tờ.

+ Cần có sự phân tích và đánh giá kịp thời những dấu hiệu của rủi ro dựa trên hệ thống các tín hiệu cảnh báo sớm về rủi ro tín dụng để chủ động xử lý các rủi ro có nguy cơ xảy ra.

+ Theo dõi chặt chẽ nguồn tiền của khách hàng trên cơ sở xây dựng cơ chế tra soát đối với từng loại vay.

Tổ chức các đoàn kiểm tra chéo để đảm bảo tính khách quan trong kiểm tra, có thể thành lập một bộ phận kiểm tra sử dụng vốn chuyên biệt cho những món vay lớn.

- *Chú trọng công tác thu hồi nợ.*

- Nhằm phát hiện và cảnh báo sớm các khoản nợ có vấn đề và xem xét kiến nghị với NHNo & PTNT Việt Nam sửa đổi các quy định, quy trình xử lý các khoản nợ có nguy cơ chuyển thành nợ quá hạn, nợ xấu nhằm hạn chế đến mức thấp nhất các tổn thất khi xảy ra rủi ro.

- Thực hiện đúng quy định, quy trình chuẩn hoá công việc xử lý nợ quá hạn, nợ xấu; trong đó xem xét quy định, quy trình chuyển các khoản nợ xấu sang cho công ty quản lý khai thác và xử lý nợ xấu dưới dạng thuê dịch vụ đòi nợ và có cơ chế mua bán nợ giữa 2 bên hoặc bán nợ cho bên thứ ba nhằm nhanh chóng thu hồi vốn, giảm nợ xấu, nợ quá hạn và hạn chế thấp nhất những tổn thất;

- Thực hiện việc phân cấp, ủy quyền cho các Trưởng đơn vị kinh doanh quyết định áp dụng các biện pháp kiên quyết, đúng pháp luật để thu hồi nợ vay, như việc quyết định xử lý tài sản thế chấp, cầm cố hoặc khởi kiện.

- Tăng cường phân công giao trách nhiệm cụ thể cho từng cán bộ tín dụng trong việc xử lý và thu hồi nợ đã xử lý rủi ro được, tiếp tục sử dụng kết quả thu hồi nợ làm căn cứ trả lương và xếp loại thi đua cho nhân viên.

- *Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát nội bộ*

Hoạt động kiểm tra, kiểm soát nội bộ phải được thực hiện định kỳ và đột xuất nhằm phát hiện các dấu hiệu sai phạm. Phạm vi kiểm tra phải được thực hiện tại cả Hội sở chính và các phòng giao dịch trực thuộc.

Tăng cường những cán bộ tín dụng có trình độ, đã qua nghiệp vụ tín dụng để bổ sung cho phòng kiểm tra và kiểm soát nội bộ. Đồng thời đòi hỏi cán bộ kiểm tra nội bộ phải có kiến thức nhất định về ngân hàng nói chung, hoạt động tín dụng nói riêng, kiến thức pháp luật, tin học, ngoại ngữ và đồng thời nắm kiến thức chuyên môn về kiểm toán.

Không ngừng hoàn thiện và đổi mới phương pháp kiểm tra, áp dụng linh hoạt các biện pháp kiểm tra tùy thuộc vào từng thời điểm, từng đối tượng và mục đích kiểm tra.

Việc tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát nội bộ sẽ giúp Pgbank – CN HN có thể phát hiện, ngăn ngừa những sai sót trong quá trình thực hiện nghiệp vụ và hạn chế những rủi ro đạo đức do cán bộ tín dụng gây ra.

3.2.6. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Nâng cao trình độ và đạo đức nghề nghiệp đối với cán bộ, nhân viên là một trong những yếu tố quan trọng quyết định sự phát triển của hoạt động ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay KHCN nói riêng. Do đó, để góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ ngân hàng và tạo được hình ảnh thân thiện trong lòng khách hàng thì việc nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, nhân viên chính là một giải pháp quan trọng quan trọng, có giá trị trong mọi giai đoạn phát triển của Pgbank – CN HN. Để làm được điều này, Pgbank – CN HN cần phải tập trung trên các phương diện sau:

Xây dựng một quy trình tuyển dụng nhân viên khoa học, chính xác và hợp lý nhằm tuyển dụng được những nhân viên có trình độ và phù hợp với yêu cầu công việc, hạn chế tình trạng thiếu nhân sự không giải quyết hết việc hoặc thừa nhân sự gây lãng phí.

