

Luận văn tốt nghiệp: “Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam”

## MỤC LỤC

Lời nói đầu .....	1
<u>Chương I: Những vấn đề chung về cho vay tiêu dùng của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ Thương</u> .....	5
<u>1.1. Khái quát về hoạt động cho vay của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương</u> .....	5
1.1.1. Khái niệm cho vay .....	5
1.1.2. Đặc điểm .....	5
1.1.3. Vai trò của hoạt động cho vay của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương .....	5
1.1.4. Các hình thức cho vay của NHTM .....	6
1.2. Tổng quan về hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM .....	9
1.2.1. Lý do hình thành hoạt động cho vay tiêu dùng .....	9
1.2.2. Khái niệm cho vay tiêu dùng .....	12
1.2.3. Đặc điểm của cho vay tiêu dùng .....	12
1.2.4. Phân loại cho vay tiêu dùng .....	13
1.2.5. Lợi ích của cho vay tiêu dùng .....	17
1.2.6. Các nhân tố ảnh hưởng tới khả năng mở rộng cho vay tiêu dùng của NHTM .....	18
<u>Chương II: Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Ngân hàng thương mại Cổ phần kỹ thương Việt Nam</u> .....	22
2.1. Tổng quan về Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam Techcombank .....	22
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển Techcombank .....	22
2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Hội sở chính Techcombank .....	24
2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của Techcombank .....	25
2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của Techcombank .....	26
2.2. Hoạt động cho vay tiêu dùng ở Việt Nam .....	28
2.3. Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam .....	30
2.3.1. Khái quát về hoạt động cho vay tại Hội sở chính Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam .....	30

<u>2.3.2. Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Techcombank</u> .....	38
<u>2.4. Đánh giá về hoạt động cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Techcombank</u> .....	42
<u>Chương III: Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần kỹ thương</u> .....	48
<u>3.1. Định hướng phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại Hội sở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam</u> .....	48
<u>3.2. Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương</u> .....	50
<u>3.2.1. Tăng cường chiến lược marketing ngân hàng</u> .....	50
<u>3.2.2. Mở rộng mạng lưới của Ngân hàng</u> .....	61
<u>3.3. Áp dụng hệ thống tính điểm tín dụng đối với khách hàng</u> .....	62
<u>3.4. Không ngừng phát triển công nghệ Ngân hàng</u> .....	63
<u>3.5. Nâng cao số lượng cũng như chất lượng nguồn nhân lực</u> .....	64
<u>3.6. Một số kiến nghị</u> .....	66
<u>3.6.1. Kiến nghị đối với Nhà nước</u> .....	66
<u>3.6.2. Kiến nghị đối với Ngân hàng Nhà nước</u> .....	68
<u>Kết luận</u> .....	70
<u>Tài liệu tham khảo</u> .....	72

## LỜI NÓI ĐẦU

Ngân hàng là một trung gian tài chính, là một kênh dẫn vốn quan trọng cho toàn bộ nền kinh tế. Trong môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc hoàn thiện và mở rộng các hoạt động là hướng đi và phương châm cho các ngân hàng tồn tại và phát triển. Trong các hoạt động của ngân hàng có hoạt động cho vay, tuy nhiên từ xưa tới nay, các ngân hàng chỉ quan tâm tới cho vay các nhà sản xuất kinh doanh mà chưa quan tâm tới giai đoạn cuối cùng của quá trình sản xuất là tiêu dùng. Nếu chỉ cho vay sản xuất nhiều mà khách hàng không tiêu thụ được do người dân không có nhu cầu về hàng hóa đó hoặc có nhu cầu nhưng lại không có khả năng thanh toán thì tất yếu sẽ dẫn tới cung vượt quá cầu, hàng hóa bị tồn kho và ứ đọng vốn.

Từ thực tế đó cho thấy khi xã hội ngày càng phát triển, không chỉ có các công ty, doanh nghiệp là cần vốn để sản xuất kinh doanh, mở rộng thị trường mà hiện nay, các cá nhân cũng là những người cần vốn hơn bao giờ hết. Cuộc sống ngày càng hiện đại, mức sống của người dân cũng được nâng cao, cuộc sống giờ đây không chỉ bó hẹp trong “ăn no, mặc ấm” mà đã dần chuyển sang “ăn ngon, mặc đẹp” và cũng còn biết bao nhu cầu khác cần phải được đáp ứng. Giờ đây, tâm lý của người dân coi việc đi vay là muốn sử dụng hàng hóa trước khi có khả năng thanh toán. Đáp ứng lòng mong mỏi của người dân, các ngân hàng đã phát triển một hoạt động cho vay mới, đó là cho vay tiêu dùng, một mặt vừa tạo thêm thu nhập cho chính ngân hàng, mặt khác giúp đỡ cho các cá nhân có được nguồn vốn để cải thiện cuộc sống của mình.

Sau một thời gian thực tập, tìm tòi và học hỏi tại Hội sở chính Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam – Techcombank, em nhận thấy Ngân hàng đã bắt đầu quan tâm tới hoạt động cho vay tiêu dùng nhưng hoạt động này vẫn chưa thực sự trở thành hoạt động lớn của Ngân hàng.

Chính vì vậy, việc tiếp tục nghiên cứu và đưa ra các giải pháp để phát triển nghiệp vụ cho vay tiêu dùng sẽ có ý nghĩa về phương diện lý luận và thực tiễn đối với sự đa dạng hóa hoạt động của ngân hàng. Do đó, em đã lựa chọn đề tài “Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam” làm đề tài nghiên cứu của mình.

Nội dung đề tài bao gồm ba chương:

Chương I: Những vấn đề chung về cho vay tiêu dùng của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

Chương 2: Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

Chương 3: Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

Phạm vi của đề tài là nghiên cứu hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam từ năm 2001 tới năm 2004. Trên cơ sở lý luận và thực tiễn, bài viết đưa ra một số ý kiến nhằm phát triển hoạt động này tại ngân hàng.

Để hoàn thiện đề tài này, em đã nhận được sự giúp đỡ vô cùng nhiệt tình và quý báu của cô giáo Th.S. Phạm Hồng Vân. Bên cạnh đó, trong thời gian thực tập, em cũng được sự giúp đỡ tận tình của các anh chị Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.

Em xin chân thành cảm ơn và mong tiếp tục nhận được sự chỉ bảo của các thầy cô và các anh chị ngân hàng.

## CHƯƠNG I

### NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ CHO VAY TIÊU DÙNG CỦA NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN KỸ THƯƠNG

#### **1.1. Khái quát về hoạt động cho vay của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương.**

##### ***1.1.1. Khái niệm cho vay***

Cho vay là phương thức tài trợ có tính truyền thống của nghề Ngân hàng. Hình thức biểu hiện cụ thể là: Ngân hàng chuyển tiền trực tiếp cho khách hàng sử dụng theo yêu cầu hoặc mục đích tiêu dùng của khách hàng khi khách hàng đáp ứng được các yêu cầu của Ngân hàng đặt ra.

##### ***1.1.2. Đặc điểm***

Ngân hàng đáp ứng cho tất cả các khách hàng sử dụng vốn nhưng khách hàng phải đáp ứng được các điều kiện của Ngân hàng đặt ra.

- Qui mô của các hợp đồng cho vay từ nhỏ đến lớn, với nhu cầu vay nhỏ đến các dự án lớn mức rủi ro cao hay thấp, mức thu hồi vốn như thế nào, tài sản thế chấp và uy tín của khách hàng ra sao sẽ ảnh hưởng đến mức lãi suất ngân hàng qui định cụ thể. Ngoài ra với thời gian sử dụng vốn khác nhau thì lãi suất cũng sẽ khác nhau.

##### ***1.1.3. Vai trò của hoạt động cho vay của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương.***

- Đối với ngân hàng

Cho vay là hoạt động chính của Ngân hàng, đây là hoạt động mang lại lợi nhuận cho Ngân hàng.

Cho vay của Ngân hàng lớn mà mức dư nợ thấp chứng tỏ Ngân hàng làm ăn có hiệu quả, uy tín của Ngân hàng rất lớn. Cho vay của Ngân hàng càng ngày chứng tỏ nhiều người đã biết đến Ngân hàng. Như vậy vấn đề huy động vốn, hoặc huy động các nguồn tiền nhàn rỗi trong dân cư gửi vào

ngân hàng nhiều hơn. Từ đó tạo điều kiện mở rộng mạng lưới của Ngân hàng nhờ đó ngày càng phát triển và sẽ càng ngày càng đa dạng hóa các hình thức cho vay từ đó mà nâng cao thu nhập cho ngân hàng.

- Đối với khách hàng.

Nhờ có Ngân hàng cho vay mà khách hàng sẽ có thể thực hiện được những dự định, dự án của mình. Do vậy mang lại lợi nhuận cho khách hàng hay giải quyết được các vấn đề mà khách hàng gặp phải trong vấn đề đột xuất, cấp bách.

Tuy vậy khách hàng cần phải tính toán đến khả năng chi trả để việc chi tiêu sẽ hợp lý.

- Đối với nền kinh tế

Cho vay của Ngân hàng sẽ làm cho khách hàng thực hiện được các dự án của mình, như vậy rất tốt trong việc thúc đẩy nhanh tốc độ tiêu thụ hàng hóa, tạo thêm cây ăn việc làm cho xã hội tạo khả năng lưu thông vốn nhanh, từ đó thúc đẩy nền kinh tế phát triển và tăng trưởng.

#### ***1.1.4. Các hình thức cho vay của NHTM.***

Phân loại cho vay là việc sắp xếp các khoản cho vay theo từng nhóm dựa trên một số tiêu thức nhất định. Việc phân loại cho vay có cơ sở khoa học là tiền đề để thiết lập các quy trình cho vay thích hợp và nâng cao hiệu quả quản trị rủi ro tín dụng. Phân loại cho vay dựa vào các căn cứ sau đây:

##### ***1.1.4.1. Theo thời hạn cho vay***

- Cho vay ngắn hạn: Loại cho vay này có thời hạn dưới 12 tháng và được sử dụng để bù đắp sự thiếu hụt vốn lưu động của các doanh nghiệp và các nhu cầu chi tiêu ngắn hạn của cá nhân.

- Cho vay trung hạn: Là các khoản vay có thời hạn từ một năm đến năm năm. Cho vay trung hạn chủ yếu được sử dụng để đầu tư mua sắm tài sản cố định, cải tiến hoặc đổi mới thiết bị, công nghệ, mở rộng sản xuất kinh doanh, xây dựng các dự án mới có quy mô nhỏ và thời gian thu hồi

vốn nhanh. Bên cạnh đầu tư cho tài sản cố định, cho vay trung hạn còn là nguồn hình thức vốn lưu động thường xuyên của các doanh nghiệp, đặc biệt là những doanh nghiệp mới thành lập.

- Cho vay dài hạn: là loại cho vay có thời hạn trên năm năm. Đây là loại hình được cung cấp để đáp ứng các nhu cầu dài hạn như xây dựng nhà ở, các thiết bị, phương tiện vận tải có quy mô lớn, xây dựng các xí nghiệp mới.

### *1.1.4.2. Theo mục đích vay*

- Cho vay kinh doanh: là loại tín dụng cấp cho các nhà doanh nghiệp, các chủ thể kinh doanh để tiến hành sản xuất và lưu động hàng hóa.

- Cho vay tiêu dùng: là loại cho vay để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng của các cá nhân như mua sắm nhà cửa, xe cộ...

### *1.1.4.3. Cho vay đối với người tiêu dùng*

Cho vay tiêu dùng được bắt đầu từ các hãng bán lẻ do nhu cầu đẩy mạnh tiêu thụ hàng hoá, hình thức cho vay tiêu dùng của các hãng là bán trả góp.

- Cơ sở cho vay tiêu dùng

Nhu cầu vay tiêu dùng gia tăng mạnh mẽ gắn liền với nhu cầu về hàng tiêu dùng lâu bền như nhà, xe, đồ gỗ sang trọng, nhu cầu du lịch... Đối với lực lượng khách hàng rộng lớn.

- Nhiều hãng lớn tự tài trợ chủ yếu bằng phát hành cổ phiếu và trái phiếu. Nhiều công ty tài chính cạnh tranh với ngân hàng trong cho vay làm thị phần cho vay các doanh nghiệp của ngân hàng bị giảm sút buộc ngân hàng phải mở rộng thị trường cho vay tiêu dùng để gia tăng thu nhập.

- Người tiêu dùng có thu nhập đều đặn để trả nợ ngân hàng một số trường hợp người tiêu dùng có thu nhập khá hoặc cao, thu nhập tương đối ổn định. Vay tiêu dùng giúp họ nâng cao mức sống, tìm kiếm công việc có mức thu nhập cao hơn.



*1.1.4.4. Theo mức độ tín nhiệm đối với khách hàng.*

- Cho vay không có bảo đảm: là loại cho vay không có tài sản cầm cố, thế chấp hoặc bảo lãnh của người thứ ba, mà việc cho vay chỉ dựa vào uy tín của bản thân khách hàng đó. Đối với những khách hàng tốt, trung thực trong kinh doanh, có khả năng tài chính mạnh, quản trị hiệu quả thì ngân hàng có thể cấp tín dụng dựa vào uy tín của bản thân kỹ thuật mà không cần một nguồn thu nợ bổ sung thứ hai.

- Cho vay có bảo đảm: 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. Sự bảo đảm này là căn cứ pháp lý để ngân hàng có thêm một nguồn thu nợ bổ sung cho nguồn thu nợ thứ nhất thiếu chắc chắn.

*1.1.4.5. Theo đối tượng tham gia quy trình cho vay*

- Cho vay trực tiếp: Ngân hàng cấp vốn trực tiếp cho người có nhu cầu, đồng thời người đi vay trực tiếp hoàn trả nợ vay cho ngân hàng.

- Cho vay gián tiếp: là hình thức cho vay thông qua các tổ chức trung gian. Ngân hàng cho vay qua các tổ, đội, hội, nhóm như nhóm sản xuất, Hội nông dân, Hội cựu chiến binh, Hội phụ nữ... Các tổ chức này thường liên kết các thành viên theo một mục đích riêng, song chủ yếu đều hỗ trợ lẫn nhau, bảo vệ quyền lợi cho mỗi thành viên.

Ngân hàng có thể chuyển một vài khâu của hoạt động cho vay sang các tổ chức trung gian như thu nợ, phát tiền vay... Tổ chức trung gian cũng có thể đứng ra bảo đảm cho các thành viên vay, hoặc các thành viên trong nhóm bảo lãnh cho một thành viên vay. Điều này rất thuận tiện khi người vay không có hoặc không đủ tài sản thế chấp.

Ngân hàng cũng có thể cho vay thông qua người bán lẻ các sản phẩm đầu vào của quá trình sản xuất. Việc cho vay theo cách này sẽ hạn chế người vay sử dụng tiền sai mục đích.

***1.1.4.6. Theo phương thức cho vay***

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

- Cho vay theo hạn mức: Đây là nghiệp vụ tín dụng theo đó ngân hàng thỏa thuận cấp cho khách hàng hạn mức tín dụng. Hạn mức tín dụng có thể tính cho cả kỳ hoặc cuối kỳ. Đó là số dư tối đa tại thời điểm tính.

Hạn mức tín dụng được cấp trên cơ sở kế hoạch sản xuất kinh doanh, nhu cầu vốn và nhu cầu vay vốn của khách hàng. Trong kỳ khách hàng có thể vay trả nhiều lần, song dư nợ không được vượt quá hạn mức tín dụng. Một số trường hợp ngân hàng quy định hạn mức cuối kỳ. Dư nợ trong kỳ có thể lớn hơn hạn mức. Tuy nhiên đến cuối kỳ, khách hàng phải trả nợ để giảm dư nợ sao cho dư nợ cuối kỳ không được vượt quá hạn mức.

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

**1.2. Tổng quan về hoạt động cho vay tiêu dùng của NHTM**

***1.2.1. Lý do hình thành hoạt động cho vay tiêu dùng***

Cho vay là hoạt động cơ bản của các Ngân hàng Thương mại. Tuy nhiên, từ xưa tới nay, các ngân hàng mới chỉ quan tâm đến cho vay các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng hóa mà chưa thực sự chú ý tới nhu cầu vay tiêu dùng của người dân.

Cuộc sống ngày càng phát triển, nhu cầu vay tiêu dùng gia tăng mạnh mẽ gắn liền với nhu cầu về hàng tiêu dùng lâu bền như nhà, xe, đồ gỗ sang trọng, nhu cầu du lịch... đối với lực lượng kỹ thuật rộng lớn. Nếu ta lập một bảng thống kê những nhu cầu của một đời người thì đó là một con số vô hạn, đó là những nhu cầu từ đơn giản như được ăn, mặc, học hành đến những nhu cầu phức tạp hơn như du lịch, vui chơi giải trí, nhu cầu được tôn trọng... Tuy nhiên, để nhu cầu được đáp ứng đúng lúc, đúng thời điểm không phải lúc nào cũng dễ dàng thực hiện được bởi nó còn phụ thuộc vào một nhân tố rất quan trọng, đó là khả năng thanh toán. Đôi khi chỉ vì không có khả năng thanh toán muốn có một chiếc xe máy để mua sắm thì nhu cầu đi lại bằng xe máy lại không nhiều nữa. hoặc như chúng ta cần tiền để đầu tư đi học, khi ra trường ta có thể dễ dàng tìm việc và kiếm tiền. Nhưng hiện tại ta lại không có tiền thì ước mơ được đi học hay có việc làm tốt cũng bay xa. Vậy tại sao chúng ta lại không thể có được xe máy, chiếc nhà mới để ở hay là đi học trước khi chúng ta có thể có đủ tiền trong tương lai.

Đây thực sự là một vấn đề quan trọng, làm thế nào để giải quyết mâu thuẫn giữa nhu cầu tiêu dùng và khả năng thanh toán này.

Trên thực tế có hai cách giải quyết. Cách thứ nhất là mua bán chịu. Tuy nhiên cách này chỉ có lợi đối với người mua, còn bất lợi đối với người bán. Người mua sẽ được sử dụng hàng hóa trước khi có đủ số tiền cần thiết, nhưng người bán sẽ thu hồi vốn chậm hoặc thậm chí bị người mua quyt tiền. Khi cần tiền để nhập hàng hoặc mở rộng sản xuất kinh doanh thì đến lượt người bán dễ rơi vào tình trạng thiếu phương tiện thanh toán. Vì vậy, cách mua bán chịu không phổ biến và khả thi, lại gặp nhiều rủi ro. Cách thứ hai là người mua vay đi vay tiền, họ sẽ cảm giác là đã đủ phương tiện thanh toán. Cách này vừa thỏa mãn nhu cầu của người tiêu dùng và nhà sản xuất cũng bán được hàng.

