

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ TÍN DỤNG VÀ CHẤT LƯỢNG TÍN DỤNG NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI

1.1 Tổng quan về tín dụng ngân hàng

1.1.1 Khái niệm

Trong tình hình kinh tế hiện giờ, NH đảm nhận vai trò như một cơ quan tài chính trung gian. Trong mối quan hệ tín dụng với khách hàng doanh nghiệp (KHDN) và khách hàng cá nhân (KHCCN), NH giữ vai trò cho vay vừa là bên vay mượn. Khi giữ vai trò là người vay vốn, NH kêu gọi vốn từ các cá nhân và tổ chức bằng cách phát hành chứng chỉ tiền gửi và trái phiếu. Trái lại, với nhiệm vụ là người cung cấp vốn, NH cung ứng các khoản vay tín dụng cho các KHDN và KHCCN.

Theo đó, tín dụng là mối liên hệ giữa bên vay và bên cho vay. Bên cho vay chịu trách nhiệm chính trong việc đảm bảo quyền sử dụng tiền bạc hoặc của cải vay đã được chuyển giao cho người đi vay trong thời gian xác định. Bên vay có bổn phận hoàn tất việc hoàn trả toàn bộ số tiền vay, có hoặc không có lãi.

Tín dụng NH là mối quan hệ tín dụng giữa NH hoặc TCTD và các tổ chức hoặc cá nhân. Trường hợp người đi vay được NH, TCTD có uy tín cấp vốn để sử dụng tạm thời thì phải thanh toán cả vốn và lãi trong một khoảng thời gian cụ thể cho tổ chức cho vay.

1.1.2 Đặc điểm

Đầu tiên, quyết định cơ bản để cấp tín dụng đại diện cho sự tín nhiệm của NH vào khách hàng sẽ dùng khoản vay theo đúng mục đích và đủ điều kiện chi trả đầy đủ và đúng thời hạn. Ngược lại, người vay đặt niềm tin vào năng lực tạo ra lợi nhuận trong những năm tới để thanh toán cả gốc lẫn lãi vay.

Thứ hai, tín dụng là quá trình bàn giao quyền dùng một khoản tiền (hiện kim) hoặc tài sản (hiện vật) giữa các bên, mà không biến đổi quyền sử dụng của chúng. Các NH cấp tài chính cho khách hàng từ các nguồn tài chính huy động, chủ yếu bao gồm tiền gửi từ cá nhân và tổ chức cả nội địa và quốc tế. Vì vậy, số tiền vay mà khách hàng được cấp cho có tính "tạm thời" và cần được sử dụng với đúng mục đích đã kí kết với NH.

Thứ ba, tín dụng luôn đi kèm với thời gian và yêu cầu cần được thanh toán vô điều kiện. NH thể hiện vai trò "đi vay để cho vay", vì vậy tất cả khoản vay cần có thời

gian nhất định để đảm bảo việc NH có đủ vốn để trả lại khi khách hàng có nhu cầu rút tiền hoặc để dùng lại cho việc cấp tín dụng cho khách hàng khác. Do khách hàng không thực sự sở hữu số tiền vay, nên họ phải bắt buộc đảm bảo hoàn tất việc trả lại khoản vay cho NH một cách đầy đủ và không điều kiện.

Thứ tư, giá trị tín dụng không chỉ được giữ nguyên mà còn được tăng lên nhờ lãi suất tín dụng. Số tiền mà khách hàng hoàn trả phải vượt quá số tiền vay ban đầu, vì khách hàng cần phải thanh toán thêm phí để cấp quyền dùng vốn vay. Lợi suất này phải luôn ở trạng thái dương để đắp lại các chi phí hoạt động và mang lại thu nhập cho NH.

Thứ năm, đặc tính cốt lõi của tín dụng là có nguy cơ rủi ro lớn nhất. Dù khách hàng có năng lực tốt để trả lại khoản vay, nhưng nếu gặp phải tình hình kinh doanh khó khăn, biến động kinh tế, hoặc các sự cố bất khả kháng khác, đều có thể tạo ra trở ngại trong việc chi trả khoản nợ và NH phải đương đầu với không lường trước được liên quan đến tín dụng.

1.1.3 Vai trò

- **Đối với cá nhân, tổ chức**

Thúc đẩy các cá nhân và tổ chức nâng cao hiệu suất trong việc phân bổ vốn.

Gia tăng hạch toán tài chính của các tổ chức.

Quản lý tài chính một cách thông minh, tối ưu hóa lãi suất và chi phí tài chính.

- **Đối với ngân hàng**

Việc cấp vốn tín dụng và thu lãi suất từ các khoản vay là nguồn thu chủ lực của các tổ chức tài chính này. Dựa vào các hoạt động này, các NH có thể phát triển quy mô và duy trì các hoạt động kinh doanh của mình.

- **Đối với nền kinh tế**

Hoạt động tín dụng giúp điều tiết lưu chuyển dòng vốn từ các bên không cần sử dụng để phục vụ nhu cầu tài chính của những người đang cần sử dụng.

Trong giai đoạn nền kinh tế đang dao động, chính phủ có tiềm năng tiếp cận nguồn vốn từ các nước phát triển hoặc TCTD quốc tế với mục tiêu đảm bảo sự vững mạnh cho nền kinh tế đất nước. Để thúc đẩy tiêu dùng hoặc ứng phó với trở ngại do những cuộc suy thoái kinh tế, chính phủ có thể thi hành chính sách giảm lãi suất cho vay.

1.1.4 Phân loại tín dụng và các hình thức tín dụng

- Phân loại theo hình thức

Cho vay: NH cấp hoặc đảm bảo cung ứng một số tiền cho khách hàng nhằm phục vụ cho các mục đích nhất định trong thời gian đã định sẵn, với điều kiện phải thanh toán đủ cả vốn lẫn lãi theo thỏa thuận.

Chiết khấu là hành động mua lại những công cụ chuyển nhượng hoặc giấy tờ có giá trước khi đến thời gian chi trả, với điều kiện có thời hạn hoặc có quyền yêu cầu thanh toán.

Cho thuê tài chính: Cung cấp khoản vay trung hạn, dài hạn dựa theo hợp đồng cho thuê tài chính, với các điều kiện phải được tuân thủ.

Bao thanh toán: NH cung cấp tín dụng cho bên mua hoặc kinh doanh bằng cách mua lại và giữ quyền yêu cầu thanh toán các khoản thu nợ hoặc thanh toán phát sinh từ các giao dịch thương mại hoặc dịch vụ dựa trên thỏa thuận mua bán.

Bảo lãnh NH: NH xác nhận sẽ thay mặt khách hàng thực hiện các trách nhiệm tài chính khi khách hàng không hoàn thành hoặc hoàn thành không đầy đủ các cam kết. Khách hàng sau đó cần thanh toán cho NH theo các điều khoản đã thỏa thuận.

Thư tín dụng: Một công cụ tài chính mà NH cấp cho khách hàng, cho phép họ có thể giao dịch hàng hoá hoặc dịch vụ từ các nhà cung cấp mà không cần trả trước, NH sẽ thanh toán cho nhà cung cấp và khách hàng sẽ hoàn trả số tiền này sau đó.

Các dịch vụ tín dụng khác.

- Phân loại tín dụng

- Theo yêu cầu tài sản đảm bảo:

Vay tín chấp là cách thức cho vay mà bên vay không phải cung cấp bất cứ tài sản nào làm đảm bảo.

Vay thế chấp là cách thức tín dụng mà bên vay phải cung cấp tài sản hoặc chứng từ có giá trị như nhà, đất, xe cộ, hàng hóa, sổ đỏ, giấy đăng ký xe ô tô, sổ tiết kiệm, trái phiếu, tài liệu hàng hóa xuất nhập khẩu để đảm bảo việc hoàn tất khoản vay.

- Theo mục đích vay:

Vay tiêu dùng là các khoản tín dụng dành cho mục đích chi tiêu hàng ngày như sắm sửa trang thiết bị, khám chữa bệnh, đi du lịch, và trang trải chi phí hàng hóa, dịch vụ cho gia đình.

Vay sản xuất kinh doanh là các khoản vay với mục đích cung cấp vốn lưu động cho các doanh nghiệp, bao gồm mua sắm trang thiết bị, hàng hóa, trả lương, nộp thuế và các chi phí khác.

Vay mua nhà đất là khoản vay để mua nhà, đất để ở hoặc kinh doanh, với chính tài sản mua làm đảm bảo.

Vay mua ô tô là khoản vay để mua ô tô, sử dụng cá nhân hoặc kinh doanh, với ô tô mua làm tài sản thế chấp.

- Theo kỳ hạn:

Tín dụng ngắn hạn: Khoản vay có thời gian vay ngắn hơn 1 năm (<12 tháng).

Tín dụng dài hạn: Khoản vay có thời gian vay từ 1 đến dưới 5 năm (12 đến 59 tháng).

Tín dụng trung hạn: Khoản vay có thời gian vay từ 5 năm (60 tháng) hoặc lâu hơn.

1.1.5 Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định xét duyệt tín dụng

Bảng 1.1: Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định xét duyệt tín dụng của KHCN và KHDN

| Đối tượng | Nhân tố | Khả năng thanh toán | Tài sản bảo đảm | Lịch sử tín dụng và quan hệ với ngân hàng | Năng lực quản lý và kinh nghiệm | Khả năng sinh lời và tầm nhìn chiến lược |
|------------------|---------------------|--|--|---|--|--|
| | Cá nhân | Lịch sử tín dụng cá nhân, nguồn thu nhập và khả năng thanh toán. | Tài sản cá nhân có thể đảm bảo cho khoản vay (như nhà đất, xe cộ). | Lịch sử tín dụng và mối quan hệ tốt với NH là điều kiện cần thiết cho cá nhân và tổ chức, điều này ảnh hưởng đến việc đánh giá các yêu cầu tín dụng | Năng lực quản lý tài chính. | Khả năng sinh lời từ nguồn thu nhập hiện tại và tương lai. |
| | Doanh nghiệp | Doanh thu thuần, lợi nhuận dự | Tài sản đảm bảo như nhà xưởng, máy | | Năng lực quản lý của ban lãnh | Tầm nhìn chiến lược và khả năng |

| | | | | | |
|--|---|--|------------------------------------|--|---------------------------------------|
| | kiến và năng lực thanh toán khoản vay. | móc thiết bị, hoặc hợp đồng trương lai. | hiện tại và trong tương lai. | đạo và đội ngũ quản lý, kiến thức thực tế trong ngành và kiểm soát rủi ro. | tạo ra lợi nhuận trong dài hạn. |
|--|---|--|------------------------------------|--|---------------------------------------|

1.2 Tổng quan về chất lượng tín dụng của Ngân hàng thương mại

1.2.1 Khái niệm

Chất lượng tín dụng, tương tự như chất lượng dịch vụ hoặc sản phẩm, phản ánh ở sự đáp ứng nhu cầu vay vốn của khách hàng và lợi ích tài chính mà NH cung cấp. Từ khái niệm trên, chất lượng tín dụng được trình bày thông qua ba khía cạnh chính: NH, người tiêu dùng và nền kinh tế.

Đối với NHTM: chất lượng tín dụng được đo lường bởi quy mô và mức độ của các khoản cho vay phải tương thích với năng lực tài chính của NH, đồng thời duy trì lợi thế cạnh tranh trên thị trường dựa trên quy tắc thanh toán đúng hạn và lãi suất hợp lý.

Đối với khách hàng: chất lượng tín dụng của khách hàng được xem xét dựa trên mức độ tương ứng với mục tiêu sử dụng vốn, đầu tư sản xuất kinh doanh, đồng thời chấp hành nguyên tắc tín dụng với thủ tục cho vay dễ dàng và lợi ích lãi suất phải chăng.

Đối với nền kinh tế: chất lượng tín dụng ảnh hưởng đến mức độ phát triển của nền kinh tế xã hội bằng cách thúc đẩy sản xuất, phân phối hàng hóa và khắc phục vấn đề việc làm. Đồng thời, nó cũng góp phần vào mối liên hệ giữa sự gia tăng tín dụng và sự phát triển kinh tế, nâng cao sự tham gia vào cộng đồng quốc tế.

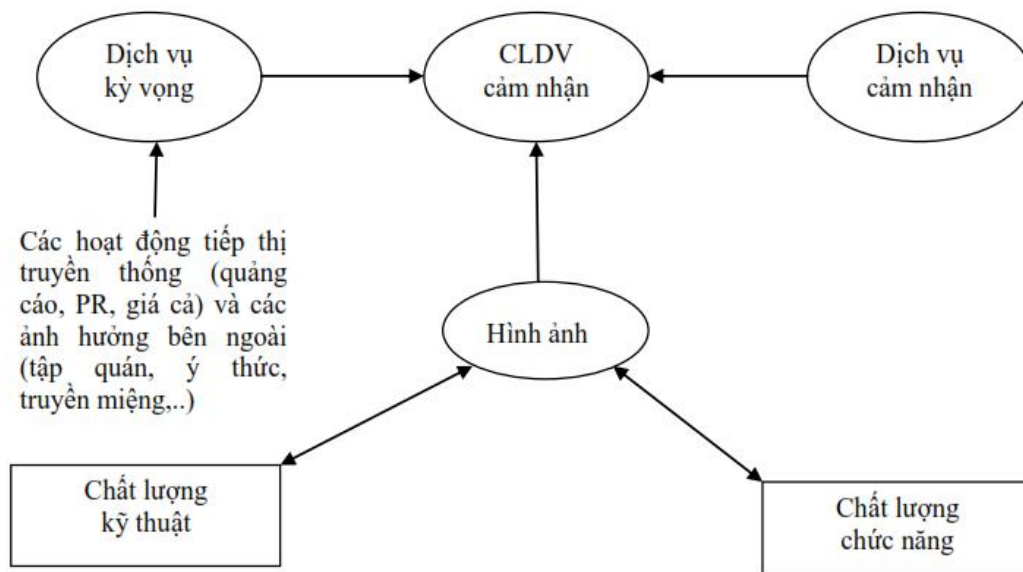
chất lượng tín dụng phụ thuộc vào hiệu quả của các hoạt động tín dụng và sự thiết lập quan hệ dựa trên tin cậy và có uy tín. Tương tự hơn, chất lượng tín dụng tương ứng với mức độ hiệu quả và đáng tin cậy của hoạt động tín dụng.

1.2.2 Một số mô hình đánh giá chất lượng tín dụng

1.2.2.1 Mô hình chất lượng kỹ thuật – chức năng của Gronroos

Trong quá trình kinh doanh, để hiểu biết về cảm nhận của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ (CLDV) và các yếu tố tác động đến CLDV là rất trọng tâm đối với các đơn vị và doanh nghiệp. Để đảm bảo rằng khách hàng hài lòng với sự quản lý CLDV, các doanh nghiệp nên chú trọng đến cả hai khía cạnh: CLDV như kỳ vọng và CLDV theo cách khách hàng cảm nhận. Gronroos (1984) đã cho thấy đánh giá CLDV của một doanh nghiệp cần dựa vào ba yếu tố chính: hình ảnh, chất lượng chức năng, và chất lượng kỹ thuật.

Hình 1.1: Mô hình chất lượng Nordic của Bronroos



(Nguồn: Gronroos, 1984)

1.2.2.2 Mô hình chất lượng khoảng cách của Parasuraman & ctg

Parasuraman và đồng sự (1985) đã phát triển một mô hình về CLDV, căn cứ trên mô hình CLDV của Gronroos (1984), nhằm phân tích các khoảng cách giữa khách hàng và nhà cung cấp ở nhiều cấp bậc khác nhau. Mô hình này bao gồm 5 khoảng cách CLDV.

Khoảng cách 1(GAP1) là sự khác biệt giữa những gì khách hàng kỳ vọng và cách mà nhà cung cấp hiểu về những kỳ vọng đó. Khoảng cách này xảy ra khi nhà cung cấp thiếu thông tin về các đặc điểm, tiêu chuẩn, dịch vụ và yêu cầu của khách hàng, dẫn đến sự không khớp giữa mong đợi và thực tế.

Khoảng cách 2(GAP2) phát sinh khi nhà cung cấp phải đối mặt với khó khăn và chướng ngại, cả khách quan lẫn chủ quan, trong quá trình biến những kỳ vọng thành các yếu tố chất lượng cụ thể và truyền tải chúng đúng với mong đợi. Những yếu tố

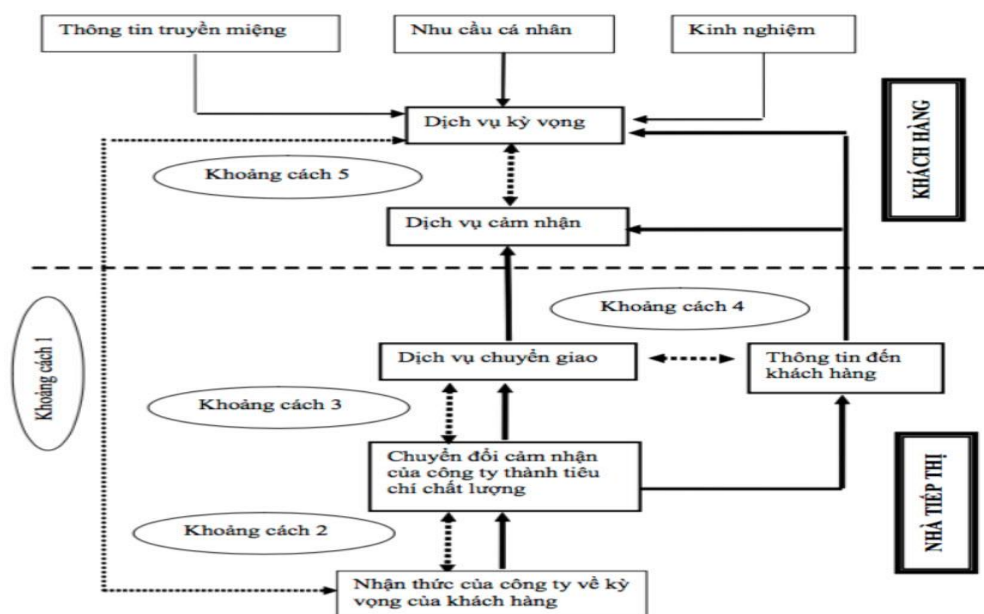
này sau đó sẽ được chuyên hóa thành thông tin quảng bá quan trọng đối với khách hàng.

