

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN

1.1 Cơ sở lý luận về hoạt động cho vay tại NHTM

1.1.1 Khái niệm

Cho vay là một hình thức cấp tín dụng, theo đó tổ chức tín dụng giao cho khách hàng một khoản tiền để sử dụng vào mục đích và thời hạn nhất định theo thỏa thuận với nguyên tắc hoàn trả cả gốc và lãi.

1.1.2 Đặc điểm

Cho vay là một trong những hoạt động chính của ngân hàng thương mại, giúp tạo ra thu nhập từ lãi suất và phí dịch vụ trong ngân hàng. Ngân hàng sử dụng các khoản như tài sản đối với ngân hàng và ngân hàng thu lãi từ các khoản vay đó.

Thời hạn cho vay linh hoạt tùy thuộc mục đích và hình thức khác nhau sẽ phân thành nhiều loại khác nhau. Đối tượng vay vốn là tất cả các cá nhân, doanh nghiệp có đủ năng lực hành vi dân sự.

1.1.3 Vai trò cho vay của NHTM

+ *Đối với nền kinh tế:*

Cho vay góp phần đẩy mạnh nền kinh tế phát triển, giúp ổn định nền kinh tế. Các hộ gia đình, doanh nghiệp có một nguồn vốn nhất định để có thể vượt qua khó khăn về tài chính, duy trì các hoạt động thường ngày. Ngoài ra cho vay của NHTM còn giúp các doanh nghiệp có khả năng tiếp cận một nguồn vốn mới, mở ra thêm nhiều dự án, mở rộng sản xuất hoặc phát triển công nghệ mới từ đó thúc đẩy phát triển kinh tế mở ra nhiều cơ hội đến với toàn thể người dân, giảm tỷ lệ thất nghiệp trên cả nước.

+ *Đối với ngân hàng:*

Lãi suất từ các khoản cho vay là một trong những nguồn thu chính của ngân hàng. Các khoản cho vay đóng góp vào sự tăng trưởng tổng tài sản của ngân hàng. Việc mở rộng danh mục cho vay giúp ngân hàng tăng trưởng quy mô hoạt động tài sản, từ đó nâng cao vị thế và khả năng cạnh tranh trên thị trường. Ngân hàng có thể sử dụng các khoản cho vay để duy trì và quản lý thanh khoản. Tuy nhiên cần cân nhắc giữ một tỷ lệ hợp lý giữa các khoản vay và các khoản dự trữ tiền mặt để đảm bảo khả năng thanh toán và đáp ứng nhu cầu rút tiền mặt của khách hàng.

- + Đối với khách hàng

Đối với khách hàng là cá nhân hoặc hộ gia đình: Cho vay giúp khách hàng có nguồn vốn cần thiết để đáp ứng nhu cầu về tài chính từ sinh hoạt cuộc sống hằng ngày đến các việc quan trọng như mua đất, mua nhà, mua xe hoặc đầu tư vào những dự án kinh doanh của họ.

Đối với khách hàng là doanh nghiệp: các khoản vay từ ngân hàng là một nguồn vốn quan trọng để mở rộng dự án sản xuất, đầu tư vào công nghệ mới, phát triển thêm xưởng mới hoặc mở rộng thêm địa bàn kinh doanh, nâng cấp cơ sở hạ tầng. Ngoài ra, doanh nghiệp có một nguồn vốn nhất định để cải thiện dòng tiền trong các tình huống cần vốn lưu động để duy trì hoạt động và thanh toán các khoản phí ngắn hạn.

1.1.4 Các hình thức cho vay của NHTM

- Căn cứ vào thời hạn cho vay
 - + Cho vay ngắn hạn
 - + Cho vay trung hạn
 - + Cho vay dài hạn
- Căn cứ vào mục đích sử dụng vốn vay
 - + Cho vay kinh doanh
 - + Cho vay tiêu dùng
- Căn cứ vào tính chất bảo đảm của khoản vay
 - + Cho vay có tài sản đảm
 - + Cho vay không có tài sản đảm bảo
- Căn cứ vào phương thức cho vay
 - + Cho vay trực tiếp từng lần
 - + Cho vay theo hạn mức tín dụng
 - + Cho vay trong hạn mức
 - + Cho vay ngoài hạn .
 - + Cho vay thấu chi
 - + Cho vay luân chuyển
 - + Cho vay trả góp
 - + Cho vay gián tiếp

- + Cho vay hợp vốn.
- + Cho vay theo dự án đầu tư

1.1.5 Các quy trình cho vay đối với khách hàng cá nhân

- Tiếp nhận hồ sơ
- Thẩm định tín dụng
- Quyết định cấp/từ chối cấp tín dụng
- Ký hợp đồng
- Đăng ký giao dịch đảm bảo
- Giải ngân
- Thu nợ
- Giải pháp/chuyển nợ quá hạn
- Lưu hồ sơ

1.2 Khái niệm cho vay thế chấp đối với khách hàng cá nhân

1.2.1 Khái niệm

Vay thế chấp ngân hàng là hình thức vay tiền có tài sản đảm bảo. Tài sản đảm bảo được dùng để thế chấp phải thuộc quyền sở hữu của người đi vay trong suốt thời gian vay nợ. Khi đi vay, giấy tờ chứng minh quyền sở hữu của tài sản đảm bảo sẽ được ngân hàng giữ lại và quyền sở hữu tài sản vẫn thuộc về người đi vay.

Đối tượng áp dụng: Mọi cá nhân, hộ gia đình, doanh nghiệp tư nhân, cơ sở sản xuất kinh doanh có năng lực pháp luật và năng lực hành vi dân sự đầy đủ theo quy định pháp luật, có phương án sử dụng vốn hợp lý đều có thể đến ngân hàng xin vay vốn.

1.2.2 Đặc điểm cho vay

Vay thế chấp là hình thức cho vay được áp dụng nhiều nhất tại ngân hàng và có các đặc điểm sau đây:

- + Người đi vay sẽ đưa những giấy tờ chứng minh quyền sở hữu đối với tài sản được thế chấp cho ngân hàng, người đi vay vẫn có thể sở hữu tài sản đó.
- + Trong một khoản vay, người đi vay có thể thế chấp nhiều loại tài sản khác nhau.
- + Thời gian cho vay tùy vào các hình thức vay ngắn hạn hay dài hạn với những lãi suất ưu đãi khác nhau cho từng nhóm vay.

- + Hạn mức vay lớn, áp dụng theo quy định Điều 15 Thông tư 39/2016/TT-NHNN.

Ngoài ra, tùy theo từng ngân hàng, từng gói vay mà có yêu cầu về giấy tờ và thủ tục khác nhau.

1.2.3 Nguyên tắc cho vay:

- Cho vay cung ứng cho nền kinh tế phải hướng đến mục tiêu và không vi phạm luật, giúp cho đất nước càng phát triển ngày một lớn mạnh. Đối tượng đi vay phải sử dụng nguồn vốn đúng mục đích vay đã ghi trên hợp đồng
- Cho vay đúng mục đích và có hiệu quả không những tạo được lòng tin cho cả ngân hàng và người đi vay mà còn đưa nền kinh tế phát triển một cách vượt bậc tạo ra nhiều sản phẩm, dịch vụ phục vụ đời sống một cách tốt hơn..

Vốn vay phải được hoàn trả đầy đủ cả vốn gốc và lãi vay đúng thời hạn đã cam kết trong hợp đồng tín dụng.

1.2.4 Điều kiện cho vay:

Khách hàng vay vốn có phải đủ 18 tuổi trở lên và có đầy đủ năng lực hành vi dân sự, không vi phạm Pháp luật hoặc đang có tiền án tiền sự.

Người vay vốn có khả năng tài chính đảm bảo trả nợ đúng hạn trong thời hạn được quy định trong hợp đồng vay vốn. Khả năng tài chính phải được chứng minh rõ ràng và cụ thể bằng các nguồn thu nhập, sao kê tài khoản, giấy chứng nhận tiền gửi ngân hàng,...

Người vay vốn có mục đích sử dụng vốn hợp pháp: Người đi vay phải sử dụng vốn đúng vào mục đích đã ghi trên hợp đồng tín dụng đây là điều kiện bắt buộc trong hợp đồng tín dụng. Người đi vay sử dụng vốn sai mục đích sẽ được xử phạt theo quy định của Pháp luật.

Đánh giá hiệu quả của phương án sản xuất kinh doanh hoặc dự án đầu tư là một yếu tố cốt lõi trong quyết định cấp vốn của ngân hàng. Để ngân hàng quyết định tài trợ, phương án hoặc dự án cần phải chứng minh rõ ràng tính khả thi và tiềm năng tạo ra lợi nhuận. Việc này không chỉ dựa vào dự báo tài chính mà còn phụ thuộc vào khả năng thực thi của dự án và điều kiện thị trường hiện tại. Ngân hàng không tài trợ cho các dự án nếu chúng không có triển vọng hiệu quả, nhưng việc xác định chính xác hiệu quả của các phương án này là một thách thức không nhỏ. Đánh giá hiệu quả

thường mang tính tương đối, vì nhiều yếu tố như điều kiện kinh tế vĩ mô, sự biến động của thị trường, và khả năng quản lý dự án có thể ảnh hưởng đến kết quả thực tế. Do đó, ngân hàng cần thực hiện một quy trình đánh giá toàn diện, bao gồm phân tích kế hoạch kinh doanh chi tiết, dự báo tài chính, và đánh giá rủi ro liên quan. Ngoài việc phân tích các yếu tố tài chính, ngân hàng cũng cần xem xét đội ngũ quản lý dự án, kinh nghiệm và năng lực của nhà đầu tư, cũng như các nguồn lực hiện có và dự kiến. Sự linh hoạt và khả năng thích ứng của dự án với những thay đổi không lường trước được trong môi trường kinh doanh cũng là yếu tố quan trọng. Tóm lại, để đảm bảo quyết định tài trợ là chính xác và có cơ sở vững chắc, ngân hàng phải cân nhắc một cách kỹ lưỡng mọi yếu tố liên quan, từ kế hoạch tài chính đến khả năng thực thi và quản lý rủi ro của dự án.

1.3 Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định vay vốn tại NHTM

1.3.1 Yếu tố chủ quan

- Các chính sách, quy định của ngân hàng: xác định tiêu chí và điều kiện vay, quy định lãi suất và phí, quản lý rủi ro và dự phòng, thiết lập quy trình và thủ tục vay, và đảm bảo tuân thủ pháp lý. Những yếu tố này quyết định cách thức xét duyệt, chi phí vay, và sự thuận tiện cho khách hàng trong việc tiếp cận các sản phẩm cho vay tiêu dùng.
- Chất lượng cán bộ tín dụng: đảm bảo đánh giá hồ sơ chính xác, xử lý nhanh chóng, cung cấp tư vấn tốt và quản lý rủi ro hiệu quả.
- Công tác thông tin: cung cấp dữ liệu chính xác và kịp thời về tình hình tài chính của khách hàng, giúp ngân hàng đánh giá khả năng trả nợ và rủi ro tín dụng hiệu quả hơn. Thông tin rõ ràng và minh bạch từ khách hàng cũng cải thiện quá trình ra quyết định và tăng cường sự tin tưởng giữa hai bên.
- Công nghệ ngân hàng: tự động hóa quy trình xét duyệt, nâng cao độ chính xác và tốc độ xử lý hồ sơ vay, đồng thời cải thiện khả năng phân tích dữ liệu và quản lý rủi ro. Công nghệ tiên tiến như hệ thống đánh giá tín dụng dựa trên trí tuệ nhân tạo và nền tảng kỹ thuật số giúp ngân hàng tiếp cận và phục vụ khách hàng hiệu quả hơn, từ đó nâng cao trải nghiệm khách hàng và giảm thiểu nợ xấu.

1.3.2 Yếu tố khách quan

- Môi trường kinh tế: Tác động đến khả năng thanh toán và nhu cầu vay mượn của khách hàng. Trong thời kỳ tăng trưởng kinh tế, khách hàng có xu hướng vay nhiều hơn do thu nhập ổn định và lạc quan về tài chính, trong khi trong thời kỳ suy thoái, ngân hàng phải cẩn trọng hơn với việc cho vay do rủi ro tăng cao từ việc giảm thu nhập và tỷ lệ thất nghiệp. Những biến động kinh tế cũng ảnh hưởng đến lãi suất và các chính sách cho vay của ngân hàng, từ đó tác động đến khả năng tiếp cận và điều kiện vay của khách hàng.
- Môi trường chính trị, pháp lý: xác định các quy định và chính sách liên quan đến cho vay, từ yêu cầu về hồ sơ và điều kiện vay đến quy định về lãi suất và quản lý rủi ro. Sự ổn định chính trị và các quy định pháp lý rõ ràng giúp ngân hàng hoạt động hiệu quả và giảm thiểu rủi ro pháp lý, trong khi sự thay đổi trong chính sách hoặc các quy định pháp lý có thể làm tăng chi phí tuân thủ và ảnh hưởng đến quyết định cho vay cũng như điều kiện vay của khách hàng.
- Môi trường xã hội: Tác động đến nhu cầu vay mượn và khả năng trả nợ của khách hàng. Các yếu tố như xu hướng tiêu dùng, mức sống và mức độ an sinh xã hội có thể ảnh hưởng đến khả năng tài chính của cá nhân và nhu cầu vay vốn. Những biến động trong xã hội, chẳng hạn như thiên tai hoặc các vấn đề xã hội, cũng có thể ảnh hưởng đến ổn định tài chính của khách hàng và khả năng trả nợ, từ đó tác động đến quyết định cho vay và điều kiện của ngân hàng.

1.3.3 Yếu tố về khách hàng

- Khách hàng ảnh hưởng sâu rộng đến hoạt động cho vay khách hàng cá nhân qua các khía cạnh tài chính và lịch sử tín dụng. Trước hết, ngân hàng cần đánh giá tình hình tài chính của khách hàng, bao gồm thu nhập, tài sản, và các khoản nợ hiện tại. Mức thu nhập ổn định và đủ cao chứng tỏ khả năng thanh toán của khách hàng, trong khi tài sản thế chấp có thể đảm bảo cho khoản vay. Ngân hàng cũng xem xét các khoản nợ hiện tại để đánh giá tổng thể gánh nặng tài chính của khách hàng và khả năng chịu đựng nợ mới. Lịch sử tín dụng, bao gồm điểm tín dụng và các khoản vay trước đây, cung cấp cái nhìn về hành vi tín dụng của khách hàng, giúp ngân hàng xác định mức độ rủi ro và đưa ra quyết định cho vay phù hợp.

- Ngoài yếu tố tài chính, các yếu tố cá nhân như độ tuổi, nghề nghiệp và tình trạng gia đình cũng ảnh hưởng đến quyết định cho vay. Độ tuổi và tình trạng gia đình có thể liên quan đến sự ổn định tài chính và nhu cầu vay vốn, chẳng hạn như nhu cầu vay mua nhà cho gia đình trẻ hoặc vay học tập cho sinh viên. Nghề nghiệp cũng phản ánh khả năng kiếm tiền bền vững của khách hàng; ngân hàng thường ưu tiên những khách hàng có nghề nghiệp ổn định và lâu dài. Những yếu tố này giúp ngân hàng dự đoán khả năng trả nợ trong tương lai và điều chỉnh các điều kiện vay, chẳng hạn như lãi suất và thời gian vay, để phù hợp với tình hình cụ thể của khách hàng.

1.4 Phương pháp nghiên cứu

1.4.1 Phương pháp nghiên cứu định lượng

Phương pháp thu thập số liệu sơ cấp: Dữ liệu sơ cấp được lấy bằng cách khảo sát trực tuyến bằng Google Form, từ đó tổng hợp và phân tích các câu trả lời thu được.

Phương pháp khảo sát dạng viết: Đề tài em lựa chọn thực hiện khảo sát đóng với những câu hỏi theo thang đo Like 5 mức độ với mức độ 1 là hoàn toàn không đồng ý và tăng dần đến mức 5 là hoàn toàn đồng ý.

Kỹ thuật lấy mẫu nghiên cứu thuận tiện: Em lấy mẫu là những khách hàng đã sử dụng dịch vụ của ngân hàng và những người có chưa có và đang có ý định sử dụng dịch vụ tại ngân hàng.

Phương pháp thu thập số liệu thứ cấp: Dữ liệu thứ cấp được lấy từ nhiều nguồn như tạp chí tài chính, các web, sách chuyên ngành và các tài liệu liên quan.

1.4.2 Phương pháp phân tích số liệu

Thống kê mô tả

Thống kê mô tả trong SPSS là công cụ quan trọng để tóm tắt và mô tả đặc điểm cơ bản của dữ liệu. Sử dụng các phương pháp tính toán trung bình – Mean cung cấp cái nhìn tổng quan về dữ liệu bằng cách chỉ ra giá trị trung tâm mà các số liệu trong tập dữ liệu tập trung xung quanh.

Dùng thống kê mô tả để phân tích các đặc điểm của mẫu, bao gồm: tỷ lệ phần trăm, giá trị trung bình, giá trị cao nhất, giá trị thấp nhất...

Phân tích hệ số tin cậy Cronbach Alpha's

Cronbach Alpha's là một chỉ số quan trọng trong phân tích dữ liệu, đặc biệt là các nghiên cứu, các bài báo khoa học. Cronbach Alpha là một chỉ số từ 0 đến 1 cho biết

mức độ tương quan của các biến trong cùng 1 nhân tố. Các biến có hệ số Cronbach Alpha's từ 0,8 trở lên có độ tin cậy tốt; từ 0,6 đến 0,8 có độ tin cậy chấp nhận được; dưới 0,6 sẽ bị loại ra khỏi thang đo để cải thiện độ chính xác của dữ liệu và đảm bảo rằng nó đo lường một cách chính xác và hợp lý khái niệm của nhân tố đó.

Phân tích yếu tố khám phá EFA

Phân tích nhân tố khám phá là một phương pháp phân tích thống kê được sử dụng để khám phá cấu trúc tiềm ẩn của dữ liệu và xác định các yếu tố tiềm ẩn mà không có giả định trước về số lượng hoặc cấu trúc của chúng trước đây. Đây là một công cụ quan trọng trong nghiên cứu để đơn giản hóa và làm rõ các mối quan hệ giữa các biến.

Trong EFA, trị số KMO (Kaiser – Meyer – Olkin) là chỉ số đo lường mức độ phù hợp của dữ liệu cho các nhân tố. KMO là điều kiện để xác định các nhân tố có thể thực hiện phân tích nhân tố hay không. Trị số KMO được tính dựa trên tỷ lệ giữa tổng số bình phương giữa các biến và tổng tương quan giữa các biến với các biến khác, trị số KMO phải có giá trị từ 0,5 đến 1 mới là thích hợp để phân tích. Sau khi các biến thỏa điều kiện về chỉ số KMO tiếp tục tiến hành phân tích các nhân tố. Chỉ số Eigenvalue thể hiện các nhân tố còn lại sau khi đã rút trích từ các biến quan sát. Các biến quan sát có hệ số tải nhỏ hơn 0,55 sẽ được loại bỏ và tiến hành thực hiện lại phân tích yếu tố khám phá EFA cho đến khi các hệ số tải trong biến quan sát không còn hệ số tải nào nhỏ hơn 0,55 hoặc chênh lệch của hệ số tải nhỏ hơn 0,2 và thang được chấp nhận khi tổng phương sai trích lớn hơn 50

Trong quá trình phân tích EFA, ta phân tích có chọn lọc một vài yếu tố có ảnh hưởng lớn đến ý định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi Nhánh Tân Bình.