Như vậy là cần đến một tổ chức thứ ba hỗ trợ cả người mua và người bán để họ luôn luôn có phương tiện thanh toán đối với các nhu cầu của họ. Không một tổ chức nào đảm nhiệm được vị trí này tốt bằng các trung gian tài chính, mà quan trọng nhất là các Ngân hàng Thương mại.

Ngân hàng phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng cũng là cách để Ngân hàng gia tăng lợi nhuận, đặc biệt là trong môi trường cạnh tranh khốc liệt ngày nay. Nhiều hãng lớn khi thiếu vốn đã không tìm đến ngân hàng để vay tiền mà thay vì đó họ tự tài trợ chủ yếu bằng phát hành cổ phiếu và trái phiếu. Thêm vào đó nhiều Công ty tài chính hoặc giữa các ngân hàng cạnh tranh với nhau trong cho vay làm cho thị phần cho vay các doanh nghiệp của ngân hàng bị giảm sút buộc ngân hàng phải mở rộng thị trường cho vay tiêu dùng, hướng tới người tiêu dùng như là một khách hàng trung thành tiềm năng. Ngân hàng cho vay tiêu dùng một mặt tăng thu nhập cho bản thân ngân hàng, mặt khác tạo ra uy tín cho ngân hàng.

Một lý do khác góp phần vào sự hình thành cho vay tiêu dùng đó là đặc điểm luân chuyển hàng hóa tiêu dùng. Ngân hàng cho vay đối với doanh nghiệp và cá nhân là một mảng hoạt động quan trọng của ngân hàng. Quá trình sản xuất và lưu thông hàng hóa nếu như không có tiêu dùng thì tất yếu sẽ bị tắc nghẽn, hàng hóa không tiêu thụ được dẫn tới doanh nghiệp bị ứ đọng vốn và đương nhiên quá trình sản xuất không thể tiếp tục. Vai trò của ngân hàng lúc này trở lên quan trọng hơn bao giờ hết. Ngân hàng cho người tiêu dùng vay vốn đã tạo ra khả năng thanh toán cho họ trước khi họ tích lũy đủ số tiền cần thiết. Khách hàng có tiền sẽ tìm đến doanh nghiệp mua hàng và doanh nghiệp tiêu thụ được hàng hóa. Từ đó doanh nghiệp có tiền sẽ trả được nợ cho ngân hàng. Khi đã tiêu thụ được hàng hóa, doanh nghiệp sẽ mở rộng sản xuất và sẽ tìm tới ngân hàng để tiếp tục vay vốn. Như vậy, ngân hàng cho vay tiêu dùng sẽ có lợi cho cả ba bên: người tiêu dùng, doanh nghiệp và ngân hàng.

Người tiêu dùng có thu nhập đều đặn (tiền công) để trả nợ ngân hàng. Một số tầng lớp người tiêu dùng có thu nhập khá hoặc cao, thu nhập tương đối ổn định. Vay tiêu dùng giúp họ nâng cao mức sống, tăng khả năng được đào tạo... giúp họ nhiều cơ hội tìm kiếm công việc có mức thu nhập cao hơn.

Trong cuộc sống hàng ngày càng hiện đại, vay tiêu dùng đã trở nên cần thiết hơn bao giờ hết và sự hình thành cho vay tiêu dùng đã trở thành điều tất yếu.

### ***1.2.2. Khái niệm cho vay tiêu dùng.***

Cho vay tiêu dùng là một trong những nghiệp vụ của ngân hàng. Cho vay tiêu dùng là một khái niệm chỉ mối quan hệ về kinh tế trong đó ngân hàng chuyển cho khách hàng quyền sử dụng một lượng giá trị (tiền) với những điều kiện mà hai bên đã thỏa thuận nhằm giúp người tiêu dùng có thể sử dụng hàng hóa, dịch vụ trước khi họ có khả năng chi trả, tạo điều kiện cho họ có thể hưởng một mức sống cao hơn.

### ***1.2.3. Đặc điểm của cho vay tiêu dùng.***

- Quy mô của từng hợp đồng cho vay thường nhỏ, dẫn đến chi phí tổ chức cho vay cao, vì vậy lãi suất cho vay tiêu dùng thường cao hơn so với lãi suất của các loại cho vay trong lĩnh vực thương mại và công nghiệp.

- Nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng thường phải phụ thuộc vào chu kỳ kinh tế. Khi nền kinh tế thịnh vượng, đời sống của người dân được nâng cao thì nhu cầu vay tiêu dùng lại càng cao. Vào các dịp lễ tết, nhu cầu mua sắm nhiều thì các số lượng các khoản vay cũng tăng lên.

- Nhu cầu vay tiêu dùng của khách hàng phụ thuộc chặt chẽ vào mức thu nhập và trình độ học vấn. Những người có thu nhập khá và tương đối đều sẽ tìm tới cho vay tiêu dùng bởi họ có khả năng trả được nợ.

- 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 các cá nhân vay tiêu dùng muốn chứng minh tài chính của mình thường phải dựa vào tiền lương, sự suy đoán chứ không có bằng chứng rõ ràng.

- Cho vay tiêu dùng có độ rủi ro cao bởi nguồn trả nợ của người vay có thể biến động lớn, nó phụ thuộc vào quá trình làm việc, kinh nghiệm, tài năng và sức khỏe của người vay... Nếu người vay bị chết, ốm hoặc mất việc làm ngân hàng sẽ rất khó thu lại được nợ. Do đó, các ngân hàng thường yêu cầu lãi suất cao, yêu cầu người vay phải mua bảo hiểm thất nghiệp, bảo hiểm nhân thọ, bảo hiểm hàng hóa đã mua...

- Tư cách, phẩm chất của khách hàng vay thường rất khó xác định, chủ yếu dựa vào cách đánh giá, cảm nhận và kinh nghiệm của cán bộ tín dụng. Đây là điều rất quan trọng quyết định sự hoàn trả của khoản vay.

#### ***1.2.4. Phân loại cho vay tiêu dùng***

##### ***1.2.4.1. Căn cứ vào phương thức hoàn trả***

###### ***\* Cho vay tiêu dùng trả góp***

Đây là hình thức cho vay tiêu dùng trong đó đi vay trả nợ (gồm số tiền gốc và lãi) cho ngân hàng nhiều lần, theo những kỳ hạn nhất định có giá trị lớn hoặc và thu nhập từng định kỳ của người đi vay không đủ khả năng thanh toán hết một lần số nợ vay. Đối với loại cho vay tiêu dùng này, ngân hàng thường chú ý tới một số vấn đề cơ bản có tính nguyên tắc sau:

###### ***+ Loại tài sản được tài trợ***

Ngân hàng thường chỉ muốn tài trợ cho những khoản vay mua sắm các đồ dùng có giá trị và tính sử dụng lâu bền, với những tài sản như vậy, người tiêu dùng sẽ được hưởng những tiện ích từ chúng trong một thời gian dài.

###### ***+ Số tiền phải trả trước***

Thông thường ngân hàng yêu cầu người đi vay phải thanh toán trước một phần giá trị tài sản cần mua sắm, số còn lại ngân hàng sẽ cho vay. Điều này một phần giúp ngân hàng hạn chế rủi ro, mặt khác tạo cho người đi vay có trách nhiệm hơn với tài sản mình định mua bởi họ cũng đã đóng góp một phần số tiền của mình vào trong đó. Khi khách hàng không trả được nợ, trong nhiều trường hợp ngân hàng sẽ phải phát mãi tài sản để thu hồi nợ. Hầu hết các tài sản đã qua sử dụng đều bị giảm giá trị cho nên số tiền trả trước có vai trò vô cùng quan trọng giúp ngân hàng hạn chế rủi ro.

Số tiền trả trước nhiều hay ít phụ thuộc:

- Loại tài sản: Đối với các loại tài sản có mức độ giảm giá nhanh thì số tiền trả trước nhiều và ngược lại, đối với các loại tài sản có mức độ giảm giá chậm thì số tiền trả trước ít hơn.

- Thị trường tiêu thụ tài sản sau khi sử dụng: yếu tố này rất quan trọng. Nếu đó là tài sản thuộc loại dễ bán thì số tiền trả trước sẽ ít hơn loại tài sản khó bán sau khi sử dụng.

- Môi trường kinh tế

- Năng lực tài chính của người đi vay

+ Chi phí tài trợ

Chi phí tài trợ là chi phí mà người đi vay phải trả cho ngân hàng trong việc sử dụng vốn. Chi phí tài trợ chủ yếu là tiền lãi và một số khoản chi phí khác. Chi phí tài trợ phải trang trải được chi phí vốn tài trợ, chi phí hoạt động, rủi ro và mang lại một phần lợi nhuận thỏa đáng cho ngân hàng.

+ Điều khoản thanh toán

- Số tiền thanh toán mỗi định kỳ phù hợp về khả năng thu nhập, chi tiêu của khách hàng.

- Giá trị của tài sản tài trợ không được thấp hơn số tiền tài trợ chưa được thu hồi.

- Kỳ hạn trả nợ phải thuận lợi cho việc trả nợ của khách hàng nhưng không nên quá dài vì nếu quá dài, giá trị của tài sản tài trợ sẽ bị giảm mạnh và việc thu hồi nợ có thể gặp rắc rối.

\* Cho vay tiêu dùng phi trả góp

Theo phương thức này, tiền vay được khách hàng thanh toán cho ngân hàng một lần khi đến hạn, áp dụng với các khoản vay có giá trị nhỏ, thời hạn ngắn.

\* Cho vay tiêu dùng tuần hoàn.

Là các khoản cho vay tiêu dùng trong đó 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. Theo phương thức này, trong thời hạn 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.

### *1.2.4.2. Căn cứ vào mục đích vay*

Căn cứ vào mục đích vay, ngân hàng sẽ xếp khoản vay đó là vay ô tô hay mua nhà, chi phí học hành, mua sắm đồ dùng gia đình...

### *1.2.4.3. Căn cứ vào nguồn gốc của khoản nợ*

\* Cho vay tiêu dùng gián tiếp.

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

Trong trường hợp này Công ty bán lẻ và Ngân hàng ký kết hợp đồng mua bán nợ. Trong hợp đồng, ngân hàng thường đưa ra các điều kiện về đối tượng kỹ thuật được bán chịu, số tiền bán chịu tối đa và loại tài sản bán chịu. Sau đó Công ty bán lẻ và người tiêu dùng ký kết hợp đồng mua bán chịu hàng hóa. Thông thường người tiêu dùng phải trả trước một phần giá trị tài sản. Công ty bán lẻ sẽ giao tài sản cho người tiêu dùng và bán bộ



chứng từ bán chịu hàng hóa cho ngân hàng. Ngân hàng dựa trên bộ chứng từ đó sẽ thanh toán tiền cho vay công ty bán lẻ. Cuối cùng người tiêu dùng thanh toán tiền trả góp cho ngân hàng.

Cho vay tiêu dùng gián tiếp có một số ưu điểm sau:

- Cho phép ngân hàng dễ dàng tăng doanh số cho vay tiêu dùng.
- Giảm được chi phí trong cho vay
- Mở rộng quan hệ với khách hàng và các hoạt động ngân hàng khác
- Vay vốn đúng mục đích

Cho vay tiêu dùng gián tiếp có một số nhược điểm sau:

- Ngân hàng không tiếp xúc trực tiếp với người tiêu dùng đã được bán chịu, do đó thông tin về khách hàng đôi khi không chính xác, không tìm hiểu kỹ được khách hàng có thể dẫn tới rủi ro cho ngân hàng.
- Thiếu sự kiểm soát của ngân hàng khi công ty bán lẻ thực hiện việc bán chịu hàng hóa.
- Kỹ thuật nghiệp vụ cho vay tiêu dùng gián tiếp có tính phức tạp cao.

\* Cho vay tiêu dùng trực tiếp

Là các khoản cho vay tiêu dùng trong đó ngân hàng trực tiếp tiếp xúc và cho khách hàng vay cũng như trực tiếp thu nợ từ người này.

So với cho vay tiêu dùng gián tiếp, cho vay tiêu dùng trực tiếp có những ưu điểm sau:

- Cho vay tiêu dùng trực tiếp của ngân hàng thường có chất lượng cao hơn bởi nó được quyết định bởi đội ngũ nhân viên tín dụng giàu kinh nghiệm và được đào tạo chuyên môn tốt của ngân hàng chứ không phải là những nhân viên của công ty bán lẻ. Nhân viên tín dụng ngân hàng có xu hướng chú trọng đến việc tạo ra các khoản cho vay có chất lượng tốt cho khi đó nhân viên của công ty bán lẻ thường chú trọng đến việc bán cho

được nhiều hàng nên dễ dẫn tới các quyết định tín dụng vội vàng và có thể có nhiều khoản tín dụng được cấp ra không chính đáng.

- Cho vay tiêu dùng trực tiếp linh hoạt hơn so với cho vay tiêu dùng gián tiếp, ngân hàng tiếp xúc trực tiếp với khách hàng nên hiểu rõ khách hàng.

- Khi khách hàng có quan hệ trực tiếp với ngân hàng, có rất nhiều lợi thế có thể phát sinh, có khả năng làm thỏa mãn quyền lợi cho cả hai phía khách hàng lẫn ngân hàng.

### ***1.2.5. Lợi ích của cho vay tiêu dùng.***

#### ***1.2.5.1. Đối với ngân hàng***

Đối với ngân hàng ngoài những nhược điểm chính là rủi ro và chi phí cao, cho vay tiêu dùng có những lợi ích sau:

Cho vay tiêu dùng giúp tăng khả năng cạnh tranh của ngân hàng với các ngân hàng và các tổ chức tín dụng khác, thu hút được đối tượng khách hàng mới, từ đó mà mở rộng quan hệ với khách hàng. Bằng cách nâng cao và mở rộng mạng lưới, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng, số lượng khách hàng đến với ngân hàng sẽ ngày càng nhiều hơn và hình ảnh của ngân hàng sẽ càng đẹp hơn trong con mắt khách hàng. Trong ý nghĩ của công chúng, ngân hàng không chỉ là tổ chức chỉ biết quan tâm đến các công ty và doanh nghiệp mà ngân hàng còn rất quan tâm tới những nhu cầu nhỏ bé, cần thiết của người tiêu dùng, đáp ứng nguyện vọng cải thiện cuộc sống của người tiêu dùng. Từ đó mà uy tín của ngân hàng tăng lên rất nhiều.

Cho vay tiêu dùng cũng là một công cụ marketing rất hiệu quả, nhiều người sẽ biết tới ngân hàng hơn. Ngân hàng cũng sẽ huy động được nhiều nguồn tiền gửi của dân cư bởi dân cư sẽ gửi tiền nhiều vào ngân hàng khi họ thấy rằng mình có triển vọng vay lại tiền từ chính ngân hàng đó.

Tạo điều kiện mở rộng và đa dạng hóa kinh doanh, từ đó mà nâng cao thu nhập và phân tán rủi ro cho ngân hàng.

***1.2.5.2. Đối với người tiêu dùng***

Nhờ có vai trò tiêu dùng, người tiêu dùng sẽ được hưởng những điều kiện sống tốt hơn, được hưởng những tiện ích trước khi tích lũy đủ tiền và đặc biệt quan trọng hơn nó rất cần cho những trường hợp khi các cá nhân có chi tiêu có tính đột xuất, cấp bách như nhu cầu chi tiêu cho giáo dục và y tế.

Tuy vậy người tiêu dùng cần tính toán để việc chi tiêu được hợp lý, không vượt quá mức cho phép và đảm bảo khả năng chi trả.

***1.2.5.3. Đối với nền kinh tế***

Cho vay tiêu dùng được dùng để tài trợ cho các chi tiêu về hàng hóa và dịch vụ trong nước, có tác dụng rất tốt trong việc kích cầu. Nhờ cho vay tiêu dùng các doanh nghiệp đã đẩy nhanh tốc độ tiêu thụ hàng hóa, ngân hàng rút ngắn khoảng thời gian lưu thông, tăng khả năng trả nợ cho ngân hàng, đồng thời tạo điều kiện thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

***1.2.6. Các nhân tố ảnh hưởng tới khả năng mở rộng cho vay tiêu dùng của NHTM.***

***1.2.6.1. Các nhân tố thuộc về ngân hàng***

Quy mô và uy tín của ngân hàng có ảnh hưởng tới lượng cho vay tiêu dùng. Ngân hàng có lượng vốn tự có cao hay thấp, có nhiều mạng lưới chi nhánh để thuận tiện giao dịch với khách hàng hay không. Uy tín của ngân hàng cao hay thấp cũng sẽ ảnh hưởng tới lượng khách hàng đến giao dịch với ngân hàng.

Yếu tố góp phần nhỏ tới thành công của cho vay tiêu dùng là các chính sách, quy định của ngân hàng. Đó là chính sách chăm sóc khách hàng trước và sau khi cho vay có chu đáo hay không, đó là các quy định về lãi suất và phí tín dụng cao hay thấp, có linh hoạt và phù hợp với thu nhập hiện có của người dân hay không, các quy định về thời hạn tín dụng và kỳ

hạn nợ, tài sản đảm bảo, phương thức giải ngân và thanh toán. Thủ tục xin vay vốn có phức tạp hay đơn giản, thời gian thẩm định hồ sơ vay vốn kéo dài bao lâu, nếu thời gian thẩm định quá dài thì khách hàng sẽ không muốn chờ đợi và tìm tới các ngân hàng khác.

Trình độ, thái độ cán bộ tín dụng của ngân hàng cũng mang tính quyết định thành công của cho vay tiêu dùng. Cán bộ tín dụng cần có trình độ chuyên môn tốt thì mới thẩm định chính xác khách hàng và dự án vốn, từ đó đưa ra các quyết định đúng đắn. Cán bộ tín dụng cũng cần có đạo đức nghề nghiệp, tận tâm với công việc, nhiệt tình giúp đỡ, chi bảo khách hàng các thủ tục cần thiết.

