

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN

1.1 Cơ sở lý luận

1.1.1 Khái niệm ngân hàng thương mại

Theo luật về NHTM của nhiều quốc gia trên thế giới, các NHTM được xác định là những định chế tài chính trung gian quan trọng nhất trong nền kinh tế thị trường. Vai trò của các ngân hàng này là nhận tiền gửi từ công chúng dưới nhiều hình thức khác nhau, đặc biệt là tiền gửi ký thác. Sau đó, họ sử dụng nguồn tiền này để thực hiện các nghiệp vụ tín dụng như cho vay, chiết khấu các giấy tờ có giá, và cung cấp nhiều dịch vụ tài chính khác. Mục tiêu chính của các hoạt động này là tìm kiếm lợi nhuận cho ngân hàng. Các NHTM không chỉ hỗ trợ các hoạt động tài chính của cá nhân và doanh nghiệp mà còn góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế thông qua việc cung cấp các dịch vụ tài chính đa dạng và linh hoạt.

Theo Luật số 47/2010/QH12 Luật các Tổ chức Tín Dụng năm 2010 của Việt Nam quy định rằng:

"Ngân hàng thương mại là loại hình ngân hàng thực hiện tất cả các hoạt động ngân hàng và các hoạt động kinh doanh khác theo quy định của Luật này nhằm mục tiêu lợi nhuận." (Theo điều 4 Luật các Tổ chức Tín Dụng năm 2010).

Theo PGS.TS Nguyễn Đăng Dờn (2009) NHTM là loại hình ngân hàng giao dịch trực tiếp với các doanh nghiệp, tổ chức đoàn thể xã hội và cá nhân, bằng việc huy động vốn dưới hình thức nhận tiền gửi hoạt kỳ, tiền gửi định kỳ, tiền phát hành kỳ phiếu, trái phiếu, đồng thời sử dụng số vốn huy động được để cho vay, chiết khấu, cung cấp các phương tiện thanh toán và cung ứng dịch vụ ngân hàng cho các đối tượng là khách hàng trong nền kinh tế.

Ngân hàng thương mại (NHTM) đóng vai trò là một định chế tài chính trung gian vô cùng quan trọng trong nền kinh tế thị trường. Hệ thống NHTM giúp thu thập và tập trung các nguồn tiền nhàn rỗi từ khắp nơi trong xã hội, những khoản tiền mà nếu không có sự can thiệp của ngân hàng thì có thể vẫn sẽ nằm im lìm và không được tận dụng. Thông qua việc huy động những nguồn vốn này, NHTM không chỉ giúp tăng cường khả năng thanh khoản mà còn sử dụng số vốn đó để cung cấp tín dụng cho các tổ chức kinh tế và cá nhân. Điều này tạo điều kiện cho việc mở rộng sản xuất, kinh doanh và phát triển nhiều lĩnh vực khác nhau trong xã hội. Nhờ đó, nền kinh tế có thể phát triển mạnh

mẽ và bền vững hơn, góp phần nâng cao đời sống của người dân và thúc đẩy sự tiến bộ của xã hội.

1.1.2 Khái niệm về cho vay

Căn cứ điều 4 luật các Tổ chức Tín Dụng 2010: “Cho vay là hình thức cấp tín dụng, theo đó bên cho vay hoặc bên cam kết giao cho khách hàng 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”. Đây có thể xem là nguồn thu chủ yếu cho ngân hàng, tuy nhiên các ngân hàng cũng phải đối mặt với những nguy cơ và rủi ro vô cùng lớn. Do đó tính hiệu quả hoạt động cho vay cần phải được chú ý đến bởi nó ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động kinh doanh của các NHTM.

Hiệu quả hoạt động cho vay khách hàng cá nhân được thể hiện ở tính kịp thời và khả năng đáp ứng đúng và đủ nhu cầu vốn của khách hàng cá nhân. Nguồn vốn đó phải được sử dụng với mục đích phù hợp với yêu cầu phát triển các mục tiêu kinh tế xã hội, cũng như đảm bảo tính hiệu quả của vốn khi khách hàng sử dụng.

Về phía ngân hàng, hiệu quả hoạt động cho vay khách hàng cá nhân được đánh giá dựa trên các tiêu chí như: Tỷ lệ tăng trưởng dư nợ, Tỷ lệ thu lãi, Lợi nhuận và Tỷ lệ nợ xấu, Tỷ lệ nợ quá hạn.

1.2 Nội dung phân tích hoạt động cho vay khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

Tính song hành của phát triển và kiểm soát rủi ro trong hoạt động cho vay: Được xem là kim chỉ nam cho tất cả các NHTM khi tìm hiểu về định hướng và chiến lược. Nếu như NHTM có thị phần được mở rộng nhưng tỷ lệ nợ xấu luôn ở mức cao cũng sẽ kéo theo việc giảm sút của khả năng thanh khoản, từ đó khả năng đáp ứng nhu cầu vốn và số lượng khách hàng đều bị ảnh hưởng. Vì vậy việc kiểm soát rủi ro của hoạt động cho vay luôn phải xuất hiện đồng thời với mục tiêu phát triển.

Chính sách lãi suất linh hoạt: Đây là mối quan tâm hàng đầu khi khách hàng có nhu cầu vay vốn. Cũng có thể xem đây là điều kiện tiên quyết được khách hàng xem xét và đưa ra các so sánh giữa các ngân hàng. Do đó ngân hàng có một chính sách lãi suất phù hợp sẽ tạo nên lợi thế cạnh tranh trong việc hình thành tệp khách hàng mới cũng như duy trì mối quan hệ với khách hàng cũ. Lợi thế về tài chính sẽ giúp các NHTM nâng cao sức cạnh tranh khi so sánh với NHTM khác về yếu tố lãi suất cho vay. Lãi suất cho vay càng

thấp thì chi phí khách hàng phải bỏ ra cho việc sử dụng vốn thấp, vì vậy khách hàng sẽ ưu tiên lựa chọn, từ đó tăng khả năng lôi kéo khách hàng từ ngân hàng đối thủ càng dễ dàng hơn.

Đánh giá, rà soát khách hàng và xây dựng hệ khách hàng mục tiêu: Điều này cực kỳ cần thiết, bởi đây là tiền đề để từ đó xây dựng những chính sách chăm sóc hợp lý với từng nhóm khách hàng, nhằm giữ chân được các khách hàng cũ và phát triển hệ khách hàng mới. Mỗi ngân hàng đều có những cơ sở dùng cho việc đánh giá cụ thể đối với từng nhóm khách hàng, từ đó hình thành kế hoạch và chiến lược chăm sóc cho từng tệp khách hàng.

Hoạt động marketing, truyền thông quảng cáo: Hoạt động marketing, tuyên truyền quảng cáo nhằm mục đích giới thiệu cho các khách hàng tiềm năng các ưu đãi về cơ chế lãi suất và dịch vụ, tính thương hiệu của ngân hàng sẽ được nâng cao đối với khách hàng. Độ nhận diện thương hiệu càng lớn việc tiếp cận khách hàng càng dễ hơn. Những hoạt động chủ yếu như quảng cáo, phát tờ rơi, băng rôn, từ thiện. Ngày nay một số ngân hàng còn áp dụng cách thức marketing trên nền tảng Social media như livestream trên các nền tảng mạng xã hội để quảng bá các dịch vụ, gói lãi suất và bán hàng thông qua nền tảng đó.

Hiểu rõ tầm quan trọng của việc chăm sóc khách hàng: Ngoài yếu tố lãi suất thì đây cũng có thể xem là một yếu tố được khách hàng chú trọng. Nhìn tổng thể thì ngân hàng là nơi “buôn bán” những sản phẩm đặc biệt, mà khi tồn tại tính thương mại thì dịch vụ luôn luôn cần phải được chú trọng. Việc tìm kiếm khách hàng mới và chăm sóc các khách hàng cũ đều quan trọng như nhau. Nếu NHTM không có cơ chế chăm sóc và hỗ trợ khách hàng tốt thì khả năng khách hàng bị những ngân hàng đối thủ lôi kéo dẫn đến mất khách hàng cũng là điều hoàn toàn có thể xảy ra. Do đó mà các NHTM đều xây dựng cho mình một quy trình chăm sóc và hỗ trợ khách hàng hiệu quả nhất có thể.

Nguồn nhân lực nâng cao chất lượng: Đặc điểm của ngành luôn luôn đi kèm với nguy cơ và rủi ro. Điều đó đòi hỏi nhân viên ngân hàng phải là những người cẩn thận, có kiến thức và kinh nghiệm. Trong bất kỳ công tác nào, từ hoạt động cấp tín dụng cho đến chăm sóc khách hàng đều đòi hỏi tính chuyên nghiệp và nhanh nhẹn. Chính vì thế mà các chương trình đào tạo kiến thức cho nhân viên theo luôn được tổ chức một cách định kỳ.

Các hình thức đào tạo phổ biến như: Mời chuyên gia, diễn giả, mở các lớp đào tạo trực tiếp, học tập và thi online.

1.2.1 Nguyên tắc cho vay

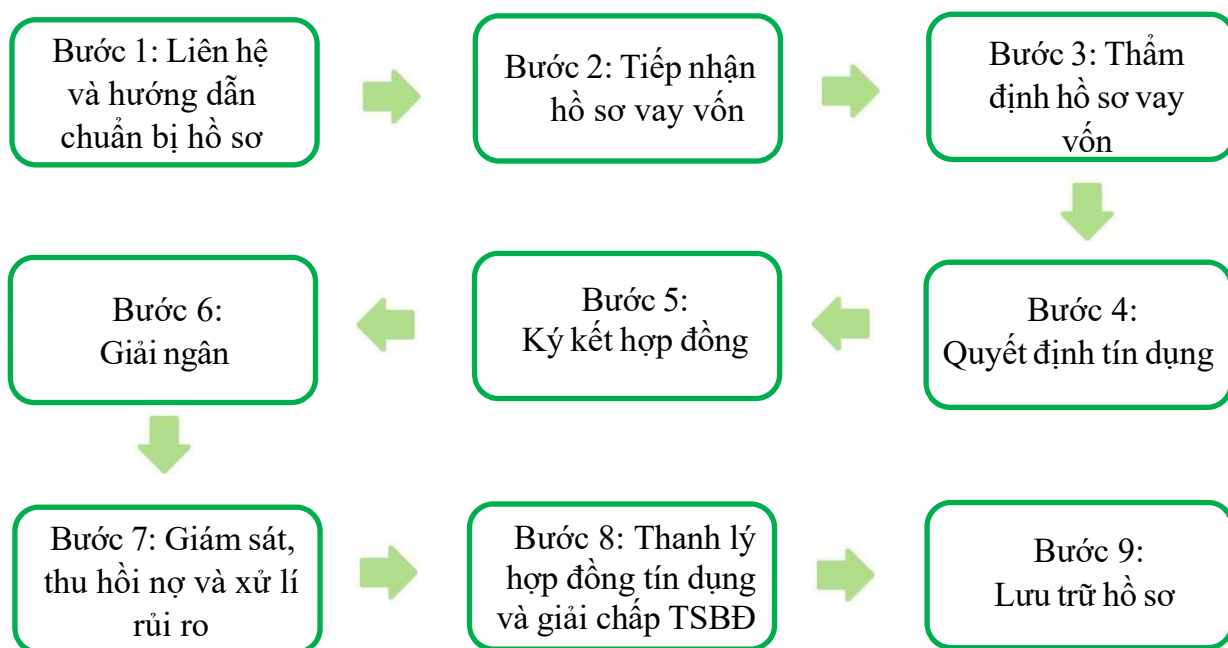
Theo Phan Thị Cúc (2008), vay vốn là một nhu cầu tự nguyện của khách hàng và đồng thời là cơ hội cho ngân hàng cung cấp tín dụng và thu lợi nhuận. Tuy nhiên, hoạt động cấp tín dụng liên quan đến việc sử dụng vốn huy động từ khách hàng, vì vậy phải tuân thủ một số nguyên tắc nhất định để đảm bảo an toàn và hiệu quả.

Nguyên tắc thứ nhất là sử dụng vốn vay đúng mục đích đã thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng. Việc này không chỉ giúp đảm bảo hiệu quả sử dụng vốn vay mà còn giúp khách hàng duy trì khả năng trả nợ sau này. Ngân hàng cần tìm hiểu rõ ràng mục đích vay vốn của khách hàng trước khi phê duyệt khoản vay và phải thường xuyên kiểm tra việc sử dụng vốn vay để đảm bảo tuân thủ hợp đồng. Điều này là rất quan trọng vì sử dụng vốn vay không đúng mục đích có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến khả năng thu hồi nợ của ngân hàng. Với khách hàng, việc tuân thủ mục đích vay không chỉ nâng cao hiệu quả sử dụng vốn mà còn giúp doanh nghiệp duy trì uy tín với ngân hàng.

Nguyên tắc thứ hai là hoàn trả nợ gốc và lãi đúng thời hạn đã thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng. Nguyên tắc này xuất phát từ bản chất tạm thời của nguồn vốn mà ngân hàng sử dụng để cho vay. Phần lớn nguồn vốn này được huy động từ tiền gửi của khách hàng, vì vậy sau khi cho vay, ngân hàng cần thu hồi vốn và lãi đúng thời hạn để hoàn trả cho người gửi tiền. Bản chất của quan hệ tín dụng là sự chuyển nhượng tạm thời quyền sử dụng vốn, do đó sau một thời gian nhất định, khách hàng phải hoàn trả đầy đủ cả gốc lẫn lãi.