Mô hình phân tích EFA: $F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + \dots + W_{ik}X_k$

Trong đó:

F_i : Ước lượng của nhân tố thứ i

W_i : trọng số nhân tố

k : Số biến quan sát, $k=6$

Biểu đồ 1-1: Các nhân tố ảnh hưởng lớn đến ý định vay vốn

NHÂN TỐ	ĐỊNH NGHĨA	KỶ VỌNG
F1	Chất lượng dịch vụ	+
F2	Chính sách tín dụng	+
F3	Sự thuận tiện	+
F4	Ảnh hưởng xã hội	+
F5	Lãi suất cho vay	+
F6	Hình ảnh ngân hàng	+

Phân tích hồi quy

Phân tích hồi quy là một phương pháp thống kê được sử dụng để mô hình hoá mối quan hệ giữa các biến phụ thuộc và một hay nhiều biến độc lập từ đó hiểu được mối quan hệ giữa các biến là cùng chiều hay ngược chiều so với biến phụ thuộc. Phân tích hồi quy bội giúp hiểu rõ mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và nhiều biến độc

Mô hình hồi quy bội có dạng:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_jX_j$$

Trong đó:

Y: biến phụ thuộc (ý định vay vốn)

b_0 : hằng số

b_j : hệ số ước lượng

X_j : biến độc lập (các yếu tố ảnh hưởng)

Các thành phần tác động (yếu tố ảnh hưởng) và thành phần ý định vay vốn (biến phụ thuộc) được đo lường thông qua các biến quan sát, các quan sát này được đo lường bằng hình thức khảo sát online thông qua thang đo Likert 5 mức độ với mức độ 1 là hoàn toàn không đồng ý tăng dần đến mức 5 là hoàn toàn đồng ý. Cụ thể như sau:

Biểu đồ 1-2: Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định vay vốn của khách hàng

Hoàn toàn không đồng ý	Không đồng ý	Không ý kiến	Đồng ý	Hoàn toàn đồng ý
1	2	3	4	5

Tên thành phần	Ký hiệu biến	Diễn giải	Nguồn tham khảo
Chất lượng dịch vụ	CL1	Ngân hàng trân trọng khi khách hàng đến giao dịch	Parasuraman, Zeithaml & Berry (1992)
	CL2	Các thông tin sản phẩm cho vay đề được ngân hàng cung cấp đầy đủ đến khách hàng	
	CL3	Khách hàng không phải chờ đợi quá lâu để được phục vụ	
	CL4	Ngân hàng có nhiều chương trình khuyến mãi, quà tặng hấp dẫn (Tích điểm giao dịch, VIP...)	
Chính sách tín dụng	CS1	Các gói sản phẩm đa dạng	Trần Khánh Bảo (2015)
	CS2	Biên độ giao động lãi suất cho vay linh động	
	CS3	Sacombank trên địa bàn TP.HCM sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi muốn thanh toán trước hạn	
	CS4	Mức độ bảo mật an toàn thông tin khi giao dịch cao	
	TT1	Sacombank trên địa bàn TP.HCM gần nhà	Hafeez Ur Rehman and Ahmed (2008)

Sự thuận tiện	TT2	Sacombank có nhiều địa điểm giao dịch (PGD, CN)	
	TT3	Sacombank trên địa bàn TP.HCM có vị trí thuận lợi về giao thông, chỗ để xe của khách hàng rộng rãi	
	TT4	Địa điểm giao dịch của Sacombank trên địa bàn TP.HCM dễ tìm kiếm	
Ảnh hưởng xã hội	AHXXH1	Nhiều người thân hoặc bạn bè tôi đều lựa chọn Sacombank để vay vốn	Dương Thị Thu Thảo (2019)
	AHXXH2	Nhân viên tư vấn ở Sacmbank khuyến khích tôi vay vốn tại đây	
	AHXXH3	Tôi có người thân hoặc bạn bè đang làm việc tại Sacombank	
	AHXXH4	Người thân trong gia đình tôi khuyên tôi nên vay vốn tại Sacombank	
Lãi suất cho vay	LS1	Lãi suất cho vay thấp	Christos C.Frangos và cộng sự (2012)
	LS2	Chương trình khuyến mãi, ưu đãi lãi suất cho vay	
	LS3	Lãi suất cho vay linh động	
Hình ảnh	HANH1	Khi bạn đi vay sẽ tìm Ngân hàng uy tín chất lượng phù hợp với bạn	Phạm Đỗ Lan Anh (2020), Phạm Thị Hồng Trâm (2020), Robert E.Hinson và cộng sự

ngân hàng	HANH2	Bạn có đồng ý khi nói Sacombank mang lại sự tin tưởng cho bạn	(2013), KS Lee và cộng sự (2015)
	HANH3	Bạn biết đến Sacombank do quảng cáo	
	HANH4	Bạn bè, người thân giới thiệu bạn biết đến Sacombank	
Ý định vay vốn	YD1	Anh/chị hài lòng khi vay vốn cho Sacombank trên địa bàn TP.HCM	Nguyễn Thị Hằng và Nguyễn Minh Tuấn (2021)
	YD2	Anh/chị sẽ giới thiệu bạn hàng/đối tác vay vốn tại Sacombank trên địa bàn TP.HCM	
	YD3	Nếu có thêm nhu cầu về vay vốn, Anh/chị vẫn sẽ chọn Sacombank trên địa bàn TP.HCM để vay vốn	

Công cụ phân tích dữ liệu

Dùng SPSS để xử lý dữ liệu sơ cấp

Dùng Word để trình bày dữ liệu đã phân tích

1.5 Mô hình nghiên cứu

1.5.1 Mô hình lý thuyết về hành vi của người tiêu dùng

Schiffman và Kanuk (2005) định nghĩa rằng hành vi người tiêu dùng là nghiên cứu những cá nhân, tổ chức tiến hành nghiên cứu nhưng lựa chọn, ý định, từ bỏ những sản phẩm, dịch vụ, kinh nghiệm hay ý tưởng để thảo mãn những nhu cầu của người tiêu dùng và xã hội. Mô hình lý thuyết hành vi người tiêu dùng cung cấp một cái nhìn sâu sắc về cách người dùng đưa ra quyết định mua sắm, tiêu dùng. Mô hình dưới sự tác động của 4 nhóm các yếu tố bao gồm văn hoá, xã hội, cá nhân, tâm lý đã tác động đến hành vi mua hàng của người dùng.

Nhóm yếu tố văn hoá: Văn hoá là yếu tố cơ bản đầu tiên ảnh hưởng đến nhu cầu và hành vi của người tiêu dùng. Sự quan tâm của người tiêu dùng có xu hướng tìm kiếm những sản phẩm phù hợp với văn hoá và giá trị của bản thân, những giá trị văn hoá và truyền thống có thể làm gia tăng mong muốn sử dụng những sản phẩm phù hợp. Các tầng lớp xã hội như tôn giáo, dân tộc, vùng miền,.. cũng có thể ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu dùng.

Nhóm các yếu tố xã hội: Gia đình, bạn bè, các nhóm tham khảo và vai trò địa lý đều có sức ảnh hưởng đến lựa chọn của người tiêu dùng:

- Bạn bè, người cùng sở thích, cùng lý tưởng đều là những người có khuynh hướng lựa chọn những sản phẩm, dịch vụ giống với bản thân người tiêu dùng nhất. Nhóm người này có thể cung cấp những thông tin, các nguồn tham khảo, động viên hoặc chê bai những lựa chọn của người tiêu dùng.

- Cha mẹ, anh chị, họ hàng là những người cung cấp một lời khuyên chân thành, đưa ra những lựa chọn mà họ cảm thấy tốt nhất đối với người tiêu dùng. Ở nhiều gia đình, cha mẹ có sức ảnh hưởng mạnh mẽ đối với quyền quyết định của con cái ngay cả khi không còn sống chung cha mẹ nữa.

- Mỗi người đều có một vị thế và vai trò riêng trong xã hội, do đó có sự lưỡng lự trong việc lựa chọn sản phẩm, dịch vụ sao cho phù hợp với từng người. Những người có sức ảnh hưởng trên xã hội sẽ hiểu rõ bản thân cần sử dụng dịch vụ, lựa chọn sản phẩm phù hợp với hình ảnh mà bản thân đem lại.

Nhóm các yếu tố cá nhân: Tùy vào từng lứa tuổi, nghề nghiệp, hoàn cảnh gia đình, phong cách sống của từng người sẽ có những nhu cầu khác nhau về những sản phẩm, dịch vụ khác nhau.

Nhóm các yếu tố tâm lý: Tác động của các yếu tố tâm lý đến hành vi người tiêu dùng chịu ảnh hưởng của kiến thức, nhận thức, niềm tin, và quan điểm của mỗi người:

- Động cơ: Mỗi người sẽ có những động cơ cá nhân và để thoả mãn nhu cầu đó, con người sẽ đưa ra những quyết định muốn thực hiện nhu cầu đó của bản thân.

- Kiến thức: Với mỗi người, lượng kiến thức của mỗi người là khác nhau và tùy lĩnh vực khác nhau. Người tiêu dùng sẽ bị ảnh hưởng bởi lượng kiến thức mà bản thân có được qua sách, những trải nghiệm trong cuộc sống, kinh nghiệm trong quá

khứ từ đó họ có thể đưa ra lựa chọn quyết định lựa chọn những sản phẩm hay dịch vụ đó hay không.

- **Niềm tin và quan điểm:** Con người dựa trên sự tin tưởng đối với các sản phẩm, dịch vụ mà mỗi thương hiệu gây dựng cho mỗi người. Nhiều người có lòng tin vào những dịch vụ, sản phẩm họ đã trải nghiệm điều này đem lại sự ảnh hưởng đối với hành vi của người tiêu dùng.

Văn hoá				
Văn hoá	Xã hội			
	Các nhóm	Cá nhân		
Văn hoá đặc thù	Gia đình	Tuổi Nghề nghiệp Hoàn cảnh kinh tế Phong cách sống	Tâm lí	NGƯỜI MUA
Tầng lớp xã hội	Vai trò và địa vị		Động cơ nhận thức và kiến thức Niềm tin và quan điểm	

Hình 1-1: Mô hình lý thuyết hành vi người tiêu dùng

1.5.2 Mô hình lý thuyết về mô hình hành động hợp lý

Thuyết hành động hợp lý (Theory of Reasoned Action - TRA) là một lý thuyết quan trọng trong nghiên cứu hành vi của người tiêu dùng ngoài ra thuyết hành động hợp lý còn giải thích mối quan hệ giữa thái độ đối với hành vi và hành vi của con người. Mô hình TRA cung cấp một khung rõ ràng để sự đoán hành vi của con người dựa trên những yếu tố tâm lý và xã hội.

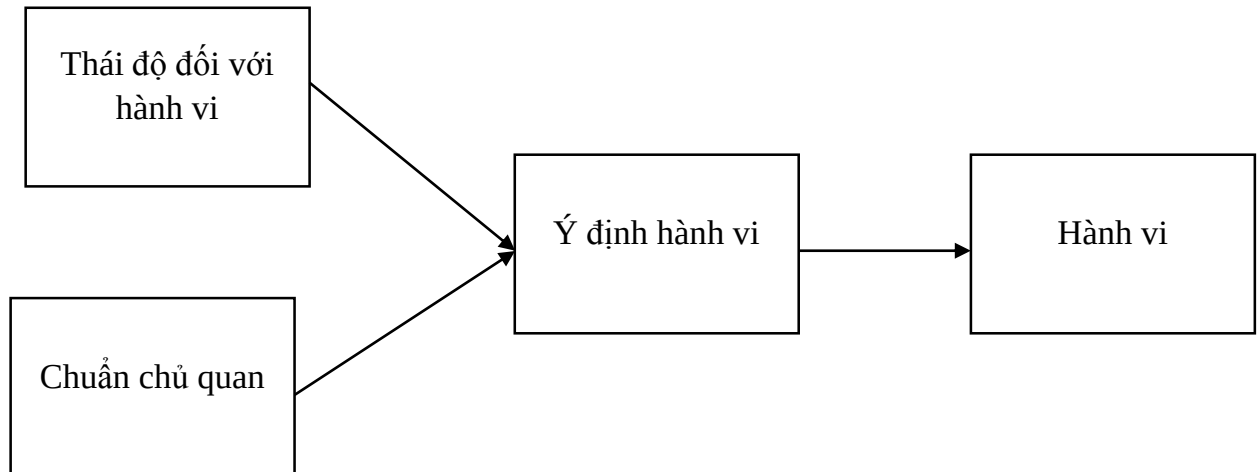
Các thành phần chính trong mô hình:

- **Thái độ đối với hành vi:** Thái độ là một yếu tố quan trọng thể hiện sự cảm nhận của con người đối với một hành vi cụ thể. Thái độ đối với hành vi chịu ảnh hưởng bởi sức mạnh niềm tin về kết quả niềm tin thực hiện được và đánh giá kết quả tiềm năng.

- **Chuẩn chủ quan:** Chuẩn chủ quan liên quan đến mức độ cảm nhận của những người quan trọng với họ như gia đình, bạn bè, đồng nghiệp... Những người này có xu hướng thích hay không thích sẽ ảnh hưởng trực tiếp hành vi của một người.

- Ý định hành vi: chịu sự tác động của hai yếu tố là thái độ đối với hành vi và chuẩn chủ quan và ý định hành vi là tiền đề để đo lường khả năng thực hiện hành vi của con người. Tuỳ thuộc vào khả năng và tình huống mà ý định này có thể thực hiện hành vi đó hay không.

- Hành vi: Là hành động dựa trên ý định hành vi của con người sau khi đã cân nhắc các yếu tố mục tiêu, hành động, bối cảnh vào thời gian.



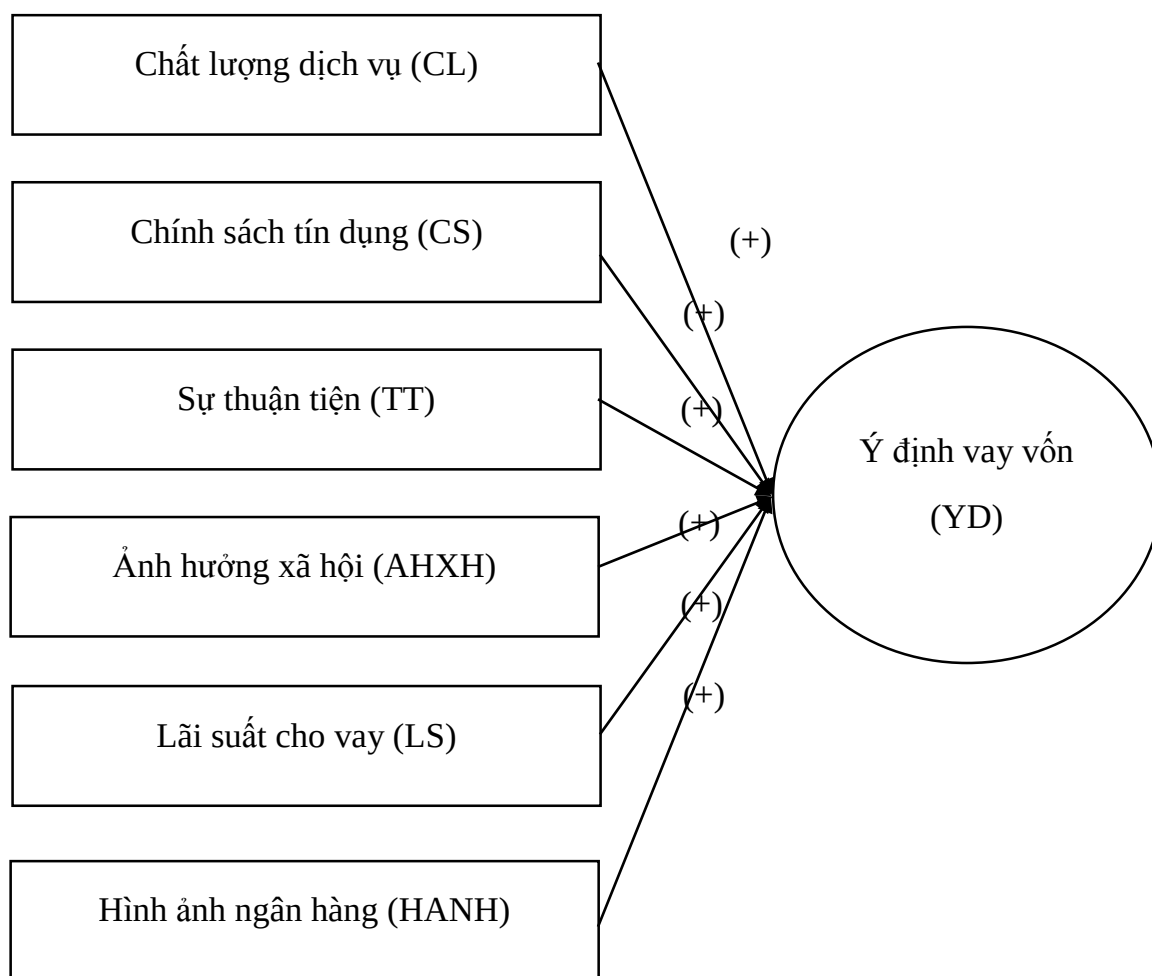
Hình 1-2: Mô hình hành động hợp lý

1.6 Xây dựng giả thuyết và mô hình nghiên cứu

1.6.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất

Theo Hồ Ngọc Khoa (2018) có 8 nhân tố ảnh hưởng tới quyết định lựa chọn ngân hàng của khách hàng cá nhân gồm: Cảm giác an toàn, Hình ảnh ngân hàng, Lợi ích tài chính, Sự thuận tiện, Nhân viên, Sự ảnh hưởng, Cung ứng sản phẩm dịch vụ, Chiêu thị. Còn nghiên cứu Hoàng Hải Yến (2018), có 6 nhân tố tác động đến quyết định lựa chọn ngân hàng để giao dịch của khách hàng cá nhân bao gồm: Uyên tín và thương hiệu ngân hàng, Chất lượng dịch vụ, Sự tiện ích, Chi phí – giá cả, Thái độ phục vụ của nhân viên ngân hàng, Chế độ hậu mãi, quảng cáo.

Dựa trên các nghiên cứu có liên quan, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu bao gồm: (1) Chất lượng dịch vụ, (2) Chính sách tín dụng, (3) Sự thuận tiện, (4) Ảnh hưởng xã hội, (5) Lãi suất cho vay, (6) Hình ảnh ngân hàng.



Hình 1-3: Mô hình nghiên cứu

1.6.2 Chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ là một trong những nguyên tắc cơ bản dẫn đến sự hài lòng của khách hàng. Mặc khác, sự hài lòng của khách hàng ảnh hưởng đến ý định vay vốn của khách hàng trong tương lai và sự hiểu biết của họ. Chất lượng dịch vụ của ngân hàng là điều kiện tiên quyết để đáp ứng và duy trì mong muốn của khách hàng Parasuraman, Zeithaml & Berry (1992), việc giữ chân khách hàng có ảnh hưởng lớn đến lợi nhuận của ngân hàng.

H1: Chất lượng dịch vụ có quan hệ cùng chiều với YD của khách hàng đối với dịch vụ cho vay của KHCN

1.6.3 Chính sách tín dụng

Khách hàng khi đi vay thường phải thỏa mãn các điều kiện về chính sách tín dụng của ngân hàng đặt ra. Mỗi ngân hàng thường có mỗi chính sách tín dụng khác nhau về lãi suất cho vay, hạn mức, thời hạn, điều kiện cho vay và quy định về tài sản đảm

bảo,.. Trong đó, mỗi ngân hàng lại có những yêu cầu về các điều kiện riêng về từng sản phẩm về thu nhập của khách hàng, lịch sử tín dụng, phương án vay vốn,...

H2: Chính sách tín dụng có quan hệ cùng chiều với YD của khách hàng đối với dịch vụ cho vay của KHCN

1.6.4 Sự thuận tiện

Sự thuận tiện trong việc giao dịch và quản lý khoản vay làm giảm trở ngại cho khách hàng, khiến họ dễ dàng hơn trong việc tiếp cận và quyết định vay vốn. Ngân hàng có dịch vụ trực tuyến tiện ích hoặc nhiều chi nhánh thường được ưa chuộng hơn.

H3: Sự thuận tiện có quan hệ cùng chiều với YD của khách hàng đối với dịch vụ cho vay của KHCN

1.6.5 Ảnh hưởng xã hội

Khách hàng có xu hướng vay vốn từ ngân hàng được bạn bè hoặc gia đình giới thiệu hoặc ngân hàng có danh tiếng tốt trong cộng đồng. Những yếu tố xã hội này có thể tạo ra sự tin cậy và sự đảm bảo cho quyết định vay vốn.

H4: Ảnh hưởng xã hội có quan hệ cùng chiều với YD của khách hàng đối với dịch vụ cho vay của KHCN

1.6.6 Lãi suất cho vay

Nghiên cứu Christos C.Frangos và cộng sự (2012) đã chỉ ra rằng lãi suất cho vay là yếu tố đầu tiên tác động đến ý định vay vốn của khách hàng. Ngoài ra Keaveney (2015) còn phát hiện ra rằng hơn một nửa khách hàng thích mức lãi suất thấp nhất trong các lựa chọn của họ khi lựa chọn ngân hàng.