Muốn hoạt động cho vay tiêu dùng được nhiều khách hàng biết tới thì ngân hàng cần có chính sách marketing phù hợp. Ngân hàng cần tăng cường các hoạt động thông tin quảng cáo trên báo đài, tờ rơi, quảng bá hình ảnh của các hoạt động thông tin quảng cáo trên báo đài, tờ rơi, quảng bá hình ảnh của Ngân hàng nói chung cũng như lợi ích, chính sách về cho vay tiêu dùng nói riêng.

Công nghệ ngân hàng và khả năng quản lý có tác động tới hoạt động cho vay tiêu dùng. Nếu ngân hàng có công nghệ hiện đại sẽ dẫn tới việc giải quyết các thủ tục được nhanh chóng, chính xác, giảm bớt các thủ tục rườm rà cho khách hàng và việc quản lý hồ sơ khách hàng cũng được thuận tiện hơn. Bên cạnh vấn đề về công nghệ, ngân hàng cần có các quy định, nội quy làm việc thưởng phạt nghiêm minh, quản lý tốt để tạo động lực làm việc cho cán bộ nhân viên ngân hàng, tác động đến phong cách làm việc của nhân viên.

Tất cả các nhân tố vi mô nói trên đều là những nhân tố thuộc về nội tại ngân hàng có tác động tới cho vay tiêu dùng. Ngoài những nhân tố đó còn phải kể tới nhân tố khách quan bên ngoài ngân hàng cũng ảnh hưởng tới cho vay tiêu dùng, đó là đạo đức khách hàng cũng như rủi ro của hoạt động cho vay tiêu dùng. Nếu như khách hàng là người có đạo đức tốt, ý

thức trả nợ tốt, rủi ra cho vay tiêu dùng thấp thì sẽ kích thích ngân hàng tiến hành mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng, các quy định cho vay cũng sẽ không quá khắt khe. Ngược lại nếu khách hàng không trả nợ đều, nợ quá hạn quá nhiều thì tất yếu sẽ kìm hãm hoạt động cho vay tiêu dùng.

Một ngân hàng muốn phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng thì cần tính tới tất cả các nhân tố vĩ mô và vi mô kể trên.

#### *1.2.6.2. Nhân tố ngoài ngân hàng*

Một số nhân tố vĩ mô có ảnh hưởng đến hoạt động cho vay tiêu dùng như môi trường kinh tế xã hội, các chính sách kinh tế của nhà nước, sự cạnh tranh giữa các ngân hàng, môi trường pháp lịch sử, yếu tố văn hóa.

Trước hết cần phải kể tới đặc điểm thị trường nơi Ngân hàng hoạt động. Neues đó là thành thị hoặc nơi tập trung đông dân cư, có mức thu nhập khá, trình độ học vấn cao thì nhu cầu vay tiêu dùng sẽ tăng cao hơn so với vùng nông thôn, hẻo lánh nơi mà những người nông dân chỉ quanh năm ngày tháng biết tới ruộng vườn, thậm chí còn không biết tới hoạt động của ngân hàng.

Kể đến là các thói quen, phong tục tập quán, tâm lý có ảnh hưởng tới nhu cầu vay tiêu dùng. Người dân Việt Nam thường có thói quen tiết kiệm rồi khi tích lũy đủ tiền mới mua sắm, tiêu dùng, họ không nghĩ tới việc đi vay, nợ nần để mua sắm cộng với tâm lý ngại tiếp xúc với ngân hàng, sợ các thủ tục hành chính rườm rà. Chính vì thế nhu cầu vay của người dân còn thấp.

Môi trường kinh tế chính trị có ảnh hưởng tới cho vay tiêu dùng. Nếu nền kinh tế phát triển tốt, thu nhập bình quân đầu người cao và môi trường chính trị ổn định thì hoạt động cho vay tiêu dùng cũng sẽ diễn ra thông suốt, phát triển vững chắc và hạn chế những rắc rối có thể xảy ra. Nếu môi trường có sự cạnh tranh khốc liệt giữa các ngân hàng để giành giật khách hàng thì cho vay tiêu dùng của các ngân hàng cũng sẽ gặp khó khăn.

Các quy định pháp lý của ngân hàng Nhà nước và chính phủ có thể khuyến khích và cũng có thể hạn chế cho vay nói chung và cho vay tiêu dùng nói riêng. Đó là các quy định như quy định của Ngân hàng nhà nước khống chế các ngân hàng thương mại trong việc huy động theo tỷ lệ vốn tự có, quy định tỷ lệ cho vay tối đa đối với một khách hàng trên vốn tự có...

## CHƯƠNG II:

### THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG TẠI HỘI SỞ CHÍNH NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN KỸ THƯƠNG VIỆT NAM

#### 2.1. Tổng quan về Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam Techcombank.

##### 2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển Techcombank

Theo giấy phép hoạt động số 0400/NH-GP do Thống đốc ngân hàng Nhà nước Việt Nam cấp ngày 06/08/1993, giấy phép thành lập số 1534/QĐ-UB do UBND thành phố Hà Nội cấp 04/09/1993, giấy phép kinh doanh số 055697 do Trọng tài kinh tế Hà Nội (nay là Sở kế hoạch và Đầu tư Hà Nội) cấp 07/09/1993, ngày 27/09/1993 Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam – Techcombank được chính thức thành lập. Đây là một trong những Ngân hàng Thương mại Cổ phần đầu tiên của Việt Nam được thành lập trong bối cảnh đất nước đang chuyển sang nền kinh tế thị trường với số vốn điều lệ là 20 tỷ đồng và trụ sở chính ban đầu được đặt tại số 24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội.

Không ngừng lớn mạnh cùng với thời gian, tới năm 1995 TCB đã tăng vốn điều lệ lên 51,495 tỷ đồng. Trong thời gian này TCB cũng đã thành lập Chi nhánh TCB Hồ Chí Minh, khởi đầu cho quá trình phát triển nhanh chóng của TCB tại các đô thị lớn.

Năm 1996, TCB thành lập tiếp chi nhánh TCB Thăng Long cùng Phòng giao dịch Nguyễn Chí Thanh tại Hà Nội, thành lập Phòng giao dịch Thăng Lợi trực thuộc TCB Hồ Chí Minh và tiếp tục tăng vốn điều lệ lên 70 tỷ đồng.

Năm 1998, trụ sở chính của TCB được chuyển sang Tòa nhà TCB – 15 Đào Duy Từ, Hà Nội và thành lập Chi nhánh TCB tại Đà Nẵng. Như vậy chỉ sau năm năm hoạt động, TCB đã nhanh chóng mở rộng thị trường

và có mặt tại ba thành phố lớn của cả nước, đó là Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng.

Số vốn điều lệ của TCB đã tăng lên 80,020 tỷ đồng vào năm 1999 và tiếp tục tăng lên 102,345 tỷ đồng vào năm 2001. Đây cũng là năm đáng nhớ của TCB khi ngân hàng triển khai hệ thống phần mềm Ngân hàng Globus cho toàn bộ hệ thống TCB nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Quan tâm tới nhu cầu của khách hàng, chăm lo tới khách hàng luôn là phương châm kinh doanh hàng đầu của TCB.

Với những nỗ lực không biết mệt mỏi của tập thể Ban lãnh đạo và của toàn thể cán bộ công nhân viên, TCB đã dần chiếm lĩnh được thị trường ngân hàng vốn rất sôi động và đầy thách thức, thu hút ngày càng nhiều khách hàng trong và ngoài nước. Để mở rộng thị trường và thuận lợi cho nhu cầu giao dịch của khách hàng, năm 2002, TCB đã thành lập một loạt các chi nhánh tại các tỉnh và thành phố trong cả nước. Đó là chi nhánh Chương Dương và Chi nhánh Hoàn Kiếm tại Hà Nội, Chi nhánh Hải Phòng tại Hải Phòng, Chi nhánh Thanh Khê tại Đà Nẵng, Chi nhánh Tân Bình tại thành phố Hồ Chí Minh. TCB cũng là Ngân hàng Thương mại Cổ phần có mạng lưới giao dịch rộng nhất tại Thủ đô Hà Nội. Mạng lưới bao gồm Hội sở chính và tám chi nhánh cùng bốn phòng giao dịch tại các thành phố lớn trong cả nước. Cũng trong năm 2002, vốn điều lệ Ngân hàng tăng lên 104,435 tỷ đồng.

Năm 2003, TCB đưa chi nhánh TCD Chợ lớn vào hoạt động và tăng vốn điều lệ lên 180 tỷ đồng.

Năm 2004 đánh dấu bước chuyển mình và phát triển vượt bậc của TCB khi ngân hàng liên tục tăng vốn điều lệ lên 234 tỷ đồng, lên 252,255 tỷ đồng và lên 412 tỷ đồng vào 26/11/2004. Số vốn điều lệ này khá nhỏ nếu so với các Ngân hàng Thương mại Nhà nước, tuy nhiên nó đã thể hiện sự quyết tâm không ngừng vươn lên của đội ngũ cán bộ Ngân hàng Kỹ thương Việt Nam trong xu thế cạnh tranh và hội nhập về kinh tế.



## ***Chuyên đề tốt nghiệp***

---

Qua năm tháng phát triển, cùng với sự tăng lên liên tục của vốn điều lệ là sự tăng lên của tổng số chi nhánh, phòng giao dịch và hội sở chính. TCB không những vững mạnh về tài chính mà còn luôn bám sát mở rộng thị trường và tăng cường lực lượng cán bộ công nhân viên.

### **Vốn điều lệ của TCB (tỷ đồng)**

Năm	1993	1995	1996	1999	2001	2002	2003	2004
Vốn điều lệ	20	51,49	70	80,02	102,3	117,8	200	426

### **Số lượng chi nhánh, Phòng giao dịch và Hội sở chính TCB**

Năm	1993	1995	1996	1998	1999	2000	2002	2004
Số lượng CN, PGD và H. Sở	1	2	5	6	7	8		

### **Số lượng nhân viên của TCB**

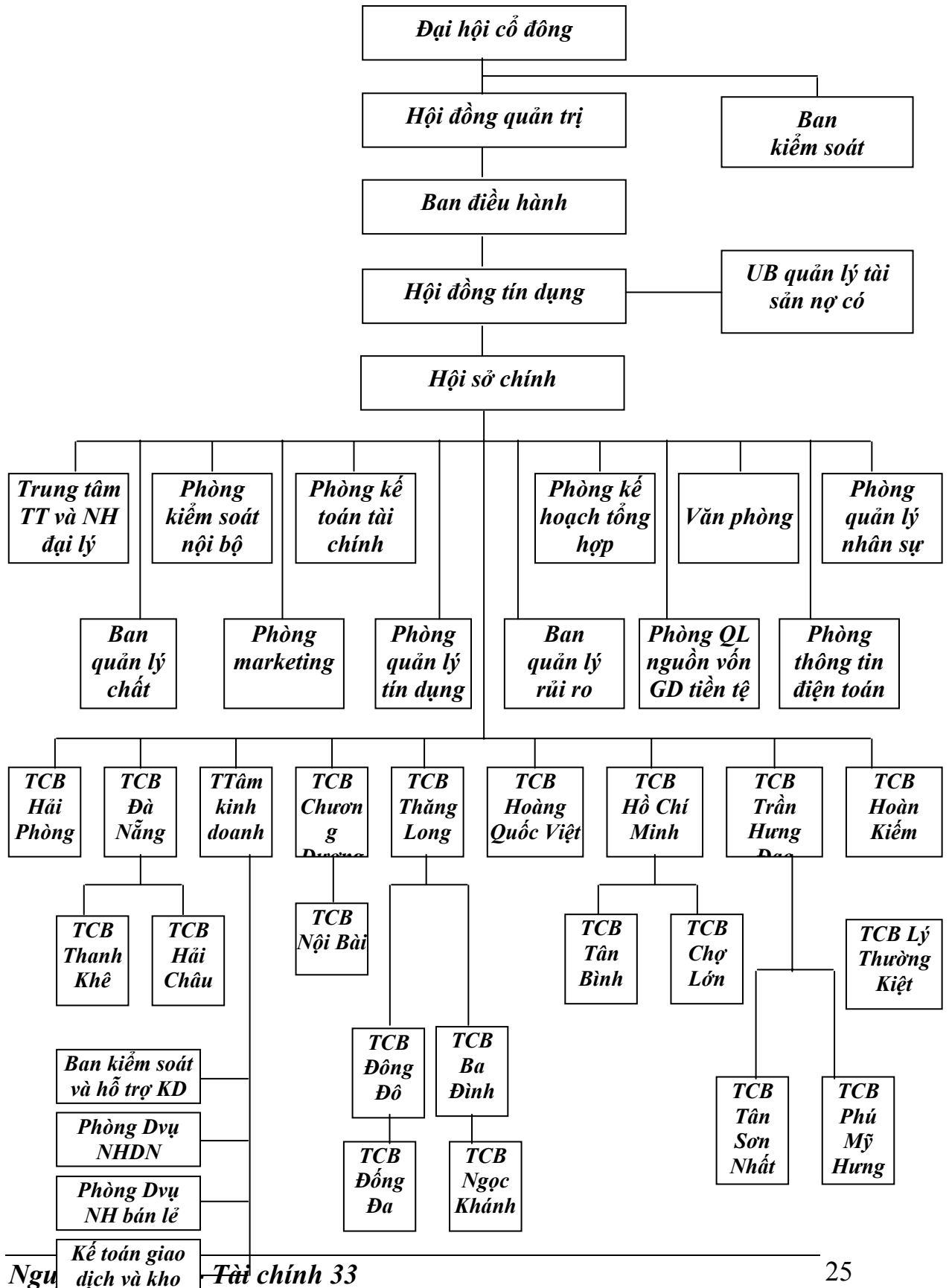
Năm	93-94	95	96	97	99	2000	2001	2002	2003	2004
Số nhân viên	20	53	92	114	164	198	279	377	438	546

Kể từ khi thành lập đến nay, Techcombank đã lớn mạnh, tạo dựng uy tín và hình ảnh đẹp trong lòng mỗi khách hàng. Các sản phẩm và dịch vụ vô cùng đa dạng với công nghệ hiện đại và chất lượng dịch vụ không ngừng được nâng cao, chiều lòng cả những khách hàng khó tính nhất.

### ***2.1.2. Cơ cấu tổ chức của Hội sở chính Techcombank***

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam – Techcombank sau hơn mười năm trưởng thành và phát triển đã có tổng số cán bộ nhân viên là 546 người, với mạng lưới giao dịch gồm 21 điểm giao dịch: Hội sở chính 8 chi nhánh cấp một, 6 chi nhánh cấp hai, còn lại là các Phòng giao dịch tại một số tỉnh thành trong cả nước, chủ yếu là Hà Nội, Hải Phòng, Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng.

Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Techcombank được bố trí như sau:



### **2.1.3. Tình hình hoạt động kinh doanh của Techcombank**

Là một Ngân hàng Thương mại Cổ phần với lịch sử hình thành và phát triển mới chỉ có hơn 10 năm nhưng hoạt động của Techcombank rất có hiệu quả, quy mô của ngân hàng liên tục được mở rộng, sản phẩm ngày càng phong phú, đa dạng, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng, chất lượng sản phẩm liên tục được cải tiến, và hình ảnh của ngân hàng ngày càng được biết đến rộng rãi hơn. Ta có thể đánh giá hoạt động của ngân hàng thông qua việc xem xét các chỉ tiêu tài chính chủ yếu của ngân hàng trong các năm vừa qua.

**Bảng 1: Một số chỉ tiêu tài chính chủ yếu của Techcombank**

*Đơn vị: Tỷ VND*

Chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004
Tổng tài sản	2388	4059	4546	7110
Vốn điều lệ và các quỹ dự trữ	109	136	202	426
Tổng doanh thu hoạt động	149	311	327	452
Lợi nhuận trước thuế, trước dự phòng rủi ro	17.5	52.3	72.4	90.58
Tiền gửi huy động và tiền vay	2268	3923	4262	5321
Hoạt động tín dụng	1424	2103	2450	2831

*Nguồn: Báo cáo thường niên của Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam từ 2001-2004*

Nhìn vào bảng số liệu ta nhận thấy tổng tài sản, vốn điều lệ và các quỹ dự trữ của ngân hàng liên tục tăng qua các năm từ năm 2001 tới năm 2004 đã tạo điều kiện để ngân hàng mở rộng quy mô, thị phần và củng cố hình ảnh của mình trong hệ thống ngân hàng nói riêng và trong nền kinh tế nói chung. Bên cạnh đó, hiệu quả hoạt động của ngân hàng cũng được nâng cao rõ rệt thể hiện sự tăng lên của doanh thu hoạt động và lợi nhuận trước thuế. Uy tín của ngân hàng tăng lên, từ đó mà lượng tiền gửi và lượng tiền

cho vay cũng tăng lên. Vốn huy động tăng trưởng mạnh, đặc biệt là huy động từ dân cư và các tổ chức tài chính, tạo thế ổn định trong hoạt động của ngân hàng.

Techcombank đã tạo được uy tín cao trong hoạt động tín dụng và thanh toán quốc tế. Năm 2004, ngân hàng đã vinh dự được nhận chứng chỉ ISO 9000 về thanh toán và tín dụng. Bên cạnh đó, TCB còn được các ngân hàng lớn trên thế giới như ANZ, City bank và Standard Chatterbank là tỷ lệ điện chuyển tiền đã đạt trên 98%, thuộc mức cao nhất trong các ngân hàng, vượt xa mục tiêu đặt ra là 80% và mức trung bình của các ngân hàng trong cả nước là 65%. Chất lượng điện cao đã làm giảm thời gian xử lý điện tại các ngân hàng trung gian làm cho tiền của khách hàng được ghi có sớm hơn – nâng cao được sự hài lòng của khách hàng, đồng thời giảm phí sửa điện, tiết kiệm chi phí cho Techcombank.

Hệ thống quản trị ngân hàng được củng cố với các công cụ quản trị dựa trên nền tảng công nghệ và quy trình hợp lý góp phần đáng kể vào việc hoàn thiện một bước chương trình tái cấu trúc và hiện đại hóa ngân hàng.

TCB cũng không ngừng hoàn thiện công tác marketing, phát triển sản phẩm và chăm sóc khách hàng. Sản phẩm TCB càng đa dạng phong phú đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Techcombank tiếp tục thực hiện chuyển dịch cơ cấu khách hàng phù hợp với các mục tiêu đề ra, kết hợp với việc phát triển sản phẩm mới và bước đầu tạo dựng hình ảnh Techcombank trong công chúng và khách hàng doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các đô thị lớn, đặc biệt là tại Hà Nội, Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh phù hợp với chiến lược phát triển của ngân hàng.