Định kỳ tổ chức các khóa đào tạo kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn cho đội ngũ cán bộ nhân viên về khả năng thực hiện công việc với kỹ thuật công nghệ hiện đại, khả năng ứng xử khi tiếp xúc với khách hàng. Đồng thời, lập kế hoạch cử các cán bộ trẻ có năng lực đi đào tạo chuyên sâu ở các lĩnh vực kinh doanh chủ chốt, các dịch vụ mới nhằm xây dựng được đội ngũ chuyên gia giỏi, làm nòng cốt cho nguồn nhân lực trong tương lai.

Tổ chức các cuộc thi về nghiệp vụ chuyên môn, thể thao và các vấn đề xã hội khác. Qua việc kiểm tra khả năng ứng xử của nhân viên, có thể một mặt khen thưởng để khích lệ, mặt khác có thể rút ra những yếu kém hiện tại để có thể có biện pháp cải thiện kịp thời từ đó ngày càng nâng cao chất lượng phục vụ.

Đối với nhân viên mới và nhân viên cũ, cần làm cho họ hiểu rõ tầm quan trọng của việc thường xuyên nghiên cứu, học tập để cập nhật những kiến thức về chuyên môn và những kiến thức xã hội, gắn lý luận với thực tiễn để có thể vận dụng một cách linh hoạt, sáng tạo và có hiệu quả.

Đổi mới phong cách giao dịch, thể hiện sự văn minh lịch sự của cán bộ nhân viên đối với khách hàng.

Nâng cao khả năng giao tiếp của cán bộ giao dịch ngân hàng khi tiếp xúc trực tiếp với khách hàng để góp phần tạo nên hình ảnh tốt đẹp về ngân hàng trong lòng khách hàng. Đây cũng chính là phương thức quảng bá hình ảnh tốt nhất, với chi phí thấp nhất cho ngân hàng vì dưới con mắt của khách hàng, thái độ phục vụ tận tình, chu đáo, cùng với tác phong chuyên nghiệp, nhanh chóng, chính xác của nhân viên ngân hàng sẽ tạo nên ấn tượng tốt đẹp đối với khách hàng, góp phần xây dựng hình ảnh cho ngân hàng.

Có cơ chế khuyến khích vật chất đối với cán bộ trong ngân hàng như: cần thiết có chế độ lương, thưởng khác nhau đối với những nhiệm vụ quan trọng khác nhau để khuyến khích sự làm việc của đội ngũ cán bộ ngân hàng.

Nâng cao tính kỷ cương, kỷ luật của cán bộ và nhân viên trong ngân hàng.

Riêng đối với bộ phận tín dụng, để nâng cao chất lượng cán bộ tín dụng, Pgbank – CN HN cần quan tâm tới một số giải pháp sau:

Tiếp tục chuẩn hoá cán bộ tín dụng và quy định rõ trách nhiệm, quyền hạn, chế độ thưởng phạt đối với cán bộ tín dụng. Tiêu chuẩn cần xem xét đối với cán bộ tín dụng bao gồm: có có bản lĩnh kinh doanh vững vàng; có bản lĩnh chính trị vững vàng; có phẩm chất đạo đức tốt, thái độ phục vụ tận tình, chu đáo; có trình độ học vấn, năng lực chuyên môn nghiệp vụ cao; có khả năng giao tiếp tốt với khách hàng; có năng lực điều tra thu thập, liên kết, xử lý và tổng hợp thông tin...v.v. Từ việc chuẩn hoá cán bộ tín dụng, ngân hàng cần phải phân loại cán bộ tín dụng, kiên quyết loại bỏ hay chuyển công tác đối với cán bộ không đủ tiêu chuẩn quy

định.