Việc tuân thủ hai nguyên tắc này không chỉ đảm bảo an toàn cho hoạt động tín dụng của ngân hàng mà còn giúp khách hàng duy trì uy tín và hiệu quả sử dụng vốn vay.

1.2.2 Quy trình cho vay khách hàng cá nhân tại Phòng giao dịch Mạc Đình Chi



Sơ đồ 1. 1 Quy trình cho vay KHCN Vietcombank Tân Định – PGD Mạc Đĩnh Chi

(Nguồn: Vietcombank chi nhánh Tân Định – PGD Mạc Đĩnh Chi)

❖ **Chi tiết các bước trong quy trình cho vay khách hàng cá nhân tại Vietcombank – PGD Mạc Đĩnh Chi**

Bước 1: Liên hệ và hướng dẫn chuẩn bị hồ sơ

- Nhân viên ngân hàng sẽ liên hệ và hướng dẫn khách hàng về các yêu cầu cần chuẩn bị để đệ trình hồ sơ vay vốn.

- Hồ sơ vay vốn bao gồm thông tin về khách hàng cá nhân, tài liệu tài chính, các giấy tờ pháp lý liên quan, và một số thông tin khác.

Bước 2: Tiếp nhận hồ sơ vay vốn

- Khách hàng đệ trình hồ sơ vay vốn cùng với các giấy tờ và thông tin đã chuẩn bị.

- Nhân viên ngân hàng tiếp nhận hồ sơ và kiểm tra tính đầy đủ và hợp lệ của các tài liệu.

Bước 3: Thẩm định hồ sơ vay vốn

- Hồ sơ của khách hàng sẽ được phân công cho các nhân viên thẩm định tín dụng.

- Các nhân viên sẽ đánh giá khả năng trả nợ của khách hàng, xem xét các yếu tố tài chính, pháp lý, rủi ro và các yếu tố khác liên quan đến khoản vay.

Bước 4: Quyết định tín dụng

- Dựa trên kết quả thẩm định, ngân hàng sẽ đưa ra quyết định về việc duyệt hoặc từ chối yêu cầu vay vốn.

- Quyết định sẽ được dựa trên sự phân tích cẩn thận về khả năng trả nợ và các yếu tố rủi ro liên quan.

Bước 5: Ký kết hợp đồng

- Nếu hồ sơ vay được chấp nhận, hai bên sẽ tiến hành ký kết hợp đồng vay vốn.

- Hợp đồng sẽ quy định rõ các điều khoản về số tiền vay, lãi suất, thời hạn vay và các điều kiện khác.

Bước 6: Giải ngân

- Sau khi hợp đồng được ký kết, ngân hàng sẽ tiến hành giải ngân số tiền vay vào tài khoản của khách hàng.

- Quá trình này có thể diễn ra trong vài ngày sau khi hợp đồng được ký kết, tùy thuộc vào thỏa thuận giữa hai bên.

Bước 7: Giám sát, thu hồi nợ và xử lý rủi ro

- Ngân hàng sẽ tiếp tục giám sát việc sử dụng khoản vay của khách hàng.

- Thu thập các báo cáo tài chính định kỳ từ doanh nghiệp để đánh giá hiệu quả sử dụng vốn.

- Ngân hàng sẽ thực hiện các biện pháp cần thiết để thu hồi nợ đối với khoản vay, bao gồm cả xử lý các rủi ro nếu khách hàng không thể đảm bảo khả năng trả nợ

Bước 8: Thanh lý hợp đồng tín dụng và giải chấp TSBĐ

- Để thanh lý hợp đồng tín dụng và giải chấp tài sản đảm bảo tại Vietcombank, trước tiên, bạn cần đảm bảo đã hoàn tất nghĩa vụ trả nợ. Sau đó, liên hệ với chi nhánh hoặc phòng giao dịch Vietcombank nơi bạn ký hợp đồng để thông báo ý định thanh lý và hẹn lịch làm việc. Khi đến ngân hàng, bạn cần mang theo các giấy tờ như hợp đồng tín dụng, giấy chứng nhận quyền sở hữu tài sản đảm bảo, và giấy tờ cá nhân. Tại đây, bạn sẽ ký biên bản thanh lý hợp đồng và các giấy tờ liên quan đến giải chấp. Sau khi hoàn tất,

ngân hàng sẽ trả lại giấy chứng nhận quyền sở hữu tài sản và bạn có thể thực hiện các thủ tục pháp lý cần thiết để cập nhật tình trạng tài sản đã giải chấp.

Bước 9: Lưu trữ hồ sơ

- Cuối cùng, các hồ sơ liên quan đến khoản vay và các giao dịch tài chính sẽ được lưu trữ và bảo quản theo quy định của ngân hàng.

1.2.3 Điều kiện cho vay

Để đủ điều kiện vay vốn, khách hàng cần thỏa mãn 5 tiêu chí sau:

Tư cách pháp lý: Đối với cá nhân hoặc đại diện hộ gia đình tại Việt Nam, phải có đầy đủ năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự dựa theo quy định pháp luật của Việt Nam. Đối với cá nhân nước ngoài, cần có năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự theo quy định của quốc gia mà họ là công dân, nếu quy định này được Bộ Luật Dân sự của nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, các văn bản pháp luật khác của Việt Nam, hoặc các điều ước quốc tế mà Việt Nam ký kết hoặc tham gia công nhận.

Mục đích vay vốn: Mục đích vay phải hợp pháp và phù hợp với Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh (trừ trường hợp không hoặc chưa yêu cầu phải đăng ký kinh doanh) cùng các giấy phép kinh doanh có điều kiện và chứng chỉ hành nghề nếu được yêu cầu theo quy định pháp luật.

Khả năng tài chính: Khách hàng phải chứng minh được khả năng tài chính đủ mạnh để đảm bảo trả nợ trong thời hạn cam kết. Điều này bao gồm việc có đủ vốn tự có tham gia vào dự án/phương án và có nguồn thu nhập khả thi từ dự án/phương án sản xuất kinh doanh hoặc từ các nguồn thu khác (đối với vay sản xuất kinh doanh) hoặc từ thu nhập cá nhân (đối với vay tiêu dùng).

Phương án vay vốn: Cần có dự án đầu tư, phương án sản xuất kinh doanh khả thi, hiệu quả hoặc phương án tiêu dùng hợp lý và tuân thủ các quy định pháp luật.

Bảo đảm tiền vay: Khách hàng phải có tài sản bảo đảm đầy đủ, có thể là tài sản của chính khách hàng, của bên thứ ba, hoặc bảo lãnh của bên thứ ba theo quy định của Chính phủ, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và quy định cụ thể của ngân hàng cho vay.

1.3 Các tiêu chí đánh giá hiệu quả cho vay khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại

Theo Phan Thị Cúc (2008) trong nền kinh tế thị trường, các ngân hàng thương mại thực hiện hoạt động cho vay với nhiều hình thức đa dạng và phong phú. Sự lựa chọn loại hình cho vay phù hợp phụ thuộc vào đặc điểm kinh tế và mục đích sử dụng vốn của từng khách hàng cá nhân. Hoạt động cho vay cá nhân thường được phân loại dựa trên nhiều tiêu chí khác nhau, tạo điều kiện cho ngân hàng cung cấp các giải pháp tài chính linh hoạt và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

1.3.1 Tiêu chí về quy mô tăng trưởng hoạt động cho vay cá nhân

Dư nợ cho vay cá nhân thể hiện quy mô cho vay đối với khách hàng cá nhân tại một thời điểm nhất định.

$$\text{Tốc độ tăng trưởng cho vay} = \frac{(\text{Dư nợ kỳ này} - \text{Dư nợ kỳ trước}) \times 100\%}{\text{Dư nợ kỳ này}}$$

Dùng để đo lường tốc độ tăng trưởng dư nợ cho vay cá nhân giữa các năm thay đổi bao nhiêu phần trăm.

Số lượng KH cá nhân vay vốn phản ánh tốc độ tăng trưởng thị phần cho vay cá nhân. So sánh mức độ tăng giảm của tỷ trọng vay vốn cá nhân qua các năm, có đạt được tốc độ tăng trưởng đề ra ban đầu hay không. Tuy nhiên chỉ tiêu này không quá quan trọng nếu như chỉ tiêu tổng dư nợ vẫn được đáp ứng.

1.3.2 Tiêu chí về cơ cấu cho vay cá nhân

- Mục đích vay

+ Cho vay kinh doanh: Vay sản xuất kinh doanh là khoản vay dành cho cá nhân hoặc hộ gia đình có nhu cầu vốn để đầu tư vào hoạt động sản xuất, kinh doanh, như mở rộng quy mô sản xuất, mua sắm máy móc, thiết bị, hoặc tăng cường vốn lưu động.

+ Cho vay tiêu dùng: Vay tiêu dùng là khoản vay nhằm đáp ứng các nhu cầu chi tiêu cá nhân như mua sắm, du lịch, học phí, chi phí y tế, hay các nhu cầu tiêu dùng khác.

+ Cho vay mua ô tô: Vay mua ô tô là khoản vay dành cho khách hàng có nhu cầu mua xe hơi, bao gồm cả xe mới và xe cũ.

+ Cho vay mua bất động sản: Vay nhu cầu bất động sản là khoản vay dành cho khách hàng có nhu cầu mua nhà ở, đất đai, xây dựng hoặc sửa chữa nhà ở, hoặc đầu tư vào bất động sản.

- Tài sản đảm bảo và không tài sản đảm bảo: Đối với hình thức vay không có tài sản đảm bảo mang lại nhiều lợi nhuận cho ngân hàng. Tuy nhiên, rủi ro về khả năng mất vốn luôn tiềm ẩn nguy cơ cao. Do đó mà các NHTM phân chia danh mục theo khoản vay thế chấp và khoản vay tín chấp để quản trị tốt mức độ rủi ro tín dụng mà NHTM đang chấp nhận..

- Thời hạn vay:

+ Cho vay ngắn hạn là các khoản vay có thời hạn dưới 12 tháng

+ Cho vay trung hạn tại Việt Nam có thời hạn từ 12 tháng đến 60 tháng

+ Cho vay dài hạn là các khoản vay có thời hạn trên 60 tháng

1.3.3 Tiêu chí về tăng trưởng lợi nhuận cho vay cá nhân

Lợi nhuận cho vay là khoản tiền lời ngân hàng thu được sau khi các chi phí giá vốn đã được khấu trừ. Lợi nhuận từ cho vay cá nhân thường chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu lợi nhuận của các NHTM.

Các chỉ tiêu sinh lời từ hoạt động cho vay cá nhân:

$$\text{Tỷ lệ lợi nhuận từ cho vay cá nhân} = \frac{\text{Lợi nhuận từ cho vay cá nhân} \times 100\%}{\text{Tổng lợi nhuận}}$$

$$\text{Tỷ lệ lợi nhuận của cho vay cá nhân} = \frac{\text{Lãi từ cho vay cá nhân} \times 100\%}{\text{Tổng dư nợ cho vay cá nhân bình quân}}$$

1.3.4 Tiêu chí về kết quả kiểm soát rủi ro tín dụng

Tỷ lệ nợ xấu: cho thấy được chất lượng các khoản tín dụng, mức độ rủi ro mất vốn mà ngân hàng phải đối mặt. Tỷ lệ nợ xấu càng thấp chất lượng tín dụng càng tốt và ngược lại.

$$\text{Nợ xấu trong cho vay cá nhân} = \frac{\text{Nợ xấu cho vay cá nhân} \times 100\%}{\text{Tổng dư nợ cho vay cá nhân}}$$

Trong hệ thống ngân hàng hiện tại tỷ lệ nợ quá hạn đối với các khoản cấp tín dụng chưa có quy định cụ thể. Mặc dù vậy, theo như thống kê của hiệp hội tín dụng quốc tế mức dao động từ 3% - 5% khi lấy tỷ lệ nợ quá hạn chia tổng dư nợ thì có thể chấp nhận được.

Tỷ lệ trích lập dự phòng: Các NHTM luôn có một khoản tiền ngân hàng dùng để trích lập dự phòng cho các khoản vay khi phát sinh nợ xấu trong hoạt động kinh doanh. Việc trích lập này được thực hiện khi một khoản vay khó có thể thu hồi. Xem xét tỷ lệ ta có thể thấy được tổng dư nợ hiện tại thì cần có bao nhiêu khoản cần được trích dự phòng. Tỷ lệ này càng cao thì khả năng thu hồi càng thấp cũng đồng nghĩa với chất lượng tín dụng càng thấp.

Kết luận Chương 1:

Chương 1 đã xây dựng nền tảng lý luận vững chắc về hoạt động cho vay khách hàng cá nhân của ngân hàng thương mại, làm rõ vai trò của ngân hàng và ý nghĩa của hoạt động cho vay. Phân tích chi tiết các nguyên tắc, quy trình, và điều kiện cho vay tại Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi giúp hiểu rõ cách thức thực hiện cho vay. Đồng thời, các tiêu chí đánh giá hiệu quả cho vay như quy mô, cơ cấu, lợi nhuận, và kiểm soát rủi ro tín dụng cũng đã được xác định. Qua đó, Chương 1 đã tạo tiền đề vững chắc cho các chương sau, nơi sẽ đi sâu vào việc nghiên cứu và đánh giá cụ thể hoạt động cho vay của Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM – CHI NHÁNH TÂN ĐỊNH – PHÒNG GIAO DỊCH MẠC ĐĨNH CHI

2.1 Quá trình hình thành và phát triển của Vietcombank – Chi nhánh Tân Định – Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi

2.1.1 Sơ lược thông tin về Vietcombank – Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi

Logo:



Hình 2. 1 Logo của Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam

Tên Tiếng Việt: NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM.