Bên cạnh những thành công mà ngân hàng đã đạt được đó, còn có những điểm yếu mà ngân hàng phải nỗ lực để khắc phục, có thể kể ra đây các nhược điểm sau:

Công tác thu hồi nợ tồn đọng, mặc dù đạt được những kết quả khả quan vẫn tiến triển chậm so với kế hoạch đề ra.

Việc triển khai một số chương trình marketing, chương trình sản phẩm mới, chương trình hiện đại hóa công nghệ vẫn còn nhiều điểm bất cập, thiếu đồng bộ dẫn đến hạn chế hiệu quả hoạt động.

Các chương trình phát triển nguồn nhân lực mặc dù có những đầu tư lớn và tiến bộ trong công tác tuyển chọn, đào tạo, đãi ngộ, vẫn còn khép kín và thiếu đồng bộ dẫn đến hiệu quả động viên, cổ vũ và thu hút nhân tài còn hạn chế.

Các chương trình kiểm soát và quản trị rủi ro thị trường, phát triển thẻ và mở rộng mạng lưới mặc dù đã được bắt đầu nhưng quá trình phát triển khai còn bị chậm trễ.

### **2.2. Hoạt động cho vay tiêu dùng ở Việt Nam**

Do những lợi ích mà cho vay tiêu dùng mang lại, nhiều NHTM Việt Nam hiện nay đã thực hiện hoạt động cho vay tiêu dùng. Các hình thức cho vay tiêu dùng rất phong phú như cho vay mua nhà mới, sửa nhà, cho vay mua ô tô, du học, đồ dùng gia đình và các sản phẩm khác.

Các ngân hàng đã triển khai hoạt động cho vay tiêu dùng gồm có các ngân hàng thương mại Nhà nước như Vietcombank, ngân hàng công thương, ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn Việt Nam, ngân hàng đầu tư Việt Nam. Bên cạnh đó, các ngân hàng cổ phần cũng tham gia rất tích cực vào thị trường mới mẻ này như ngân hàng thương mại cổ phần kỹ thương Việt Nam, ngân hàng Á Châu (ACB), ngân hàng cổ phần quân đội, ngân hàng Sài Gòn Thương Tín, Ngân hàng Cổ phần nhà Hà Nội...

Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn thực hiện cho vay với cán bộ công nhân viên, những người được hưởng lương, hưởng trợ cấp xã hội và thế chấp tài sản với lãi suất thấp hơn 0,85%/tháng. Theo quy định thời hạn cho vay tối thiểu là 12 tháng, tối đa là 36 tháng. Mức vay tối đa là 50% giá trị tài sản đảm bảo, và nếu không có tài sản đảm bảo thì mức vay

tối đa là 50 triệu đồng. Sau một thời gian thực hiện, NHNo và PTNT đã thu hút được một số lượng lớn khách hàng tới vay tiêu dùng.

ACB phục vụ các đối tượng có nhu cầu du lịch, mua sắm đồ dùng, học tập, chữa bệnh, mua xe, cưới hỏi, mua và sửa nhà. Khách hàng muốn vay vốn phải có thu nhập ổn định và có tài sản thế chấp. Thời hạn từ 12 tháng đến 36 tháng, vay trả góp.

Ngân hàng Thương mại Cổ phần nhà Hà Nội phục vụ mọi đối tượng có tài sản thế chấp, hình thức trả góp. Lãi suất 0,9%/tháng, thời hạn từ 12 tháng đến 36 tháng.

Tại ngân hàng Đông Á áp dụng hình thức cho vay tín chấp để giải quyết nhu cầu vay tiêu dùng của cán bộ công nhân viên. Theo hình thức này, mọi CBCNV trong biên chế nhà nước được cơ quan bảo lãnh ký hợp đồng vay vốn ngân hàng. Cán bộ có thu nhập 1 triệu/tháng được vay 1 đến 5 triệu, từ 1,5 đến 2 triệu đồng/tháng được vay 6 đến 10 triệu. Thời hạn trả góp từ 12 đến 18 tháng, trả hàng tháng theo tập thể, cơ quan cử người đại diện tới ngân hàng nộp tiền. Ngoài ra, ngân hàng còn cho vay mua nhà, sửa chữa nhà...

Đối với ngân hàng Sài Gòn Thương Tín, việc cho vay tiêu dùng với CBCNV, nhất là trong ngành y tế và giáo dục đang là đối tượng vay chính được ngân hàng quan tâm. Lãi suất 1,05%/tháng, thời hạn 12 tháng. Khách hàng thường là vay tín chấp thông qua các tổ chức công đoàn và có bảo lãnh của cơ quan phối hợp với bộ phận lao động tiền lương giúp ngân hàng thu nợ.

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam tuy mới triển khai hoạt động cho vay tiêu dùng nhưng cũng đã thu hút được khá nhiều khách hàng. Ngân hàng chủ yếu cho vay mua ô tô, mua nhà và cho vay du học. Lãi suất và thời hạn rất linh hoạt tùy theo mục đích vay.

Hoạt động cho vay tiêu dùng đang ngày càng mở rộng, thu hút sự quan tâm của ngân hàng và các cá nhân, hộ gia đình. Trong tương lai, hoạt

động này chắc chắn sẽ ngày càng phát triển hơn nữa, không chỉ có các ngân hàng tham gia mà sẽ còn có các tổ chức tài chính và tín dụng khác vào cuộc.

### **2.3. Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.**

#### ***2.3.1. Khái quát về hoạt động cho vay tại Hội sở chính Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam.***

Phòng dịch vụ ngân hàng bán lẻ của TCB được thành lập từ 15/4/2001 theo Quyết định số 682/TCB của Hội đồng Quản trị. Là một phòng kinh doanh tại Hội sở với đối tượng khách hàng của Phòng DVNH bán lẻ là các thể nhân. Theo quyết định thành lập, phòng dịch vụ ngân hàng bán lẻ có chức năng phát triển hoạt động cho vay, trong đó có cho vay tiêu dùng đối với các cá nhân, chịu trách nhiệm chính trong công tác nghiên cứu thị trường và phát triển các sản phẩm mới về dịch vụ bán lẻ trong toàn hệ thống TCB.

Tuy mới thành lập nhưng phòng dịch vụ ngân hàng bán lẻ đã thực hiện tốt chức năng của mình. Hoạt động cho vay tiêu dùng hàng ngày càng thu hút được nhiều khách hàng hơn với doanh số cho vay ngày càng lớn. Nắm bắt nhu cầu của khách hàng và cũng nhằm phục vụ khách hàng tốt hơn nữa, bên cạnh các khoản vay tiêu dùng thông thường, ngân hàng đã triển khai các chương trình mới như cho vay “ô tô xịn”, cho vay “nhà mới” và cho vay “du học” đây có thể coi là những chương trình lớn, chiếm đa số các khoản cho vay tiêu dùng của ngân hàng.

##### ***2.3.1.1. Cho vay “Ô tô xịn”.***

Ngày 04/12/2001, Tổng giám đốc TCB đã ra Quyết định số 022123/TCB-QĐ/THÁI GIANG ban hành thể lệ chương trình tài trợ mua ô tô xịn cho các cá nhân (và cả các pháp nhân) có nhu cầu vay vốn mua ô tô để thực hiện việc mua ô tô theo hình thức vay trả góp, giúp ngân hàng đa

dạng hóa sản phẩm, tạo điều kiện hỗ trợ cho các cá nhân nâng cao chất lượng cuộc sống.



**\* Đối tượng khách hàng**

- Các cá nhân là nước công dân Việt Nam cư trú tại Việt Nam có đủ năng lực pháp luật và năng lực hành vi dân sự.

- Người nước ngoài cư trú tại Việt Nam có thời gian còn lưu trú phù hợp với thời hạn vay vốn, đáp ứng đủ các điều kiện trong quy chế cho vay của ngân hàng và các quy định của pháp luật.

**\* Điều kiện vay vốn**

- Khách hàng phải tự có vốn tối thiểu theo quy định

- Phải có nguồn thu nhập ổn định để đảm bảo thanh toán nợ vay cho ngân hàng.

- Có hộ khẩu thường trú tại các tỉnh thành nơi TCB có trụ sở và một số vùng lân cận được TCB chấp nhận.

- Có tài sản đảm bảo cho khoản vay theo đúng quy định của TCB và của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

- Cam kết thực hiện đầy đủ các quy định trong quy chế cho vay của TCB và tuân thủ đầy đủ các quy định của pháp luật.

- Xe ô tô muốn mua phải là chiếc xe còn tốt và có nguồn gốc rõ ràng.

**\* Hạn mức cho vay và thời hạn vay**

Tùy từng đối tượng khách hàng và độ rủi ro của từng phương án vay cụ thể, ngân hàng sẽ xem xét mức cho vay phù hợp.

- Trường hợp khách hàng dùng tài sản đảm bảo là nhà và quyền sử dụng đất, mức cho vay tối đa là 70% tổng nhu cầu vốn, thời hạn vay tối đa là 48 tháng.

- Trường hợp khách hàng dùng tài sản đảm bảo là chính chiếc xe muốn mua, xe mới 100%, mức cho vay tối đa là 60% tổng giá trị của chiếc xe, thời hạn vay tối đa là 36 tháng.

- Trường hợp khách hàng dùng tài sản đảm bảo là chính chiếc xe định mua nhưng xe đã qua sử dụng, mức cho vay không quá 50% tổng giá trị của chiếc xe, thời hạn vay tối đa 36 tháng.

**\* Lãi suất vay**

- Lãi suất vay được xác định trên cơ sở lãi suất huy động tiết kiệm 12 tháng tiết kiệm thường của TCB loại lĩnh lãi cuối kỳ cộng với biên độ từ 0,2-0,35%/tháng tùy theo thời hạn và mức độ rủi ro của từng khoản vay cụ thể.

- Lãi suất vay được cố định theo nguyên tắc trên cho đến hết ngày 31/12 của năm mà khoản vay được thực hiện từ năm thứ hai trở đi lãi suất được xác định bằng lãi suất của tiết kiệm 12 tháng loại lĩnh lãi cuối kỳ đang có hiệu lực của ngày 1/1 năm đó cộng với biên độ quy định.

Các trường hợp điều chỉnh về thời hạn và lãi suất vay phải trình Tổng giám đốc xem xét quyết định.

**\* Đảm bảo cho khoản vay**

- Tài sản thế chấp cầm cố thuộc sở hữu của khách hàng vay vốn

- Tài sản đảm bảo là chính chiếc xe muốn mua

- Được bảo lãnh bằng tài sản của bên thứ ba.

Trường hợp khách hàng dùng tài sản cầm cố là xe ô tô muốn mua

- Việc đánh giá tài sản đảm bảo phải căn cứ vào giá trị thực tế của chiếc xe, giá trị thực tế của chiếc xe được căn cứ vào giá hợp đồng mau bán và hóa đơn bán hàng của đơn vị bán xe.

- Đối với xe còn mới 100%, TCB chỉ cho vay tối đa là 60% giá trị của tài sản được định giá.

- Trường hợp chiếc xe cầm cố đã qua sử dụng, TCB chỉ nhận cầm cố những chiếc xe có giá trị sử dụng còn lại tối thiểu 80%. Mức cho vay tối đa đối với trường hợp này là 50% giá trị còn lại của xe ô tô.

- Xe do khách hàng sử dụng làm tài sản cầm cố phải mua bảo hiểm vật chất trong suốt thời hạn vay. Số tiền bảo hiểm tối thiểu bằng 160% giá trị khoản vay (áp dụng cho lần mua đầu tiên), từ năm thứ hai trở đi, khách hàng phải mua mức bảo hiểm tối thiểu là 160% tổng dư nợ khoản vay.

**2.3.1.2.** Ngày 18/07/2001 Tổng giám đốc TCB đã ra Quyết định số 01065 TCB/QĐ-TGD quyết định ban hành thể lệ cho vay mua nhà trả góp.

\* Điều kiện vay: giống như điều kiện vay để mua ô tô xịn, khách hàng phải tự có vốn tối thiểu 30%.

\* Thời hạn vay: tối đa 10 đối với mua nhà chuyên quyền sử dụng đất, 5 năm đối với xây, sửa nhà.

\* Lãi suất vay: linh hoạt và được xác định giống trường hợp lãi suất may mua ô tô.

\* Tài sản đảm bảo

- Các tài sản cầm cố, thế chấp

- Có thể dùng chính căn nhà định xây, mua, sửa chữa để làm tài sản đảm bảo hoặc được bảo lãnh bằng tài sản của bên thứ ba.

### **2.3.1.3. Cho vay “Du học nước ngoài”**

Ngày 16/9/2002, Tổng giám đốc TCB đã ban hành Quyết định số 00938/TCB – QĐ.TGD ban hành thể lệ cho vay du học nước ngoài cho đối tượng khách hàng vay vốn sử dụng vào việc trang trải chi phí cho thân nhân đi du học nước ngoài nhằm thực hiện việc đa dạng hóa sản phẩm, tạo điều kiện cho việc nâng cao dân trí, góp phần vào sự nghiệp xã hội hóa giáo dục của Nhà nước.

\* Đối tượng khách hàng

Là các cá nhân, nước công dân cư trú tại Việt Nam có đủ năng lực pháp luật và năng lực hành vi dân sự.

\* Điều kiện vay vốn

- Khách hàng phải tự có tối thiểu 30% tổng nhu cầu vốn

- Phải có nguồn thu nhập ổn định để đảm bảo thanh toán nợ vay cho ngân hàng.

- Có tài sản đảm bảo cho khoản vay theo đúng quy định của TCB và của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

- Cam kết thực hiện đầy đủ các quy định trong quy chế cho vay của TCB và tuân thủ đầy đủ các quy định của pháp luật.

- Có thân nhân đi du học nước ngoài và đã được cơ sở đào tạo nước ngoài xác nhận là đủ điều kiện nhập học.

\* Loại tiền cho vay và hạn mức vay

- TCB cho khách hàng vay vốn bằng VNĐ và một số ngoại tệ khác như EUR, USD...

- Trường hợp khách hàng vay vốn bằng ngoại tệ thì phải thực hiện việc chuyển tiền trực tiếp ra nước ngoài của TCB.

- TCB cho vay tối đa 70% tổng chi phí của khóa học gồm: tiền vé máy bay, tiền học phí, tiền ký quỹ, chi phí làm visa, hộ chiếu, tiền bảo hiểm... và tiền ăn ở sinh hoạt trong suốt quá trình học.

\* Thời hạn vay

Trong từng trường hợp cụ thể của từng lưu học sinh, và theo thời gian đào tạo tại nước ngoài cũng như tình hình tài chính của người đứng ra vay vốn, TCB sẽ xem xét và xác định thời hạn cho vay đối với khách hàng nhưng tối đa không quá 60 tháng.

\* Lãi suất vay

- Lãi suất vay VNĐ được xác định trên cơ sở lãi suất huy động tiết kiệm 12 tháng tiết kiệm thường của TCB loại lĩnh lãi cuối kỳ cộng với biên độ từ 0,2-0,35%/tháng tùy theo thời hạn và mức độ rủi ro của từng khoản vay cụ thể.

- Lãi suất vay VNĐ được cố định theo nguyên tắc trên cho đến hết ngày 31/12 của năm mà khoản vay được thực hiện. Từ năm thứ hai trở đi lãi suất được xác định bằng lãi suất của tiết kiệm 12 tháng loại lĩnh lãi cuối kỳ đang có hiệu lực của ngày 1/1 năm đó cộng với biên độ quy định.

- Đối với lãi suất cho vay ngoại tệ: được tính trên cơ sở lãi suất Sibor 12 tháng cộng với biên độ từ 2,5-4%/năm. Lãi suất cho vay ngoại tệ được cố định theo nguyên tắc trên cho đến hết ngày 31/12 của năm mà khoản

vay được thực hiện. Từ năm thứ hai trở đi lãi suất được xác định bằng lãi suất nhận tiền gửi quốc tế tại thị trường ngân hàng Singapor (Sibor) kỳ hạn của ngày 1/1 năm đó cộng với biên độ quy định.

**\* Tài sản đảm bảo**

Tài sản thế chấp cầm cố thuộc sở hữu của khách hàng vay vốn hoặc bảo lãnh bằng tài sản của bên thứ ba.

**2.3.1.4. Cho vay “Du học tại chỗ”.**

Chương trình cho vay du học tại chỗ của Ngân hàng Kỹ thương Việt Nam được thực hiện từ ngày 6/11/2001 theo Quyết định số 01848/TCB-QĐ/HĐQT của Hội đồng quản trị TCB. Phạm vi thực hiện là các chương trình cao học của nước ngoài tại các trường Đại học và các Trung tâm đào tạo có danh tiếng tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh.

**\* Điều kiện vay vốn**

- Người đã trúng tuyển vào các khóa học cao học của nước ngoài tại Việt Nam.

- Đủ năng lực pháp luật dân sự và năng lực hành vi dân sự.

- Được sự đồng ý, giới thiệu của cơ quan quản lý khóa học

- Có khả năng tự thanh toán tối thiểu 50% học phí

- Có hộ khẩu thường trú hoặc tạm trú dài hạn tại Hà Nội và các vùng lân cận.

\* Hạn mức: số tiền cho vay không quá 50% học phí của khoa học.

**\* Thời gian vay vốn**

- Tối đa 48 tháng

- Trong thời gian học, học viên không phải trả gốc vay nhưng hàng tháng phải trả tiền lãi vay.

- Học viên phải trả gốc vay sau khi kết thúc khóa học, thời gian trả không quá 24 tháng kể từ khi kết thúc khóa học.

**\* Lãi suất cho vay**

- Cố định trong năm đầu tiên

- Các năm tiếp theo lãi suất dựa trên lãi suất huy động tiết kiệm 12 tháng của TCB (loại hình nhận lãi cuối kỳ) cộng thêm biên độ 0,2%/tháng.

## ***Chuyên đề tốt nghiệp***

---

Nếu học viên tham gia trả gốc tiền vay hàng tháng trong quá trình học, biên độ cộng thêm là 0,18%/tháng trong thời gian học.

\* Tài sản đảm bảo.

- Bảo lãnh của cơ quan cử đi học (các Tổng Công ty 90-91, các doanh nghiệp lớn).