Khoảng cách 3 (GAP3) xảy ra khi đội ngũ nhân sự không thực hiện dịch vụ theo các tiêu chuẩn đã được thiết lập. Vai trò của đội ngũ giao tiếp trực tiếp là cực kì cần thiết trong việc duy trì CLDV, vì họ tác động trực tiếp đến việc dịch vụ có phù hợp với tiêu chuẩn đã nêu ra hay không.

Khoảng cách 4 (GAP4) xảy ra khi có sự chênh lệch giữa dịch vụ thực tế mà khách hàng trải nghiệm và thông tin hoặc cam kết mà khách hàng được cung cấp trước đó. Thông tin này có thể làm gia tăng mức độ kỳ vọng của khách hàng, tuy nhiên, nó cũng có thể dẫn đến việc suy giảm cảm nhận về CLDV trong trường hợp khách hàng không hoàn toàn nhận được những gì đã được hứa hẹn.

Khoảng cách 5 (GAP5) xuất phát từ sự chênh lệch giữa chất lượng dịch vụ thực tế mà khách hàng cảm nhận và kỳ vọng ban đầu. Theo Parasuraman và đồng nghiệp (1985), GAP5 chính là chất lượng dịch vụ. Khoảng cách này dựa vào 4 khoảng cách đã đề cập trước đó: $GAP5 = f(GAP1, GAP2, GAP3, GAP4)$. Do đó, để làm thu hẹp khoảng cách này và phát triển chất lượng dịch vụ, nhà cung cấp cần dốc sức để giảm thiểu các khoảng cách trên.

Hình 1.2: Mô hình chất lượng dịch vụ Parasuraman & ctg



(Nguồn: Parasuraman & ctg, 1985)

Parasuraman đã không ngừng cải tiến và điều chỉnh mô hình đo lường CLDV SERVQUAL. Trong phiên bản ban đầu của mô hình CLDV này, có tổng cộng 10 thành phần chính được xác định.

(1) Tin cậy (Reliability): Tiềm năng cung cấp dịch vụ đúng thời gian và phù hợp từ lần đầu tiên.

(2) Đáp ứng (Responsiveness): Sự nhiệt tình và sẵn lòng của nhân viên đối với khách hàng.

(3) Năng lực phục vụ (Competence): Kỹ năng chuyên môn để làm dịch vụ, bao gồm cả khả năng giao tiếp và nghiên cứu thông tin cần thiết.

(4) Tiếp cận (Access): Đảm bảo sự thuận tiện cho khách hàng trong việc sử dụng dịch vụ, bao gồm việc giảm ngắn thời gian chờ, thuận tiện về địa điểm và giờ làm việc.

(5) Lịch sự (Courtesy): Phục vụ nhiệt tình, quý trọng và hòa nhã với khách hàng.

(6) Thông tin (Communication): Giao tiếp hiệu quả, sử dụng ngôn từ đơn giản với khách hàng và tiếp nhận các vấn đề có liên quan.

(7) Tín nhiệm (Credibility): Tạo được sự tin tưởng cho khách hàng thông qua uy tín của doanh nghiệp và đội ngũ nhân viên.

(8) An toàn (Security): Đảm bảo an toàn về vật chất, lẫn tài chính và bảo mật tuyệt đối thông tin cho khách hàng.

(9) Hiểu biết khách hàng (Understanding the customer): Hiểu biết nhu cầu và quan tâm khách hàng.

(10) Phương tiện hữu hình (Tangibles): Bao gồm diện mạo, y phục và máy móc thiết bị tiên tiến phục vụ cho dịch vụ.

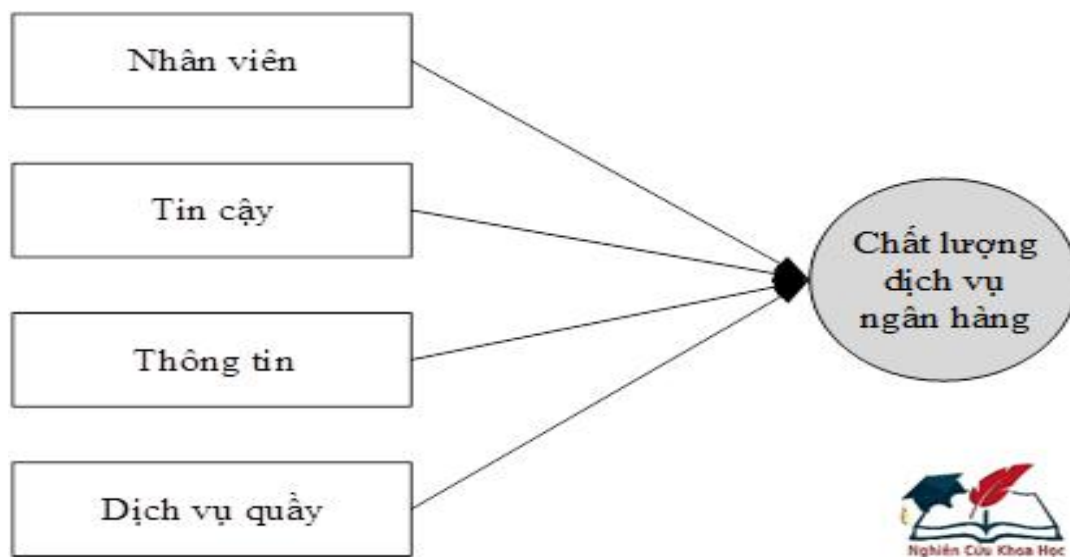
Mặc dù mô hình trên đã cung cấp cái nhìn toàn diện về dịch vụ, nhưng nó gặp phải vấn đề về độ rắc rối cao trong việc đánh giá CLDV. Ngoài ra, mô hình này thiên về nền tảng lý thuyết nhiều và thiếu khả năng phân biệt rõ ràng. Do đó, Parasuraman và cộng sự (1988, 1991) đã tinh giản mô hình bằng cách tích hợp các biến liên quan và giảm số lượng thành phần xuống còn 5 yếu tố chính: phương tiện hữu hình, độ tin cậy, khả năng đáp ứng, năng lực phục vụ, và sự đồng cảm. Họ cũng đã phát triển thang đo SERVQUAL với 22 biến quan sát để đánh giá cả chất lượng kỳ vọng và cảm nhận dịch vụ từ góc độ khách hàng.

1.2.2.3 Mô hình BANKSERV của Avkiran

Với mục đích nâng cao công cụ đánh giá CLDV tại các chi nhánh NH, Avkiran (1994) đã kế thừa mô hình SERVQUAL của Parasuraman và phát triển một công cụ đo lường CLDV mới. Bộ công cụ này ban đầu gồm 27 biến, được chia thành 6 yếu tố chính: (1) chất lượng phục vụ của nhân viên, (2) độ tin cậy, (3) thông tin, (4) khả năng đáp ứng, (5) khả năng tiếp cận dịch vụ rút tiền, và (6) khả năng tiếp cận quản lý chi nhánh.

Khi đã kiểm tra và khảo sát công cụ này tại các chi nhánh NHTM ở Úc, Avkiran (1994) đã xây dựng mô hình đo lường CLDV BANKSERV. Mô hình này bao gồm 4 yếu tố chính với 17 biến quan sát. Nó không chỉ giúp đo lường kết quả hoạt động của các chi nhánh NH mà còn có khả năng phát hiện các sự cố tiềm ẩn trong quá trình cung cấp dịch vụ, đồng thời phân tích phân khúc khách hàng. Nhờ vậy, mô hình này cung cấp nền tảng cho việc đưa ra lựa chọn marketing hiệu quả hơn.

Hình 1.3: Mô hình BANKSERV của Avkiran



(Nguồn: Avkiran, 1994)

(1) Nhân viên phục vụ (Staff conduct): Đây là cách nhân viên NH xử lý, ứng xử với khách hàng và thể hiện hình ảnh chuyên nghiệp của họ.

(2) Tín nhiệm (Credibility): Đây là khả năng của nhân viên ngân hàng trong việc duy trì sự tin tưởng của khách hàng bằng cách giải quyết các sai sót và cập nhật các kết quả giải quyết đó cho khách hàng.

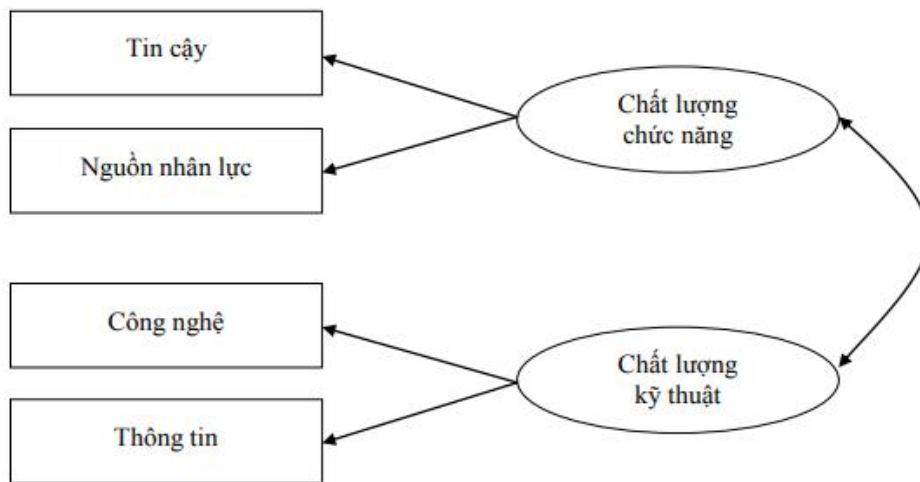
(3) Thông tin (Communication): Đây là việc truyền đạt những thông tin cơ bản của NH đến khách hàng, gồm việc thông tin về tài chính thành công và truyền đạt thông tin nhanh chóng.

(4) Khả năng tiếp cận dịch vụ rút tiền (Access to teller services): Đây là yêu cầu đối với đội ngũ nhân viên chăm sóc khách hàng của NH phải có mặt trong giờ làm việc, bao gồm cả các thời gian đông khách.

1.2.2.4 Mô hình CBSQ của Xin Guo & ctg

Để nhận xét tổng quát những loại dịch vụ của NH và so sánh sự mong đợi và cảm nhận của KHDN về các dịch vụ này, Xin Guo và cộng sự (2008) đã phát triển một bộ hệ thống đo lường CLDV sơ bộ gồm 31 biến quan sát, được chia thành 7 thành phần chính: tin cậy, đồng cảm, trang thiết bị, nguồn nhân lực, tiếp cận, công nghệ, và thông tin. Bộ mô hình này dựa trên công cụ đo lường SERVQUAL cùng với các cuộc phỏng vấn chi tiết với 18 nhà quản lý tài chính đã được dùng để đánh giá CLDV trong ngành NH bán buôn hoạt động tại Trung Quốc.

Hình 1.4: Mô hình đo lường CLDV CBSQ



(Nguồn: Xin Guo & ctg (2008))

Sau khi thực hiện khảo sát để đánh giá sự mong đợi và cảm nhận của KHDN về dịch vụ NH tại các NH ở Trung Quốc, Xin Guo và các cộng sự (2008) đã phát triển mô hình đo lường CLDV NH mang tên CBSQ (Chinese Banking Service Quality). Mô hình này được cấu thành từ 20 biến quan sát, được phân loại thành 4 yếu tố chính như sau:

(1) Tin cậy (Reliability): Đề cập đến khả năng đáp ứng dịch vụ như cam kết và một cách chuẩn xác.

(2) Nguồn nhân lực (Human capital): Bao gồm diện mạo của nhân viên, khả năng nhận thức rõ nhu cầu khách hàng và trình độ tay nghề của họ.

(3) Công nghệ (Technology): Sử dụng các công nghệ mới nhất trong dịch vụ NH, đặc biệt là công nghệ thông tin.

(4) Thông tin (Communication): Kênh và phương pháp giao tiếp giữa NH và KHDN về dịch vụ NH.

Trong 4 yếu tố này, "tin cậy" và "nguồn nhân lực" thuộc về nhóm chất lượng chức năng, trong khi "công nghệ" và "thông tin" thuộc về nhóm chất lượng kỹ thuật.

1.2.2.5 Mô hình Servperf (Cronin and Taylor, 1992)

SERVPERF là một mô hình đo lường CLDV được phát triển căn cứ trên nền tảng mô hình SERVQUAL ban đầu do Cronin & Taylor (1992) xác định. Điểm khác biệt của SERVPERF so với SERVQUAL là nó không đo lường sự khác biệt giữa mong đợi và cảm nhận thực tế, mà tập trung vào đánh giá CLDV dựa trên các kết quả thực tế.

Trong mô hình SERVQUAL:

$$\text{Chất lượng dịch vụ} = \text{Mức độ cảm nhận} - \text{Kỳ vọng}$$

Trong mô hình SERVPERF:

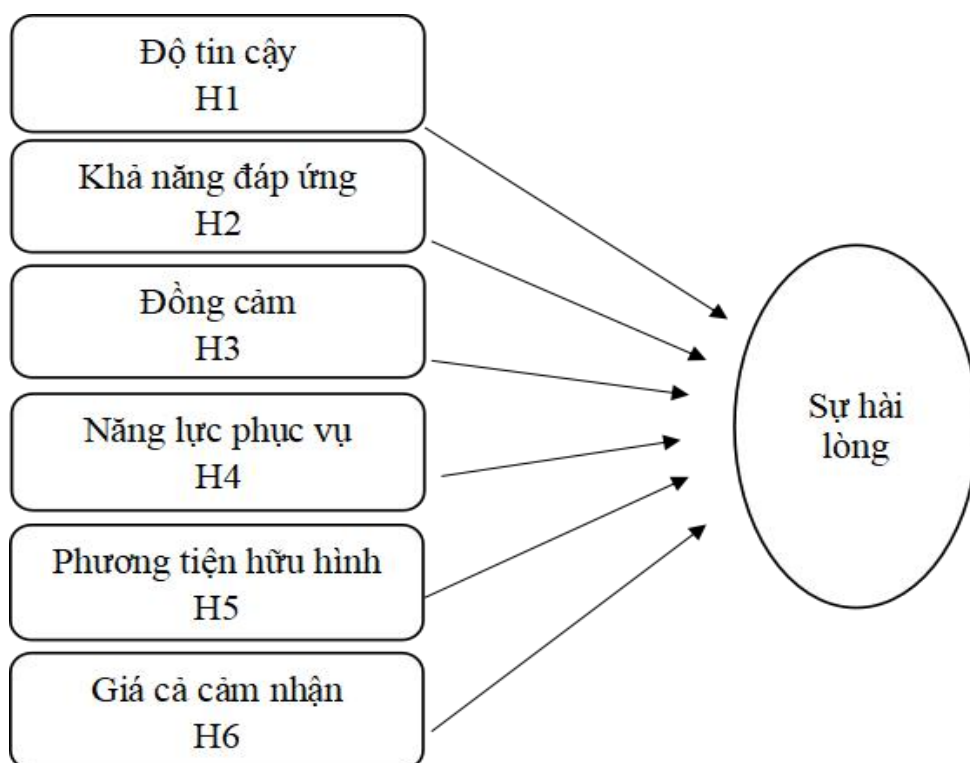
$$\text{Chất lượng dịch vụ} = \text{Mức độ cảm nhận}$$

SERVPERF dùng 22 câu hỏi giống như SERVQUAL nhưng không bao gồm các câu hỏi liên quan đến sự mong đợi. Cronin & Taylor (1992) đánh giá mô hình SERVQUAL của Parasuraman & đồng nghiệp (1988) dễ dẫn đến hiểu sai giữa cảm giác hài lòng và thái độ của khách hàng.

Mô hình đo lường CLDV theo SERVPERF của Cronin & Taylor (1992) được coi là cách thức dễ dàng hơn do bảng câu hỏi súc tích, tối ưu hóa thời gian và không làm cho người tham gia đánh giá có cảm giác nhàm chán. Tuy nhiên, mô hình này không thể hiện mối liên hệ giữa sự hài lòng và sự thỏa mãn của khách hàng đối với CLDV được cung cấp. Do đó, mặc SERVPERF có những điểm mạnh riêng, nhưng những khảo sát về mức độ hài lòng của khách hàng thường áp dụng mô hình SERVQUAL.

