

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH
NAM ĐÀ NẴNG – PHÒNG GIAO DỊCH SƠN TRÀ GIAI ĐOẠN 2026 – 2028**

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Vũ Hoàng Vy

Sinh viên thực hiện : Trần Thị Yến

Mã sinh viên : 2254020003

Khóa học : 2022 – 2026

Lớp : 22NH1

Đà Nẵng, Tháng 05 năm 2026

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KIẾN TRÚC ĐÀ NẴNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN QUÂN ĐỘI – CHI NHÁNH
NAM ĐÀ NẴNG – PHÒNG GIAO DỊCH SƠN TRÀ GIAI ĐOẠN 2026 – 2028**

Giảng viên hướng dẫn : ThS. Vũ Hoàng Vy

Sinh viên thực hiện : Trần Thị Yến

Mã sinh viên : 2254020003

Khóa học : 2022 – 2026

Lớp : 22NH1

Đà Nẵng, Tháng 05 năm 2026

NHIỆM VỤ KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Năm học: 2025 – 2026

Thông tin tác giả thực hiện

- Họ và tên sinh viên : TRẦN THỊ YẾN
- Chuyên ngành : TÀI CHÍNH – NGÂN HÀNG
- Trình độ đào tạo : Đại học
- Khóa học : 2022 – 2026

1. TÊN ĐỀ TÀI KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

**GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI
NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN QUÂN ĐỘI – CN NAM ĐÀ NẴNG –
PHÒNG GIAO DỊCH SƠN TRÀ GIAI ĐOẠN 2026 – 2028**

2. CÁC SỐ LIỆU BAN ĐẦU THỰC HIỆN KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Tình hình hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Tình hình hoạt động cho vay của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Tình hình chung cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Cho vay tiêu dùng theo mục đích vay tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Cho vay tiêu dùng theo thời hạn vay tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Cho vay tiêu dùng theo hình thức đảm bảo tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

3. NỘI DUNG PHẦN THUYẾT MINH VÀ TÍNH TOÁN: Gồm 3 phần

Thuyết minh và tính toán về tình hình huy động vốn, tình hình cho vay và kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Thuyết minh về tình hình chung cho vay tiêu dùng, cho vay tiêu dùng theo mục đích vay, cho vay tiêu dùng theo thời hạn vay, cho vay tiêu dùng theo tài sản đảm bảo tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 –2025

Thuyết minh định hướng và giải pháp, mở rộng hoạt động về đẩy mạnh cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026– 2028

4. CÁC BẢN VẼ, BẢNG BIỂU VÀ ĐỒ THỊ

Bảng biểu, hình vẽ và đồ thị xem tại danh mục các bảng biểu và hình vẽ của khóa luận

5. CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

Tên cán bộ hướng dẫn: ThS Vũ Hoàng Vy

6. NGÀY GIAO NHIỆM VỤ LÀM KHÓA LUẬN

Ngày 02 tháng 02 năm 2026

7. NGÀY HOÀN THÀNH KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Ngày 24 tháng 05 năm 2026

THÔNG QUA BỘ MÔN

Ngày....tháng...năm.....

Trưởng bộ môn

(Ký và ghi rõ họ tên)

Cán bộ hướng dẫn

(Ký và ghi rõ họ tên)

Sinh viên đã hoàn thành và nộp đồ án cho bộ môn

Ngày.....tháng.....năm.....

Sinh viên làm ĐATN

(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, em xin cảm ơn trường Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng nói chung cũng như khoa Kinh tế nói riêng, vì đã luôn tạo mọi điều kiện tốt nhất để giúp đỡ, hỗ trợ và truyền tải kiến thức bổ ích đến em trong thời gian học tập cũng như thực tiễn.

Tiếp theo, với lòng biết ơn sâu sắc, em xin cảm ơn cô Vũ Hoàng Vy vì đã luôn theo sát, chỉ bảo, động viên, kiên nhẫn và hỗ trợ em hết mình, sẵn sàng giải đáp mọi thắc mắc và góp ý nhiệt tình cho em. Cô đã luôn tận tình truyền đạt những kinh nghiệm quý báu cho em trong suốt thời gian thực tập, tạo mọi điều kiện tốt nhất để em hoàn thành tốt bài KLTN này trong thời gian qua.

Em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Chị Trịnh Thị Trang - Chuyên viên KHCVN, và các anh chị chuyên viên khác đã dành thời gian lắng nghe, hướng dẫn và giúp đỡ em trong suốt kỳ thực tập này.

Tuy nhiên, đây là lần đầu tiên tiếp xúc với công việc thực tế vì còn hạn chế về kiến thức và kinh nghiệm của em nên trong quá trình thực tập không tránh khỏi những sai sót nên mong quý ngân hàng và thầy cô bỏ qua và em rất mong nhận được sự giúp đỡ, chỉ bảo của các thầy cô, anh chị trong cơ quan để bài KLTN được hoàn chỉnh hơn.

Cuối cùng, em xin cảm ơn Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng - PGD Sơn Trà đã tạo cho em cơ hội được thực tập và học hỏi nhiều kinh nghiệm quý báu từ Đơn Vị. Em xin chúc quý Thầy Cô và các Anh Chị tại Đơn vị sức khỏe và thành công trong công việc.

Em xin chân thành cảm ơn!

Sinh viên

Trần Thị Yến

NHẬN XÉT CỦA CƠ QUAN THỰC TẬP

NHẬN XÉT CỦA GVHD

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

CHỮ KÝ GVHD

(Ký, ghi rõ họ tên)

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	i
NHẬN XÉT CỦA CƠ QUAN THỰC TẬP.....	ii
NHẬN XÉT CỦA GVHD.....	iii
DANH SÁCH CÁC BẢNG BIỂU.....	viii
DANH SÁCH CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ.....	ix
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	x
LỜI MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI.....	1
1.1. Khái quát về hoạt động cho vay của NHTM.....	1
1.1.1. Khái niệm về hoạt động cho vay của NHTM	1
1.1.2. Nguyên tắc cho vay của NHTM	1
1.1.3. Vai trò về hoạt động cho vay của NHTM	2
1.1.4. Phân loại cho vay của NHTM.....	2
1.2. Tổng quan về cho vay tiêu dùng của NHTM	3
1.2.1. Khái niệm về cho vay tiêu dùng của NHTM	3
1.2.2. Đặc điểm về cho vay tiêu dùng của NHTM	4
1.2.3. Vai trò về hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM	4
1.2.4. Phân loại cho vay tiêu dùng của NHTM.....	5
1.3. Đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng	6
1.3.1. Khái niệm đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng.....	6
1.3.2. Ý nghĩa đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng.....	7
1.3.3. Các chỉ tiêu đánh giá đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM ...	7
1.3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM	10
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1.....	14
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CN NAM ĐÀ NẴNG – PGD SƠN TRÀ GIAI ĐOẠN 2023 – 2025.....	15

2.1. Tổng quan về Ngân hàng TMCP Quân Đội	15
2.1.1. Giới thiệu chung về Ngân hàng TMCP Quân Đội	15
2.1.2. Lịch sử hình thành của Ngân hàng TMCP Quân Đội	16
2.2. Tổng quan Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà.....	16
2.2.1. Quá trình hình thành và phát triển của MB Sơn Trà.....	16
2.2.2. Cơ cấu tổ chức của MB Sơn Trà	17
2.2.3. Chức năng các phòng ban của MB Sơn Trà.....	17
2.2.4. Tình hình về đội ngũ nhân sự của MB Sơn Trà	18
2.2.5. Chức năng của MB Sơn Trà.....	19
2.2.6. Nhiệm vụ của MB Sơn Trà	20
2.2.7. Sản phẩm kinh doanh của MB Sơn Trà	20
2.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025	20
2.3.1. Tình hình hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025	20
2.3.2. Tình hình hoạt động cho vay của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025.....	24
2.3.3. Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025	27
2.4. Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025	31
2.4.1. Các sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà	31
2.4.2. Quy trình cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà	35
2.4.3. Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025	37

2.4.4. Đánh giá hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025	58
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.....	61
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CN NAM ĐÀ NẴNG – PGD SƠN TRÀ GIAI ĐOẠN 2026 – 2028.....	62
3.1. Định hướng đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026 – 2028 ..	62
3.2. Bối cảnh kinh tế - pháp lý và tiền đề thực tiễn.....	63
3.3. Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026 – 2028 ..	63
3.3.1. Tăng cường công tác huy động vốn	63
3.3.2. Đa dạng hóa sản phẩm tiêu dùng	64
3.3.3. Nâng cao chất lượng tín dụng và kiểm soát nợ xấu	65
3.3.4. Tăng cường liên kết giữa Ngân hàng và các đại lý ô tô để tiếp cận khách hàng vay mua xe	66
3.3.5. Tích cực hỗ trợ, tư vấn khách hàng trong quá trình làm thủ tục vay vốn	67
3.3.6. Đổi mới và mở rộng hoạt động truyền thông – marketing sản phẩm cho vay tiêu dùng.....	68
3.3.7. Nâng cao hiệu quả quản lý và xử lý nợ đối với cho vay có tài sản bảo đảm	69
3.3.8. Tăng số lượng và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực	70
3.3.9. Ứng dụng công nghệ số	70
3.4. Một số kiến nghị nhằm đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026 -2028	72
3.4.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước	72
3.4.2. Đối với Ngân hàng nhà nước	73
3.4.3. Đối với Ngân hàng TMCP Quân Đội.....	73

3.4.4. Đối với khách hàng	73
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.....	75
KẾT LUẬN.....	76
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	77

DANH SÁCH CÁC BẢNG BIỂU

Bảng 2.1: Số lượng nhân lực PGD MB Sơn Trà giai đoạn 2023-2025.....	19
Bảng 2.2: Tình hình hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025.....	21
Bảng 2.3: Tình hình hoạt động cho vay của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng - PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025.....	25
Bảng 2.4: Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025.....	28
Bảng 2.5: So sánh sản phẩm CVTD giữa MBBank với Techcombank và BIDV...38	
Bảng 2.6: Tình hình chung cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025.....	41
Bảng 2.7: Cho vay tiêu dùng theo mục đích vay tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025.....	45
Bảng 2.8: Cho vay tiêu dùng theo thời hạn vay tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025.....	51
Bảng 2.9: Cho vay tiêu dùng theo hình thức đảm bảo tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025.....	55

DANH SÁCH CÁC HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

Hình 2.1: Logo Ngân hàng TMCP Quân Đội.....	15
Hình 2.2: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của MB – PGD Sơn Trà.....	17

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Nghĩa
NHTM	Ngân hàng Thương mại
TCTD	Tổ chức tín dụng
NHNN	Ngân hàng nhà nước
TT	Thông tư
CVTD	Cho vay tiêu dùng
CN	Chi nhánh
TD	Tiêu dùng
PGD	Phòng giao dịch
TMCP	Thương mại cổ phần
KHCN	Khách hàng cá nhân
KHDN	Khách hàng doanh nghiệp
THPT	Trung học phổ thông
TGCKH	Tiền gửi có kỳ hạn
TGKKH	Tiền gửi không kỳ hạn
ĐVT	Đơn vị tính
HDDV	Hoạt động dịch vụ
CTV	Cộng tác viên
TSDB	Tài sản đảm bảo
CBTD	Cán bộ tín dụng
MB Sơn Trà	Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà
MB	Ngân hàng TMCP Quân đội
KBTS	Không bằng tài sản
BTS	Bằng tài sản
BIDV	Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam
Techcombank	Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển của nền kinh tế và mức sống của người dân ngày càng được nâng cao, nhu cầu vay vốn phục vụ mục đích tiêu dùng như mua nhà, mua xe, sửa chữa nhà cửa, du học, chăm sóc sức khỏe và chi tiêu cá nhân ngày càng gia tăng. Hoạt động cho vay tiêu dùng vì vậy đã trở thành một trong những lĩnh vực quan trọng, mang lại nguồn thu ổn định và góp phần mở rộng thị phần cho các ngân hàng thương mại.

Đối với Ngân hàng TMCP Quân Đội, hoạt động cho vay tiêu dùng được xác định là một trong những mảng kinh doanh chiến lược nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ và gia tăng lợi nhuận. Trong bối cảnh thị trường tài chính – ngân hàng ngày càng cạnh tranh gay gắt, đặc biệt tại khu vực Đà Nẵng, việc đẩy mạnh cho vay tiêu dùng không chỉ giúp ngân hàng mở rộng tệp khách hàng mà còn nâng cao hình ảnh thương hiệu và khả năng thích ứng với xu hướng ngân hàng bán lẻ hiện đại.

Tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà, hoạt động cho vay tiêu dùng tuy đã có sự tăng trưởng trong thời gian qua nhưng vẫn chưa khai thác hết tiềm năng của thị trường địa phương. Công tác phát triển khách hàng, đa dạng hóa sản phẩm, chính sách marketing và chất lượng phục vụ vẫn còn những hạn chế nhất định. Bên cạnh đó, sự xuất hiện của nhiều ngân hàng và công ty tài chính với các chính sách tín dụng linh hoạt đã tạo ra áp lực cạnh tranh lớn đối với đơn vị.

Xuất phát từ thực tiễn đó, việc nghiên cứu và đề xuất các giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại đơn vị là vấn đề cần thiết và có ý nghĩa cả về mặt lý luận lẫn thực tiễn. Do đó, em quyết định lựa chọn đề tài: **“Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng – Phòng giao dịch Sơn Trà giai đoạn 2026 – 2028”** làm đề tài nghiên cứu với mong muốn góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh, tăng khả năng cạnh tranh và đáp ứng tốt hơn nhu cầu tài chính của khách hàng trong thời gian tới.

Quá trình thực tập ở Ngân hàng TMCP Quân Đội - CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà là cơ hội quý báu giúp em liên hệ những kiến thức đã học ở trường với thực tế, từ đó có cái nhìn thực tế hơn về hoạt động đầu tư cũng như các hoạt động khác của ngân hàng. Sau quá trình thực tập ở đây em đã có những hiểu biết khái quát về PGD ngân hàng và từ đó hoàn thành một bản báo cáo khóa luận tổng hợp.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Việc nghiên cứu trong đề tài nhằm đề xuất các giải pháp đẩy mạnh hoạt động CVTD tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026 – 2028.

3. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện được mục tiêu nghiên cứu trên, khóa luận phải thực hiện được các nhiệm vụ sau:

- Hệ thống hóa những nội dung lí luận cơ bản về CVTD và đẩy mạnh hoạt động CVTD tại NHTM.
- Phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động CVTD của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 - 2025, tìm ra hạn chế và nguyên nhân.
- Đề xuất, kiến nghị các giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động CVTD tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026 – 2028.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu về cho vay tiêu dùng và giải pháp đẩy mạnh hoạt động CVTD tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026 – 2028.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

Về thời gian: Đề tài được nghiên cứu trong khoảng thời gian 3 năm 2023 – 2025.

Về không gian: Đề tài được phân tích và thực hiện tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà.

Về nội dung: Đề tài tập trung nghiên cứu hoạt động CVTD. Từ đó, xây dựng các nhóm giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động CVTD tại ngân hàng này trong thời gian 2026 – 2028.

5. Phương pháp nghiên cứu

5.1. Phương pháp thu thập tài liệu

Khóa luận tiến hành thu thập dữ liệu từ các báo cáo hoạt động của ngân hàng qua các năm, tạp chí và sách chuyên ngành, website, các trang báo điện tử cùng các công trình khoa học có liên quan.

5.2. Phương pháp phân tích thông tin và xử lý thông tin

5.2.1. Phương pháp phân tích thông tin

Khóa luận sử dụng phương pháp thống kê và mô tả, phương pháp nghiên cứu lý thuyết, phương pháp tổng hợp các dữ liệu đã thu thập được.

- Phương pháp thống kê và mô tả về các số liệu kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023–2025.

- Phương pháp nghiên cứu lý thuyết sử dụng trong việc nghiên cứu cách thức đo lường mở rộng tín dụng.

5.2.2. Phương pháp xử lý thông tin

Tất cả các thông tin sau khi thu thập được tổng hợp dưới dạng bảng biểu và xử lý bằng phần mềm Excel để tính toán dữ liệu.

6. Bố cục của khóa luận

Ngoài phần mở đầu, kết luận và danh mục tài liệu tham khảo, luận văn được kết cấu thành 3 chương.

Chương 1: Tổng quan về đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng Thương mại.

Chương 2: Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Chương 3: Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026 – 2028

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1. Khái quát về hoạt động cho vay của NHTM

1.1.1. Khái niệm về hoạt động cho vay của NHTM

Theo quy định tại Điều 4 Luật các TCTD 2024 số 32/2024/QH15: “Cho vay là hình thức cấp tín dụng thông qua việc bên cho vay giao hoặc cam kết giao cho khách hàng một khoản tiền để sử dụng vào mục đích xác định, trong một thời gian nhất định, theo nguyên tắc có hoàn trả đầy đủ tiền gốc, lãi theo thỏa thuận cho bên cho vay”.

Cho vay là hoạt động kinh doanh chủ yếu của NHTM, nhằm mục đích tạo ra lợi nhuận. Doanh thu từ việc cho vay được sử dụng để bù đắp các chi phí như tiền gửi, dự trữ, kinh doanh và quản lý, vốn trôi nổi, thuế và rủi ro đầu tư.

1.1.2. Nguyên tắc cho vay của NHTM

Nguyên tắc cho vay của NHTM được quy định rõ tại Điều 4 Thông tư 39/2016/TT-NHNN quy định về hoạt động cho vay của tổ chức tín dụng, chi nhánh ngân hàng nước ngoài đối với khách hàng do Ngân hàng Nhà nước Việt Nam ban hành như sau: Hoạt động cho vay của tổ chức tín dụng đối với khách hàng được thực hiện theo thỏa thuận giữa tổ chức tín dụng và khách hàng, phù hợp với quy định tại Thông tư này và các quy định của pháp luật có liên quan bao gồm cả pháp luật về bảo vệ môi trường. Khách hàng vay vốn tổ chức tín dụng phải đảm bảo sử dụng vốn vay đúng mục đích, hoàn trả nợ gốc và lãi tiền vay đúng thời hạn đã thỏa thuận với tổ chức tín dụng.

a. Nguyên tắc trả đúng hạn

Người được cho vay phải có nghĩa vụ trả cả tiền lãi lẫn tiền gốc đúng thời hạn đã thỏa thuận. Nếu vượt quá thời hạn mà người được cho vay vẫn chưa trả thì phải bị phạt theo điều khoản đã ký từ trước.

b. Nguyên tắc vay đúng mục đích

Sau khi được chấp thuận cho vay, người được cho vay phải sử dụng vốn theo đúng với mục đích vay được thể hiện trong hồ sơ vay vốn.

c. Nguyên tắc vay phải có đảm bảo

Việc tiền vay có thể hoàn trả đầy đủ hay không là điều chưa chắc chắn. Cho nên, khi đi vay khách hàng sẽ thực hiện theo nguyên tắc cho vay: đảm bảo bằng tài sản hoặc đảm bảo không bằng tài sản theo quy định của chính phủ. Điều này tạo điều kiện tốt cho

Ngân hàng, giúp Ngân hàng thu hồi nợ, kịp thời thu lại vốn khi khách hàng không tuân thủ hợp đồng cho vay.

1.1.3. Vai trò về hoạt động cho vay của NHTM

Hoạt động cho vay của các ngân hàng có mối quan hệ mật thiết với tình hình phát triển kinh tế bởi vì cho vay thúc đẩy sự tăng trưởng của các doanh nghiệp, tạo ra sức sống cho nền kinh tế. Cho vay là chức năng kinh tế lâu đời nhất của ngân hàng, là hoạt động kiếm được lợi nhuận lớn cho ngân hàng song cũng gặp nhiều rủi ro.

Hoạt động cho vay có vai trò quan trọng đối với các cá nhân, doanh nghiệp tham gia vào quá trình sản xuất kinh doanh, đối với ngân hàng, tổ chức tín dụng và đối với toàn bộ nền kinh tế. Cụ thể như sau:

Thứ nhất, cho vay là hoạt động cơ bản kết nối những nguồn vốn nhàn rỗi với những người thực sự có nhu cầu về vốn trong nền kinh tế. Hoạt động này làm tăng thu nhập cho những người chưa có kế hoạch đầu tư nói chung và những khoản tiền nhàn rỗi nói riêng, đồng thời làm tăng khả năng hoạt động của những người có nhu cầu về vốn là doanh nghiệp hay cá nhân. Có thể nói, hoạt động cho vay tạo ra sự phát triển chung của nền kinh tế.

Thứ hai, cho vay là hoạt động mang lại thu nhập chính, lợi nhuận cao nhất cho ngân hàng, dùng chi các khoản lãi huy động và các khoản chi phí quản lý, trang thiết bị, tiền lương và các khoản chi phí khác để duy trì hoạt động của ngân hàng.

Thứ ba, bằng việc cho vay ngân hàng đã tạo ra khối lượng tiền tệ trong nền kinh tế. Khi ngân hàng cho vay, số dư trên tài khoản tiền gửi thanh toán của khách hàng tăng lên hay chuyển khoản trực tiếp cho nhà cung cấp. Toàn bộ hệ thống ngân hàng đã tạo ra khối lượng tiền lớn khi các khoản tiền gửi được mở rộng từ ngân hàng này đến ngân hàng khác tạo ra các khoản cho vay mới.

Thứ tư, bằng việc cho vay với lãi suất ưu đãi cho một dự án phát triển mang tính chất chiến lược cũng là hoạt động tài trợ nằm trong chính sách của chính phủ để phát triển đất nước.

1.1.4. Phân loại cho vay của NHTM

1.1.4.1. Phân loại theo thời hạn cho vay

- Cho vay ngắn hạn: loại tín dụng có thời hạn tối đa 01 (một) năm. Loại cho vay này thường được sử dụng để cho vay bổ sung vốn lưu động thiếu hụt tạm thời

của các doanh nghiệp và cho vay phục vụ nhu cầu tiêu dùng ngắn hạn của cá nhân và hộ gia đình

- Cho vay trung hạn: Sử dụng chủ yếu cho việc đầu tư mua sắm tài sản cố định, cải tiến hoặc đổi mới thiết bị, mở rộng sản xuất kinh doanh.
- Cho vay dài hạn: Dành cho các dự án có quy mô lớn, có thời hạn trên 05 năm

1.1.4.2. Phân loại theo mục đích sử dụng vốn vay

- Cho vay sản xuất và kinh doanh: Đây là loại cho vay cấp cho các nhà doanh nghiệp và các chủ thể kinh doanh khác để tiến hành sản xuất và kinh doanh.
- Cho vay tiêu dùng: Đây là một loại hình cho vay nhằm giải quyết những nhu cầu vốn phục vụ cho tiêu dùng của khách hàng là các hộ gia đình và cá nhân như: mua sắm nhà ở, ô tô, du lịch...

1.1.4.3. Phân loại theo hình thức đảm bảo

- Cho vay có đảm bảo bằng tài sản: Đòi hỏi tài sản thế chấp, cầm cố hoặc bảo lãnh của bên thứ ba.
- Cho vay đảm bảo không bằng tài sản: Dựa trên uy tín của khách hàng, có thể được Chính phủ ủy thác.

1.1.4.4. Phân loại theo phương pháp hoàn trả

- Cho vay trả góp: Là những khoản cho vay đòi hỏi việc hoàn trả theo định kỳ. Việc hoàn trả có thể là hàng tháng, hàng quý, nửa năm hoặc hàng năm. Tín dụng trả góp được thực hiện theo nguyên tắc trả dần trong suốt thời gian thực hiện hợp đồng. Nhờ vậy việc hoàn trả không trở thành một gánh nặng lớn đối với người cho vay như trong trường hợp toàn bộ khoản cho vay phải được trả một lần.
- Cho vay phi trả góp: Là những khoản cho vay trả một lần, nghĩa là hợp đồng yêu cầu hoàn trả toàn bộ một lần vào thời gian đáo hạn cuối cùng.
- Cho vay hoàn trả theo yêu cầu: Là loại tín dụng mà người vay có thể hoàn trả bất cứ lúc nào khi có thu nhập.

1.2. Tổng quan về cho vay tiêu dùng của NHTM

1.2.1. Khái niệm về cho vay tiêu dùng của NHTM

Cho vay tiêu dùng là hình thức cấp tín dụng trong đó ngân hàng thỏa thuận để khách hàng là cá nhân hay hộ gia đình sử dụng một khoản tiền với mục đích tiêu dùng theo nguyên tắc có hoàn trả cả gốc và lãi trong một thời gian nhất định.

1.2.2. Đặc điểm về cho vay tiêu dùng của NHTM

Cho vay tiêu dùng là hình thức cấp tiêu dùng rất hữu ích nhằm tài trợ cho nhu cầu chi tiêu, mua sắm, sửa chữa nhà cửa... của các cá nhân, hộ gia đình. Các khoản vay này giúp người tiêu dùng có thể sử dụng hàng hoá, dịch vụ trước khi họ có khả năng chi trả, tạo cho họ có cuộc sống với chất lượng cao hơn như mua xe hơi, mua nhà, nghỉ ngơi, du lịch...

- Quy mô của từng hợp đồng vay thường nhỏ, nên chi phí tổ chức cho vay cao.
- Lãi suất cho vay tiêu dùng thường cao hơn so với lãi suất của các loại cho vay trong lĩnh vực thương mại, công nghiệp.
- Nhu cầu tiêu dùng của khách hàng thường phụ thuộc vào chu kỳ kinh tế: Tăng khi nền kinh tế phát triển và giảm khi có suy thoái.
- Rủi ro lớn: Khách hàng vay tiêu dùng thường là các cá nhân nên việc chứng minh tài chính thường khó. Nếu như các doanh nghiệp có bảng cân đối kế toán, báo cáo kết quả kinh doanh để chứng minh nguồn thu nhập và chi tiêu của mình thì thu nhập của các cá nhân vay tiêu dùng chính là căn cứ để ngân hàng xét cho vay và thu nợ. Khi nền kinh tế rơi vào tình trạng suy thoái, người vay có thể bị thất nghiệp, do đó ngân hàng sẽ gặp nhiều rủi ro hơn trong việc thu hồi nợ.
- Mức thu nhập và trình độ học vấn là 2 biến số có quan hệ rất mật thiết tới nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng: Khách hàng có thu nhập cao và trình độ học vấn cao có xu hướng vay nhiều hơn và có nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm có giá trị cao.
- Nguồn trả nợ biến động lớn: Phụ thuộc vào quá trình làm việc, kỹ năng, kinh nghiệm và thu nhập đối với công việc của họ.
- Tư cách của khách hàng: Là yếu tố khó xác định, song lại rất quan trọng, quyết định sự hoàn trả của khoản vay.
- Thủ tục cho vay tương đối đơn giản, nhanh chóng để tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng

Tất cả các đặc điểm này cần được ngân hàng quản lý và đánh giá một cách cẩn thận để đảm bảo tính bền vững và hiệu quả của hoạt động cho vay tiêu dùng.