H5: Lãi suất cho vay có quan hệ cùng chiều với YD của khách hàng đối với dịch vụ cho vay của KHCN

1.6.7 Hình ảnh ngân hàng

Hình ảnh ngân hàng hay thương hiệu ngân hàng là một sản phẩm được thiết kế để phân biệt nó với các sản phẩm khác nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Sản phẩm là yếu tố cốt lõi của thương hiệu.

H6: Hình ảnh ngân hàng có quan hệ cùng chiều với YD của khách hàng đối với dịch vụ cho vay của KHCN

1.7 Dữ liệu nghiên cứu

1.7.1 Nguồn dữ liệu

Dữ liệu thứ cấp: Thu thập từ báo cáo tài chính, sách, giáo trình, internet.

Dữ liệu sơ cấp: Thu thập từ dữ liệu khảo sát được các khách hàng đã và đang sử dụng dịch vụ vay vốn tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Tân Bình.

1.7.2 Cách lấy dữ liệu

Kỹ thuật lấy mẫu: Em lấy mẫu bằng cách khảo sát online các đối tượng đã và đang sử dụng dịch vụ vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Tân Bình.

1.7.3 Mẫu nghiên cứu

Số lượng khách hàng có sử dụng dịch vụ vay vốn đối với khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Tân Bình.

Để đảm bảo sự đa dạng câu trả lời trong mẫu, em chọn số lượng mẫu $n=135$

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Trong chương 1, tác giả nêu được khái niệm của cho vay ngân hàng đối với ngân hàng thương mại, phân loại, các nguyên tắc và điều kiện vay vốn. Tiếp theo, tác giả đã phân tích các yếu tố chủ quan và khách quan ảnh hưởng đến ý định vay vốn của khách hàng, từ đó đưa ra khung khảo sát các yếu tố tác động đến ý định vay vốn. Tác giả đưa ra những mô hình nghiên cứu đến hành vi như mô hình hành động hợp lý, mô hình lý thuyết hành vi người tiêu dùng từ đó đưa ra mô hình đề xuất nghiên cứu.

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG TÍN DỤNG TẠI SACOMBANK – CHI NHÁNH TÂN BÌNH

2.1 Giới thiệu tổng quan về Ngân hàng Thương Mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín- Sacombank – Chi nhánh Tân Bình

2.1.1 Thông tin chung về Ngân hàng Sacombank

Tên tổ chức: NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN SÀI GÒN THƯƠNG TÍN
Tên giao dịch quốc tế: SAIGON THUONG TIN COMMERCIAL JOINT STOCK
BANK

Tên giao dịch: SACOMBANK

Tên viết tắt: SACOMBANK (STB)

Số điện thoại: 1800 5858 88

Fax: 1800 5858 88

Trụ sở chính: 266 – 268 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường Võ Thị Sáu, Quận 3, Thành
phố Hồ Chí Minh.

Website: <http://www.sacombank.com.vn>

Logo:



Vốn điều lệ: 18.852.157.160.000 đồng, bằng chữ : Mười tám nghìn tám trăm năm
mươi hai tỷ, một trăm năm mươi bảy tỷ một trăm sáu mươi nghìn đồng

2.1.2 Lịch sử hình thành và phát triển Sacombank

Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín được thành lập vào ngày 21/12/1991 , là
một trong những ngân hàng thương mại cổ phần đầu tiên được thành lập, trên cơ sở
chuyển thể từ Ngân hàng phát triển kinh tế Gò Vấp và sát nhập ba Hợp tác xã tín
dụng Tân Bình – Thành Công - Lữ Gia với vốn điều lệ là 3 tỷ đồng.

Năm 1993 mở rộng chi nhánh tại Hà Nội và là ngân hàng TMCP đầu tiên khai
trương chi nhánh tại đây Sacombank là ngân hàng TMCP đầu tiên tại TP.HCM khai
trương Chi nhánh tại Hà Nội.

Năm 1999, Sacombank khánh thành toà nhà trụ sở tại số 278 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh.

Năm 2002, Công ty trực thuộc đầu tiên – Công ty quản lý nợ và Khai thác tài sản Sacombank – SBA được thành lập, thực hiện chiến lược đa dạng hóa các sản phẩm dịch vụ tài chính trọn gói.

Năm 2003, Sacombank trở thành ngân hàng tiên phong thành lập Công ty Liên doanh Quản lý Quỹ đầu tư Chứng khoán Việt Nam (VietFund Management – VFM), Sacombank nắm giữ hơn 50% vốn điều lệ.

Năm 2005 thành lập ngân hàng dành riêng cho phụ nữ đầu tiên ở Việt Nam.

Năm 2006, Sacombank là ngân hàng TMCP đầu tiên tại Việt Nam tiên phong niêm yết cổ phiếu tại HOSE với tổng số vốn niêm yết là 1.900 tỷ đồng. Đồng thời, thành lập các công ty trực thuộc bao gồm: Công ty Kiều hối Sacombank-SBR, Công ty Cho thuê tài chính Sacombank-SBL, Công ty Chứng khoán Sacombank-SBS

Năm 2007, Thành lập Chi nhánh Hoa Việt, là mô hình ngân hàng đặc thù phục vụ cho cộng đồng Hoa ngữ. Bên cạnh đó Sacombank cũng đã phủ kín mạng lưới hoạt động tại các tỉnh, thành phố miền Tây Nam Bộ, Đông Nam Bộ, Nam Trung Bộ và Tây nguyên.

Tháng 12/2008 Sacombank là ngân hàng TMCP đầu tiên của Việt Nam khai trương chi nhánh tại Lào.

Tháng 6/2009, khai trương chi nhánh tại Phnôm Pênh, hoàn thành việc mở rộng mạng lưới tại khu vực Đông Dương, góp phần tích cực trong quá trình giao thương kinh tế của các doanh nghiệp giữa ba nước Việt Nam, Lào và Campuchia.

Năm 2010, Kết thúc thắng lợi các mục tiêu phát triển giai đoạn 2001 – 2010 với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 64%/năm.

Năm 2013, Là “Ngân hàng nội địa tốt nhất Việt Nam” và “Ngân hàng bán lẻ tốt nhất Việt Nam năm 2013” do Tạp chí The Asset và Tạp chí International Finance Magazine (IFM) bình chọn. Đưa vào sử dụng hệ thống Internet Banking phiên bản mới với nhiều tính năng hiện đại và vượt trội.

Năm 2015 Sacombank là ngân hàng TMCP đầu tiên tại Việt Nam nhận khoản vay 50 tỷ USD từ Cathay United Bank – một ngân hàng uy tín tại Đài Loan, nhằm mục đích tài trợ các hoạt động tín dụng trung và dài hạn

Năm 2017 Triển khai hàng loạt sản phẩm dịch vụ, ứng dụng mới có hàm lượng công nghệ và độ an toàn bảo mật cao theo xu hướng thanh toán điện tử đang phát triển (công nghệ thanh toán không tiếp xúc Sacombank Contactless, máy POS NFC, ứng dụng Samsung Pay, ứng dụng mCard để thanh toán nhanh bằng QR

Năm 2018 ra mắt hệ thống ngân hàng điện tử phiên bản mới (Sacombank eBanking) với nhiều tính năng vượt trội trên nền tảng công nghệ bảo mật cao. Chính thức khởi động dự án nâng cấp hệ thống ngân hàng lõi T24 từ phiên bản R11 lên phiên bản R17 do đối tác Temenos thực hiện.

Năm 2019 Sacombank trở thành 1 trong 7 ngân hàng đầu tiên tại Việt Nam hội đủ điều kiện phát hành thẻ nội địa được trang bị chip EMV với ưu điểm giúp bảo mật tối ưu.

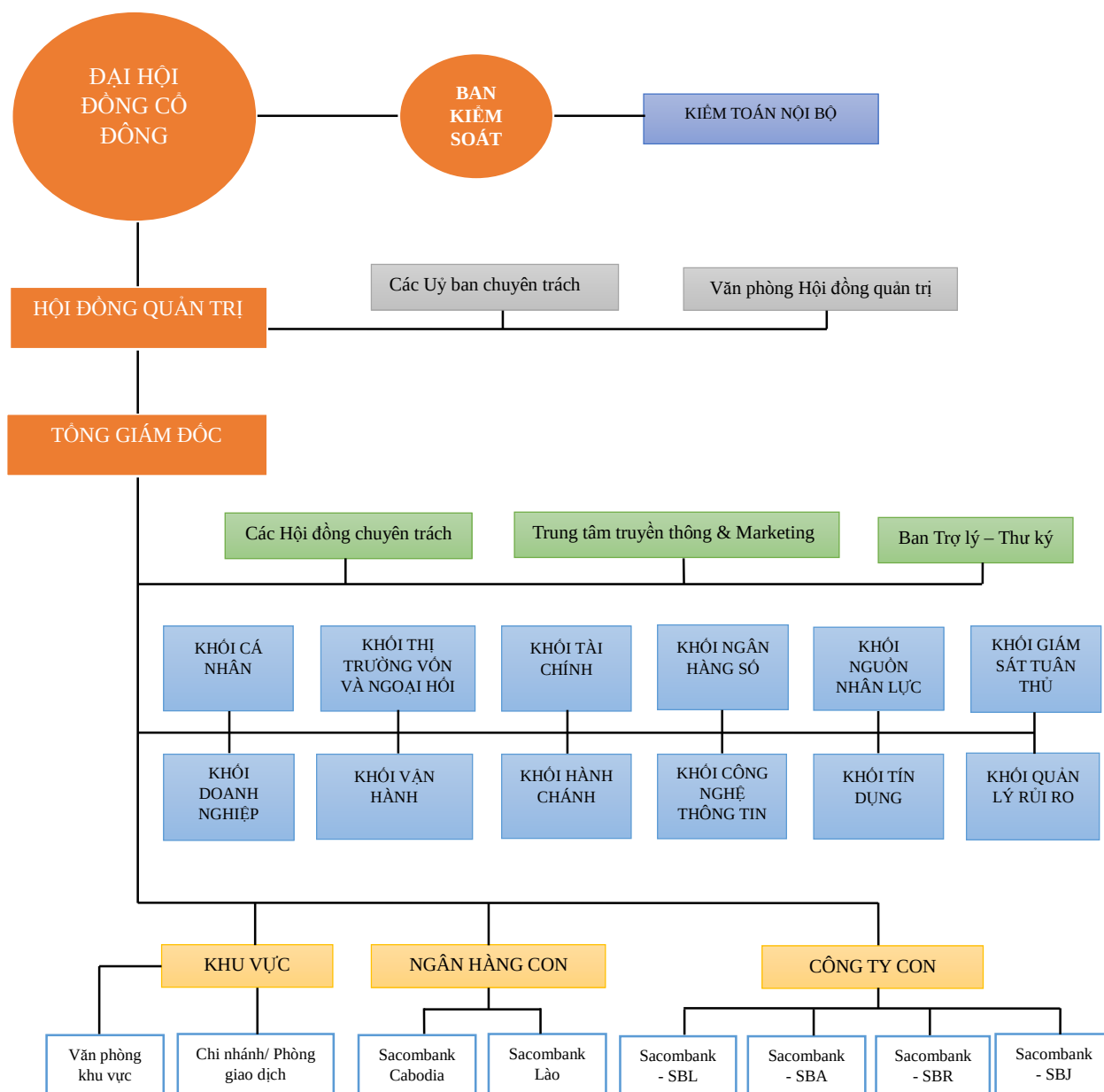
Năm 2020 ngân hàng Việt Nam đầu tiên triển khai công nghệ Tap to phone - chấp nhận thanh toán không tiếp xúc bằng điện thoại di động và tính năng NFC - thanh toán không tiếp xúc bằng điện thoại di động.

Năm 2021 ra mắt sản phẩm thẻ thanh toán Sacombank JCB Platinum Debit – đây là dòng thẻ thanh toán cao cấp nhất của JCB đang được phát hành tại Việt Nam dành cho khách hàng cá nhân với những đặc quyền và ưu đãi vượt trội.

Năm 2022 chạm mốc 15 tỷ khách hàng - bước nhảy vọt trên hành trình khẳng định vị thế của một Ngân hàng bán lẻ hàng đầu.

Năm 2023 ra mắt website Ngân hàng số thế hệ mới (www.sacombank.com.vn) được thiết kế dựa trên hành trình và trải nghiệm của người dùng, nội dung súc tích, giao diện hiện đại và thân thiện, giúp khách hàng nhanh chóng tra cứu, tìm hiểu thông tin và đăng ký sử dụng sản phẩm dịch vụ.

2.1.3 Cơ cấu tổ chức Ngân hàng TCMP Sài Gòn Thương Tín



Sơ đồ 2-1: Cơ cấu tổ chức Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín

2.1.4 Mạng lưới Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín

Là ngân hàng TMCP có mạng lưới hoạt động dày đặc với trong nước gồm gần 570 điểm giao dịch tại 48/63 tỉnh thành Việt Nam và nước ngoài là 2 nước Lào, Campuchia. Sacombank đã phủ kín mạng lưới tại các khu vực Bắc Trung Bộ, Tây Nam Bộ, Nam Trung Bộ và Tây Nguyên. Ngoài ra, Sacombank còn là Ngân hàng TMCP tiên phong mở rộng phạm vi hoạt động ra khỏi lãnh thổ Việt Nam với việc thành lập Ngân hàng con tại Lào và Campuchia.

Sacombank hiện đang cung cấp một danh mục phong phú với hơn 100 sản phẩm và dịch vụ tài chính, bao gồm các giải pháp về thẻ, tiền gửi, vay vốn, dịch vụ ngoại hối, và nhiều dịch vụ khác. Những sản phẩm này được phân phối qua các kênh giao dịch hiện đại như ATM, POS, Internet Banking, và Mobile Banking, nhằm phục vụ đa dạng nhu cầu của cả khách hàng cá nhân và doanh nghiệp.

Để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và hỗ trợ sự phát triển của các doanh nghiệp, Sacombank liên tục tung ra các gói vay lãi suất ưu đãi. Ngân hàng không chỉ tập trung vào việc cung cấp vốn cho các hoạt động kinh doanh và xuất nhập khẩu, mà còn chú trọng đến các lĩnh vực tiêu dùng và đầu tư cá nhân. Sacombank đang tích cực thực hiện kết nối giữa ngân hàng và doanh nghiệp, góp phần ổn định thị trường tài chính và tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động kinh doanh.

Đặc biệt, Sacombank chú trọng đến việc mở rộng hợp tác với các đối tác trong nhiều lĩnh vực quan trọng, như bất động sản, viễn thông, giáo dục, y tế, thực phẩm, vận tải và nông nghiệp. Ngân hàng phát triển các sản phẩm và dịch vụ chuyên biệt phù hợp với nhu cầu cụ thể của từng ngành, nhằm khai thác tiềm năng to lớn của thị trường bán lẻ tại Việt Nam. Những sản phẩm này không chỉ giúp đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng mà còn tạo ra các giải pháp tài chính linh hoạt và hiệu quả.

Thêm vào đó, Sacombank đã thiết lập mối quan hệ đại lý vững chắc với hàng trăm ngân hàng trên toàn cầu, bao gồm các quốc gia và vùng lãnh thổ khác nhau. Mối quan hệ này cho phép ngân hàng thực hiện các giao dịch tài trợ thương mại, tài trợ dự án, thanh toán quốc tế, và chuyển kiều hối một cách hiệu quả. Điều này không chỉ mở rộng khả năng tiếp cận và phục vụ thị trường quốc tế mà còn giúp cải thiện chất lượng dịch vụ cho khách hàng, tạo điều kiện thuận lợi cho các giao dịch tài chính toàn cầu.

Nhờ vào chiến lược hợp tác quốc tế và mở rộng dịch vụ nội địa, Sacombank đang không ngừng nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững. Ngân hàng cam kết tiếp tục đổi mới, cải thiện dịch vụ, và cung cấp các giải pháp tài chính toàn diện để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng, đồng thời đóng góp vào sự phát triển của nền kinh tế quốc gia và khu vực. Công nghệ ngân hàng được Sacombank xác định là nền tảng quan trọng trong công cuộc đổi mới sáng tạo 4.0 hiện nay. Ngân hàng đã đưa vào hoạt động những Trung tâm dữ liệu hiện đại và tân tiến nhất ngày nay. Việc phát triển và vận hành các app ngân hàng, thẻ điện tử, các thẻ tiêu chuẩn

quốc tế đã đưa ngân hàng gần hơn với khách hàng, cũng như để cạnh tranh với những ngân hàng trong hệ thống Ngân hàng điện tử ngày nay.

2.2 Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín- CN Tân Bình

2.2.1 Thông tin chung

Tên tổ chức: Sacombank – CN Tân Bình

Địa chỉ: 224 Lê Văn Sỹ, Phường 1, Quận Tân Bình, Tp. HCM

Số điện thoại: 02839907202

Số Fax: 02839907202

2.2.2 Quá trình hình thành

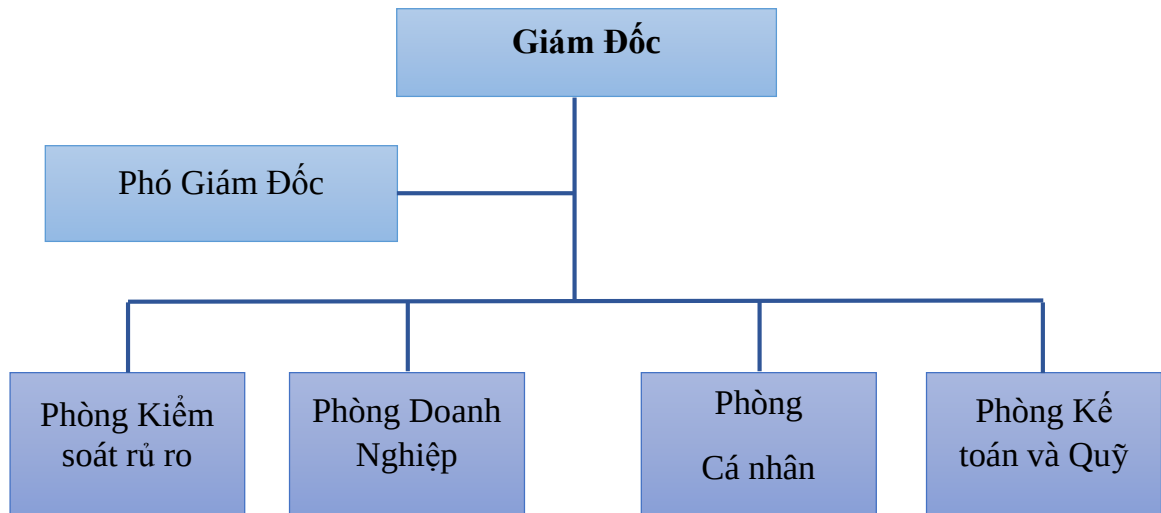
Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Tân Bình được thành lập vào ngày 01/06/1992 từ các hợp tác xã tín dụng Tân Bình, lúc đất nước đang chuyển sang nền kinh tế thị trường, hoạt động tài chính gặp nhiều khó khăn, với cơ cấu tổ chức đơn giản, sự nỗ lực vươn lên hết mình, trong thời gian qua Sacombank chi nhánh Tân Bình từng bước vươn lên và đạt được những kết quả đáng ghi nhận đóng góp vào sự phát triển chung của đại gia đình Sacombank.

Hiện nay chi nhánh Tân Bình được đặt tại vị trí 224 Lê Văn Sỹ, Phường 1, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, với nhiệm vụ là kinh doanh và chịu trách nhiệm quản lý chi nhánh cấp 2 và các phòng giao dịch trực thuộc góp phần tạo nên sự hoạt động nhộn nhịp trong hệ thống Sacombank. Bên cạnh cơ sở chính được đặt tại 224 Lê Văn Sỹ, Phường 1, Quận Tân Bình, Thành phố Hồ Chí Minh, chi nhánh còn có 12 phòng giao dịch

CN Tân Bình mang đến nhiều sản phẩm dịch vụ cung ứng cho người dân như:

- + Mở sổ tiết kiệm cho khách hàng bằng tiền mặt với nhiều hình thức;
- + Hỗ trợ vốn cho khách hàng cá nhân và doanh nghiệp với những mức lãi suất hợp lý và nhiều hình thức cho vay khác nhau;
- + Đổi tiền ngoại tệ nhanh chóng với tỷ giá hợp lý;
- + Thực chuyển tiền sang nước ngoài nhanh và thời gian ngắn hạn;
- + Kinh doanh, cung ứng dịch vụ ngoại hối trên thị trường trong nước và quốc tế.