1.2.3 Mô hình đề xuất

Mô hình đề xuất để đánh giá chất lượng thực hiện theo SERVPERF, do Cronin và Taylor (1992) đề xuất, bao gồm các yếu tố sau: (1) Sự tin cậy, (2) Sự đáp ứng, (3) Sự cảm thông, (4) Sự đảm bảo, (5) Sự hữu hình, (6) Giá cả cảm nhận. Được áp dụng để đo lường CLDV cho vay tại Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất.



Sơ đồ 1.1: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Bảng 1.2: Thang đo nghiên cứu

| Thành phần | Yếu tố/Biến số | Các biến thành phần/Chỉ tiêu |
|------------|----------------|--|
| Độ tin cậy | TC1 | Ngân hàng cung cấp các dịch vụ tín dụng đúng với cam kết được quy định trong hợp đồng với khách hàng |
| | TC2 | Ngân hàng luôn xử lý mọi thắc mắc hoặc khiếu nại của khách hàng một cách hợp lý và nhanh chóng |
| | TC3 | Ngân hàng thực hiện việc giải ngân |

| | | |
|-------------------------|-----|--|
| | | đúng theo thời hạn đã cam kết |
| | TC4 | Bảo mật thông tin hồ sơ vay |
| | TC5 | Nhân viên luôn hoàn thành mọi công việc một cách chính xác ngay từ lần đầu tiên khách hàng đến giao dịch |
| | TC6 | Nhân viên tín dụng luôn tuân thủ nguyên tắc trung thực |
| Khả năng đáp ứng | DU1 | Thời gian xử lý các giao dịch tại ngân hàng hợp lý |
| | DU2 | Ngân hàng luôn sẵn sàng để đáp ứng các yêu cầu của khách hàng |
| | DU3 | Ngân hàng có thời gian làm việc thuận lợi để khách hàng đến giao dịch |
| | DU4 | Ngân hàng luôn đứng đầu trong việc cung cấp các sản phẩm tín dụng mới |
| | DU5 | Thủ tục vay đơn giản, thời gian cho vay linh hoạt |
| | DU6 | Dịch vụ khách hàng 24/7 của ngân hàng đáp ứng nhu cầu của khách hàng mọi lúc mọi nơi |
| | DU7 | Sản phẩm tín dụng đa dạng |
| Năng lực phục vụ | PV1 | Nhân viên luôn lịch thiệp, ân cần và tôn trọng khách hàng |
| | PV2 | Nhân viên thực hiện công việc một cách thành thạo |

| | | |
|-----------------------------|-----|---|
| | PV3 | Nhân viên tạo cảm giác thoải mái và gần gũi cho khách hàng |
| | PV4 | Nhân viên được trang bị đầy đủ kiến thức chuyên môn để tư vấn và giải đáp thắc mắc của khách hàng |
| Đồng cảm | DC1 | Ngân hàng có các chương trình quan tâm đến khách hàng như khuyến mãi và tặng quà sinh nhật |
| | DC2 | Nhân viên nhiệt tình hỗ trợ khách hàng |
| Phương tiện hữu hình | HH1 | Các thiết bị của ngân hàng được trang bị hiện đại |
| | HH2 | Cơ sở vật chất của ngân hàng sang trọng và tiện nghi |
| | HH3 | Đồng phục của nhân viên lịch sự, tối giản và đẹp, nhân viên ăn mặc gọn gàng, trang nhã |
| Giá cả cảm nhận | GC1 | Lãi suất cho vay hấp dẫn |
| | GC2 | Lãi suất được điều chỉnh phù hợp, theo thị trường |
| | GC3 | Tài sản đảm bảo được định giá hợp lý |

1.2.4 Các nhân tố tác động đến chất lượng tín dụng

- Nhân tố kinh tế

Chất lượng tín dụng của NH gắn liền với tình hình tài chính của khu vực nơi NH hoạt động. Nền kinh tế không biến động tạo nên môi trường thuận tiện cho việc cấp

tín dụng đạt chất lượng cao, trong khi nền kinh tế biến động có thể gây biến động lớn đến năng lực trả và thu hồi khoản vay của NH.

Kim hãm sự gia tăng quy mô cấp tín dụng cũng có thể ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng. Việc mở rộng quá mức có thể gây lạm phát và giảm chất lượng tín dụng, đặc biệt khi chính sách kinh tế ưu tiên hay hạn chế một ngành, một lĩnh vực cụ thể.

Chu kỳ kinh tế cũng có ảnh hưởng mạnh mẽ đến hoạt động tín dụng. Trong giai đoạn khủng hoảng, nhu cầu vốn giảm gây khó khăn trong thu nợ và sử dụng vốn. Ngược lại, trong giai đoạn thịnh vượng, nhu cầu vốn tăng có thể dẫn đến nhiều khoản vay, song cũng có nguy cơ nợ xấu nếu không sử dụng hiệu quả.

Chính sách lãi suất cũng có tác động đáng kể đến chất lượng tín dụng. Lãi suất biến động có thể làm tác động đến nguồn thu nhập của doanh nghiệp và khả năng thanh toán nợ, ảnh hưởng mạnh mẽ đáng kể đến quyết định cho vay và chất lượng tín dụng của NH.

- Nhân tố xã hội

Quan hệ tín dụng là sự tương tác giữa ba yếu tố chủ yếu: khách hàng, NH và mức độ tin cậy, trong đó mức độ tin cậy là yếu tố quyết định như một kênh liên lạc giữa NH và khách hàng. Mức độ tin cậy cao giúp NH kích thích được nhiều khách hàng hơn và khách hàng có độ tin cậy này thường có cơ hội vay vốn dễ dàng hơn.

Nền kinh tế nước ta đang trải qua giai đoạn chuyển hóa, yêu cầu các quy trình và chính sách hợp lý và hoàn chỉnh. Chính sách tín dụng đã có những cải tiến quan trọng theo hướng thị trường, góp phần thiết yếu vào việc thực hiện chính sách tiền tệ và tín dụng của nhà nước, đồng thời hỗ trợ phát triển kinh tế và kiểm soát lạm phát.

chất lượng tín dụng là yếu tố then chốt xác định sự thành công hoặc sụp đổ của một NHTM. Chính sách tín dụng chính xác và hiệu quả sẽ gây sự chú ý đến đông đảo khách hàng, đảm bảo lợi nhuận từ hoạt động tín dụng và giảm thiểu rủi ro, chấp hành định hướng chính sách của Nhà nước, đồng thời duy trì sự ổn định xã hội. Vì thế, chất lượng tín dụng dựa vào việc nâng cao và thi hành chính sách tín dụng của NHTM.

Nhằm đạt được chất lượng tín dụng cao, mọi ngân hàng thương mại đều cần tạo dựng chính sách tín dụng minh bạch và tương thích với điều kiện thực tế và chấp hành các nguyên tắc điều hành tài chính và kinh doanh.

- Công tác tổ chức của ngân hàng

NH cần tổ chức một cách bài bản để duy trì sự hợp tác mạnh mẽ và hiệu quả giữa các phòng ban bên trong, cũng như giữa NH và các tổ chức quản lý khác, chẳng hạn như tài chính, pháp lý. Điều này giúp NH xử lý triệt để các đề nghị của khách hàng, đồng thời, giám sát nghiêm ngặt các hoạt động cấp tín dụng và huy động vốn. Việc này là nền tảng để tiến hành các dịch vụ tín dụng hiệu quả và điều hành các khoản vốn tín dụng một cách có hiệu quả.

- Năng lực nhân sự

Đây là một thành phần thiết yếu trong việc thực hiện tín dụng, dựa vào năng lực và trách nhiệm nghĩa vụ của các cán bộ, nhân viên tín dụng, họ quản lý từ giai đoạn đầu tư cho đến thời điểm hợp đồng kết thúc. Xã hội đang càng ngày càng phát triển yêu cầu nhân viên có tay nghề cao để đáp ứng một cách hiệu quả các trường hợp xảy ra trong hoạt động tín dụng. Việc chọn lựa ứng viên có phẩm chất nghề nghiệp và có kỹ năng chuyên môn xuất sắc giúp ngăn chặn các sai sót trong chu kỳ tín dụng.

- Quy trình vay

Quy trình tín dụng gồm có các quy định cần tiến hành từ chuẩn bị cho vay, phê duyệt, giám sát quá trình cấp phát tín dụng và thu hồi nợ, để bảo vệ sự an toàn nguồn vốn tín dụng. chất lượng tín dụng dựa vào việc thực hiện hiệu quả các quy trình này, giúp duy trì chuyên giao bình thường của vốn tín dụng theo chiến lược đã được xác định.

Quy trình tín dụng, khi được thực hiện một cách phối hợp nhịp nhàng, sẽ bảo đảm rằng vốn tín dụng được luân chuyển một cách ổn định và theo đúng kế hoạch. Điều này đóng vai trò then chốt trong việc duy trì và nâng cao chất lượng tín dụng.

- Thông tin tín dụng

Thông tin tín dụng có yếu tố quyết định trong việc quản lý chất lượng tín dụng. Dựa vào thông tin này, người quản lý sẽ đề xuất các quyết định ảnh hưởng đến việc cho vay, giám sát và kiểm soát các tài khoản vay mượn.

Thông tin nhận được ảnh hưởng đến tính xác thực của phân tích và đánh giá thị trường và người tiêu dùng, từ đó quyết định hợp lý hơn. Do đó, thông tin càng chi tiết, nhanh chóng, rõ ràng và hoàn chỉnh thì khả năng quản lý rủi ro kinh doanh càng cao và chất lượng tín dụng cũng càng tốt.

- Trang thiết bị phục vụ hoạt động tín dụng

Bên cạnh 6 yếu tố đã được nêu, sự xây dựng đầy đủ các trang thiết bị hiện đại, thích hợp với năng lực tài chính, phạm vi và quy mô hoạt động của NH.

Đảm bảo đáp ứng kịp lúc mọi đề nghị của khách hàng trong các lĩnh vực như nhận tiền gửi, cho vay, thu nợ, với chi phí được cả hai phía đều có thể chấp thuận.

Hỗ trợ các cấp quản lý của Ngân hàng trong việc hiểu rõ kịp thời tình hình hoạt động tín dụng, từ đó chỉnh sửa hợp lý tương ứng với thực tế và đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1:

Nâng cao chất lượng hoạt động tín dụng là thành phần quyết định để tối ưu hóa hoạt động kinh doanh của các NH. Việc cải thiện chất lượng tín dụng là điều kiện cần thiết để bảo đảm duy trì sự ổn định và phát triển không chỉ của mỗi NH mà còn của toàn bộ hệ thống NH và nền kinh tế. Vì vậy, khái niệm về chất lượng tín dụng, các chỉ tiêu đánh giá chất lượng tín dụng của NHTM và các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng tín dụng của NH đang được chú trọng và đánh giá cao trong thời đại hiện nay. Các NHTM cần phát triển phương pháp quản lý hiệu quả và đề ra các chỉ tiêu thể hiện chất lượng tín dụng phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế và điều kiện kinh tế trong nước, đồng thời phải điều chỉnh và hòa nhập với khuynh hướng hội nhập quốc tế.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU – PHÒNG GIAO DỊCH THỐNG NHẤT

2.1 Giới thiệu tổng quan về Ngân hàng TMCP Á Châu

2.1.1 Lịch sử hình thành và phát triển của Ngân hàng TMCP Á Châu (ACB)



Hình 2.1: Logo ACB

(Nguồn: acb.com.vn)

Tên Tiếng Anh: Asia Commercial Bank

Hotline: 1900 54 54 86 hoặc (028) 38 247 247

Email: acb@acb.com.vn

Trụ sở chính: 442 Nguyễn Thị Minh Khai, Phường 5, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh

Swift code: ASCBVNVX

Website: www.acb.com.vn

Ngân hàng TMCP Á Châu (ACB) là một trong các NH hàng đầu Việt Nam với mạng lưới chi nhánh lan rộng và có hơn 13.000 nhân viên. Đặc điểm nổi bật của ACB là sự đa dạng và phong phú của các sản phẩm, dịch vụ tài chính mà ACB cung cấp, từ cho vay, tiết kiệm đến dịch vụ tư vấn, bảo hiểm. ACB cũng đặt trọng tâm vào việc triển khai công nghệ thông tin để cải thiện trải nghiệm của khách hàng. Điều này giúp ACB trở thành đối tác tin cậy và thuận tiện cho cả cá nhân và doanh nghiệp.

Vào ngày 04/06/1993, ACB chính thức bắt đầu hoạt động

Giai đoạn khởi nguyên:

1993 - 1995: Thành lập ACB. Nguyên tắc chính trong kinh doanh là "quản lý sự phát triển của doanh nghiệp một cách an toàn và hiệu quả", chú trọng vào KHCN và các doanh nghiệp nhỏ và vừa trong lĩnh vực tư nhân.

Giai đoạn phát triển vượt trội:

1996 - 2000: NH TMCP tiên phong của Việt Nam đã phát hành thẻ tín dụng quốc tế MasterCard và Visa, đưa vào sử dụng các dịch vụ NH hiện đại, cập nhật công nghệ thông tin, cải cách cơ cấu Hội sở và được thành lập bởi ACBS.

2001 - 2005: Standard Chartered Bank (SCB) đã cung cấp hỗ trợ kỹ thuật và gia nhập với tư cách đối tác chiến lược của ACB. Đồng thời, ACB đã thiết lập hệ thống kiểm soát chất lượng dựa trên tiêu chuẩn ISO 9001:2000 và thực hiện tân trang công nghệ NH.

2006 - 2010: 10/2006, ACB đã niêm yết trên Sở Giao dịch Chứng khoán Hà Nội, mở rộng phạm vi hoạt động và sáng lập công ty ACBL. NH cũng đã phát hành thêm cổ phiếu, tăng vốn đăng ký và xây dựng trung tâm, đặt phòng tiêu chuẩn tại Đồng Nai, đồng thời nhận được nhiều giải thưởng.

2011: Chiến lược phát triển của ACB cho giai đoạn 2011 - 2015 và tầm nhìn đến năm 2020 đã được công bố. Trung tâm Vàng ACB là đơn vị đầu tiên trong ngành được chứng nhận cả tiêu chuẩn ISO 9001:2008 và ISO/IEC 17025:2005.

Giai đoạn thách thức

2012: Sự cố xảy ra vào tháng 8/2012 đã ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động của ACB, nhưng NH đã có hành động hiệu quả và xử lý tình huống một cách tốt nhất.

2013: ACB gặp thách thức trong kinh doanh, nhưng tăng trưởng tiền gửi và cho vay khách hàng khả quan. Tỷ lệ nợ xấu dưới 3%. Giảm quy mô nhân sự và triển khai tái cơ cấu theo yêu cầu của Ngân hàng nhà nước (NHNN).

2014: ACB đã cải cách hệ thống NH lõi từ TCBS lên DNA sau 14 năm sử dụng. Đồng thời, khung quản lý rủi ro đã được hoàn thiện để đáp ứng các quy định mới và cải thiện hiệu quả kinh doanh của các kênh phân phối.

2015: 05/01, ACB đã ra mắt nhận diện thương hiệu mới. NH đã thực hiện thành công các dự án chiến lược như tái tổ chức kênh phân phối, đưa vào hoạt động trung tâm thanh toán quốc nội (Giai đoạn 1), và nâng cấp cách đánh giá hiệu quả hoạt động của các đơn vị cũng như phương pháp đánh giá nhân sự tại trụ sở chính. Đồng

thời, ACB cũng tổ chức thực hiện các dự án NH giao dịch, NH ưu tiên, và hệ thống quản lý bán hàng.

2016: ACB đã hoàn tất đa dạng dự án công nghệ phục vụ hoạt động kinh doanh và quản lý hệ thống, bao gồm việc sửa đổi hệ thống chứng khoán cốt lõi và nâng cấp chương trình hỗ trợ kinh doanh. Đồng thời, NH triển khai các dự án chiến lược như NH giao dịch và NH ưu tiên, đồng thời cải cách mô hình tổ chức và hoạt động để tăng cường hiệu quả các kênh phân phối.