Song song với việc chuẩn hoá cán bộ tín dụng, ngân hàng cần xây dựng kế hoạch đào tạo có tầm nhìn dài hạn. Kế hoạch đào tạo có thể tập trung vào một số giải pháp sau:

- + Tăng cường hình thức đào tạo tập trung kết hợp với hình thức tập huấn tại chỗ nhằm giúp cán bộ tín dụng nắm bắt được các nghiệp vụ nhất định trong một thời gian ngắn như: tổ chức các buổi sinh hoạt nghiệp vụ theo định kỳ, thảo luận các vướng mắc trong công tác tín dụng, văn bản quy trình nghiệp vụ.

- + Phối hợp với Trụ sở chính PGBank thường xuyên định kỳ tối thiểu mỗi năm một lần tổ chức tập huấn, bồi dưỡng kiến thức chuyên môn, hiểu biết các chế độ văn bản pháp luật, chính sách, quy trình nghiệp vụ có liên quan đến công tác tín dụng. Trong quá trình học tập, bồi dưỡng, gắn lý luận với thực tiễn để cán bộ tín dụng có thể vận dụng một cách đúng đắn, sáng tạo, linh hoạt và có hiệu quả trong quá trình thực hiện nghiệp vụ.

- + Tổ chức thi nghiệp vụ hàng năm và có khen thưởng hợp lý để khuyến khích những cán bộ tín dụng giỏi, có nhiều cống hiến. Cử cán bộ tham gia các lớp tập huấn về phòng chống rủi ro, các lớp công nghệ thông tin để ứng dụng khoa học kỹ thuật vào công tác tín dụng.

- + Có thể tổ chức các lớp học tại ngay ngân hàng để trao đổi kinh nghiệm nâng cao trình độ như khi áp dụng sản phẩm tín dụng mới, nâng cao kỹ năng thẩm định, quản trị rủi ro, định giá TSDB...v.v.

- + Tổ chức cho cán bộ tín dụng học hỏi thêm những kiến thức đa ngành về nông nghiệp, công nghiệp, thương mại, xây dựng, kỹ thuật... để trợ giúp cho công tác thẩm định dự án, phương án vay vốn của khách hàng. Đồng thời, tạo điều kiện cho cán bộ tín dụng tự trang bị thêm hiểu biết về tình hình kinh tế - xã hội, thị trường, ngoại ngữ, tin học..., rèn luyện kỹ năng giao tiếp với khách hàng.

- + Trong kế hoạch đào tạo cán bộ, Pgbank – CN HN cũng cần chú ý đến hiệu quả và chất lượng đào tạo, đào tạo phải phù hợp với từng cán bộ nhằm mang lại hiệu quả thiết thực. Chương trình đào tạo phải phù hợp với công việc và nhiệm vụ được giao, bố trí sử dụng hợp lý và có hiệu quả cán bộ tùy theo năng lực chuyên môn và trình độ của mỗi người.

- + Bên cạnh việc tăng cường trình độ chuyên môn cho cán bộ, Pgbank – CN HN cần coi trọng việc bồi dưỡng đạo đức, phẩm chất để cán bộ tín dụng có ý thức nâng cao tinh thần trách nhiệm, bảo vệ lợi ích chung của đơn vị, đề cao lương tâm trách nhiệm của người làm công tác tín dụng. Ngân hàng cũng cần thường xuyên hướng dẫn cán bộ tín dụng bám sát cơ sở, tiếp cận khách hàng để nắm vững kịp thời những biến động từ phía khách hàng, trên cơ sở đó giúp ngân hàng chủ động trong việc quản lý và điều tiết các hoạt động tín dụng.

+ Ngân hàng cũng cần chú ý đến mặt tư tưởng của cán bộ tín dụng, cần tránh tối đa tâm lý chủ quan hoặc quá tin tưởng vào mối quan hệ giữa khách hàng và ngân hàng mà không thực hiện tuân thủ đúng trình tự, quy trình cho vay. Trong việc xét duyệt cho vay, ngân hàng cần hướng dẫn cán bộ tín dụng không nên chạy theo số lượng mà xem nhẹ chất lượng của khoản vay.