2.2.3 Sơ đồ cơ cấu tổ chức



Sơ đồ 2-2: Cơ cấu tổ chức Sacombank – CN Tân Bình

(Nguồn: Dữ liệu Sacombank – CN Tân Bình cung cấp)

2.2.4 Chức năng, nhiệm vụ của bộ máy quản lý Ngân hàng

Giám đốc chi nhánh: Có vai trò điều hành, quản lý, giám sát các hoạt động hằng ngày của chi nhánh, chịu trách nhiệm trước Giám đốc khu vực, Ban lãnh đạo của hội sở. Giám đốc chi nhánh có nhiệm vụ xây dựng và thực hiện các mục tiêu kinh doanh cho các chi nhánh và các phòng giao dịch trực thuộc chi nhánh; giám sát và xử lý các vấn đề, sai phạm, khiếu nại của khách hàng.

Phó giám đốc chi nhánh: Nhận sự uỷ thác của Giám đốc chi nhánh giám sát, kiểm tra các hoạt động, các chỉ tiêu của chi nhánh, báo cáo trực tiếp các hoạt động của chi nhánh cho Giám đốc chi nhánh.

Chức năng và nhiệm vụ của các phòng:

❖ **Phòng Kiểm soát rủi ro**

Đánh giá và phân tích rủi ro một cách hợp lý và rõ ràng bao gồm rủi ro tín dụng, rủi ro thị trường, rủi ro hoạt động, rủi ro thanh khoản. Giám sát và báo cáo các chỉ số và tình hình rủi ro, cung cấp báo cáo định kỳ cho cấp trên.

❖ **Phòng Doanh nghiệp:** có hai bộ phận gồm

Bộ phận tiếp thị doanh nghiệp: Có vai trò xây dựng chiến lược tiếp thị, quảng bá sản phẩm, chăm sóc khách hàng, xử lý các vấn đề mà khách hàng đang gặp phải, ghi

nhân đóng góp, ý kiến từ khách hàng, hỗ trợ khách hàng khi sử dụng các dịch vụ như mở tài khoản, vay vốn,...

Bộ phận thẩm định: Có nhiệm vụ thẩm định các hồ sơ cấp tín dụng, đưa ra quyết định cấp tín dụng hoặc không cấp tín dụng các hồ sơ cho bộ phận tiếp thị doanh nghiệp, chịu trách nhiệm chính trong việc kiểm tra sử dụng vốn định kỳ và đột xuất...

❖ **Phòng Cá nhân:** có 2 bộ phận gồm

Bộ phận tiếp thị cá nhân: Có vai trò xây dựng chiến lược bán hàng, tiếp thị, quản lý và chăm sóc khách hàng cá nhân.

Bộ phận thẩm định cá nhân: Có nhiệm vụ thẩm định các hồ sơ cấp tín dụng, chịu trách nhiệm ra quyết định và kiểm tra vốn vay định kỳ và đột xuất.

❖ **Phòng Kế toán và Quỹ**

Đảm bảo các giao dịch tài chính được ghi chép một cách chính xác vào sổ kế toán. Theo dõi và quản lý các dòng tiền để đảm bảo đủ nguồn lực để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Xử lý các giao dịch thanh toán và nhận tiền từ khách hàng một cách nhanh chóng. Kiểm tra và thực hiện các giao dịch đổi tiền sang tiền VND cho khách hàng.

2.3 Tình hình hoạt động kinh doanh giai đoạn 2021-2023

2.3.1 Tình hình hoạt động kinh doanh tại Sacombank – CN Tân Bình

Bảng 2-1: Tình hình hoạt động kinh doanh (2021-2023)

ĐVT: Tỷ đồng

TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH (2021-2023)							
Chỉ tiêu	2021	2022	2023	2021/2022		2022/2023	
				+	-	+	-
Tổng thu nhập	167,393	320,328	279,543	152,935	91,36	-40,785	-12,73
Chi phí	74,794	186,923	77,614	112,129	149,92	-109,309	-58,48
Lợi nhuận trước thuế	92,599	133,405	201,928	40,806	46,07	68,523	51,36

Nguồn: Dữ liệu BCTC CN Tân Bình cung cấp

Dựa vào kết quả hoạt động kinh doanh ta thấy Phòng giao dịch đã lấy lại nền kinh tế sau đại dịch Covid-19 và đang phát triển mạnh mẽ. Doanh thu có sự tăng giảm qua các năm, năm 2022 tăng mạnh gần với tổng thu nhập năm 2021 của phòng là 152,935 tỷ đồng và khoảng 91,36%. Doanh thu tăng vọt là dấu hiệu đáng mừng, chứng tỏ Phòng giao dịch đã trở lại thời kỳ trước khi đại dịch xuất hiện, tuy nhiên do hậu quả của đại dịch để lại chi phí vào năm 2022 cũng đã tăng mạnh khoảng 112,129 tỷ đồng

do đó lợi nhuận của năm 2022 so với năm 2021 tăng khoảng 40.806 tỷ đồng, khoảng 46,07%. Doanh thu năm 2023 giảm khoảng 12,73%, tương đương khoảng 40,785 tỷ đồng tuy nhiên do chi phí năm 2023 giảm khoảng 109,309 tỷ đồng so với năm 2022 nên lợi nhuận cuối năm tăng khoảng 68,523 tỷ đồng.

2.3.2 Thực trạng hoạt động tín dụng tại Sacombank – CN Tân Bình (2020-2023)

Tổng nguồn vốn tại Sacombank – CN Tân Bình

Để ngân hàng hoạt động hiệu quả, việc đầu tiên là đảm bảo một nguồn vốn ổn định và đáng tin cậy, giúp các hoạt động kinh doanh diễn ra thuận lợi. Việc duy trì nguồn vốn tăng trưởng đều đặn và bền vững sẽ hỗ trợ tích cực cho việc mở rộng đầu tư tín dụng, đồng thời đa dạng hóa khách hàng theo định hướng chiến lược phát triển tín dụng. Hiểu rõ điều đó, Chi nhánh Tân Bình hiện đang không ngừng mở rộng và tăng cường các hoạt động tín dụng, đồng thời triển khai các biện pháp huy động vốn để xây dựng nguồn vốn kinh doanh vững mạnh.

Bảng 2-2: Tình hình nguồn vốn (2021-2023)

ĐVT: Tỷ đồng

Tình hình nguồn vốn							
Chỉ tiêu	2021	2022	2023	2021/2022		2022/2023	
				+	-	+	-
Không Kỳ hạn	292,375	310,054	280,730	17,679	6,05	-29,24	-9,46
Có kỳ hạn	668,208	712,459	843,189	44,251	6,62	130,730	18,35
Tổng	960,583	1,022,513	1,123,919	61,930	6,45	101,406	9,92

Nguồn: Dữ liệu BCTC CN Tân Bình cung cấp

Năm 2021, tổng lượng vốn huy động đạt được 960,583 tỷ đồng. Trong đó, tổng vốn huy động theo tiền vốn không kỳ hạn đạt 292,375 tỷ đồng chiếm khoảng 30% trong tổng lượng vốn huy động. Tiền vốn có kỳ hạn là 668,208 tỷ đồng chiếm khoảng 70% trong tổng vốn huy động. Điều này cho thấy vốn huy động có kỳ hạn vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhất, ảnh hưởng mạnh mẽ nhất đến tổng lượng vốn Phòng giao dịch huy động được.

Trong năm 2022, tổng lượng vốn Phòng huy động được 1,022,513 tỷ đồng tăng 61,930 tỷ đồng so với năm 2021. Trong đó, vốn huy động theo tiền gửi không kỳ hạn là 310,054 tỷ đồng, tăng khoảng 17,679 tỷ đồng so với năm 2021. Tuy nhiên, tiền gửi có kỳ hạn vẫn chiếm đa số với tổng số tiền 712,459 tỷ đồng, chiếm khoảng 70% tổng số vốn huy động được của toàn CN, tăng khoảng 44,251 tỷ đồng so với năm 2021.

Năm 2023, tổng số vốn huy động được là 1,123,919 tỷ đồng tăng khoảng 101,406 tỷ đồng so với năm 2022 và khoảng 163,336 tỷ đồng so với năm 2021. Tiền gửi có kỳ hạn vẫn chiếm khoảng 75% tổng số huy động, cụ thể là tiền gửi có kỳ hạn năm 2023 là 843,189 tỷ đồng tăng khoảng 130,730 tỷ đồng so với năm 2021 và khoảng 174,981 tỷ đồng so với năm 2021. Tuy nhiên, tiền gửi không kỳ hạn năm 2023 giảm hơn so với năm 2022 khoảng 9,46% tương đương 29,324 tỷ đồng so với năm 2022 và giảm 11,645 tỷ đồng so với năm 2021. Có thể nhận thấy rằng, sau khi khắc phục được những tổn hại và hậu quả do đại dịch Covid-19 để lại thì CN đã từng bước trở lại và phát triển hơn vào thời điểm trước khi đại dịch xuất hiện, tuy nhiên người dân đang ngày càng chuyển từ tiền gửi không kỳ hạn sang tiền gửi có kỳ hạn có thể nhận thấy rõ vào năm 2023.

Với vai trò quan trọng là “vay để cho vay”, công tác huy động vốn là một nhiệm vụ không thể thiếu đối với các ngân hàng, bao gồm cả Chi nhánh Tân Bình. Huy động vốn được coi là một mục tiêu chủ chốt trong hoạt động tín dụng của ngân hàng. Trong những năm qua, Chi nhánh đã thực hiện nhiều chiến lược tích cực để thu hút vốn nhàn rỗi. Những biện pháp này bao gồm nhận tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn, tiền gửi có kỳ hạn, phát hành kỳ phiếu với các kỳ hạn khác nhau, và thường xuyên cung cấp thông tin cũng như khuyến khích cá nhân, tổ chức và doanh nghiệp mở tài khoản tiền gửi và thanh toán tại ngân hàng.

2.3.3 Tình hình cho vay tại Sacombank – CN Tân Bình

2.3.3.1 Doanh số cho vay thời hạn tại Sacombank – CN Tân Bình

Bảng 2-3: Doanh số cho vay theo thời gian (2021-2023)

ĐVT: Tỷ đồng

Doanh số cho vay theo thời hạn							
Chỉ tiêu	2021	2022	2023	2021/2022		2022/2023	
				+ –	%	+ –	%
Ngắn hạn	396,885	463,749	523,475	66,863	16,85	59,726	12,88
Trung dài hạn	351,955	349,845	379,068	-2,109	-0,60	29,223	8,35
Tổng	748,840	813,594	902,543	64,754	8,65	88,949	10,93

Nguồn: Dữ liệu BCTC CN Tân Bình cung cấp

Doanh số cho vay ngắn hạn: Trong doanh số cho vay thì doanh số cho vay ngắn hạn năm 2021 là 396,885 tỷ đồng, năm 2022 là 463,749 tỷ đồng, tăng 66,863 tỷ đồng tương ứng 16,85% so với năm 2021. Sang năm 2023, doanh số cho vay ngắn hạn

523,475 tỷ đồng tăng 59,726 tỷ đồng, tương ứng 12,88% so với năm 2022 và tăng 126,590 tỷ đồng so với năm 2021. Trong doanh số cho vay của Phòng thì cho vay ngắn hạn chiếm tỷ trọng cao và tăng dần qua các năm, cụ thể là năm 2021 cho vay ngắn hạn chiếm khoảng 53% trong tổng doanh số cho vay, năm 2022 là 57% và năm 2023 là 58%. Nguyên nhân chính là sự phát triển đa dạng của nền kinh tế địa phương, với nhiều ngành nghề khác nhau đang hoạt động và nhu cầu vay ngắn hạn ngày càng gia tăng. Trong bối cảnh này, ngân hàng chủ yếu tập trung vào việc cung cấp các khoản vay ngắn hạn để đáp ứng các nhu cầu cụ thể của doanh nghiệp và cá nhân. Những khoản vay này chủ yếu được sử dụng để bổ sung vốn lưu động cho các đơn vị sản xuất và kinh doanh, tài trợ cho hoạt động xuất nhập khẩu, hỗ trợ chế biến nông sản, và cung cấp nguyên vật liệu cần thiết cho sản xuất nông nghiệp và xây dựng. Đồng thời, ngân hàng cũng đáp ứng nhu cầu tiêu dùng cá nhân, góp phần thúc đẩy sự phát triển toàn diện của nền kinh tế địa phương.

Doanh số cho vay trung và dài hạn: Mục đích của tín dụng trung dài hạn là nhằm giúp đỡ khách hàng mở rộng sản xuất kinh doanh, phát triển cơ sở hạ tầng, mua sắm thiết bị sản xuất. Năm 2021 doanh số cho vay trung dài hạn là 351,955 tỷ đồng chiếm khoảng 47% trong tổng doanh số cho vay, đến năm 2022 doanh số cho vay trung dài hạn của Phòng có giảm khoảng 2,109 tỷ đồng còn lại khoảng 349,845 tỷ đồng. Đến năm 2023, doanh số cho vay trung dài hạn là 379,068 tỷ đồng chiếm khoảng 42% trong tổng doanh số cho vay, tăng 29,223 tỷ đồng tương ứng 8,35% so với năm 2022. Doanh số cho vay trung và dài hạn tăng đều qua các năm do NH đã đẩy mạnh cho vay trung và dài hạn bằng nhiều giải pháp huy động hấp dẫn thông các chương trình, mức lãi suất, tỷ lệ gửi tiền trung và dài hạn đã cao hơn trước. Từ đây, nhiều doanh nghiệp, hộ kinh doanh có thể dễ dàng hơn trong tiếp cận vốn vay để mở rộng sản xuất kinh doanh. Nhưng nhìn chung doanh số cho vay ngắn hạn tại CN vẫn chiếm tỷ trọng khá cao đảm bảo thu hồi vốn nhanh và ít rủi ro.

2.3.3.2 Doanh số cho vay theo đối tượng tại Sacombank – CN Tân Bình

Bảng 2-4: Doanh số cho vay theo đối tượng (2021-2023)

DVT: Tỷ đồng

Doanh số cho vay theo đối tượng							
Chỉ tiêu	2021	2022	2023	2021/2022		2022/2023	
				+	-	+	-
Cá nhân	486,746	593,924	676,907	107,178	22,02	82,984	13,97
Doanh nghiệp	262,094	219,670	225,636	-42,424	-16,19	5,965	2,72
Tổng	748,840	813,594	902,543	64,754	8,65	88,949	10,93

Nguồn: Dữ liệu BCTC CN Tân Bình cung cấp

➤ Doanh số cho vay khách hàng cá nhân:

Năm 2021, doanh số cho vay cá nhân là 486,746 tỷ đồng, chiếm khoảng 65% trong tổng doanh số cho vay. Năm 2022, doanh số cho vay khách hàng cá nhân là 593,924 tỷ đồng, tăng 107,178 tỷ đồng tương ứng 22,02% so với năm 2021. Đến năm 2023, doanh số cho vay khách hàng cá nhân là 676,907 tỷ đồng chiếm khoảng 75% trong tổng doanh số cho vay, tăng 82,984 tỷ đồng tương ứng 13,97% so với năm 2022 và tăng khoảng 190,161 tỷ đồng so với năm 2021. Doanh số cho vay khách hàng cá nhân tăng dần qua các năm cụ thể là năm 2021 chiếm 65% trong tổng doanh số cho vay đến năm 2022 chiếm khoảng 73% đến năm 2023 chiếm 75% trong tổng doanh số cho vay. Nguyên nhân của sự tăng trưởng này là nền kinh tế đã phục hồi và phát triển hơn so với thời kỳ trước dịch, nhiều hộ gia đình đang trong quá trình mở rộng cơ sở kinh doanh và sửa chữa thiết bị máy móc sau thời kỳ dịch bỏ không dài hạn. Hình thức cho vay chủ yếu của Ngân hàng là cho vay có tài sản đảm bảo và giấy tờ có giá. Họ vay để phục vụ nhu cầu trong cuộc sống sinh hoạt hằng ngày một phần khác họ vay để phục vụ cho kinh doanh của hộ gia đình. Do nhu cầu cuộc sống ngày càng tăng nên tỷ lệ người dân vay vốn ngày càng tăng lên để đảm bảo chất lượng cuộc sống của họ vì thế ngân hàng cho vay theo đối tượng này là nhiều nhất.

➤ Doanh số cho vay khách hàng doanh nghiệp

Doanh số cho vay khách hàng doanh nghiệp có sự thay đổi rõ rệt từ năm 2021 đến 2023. Năm 2021, doanh số khách hàng doanh nghiệp là 262,094 tỷ đồng chiếm 35% trong tổng doanh số cho vay. Năm 2022, doanh số cho vay khách hàng doanh nghiệp giảm còn 219,670 tỷ đồng, giảm khoảng 42,424 tỷ đồng tương đương 16,19% so với năm 2022. Đến năm 2023, doanh số cho vay khách hàng doanh nghiệp có tăng nhẹ

là 225,636 tỷ đồng khoảng 5,965 tỷ đồng tương đương 2,72% so với năm 2022 và giảm 36,458 tỷ đồng so với năm 2021. Nhiều doanh nghiệp chưa thật sự phục hồi sau đại dịch đã dẫn đến sự trũng lại và đến hiện tại đã có dấu hiệu tăng trưởng trở lại.

Nhìn chung doanh số cho vay khách hàng cá nhân chiếm tỷ trọng cao nhất 75% trên tổng doanh số cho vay năm 2023 và tăng đều qua các năm, dấu hiệu tăng trưởng lại của cho vay khách hàng doanh nghiệp cũng đã được thể hiện vào năm 2023 do sự chủ động tiếp cận nhiều hơn các khách hàng doanh nghiệp của Ngân hàng với sự điều chỉnh cơ cấu cho vay và tỷ trọng cho vay khách hàng doanh nghiệp.

2.3.4 Tình hình cho vay của sản phẩm vay tiêu dùng thế chấp tại Ngân hàng

Sacombank – CN Tân Bình

2.3.4.1 Doanh số cho vay thế chấp tại Sacombank – CN Tân Bình

Bảng 2-5: Doanh số cho vay thế chấp và tín chấp (2021-2023)

ĐVT: Tỷ đồng

Doanh số cho vay thế chấp và tín chấp							
Chỉ tiêu	2021	2022	2023	2021/2022		2022/2023	
				+ –	%	+ –	%
Cho vay tín chấp	209,301	243,509	270,763	34,208	16.34%	27,254	11.19%
Cho vay thế chấp	277,445	350,415	406,144	72,970	26.30%	55,729	15.90%
Cho vay của KHCN	486,746	593,924	676,907	107,178	22.02%	82,984	13.97%

Nguồn: Dữ liệu BCTC CN Tân Bình cung cấp

Bảng số liệu trên cho thấy doanh số cho vay thế chấp và tín chấp của Ngân hàng tăng đều qua các năm. Năm 2021, doanh số cho vay tín chấp là 209,301 tỷ đồng, đến năm 2022 là 243,509 tỷ đồng tăng 34,208 tỷ đồng tương đương 16,34% so với năm 2021. Đến 2023 cho vay tín chấp là 270,763 tỷ đồng tăng 25,254 tỷ đồng tương đương 11,19% so với năm 2022 và tăng 61,462 tỷ đồng so với năm 2021.

Doanh số cho vay thế chấp chiếm tỷ trọng cao trong doanh số cho vay khách hàng cá nhân. Năm 2021, doanh số cho vay thế chấp là 277,445 tỷ đồng chiếm 57% trong tổng số cho vay khách hàng cá nhân. Năm 2022, doanh số cho vay thế chấp là 350,415 tỷ đồng chiếm 59% trong tổng số cho vay khách hàng cá nhân, tăng 72,970 tỷ đồng tương đương 26,3% so với năm 2021. Năm 2023, cho vay thế chấp là 406,144 tỷ đồng chiếm 60% trong tổng số cho vay khách hàng cá nhân tăng 55,729 tỷ đồng tương

đương 15,9% so với năm 2022 và tăng 128,699 tỷ đồng so với năm 2021. Cho vay thể chấp ngày càng tăng và chiếm tỷ trọng cao trong doanh số cho vay khách hàng cá nhân. Qua đó có thể nhìn thấy được Ngân hàng đang ngày càng có sự tin tưởng của khách hàng.