- Bảo lãnh của cơ quan quản lý khoa học

- Bảo lãnh của người thứ ba

- Sổ tiết kiệm, vàng, chứng từ có giá (trái phiếu, ngân phiếu, hối phiếu...) theo danh mục quy định của TCB.

- Bất động sản và các tài sản có giá khác theo quy định của TCB

Sau khi kết thúc khóa học cơ quan quản lý lưu giữ bằng tốt nghiệp của Học viên cho đến khi học viên hoàn thành mọi nghĩa vụ liên quan đến khoản vay học phí trả góp với ngân hàng.

### ***2.3.2. Thực trạng hoạt động cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Techcombank.***

Từ năm 2001 tới năm 2004, dư nợ tín dụng cho vay cá nhân của Hội sở chính Techcombank như sau:

***Bảng 2: Dư nợ tín dụng cá nhân tại Techcombank***

*Đơn vị: triệu đồng*

Chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004
1. Doanh nghiệp nhà nước	10138	12.243	12.885	19.457
2. HTX	15	36	21	36
3. Công ty cổ phần, TNHH	1532	2.056	1.782	3.600
4. Doanh nghiệp tư nhân	52	81	123	1.048
5. Doanh nghiệp nước ngoài đầu tư tại Việt Nam	198	681	998	2.706
6. Dư nợ tín dụng cá nhân	15136	58.043	88.509	115.531
7. Thành phần khác	247	542	736	1.479
Tổng	27.318	73.682	105.054	141.151

*Nguồn: Báo cáo thường niên Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam  
năm 2001- 2004*



Nhìn vào bảng trên, ta nhận thấy dư nợ tín dụng cho vay cá nhân của phòng dịch vụ ngân hàng bán lẻ liên tục tăng qua các năm từ năm 2001 tới năm 2004 tuy nhiên do hai năm 2001 và 2002 là những năm đầu hoạt động nên dư nợ đều chưa đạt so với kế hoạch đề ra, năm 2001 dư nợ tín dụng ngân hàng chỉ đạt 98,83% so với kế hoạch, còn trong năm 2002 đạt 92,7% so với kế hoạch. Hai năm tiếp theo 2003 và 2004, nhờ rất nhiều nỗ lực của cán bộ ngân hàng nên dư nợ tín dụng đã vượt kế hoạch đề ra với năm 2003 là 104,66% và năm 2004 là 104%.

Trong số các hoạt động cho vay của phòng dịch vụ ngân hàng bán lẻ, cho vay tiêu dùng đóng một phần quan trọng vào sự thành công trong hoạt động cho vay nói chung của ngân hàng. Tình hình cho vay tiêu dùng được thể hiện qua bảng sau:

**Bảng 3: Dư nợ cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Techcombank**

*Đơn vị: Triệu đồng*

Chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004
Dư nợ cho vay tiêu dùng	12.230	45.187	60.240	85.134
% so với tổng dư nợ tín dụng cá nhân	80.8	77.85	68.06	73.68
Nợ quá hạn (%)	1,65	0	0,54	0,92

*Nguồn: Báo cáo thường niên Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam năm 2001- 2004*

Từ năm 2001 tới năm 2004, do nhu cầu vay tiêu dùng tăng lên nên dư nợ cho vay tiêu dùng ngày càng tăng, năm 2002 dư nợ tăng hơn ba lần so với năm 2001, năm 2003 gấp 1,3 lần năm 2002 và năm 2004 gấp 1,4 lần năm 2003. Trong năm đầu hoạt động (2001) do chưa có kinh nghiệm trong việc đôn đốc thu hồi nợ nên tỷ lệ nợ quá hạn là cao nhất 1,65%. Các năm sau, công

tác thu hồi nợ đạt kết quả cao, đặc biệt năm 2002, tỷ lệ nợ quá hạn là 0%, năm 2003 và năm 2004 tỷ lệ này đều bị khống chế ở mức dưới 1%.

Mục đích vay tiêu dùng của khách hàng rất đa dạng như vay để mua ô tô, vay để xây sửa nhà, mua sắm đồ dùng tiện nghi, cưới hỏi, du lịch, khám chữa bệnh, học tập... bảng sau cho ta thấy cơ cấu cho vay tiêu dùng của ngân hàng như sau:

**Bảng 4: Cơ cấu cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Techcombank**

*Đơn vị: Triệu đồng*

Mục đích vay	2001	2002	2003	2004
Vay xây sửa nhà	6.852	14.703	20.323	25.997
Du học	0	226,367	929,732	2.542
Ô tô xịn	259,501	18.929	23.352	35.565
Tiêu dùng khác	5.118	11.328	15.636	21.030

*Nguồn: Báo cáo thường niên Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam năm 2001- 2004*

Nhìn vào bảng trên ta thấy dư nợ cho vay xây sửa nhà và mua ô tô là lớn nhất, đặc biệt trong thời gian gần đây khi mà mức sống của người dân ngày càng cao thì nhu cầu được ở nhà mới và mua ô tô xịn lại càng tăng, đặc biệt là tại các đô thị lớn. Chính vì vậy, khách hàng tìm tới ngân hàng để vay mua ô tô và xây nhà ngày càng đông. Cho vay du học tuy có tăng lên nhưng kết quả cũng chưa cao, còn lại các nhu cầu vay tiêu dùng khác cũng tăng đáng kể. Trong thời gian tới, ngân hàng cần có các biện pháp để thu hút thêm khách hàng, đặc biệt là khách hàng có nhu cầu vay tiền cho thân nhân đi du học.

Cùng với sự phát triển của cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Ngân hàng Kỹ thương Việt Nam trong thời gian qua, lãi thu được từ hoạt động này cũng tăng lên tương ứng và chiếm phần lớn trong doanh thu từ hoạt động cho vay cá nhân của phòng bán lẻ.

**Bảng 5: Thu lãi cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính TCB**

*Đơn vị: Triệu đồng*

Chỉ tiêu	2001	2002	2003	2004
Thu lãi VCTD	846,45	2.526	7.039	8.827
Tỷ trọng (%)	82,5	82,7	76,1	72,2

*Nguồn: Báo cáo thường niên Ngân hàng TMCP Kỹ thương Việt Nam năm 2001- 2004*

Trong hai năm 2001 và 2002, tỷ trọng của thu lãi từ hoạt động cho vay tiêu dùng đều chiếm trên 80% so với tổng thu lãi của hoạt động tín dụng cá nhân. Tới năm 2003 và năm 2004, tỷ trọng này có giảm do tỷ trọng dư nợ cho vay tiêu dùng trong hai năm này cũng giảm xuống so với tổng dư nợ cho vay cá nhân. Tuy nhiên ta nhận thấy, số tiền lãi năm 2004 đã tăng gấp bốn lần so với năm 2002, điều này cho thấy sự hoạt động có hiệu quả của ngân hàng.

Cho vay tiêu dùng nếu so với tình hình cho vay chung của ngân hàng (bao gồm cho vay cá nhân và cho vay doanh nghiệp) thì có thể chỉ chiếm một phần rất nhỏ nhưng thông qua việc tăng trưởng mạnh mẽ của hoạt động này trong thời gian qua, ta thấy rằng tiềm năng phát triển của cho vay tiêu dùng trong tương lai sẽ rất lớn bởi nó mở ra một thị trường mới với lượng khách hàng ngày càng đông đảo hơn, đặc biệt đời sống của người dân ngày càng được nâng cao.

#### **2.4. Đánh giá về hoạt động cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Techcombank.**

##### **2.4.1. Những kết quả mà Ngân hàng đã đạt được**

Công tác kiểm soát và thu hồi nợ: Nhờ thực hiện tốt công việc kiểm soát sau khi vay, tăng cường phòng ngừa rủi ro ngay từ khâu xét duyệt nên tỷ lệ nợ quá hạn cho vay tiêu dùng chiếm tỷ lệ nhỏ, cao nhất là 1,65% năm

2001. Năm 2002, tỷ lệ này là 0%. Tỷ lệ này là khá tốt nếu so với tình trạng chung của các Ngân hàng hiện nay.

Công tác thu lãi cho vay tiêu dùng cũng đạt kết quả cao, thường đạt ở mức trên 150% so với kế hoạch.

Các sản phẩm bán lẻ ngày càng đa dạng và phong phú, đặc biệt có thêm các sản phẩm mới như cho vay nhà mới, ô tô xịn, du học thu hút ngày càng nhiều khách hàng. Khách hàng tới vay tiêu dùng chủ yếu dưới hình thức cầm cố sổ tiết kiệm và vay thế chấp nhà. Số dư tín dụng cũng ngày càng tăng lên.

Đối tượng khách hàng: Lúc mới thành lập, khách hàng vay chủ yếu là các khách hàng quen thuộc của TCB và người thân của cán bộ TCB. Thời gian gần đây, Phòng dịch vụ Ngân hàng bán lẻ đã tích cực thực hiện các chiến dịch tiếp thị nên đã thu hút được một số khách hàng quan trọng (mời họ từ ngân hàng khác về). Đối tượng khách hàng này chủ yếu là kinh doanh ngoại tệ, buôn bán nên có tần suất vay khá lớn và đây là nguồn thu lãi quan trọng. Bên cạnh vay vốn những khách hàng này chủ yếu là kinh doanh ngoại tệ, buôn bán nên có tần suất vay khá lớn và đây là nguồn thu lãi quan trọng. Bên cạnh vay vốn những khách hàng này còn sử dụng thêm các dịch vụ khác như: giao dịch mua bán ngoại tệ, tài khoản... Phòng bán lẻ cũng đã thực hiện một số chương trình chăm sóc khách hàng và quảng cáo qua một số phương tiện thông tin đại chúng (gửi thư giới thiệu sản phẩm, quảng cáo trên ti vi, báo chí...) nên đã thu được thêm rất nhiều khách hàng, đặc biệt là khách hàng vay mua ô tô và xây nhà mới.

Về cho vay Nhà mới: Khi mới ban đầu triển khai, chỉ có 12 khách hàng tới Ngân hàng để vay vốn theo chương trình Nhà mới với số dư nợ tính đến 31/12/2001 là 6,852 tỷ đồng chiếm 57% số dư nợ của phòng thì tới năm 2004, số lượng khách hàng tăng lên 71 khách hàng với số dư nợ là 25,997 tỷ đồng.

Về cho vay mua ô tô trả góp: năm 2001, khi mới triển khai chương trình tài trợ mua ô tô xịn thì số lượng khách hàng mới chỉ là 4 khách hàng và dư nợ tính đến hết ngày 31/12/2001 là 259 triệu, chiếm 1,71% số dư nợ của phòng. Các năm tiếp theo, lượng khách hàng có nhu cầu vay mua ô tô xịn tăng lên nhanh chóng, năm 2002 là 47 khách hàng, năm 2003 là 58 khách hàng và tới năm 2004, con số này là 81 khách hàng. Ngân hàng cũng đã thiết lập mối quan hệ đối tác với một số đơn vị bán xe như Ford Thăng Long, Vidamco, ISUZU, Mitsubishi, Toyota, Mercedes Benz... Đây là một cầu nối quan trọng giữa TCB với khách hàng nhằm thu hút một số lượng lớn khách hàng có thu nhập khá và cao đến với TCB. TCB thường cho khách hàng vay trực tiếp để mua ô tô trả góp chứ không thông qua doanh nghiệp bán xe ô tô. Khách hàng vay trực tiếp ngân hàng để mua xe thì chi phí sẽ ít hơn nếu như khách hàng vay qua doanh nghiệp dưới hình thức trả góp, bởi lãi suất của doanh nghiệp tính cho khách hàng sẽ cao hơn lãi suất ngân hàng bởi họ còn phải bù đắp tất cả các chi phí, trong đó có cả chi phí lãi vay ngân hàng. TCB hợp tác với các doanh nghiệp bán xe ô tô sẽ nhận được khoản phí hỗ trợ bán hàng nếu như có khách hàng vay được tiền của TCB và mua xe của hãng. Tới năm 2004, TCB đã nhận được 500 triệu đồng từ các hãng xe thông qua hình thức này.

Về cho vay du học tại chỗ: Phòng dịch vụ ngân hàng Bán lẻ đã làm việc và ký thỏa thuận hợp tác với trường Đại học Kinh tế quốc dân về việc hỗ trợ tài chính dưới hình thức trả góp cho học viên cao học. Phòng cũng đã đến tiếp thị và giới thiệu sản phẩm tới các lớp học cao học tại các khoa học Cao học hợp tác với người ngoài của Trường Kinh tế Quốc dân và đã có nhiều học viên quan tâm tới chương trình này.

#### ***2.4.2. Một số tồn tại và nguyên nhân***

Mặc dù cho vay tiêu dùng trong mấy năm vừa qua đã phát triển nhanh chóng nhưng nếu đem so sánh với dư nợ chung của cả ngân hàng thì tỷ lệ này vẫn chiếm một phần rất nhỏ, tương ứng với nó doanh thu từ hoạt

động này cũng không cao. Bên cạnh đó, tuy dư nợ tín dụng chung có vượt kế hoạch đề ra nhưng riêng cho vay tiêu dùng thì dư nợ đều chưa đạt so với kế hoạch, đặc biệt là kết quả thực hiện cho vay du học còn kém xa so với chỉ tiêu đề ra.

\* Nguyên nhân từ phía ngân hàng

Do yếu tố lịch sử của TCB, tư duy về dịch vụ cho vay tiêu dùng chưa được xác định là chiến lược phát triển lâu dài của ngân hàng. Trước đây đối tượng cho vay chủ yếu của TCB là những pháp nhân. Vì thế khi thực hiện chiến lược cho vay tiêu dùng thì vấp phải một “lỗ hổng” do chiến lược khác nhau để lại.

Việc triển khai cho vay tiêu dùng chưa được quan tâm một cách thống nhất trên toàn hệ thống, cho vay tiêu dùng vẫn chưa được chú trọng do tư tưởng “không thích làm cái nhỏ”.

Sự phối hợp giữa các phòng ban, giữa các bộ phận chưa đạt hiệu quả.

Hạn chế về mặt nhân lực: Cán bộ làm công tác tín dụng tại phòng dịch vụ ngân hàng bán lẻ TCB phần lớn còn rất trẻ hoặc mới ra trường, chưa có kinh nghiệm. Mặt khác, số lượng nhân sự phòng bán lẻ rất ít lại hay bị biến động, một cán bộ phải giải quyết quá nhiều khoản vay dẫn tới chất lượng thẩm định từng khoản vay có thể không cao.

Trong những năm qua, mặc dù ngân hàng đã rất cố gắng trong công tác marketing, tiếp thị sản phẩm sự hợp tác giữa ngân hàng với các Công ty sản xuất ô tô hay các Công ty du học vẫn chưa đạt hiệu quả cao. Riêng về vấn đề cho vay du học, ngân hàng vẫn chưa thực sự thu hút được số lượng lớn khách hàng tới vay vốn do nếu muốn vay vốn tại ngân hàng để đi du học thì bắt buộc phải thực hiện việc chuyển tiền qua ngân hàng. Điều này gây khó khăn cho khách hàng bởi nhiều người đã có tài khoản ở ngân hàng khác hoặc chuyển thực hiện việc chuyển tiền ở nơi khác không muốn phải chuyển tiền qua TCB mà chỉ muốn tới vay tiền mà thôi. Vì vậy, khách hàng tìm tới ngân hàng vay tiền đi du học chưa cao.

### \* Nguyên nhân từ phía khách hàng

Do khách hàng cho vay tiêu dùng là những thể nhân nên cái khó đầu tiên là xác định nguồn thu để trả nợ vì ít khách hàng có thể chứng minh được một nguồn thu rõ ràng để thanh toán nợ vay. Vướng mắc thứ hai đối với cho vay tiêu dùng liên quan đến tài sản đảm bảo. Do có một số quy định ngày càng chặt chẽ hơn của Các cơ quan quản lý Nhà nước đã khiến nhiều khách hàng không vay được vốn vì giấy tờ tài sản thế chấp chưa hợp pháp và hợp lệ.

Đối tượng khách hàng là thể nhân nên các khoản vay thấp (trung bình 180 triệu đồng cho một khoản vay), có khi chỉ 5-10 triệu đồng, thời hạn vay thường ngắn. Do đó dư nợ cũng thường không ổn định.

Nhiều người dân vẫn còn tâm lý ngại đến vay ngân hàng vì cho rằng thủ tục phức tạp, phiền hà hoặc do họ chưa thực sự hiểu về hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng.

### \* Các nguyên nhân khác

Tính cạnh tranh giữa các ngân hàng: Có thể nói trong giai đoạn hiện nay, lĩnh vực ngân hàng tài chính đang phát triển hết sức nhanh chóng và giữa các ngân hàng có sự cạnh tranh gay gắt về quy mô, chất lượng dịch vụ, sự đa dạng về sản phẩm... Riêng trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng cũng đã có rất nhiều ngân hàng tham gia, từ các ngân hàng lớn như Vietcombank, Ngân hàng NNo & PTNT, Ngân hàng Đầu tư Việt Nam cho tới các ngân hàng có quy mô nhỏ hơn như các ngân hàng cổ phần, bên cạnh đó còn có sự tham gia của các Công ty cho thuê tài chính. Sự cạnh tranh giành giật thị trường giữa các tổ chức tài chính đã gây khó khăn cho TCB trong việc thu hút khách hàng. Trong môi trường cạnh tranh ấy đòi hỏi các ngân hàng cần có những thế mạnh, những ưu thế nổi trội của riêng mình trong chiến lược thu hút khách hàng. Ngân hàng Á Châu trong lĩnh vực cho vay mua nhà trả góp đã thành lập hẳn một siêu thị địa ốc để đáp ứng nhu

cầu khách hàng, đây cũng có thể coi là một phương thức mời chào khách hàng hiệu của của ACB.

Các chính sách pháp luật của Nhà nước về cho vay tiêu dùng còn chưa rõ ràng, các quy định về tài sản thế chấp, về định giá nhà, chuyển quyền sở hữu còn phức tạp hay các quy định về thủ tục đăng ký xe ô tô, xe máy như mỗi công dân Việt Nam chỉ được đứng tên đăng ký một xe máy hoặc một ô tô và phải mua bảo hiểm xe... Tất cả những điều đó đều làm giảm doanh số cho vay tiêu dùng của ngân hàng.