+ Tăng cường tính kỷ luật, kỷ cương của cán bộ tín dụng thông qua việc chấp hành nghiêm túc mọi chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước, của Ngành, của hệ thống PGBank. Ngân hàng cần xử lý nghiêm khắc đối với những cán bộ tín dụng vi phạm quy chế, quy trình nghiệp vụ tín dụng, làm thất thoát vốn của ngân hàng.

3.2.7. Tăng cường ứng dụng và đổi mới công nghệ trong hoạt động ngân hàng

Công nghệ giữ vị trí ngày càng quan trọng trong hoạt động ngân hàng, là nền tảng để ngân hàng phát triển các sản phẩm dịch vụ và nâng cao năng lực hoạt động kinh doanh và khả năng cạnh tranh. Trong hoạt động tín dụng thì việc sử dụng các phần mềm quản lý khách hàng, quản lý nợ, tự động thông báo nhắc nợ đến hạn... đã giảm thiểu được chi phí hoạt động tín dụng và giúp khách hàng chủ động theo dõi các khoản vay của ngân hàng.

Hiện tại, Pgbank – CN HN luôn là chi nhánh đi đầu trong hệ thống PGBank về việc triển khai ứng dụng hệ thống công nghệ thông tin hiện đại trong hoạt động ngân hàng. Tuy nhiên so với các NHTM khác trên địa bàn thì hệ thống công nghệ ngân hàng của Pgbank vẫn còn khoảng cách nhất định. Để tạo ra nhiều sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại dựa trên nền tảng công nghệ thông tin, tăng cường tính bảo mật và giảm tải được việc làm thủ công cho đội ngũ cán bộ thì hệ thống Pgbank cần quan tâm và chủ động tiếp nhận chuyển giao công nghệ ngân hàng hiện đại từ bên ngoài nhằm nhanh chóng ứng dụng công nghệ tiên tiến theo tiêu chuẩn quốc tế nhằm phát triển và đa dạng hóa các kênh phân phối sản phẩm dịch vụ ngân hàng hiện đại như chú trọng phát triển ngân hàng điện tử, giao dịch ngân hàng trực tuyến trên Internet Banking, SMS Banking để phục vụ khách hàng 24/24 tại mọi lúc mọi nơi, khách hàng không cần phải đến ngân hàng cũng thực hiện được giao dịch nhằm gia tăng tiện ích và đảm bảo tính bảo mật thông tin cho khách hàng và ngân hàng.

3.3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

3.3.1. Đối với Chính phủ, các Bộ ban ngành

- Chính phủ cần duy trì các chính sách ổn định về kinh tế, chính trị, tạo môi trường kinh doanh pháp lý thuận lợi, đồng bộ và chặt chẽ để tạo điều kiện thuận lợi cho các thành phần kinh tế phát triển.

- Chính phủ và NHNN cần nhanh chóng đưa ra các giải pháp điều hành cơ chế lãi suất và tỷ giá linh hoạt và phù hợp với điều kiện thị trường. Từ đó tạo cơ sở cần thiết để lập lại trật tự trong các quan hệ giữa khách hàng và ngân hàng trên cơ sở bình đẳng và đúng luật.

- Áp dụng chế tài xử phạt thật nghiêm đối với các chính sách cạnh tranh không lành mạnh trong kinh doanh ngân hàng vi phạm quy định và cơ chế điều hành của Chính phủ và NHNN, gây bất ổn trên thị trường tiền tệ và gây mất lòng tin của dân đối với chính sách điều hành kinh tế của Chính phủ.