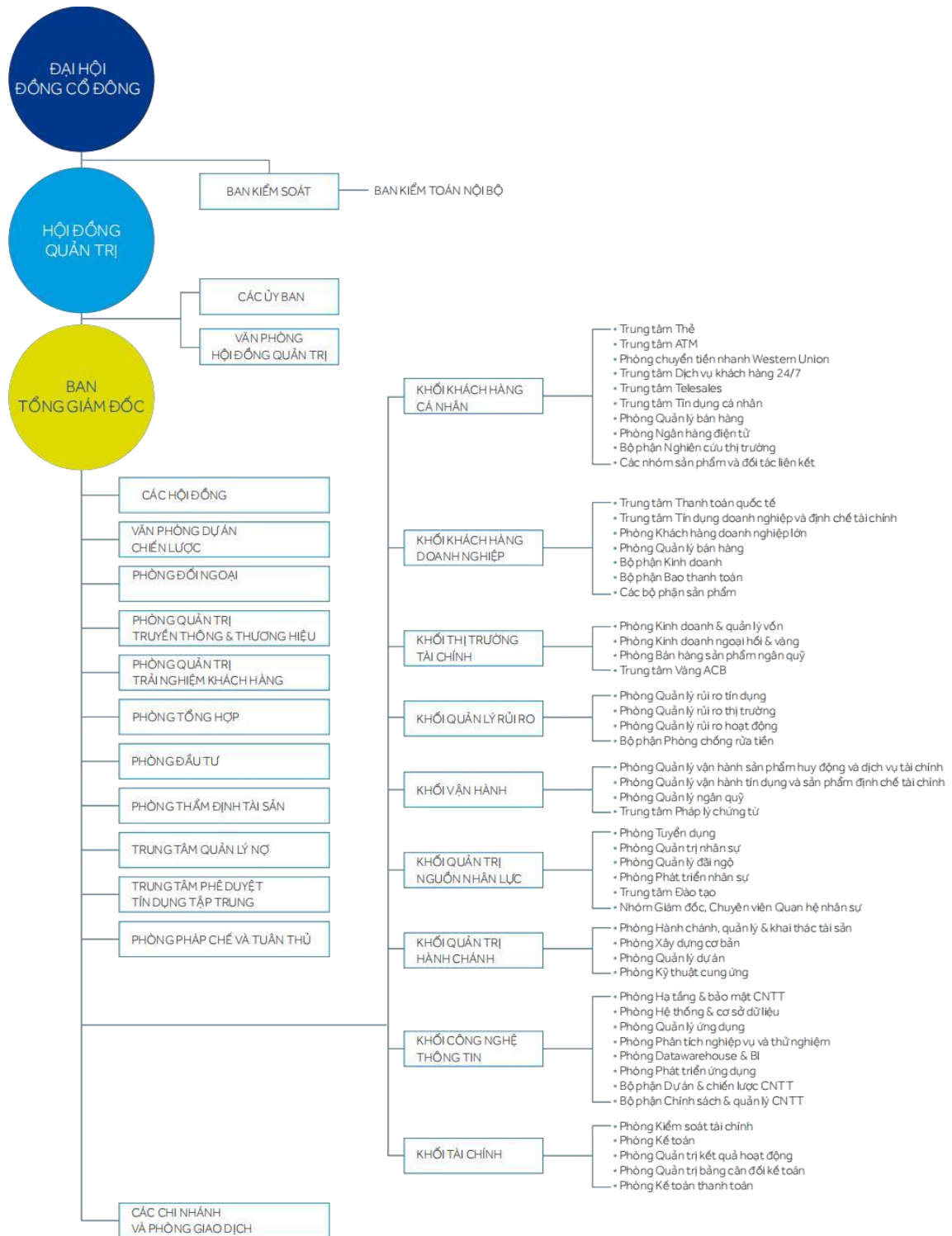
Giai đoạn đổi mới và tăng trưởng bền vững

2017 - 2020: Từ năm 2017 đến năm 2019, ACB đã liên tục nâng cao CLDV và hiệu suất hoạt động, cùng với đó là tăng cường quản lý rủi ro và mở rộng mạng lưới kinh doanh. Vào năm 2020, NH tiếp tục đạt được sự tăng trưởng ổn định và chất lượng, đặc biệt thông qua việc chuyển sản phẩm yết và thực hiện thương vụ bảo hiểm nhân thọ.

2021: ACB tiếp tục đạt các mục tiêu tài chính và tín dụng, đồng thời tập trung vào chuyển đổi số bằng cách ứng dụng công nghệ nhằm nâng cao quy trình làm việc và cung cấp các dịch vụ tiện ích cho khách hàng, bao gồm ứng dụng di động và thanh toán trực tuyến.

2022: ACB đã đưa thương hiệu mới ra công chúng là NH số ACB One, ghi nhận bước chuyển quan trọng của họ thành một NH số hóa, với trọng tâm là cải thiện trải nghiệm khách hàng. Đồng thời, năng lực thanh khoản và quản trị rủi ro của ACB đã được xác nhận tuân thủ các tiêu chuẩn Basel III.

2.1.2 Hệ thống tổ chức



Hình 2.2: Sơ đồ tổ chức của ACB

(Nguồn: acb.com.vn)

2.1.3 Lĩnh vực hoạt động chính của ACB

Huy động vốn ngắn hạn, trung hạn và dài hạn qua các hình thức tiền gửi tiết kiệm, tiền gửi có kỳ hạn và không kỳ hạn

Huy động vốn từ các tổ chức tín dụng quốc nội và quốc tế

Chứng chỉ tiền gửi
Cho vay ngắn, trung và dài hạn
Ủy thác quỹ đầu tư
Chiết khấu trái phiếu thương mại và trái phiếu thị trường
Môi giới chứng khoán cùng với tư vấn đầu tư
Dịch vụ thanh toán
Giao dịch ngoại tệ, vàng bạc, đá quý
Thanh toán quốc tế, bao thanh toán
Lưu ký, tư vấn tài chính doanh nghiệp, bảo lãnh phát hành
Cung cấp dịch vụ đầu tư, quản lý nợ, khai thác tài sản, và cho thuê tài chính
Và các dịch vụ khác

2.1.4 Các sản phẩm cho vay của ACB

Hiện nay, NH ACB đang cung cấp 4 gói vay để đáp ứng nhu cầu về vốn ngay lập tức của KHCCN. Các gói vay này được thiết kế để đáp ứng các nhu cầu tài chính khác nhau của khách hàng, bao gồm:

Vay tiêu dùng thế chấp là các sản phẩm tín dụng dành cho KHCCN cần vốn cho bất kỳ mục đích cá nhân nào. Các khoản vay này không bị giới hạn số vốn cung cấp, mà được điều chỉnh dựa trên nhu cầu, năng lực chi trả và mục đích tiêu dùng của khách hàng.

Vay cầm cố sổ tiết kiệm/giấy tờ có giá là gói vay cho phép khách hàng dùng khoản vay cho các mục đích cá nhân, với điều kiện phải có sổ tiết kiệm, giấy tờ có giá trị hoặc vàng mặt để cầm cố tại ACB.

Vay mua xe ô tô là gói vay giúp khách hàng sở hữu phương tiện đi lại hiện đại ngay cả khi chưa đủ điều kiện tài chính.

Vay du học tại ACB là gói vay hỗ trợ khách hàng chi trả các chi phí du học nước ngoài, bao gồm học phí, sinh hoạt phí, vé máy bay, bảo hiểm, và các khoản chi phí khác cho bản thân hoặc người thân đang du học. Gói vay này có lãi suất ưu đãi và được tùy chỉnh dựa trên tình hình biến động của thị trường.

2.1.5 Tình hình hoạt động của Ngân hàng TMCP Á Châu (ACB) từ 2021 - 2023

- Năm 2021

Trong năm 2021, ACB không ngừng mở rộng quy mô tài sản, đạt được lợi nhuận đáng kể và tuân theo các hạn chế cũng như tỷ lệ đảm bảo an toàn trong hoạt động của mình. Hoạt động kinh doanh năm 2021 ghi nhận mức tăng trưởng ấn tượng so với năm 2020, với các chỉ tiêu chính đạt kết quả vượt kế hoạch:

- Tổng tài sản: Tăng 18,73% lên 528 nghìn tỷ đồng, vượt 8% kế hoạch đề ra.
- Tiền gửi khách hàng: Tăng 7,57% đạt 380 nghìn tỷ đồng, hoàn thành được 99% kế hoạch.
- Tín dụng: Tăng 16,19% lên 362 nghìn tỷ đồng, đạt 100% kế hoạch.

Ghi nhận thành tích kinh doanh nổi bật với mức lợi nhuận cao vượt mục tiêu dự kiến đã đề ra so với năm 2020:

- Lợi nhuận trước thuế: Đạt 11.998 tỷ đồng, tăng trưởng 25% so với năm 2020 và đạt 113% kế hoạch đề ra (10.602 tỷ đồng).
 - Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên tổng tài sản bình quân (ROA) của ACB trong năm đạt 1,98%, vượt qua mức 1,86% của năm 2020.
 - Tỷ suất lợi nhuận sau thuế trên vốn chủ sở hữu bình quân (ROE) đạt 23,90%, thấp hơn so với mức 24,31% của năm trước.
 - Điều này cho thấy hoạt động an toàn được đảm bảo, với tỷ lệ nợ xấu ở mức thấp 0,77%.
 - ACB luôn chấp hành chặt chẽ các điều khoản quy định của NHNN về giới hạn và tỷ lệ bảo đảm an toàn trong hoạt động NH, cụ thể là Thông tư số 22/2019/TT-NHNN 15/11/2019 và Thông tư số 41/2016/TT-NHNN 30/12/2016.
- Tỷ lệ an toàn vốn hợp nhất được duy trì trên mức 10% tại mọi thời điểm trong năm, đạt 11,23% vào năm 2021, cao hơn mức 11,06% của năm 2020.

● Năm 2022

Mặc dù 2022 là năm đầy biến động, ACB vẫn ghi nhận kết quả ấn tượng:

- Tăng trưởng mạnh mẽ: Tổng tài sản tăng trưởng tốt, nguồn vốn và sử dụng vốn nhạy bén, bảo đảm thanh khoản.
- Chất lượng tài sản cải thiện: Tài sản có sinh lợi tăng 15%, nợ xấu dưới 1%.
- Lợi nhuận đột phá: Lợi nhuận trước thuế tăng 43% lên hơn 17 nghìn tỷ đồng.
- Đảm bảo an toàn và hiệu quả: Tỷ lệ an toàn vốn cao (12,80%), hoàn thành Basel III và ILAAP, gia tăng tỷ lệ an toàn và quản lý rủi ro.

- Hoạt động khối KHCN:

Nhờ sản phẩm, dịch vụ cạnh tranh, ACB gây ấn tượng được gần 1 triệu khách hàng mới, nâng tổng số KHCN lên 5,2 triệu. Ấn tượng hơn, cho vay cá nhân cũng tăng trưởng 18%, tập trung vào các sản phẩm cho vay phục vụ sản xuất kinh doanh, mua nhà và tiêu dùng.

Hoạt động liên kết bảo hiểm (bancassurance) với Công ty Trách nhiệm hữu hạn (TNHH) Bảo hiểm Sun Life Việt Nam chiếm 55% phí dịch vụ của ACB, điều này chứng tỏ hiệu quả vượt trội của mô hình hợp tác này.

Kinh doanh thẻ tiếp tục đóng một nhiệm vụ quan trọng trong việc nâng cao cảm nhận của KHCN. ACB phát hành hơn 1,7 triệu thẻ mới, nâng tổng số thẻ trên thị trường lên 4,6 triệu. Thị phần của ACB về doanh số giao dịch thẻ Visa tăng từ 6% lên 7,20%, giúp ACB đứng thứ 5 trong Visa vươn lên vị trí thứ 2 với 17,60% thị phần Visa.

Năm 2022, thẻ tín dụng Visa Infinite được thiết kế dành cho khách hàng cao cấp của ACB cũng được ra mắt, củng cố cam kết của ACB trong việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ chất lượng cao cho khách hàng.

- Hoạt động khối KHDN

Tín dụng doanh nghiệp ròng tăng gần 10 nghìn tỷ đồng, nâng tổng danh mục cho vay doanh nghiệp lên 141 nghìn tỷ đồng. Thành tích này nâng cao vị thế dẫn đầu của ACB trong lĩnh vực tài chính doanh nghiệp.

ACB hợp tác với hơn 25 nghìn tổ chức, bao gồm các công ty và trường học, tham gia gói dịch vụ tài chính của ACB Employee Banking. Gói dịch vụ này cung cấp các phương án tài chính toàn diện, đáp ứng các nhu cầu khác nhau của nhân sự và góp phần phát triển công ty và nguồn nhân lực.

ACB tung ra phiên bản cập nhật của ứng dụng ngân hàng số ACB One Biz và ACB One Pro dành cho KHDN. Các tính năng được cập nhật đã giúp doanh nghiệp tối ưu hóa thời gian làm việc, nhận thông tin nhanh chóng, phân quyền quản lý tài chính hợp lý và thực hiện các khoản thanh toán phức tạp một cách an toàn.

● Năm 2023

Theo báo cáo tài chính hợp nhất năm 2023, ACB ghi nhận kết quả kinh doanh ấn tượng:

Lợi nhuận:

- Lợi nhuận trước thuế hợp nhất đạt hơn 20.000 tỷ đồng, vượt kế hoạch đã đề ra và tăng trưởng 17,2% so với năm 2022.

- Lợi nhuận sau thuế đạt 16.045 tỷ đồng.

Điểm sáng:

- Mảng thu nhập ngoài lãi bút phá tăng trưởng 48%, đóng góp 24% vào doanh thu, làm giảm áp lực lên mảng lợi nhuận từ lãi.

- Hai lĩnh vực chính góp phần quan trọng vào sự gia tăng thu nhập là dịch vụ giao dịch ngoại tệ và hoạt động đầu tư.

- Tổng tài sản tăng 18,25%, quy mô tín dụng tăng 17,9%, cao nhất trong 10 năm qua.

- Lợi nhuận từ cho vay khách hàng tăng 28,62%.

- Chi phí hoạt động giảm 6,3%, tỷ lệ CIR cải thiện từ 40% xuống 33%.

Hiệu quả:

- Tỷ lệ an toàn vốn hợp nhất, theo quy định của luật pháp chuyên ngành, đạt 12,48%.

- Tỷ suất lợi nhuận sau thuế/vốn chủ sở hữu (ROE) đạt gần 24,8%.

=> ACB là NH có tỷ lệ nợ xấu thấp nhất so với mức trung bình của ngành NH. Tuy nhiên, trong Báo cáo tài chính năm 2023 của ACB, điểm trừ duy nhất là tăng mức nợ xấu. ACB ghi nhận tổng nợ xấu nội bảng 5.887 tỷ đồng, tăng 93,35% so với đầu năm 2023. Nợ nhóm 3, 4 và 5 đều tăng mạnh.

Nhận xét:

ACB duy trì đà tăng trưởng ấn tượng trong 3 năm qua, thể hiện rõ qua các chỉ số tài chính như lợi nhuận, tổng tài sản, quy mô tín dụng,...

Chất lượng tài sản được nâng cao, tỷ lệ nợ xấu thấp và an toàn vốn cao.

Hoạt động kinh doanh hiệu quả, sử dụng công nghệ hiện đại, đa dạng hóa danh mục sản phẩm dịch vụ, đáp ứng yêu cầu thị trường.

=> Nhìn chung, ACB đã có 3 năm hoạt động ưu việt với những kết quả ấn tượng.

NH tiếp tục chứng minh vị thế dẫn đầu trong ngành NH Việt Nam và có tiềm năng tăng trưởng mạnh mẽ trong thời gian tới.

2.2 Giới thiệu tổng quan về Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất

2.2.1 Quyết định thành lập

Phòng giao dịch Thống Nhất được thành lập theo quyết định số 866/QĐ ngày 26/08/1998 của Chủ tịch Hội đồng quản trị Ngân hàng TMCP Á Châu và được NHNN Việt Nam chấp thuận theo giấy phép số 07/GCT.98. PGD Thống Nhất chính thức hoạt động vào ngày 15/02/1998, là một trong 112 đơn vị thuộc hệ thống Ngân hàng TMCP Á Châu trên toàn quốc.

Địa chỉ: 527-529 Thống Nhất, Phường 16, Quận Gò Vấp, Thành phố Hồ Chí Minh

Số điện thoại: 028 3996 3939

Trực thuộc: Chi nhánh Văn Lang

2.2.2 Cơ cấu tổ chức



Sơ đồ 2.1: Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất

(Nguồn: Phòng Nhân sự)

2.2.3 Chức năng và nhiệm vụ của các phòng ban

Ban Giám đốc: Chịu nhiệm vụ quản lý và lãnh đạo mọi hoạt động chung của PGD.

Phòng dịch vụ khách hàng: Lập kế hoạch tiếp cận và tiếp thị khách hàng trong danh mục được phân công, cũng như phát triển khách hàng mới, hướng tới việc đạt chỉ tiêu kinh doanh. Tiếp nhận và tìm hiểu thông tin của khách hàng để tư vấn và cung ứng các sản phẩm, dịch vụ thỏa mãn nhu cầu của họ, như gói tài khoản, tiền gửi có kỳ hạn và không kỳ hạn, thẻ tín dụng... Giới thiệu khách hàng đến các vị trí phù hợp theo quy định. Quản lý và mở rộng danh mục khách hàng được phân công. Khai

thác bán thêm, bán chéo các sản phẩm cho khách hàng hiện tại. Tiếp nhận, kiểm tra và giải quyết các giao dịch thỏa mãn nhu cầu của khách hàng một cách đúng đắn, đầy đủ, nhanh chóng và kịp thời để bảo đảm CLDV. Tiến hành nhận diện khách hàng và theo dõi sát sao các giao dịch trước, trong và sau khi thực hiện, bảo đảm thực thi các quy trình làm việc và quy định của ACB cũng như các quy định pháp luật hiện hành. Tuân thủ quy trình, hướng dẫn cấp thẻ tín dụng không có tài sản đảm bảo. Nhắc nợ, thu hồi nợ thẻ tín dụng trong danh mục khách hàng quản lý. Nhận diện báo cáo, tham gia giải quyết các công việc gây ra rủi ro hoạt động. Tiến hành công việc theo các quy chế, quy định và hướng dẫn của ACB, đồng thời tuân thủ các quy định về bảo mật và an ninh thông tin một cách nghiêm túc.