Môi trường kinh tế vẫn chưa thực sự ổn định, lạm phát tăng làm cho mức sống người dân vẫn chưa thực sự được cải thiện, do đó nhu cầu vay tiêu dùng vẫn chưa cao.

Từ việc tìm ra các nguyên nhân gây hạn chế cho vay tiêu dùng của hội sở chính Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam, tôi xin đề ra một số giải pháp và nêu một số kiến nghị với hi vọng có thể mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng của ngân hàng.



**CHƯƠNG III:  
GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG CHO VAY TIÊU DÙNG  
TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN KỸ THƯƠNG**

**3.1. Định hướng phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng tại Hội sở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam**

Với mục tiêu xây dựng Techcombank thành Ngân hàng Thương mại đô thị đa năng có quy mô trung bình, lành mạnh và hiệu quả, Techcombank tiếp tục phát triển song song các chiến lược Ngân hàng bán lẻ đồng bộ tại các đô thị lớn và Ngân hàng bán buôn phục vụ các doanh nghiệp và kinh doanh tích cực trên thị trường tiền tệ trong và ngoài nước; chiến lược khách hàng và sản phẩm nhằm vào các thị phần mục tiêu đã lựa chọn và phát triển các loại hình sản phẩm, dịch vụ đa dạng gắn liền.

Để thực hiện các định hướng trên, Techcombank đã xác định các yếu tố quyết định thành công chủ yếu như sau:

- Một quy mô tương đối đủ lớn để thực hiện các lợi thế chi phí, hình ảnh, uy tín và thị phần tại các đô thị lớn nhất Việt Nam.

- Chính sách nguồn nhân lực năng động: thực hiện tuyển chọn đào tạo và đãi ngộ trên cơ sở kết quả công việc, kết hợp tạo môi trường phát triển nghề nghiệp lâu dài.

- Hiện đại hóa công nghệ với công nghệ thông tin làm nòng cốt là động lực thực hiện đổi mới quy trình kinh doanh và quản trị của ngân hàng, đồng thời tạo cơ sở cho việc triển khai các sản phẩm dịch vụ mới.

- Một bộ máy quản lý hữu hiệu trên nền tảng phân quyền có quản lý và tạo dựng tinh thần làm việc độc lập – phối hợp tập thể.

- Một chiến lược rõ ràng về khách hàng mục tiêu, sản phẩm và khu vực hoạt động.

Những yếu tố trên sẽ là cơ sở để Techcombank tiếp tục triển khai các bước chiến lược phát triển đã được hoạch định. Cụ thể:

Tổ chức hệ thống ngân hàng bán lẻ tại một số đô thị lớn với trọng tâm cung cấp các sản phẩm huy động và sử dụng vốn, dịch vụ ngân hàng cho các đối tượng dân cư, kinh tế cá thể và các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Hoàn thiện cơ cấu hệ thống ngân hàng bán buôn tại Hà Nội, TP Hồ Chí Minh với trọng tâm cung cấp các sản phẩm dịch vụ ngân hàng cho các đối tượng doanh nghiệp có quy mô lớn, các tổ chức tài chính, tiền tệ hoạt động trên thị trường tiền tệ, liên ngân hàng và trên thị trường vốn dài hạn.

Ưu tiên phát triển các loại hình dịch vụ phi tín dụng thông qua chính sách đa dạng hóa các loại hình dịch vụ cung ứng.

Trong thời gian tới, Techcombank tiếp tục tập trung thực hiện các chương trình lớn và các giải pháp chủ yếu như sau:

- Dịch vụ ngân hàng đồng bộ phục vụ các doanh nghiệp tập trung tại tỉnh và chi nhánh Hồ Chí Minh.

- Quản trị tập trung và tối ưu hóa nguồn vốn, kết hợp với việc đẩy mạnh hoạt động trên thị trường tiền tệ trong nước và quốc tế tập trung tại Hội sở.

- Cấu trúc ngân hàng bán lẻ tại chi nhánh và phòng giao dịch tập trung ở các đô thị lớn.

- Tin học hóa các quy trình kinh doanh và quản lý ngân hàng

- củng cố và mở rộng mạng lưới chi nhánh và các phòng giao dịch ở các tỉnh và thành phố trong cả nước.

- Xây dựng và phát triển nguồn nhân lực đảm bảo cả về lượng và chất nhằm đáp ứng nhu cầu nhân sự của hệ thống Techcombank mở rộng các năm tới. Ngân hàng chủ trương mở rộng cho vay trong những năm tới. Đối tượng mà ngân hàng mở rộng theo hướng cung cấp các dịch vụ trọn gói cho khách hàng mở tài khoản cá nhân, trả lương đưa tài khoản, gửi tiết kiệm, cấp thẻ tín ...

### **3.2. Giải pháp đẩy mạnh hoạt động cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương.**

#### ***3.2.1. Xây dựng chiến lược marketing ngân hàng***

Marketing ngân hàng mặc dù đã được đề cập từ lâu nhưng mãi vào những năm 60 marketing ngân hàng mới được tiếp cận và ứng dụng.

Ở Việt Nam, việc làm quen với marketing ngân hàng còn diễn ra muộn hơn, khoảng những năm cuối của thập niên 80, và cho tới nay hiệu quả của việc ứng dụng marketing ngân hàng còn hạn chế, chủ yếu tập trung vào các hoạt động bề nổi như quảng cáo, khuyến trương, còn các hoạt động chủ yếu có ý nghĩa quyết định thành công trong thực hành marketing như: nghiên cứu khách hàng, định vị hình ảnh, nâng cấp về chất lượng dịch vụ ngân hàng còn rất mờ nhạt và hạn chế. Điều này xảy ra không chỉ đối với Techcombank mà nhìn chung đa số các ngân hàng Thương mại Việt Nam chưa nhận thức đầy đủ tầm quan trọng của marketing trong hoạt động của ngân hàng. Vì vậy, để đưa marketing thực sự thâm nhập vào ngân hàng và phát huy tác dụng của nó Techcombank cần phải thực các giải pháp sau:

- Các cán bộ ngân hàng cần phải nhanh chóng chuyển sang tư duy kinh doanh mới, lấy quan điểm marketing làm phương châm chủ đạo.
- Triết lý marketing cần phải được thâm nhập vào tất cả các bộ phận, tất cả các nhân viên trong ngân hàng.
- Thành lập phòng chức năng marketing để đề ra định hướng marketing một cách bài bản, với đội ngũ nhân viên am hiểu và nhạy cảm về marketing.
- Techcombank phải tích cực và chủ đạo trong quan hệ với khách hàng kể cả khách hàng truyền thống và khách hàng tiềm năng. Cụ thể đối với khách hàng kinh doanh có hiệu quả và uy tín thì Techcombank phải chủ động đến đặt quan hệ tín dụng chứ không ngồi chờ khách hàng đến xin vay.
- Techcombank phải xây dựng chiến lược khách hàng đúng đắn

- Techcombank phải mở rộng và nâng cao chất lượng các loại hình dịch vụ.

Tuy nhiên, để đưa được marketing ngân hàng vào thực tế thì cần phải có nhiều thời gian và tích lũy kinh nghiệm. Nhưng đây là một điều thực sự cần thiết đối với các Ngân hàng Thương mại Việt Nam, đặc biệt khi sự cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng có thể dừng ở bước quảng cáo, ở nghệ thuật lôi kéo khách hàng nhưng để đảm bảo sự phát triển lâu dài ngân hàng cần có sự đầu tư thích đáng cho lĩnh vực này.

***3.2.1.1. Phòng quản lý khách hàng của Hội sở cần xây dựng một chiến lược khách hàng lâu dài.***

Để có được khách hàng đã khó nhưng giữ chân được những khách hàng này đòi hỏi Ngân hàng phải có một chiến lược về khách hàng lâu dài và bền vững, điều này không phải là đơn giản. Chiến lược này phải đảm bảo thu hút, hấp dẫn và có khả năng thỏa mãn được các đối tượng khách hàng đang có nhu cầu về dịch vụ ngân hàng hoặc hiện đã sử dụng các dịch vụ của Ngân hàng cung cấp.

Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương đã thành lập phòng quản lý khách hàng với chức năng tham mưu cho Ban giám đốc về các biện pháp nhằm thu hút và thỏa mãn các nhu cầu của khách hàng. Hoạt động này ngày càng mang lại hiệu quả đối với Ngân hàng. Cán bộ của phòng hoạt động với tất cả khách hàng của Ngân hàng, nhưng do lĩnh vực tín dụng tiêu dùng mới được triển khai nên cần phân công những cán bộ khách hàng có kinh nghiệm hoạt động chuyên sâu đối với khách hàng vay tiêu dùng, xây dựng một chiến lược kinh doanh tổng hợp bao gồm các chiến lược cụ thể như: phân tích thị trường, đánh giá đối thủ cạnh tranh, đánh giá nội bộ Ngân hàng, rút ra những mặt mạnh yếu của Ngân hàng so với đối thủ cạnh tranh, từ đó dự đoán các diễn biến của thị trường... Để các cán bộ này hoạt động có hiệu quả, cần có sự phối hợp nhịp nhàng, đồng bộ, giúp đỡ lẫn

nhau giữa cán bộ tín dụng và cán bộ các phòng khác, tạo nên hiệu quả trong công việc.

### ***3.2.1.2. Đẩy mạnh chính sách giao tiếp – khuyến khích tương***

\* Hoàn thiện phong cách giao tiếp với khách hàng.

Với phương châm hoạt động của các Ngân hàng là “hướng tới khách hàng”, việc hoàn thiện chính sách giao tiếp với khách hàng sẽ giúp một phần đáng kể vào việc làm hài lòng, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, tạo điều kiện nâng cao hiệu quả hoạt động của Ngân hàng.

Với Hội sở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương công việc này càng cần thiết hơn vì khách hàng của Ngân hàng thường là những khách hàng lớn, sử dụng rất nhiều sản phẩm của Ngân hàng, khi một khách hàng xa rời Ngân hàng cũng có nghĩa là Ngân hàng đã mất đi nhiều nguồn lợi thu được từ khách hàng đó.

Việc giao tiếp với khách hàng có ý nghĩa quan trọng trong việc thu hút khách hàng, góp phần tạo nên hình ảnh tốt đẹp về Ngân hàng trong lòng khách hàng, đây chính là phương thức quảng cáo tốt nhất cho Ngân hàng với một chi phí thấp nhất.

Ngân hàng cần có đồng phục cho CBCNV nhằm tạo nên ấn tượng tốt về tác phong làm việc, thái độ nghiêm túc và chuyên nghiệp, tạo một không khí làm việc khẩn trương, nhanh chóng cho khách hàng. Khách hàng nhiều khi bị ảnh hưởng bởi yếu tố ban đầu, đánh giá về Ngân hàng qua những gì họ nhìn thấy sau đó mới đến những gì mà họ giao tiếp với nhân viên Ngân hàng. Những bộ đồng phục này còn tạo ra môi trường làm việc thoải mái, hòa đồng cho cán bộ Ngân hàng từ đó nâng cao hiệu quả hoạt động của Ngân hàng.

Không chỉ có đồng phục cho CBCNV mà cơ sở vật chất của Ngân hàng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo nên ấn tượng tốt đẹp về Ngân hàng trong lòng khách hàng. Quan hệ giữa khách hàng và Ngân hàng dựa trên cơ sở tín nhiệm lẫn nhau, khách hàng sẽ không tin tưởng vào một

Ngân hàng với trụ sở nhỏ bé, trang thiết bị cũ kỹ và làm việc thủ công. Ngân hàng cần chú ý tới điều này để tạo nên sự tin tưởng và hài lòng của khách hàng.

Điều quan trọng nhất trong chính sách giao tiếp với khách hàng là thái độ phục vụ, tác phong của nhân viên Ngân hàng nói chung và nhân viên tín dụng nói riêng. Dưới con mắt của khách hàng, nhân viên chính là hình ảnh của Ngân hàng. Do vậy, thái độ phục vụ tận tình, chu đáo, cùng với tác phong công nghiệp nhanh chóng, chính xác, nhân viên Ngân hàng sẽ tạo nên ấn tượng tốt đẹp với khách hàng, góp phần xây dựng hình ảnh của Ngân hàng.

### \* Phát triển chính sách khuếch trương

Thực tế hiện nay cho thấy, nhu cầu vay tiêu dùng của dân cư là rất lớn nhưng số lượng khách hàng đến với Ngân hàng còn chưa nhiều. Nguyên nhân chủ yếu của điều này là do khách hàng cá nhân chưa có được những thông tin đầy đủ về hoạt động cho vay tiêu dùng của Hội sở, hoặc nếu biết được thông tin rồi thì cũng chưa nhận thức được đầy đủ về những lợi ích mà hoạt động cho vay mang lại, họ còn đắn đo, e ngại khi tới vay Ngân hàng.

Nguồn thông tin chủ yếu mà khách hàng cá nhân có thể tiếp cận để hiểu về cho vay tiêu dùng đó là thông qua hệ thống báo chí, truyền hình, qua chính những người đã vay tiêu dùng tại Ngân hàng.

Báo chí hiện nay là một phương tiện truyền thông rất hữu ích, thông tin về Ngân hàng cũng được thường xuyên đăng tải trên mặt báo, nhưng những báo này thường là báo chuyên ngành nên chỉ có những người trong ngành Ngân hàng, những người công việc hoạt động có liên quan tới Ngân hàng, những người học về Ngân hàng mới đọc nó. Còn đại đa số người dân ít quan tâm tới những loại báo chí này, vì vậy sự hiểu biết về tín dụng Ngân hàng nói chung và tín dụng tiêu dùng nói riêng còn rất hạn chế.

Các kênh truyền hình thường chỉ đưa những tin quan trọng, những sự thay đổi, những Quyết định mới ra hay sự biến động trên thị trường tiền tệ quốc tế... còn việc đưa tin tỉ mỉ về nghiệp vụ nhỏ của Ngân hàng thì rất hiếm trừ khi Ngân hàng muốn quảng cáo nó trên truyền hình. Tuy nhiên, với những thông tin ít ỏi mà người dân nhận được từ truyền hình thì không đủ để hiểu về nghiệp vụ nữa chứ chưa nói đến hiểu về lợi ích của nghiệp vụ.

Những người đã và đang sử dụng loại hình cho vay tiêu dùng của Ngân hàng đóng một vai trò quan trọng trong việc giới thiệu và quảng bá sản phẩm. Người dân thường có tính quần chúng, hễ người này có hoặc sử dụng cái gì khi người khác muốn sử dụng hàng hóa hay dịch vụ đó thì cũng sẽ sử dụng đúng những nhãn hiệu, đúng những cơ sở mà người trước đã dùng. Vì vậy khi ở trong một công ty, có một số người đã và đang sử dụng dịch vụ cho vay tiêu dùng của Ngân hàng thì đảm bảo rằng khi những người khác cần có nhu cầu vay tiêu dùng họ cũng sẽ tới với Ngân hàng. Nhưng do số lượng người đã và đang sử dụng dịch vụ này chưa nhiều nên nguồn thông tin cho những người khác còn hạn chế.

Tóm lại, việc tiến hành chiến lược quảng bá, tiếp thị là nguồn thông tin quan trọng và có hiệu quả nhất đối với người dân cũng như với Ngân hàng. Tuy nhiên, chiến dịch quảng cáo, tiếp thị không nhất thiết phải được tiến hành ở tất cả trên các phương tiện thông tin đại chúng, điều này sẽ tốn rất nhiều chi phí. Để tiết kiệm chi phí, đồng thời tiến hành hoạt động quảng cáo tiếp thị có hiệu quả nhất, tới tận tay người tiêu dùng, Ngân hàng nên trực tiếp tiếp cận với người vay vốn, những người thực sự có nhu cầu vay vốn. Cụ thể là Ngân hàng có thể liên hệ trực tiếp với Công đoàn, Phòng tổ chức... của các Doanh nghiệp, các Bộ, Các Ngành... tiến hành một buổi trao đổi giới thiệu sản phẩm cho tất cả người lao động trong Doanh nghiệp. Trong buổi trao đổi này, chỉ cần một hoặc hai cán bộ tín dụng của ngân hàng tới, ban đầu trình bày kỹ lưỡng những vấn đề có liên quan tới nghiệp

vụ như: quy trình, hạn mức, thời hạn, lãi suất, đối tượng, phương thức giải ngân và thu nợ... sau đó giải đáp những thắc mắc của những người tham gia. Thực tế chi phí cho những buổi trao đổi như thế này thường không đáng kể, do những việc làm như vậy có liên quan trực tiếp tới lợi ích của người lao động trong đơn vị của họ nên họ sẵn sàng trả chi phí cho những buổi như vậy và có thể họ muốn Ngân hàng tích cực tổ chức những buổi như vậy nữa.

Ngoài ra, Ngân hàng nên tự giới thiệu về mình thông qua báo chí, truyền hình, thông tin lên mạng máy tính, qua một số hình thức quảng cáo khác nhau: tài trợ cho một số cuộc thi, phát tờ rơi, tổ chức các cuộc thi tìm hiểu về Ngân hàng... Những hoạt động này rất có ích trong việc đưa các thông tin về Ngân hàng đến với người dân. Phát triển một số loại hình dịch vụ hỗ trợ cho hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng như: thành lập trung tâm môi giới, tư vấn về bất động sản, trung tâm tư vấn về hàng hóa tiêu dùng... giúp người vay có thể yên tâm khi họ sử dụng dịch vụ cho vay tiêu dùng của Ngân hàng.

Việc đẩy mạnh chiến lược giao tiếp khuếch trương như vậy giúp thông tin Ngân hàng đến được với dân cư, giúp người dân có thêm tự tin để tham gia các dịch vụ của Ngân hàng, đặc biệt là tín dụng, giúp dịch vụ Ngân hàng trở nên phổ biến đối với người dân và họ có thói quen sử dụng dịch vụ này như một công cụ để hỗ trợ cuộc sống, khi đó hoạt động của Ngân hàng sẽ được mở rộng và dễ dàng hơn rất nhiều.