3.3.2. Đối với Ngân hàng Nhà nước

- Điều hành CSTT thận trọng, hiệu quả, phối hợp chặt chẽ với chính sách tài khóa, điều hành chặt chẽ tỷ giá và thị trường ngoại hối, linh hoạt theo tín hiệu thị trường, bảo đảm giá trị đồng Việt Nam. Thực hiện các giải pháp về lãi suất, tín dụng nhằm hỗ trợ doanh nghiệp vay vốn, tiết kiệm chi phí, tiếp tục tập trung vốn cho các lĩnh vực ưu tiên, các dự án hiệu quả và sử dụng nhiều lao động.

- NHNN cần khẩn trương hoàn thiện cơ chế chính sách và hệ thống văn bản pháp quy có đủ khuôn khổ cho việc thực hiện tốt luật NHNN, Luật các TCTD...v.v. đảm bảo hệ thống ngân hàng hoạt động an toàn, hiệu quả, năng động. Đổi mới phương thức, thủ tục tín dụng theo hướng tạo thuận lợi và cơ hội bình đẳng cho các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế có phương án, dự án khả thi được vay vốn ngân hàng.

- NHNN nên tăng cường hoạt động thanh tra, kiểm soát các ngân hàng nhằm chấn chỉnh những sai sót, tạo ra sự thống nhất về quản lý và bình đẳng trong cạnh tranh, phòng ngừa những tổn thất để tránh trường hợp các ngân hàng vì lợi nhuận mà vi phạm pháp luật.

- Tổ chức nâng cao vai trò của Hiệp hội ngân hàng Việt Nam nhằm đưa ra các kiến nghị, tiếng nói chung, tránh những động cơ cạnh tranh thiếu lành mạnh, gây hậu quả xấu cho hoạt động của ngân hàng. Đồng thời hiệp hội cũng đại diện cho hệ thống NHTM có tiếng nói chung kiến nghị những chính sách và yếu tố cần thiết trước cơ quan quản lý nhà nước.

- NHNN nên thường xuyên tổ chức các khóa học và những buổi hội thảo để nghe đóng góp ý kiến của các NHTM về những văn bản chính sách mà NHNN đưa ra để những văn bản này phù hợp với thực tế hoạt động của NH. Những thông tin liên quan đến hoạt động của NHTM, của các khách hàng có quan hệ tín dụng được công bố công khai, chính

xác để các TCTD có thể khai thác được. Muốn như vậy, NHNN cần quy định bắt buộc các NHTM thực hiện các chế độ báo cáo chính xác và thường xuyên hơn nữa. Đồng thời định kỳ NHNN sẽ tiến hành đánh giá xếp loại chất lượng tín dụng của các khách hàng có dư nợ một cách khách quan. Ngoài ra để đảm bảo nguồn thông tin được chính xác, cập nhật, CIC cần loại bỏ bớt các bộ phận trung gian.

- Khẩn trương xây dựng hệ thống cảnh báo sớm rủi ro đối với từng TCTD và toàn bộ hệ thống ngân hàng nhằm kịp thời phát hiện và xử lý các trường hợp có nguy cơ mất khả năng thanh toán, đảm bảo an toàn hệ thống. Đồng thời hoàn thiện đề án tổng thể về thanh tra, giám sát rủi ro và an toàn của hệ thống thông tin tín dụng phù hợp với chuẩn mực quốc tế và điều kiện hoạt động của hệ thống NHTM Việt Nam.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Trên cơ sở phân tích thực trạng phát triển hoạt động cho vay KHCN Pgbank – CN HN trình bày trong chương 2 với những mặt đạt được và hạn chế, chương 3 đi vào đề xuất các giải pháp để góp phần mở rộng hoạt động cho vay KHCN tại Pgbank – CN HN trong thời gian tới.

Các giải pháp đối với phát triển hoạt động cho vay KHCN tại Pgbank – CN HN như: cải tiến quy trình, chính sách cho vay KHCN; đa dạng hóa các sản phẩm tín dụng; thực hiện liên kết trong cho vay; nâng cao hiệu quả hoạt động marketing, năng lực quản trị rủi ro tín dụng và chất lượng nguồn nhân lực; đổi mới công nghệ ngân hàng...