1.2.3. Vai trò về hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM

Vai trò của cho vay tiêu dùng rất đa chiều và quan trọng đối với các cấp độ trong xã hội:

Đối với ngân hàng: Tăng thu nhập từ đó phân tán rủi ro giúp ngân hàng mở rộng quan hệ với khách hàng. Tạo điều kiện cho ngân hàng đa dạng hóa hoạt động kinh doanh, nhờ vậy nâng cao thu nhập và phân tán rủi ro cho ngân hàng.

Đối với người tiêu dùng: Thông qua hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng, họ được hưởng các tiện ích trước khi tích lũy đủ tiền, hơn nữa, giúp họ đáp ứng được nhu cầu chi tiêu bức thiết (thường cho y tế và giáo dục). Tuy nhiên, nếu quá lạm dụng đi vay để tiêu dùng thì sẽ ảnh hưởng đến khả năng tiết kiệm và gặp khó khăn trong tương lai.

Đối với nền kinh tế: Thông qua cho vay tiêu dùng của ngân hàng sẽ kích thích người dân mua sắm hàng hóa, dịch vụ (kích cầu), tạo điều kiện thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

1.2.4. Phân loại cho vay tiêu dùng của NHTM

1.2.4.1. Căn cứ theo thời hạn vay

Cho vay tiêu dùng ngắn hạn: Là các khoản vay có thời hạn tối đa 1 năm.

Cho vay tiêu dùng trung hạn: Bao gồm các khoản vay có thời hạn trên 1 năm đến 5 năm.

Cho vay tiêu dùng dài hạn: Là các khoản vay có thời hạn vay trên 5 năm, thường áp dụng đối với khoản cho vay mua nhà.

1.2.4.2. Căn cứ theo mục đích vay

Cho vay tiêu dùng cư trú: Đây là các khoản cho vay nhằm tài trợ cho nhu cầu mua sắm xây dựng, cải tạo nhà ở cho khách hàng (cá nhân hoặc hộ gia đình). Đặc điểm của loại vay này là quy mô thường lớn và thời gian vay lâu dài.

Cho vay tiêu dùng phi cư trú: Đây là các khoản cho vay tài trợ cho việc trang trải các chi phí mua sắm xe cộ, đồ dùng sinh hoạt, chi phí y tế, học hành, giải trí, du lịch,... Thường có quy mô nhỏ và thời gian vay ngắn. Mức độ rủi ro đối với ngân hàng thấp hơn so với cho vay tiêu dùng cư trú.

1.2.4.3. Căn cứ theo tài sản đảm bảo

a. Cho vay đảm bảo bằng tài sản

Là loại cho vay dựa trên cơ sở các bảo đảm như thế chấp hoặc cầm cố, hoặc phải có sự bảo lãnh của người thứ ba. Đối với các khách hàng không có uy tín cao với ngân hàng khi vay vốn đòi hỏi phải có bảo đảm. Sự bảo đảm này là căn cứ để ngân hàng có thêm một nguồn thứ hai, bổ sung cho nguồn thu nợ thứ nhất thiếu chắc chắn.

b. Cho vay đảm bảo không bằng tài sản

Là việc ngân hàng cho khách hàng vay vốn không có tài sản cầm cố, thế chấp hoặc không có bảo lãnh của người thứ ba về tài sản. Trong trường hợp này, Ngân hàng cho tổ chức cá nhân vay chủ yếu dựa vào uy tín khách hàng. Đối với khách hàng tốt, có khả năng tài chính mạnh, ngân hàng có thể cấp tín dụng dựa vào uy tín của bản thân khách hàng mà không cần một nguồn thu nợ thứ hai bổ sung. Mức vay tối đa không bảo đảm của mỗi loại hình tổ chức tín dụng do Ngân hàng Nhà nước quy định trong mỗi thời kỳ.

1.2.4.4. Căn cứ theo phương thức hoàn trả

Cho vay tiêu dùng trả góp: Đây là hình thức cho vay mà người đi vay trả nợ gốc và lãi cho ngân hàng nhiều lần theo những kỳ hạn nhất định trong thời hạn vay (thường áp dụng cho món vay lớn, thời gian vay dài).

Cho vay tiêu dùng phi trả góp: Đây là phương thức vay mà khách hàng thanh toán nợ cho ngân hàng chỉ một lần khi đến hạn (thường áp dụng cho món vay nhỏ, thời gian vay ngắn).

Cho vay tiêu dùng tuần hoàn: Đây là hình thức cho vay mà ngân hàng cho phép khách hàng sử dụng thẻ tín dụng hoặc phát hành loại séc được phép thấu chi dựa trên tài khoản vãng lai. Với phương thức này, thời hạn tín dụng phải được thỏa thuận trước căn cứ vào nhu cầu chi tiêu và thu nhập kiếm được từng kỳ, khách hàng được ngân hàng cho phép vay và trả nợ nhiều kỳ một cách tuần hoàn, theo một hạn mức tín dụng nhất định.

1.2.4.5. Căn cứ theo nguồn gốc của khoản nợ

Cho vay tiêu dùng gián tiếp: Đây là hình thức cho vay trong đó ngân hàng mua các khoản nợ phát sinh do những công ty bán lẻ đã bán chịu hàng hóa, dịch vụ cho người tiêu dùng.

Cho vay tiêu dùng trực tiếp: Đây là khoản cho vay mà ngân hàng tiếp xúc trực tiếp với khách hàng để cho vay và thu nợ.

1.3. Đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng

1.3.1. Khái niệm đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng

Đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng là quá trình các tổ chức tín dụng gia tăng quy mô cho vay tiêu dùng đối với khách hàng cá nhân thông qua việc mở rộng số lượng khách hàng, dư nợ và đa dạng hóa sản phẩm, đồng thời chú trọng nâng cao chất lượng khoản vay bằng cách kiểm soát rủi ro, giảm nợ xấu và cải thiện hiệu quả thu hồi nợ.

Hoạt động này không chỉ hướng đến tăng trưởng về mặt số lượng mà còn đảm bảo tính an toàn, hiệu quả và phát triển bền vững trong hoạt động tín dụng.

1.3.2. Ý nghĩa đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng

Đối với ngân hàng: Giúp mở rộng quy mô hoạt động, gia tăng dư nợ và nguồn thu từ lãi. Đồng thời, thông qua việc nâng cao chất lượng khoản vay, ngân hàng có thể kiểm soát rủi ro, giảm tỷ lệ nợ xấu, nâng cao hiệu quả sử dụng vốn và củng cố vị thế cạnh tranh trên thị trường.

Đối với khách hàng cá nhân: Tạo điều kiện tiếp cận nguồn vốn nhanh chóng, linh hoạt để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng như mua sắm, học tập, nhà ở, phương tiện đi lại... Qua đó góp phần nâng cao mức sống, cải thiện phúc lợi và chất lượng cuộc sống của người dân.

Đối với nền kinh tế - xã hội: Góp phần kích thích tổng cầu, thúc đẩy sản xuất – kinh doanh phát triển do nhu cầu tiêu dùng tăng lên. Bên cạnh đó, việc kiểm soát tốt chất lượng tín dụng còn giúp đảm bảo sự ổn định của hệ thống tài chính – ngân hàng, tạo nền tảng cho tăng trưởng kinh tế bền vững. Hỗ trợ mở rộng khả năng tiếp cận tài chính cho nhiều tầng lớp dân cư, góp phần hạn chế tín dụng đen, đồng thời thúc đẩy xu hướng thanh toán và tiêu dùng hiện đại, văn minh.

1.3.3. Các chỉ tiêu đánh giá đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM

1.3.3.1. Mức độ đa dạng hóa sản phẩm cho vay tiêu dùng

Đây có thể nói là một chỉ tiêu phản ánh khả năng cung ứng của Ngân hàng. Mức độ đa dạng hóa càng cao thì khách hàng có nhiều lựa chọn khi vay, Ngân hàng càng thu hút nhiều khách hàng nguyên nhân là do số lượng sản phẩm đa dạng, đáp ứng nhiều nhu cầu chi tiêu tiêu dùng của cá nhân, hộ gia đình từ đó phát triển đáp ứng cho nhu cầu của khách hàng cho nhiều mục đích khác, độ tuổi với nghề nghiệp khác nhau.

1.3.3.2. Doanh số cho vay của hoạt động cho vay tiêu dùng

Doanh số cho vay tiêu dùng là chỉ tiêu phản ánh tất cả các khoản vay mà Ngân hàng cho khách hàng vay tiêu dùng không nói đến việc món vay đó thu được hay chưa trong một thời gian nhất định. Doanh số cho vay thường được xác định theo thời gian là tháng, quý, năm.

Có thể hiểu doanh số cho vay tiêu dùng phản ánh khả năng luân chuyển vốn, tốc độ tăng trưởng tín dụng của Ngân hàng qua kết quả phát triển và mở rộng của hoạt động cho vay. Nếu tốc độ tăng trưởng của doanh số cho vay tiêu dùng càng tăng thì việc phát

triển, mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng càng tốt. Ngược lại, khi tốc độ tăng trưởng của doanh số cho vay tiêu dùng giảm thì Ngân hàng không tập trung phát triển hoặc Ngân hàng khó tiếp cận khách hàng.

- Tốc độ tăng trưởng doanh số CVTD

$$= \frac{\text{Doanh số CVTD kỳ này} - \text{Doanh số CVTD kỳ trước}}{\text{Doanh số CVTD kỳ trước}} * 100\%$$

1.3.3.3. Doanh số thu nợ và Hệ số thu nợ của hoạt động cho vay tiêu dùng

Doanh số thu nợ là tổng số tiền mà ngân hàng thu hồi được từ các khoản nợ gốc đã cho vay trong một khoảng thời gian nhất định.

Hệ số thu nợ, là chỉ tiêu này đánh giá công tác quản lý và thu hồi nợ tại Ngân hàng. Nó phản ánh trong một thời kỳ nào đó, với doanh số cho vay tiêu dùng nhất định thì Ngân hàng sẽ thu được bao nhiêu đồng vốn.

- Hệ số thu nợ CVTD = $\frac{\text{Doanh số thu nợ CVTD}}{\text{Doanh số CVTD}}$

1.3.3.4. Dư nợ cuối kỳ và tỷ lệ dư nợ cuối kỳ của hoạt động cho vay tiêu dùng

Dư nợ cho vay tiêu dùng cuối kỳ là chỉ tiêu phản ánh tổng số tiền mà khách hàng nợ Ngân hàng vào một thời điểm xác định (nợ gốc và nợ lãi). Dư nợ được tính dựa vào hai chỉ tiêu doanh số thu nợ và doanh số cho vay.

- Dư nợ CVTD cuối kỳ = Dư nợ CVTD đầu kỳ + Doanh số CVTD trong kỳ - Doanh số thu nợ CVTD trong kỳ
- Tốc độ tăng trưởng dư nợ CVTD cuối kỳ = $\frac{\text{Dư nợ CVTD cuối kỳ} - \text{Dư nợ CVTD đầu kỳ}}{\text{Dư nợ CVTD đầu kỳ}} * 100\%$

Dư nợ cho vay tiêu dùng cao chứng tỏ Ngân hàng cho vay được nhiều, khả năng thu hút khách hàng cao. Ngược lại khi dư nợ cho vay tiêu dùng thấp chứng tỏ khả năng tiếp thị của Ngân hàng kém.

1.3.3.5. Nợ quá hạn và tỷ lệ nợ quá hạn của hoạt động cho vay tiêu dùng

Theo quy định tại Điều 3, Thông tư 31/2024/TT – NHNN: “*Khoản nợ quá hạn là khoản nợ mà khách hàng không trả được đúng hạn một phần hoặc toàn bộ nợ gốc và/hoặc lãi theo thỏa thuận với ngân hàng, tổ chức tín dụng phi ngân hàng. Đối với khoản cấp tín dụng dưới hình thức phát hành thẻ tín dụng, khoản nợ quá hạn là khoản nợ mà khách hàng sử dụng thẻ không trả được nghĩa vụ trả nợ đến hạn thanh toán của mình theo thỏa thuận phát hành, sử dụng, thanh toán thẻ tín dụng với ngân hàng, tổ chức tín dụng phi ngân hàng*”

Tỷ lệ nợ quá hạn phản ánh mức độ rủi ro trong việc thu hồi vốn đúng hạn. Tỷ lệ càng cao cho thấy khả năng quản lý khoản vay kém, tín hiệu cảnh báo về sự suy giảm chất lượng tín dụng.

- Tỷ lệ nợ quá hạn CVTD = $\frac{\text{Nợ quá hạn CVTD}}{\text{Tổng dư nợ CVTD}} * 100\%$

1.3.3.6. Nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu của hoạt động cho vay tiêu dùng

Nợ xấu là chỉ số phản ánh các khoản nợ khi đến hạn khách hàng không trả được nợ cho ngân hàng mà không có một nguyên nhân chính đáng. Nợ xấu sẽ phản ánh chất lượng nghiệp vụ tín dụng của ngân hàng thuộc các nhóm 3, 4 và 5 quy định trong điều khoản của Thông tư 31/2024/TT-NHNN của Chính Phủ.

Nhóm 1 (Nợ đủ tiêu chuẩn): Đối với khoản nợ quá hạn dưới 10 ngày và được đánh giá là có khả năng thu hồi đầy đủ nợ gốc và lãi bị quá hạn và thu hồi đầy đủ nợ gốc và lãi còn lại đúng thời hạn.

Nhóm 2 (Nợ cần chú ý): Đối với khoản nợ quá hạn đến 90 ngày, trừ khoản nợ quy định tại điểm a(ii) khoản 1 và khoản 3 Điều 10 Thông tư 31/2024/TT-NHNN.

Nhóm 3 (Nợ dưới tiêu chuẩn): Đối với khoản nợ quá hạn từ 91 ngày đến 180 ngày, trừ khoản nợ quy định tại khoản 3 Điều 10 Thông tư 31/2024/TT-NHNN.

Nhóm 4 (Nợ nghi ngờ): Đối với khoản nợ quá hạn từ 181 ngày đến 360 ngày, trừ khoản nợ quy định tại khoản 3 Điều 10 Thông tư 31/2024/TT-NHNN.

Nhóm 5 (Nợ có khả năng mất vốn): Đối với khoản nợ quá hạn trên 360 ngày.

- Tỷ lệ nợ xấu của hoạt động CVTD = $\frac{\text{Nợ xấu CVTD}}{\text{Dư nợ cuối kỳ CVTD}} * 100\%$

Tỷ lệ nợ xấu được dùng để đánh giá rủi ro, chất lượng tín dụng hay mức độ an toàn của danh mục cho vay ở Ngân hàng. Tỷ lệ nợ xấu được coi là an toàn khi ở mức thấp, thông thường dưới 3%. Tỷ lệ nợ xấu càng cao thể hiện chất lượng tín dụng của Ngân hàng càng kém lúc này Ngân hàng phải đôn đốc thu hồi nợ, và xem xét lại toàn bộ hoạt động tín dụng, nếu không sẽ gây ra nhiều tổn thất cho Ngân hàng.

1.3.3.7. Vòng quay vốn tín dụng

Đây là chỉ tiêu đo lường tốc độ luân chuyển vốn trong chu kỳ tín dụng. Vòng quay càng nhanh cho thấy hiệu quả sử dụng vốn càng cao và rủi ro tín dụng thấp hơn.

- Vòng quay vốn tín dụng CVTD = $\frac{\text{Doanh số thu nợ CVTD}}{\text{Dư nợ bình quân CVTD}}$

1.3.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM

1.3.4.1. Yếu tố chủ quan

Sự phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng ở một NHTM chủ yếu do chính nội lực của ngân hàng quyết định. Trong đó, phải kể đến một số nhân tố chính như sau:

a. Chính sách tín dụng

Chính sách tín dụng của ngân hàng, là hệ thống các chú trương, định hướng quy định chi phối hoạt động tín dụng do hội đồng quản trị đưa ra nhằm sử dụng hiệu quả nguồn vốn để tài trợ cho các doanh nghiệp, hộ gia đình và cá nhân. Thông thường chính sách tín dụng có các khoản mục sau: hạn mức tín dụng, các loại hình cho vay mà ngân hàng thực hiện, quy định về tài sản đảm bảo, kỳ hạn của các khoản tín dụng, hướng giải quyết phần tín dụng vượt quá hạn mức cho vay, cách thức thanh toán nợ... Chính sách tín dụng vạch ra cho các cán bộ tín dụng hướng đi và khung tham chiếu rõ ràng về những căn cứ để xem xét các nhu cầu vay vốn. Vì vậy, những nhân tố trong chính sách tín dụng đều tác động một cách mạnh mẽ tới việc mở rộng tín dụng nói chung và cho hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng. Nếu như có những hình thức cho vay tiêu dùng không nằm trong chính sách cho vay của ngân hàng thì các khách hàng khó có thể vay được những khoản tiền từ ngân hàng để tài trợ cho nhu cầu chi tiêu của mình.

Một chính sách tín dụng đúng đắn, linh hoạt, đa dạng và hợp lý sẽ mang lại lợi ích cho Ngân hàng. Và ngược lại một chính sách tín dụng cứng nhắc, thiếu linh hoạt, bất hợp lý, không đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Họ sẽ hạn chế việc đi vay và mức cạnh tranh trong hoạt động giữa các Ngân hàng giảm xuống.

b. Chất lượng, trình độ, đạo đức cán bộ tín dụng

Chất lượng, trình độ, đạo đức là những yếu tố vô cùng quan trọng mang tính quyết định tới thành công trong hoạt động Ngân hàng nói chung và trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng nói riêng. Chất lượng cán bộ tốt thì mới đủ khả năng đáp ứng yêu cầu công việc. Ngoài ra đạo đức, trình độ chuyên môn nghề nghiệp cũng quyết định đến hoạt động cho vay tiêu dùng. Một cán bộ, nhân viên thân thiện, có trình độ sẽ làm cho khách hàng hài lòng và tin tưởng hơn, họ dễ trở thành khách hàng quen thuộc của Ngân hàng.

Nếu khách hàng giao tiếp với cán bộ ngân hàng mà họ cảm thấy an tâm về trình độ nghiệp vụ, hài lòng với phong cách giao tiếp của cán bộ ngân hàng, an toàn trong quan hệ với ngân hàng thì họ chắc chắn sẽ còn tìm tới ngân hàng. Hơn nữa, các cán bộ

tín dụng có mối quan hệ rộng trong xã hội cũng có thể thu hút được nhiều khách hàng hơn. Và một ngân hàng phải có số lượng cán bộ tín dụng hợp lý, phân công công việc cụ thể thì ngân hàng đó mới có thể phát triển không chỉ mình hoạt động cho vay tiêu dùng mà tất cả các hoạt động khác nữa.

c. Cơ sở vật chất, thiết bị và ứng dụng khoa học công nghệ

Cơ sở vật chất, thiết bị đầy đủ hiện đại và việc ứng dụng thật tốt máy móc thiết bị sẽ giúp cho Ngân hàng tiết kiệm được thời gian và chi phí. Khi Ngân hàng ứng dụng thật tốt khoa học, công nghệ sẽ giúp tạo cảm giác nhanh chóng và chính xác khiến cho khách hàng cảm thấy an tâm hơn khi sử dụng dịch vụ. Trong thời buổi công nghệ 4.0 nếu Ngân hàng nào không chú trọng việc đầu tư cho việc ứng dụng khoa học, công nghệ thì Ngân hàng đó sẽ đi thụt lùi với xã hội.

d. Hoạt động quảng cáo, tiếp thị

Các chương trình khuyến mãi và ưu đãi có thể thu hút khách hàng và tạo ra sự hấp dẫn đối với sản phẩm. Sự hiện diện sản phẩm trên nhiều kênh tiếp thị truyền thông xã hội, quảng cáo trực tuyến và truyền thông truyền thống có thể tăng cường sự nhận biết thương hiệu và thu hút khách hàng tiềm năng.

e. Quy trình cho vay tiêu dùng

Đây là một trong các nhân tố có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Quy trình cho vay tiêu dùng không chặt chẽ có ảnh hưởng tới quá trình thẩm định và quyết định cho vay. Mỗi khách hàng trước khi được ngân hàng cho vay đều phải trải qua một quy trình nhất định. Quy trình này có thể chia thành các giai đoạn: lập hồ sơ cho vay, thẩm định, quyết định cho vay, giải ngân, thu hồi nợ và thanh lý hợp đồng cho vay.

Tâm lý của khách hàng là không muốn mất thời gian trong các thủ tục hành chính khi sử dụng các sản phẩm dịch vụ của ngân hàng nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng. Không một khách hàng nào muốn giao dịch tại một ngân hàng có quy trình và thủ tục cho vay rườm rà, phức tạp. Do vậy, nếu quy trình và thủ tục cho vay tiêu dùng của ngân hàng nhanh chóng và hiệu quả sẽ thu hút rất nhiều khách hàng. Trái lại, quy trình cho vay của ngân hàng nào phức tạp, phiền hà sẽ hạn chế số lượng ngân hàng. Hiện nay các ngân hàng đều tìm cách rút ngắn quy trình và thủ tục vay nhằm thu hút khách hàng. Như vậy khi tiến hành hoạt động cho vay nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng, các

ngân hàng cần có một hệ thống các quy trình và thủ tục cho vay hợp lý, nhanh chóng chính xác.

1.3.4.2. Yếu tố khách quan

a. Môi trường kinh tế vĩ mô

Một nền kinh tế phát triển và ổn định thường tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động cho vay, doanh số cho vay tiêu dùng và khả năng thanh toán của khách hàng. Bên cạnh đó, sự biến động của lạm phát và lãi suất thị trường có thể ảnh hưởng đến chi phí vốn của ngân hàng và do đó ảnh hưởng đến lãi suất cho vay.

b. Môi trường pháp lý

Môi trường pháp lý ổn định và minh bạch là điều kiện tiên quyết để phát triển cho vay tiêu dùng. Luật lệ rõ ràng và công bằng giúp ngân hàng tạo ra một môi trường tin cậy cho khách hàng và đảm bảo sự ổn định cho hoạt động vay vốn. Môi trường pháp lý bao gồm hệ thống văn bản pháp luật của Nhà nước là một nhân tố có ảnh hưởng rất lớn tới hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM. Mọi thành phần kinh tế đều có quyền tự do kinh doanh xong phải nằm trong khuôn khổ của pháp luật. Hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM cũng phải tuân thủ các quy định của Nhà nước, Luật Các tổ chức tín dụng, Luật Dân sự và các quy định khác. Nếu những văn bản quy định pháp luật không rõ ràng, đầy đủ sẽ tạo những khe hở pháp luật gây rắc rối và tổn hại đến lợi ích cho các bên tham gia quan hệ tín dụng.

c. Môi trường tự nhiên

Các biến cố tự nhiên như lũ lụt, thiên tai...có thể xảy ra bất kỳ lúc nào, có thể ảnh hưởng tới quá trình sản xuất kinh doanh của cá nhân và các doanh nghiệp, làm giảm thu nhập, có thể đẩy người dân vào khó khăn. Mặc dù trong quá trình xét duyệt cho vay, ngân hàng đã luôn chú ý đến giảm thiểu rủi ro, nhưng đó là những rủi ro bất khả kháng, làm giảm khả năng trả nợ của khách hàng, có khi đẩy ngân hàng vào tình trạng mất vốn.

1.3.4.3. Yếu tố khách hàng vay

a. Năng lực vay vốn của khách hàng

Năng lực vay vốn của khách hàng phản ánh khả năng trả nợ và sự ổn định tài chính. Khách hàng có thu nhập ổn định và ý thức trả nợ tốt sẽ giúp giảm rủi ro cho ngân hàng và thúc đẩy phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng.

b. Đạo đức người vay

Được đánh giá dựa trên năng lực pháp lý và độ tín nhiệm của khách hàng vay vốn. Đây là nhân tố tiên quyết để ngân hàng xem xét cho vay vì ngay cả khi người vay có thu nhập cao, ổn định để trả nợ, thậm chí được ra các điều kiện đảm bảo tốt thì chưa chắc họ có thiện chí trả nợ. Đạo đức người vay trong quan hệ tín dụng được đánh giá bằng độ tín nhiệm của khách hàng trên cơ sở tính thật thà, sự sẵn lòng trả nợ của khách hàng và ý muốn kiên quyết trong việc thực hiện tất cả các giao ước trong hợp đồng tín dụng.

c. Khả năng tài chính

Là nhân tố ảnh hưởng tới khả năng trả nợ ngân hàng của khách hàng. Phần lớn các món cho vay tiêu dùng được quy định nguồn hoàn trả là thu nhập thường xuyên của khách hàng trong tương lai. Khoản thu nhập này có ảnh hưởng quyết định đến nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng và quyết định việc có cho vay hay không của ngân hàng. Do đó, thu nhập có ảnh hưởng rất lớn đến nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng, đến quy mô của khoản vay và đến việc phát triển cho vay tiêu dùng của ngân hàng. Nếu khách hàng có thu nhập cao và ổn định thì việc trả nợ ngân hàng thường ít ảnh hưởng đến các chi tiêu khác, đặc biệt là các chi tiêu thông thường hay thiết yếu... Với những người vay này, họ sẵn sàng thanh toán tiền cho ngân hàng và khoản tín dụng trở nên an toàn hơn.

d. Tài sản đảm bảo

Là cơ sở pháp lý để có thêm nguồn trả nợ thứ hai cho ngân hàng ngoài nguồn thu nợ thứ nhất, mang tính dự phòng rủi ro và tăng mức độ an toàn cho khoản tín dụng của ngân hàng. Vì vậy, tài sản đảm bảo là một trong những tiêu chuẩn để xét duyệt cho vay nhưng không phải là tiêu chuẩn quan trọng nhất giữ vai trò quyết định trong việc cho vay của NHTM.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 của khóa luận trình bày tổng quan cơ sở lý luận về hoạt động cho vay tại ngân hàng thương mại (NHTM). Nội dung chương bao gồm các vấn đề cơ bản như: khái niệm, nguyên tắc, đặc điểm, vai trò và một số các hình thức phân loại liên quan đến hoạt động cho vay của NHTM.

Phần tiếp theo trình bày tổng quan về hoạt động cho vay tiêu dùng, tập trung vào các nội dung: khái niệm, đặc điểm, vai trò cũng như các hình thức phân loại.