2.3.4.2 Doanh số cho vay thể chấp theo từng loại hình thức tại Sacombank - CN Tân Bình

Bảng 2-6: Doanh số cho vay tín chấp theo từng loại (2021-2023)

Chỉ tiêu	2021		2022		2023	
	Số Tiền	Tỷ trọng	Số Tiền	Tỷ trọng	Số Tiền	Tỷ trọng
Bất động sản	120,494	43,43%	158,633	45,27%	189,994	46,78%
Xe Ô tô	42,366	15,27%	47,902	13,67%	60,597	14,92%
Máy móc, thiết bị có giá trị	56,383	20,32%	59,185	16,89%	57,348	14,12%
Giấy tờ có giá	34,681	12,50%	53,684	15,32%	67,136	16,53%
Tài sản khác	23,521	8,48%	31,012	8,85%	31,070	7,65%
Tổng	277,445	100%	350,415	100%	406,144	100%

ĐVT: Tỷ đồng

Nguồn: Dữ liệu BCTC CN Tân Bình cung cấp

Bảng số liệu trên cho thấy, cho vay tín chấp có tài sản đảm bảo là bất động sản chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng số cho vay thể chấp tại Sacombank – CN Tân Bình và tăng đều qua các năm. Năm 2021, thể chấp bằng bất động sản là 120,494 tỷ đồng chiếm 43,43% trong tổng số cho vay thể chấp, đứng cao thứ hai là thể chấp bằng máy móc thiết bị chiếm 20,32%, tiếp theo là thể chấp bằng xe Ô tô khoảng 42,366 tỷ đồng chiếm 15,27%, Giấy tờ có giá là 34,681 tỷ đồng chiếm 12,5% và cuối cùng là thể chấp bằng tài sản khác chiếm 8,48% tương đương 23,521 tỷ đồng

Năm 2022, thể chấp bằng bất động sản là 158,633 tỷ đồng chiếm 45,27% tăng 1,84% so với năm 2021, thể chấp bằng máy móc, thiết bị có giá trị đứng thứ hai là 59,185 tỷ đồng chiếm 16,89% giảm 3,43% so với năm 2021. Thể chấp bằng giấy tờ có giá xếp thứ ba với 53,684 tỷ đồng chiếm 15,32% tăng 2,82% so với năm 2021. Thể chấp xe ô tô chiếm 13,67% tương ứng 47,902 tỷ đồng giảm 1,6% so với năm 2021 và cuối cùng là thể chấp bằng tài sản khác chiếm 8,85% tăng 0,37% so với năm 2021.

Năm 2023, thẻ chấp bằng bất động sản là 189,994 tỷ đồng chiếm 46,78% tăng 1,51% so với năm 2022, thẻ chấp bằng giấy tờ có giá đứng thứ hai là 67,136 tỷ đồng chiếm 16,89% tăng 1,21% so với năm 2022. Thẻ chấp bằng xe ô tô giá xếp thứ ba với 60,597 tỷ đồng chiếm 14,92% tăng 1,25% so với năm 2022. Thẻ chấp máy móc thiết bị có giá trị chiếm 14,12% tương ứng 57,348 tỷ đồng giảm 2,77% so với năm 2022 và cuối cùng là thẻ chấp bằng tài sản khác chiếm 7,65% giảm 1,2% so với năm 2022.

2.3.5 Tình hình dư nợ tại Sacombank – CN Tân Bình

2.3.5.1 Tình hình dư nợ theo thời hạn tại Sacombank – CN Tân Bình

Bảng 2-7: Tình hình dư nợ theo thời hạn (2021-2023)

ĐVT: Tỷ đồng

Tình hình dư nợ theo thời hạn							
Chỉ tiêu	2021	2022	2023	2021/2022		2022/2023	
				+ –	%	+ –	%
Ngắn hạn	310,650	464,935	542,889	154,285	49,67	77,954	16,77
Trung dài hạn	234,350	297,254	305,375	62,904	26,84	8,121	2,73
Tổng	545,000	762,189	848,264	217,189	39,85	86,075	11,29

Nguồn: Dữ liệu BCTC CN Tân Bình cung cấp

Bảng số liệu này cho thấy dư nợ cá nhân của Ngân hàng tăng nhanh qua các năm và chiếm tỷ trọng rất lớn trong tổng dư nợ Ngân hàng. Năm 2021 dư nợ 545,000 tỷ đồng, năm 2022 là 762,189 tỷ đồng tăng 217,189 tỷ đồng tương đương khoảng 39,85%. Năm 2023 tổng dư nợ là 848,264 tỷ đồng tăng 86,075 tỷ đồng và khoảng 11,29% so với năm 2022 và tăng 303,264 tỷ đồng so với năm 2021.

Do dịch chuyển cơ cấu trong cho vay nên dư nợ ngắn hạn cũng ngày càng tăng nhanh và chiếm tỷ trọng cao hơn so với trung dài hạn vì cho vay ngắn hạn thường có thời gian thu hồi vốn nhanh, đảm bảo nguồn vốn cho Ngân hàng tái đầu tư, mở rộng hoạt động cho vay. Cụ thể, dư nợ ngắn hạn vào năm 2021 là 310,650 tỷ đồng chiếm khoảng 57% trong tổng dư nợ. Đến năm 2022, dư nợ ngắn hạn là 464,935 tỷ đồng tăng gấp một nửa dư nợ năm trước khoảng 154,285 tỷ đồng tương đương 49,67% so với năm 2021. Năm 2023, dư nợ ngắn hạn là 542,889 tỷ đồng tăng 77,954 tỷ đồng tương đương 16,77% so với năm 2022 và tăng khoảng 232,239 tỷ đồng so với năm 2021.

Ảnh hưởng của dịch chuyển tỷ trọng dư nợ nên dư nợ trung dài hạn chiếm tỷ trọng thấp hơn ngắn hạn. Ngân hàng tập trung cho vay ngắn hạn, giảm tỷ trọng cho vay

trung và dài hạn, chủ yếu đẩy mạnh công tác thu hồi nợ hơn là mở rộng cho vay nên dẫn đến sự chiếm tỷ trọng thấp hơn trong dư nợ trung và dài hạn. Cụ thể là năm 2021 dư nợ trung dài hạn là 234,350 tỷ đồng chiếm 43% tổng dư nợ năm 2021. Đến năm 2022, dư nợ trung dài hạn là 297,254 tỷ đồng tăng khoảng 62,904 tỷ đồng tương đương 26,84% so với năm 2021. Sang năm 2023, dư nợ trung dài hạn là 305,375 tỷ đồng tăng 8,121 tỷ đồng tương đương 2,73% so với năm 2022 và tăng khoảng 71,025 tỷ đồng so với năm 2021.

2.3.5.2 Tình hình nợ xấu và nợ quá hạn cá nhân tại Sacombank – CN Tân Bình

❖ Tình hình nợ xấu tại Sacombank – CN Tân Bình

Bảng 2-8: Tình hình nợ xấu (2021-2023)

ĐVT: Tỷ đồng

Tình hình nợ xấu						
Chỉ tiêu	2021		2022		2023	
	Số Tiền	Tỷ trọng	Số Tiền	Tỷ trọng	Số Tiền	Tỷ trọng
Nợ xấu cho vay thế chấp	4,077	45,00%	3,531	46,67%	2,727	39,76%
Nợ xấu cho vay KHCN	9,061	100%	7,566	100%	6,859	100%

Nguồn: Dữ liệu BCTC CN Tân Bình cung cấp

Tình hình nợ xấu tại Sacombank – CN Tân Bình vào năm 2021 chiếm 9,061 tỷ đồng trong đó nợ xấu cho vay thế chấp là 3,531 tỷ đồng chiếm 45%, đến năm 2022, nợ xấu cho vay khách hàng cá nhân là 7,566 tỷ đồng trong đó nợ xấu cho vay thế chấp chiếm 46,67%. Năm 2023, cho vay khách hàng cá nhân là 6,859 tỷ đồng trong đó nợ xấu cho vay thế chấp chiếm 39,76% trong tổng số nợ xấu.

❖ Tình hình nợ quá hạn tại Sacombank – CN Tân Bình

Theo thông tin BCTC từ Phòng giao dịch cung cấp hiện sau 3 năm đều không có trường hợp Nợ quá hạn cá nhân ngắn hạn và trung dài hạn. Điều này cho thấy Ngân hàng đẩy mạnh cho vay ngắn hạn tốt, số vốn thu hồi cao, nhân viên tín dụng của Phòng đã cống hiến hết mình, không ngừng nỗ lực, thường xuyên kiểm tra việc sử dụng vốn vay của khách hàng, thực hiện công tác thu hồi nợ chuyên nghiệp. Ban Lãnh đạo luôn theo sát và tự vạch ra lộ trình và quan tâm cụ thể đến công tác tự đào tạo, tự kiểm tra đánh giá nhân viên. Có kiểm tra đánh giá theo từng quý, từng tháng nên công tác tự nghiên cứu sẽ được mọi nhân viên quan tâm đúng mức và khi đó trình độ của mỗi nhân viên chắc chắn được nâng lên tầm cao mới. Về khách hàng cũng

đã rất hợp tác trong quá trình thanh toán nợ Ngân hàng đúng hạn điều đó đã góp phần giúp CN Tân Bình đạt được thành tích hết sức nổi bật và cần phát huy thêm nữa vào những năm tiếp theo.

Qua quá trình phân tích về tình hình kinh doanh của Ngân hàng về nguồn vốn, các doanh số cho vay ngắn hạn, dài hạn, theo cá nhân, doanh nghiệp, thế chấp và tín chấp và phân tích tình hình nợ xấu và nợ quá hạn của Ngân hàng, tác giả có đề xuất phân tích để tìm ra các yếu tố ảnh hưởng đến ý định vay vốn của một khách hàng khi đến một ngân hàng để giao dịch.

2.4 Phân tích và nghiên cứu kết quả

2.4.1 Thống kê mô tả

Bảng 2-9: Bảng thống kê mô tả

Bảng thống kê mô tả			
		Số người	Tỉ lệ phần trăm
Giới tính	Nam	70	51,85%
	Nữ	65	48,15%
	Tổng	135	100%
Độ tuổi	Từ 18-25 tuổi	60	44,44%
	Từ 26-35 tuổi	48	35,56%
	Trên 36 tuổi	27	20,00%
	Tổng	135	100%
Thu nhập	Dưới 5 triệu	20	13,89%
	Từ 5-10 triệu	45	31,25%
	Từ 10-20 triệu	47	32,64%
	Trên 20 triệu	23	15,97%
	Tổng	135	100%
Nghề nghiệp	Sinh viên	31	21,53%
	Nhân viên văn phòng	40	27,78%
	Kinh doanh tự do	32	22,22%
	Khác	32	22,22%
	Tổng	135	100%

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Trong 135 đối tượng tham gia khảo sát thì đối tượng khảo sát có giới tính Nam là 70 người tương ứng tỷ lệ 51,85%, giới tính Nữ là 65 người tương ứng 48,15%.

		GioiTinh			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nam	65	48.1	48.1	48.1
	Nữ	70	51.9	51.9	100.0
	Total	135	100.0	100.0	

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

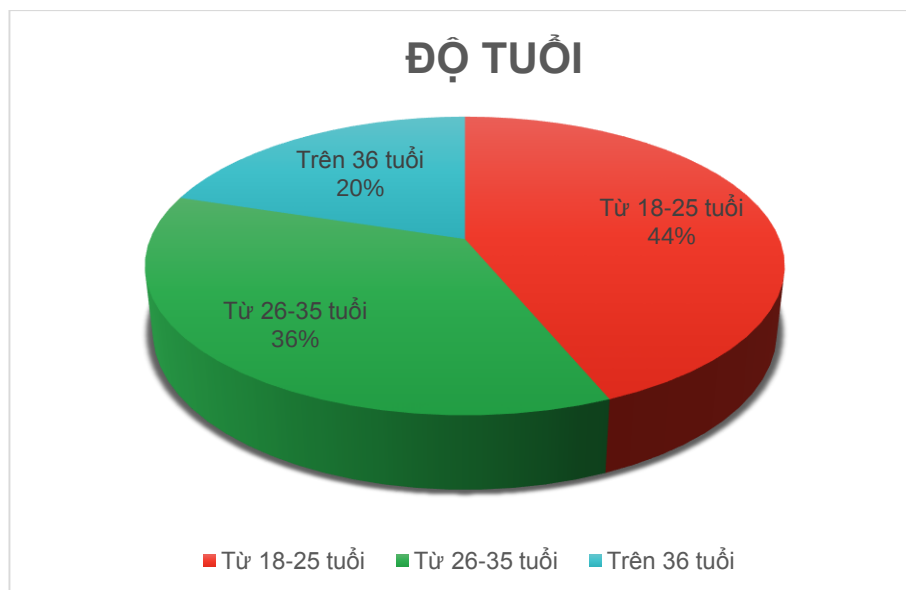


Biểu đồ 2-1: Giới tính

Về độ tuổi, trong 135 đối tượng khảo sát thì đối tượng từ 18-25 tuổi có 60 người tương ứng 44,44%, từ 26-35 tuổi có 48 người tương ứng 35,56% và cuối cùng trên 36 tuổi có 27 người tương ứng 20,00%.

		DoTuoi			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Trên 36 tuổi	27	20.0	20.0	20.0
	Từ 18-25 tuổi	60	44.4	44.4	64.4
	Từ 26-35 tuổi	48	35.6	35.6	100.0
	Total	135	100.0	100.0	

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)



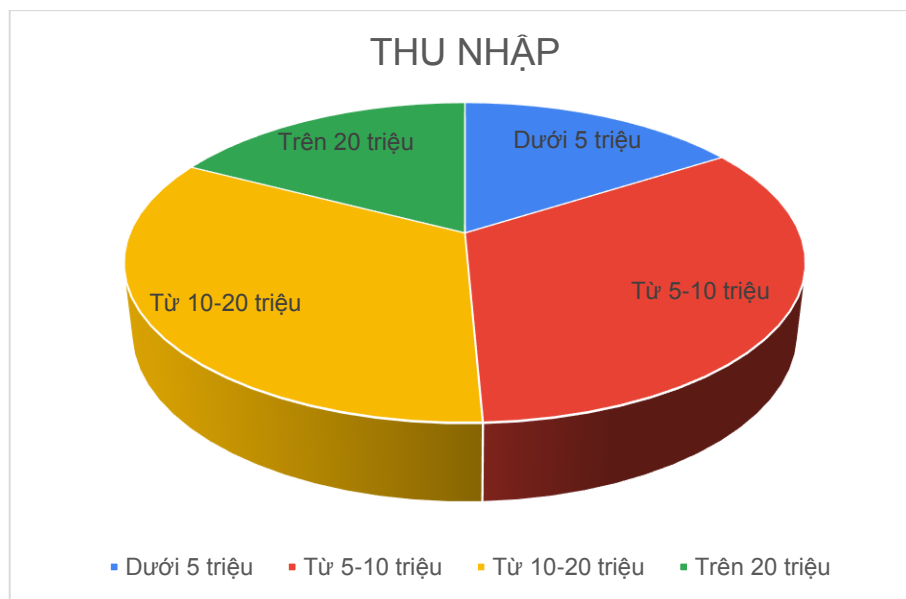
Biểu đồ 2-2: Độ tuổi

Về thu nhập, trong 144 đối tượng tham gia khảo sát thì đối tượng khảo sát có thu nhập dưới 5 triệu là 20 người tương ứng với tỷ lệ 13,89%, thu nhập từ 5 đến 10 triệu có 45 người chiếm 31,25%, từ 10 đến 20 triệu có 47 người tương ứng 32,64% và còn lại là thu nhập trên 20 triệu có 23 người tương ứng tỷ lệ 15,97%.

ThuNhap					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 5tr	20	14.8	14.8	14.8
	Trên 20tr	23	17.0	17.0	31.9
	Từ 10-20tr	47	34.8	34.8	66.7
	Từ 5-10tr	45	33.3	33.3	100.0
Total		135	100.0	100.0	

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

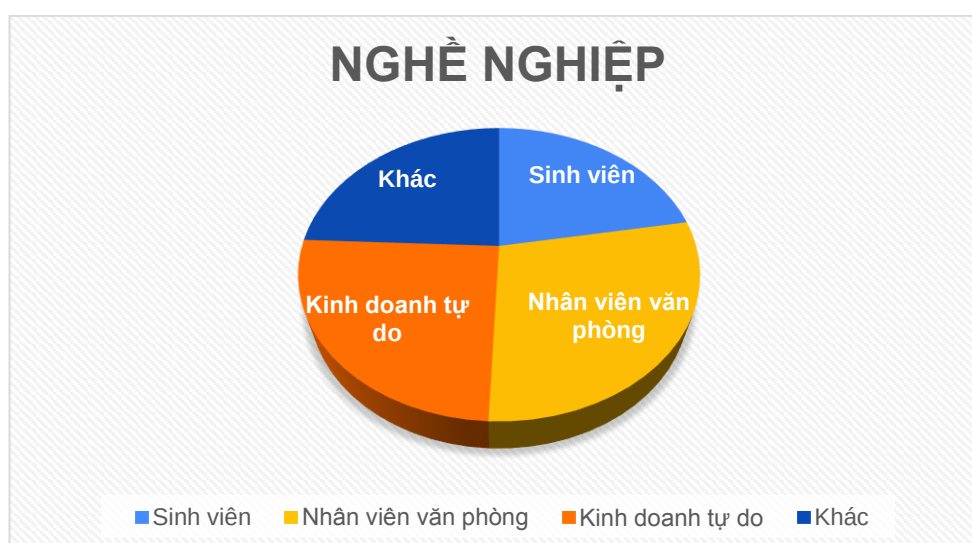
Về nghề nghiệp, trong 135 đối tượng tham gia khảo sát thì đối tượng có nghề nghiệp sinh viên là 31 người chiếm 21,53%, nghề nghiệp nhân viên văn phòng có 40 người tương ứng tỷ lệ 27,78%, nghề nghiệp kinh doanh tự do có 32 người tương ứng 22,22% và cuối cùng là nghề nghiệp khác có 32 người tương ứng tỷ lệ 22,22%.



Biểu đồ 2-3: Thu nhập

		Nghề nghiệp			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Khác	32	23.7	23.7	23.7
	Kinh doanh tự do	32	23.7	23.7	47.4
	Nhân viên văn phòng	40	29.6	29.6	77.0
	Sinh viên	31	23.0	23.0	100.0
	Total	135	100.0	100.0	

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)



Biểu đồ 2-4: Nghề nghiệp

2.4.2 Kiểm định Crombach's Alpha

Mô hình nghiên cứu của đề tài gồm 6 nhân tố độc lập hướng bậc nhất và một nhân tố phụ thuộc được đo lường gián tiếp và mỗi nhân tố đo lường có ít nhất 3 nhân biến quan sát.

2.4.2.1 Chất lượng dịch vụ

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.809	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CL1	12.444	3.025	.749	.701
CL2	12.467	3.027	.762	.696
CL3	12.600	3.421	.477	.833
CL4	12.556	3.368	.545	.798

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Thang đo nhân tố “Chất lượng dịch vụ” có hệ số Cronbach's Alpha là 0,809 (lớn hơn 0,5). Hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Điều này, cho thấy các biến quan sát của thang đo đảm bảo độ tin cậy. Do đó, cả 4 biến quan sát cho biến “Chất lượng dịch vụ” đều giữ lại để phân tích EFA.

2.4.2.2 Chính sách tín dụng

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS1	12.141	3.405	.586	.715
CS2	11.948	3.423	.569	.724
CS3	11.985	3.477	.571	.723
CS4	12.081	3.463	.580	.718

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Thang đo nhân tố “ Chính sách tín dụng” có hệ số Cronbach’s Alpha là 0,774 (lớn hơn 0,5). Hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Điều này, cho thấy các biến quan sát của thang đo đảm bảo độ tin cậy. Do đó, cả 4 biến quan sát cho biến “Chính sách tín dụng” đều giữ lại để phân tích EFA.

2.4.2.3 Sự thuận tiện

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.812	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TT1	12.193	3.485	.533	.812
TT2	12.274	3.723	.458	.844
TT3	12.319	3.144	.816	.677
TT4	12.326	3.236	.759	.704

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Thang đo nhân tố “ Sự thuận tiện” có hệ số Cronbach’s Alpha là 0,812 (lớn hơn 0,5). Hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Điều này, cho thấy các biến quan sát của thang đo đảm bảo độ tin cậy. Do đó, cả 4 biến quan sát cho biến “Sự thuận tiện” đều giữ lại để phân tích EFA.