Tên quốc tế: JOINT STOCK COMMERCIAL BANK FOR FOREIGN TRADE OF VIETNAM

Tên viết tắt: VIETCOMBANK

Loại hình: Doanh nghiệp cổ phần

Mã số thuế: 0100112437

Vốn điều lệ: 47.325.165.710.000 đồng

Mã chứng khoán: VCB

Trụ sở chính: 198 Trần Quang Khải, Phường Lý Thái Tổ, Quận Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: 024-39343137

Fax: 024-38252980

Ngày thành lập: 01-04-1963

Website: <https://www.vietcombank.com.vn/>

2.1.2 Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi

Vietcombank CN Tân Định tiền thân là chi nhánh cấp 2 trực thuộc VCB CN Hồ Chí Minh. Thực hiện Quyết định số 888/QĐ ngày 26/05/2005 của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Vietcombank tiến hành cơ cấu lại hoạt động, nâng cấp các chi nhánh cấp 2 thành

chi nhánh cấp 1 trực thuộc Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam nhằm đẩy mạnh công tác phát triển mạng lưới, tăng cường huy động vốn và phát triển các sản phẩm ngân hàng bán lẻ. Trên cơ sở đó, Chi nhánh Tân Định thành lập theo Quyết định số 872/QĐ.NHNN.TCCB-ĐT ngày 28/11/2006.

Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi thuộc 1 trong 5 phòng Giao dịch của Chi nhánh Tân Định là một trong những địa điểm quan trọng và được biết đến của Vietcombank, nằm ở vị trí trung tâm của Quận 1, TP. Hồ Chí Minh. Với vị trí chiến lược và tiện ích hiện đại, phòng giao dịch này đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp các dịch vụ tài chính đa dạng và chất lượng cao cho khách hàng.

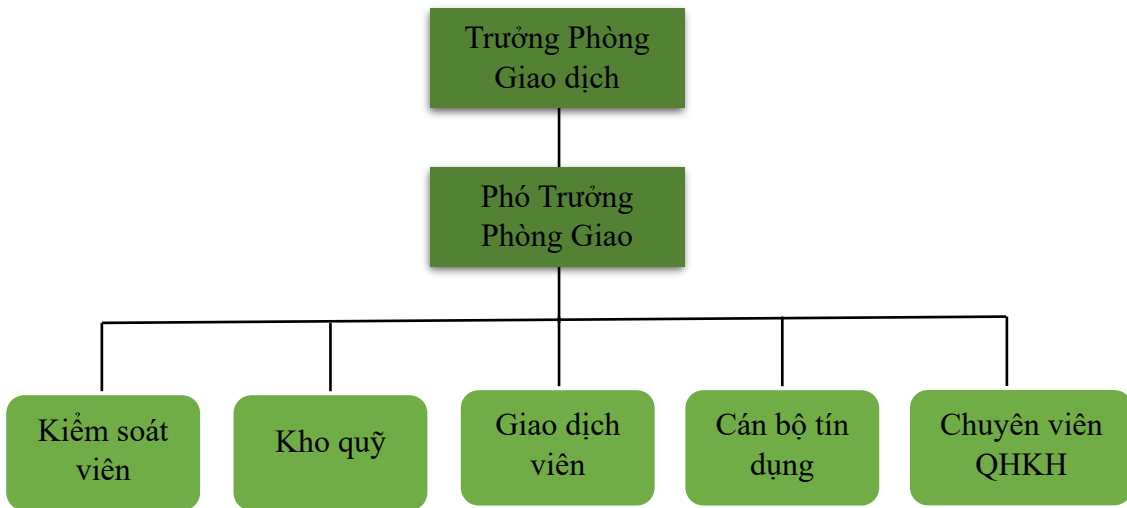
2.1.3 Sản phẩm và dịch vụ cho vay khách hàng nhân

Vietcombank là một ngân hàng đa năng, hoạt động đa lĩnh vực, cung cấp các dịch vụ tài chính trong lĩnh vực thương mại quốc tế; trong các hoạt động truyền thống như kinh doanh vốn, huy động vốn, tín dụng, tài trợ dự án... và mảng dịch vụ ngân hàng hiện đại: kinh doanh ngoại tệ và các công vụ phái sinh, dịch vụ thẻ, ngân hàng điện tử... Cung cấp cho khách hàng cá nhân, doanh nghiệp không gian giao dịch công nghệ số và các dịch vụ ngân hàng số đa tiện ích như: VCB Digibank, VCB Pay, VCB - iB@nking, VCB CashUp...

Bảng 2. 1 Bảng các sản phẩm, dịch vụ cho vay khách hàng cá nhân của Vietcombank – Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi

Sản phẩm & Dịch vụ	Nội dung	Lợi ích
Vay	<ul style="list-style-type: none"> - Vay tiêu dùng - Vay mua ô tô - Vay sản xuất kinh doanh - Vay nhu cầu bất động sản 	<p>Thủ tục đơn giản, phê duyệt và giải ngân nhanh chóng, đáp ứng mọi nhu cầu chi tiêu.</p> <p>Lãi suất ưu đãi và cạnh tranh, mức vay cao với nhiều chương trình hấp dẫn.</p> <p>Phương thức thanh toán khoản vay trước thời hạn linh hoạt, đơn giản, online hoặc tại quầy.</p>

2.1.4 Cơ cấu tổ chức



Hình 2. 2 Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Phòng giao dịch Mạc Đình Chi

2.1.5 Chức năng và nhiệm vụ của các vị trí

Trưởng PGD và Phó PGD:

Điều hành các hoạt động nghiệp vụ của ngân hàng thương mại theo nhiệm vụ và quyền hạn, theo pháp luật và điều lệ ngân hàng.

Giao dịch viên

Mở và quản lý hồ sơ thông tin khách hàng (CIF), hồ sơ tài khoản tiền gửi thanh toán và các dịch vụ gia tăng như Ngân hàng điện tử, thẻ,...

Cung cấp và xử lý tác nghiệp dịch vụ thanh toán, dịch vụ tiền gửi, tiền vay cho khách hàng theo đúng quy trình, quy định cung cấp dịch vụ hiện hành của Vietcombank.

Nhận và lưu trữ hồ sơ tín dụng.

Thực hiện các tác nghiệp liên quan đến rút vốn.

Tham gia vào quá trình theo dõi nợ, nhắc nợ và thu nợ.

Kiểm soát viên

Kiểm tra việc thực hiện các quy định về quản lý tín dụng, thanh toán, bảo đảm, hoạt động ngoại hối, hoạt động đầu tư, hoạt động dịch vụ ngân hàng và các hoạt động khác của tổ chức tín dụng.

Giám sát việc tuân thủ các quy định của pháp luật và Điều lệ của tổ chức tín dụng trong hoạt động quản trị, điều hành.

Thực hiện chức năng kiểm toán nội bộ.

Thủ quỹ

Thực hiện công tác quản lý, giao nhận, bảo quản, vận chuyển, thu chi tiền mặt, tài sản quý, giấy tờ có giá, ấn chỉ quan trọng tại PGD.

Thực hiện các công tác kiểm quỹ cuối ngày, kiểm tra tra đối chiếu số liệu đảm bảo khớp đúng giữa thực tế và sổ sách kế toán, sổ quỹ của thủ quỹ tại phòng theo đúng quy định.

Chịu trách nhiệm công tác bảo vệ, bảo quản an toàn tài sản và vệ sinh của phòng.

Chuyên viên quan hệ khách hàng

Tổ chức triển khai, kế hoạch kinh doanh, kế hoạch phát triển khách hàng do Ban giám đốc chi nhánh giao.

Tổ chức triển khai các chủ trương, chính sách và hoạt động bán hàng tại điểm giao dịch.

Tổ chức tư vấn, bán hàng cho mọi đối tượng khách hàng trong phạm vi hạn mức quy định áp dụng cho PGD hoặc theo quy định phân công cụ thể của Ban giám đốc chi nhánh đối với PGD trong từng thời kỳ.

Quản lý quan hệ khách hàng, quản lý rủi ro và quản lý danh mục khách hàng thuộc phạm vi qui định. Thực hiện chấm điểm xếp hạng tín dụng đối với khách hàng theo quy định.

Tổ chức chăm sóc khách hàng theo quy định.

Cán bộ tín dụng

Tiếp nhận và thẩm định hồ sơ vay vốn của khách hàng. Phân tích và đánh giá khả năng trả nợ của khách hàng. Xây dựng và trình bày đề án cho vay vốn.

Giám sát việc sử dụng vốn vay của khách hàng.

Thu hồi nợ vay và xử lý các khoản nợ quá hạn, nợ xấu. Tham gia vào việc phát triển sản phẩm tín dụng mới.

Thực hiện các nhiệm vụ khác theo quy định của pháp luật và Điều lệ của tổ chức tín dụng.

2.2 Tình hình hoạt động kinh doanh của Vietcombank – Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi qua 3 năm 2021 – 2023

Nhờ sự nỗ lực không ngừng của toàn thể cán bộ nhân viên, VCB - PGD Mạc Đĩnh Chi đã vượt qua nhiều khó khăn và đạt được những thành tựu đáng kể trong giai đoạn 2021-2023. Việc ứng dụng công nghệ hiện đại và đổi mới mô hình hoạt động đã giúp chúng tôi nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hóa sản phẩm và đạt được hiệu quả kinh doanh tốt, bất chấp những biến động phức tạp của thị trường. Mặc dù phải đối mặt với nhiều thách thức như dịch bệnh Covid-19, biến động lãi suất và thị trường bất động sản, đơn vị vẫn đạt được những kết quả kinh doanh khả quan trong giai đoạn 2021-2023 được trình bày dưới bảng sau:

Bảng 2. 2 Tình hình hoạt động kinh doanh của Vietcombank – PGD Mạc Đĩnh Chi giai đoạn 2021 – 2023

ĐVT: Tỷ đồng

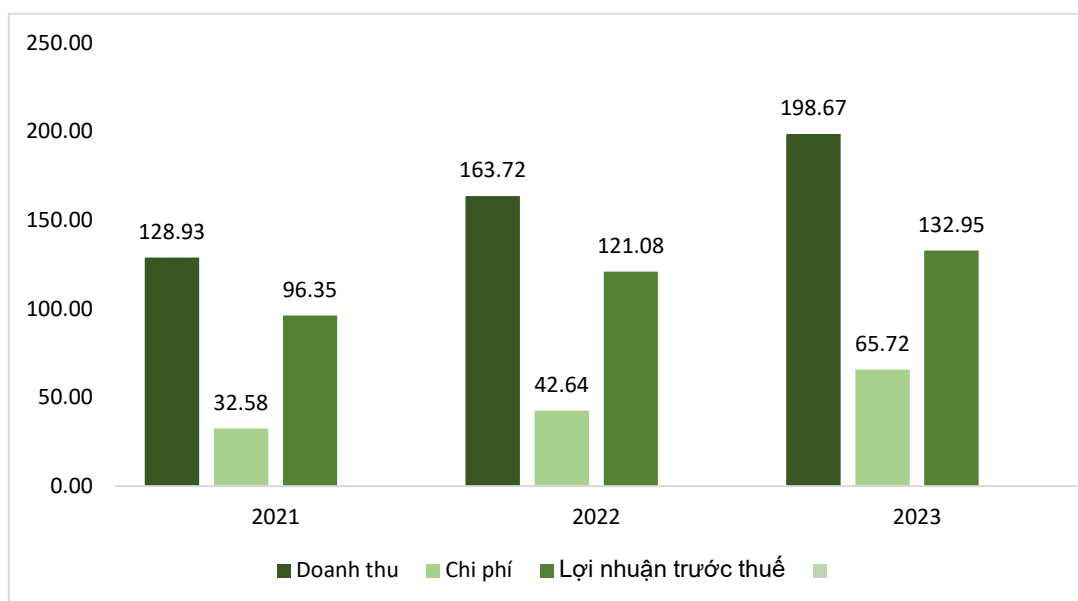
Chỉ tiêu	Năm			Tỷ lệ chênh lệch			
	2021	2022	2023	2021 – 2022		2022 – 2023	
				Số tiền	%	Số tiền	%
Doanh thu	128.93	163.72	198.67	34.79	27.0%	34.95	21.3%
Chi phí	32.58	42.64	65.72	10.06	30.9%	23.08	54.1%
Lợi nhuận trước thuế	96.35	121.08	132.95	24.73	25.7%	11.87	9.8%

(Nguồn: Bộ phận tín dụng VCB – PGD Mạc Đĩnh Chi năm 2021 - 2023)

Dựa vào bảng số liệu trên, có thể nhận thấy hoạt động kinh doanh của PGD Mạc Đĩnh Chi từ năm 2021 – 2023 có nhiều biến động. Tuy nhiên, doanh thu, chi phí và lợi nhuận trước thuế vẫn tăng trưởng theo chiều hướng tích cực đặc biệt là vào năm 2022. Để hiểu

rõ tình hình hoạt động kinh doanh của PGD, ta tiến hành phân tích dữ liệu dựa vào sơ đồ với ba phần chính là Doanh thu; Chi phí; Lợi nhuận trước thuế:

DVT: Tỷ đồng



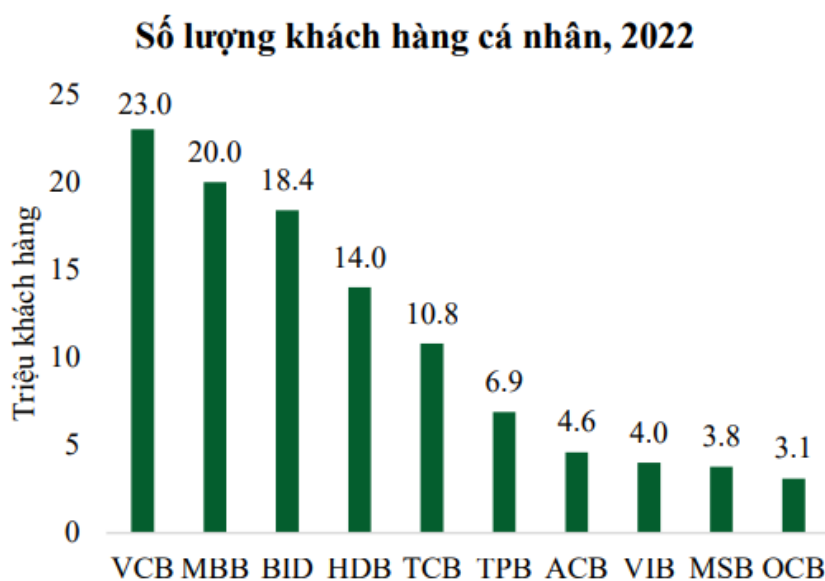
Sơ đồ 2. 1 Tình hình hoạt động kinh doanh của Vietcombank – PGD Mạc Đình Chi giai đoạn 2021 – 2023

Trong giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2022, PGD đã tạo ra doanh thu lần lượt là 128.93 tỷ đồng và 163.72 tỷ đồng, tương ứng với mức tăng trưởng doanh thu là 27.0%. Trong cùng kỳ, chi phí đã tăng từ 32.58 tỷ đồng lên 42.64 tỷ đồng, tức năm 2022 đã tăng thêm 10.06 tỷ đồng so với năm 2021. Để lý giải cho sự tăng trưởng tích cực này, ta có thể thấy vào giai đoạn chuyển giao của Đại dịch Covid 19 Vietcombank đã áp dụng công nghệ Blockchain, tăng cường cung cấp dịch vụ trực tuyến VCB Rewards trên Ngân hàng số VCB Digibank để đáp ứng nhu cầu giao dịch không tiếp xúc của khách hàng, bỏ đi các quy trình thủ công thực hiện trên giấy. Bên cạnh đó, VCB tăng cường đầu tư vào công nghệ để cải thiện an ninh mạng, quản lý dữ liệu và nâng cao trải nghiệm khách hàng, hơn thế nữa PGD Mạc Đình Chi đã đầu tư trang thiết bị mới mở rộng không gian tối ưu cho khách hàng có được trải nghiệm tốt nhất khi đến PGD. Chính vì vậy, doanh thu tăng mạnh đồng nghĩa với việc chi phí bỏ ra cũng phải phù hợp nhưng vẫn trong tầm kiểm soát của VCB.

Hơn nữa, với những nỗ lực không ngừng của đội ngũ nhân viên, trong giai đoạn từ năm 2022 đến năm 2023, PGD Mạc Đình Chi ghi nhận mức tăng trưởng đáng kể với

doanh thu đạt 198.67 tỷ đồng, tương đương với tỷ lệ tăng trưởng 21.3% trong khi chi phí cũng tăng 54.1%. Mặc dù gặp phải những thách thức trong giai đoạn này như nợ xấu tăng, nền kinh tế đang trong thời kì khủng hoảng do chiến tranh Ukraine với Nga nên tỷ lệ tăng trưởng doanh thu so với giai đoạn trước có sự sụt giảm, đồng thời chi phí cũng tăng thêm nhưng có thể thấy doanh thu vẫn tăng đáng kể và PGD vẫn đang kiểm soát hoạt động kinh doanh ở mức ổn định.

Đối với việc lợi nhuận trước thuế tăng liên tục trong 3 năm, có thể thấy PGD đã có chính sách hoạt động hiệu quả dù cho nền kinh tế hiện nay đang không được ổn định, nhất là sau Đại dịch Covid 19. Với sự thích ứng kịp thời VCB không chỉ phát triển ngân hàng số mà còn hỗ trợ nhiều chương trình vay ưu đãi, hoãn nợ và giảm lãi suất để giúp doanh nghiệp và cá nhân vượt qua khó khăn tài chính. Vào năm 2022, VCB là ngân hàng dẫn đầu với tệp khách hàng cá nhân dồi dào, vì vậy lợi nhuận luôn ở mức tăng trưởng ổn định.



Hình 2. 3 Sơ đồ số lượng khách hàng cá nhân tại Vietcombank năm 2022

(Nguồn: Báo cáo thường niên của Vietcombank 2022)

2.3 Chỉ tiêu cơ cấu cho vay đối với khách hàng cá nhân tại Vietcombank – Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi

2.3.1 Theo thời hạn

Phân tích cơ cấu cho vay theo thời hạn là cần thiết để đánh giá hiệu quả và rủi ro trong hoạt động tín dụng của ngân hàng. Việc phân tích này giúp xác định mức độ phù

hợp của các khoản vay với chiến lược kinh doanh và khả năng thanh khoản của ngân hàng.

Bảng 2. 3 Tiêu chí cơ cấu cho vay khách hàng cá nhân theo thời hạn tại Vietcombank – PGD Mạc Đĩnh Chi giai đoạn 2021 – 2023

ĐVT: Tỷ đồng

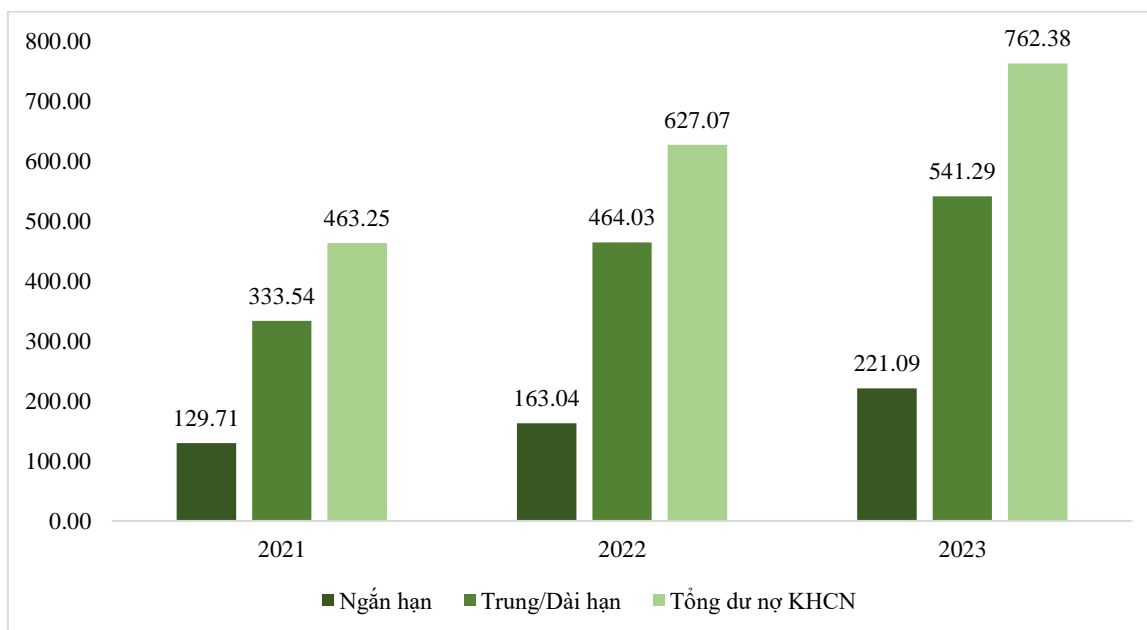
Chỉ tiêu	Năm			Tỷ lệ chênh lệch			
	2021	2022	2023	2021 – 2022		2022 – 2023	
				Số tiền	%	Số tiền	%
Ngắn hạn	129.71	163.04	221.09	33.33	25.7%	58.05	35.6%
Trung/Dài hạn	333.54	464.03	541.29	130.49	39.1%	77.26	16.6%
Tổng dư nợ KHCN	463.25	627.07	762.38	163.82	35.4%	135.31	21.6%

(Nguồn: Bộ phận tín dụng VCB – PGD Mạc Đĩnh Chi năm 2021 - 2023)

Dữ liệu trong bảng cung cấp thông tin về cơ cấu cho vay khách hàng cá nhân theo thời hạn tại Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi giai đoạn 2021 – 2023. Chúng ta sẽ phân

tích chi tiết các chỉ tiêu cho vay ngắn hạn, trung/dài hạn, và tổng dư nợ KHCN dựa vào bảng trên và sơ đồ sau:

ĐVT: Tỷ đồng



Sơ đồ 2. 2 Tiêu chí cơ cấu cho vay khách hàng cá nhân theo thời hạn tại Vietcombank – PGD Mạc Đình Chi giai đoạn 2021 – 2023

Đối với cho vay ngắn hạn: Trong giai đoạn từ năm 2021 đến năm 2023, hoạt động cho vay ngắn hạn tại Vietcombank - PGD Mạc Đình Chi đã có sự tăng trưởng đáng kể. Năm 2021, số dư nợ cho vay ngắn hạn đạt 129,71 tỷ đồng. Đến năm 2022, con số này tăng lên 163,04 tỷ đồng, tức tăng thêm 33,33 tỷ đồng với tỷ lệ tăng trưởng 25,7%. Đến năm 2023, số dư nợ cho vay ngắn hạn tiếp tục tăng lên 221,09 tỷ đồng, tăng 58,05 tỷ đồng so với năm trước, đạt tỷ lệ tăng trưởng 35,6%. Sự gia tăng này cho thấy sự phát triển mạnh mẽ trong hoạt động cho vay ngắn hạn của ngân hàng trong thời gian qua.

Đối với cho vay trung/dài hạn: Hoạt động cho vay trung/dài hạn cũng cho thấy sự tăng trưởng tích cực trong giai đoạn này. Năm 2021, số dư nợ cho vay trung/dài hạn đạt 333,54 tỷ đồng. Sang năm 2022, con số này tăng lên 464,03 tỷ đồng, tức tăng thêm 130,49 tỷ đồng với tỷ lệ tăng trưởng 39,1%. Tuy nhiên, đến năm 2023, tốc độ tăng trưởng đã chậm lại, khi số dư nợ chỉ tăng thêm 77,26 tỷ đồng, đạt mức 541,29 tỷ đồng, với tỷ

lệ tăng trưởng 16,6%. Mặc dù tốc độ tăng trưởng giảm nhưng tổng số dư nợ vẫn cho thấy sự mở rộng liên tục trong hoạt động cho vay trung/dài hạn của ngân hàng.

Tổng dư nợ khách hàng cá nhân: Tổng dư nợ cho vay khách hàng cá nhân của Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi cũng đã tăng trưởng mạnh mẽ trong giai đoạn này. Năm 2021, tổng dư nợ là 463,25 tỷ đồng. Đến năm 2022, con số này tăng lên 627,07 tỷ đồng, tức tăng thêm 163,82 tỷ đồng với tỷ lệ tăng trưởng 35,4%. Đến năm 2023, tổng dư nợ tiếp tục tăng lên 762,38 tỷ đồng, tăng thêm 135,31 tỷ đồng so với năm trước, với tỷ lệ tăng trưởng 21,6%. Sự tăng trưởng này phản ánh sự mở rộng và phát triển trong hoạt động cho vay khách hàng cá nhân của ngân hàng, cho thấy sự ổn định và hiệu quả trong việc quản lý và phát triển danh mục cho vay.

Dữ liệu cho thấy hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi đã có sự tăng trưởng tích cực qua các năm, đặc biệt là trong lĩnh vực cho vay ngắn hạn. Tuy cho vay trung/dài hạn có dấu hiệu chậm lại về tốc độ tăng trưởng, nhưng tổng số dư nợ vẫn tăng, phản ánh sự ổn định và phát triển liên tục của ngân hàng trong phân khúc này.