Bên cạnh đó, chương 1 còn đưa ra các chỉ tiêu định lượng cơ bản để đánh giá sự phát triển của hoạt động cho vay tiêu dùng tại NHTM, bao gồm: Doanh số cho vay, doanh số thu nợ, hệ số thu nợ, dư nợ cuối kỳ, nợ quá hạn và tỷ lệ nợ quá hạn, nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu, vòng quay vốn tín dụng. Ngoài ra, chương 1 cũng phân tích các yếu tố chủ quan và khách quan ảnh hưởng đến hoạt động cho vay tiêu dùng.

Những nội dung lý luận được trình bày trong chương 1 là cơ sở quan trọng để phân tích, đánh giá thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà trong chương 2 của khóa luận.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CN NAM ĐÀ NẴNG – PGD SƠN TRÀ GIAI ĐOẠN 2023 – 2025

2.1. Tổng quan về Ngân hàng TMCP Quân Đội

2.1.1. Giới thiệu chung về Ngân hàng TMCP Quân Đội

- Tên đầy đủ của MB Bank: Ngân hàng thương mại cổ phần Quân Đội
- Tên giao dịch bằng tiếng anh: Military Commercial Joint Stock Bank
- Tên viết tắt: MB Bank
- Mã chứng khoán: MBB
- Trụ sở chính: 18, Lê Văn Lương, Cầu Giấy, Hà Nội
- Hotline: 1900545426
- Website: <https://www.mbbank.com.vn/>
- Logo Ngân hàng MB:

Hình 2.1: Logo Ngân hàng TMCP Quân Đội



(Nguồn: Trang web của MBBank)

- Ý nghĩa của logo:

Biểu tượng ngôi sao của MBBank được cách điệu từ lá cờ Việt Nam, với 10 hình khối màu đỏ nghiêng. Đây không chỉ là di sản mà còn là yếu tố cốt lõi mang bản sắc của MB, nhưng được phát triển và cấu thành bởi những yếu tố đồ họa đại diện cho văn hoá, công nghệ, tinh thần kết nối – truyền tải hình ảnh ngân hàng thông minh với hàm lượng công nghệ cao. Màu đỏ và xanh dương vẫn tiếp tục được lựa chọn đồng hành cùng hình ảnh thương hiệu của MB, thể hiện niềm tự hào về sự vững vàng, tin cậy của MBBank đối với khách hàng. Kết hợp cùng những gam màu khác tạo nét chấm phá, gần gũi, tươi mới. Bên cạnh đó font chữ đơn giản, hiện đại của hai chữ “MB” trong *MBBank logo* thể hiện sự chuyên nghiệp và đáng tin cậy của ngân hàng, đồng thời thể hiện sự tương đồng trong sứ mệnh “Trở thành doanh nghiệp số – Tập đoàn tài chính dẫn đầu” và tầm nhìn “Vì sự phát triển của đất nước, vì lợi ích của khách hàng”.

2.1.2. Lịch sử hình thành của Ngân hàng TMCP Quân Đội

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội (MBBank) được thành lập vào ngày 4 tháng 11 năm 1994. Với sự hỗ trợ mạnh mẽ từ Bộ Quốc phòng và chiến lược phát triển bền vững, MBBank đã nhanh chóng trở thành một trong những ngân hàng thương mại hàng đầu tại Việt Nam. MBBank cam kết cung cấp các giải pháp tài chính an toàn và hiệu quả, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng từ cá nhân đến doanh nghiệp. Sau 30 năm, ngân hàng MBBank đã gặt hái không ít thành tựu đáng tự hào như:

- Top 5 ngân hàng thương mại Việt Nam uy tín năm 2019
- Là một trong 4 ngân hàng đạt thương hiệu quốc gia năm 2018
- Giải thưởng Ngân hàng Nội địa tốt nhất Việt Nam năm 2013
- Giải thưởng Ngân hàng mạnh nhất Việt Nam của Asian Banker 2014
- Giải Vàng chất lượng quốc gia năm 2013
- Huân chương lao động hạng Nhất năm 2014

Hiện nay, MB là một định chế vững về tài chính, mạnh về quản lý, minh bạch về thông tin, thuận tiện và tiên phong trong cung cấp dịch vụ để thực hiện được sứ mệnh của mình, là một tổ chức, một đối tác vững vàng, tin cậy.

2.2. Tổng quan Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà

2.2.1. Quá trình hình thành và phát triển của MB Sơn Trà

Ngày 19/5/2004 Chủ tịch Hội Đồng Quản trị Ngân hàng TMCP Quân Đội. Phạm Tuân đã ký quyết định số 65/QĐ/NHQĐ-HĐQT thành lập Chi nhánh thành phố Đà Nẵng. Ngày 28/7/2004 Chi nhánh Ngân hàng TMCP Quân Đội tại TP.Đà Nẵng đã chính thức đi vào hoạt động tại địa chỉ 404 Hoàng Diệu, Q. Hải Châu, TP. Đà Nẵng và trở thành chi nhánh đầu tiên của MB tại khu vực Miền Trung. Vào ngày 26/09/2012, Ngân hàng TMCP Quân Đội đã khai trương Chi nhánh Nam Đà Nẵng và đang hoạt động tại 152 đường 2/9, TP. Đà Nẵng.

Ngày 05/12/2012, Thống đốc Ngân hàng nhà nước đã ký quyết định thành lập MB Sơn Trà tại địa điểm 1081 Ngô Quyền, Sơn Trà, Đà Nẵng.

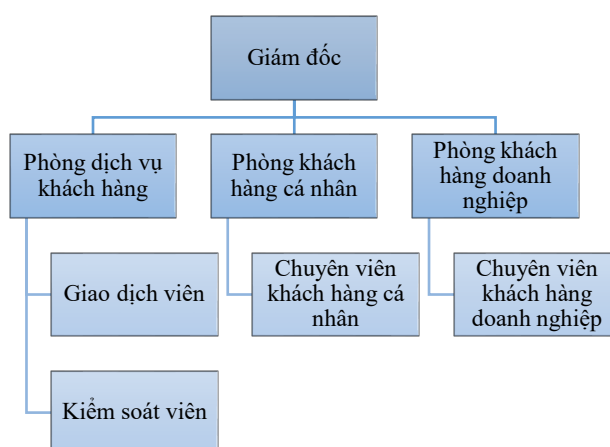
Sau một thời gian hoạt động tại 1081 Ngô Quyền thì PGD được chuyển về địa điểm mới. Căn cứ văn bản số 557/ ĐAN-TTGSNH ngày 28/5/2021 của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam, Chi nhánh Đà Nẵng v/v Chấp thuận thay đổi địa điểm Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng – Phòng Giao dịch Sơn Trà. Phòng giao dịch mới

tại địa điểm 222 – 224 đường Ngũ Hành Sơn, phường Mỹ An, quận Ngũ Hành Sơn, Thành phố Đà Nẵng.

PGD được đặt tại đây vì đây là khu vực đang phát triển nhanh, tập trung đông dân cư, doanh nghiệp và hoạt động du lịch – dịch vụ. Vị trí này giúp ngân hàng thuận tiện tiếp cận khách hàng. Đồng thời, việc mở phòng giao dịch tại đây góp phần mở rộng mạng lưới hoạt động và nâng cao chất lượng phục vụ của MB Bank trên địa bàn thành phố.

2.2.2. Cơ cấu tổ chức của MB Sơn Trà

Hình 2.2: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của MB – PGD Sơn Trà



(Nguồn: Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng -PGD Sơn Trà)

2.2.3. Chức năng các phòng ban của MB Sơn Trà

- **Giám đốc PGD:** Là bộ phận quản lý và điều hành chung mọi hoạt động kinh doanh của Phòng giao dịch và chịu trách nhiệm trước Ngân hàng TMCP Quân Đội và cơ quan pháp luật.

- **Phòng dịch vụ khách hàng:** Phòng dịch vụ khách hàng: Thực hiện các giao dịch hàng ngày như mở tài khoản, chuyển khoản, khóa thẻ, thay mã PIN, gửi tiết kiệm, rút tiền từ tài khoản tiết kiệm, thu chi tiền mặt.... Hỗ trợ yêu cầu dịch vụ khách hàng trực tiếp và yêu cầu từ dịch vụ thư thoại. Thực hiện chế độ hạch toán, kế toán thống kê theo quy định; xây dựng, quyết toán kế hoạch tài chính của chi nhánh,...

+ **Giao dịch viên:** Giao dịch viên ngân hàng (Teller) là người làm việc tại quầy, trực tiếp hỗ trợ khách hàng cá nhân và khách hàng doanh nghiệp trong các giao dịch như nộp, rút tiền, chuyển khoản, mở tài khoản hay tư vấn sử dụng dịch vụ tài chính của ngân hàng.

+ **Kiểm soát viên:** là cán bộ, nhân viên của tổ chức tín dụng được phân cấp thực hiện việc kiểm tra, kiểm soát và phê duyệt các giao dịch tại quầy, rà soát hồ sơ chứng từ, kiểm soát hoạt động bằng tiền mặt và các hoạt động khác.

- **Phòng KHCN:** Tổ chức hoạt động bán hàng tại MB Sơn Trà theo các chỉ tiêu kinh doanh được giao, chịu trách nhiệm kiểm soát triển khai cấp tín dụng cho khách hàng cá nhân cũng như định kỳ báo cáo công việc và các nhiệm vụ khác theo sự phân công.

+ **Chuyên viên KHCN:** Nghiên cứu thị trường, tìm hiểu nhu cầu khách hàng cá nhân, tiếp xúc, hướng dẫn và tư vấn đề xuất các sản phẩm dịch vụ phục vụ theo yêu cầu của khách hàng. Tiếp nhận hồ sơ, thẩm định và thực hiện các thủ tục cấp tín dụng, bảo lãnh, chiết khấu theo quy định, quy trình của MB Bank.

- **Phòng KHDN:** Tổ chức hoạt động bán hàng tại MB Sơn Trà theo các chỉ tiêu kinh doanh được giao, chịu trách nhiệm kiểm soát triển khai cấp tín dụng cho khách hàng doanh nghiệp cũng như định kỳ báo cáo công việc và các nhiệm vụ khác theo sự phân công.

+ **Chuyên viên KHDN:** là người có chức năng tìm kiếm, phát triển và duy trì mối quan hệ với các khách hàng là doanh nghiệp; tư vấn và cung cấp các sản phẩm, dịch vụ tài chính phù hợp như tín dụng, tiền gửi, thanh toán, bảo lãnh và các giải pháp tài chính khác. Bên cạnh đó, chuyên viên còn thực hiện thu thập, phân tích thông tin tài chính của doanh nghiệp, thẩm định hồ sơ vay vốn, đề xuất cấp tín dụng,...

2.2.4. Tình hình về đội ngũ nhân sự của MB Sơn Trà

Đội ngũ nhân sự của MB Sơn Trà được đánh giá cao về tính chuyên nghiệp, kỷ luật và tinh thần trách nhiệm. Nhân viên MB thường có nền tảng chuyên môn vững vàng, được đào tạo bài bản và liên tục cập nhật kiến thức về tài chính – ngân hàng cũng như công nghệ số. MB cũng chú trọng phát triển con người thông qua các chương trình đào tạo, lộ trình thăng tiến rõ ràng và chính sách đãi ngộ tương đối cạnh tranh, từ đó tạo động lực để nhân viên gắn bó lâu dài và nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Dưới đây là bảng tình hình về đội ngũ nhân sự của PGD Sơn Trà.

Bảng 2.1: Số lượng nhân lực PGD MB Sơn Trà giai đoạn 2023-2025*Đvt: Người*

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025
Số nhân viên	12	11	12
Phân loại theo giới tính			
Nam	5	4	4
Nữ	7	7	8
Phân loại theo trình độ			
Đại học	12	11	12
Cao đẳng	0	0	0
THPT	0	0	0

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng - PGD Sơn Trà)

Nhìn chung, quy mô nhân sự của đơn vị trong giai đoạn 2023 – 2025 duy trì ở mức ổn định, dao động nhẹ từ 11 đến 12 người. Về cơ cấu giới tính, đội ngũ nhân viên có sự chênh lệch rõ rệt khi nữ giới luôn chiếm ưu thế và có xu hướng tăng dần, từ 7 người (năm 2023) lên 8 người (năm 2025); trong khi đó, số lượng nam giới giảm nhẹ và giữ mức ổn định là 4 người từ năm 2024. Điểm nổi bật nhất trong công tác nhân sự chính là chất lượng nguồn nhân lực rất cao và đồng nhất. Cụ thể, 100% nhân viên qua các năm đều đạt trình độ Đại học, không có nhân sự ở trình độ Cao đẳng hay Trung học phổ thông. Điều này cho thấy đơn vị đang sở hữu một đội ngũ lao động tinh gọn, có nền tảng tri thức tốt và chuyên môn hóa cao, đảm bảo khả năng đáp ứng các yêu cầu công việc phức tạp.

2.2.5. Chức năng của MB Sơn Trà

- Chức năng Huy động vốn: PGD Sơn Trà thực hiện nhiệm vụ thu hút nguồn tài chính nhàn rỗi từ cư dân và các tổ chức kinh tế trên địa bàn như tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi thanh toán, chứng chỉ tiền gửi.

- Chức năng Cấp tín dụng (Cho vay): Đây là chức năng quan trọng nhất nhằm hỗ trợ vốn cho khách hàng địa phương như cá nhân hay doanh nghiệp.

- Chức năng Trung gian thanh toán và Dịch vụ Ngân hàng số: Đơn vị hỗ trợ khách hàng tiếp cận các tiện ích công nghệ của MB

- Chức năng Kinh doanh bảo hiểm và Đầu tư (Bancassurance): Phòng giao dịch

đóng vai trò là điểm tư vấn và phân phối các sản phẩm tài chính ngoài ngân hàng

2.2.6. *Nhiệm vụ của MB Sơn Trà*

PGD Sơn Trà, thuộc Chi nhánh Nam Đà Nẵng, đóng vai trò là đơn vị thực thi trực tiếp các mục tiêu chiến lược của Ngân hàng Quân đội trên địa bàn quận Sơn Trà. Nhiệm vụ trọng tâm của đơn vị là triển khai các hoạt động kinh doanh theo chỉ tiêu được giao, bao gồm việc huy động vốn nhân rộng trong dân cư và cấp tín dụng an toàn cho các nhu cầu sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng của khách hàng địa phương. Bên cạnh việc duy trì và vận hành các giao dịch tại quầy, phòng giao dịch còn có nhiệm vụ đẩy mạnh chuyển đổi số, hướng dẫn khách hàng tiếp cận App MBBank và các dịch vụ tài chính hiện đại như bảo hiểm, chứng khoán.

Cùng với đó đơn vị luôn chú trọng nhiệm vụ quản trị rủi ro, đảm bảo an toàn kho quỹ và tuân thủ nghiêm ngặt các quy định về chống rửa tiền hay bảo mật thông tin.

2.2.7. *Sản phẩm kinh doanh của MB Sơn Trà*

- Khách hàng cá nhân: Ngân hàng số, tiền gửi, chuyển tiền thanh toán khách hàng cá nhân, bảo hiểm nhân thọ, cho vay, dịch vụ thẻ, dịch vụ khác.

- Khách hàng doanh nghiệp: Ngân hàng số, Tiền gửi, tín dụng và bảo lãnh, tài trợ thương mại, tài khoản và gói tài khoản, dịch vụ.

2.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

2.3.1. *Tình hình hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025*

Tình hình hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà chủ yếu là tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn cụ thể thể hiện ở bảng 2.2 dưới đây.

Bảng 2.2: Tình hình hoạt động huy động vốn của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Đvt: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỉ trọng	Số tiền	Tỉ trọng	Số tiền	Tỉ trọng	Số tiền tăng/giảm	Tỉ lệ (%)	Số tiền tăng/giảm	Tỉ lệ (%)
TGCKH	547.250	76,14%	730.813	74,41%	941.381	72,69%	183.563	33,54	210.568	28,81
TGCKH ngắn hạn	444.125	81,16%	582.148	79,66%	732.467	77,81%	138.023	31,08	150.319	25,82
TGCKH trung – dài hạn	103.125	18,84%	148.665	20,34%	208.914	22,19%	45.540	44,16	60.249	40,53
TGKKH	171.524	23,86%	251.326	25,59%	353.695	27,31%	79.802	46,53	102.369	40,73
Tổng tiền gửi	718.774	100,00%	982.139	100,00%	1.295.076	100,00%	263.365	36,64	312.937	31,86

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà)

Qua bảng 2.2 cho ta thấy tình hình huy động vốn của MB Sơn Trà có xu hướng tăng trưởng ổn định qua các năm. Cụ thể: Tổng tiền gửi năm 2024 đạt 982.139 triệu đồng với mức tăng 263.365 triệu đồng tương ứng tăng 36.64% so với năm 2023 là khoảng thời gian bắt đầu phục hồi khi người dân và các hộ kinh doanh gượng dậy sau những đợt dịch kéo dài của những năm trước. Sau một thời gian dài bị đình trệ, nguồn lực tài chính của các gia đình và cơ sở kinh doanh đều bị bào mòn, khiến tâm lý chung của mọi người trở nên thận trọng hơn trong việc chi tiêu. Tại Đà Nẵng, đặc biệt là ngành du lịch, đã phải đối mặt với sự suy giảm nghiêm trọng do giảm số lượng khách du lịch. Nhiều doanh nghiệp phải hoạt động với quy mô nhỏ hơn, gây ra sự suy thoái kinh tế. Nguồn thu người dân không ổn định vì phải chịu đựng việc cách ly xã hội kéo dài.

Bước qua năm 2024, nhờ vào sự bứt phá mạnh mẽ khi dịch COVID-19 ổn định nền kinh tế Việt Nam đã cho thấy nhiều dấu hiệu phục hồi. Bên cạnh đó, tình hình kinh tế ở Đà Nẵng cũng dần ổn định, lượng khách du lịch đang trên đà phục hồi. MB Sơn Trà đã có chính sách linh hoạt và hấp dẫn để thu hút khách hàng gửi tiền ví dụ như MB triển khai chương trình “Lì xì trao tay, gửi tiền thêm may”, với tổng giá trị quà tặng lên đến 2 tỷ đồng để tri ân khách hàng gửi tiền tiết kiệm tại quầy và tiền gửi trên ứng dụng ngân hàng số - APP MBBank nhân dịp năm mới Giáp Thìn 2024 đồng thời MB Sơn Trà còn triển khai các gói sản phẩm Tiền gửi tiết kiệm Bình An Phú Quý, Tiết kiệm Cho Con hay Tiền gửi Tích Lũy cũng lãi suất cạnh tranh theo kỳ hạn, đặc biệt có ưu đãi cho khách hàng ở miền Trung/Nam, với lãi suất có thể lên tới 5.8%/ năm cho kỳ hạn dài để thu hút và giữ chân khách hàng. Đây là nguyên nhân giúp cho tiền gửi năm 2024 tăng so với năm 2023.

Đến năm 2025 khi du lịch Đà Nẵng hoạt động mạnh mẽ trở lại, các nhà hàng, khách sạn và hộ kinh doanh tại địa phương bắt đầu có lợi nhuận. Dòng tiền này nhanh chóng đổ về ngân hàng, giúp tổng số tiền gửi tăng lên mức 982.139 triệu đồng năm 2024 và đạt tới 1.295.076 triệu đồng năm 2025 tương ứng với mức tăng 263.365 triệu đồng. Nguyên nhân là do MB Sơn Trà ra mắt bộ ba sản phẩm tiền gửi 2025 với tên gọi mới: Tiền gửi Linh Hoạt – Tiền gửi Kỳ Hạn – Tiền gửi Tích Góp nhằm đáp ứng các nhu cầu gửi tiết kiệm phổ biến, giúp khách hàng linh hoạt sử dụng dòng tiền và tối ưu lợi nhuận trong từng giai đoạn tài chính cá nhân.

Trong tổng tiền gửi thì tiền gửi có kỳ hạn chiếm ưu thế và lúc nào cũng chiếm trên 72% trong tổng tiền gửi tạo nguồn vốn ổn định cho kinh doanh của ngân hàng.

Trong đó năm 2024 tiền gửi có kỳ hạn đạt 730.813 triệu đồng tăng 183.563 triệu đồng tương ứng tăng 33,54% so với năm 2023. Điều này cho thấy nền kinh tế phục hồi, thu nhập của người dân ổn định hơn, dẫn đến việc nhiều khách hàng có nhu cầu gửi tiền tiết kiệm để bảo vệ tài sản và kiếm lợi nhuận từ tiền lãi. Vì vậy, MB Sơn Trà đã triển khai nhiều chương trình khuyến mãi như quà tặng cho khách hàng gửi tiết kiệm, lễ quay thưởng Chương trình tri ân khách hàng thân thiết và đặc biệt có các gói như “Tiết kiệm MB – Kho quà Phú Quý” với cơ hội trúng lớn như xe máy SH, vàng SJC, cùng với Chương trình khuyến mãi “Gửi tiền liền tay – iPhone ngay – Xế xịn” dành cho tất cả các khách hàng gửi tiền tiết kiệm hoặc mua chứng chỉ tiền gửi từ 100tr đồng trở lên với kỳ hạn 1 – 12 tháng. Cùng với đó TGCKH ngắn hạn chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng tiền gửi có kỳ hạn cụ thể năm 2025 đạt 732.467 triệu đồng tăng 150.319 triệu đồng so với năm 2024 tương ứng với mức tăng 25,82% nguyên nhân là do MB tận dụng các sản phẩm linh hoạt như tiền gửi có kỳ hạn ngắn(thậm chí dưới 1 tháng) và chứng chỉ tiền gửi để thu hút dòng tiền nhàn rỗi, đặc biệt là sự phát triển mạnh mẽ của kênh số(app MBBank) giúp khách hàng dễ gửi tiết kiệm online, và việc cung cấp các sản phẩm tiết kiệm linh hoạt như “Tiền gửi linh hoạt” (rút gốc bất kỳ lúc nào, hưởng lãi theo ngày) kết hợp với nền tảng khách hàng lớn. Về TGCKH trung – dài hạn thì năm 2025 có sự tăng trưởng đạt 208.914 triệu đồng với mức tăng 40,53% so với năm 2024 đạt 148.665 triệu đồng nguyên nhân là do MB Sơn Trà triển khai các sản phẩm tiết kiệm tích lũy lâu dài điển hình ra mắt bộ ba sản phẩm tiền gửi 2025 với tên gọi Tiền Gửi Linh Hoạt – Tiền Gửi Kỳ Hạn – Tiền Gửi Tích Góp từ sự chủ động trong sử dụng dòng vốn ngắn hạn, tới kế hoạch tiết kiệm dài hơi hay hình thành thói quen tích lũy đều đặn – tất cả đều được MB tích hợp trong một hệ sinh thái tiết kiệm thông minh, tiện lợi.

Tiền gửi không kỳ hạn của MB Sơn Trà chiếm tỷ trọng không quá cao. Cụ thể vào năm 2024 đạt 251.326 triệu đồng với mức tăng 79.802 triệu đồng so với năm 2023. Đến năm 2025 đạt 353.695 triệu đồng với mức tăng 102.369 triệu đồng tương ứng với 40,73% so với năm 2024. Nguyên nhân giúp tiền gửi không kỳ hạn tăng lên là vì ngân hàng áp dụng công nghệ số giúp khách hàng dễ dàng quản lý và gửi tiền một cách tiện lợi, nhanh chóng thông qua app MB của ngân hàng đặc biệt dịch vụ thẻ MB đã góp phần làm tăng tỷ trọng tiền gửi không kỳ hạn do gắn chặt với tài khoản thanh toán và nhu cầu giao dịch thường xuyên của khách hàng. Bên cạnh đó, sự phát triển của ngân hàng số MB Bank với các tiện ích đi kèm thẻ như thanh toán QR, internet banking, mobile

banking đã khuyến khích khách hàng để tiền trong tài khoản thay vì rút ra tiền mặt. Việc mở thẻ dễ dàng, chi phí thấp và mạng lưới chấp nhận thanh toán rộng cũng làm gia tăng số lượng tài khoản thanh toán hoạt động, từ đó làm tăng quy mô và tỷ trọng tiền gửi không kỳ hạn tại MB.

2.3.2 Tình hình hoạt động cho vay của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Trong nền kinh tế, doanh số cho vay phản ánh quy mô và tốc độ đưa vốn vào nền kinh tế, thể hiện nỗ lực của đội ngũ nhân viên trong việc tìm kiếm và đáp ứng nhu cầu tài chính của khách hàng, đây là chỉ số quan trọng để đánh giá năng lực và hiệu quả kinh doanh trong lĩnh vực tín dụng.

Bảng 2.3: Tình hình hoạt động cho vay của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng - PGD Sơn Trà
giai đoạn 2023 – 2025

Đvt: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023	Năm 2024	Năm 2025	Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Số tiền	Số tiền	Số tiền tăng/giảm	Tỉ lệ (%)	Số tiền tăng/giảm	Tỉ lệ (%)
Doanh số cho vay	788.377	1.052.479	1.353.724	264.102	33,50	301.245	28,62
Doanh số thu nợ	665.777	865.571	1.114.718	199.794	30,01	249.147	28,78
Dư nợ cuối kỳ	543.155	730.063	969.069	186.908	34,41	239.006	32,74
Nợ xấu	3.844	3.713	3.643	-131.08	-3,41	-69.86	-1,88
Tỷ lệ nợ xấu (%)	0,71	0,51	0,38	-0,20	-28,14	-0,13	-26,08

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà)

Qua bảng 2.3 có thể thấy doanh số cho vay đã tăng trưởng rất mạnh qua các năm. Cụ thể năm 2024 đạt 1.052.479 triệu đồng với mức tăng 264.102 triệu đồng tương ứng với 33,50% so với năm 2023. Đến năm 2025 con số này đã đạt đến 1.353.724 triệu đồng với mức tăng 301.245 triệu đồng so với năm 2024. Điều này cho thấy PGD đã mở rộng quy mô tín dụng rất tốt, đáp ứng nhu cầu vốn lớn của khách hàng tại khu vực Sơn Trà, đồng thời nhờ sự cộng hưởng giữa nhu cầu hồi phục kinh tế địa phương và chiến lược kinh doanh nhạy bén. Việc ngành du lịch và dịch vụ tại quận Sơn Trà bùng nổ trở lại sau dịch đã tạo ra cơn khát vốn lớn để tái đầu tư và sản xuất kinh doanh. Tận dụng lợi thế từ nguồn vốn dồi dào, MB đã triển khai các gói vay với lãi suất cạnh tranh cùng quy trình giải ngân nhanh chóng qua nền tảng số với 5 bước giúp khách hàng loại bỏ thủ tục giấy tờ gặp mặt trực tiếp mang lại sự nhanh chóng tiện lợi và an toàn. Đặc biệt, việc doanh số cho vay tăng mạnh đi kèm với tỷ lệ nợ xấu giảm cho thấy ngân hàng đã thành công trong việc lựa chọn tệp khách hàng chất lượng.