2.4.2.4 Ảnh hưởng xã hội

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.710	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AHXXH1	12.222	3.159	.440	.681
AHXXH2	12.148	3.023	.555	.612
AHXXH3	12.200	3.101	.507	.641
AHXXH4	12.096	3.043	.486	.653

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Thang đo nhân tố “ Ảnh hưởng xã hội” có hệ số Cronbach’s Alpha là 0,710 (lớn hơn 0,5). Hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Điều này, cho thấy các biến quan sát của thang đo đảm bảo độ tin cậy. Do đó, cả 4 biến quan sát cho biến “Ảnh hưởng xã hội” đều giữ lại để phân tích EFA.

2.4.2.5 Lãi suất cho vay

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.762	3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LS1	8.185	1.525	.621	.651
LS2	8.289	1.804	.547	.731
LS3	8.178	1.744	.619	.655

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Thang đo nhân tố “ Lãi suất cho vay” có hệ số Cronbach’s Alpha là 0,762 (lớn hơn 0,5). Hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Điều này, cho thấy các biến quan sát của thang đo đảm bảo độ tin cậy. Do đó, cả 3 biến quan sát cho biến “Lãi suất cho vay” đều giữ lại để phân tích EFA.

2.4.2.6 Hình ảnh ngân hàng

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.792	4

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HANH1	12.400	3.093	.705	.688
HANH2	12.393	2.927	.754	.660
HANH3	12.548	3.742	.379	.849
HANH4	12.570	3.366	.603	.741

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Thang đo nhân tố “ Hình ảnh ngân hàng” có hệ số Cronbach’s Alpha là 0,792 (lớn hơn 0,5). Hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Điều

này, cho thấy các biến quan sát của thang đo đảm bảo độ tin cậy. Do đó, cả 4 biến quan sát cho biến “Hình ảnh ngân hàng” đều giữ lại để phân tích EFA.

2.4.2.7 Ý định vay vốn

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.770	3

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YD1	8.163	1.779	.618	.674
YD2	8.022	1.917	.547	.752
YD3	8.067	1.839	.649	.642

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Thang đo nhân tố “Ý định vay vốn” có hệ số Cronbach’s Alpha là 0,770 (lớn hơn 0,5). Hệ số tương quan biến tổng của các biến quan sát đều lớn hơn 0,3. Điều này, cho thấy các biến quan sát của thang đo đảm bảo độ tin cậy. Do đó, cả 3 biến quan sát cho biến “Ý định vay vốn” đều giữ lại để phân tích EFA.

2.4.3 Phân tích nhân tố EFA (Phân tích nhân tố khám phá)

2.4.3.1 Phân tích EFA lần 1

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.829
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2467.808
	df	253
	Sig.	.000

Hệ số KMO=0,829 và P-VALUE=0.000<5% nên phép tính nhân tố khám phá này phù hợp với dữ liệu thu thập được.

Total Variance Explained						
Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.434	36.671	36.671	3.847	16.727	16.727
2	2.736	11.895	48.566	3.709	16.127	32.854
3	1.570	6.825	55.392	3.288	14.296	47.150
4	1.345	5.848	61.239	2.239	9.733	56.883
5	1.182	5.140	66.379	2.184	9.496	66.379

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Bảng trên thể hiện rằng có 5 nhân tố Eigenvalue (đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) $1.182 > 1$ thì nhân tố rút ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Phương sai trích = 66,379 cho biết các nhân tố giải thích được 66,379% sự thay đổi các quan sát (hay của dữ liệu).

Rotated Component Matrix ^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.699				
TT4	.681				
CS2	.677				
CS1	.676				
CS3	.660				
AHXH2	.584				
LS1		.789			
LS2		.707			
LS3		.657			
CL2		.625			
CL4		.560		.528	
AHXH1		.552			
AHXH3		.523			
HANH1		.519			
CL3					
CL1			.946		
HANH2			.938		
TT1			.920		
TT3				.702	
HANH4				.693	
AHXH4					
TT2					.918
HANH3					.914

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 10 iterations.

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Biến CL3 không đạt giá trị nên cần loại bỏ biến quan sát này để được cải thiện quan sát tốt hơn.

2.4.3.2 Phân tích EFA lần 2

Sau khi loại bỏ biến CL3, ta kiểm định EFA lần 2 được kết quả như sau:

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.825
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2396.683
	df	231
	Sig.	.000

Hệ số KMO=0,825 và P-VALUE=0.000<5% nên phép tính nhân tố khám phá này phù hợp với dữ liệu thu thập được.

Total Variance Explained						
Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.180	37.182	37.182	3.963	18.012	18.012
2	2.641	12.005	49.187	3.576	16.255	34.267
3	1.557	7.079	56.266	3.220	14.634	48.901
4	1.341	6.095	62.361	2.130	9.681	58.582
5	1.143	5.195	67.556	1.974	8.974	67.556

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Bảng trên thể hiện rằng có 5 nhân tố Eigenvalue (đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) $1.143 > 1$ thì nhân tố rút ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Phương sai trích = 66,556 cho biết các nhân tố giải thích được 67,556% sự thay đổi các quan sát (hay của dữ liệu).

Rotated Component Matrix ^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.733				
TT4	.689				
CS2	.684				
CS1	.667				
CS3	.655				
AHXXH2	.613				
AHXXH4					
LS1		.802			
LS2		.722			
LS3		.665			
CL2		.626			
CL4		.590			
AHXXH1		.523			
HANH1		.520			
AHXXH3		.506			
CL1			.946		
HANH2			.938		
TT1			.916		
HANH3				.920	
TT2				.917	
TT3					.737
HANH4					.734

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Biến AHXXH4 không đạt giá trị nên cần loại bỏ biến quan sát này để được cải thiện quan sát tốt hơn.

2.4.3.3 Phân tích EFA lần 3

Sau khi loại biến AHXXH4 ta kiểm định EFA lần 3 được kết quả như sau:

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.823
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2327.146
	df	210
	Sig.	.000

Hệ số KMO=0,823 và P-VALUE=0.000<5% nên phép tính nhân tố khám phá này phù hợp với dữ liệu thu thập được.

Total Variance Explained						
Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.903	37.635	37.635	3.844	18.304	18.304
2	2.620	12.477	50.112	3.567	16.984	35.288
3	1.557	7.416	57.528	3.179	15.139	50.427
4	1.312	6.246	63.774	2.117	10.082	60.509
5	1.130	5.381	69.155	1.816	8.646	69.155

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Bảng trên thể hiện rằng có 5 nhân tố Eigenvalue (đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) $1.130 > 1$ thì nhân tố rút ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Phương sai trích = 69,155 cho biết các nhân tố giải thích được 69,155% sự thay đổi các quan sát (hay của dữ liệu).

Rotated Component Matrix ^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.733				
TT4	.707				
CS2	.701				
CS1	.679				
CS3	.656				
AHXXH2	.603				
LS1		.798			
LS2		.734			
LS3		.683			
CL4		.621			
CL2		.615			
AHXXH1		.507			
HANH1		.505			
AHXXH3		.502			
CL1			.949		
HANH2			.939		
TT1			.918		
HANH3				.918	
TT2				.915	
TT3					.764
HANH4					.761

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Biến AHXH1 không đạt giá trị nên cần loại bỏ biến quan sát này để được cải thiện quan sát tốt hơn.

2.4.3.4 Phân tích EFA lần 4

Sau khi loại biến AHXH1 ta kiểm định EFA lần 4 được kết quả như sau:

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.819
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2258.812
	df	190
	Sig.	.000

Hệ số KMO=0,814 và P-VALUE=0.000<5% nên phép tính nhân tố khám phá này phù hợp với dữ liệu thu thập được.

Total Variance Explained						
Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.600	37.998	37.998	3.728	18.638	18.638
2	2.571	12.853	50.851	3.319	16.597	35.234
3	1.552	7.758	58.609	3.101	15.505	50.739
4	1.297	6.486	65.095	2.080	10.399	61.139
5	1.060	5.300	70.395	1.851	9.257	70.395

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Bảng trên thể hiện rằng có 5 nhân tố Eigenvalue (đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) 1.060 > 1 thì nhân tố rút ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Phương sai trích = 70,395 cho biết các nhân tố giải thích được 70,395% sự thay đổi các quan sát (hay của dữ liệu).

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.727				
TT4	.711				
CS2	.706				
CS1	.686				
CS3	.660				
AHXXH2	.602				
LS1		.792			
LS2		.748			
LS3		.674			
CL4		.646			
CL2		.619			
HANH1					
AHXXH3					
CL1			.949		
HANH2			.941		
TT1			.917		
TT2				.916	
HANH3				.913	
TT3					.812
HANH4					.798

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Biến HANH1 không đạt giá trị nên cần loại bỏ biến quan sát này để được cải thiện quan sát tốt hơn.

2.4.3.5 Phân tích EFA lần 5

Sau khi loại biến HANH1 ta kiểm định EFA lần 5 được kết quả như sau:

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.807
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2194.952
	df	171
	Sig.	.000

Hệ số KMO=0,807 và P-VALUE=0.000<5% nên phép tính nhân tố khám phá này phù hợp với dữ liệu thu thập được.

Total Variance Explained						
Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.274	38.285	38.285	3.567	18.771	18.771
2	2.499	13.151	51.437	3.104	16.335	35.106
3	1.544	8.126	59.563	3.089	16.256	51.362
4	1.295	6.818	66.381	2.079	10.944	62.305
5	1.050	5.525	71.905	1.824	9.600	71.905

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Bảng trên thể hiện rằng có 5 nhân tố Eigenvalue (đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) $1.050 > 1$ thì nhân tố rút ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Phương sai trích = 71,905 cho biết các nhân tố giải thích được 71,905% sự thay đổi các quan sát (hay của dữ liệu).

Rotated Component Matrix ^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.733				
TT4	.712				
CS2	.705				
CS1	.692				
CS3	.671				
AHXXH2	.598				
LS1		.785			
LS2		.750			
LS3		.687			
CL4		.664			
CL2		.614			
AHXXH3					
CL1			.950		
HANH2			.942		
TT1			.916		
TT2				.916	
HANH3				.913	
TT3					.813
HANH4					.799

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Biến AHXH3 không đạt giá trị nên cần loại bỏ biến quan sát này để được cải thiện quan sát tốt hơn.

2.4.3.6 Phân tích EFA lần 6

Sau khi loại biến AHXH3 ta kiểm định lần 6 được kết quả như sau:

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.802
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2115.932
	df	153
	Sig.	.000

Hệ số KMO=0,802 và P-VALUE=0.000<5% nên phép tính nhân tố khám phá này phù hợp với dữ liệu thu thập được.

Total Variance Explained						
Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.028	39.042	39.042	3.391	18.837	18.837
2	2.374	13.187	52.230	3.082	17.122	35.958
3	1.521	8.448	60.677	2.828	15.710	51.668
4	1.277	7.093	67.770	2.028	11.268	62.936
5	1.004	5.580	73.351	1.875	10.415	73.351

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Bảng trên thể hiện rằng có 5 nhân tố Eigenvalue (đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) 1.004 > 1 thì nhân tố rút ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Phương sai trích = 73,351 cho biết các nhân tố giải thích được 73,351% sự thay đổi các quan sát (hay của dữ liệu).

Rotated Component Matrix ^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.727				
TT4	.719				
CS2	.716				
CS1	.706				
CS3	.669				
AHXXH2	.578				
CL1		.950			
HANH2		.943			
TT1		.915			
LS1			.809		
LS2			.716		
LS3			.711		
CL4			.632		
CL2			.629		
HANH3				.924	
TT2				.918	
TT3					.795
HANH4					.783

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Các biến đã đạt đến giá trị tốt.

2.4.3.7 Phân tích biến phụ thuộc

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.685
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	107.320
	df	3
	Sig.	.000

Hệ số KMO=0,605 và P-VALUE=0.000<5% nên phép tính nhân tố khám phá này phù hợp với dữ liệu thu thập được.

Total Variance Explained			
Component	Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.058	68.610	68.610

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Bảng trên thể hiện rằng có 1 nhân tố Eigenvalue (đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố) $2.058 > 1$ thì nhân tố rút ra có ý nghĩa tóm tắt thông tin tốt nhất. Phương sai trích = 68,810 cho biết các nhân tố giải thích được 68,810% sự thay đổi các quan sát (hay của dữ liệu).

Communalities	
	Extraction
YD1	.705
YD2	.619
YD3	.734

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

2.4.4 Đặt tên nhân tố

	Ký hiệu biến	Diễn giải	Tên nhân tố mới
Nhóm 1	CS1	Các gói sản phẩm đa dạng	Chính sách tín dụng (CS)
	CS2	Biên độ giao động lãi suất cho vay linh động	
	CS3	Sacombank trên địa bàn TP.HCM sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi muốn thanh toán trước hạn	
	CS4	Mức độ bảo mật an toàn thông tin khi giao dịch cao	
	TT4	Địa điểm giao dịch của Sacombank trên địa bàn TP.HCM dễ tìm kiếm	
	AHXX2	Nhân viên tư vấn ở Sacmbank khuyến khích tôi vay vốn tại đây	
Nhóm 2	CL1	Ngân hàng trân trọng khi khách hàng đến giao dịch	Sự tin tưởng (TR)
	HANH2	Bạn có đồng ý khi nói Sacombank mang lại sự tin tưởng cho bạn	

	TT1	Sacombank trên địa bàn TP.HCM gần nhà	
Nhóm 3	LS1	Lãi suất cho vay thấp	Lãi suất vay vốn (LS)
	LS2	Chương trình khuyến mãi, ưu đãi lãi suất cho vay	
	LS3	Lãi suất cho vay linh động	
	CL2	Các thông tin sản phẩm cho vay để được ngân hàng cung cấp đầy đủ đến khách hàng	
	CL4	Ngân hàng có nhiều chương trình khuyến mãi, quà tặng hấp dẫn (Tích điểm giao dịch, VIP...)	
Nhóm 4	HANH3	Bạn biết đến Sacombank do quảng cáo	Sự Thuận tiện (TT)
	TT2	Sacombank có nhiều địa điểm giao dịch (PGD, CN)	
Nhóm 5	TT3	Sacombank trên địa bàn TP.HCM có vị trí thuận lợi về giao thông, chỗ để xe của khách hàng rộng rãi	Sự Hài lòng (HL)
	HANH4	Bạn bè, người thân giới thiệu bạn biết đến Sacombank	

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

2.4.5 Ma trận tương quan

Hệ số tương quan R sẽ nhận giá trị từ +1 đến -1. Hệ số tương quan lớn hơn 0 cho biết một sự tương quan dương giữa hai biến, nghĩa là nếu giá trị của biến này tăng sẽ làm tăng giá trị biến kia và ngược lại. Hệ số tương quan nhỏ hơn 0 cho biết một sự tương quan âm giữa hai biến, nghĩa là nếu giá trị của biến này tăng thì sẽ làm giảm giá trị của biến kia và ngược lại.

Giá trị tuyệt đối của số tương quan càng cao thì mức tương quan giữa 2 biến càng lớn hoặc dữ liệu càng phù hợp với quan hệ tuyến tính giữa hai biến. Giá trị hệ số tương

quan lớn hơn 0 hoặc +1 hoặc bằng -1 cho thấy dữ liệu hoàn toàn phù hợp với mô hình tuyến tính.

Kết quả của Bảng ... cho thấy kết quả tất cả các cặp biến đều có sự tương quan tuyến tính ở mức tin cậy đến 99%.

		Correlations					
		YD	CS	TR	LS	TT	HL
YD	Pearson Correlation	1	.411**	.496**	.400**	.581**	.587**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	135	135	135	135	135	135
CS	Pearson Correlation	.411**	1	.348**	.589**	.298**	.490**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	135	135	135	135	135	135
TR	Pearson Correlation	.496**	.348**	1	.343**	.343**	.533**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	135	135	135	135	135	135
LS	Pearson Correlation	.400**	.589**	.343**	1	.241**	.434**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.005	.000
	N	135	135	135	135	135	135
TT	Pearson Correlation	.581**	.298**	.343**	.241**	1	.458**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005		.000
	N	135	135	135	135	135	135
HL	Pearson Correlation	.587**	.490**	.533**	.434**	.458**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	135	135	135	135	135	135

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

Qua bảng tương quan cho thấy biến phụ thuộc YD đều có mối quan hệ tương quan

2.4.6 Phân tích hồi quy

Bảng trình bày kết quả hồi quy các yếu tố liên quan đến Sự hài lòng của khách hàng, Sự tác động của các yếu tố bên ngoài, Hình ảnh ngân hàng và Lãi suất vay vốn tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín ảnh hưởng đến ý định vay vốn của khách hàng cá nhân. Chỉ số VIF cao nhất trong bảng là 2,516 (nhỏ hơn 5), cho thấy mô hình hồi quy không vi phạm hiện tượng đa cộng tuyến.

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HL, LS, TT, TR, CS ^b		Enter

a. Dependent Variable: YD

b. All requested variables entered.

Có tất cả 5 nhân tố tác động đến ý định vay vốn là: Sự HÀi lòng, Chính sách tín dụng, Sự thuận tiện, Sự Tin tưởng và Lãi suất vay vốn

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.716 ^a	.513	.494	.45739	1.942

a. Predictors: (Constant), HL, LS, TT, TR, CS

b. Dependent Variable: YD

Theo bảng ... , giá trị R bình phương hiệu chỉnh bằng 0,494 chứng tỏ mô hình đạt 49,4% thay đổi biến phụ thuộc được giải thích bởi các biến độc lập của mô hình. Càng tiến về 100% càng tốt, cho thấy mô hình có mức giải thích cao.

Giá trị Durbin – Watson = 1,942 nằm trong khoảng 1,5 – 2,5 nên kết quả không vi phạm giả định tương tự tương quan chuỗi bậc nhất. Hệ số tương quan R đã cho thấy hàm số biến độc lập được đưa vào mô hình

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.441	5	5.688	27.190	.000 ^b
	Residual	26.988	129	.209		
	Total	55.429	134			

a. Dependent Variable: YD

b. Predictors: (Constant), HL, LS, TT, TR, CS

Trong bảng ANOVA, giá trị Sig. < 0,05 vậy nên mô hình hồi quy là phù hợp.

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.422	.354		1.193	.235		
	CS	.058	.090	.052	.648	.518	.580	1.723
	TR	.156	.063	.183	2.466	.015	.689	1.452
	LS	.127	.089	.111	1.420	.158	.619	1.616
	TT	.310	.060	.361	5.164	.000	.771	1.296
	HL	.229	.076	.250	3.012	.003	.546	1.831

a. Dependent Variable: YD

(Nguồn: Tác giả xử lý dữ liệu SPSS)

$$YD = 0,422 + 0,058*CS + 0,156*TR + 0,127*LS + 0,310*TT + 0,229*HL$$

Tất cả các biến Sig kiểm định t ở bảng trên có TR, TT, HL nhỏ hơn 0,05 do đó biến TR, TT, HL của mô hình nghiên cứu có ý nghĩa thống kê, đây là biến độc lập có tác động đến biến phụ thuộc. Và các biến CS, LS lớn hơn 0,05 đây là biến độc lập không có tác động biến phụ thuộc. Hệ số phóng đại phương sai (VIF) đều nhỏ hơn 10 nên mô hình không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến.

Phương trình hồi quy chưa chuẩn hoá có dạng:

$$YD = 0,422 + 0,156*TR + 0,310*TT + 0,229*HL$$

Mức độ tác động của các biến độc lập đối với biến phụ thuộc như sau: Sự tin tưởng ($\beta = 0,156$), Sự thuận tiện ($\beta = 0,310$), Sự HÀi lòng ($\beta = 0,229$).

2.5 Đánh giá chung thực trạng hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – CN Tân Bình

Trong lĩnh vực ngân hàng nói chung và trong mảng tín dụng nói riêng thì ý định vay vốn của khách hàng là một yếu tố được quan tâm hàng đầu và quan trọng đối với ngân hàng. Ngân hàng nào đem đến những điều kiện có thể đáp ứng được những điều kiện mà khách hàng đặt ra thì khả năng cao khách hàng sẽ lựa chọn ngân hàng đó để sử dụng và giới thiệu cho bạn bè xung quanh nhiều hơn. Đây là những yếu tố giúp ngân hàng gia tăng doanh số, thị phần, lợi nhuận và vị thế của trên thị trường ngày nay.