Bộ phận tín dụng: Xác định khách hàng tiềm năng. Đánh giá rủi ro tín dụng. Quản lý các khoản cho vay. Phát triển các sản phẩm tín dụng. Xem xét và ra quyết định cho vay. Theo dõi nợ và giải quyết những khoản vay không trả. Tối ưu hóa quản lý rủi ro tín dụng. Cung cấp những dịch vụ tài chính cho khách hàng.

Bộ phận quỹ: Đảm bảo các giao dịch thanh toán được xử lý theo yêu cầu của khách hàng. Hạch toán kế toán, theo dõi hoạt động kinh doanh, tài chính và tài sản. Xuất, nhập và lưu trữ các tài liệu có giá trị. Đảm bảo an toàn cho tiền và tài sản của khách hàng.

Bộ phận hành chính: Tư vấn và hỗ trợ Giám đốc trong các nhiệm vụ văn thư, lưu trữ, nhân sự và hành chính chung. Chỉ định công việc và giao nhiệm vụ chi tiết cho nhân viên, đảm bảo phát huy được kỹ năng, thể mạnh và trí tuệ của từng nhân viên. Quản lý mọi hoạt động văn phòng, lưu trữ, hành chính, hành chính, tổng đài, lưu trữ, sử dụng con dấu, nhân sự, liên lạc chi nhánh, nội bộ, đối ngoại, lễ tân và hậu cần theo chỉ đạo. Quản lý việc mua, nhận và giao thiết bị, tài sản, công cụ, dụng cụ, bản in, vật liệu, văn phòng phẩm, đồng phục, phù hiệu và thẻ tên cho nhân viên/đơn vị trong ngành theo chỉ đạo, hoàn trả, bàn giao thiết bị, tài sản cho đơn vị vận hành theo đúng quy định.

2.3 Tình hình hoạt động tín dụng của Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất (2021 - 2023)

2.3.1 Hoạt động huy động vốn

Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất xem việc huy động nguồn vốn như một yếu tố cốt lõi trong việc khuyến khích các hoạt động của mình và đảm bảo điều kiện thuận lợi cho NH phát triển bền vững và vững chắc. Trong khoản thời gian đã qua, NH đã chuyên tâm cố gắng mở rộng sự đa dạng đối với các phương thức, giải pháp và kênh huy động vốn, cùng với việc thiết lập lãi suất hấp dẫn. Kết quả của các hoạt động huy động vốn trong các năm gần đây đã được minh chứng qua bảng số liệu 2.1.

Bảng 2.1: Kết quả hoạt động huy động vốn

ĐVT: Triệu đồng

| Năm | 2021 | | 2022 | | | 2023 | | |
|---------------------------------|-----------|-------|-----------|-------|---------|-----------|-------|---------|
| | Số tiền | % | Số tiền | % | +/-% | Số tiền | % | +/-% |
| Vốn HĐ | 1,091,954 | 100 | 1,189,655 | 100 | 8.95 | 1,387,931 | 100 | 16.66 |
| <i>1. Căn cứ theo đối tượng</i> | | | | | | | | |
| Tiền gửi TCKT | 660,632 | 60.50 | 596,017 | 50.10 | (9.78) | 793,897 | 57.20 | 33.20 |
| VNĐ | 370,615 | 56.10 | 246,155 | 41.30 | (33.58) | 377,895 | 47.60 | 53.52 |
| Ngoại tệ | 290,018 | 4.40 | 21,662 | 8.80 | (92.53) | 36,278 | 9.60 | 67.48 |
| TG Dân cư | 431,322 | 39.50 | 593,638 | 49.90 | 37.63 | 15,527 | 42.80 | (97.38) |
| VNĐ | 158,295 | 36.70 | 189,964 | 32.00 | 20.01 | 5,465 | 35.20 | (97.12) |
| Ngoại tệ | 4,432 | 2.80 | 34,004 | 17.90 | 667.18 | 415.38 | 7.60 | (98.78) |
| <i>2. Căn cứ theo thời gian</i> | | | | | | | | |
| Không kì hạn | 387,644 | 35.50 | 327,155 | 27.50 | (15.60) | 489,940 | 35.30 | 49.76 |
| Có kì hạn | 704,310 | 64.50 | 862,500 | 72.50 | 22.46 | 897,991 | 64.70 | 4.11 |
| <i>3. Căn cứ theo loại tiền</i> | | | | | | | | |
| VNĐ | 1,013,333 | 92.80 | 872,017 | 73.30 | (13.95) | 1,149,206 | 82.80 | 31.79 |

| | | | | | | | | |
|-----------------|--------|------|---------|-------|--------|---------|-------|---------|
| <i>Ngoại tệ</i> | 78,621 | 7.20 | 317,638 | 26.70 | 304.01 | 238,725 | 17.20 | (24.84) |
|-----------------|--------|------|---------|-------|--------|---------|-------|---------|

Nguồn: ACB - PGD Thống Nhất

- Nguồn vốn huy động (VHĐ) được qua các năm tăng đáng kể, cụ thể

Năm 2021: Tổng nguồn VHĐ đạt 1.091.954 triệu đồng, tăng 7,65% so với năm 2020

Năm 2022: VHĐ đạt 1.189.655 triệu đồng, tăng 8,95% so với năm 2021

Năm 2023: Đạt 1.387.931 triệu đồng, tăng 16.66% so với năm ngoái

- Tiền gửi của các tổ chức kinh tế (TCKT)

Năm 2021: Tiền gửi từ các TCKT chiếm 60,50% trong tổng số VHĐ. Đây là mức tỷ trọng cao, cho thấy sự phụ thuộc lớn vào các TCKT trong cơ cấu VHĐ.

Năm 2022: Tỷ trọng giảm xuống còn 50.10%, giảm 17.19% so với năm 2021. Việc giảm nguồn VHĐ từ các TCKT này có thể phản ánh hoàn cảnh kinh tế bất lợi hoặc sự chuyển hướng đầu tư của các tổ chức.

Năm 2023: Tỷ trọng tăng trở lại lên 57.20%, tăng 14.17% so với năm 2022. Sự phục hồi này cho thấy các TCKT đã khôi phục niềm tin và có xu hướng gửi tiền nhiều hơn vào NH.

- Tiền gửi của dân cư

Năm 2021: Tiền gửi của dân cư chiếm 39.50% trong tổng VHĐ. Tỷ trọng này thấp hơn so với các TCKT, nhưng vẫn là một yếu tố quan trọng của cơ cấu vốn.

Năm 2022: Tỷ trọng tăng lên 49.90%, tăng 26.33% so với năm 2021. Sự gia tăng này cho thấy sự cải thiện trong sự tin nhiệm của dân cư vào ngân hàng và sự gia tăng trong tiền gửi từ các cá nhân.

Năm 2023: Tỷ trọng giảm xuống còn 42.80%, giảm 14.22% so với năm 2022. Sự giảm mạnh này có thể chỉ ra sự thay đổi trong hành vi tiết kiệm của dân cư hoặc sự gia tăng trong các kênh đầu tư khác.

- Tiền gửi không kỳ hạn

Năm 2021: Tiền gửi không kỳ hạn chiếm 35.50% trong tổng VHĐ.

Năm 2022: Tỷ trọng giảm xuống còn 27.50%, giảm 22.54% so với năm 2021. Sự giảm này có thể phản ánh việc khách hàng chuyển hướng sang các sản phẩm tiết kiệm có kỳ hạn hơn hoặc thay đổi trong chiến lược huy động vốn của ngân hàng.

Năm 2023: Tỷ trọng tăng trở lại lên 35.30%, tăng 28.36% so với năm 2022. Sự phục hồi này cho thấy sự gia tăng nhu cầu đối với tiền gửi không kỳ hạn, có thể là do sự tăng cường của sự tin tưởng từ khách hàng.

- Tiền gửi có kỳ hạn

Năm 2021: Tiền gửi có kỳ hạn chiếm 64.50% trong tổng VHD.

Năm 2022: Tỷ trọng tăng lên 72.50%, tăng 12.4% so với năm 2021. Sự gia tăng này cho thấy NH đã thu hút nhiều tiền gửi dài hạn hơn, giúp duy trì sự ổn định trong nguồn vốn và kế hoạch đầu tư tín dụng của NH.

Năm 2023: Tỷ trọng giảm nhẹ xuống còn 64.70%, giảm 10.76% so với năm 2022. Mặc dù có sự giảm nhẹ, tỷ trọng tiền gửi có kỳ hạn vẫn cao, điều này giúp NH duy trì được sự ổn định của nguồn vốn dài hạn ổn định và tiếp tục có cơ sở vững chắc để lập kế hoạch tài chính.

- Theo loại tiền VNĐ

Năm 2021: Tiền gửi bằng VNĐ chiếm 92.80% trong tổng tiền gửi. Đây là tỷ trọng cao, phản ánh sự tin tưởng lớn của khách hàng vào đồng nội tệ.

Năm 2022: Tỷ trọng giảm xuống còn 73.3%, giảm 21.01% so với năm 2021. Sự giảm này cho thấy sự chuyển hướng đầu tư sang các loại tiền tệ khác hoặc thay đổi trong chính sách tiền tệ.

Năm 2023: Tỷ trọng tiền gửi bằng VNĐ đã tăng trở lại trong năm 2023, tăng 12.96% so với năm 2022. Cho thấy sự phục hồi trong huy động vốn bằng đồng nội tệ. Mặc dù vậy, tỷ trọng vẫn thấp hơn so với năm 2021, cho thấy sự biến đổi trong cơ cấu tiền gửi của NH.

- Theo loại tiền ngoại tệ

Năm 2021: Tiền gửi bằng ngoại tệ chiếm 7.20% trong tổng tiền gửi. Đây là tỷ trọng thấp, cho thấy sự tin tưởng chủ yếu vào đồng nội tệ.

Năm 2022: Tỷ trọng tăng mạnh lên 26.70%, tăng 21.5% so với năm 2021. Sự gia tăng này có thể cho thấy nhu cầu cao về ngoại tệ hoặc sự biến động tỷ giá.

Năm 2023: Tỷ trọng giảm xuống còn 17.20%, giảm 9.5% so với năm 2022. Sự giảm này có thể do sự điều chỉnh trong nhu cầu hoặc chính sách tiền tệ liên quan đến ngoại tệ.

2.3.2 Doanh số cho vay, thu nợ, dư nợ

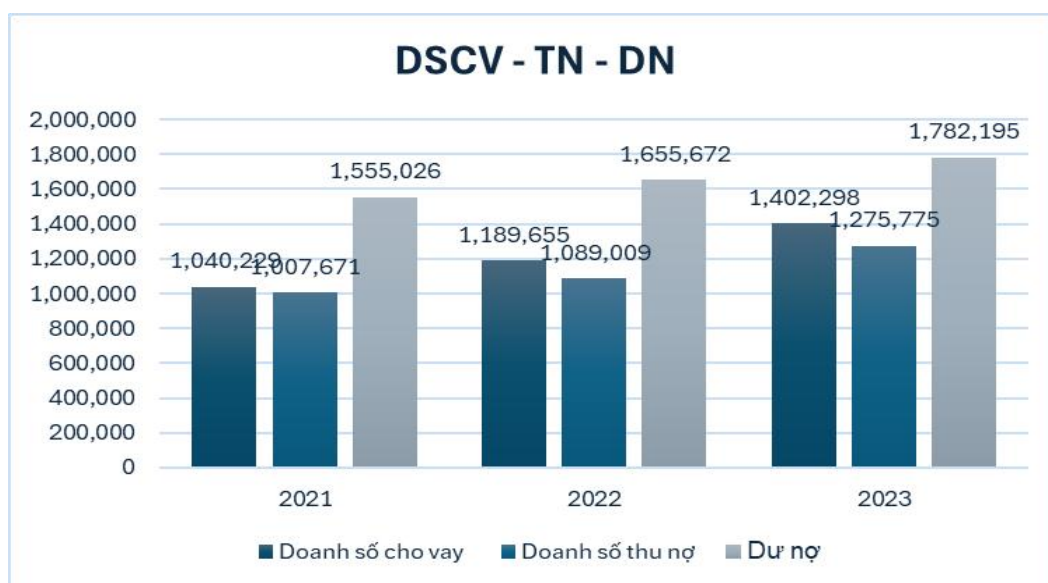
Bảng 2.2: Doanh số cho vay - Thu nợ - Dư nợ

ĐVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | 2021 | 2022 | 2023 | 2022/2021 | | 2023/2022 | |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|---------------|--------|---------------|--------|
| | | | | Mức biến động | Tỷ lệ | Mức biến động | Tỷ lệ |
| Doanh số cho vay | 1,040,229 | 1,189,655 | 1,402,298 | 149,426 | 14.36% | 212,643 | 17.87% |
| Doanh số thu nợ | 1,007,671 | 1,089,009 | 1,275,775 | 81,338 | 8.07% | 186,766 | 17.15% |
| Dư nợ | 1,555,026 | 1,655,672 | 1,782,195 | 100,646 | 6.47% | 126,523 | 7.64% |

(Nguồn: ACB - PGD Thống Nhất)

Biểu đồ 2.1: Doanh số cho vay - Thu nợ - Dư nợ



Bảng số liệu cho thấy sự phát triển tích cực trong hoạt động cho vay, thu nợ và dư nợ của tổ chức qua các năm. Cụ thể, doanh số cho vay đã tăng từ 1,040,229 triệu đồng năm 2021 lên 1,402,298 triệu đồng năm 2023, tạo dấu ấn về sự mở rộng rõ rệt trong hoạt động cấp tín dụng. Sự gia tăng này có thể được giải thích bởi nhu cầu vay vốn cao hơn từ khách hàng và chiến lược mở rộng quy mô cho vay của tổ chức nhằm tăng trưởng thị phần.

Doanh số thu nợ cũng tăng từ 1,007,671 triệu đồng năm 2021 lên 1,275,775 triệu đồng năm 2023, mặc dù tốc độ tăng trưởng chậm hơn so với doanh số cho vay. Sự gia tăng này cho thấy tổ chức đang duy trì hiệu quả trong việc thu hồi nợ, có thể nhờ vào các biện pháp quản lý nợ hiệu quả và cải thiện trong quy trình thu hồi.

Dư nợ đã có sự tăng trưởng ấn tượng từ 1,555,026 triệu đồng năm 2021 lên 1,782,195 triệu đồng năm 2023. Sự gia tăng này phản ánh xu hướng mở rộng quy mô cho vay của tổ chức. Tuy nhiên, sự gia tăng nhanh chóng của dư nợ cũng có thể tiềm ẩn những rủi ro nếu không được quản lý chặt chẽ, đặc biệt là trong việc duy trì chất lượng tín dụng và kiểm soát nợ xấu.

Nhìn chung, sự tăng trưởng trong doanh số cho vay và thu nợ cho thấy tổ chức đang hoạt động hiệu quả và mở rộng mạnh mẽ. Tuy nhiên, để đảm bảo giữ vững sự ổn định tài chính lâu dài, tổ chức cần tiếp tục theo dõi và kiểm soát rủi ro từ dư nợ.

2.3.3 Dư nợ tín dụng

Hoạt động tín dụng là hoạt động cốt lõi và truyền thống của NH, đóng góp chủ yếu vào khoảng 70%-80% tổng thu nhập của NH. Hoạt động này tiềm ẩn nhiều rủi ro tiềm tàng cho NH. Do đó, mục tiêu chính của quản lý NH là đạt được lợi nhuận bằng cách đáp ứng nhu cầu tín dụng của cộng đồng nhanh chóng, hiệu quả.

Nhận thức được thực trạng và mục tiêu của mình, NH TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất trong các năm vừa qua đã tích cực mở rộng phạm vi, cơ cấu và cách thức cho vay. NH đưa ra các dịch vụ tài chính hấp dẫn với các ưu đãi nổi bật, nhằm thu hút và phục vụ tốt hơn nhu cầu tín dụng của khách hàng.