Doanh số thu nợ: Qua bảng 2.3 cho ta thấy các chỉ số doanh số thu nợ tăng trưởng tương ứng với doanh số cho vay, đạt 1.114.718 triệu đồng vào năm 2025 tăng 249.147 triệu đồng tương ứng với 28,78% so với năm 2024. Cho thấy khách hàng vẫn duy trì khả năng trả nợ tốt thông qua việc ngân hàng hoặc cán bộ tín dụng nhắc nhở và đôn đốc khách hàng trả nợ, thể hiện ngân hàng tốt trong việc sàng lọc khách hàng, đồng thời nhiều khách hàng cũng ý thức trả nợ đầy đủ và đúng hạn để xây dựng lịch sử tín dụng tốt cho các khoản vay sau.

Dư nợ cuối kỳ: Qua bảng 2.3 cho thấy, tổng dư nợ cho vay của MB Sơn Trà trong giai đoạn 2023- 2025 tăng trưởng qua các năm. Năm 2023 dư nợ cuối kỳ đạt 543.155 triệu đồng. Năm 2024 tăng thêm 186.908 triệu đồng(tăng 34,41%) so với năm 2023, đến năm 2025 dư nợ cuối kỳ đạt 969.069 triệu đồng, tăng 32,74% so với năm 2024. Nguyên nhân là do MB Sơn Trà tập trung vào hoạt động cho vay với thời gian thẩm định hồ sơ từ 2 -7 ngày làm việc, đặc biệt là ngân hàng có chính sách cho vay dễ dàng hơn với sản phẩm “Vay Nhanh Siêu Tốc – Bức Tốc Kinh Doanh” phê duyệt siêu tốc(có thể trong 24h) và giải ngân qua app MBBank.

Nợ xấu: Qua bảng 2.3 thấy rằng nợ xấu đã giảm dần qua các năm. Cụ thể nợ xấu giảm từ 3.844 triệu đồng năm 2023 xuống 3.713 triệu đồng năm 2024 (giảm nhẹ khoảng -3,41%). Đến năm 2025 nợ xấu đã giảm xuống còn 3.643 triệu đồng. Trong khi doanh số cho vay tăng nhưng số dư nợ xấu có giảm nhẹ qua các năm. Điều này chứng tỏ PGD

Sơn Trà đã thực hiện công tác thu hồi và xử lý nợ cực kỳ hiệu quả. Ngân hàng đã kiểm soát chặt chẽ không để phát sinh nợ xấu mới. Điều này thể hiện một xu hướng tích cực trong quản lý rủi ro của Ngân hàng. Đây là sự nỗ lực của cả tập thể MB Sơn Trà trong việc quyết liệt theo chỉ đạo của Hội Sở, các cán bộ tín dụng đã tích cực đôn đốc xử lý các khoản vay của khách hàng như gọi điện cho khách hàng để thông báo về khoản vay đến hạn, nhân viên trực tiếp đến nơi ở của khách hàng để tìm cách liên lạc trực tiếp, xác minh thông tin, thỏa thuận phương án trả nợ hoặc thu hồi tài sản bảo đảm nhằm giải quyết các khoản nợ trước khi nó chuyển sang nợ xấu nghiêm trọng hơn. Vì không trả nợ đúng hạn sẽ ảnh hưởng đến lịch sử nợ xấu của khách hàng và hạn chế khách hàng tham gia các sản phẩm vay sau này. Sự điều hành linh hoạt của Ban lãnh đạo đã góp phần đưa tỷ lệ nợ xấu về mức thấp trong cùng hệ thống MB từ đó góp phần giảm thiểu rủi ro gia tăng lợi nhuận.

2.3.3. Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Trong những năm gần đây, MB Sơn Trà đã không ngừng nỗ lực và đạt được những thành tựu nổi bật trong hoạt động kinh doanh. Với chiến lược phát triển bền vững, PGD đã thực hiện nhiều cải tiến đột phá trong quản lý rủi ro và cấp tín dụng, giúp tăng trưởng tổng thu nhập một cách ấn tượng. Để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, MB Sơn Trà đã triển khai các dịch vụ tài chính linh hoạt và hiệu quả. Nhờ đó, PGD đã bảo vệ vững chắc lợi nhuận dù trong bối cảnh môi trường kinh doanh đầy biến động. Dưới đây là các chỉ số phản ánh tình hình hoạt động kinh doanh của MB Sơn Trà trong giai đoạn năm 2023 – 2025.

**Bảng 2.4: Tình hình kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD
Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025**

Đvt: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền tăng/giảm	Tỉ lệ (%)	Số tiền tăng/giảm	Tỉ lệ (%)
Tổng doanh thu	73.294	100,0%	100.193	100,00%	132.985	100,00%	26.899	36,70	32.792	32,73
Thu nhập lãi	46.711	63,73%	62.785	62,66%	83.340	62,67%	16.074	34,41	20.555	32,74
Thu từ HDDV	20.591	28,09%	29.756	29,70%	40.114	30,16%	9.165	44,51	10.358	34,81
Thu từ HĐ khác	5.992	8,18%	7.652	7,64%	9.531	7,17%	1.660	27,70	1.879	24,56
Tổng chi phí	52.639	100,0%	76.364	100,00%	103.815	100,0%	23.724	45,07	27.451	35,95
Chi trả lãi	38.526	73,19%	52.643	68,94%	69.416	66,87%	14.116	36,64	16.773	31,86
Chi trả DV khác	11.524	21,89%	19.652	25,73%	28.816	27,76%	8.128	70,53	9.164	46,63
Chi phí khác	2.589	4,92%	4.069	5,33%	5.583	5,38%	1.480	57,16	1.514	37,21
Lợi nhuận	20.655		23.830		29.170		3.175	15,37	5.340	22,41

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà)

Tổng doanh thu: Nhìn vào bảng 2.4, có thể thấy tổng doanh thu của MB Sơn Trà đang tăng lên từng ngày. Cụ thể năm 2024 đạt 100.193 triệu đồng với mức tăng 26.899 triệu đồng tương ứng với 36,70% so với năm 2023. Đến năm 2025 tổng doanh thu đạt 132.985 triệu đồng với mức tăng 32.792 triệu đồng tương ứng với 32,73% so với năm 2024. Nguyên nhân là do MB tận dụng lợi thế nền tảng công nghệ thông tin được đầu tư tiêu chuẩn cùng chiến lược hấp dẫn khách hàng trên hệ sinh thái số đa dạng như tập trung vào việc trở thành “Doanh nghiệp số” mang lại trải nghiệm vượt trội bằng cách tích hợp công nghệ sinh trắc học để phục vụ sâu sắc mọi nhu cầu tài chính. MB đã duy trì đà tăng trưởng khách hàng bền vững qua từng năm. Trong tổng doanh thu thì thu nhập lãi vẫn là nguồn thu chủ lực cụ thể vào năm 2024 chiếm 62.785 triệu đồng tăng 16.074 triệu đồng so với năm 2023. Vào năm 2025 đạt 83.340 triệu đồng với mức tăng 20.555 triệu đồng so với năm 2024 nguyên nhân là do nhu cầu tín dụng tăng trưởng trở lại, đồng thời MB đẩy mạnh chuyển đổi số, tạo ra sự khác biệt và mở rộng kênh phân phối tăng cường hiệu quả hoạt động. Đặc biệt ngân hàng chú trọng hỗ trợ khách hàng tiếp cận vốn vay, đồng hành tháo gỡ khó khăn và phục hồi sản xuất kinh doanh, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế thông qua nhiều đợt giảm lãi suất cho vay từ 0.5% - 1.45% so với năm 2024.

Ngoài ra, nguồn thu nhập từ HDDV cũng đóng góp mạnh mẽ vào tăng trưởng tổng thu nhập cụ thể năm 2025 đạt 40.114 triệu đồng tương ứng với 34,81% so với năm 2024. Nguyên nhân là do trong cơ cấu thu nhập hoạt động dịch vụ của MBBank, dịch vụ thẻ và thanh toán là hai mảng đóng góp quan trọng và có xu hướng tăng trưởng ổn định. Đối với dịch vụ thẻ, MB thu phí từ phát hành và duy trì thẻ ghi nợ, thẻ tín dụng. Số lượng thẻ lưu hành và giá trị chi tiêu qua thẻ tăng nhanh nhờ xu hướng thanh toán không dùng tiền mặt, cùng với việc MBBank đẩy mạnh phát hành thẻ tín dụng, mở rộng ưu đãi và liên kết với nhiều đối tác. Sự phát triển mạnh của App MBBank giúp khối lượng giao dịch tăng cao. Về thu từ HĐ khác việc mở rộng các loại dịch vụ tài chính, bảo hiểm, tư vấn đầu tư không chỉ giúp ngân hàng thu hút thêm nhiều đối tượng khách hàng, mà còn tạo ra các dòng tiền mới, bù đắp khi một nguồn thu nhập gặp khó khăn. Điều này có thể là kết quả của sự đa dạng hóa nguồn thu nhập từ HDDV và các hoạt động khác, có thể chỉ ra rằng đã góp phần tăng trưởng doanh thu và giảm rủi ro.

Tổng chi phí: Tổng chi phí MB Sơn Trà đã tăng từ 52.639 triệu đồng lên 76.364 triệu đồng vào năm 2024 với mức tăng 23.724 triệu đồng. Đến năm 2025 tổng chi phí

đạt 103.815 triệu đồng với mức tăng 27.451 triệu đồng tương ứng với 35,95% so với năm 2024. Nguyên nhân chính dẫn đến sự gia tăng này là do ngân hàng đẩy mạnh đầu tư vào công nghệ, nền tảng số (app MBBank), mở rộng hoạt động kinh doanh và đầu tư của MB Sơn Trà, tăng cường các dịch vụ tài chính để thu hút khách hàng, và sự cạnh tranh khốc liệt trên thị trường tài chính. Bên cạnh đó, MB Sơn Trà đã đầu tư nhiều vào các dịch vụ và sản phẩm cụ thể như VietQR, các tờ rơi giới thiệu sản phẩm,... nhằm đa dạng hóa nguồn thu nhập, dẫn đến chi phí dịch vụ và các chi phí khác gia tăng. Những yếu tố này phản ánh sự nỗ lực của MB Sơn Trà trong việc duy trì và mở rộng thị phần, đồng thời đảm bảo tăng trưởng bền vững trong bối cảnh kinh tế biến động. Trong tổng chi phí thì chi phí trả lãi chiếm tỷ trọng lớn nhất cụ thể năm 2024 đạt 52.643 triệu đồng tương ứng với mức tăng 14.116 triệu đồng tăng 36.64% so với năm 2023. Năm 2025 đạt 69.416 triệu đồng với mức tăng 16.773 triệu đồng tăng 31,86% so với năm 2024 nguyên nhân là do sự phục hồi sản xuất kinh doanh và tiêu dùng kích thích doanh nghiệp vay vốn đòi hỏi ngân hàng phải huy động thêm tiền gửi để đáp ứng nhu cầu tín dụng dẫn đến cạnh tranh lãi suất.

Chi trả DV khác cũng tăng theo từng năm cụ thể năm 2024 đạt 19.652 triệu đồng tương ứng với mức tăng 8.128 triệu đồng tăng 70.53% so với năm 2023 đã tác động đến hiệu quả kinh doanh của đơn vị. Trong cơ cấu dịch vụ khác, chi phí liên quan đến dịch vụ thẻ của MB như phí tổ chức thẻ, chi phí vận hành tăng mạnh nhằm đáp ứng nhu cầu mở rộng khách hàng và gia tăng giao dịch không dùng tiền mặt. Tuy nhiên đến năm 2025 tốc độ tăng trưởng lại giảm xuống còn 46,63% so với năm 2024 nguyên nhân là do Ngân hàng đã chú trọng hơn đến việc tối ưu và tiết kiệm chi phí dịch vụ. Các khoản chi phí lớn cho công nghệ, hệ thống, chuyển đổi số đang chuyển từ giai đoạn đầu tư mạnh sang giai đoạn ổn định và kiểm soát chi phí, nên các năm sau chi phí tăng chậm lại. Từ đó cho thấy Ngân hàng đang cải thiện lợi nhuận tốt hơn. Dựa trên số liệu trong bảng 2.4, chi phí khác của MB Sơn Trà năm 2025 tăng so với năm 2024, từ 4.069 triệu đồng lên 5.583 triệu đồng, tương ứng tăng 1.514 triệu đồng. Nguyên nhân chủ yếu đến từ việc MB Sơn Trà gia tăng trích lập các khoản chi phí phát sinh ngoài hoạt động cốt lõi, bao gồm chi phí xử lý, thu hồi nợ xấu, chi phí liên quan đến các khoản tài sản tồn đọng và các nghĩa vụ tài chính khác.

Tổng lợi nhuận: Trong giai đoạn 2023-2025, MB Sơn Trà đã có những thay đổi tích cực trong hoạt động kinh doanh, được thể hiện qua biến động về lợi nhuận. Cụ thể

lợi nhuận năm 2024 đạt 23.830 triệu đồng với mức tăng 3.175 triệu đồng với năm 2023. Đến năm 2025 thì lợi nhuận đã đạt đến 29.170 triệu đồng tăng 5.340 triệu đồng so với năm 2024. Lợi nhuận của ngân hàng tăng qua các năm, cho thấy hoạt động kinh doanh vẫn đạt hiệu quả tích cực. Đặc biệt, tốc độ tăng trưởng lợi nhuận có xu hướng cao hơn trong giai đoạn sau, mặc dù doanh thu tăng chậm lại. Nguyên nhân chủ yếu là do ngân hàng đã kiểm soát chi phí tốt hơn, nhất là chi phí lãi và các khoản chi hoạt động. Ngoài ra, tốc độ tăng của một số khoản chi phí như chi trả dịch vụ khác đã chậm lại góp phần giảm áp lực chi phí. Nhờ đó, chênh lệch giữa doanh thu và chi phí được cải thiện, làm cho lợi nhuận tăng nhanh hơn và hiệu quả hoạt động của ngân hàng được nâng cao.

2.4. Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

2.4.1. Các sản phẩm dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà

2.4.1.1. Cho vay tiêu dùng có tài sản đảm bảo

- Đặc điểm sản phẩm:

- Cho vay tối đa 80% nhu cầu vốn và không quá 03 tỷ đồng
- Thời gian vay: tối đa 84 tháng
- Thủ tục đơn giản, thời gian xử lý nhanh chóng

- Đối tượng khách hàng:

- Khách hàng có đủ năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự từ 19 - 70 tuổi
- Thu nhập tối thiểu của khách hàng và vợ/chồng: 10 triệu đồng/tháng
- Tài sản đảm bảo đa dạng: Bất động sản, Giấy tờ có giá, Sổ/Thẻ tiết kiệm, Hợp đồng tiền gửi, Ô tô.

- Hồ sơ vay vốn:

- Mẫu đơn đề nghị vay vốn (theo mẫu của MB)
- Hồ sơ pháp lý: Chứng minh nhân dân hoặc Căn cước công dân/ Hộ chiếu; Hộ khẩu thường trú/ tạm trú KT3; Giấy đăng ký kết hôn/Chứng nhận độc thân
- Hồ sơ chứng minh mục đích: Biên bản xác nhận nhu cầu vốn vay
- Hồ sơ thu nhập: Hợp đồng lao động, bảng sao kê lương/tài khoản ngân hàng...
- Hồ sơ tài sản đảm bảo: Giấy chứng nhận sở hữu tài sản.

2.4.1.2. Cho vay tín chấp

- Đặc điểm sản phẩm:

- Không cần tài sản thế chấp, không cần công ty bảo lãnh, khách hàng đã được hỗ trợ đến hàng trăm triệu đồng từ sản phẩm cho vay tiêu dùng không tài sản đảm bảo của MB
- Thủ tục đơn giản, thời gian xử lý hồ sơ nhanh
- Mức cho vay: Tối đa lên đến 800 triệu đồng
- Thời gian cho vay: Tối đa 60 tháng
- Phương thức trả nợ linh hoạt, phù hợp với dòng tiền của khách hàng.

- Đối tượng khách hàng:

- Khách hàng có độ tuổi không quá 55 tuổi đối với nữ và 60 tuổi đối với nam tại thời điểm kết thúc khoản vay
- Khách hàng có hộ khẩu/ số tạm trú (KT3) tại Tỉnh/Thành phố nơi MB có trụ sở
- Khách hàng được trả lương qua tài khoản và có thời gian công tác tại Đơn vị quản lý hiện tại tối thiểu 01 năm
- Khách hàng đáp ứng nhu cầu các quy định và điều kiện cho vay của MB.

- Hồ sơ vay vốn:

- Đơn đề nghị vay vốn kiêm cam kết trả nợ (theo mẫu của MB)
- Chứng minh nhân dân/ Căn cước công dân/ Hộ chiếu, Hộ khẩu/ Số tạm trú (KT3), đăng ký kết hôn/Giấy xác nhận tình trạng hôn nhân
- Hợp đồng lao động/ Hợp đồng làm việc/ Quyết định biên chế
- Giấy tờ chứng minh thu nhập hàng tháng tại Đơn vị quản lý và nguồn trả nợ khác.

2.4.1.3. Cho vay mua ô tô

- Đặc điểm sản phẩm:

- Phê duyệt tự động: Có kết quả phê duyệt siêu tốc ngay sau 5 phút khi đăng ký thông tin vay qua App MBBank
- Thời gian vay lên đến 84 tháng
- Tỷ lệ cho vay lên tới 80% giá trị xe bao gồm thuế/lệ phí khi khách hàng thế chấp bằng bất động sản
- Tỷ lệ cho vay lên đến 75% giá trị xe bao gồm thuế/lệ phí tùy thuộc vào loại xe khách hàng lựa chọn

- Khách hàng chủ động theo dõi khoản vay, lịch trả nợ dự kiến, trả nợ một phần/tất toán trước hạn khoản vay hoàn toàn trên App MBBank.

- Đối tượng khách hàng:

- Khách hàng có đủ năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự
- Khách hàng có độ tuổi từ đủ 19 tuổi đến không quá 70 tuổi tại thời điểm kết thúc khoản vay
- Khách hàng có hộ khẩu/sổ tạm trú (KT3) tại Tỉnh/Thành phố nơi MB có trụ Sở
- Khách hàng có khả năng tài chính đảm bảo nguồn trả nợ cho khoản vay
- Khách hàng đáp ứng các quy định và điều kiện cho vay của MB.

- Hồ sơ vay vốn:

- Đơn đề nghị vay vốn kèm cam kết trả nợ (theo mẫu của MB)
- CMND/Hộ chiếu, Hộ khẩu/Sổ tạm trú (KT3), Đăng ký kết hôn/Giấy xác nhận tình trạng hôn nhân.
- Giấy tờ chứng minh mục đích sử dụng vốn vay
- Giấy tờ chứng minh nguồn trả nợ
- Giấy tờ liên quan đến tài sản bảo đảm.

2.4.1.4. Cho vay mua đất thổ cư

- Đặc điểm sản phẩm:

- Không phải trả nợ gốc lên tới 5 năm/chỉ trả 15% nợ gốc trong 10 năm đầu tiên
- Thu nhập chỉ từ 10 triệu đồng/ tháng
- Thời gian trả góp lên tới 35 năm
- Mức cho vay lên đến: 80% giá trị tài sản đảm bảo
- Thủ tục đơn giản, phê duyệt nhanh chóng.
- Lãi suất ưu đãi cạnh tranh

- Đối tượng khách hàng:

- Khách hàng có đủ năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự
- Khách hàng có độ tuổi từ đủ 18 tuổi đến không quá 70 tuổi tại thời điểm kết thúc khoản vay
- Khách hàng có hộ khẩu/sổ tạm trú (KT3) tại Tỉnh/Thành phố nơi MB có trụ sở
- Khách hàng có khả năng tài chính đảm bảo nguồn trả nợ cho khoản vay
- Khách hàng đáp ứng các quy định và điều kiện cho vay của MB

- Hồ sơ vay vốn:

- Đơn đề nghị vay vốn kiêm cam kết trả nợ (theo mẫu của MB)
- CMND/Hộ chiếu, Hộ khẩu/Sổ tạm trú (KT3), Đăng ký kết hôn/Giấy xác nhận tình trạng hôn nhân
- Giấy tờ chứng minh mục đích vay vốn: Hợp đồng mua bán, hợp đồng đặt cọc, quyết định trúng đấu giá...
- Giấy tờ chứng minh nguồn trả nợ: Hợp đồng lao động, Sao kê lương, đăng ký kinh doanh...
- Giấy tờ liên quan đến TSBĐ: Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, Giấy phép xây dựng....

2.4.1.5. Cho vay xây, sửa nhà và trang bị nội thất nhà ở

- Đặc điểm sản phẩm:

- Thời gian cho vay: Lên đến 420 tháng
- Tỷ lệ cho vay/nhu cầu vốn: 80%
- Thời gian ân hạn gốc: Tối đa 24 tháng
- TSBĐ đa dạng: Tài sản hình thành từ vốn vay hoặc tài sản đảm bảo độc lập là quyền sử dụng đất, nhà ở, quyền chung cư, đất nông nghiệp
- Phương thức giải ngân linh hoạt: Giải ngân phong tỏa hoặc trực tiếp cho bên thụ hưởng
- Phương thức cho vay: Cho vay từng lần.

- Đối tượng khách hàng:

- Khách hàng trẻ độ tuổi từ 23 - 40 tuổi, hạn mức vay theo quy định cụ thể của MB
- Khách hàng có đủ năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự
- Khách hàng có độ tuổi từ đủ 18 tuổi đến không quá 70 tuổi tại thời điểm kết thúc khoản vay
- Khách hàng có hộ khẩu/sổ tạm trú (KT3) tại Tỉnh/Thành phố nơi MB có trụ sở
- Khách hàng có khả năng tài chính đảm bảo nguồn trả nợ cho khoản vay
- Khách hàng đáp ứng các quy định và điều kiện cho vay của MB.

- Hồ sơ vay vốn:

- Đơn đề nghị vay vốn kiêm cam kết trả nợ (theo mẫu của MB)

- CMND/Hộ chiếu, Hộ khẩu/Sổ tạm trú (KT3), Đăng ký kết hôn/Giấy xác nhận tình trạng hôn nhân
- Giấy tờ chứng minh mục đích vay vốn: Hợp đồng mua bán, hợp đồng đặt cọc, quyết định trúng đấu giá...
- Giấy tờ chứng minh nguồn trả nợ: Hợp đồng lao động, Sao kê lương, đăng ký kinh doanh...
- Giấy tờ liên quan đến tài sản đảm bảo: Giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, Giấy phép xây dựng...

2.4.2. Quy trình cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà

➤ Bước 1: Tiếp xúc và hướng dẫn khách hàng lập hồ sơ vay vốn

Khi khách hàng đến đề xuất yêu cầu vay vốn, CBTD hướng dẫn khách hàng về điều kiện tín dụng của Ngân hàng theo cơ chế tín dụng hiện hành. Nếu khách hàng chấp nhận thì tiến hành lập hồ sơ vay vốn. Hồ sơ gồm:

- + Giấy ĐỀ NGHỊ VAY VỐN theo mẫu của MBBank
- + Hồ sơ pháp lý: Chứng Minh Nhân Dân/ Căn Cước Công Dân/ Hộ Chiếu; Hộ Khẩu Thường Trú/ Tạm Trú KT3; Giấy Đăng Ký Kết Hôn/ Chứng Nhân Độc Thân
- + Hồ sơ chứng minh mục đích: Biên bản xác nhận nhu cầu vốn vay.
- + Hồ sơ thu nhập: Hợp đồng lao động, bảng kê sao kê lương/ tài khoản ngân hàng,...
- + Hồ sơ TSBĐ: Giấy chứng nhận sở hữu tài sản/ Sổ tiết kiệm có kỳ hạn/giấy tờ có giá.

➤ Bước 2: Tiếp nhận hồ sơ

CBTD kiểm tra thông tin hồ sơ về số lượng, tính hợp lệ, hợp pháp. Sau đó đối chiếu với bản gốc. Bản sao phải do phòng công chứng Nhà nước công chứng Phòng tư pháp của Ủy ban nhân dân cấp huyện có thể công chứng một số giấy tờ, để tránh rủi ro nhân viên tín dụng nên có một bước so sánh với bản chính.

Tiếp nhận hồ sơ, lập hai giấy biên nhận: một bản cho khách hàng, một bản cho CBTD. Tiếp đó, bàn giao hồ sơ định giá TSBĐ cho phòng thẩm định tài sản.

➤ Bước 3: Thẩm định khách hàng

Đây sẽ là khâu quan trọng trong quá trình cho vay tiêu dùng. CBTD thẩm định sai sẽ đưa ra quyết định sai. Quá trình thẩm định bao gồm các bước như sau:

Thứ nhất, thẩm định khách hàng: Thẩm định năng lực pháp luật nhân sự, năng lực hành vi dân sự, tư cách của người đi vay.

Thứ hai, thẩm định mục đích sử dụng vốn vay: Thẩm định mục đích sử dụng vốn vay có phù hợp với quy định hay không.

Thứ ba, thẩm định tình hình tài chính và khả năng thanh toán của khách hàng: Phân tích đánh giá khách hàng thông qua việc phân tích, đánh giá bảng lương, hợp đồng lao động, uy tín khách hàng, phương án kinh doanh,... giúp ngân hàng hiểu khách hàng hơn.

Thứ tư, thẩm định tài sản đảm bảo: Nếu khoản vay được đảm bảo bằng tài sản đảm bảo (nhà ở, quyền sử dụng đất, ô tô,...) ngân hàng cần phải thẩm định tính pháp lý của tài sản đảm bảo, giá trị của tài sản đảm bảo.

Dựa trên hồ sơ tín dụng mà khách hàng cung cấp và kết quả thẩm định, CBTD thực hiện chấm điểm khách hàng, lập tờ trình tín dụng. Trong trường hợp khách hàng không đủ điều kiện vay thì CBTD phải thông báo ngay với khách hàng.

➤ Bước 4: Tập hợp hồ sơ trình ban tín dụng, hội đồng tín dụng

CBTD tiến hành lập tờ trình thẩm định khách hàng, ghi rõ ngày nhận hồ sơ lần đầu và ngày nhận đủ hồ sơ, có chữ ký trưởng phòng. Kèm báo cáo thẩm định tài sản, có chữ ký trưởng phòng.