Các đề xuất trên đều hướng tới một mục tiêu chung là phát triển hoạt động cho vay KHCN Pgbank – CN HN, từ đó góp phần vào chiến lược phát triển ngân hàng, nâng cao vị thế cạnh tranh trong hệ thống ngân hàng.

KẾT LUẬN

Hiện nay, trong xu thế toàn cầu, nhiều ngân hàng đang chuyển hướng phát triển theo mô hình ngân hàng bán lẻ đa năng, trong đó cho vay KHCN là một trong những hoạt động được các ngân hàng đặc biệt quan tâm vì thị trường này còn rất tiềm năng. Tuy nhiên, thực tế cho thấy phát triển hoạt động cho vay không đơn thuần là việc gia tăng quy mô cho vay mà phải là sự gia tăng quy mô cho vay trên cơ sở kiểm soát chặt chẽ các khoản vay, đảm bảo các tiêu chuẩn tín dụng chung. Nếu không đảm bảo được vấn đề này, việc mở rộng cho vay có thể dẫn đến rủi ro lớn hơn, nợ xấu có thể bùng phát ngay sau thời kỳ mở rộng các khoản vay và gây ra tổn thất lớn cho ngân hàng. Chính vì vậy, việc tìm ra những giải pháp để phát triển hoạt động cho vay nói chung và cho vay KHCN nói riêng đạt hiệu quả luôn là vấn đề được các NHTM đặc biệt quan tâm.

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận và thực tiễn hoạt động cho vay KHCN tại Pgbank – CN HN, luận văn đã hoàn thành được những nội dung chủ yếu sau:

1. Hệ thống hóa những vấn đề cơ bản về cho vay và hoạt động cho vay KHCN của NHTM, đặc điểm của cho vay KHCN, các tiêu chí định tính và định lượng để đánh giá hiệu quả hoạt động cho vay KHCN, đồng thời khẳng định tính tất yếu của hoạt động cho vay KHCN đối với nền kinh tế, ngân hàng và khách hàng hiện nay.

2. Luận văn đi vào nghiên cứu thực trạng phát triển hoạt động cho vay đối với KHCN của Pgbank – CN HN giai đoạn 2019-2021 thông qua việc đánh giá các tiêu chí định tính và định lượng được tính toán và phân tích bằng những số liệu cụ thể. Từ thực tiễn hoạt động cho vay KHCN tại Pgbank – CN HN, luận văn cũng chỉ ra được những kết quả đạt được và những tồn tại, hạn chế cần khắc phục trong hoạt động cho vay đối với KHCN. Đồng thời cũng đưa ra được nguyên nhân của những hạn chế đó cần phải được khắc phục để góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay KHCN.

3. Trên cơ sở những nguyên nhân, tồn tại và những định hướng phát triển của PGBank giai đoạn 2025, luận văn đưa ra các nhóm giải pháp để mở rộng hoạt động cho vay KHCN đối với Pgbank – CN HN. Luận văn cũng đưa ra một số kiến nghị đối với các cơ quan hữu quan như, Chính phủ và các Bộ ban ngành, NHNN, PGBank nhằm tạo điều kiện thuận lợi về mặt hành chính, pháp lý và cơ chế cho việc phát triển hoạt động cho vay KHCN tại Pgbank – CN HN nói riêng và các NHTM nói chung.

Tuy nhiên trong quá trình thực hiện luận văn, do tác giả còn bị hạn chế về thời gian nên tài liệu tham khảo có thể chưa thu thập đủ hết và chưa phân tích được sâu về thực trạng phản ánh việc phát triển hoạt động cho vay KHCN đặc biệt là chưa chỉ ra được nhược điểm của từng sản phẩm cho vay KHCN đang áp dụng tại ngân hàng. Tác giả luận văn rất mong