Bảng 2.3: Dư nợ tín dụng theo kì hạn

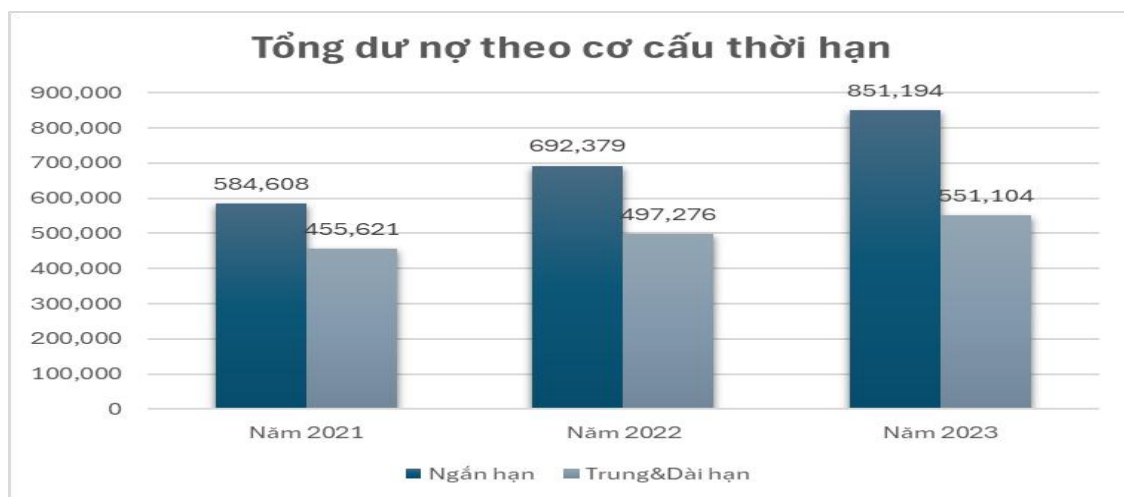
DVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2021 | Năm 2022 | Năm 2023 | 2022/2021 | | 2023/2022 | |
|-----------------------|-------------|-------------|-------------|---------------------|-------|---------------------|-------|
| | | | | Mức biến động | Tỷ lệ | Mức biến động | Tỷ lệ |
| Tổng dư nợ cho vay | 1,040,229 | 1,189,655 | 1,402,298 | 149,426 | 14.36 | 212,643 | 17.87 |

| | | | | | | | |
|---------------|---------|---------|---------|---------|-------|---------|-------|
| Ngắn hạn | 584,608 | 692,379 | 851,194 | 107,771 | 18.43 | 158,815 | 22.94 |
| Trung&Dài hạn | 455,621 | 497,276 | 551,104 | 41,655 | 9.14 | 53,828 | 11.23 |

(Nguồn: ACB - PGD Thống Nhất)

Biểu đồ 2.2: Tổng dư nợ theo cơ cấu thời hạn



Tổng dư nợ

Năm 2021: 1,040,229 triệu đồng

Năm 2022: 1,189,655 triệu đồng (Tăng 149,426 triệu đồng, 14.36%)

Năm 2023: 1,402,298 triệu đồng (Tăng 212,643 triệu đồng, 17.87%)

Nhận xét: Tổng dư nợ của NH tăng trưởng ổn định qua các năm. Sự gia tăng mạnh mẽ từ năm 2022 đến năm 2023 cho thấy NH đã mở rộng hoạt động tín dụng hiệu quả.

Dư nợ ngắn hạn

Năm 2021: 584,608 triệu đồng

Năm 2022: 692,379 triệu đồng (Tăng 107,771 triệu đồng, 18.43%)

Năm 2023: 851,194 triệu đồng (Tăng 158,815 triệu đồng, 22.94%)

Nhận xét: Dư nợ ngắn hạn tăng nhanh qua các năm, phản ánh nhu cầu cao về vốn ngắn hạn từ khách hàng. Khách hàng thường chọn vay ngắn hạn khi cần tiền ngay để đáp ứng các nhu cầu cấp bách như thanh toán hóa đơn, mua sắm thiết bị, hoặc vốn lưu động. Vay ngắn hạn thường có lãi suất thấp hơn và dễ dàng hơn để quản lý ngân sách.

Dư nợ trung & dài hạn

Năm 2021: 455,621 triệu đồng

Năm 2022: 497,276 triệu đồng (Tăng 41,655 triệu đồng, 9.14%)

Năm 2023: 551,104 triệu đồng (Tăng 53,828 triệu đồng, 10.83%)

Nhận xét: Dư nợ trung và dài hạn tăng ổn định, nhưng với tỷ lệ tăng thấp hơn so với dư nợ ngắn hạn. Điều này cho thấy NH duy trì sự cân bằng trong cơ cấu cho vay. Khách hàng chọn vay dài hạn khi có nhu cầu đầu tư vào các dự án lớn hoặc mua sắm tài sản có giá trị cao, chẳng hạn như bất động sản hoặc thiết bị sản xuất. Vay dài hạn giúp phân chia chi phí thành các khoản thanh toán nhỏ hơn và duy trì ổn định tài chính trong thời gian dài.

2.3.4 Phân loại nợ

Bảng 2.4: Phân loại nợ

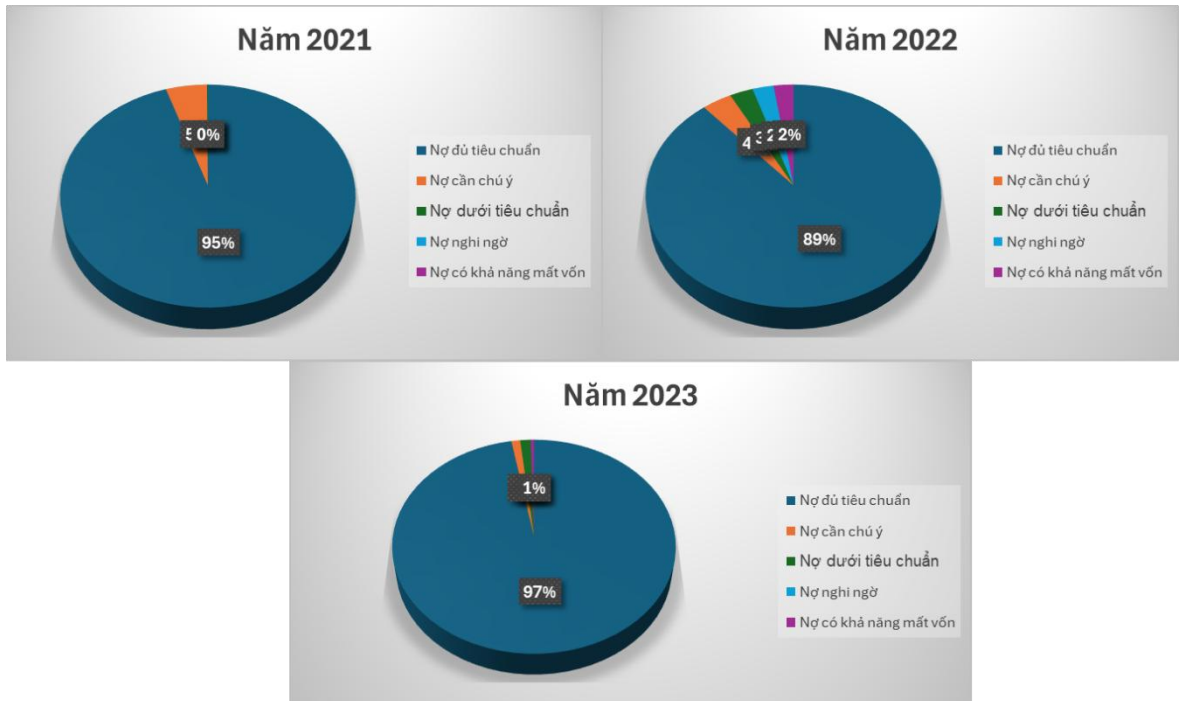
ĐVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2021 | | Năm 2022 | | Năm 2023 | |
|------------------------|-----------|--------|-----------|---------|-----------|---------|
| | Số tiền | % | Số tiền | % | Số tiền | % |
| Tổng dư nợ tín dụng | 1,555,026 | 100% | 1,655,672 | 100.00% | 1,782,195 | 100.00% |
| Nợ đủ tiêu chuẩn | 1,476,653 | 94.96% | 1,468,250 | 88.68% | 1,731,937 | 97.18% |
| Nợ cần chú ý | 76,663 | 4.93% | 59,604 | 3.60% | 19,604 | 1.1% |
| Nợ dưới tiêu chuẩn | 1,711 | 0.11% | 46,359 | 2.80% | 23,347 | 1.31% |
| Nợ nghi ngờ | 0 | 0.00% | 42,054 | 2.54% | 0 | 0.00% |
| Nợ có khả năng mất vốn | 0 | 0.00% | 39,405 | 2.38% | 7,307 | 0.41% |

(Nguồn: ACB - PGD Thống Nhất)

Tổng dư nợ tín dụng đã tăng từ 1,555,026 triệu đồng năm 2021 lên 1,782,195 triệu đồng năm 2023, cho thấy sự mở rộng đáng kể trong hoạt động cho vay. Điều này có thể phản ánh nhu cầu tín dụng cao và sự mở rộng quy mô của tổ chức.

Biểu đồ 2.3: Phân loại nợ



Tuy nhiên, chất lượng tín dụng của tổ chức cũng có những thay đổi quan trọng. Nợ đủ tiêu chuẩn tăng mạnh từ 1,476,653 triệu đồng năm 2021 lên 1,731,937 triệu đồng năm 2023, cho thấy phần lớn dư nợ được quản lý tốt và có khả năng thu hồi cao. Điều này là một dấu hiệu tích cực, chứng tỏ tổ chức có khả năng duy trì chất lượng tín dụng ổn định.

Ngược lại, nợ cần chú ý đã giảm từ 76,663 triệu đồng năm 2021 xuống còn 19,604 triệu đồng năm 2023, cho thấy sự tiến bộ trong việc quản lý và xử lý các khoản nợ có dấu hiệu tiềm ẩn rủi ro. Sự giảm này là tích cực, thể hiện tổ chức đang nâng cao khả năng kiểm soát rủi ro tín dụng.

Tuy nhiên, nợ dưới tiêu chuẩn và nợ nghi ngờ có sự biến động đáng chú ý. Nợ dưới tiêu chuẩn tăng từ 1,711 triệu đồng năm 2021 lên 23,347 triệu đồng năm 2023, mặc dù vẫn thấp hơn so với nợ đủ tiêu chuẩn, nhưng sự gia tăng này cần được theo dõi để tránh các vấn đề nghiêm trọng hơn. Đặc biệt, nợ nghi ngờ đã giảm về 0 vào năm 2023 sau khi tăng lên 42,054 triệu đồng năm 2022, cho thấy sự cải thiện trong việc xử lý các khoản vay có dấu hiệu nghi ngờ.

Cuối cùng, nợ có khả năng mất vốn đã giảm đáng kể từ 39,405 triệu đồng năm 2022 xuống còn 7,307 triệu đồng năm 2023, chỉ ra rằng tổ chức đã thực hiện các biện pháp hiệu quả để giảm thiểu rủi ro mất vốn.

Tóm lại, bảng số liệu cho thấy tổ chức đang quản lý hiệu quả chất lượng tín dụng với sự cải thiện trong việc giảm nợ dưới tiêu chuẩn và nợ có khả năng mất vốn, đồng thời duy trì sự tăng trưởng trong tổng dư nợ tín dụng. Tuy nhiên, cần tiếp tục theo dõi để đảm bảo rằng sự gia tăng trong nợ dưới tiêu chuẩn không dẫn đến các vấn đề nghiêm trọng trong tương lai.

2.3.5 Nợ quá hạn

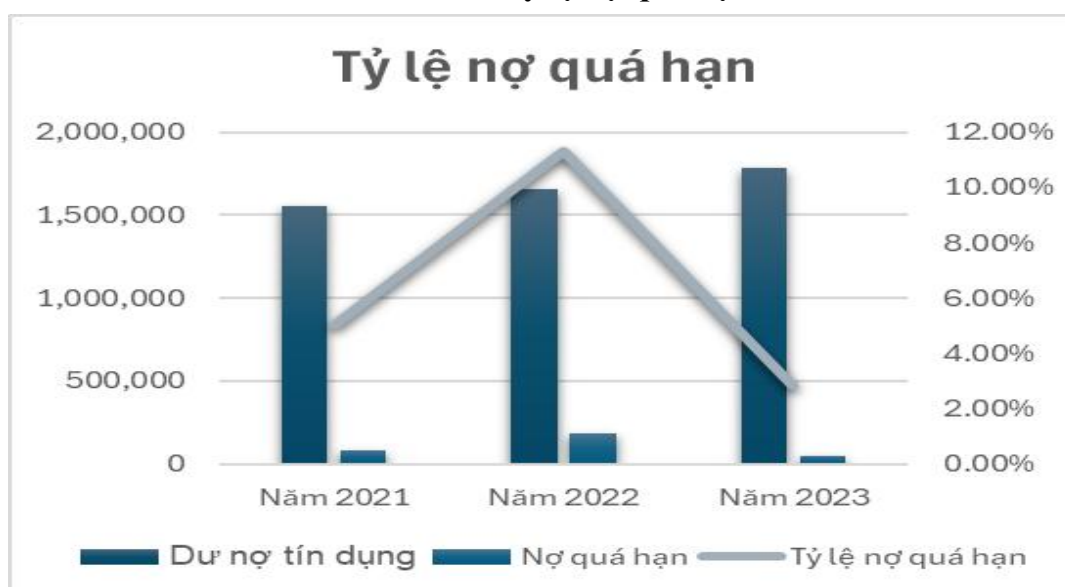
Bảng 2.5: Tỷ lệ nợ quá hạn

ĐVT: Triệu đồng

| Chỉ tiêu | Năm 2021 | Năm 2022 | Năm 2023 |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Dư nợ tín dụng | 1,555,026 | 1,655,672 | 1,782,195 |
| Nợ quá hạn | 78,373 | 187,422 | 50,258 |
| Tỷ lệ nợ quá hạn | 5.04% | 11.32% | 2.82% |

(Nguồn: ACB - PGD Thống Nhất)

Biểu đồ 2.3: Tỷ lệ nợ quá hạn



Trong giai đoạn từ năm 2021 đến 2023, tỷ lệ nợ quá hạn của NH đã trải qua nhiều biến động. Năm 2021, tỷ lệ nợ quá hạn là 5.04%, mức này cao hơn ngưỡng an toàn thường được coi là dưới 3%, cho thấy NH đang gặp phải một số rủi ro tín dụng.

Việc tỷ lệ nợ quá hạn cao có thể phản ánh khó khăn trong việc thu hồi nợ hoặc khách hàng gặp vấn đề tài chính. Năm 2022, tỷ lệ nợ quá hạn tăng đột biến lên 11.32%, đây là một dấu hiệu cảnh báo nghiêm trọng về tình trạng tín dụng của NH. Sự gia tăng này có thể do những yếu tố như kinh tế khó khăn, khách hàng mất khả năng trả nợ, hoặc sự lỏng lẻo trong quy trình thẩm định và quản lý rủi ro tín dụng. Tuy nhiên, đến năm 2023, tỷ lệ nợ quá hạn giảm mạnh xuống còn 2.82%, đưa nó trở lại ngưỡng an toàn. Sự giảm này có thể là kết quả của các giải pháp quản lý rủi ro hiệu quả hơn từ phía NH, như thắt chặt quy trình thẩm định tín dụng, cải thiện công tác thu hồi nợ, và rà soát chặt chẽ hơn các khoản vay. Đây là minh chứng tích cực cho thấy NH đã khắc phục các vấn đề tín dụng của năm trước và đang trên đường ổn định trở lại.

2.4 Đánh giá của khách hàng về chất lượng tín dụng

2.4.1 Đặc điểm mẫu khảo sát

Để đánh giá chất lượng dịch vụ tín dụng tại Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất, em đã thực hiện một cuộc khảo sát với 210 khách hàng hiện đang giao dịch tại NH này. Số phiếu phát ra tại NH là 210, số phiếu thu về là 210, đạt tỷ lệ hoàn thành 100%. Tất cả các phiếu thu về đều hợp lệ và đã được đưa vào phân tích.

Bảng 2.6 Thông tin về đối tượng khảo sát

| STT | Tiêu chí | Số lượng | % |
|------------|---------------------------------|-----------------|-------------|
| I | Nhóm khách hàng | 210 | 100% |
| 1 | Hộ sản xuất kinh doanh | 82 | 39% |
| 2 | Cá nhân vay sinh hoạt tiêu dùng | 43 | 20.5% |
| 3 | Doanh nghiệp nhà nước | 25 | 11.9% |
| 4 | Công ty cổ phần | 40 | 19% |
| 5 | Doanh nghiệp tư nhân | 20 | 9.5% |
| II | Giới tính | 210 | 100% |
| 1 | Nam | 129 | 61.4% |

| | | | |
|------------|-----------------------------|------------|-------------|
| 2 | Nữ | 81 | 38.6% |
| III | Độ tuổi | 210 | 100% |
| 1 | Dưới 25 tuổi | 44 | 21% |
| 2 | Từ 25 tuổi đến dưới 40 tuổi | 83 | 39.5% |
| 3 | Từ 40 tuổi đến dưới 55 tuổi | 64 | 30.5% |
| 4 | Trên 55 tuổi | 19 | 9% |
| IV | Mục đích vay | 210 | 100% |
| 1 | Tiêu dùng | 103 | 49% |
| 2 | Sản xuất | 107 | 51% |

- Về nhóm khách hàng: Trong tổng số 210 phiếu phát ra và được coi là hợp lệ thì số lượng nhóm KHDN là 85 chiếm 40.4%, trong đó doanh nghiệp nhà nước là 25 chiếm 11.9%, công ty cổ phần có 40 khách hàng chiếm 19% và doanh nghiệp tư nhân có 20 khách hàng chiếm 9.5%. Còn lại là hộ sản xuất kinh doanh và cá nhân vay sinh hoạt tiêu dùng với số lượng và % lần lượt là 82;39% và 43; 20.5%. Kết quả này cho thấy nhóm khách hàng là hộ sản xuất kinh doanh chiếm số lượng lớn nhất, phản ánh xu hướng mà ACB - PGD Thống Nhất hướng tới, với mục tiêu cốt lõi là tăng cường hậu thuẫn cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh.
- Về giới tính: Theo kết quả khảo sát, tỷ lệ nam chiếm 61.4% (129 trong 147 mẫu điều tra), trong khi tỷ lệ nữ là 38.6%.
- Về độ tuổi: Theo kết quả điều tra, nhóm độ tuổi từ 25 đến dưới 40 chiếm tỷ lệ cao nhất với 83 trường hợp trong tổng số 210 mẫu quan sát, tức là 39.5%. Lứa tuổi từ 40 đến dưới 55 chiếm 30.5%, tiếp theo là lứa tuổi dưới 25 chiếm 21%, và nhóm trên 55 tuổi chiếm tỷ lệ thấp nhất là 9%. NH thường hạn chế việc cho vay đối với nhóm khách hàng có độ tuổi cao để giảm thiểu rủi ro, vì vậy nhóm độ tuổi từ 25 đến dưới 40 tuổi được xem là lựa chọn hợp lý. Nhóm độ tuổi này thường có khả năng vững vàng trong việc lập kế hoạch sản xuất, chiến lược

kinh doanh, điều hành doanh nghiệp và có thể chọn lựa chương trình vay vốn phù hợp để phát triển đơn vị.