Hoạt động cho vay KHCN tại Sacombank – CN Tân Bình trong giai đoạn 2021-2023 đã có sự tăng trưởng thể hiện kết quả qua dư nợ KHCN ngày càng tăng. Sự tăng

trưởng liên tục và ổn định này tiếp tục phát huy ở những năm tiếp theo và đạt tốc độ tăng trưởng ngày càng cao đã góp phần vào sự tăng trưởng chung về doanh số cho vay, về tổng tài sản và tăng thu nhập Sacombank – CN Tân Bình.

Bên cạnh những thành quả đạt được, hoạt động cho vay KHCN tại Sacombank – CN Tân Bình còn một số hạn chế. Do nguyên nhân chủ quan xuất phát từ công tác quản lý ngân hàng CN Tân Bình nên ngân hàng còn gặp một số công tác hạn chế như: Hệ thống phòng giao dịch và hệ thống quản lý chưa đồng bộ, chưa mang tính chuyên nghiệp cao và số lượng phòng giao dịch chưa phân bổ đều, tập trung nhiều ở khu vực thành phố.

Ngoài ra, do tình hình kinh tế còn nhiều biến động, lòng tin của khách hàng ngày càng lung lay làm cho khách hàng dần mất niềm tin vào ngân hàng nói chung, sự phân bố các phòng giao dịch không đều cũng là một thách thức lớn đối với Sacombank.

Chính vì vậy, Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – CN Tân Bình cần đề ra một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay KHCN, đặt biệt nên chú trọng đến ba nhân tố: Sự tin tưởng, Sự hài lòng và Sự thuận tiện.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Trong chương 2, tác giả đã giới thiệu sơ lược về Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín, lịch sử hình thành và sơ đồ cơ cấu tổ chức của Sacombank cũng như chi nhánh Tân Bình. Tiếp theo, tác giả đã phân tích, nhận xét, đánh giá các doanh số cho vay ở Sacombank – CN Tân Bình giai đoạn 2021-2023, từ đó đánh giá tình hình hoạt động kinh doanh CN Tân Bình.

Sau đó, tác giả tìm hiểu các nhân tố tác động đến ý định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – CN Tân Bình, xử lý số liệu và tiến hành phân tích các số liệu đó.

Kết quả nghiên cứu đưa ra phương trình ảnh hưởng đến ý định vay vốn gồm Sự tin tưởng, Sự thuận tiện và Sự hài lòng như sau:

$$YD = 0,422 + 0,156*TR + 0,310*TT + 0,229*HL$$

Từ đó kết quả đó đánh giá lại các yếu tố tác động đến ý định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Sacombank – CN Tân Bình để đưa ra những giải pháp giúp nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh tại Sacombank – CN Tân Bình.

CHƯƠNG 3. GIẢI PHÁP NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN – CN TÂN BÌNH

3.1 Định hướng phát triển hoạt động cho vay KHCN tại Ngân hàng TCMP Sài Gòn Thương Tín – CN Tân Bình

Để định hướng phát triển hoạt động cho vay khách hàng cá nhân tại ngân hàng, một số chiến lược quan trọng cần được triển khai đồng bộ và hiệu quả:

Đầu tiên, nâng cao chất lượng dịch vụ là yếu tố tiên quyết. Việc cải thiện quy trình xét duyệt hồ sơ vay để giảm thời gian xử lý là cần thiết. Ngân hàng nên áp dụng công nghệ để tự động hóa các bước trong quy trình xét duyệt từ tiếp nhận hồ sơ đến quyết định cho vay. Điều này giúp khách hàng tiết kiệm thời gian và giảm thiểu sai sót. Đồng thời, việc đào tạo và phát triển nhân viên cũng rất quan trọng. Nhân viên cần được trang bị đầy đủ kiến thức về sản phẩm vay và kỹ năng giao tiếp để mang lại dịch vụ tốt nhất và hỗ trợ khách hàng hiệu quả.

Mở rộng danh mục sản phẩm vay là một hướng đi quan trọng khác. Ngân hàng nên phát triển các sản phẩm vay đa dạng như vay tiêu dùng, vay mua nhà, vay xe, vay học phí và vay kinh doanh nhỏ lẻ. Mỗi sản phẩm cần được thiết kế phù hợp với nhu cầu của các phân khúc khách hàng khác nhau. Bên cạnh đó, việc phát triển các sản phẩm vay đặc thù và cá nhân hóa cũng giúp đáp ứng nhu cầu cụ thể của từng khách hàng, như các gói vay theo mùa vụ cho nông dân hoặc vay cho sinh viên.

Ứng dụng công nghệ là một yếu tố không thể thiếu trong sự phát triển này. Ngân hàng cần đầu tư vào công nghệ ngân hàng điện tử và mobile banking, cho phép khách hàng tiếp cận dịch vụ vay một cách dễ dàng và thuận tiện. Các nền tảng này cần phải thân thiện với người dùng và đảm bảo bảo mật thông tin. Bên cạnh đó, việc sử dụng trí tuệ nhân tạo và phân tích dữ liệu để đánh giá tín dụng và cá nhân hóa các sản phẩm vay là rất quan trọng. Công nghệ AI giúp cải thiện quy trình đánh giá tín dụng, dự đoán khả năng trả nợ và cá nhân hóa các sản phẩm vay, từ đó giảm thiểu rủi ro và nâng cao hiệu quả.

Chiến lược marketing và quảng bá cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút khách hàng. Ngân hàng nên triển khai các chiến dịch marketing hiệu quả để nâng cao nhận thức về sản phẩm vay, sử dụng các kênh truyền thông đa dạng như quảng cáo

trực tuyến, mạng xã hội và email marketing. Tổ chức các chương trình khuyến mãi và ưu đãi đặc biệt cũng giúp thu hút khách hàng mới và giữ chân khách hàng hiện tại.

Quản lý rủi ro và tăng cường an toàn tài chính là vấn đề không thể bỏ qua. Ngân hàng cần xây dựng hệ thống quản lý rủi ro tín dụng chặt chẽ để giảm thiểu tỷ lệ nợ xấu và tổn thất tài chính. Sử dụng các công cụ phân tích và dự đoán để đánh giá khả năng trả nợ của khách hàng là một phần quan trọng của quy trình này. Đồng thời, việc thiết lập các chính sách thu hồi nợ hiệu quả, có thể bao gồm hợp tác với các tổ chức thu hồi nợ chuyên nghiệp, cũng cần được chú trọng để đảm bảo việc thu hồi nợ được thực hiện công bằng và minh bạch.

Tạo dựng mối quan hệ lâu dài với khách hàng thông qua dịch vụ chăm sóc và hỗ trợ liên tục là một chiến lược quan trọng. Ngân hàng nên thiết lập các chương trình khách hàng thân thiết, cung cấp lợi ích cho khách hàng lâu năm hoặc thường xuyên sử dụng dịch vụ, từ đó khuyến khích họ quay lại và sử dụng dịch vụ nhiều hơn. Bên cạnh đó, việc xây dựng quan hệ đối tác với các doanh nghiệp, tổ chức giáo dục và các cơ quan cũng giúp mở rộng thị trường và gia tăng khả năng tiếp cận khách hàng.

Cuối cùng, tính linh hoạt và cá nhân hóa trong các gói vay cũng cần được chú trọng. Ngân hàng nên cung cấp các gói vay cá nhân hóa dựa trên nhu cầu và khả năng tài chính của từng khách hàng, đồng thời tạo điều kiện cho khách hàng điều chỉnh các điều kiện vay theo tình hình tài chính cá nhân thay đổi. Điều này giúp tạo ra giá trị gia tăng cho khách hàng và nâng cao sự hài lòng của họ.

3.2 Các giải pháp nâng cao cho vay KHCN tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn

Thương Tín

3.2.1 Xử lý nợ tồn đọng

Xử lý nợ tồn đọng là một giải pháp giảm thiểu tổn thất tài chính và duy trì sự ổn định của ngân sách.

- Ngân hàng cần quản lý dòng tiền một cách chặt chẽ và theo dõi thường xuyên tình hình dòng tiền để có những xử lý kịp thời khắc phục hậu quả một cách nhanh chóng.
- Phân tích và xử lý các khoản nợ thường xuyên bao gồm việc rà soát các tài liệu, lịch sử thanh toán và tình trạng pháp lý của khách hàng để phát hiện kịp thời những khoản nợ có khả năng thu hồi thấp. Ghi nhận và đặc biệt chú ý đến

những khách hàng này để điều chỉnh những khoản dự phòng rủi ro để phản ánh chính xác tình trạng tài chính và trả năng trả nợ của khách hàng. Xử lý các nhóm nợ quá hạn không có khả năng thu hồi hoặc khả năng thu hồi gần như bằng không bằng những biện pháp pháp lý hoặc làm việc với các công ty thu hồi nợ chuyên nghiệp để xử lý những khoản nợ không có khả năng thu hồi nợ này.

- Ngân hàng cần thực hiện thẩm định tín dụng kỹ lưỡng và vạch ra một kế hoạch tín dụng cho khách hàng một cách rõ ràng. Kiểm tra lịch sử giao dịch, CIC, tình hình tài chính và khả năng thanh toán của khách hàng thật kỹ lưỡng, đánh giá mức độ rủi ro và kiểm soát chặt chẽ hợp lý các nguồn vốn mà khách hàng; thường xuyên kiểm tra đột xuất mục đích vay vốn của khách hàng.
- Báo cáo định kỳ về tình hình nợ xấu của khách hàng, các biện pháp đề ra đã thực hiện và kết quả cho quản lý để có những điều chỉnh kịp thời

3.2.2 Xem xét kỹ về chất lượng tài sản đảm bảo

Xem xét lại chất lượng tài sản đảm bảo là một giải pháp tối ưu trong việc xử lý nợ xấu cũng như hạn chế nợ xấu của khách hàng khi vay vốn tại ngân hàng. Doanh số cho vay có tài sản đảm bảo chiếm số lượng lớn trong tổng số cho vay tại ngân hàng do đó cần phải đánh giá, xem xét một cách hệ thống các tài sản đảm bảo để giảm xuống mức thấp nhất nợ xấu tại ngân hàng.

Việc đánh giá tài sản đảm bảo là rất cần thiết cho mỗi khoản vay của mỗi cá nhân hoặc doanh nghiệp. Điều này thể hiện khách hàng vẫn còn một nguồn tài sản dự trữ có thể sử dụng khi khả năng trả nợ của khách hàng không đủ. Các tài sản đảm bảo như máy móc, bất động sản, hàng tồn kho cần được kiểm tra định kỳ để đảm bảo chúng vẫn còn giá trị và có thể sử dụng trong việc thu hồi nợ. Đồng thời, cần tiến hành định giá lại tài sản định kỳ để cập nhật giá trị tài sản hiện tại để phản ánh chính xác tình hình tài chính của cá nhân hoặc doanh nghiệp đó.

Kiểm tra tính hợp pháp của tài sản (giấy tờ, quyền sở hữu,...) để đảm bảo rằng tài sản không bị tranh chấp hoặc cầm cố tại các tổ chức tài chính khác. Việc đánh giá lại tài sản và kiểm tra tính hợp pháp của tài sản là rất quan trọng đối với từng khoản vay. Khi tài sản không còn đáp ứng đủ các yêu cầu, ngân hàng cần có biện pháp xử lý ngay để giảm thiểu tổn thất tài chính.

3.2.3 Hoàn thiện hệ thống chỉ tiêu đánh giá chất lượng tín dụng cá nhân

Hệ thống chỉ tiêu đánh giá chất lượng tín dụng cá nhân được dùng để đánh giá khả năng trả nợ của khách hàng trong các giao dịch tín dụng. Mục đích của hệ thống để giúp các tổ chức tài chính, ngân hàng có quyết định chính xác và hợp lý trong việc cho khách hàng vay vốn tại ngân hàng, các tổ chức tài chính.

3.2.4 Thực hiện nghiêm túc quy trình tín dụng và thẩm định tín dụng

Khi thực hiện các bước trong quy trình tín dụng, cán bộ nhân viên cần thực hiện nghiêm túc những quy định, quy trình tín dụng để đảm bảo sự vững chắc và củng cố lòng tin của khách hàng. Việc thực hiện nghiêm túc quy trình tín dụng và thẩm định tín dụng sẽ giảm thiểu rủi ro tín dụng đối với ngân hàng, và bảo vệ ngân hàng khỏi những tổn thất không mong muốn.

3.3 Một số giải pháp nâng cao ý định vay vốn của khách hàng

3.3.1 Giải pháp về Sự tin tưởng

- + Ngân hàng thể hiện thái độ tôn trọng khách hàng khi khách hàng đến giao dịch

Nhân viên ngân hàng thể hiện sự tôn trọng khách hàng khi khách hàng đến giao dịch tại cá quầy giao dịch. Điều này, nhân viên Sacombank đã thực hiện rất tốt và cần cố gắng duy trì điều này. Ngoài ra, nhân viên ngân hàng cần giải quyết nhanh chóng những vấn đề mà khách hàng đang gặp phải.

- + Sacombank mang lại sự tin tưởng cho khách hàng

Ngân hàng đem đến sự tin tưởng đối với khách hàng qua những dịch vụ, thái độ của nhân viên ngân hàng. Dựa trên sự tin tưởng đó ngân hàng nên tiếp tục thể hiện sự tôn trọng và sự chuyên nghiệp đối với khách hàng.

- + Sacombank có nhiều điểm giao dịch gần nhà

Ở thành phố Hồ Chí Minh, Sacombank có nhiều địa điểm giao dịch gần các khu dân cư, nơi tập trung đông đúc hoặc nhiều địa điểm trọng điểm của thành phố. Tuy nhiên, do có nhiều điểm giao dịch gần nhà, chất lượng dịch vụ của các điểm sẽ có sự so sánh dẫn đến ngân hàng sẽ khó trong việc duy trì lòng tin của khách hàng đối với từng điểm giao dịch. Ngân hàng cần có biện pháp để duy trì chất lượng dịch vụ của các điểm giao dịch và để thu hút khách hàng như tạo các cuộc thi nội bộ, thi đua xếp

hạng các thành viên trong một phòng giao dịch hoặc các cuộc khảo sát nhanh về thái độ của nhân viên, từ đó đánh giá xếp hạng và khen thưởng cho từng người.

3.3.2 Giải pháp về Sự hài lòng

- + Các điểm giao dịch được đặt ở những nơi dễ dàng tìm thấy

Các điểm giao dịch ở những vị trí dễ dàng tiếp cận thường thu hút nhiều khách hàng có thể dẫn đến quá tải trong thời gian cao điểm. Điều này làm tăng thời gian chờ đợi của khách hàng và mức độ hài lòng của khách hàng bị giảm sút. Ngân hàng cần bổ sung thêm nhân sự để xử lý các giao dịch của khách hàng trong giờ cao điểm, đào tạo nhân viên làm tốt để xử lý các giao dịch, tình huống hiệu quả hơn, tối ưu hoá các quy trình giao dịch,..

- + Mức độ xuất hiện của ngân hàng trên phương tiện truyền thông

Tăng mức độ xuất hiện của ngân hàng trên các phương tiện truyền thông với những thông tin cụ thể và chính xác về những chương trình, quảng cáo trên các phương tiện truyền thông. Cần có chiến lược tiếp thị cụ thể và phản ánh tình hình thực tế làm nổi bật hình ảnh ngân hàng và đánh giá trải nghiệm của khách hàng một cách nhanh chóng.

3.3.3 Giải pháp về Sự thuận tiện

- + Mạng lưới giao dịch của ngân hàng rộng rãi

Sacombank là ngân hàng có lịch sử phát triển lâu đời, mạng lưới giao dịch được mở rộng trong và ngoài nước (Lào và Campuchia). Mạng lưới giao dịch rộng rãi dẫn đến khả năng phân tán nguồn nhân lực và quản lý không đều sẽ làm giảm khả năng tập trung vào các khu vực quan trọng hoặc các chiến lược quan trọng của ngân hàng. Do đó cần có công tác quản lý chặt chẽ, sắp xếp nhân lực phù hợp với từng điểm giao dịch.

- + Ngân hàng có danh tiếng lớn, lâu đời

Ngân hàng có danh tiếng lâu đời thường được đánh giá cao về sự ổn định và uy tín trong ngành. Tuy nhiên ngân hàng có thể gặp chút khó khăn trong việc chuyển đổi từ ngân hàng truyền thống sang ngân hàng kỹ thuật số như hiện nay. Điều này có thể làm giảm khả năng cạnh tranh của ngân hàng với các ngân hàng khác. Ngân hàng cần có nguồn nhân lực trẻ, dồi dào và năng động trong công cuộc đổi mới kỹ thuật số như hiện nay.

KẾT LUẬN

Hoạt động tín dụng đóng vai trò then chốt trong các hoạt động ngân hàng, mang lại nguồn lợi nhuận chính và góp phần vào sự phát triển bền vững của ngân hàng. Để duy trì sự ổn định và phát triển trong một thị trường ngày càng cạnh tranh, ngân hàng cần phải đảm bảo rằng các hoạt động tín dụng của mình không chỉ an toàn mà còn đạt hiệu quả cao. Đây không chỉ là mục tiêu của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín (Sacombank) mà còn là yêu cầu chung của các ngân hàng thương mại tại Việt Nam, đồng thời là mục tiêu chiến lược của Đảng và Nhà nước trong việc thúc đẩy sự phát triển của ngành ngân hàng.

Trong bối cảnh nền kinh tế Việt Nam đang hội nhập mạnh mẽ vào nền kinh tế toàn cầu, sự cạnh tranh giữa các ngân hàng thương mại ngày càng trở nên quyết liệt hơn. Ngân hàng Sacombank - CN Tân Bình đã và đang có những bước phục hồi và phát triển đáng kể trong các hoạt động kinh doanh của mình. Tuy nhiên, bên cạnh những thuận lợi, chi nhánh cũng phải đối mặt với không ít thách thức trong tương lai gần. Để tiếp tục phát triển và hội nhập hiệu quả với nền kinh tế khu vực và toàn cầu, Phòng giao dịch cần phải phát triển mạnh mẽ hơn và nâng cao khả năng cạnh tranh.

Để đạt được những mục tiêu này, Sacombank - CN Tân Bình cần thực hiện một phân tích sâu rộng về các kết quả đạt được và những vấn đề còn tồn tại. Điều này bao gồm việc đánh giá các quy trình tín dụng hiện tại, phát hiện các điểm yếu và rút ra những bài học quý báu từ những kinh nghiệm đã có. Từ những phân tích này, chi nhánh cần xác định và triển khai một chiến lược phát triển nhanh chóng, hiệu quả và bền vững trong các năm tới.

Việc xây dựng một chiến lược rõ ràng và thực hiện các biện pháp phù hợp sẽ giúp chi nhánh củng cố vị thế trên thị trường, đồng thời thúc đẩy sự phát triển toàn diện trong các hoạt động ngân hàng và tín dụng. Với sự nỗ lực không ngừng và cam kết mạnh mẽ, CN Tân Bình có khả năng nâng cao hiệu quả hoạt động và góp phần vào việc xây dựng Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín trở thành một trong những ngân hàng hàng đầu trong khu vực. Hơn nữa, sự thành công của chi nhánh sẽ không chỉ mang lại lợi ích cho ngân hàng mà còn đóng góp vào sự phát triển kinh tế chung của địa phương và quốc gia.