2.3.2 Theo mục đích vay

Những sản phẩm dịch vụ chủ yếu mà Vietcombank – PGD Mạc Đĩnh Chi cung cấp trên thị trường là cho vay mua bất động sản, vay mua ô tô, vay sản xuất kinh doanh và vay với mục đích tiêu dùng khác. Căn cứ vào các sản phẩm tiêu dùng mà ngân hàng cung cấp có bảng số liệu sau:

Bảng 2. 4 Tiêu chí cơ cấu cho vay khách hàng cá nhân theo sản phẩm tại Vietcombank
– PGD Mạc Đình Chi giai đoạn 2021 – 2023

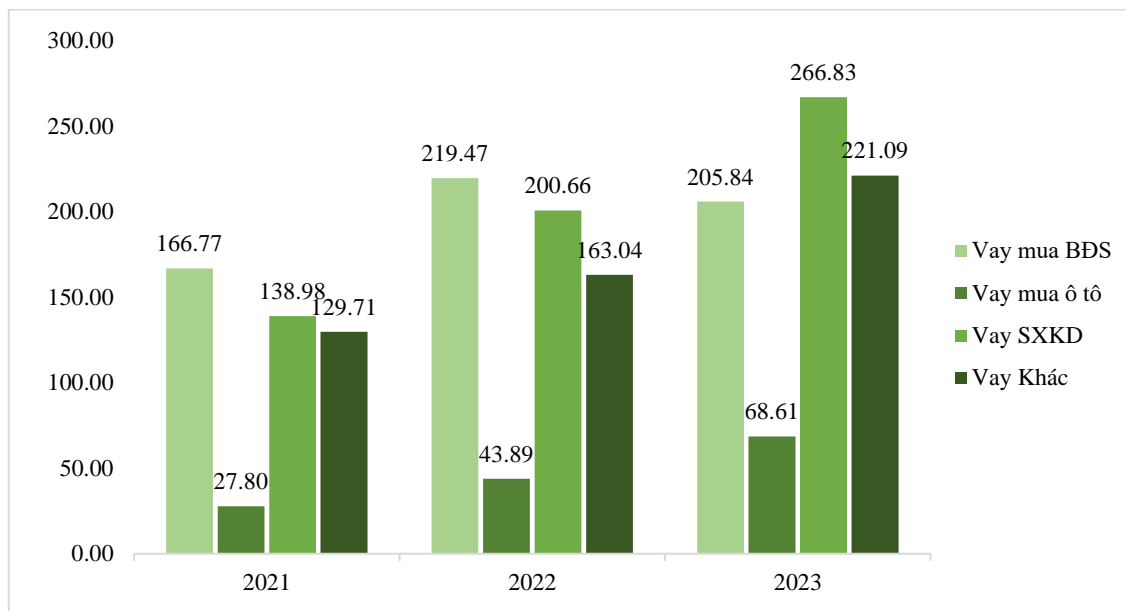
ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm						Tỷ lệ chênh lệch			
	2021	Tỷ trọng	2022	Tỷ trọng	2023	Tỷ trọng	2020 – 2021		2021 – 2022	
							Số tiền	%	Số tiền	%
Vay mua BĐS	166.77	36%	219.47	35%	205.84	27%	52.70	31.6%	-13.63	-6.2%
Vay mua ô tô	27.80	6%	43.89	7%	68.61	9%	16.10	57.9%	24.72	56.3%
Vay SXKD	138.98	30%	200.66	32%	266.83	35%	61.69	44.4%	66.17	33.0%
Vay Khác	129.71	28%	163.04	26%	221.09	29%	33.33	25.7%	58.05	35.6%
Tổng dư nợ	463.25	100%	627.07	100%	762.38	100%	163.82	35.4%	135.31	21.6%

(Nguồn: Bộ phận tín dụng VCB – PGD Mạc Đình Chi năm 2021 - 2023)

Trong giai đoạn 2021-2023, dư nợ vay mua bất động sản, vay mua ô tô, vay sản xuất kinh doanh và vay với mục đích tiêu dùng khác tại Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi đã có những biến động rõ rệt, dựa vào sơ đồ ta có thể thấy sự biến động này:

DVT: Tỷ đồng



Sơ đồ 2. 3 Tiêu chí cơ cấu cho vay khách hàng cá nhân theo sản phẩm tại Vietcombank – PGD Mạc Đĩnh Chi giai đoạn 2021 – 2023

Dựa vào dữ liệu từ bảng và sơ đồ trên, ta thấy năm 2021 dư nợ đạt 166.77 tỷ đồng, chiếm 36% tổng dư nợ của chi nhánh. Đến năm 2022, dư nợ tăng lên 219.47 tỷ đồng, chiếm 35% tổng dư nợ, tăng 52.70 tỷ đồng so với năm 2020, tương ứng với mức tăng 31.6%. Tuy nhiên, đến năm 2023, dư nợ vay mua bất động sản giảm nhẹ xuống còn 205.84 tỷ đồng, chiếm 27% tổng dư nợ, giảm 13.63 tỷ đồng so với năm 2022, tương ứng với mức giảm 6.2%. Điều này có thể cho thấy thị trường bất động sản có sự điều chỉnh sau giai đoạn tăng trưởng mạnh trong năm 2021-2022. Sự tăng trưởng dư nợ vay mua bất động sản trong năm 2021 và 2022 có thể được lý giải bởi sự phát triển của thị trường bất động sản và nhu cầu mua nhà đất của người dân tăng cao sau đại dịch COVID-19. Trong thời kỳ này, lãi suất vay mua nhà thường được ngân hàng giữ ở mức hấp dẫn để kích thích khách hàng. Tuy nhiên, sự sụt giảm nhẹ trong năm 2023 do chính sách kiểm soát tín dụng thắt chặt hơn của ngân hàng nhằm tránh rủi ro tín dụng.

Dư nợ vay mua ô tô tại Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi đã có sự tăng trưởng ấn tượng trong giai đoạn 2021-2023. Năm 2021, dư nợ đạt 27.80 tỷ đồng, chiếm 6% tổng

đư nợ. Đến năm 2022, dư nợ tăng lên 43.89 tỷ đồng, chiếm 7% tổng dư nợ, tăng 16.10 tỷ đồng so với năm 2020, tương ứng với mức tăng 57.9%. Đặc biệt, đến năm 2023, dư nợ tiếp tục tăng mạnh lên 68.61 tỷ đồng, chiếm 9% tổng dư nợ, tăng 24.72 tỷ đồng so với năm 2022, tương ứng với mức tăng 56.3%. Sự tăng trưởng này cho thấy nhu cầu vay mua ô tô của khách hàng ngày càng cao, phản ánh xu hướng tiêu dùng và cải thiện đời sống. Đặc biệt khi nền kinh tế phục hồi sau đại dịch, sự cải thiện về thu nhập và đời sống của người dân cũng đóng góp vào xu hướng này. Ngoài ra, các chương trình khuyến mãi, hỗ trợ lãi suất từ phía các hãng xe và ngân hàng cũng thúc đẩy sự tăng trưởng này.

Khoản vay sản xuất kinh doanh tại Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi đã có sự tăng trưởng mạnh mẽ trong giai đoạn 2021-2023. Năm 2021, dư nợ đạt 138.98 tỷ đồng, chiếm 30% tổng dư nợ. Đến năm 2022, dư nợ tăng lên 200.66 tỷ đồng, chiếm 32% tổng dư nợ, tăng 61.69 tỷ đồng so với năm 2020, tương ứng với mức tăng 44.4%. Đến năm 2023, dư nợ tiếp tục tăng mạnh lên 266.83 tỷ đồng, chiếm 35% tổng dư nợ, tăng 66.17 tỷ đồng so với năm 2022, tương ứng với mức tăng 33.0%. Sự tăng trưởng liên tục này cho thấy hoạt động sản xuất kinh doanh của khách hàng tại PGD đang phát triển mạnh mẽ, đồng thời thể hiện sự hỗ trợ tích cực từ phía ngân hàng đối với KHCN. Sự tăng trưởng liên tục của dư nợ vay sản xuất kinh doanh của KHCN từ 2021 đến 2023 cho thấy nhu cầu vay vốn để đầu tư và mở rộng kinh doanh là rất lớn. KHCN đang đóng góp quan trọng vào hoạt động kinh doanh và phát triển kinh tế tại địa phương.

Các khoản vay khác tại Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi cũng đã có sự tăng trưởng đáng kể trong giai đoạn 2021-2023. Năm 2021, dư nợ đạt 129.71 tỷ đồng, chiếm 28% tổng dư nợ. Đến năm 2022, dư nợ tăng lên 163.04 tỷ đồng, chiếm 26% tổng dư nợ, tăng 33.33 tỷ đồng so với năm 2020, tương ứng với mức tăng 25.7%. Đến năm 2023, dư nợ tăng lên 221.09 tỷ đồng, chiếm 29% tổng dư nợ, tăng 58.05 tỷ đồng so với năm 2022, tương ứng với mức tăng 35.6%. Cho thấy nhu cầu vay vốn cho các mục đích khác ngoài bất động sản, mua ô tô và sản xuất kinh doanh của khách hàng cũng đang tăng lên, góp phần vào sự phát triển toàn diện của PGD bao gồm các khoản vay tiêu dùng cá nhân, vay để đầu tư giáo dục, du lịch, hay vay tín chấp. Ngân hàng đã mở rộng các sản phẩm và dịch vụ cho vay để đáp ứng nhu cầu đa dạng này của khách hàng.

2.4 Mức độ kiểm soát rủi ro tín dụng trong cho vay khách hàng cá nhân

Theo như quy định của NHNN, chất lượng tín dụng được đánh giá thông qua tỷ lệ nợ xấu/tổng dư nợ và tỷ lệ này được chấp nhận ở mức từ 3-5%. Bên cạnh đó, các NHTM luôn có một khoản tiền ngân hàng dùng để trích lập dự phòng cho các khoản vay khi phát sinh nợ xấu trong hoạt động kinh doanh. Việc trích lập này được thực hiện khi một khoản vay khó có thể thu hồi. Xem xét tỷ lệ ta có thể thấy được tổng dư nợ hiện tại thì cần có bao nhiêu khoản cần được trích dự phòng. Dựa vào bảng số liệu dưới đây, ta có thể thấy:

Bảng 2. 5 Kiểm soát rủi ro tín dụng trong cho vay khách hàng cá nhân Vietcombank – PGD Mạc Đình Chi giai đoạn 2021 – 2023

ĐVT: Tỷ đồng

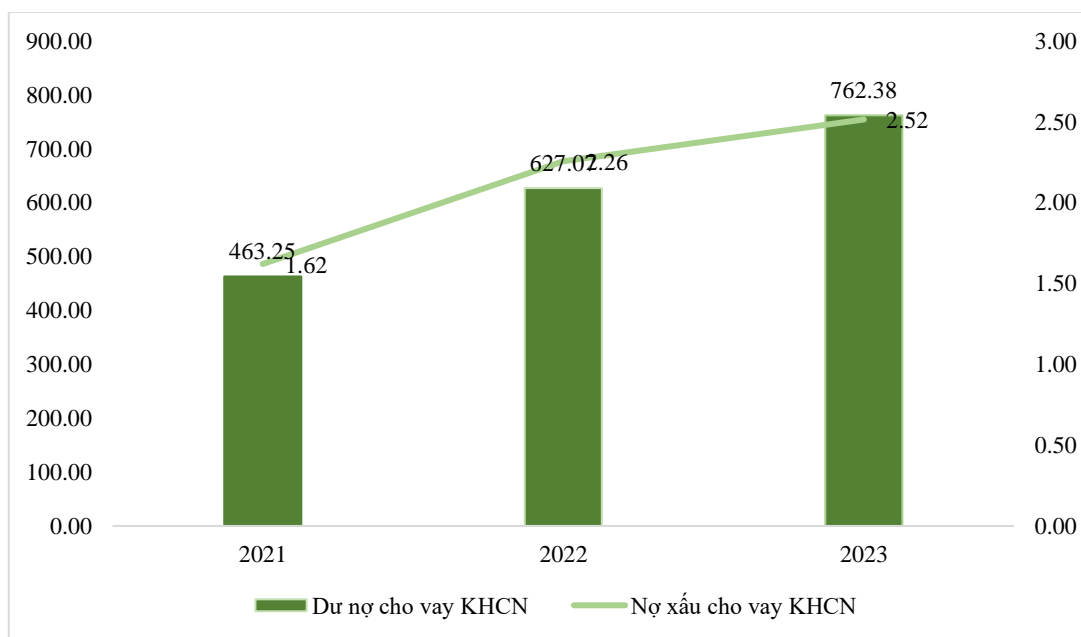
Chi tiêu	Năm			Tỷ lệ chênh lệch			
	2021	2022	2023	2021 – 2022		2022 – 2023	
				Số tiền	%	Số tiền	%
Dư nợ cho vay KHCN	463.25	627.07	762.38	163.82	35.4%	135.31	21.6%
Nợ xấu cho vay KHCN	1.62	2.26	2.52	0.64	39.2%	0.26	11.4%
Tỷ lệ nợ xấu	0.35%	0.36%	0.33%	0.01%	2.9%	-0.03%	-8.3%
Trích lập dự phòng	1.25	2.01	2.67	0.76	60.4%	0.66	33.0%
Tỷ lệ trích lập dự phòng	0.27%	0.32%	0.35%	0.05%	18.52%	0.03%	9.4%

(Nguồn: Bộ phận tín dụng VCB – PGD Mạc Đình Chi năm 2021 - 2023)

Tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ cho vay khách hàng cá nhân có sự biến động nhẹ. Năm 2021, tỷ lệ nợ xấu là 0.35%. Đến năm 2022, tỷ lệ nợ xấu tăng nhẹ lên 0.36%, tăng 0.01% so với năm 2021, tương ứng với mức tăng 2.9%. Năm 2023, tỷ lệ nợ xấu giảm xuống còn 0.33%, giảm 0.03% so với năm 2022, tương ứng với mức giảm 8.3%. Điều này cho thấy dù nợ xấu có tăng về mặt tuyệt đối nhưng tỷ lệ nợ xấu trên tổng dư nợ đã được kiểm soát tốt và có xu hướng giảm. Nợ xấu chủ yếu xuất phát từ các khách hàng có tình hình tài chính yếu, với nguồn thu bị ảnh hưởng nặng nề bởi dịch bệnh. Các khách hàng này chủ yếu vay vốn cho mục đích tiêu dùng như mua bất động sản hoặc vay kinh doanh trong các ngành nghề bị tác động mạnh bởi đại dịch. Đặc biệt, các khoản vay này yêu

cầu thanh toán lãi suất và gốc hàng tháng, dẫn đến số tiền thanh toán mỗi tháng khá lớn. Thêm vào đó, nhiều khách hàng có nguồn thu chủ yếu từ lương công ty, và một số đã mất việc vào năm 2021, dẫn đến tỷ lệ nợ xấu tăng cao trong năm đó. Mặc dù tỷ lệ nợ xấu vẫn tăng trong năm 2022, nhưng đã có sự cải thiện vào năm 2023. Để giảm nợ xấu, PGD đã thực hiện các giải pháp như trích lập dự phòng rủi ro, xử lý tài sản đảm bảo, đôn đốc thu hồi nợ và cơ cấu lại thời gian vay, nhờ đó tỷ lệ nợ xấu luôn ở mức thấp.