Sau đó nhập lại báo cáo thẩm định, biên bản định giá từ nhân viên thẩm định tài sản, tập hợp bộ hồ sơ trình ban tín dụng, hội đồng tín dụng. Nếu hồ sơ được duyệt thì báo cáo cho trưởng phòng nội dung chỉ đạo, sửa đổi, thông báo cho khách hàng.

➤ Bước 5: Công chứng thế chấp và ký hợp đồng tín dụng

Hồ sơ đã hoàn tất và được phê duyệt, CBTD tiến hành ký hợp đồng thế chấp, hợp đồng vay vốn với khách hàng và thực hiện các thủ tục hoàn thiện tài sản.

➤ Bước 6: Giải ngân, nhập hồ sơ vào chương trình quản lý

Sau khi nhận được hợp đồng tín dụng và các hợp đồng khác, cùng các chứng từ làm cơ sở giải ngân. Bộ phận kế toán tiến hành kiểm tra lại các hợp đồng và cá chứng từ theo các điều kiện trong hợp đồng tín dụng. Nếu thấy phù hợp thì tiến hành giải ngân bằng chuyển khoản hoặc chuyển tiền mặt.

➤ Bước 7: Kiểm tra và xử lý nợ vay

Sau khi giải ngân cho khách hàng, CBTD tiến hành theo dõi, giám sát quá trình sử dụng vốn vay của khách hàng.

➤ Bước 8: Tắt toán hợp đồng tín dụng, lưu trữ hồ sơ

Đến hạn trả nợ hay hết hạn trả nợ trong hợp đồng tín dụng, khách hàng phải trả hết nợ gốc và lãi cho Ngân hàng. Trong trường hợp khách hàng không trả được nợ và không được Ngân hàng gia hạn nợ thì Ngân hàng đưa ra những biện pháp xử lý phù hợp và chấm dứt hợp đồng tín dụng.

Sau đó lập giấy đề nghị giải tỏa TSBĐ, tờ thanh lý đã được duyệt, bản sao hợp đồng bảo đảm vay tiền, đăng ký giao dịch bảo đảm chuyển cho phòng thẩm định tài sản làm thủ tục giải chấp. Đóng lại từng tập hồ sơ tín dụng.

2.4.3. Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

2.4.3.1. So sánh sản phẩm cho vay tiêu dùng của MBBank với 1 vài Ngân hàng trên địa bàn thành phố Đà Nẵng

Trong bối cảnh thị trường tài chính bán lẻ ngày càng cạnh tranh, các sản phẩm cho vay tiêu dùng của Ngân hàng TMCP Quân đội (MBBank), Techcombank và BIDV không ngừng được cải tiến nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng. Việc so sánh các sản phẩm cho vay tiêu dùng giữa MB, Techcombank và BIDV không chỉ giúp làm nổi bật đặc điểm riêng của từng ngân hàng mà còn phản ánh mức độ cạnh tranh trong lĩnh vực tài chính cá nhân. Dưới đây là bảng so sánh sản phẩm CVTD đang triển khai của MBBank với Techcombank và BIDV.

Bảng 2.5: So sánh sản phẩm CVTD giữa MBBank với Techcombank và BIDV

Tiêu chí	MB	Techcombank	BIDV
Đối tượng khách hàng	Khách hàng quân nhân, cán bộ nhà nước và khách hàng có thu nhập ổn định từ lương.	Khách hàng cá nhân đi làm hưởng lương (thu nhập từ 7 triệu/tháng) hoặc có lịch sử giao dịch tốt.	Khách hàng có thu nhập ổn định (lương, kinh doanh), đặc biệt ưu đãi cho cán bộ hưu trí, viên chức.
Giá trị khoản vay	- Tín chấp: lên đến 800tr - Thế chấp: 80% - 100% nhu cầu vốn	- Tín chấp: lên đến 1 tỷ - Thế chấp: 70% - 80% giá trị tài sản đảm bảo	- Tín chấp: Tối đa 500tr - Thế chấp: có thể lên đến 100% giá trị tài sản đảm bảo
Thời hạn vay	- Vay tín chấp: 12 – 60 tháng - Vay thế chấp: lên đến 35 năm	- Vay tín chấp: 1 – 60 tháng - Vay thế chấp: lên đến 20 năm	- Vay tín chấp: 12 đến 60 tháng - Vay thế chấp: lên đến 30 năm
Sản phẩm	-Vay tín chấp TD -Vay thế chấp TD -Vay mua ô tô -Vay mua đất thổ cư -Vay xây sửa nhà -Vay trang bị nội thất nhà ở -Gói vay đặc thù cho quân nhân,...	-Vay tín chấp TD -Vay thế chấp TD -Vay xây dựng/ sửa chữa nhà - Vay mua sắm ô tô,...	-Vay tín chấp TD -Vay thế chấp -Vay xây dựng/ sửa chữa nhà -Vay mua sắm ô tô - Vay du học,..

(Nguồn: Trang web MBBank, Techcombank, BIDV)

Qua bảng 2.5 ta thấy, MB có lợi thế cạnh tranh khá nổi bật trong hoạt động cho vay tiêu dùng. Ngân hàng cung cấp hạn mức vay tín chấp khá cao và thời hạn vay thế chấp dài hơn so với Techcombank và BIDV. Bên cạnh đó, các sản phẩm vay của MB đáp ứng nhiều nhu cầu như vay mua nhà, mua ô tô, sửa chữa nhà và các gói vay đặc thù

cho quân nhân. Đặc biệt sản phẩm CVTD của MB có thêm đối tượng khách hàng là quân nhân. Điều này giúp MB nâng cao khả năng thu hút khách hàng và tăng sức cạnh tranh trên thị trường. Một trong những lợi thế cạnh tranh lớn nhất của MB trong lĩnh vực CVTD chính là các sản phẩm ưu đãi riêng dành cho đối tượng khách hàng quân nhân. Đây là điểm khác biệt mà không nhiều ngân hàng trên thị trường có được do MB vốn là ngân hàng có nguồn gốc từ khối quân đội và có sự am hiểu sâu về nhu cầu tài chính của lực lượng vũ trang. Chính vì vậy, các sản phẩm vay tiêu dùng dành cho quân nhân tại MB không chỉ mang tính hỗ trợ tài chính mà còn thể hiện chính sách ưu tiên và tri ân đối với cán bộ, chiến sĩ đang công tác trong quân đội. MB hiện triển khai gói “Vay tín chấp tự động dành cho Quân nhân” với nhiều ưu đãi nổi bật như không yêu cầu tài sản bảo đảm, hạn mức vay cao và thời gian vay linh hoạt. Hạn mức cho vay có thể lên tới 1 tỷ đồng, mức vay cụ thể được xác định dựa trên cấp bậc quân hàm và thu nhập hàng tháng của khách hàng quân nhân.

Thời hạn vay kéo dài tối đa đến 60 tháng, giúp người vay chủ động hơn trong việc cân đối tài chính và trả nợ theo khả năng thu nhập thực tế. MB còn có lợi thế về chính sách lãi suất và phương thức trả nợ linh hoạt dành riêng cho quân nhân. Lãi suất của gói vay tín chấp quân nhân với mức tham khảo từ khoảng 9%/năm tùy từng thời kỳ và từng hồ sơ khách hàng. Hình thức trả nợ được áp dụng theo dư nợ giảm dần, giúp khách hàng giảm áp lực tài chính trong quá trình thanh toán khoản vay. Sản phẩm vay tiêu dùng của MB còn nổi bật ở tính linh hoạt về hình thức vay và tài sản bảo đảm. Ngân hàng hiện triển khai cả vay tín chấp không cần tài sản bảo đảm và vay tiêu dùng có tài sản bảo đảm, phù hợp với nhiều nhóm khách hàng khác nhau. Đối với khách hàng cần vay nhanh theo thu nhập hoặc uy tín cá nhân, sản phẩm vay tín chấp giúp tiếp cận nguồn vốn mà không cần thế chấp tài sản. Trong khi đó, các khoản vay có tài sản bảo đảm lại hỗ trợ hạn mức cao hơn và thời gian vay dài hơn để đáp ứng các nhu cầu tài chính lớn như mua ô tô, sửa chữa nhà dài hạn.

So với Techcombank và BIDV, sản phẩm cho vay tiêu dùng của MB có lợi thế nổi bật ở việc thiết kế riêng cho nhóm khách hàng quân nhân. MB xây dựng các gói vay tín chấp dựa trên thu nhập từ lương quân đội, cấp bậc và tính ổn định nghề nghiệp, qua đó giúp mở rộng hạn mức vay và tạo điều kiện tiếp cận vốn thuận lợi hơn cho lực lượng vũ trang. Trong khi đó, Techcombank và BIDV chủ yếu cung cấp các sản phẩm vay tiêu dùng phổ thông áp dụng chung cho nhiều nhóm khách hàng, chưa có sự chuyên biệt hóa

rõ rệt theo nghề nghiệp quân nhân. Tuy nhiên sản phẩm của MB chưa có sự khác biệt lớn so với các ngân hàng kia trong việc chưa có sản phẩm đặc thù tạo ưu thế cạnh tranh.

2.4.3.2. Tình hình chung cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Trong những năm gần đây, hoạt động cho vay tiêu dùng ngày càng giữ vai trò quan trọng trong chiến lược phát triển của các ngân hàng thương mại, góp phần đáp ứng nhu cầu chi tiêu, mua sắm và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân.

**Bảng 2.6: Tình hình chung cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà
giai đoạn 2023 – 2025**

Đvt: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền tăng/giảm	Tỷ lệ(%)	Số tiền tăng/giảm	Tỷ lệ(%)
Doanh số cho vay	788.377	100%	1.052.479	100%	1.353.724	100%	264.102	33,50	301.245	28,62
Cho vay tiêu dùng	151.665	19,24%	246.764	23,45%	405.274	29,94%	95.099	62,70	158.510	64,24
Doanh số thu nợ	665.777	100%	865.571	100%	1.114.718	100%	199.794	30,01	249.147	28,78
Cho vay tiêu dùng	124.649	18,72%	207.147	23,93%	321.039	28,80%	82.498	66,18	113.892	54,98
Dư nợ cuối kỳ	543.155	100%	730.063	100%	969.069	100%	186.908	34,41	239.006	32,74
Cho vay tiêu dùng	72.730	13,39%	111.987	15,34%	167.649	17,30%	39.257	53,98	55.662	49,70
Nợ xấu	3.844	100%	3.713	100%	3.643	100%	-131.08	-3,41	-69.86	-1,88
Cho vay tiêu dùng	399,13	10,38%	301,52	8,12%	280,01	7,69%	-97,61	-24,46	-21,51	-7,13
Tỷ lệ nợ xấu (%)	0,71		0,51		0,38		-		-	
Cho vay tiêu dùng	0,55		0,27		0,17		-		-	

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Quân đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà)

a. Doanh số cho vay tiêu dùng

Tổng doanh số CVTD tăng từ 151.665 triệu đồng năm 2023 lên 246.764 triệu đồng năm 2024, tương ứng tăng 95.099 triệu đồng mức tăng trưởng 62,70%. Đến năm 2025, tiếp tục tăng lên 405.274 triệu đồng, tăng thêm 158.510 triệu đồng tăng 64,24% so với năm 2024. Doanh số CVTD tại PGD có sự tăng trưởng cao trong giai đoạn 2023 - 2025, nguyên nhân là do Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà đã triển khai cho vay dành cho Quân nhân và cán bộ công nhân viên chức của các đơn vị trả lương qua MB, đây là bộ phận có nguồn thu ổn định từ các cơ quan, doanh nghiệp trả lương qua hệ thống ngân hàng, lương chuyển vào trích một phần thu nợ, hạn chế rủi ro tín dụng và thu nợ dễ dàng. Ngoài ra, việc nhà nước liên tục điều chỉnh tăng mức lương cơ sở cũng là nguyên nhân gia tăng nhu cầu mua sắm, chi tiêu phục vụ mục đích tiêu dùng của của đội ngũ cán bộ, công nhân viên. Điều này khiến lượng khách hàng có nhu cầu vay vốn tiêu dùng tăng lên vì khách hàng yên tâm vào mức thu nhập hiện tại và tương lai của bản thân dẫn đến doanh số CVTD của MB Sơn Trà ngày càng tăng. Hơn nữa, ngân hàng có các sản phẩm cho vay tiêu dùng phù hợp với nhu cầu khách hàng như cho vay mua ô tô, vay sửa chữa và trang bị nội thất nhà ở, vay mua đất thổ cư. Có thể nhận thấy tỷ trọng doanh số vay tiêu dùng so với doanh số cho vay của ngân hàng có sự tăng đáng kể từ năm 2023 đến năm 2025, với tỷ lệ tăng lần lượt là 19,24% trong năm 2023 và đạt 29,94% năm 2025. Nguyên nhân là do ngân hàng đẩy mạnh việc cho vay tiêu dùng qua các sản phẩm như: Gói tín dụng, "MB HOME LOAN – Vay mua nhà siêu tốc", hay ra mắt gói M. COMPANION dành cho khách hàng quân nhân. Các cán bộ tín dụng cũng đã hỗ trợ nhiệt tình cho khách hàng trong quá trình làm hồ sơ vay tại ngân hàng.

b. Doanh số thu nợ cho vay tiêu dùng

Doanh số thu nợ từ CVTD cũng có sự tăng trưởng đáng kể. Năm 2023, doanh số thu nợ CVTD đạt 124.649 triệu đồng, đến năm 2024 con số này tăng lên 207.147 triệu đồng tăng 82.498 triệu đồng so với năm 2023. Năm 2025, doanh số thu nợ CVTD đạt 321.039 triệu đồng tăng thêm 113.892 triệu đồng so với năm 2024. Như vậy, các chỉ số cho thấy MB Sơn Trà đang thực hiện tốt công tác quản lý và thu hồi nợ hiệu quả, công tác thẩm định của ngân hàng được cải thiện và giúp ngân hàng có nguồn vốn mới để cho vay. Để có được điều này là nhờ các cán bộ tín dụng đã theo sát và kiểm soát các khoản nợ, nhắc nhở khách hàng khi đến hạn trả nợ. Bên cạnh đó, có nhiều khách hàng cũng ý

thức trả nợ đầy đủ và đúng hạn để xây dựng lịch sử tín dụng tốt cho các khoản vay sau. Đồng thời ứng dụng app MBBank còn triển khai tích hợp các tính năng trả nợ và thu hồi nợ tự động từ tài khoản thanh toán, giúp giảm tỷ lệ nợ quá hạn và tăng tốc độ thu hồi nợ đúng hạn.

c. Dư nợ cho vay tiêu dùng

Do nền kinh tế ngày càng phát triển, mức sống được cải thiện, nguồn thu nhập ngày càng cao, nên nhu cầu mua sắm sản phẩm xa xỉ, nhà đất, ô tô, du học,... bắt đầu được người tiêu dùng quan tâm và khi chưa đủ tiềm lực tài chính họ sẽ tìm đến sự hỗ trợ từ ngân hàng. Dư nợ CVTD cũng tăng đáng kể. Năm 2023, dư nợ CVTD đạt 72.730 triệu đồng chiếm 13,39% tổng dư nợ chung. Năm 2024, con số này tăng lên 111.987 triệu đồng chiếm 15,34% tổng dư nợ, với mức tăng 39.257 triệu đồng tăng 53,98% so với năm 2023. Đến năm 2025, dư nợ CVTD đạt 167.649 triệu đồng, chiếm 17,30% tổng dư nợ, với mức tăng thêm 55.662 triệu đồng tăng 49,70% so với năm 2024. Sự tăng trưởng của dư nợ tại mảng cho vay tiêu dùng của PGD đã thu về những con số tích cực. Cho thấy hoạt động cho vay tiêu dùng của PGD ngày càng phù hợp với nhu cầu của khách hàng. Các chính sách về ưu đãi lãi suất tạo điều kiện thuận lợi cho người dân tiếp cận khoản vay nhiều hơn. Đồng thời cho thấy nhân viên tín dụng đã làm việc rất nghiêm túc trong khâu thẩm định khách hàng tốt.

d. Nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu của cho vay tiêu dùng

Đối với nợ xấu CVTD, năm 2023 là 399,13 triệu đồng chiếm 10,38% tổng nợ xấu. Năm 2024, nợ xấu CVTD giảm xuống 301,52 triệu đồng, chiếm 8,12% với mức giảm 97,61 triệu đồng tương ứng giảm 24,46%. Đặc biệt đến năm 2025, nợ xấu CVTD giảm xuống còn 280,01 triệu đồng, chiếm 7,69% tổng nợ xấu, giảm 21,51 triệu đồng tương ứng với 7,13% so với năm 2024. Mặc dù trong bối cảnh kinh tế còn nhiều biến động, việc vừa tăng trưởng doanh số vừa giảm sâu nợ xấu là một thành tựu rất ấn tượng. Nguyên nhân là do ngân hàng đã tăng cường quản lý rủi ro để giảm thiểu nợ xấu. Điều này bao gồm việc thực hiện các quy trình kiểm tra và đánh giá rủi ro một cách chặt chẽ, theo dõi các khoản vay và xử lý nợ xấu một cách nhanh chóng và hiệu quả. Nhìn vào bảng 2.5 ta thấy tỷ lệ nợ xấu CVTD đã giảm dần theo từng năm cụ thể: Năm 2023 tỷ lệ nợ xấu giảm từ 0,55% xuống 0,27% vào năm 2024, đến năm 2025 tỷ lệ nợ xấu còn 0,17%. Nguyên nhân trong việc giảm thiểu tỷ lệ nợ xấu là nhờ các cán bộ tín dụng đã đánh giá khách hàng đầy đủ trước khi cho vay. Điều này bao gồm việc kiểm tra lịch sử

tín dụng, thu nhập, và các chỉ số tài chính khác của khách hàng để đảm bảo khả năng trả nợ. Đồng thời nhân viên tín dụng còn bám sát, theo dõi tài chính khách hàng, kiểm tra kỹ chất lượng khoản vay, đôn đốc nhắc nhở khách hàng khi đến hạn trả nợ.

2.4.3.3. Tình hình cho vay tiêu dùng căn cứ vào mục đích vay tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Trong bối cảnh kinh tế xã hội ngày càng phát triển, nhu cầu vay tiêu dùng đã trở thành một phần quan trọng trong đời sống của nhiều người dân. Các khoản vay này không chỉ hỗ trợ tài chính tức thời mà còn góp phần cải thiện chất lượng cuộc sống, đáp ứng nhiều mục tiêu đa dạng từ mua sắm, sửa chữa nhà cửa, đầu tư vào giáo dục đến chi trả các chi phí y tế. Tính linh hoạt và sự tiện lợi của các sản phẩm cho vay tiêu dùng đã tạo ra một động lực mạnh mẽ cho sự tăng cường trong thị trường cho vay. Cho vay tiêu dùng theo mục đích vay được thể hiện qua bảng dưới đây:

**Bảng 2.7: Cho vay tiêu dùng theo mục đích vay tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà
giai đoạn 2023 – 2025**

Đvt: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền tăng/giảm	Tỷ lệ(%)	Số tiền tăng/giảm	Tỷ lệ(%)
Doanh số CVTD	151.665	100%	246.764	100%	405.274	100%	95.099	62,70%	158.510	64,24%
Cho vay mua, sửa chữa nhà	70.728	46,63%	149.154	60,44%	288.763	71,25%	78.426	110,88%	139.609	93,60%
Cho vay mua ô tô	51.427	33,91%	55.203	22,37%	60.322	14,88%	3.776	7,34%	5.119	9,27%
Cho vay mua đất thổ cư	18.521	12,21%	32.379	13,12%	40.546	10,00%	13.858	74,82%	8.167	25,22%
Cho vay khác	10.989	7,25%	13.028	5,28%	15.643	3,86%	2.039	18,55%	2.615	20,07%
Doanh số thu nợ CVTD	124.649	100%	207.147	100%	321.039	100%	82.498	66,18%	113.892	54,98%
Cho vay mua, sửa chữa nhà	75.774	60,79%	130.218	62,86%	231.949	72,25%	54.444	71,85%	101.731	78,12%
Cho vay mua ô tô	21.469	17,22%	34.508	16,66%	38.456	11,98%	13.039	60,73%	3.948	11,44%
Cho vay mua đất thổ cư	17.417	13,97%	30.571	14,76%	35.423	11,03%	13.154	75,52%	4.852	15,87%
Cho vay khác	9.989	8,01%	11.850	5,72%	15.211	4,74%	1.861	18,63%	3.361	28,36%
Dư nợ CVTD	72.730	100%	111.987	100%	167.649	100%	39.257	53,98%	55.662	49,70%
Cho vay mua, sửa chữa nhà	37.371	51,38%	56.947	50,85%	93.472	55,75%	19.576	52,38%	36.525	64,14%
Cho vay mua ô tô	22.555	31,01%	39.250	35,05%	50.320	30,02%	16.695	74,02%	11.070	28,20%
Cho vay đất thổ cư	8.638	11,88%	10.446	9,33%	15.634	9,33%	1.808	20,93%	5.188	49,66%
Cho vay khác	4.166	5,73%	5.344	4,77%	8.223	4,90%	1.178	28,28%	2.879	53,87%
Nợ xấu CVTD	399,13	100%	301,52	100%	280,01	100%	-97,61	-24,46%	-21,51	-7,13%
Cho vay mua, sửa chữa nhà	197,45	49,47%	141,18	46,82%	136,548	48,77%	-56,27	-28,50%	-4,632	-3,28%
Cho vay mua ô tô	117,36	29,40%	103,29	34,26%	90,425	32,29%	-14,07	-11,99%	-12,865	-12,46%
Cho vay mua đất thổ cư	48,31	12,10%	39,52	13,11%	37,526	13,40%	-8,79	-18,19%	-1,994	-5,05%
Cho vay khác	36,01	9,02%	17,53	5,81%	15,511	5,54%	-18,48	-51,32%	-2,019	-11,52%
Tỷ lệ nợ xấu CVTD(%)	0,55		0,27		0,17		-		-	
Cho vay mua, sửa chữa nhà	0,53		0,25		0,15		-		-	
Cho vay mua ô tô	0,52		0,26		0,18		-		-	
Cho vay mua đất thổ cư	0,56		0,38		0,24		-		-	
Cho vay khác	0,86		0,33		0,19		-		-	

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Quân đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà)

a. Doanh số cho vay tiêu dùng

Xét theo mục đích cho vay, khoản cho vay mua nhà và sửa chữa nhà chiếm tỷ trọng lớn nhất trong tổng CVTD. Năm 2023, doanh số cho vay này đạt 70.728 triệu đồng chiếm 46,63% trong tổng doanh số cho vay tiêu dùng, đến năm 2024 đạt 149.154 triệu đồng chiếm 60,44% trong tổng doanh số cho vay tiêu dùng. Năm 2025, doanh số cho vay mua nhà và sửa chữa nhà đạt 288.763 triệu đồng chiếm 71,25% trong tổng doanh số cho vay tiêu dùng, tăng thêm 139.609 triệu đồng tương ứng tăng 93,60% . Nguyên nhân là do nhu cầu mua nhà và sửa chữa nhà tăng lên với xu thế là an cư lạc nghiệp. Cùng với chính sách vay mua nhà hấp dẫn từ MB với gói vay ưu đãi dành cho người trẻ với tên gọi “ MB DREAM HOME”. Ngân hàng áp dụng chính sách cho vay lên đến 80% giá trị TSDB trong 35 năm cho phép khách hàng có thể kéo dài thời gian trả nợ với thu nhập chỉ từ 10 triệu đồng/tháng, không phải trả nợ gốc lên tới 5 năm/ chỉ trả 15% nợ gốc trong 10 năm đầu tiên, từ đó giảm thiểu áp lực trả gốc lãi hàng tháng. Các gói vay ưu đãi đang được MB Sơn Trà triển khai không chỉ góp phần san sẻ áp lực tài chính cho khách hàng trên hành trình xây dựng tổ ấm, mà còn là giải pháp để hỗ trợ việc nắm bắt cơ hội sở hữu nhà ở trong thời điểm như hiện nay. Đồng thời, Thành phố Đà Nẵng còn có rất nhiều dự án căn hộ cho mọi đối tượng khách hàng. Theo đó UBND thành phố Đà Nẵng có Quyết định số 767/QĐ-UBND về việc phê duyệt điều chỉnh kế hoạch phát triển nhà ở thành phố giai đoạn 2021-2025, dự kiến đầu tư xây dựng tối thiểu 25 dự án nhà ở xã hội với 11.569 căn hộ, dự kiến hoàn thành 7.097 căn hộ nhà ở xã hội với 507.681m2 sàn nhà ở. Cũng trong giai đoạn 2021-2025, dự kiến đầu tư xây dựng tối thiểu 102 dự án nhà ở thương mại, với 68.699 căn hộ, dự kiến hoàn thành 46.187 căn hộ nhà ở thương mại với 7.189.651 m2 sàn nhà ở. Nguồn cung nhà ở tăng mạnh đã tạo điều kiện thuận lợi thúc đẩy nhu cầu vay mua nhà nhờ đó tăng trưởng rõ rệt doanh số cho vay mua nhà, sửa chữa nhà của ngân hàng.

Khoản vay mua ô tô có sự biến động rõ rệt qua các năm. Năm 2023, doanh số cho vay này đạt 51.427 triệu đồng chiếm 33,91% trong tổng doanh số CVTD, năm 2024 tăng lên 55.203 triệu đồng chiếm 22,37% trong tổng doanh số CVTD. Đến năm 2025 đạt 60.322 triệu đồng chiếm 14,88% trong tổng doanh số CVTD. Qua bảng 2.6 có thể thấy tốc độ tăng trưởng doanh số CVTD của cho vay mua ô tô thấp và chậm lại. Nguyên nhân là do theo báo cáo của Hiệp hội Các nhà sản xuất ô tô Việt Nam, tháng 1 – 2025, các thành viên chỉ tiêu thụ được 18.800 chiếc, giảm mạnh đến 40% so với tháng 12 –

2024 lí do bởi vì việc kết thúc ưu đãi 50% lệ phí trước bạ đối với ô tô sản xuất, lắp ráp trong nước theo Nghị định số [10/2022/NĐ-CP](#) ngày 15/1/2022 của Chính phủ quy định về lệ phí trước bạ đã ảnh hưởng đến nhu cầu mua của người dân giảm xuống vì chi phí tăng lên, đồng thời Ngân hàng còn hạn chế trong việc marketing dẫn đến người dân ít tiếp cận được.