- Về mục đích vay vốn của khách hàng: Kết quả điều tra cho thấy, mục đích vay vốn chủ yếu của khách hàng là để sản xuất, chiếm 51% tổng số khách hàng được khảo sát, trong khi vay tiêu dùng chiếm 49%.

2.4.2 Phân tích số liệu từ điều tra ý kiến của khách hàng về chất lượng dịch vụ tín dụng của Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất

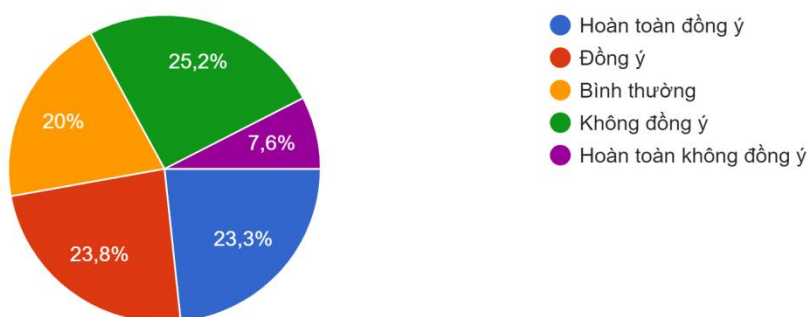
Sau khi phân tích 26 tiêu chí thành 6 nhóm gồm: Nhóm 1 Độ tin cậy; Nhóm 2 Khả năng đáp ứng; Nhóm 3 Năng lực phục vụ; Nhóm 4 Đồng cảm; Nhóm 5 Phương tiện hữu hình; Nhóm 6 Giá cả cảm nhận, phiếu điều tra cung cấp cái nhìn rõ ràng hơn về các vấn đề. Có 6 biến quan sát nhận được đánh giá chưa tích cực từ khách hàng.

Biến quan sát: TC2 mọi thắc mắc khiếu nại được xử lý hợp lý và nhanh chóng, trong tổng 210 khách hàng khảo sát thì khách hàng khảo sát không đồng ý chiếm tỷ lệ 52.8% (20% bình thường, 25.2% không đồng ý, 7.6% hoàn toàn không đồng ý).

$$CAST = 52.8\% * 5 = 2.64$$

6. Ngân hàng luôn xử lý mọi thắc mắc hoặc khiếu nại của Anh/Chị một cách hợp lý và nhanh chóng không?

210 câu trả lời

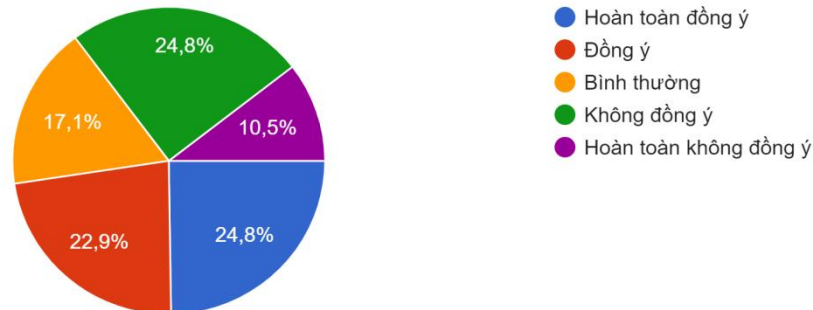


Biến quan sát: TC5 nhân viên hoàn thành công việc một cách chính xác khi khách hàng đến giao dịch lần đầu tiên, trong tổng 210 khách hàng khảo sát thì khách hàng khảo sát không đồng ý chiếm tỷ lệ 52.4% (17.1% bình thường, 24.8% không đồng ý, 10.5% hoàn toàn không đồng ý).

$$CAST = 52.4\% * 5 = 2.62$$

9. Lần đầu tiên Anh/Chị đến giao dịch, nhân viên luôn hoàn thành mọi công việc một cách chính xác không?

210 câu trả lời

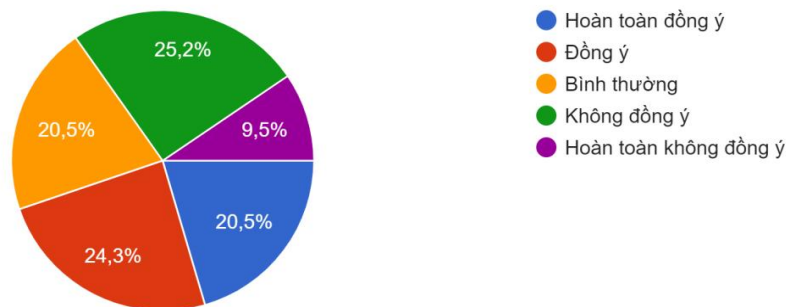


Biểu quan sát: DU1 thời gian xử lý mỗi giao dịch là hợp lý, trong tổng 210 khách hàng khảo sát thì khách hàng khảo sát không đồng ý chiếm tỷ lệ 55.2% (20.5% bình thường, 25.2% không đồng ý, 9.5% hoàn toàn không đồng ý).

$$\text{CAST} = 55.2\% * 5 = 2.76$$

11. Anh/Chị có cảm thấy thời gian xử lý các giao dịch tại Ngân hàng này là hợp lý không?

210 câu trả lời

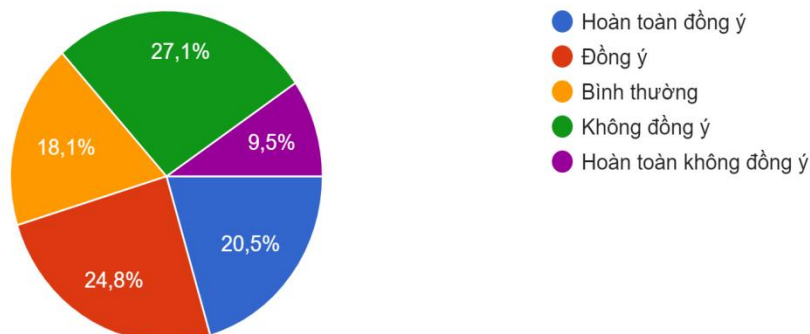


Biểu quan sát: DU2 ngân hàng sẵn sàng đáp ứng yêu cầu của khách hàng, trong tổng 210 khách hàng khảo sát thì khách hàng khảo sát không đồng ý chiếm tỷ lệ 54.7% (18.1% bình thường, 27.1% không đồng ý, 9.5% hoàn toàn không đồng ý).

$$\text{CAST} = 54.7\% * 5 = 2.73$$

12. Ngân hàng có luôn sẵn sàng để đáp ứng các yêu cầu của Anh/Chị không?

210 câu trả lời

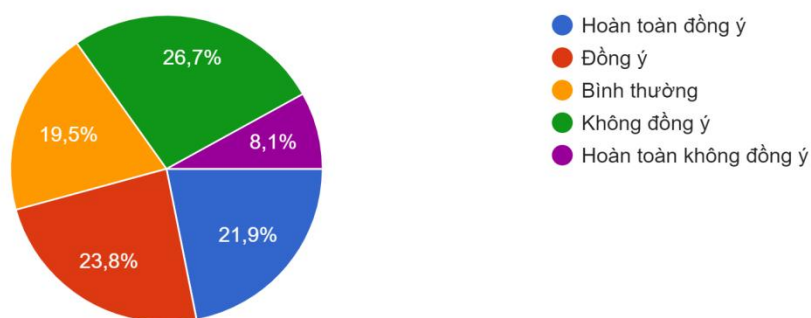


Biểu quan sát: DC1 ngân hàng có các chương trình quan tâm đến khách hàng, trong tổng 210 khách hàng khảo sát thì khách hàng khảo sát không đồng ý chiếm tỷ lệ 54.3% (19.5% bình thường, 26.7% không đồng ý, 8.1% hoàn toàn không đồng ý).

$$\text{CAST} = 54.3\% * 5 = 2.71$$

22. Ngân hàng có các chương trình quan tâm đến khách hàng như khuyến mãi và tặng quà sinh nhật cho khách hàng không?

210 câu trả lời

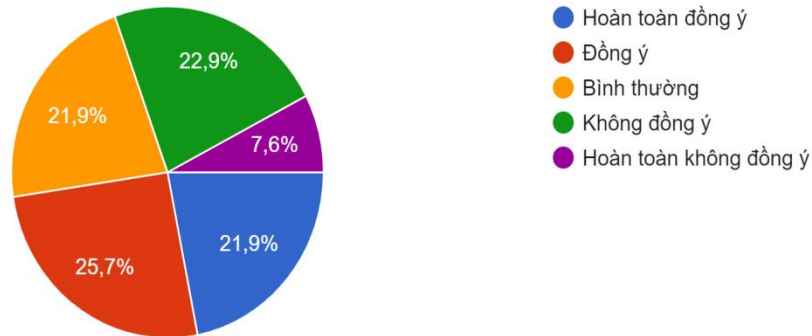


Biểu quan sát: DC2 nhân viên nhiệt tình hỗ trợ khách hàng, trong tổng 210 khách hàng khảo sát thì khách hàng khảo sát không đồng ý chiếm tỷ lệ 52.4% (21.9% bình thường, 22.9% không đồng ý, 7.6% hoàn toàn không đồng ý).

$$\text{CAST} = 52.4\% * 5 = 2.62$$

23. Nhân viên nhiệt tình hỗ trợ khách hàng không?

210 câu trả lời



Kết luận: Thời gian xử lý giao dịch có chỉ số CAST cao nhất (2.76), cho thấy đây là vấn đề lớn nhất mà khách hàng chưa hài lòng. Việc cải thiện tốc độ xử lý giao dịch sẽ là ưu tiên hàng đầu để nâng cao trải nghiệm khách hàng và giảm thiểu tình trạng không hài lòng.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

Strengths (Điểm mạnh):

Huy động vốn mạnh mẽ: Ngân hàng đã đạt được sự tăng trưởng ổn định về huy động vốn với mức tăng hàng năm đáng kể. Điều này giúp ngân hàng có nguồn lực tài chính mạnh để mở rộng các hoạt động tín dụng.

Chất lượng dịch vụ khách hàng: Theo khảo sát, mặc dù có những điểm cần cải thiện, đa số khách hàng đều hài lòng với chất lượng tín dụng mà ngân hàng cung cấp.

Hệ thống quản lý rủi ro: Ngân hàng đã có những nỗ lực kiểm soát nợ quá hạn và quản lý rủi ro tín dụng, giữ tỷ lệ nợ xấu dưới mức kiểm soát.

Weaknesses (Điểm yếu):

Nợ quá hạn: Dù đã cố gắng cải thiện, ngân hàng vẫn gặp vấn đề về nợ quá hạn. Điều này cần được giải quyết để giảm thiểu rủi ro tài chính.

Chất lượng hỗ trợ khách hàng: Một số khách hàng phản hồi về việc dịch vụ hỗ trợ chưa đáp ứng kịp thời và nhiệt tình, dẫn đến trải nghiệm chưa được tối ưu.

Opportunities (Cơ hội):

Thị trường tín dụng mở rộng: Nền kinh tế đang phục hồi sau đại dịch tạo ra nhu cầu vay vốn cho phát triển sản xuất kinh doanh, mang lại cơ hội tăng trưởng cho ngân hàng.

Công nghệ số hóa: Ngân hàng có thể tận dụng việc chuyển đổi số và áp dụng công nghệ mới để nâng cao hiệu quả xử lý giao dịch và cải thiện dịch vụ khách hàng.

Threats (Thách thức):

Biến động kinh tế: Sự bất ổn của kinh tế toàn cầu và nội địa có thể ảnh hưởng đến khả năng thanh toán của khách hàng, gây ra nợ xấu cho ngân hàng.

Cạnh tranh trong ngành: Ngân hàng phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các tổ chức tín dụng khác, đặc biệt là từ các ngân hàng có vốn đầu tư nước ngoài với nhiều sản phẩm tín dụng đa dạng và lợi thế tài chính.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG THƯƠNG MẠI CỔ PHẦN Á CHÂU - PHÒNG GIAO DỊCH THÔNG NHẤT

3.1 Các giải pháp nâng cao chất lượng tín dụng tại Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thông Nhất

3.1.1 Quản lý nợ xấu và tăng cường hiệu quả thu hồi nợ

NH nên tăng cường quy trình đánh giá tín dụng bằng cách đưa ra những phương án xem xét nguy cơ, giúp nhận diện và điều hành rủi ro ngay từ giai đoạn đầu. Đồng thời, NH cần tiến hành kiểm tra thường xuyên thời gian thanh toán các khoản vay hiện tại nhằm nhận diện đúng lúc và ứng phó các tín hiệu cảnh báo nguy cơ.

Thứ hai, cải thiện mạng lưới quản lý và thu hồi nợ là ưu tiên quan trọng. NH cần phát huy hoạt động thu nợ bằng cách phát triển các chiến lược thu hồi nợ hiệu quả hơn, bao gồm áp dụng những công cụ pháp lý khi cần thiết. Xây dựng quy trình giải quyết các khoản nợ rủi ro nhanh chóng và hiệu quả sẽ giúp giảm thiểu tổn thất và cải thiện tình hình tài chính.

Ngoài ra, phát triển khả năng nghiệp vụ từ nhân sự là một giải pháp bắt buộc. NH cần tổ chức các chương trình đào tạo về quản lý rủi ro tín dụng, cung cấp cho cán bộ những kỹ năng đánh giá và ứng phó với nguy cơ một cách hiệu quả. Phát triển cải thiện kỹ năng giao tiếp và thương thảo cũng vô cùng cần thiết để nâng cao khả năng làm việc với khách hàng và giải quyết những vấn đề không mong muốn trong quá trình thu hồi nợ.

Cuối cùng, ứng dụng công nghệ và hệ thống quản lý hiện đại sẽ hỗ trợ rất nhiều về vấn đề nâng cao chất lượng tín dụng. NH nên triển khai các hệ thống công cụ quản lý nợ, giúp kiểm soát và đánh giá tình hình tín dụng một cách chi tiết.

Thông qua việc triển khai nhất quán các phương án trên, NH sẽ giảm thiểu nợ xấu, tối ưu hóa hiệu suất quản lý tín dụng và cải tiến hoạt động nền kinh tế, qua đó củng cố vị thế cạnh tranh và tạo sự ổn định hoạt động kinh doanh.

3.1.2 Tăng cường công tác giải quyết khiếu nại từ khách hàng

Trước hết, NH nên đào tạo nhân viên về kỹ năng giải quyết khiếu nại và chăm sóc khách hàng, đây là thành phần chủ chốt không thể thiếu. NH nên thường xuyên tổ chức các buổi huấn luyện cho nhân sự về khả năng tương tác và ứng phó các tình

huống. Nhân sự được đào tạo kiến thức và cách thức làm việc bài bản thì sẽ xử lý được các vấn đề được hỏi hoặc khiếu nại từ KH một cách đầy chuyên nghiệp, kịp thời và hiệu quả hơn.

Thứ hai, NH cần cải thiện quy trình xử lý khiếu nại bằng cách thiết lập các bước xử lý rõ ràng và tiêu chuẩn hóa quy trình. Quy trình này cần bao gồm các bước tiếp nhận, phân tích, xử lý và phản hồi khiếu nại, đồng thời xác định thời gian cụ thể cho từng giai đoạn. Đảm bảo rằng mọi khiếu nại đều được ghi nhận và giải quyết theo quy trình nghiêm ngặt sẽ giúp tăng cường hiệu quả và giảm thời gian phản hồi.

Cuối cùng, NH cần đưa vào hoạt động hệ thống phản hồi và đánh giá CLDV. Ứng dụng các công cụ thu thập ý kiến khách hàng và kỹ thuật làm rõ dữ liệu để xác định sự hài lòng ở khách hàng và hiệu quả xử lý khiếu nại. Dựa vào những phản hồi từ khách hàng, NH có thể thay đổi và cải tiến quy trình xử lý khiếu nại, nhờ đó thúc đẩy sự cải thiện CLDV và cải thiện hình ảnh của ngân hàng.

3.1.3 Tối ưu hóa hiệu suất công việc từ nhân sự

Đầu tiên, cần khởi tạo quy trình và quy chuẩn làm việc rành mạch. Việc này bao hàm việc thiết lập các quy trình làm việc cụ thể và dễ hiểu, đồng thời cung cấp tài liệu hướng dẫn rõ ràng cho nhân viên. Điều này giúp cho nhân viên nắm rõ yêu cầu công việc và thực hiện nhiệm vụ đúng cách, giảm thiểu sai sót.