PHỤ LỤC 1

PHIẾU KHẢO SÁT Ý KIẾN CỦA KHÁCH HÀNG VỀ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH VAY VỐN CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN – CN TÂN BÌNH

PHẦN A. THÔNG TIN KHÁCH HÀNG

1. Giới tính: ☐ Nam ☐ Nữ
2. Độ tuổi: ☐ Từ 18-25 tuổi ☐ Từ 26-35 tuổi ☐ Trên 36 tuổi
3. Thu nhập:

☐ Dưới 5 triệu
☐ Từ 10-20 triệu

☐ Từ 5-10 triệu
☐ Trên 20 triệu
4. Nghề nghiệp:

☐ Sinh viên ☐ Nhân viên văn phòng
☐ Kinh doanh tự do

☐ Khác

PHẦN B. THÔNG TIN KHẢO SÁT

Mức độ đồng ý theo 5 lựa chọn:

1. Hoàn toàn không đồng ý
2. Không đồng ý
3. Bình thường
4. Đồng ý
5. Hoàn toàn đồng ý

STT	Chất lượng dịch vụ	Mức độ đồng ý				
1	Ngân hàng trân trọng khi khách hàng đến giao dịch	1	2	3	4	5
2	Các thông tin sản phẩm cho vay để được ngân hàng cung cấp đầy đủ đến khách hàng	1	2	3	4	5
3	Khách hàng không phải chờ đợi quá lâu để được phục vụ?	1	2	3	4	5
4	Ngân hàng có nhiều chương trình khuyến mãi, quà tặng hấp dẫn (Tích điểm giao dịch, VIP...)	1	2	3	4	5
STT	Chính sách tín dụng	Mức độ đồng ý				
1	Các gói sản phẩm đa dạng	1	2	3	4	5
2	Biên độ giao động lãi suất cho vay linh động	1	2	3	4	5
3	Sacombank trên địa bàn TP.HCM sẵn sàng hỗ trợ khách hàng khi muốn thanh toán trước hạn	1	2	3	4	5
4	Mức độ bảo mật an toàn thông tin khi giao dịch cao	1	2	3	4	5
STT	Sự thuận tiện	Mức độ đồng ý				
1	Sacombank trên địa bàn TP.HCM gần nhà	1	2	3	4	5
2	Sacombank có nhiều địa điểm giao dịch (PGD, CN)	1	2	3	4	5
3	Sacombank trên địa bàn TP.HCM có vị trí thuận lợi về giao thông, chỗ để xe của khách hàng rộng rãi	1	2	3	4	5
4	Địa điểm giao dịch của Sacombank trên địa bàn TP.HCM dễ tìm kiếm	1	2	3	4	5
STT	Ảnh hưởng xã hội	Mức độ đồng ý				

1	Nhiều người thân hoặc bạn bè tôi đều lựa chọn Sacombank để vay vốn	1	2	3	4	5
2	Nhân viên tư vấn ở Sacmbank khuyến khích tôi vay vốn tại đây	1	2	3	4	5
3	Tôi có người thân hoặc bạn bè đang làm việc tại Sacombank	1	2	3	4	5
4	Người thân trong gia đình tôi khuyên tôi nên vay vốn tại Sacombank	1	2	3	4	5
STT	Lãi suất cho vay	Mức độ đồng ý				
1	Lãi suất cho vay thấp	1	2	3	4	5
2	Chương trình khuyến mãi, ưu đãi lãi suất cho vay	1	2	3	4	5
3	Lãi suất cho vay linh động	1	2	3	4	5
STT	Hình ảnh ngân hàng	Mức độ đồng ý				
1	Khi bạn đi vay sẽ tìm Ngân hàng uy tín chất lượng phù hợp với bạn	1	2	3	4	5
2	Bạn có đồng ý khi nói Sacombank mang lại sự tin tưởng cho bạn	1	2	3	4	5
3	Bạn biết đến Sacombank do quảng cáo	1	2	3	4	5
4	Bạn bè, người thân giới thiệu bạn biết đến Sacombank	1	2	3	4	5
STT	Quyết định vay vốn của KHCHN	Mức độ đồng ý				
1	Anh/chị hài lòng khi vay vốn cho Sacombank trên địa bàn TP.HCM	1	2	3	4	5
2	Anh/chị sẽ giới thiệu bạn hàng/đối tác vay vốn tại Sacombank trên địa bàn TP.HCM	1	2	3	4	5
3	Nếu có thêm nhu cầu về vay vốn, Anh/chị vẫn sẽ chọn Sacombank trên địa bàn TP.HCM để vay vốn	1	2	3	4	5

PHỤ LỤC 2

I. Thống kê mô tả

Bảng thống kê mô tả

		Số người	Tỉ lệ phần trăm
Giới tính	Nam	70	51,85%
	Nữ	65	48,15%
	Tổng	135	100%
Độ tuổi	Từ 18-25 tuổi	60	44,44%
	Từ 26-35 tuổi	48	35,56%
	Trên 36 tuổi	27	20,00%
	Tổng	135	100%
Thu nhập	Dưới 5 triệu	20	13,89%
	Từ 5-10 triệu	45	31,25%
	Từ 10-20 triệu	47	32,64%
	Trên 20 triệu	23	15,97%
	Tổng	135	100%
Nghề nghiệp	Sinh viên	31	21,53%
	Nhân viên văn phòng	40	27,78%
	Kinh doanh tự do	32	22,22%
	Khác	32	22,22%
	Tổng	135	100%

GioiTinh

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Nam	65	48.1	48.1	48.1
	Nữ	70	51.9	51.9	100.0
	Total	135	100.0	100.0	

DoTuoi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Trên 36 tuổi	27	20.0	20.0	20.0
	Từ 18-25 tuổi	60	44.4	44.4	64.4

Từ 26-35 tuổi	48	35.6	35.6	100.0
Total	135	100.0	100.0	

NgheNghiep

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Khác	32	23.7	23.7	23.7
	Kinh doanh tự do	32	23.7	23.7	47.4
	Nhân viên văn phòng	40	29.6	29.6	77.0
	Sinh viên	31	23.0	23.0	100.0
	Total	135	100.0	100.0	

ThuNhap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dưới 5tr	20	14.8	14.8	14.8
	Trên 20tr	23	17.0	17.0	31.9
	Từ 10-20tr	47	34.8	34.8	66.7
	Từ 5-10tr	45	33.3	33.3	100.0
	Total	135	100.0	100.0	

II. Kiểm định Cronbach's Alpha

1. Chất lượng dịch vụ

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CL1	12.444	3.025	.749	.701
CL2	12.467	3.027	.762	.696
CL3	12.600	3.421	.477	.833
CL4	12.556	3.368	.545	.798

2. Chính sách tín dụng

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CS1	12.141	3.405	.586	.715
CS2	11.948	3.423	.569	.724
CS3	11.985	3.477	.571	.723
CS4	12.081	3.463	.580	.718

3. Sự thuận tiện

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TT1	12.193	3.485	.533	.812
TT2	12.274	3.723	.458	.844
TT3	12.319	3.144	.816	.677
TT4	12.326	3.236	.759	.704

4. Ảnh hưởng xã hội

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AHXH1	12.222	3.159	.440	.681
AHXH2	12.148	3.023	.555	.612
AHXH3	12.200	3.101	.507	.641
AHXH4	12.096	3.043	.486	.653

5. Lãi suất cho vay

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LS1	8.185	1.525	.621	.651
LS2	8.289	1.804	.547	.731
LS3	8.178	1.744	.619	.655

6. Hình ảnh ngân hàng

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HANH1	12.400	3.093	.705	.688
HANH2	12.393	2.927	.754	.660
HANH3	12.548	3.742	.379	.849
HANH4	12.570	3.366	.603	.741

7. Ý định vay vốn

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YD1	8.163	1.779	.618	.674
YD2	8.022	1.917	.547	.752
YD3	8.067	1.839	.649	.642

III. Phân tích EFA

1. Phân tích EFA lần 1

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.829
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	2467.808
	df
	253
	Sig.
	.000

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.434	36.671	36.671	3.847	16.727	16.727
2	2.736	11.895	48.566	3.709	16.127	32.854
3	1.570	6.825	55.392	3.288	14.296	47.150
4	1.345	5.848	61.239	2.239	9.733	56.883
5	1.182	5.140	66.379	2.184	9.496	66.379

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.699				
TT4	.681				
CS2	.677				
CS1	.676				
CS3	.660				
AHXH2	.584				
LS1		.789			

LS2		.707			
LS3		.657			
CL2		.625			
CL4		.560		.528	
AHXH1		.552			
AHXH3		.523			
HANH1		.519			
CL3					
CL1			.946		
HANH2			.938		
TT1			.920		
TT3				.702	
HANH4				.693	
AHXH4					
TT2					.918
HANH3					.914

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 10 iterations.

2. Phân tích EFA lần 2

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.825
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2396.683
	df	231
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.180	37.182	37.182	3.963	18.012	18.012
2	2.641	12.005	49.187	3.576	16.255	34.267
3	1.557	7.079	56.266	3.220	14.634	48.901
4	1.341	6.095	62.361	2.130	9.681	58.582
5	1.143	5.195	67.556	1.974	8.974	67.556

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrixa

	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.733				
TT4	.689				
CS2	.684				
CS1	.667				
CS3	.655				
AHXXH2	.613				
AHXXH4					
LS1		.802			
LS2		.722			
LS3		.665			
CL2		.626			
CL4		.590			
AHXXH1		.523			
HANH1		.520			
AHXXH3		.506			
CL1			.946		
HANH2			.938		
TT1			.916		
HANH3				.920	
TT2				.917	
TT3					.737
HANH4					.734

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

3. Phân tích EFA lần 3

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.823
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2327.146
	df	210
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.903	37.635	37.635	3.844	18.304	18.304
2	2.620	12.477	50.112	3.567	16.984	35.288

3	1.557	7.416	57.528	3.179	15.139	50.427
4	1.312	6.246	63.774	2.117	10.082	60.509
5	1.130	5.381	69.155	1.816	8.646	69.155

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.733				
TT4	.707				
CS2	.701				
CS1	.679				
CS3	.656				
AHXXH2	.603				
LS1		.798			
LS2		.734			
LS3		.683			
CL4		.621			
CL2		.615			
AHXXH1		.507			
HANH1		.505			
AHXXH3		.502			
CL1			.949		
HANH2			.939		
TT1			.918		
HANH3				.918	
TT2				.915	
TT3					.764
HANH4					.761

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 6 iterations.

4.

5. Phân tích EFA lần 4

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.819
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2258.812
	df	190
	Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.600	37.998	37.998	3.728	18.638	18.638
2	2.571	12.853	50.851	3.319	16.597	35.234
3	1.552	7.758	58.609	3.101	15.505	50.739
4	1.297	6.486	65.095	2.080	10.399	61.139
5	1.060	5.300	70.395	1.851	9.257	70.395

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.727				
TT4	.711				
CS2	.706				
CS1	.686				
CS3	.660				
AHXXH2	.602				
LS1		.792			
LS2		.748			
LS3		.674			
CL4		.646			
CL2		.619			
HANH1					
AHXXH3					
CL1			.949		
HANH2			.941		
TT1			.917		
TT2				.916	
HANH3				.913	
TT3					.812
HANH4					.798

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 6 iterations.

6. Phân tích EFA lần 5

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.807
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	2194.952
	df
	171
	Sig.
	.000

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.274	38.285	38.285	3.567	18.771	18.771
2	2.499	13.151	51.437	3.104	16.335	35.106
3	1.544	8.126	59.563	3.089	16.256	51.362
4	1.295	6.818	66.381	2.079	10.944	62.305
5	1.050	5.525	71.905	1.824	9.600	71.905

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.733				
TT4	.712				
CS2	.705				
CS1	.692				
CS3	.671				
AHXXH2	.598				
LS1		.785			
LS2		.750			
LS3		.687			
CL4		.664			
CL2		.614			
AHXXH3					
CL1			.950		
HANH2			.942		
TT1			.916		
TT2				.916	
HANH3				.913	
TT3					.813
HANH4					.799

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 6 iterations.

7. Phân tích EFA lần 6

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.802
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	2115.932
	df
	153
	Sig.
	.000

Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.028	39.042	39.042	3.391	18.837	18.837
2	2.374	13.187	52.230	3.082	17.122	35.958
3	1.521	8.448	60.677	2.828	15.710	51.668
4	1.277	7.093	67.770	2.028	11.268	62.936
5	1.004	5.580	73.351	1.875	10.415	73.351

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
CS4	.727				
TT4	.719				
CS2	.716				
CS1	.706				
CS3	.669				
AHXH2	.578				
CL1		.950			
HANH2		.943			
TT1		.915			
LS1			.809		
LS2			.716		
LS3			.711		
CL4			.632		
CL2			.629		
HANH3				.924	
TT2				.918	
TT3					.795
HANH4					.783

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 6 iterations.

8. Phân tích EFA biến phụ thuộc

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.698
Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square	214.061
df	3
Sig.	.000

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.353	78.438	78.438	2.353	78.438	78.438
2	.430	14.329	92.766			
3	.217	7.234	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
YD1	.924
YD3	.887
YD2	.844

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

IV. Ma trận tương quan

		Correlations					
		YD	CS	TR	LS	TT	HL
YD	Pearson Correlation	1	.411**	.496**	.400**	.581**	.587**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	135	135	135	135	135	135
CS	Pearson Correlation	.411**	1	.348**	.589**	.298**	.490**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	135	135	135	135	135	135
TR	Pearson Correlation	.496**	.348**	1	.343**	.343**	.533**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	135	135	135	135	135	135
LS	Pearson Correlation	.400**	.589**	.343**	1	.241**	.434**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.005	.000
	N	135	135	135	135	135	135
TT	Pearson Correlation	.581**	.298**	.343**	.241**	1	.458**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005		.000
	N	135	135	135	135	135	135
HL	Pearson Correlation	.587**	.490**	.533**	.434**	.458**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	135	135	135	135	135	135

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

V. Phân tích hồi quy

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	HL, LS, TT, TR, CS ^b		Enter

a. Dependent Variable: YD

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.716 ^a	.513	.494	.45739	1.942

a. Predictors: (Constant), HL, LS, TT, TR, CS

b. Dependent Variable: YD

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.441	5	5.688	27.190	.000 ^b
	Residual	26.988	129	.209		
	Total	55.429	134			

a. Dependent Variable: YD

b. Predictors: (Constant), HL, LS, TT, TR, CS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.422	.354		1.193	.235		
CS	.058	.090	.052	.648	.518	.580	1.723
TR	.156	.063	.183	2.466	.015	.689	1.452
LS	.127	.089	.111	1.420	.158	.619	1.616
TT	.310	.060	.361	5.164	.000	.771	1.296
HL	.229	.076	.250	3.012	.003	.546	1.831

a. Dependent Variable: YD

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	CS	TR	LS	TT	HL
1	1	5.926	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.023	16.023	.02	.07	.01	.09	.67	.01
	3	.020	17.120	.03	.03	.65	.02	.19	.06
	4	.014	20.780	.16	.03	.25	.00	.02	.71
	5	.009	25.629	.70	.32	.09	.04	.10	.22
	6	.008	28.016	.09	.56	.00	.84	.01	.00

a. Dependent Variable: YD

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Đỗ Lan Anh (2020), Các nhân tố ảnh hưởng đến ý định vay vốn bằng hình thức cho vay theo hạn mức thấu chi của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Đầu tư và Phát triển Việt Nam – Chi nhánh Phú Mỹ.
2. BCTC SACOMBANK – CN Tân Bình cung cấp 2021, 2022, 2023
3. Trần Khánh Bảo (2015), “Những nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn tại các Ngân hàng TMCP Công Thương Việt Nam của khách hàng cá nhân khu vực TP. Hồ Chí Minh” Luận văn Thạc sỹ, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
4. Nguyễn Phúc Chánh (2016), “Phân tích các nhân tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, hộ kinh doanh tại Agribank trên địa bàn TP. Vị Thanh, tỉnh Hậu Giang”, Luận văn Thạc sỹ, Trường Đại học Trà Vinh;
5. Lê Đức Huy (2015) “Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Việt Nam trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh”, Luận văn Thạc sỹ, Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
6. Hồ Phạm Thanh Lan (2015), “Phân tích các yếu tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Eximbank Cần Thơ”, Luận văn Thạc sỹ, Đại học Cần Thơ.
7. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), Giáo trình: “Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS”
8. GS, TS, Nguyễn Văn Tiến (2013), Giáo trình: “Nguyên lý và Nghiệp vụ Ngân hàng Thương mại” , NXB Thống Kê
9. Phạm Thị Hồng Trâm (2020), Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn ngân hàng gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân trên địa bàn Bà Rịa Vũng Tàu.
10. Hafeez Ur REhman và Saima Ahmed (2008), An Emprical anlysis of the Determinants of bank selection in Pakistan, Pakistan Economic and Social Review.
11. Hison, R. E, Osarenkhoe, A, Okoe, A. F. (2013), Determinants of Bank Selection: A Study of Undergraduate Student in the U.
12. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L., “conceptual model of service quality and its implications for future research”, Journal of Marketing

Một số website tham khảo:

1. https://www.sacombank.com.vn/content/dam/sacombank/files/ve-chung-toi/20230627_STB%20So%20do%20to%20chuc%20V3.pdf
2. <https://www.sacombank.com.vn/trang-chu/ve-chung-toi.html>
3. <https://tapchitaichinh.vn/cac-nhan-to-anh-huong-den-quyet-dinh-vay-von-cua-khach-hang-ca-nhan-tai-bidv-tra-vinh.html>
4. <https://nsti.vista.gov.vn/publication/download/hE/qFIDTyqIDIDnsX.html>
5. <https://sacombank.ngan-hang.com/chi-nhanh/ho-chi-minh/chi-nhanh-tan-binh>

Khoa TCKT_NTTU

Lê Thị Phương Trâm.pdf

 khoaluan2025
 KLTN - K21
 Nguyen Tat Thanh University

Thông tin chi tiết về tài liệu

ID bài nộp

trn:oid:::1:2990584024

Ngày nộp

17:31 GMT+7 26 thg 8, 2024

Ngày tải xuống

17:34 GMT+7 26 thg 8, 2024

Tên tệp

Lê_Thị_Phương_Trâm.pdf

Kích cỡ tệp

1.8 MB

94 Trang

27.228 Từ

109.743 Ký tự

20% Tính tương đồng nói chung

Tổng cộng của tất cả các kết quả trùng khớp, bao gồm cả các nguồn trùng lặp, cho mỗi c...

Đã lọc khỏi Báo cáo

- Mục lục tham khảo
- Văn bản được trích dẫn
- Văn bản được trích dẫn
- Kết quả trùng khớp nhỏ (ít hơn 15 từ)

Nguồn hàng đầu

- 15%  Nguồn Internet
- 7%  Ấn bản
- 15%  Bài tập được nộp (bài của học sinh)

Cờ chỉ báo về tính toàn vẹn

2 cờ chỉ báo về tính toàn vẹn để đánh giá

-  **Ký tự được thay thế**
120 ký tự khả nghi trên 35 trang
Các ký tự được hoán đổi bằng những ký tự tương đồng trong một bảng chi
-  **Văn bản bị ẩn**
120 ký tự khả nghi trên 2 trang
Văn bản bị thay đổi để trộn lẫn vào nền trắng của tài liệu.

Các thuật toán trong hệ thống của chúng tôi xem xét kỹ lưỡng một tài liệu để phát hiện sự không nhất quán khiến cho tài liệu đó khác với một bài nộp bình thường. Nếu nhận thấy điều gì lạ, chúng tôi sẽ gắn cờ để bạn xem xét.

Cờ không nhất thiết là dấu hiệu chỉ báo có vấn đề. Tuy nhiên, bạn nên chú ý vào phần đó để xem xét thêm.

Nguồn hàng đầu

- 15%  Nguồn Internet
- 7%  Ấn bản
- 15%  Bài tập được nộp (bài của học sinh)

Nguồn hàng đầu

Các nguồn có số lượng kết quả trùng khớp cao nhất trong bài nộp. Các nguồn chồng chéo sẽ không được hiển thị.

1	Internet	repositoryapi.ntt.edu.vn	5%
2	Bài của học viên	Banking University of Ho Chi Minh City	2%
3	Internet	www.slideshare.net	2%
4	Internet	text.123docz.net	1%
5	Internet	thuvien.hce.edu.vn:8080	1%
6	Bài của học viên	National Economics University	1%
7	Bài của học viên	Industrial University of Ho Chi Minh City	1%
8	Bài của học viên	University of Economics Ho Chi Minh	1%
9	Bài của học viên	Foreign Trade University	1%
10	Internet	thuvienso.bvu.edu.vn	1%
11	Internet	dost.hochiminhcity.gov.vn	1%

12	Bài của học viên	Van Lang University	0%
13	Bài của học viên	Nha Trang University	0%
14	Xuất bản	Ton Duc Thang University	0%
15	Internet	nhtc.neu.edu.vn	0%
16	Bài của học viên	University of Finance – Marketing	0%
17	Bài của học viên	Banking Academy	0%
18	Bài của học viên	Ho Chi Minh University of Technology and Education	0%
19	Internet	www.zbook.vn	0%
20	Internet	luanvan.co	0%
21	Internet	sdh.duytan.edu.vn	0%
22	Bài của học viên	Foreign Trade University - Ho Chi Minh Campus	0%
23	Xuất bản	Banking Academy	0%
24	Bài của học viên	Tra Vinh University	0%
25	Internet	en.ueh.edu.vn	0%

26	Internet	www.researchgate.net	0%
27	Internet	sdh.vnuf.edu.vn	0%
28	Bài của học viên	Cong Doan University	0%
29	Internet	khoahoc.tmu.edu.vn	0%
30	Internet	ueh.edu.vn	0%
31	Internet	123docz.net	0%
32	Internet	tmu.edu.vn	0%