Doanh số cho vay mua đất thổ cư từ 18.521 triệu đồng vào năm 2023 lên 32.379 triệu đồng năm 2024 tương ứng tăng 13.858 triệu đồng tăng 74,82% so với năm 2023. Đến năm 2025 đạt 40.546 triệu đồng. Nguyên nhân do sau đại dịch nền kinh tế Việt Nam dần ổn định nên nhu cầu mua đất của người dân tăng lên. Song song đó, ngân hàng có các gói vay tốt như thời gian trả góp lên tới 35 năm và mức cho vay lên đến 80% giá trị tài sản đảm bảo dành cho sản phẩm vay mua đất thổ cư.

Cuối cùng, về doanh số cho vay khác cũng có sự tăng trưởng, từ 10.989 triệu đồng năm 2023 lên 13.028 triệu đồng vào năm 2024, tương ứng với mức tăng 2.039 triệu đồng tăng 18,55%. Đến năm 2025, đạt 15.643 triệu đồng tăng thêm 2.615 triệu đồng tăng 20,07% so với năm 2024. Cụ thể cho vay khác gồm vay chi phí học tập, vay du lịch cưới hỏi, vay online trên app MB. Nhìn vào bảng 2.7 có thể thấy tốc độ tăng trưởng của cho vay khác cao hơn cho vay mua ô tô nguyên nhân là do đặc điểm của cho vay khác là đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng, không yêu cầu hồ sơ phức tạp như vay mua ô tô, giá trị khoản vay nhỏ nên rủi ro được phân tán và được ngân hàng đẩy mạnh qua các kênh vay online.

Nhìn chung, các khoản cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội - CN Nam Đà Nẵng - PGD Sơn Trà đã tăng trưởng đều đặn qua các năm, phản ánh sự phát triển bền vững và sự gia tăng nhu cầu vay vốn của khách hàng. Điều này cho thấy ngân hàng đã có những chính sách hiệu quả trong việc hỗ trợ khách hàng và mở rộng hoạt động cho vay.

b. Doanh số thu nợ cho vay tiêu dùng

Nhìn vào bảng 2.7, doanh số thu nợ CVTD được tăng lên mạnh mẽ nhờ vào doanh số cho vay mua nhà và sửa chữa nhà tăng lên. Cụ thể cho vay mua nhà và sửa nhà tăng từ 75.774 triệu đồng chiếm 60,79% trong tổng doanh số thu nợ CVTD năm 2023 lên 130.218 triệu đồng chiếm 62,86% vào năm 2024, với mức tăng 54.444 triệu đồng tăng 71,85% so với năm 2023. Đến năm 2025, con số này đạt 231.949 triệu đồng, tăng thêm 101.731 triệu đồng tăng 78,12% so với năm 2024. Nguyên nhân là do thay vì đợi

khách hàng ra quầy, app MBBank cài đặt chế độ tự động quét số dư tài khoản thanh toán vào ngày đến hạn. Với số lượng người dùng App MB cực lớn, việc thu nợ diễn ra và đạt hiệu quả đối với những khách hàng có để tiền trong tài khoản đồng thời nhân viên tín dụng còn có chỉ tiêu thu hồi nợ, nếu không thu được nợ cũ, nhân viên sẽ bị giảm đánh giá hiệu quả. Điều này buộc nhân viên phải bám sát khách hàng để nhắc nợ liên tục.

Qua bảng 2.7 ta thấy mặc dù doanh số thu nợ của cho vay mua ô tô, cho vay mua đất thổ cư, cho vay khác tăng theo từng năm nhưng tỷ trọng lại thấp và giảm dần theo từng năm so với cho vay mua nhà và sửa chữa nhà. Nguyên nhân là do thời gian vay của các loại khoản vay khác nhau. Vay mua ô tô hoặc vay khác thường có thời gian ngắn hơn, nên ngân hàng thu nợ nhanh nhưng số tiền không lớn và không kéo dài lâu. Trong khi đó, vay mua nhà và sửa chữa nhà thường có thời gian dài hơn và số tiền vay lớn, nên mỗi năm ngân hàng thu được nhiều và ổn định hơn. Vì vậy, dù các khoản vay khác vẫn tăng nhưng tỷ trọng của chúng vẫn giảm so với vay mua nhà.

c. Dư nợ cho vay tiêu dùng

Xét theo mục đích cho vay: Dư nợ cho vay mua nhà và sửa chữa nhà chiếm tỷ trọng lớn nhất. Cụ thể mức tăng trưởng mạnh nhất cả về giá trị tuyệt đối và tương đối, từ 37.371 triệu đồng năm 2023 lên 93.472 triệu đồng năm 2025, tương ứng mức tăng trưởng lần lượt là 52,38% năm 2023 và 64,14% năm 2025. Điều này phản ánh rõ sự gia tăng mạnh mẽ trong nhu cầu sở hữu nhà ở, nhất là sau đại dịch, khi xu thế an cư được củng cố. MB Sơn Trà đã tận dụng tốt cơ hội thị trường, triển khai các gói vay mua nhà ưu đãi và thời hạn dài (15 -25 năm) đẩy mạnh cho vay tại các khu vực đô thị đang phát triển như Sơn Trà. Dư nợ cho vay mua ô tô cũng có sự tăng trưởng qua các năm. Năm 2023, dư nợ cho vay đạt 22.555 triệu đồng chiếm 31,01% trong tổng dư nợ CVTD. Tuy nhiên đến năm 2025 dư nợ cho vay mua ô tô tuy đạt 50.320 triệu đồng nhưng tỷ trọng lại giảm xuống còn 30,02% trong tổng dư nợ CVTD. Nguyên nhân là do tỷ trọng doanh số CVTD đối với ô tô giảm dẫn đến tỷ trọng dư nợ CVTD đối với ô tô giảm. Dư nợ cho vay mua đất thổ cư: Năm 2023, dư nợ cho vay đạt 8.638 triệu đồng chiếm 11,88% trong tổng dư nợ CVTD, đến năm 2025 đạt 15.634 triệu đồng chiếm 9,33% trong tổng dư nợ CVTD. Nguyên nhân là do khách hàng tăng tài sản dài hạn dưới hình thức bất động sản. Đối với nhiều khách hàng, bất động sản không chỉ là nơi ở mà còn là một hình thức đầu tư dài hạn, giúp bảo vệ tài sản trước lạm phát và có khả năng sinh lời trong tương lai. Đối với khoản cho vay khác dư nợ cũng tăng theo từng năm cụ thể năm 2023 đạt 4.166

triệu đồng đến năm đến năm 2025 đạt 8.223 triệu đồng. Điều đó cho thấy MB đang thực hiện đúng chiến lược ngân hàng bán lẻ số, ưu tiên sự nhanh chóng, tính phân tán rủi ro thay vì phụ thuộc vào các tài sản có giá trị lớn. MB Sơn Trà cần tích cực phát triển sản phẩm cho vay tiêu dùng một cách có hiệu quả đảm bảo sự phát triển cho vay tiêu dùng một cách bền vững, an toàn, mở rộng quy mô tín dụng.

Nhìn chung, các khoản dư nợ cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà đã tăng trưởng đều đặn qua các năm. Sự tăng trưởng này phản ánh nhu cầu vay vốn ngày càng cao của khách hàng và hiệu quả của ngân hàng trong việc mở rộng hoạt động cho vay.

d. Nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu

Nhìn vào bảng 2.7 ta thấy nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu của các mục đích vay có dấu hiệu giảm dần qua các năm. Diễn biến này cho thấy chất lượng tín dụng tiêu dùng tại MB Sơn Trà đang được cải thiện rõ rệt, đặc biệt nhờ vào nỗ lực quản trị rủi ro, nâng cao hiệu quả thu hồi nợ và kiểm soát sau giải ngân. Xét theo mục đích cho vay, nợ xấu của khoản vay mua nhà và sửa chữa nhà giảm cả về giá trị và tỷ lệ, dù dư nợ liên tục tăng qua các năm. Tỷ lệ nợ xấu giảm từ 0,53% năm 2023 xuống chỉ còn 0,15% năm 2025. Nguyên nhân là do người vay mua nhà thường có thu nhập vững vàng, tài sản thế chấp rõ ràng, MB kiểm soát tốt dòng tiền bằng hình thức giải ngân theo tiến độ công trình (móng, thô, hoàn thiện), kết hợp kiểm tra thực tế qua ảnh, video hoặc trực tiếp tại hiện trường, giúp hạn chế tối đa tình trạng sử dụng vốn sai mục đích hoặc chậm tiến độ. Nợ xấu vay mua ô tô cũng giảm từ 0,52% năm 2023 xuống 0,18% năm 2025. Nguyên nhân là vì nhiều khách hàng sử dụng xe vào mục đích kinh doanh (chạy Grab, vận tải cá nhân), tạo dòng tiền ổn định để trả nợ. Với các khoản vay tiêu dùng khác có sự giảm mạnh từ 0,86% năm 2023 xuống 0,19% năm 2025 tuy nhiên tỷ lệ nợ xấu nhóm này luôn đạt tỷ lệ nợ xấu cao hơn so với những mục đích khác nguyên nhân là do khi vay mua nhà hay xe, khách hàng sợ bị siết tài sản nên luôn ưu tiên trả nợ đúng hạn. Ngược lại, vay tiêu dùng tín chấp chỉ dựa vào uy tín cá nhân, nên khi gặp khó khăn tài chính, người vay dễ tâm lý chậm trả bù nợ hơn.

2.4.3.4. Tình hình cho vay tiêu dùng căn cứ vào thời hạn tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Cho vay tiêu dùng theo thời hạn là một trong những sản phẩm tín dụng quan trọng, giúp khách hàng cá nhân giải quyết nhanh chóng nhu cầu vốn cho đời sống, đảm bảo khả năng thanh toán và duy trì ổn định tài chính cá nhân. Các chỉ số dưới đây phản ánh tình hình cho vay tiêu dùng theo thời hạn của PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025.

**Bảng 2.8: Cho vay tiêu dùng theo thời hạn vay tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà
giai đoạn 2023 – 2025**

Đvt: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền tăng/giảm	Tỷ lệ(%)	Số tiền tăng/giảm	Tỷ lệ(%)
Doanh số CVTD	151.665	100%	246.764	100%	405.274	100%	95.099	62,70%	158.510	64,24%
Doanh số CVTD ngắn hạn	30.989	20,43%	33.028	13,38%	50.895	12,56%	2.039	6,58%	17.867	54,10%
Doanh số CVTD trung - dài hạn	120.676	79,57%	213.736	86,62%	354.379	87,44%	93.060	77,12%	140.643	65,80%
Doanh số thu nợ CVTD	124.649	100%	207.147	100%	321.039	100%	82.498	66,18%	113.892	54,98%
Doanh số thu nợ CVTD ngắn hạn	9.989	8,01%	11.850	5,72%	43.005	13,40%	1.861	18,63%	31.155	262,91%
Doanh số thu nợ CVTD trung - dài hạn	114.660	91,99%	195.297	94,28%	278.034	86,60%	80.637	70,33%	82.737	42,36%
Dư nợ CVTD	72.730	100%	111.987	100%	167.649	100%	39.257	53,98%	55.662	49,70%
Dư nợ CVTD ngắn hạn	4.166	5,73%	5.344	4,77%	6.795	4,05%	1.178	28,28%	1.451	27,15%
Dư nợ CVTD trung - dài hạn	68.564	94,27%	106.643	95,23%	160.854	95,95%	38.079	55,54%	54.211	50,83%
Nợ xấu CVTD	399,13	100%	301,52	100%	280,01	100%	-97,61	-24,46%	-21,51	-7,13%
Nợ xấu CVTD ngắn hạn	36,37	9,11%	18,73	6,21%	15,89	5,67%	-17,64	-48,50%	-2,84	-15,16%
Nợ xấu CVTD trung - dài hạn	362,76	90,89%	282,79	93,79%	264,12	94,33%	-79,97	-22,04%	-18,67	-6,60%
Tỷ lệ Nợ xấu CVTD (%)	0,55		0,27		0,17		-		-	
Tỷ lệ Nợ xấu CVTD ngắn hạn	0,87		0,35		0,23		-		-	
Tỷ lệ Nợ xấu CVTD trung-dài hạn	0,53		0,27		0,16		-		-	

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Quân đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà)

a. Doanh số cho vay tiêu dùng

Qua bảng 2.8, có thể thấy cho vay tiêu dùng trung – dài hạn luôn chiếm tỷ trọng cao hơn rất nhiều so với cho vay ngắn hạn trong cả 3 năm. Cụ thể: Năm 2023 là 120.676 triệu đồng chiếm 79,57% trong tổng doanh số CVTD lên 213.736 triệu đồng năm 2024 chiếm 86,62% với mức tăng 93.060 triệu đồng tăng 77,12% so với năm 2023 và đạt 354.379 triệu đồng năm 2025 chiếm 87,44% với mức tăng 140.643 triệu đồng tăng 65,80% so với năm 2024. Sự gia tăng này xuất phát từ việc nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng cá nhân chủ yếu phục vụ các mục đích có giá trị lớn và thời gian trả nợ dài, như mua nhà, sửa chữa nhà ở, mua ô tô hoặc đầu tư cho học tập, nên khách hàng thường lựa chọn khoản vay trung - dài hạn để phù hợp tài chính, giảm áp lực trả nợ từng kỳ.

Doanh số CVTD ngắn hạn năm 2023 đạt 30.989 triệu đồng chiếm 20,43% trong tổng doanh số CVTD. Đến năm 2024 đạt 33.028 triệu đồng tăng thêm 2.039 triệu đồng tương ứng tăng 6,58% so với năm 2023. Sang năm 2025 tiếp tục tăng lên 50.895 triệu đồng tương ứng tăng 17.867 triệu đồng tăng 54,10% so với năm 2024. Doanh số cho vay tiêu dùng ngắn hạn tăng qua từng năm chủ yếu do nhu cầu chi tiêu cá nhân của khách hàng ngày càng lớn, đặc biệt ở các khoản vay phục vụ mua sắm và sinh hoạt. Bên cạnh đó, ngân hàng triển khai nhiều sản phẩm vay linh hoạt như vay tín chấp trên app MB Bank cùng với thủ tục nhanh gọn, góp phần thu hút khách hàng và thúc đẩy doanh số tăng trưởng ổn định.

b. Doanh số thu nợ cho vay tiêu dùng

Doanh số thu nợ CVTD ngắn hạn tuy chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng doanh số thu nợ CVTD, nhưng vẫn duy trì sự ổn định qua các năm. Năm 2023 đạt 9.989 triệu đồng chiếm 8,01% trong tổng doanh số thu nợ CVTD, đến năm 2024 tăng lên 11.850 triệu đồng chiếm 5,72% với mức tăng 1.861 triệu đồng so với năm 2023. Đến năm 2025 đạt 43.005 triệu đồng chiếm 13,40% tương ứng tăng 31.155 triệu đồng so với năm 2024. Điều này cho thấy khả năng thu hồi nợ của PGD ngày càng tốt, các khoản vay được khách hàng thanh toán đúng hạn, đảm bảo nguồn thu nhập ổn định cho PGD.

Trong khi đó, doanh số thu nợ trung - dài hạn lại chiếm tỷ trọng lớn hơn. Năm 2023 đạt 114.660 triệu đồng chiếm 91,99% trong tổng doanh số thu nợ CVTD. Đến năm 2024 tăng lên 195.297 triệu đồng chiếm 94,28%, năm 2025 tăng lên 278.034 triệu đồng. Tuy nhiên tỷ trọng lại giảm xuống còn chiếm 86,60% trong tổng doanh số thu nợ CVTD. Nguyên nhân là sự ổn định trong sức mua và dòng tiền cá nhân đã góp phần làm cho

nhu cầu vay tiêu dùng trung - dài hạn tiếp tục duy trì xu hướng tăng, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng có phần chậm lại so với năm trước do khách hàng không còn phụ thuộc quá nhiều vào tín dụng dài hạn để đáp ứng nhu cầu chi tiêu thiết yếu.

c. Dư nợ cho vay tiêu dùng

Nhìn vào cơ cấu dư nợ CVTD giai đoạn 2023 - 2025, cho thấy sự tăng trưởng ở cả hai loại hình cho vay ngắn hạn và trung – dài hạn. Phản ánh nhu cầu tín dụng của cá nhân và hộ gia đình duy trì ở mức cao. Dư nợ CVTD ngắn hạn tăng từ 4.166 triệu đồng năm 2023 lên 5.344 triệu đồng năm 2024. Sang năm 2025, tiếp tục đạt 6.795 triệu đồng. Nguyên nhân của sự tăng trưởng mạnh mẽ này đến từ nhu cầu tiêu dùng ngắn hạn ngày càng cao của người dân, đặc biệt là chi tiêu sinh hoạt, tiêu dùng cá nhân, mua sắm thiết bị gia dụng. Trong khi đó, dư nợ CVTD trung - dài hạn tăng từ 68.564 triệu đồng năm 2023 lên 106.643 triệu đồng năm 2024, rồi đạt 160.854 triệu đồng năm 2025. Nhìn vào bảng 2.7 ta thấy dư nợ CVTD trung - dài hạn luôn chiếm tỷ trọng cao hơn CVTD ngắn hạn, nguyên nhân dẫn đến sự gia tăng này đến từ nhu cầu mua sắm nhà ở, xe cộ hoặc phục vụ sản xuất kinh doanh của cá nhân ngày càng nhiều. Sự ổn định của chất lượng tín dụng cũng tạo điều kiện thuận lợi đề ngân hàng mạnh dạn mở rộng hoạt động cho vay trung - dài hạn trong năm tiếp theo.

d. Nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu

Nhìn chung tỷ lệ nợ xấu của CVTD trong giai đoạn 2023 - 2025, cho thấy có xu hướng giảm đối với cả hai loại hình cho vay. Đối với CVTD ngắn hạn, tỷ lệ nợ xấu từ 0,87% năm 2023 rồi giảm xuống còn 0,23% năm 2025. Tương tự, nợ xấu của CVTD trung - dài hạn cũng có xu hướng giảm, từ 0,53% năm 2023 xuống còn 0,16% năm 2025. Qua bảng 2.7 cho thấy tỷ lệ nợ xấu của CVTD ngắn hạn và trung - dài hạn sụt giảm mạnh trong năm gần đây phản ánh việc ngân hàng đã tăng cường quản lý rủi ro hiệu quả, thực hiện tốt quá trình thu hồi nợ và xử lý nợ xấu hiệu quả. Tuy nhiên tỷ lệ nợ xấu của CVTD ngắn hạn lại luôn chiếm tỷ lệ cao hơn CVTD trung – dài hạn. Điều này cho thấy các khoản vay trung – dài hạn đã thực hiện tốt trong quá trình thu hồi nợ. Về CVTD ngắn hạn (thường là vay nhanh qua App, thẻ tín dụng hoặc thấu chi) có quy trình phê duyệt nhanh hơn CVTD trung – dài hạn dẫn đến sẽ có những hồ sơ có thu nhập không ổn định là rất lớn. Nhóm khách hàng này thường nhạy cảm với biến động kinh tế, chỉ cần một thay đổi nhỏ về thu nhập cũng có thể dẫn đến mất khả năng chi trả ngay lập tức.

2.4.3.5. Tình hình cho vay tiêu dùng căn cứ vào hình thức đảm bảo tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

Trong bối cảnh hiện nay, cho vay tiêu dùng đã trở thành một phần quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu tài chính của người tiêu dùng. Cho vay tiêu dùng bằng hình thức bảo đảm cho phép người vay sử dụng tài sản có giá trị như nhà đất, xe ô tô hay tài sản cá nhân khác làm bảo đảm khoản vay. Các chỉ tiêu cho vay tiêu dùng theo hình thức bảo đảm của MB Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025 được thể hiện qua bảng dưới đây:

Bảng 2.9: Cho vay tiêu dùng theo hình thức đảm bảo tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà
giai đoạn 2023 – 2025

Đvt: Triệu đồng

Chỉ tiêu	Năm 2023		Năm 2024		Năm 2025		Chênh lệch 2024/2023		Chênh lệch 2025/2024	
	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền	Tỷ trọng	Số tiền tăng/giảm	Tỷ lệ(%)	Số tiền tăng/giảm	Tỷ lệ(%)
Doanh số CVTD	151.665	100%	246.764	100%	405.274	100%	95.099	62,70%	158.510	64,24%
Đảm bảo BTS	136.653	90,10%	234.757	95,13%	389.231	96,04%	98.104	71,79%	154.474	65,80%
Đảm bảo KBTS	15.012	9,90%	12.007	4,87%	16.043	3,96%	-3.005	-20,02%	4.036	33,61%
Doanh số thu nợ CVTD	124.649	100%	207.147	100%	321.039	100%	82.498	66,18%	113.892	54,98%
Đảm bảo BTS	112.615	90,35%	197.762	95,47%	307.808	95,88%	85.147	75,61%	110.046	55,65%
Đảm bảo KBTS	12.034	9,65%	9.385	4,53%	13.231	4,12%	-2.649	-22,01%	3.846	40,98%
Dư nợ CVTD	72.730	100%	111.987	100%	167.649	100%	39.257	53,98%	55.662	49,70%
Đảm bảo BTS	66.012	90,76%	103.567	92,48%	158.107	94,31%	37.555	56,89%	54.540	52,66%
Đảm bảo KBTS	6.718	9,24%	8.420	7,52%	9.542	5,69%	1.702	25,33%	1.122	13,33%
Nợ xấu CVTD	399,13	100%	301,52	100%	280,01	100%	-97,61	-24,46%	-21,51	-7,13%
Đảm bảo BTS	360,107	90,22%	280,91	93,16%	266,217	95,07%	-79,20	-21,99%	-14,693	-5,23%
Đảm bảo KBTS	39,023	9,78%	20,61	6,84%	13,793	4,93%	-18,41	-47,18%	-6,817	-33,08%
Tỷ lệ nợ xấu CVTD(%)	0,55		0,27		0,17		-		-	
Đảm bảo BTS	0,55		0,27		0,17		-		-	
Đảm bảo KBTS	0,58		0,24		0,14		-		-	

(Nguồn: Ngân hàng TMCP Quân đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà)

a. Doanh số CVTD

Trong giai đoạn 2023 – 2025, hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà có sự chuyển dịch rõ nét về cơ cấu cho vay theo hình thức tài sản đảm bảo. Có thể thấy cả doanh số cho vay có tài sản đảm bảo và không có tài sản đảm bảo đều có sự biến động nhất định, tuy nhiên mức độ và xu hướng tăng trưởng giữa hai hình thức là hoàn toàn khác biệt.

Từ bảng 2.9 cho thấy hoạt động CVTD có TSĐB đã ghi nhận sự tăng trưởng trong những năm qua. Năm 2023, doanh số đạt 136.653 triệu đồng chiếm 90,10% trong tổng doanh số CVTD tăng lên 234.757 triệu đồng chiếm 95,13% năm 2024, với mức tăng 98.104 triệu đồng tăng 71,79%. Sang năm 2025, tiếp tục đạt mức 389.231 triệu đồng chiếm 96,04% với mức tăng 154.474 triệu đồng tăng 65,80% so với năm 2024. Sự gia tăng này phản ánh xu hướng đẩy mạnh hoạt động tín dụng có tài sản đảm bảo, cho thấy ngân hàng đang ưu tiên cấp tín dụng đối với nhóm khách hàng có khả năng bảo đảm nghĩa vụ trả nợ bằng tài sản hữu hình. MB Sơn Trà còn triển khai các gói vay hạn mức cao có thể đạt 70% - 80% giá trị tài sản đảm bảo cùng với thời hạn dài có thể lên tới 7 đến 20 năm phù hợp với các khoản vay lớn. Song song với đó, cho vay tín chấp cũng có sự biến động mạnh mẽ. Năm 2023, doanh số đạt 15.012 triệu đồng chiếm 9,90% trong tổng doanh số CVTD. Tuy nhiên đến năm 2024 giảm xuống còn 12.007 triệu đồng chiếm 4,87%, với mức giảm 3.005 triệu đồng (10,42%). Nguyên nhân là do quy trình thẩm định tại ngân hàng trở nên chặt chẽ và kéo dài hơn do để loại bỏ các hồ sơ ảo, bằng lương giả và tập trung vào tệp khách hàng chất lượng. Sang năm 2025, doanh số cho vay tín chấp lại tăng lên 16.043 triệu đồng chiếm 3,96% với mức tăng là 4.036 triệu đồng tăng 33,61%. Để đạt được kết quả này ngân hàng đã có các chính sách vay với thời hạn vay linh hoạt tối đa. Bên cạnh đó, MB Sơn Trà đã triển khai nhiều sản phẩm hấp dẫn, thu hút khách hàng như các gói vay Vay tín chấp cá nhân, Vay tín chấp dành cho cán bộ công nhân viên chức nhà nước, Vay tín chấp tự động dành cho Quân nhân,....

b. Doanh số thu nợ CVTD

Về doanh số thu nợ CVTD nhóm khách hàng có TSĐB đã ghi nhận sự tăng trưởng đáng kể. Năm 2023, doanh số đạt 112.615 triệu đồng chiếm 90,35% trong tổng doanh số thu nợ CVTD, năm 2024 tăng lên 197.762 triệu đồng chiếm 95,47% với mức tăng 85.147 triệu đồng so với năm 2023. Sang năm 2025, tiếp tục đạt mức 307.808 triệu đồng, với mức tăng 110.046 triệu đồng so với năm 2024. Sự gia tăng này cho thấy MB

Sơn Trà đã áp dụng hiệu quả các chính sách thu hồi nợ. Cán bộ tín dụng giám sát chặt chẽ các khoản nợ có rủi ro và nhắc nhở khách hàng về thời hạn trả nợ. Điều đó cho thấy cán bộ nhân viên của MB Sơn Trà đã quản lý tốt về công tác thu hồi nợ. Bên cạnh đó không ngừng tìm kiếm những khách hàng tiềm năng có nhu cầu vay tiêu dùng có TSDB và cùng với ý thức trả nợ của khách hàng đã góp phần tăng doanh số thu nợ của PGD. Đối với nhóm khách hàng cho vay tín chấp có doanh số thu nợ chậm hơn. Trong giai đoạn 2023 – 2025, doanh số thu nợ của nhóm này năm 2023 đạt 12.034 triệu đồng đến năm 2024 giảm xuống còn 9.385 triệu đồng. Tuy nhiên đến năm 2025 tăng lên 13.231 triệu đồng. Nguyên nhân là do tình hình kinh tế còn nhiều biến động khiến thu nhập của khách hàng bị không ổn định, dẫn đến mất khả năng thanh toán thực tế.

c. Dư nợ CVTD

Trong giai đoạn từ năm 2023 đến năm 2025, dư nợ từ hoạt động CVTD của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng - PGD Sơn Trà đã tăng trưởng đáng kể. Đối với khách hàng có TSDB, dư nợ CVTD đã tăng từ 66.012 triệu đồng vào năm 2023 lên 103.567 triệu đồng vào năm 2024, chiếm tỷ trọng từ 90,76% lên 92,48% tổng dư nợ CVTD. Đến năm 2025 đạt 158.107 triệu đồng chiếm 94,31% trong tổng dư nợ CVTD. Nguyên nhân là nhu cầu mua sắm các tài sản giá trị lớn như nhà ở và ô tô của người dân ngày càng tăng với xu thế an cư. Thời gian cho vay dài hạn 7 đến 20 năm giúp giảm áp lực trả nợ. Trong khi đó, dư nợ CVTD của khách hàng vay tín chấp cũng tăng. Năm 2023 đạt 6.718 triệu đồng đến năm 2024 đạt 8.420 triệu đồng. Năm 2025 tiếp tục tăng lên 9.542 triệu đồng. Sự tăng trưởng này là nhờ ngân hàng đã đưa ra các chính sách ưu đãi đối với vay tín chấp như gói vay: “Cho vay tín chấp cá nhân MBBank” “Vay tín chấp tự động dành cho Quân Nhân MBBank” giúp khách hàng tiếp cận được với nhiều gói sản phẩm MB hơn

d. Nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu

Giai đoạn 2023-2025, tình hình CVTD tại Ngân hàng TMCP Quân Đội - CN Nam Đà Nẵng - PGD Sơn Trà đã giảm rõ rệt về nợ xấu và tỷ lệ nợ xấu. Nhìn vào bảng 2.9 ta thấy tỉ lệ nợ xấu cho vay Đảm bảo BTS năm 2023 từ 0,55% giảm xuống còn 0,17% năm 2025. Điều đó thể hiện nhân viên tín dụng đã thực hiện tốt trong quá trình thu hồi nợ đồng thời về phía khách hàng tâm lý sợ mất tài sản buộc người vay phải ưu tiên nguồn lực tài chính để thanh toán đúng hạn, giúp giảm thiểu rủi ro quá hạn. Bên cạnh đó, nhờ quy trình định giá chặt chẽ MB có thể thu hồi vốn thông qua việc xử lý tài

sản nếu có rủi ro xảy ra. Về cho vay tín chấp tỷ lệ nợ xấu cũng có xu hướng giảm khi năm 2023 đạt 0,58% đến 2025 giảm xuống còn 0,14%. Nợ xấu cho vay tiêu dùng tín chấp giảm nhờ chiến lược tập trung vào chất lượng thay vì số lượng. Bằng cách siết chặt quy trình thẩm định đầu vào thông qua hệ thống chấm điểm tự động và ưu tiên tệp khách hàng có thu nhập ổn định, ngân hàng đã hạn chế tối đa các hồ sơ rủi ro.