nhận được sự góp ý của các thầy cô giáo, các nhà khoa học và những người quan tâm đến lĩnh vực này để hoàn thiện hơn vấn đề nghiên cứu.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Benjamin Gomes Cassers (2005), *Những chiến lược kinh doanh - Phương pháp cạnh tranh giành chiến thắng*, NXB Văn hoá thông tin, Hà Nội.
2. Tăng Văn Bền, Trương Đình Chiến (1998), *Marketing trong quản trị kinh doanh*, NXB Thống kê, Hà Nội.
3. Trương Đình Chiến (2014), *Quản trị Marketing*, NXB Đại Học Kinh tế Quốc Dân, Hà Nội.
4. Trương Đình Chiến (2005), *Quản trị thương hiệu hàng hoá - lý thuyết và thực tiễn*, NXB Thống kê, Hà Nội.
5. Lê Anh Cường, Nguyễn Kim Chi, Nguyễn Thị Lệ Huyền (2005), *Tổ chức và quản lý tiếp thị - bán hàng*, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội.
6. David Cox (1997), *Nghiệp vụ ngân hàng hiện đại* – NXB Chính trị Quốc Gia, Hà Nội.
7. Trần Minh Đạo (2003), *Marketing*, NXB Thống kê, Hà Nội.
8. Bùi Văn Đông (2003), *Chiến lược và sách lược kinh doanh*, NXB Lao Động Xã Hội, Hà Nội.
9. Tạ Thị Kim Dung (2016), “*Nâng cao hiệu quả kinh doanh của ngân hàng thương mại cổ phần Kỹ thương Việt Nam*”, Luận án tiến sĩ kinh tế, Viện Chiến Lược Phát Triển, Hà Nội.
10. Phạm Thị Thu Hà (2009), *Giáo trình Quản trị ngân hàng thương mại*, NXB Giao thông vận tải Hà Nội.
11. Nguyễn Thị Hiền (2007), “*Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam*”, Tạp chí Ngân hàng.
12. Nguyễn Thị Thanh Huyền (2005), *Marketing căn bản*, NXB Trẻ, Hà Nội.
13. Hội đồng Nhà nước (1990), *Pháp lệnh số 38-LCT/HĐNN8 về ngân hàng, hợp tác xã tín dụng và công ty tài chính ngày 23/05/1990*
13. Nguyễn Minh Kiều (2008), *Tài chính doanh nghiệp*, NXB Thống kê, Hà Nội.

14. Vũ Trọng Lâm (2006), *Nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, (sách chuyên khảo), NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
15. Nguyễn Thị Mùi (2008), *Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng thương mại*, NXB Tài chính, Hà Nội.
16. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2005), “*Chiến lược phát triển dịch vụ ngân hàng đến năm 2020*”, Kỷ yếu hội thảo khoa học, NXB Phương Đông, Hà Nội.
17. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2011), *Thông tư số 17/2011/TT-NHNN ngày 18/08/2011*
18. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2019), *Thông tư số 21/2019/TT-NHNN ngày 29/12/2019*.
19. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2019,2020,2021), *Tạp chí ngân hàng*
20. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2019,2020,2021), *Tạp chí Khoa học và đào tạo ngân hàng*.
21. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (2019,2020,2021), *Tạp chí thị trường tài chính và tiền tệ*.
22. Ngân hàng thương mại cổ phần Xăng dầu Petrolimex (2019-2021), *Báo cáo thường niên*, Hà Nội.
23. Ngân hàng thương mại cổ phần Xăng Dầu Petrolimex (2019-2021), *Báo cáo Tổng kết hoạt động kinh doanh*, Hà Nội.
24. Nguyễn Thanh Phong (2011), *Đa dạng hóa sản phẩm kinh doanh Ngân hàng thương mại Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế*.
25. Philip Koler (2003), *Những phương thức sáng tạo, chiến thắng và không chế thị trường*, NXB Thành phố Hồ Chí Minh.
26. Quốc hội (2010), *Luật các tổ chức tín dụng*, số 47/2010/QH12
27. Quốc hội (2011) *Luật Ngân hàng nhà nước Việt Nam*, số 46/2010/QH12
28. Quốc hội (2019), *Luật các Tổ chức tín dụng*, số 17/2019/QH