ĐVT: Tỷ đồng

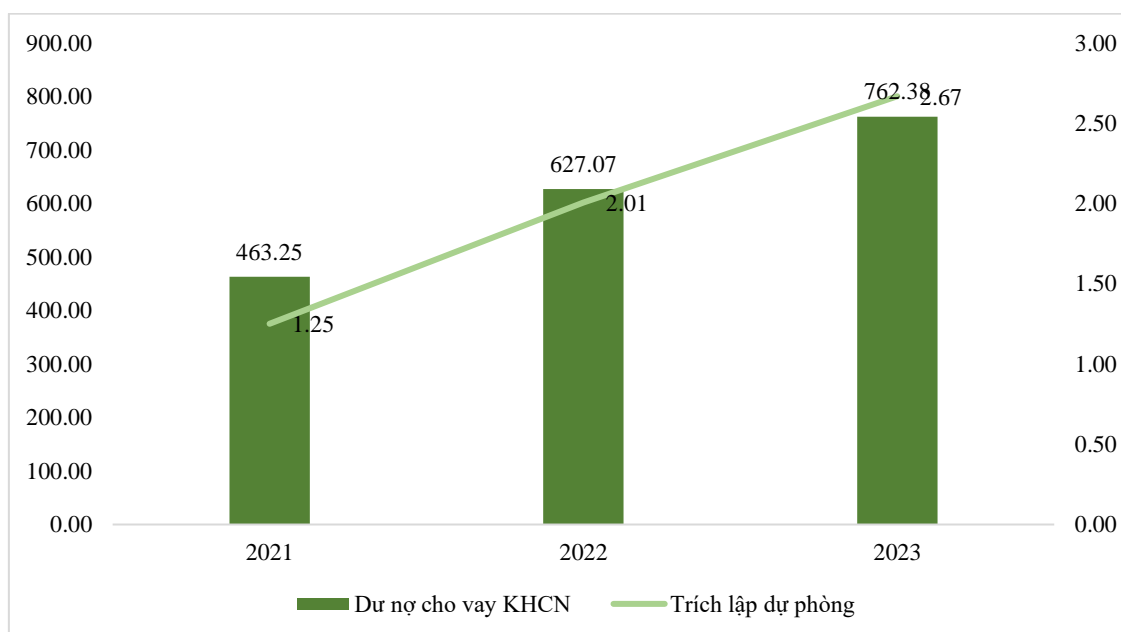


Sơ đồ 2. 4 Nợ xấu cho vay khách hàng cá nhân Vietcombank – PGD Mạc Đình Chi giai đoạn 2021 – 2023

Vietcombank – PGD Mạc Đình Chi đã trích ra số tiền để dự phòng rủi ro qua các năm 2021, 2022 và 2023 lần lượt là 1.25 tỷ đồng, 2.01 tỷ đồng, 2.67 tỷ đồng. Tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro của chi nhánh qua các năm 2021, 2022 và 2023 lần lượt là 0.27%, 0.32% và 0.35% trên tổng dư nợ cho vay KHCN của PGD. Việc tỷ lệ trích lập dự phòng rủi ro qua các năm đều tăng do PGD phải ứng phó với những lo ngại của tác động từ dịch bệnh gây ra. Với tỷ lệ nợ xấu vào 2021 lên đến 0.35% và tăng 0.36% ở năm 2022 nên VCB

đã nhanh chóng tăng tỷ lệ trích lập quỹ dự phòng của năm 2021 từ 0.27% lên 0.32% để giảm nợ xấu và tăng nhẹ vào năm 2023 lên 0.35%.

DVT: Tỷ đồng



Sơ đồ 2. 5 Trích lập dự phòng cho vay khách hàng cá nhân Vietcombank – PGD Mạc Đĩnh Chi giai đoạn 2021 – 2023

2.5 Đánh giá hiệu quả hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Vietcombank – Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi

2.5.1 Kết quả đạt được

Trong giai đoạn 2021-2023, Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi đã khẳng định vị thế là ngân hàng bán lẻ hàng đầu trên địa bàn tỉnh bằng cách tập trung phát triển các sản phẩm dành cho KHCN. Đặc biệt, ngân hàng chú trọng vào việc đa dạng hóa các dịch vụ bán lẻ nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng. Kết quả là, dư nợ cho vay khối KHCN đã liên tục tăng trưởng, đánh dấu một thành tích ấn tượng trong bối cảnh nền kinh tế đang phục hồi sau khủng hoảng của đại dịch với nhiều biến động khó lường. Đồng thời, nhanh chóng thích ứng với sự chuyển giao nền kinh tế bị ảnh hưởng bởi cuộc chiến tranh Nga và Ukraine vào năm 2023.

Dựa trên dữ liệu thu thập được, dư nợ cho vay tại Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi đã tăng đều đặn qua các năm 2021-2023. Phần lớn các khoản vay này là cho vay ngắn hạn, chủ yếu phục vụ mục đích kinh doanh. Việc tăng trưởng dư nợ cho vay kinh doanh đã giúp đáp ứng nhu cầu vốn của các hộ kinh doanh, hỗ trợ họ hồi phục và mở rộng sản

xuất kinh doanh trong những giai đoạn khó khăn do dịch bệnh, từ đó nâng cao hiệu quả kinh doanh và đóng góp tích cực vào sự phát triển chung của kinh tế địa phương.

Sự gia tăng khối lượng khách hàng là minh chứng rõ ràng cho uy tín và chất lượng dịch vụ của ngân hàng. Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi tuy đã nằm trong Big4 với danh tiếng và sự tin nhiệm vô cùng cao nhưng Vietcombank luôn không ngừng cải thiện chất lượng dịch vụ, chăm sóc khách hàng tận tâm và đào tạo đội ngũ nhân viên năng động, nhiệt tình. Chính nhờ những nỗ lực này, số lượng khách hàng tiềm năng của ngân hàng đã tăng lên đáng kể. Khách hàng hiện tại không chỉ trung thành mà còn trở thành những đại sứ thương hiệu, giúp quảng bá hình ảnh ngân hàng đến nhiều người hơn, từ đó mở rộng thị trường tiềm năng.

Trong thời kỳ khó khăn, Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi vẫn đạt được kết quả tích cực, cho thấy sự chú trọng của lãnh đạo ngân hàng trong quản lý chất lượng cho vay cá nhân, phòng ngừa và kiểm soát rủi ro, xử lý nợ xấu. Ngân hàng đã thực hiện trích lập dự phòng rủi ro tín dụng đầy đủ và tích cực đôn đốc thu nợ, đồng thời áp dụng các biện pháp kiểm soát rủi ro tín dụng theo thông lệ quốc tế. Nhờ đó, nợ quá hạn và nợ xấu luôn ở mức có thể chấp nhận được, đồng thời lãi thu từ hoạt động cho vay KHCN duy trì mức tăng trưởng ổn định, chứng tỏ hiệu quả trong việc sử dụng vốn.

Việc nâng cao chất lượng tín dụng cho vay cá nhân đã giúp Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi tối ưu hóa hiệu quả sử dụng nguồn vốn huy động, từ đó thu được lợi nhuận đáng kể từ hoạt động cho vay cá nhân. Đồng thời, khách hàng cũng nhận được lợi ích lớn từ các khoản vay, giúp họ đạt được hiệu quả kinh tế cao hơn và góp phần vào tăng trưởng kinh tế.

Trong suốt thời gian qua, đặc biệt là trong giai đoạn phục hồi nền kinh tế sau đại dịch, Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi luôn đồng hành cùng khách hàng, hỗ trợ họ vượt qua khó khăn thông qua việc giảm lãi suất cho vay và cơ cấu lại thời gian vay, mở thêm nhiều cơ hội cho khách hàng phát triển kinh doanh. Vietcombank luôn tự hào về chất lượng dịch vụ và công tác cho vay, khẳng định cam kết mạnh mẽ trong việc cung cấp các giải pháp tài chính toàn diện và hiệu quả cho các khách hàng của mình.

2.5.2 Một số hạn chế còn tồn tại

Giai đoạn 2021-2023 là một giai đoạn đầy thách thức đối với Vietcombank và toàn bộ hệ thống ngân hàng Việt Nam. Đại dịch COVID-19 đã gây ra những tác động tiêu

cực sâu rộng, làm giảm khả năng trả nợ của nhiều khách hàng, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Bên cạnh đó, sự biến động của kinh tế vĩ mô do đại dịch gây ra đã tạo ra nhiều bất định, ảnh hưởng đến quyết định đầu tư và tiêu dùng của khách hàng, từ đó tác động đến hoạt động cho vay của ngân hàng. Cạnh tranh ngày càng khốc liệt từ các ngân hàng khác, đặc biệt là các ngân hàng tư nhân, đòi hỏi Vietcombank phải không ngừng đổi mới và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Cuộc đua về lãi suất huy động và cho vay giữa các ngân hàng ngày càng gay gắt, khiến Vietcombank phải cân nhắc kỹ lưỡng giữa việc duy trì lợi nhuận và thu hút khách hàng. Các ngân hàng tư nhân thường có khả năng nhanh chóng tung ra thị trường những sản phẩm cho vay mới, linh hoạt và phù hợp với nhu cầu đa dạng của khách hàng, thường tận dụng các kênh phân phối trực tuyến, mạng xã hội để tiếp cận khách hàng một cách hiệu quả. Trong khi đó, Vietcombank với quy mô lớn hơn, thường có quy trình phê duyệt phức tạp hơn, tiếp cận khách hàng chủ yếu dựa vào mạng lưới chi nhánh truyền thống, điều này có thể hạn chế khả năng tiếp cận các khách hàng trẻ, có thể làm giảm khả năng đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của thị trường. Điều này đặt ra áp lực lớn lên Vietcombank, buộc ngân hàng phải cân nhắc kỹ lưỡng giữa việc duy trì lợi nhuận và khả năng cạnh tranh về lãi suất.

Đối với việc chuyển đổi số, các ngân hàng số và fintech thường sử dụng các công nghệ hiện đại như AI, big data để phân tích dữ liệu khách hàng, từ đó đưa ra các quyết định cho vay nhanh chóng và chính xác hơn. Vietcombank cần đầu tư mạnh mẽ vào công nghệ để bắt kịp xu hướng này, đặt ra nhiều thách thức về đầu tư công nghệ và đào tạo nhân lực.

Ngoài ra, những thay đổi liên tục trong chính sách tiền tệ và các quy định của Ngân hàng Nhà nước cũng đã tác động không nhỏ đến hoạt động kinh doanh của ngân hàng. Trong bối cảnh đó, Vietcombank đã phải đối mặt với nhiều áp lực trong việc quản lý rủi ro tín dụng, duy trì tăng trưởng bền vững và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

2.5.3 Nguyên nhân

2.5.3.1 Yếu tố bên trong ngân hàng

Quy trình cho vay:

Các cấp quản lý chồng chéo, quy trình phê duyệt kéo dài, khiến cho việc ra quyết định trở nên chậm chạp và thiếu linh hoạt. Trong một môi trường kinh doanh luôn biến động như hiện nay, sự chậm trễ trong việc đưa ra quyết định có thể khiến VCB mất đi nhiều cơ hội kinh doanh và không thể đáp ứng nhanh chóng nhu cầu của khách hàng. Đặc biệt, trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt với các ngân hàng tư nhân và fintech, sự cồng kềnh trong cơ cấu tổ chức càng trở nên bất lợi.

Văn hóa doanh nghiệp:

Văn hóa doanh nghiệp truyền thống tại VCB mặc dù đã đóng góp vào sự thành công của ngân hàng trong nhiều năm, nhưng hiện nay lại đang kìm hãm sự phát triển. Văn hóa này thường đề cao sự tuân thủ quy trình, sự ổn định và ít chú trọng đến sự sáng tạo và đổi mới. Trong khi đó, để thành công trong thời đại số, các ngân hàng cần phải linh hoạt, sáng tạo và không ngừng đổi mới. Một văn hóa doanh nghiệp quá cứng nhắc sẽ khó có thể khuyến khích nhân viên đưa ra những ý tưởng mới, thử nghiệm những mô hình kinh doanh mới và thích nghi với những thay đổi nhanh chóng của thị trường.

Hoạt động marketing của ngân hàng:

Tuy là một trong những ngân hàng lớn nhất và uy tín nhất Việt Nam, VCB đang phải đối mặt với sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt từ các ngân hàng trẻ. Hoạt động marketing của VCB, dù đã có những đóng góp nhất định, nhưng đang dần tỏ ra kém linh hoạt và sáng tạo so với các đối thủ trẻ tuổi, năng động.