2.4.4. Đánh giá hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2023 – 2025

2.4.4.1. Thành tựu

Những năm trở lại đây hoạt động tín dụng tiêu dùng của MB Sơn Trà có nhiều thành tựu phát triển, một phần do nhu cầu sinh hoạt của người dân càng ngày càng nâng cao, phần nữa là do ngân hàng cũng đã chú trọng đến việc mở rộng cho vay tiêu dùng.

Sản phẩm vay tiêu dùng đa dạng, đáp ứng nhiều nhu cầu khác nhau như vay mua sắm, vay mua ô tô, vay tiêu dùng có tài sản bảo đảm và các gói vay theo từng phân khúc khách hàng, giúp người dùng dễ dàng lựa chọn giải pháp tài chính phù hợp với hạn mức lên đến 800tr với thời hạn tới 60 tháng.

Doanh số CVTD duy trì có tốc độ tăng trưởng cao qua từng năm, song hành cùng việc kiểm soát nợ xấu vô cùng hiệu quả. Tỷ lệ nợ xấu của CVTD chiếm tỷ lệ thấp qua từng năm điều đó thể hiện các cán bộ tín dụng đã làm việc rất tốt trong quá trình thẩm định hồ sơ, đồng thời theo dõi đôn đốc khách hàng trả nợ đúng hạn, khách hàng có ý thức tốt trong việc trả nợ cho ngân hàng.

Doanh số cho vay mua nhà, sửa chữa nhà cũng tăng trưởng mạnh qua từng năm phù hợp với xu thế là an cư lạc nghiệp của người dân hiện nay. Nợ xấu và Tỷ lệ nợ xấu CVTD phân theo mục đích vay là cho vay mua nhà, sửa chữa nhà; cho vay mua ô tô; cho vay mua đất thổ cư, cho vay khác có sự giảm xuống rõ rệt qua từng năm điều đó thể hiện rằng ngân hàng đã làm rất tốt trong việc kiểm soát chất lượng nợ xấu.

Cho vay trung – dài hạn chiếm tỷ trọng chủ yếu với tốc độ tăng trưởng tốt qua các năm, phù hợp cho những khách hàng muốn vay để mua nhà và sửa chữa nhà từ đó tạo ra lợi nhuận tốt hơn nên được xem nguồn trả nợ thứ hai cho Ngân hàng.

Tốc độ tăng trưởng doanh số CVTD của Đảm bảo KBTS có sự chuyển biến tích cực qua từng năm nhờ vào MB Sơn Trà đã triển khai nhiều sản phẩm hấp dẫn, thu hút khách hàng hơn.

Tỷ trọng cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội - CN Nam Đà Nẵng - PGD Sơn Trà có xu hướng tăng dần qua các năm mặc dù tình hình kinh tế quốc gia có nhiều biến động trong những năm vừa qua, nhưng với kết quả vừa rồi đã chứng minh MB Sơn Trà đã nỗ lực rất nhiều để đem lại thành quả như vậy. Góp phần vào thành công đó chính là chính sách hoạt động hợp lý, đội ngũ cán bộ công nhân viên có năng lực và sự tin tưởng của khách hàng đem lại.

2.4.4.2. Hạn chế và nguyên nhân

Sản phẩm CVTD chưa tạo ra sự khác biệt lớn nên vẫn chưa có ưu thế để cạnh tranh với các ngân hàng khác.

Mặc dù doanh số CVTD tại PGD đã đạt được tốc độ tăng trưởng ấn tượng qua các năm, cho thấy nhu cầu thị trường ngày càng gia tăng và sự nỗ lực mở rộng của đơn vị, tuy nhiên tỷ trọng của CVTD trong tổng dư nợ tín dụng vẫn còn ở mức khá khiêm tốn trong tổng CVTD của PGD.

Doanh số CVTD của cho vay mua ô tô cao nhưng tỷ trọng có xu hướng tăng trưởng chậm lại và giảm dần qua từng năm trong khi thị trường đang phát triển. Nguyên nhân là do Ngân hàng còn hạn chế trong việc marketing dẫn đến người dân ít tiếp cận được đồng thời quy định về lệ phí trước bạ của Chính phủ đã ảnh hưởng đến quyết định của người mua vì chi phí tăng lên khi nền kinh tế ngày càng phát triển.

Tỷ lệ nợ xấu CVTD ngắn hạn cao hơn so với tỷ lệ nợ xấu CVTD trung – dài hạn trong khi doanh số CVTD ngắn hạn thấp hơn nhiều so với doanh số CVTD trung – dài hạn. Nguyên nhân dẫn đến sự hạn chế này là do các khoản vay ngắn hạn thường có quy trình xét duyệt nhanh, điều kiện đơn giản nhằm đáp ứng nhu cầu chi tiêu cấp bách của khách hàng, nên mức độ thẩm định có thể chưa chặt chẽ bằng các khoản vay trung – dài hạn.

Tỷ lệ nợ xấu của vay Đảm bảo KBTS lại nhỏ hơn tỷ lệ nợ xấu của vay Đảm bảo BTS vì một số khoản vay có tài sản đảm bảo lại phụ thuộc nhiều vào giá trị tài sản, nên khi khách hàng mất khả năng trả nợ hoặc tài sản giảm giá, nợ xấu dễ phát sinh hơn đồng thời việc xử lý tài sản đảm bảo khi khách hàng không trả nợ thường khó và mất thời gian, khiến nợ xấu ở nhóm này bị kéo dài.

Hoạt động quảng cáo vẫn còn nhiều hạn chế, chưa tiếp cận được nhiều các khách hàng tiềm năng ở địa bàn quận Sơn Trà. Nguyên nhân là do PGD vẫn còn sử dụng các phương pháp và chiến lược quảng cáo truyền thống như tại quầy, website, gọi điện dẫn

đến các việc quảng cáo thông tin về sản phẩm CVTD chưa được đạt hiệu quả mong muốn, các sản phẩm cho vay chưa được tiếp cận. Qua khảo sát của PGD thì hầu hết các khách hàng trả lời lúc đây không hề biết về sản phẩm của ngân hàng, chỉ khi họ đến ngân hàng để sử dụng dịch vụ đáp ứng nhu cầu thì mới được giới thiệu về các sản phẩm do ngân hàng cung cấp.

Đội ngũ nhân viên của MB Sơn Trà mặc dù khá đông đảo tuy nhiên chủ yếu là nhân viên trẻ còn thiếu kinh nghiệm về kỹ năng nghiệp vụ cũng như quá trình giao tiếp với khách hàng, vẫn còn hạn chế về kinh nghiệm thực tế nên có thể gặp khó khăn trong việc xử lý hồ sơ vay như đánh giá tín dụng chưa chính xác, lỗi trong quá trình kiểm tra giấy tờ dẫn đến phải bổ sung nhiều lần hoặc bị trả lại. Ngoài ra, nhân viên trẻ không chịu được áp lực từ khách hàng, từ lãnh đạo nên sự gắn bó không lâu dài dẫn đến PGD có tỷ lệ người trẻ nghỉ việc cao, lãng phí thời gian đào tạo.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Trong nội dung chương 2 khóa luận đã trình bày về thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội - CN Nam Đà Nẵng - PGD Sơn Trà. Từ việc phân tích tình hình huy động vốn và cho vay, tình hình hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng đã chỉ ra các chỉ tiêu đánh giá hoạt động cho vay: doanh số cho vay, doanh số thu nợ, dư nợ cho vay và nợ xấu. Thông qua đó khóa luận trình bày những kết quả đạt được, những hạn chế và nêu một số nguyên nhân dẫn đến các hạn chế đó. Từ những thực trạng đó đã đề ra những giải pháp, kiến nghị ở chương 3.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP QUÂN ĐỘI – CN NAM ĐÀ NẴNG – PGD SƠN TRÀ GIAI ĐOẠN 2026 - 2028

3.1. Định hướng đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026 – 2028

Giai đoạn 2026–2028, hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội– CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà được định hướng theo hướng phát triển ổn định, tăng trưởng gắn với an toàn tín dụng và phù hợp với nhu cầu thực tế của khách hàng trên địa bàn. Đơn vị tập trung mở rộng khách hàng cá nhân tại khu vực Sơn Trà và các vùng lân cận, đặc biệt là người lao động, hộ kinh doanh nhỏ và khách hàng có thu nhập ổn định. Công tác tìm kiếm khách hàng được đẩy mạnh thông qua việc phối hợp với các đối tác như cửa hàng xe máy, ô tô, bất động sản, cửa hàng điện máy và các đơn vị dịch vụ để giới thiệu sản phẩm vay tiêu dùng.

Bên cạnh đó, ngân hàng tiếp tục phát triển các sản phẩm vay phù hợp như vay mua nhà, vay mua xe, vay tiêu dùng phục vụ sinh hoạt với thủ tục đơn giản, dễ hiểu, thời gian giải ngân nhanh hơn để đáp ứng nhu cầu khách hàng. Việc ứng dụng công nghệ được tăng cường nhằm giúp khách hàng đăng ký vay, nộp hồ sơ và theo dõi khoản vay thuận tiện hơn qua kênh online.

Ngoài mục tiêu tăng trưởng, PGD cũng chú trọng kiểm soát rủi ro bằng cách thẩm định kỹ thông tin khách hàng, đánh giá khả năng trả nợ và theo dõi sát tình hình các khoản vay để hạn chế nợ xấu. Đồng thời, đơn vị nâng cao chất lượng phục vụ, đào tạo nhân viên về kỹ năng tư vấn và hỗ trợ khách hàng tốt hơn. Với các định hướng này, hoạt động cho vay tiêu dùng tại PGD Sơn Trà kỳ vọng sẽ phát triển bền vững, đáp ứng tốt nhu cầu người dân và góp phần nâng cao hiệu quả kinh doanh của ngân hàng.

Đối với MB Sơn Trà, thị trường cho vay tiêu dùng có tiềm năng rất lớn và là khu vực có sự cạnh tranh khốc liệt giữa các ngân hàng. Để đẩy mạnh dư nợ tín dụng khách hàng cá nhân thì mở rộng cho vay tiêu dùng là hướng giải quyết đúng đắn, với mục tiêu nâng cao tỷ trọng cho vay tiêu dùng trong tổng dư nợ cho vay khách hàng cá nhân. Cùng với việc tìm kiếm khách hàng mới, ngân hàng cần duy trì chăm sóc khách hàng cũ để giữ chân khách hàng tốt, hạn chế rủi ro và tạo nguồn khách hàng ổn định lâu dài cho ngân hàng.

Ngoài ra, PGD tiếp tục nâng cao hình ảnh và uy tín thông qua việc cải thiện chất lượng phục vụ tại quầy, thái độ giao tiếp của nhân viên và thời gian xử lý hồ sơ nhanh gọn. Những giải pháp này nhằm giúp hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển đều, ổn định và phù hợp với điều kiện thực tế của địa bàn Sơn Trà trong giai đoạn 2026–2028.

3.2. Bối cảnh kinh tế - pháp lý và tiền đề thực tiễn

Trong giai đoạn 2026 – 2028, hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quân đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà được triển khai trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam tiếp tục phục hồi và tăng trưởng, nhu cầu tiêu dùng của người dân ngày càng gia tăng. Thu nhập và mức sống được cải thiện đã làm tăng nhu cầu vay vốn phục vụ các mục đích như mua nhà, mua ô tô, sửa chữa nhà ở, học tập, y tế và chi tiêu cá nhân. Đặc biệt, quận Sơn Trà là khu vực phát triển mạnh về du lịch, thương mại và dịch vụ, tập trung đông dân cư và hộ kinh doanh cá thể, tạo điều kiện thuận lợi để mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng.

Bên cạnh đó, hoạt động tín dụng ngân hàng ngày càng được hoàn thiện thông qua Luật Các tổ chức tín dụng và các quy định của Ngân hàng Nhà nước về cho vay, quản trị rủi ro và chuyển đổi số. Điều này giúp hoạt động cho vay tiêu dùng được thực hiện minh bạch, an toàn và hiệu quả hơn. Đồng thời, xu hướng phát triển ngân hàng số, định danh điện tử và thanh toán không dùng tiền mặt cũng tạo điều kiện để các ngân hàng nâng cao chất lượng dịch vụ và đơn giản hóa thủ tục vay vốn.

Về phía Ngân hàng TMCP Quân đội, MB là một trong những ngân hàng có thế mạnh về ngân hàng bán lẻ và chuyển đổi số với nền tảng công nghệ hiện đại, sản phẩm tín dụng đa dạng và quy trình cho vay nhanh chóng. Đây là tiền đề quan trọng giúp MB – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà có điều kiện mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng, nâng cao khả năng cạnh tranh và gia tăng hiệu quả kinh doanh trong giai đoạn 2026 – 2028. Tuy nhiên, đơn vị cũng phải đối mặt với áp lực cạnh tranh ngày càng lớn từ các ngân hàng thương mại và công ty tài chính, đòi hỏi cần có các giải pháp phù hợp nhằm phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng một cách an toàn và bền vững.

3.3. Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026 – 2028

3.3.1. Tăng cường công tác huy động vốn

Để đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026 – 2028, giải pháp trọng tâm là tăng cường

công tác huy động vốn, đặc biệt nguồn vốn trung - dài hạn nhằm đảm bảo tính ổn định và chủ động trong cơ cấu nguồn vốn cho vay. Cụ thể, chi nhánh cần tập trung khai thác các dòng tiền có tính ổn định như lương của cán bộ, quân nhân, nhân viên doanh nghiệp và hộ kinh doanh tại khu vực Sơn Trà, từ đó khuyến khích khách hàng duy trì số dư tiền gửi kỳ hạn dài hơn thông qua các sản phẩm tiết kiệm linh hoạt theo thu nhập. Khi nguồn vốn trung dài hạn được cải thiện và ổn định hơn, ngân hàng sẽ có điều kiện chủ động hơn trong việc mở rộng các khoản vay tiêu dùng có kỳ hạn dài, phục vụ nhu cầu thực tế như mua nhà, sửa chữa nhà ở và tiêu dùng gia đình.

Ngoài ra, ngân hàng cần tập trung phát triển các sản phẩm huy động vốn trung - dài hạn có tính hấp dẫn cao như chứng chỉ tiền gửi kỳ hạn dài, tiết kiệm tích lũy cho mục tiêu tương lai (giáo dục, hưu trí, nhà ở), với cơ chế lãi suất linh hoạt theo kỳ hạn và số tiền gửi nhằm khuyến khích khách hàng duy trì dòng vốn ổn định trong thời gian dài. Việc thiết kế các sản phẩm này cần gắn với nhu cầu thực tế của dân cư khu vực Sơn Trà, nơi có tỷ lệ lao động trong lĩnh vực dịch vụ – du lịch cao. Tiếp đó, ngân hàng cần đẩy mạnh chiến lược thu hút nguồn vốn trung dài hạn thông qua việc mở rộng hợp tác với các doanh nghiệp, tổ chức trả lương qua tài khoản, các đơn vị hành chính sự nghiệp và trên địa bàn, nhằm khai thác dòng tiền ổn định từ tiền lương và quỹ phúc lợi chưa sử dụng ngay.

Việc gia tăng tỷ trọng vốn trung và dài hạn không chỉ giúp Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà đảm bảo cân đối thanh khoản, mà còn tạo điều kiện mở rộng mạnh mẽ hoạt động cho vay tiêu dùng một cách an toàn, hiệu quả và bền vững trong giai đoạn 2026 – 2028.

3.3.2. Đa dạng hóa sản phẩm tiêu dùng

Trong bối cảnh nhu cầu tài chính cá nhân tại địa bàn Sơn Trà ngày càng đa dạng và gắn liền với nhiều mục tiêu khác nhau trong đời sống, giải pháp đa dạng hóa sản phẩm cần được triển khai theo hướng mở rộng đầy đủ các nhóm nhu cầu chi tiêu thực tế của khách hàng, thay vì chỉ tập trung vào một số sản phẩm vay truyền thống. Cụ thể, chi nhánh cần phát triển các gói vay bao quát nhiều nhu cầu thực tế của khách hàng như vay du học nhằm hỗ trợ chi phí học tập và sinh hoạt cho học sinh – sinh viên; vay tiêu dùng cơ bản phục vụ các nhu cầu thiết yếu như y tế, cưới hỏi, du lịch hoặc chi tiêu đột xuất; vay mua chung cư, căn hộ dành cho nhóm khách hàng trẻ và hộ gia đình có nhu cầu an cư tại khu vực đô thị đang phát triển mạnh như Sơn Trà; và vay mua sắm, trang

thiết bị gia đình phục vụ việc trang bị nội thất, điện máy, phương tiện sinh hoạt nhằm nâng cao chất lượng cuộc sống. Việc thiết kế các sản phẩm theo từng mục đích cụ thể không chỉ giúp khách hàng dễ dàng lựa chọn gói vay phù hợp mà còn giúp ngân hàng mở rộng tệp khách hàng, tăng khả năng tiếp cận vốn và thúc đẩy tăng trưởng dư nợ cho vay tiêu dùng một cách ổn định, bền vững.

Ngoài ra, ngân hàng cũng cần phát triển các sản phẩm vay tiêu dùng hợp tác với các đối tác, chẳng hạn như vay trả góp tại điểm bán, vay mua hàng điện máy, nội thất, giáo dục hoặc du lịch thông qua liên kết với các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ. Việc kết hợp này không chỉ giúp mở rộng danh mục sản phẩm mà còn gia tăng tính tiện ích và khả năng tiếp cận vốn của khách hàng ngay tại điểm tiêu dùng.

3.3.3. Nâng cao chất lượng tín dụng và kiểm soát nợ xấu

Để đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng một cách an toàn và bền vững trong giai đoạn 2026 – 2028, PGD Sơn Trà cần đặc biệt chú trọng nâng cao chất lượng tín dụng và kiểm soát nợ xấu ngay từ đầu vào đến quá trình quản lý sau cho vay. Trước hết, ở khâu thẩm định, đơn vị cần thu thập và kiểm tra đầy đủ thông tin khách hàng như thu nhập, nghề nghiệp, lịch sử tín dụng và mục đích vay vốn, đảm bảo đánh giá đúng khả năng trả nợ trước khi quyết định cho vay. Việc áp dụng các tiêu chí xét duyệt rõ ràng, thống nhất và phù hợp với từng nhóm khách hàng sẽ giúp hạn chế rủi ro ngay từ ban đầu. Bên cạnh đó, cần tăng cường sử dụng các công cụ chấm điểm tín dụng và dữ liệu nội bộ để hỗ trợ quyết định cho vay chính xác hơn.

Trong quá trình cho vay, PGD cần thường xuyên theo dõi tình hình sử dụng vốn và khả năng trả nợ của khách hàng thông qua việc kiểm tra định kỳ, nhắc nợ đúng hạn và kịp thời phát hiện các dấu hiệu rủi ro như chậm trả, thu nhập giảm hoặc thay đổi công việc. Đối với các khoản vay có dấu hiệu quá hạn, cần chủ động liên hệ khách hàng để tìm hiểu nguyên nhân và có biện pháp xử lý phù hợp như cơ cấu lại thời hạn trả nợ hoặc hỗ trợ phương án trả nợ hợp lý. Đồng thời, đơn vị cần phân loại khách hàng theo mức độ rủi ro để có chính sách quản lý khác nhau, tránh tình trạng cho vay dàn trải, thiếu kiểm soát.

Ngoài ra, việc nâng cao trách nhiệm của cán bộ tín dụng cũng là yếu tố quan trọng. Nhân viên cần tuân thủ đúng quy trình, không bỏ qua các bước thẩm định và phải chịu trách nhiệm đối với chất lượng khoản vay do mình quản lý. Khi các biện pháp này được thực hiện nghiêm túc, PGD Sơn Trà sẽ kiểm soát được nợ xấu, nâng cao chất lượng

tín dụng và tạo nền tảng vững chắc để mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng trong giai đoạn tới.

Trong giai đoạn 2026 – 2028, Ngân hàng cần tận dụng tối đa dữ liệu từ App MBBank và lịch sử thanh toán hóa đơn điện, nước của khách hàng để đánh giá độ uy tín thay vì chỉ nhìn vào bảng lương. Việc nhân viên tín dụng trực tiếp xuống tận nhà, tận xưởng kinh doanh để xác định đúng thu nhập hay tình hình tài chính của người vay.

Để nợ xấu không phát sinh, MB Sơn Trà phải chuyển từ trạng thái đi đòi nợ sang nhắc nợ chủ động. Hệ thống quản lý cần tự động phân loại khách hàng, nếu thấy ai thường xuyên chậm trả nợ hoặc số dư tài khoản sụt giảm mạnh, nhân viên phải lập tức gọi điện hỏi thăm để nắm bắt tình hình kinh tế của họ. Hệ thống của MB cần tự động gửi tin nhắn nhắc nợ trên App hoặc gọi điện nhắc nhở khách hàng trước vài ngày khi đến hạn thanh toán. Đồng thời, mỗi nhân viên tín dụng phải có trách nhiệm kiểm tra thực tế định kỳ nơi ở và nơi làm việc của khách vay. Nếu phát hiện khách hàng có dấu hiệu trốn tránh hoặc dùng tiền vay sai mục đích, ngân hàng cần phối hợp ngay với các đơn vị liên quan để thu hồi tài sản, đảm bảo tỷ lệ nợ xấu luôn ở mức thấp nhất.

3.3.4. Tăng cường liên kết giữa Ngân hàng và các đại lý ô tô để tiếp cận khách hàng vay mua xe

Trong giai đoạn 2026 – 2028, để đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng, đặc biệt là cho vay mua ô tô, Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà cần tăng cường liên kết chặt chẽ với các đại lý kinh doanh ô tô trên địa bàn nhằm mở rộng khả năng tiếp cận khách hàng có nhu cầu vay vốn mua xe. Đây được xem là một trong những giải pháp mang tính thực tiễn và hiệu quả cao trong bối cảnh nhu cầu sở hữu ô tô phục vụ đi lại, kinh doanh vận tải và du lịch tại khu vực Đà Nẵng ngày càng gia tăng. Theo đó, ngân hàng cần chủ động ký kết các thỏa thuận hợp tác với các showroom và đại lý quy trình phối hợp đồng bộ giữa hai bên trong hoạt động tư vấn, tiếp nhận hồ sơ và giải ngân khoản vay. Thông qua sự liên kết này, khách hàng có thể được giới thiệu trực tiếp các gói vay mua xe ngay tại đại lý với thủ tục đơn giản, thời gian xét duyệt nhanh và nhiều chính sách ưu đãi về lãi suất, tỷ lệ cho vay hoặc thời hạn vay phù hợp với khả năng tài chính.

Bên cạnh đó, ngân hàng cần bố trí nhân sự tín dụng chuyên trách làm việc hoặc hỗ trợ trực tiếp tại các đại lý ô tô vào các thời điểm cao điểm bán hàng nhằm tư vấn chi tiết cho khách hàng về điều kiện vay vốn, phương án trả nợ và các hồ sơ cần thiết. Việc

hiện diện trực tiếp tại đại lý sẽ giúp ngân hàng tiếp cận khách hàng ngay từ khi phát sinh nhu cầu mua xe.

Ngân hàng nên thiết kế các poster gói vay rõ ràng, dễ hiểu, ví dụ: vay tối đa 70–80% giá trị xe, thời gian vay lên đến 84 tháng, với khách hàng có độ tuổi từ đủ 19 tuổi đến không quá 70 tuổi tại thời điểm kết thúc khoản vay. Hai bên có thể phối hợp làm chương trình khuyến mãi như giảm lãi suất, tặng bảo hiểm xe hoặc quà tặng khi khách vay qua ngân hàng ví dụ như tặng bình hoa, lịch treo tường,... Ngoài ra, cần hướng dẫn nhân viên bán xe nắm cơ bản về sản phẩm vay để giới thiệu cho khách đúng nhu cầu. Việc theo dõi chất lượng khoản vay cũng phải được chú trọng, chọn lọc khách hàng phù hợp để hạn chế rủi ro nợ xấu. Nếu thực hiện tốt các nội dung này, hoạt động cho vay mua ô tô sẽ tăng trưởng ổn định và đóng góp tích cực vào hoạt động cho vay tiêu dùng của đơn vị.