***3.2.1.3. Hoàn thiện chính sách thông tin, nghiên cứu, tìm hiểu, điều tra về các yếu tố có liên quan tới cho vay tiêu dùng.***

Ngân hàng cần tìm hiểu, nắm rõ những thông tin tổng hợp về tình hình vĩ mô hoạt động tới hoạt động cho vay tiêu dùng. đó là các thông tin về chủ trương, chính sách của Chính phủ và của Ngân hàng Nhà nước có liên quan, về tình hình biến động kinh tế – xã hội nói chung cũng như lĩnh vực tài chính – tiền tệ ngân hàng nói riêng ở trong nước cũng như quốc



tế... Hoạt động cho vay tiêu dùng khá nhạy cảm với sự biến động kinh tế – chính trị – xã hội, do vậy những thông tin tổng hợp vĩ mô như vậy sẽ mang ý nghĩa quan trọng đến việc phát triển cho vay tiêu dùng của Ngân hàng.

Đồng thời, Ngân hàng cũng cần nghiên cứu, điều tra về tình hình cho vay trong lĩnh vực tiêu dùng của các đối thủ cạnh tranh. Hiện nay, các Ngân hàng trong nước, kể cả những Ngân hàng quốc doanh hay Ngân hàng cổ phần đều tiến hành và phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng. Hội sở Ngân hàng Thương mại cần thu nhập những thông tin về sản phẩm, chiến lược khách hàng của các đối thủ cạnh tranh sau đó tiến hành nghiên cứu, phân tích các ưu nhược điểm sản phẩm của các đối thủ này để từ đó đưa ra những chiến lược về sản phẩm của mình một cách tốt nhất.

Bên cạnh đó, Ngân hàng cũng cần tiến hành điều tra, thu thập và phân tích thông tin về người tiêu dùng. Cụ thể Ngân hàng có thể tiến hành thu thập thông tin bằng nhiều cách khác nhau, thông qua các cuộc phỏng vấn trực tiếp, điều tra chọn mẫu theo các nhóm đối tượng khách hàng khác nhau, từ đó suy rộng ra. Đồng thời, Ngân hàng cũng nên tổng hợp các đối tượng khách hàng đã và đang giao dịch với Ngân hàng, tìm hiểu, phân tích nhóm khách hàng này với mục đích mở rộng quy mô hoạt động.

Thông qua công tác điều tra này Ngân hàng nắm bắt được các thông tin tổng hợp về nhu cầu khác nhau của từng nhóm khách hàng tiêu dùng. Đồng thời qua công tác điều tra, phỏng vấn Ngân hàng cũng nhận được những ý kiến đóng góp phản hồi của khách hàng về ưu nhược điểm của các sản phẩm cho vay tiêu dùng nói riêng, các sản phẩm của Ngân hàng nói chung, đồng thời họ cũng phản ánh về thái độ phục vụ của Ngân hàng như thế nào để từ đó Ngân hàng có các biện pháp điều chỉnh hợp lý.

Chính việc thu thập và phân tích thông tin một cách tổng hợp, đầy đủ và chính xác sẽ tạo nên những cơ sở cần thiết ban đầu nhằm giúp cho Ngân hàng có thể vạch ra được các chiến lược đúng đắn nhằm phát triển hoạt động cho vay tiêu dùng trong tương lai.

***3.2.1.4. Hoàn thiện các sản phẩm cho vay của Ngân hàng.***

Do mới bước vào lĩnh vực cho vay tiêu dùng nên các sản phẩm của Ngân hàng trong lĩnh vực này còn chưa hoàn thiện, gây nên những khó khăn nhất định cho hoạt động của Ngân hàng. Để mở rộng được loại hình cho vay này thì việc từng bước hoàn thiện các sản phẩm của Ngân hàng là một điều tất yếu.

\* Hoàn thiện cho vay tiêu dùng không có tài sản đảm bảo đối với CBCNV thông qua phương thức người đại diện.

Loại hình cho vay không có tài sản đảm bảo đối với CBCNV khi triển khai gặp một số khó khăn sau:

- Số lượng món vay tiêu dùng nhiều nhưng giá trị món vay nhỏ khiến cho Ngân hàng mất nhiều thời gian, tốn kém nhiều chi phí trong việc thẩm định, xét duyệt cho vay, kiểm tra sử dụng vốn và thu nợ...

- Ngoài những rủi ro khách quan đến từ phía khách hàng như bệnh tật, giảm biên chế, tai nạn... thì Ngân hàng còn chịu một số rủi ro chủ quan do một số người vay lợi dụng sự quản lý lỏng lẻo trong việc xác nhận theo yêu cầu của Ngân hàng để xin xác nhận nhiều lần đi vay ở nhiều Ngân hàng, sử dụng vốn đúng mục đích, khiến cho Ngân hàng tốn nhiều chi phí trong việc thu nợ nhiều trường hợp còn không thu được.

- Khó khăn của người vay là trong giờ làm việc không thể ai cũng bỏ nơi làm việc để đến giao dịch với Ngân hàng trong khi đó Ngân hàng chỉ làm việc trong giờ hành chính, đối với loại vay này hàng tháng người vay phải tới Ngân hàng để trả nợ cho Ngân hàng.

Những khó khăn trên đã phần nào ảnh hưởng không nhỏ tới việc mở rộng đối tượng cho vay và hạn chế người đến vay tại Ngân hàng.

Hội sở Ngân hàng không muốn mở rộng đối tượng vay vốn rộng ra các Doanh nghiệp kể cả đối với Doanh nghiệp Nhà nước là do không tin tưởng sự xác nhận và quản lý xác nhận của các Doanh nghiệp này. Do tình trạng quen biết hoặc nể nhau nên khi người làm đơn có thêm vào đó những

yếu tố không thực tế thì người xác nhận cũng ký, hoặc xin xác nhận nhiều lần cũng được. Đồng thời đội ngũ cán bộ tín dụng tiêu dùng còn mỏng, làm việc căng thẳng thời gian nên việc kiểm tra, thẩm định các hồ sơ vay vốn, quản lý khoản vay và thu nợ gặp khó khăn. Việc mở rộng có thể gây nên rủi ro lớn trong việc thu hồi nợ của Ngân hàng, nhưng nếu không mở rộng đối tượng vay vốn thì Ngân hàng sẽ mất đi nhiều khách hàng có chất lượng tín dụng tốt, có nhu cầu vay vốn cho mục đích tiêu dùng, làm giảm lợi nhuận của Ngân hàng.

Để giải quyết những khó khăn trên, Ngân hàng nên xem xét phát triển giải pháp cho vay tiêu dùng thông qua những đại diện. Giải pháp cho vay tiêu dùng thông qua người đại diện đối với CBCNV được dựa trên cơ sở xác định rõ trách nhiệm và quyền lợi của các bên tham gia (ngân hàng, đại diện của bên vay, người vay) cũng như việc phối hợp chặt chẽ giữa các bên trong quá trình thẩm định, xét duyệt cho vay, giải ngân và thu hồi nợ.

Người đại diện trong phương thức này là người ở đơn vị có người vay vốn, có uy tín và trách nhiệm đối với người vay. Người này có trách nhiệm tập hợp các hồ sơ xin vay, đại diện nhận tiền vay cho người trong Doanh nghiệp, tiến hành thu nợ gốc và lãi. Ngân hàng chỉ có trách nhiệm làm việc với người đại diện. Để làm được điều này, Ngân hàng phải có trách nhiệm làm việc với người đại diện nhằm khuyến khích người đại diện hoàn thành tốt trách nhiệm được giao. Ngân hàng có các chính sách như: Hàng tháng trích phần trăm số lãi thực thu thưởng cho người đại diện, hỗ trợ tiền tàu xe, ăn ở trong các kỳ trả nợ, có sự hỗ trợ ưu tiên khi người đại diện tham gia vay vốn của Ngân hàng...

Tuy nhiên, cần lưu ý trách nhiệm của người đại diện trong trường hợp này. Nếu người đại diện là người không có trách nhiệm, không trung thực thì có thể sẽ lạm dụng sự tín nhiệm của Ngân hàng đối với mình để chiếm đoạt tiền trả nợ của người vay, gây ảnh hưởng tới việc cho vay và thu nợ. Vì vậy mà việc lựa chọn và xác định quyền lợi và trách nhiệm của

người đại diện cần được Ngân hàng thực hiện một cách nghiêm túc và kỹ càng.

\* Hoàn thiện công tác định giá trong cho vay có tài sản đảm bảo là nhà đất.

Hiện nay trên địa bàn Hà Nội chưa có một trung tâm bất động sản nào có đủ năng lực, trình độ và uy tín để đưa ra giá thị trường của các loại nhà đất mà Ngân hàng có thể tham khảo cho hoạt động tín dụng của ngân hàng, phần lớn họ định giá theo yêu cầu của khách hàng dưới hình thức khách hàng thuê họ định giá, phải trả tiền thuê. Khi định giá nhà đất của khách hàng, cán bộ tín dụng thường tự mình đi thu thập tài liệu về định giá tài sản nhà đất đó, điều này gây khó khăn không nhỏ cho công tác của cán bộ tín dụng.

Một giải pháp có thể khắc phục được tình trạng trên là Hội sở nên thành lập một Ban thông tin bất động sản, hoạt động bằng việc cung cấp thông tin về nhà đất, định giá nhà đất, môi giới nhà đất... hỗ trợ cho hoạt động tín dụng, bảo lãnh của Hội sở.

Ban thông tin bất động sản này ra đời sẽ giúp cho công tác tín dụng, bảo lãnh của Ngân hàng hoạt động có hiệu quả hơn thông qua việc định giá sát thực hơn tài sản đảm bảo của khách hàng, giảm thiểu rủi ro trong hoạt động tín dụng, bảo lãnh của Ngân hàng và giúp thỏa mãn tốt hơn nữa nhu cầu của khách hàng.

\* Nhanh chóng hoàn thiện và đưa phương thức cho vay tiêu dùng trả góp vào hoạt động.

Hiện tại Hội sở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương đã triển khai loại hình cho vay tiêu dùng trả góp nhưng chưa rộng rãi bởi một số hạn chế của loại cho vay này cũng như của Ngân hàng. Món vay tiêu dùng trả góp được trả nợ gốc và lãi làm nhiều lần, số lượng món vay nhiều nên việc theo dõi thu nợ tốn nhiều công sức cùng xnhw chi phí của Ngân hàng. Trong khi đó, số lượng cán bộ của Ngân hàng có hạn và còn có nhiều

khoản vay khác hấp dẫn hơn so với các khoản cho vay trả góp nên Ngân hàng thực sự chưa chú trọng tới loại cho vay này nhiều.

Bên cạnh những hạn chế của loại cho vay này thì nó cũng có những ưu điểm mang lại cho Ngân hàng nhiều lợi ích, đó là lợi nhuận mang lại từ các khoản cho vay trả góp thường cao hơn so với các khoản cho vay khác. Nếu tính lãi suất cho vay trả góp dựa trên toàn bộ số dư ban đầu thì lãi suất thực tế của cho vay trả góp cao hơn so với lãi phải trả vẫn được tính dựa trên số dư ban đầu, vì vậy lãi suất thực tế cao hơn so với lãi suất danh nghĩa. Vì những ưu điểm trên mà Ngân hàng cần đưa phương thức cho vay tiêu dùng trả góp vào hoạt động càng sớm càng tốt. Ngân hàng có thể cho vay trả góp trực tiếp đối với khách hàng cũng có thể cho vay gián tiếp thông qua người sản xuất, kinh doanh hàng hóa.

Đối với cho vay tiêu dùng trực tiếp, nhân viên tín dụng trực tiếp tiếp xúc với khách hàng để cho vay cũng như thu nợ. Trong cho vay tiêu dùng trực tiếp Ngân hàng có thể yên tâm hơn vì năng lực của cán bộ tín dụng, họ được đào tạo có chuyên môn, có ý thức trong công việc, luôn làm việc để Ngân hàng đạt được lợi nhuận cao nhất. Nhưng có một hạn chế là khi đưa phương cho vay tiêu dùng trả góp vào hoạt động thì số lượng món vay sẽ lớn, thời gian thu hồi nợ diễn ra hàng tháng, mà số lượng cán bộ tín dụng còn thiếu chưa đáp ứng đủ nhu cầu để trực tiếp tiếp xúc với khách hàng. Chính vì khó khăn này mà Ngân hàng nên xem xét đưa vào áp dụng phương pháp cho vay tiêu dùng gián tiếp thông qua người sản xuất, kinh doanh. Cho vay tiêu dùng thông qua người sản xuất kinh doanh có thể xảy ra những rủi ro như: trình độ chuyên môn về Ngân hàng của Công ty sản xuất kinh doanh có hạn, nhiều khi công ty muốn bán được nhiều khách hàng nên thẩm định một cách vô trách nhiệm, không chính xác, có thể chiếm dụng tiền trả nợ của khách hàng cho Ngân hàng... Do vậy bước đầu thử nghiệm loại cho vay này Ngân hàng chỉ thực hiện cho vay theo phương thức tài trợ có truy đòi toàn bộ. Theo phương thức này, khi bán cho Ngân hàng các

khoản nợ mà người tiêu dùng đã mua chịu, công ty bán lẻ cam kết sẽ trả toàn bộ các khoản nợ cho người tiêu dùng nếu khi đến hạn trả nợ, người tiêu dùng không trả được cho Ngân hàng. Với phương thức cho vay này Ngân hàng sẽ không gặp rủi ro không thu được nợ. Lưu ý, Ngân hàng phải lựa chọn và xem xét kỹ lưỡng các công ty sản xuất, kinh doanh phù hợp, có độ an toàn cao, có uy tín và có năng lực tài chính để quyết định tài trợ nhằm ngăn chặn rủi ro cho Ngân hàng.

Phương thức cho vay tiêu dùng trả góp thông qua người sản xuất, kinh doanh mang lại nhiều lợi ích cho các bên tham gia, trong đó lợi ích của Ngân hàng là mở rộng được đối tượng cung ứng tín dụng, thu hút được nhiều khách hàng, thu được lợi nhuận cao vì lãi suất cho vay tiêu dùng trả góp hấp dẫn.

### ***3.2.2. Mở rộng mạng lưới của Ngân hàng***

Hoạt động cho vay tiêu dùng là hoạt động cho vay đối với cá nhân, đòi hỏi phải có một hệ thống cung ứng sản phẩm, dịch vụ rộng khắp mới có thể cung cấp đầy đủ cũng như đưa tiện ích của dịch vụ Ngân hàng tới tay người tiêu dùng.

Hội sở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương có trụ sở tại Hà Nội một địa bàn được xem là giàu tiềm năng nhất của cả nước trong hoạt động của Ngân hàng nói chung và hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng. Hà Nội là thủ đô nên tất cả các cơ quan đầu não của đất nước đều tập trung ở đây, tất cả các tổ chức phi chính phủ, Công ty của các hãng trong nước cũng như nước ngoài... đều tập trung ở đây. Với dân cư đông đúc, trình độ dân trí cao, không ngừng được mở rộng... Hà Nội trở thành một thị trường giàu tiềm năng cho tất cả các ngân hàng. Vì vậy có sự cạnh tranh cũng trở nên gay gắt giữa các Ngân hàng. Một trong các biện pháp để thắng trong cạnh tranh và thu hút tối đa số lượng khách hàng có thể là mở rộng mạng lưới hoạt động của Ngân hàng trên địa bàn.

Hiện nay cùng với tốc độ đô thị hóa mạnh mẽ, mức sống của người dân cũng được nâng cao đáng kể, nhu cầu về nhà cửa và tiện nghi sinh hoạt là không thể thiếu, có thể ở hiện tại họ chưa thể mua sắm được những tiện nghi đó nhưng trong tương lai gần chắc chắn họ sẽ có. Ngân hàng cần mở rộng các chi nhánh nhỏ, các phòng giao dịch tới những khu đô thị mới, những thành phố vệ tinh của Hà Nội... để đáp ứng được tất cả nhu cầu của người vay, tận dụng tối đa lợi thế nằm trên địa bàn Thủ đô của mình.

### **3.3. Áp dụng hệ thống tính điểm tín dụng đối với khách hàng.**

Hiện nay, quy định về kỹ thuật cho vay tiêu dùng nói chung của NHNN chưa có mà tùy thuộc vào đặc điểm của từng Ngân hàng để vận dụng linh hoạt kỹ thuật cho vay nào, nhưng tất cả đều nhằm mục đích nâng cao năng suất lao động, hạn chế rủi ro, đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Để làm được điều này thì việc áp dụng hệ thống tính điểm trong cho vay tiêu dùng là việc cần thiết đối với Hội sở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương.

Việc xây dựng mô hình hệ thống tính điểm tín dụng sẽ giúp cho việc thẩm định và xét duyệt cho vay đối với khách hàng tốn ít thời gian, công sức và chi phí của Ngân hàng cũng như khách hàng. Hệ thống tính điểm là tập hợp các tiêu thức khác nhau liên quan đến từng đối tượng khách hàng vay vốn phục vụ mục đích sinh hoạt tiêu dùng. Mỗi tiêu thức có điểm số khác nhau tùy thuộc vào tính chất, tầm quan trọng và kinh nghiệm thực tiễn. Việc sử dụng hệ thống tính điểm rất đơn giản, Ngân hàng chỉ cần in mẫu đơn sẵn trên đó có đầy đủ các câu hỏi, khi khách hàng đến vay chỉ cần điền đầy đủ những câu hỏi đó rồi nộp cho cán bộ tín dụng, cán bộ tín dụng căn cứ vào những thông tin do khách hàng điền vào để đối chiếu với thang điểm đã xây dựng để tính điểm cho khách hàng. Sau khi đã có điểm của khách hàng thì cán bộ tín dụng có thể quyết định ngay có cho vay hay không. Với phương pháp này thì thời gian xét duyệt cho vay diễn ra nhanh chóng, thuận tiện cho cả khách hàng và Ngân hàng. ngân hàng không cần

nhiều cán bộ tín dụng, còn khách hàng thì có thể biết ngay mình có được vay hay không.

Hệ thống tính điểm tín dụng đã được trình bày ở phần trước

Lưu ý khi sử dụng hệ thống này Ngân hàng nên có chế độ xem xét đặc biệt đối với những đơn xin vay có số điểm xấp xỉ mức điểm giới hạn để tránh bỏ qua những trường hợp có hoàn cảnh đặc biệt và thường xuyên nghiên cứu bổ sung, thay đổi, điều chỉnh cho phù hợp với những thay đổi của thực tế nhằm nâng cao hiệu quả của phương pháp này.

### **3.4. Không ngừng phát triển công nghệ Ngân hàng**

Trong xã hội mà công nghệ thông tin đóng vai trò chủ chốt thì hoạt động của Ngân hàng không thể không phụ thuộc vào công nghệ này mà ngược lại nó phụ thuộc rất nhiều là đằng khác. Có thể nói Ngân hàng hiện đại hoạt động dựa trên nền tảng là công nghệ thông tin.