Trong khi các ngân hàng mới nổi liên tục tung ra những chiến dịch marketing ấn tượng, tận dụng tối đa các kênh truyền thông số và các công cụ marketing hiện đại để tiếp cận khách hàng trẻ, đặc biệt là thế hệ millennials, thì VCB dường như vẫn còn khá e dè trong việc thay đổi. Hình ảnh một ngân hàng lớn, uy tín, đôi khi lại trở thành một rào cản, khiến khách hàng cảm thấy khó tiếp cận và thiếu sự gần gũi.

Xu hướng thay đổi của thị trường tài chính, cùng với sự gia tăng của các ngân hàng số và fintech, đang đặt ra những yêu cầu mới về hoạt động marketing. Khách hàng ngày càng đòi hỏi những trải nghiệm ngân hàng hiện đại, tiện lợi và cá nhân hóa hơn. Để đáp

ứng nhu cầu này và thu hút được nguồn khách hàng vay mới, VCB cần phải đẩy mạnh hoạt động marketing sáng tạo hơn.

Chất lượng nguồn nhân lực:

Mặc dù sở hữu đội ngũ nhân viên đông đảo và giàu kinh nghiệm, VCB vẫn còn những hạn chế nhất định về chất lượng nguồn nhân lực. Việc đào tạo và nâng cao năng lực cho nhân viên, đặc biệt là về kỹ năng số, vẫn chưa được chú trọng đúng mức. Trong khi đó, sự phát triển của công nghệ số đòi hỏi nhân viên ngân hàng phải trang bị những kiến thức và kỹ năng mới để có thể làm việc hiệu quả trong môi trường số. Bên cạnh đó, việc thu hút và giữ chân nhân tài cũng là một thách thức lớn đối với VCB, khi mà các ngân hàng khác và các công ty công nghệ đang cạnh tranh rất khốc liệt để thu hút những nhân tài trong lĩnh vực tài chính.

2.5.3.2 Yếu tố bên ngoài ngân hàng

Năng lực kinh doanh của các hộ kinh doanh thường gặp nhiều hạn chế. Kiến thức kinh doanh còn hạn chế: Xuất phát từ nền tảng gia đình, nhiều chủ hộ kinh doanh thiếu kiến thức chuyên sâu về quản trị kinh doanh, marketing và tài chính. Công nghệ lạc hậu: Quy trình sản xuất và công nghệ áp dụng còn đơn giản, hiệu quả thấp, khó cạnh tranh. Nguồn lực hạn chế: Nguồn vốn, nguyên liệu đầu vào và thị trường tiêu thụ thường không ổn định, dễ bị ảnh hưởng bởi các yếu tố bên ngoài. Rủi ro gian lận: Một số trường hợp, khách hàng có thể khai báo thông tin không trung thực để vay vốn, sử dụng vốn vay sai mục đích, gây ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng của ngân hàng.

Năng lực quản trị tài chính: yếu kém là một trong những nguyên nhân chính dẫn đến khó khăn trong việc trả nợ của các hộ kinh doanh. Phân bổ vốn không hiệu quả: Nhiều chủ hộ kinh doanh chưa có kế hoạch sử dụng vốn vay một cách hợp lý, dẫn đến lãng phí và giảm hiệu quả kinh doanh. Kiểm soát chi phí kém: Việc không kiểm soát chặt chẽ các khoản chi phí khiến doanh nghiệp dễ rơi vào tình trạng thua lỗ.

Mức độ uy tín của khách hàng: Uy tín tín dụng của khách hàng đang ngày càng trở nên phức tạp do sự phát triển của các tổ chức tín dụng phi ngân hàng. Nợ xấu gia tăng: Việc dễ dàng tiếp cận các khoản vay tiêu dùng nhanh đã khiến nhiều khách hàng rơi vào tình trạng nợ xấu, ảnh hưởng đến hồ sơ tín dụng cá nhân. Thay đổi hành vi vay: Khách hàng có xu hướng thay đổi đối tượng cho vay, dẫn đến việc hồ sơ tín dụng phân tán và

khó kiểm soát. Kinh nghiệm kinh doanh hạn chế: Các hộ kinh doanh mới thành lập thường chưa có lịch sử tín dụng rõ ràng, gây khó khăn cho ngân hàng trong việc đánh giá khả năng trả nợ.

Nhiều khách hàng vẫn e ngại vay vốn ngân hàng do chưa hiểu rõ quy trình và điều kiện cho vay. Tâm lý sợ rủi ro và thủ tục phức tạp khiến họ lựa chọn sử dụng vốn tự có thay vì vay vốn để mở rộng kinh doanh.

Vấn đề tài chính của khách hàng: Khách hàng thường gặp khó khăn trong việc tiếp cận vốn vay do năng lực tài chính hạn chế. Vốn tự có thấp, khả năng trả nợ kém khiến ngân hàng đánh giá cao rủi ro tín dụng.

Hạn chế về tài sản đảm bảo: Yêu cầu về tài sản đảm bảo khá khắt khe, đặc biệt đối với bất động sản và các tài sản dễ mất giá. Điều này khiến nhiều khách hàng không đủ điều kiện tiếp cận vốn vay, dù có nhu cầu và khả năng trả nợ.

Phương án kinh doanh chưa thuyết phục: Nhiều khách hàng chưa có kế hoạch kinh doanh rõ ràng và khả thi, khiến ngân hàng khó đánh giá được hiệu quả sử dụng vốn vay và khả năng trả nợ của khách hàng.

Kết luận Chương 2:

Chương 2 đã phân tích thực trạng cho vay khách hàng cá nhân tại Vietcombank – Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi trong giai đoạn 2021-2023. Qua việc đánh giá các chỉ tiêu cơ cấu cho vay theo thời hạn và mục đích vay, chương này đã làm rõ những thay đổi và xu hướng trong hoạt động cho vay cá nhân tại phòng giao dịch. Bên cạnh đó, mức độ kiểm soát rủi ro tín dụng được xem xét, cho thấy những nỗ lực của phòng giao dịch trong việc đảm bảo an toàn tài chính. Hiệu quả hoạt động cho vay khách hàng cá nhân cũng được đánh giá thông qua những kết quả đạt được, đồng thời nhận diện các hạn chế còn tồn tại và nguyên nhân gây ra. Những phân tích này đã cung cấp bức tranh tổng quan về thực trạng cho vay khách hàng cá nhân, tạo tiền đề cho việc đề xuất các giải pháp cải thiện trong chương tiếp theo.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG CHO VAY CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN NGOẠI THƯƠNG VIỆT NAM – CHI NHÁNH TÂN ĐỊNH – PHÒNG GIAO DỊCH MẠC ĐĨNH CHI

3.1 Chiến lược hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Vietcombank – Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi

Đẩy mạnh chuyển đổi số: Vietcombank sẽ tiếp tục đầu tư vào công nghệ số để nâng cao trải nghiệm của khách hàng. Cụ thể, ngân hàng sẽ cải tiến ứng dụng di động của mình, mở rộng các tính năng và dịch vụ trực tuyến, giúp khách hàng dễ dàng quản lý các khoản vay và thực hiện các giao dịch ngân hàng từ xa. Đặc biệt, việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và học máy sẽ được tăng cường để tối ưu hóa quy trình đánh giá tín dụng và cá nhân hóa các gói vay. AI sẽ giúp phân tích dữ liệu nhanh chóng và chính xác hơn, cung cấp các quyết định cho vay dựa trên phân tích chi tiết về khả năng trả nợ của khách hàng.

Đáp ứng nhu cầu xã hội và kinh tế mới: Để phù hợp với xu hướng phát triển bền vững, Vietcombank có thể triển khai các sản phẩm cho vay xanh hỗ trợ các dự án bảo vệ môi trường, như vay cho các dự án năng lượng tái tạo hoặc xây dựng xanh. Ngoài ra, ngân hàng sẽ tập trung vào việc cung cấp các gói vay linh hoạt hơn cho khách hàng cá nhân liên quan đến việc đầu tư vào doanh nghiệp nhỏ và vừa, giúp họ dễ dàng tiếp cận nguồn vốn cần thiết để phát triển.

Tăng cường chất lượng dịch vụ khách hàng: Vietcombank sẽ chú trọng đến việc nâng cao chất lượng dịch vụ khách hàng bằng cách tăng cường đào tạo cho đội ngũ nhân viên. Nhân viên sẽ được trang bị kỹ năng tư vấn và chăm sóc khách hàng chuyên nghiệp hơn để đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Đồng thời, ngân hàng sẽ cung cấp dịch vụ hỗ trợ 24/7 để giải quyết nhanh chóng các vấn đề và yêu cầu từ khách hàng, tạo sự thuận tiện tối đa cho họ.

Tối ưu hóa chính sách lãi suất: Ngân hàng sẽ triển khai các gói lãi suất linh hoạt hơn, bao gồm lãi suất cố định và lãi suất thả nổi, để đáp ứng nhu cầu của từng nhóm khách hàng khác nhau. Các gói lãi suất này sẽ được điều chỉnh sao cho phù hợp với xu hướng lãi suất trên thị trường và khả năng tài chính của khách hàng.

Quản lý rủi ro tốt hơn: Vietcombank sẽ tiếp tục cải thiện khả năng quản lý rủi ro bằng cách áp dụng phân tích dữ liệu lớn để dự đoán và kiểm soát rủi ro tín dụng hiệu quả hơn.

Họ sẽ sử dụng các công cụ phân tích tiên tiến để đánh giá khả năng trả nợ và dự đoán các xu hướng rủi ro. Đồng thời, ngân hàng sẽ tổ chức các chương trình đào tạo cho các chuyên gia tài chính để cập nhật các phương pháp quản lý rủi ro mới nhất và ứng phó hiệu quả với các thách thức trong tương lai.

Xây dựng quan hệ khách hàng: Ngân hàng sẽ triển khai các chương trình ưu đãi và khuyến mãi dành cho khách hàng trung thành nhằm xây dựng và duy trì mối quan hệ lâu dài với họ. Các chương trình này sẽ bao gồm các ưu đãi về lãi suất, giảm phí dịch vụ và các lợi ích khác. Vietcombank cũng sẽ tập trung vào việc thu thập phản hồi từ khách hàng và thực hiện cải tiến dựa trên những phản hồi này để không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ.

Đẩy mạnh tiếp thị và quảng bá: Vietcombank sẽ thực hiện các chiến dịch tiếp thị sáng tạo để tăng cường nhận diện thương hiệu và thu hút khách hàng mới. Ngân hàng sẽ mở rộng hoạt động tiếp thị trên các kênh trực tuyến như mạng xã hội và nền tảng số khác để tiếp cận đối tượng khách hàng rộng rãi hơn. Các chiến dịch này sẽ được thiết kế để nhấn mạnh những lợi ích và ưu điểm của các sản phẩm vay của ngân hàng, đồng thời nâng cao sự hiện diện của Vietcombank trong lòng khách hàng và cộng đồng.

3.2 Giải pháp nâng cao hoạt động cho vay

3.2.1 Tăng cường hoạt động marketing cho ngân hàng

Để nâng cao hiệu quả hoạt động và gia tăng sức cạnh tranh trên thị trường, Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi cần đẩy mạnh hoạt động marketing. Điều này bao gồm việc xây dựng và triển khai các chiến lược marketing toàn diện và sáng tạo để nâng cao nhận diện thương hiệu và thu hút khách hàng mới. Ngân hàng cần tập trung vào việc quảng bá các sản phẩm và dịch vụ của mình thông qua nhiều kênh khác nhau, bao gồm quảng cáo trên truyền hình, radio, báo chí và đặc biệt là trên các nền tảng trực tuyến như mạng xã hội và trang web.

Một phương diện khác cần được chú trọng là tăng cường kênh phân phối trực tuyến. Vietcombank nên phát triển các ứng dụng di động và trang web hiện đại, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận và sử dụng các dịch vụ ngân hàng. Các ứng dụng này không chỉ cung cấp các tính năng tiện ích cho khách hàng như kiểm tra số dư tài khoản, chuyển

tiền, thanh toán hóa đơn, mà còn cung cấp thông tin về các sản phẩm và dịch vụ mới, các chương trình khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt.

Ngoài ra, ngân hàng cần đầu tư vào các chiến dịch email marketing và content marketing để duy trì liên lạc thường xuyên với khách hàng và cung cấp cho họ những thông tin hữu ích và hấp dẫn. Các hoạt động marketing này không chỉ giúp tăng cường nhận diện thương hiệu mà còn xây dựng mối quan hệ bền chặt với khách hàng, từ đó nâng cao sự hài lòng và lòng trung thành của họ.

3.2.2 Nâng cao chất lượng công tác thẩm định

Nâng cao trình độ, chất lượng cán bộ tín dụng:

Để nâng cao chất lượng công tác thẩm định tại Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi, trước hết, ngân hàng cần chú trọng đến việc đào tạo và nâng cao năng lực chuyên môn cho đội ngũ nhân viên thẩm định. Nhân viên cần được trang bị kiến thức sâu rộng về các sản phẩm tín dụng, kỹ năng phân tích tài chính và đánh giá rủi ro. Việc này sẽ giúp họ có thể đưa ra quyết định chính xác và kịp thời, đảm bảo quá trình thẩm định được thực hiện một cách hiệu quả và chính xác.