Ngân hàng cần duy trì mối quan hệ thường xuyên với các đại lý thông qua việc họp định kỳ, trao đổi thông tin về nhu cầu khách hàng, xu hướng thị trường và những khó khăn trong quá trình phối hợp để kịp thời điều chỉnh chính sách. Ngân hàng cũng có thể áp dụng cơ chế thưởng hoặc chia sẻ lợi ích cho đại lý khi giới thiệu được khách vay chất lượng, từ đó tạo động lực hợp tác lâu dài. Về phía khách hàng, nên tăng cường chăm sóc sau vay như nhắc lịch trả nợ, hoặc giới thiệu thêm các sản phẩm khác như thẻ tín dụng, bảo hiểm để gia tăng sự gắn kết. Ngoài ra, ngân hàng có thể tận dụng kênh online như website, mạng xã hội để quảng bá các gói vay mua xe, kết hợp với thông tin từ đại lý để tiếp cận đúng đối tượng có nhu cầu. Việc thu thập phản hồi từ khách hàng và đại lý cũng rất quan trọng, giúp ngân hàng cải thiện quy trình, nâng cao chất lượng phục vụ. Thực hiện đồng bộ các giải pháp này sẽ giúp hoạt động cho vay mua ô tô thông qua liên kết với đại lý trở nên hiệu quả, bền vững và phù hợp với điều kiện thực tế tại địa phương.

3.3.5. Tích cực hỗ trợ, tư vấn khách hàng trong quá trình làm thủ tục vay vốn

Trong giai đoạn 2026 – 2028, việc tích cực hỗ trợ và tư vấn khách hàng trong quá trình làm thủ tục vay vốn là một giải pháp quan trọng nhằm đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà. Cụ thể, ngân hàng cần chủ động tiếp cận khách hàng ngay từ khi phát sinh nhu cầu vay vốn, thông qua nhiều kênh như tại quầy giao dịch, điện thoại, mạng xã hội hoặc tại các điểm liên kết (đại lý, cửa hàng). Nhân viên tín dụng cần tư vấn rõ ràng, dễ hiểu về điều kiện

vay, lãi suất, thời hạn trả nợ và các loại giấy tờ cần chuẩn bị, tránh để khách hàng phải đi lại nhiều lần hoặc bổ sung hồ sơ nhiều lần gây mất thời gian. Đồng thời, ngân hàng nên xây dựng danh mục hồ sơ đơn giản, phù hợp với từng nhóm khách hàng như người làm công ăn lương, hộ kinh doanh nhỏ, nhằm tạo thuận lợi trong quá trình chứng minh thu nhập.

Bên cạnh đó, cần rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ bằng cách phân công rõ trách nhiệm từng khâu, tăng cường ứng dụng công nghệ trong tiếp nhận và phê duyệt hồ sơ để khách hàng sớm nhận được kết quả. Trong suốt quá trình vay, nhân viên cần thường xuyên theo dõi, hỗ trợ giải đáp thắc mắc và hướng dẫn khách hàng hoàn tất các thủ tục còn thiếu. Sau khi giải ngân, ngân hàng cũng nên duy trì liên hệ, nhắc lịch thanh toán, tư vấn các phương án xử lý khi khách hàng gặp khó khăn, từ đó tạo sự tin tưởng và gắn bó lâu dài. Ngoài ra, việc nâng cao kỹ năng giao tiếp, thái độ phục vụ chuyên nghiệp của nhân viên cũng là yếu tố quan trọng giúp cải thiện trải nghiệm khách hàng. Thực hiện tốt các nội dung này sẽ góp phần thu hút thêm khách hàng mới, giữ chân khách hàng cũ và nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay tiêu dùng tại đơn vị.

3.3.6. Đổi mới và mở rộng hoạt động truyền thông – marketing sản phẩm cho vay tiêu dùng

Trong giai đoạn 2026 – 2028, để đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng, Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà cần triển khai truyền thông, marketing theo hướng “đi đúng nơi, gặp đúng người, nói đúng nhu cầu”. Cụ thể, thay vì quảng bá chung chung, ngân hàng nên tập trung vào các khu vực có nhu cầu vay cao như khu dân cư đông đúc, chợ, khu du lịch, nơi tập trung người lao động và hộ kinh doanh nhỏ trên địa bàn Sơn Trà. Nhân viên có thể trực tiếp đến các điểm này để phát tờ rơi, tư vấn nhanh các gói vay nhỏ, thủ tục đơn giản, phù hợp với nhu cầu thực tế như vay sửa nhà, mua xe máy, bổ sung vốn kinh doanh.

Về kênh triển khai, ngân hàng nên kết hợp cả online và offline để tăng độ phủ. Đối với kênh online, cần duy trì hoạt động thường xuyên trên Facebook, Zalo, website với các bài viết giới thiệu sản phẩm, video ngắn hướng dẫn thủ tục vay, chia sẻ kinh nghiệm tài chính cá nhân... giúp khách hàng tiếp cận thông tin một cách tự nhiên. Đồng thời, có thể chạy quảng cáo theo khu vực địa lý (Đà Nẵng, đặc biệt quận Sơn Trà) để tiếp cận đúng đối tượng có nhu cầu. Với kênh offline, ngân hàng cần tận dụng vị trí

phòng giao dịch để treo banner, phát tờ rơi, tổ chức các chương trình tư vấn trực tiếp, hoặc tham gia các sự kiện địa phương nhằm tăng nhận diện thương hiệu.

Ngoài ra, việc liên kết truyền thông với các đối tác như đại lý ô tô, cửa hàng điện máy, doanh nghiệp trả lương qua ngân hàng là rất quan trọng, vì đây là nơi nhu cầu vay vốn phát sinh trực tiếp. Khi khách hàng đến mua hàng hoặc sử dụng dịch vụ, họ sẽ được giới thiệu ngay các gói vay phù hợp, từ đó tăng khả năng chuyển đổi thành khoản vay thực tế. Song song đó, ngân hàng cần triển khai các chương trình ưu đãi cụ thể (giảm lãi suất thời gian đầu, tặng quà) và truyền thông rõ ràng về thời gian áp dụng để tạo cảm giác cấp thiết, thúc đẩy khách hàng ra quyết định sớm.

Một điểm quan trọng khác là tận dụng dữ liệu khách hàng hiện hữu để thực hiện marketing trực tiếp. Ngân hàng có thể phân loại khách hàng theo thu nhập, nghề nghiệp, lịch sử giao dịch để gửi tin nhắn, email hoặc gọi điện giới thiệu sản phẩm phù hợp, thay vì quảng bá chung chung. Điều này vừa tiết kiệm chi phí vừa nâng cao hiệu quả tiếp cận. Cuối cùng, ngân hàng cần theo dõi, đánh giá hiệu quả từng kênh truyền thông (số lượng khách hàng quan tâm, số hồ sơ vay phát sinh, tỷ lệ giải ngân...) để điều chỉnh kịp thời. Việc phân tích cụ thể và triển khai đồng bộ các hoạt động marketing như trên sẽ giúp gia tăng đáng kể số lượng khách hàng vay tiêu dùng, góp phần thúc đẩy tăng trưởng tín dụng bền vững tại đơn vị.

3.3.7. Nâng cao hiệu quả quản lý và xử lý nợ đối với cho vay có tài sản bảo đảm

Để khắc phục tình trạng nợ xấu kéo dài ở nhóm cho vay có tài sản bảo đảm, PGD Sơn Trà cần nâng cao chất lượng công tác thẩm định và quản lý tài sản bảo đảm ngay từ giai đoạn xét duyệt khoản vay. Áp dụng đầy đủ bảng chấm điểm tín dụng theo dõi khách hàng về thu nhập, sự biến động của thị trường nhờ sử dụng kênh AL để phân tích. Ngân hàng cần thực hiện định giá tài sản sát với giá trị thị trường, thường xuyên cập nhật biến động giá của tài sản và kiểm tra đầy đủ tính pháp lý nhằm hạn chế rủi ro khi xử lý tài sản trong trường hợp khách hàng mất khả năng thanh toán.

Bên cạnh đó, PGD cần hạn chế tình trạng phụ thuộc quá nhiều vào giá trị tài sản bảo đảm mà phải chú trọng hơn đến khả năng trả nợ và nguồn thu nhập thực tế của khách hàng. Điều này giúp ngân hàng kiểm soát rủi ro tín dụng hiệu quả hơn, tránh tình trạng khoản vay được phê duyệt chủ yếu dựa trên giá trị tài sản thế chấp.

Ngoài ra, ngân hàng cần đẩy mạnh công tác quản lý và xử lý nợ thông qua việc theo dõi thường xuyên tình hình sử dụng vốn của khách hàng, chủ động nhắc nợ và hỗ

trợ khách hàng cơ cấu thời hạn trả nợ khi gặp khó khăn tạm thời. Đối với các khoản nợ xấu phát sinh, PGD cần phối hợp chặt chẽ với cơ quan pháp lý để đẩy nhanh quá trình xử lý tài sản bảo đảm, giảm thời gian thu hồi nợ và hạn chế tình trạng nợ xấu kéo dài. Điều này sẽ góp phần nâng cao chất lượng tín dụng và tạo nền tảng cho hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển an toàn, hiệu quả trong giai đoạn 2026 – 2028.

3.3.8. Tăng số lượng và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Hiện nay, số lượng nhân viên cho vay tiêu dùng của ngân hàng còn khá khiêm tốn, so với tiềm năng phát triển mạnh mẽ của cho vay tiêu dùng thì số lượng hiện nay không thể đáp ứng nhu cầu đó. Do đó PGD cần phải nhanh chóng tuyển dụng thêm các nhân viên cho vay tiêu dùng mới để đáp ứng nhu cầu cho khách hàng. Giúp cho việc đẩy mạnh cho vay tiêu dùng được dễ dàng hơn, có quy mô ngày một lớn hơn.

Nhân viên tín dụng cần hợp tác thêm nhiều với các cộng tác viên, vì các cộng tác viên là người mang lại thêm một nguồn khách hàng cho PGD. Tuy nhiên để tạo động lực cho CTV trong công tác, PGD nên có các chính sách hoa hồng cụ thể trên từng hợp đồng CVTD. Riêng đối với cộng tác viên họ sẽ được tăng thêm thu nhập, cải thiện tài chính và đối với sinh viên đang đi học hoặc mới ra trường sẽ tích lũy thêm được nhiều kinh nghiệm và trau dồi được kỹ năng khi làm việc...

Trình độ nghiệp vụ: PGD cần thường xuyên tổ chức các buổi hướng dẫn, bồi dưỡng kiến thức nghiệp vụ, trình độ trong thẩm định, chú trọng nghiệp vụ marketing, kỹ năng bán hàng, thương thảo hợp đồng và văn hóa trong kinh doanh. Định kỳ hàng tháng, có những chương trình học tập, trao đổi kinh nghiệm thực tế giữa lãnh đạo và nhân viên để bổ sung thông tin, trong đó từng phòng hoặc từng nhóm chịu trách nhiệm. Bên cạnh đó, đơn vị cần đào tạo đội ngũ nhân viên có kỹ năng công nghệ, khả năng tư vấn sản phẩm số và hỗ trợ khách hàng sử dụng các tiện ích ngân hàng điện tử.

3.3.9. Ứng dụng công nghệ số

Trong bối cảnh chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trong lĩnh vực tài chính – ngân hàng, việc ứng dụng công nghệ số vào hoạt động cho vay tiêu dùng là một trong những giải pháp quan trọng giúp Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng thị phần khách hàng cá nhân trong giai đoạn 2026 – 2028. Hiện nay, khách hàng ngày càng có xu hướng sử dụng các dịch vụ ngân hàng trực tuyến nhờ tính tiện lợi, nhanh chóng và tiết kiệm thời

gian. Vì vậy, việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số không chỉ giúp ngân hàng nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn góp phần tối ưu hóa quy trình cho vay, giảm chi phí vận hành.

Trước hết, PGD Sơn Trà cần đẩy mạnh quy trình cho vay tiêu dùng thông qua việc ứng dụng hệ thống định danh khách hàng điện tử, chữ ký số và hồ sơ vay vốn trực tuyến. Khách hàng có thể đăng ký vay, tải hồ sơ và theo dõi tình trạng xét duyệt khoản vay ngay trên ứng dụng ngân hàng số hoặc website của MB mà không cần đến trực tiếp quầy giao dịch. Điều này giúp rút ngắn thời gian xử lý hồ sơ, giảm thủ tục giấy tờ và nâng cao trải nghiệm khách hàng. Đồng thời, ngân hàng có thể tiếp cận nhiều khách hàng hơn, đặc biệt là nhóm khách hàng trẻ có thói quen sử dụng công nghệ và giao dịch trực tuyến.

Bên cạnh đó, ngân hàng cần tăng cường ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và dữ liệu lớn (Big Data) trong hoạt động phân tích, đánh giá và chấm điểm tín dụng khách hàng. Thông qua việc khai thác dữ liệu giao dịch, thu nhập, lịch sử tín dụng và hành vi tiêu dùng của khách hàng, hệ thống có thể hỗ trợ đánh giá khả năng trả nợ nhanh chóng và chính xác hơn. Điều này giúp PGD Sơn Trà nâng cao chất lượng thẩm định tín dụng, hạn chế rủi ro nợ xấu và đưa ra các gói vay phù hợp với từng nhóm khách hàng. Ngoài ra, công nghệ AI còn giúp ngân hàng tự động hóa một số khâu trong quy trình cho vay như kiểm tra thông tin khách hàng, cảnh báo rủi ro và nhắc lịch thanh toán, từ đó nâng cao hiệu quả quản lý tín dụng tiêu dùng đồng thời thông qua thói quen chi tiêu thẻ thanh toán có thể tư vấn sản phẩm vay phù hợp.

Một giải pháp quan trọng khác là phát triển và nâng cấp ứng dụng ngân hàng số MBBank nhằm tích hợp thêm nhiều tiện ích liên quan đến cho vay tiêu dùng. Ngân hàng có thể triển khai các tính năng như đăng ký vay online, phê duyệt khoản vay nhanh, tra cứu lịch trả nợ, thanh toán khoản vay tự động và tư vấn sản phẩm vay trực tuyến. Đồng thời, PGD Sơn Trà cần đẩy mạnh liên kết với các sàn thương mại điện tử, siêu thị, đại lý ô tô, cửa hàng điện máy và các đơn vị cung cấp dịch vụ để triển khai các chương trình vay tiêu dùng trực tuyến, trả góp hoặc thanh toán linh hoạt. Điều này không chỉ giúp mở rộng mạng lưới khách hàng mà còn tăng khả năng tiếp cận nhu cầu vay vốn thực tế của người dân trên địa bàn.

Ngoài việc phát triển công nghệ, ngân hàng cũng cần chú trọng đầu tư vào hệ thống bảo mật thông tin và an toàn dữ liệu khách hàng. Trong bối cảnh các giao dịch số ngày càng phổ biến, nguy cơ rò rỉ thông tin và tấn công mạng cũng gia tăng. Vì vậy,

PGD Sơn Trà cần phối hợp với hệ thống MB nâng cấp hạ tầng công nghệ, tăng cường các lớp bảo mật, xác thực giao dịch và giám sát rủi ro công nghệ nhằm đảm bảo an toàn cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ vay trực tuyến.

Công tác truyền thông và marketing số cũng cần được đẩy mạnh thông qua các nền tảng mạng xã hội, website và ứng dụng di động nhằm nâng cao nhận diện thương hiệu và thu hút khách hàng trẻ. Việc kết hợp giữa công nghệ số với chất lượng dịch vụ sẽ giúp ngân hàng tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững trong hoạt động cho vay tiêu dùng. Qua đó, đơn vị không chỉ nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh mà còn xây dựng hình ảnh ngân hàng hiện đại, chuyên nghiệp và thân thiện với khách hàng trong thời đại số.

3.4. Một số kiến nghị nhằm đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà giai đoạn 2026 -2028

3.4.1. Đối với cơ quan quản lý nhà nước

Mọi hoạt động trong nền kinh tế đều chịu sự quản lý vĩ mô của Nhà nước. Các chính sách của Nhà nước trong mỗi giai đoạn có thể tạo điều kiện cho một số ngành phát triển nhưng đồng thời lại hạn chế sự phát triển của ngành khác, tùy thuộc vào mục tiêu ở mỗi giai đoạn.

Khi nền kinh tế càng phát triển thì sự chênh lệch về thu nhập giữa các tầng lớp dân cư là rất lớn đặc biệt là giữa khu vực thành thị và nông thôn. Điều này ảnh hưởng không tốt đến hoạt động cho vay tiêu dùng vì một tỷ lệ lớn dân cư sống ở nông thôn là bộ phận có thu nhập thấp, khả năng chi trả cho các nhu cầu là rất hạn chế nhưng họ lại không thể đến ngân hàng để vay vì không đáp ứng được các điều kiện của ngân hàng. Vì vậy thiết nghĩ Nhà nước cần có sự đầu tư hợp lý ở khu vực này bằng việc xây dựng cơ sở hạ tầng, khuyến khích phát triển các ngành nghề truyền thống, có chính sách ưu đãi đối với các doanh nghiệp hoạt động trên địa bàn nhằm tạo công ăn việc làm ổn định đem lại thu nhập cho người dân

Nhà nước cần tạo điều kiện cho các NHTM trong việc đào tạo nguồn nhân lực có chất xám. Hệ thống ngân hàng luôn đòi hỏi đội ngũ cán bộ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, hăng say, nhiệt tình với công việc, luôn cập nhật và bổ sung kiến thức để có thể bắt kịp với sự phát triển mạnh mẽ của hoạt động ngân hàng. Do đó, đầu tư cho giáo dục mà cụ thể là đầu tư cho các trường có đào tạo chuyên ngành ngân hàng là điều kiện cần thiết để nâng cao trình độ cho cán bộ ngân hàng.

3.4.2. Đối với Ngân hàng nhà nước

NHNN là cơ quan đại diện cho Nhà nước trong lĩnh vực ngân hàng, trực tiếp chỉ đạo hoạt động của các ngân hàng, vì vậy NHNN đóng một vai trò quan trọng trong việc phát triển các hoạt động của ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng.

Ngân hàng Nhà nước cần sớm hoàn thiện và ban hành các văn bản pháp lý về hoạt động CVTD. Các NHTM hiện nay vẫn phải dựa vào các văn bản pháp luật tín dụng chung của nhà nước và tự xây dựng cho mình những quy định riêng về hoạt động này nhưng còn gặp nhiều khó khăn. Trong thời gian tới, NHNN cần ban hành các văn bản hướng dẫn cụ thể về hoạt động CVTD cũng như quy định về các loại hình sản phẩm, dịch vụ để tạo cơ sở pháp lý thống nhất và bảo vệ quyền lợi cho các NHTM.

Tăng cường công tác thanh tra, kiểm soát. Thực hiện thường xuyên công tác thanh tra, kiểm soát hoạt động CVTD dưới nhiều hình thức để kịp thời phát hiện và ngăn chặn những vi phạm tiêu cực trong hoạt động tín dụng nhằm đưa hoạt động CVTD ngân hàng vào đúng luật pháp. Chương trình thanh tra cần được xây dựng chi tiết, khoa học, thông tin được thu thập cần phân tích kỹ lưỡng, tránh mang tính hình thức, nội dung thanh tra nên được cải tiến sao cho chương trình thanh tra đảm bảo kiểm soát được NHTM.

3.4.3. Đối với Ngân hàng TMCP Quân Đội

Giao quyền chủ động hơn cho chi nhánh trong việc đào tạo, tập huấn nghiệp vụ, cử cán bộ đi đào tạo ngắn ngày tại nước ngoài để đáp ứng yêu cầu hội nhập. Cần tăng cường vai trò kiểm tra, kiểm toán nội bộ đối với từng chi nhánh trực thuộc nhằm chấn chỉnh các hoạt động của chi nhánh và phải tiến hành thường xuyên, toàn diện để phát hiện rủi ro tiềm ẩn trước, trong và sau khi cho vay.

MB nên đầu tư nhiều hơn cho hoạt động marketing ở mỗi chi nhánh: hỗ trợ chi nhánh thành lập phòng Marketing riêng độc lập hoặc tăng cường chi phí cho khâu tiếp thị và chăm sóc khách hàng. Việc này có tầm quan trọng rất lớn đối với chi nhánh trong việc mở rộng CVTD cũng như các hoạt động khác, giúp chi nhánh chủ động thực hiện chiến lược phát triển bán lẻ cũng như hoàn thành tốt kế hoạch kinh doanh.

3.4.4. Đối với khách hàng

Để góp phần đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – Chi nhánh Nam Đà Nẵng – Phòng Giao dịch Sơn Trà trong giai đoạn 2026 – 2028,

khách hàng cần nâng cao ý thức và trách nhiệm trong quá trình vay vốn và sử dụng vốn vay.

Khách hàng cần nâng cao hiểu biết về tài chính và tín dụng ngân hàng. Khách hàng nên chủ động tìm hiểu các thông tin liên quan đến sản phẩm vay tiêu dùng như: điều kiện vay vốn, lãi suất, thời hạn vay, phương thức trả nợ, phí phạt trả chậm và các điều khoản trong hợp đồng tín dụng.

Cung cấp hồ sơ và thông tin trung thực, đầy đủ cho ngân hàng. Trong quá trình vay vốn, khách hàng cần cung cấp chính xác các thông tin về thu nhập, nghề nghiệp, tài sản đảm bảo và mục đích sử dụng vốn. Điều này giúp ngân hàng rút ngắn thời gian thẩm định, nâng cao độ chính xác trong xét duyệt khoản vay và tạo sự tin tưởng giữa khách hàng với ngân hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Từ thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà trong thời gian vừa qua, cần đưa ra những giải pháp đẩy mạnh chất lượng cho vay tiêu dùng, tập trung xử lý những hạn chế ảnh hưởng không tốt đến chất lượng tín dụng của MB Sơn Trà.

Đồng thời cũng kiến nghị NHNN một số vấn đề để tạo lập một môi trường kinh doanh và quản trị rủi ro có hiệu quả, phát triển một hệ thống tài chính ổn định và bền vững. Sự nỗ lực của Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà cùng với sự hỗ trợ có hiệu quả của các cơ quan nhà nước có thẩm quyền, công tác quản lý cho vay tiêu dùng sẽ đáp ứng nhu cầu về tăng trưởng tín dụng an toàn và hiệu quả góp phần cho sự phát triển nhanh và bền vững của nền kinh tế Việt Nam trong quá trình hội nhập.

Do hạn chế về kiến thức thực tiễn nên có nhiều vấn đề em chưa phân tích sâu hơn trong bài viết này. Mong quý thầy cô, quý ngân hàng rộng lượng bỏ qua. Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn sự hướng dẫn tận tình của ThS.Vũ Hoàng Vy, các anh chị nhân viên tại MB Sơn Trà đã giúp em học được nhiều điều mới mà em chưa từng được học tại nhà trường, để em có thể hoàn thành bài khóa luận của mình một cách tốt nhất.

Em xin chân thành cảm ơn.

KẾT LUẬN

Hoạt động CVTD đã và đang thể hiện rõ tầm quan trọng của mình, không những đối với ngân hàng, người tiêu dùng mà còn với toàn bộ nền kinh tế. Trong xu thế hội nhập và mở cửa nền kinh tế cùng với sự phát triển của xã hội về mọi mặt thì CVTD là một xu thế tất yếu trong hoạt động của các NHTM, CVTD mang lại nguồn thu lớn và ổn định cho ngân hàng, tạo vị thế cũng như mở rộng mối quan hệ của ngân hàng với các cá thể trong nền kinh tế. Nhận thức được tầm quan trọng đó, giải pháp đẩy mạnh hoạt động CVTD đang là mối quan tâm của các nhà quản trị. Trên cơ sở nghiên cứu lý thuyết cơ bản, thực tiễn trong quá trình thực tập tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà được sự hướng dẫn tận tình của chị Trịnh Thị Trang cùng với các cô chú, anh chị cán bộ công tác tại chi nhánh, em đã đi sâu vào tìm hiểu, phân tích và đưa vào khóa luận những vấn đề sau với mong muốn giúp chi nhánh MB Sơn trà nói riêng và các NHTM Việt Nam nói chung trong việc đẩy mạnh và tiếp tục phát triển hơn nữa hoạt động CVTD:

Thứ nhất: Xây dựng hệ thống khái niệm về CVTD, các kiến thức về đặc điểm, vai trò, cũng như tầm quan trọng đối với toàn bộ nền kinh tế, từ đó cung cấp cho người đọc một cái nhìn khái quát và toàn diện về hoạt động CVTD.

Thứ hai: Nêu lên thực trạng hoạt động kinh doanh nói chung và thực trạng CVTD nói riêng tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà trong giai đoạn 2023 - 2025, từ đó đánh giá về những mặt đạt được và những hạn chế cần khắc phục.

Thứ ba: Trên cơ sở nghiên cứu lý thuyết và thực tiễn hoạt động tại Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà, khóa luận đã đề xuất một số giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động CVTD tại chi nhánh, đồng thời đưa ra các kiến nghị đối với Ngân hàng TMCP Quân Đội, đối với Ngân hàng nhà nước, đối với cơ quan quản lý nhà nước, đối với khách hàng để có thể thực hiện được các giải pháp đó.

Vậy để Ngân hàng TMCP Quân Đội nói chung và chi nhánh Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà nói riêng tiếp tục phát triển bền vững, khẳng định vị trí hàng đầu trong ngành ngân hàng, thì việc đẩy mạnh hơn nữa hoạt động CVTD là điều tất yếu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. PGS. TS. Nguyễn Minh Kiều, Nghiệp Vụ Ngân Hàng Hiện Đại, Đại học Mở TP. Hồ Chí Minh
2. PGS. TS. Nguyễn Thị Mùi, THS. Trần Cảnh Toàn, Giáo Trình Quản Trị Ngân Hàng Thương Mại, Học Viện Tài Chính
3. Ngân hàng TMCP Quân Đội – CN Nam Đà Nẵng – PGD Sơn Trà (2023 – 2025), Báo cáo tổng kết hoạt động kinh doanh và huy động vốn giai đoạn 2023 - 2025. Lưu hình ảnh nội bộ, Đà Nẵng
4. Luật tổ chức tín dụng 2024
5. Trang web của MBBank: <https://www.mbbank.com.vn/>
6. Trang web của Techcombank: <https://techcombank.com/>
7. Trang web của BIDV: <https://bidv.com.vn/>
8. Trang web: [Tập chí Ngân hàng](#)