Hội đồng quản trị Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương luôn xác định rõ công cụ để cạnh tranh thắng lợi trong hội nhập chính là công nghệ. Chỉ có công nghệ tiên tiến Ngân hàng mới có thể thiết kế được những sản phẩm có chất lượng cao, đa tiện ích, ưu việt và tiết kiệm chi phí đặc biệt là chi phí cho nguồn nhân lực vốn đang có xu hướng gia tăng trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt như hiện nay. Ngoài ra công nghệ hiện đại còn là nhân tố quan trọng trong việc ứng dụng các mô hình quản lý hiện đại. Đây là xu hướng phát triển của hầu hết các quốc gia tiên tiến trên thế giới.

Gần đây, Ngân hàng Kỹ thương đã triển khai và đưa vào ứng dụng hàng loạt công nghệ Ngân hàng mới, sau thời gian hoạt động nó đã chứng tỏ được vai trò của mình, Ngân hàng luôn đi đầu trong lĩnh vực công nghệ mới và khẳng định vị trí hàng đầu của Ngân hàng Thương mại Cổ phần hàng đầu ở Việt Nam trong mọi lĩnh vực, mang tới cho khách hàng những tiện ích Ngân hàng hiện đại.

Đối với lĩnh vực cho vay tiêu dùng, hiện nay tại Hội sở Ngân hàng Thương mại Kỹ thương việc quản lý khoản vay, tính lãi, thu nợ... đều được



thực hiện trên máy tính, nâng cao được năng suất lao động của cán bộ tín dụng, giảm thời gian giao dịch đối với khách hàng. Nhưng đó chỉ là trong quá trình quản lý sau khi đã cho vay, còn thủ tục cho vay thì Ngân hàng vẫn tiến hành hoàn toàn thủ công. Ngân hàng nên sử dụng hệ thống tính điểm tự động để ra quyết định cho vay đối với khách hàng. Cài phần mềm tính điểm tín dụng đối với khách hàng vào máy, khi có đơn xin vay cán bộ tín dụng chỉ việc nhập dữ liệu vào máy lúc đó máy sẽ cho ra số điểm đạt được của khách hàng và cán bộ tín dụng lúc này chỉ cần ra quyết định có cho vay hay không, áp dụng phương pháp này, thời gian để ra quyết định rất ngắn, chính xác do không có sự nhầm lẫn của cán bộ tín dụng, thao tác rất đơn giản... Làm được điều này thì cả quá trình cho vay và thu nợ đều được thực hiện trên máy tính, giảm chi phí nhân công trong suốt quá trình cho vay.

### **3.5. Nâng cao số lượng cũng như chất lượng nguồn nhân lực**

Một vấn đề mà luôn được xem là nhân tố quyết định đối với Ngân hàng đó là công tác cán bộ. Cán bộ được xem là nhân tố quan trọng trong chiến lược phát triển của Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương.

Cùng với việc đổi mới công nghệ Ngân hàng là việc đào tạo lại cho cán bộ Ngân hàng có khả năng làm chủ công nghệ đó là một yêu cầu cấp thiết. Mặt khác, trong xu thế hội nhập hiện nay yêu cầu đặt lên vai đội ngũ cán bộ Ngân hàng là rất lớn. Sắp tới Việt Nam sẽ ra nhập Khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA), tổ chức thương mại quốc tế (WTO), chắc chắn sẽ có nhiều Ngân hàng nước ngoài thâm nhập vào thị trường Việt Nam tạo ra một môi trường cạnh tranh gay gắt mà chỉ có thể thắng được trong cạnh tranh này là chất lượng dịch vụ Ngân hàng. Mặt khác, tỷ lệ khách hàng nước ngoài khi đó sẽ cao hơn so với hiện nay, để đáp ứng được nhu cầu của những đối tượng này đòi hỏi chất lượng dịch vụ phải rất cao. Để làm được điều này thì yếu tố nền tảng và quan trọng nhất của Ngân hàng là nguồn nhân lực.

Nghiệp vụ tín dụng là nghiệp vụ cơ bản và mang lại thu nhập lớn nhất cho ngân hàng, để giữ vững được hoạt động của Ngân hàng trong thời buổi cạnh tranh thì việc nâng cao và mở rộng nghiệp vụ tín dụng là điều cốt yếu. Vì vậy người cán bộ tín dụng phải có được những phẩm chất và năng lực để thực hiện công việc.

- Có năng lực để giải quyết những vấn đề chuyên môn, nghiệp vụ. Muốn vậy họ phải có kiến thức chuyên môn về Ngân hàng, được đào tạo các kỹ năng để xử lý các thông tin liên quan tới công việc của mình.

- Có năng lực dự đoán các vấn đề kinh tế về sự phát triển cũng như triển vọng của hoạt động tín dụng. Đây chính là tầm nhìn của mỗi cá nhân, nhưng nó lại ảnh hưởng tới hoạt động của Ngân hàng. Từ kinh nghiệm mà họ có được những dự đoán chính xác thì đó là sự sáng tạo của cán bộ tín dụng.

- Có uy tín trong quan hệ xã hội. Điều này thể hiện phẩm chất đạo đức và khả năng giao tiếp của cán bộ tín dụng, nó có ảnh hưởng rất quan trọng trong việc mở rộng và giữ chân những khách hàng truyền thống của Ngân hàng.

- Có năng lực tự học, tự nghiên cứu, có khả năng làm việc độc lập. Đây là yếu tố phẩm chất rất cần cho công việc của một cán bộ tín dụng.

- Nhận thức được điều này, trong những năm vừa qua Hội sở Ngân hàng Thương mại không ngừng nâng cao số lượng cũng như chất lượng nguồn nhân lực.

- Hàng năm Ngân hàng đều tổ chức cuộc thi công khai tuyển nhân viên với nhiều vòng thi về kiến thức chuyên môn, về trình độ ngoại ngữ khả năng giao tiếp... đã tuyển chọn được những cán bộ có năng lực thực sự, có trách nhiệm và nhiệt tình với công việc.

Ngân hàng thường xuyên tổ chức các lớp đào tạo, đào tạo lại cán bộ thông qua các Hội nghị chuyên đề, các lớp tập huấn trong nước, các khóa học ngắn hạn cũng như dài hạn ở nước ngoài. Đặc biệt Ngân hàng còn

thường xuyên tổ chức kiểm tra, sát hạch đánh giá trình độ của cán bộ trẻ để có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cho nhu cầu trước mắt cũng như lâu dài để đưa vào quy hoạch đào tạo cán bộ kế cận.

Đối với cán bộ tín dụng thì lựa chọn trong số cán bộ Ngân hàng có đủ kiến thức và đạo đức nghề nghiệp làm công tác tín dụng. Thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn phổ biến kiến thức mới và kinh nghiệm cho vay đến cán bộ tín dụng, chú trọng kỹ năng đánh giá phân loại khách hàng và kỹ năng thẩm định dự án. Rèn luyện kỹ năng ngoại ngữ để có thể tiếp cận đối với khách quốc tế.

Hiện nay số lượng cán bộ tín dụng nói chung và cán bộ làm việc trong lĩnh vực cho vay tiêu dùng nói riêng còn thiếu. Một cán bộ tín dụng phải giải quyết một khối lượng công việc lớn trong một ngày làm việc, tình trạng làm thêm giờ, làm việc vào ngày nghỉ là chuyện bình thường, gây nên sự căng thẳng đối với cán bộ tín dụng. Vậy để có thể mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng thì việc tăng cường thêm cán bộ cho lĩnh vực này là một việc cần thiết.

Để thu hút được cán bộ giỏi, nâng cao hiệu quả công tác của họ thì Ngân hàng cũng cần có những chế độ đãi ngộ nhất định đối với họ như: lương, thưởng, chế độ đào tạo... điều này sẽ tạo nên động lực làm việc mạnh mẽ đối với cán bộ, tạo ra hình ảnh đẹp về Ngân hàng trong lòng khách hàng.

### **3.6. Một số kiến nghị**

#### ***3.6.1. Kiến nghị đối với sự quản lý vĩ mô của Nhà nước.***

Để đẩy mạnh phát triển hoạt động của Ngân hàng thì không chỉ có cố gắng nỗ lực của riêng phía Ngân hàng mà cần có sự hỗ trợ tích cực của Nhà nước. Đặc biệt là trong hoạt động cho vay tiêu dùng bởi nếu hoạt động này phát triển thì Nhà nước cũng là đối tượng nhận được nhiều lợi ích từ sự

phát triển đó, vì vậy, Nhà nước nên tạo điều kiện thuận lợi để hoạt động này ngày càng mang lại nhiều lợi ích cho xã hội.

+ Nhà nước cần thực hiện các biện pháp nhằm ổn định môi trường vĩ mô (kinh tế – chính trị – xã hội) thông qua việc thực hiện các biện pháp nhằm ổn định chính trị, xác định rõ chiến lược phát triển kinh tế, hướng đầu tư, tăng cường đầu tư, chuyển đổi cơ cấu kinh tế một cách hợp lý nhằm mục tiêu ổn định thị trường, ổn định giá cả, duy trì tỷ lệ lạm phát ở mức có lợi cho nền kinh tế. Việc Nhà nước tạo ra một môi trường kinh tế – chính trị – xã hội ổn định sẽ tạo điều kiện cho quá trình phát triển kinh tế, nâng cao thu nhập và mức sống của dân cư, khiến cho khả năng tích lũy và tiêu dùng của dân cư ngày càng tăng lên, thúc đẩy mạnh mẽ tăng cầu về tiêu dùng. Bên cạnh đó, sự ổn định giúp cho các thành phần kinh tế yên tâm sản xuất kinh doanh tạo ra hàng hóa, dịch vụ cho xã hội.

- Nhà nước cần thực hiện các biện pháp nhằm chuyển đổi cơ cấu kinh tế theo hướng tăng tỷ trọng công nghiệp, dịch vụ, giảm tỷ trọng nông nghiệp trong GDP. Chuyển dịch phân bố dân cư theo hướng tăng tỷ lệ dân cư ở thành thị giảm tỷ lệ này ở nông thôn. Chuyển lao động ở những ngành có năng suất thấp sang các ngành có năng suất cao, giảm tỷ lệ thất nghiệp tăng mức sống dân cư, từ đó tạo ra cầu hàng hóa, dịch vụ.

- Nhà nước cần có văn bản quy định hướng tới các Bộ, Ngành, Tổng Công ty, các Doanh nghiệp về việc xác nhận cho cán bộ công nhân viên thuộc đơn vị mình vay vốn tín dụng ở các Ngân hàng thương mại. Tránh tình trạng gây khó dễ cho CBCNV hoặc quá dễ dãi để họ xin xác nhận nhiều lần đi vay ở nhiều nơi, gây rủi ro cho Ngân hàng.

- Nhà nước cần phối hợp với các Ngân hàng trong việc đào tạo nguồn nhân lực. Ngành Ngân hàng đòi hỏi CBCNV có trình độ cao, luôn luôn cập nhật và bổ sung kiến thức cho mình thì mới có thể theo kịp với sự thay đổi của công nghệ. Công nghệ, nghiệp vụ Ngân hàng thường là sự ứng dụng của nước ngoài vào hoạt động, vì vậy Nhà nước cần chú trọng tới

việc đầu tư công nghệ cho các Ngân hàng thông qua việc cấp Ngân sách Nhà nước cử cán bộ Ngân hàng đi học tập ở nước ngoài. Đồng thời, đầu tư cho giáo dục trong nước thông qua việc đầu tư cho các trường có đào tạo chuyên ngành Ngân hàng, tạo điều kiện nâng cao trình độ của cán bộ Ngân hàng nói chung.

### ***3.6.2. Kiến nghị 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 Ngân hàng Nhà nước 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.

- NHNN cần sớm hoàn thiện các văn bản pháp quy về hoạt động cho vay tiêu dùng nói riêng và hoạt động của Ngân hàng nói chung. Hoàn chỉnh hệ thống văn bản pháp quy sẽ tạo nền tảng cơ sở cần thiết cho hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển. Cần có những văn bản cụ thể về đối tượng, loại hình cho vay tiêu dùng, tạo hành lang pháp lý đầy đủ, thông thoáng cho hoạt động này. Đối với các văn bản khác thì nên nghiên cứu kỹ tình hình thị trường và có những dự đoán chính xác xu hướng thay đổi của thị trường để ra những văn bản chính xác và có tuổi đời kéo dài.

- NHNN cần có sự nỗ lực trong việc phối kết với các Bộ, Ngành có liên quan trong hoạt động cho vay tiêu dùng để cho ra đời những Thông tư liên bộ tạo điều kiện pháp lý thuận lợi cho hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển.

- NHNN cần phát triển hệ thống thông tin liên Ngân hàng. NHNN nên tăng cường mối quan hệ với các Ngân hàng thương mại và giữa các Ngân hàng thương mại với nhau, thiết lập nên mối quan hệ mật thiết từ đó nắm bắt thông tin về hoạt động Ngân hàng cũng như thông tin về khách hàng trong và ngoài nước. Trong thời gian tới, NHNN nên khuyến khích tất cả các Ngân hàng thương mại tham gia hệ thống nối mạng thông tin liên Ngân hàng, hệ thống cho phép các Ngân hàng có khả năng thanh toán, trao

đổi thông tin về hoạt động Ngân hàng cũng như về khách hàng với tất cả các Ngân hàng có tham gia nối mạng.

- NHNN nên linh hoạt hơn nữa trong việc điều hành và quản lý các công cụ của chính sách tiền tệ như: công cụ lãi suất, công cụ tỷ giá, công cụ dự trữ bắt buộc để hoạt động của các Ngân hàng thay đổi kịp với thị trường.

- NHNN nên hỗ trợ, tạo điều kiện cho các Ngân hàng Thương mại phát triển hoạt động của mình thông qua các biện pháp như: tăng khả năng tự chủ, tự chịu trách nhiệm trong kinh doanh cho các Ngân hàng thương mại. Bên cạnh đó, NHNN cũng nên thường xuyên tổ chức các cuộc hội thảo, những khóa học, những buổi nghe ý kiến của các Ngân hàng Thương mại về những văn bản chính sách mà NHNN đưa ra nhằm phổ biến những chủ trương mới của NHNN tới các Ngân hàng Thương mại và hoàn thiện những chủ trương này. Cử cán bộ của NHNN đi học ở các nước có hoạt động cho vay tiêu dùng phát triển để học hỏi kinh nghiệm, vận dụng sáng tạo vào điều kiện của Việt Nam.

## KẾT LUẬN

Mặc dù hoạt động cho vay tiêu dùng của Ngân hàng mới được triển khai nhưng nó đã khẳng định vai trò tích cực của mình không chỉ đối với Ngân hàng, người tiêu dùng mà còn với toàn bộ nền kinh tế. Tình trạng “thiếu phát” trong nền kinh tế đã bị đẩy lùi, nền kinh tế đạt mức tăng trưởng cao, đời sống người dân được nâng lên, mức tiêu dùng mở rộng.

Nhận thức được tầm quan trọng của công tác tín dụng đối với Ngân hàng nói chung và tín dụng tiêu dùng nói riêng, Hội sở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương cũng như các Ngân hàng Thương mại khác, trong những năm gần đây đã tích cực thực hiện các biện pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động tín dụng tiêu dùng, khẳng định vai trò Ngân hàng đa năng và có chất lượng phục vụ hàng đầu, bước đầu đã đạt được kết quả đáng khích lệ, đóng góp vào thành tích chung của toàn ngành Ngân hàng trong những năm gần đây.

Tuy nhiên, bên cạnh những kết quả đạt được, Hội sở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương còn gặp nhiều khó khăn trong nội bộ Ngân hàng cũng như môi trường kinh doanh trong việc mở rộng hoạt động cho vay tiêu dùng.

Trong xu thế hội nhập và mở cửa của nền kinh tế cùng với sự phát triển của xã hội về mọi mặt thì cho vay tiêu dùng là một xu thế tất yếu trong hoạt động Ngân hàng, nó sẽ là một lĩnh vực hoạt động thu được lợi nhuận cao cho các Ngân hàng, điều này đã được kiểm chứng tại các nước phát triển. Vì vậy, việc đưa ra và thực hiện những giải pháp để mở rộng cho vay tiêu dùng là một nhu cầu rất cần thiết đối với các Ngân hàng.

Qua nghiên cứu lý luận và thực tế hoạt động cho vay tiêu dùng tại Hội sở chính Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương Việt Nam, được sự hướng dẫn của cô giáo Th.S. Phạm Hồng Vân cùng với các cán bộ tín dụng của Hội sở Thương mại Cổ phần Kỹ thương em đã đi vào phân tích

và nêu ra những mặt đạt được và những còn hạn chế trong hoạt động tín dụng tiêu dùng tại Hội sở Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương, từ đó mạnh dạn đưa ra một số giải pháp với mong muốn hoạt động này ngày càng được mở rộng tại Ngân hàng Thương mại Cổ phần Kỹ thương giúp ích phần nào được cho Ngân hàng và cho những người có nhu cầu vay vốn tiêu dùng.

Do còn hạn chế về mặt kiến thức lý luận cũng như thực tiễn, đồng thời do hạn chế về tài liệu và thời gian nghiên cứu, nhiều vấn đề cần phân tích sâu hơn nhưng em chưa làm được điều đó trong bài viết này, em rất mong có thể quay lại nghiên cứu trong một ngày gần đây.

Em rất mong có được sự góp ý, nhận xét của các thầy cô, các anh chị cán bộ Ngân hàng, bạn bè, những người có cùng niềm đam mê trong lĩnh vực Ngân hàng nói chung và lĩnh vực tín dụng tiêu dùng nói riêng.

Một lần nữa em xin chân thành cảm ơn!



## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Báo cáo thường niên của Techcombank từ năm 2001-2004
2. Giáo trình tài chính doanh nghiệp – TS. Lưu Thị Hương
3. Ngân hàng Thương mại – Quản trị và Nghiệp vụ – TS. Phan Thị Thu Hà - TS . Nguyễn Thị Thu Thảo
4. Tạp chí Ngân hàng năm 2000, 2001
5. Tạp chí tài chính tiền tệ năm 2000, 2001
6. Luận văn tốt nghiệp K31, K32

**NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....