Ứng dụng công nghệ:

Bên cạnh việc đào tạo nhân viên, việc ứng dụng công nghệ hiện đại trong quy trình thẩm định cũng là một yếu tố then chốt. Công nghệ AI và machine learning có thể được sử dụng để phân tích dữ liệu khách hàng, nhận diện các dấu hiệu rủi ro tiềm ẩn và hỗ trợ đưa ra quyết định thẩm định nhanh chóng. Sự cải tiến công nghệ này sẽ không chỉ giúp cải thiện hiệu quả làm việc mà còn giảm thiểu sai sót, từ đó nâng cao chất lượng của quá trình thẩm định.

Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát:

Đồng thời, ngân hàng cần xây dựng một hệ thống kiểm tra và giám sát nội bộ chặt chẽ. Điều này đảm bảo mọi quy trình thẩm định đều tuân thủ đúng các quy định và tiêu chuẩn chất lượng. Việc hợp tác chặt chẽ với các đối tác tài chính và cơ quan pháp lý cũng sẽ giúp Vietcombank - PGD Mạc Đĩnh Chi cập nhật thông tin thị trường và nâng cao khả năng thẩm định.

3.2.3 Nâng cao chất lượng và phát triển sản phẩm mới

Để vượt qua những thách thức hiện tại và nắm bắt cơ hội phát triển, Vietcombank cần tập trung vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ và phát triển sản phẩm mới. Việc đổi mới sản phẩm là một yếu tố then chốt trong chiến lược phát triển của ngân hàng. Trong bối cảnh thị trường tài chính ngày càng cạnh tranh khốc liệt, việc cung cấp các sản phẩm cho vay đa dạng và linh hoạt sẽ giúp Vietcombank không chỉ duy trì vị thế của mình mà còn tạo ra sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh.

Ngân hàng cần tiến hành nghiên cứu kỹ lưỡng nhu cầu của các nhóm khách hàng khác nhau để phát triển các sản phẩm tài chính phù hợp. Các sản phẩm cho vay cần được thiết kế để đáp ứng đúng nhu cầu cụ thể của từng nhóm khách hàng, từ cá nhân, hộ gia đình đến các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Ví dụ, đối với khách hàng cá nhân, ngân hàng có thể phát triển các sản phẩm vay mua nhà, vay mua ô tô, vay tiêu dùng với lãi suất ưu đãi và điều kiện vay linh hoạt.

Việc đa dạng hóa sản phẩm không chỉ giúp Vietcombank tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường mà còn tạo điều kiện thuận lợi để khách hàng có nhiều lựa chọn phù hợp với hoàn cảnh tài chính của mình. Khi khách hàng có nhiều lựa chọn, họ sẽ cảm thấy hài lòng và tin tưởng hơn vào dịch vụ của ngân hàng. Điều này không chỉ giúp giữ chân khách hàng hiện tại mà còn thu hút thêm nhiều khách hàng mới, từ đó mở rộng tệp khách hàng của Vietcombank.

Ngoài ra, việc liên tục cập nhật và nâng cao chất lượng các sản phẩm hiện có cũng là một nhiệm vụ quan trọng. Vietcombank cần lắng nghe phản hồi từ khách hàng để cải tiến các sản phẩm và dịch vụ hiện tại, đảm bảo rằng chúng luôn đáp ứng được nhu cầu và kỳ vọng của khách hàng. Sự cải tiến không ngừng này sẽ giúp ngân hàng duy trì sự linh hoạt và thích nghi nhanh chóng với những thay đổi của thị trường.

3.2.4 Cải tiến quy trình cho vay

Để vượt qua những thách thức hiện tại, Vietcombank cần thực hiện một loạt các biện pháp cải thiện và đổi mới. Trước tiên, việc đổi mới sản phẩm là một yếu tố then chốt. Ngân hàng cần phát triển các sản phẩm cho vay đa dạng hơn và phải linh hoạt, nhằm đáp ứng đúng nhu cầu của từng nhóm khách hàng khác nhau. Điều này không chỉ giúp

tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường mà còn tạo điều kiện thuận lợi để khách hàng có nhiều lựa chọn phù hợp với hoàn cảnh tài chính của mình.

Bên cạnh đó, nâng cao trải nghiệm khách hàng là một mục tiêu quan trọng. Vietcombank nên đầu tư vào công nghệ tiên tiến để nâng cao chất lượng dịch vụ và rút ngắn thời gian giải quyết các thủ tục. Sự cải tiến này sẽ giúp tạo ra một quy trình làm việc hiệu quả, giảm bớt sự phiền hà cho khách hàng và đồng thời gia tăng mức độ hài lòng của họ đối với các dịch vụ mà ngân hàng cung cấp.

Để cải thiện chất lượng dịch vụ và nâng cao trải nghiệm khách hàng, Vietcombank cần thực hiện những cải tiến quan trọng trong quy trình cho vay và giảm bớt sự phức tạp về yêu cầu hồ sơ vay. Trước hết, quy trình cho vay cần được đơn giản hóa và tối ưu hóa để giảm thiểu thời gian xử lý và tăng tính minh bạch. Việc áp dụng công nghệ hiện đại như trí tuệ nhân tạo (AI) và tự động hóa sẽ giúp rút ngắn quy trình thẩm định, từ đó đem đến nhiều tiện ích và nhanh chóng cho khách hàng. Chẳng hạn, khách hàng có thể nộp hồ sơ trực tuyến, và các hệ thống AI sẽ nhanh chóng phân tích và đánh giá rủi ro, đưa ra quyết định sơ bộ trong thời gian ngắn nhất.

3.3 Kiến nghị đối với Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam

Vietcombank nên xem xét giảm bớt yêu cầu về hồ sơ vay, chỉ yêu cầu những giấy tờ thật sự cần thiết. Việc này không chỉ giúp tiết kiệm thời gian và công sức của khách hàng mà còn giảm bớt khối lượng công việc cho nhân viên ngân hàng. Các giấy tờ như chứng minh nhân dân, sổ hộ khẩu, giấy chứng nhận thu nhập có thể được chấp nhận dưới dạng bản sao hoặc hình thức điện tử, thay vì yêu cầu bản gốc. Ngoài ra, ngân hàng có thể triển khai các giải pháp xác thực điện tử và chữ ký số để đơn giản hóa các thủ tục hành chính, giúp khách hàng dễ dàng hoàn tất hồ sơ vay mà không cần phải đến trực tiếp chi nhánh.

Những cải tiến này không chỉ giúp Vietcombank nâng cao hiệu quả hoạt động mà còn tạo ra một trải nghiệm khách hàng tốt hơn, từ đó thu hút và giữ chân được nhiều khách hàng hơn. Việc đơn giản hóa quy trình và giảm bớt yêu cầu hồ sơ sẽ giúp ngân hàng trở nên thân thiện và dễ tiếp cận hơn, góp phần vào sự phát triển bền vững và tăng trưởng dài hạn của Vietcombank.

Ngoài việc đơn giản hóa quy trình và giảm bớt yêu cầu về hồ sơ vay, Vietcombank cũng nên xem xét tăng cường các chương trình đào tạo chuyên sâu cho đội ngũ nhân

viên về kỹ năng tư vấn và xử lý hồ sơ vay cá nhân. Việc này sẽ giúp nhân viên nâng cao khả năng hỗ trợ khách hàng một cách nhanh chóng và hiệu quả hơn, đồng thời giảm thiểu sai sót trong quá trình thẩm định và phê duyệt vay. Bên cạnh đó, việc áp dụng công nghệ AI và phân tích dữ liệu lớn (Big Data) vào quy trình đánh giá tín dụng có thể giúp ngân hàng đưa ra các quyết định cho vay chính xác hơn, giảm thiểu rủi ro và tối ưu hóa nguồn lực.

Ngân hàng cũng nên cân nhắc phát triển các sản phẩm vay linh hoạt hơn, phù hợp với nhu cầu đa dạng của khách hàng, chẳng hạn như các gói vay có lãi suất ưu đãi cho những khách hàng thân thiết, hoặc các gói vay với thời gian trả nợ linh hoạt cho những người có thu nhập không ổn định. Điều này sẽ giúp Vietcombank thu hút thêm nhiều khách hàng mới, đồng thời giữ chân những khách hàng hiện tại.

Cuối cùng, ngân hàng nên thường xuyên khảo sát ý kiến khách hàng để nắm bắt kịp thời những khó khăn và mong muốn của họ trong quá trình vay vốn. Từ đó, ngân hàng có thể điều chỉnh chính sách và dịch vụ cho vay sao cho phù hợp với thực tế, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường và củng cố vị thế của Vietcombank trên thị trường tài chính. Những bước cải tiến này sẽ không chỉ nâng cao trải nghiệm khách hàng mà còn đóng góp vào sự phát triển bền vững và tăng trưởng dài hạn của Vietcombank – Chi nhánh Tân Định – Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi.

Kết luận Chương 3:

Chương 3 đã đề xuất các giải pháp cụ thể nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Vietcombank – Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi. Chiến lược hoạt động cho vay đã được xác định, cùng với các giải pháp như tăng cường marketing, nâng cao chất lượng thẩm định, phát triển sản phẩm vay mới, và cải tiến quy trình cho vay. Những giải pháp này không chỉ tối ưu hóa quy trình nội bộ và nâng cao trải nghiệm khách hàng, mà còn hướng đến mục tiêu phát triển bền vững và tăng trưởng dài hạn cho Vietcombank. Đồng thời, các kiến nghị đối với Hội sở Vietcombank cũng được đưa ra nhằm hỗ trợ triển khai các giải pháp một cách hiệu quả.

KẾT LUẬN

Đề tài "Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Vietcombank - Chi nhánh Tân Định - Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi" đã cung cấp một cái nhìn toàn diện về các khía cạnh liên quan đến hoạt động cho vay cá nhân tại đơn vị này. Dựa vào các số liệu mà Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi cung cấp, bài luận đã phân tích kỹ lưỡng các yếu tố lý luận cơ bản, thực trạng hoạt động cho vay trong giai đoạn 2021-2023, với sự kiểm soát nợ xấu tương đối ổn định nên bài luận không đưa ra nhiều giải pháp định hướng liên quan đến quản lý rủi ro mà tập trung đưa ra những giải pháp cụ thể nhằm cải thiện hiệu quả hoạt động cho vay.

Kết quả cho thấy hoạt động cho vay cá nhân tại Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi hiện đang gặp phải một số thách thức và hạn chế, bao gồm quy trình cho vay còn phức tạp, yêu cầu hồ sơ rườm rà, và một số vấn đề về kiểm soát rủi ro tín dụng. Để khắc phục những vấn đề này, nghiên cứu đã đề xuất các giải pháp như tăng cường hoạt động marketing, nâng cao chất lượng công tác thẩm định, phát triển sản phẩm vay mới, và cải tiến quy trình cho vay. Những giải pháp này nhằm mục tiêu đơn giản hóa quy trình, nâng cao chất lượng dịch vụ, và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng.

Ngoài ra, các kiến nghị đối với Ngân hàng Thương mại Cổ phần Ngoại thương Việt Nam – Chi nhánh Tân Định cũng được đưa ra để hỗ trợ việc triển khai hiệu quả các giải pháp này. Những cải tiến và đề xuất trong nghiên cứu không chỉ giúp nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay tại Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi mà còn góp phần vào sự phát triển bền vững và tăng trưởng dài hạn của Vietcombank.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

Cúc, P. T (2008). “Giáo Trình Tín Dụng Ngân Hàng”, NXB Thống kê.

Dồn, Đ. V (2009) “Ngh nghiệp vụ Ngân hàng thương mại” NXB Thống kê.

Huy, M (2022). “Vietcombank nỗ lực vượt khó trong năm 2021”, truy cập tại:
<https://vnexpress.net/vietcombank-no-luc-vuot-kho-trong-nam-2021-4410861.html>

Hằng, Đ. M, Yến, P. T. H, Nhân, Đ. T. T. (2023). “Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của các ngân hàng thương mại Việt Nam”, truy cập tại:
<https://banker.vn/cac-nhan-to-anh-huong-den-hieu-qua-hoat-dong-cua-cac-ngan-hang-thuong-mai-viet-nam>

Lâm, H.X (2024) “Báo cáo số liệu cho vay khách hàng cá nhân Vietcombank – Phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi năm 2021 – 2023”, truy cập tại: web nội bộ của bộ phận tín dụng phòng giao dịch Mạc Đĩnh Chi

Nhung, L. N. H (2018). “Đề tài nghiên cứu khoa học: Giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay khối khách hàng cá nhân tại Sở giao dịch Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam – Chi nhánh Hà Nội”, truy cập tại:
<https://fr.slideshare.net/trongthuy1/luan-van-nang-cao-hieu-qua-cho-vay-ca-nhan-tai-ngan-hang-vietcombank#6>

Quốc hội (2010). “Luật các tổ chức tín dụng”, truy cập tại:
<https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Tien-te-Ngan-hang/Luat-cac-to-chuc-tin-dung-2010-108079.aspx>

Vietcombank (2021). “Báo cáo thường niên 2021”, truy cập tại:
<https://portal.vietcombank.com.vn/VCBDigital/2021/BCTN/vi/>

Vietcombank (2022) “Báo cáo thường niên 2022”, truy cập tại:
<https://digital.lapphuong.com/vcb/ar2022/final/vn/>

Vietcombank (2023) “Báo cáo thường niên 2023”, truy cập tại:
<https://vietstock.vn/2024/04/vcb-bao-cao-thuong-nien-nam-2023-737-1179579.htm>

Vietcombank (2024). “Thông tin về Vietcombank”, truy cập tại:

<https://www.vietcombank.com.vn/>