Thứ hai, thúc đẩy huấn luyện chuyên sâu và cải tiến trình độ cho nhân viên. NH nên triển khai các lớp đào tạo định kỳ thường xuyên nhằm phát triển kỹ năng chuyên môn và cập nhật kiến thức mới cho nhân viên. Đào tạo nên chú trọng vào việc nâng cao kỹ năng cần thiết và các quy trình làm việc cụ thể để tăng cường khả năng hoàn tất công việc chính xác và hiệu quả.

3.1.4 Cải thiện thời gian xử lý mỗi giao dịch

Để nâng cao hiệu quả và tiết kiệm thời gian hoàn thành mỗi giao dịch, NH cần triển khai một số giải pháp chiến lược và đồng bộ. Trước tiên, NH cần cải tiến quy trình làm việc bằng cách xem xét, đo lường và nâng cấp các bước trong giao dịch. Vận dụng các phương pháp như Lean hoặc Six Sigma sẽ giúp loại bỏ các bước không cần thiết và tinh giản quy trình, từ đó thúc đẩy hiệu quả công việc và giảm thời gian giải quyết giao dịch.

Nâng cao kỹ năng và năng lực thực hiện nhiệm vụ của nhân viên cũng là nhân tố không thể thiếu. NH nên đưa vào thực hiện các khóa đào tạo định kỳ để đảm bảo nhân viên am hiểu kỹ năng cần phải có và có thể sử dụng hiệu quả những công cụ và quy trình mới. Nhân viên được trang bị kiến thức toàn diện sẽ bảo đảm giao dịch trở nên đúng đắn và hiệu quả hơn.

3.1.5 Tăng cường phân tích và nhận diện các mong muốn ở khách hàng

Một trong những bước đầu tiên và thiết yếu là thực hiện các nghiên cứu thị trường định kỳ nhằm nắm bắt chi tiết hơn về yêu cầu, mong muốn, và mong đợi ở KH. Khuyến khích NH nên dùng những công cụ phân tích dữ liệu, thông tin, xử lý dữ liệu lớn, chẳng hạn như phân tích dữ liệu hành vi khách hàng và khảo sát định kỳ, để tổng hợp và xử lý dữ liệu một cách toàn diện, đúng đắn hơn. Việc này sẽ giúp ACB theo kịp các xu thế của thị trường và xu hướng thay đổi nhu cầu của KH, đồng thời nhận diện các yêu cầu chính đáng và khả thi từ phía khách hàng.

Điều đặc biệt là NH cần thực hiện phân loại các tiêu chí KH đặt ra thành những nhóm cụ thể để xác định những yêu cầu nào là hợp lý và đủ khả năng thỏa mãn được, cùng với những yêu cầu nào không khả thi. Đối với các yêu cầu hợp lý, NH cần đảm bảo rằng chúng được xử lý kịp thời và đạt chất lượng, từ đó gia tăng sự hài lòng của KH. Ngược lại, những yêu cầu không thực tế hoặc không nhất quán với chính sách và quy định của NH, cần có một quy trình rõ ràng để giải thích lý do từ chối và cung cấp thông tin liên quan đến các giải pháp thay thế khả thi.

Bên cạnh đó, việc phân khúc KH ở mức rõ ràng cũng rất cần thiết trong việc cung ứng các sản phẩm, dịch vụ phù hợp. Việc phân chia KH dựa trên các yếu tố như độ tuổi, thu nhập, nghề nghiệp, và thói quen tiêu dùng giúp ACB hiểu rõ hơn về các nhóm KH đặc thù. Từ đó, NH có thể nâng cấp các dịch vụ và mặt hàng được tạo dựng riêng để thỏa mãn những vấn đề của từng nhóm KH bằng phương án tối ưu nhất.

3.1.6 Tăng cường các chương trình quan tâm đến khách hàng

Để nâng cao mức độ chăm sóc và giữ chân khách hàng, ACB cần tạo dựng và áp dụng các chương trình ưu đãi và sự kiện đặc biệt, chẳng hạn như các chương trình tặng quà sinh nhật. Các sự kiện này không những hỗ trợ đẩy mạnh, cảm nhận của KH mà còn vững chắc mối liên kết và tăng sự tín nhiệm từ KH đối với NH. Đầu

tiên, NH nên tổ chức các đợt ưu đãi định kỳ với mục tiêu đem lại giá trị cho khách hàng. Hoạt động ưu đãi bao gồm các ưu đãi như điều chỉnh lãi suất cho vay giảm, tặng quà tặng, hoàn tiền khi dùng dịch vụ, hoặc cung ứng các ưu đãi đặc biệt cho các sản phẩm mới. Việc triển khai những chương trình trên luôn thường xuyên sẽ tạo ra sự quan tâm và khuyến khích khách hàng tiêu thụ dịch vụ của NH nhiều hơn, đồng thời kích thích môi trường cạnh tranh hấp dẫn trên thị trường.

Việc tặng quà sinh nhật hoặc các món quà lưu niệm nhân dịp kỷ niệm sẽ không chỉ thể bày tỏ sự quan tâm của NH ngoài ra còn tạo ra các trải nghiệm có lợi cho KH, giúp khách hàng nhận thấy được đánh giá cao và trân trọng. Các sự kiện này có thể được kết hợp với các hoạt động cộng đồng hoặc các sự kiện đặc biệt để gia tăng sự kết nối giữa NH và khách hàng.

Việc tổ chức các chương trình ưu đãi và sự kiện chúc mừng giúp thúc đẩy cải thiện mức độ hài lòng từ KH và gắn kết mối quan hệ bền lâu với họ, góp phần tạo nên một hình ảnh tích cực và thân thiện cho NH trong lòng khách hàng. Những hoạt động này cũng giúp ACB duy trì được sự cạnh tranh trong ngành và đem lại sự vượt trội hơn so với các đối thủ.

3.1.7 Cải thiện độ nhiệt tình và chất lượng hỗ trợ khách hàng

Để tăng cường mức độ nhiệt tình và chất lượng hỗ trợ của nhân viên đối với khách hàng, ACB cần triển khai hàng loạt các biện pháp nhằm cải thiện kỹ năng và CLDV của các cán bộ tín dụng. Đầu tiên, NH nên tổ chức thực hiện các khóa học chuyên môn trong lĩnh vực dịch vụ khách hàng, chú trọng vào việc rèn khả năng tương tác, ứng phó các tình huống và đưa ra phương án cho các vấn đề. Các khóa đào tạo này nên bao gồm các kỹ thuật giao tiếp thành công, cách tạo dựng sự tin cậy và sự đồng cảm với khách hàng, cũng như cách xử lý các phản hồi và phàn nàn một cách chuyên nghiệp.

Bên cạnh đào tạo, NH cần thiết lập một công cụ đánh giá chất lượng và phản hồi ý kiến định kỳ về độ hiệu quả công việc của nhân sự. Việc thực hiện những cuộc khảo sát quan điểm của KH khi hoàn tất giao dịch sẽ đưa ra những dữ liệu quan trọng về sự hài lòng và năng suất hoạt động nhân sự. Qua các phản hồi này, ACB có thể nhận diện các vấn đề cụ thể và có các phương án điều chỉnh đúng lúc, đồng thời

khen, tặng danh hiệu cho những nhân viên ưu tú trong việc cung cấp dịch vụ đạt chất lượng cao.

Ngoài ra, NH cần tạo lập một môi trường làm việc khuyến khích và khích lệ tinh thần nhân viên. Cung cấp các chương trình khuyến khích, như thưởng hiệu suất và các chính sách đãi ngộ công bằng, sẽ giúp đẩy mạnh năng lực làm việc của nhân viên. Đối với những nhân viên có thái độ phục vụ tốt, NH nên công nhận và khen thưởng công khai để thúc đẩy năng suất làm việc và sự cống hiến của họ.

Cuối cùng, việc hình thành một nền văn hóa tổ chức khách hàng là trung tâm xem là yếu tố thiết yếu. ACB cần bảo đảm rằng tất cả các cấp quản lý và nhân viên đều cảm nhận đầy đủ về tầm quan trọng của việc cung cấp dịch vụ khách hàng xuất sắc và có trách nhiệm trong việc duy trì và phát triển mối quan hệ với khách hàng. Điều này có thể được triển khai bằng cách tích hợp các giá trị dịch vụ khách hàng vào trong mục tiêu và chính sách hoạt động của NH.

3.2 Một số kiến nghị

3.2.1 Kiến nghị với chính phủ

- Để bảo đảm sự vững chắc trong kinh tế - chính trị (KT - CT) và xã hội

Chính phủ nên duy trì sự vững chắc cơ sở kinh tế vĩ mô, duy trì ngăn chặn lạm phát và củng cố năng lực xử lý với các dao động từ thị trường nội địa cũng như quốc tế.

Đồng thời, cần duy trì ổn định mức độ gia tăng ổn định và tiêu chuẩn bằng việc đẩy mạnh điều kiện kinh doanh, áp dụng những tiến bộ theo xu hướng công nghiệp 4.0 vào quá trình đẩy mạnh và chuyển hóa nền kinh tế. Việc tinh chỉnh kế hoạch mở rộng và thực hiện tái cấu trúc nền kinh tế là cần thiết để đẩy mạnh độ tin cậy, hiệu suất và khả năng cạnh tranh kinh tế quốc gia.

Chính phủ cần tăng cường mức độ hiệu quả và sức mạnh việc quản lý nhà nước trong phát triển KT - CT và xã hội bằng cách không ngừng đổi mới các công cụ điều hành vĩ mô. Điều này bao gồm việc cải thiện chất lượng thiết lập chính sách, tăng cường sự đồng bộ hóa trong quản lý kinh tế vĩ mô, và thực thi thu chi ngân sách cũng như tiền tệ một cách cẩn trọng và nhạy bén. Đồng thời, cần đẩy mạnh tính rõ ràng và khả năng giải thích cũng như là đề xuất cải cách hành chính để nâng cao hiệu quả quản lý và điều hành.

Cần ban hành nhiều chính sách hợp lý và kịp thời nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp mở rộng sản xuất kinh doanh, kích thích chi tiêu trong nước, thúc đẩy xuất khẩu, bảo đảm chế độ hỗ trợ xã hội, cơ hội công việc, và thông suốt dòng vốn cho thị trường. Đồng thời, các chính sách cũng cần chú trọng vào giải quyết nợ xấu để bảo vệ sự ổn định mạng lưới tài chính.

Đẩy mạnh công tác theo dõi và thanh kiểm tra hoạt động ngân hàng cùng thị trường tiền tệ là cần thiết. Việc này bao gồm việc giám sát nghiêm ngặt chất lượng hoạt động của các tổ chức tín dụng để đảm bảo bảo mật hệ thống, phòng ngừa rủi ro và giảm thiểu nợ xấu. Điều này sẽ giúp ổn định và đưa thị trường tiền tệ về trạng thái lâu dài, hỗ trợ sự phát triển bền vững của nền kinh tế.

- Các chính sách khuyến khích tăng trưởng

Chính phủ cần thiết lập định hướng và quy hoạch ngành nghề theo vùng miền, nhằm khai thác những điểm ưu việt của từng vùng. Việc phát huy các lợi thế về điều kiện tự nhiên và xã hội của khu vực địa phương sẽ xây dựng điều kiện lý tưởng thúc đẩy sự phát triển những CN, hộ gia đình, cùng với một số DN vừa và nhỏ (SMEs).

Đồng thời, cần có các chính sách bổ sung để trợ giúp cho những CN, hộ gia đình và SMEs nhờ vào chương trình cung cấp lãi suất ưu đãi và thuế. Các ưu đãi về vốn, quỹ hỗ trợ ngành nghề, cung cấp thông tin và khuyến nghị, cải thiện chất lượng nhân lực, khuyến khích khởi nghiệp sáng tạo đổi mới, và góp mặt vào các cụm liên kết ngành và chuỗi giá trị cũng là rất quan trọng. Những chính sách này sẽ giúp khắc phục tình hình kinh doanh, đem lại cơ hội tốt cho các chủ thể cải tiến, và mở rộng quy mô thị trường tín dụng bán lẻ.

- Đối với thị trường bất động sản

Cần quan tâm trọng yếu vào việc phát triển khu dân cư và đất đai tại tầng lớp trung lưu xã hội. Chính phủ nên thiết lập cơ chế và chính sách vay vốn thích hợp cho xây dựng nhà ở xã hội, từ đó quản lý và điều hành thị trường bất động sản theo chiến lược phát triển của quốc gia. Những chính sách này sẽ đảm bảo rằng nhu cầu về nhà ở xã hội được đáp ứng một cách hiệu quả và bền vững.

Để đề phòng rủi ro cho các NHTM trong công tác định giá và nhận thế chấp tài sản bảo đảm, cũng như thúc đẩy nhu cầu mua bất động sản của người dân, cần điều tiết

giá bất động sản để đưa chúng về mức giá trị thực. Điều này sẽ giúp ổn định thị trường, tạo điều kiện thuận lợi cho người tiêu dùng và đồng thời giảm bớt các rủi ro về tài sản đảm bảo trong hoạt động tín dụng.

- **Đối với hệ thống NH**

Chính phủ nên tiếp tục đẩy mạnh việc cải cách hệ thống NH để tăng cường tính thanh khoản và đảm bảo sự an toàn toàn diện của hệ thống. Điều này bao gồm việc giải quyết triệt để các NH yếu kém và cải thiện điều kiện hoạt động để các TCTD có thể hoạt động ổn định và hiệu quả hơn. Các biện pháp này không chỉ gia tăng sự vững chắc của hệ thống NH mà còn giúp cho sự phát triển lâu dài của nền kinh tế.

Cần cải thiện hệ thống pháp luật đề cập đến giải quyết tài sản bảo đảm, nhằm giúp các NHTM tăng cường khả năng thu hồi khoản vay và giảm thiểu chi phí xử lý vấn đề. Những cải cách này sẽ tăng tốc quá trình xử lý nợ xấu, đồng thời cải thiện hiệu quả hoạt động tín dụng của các NH.

Để đảm bảo tính công khai và minh bạch của thông tin về các giao dịch tài chính, cần thiết lập hệ thống cho phép người dân, doanh nghiệp và NH an tâm khi thực hiện đầu tư hoặc cấp tín dụng. Chính phủ nên cân nhắc việc cho phép các cá nhân và tổ chức đã đăng ký truy cập trực tuyến thông tin về các giao dịch bảo đảm. Điều này sẽ nâng cao tính minh bạch và độ tin cậy trong các hoạt động tín dụng và giao dịch tài chính.

3.2.2 Kiến nghị với Ngân hàng Nhà nước

NHNN giữ vị trí trọng yếu trong việc quản lý tiền tệ, NH và ngoại hối, có ảnh hưởng tới toàn bộ hoạt động của hệ thống NH, bao gồm Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á Châu (ACB) và Phòng Giao dịch Thống Nhất trực thuộc. Để cải thiện chất lượng tín dụng tại ACB, NHNN cần thực thi các chính sách và cơ chế rõ ràng để thúc đẩy sự phát triển.

NHNN cần tiếp tục tái tổ chức các TCTD và cải thiện tình trạng nợ xấu để vững vàng và đảm bảo sự bảo mật cho hệ thống NH. Những nỗ lực này đã củng cố sức mạnh tài chính của các TCTD, nâng cao điều hành và làm sáng tỏ các hoạt động. Các cải cách và chỉ đạo này đảm bảo các điều kiện có lợi cho các NH như ACB để nâng cao chất lượng tín dụng.

Để hỗ trợ hoạt động sản xuất kinh doanh và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, NHNN cần chủ động điều chỉnh chính sách tiền tệ, lãi suất và tỷ giá, đồng thời quản lý tín dụng trong các lĩnh vực tiềm ẩn rủi ro cao. Cải tiến hệ thống kiểm soát NH sẽ giúp đảm bảo sự ổn định của hệ thống tài chính, đồng thời phát hiện và xử lý kịp thời các vấn đề bất ổn.

Đồng thời, NHNN cần tối ưu hóa hiệu quả hoạt động của Trung tâm Thông tin Tín dụng (CIC) bằng cách cải thiện thông tin về dữ liệu tài chính và tín dụng, minh bạch hóa xếp loại tín dụng, và mở rộng sự đa dạng của sản phẩm dịch vụ. CIC cần cung cấp dữ liệu chính xác và cập nhật dữ liệu mới để hỗ trợ các NH để đưa ra quyết định cấp tín dụng và quản lý rủi ro.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất (ACB) đang hướng tới việc duy trì nhiệm vụ then chốt trong thị trường tài chính và tín dụng nhằm mục đích đạt được phát triển vững chắc và đảm bảo an toàn đến năm 2025. Để triển khai các chỉ tiêu quan trọng như tăng trưởng nguồn vốn và dư nợ tín dụng, đồng thời giám sát tỷ lệ nợ xấu, NH cần triển khai các giải pháp đồng bộ và hiệu quả. Trọng tâm của chiến lược bao gồm: cải tiến chất lượng quản lý tín dụng nhờ vào cải thiện quy trình thẩm định và thu hồi nợ, nâng cao và trau dồi kỹ năng cho nhân viên với mục đích chất lượng chăm sóc, hỗ trợ khách hàng và cải thiện quy trình xử lý khiếu nại để gia tăng sự hài lòng cho khách hàng. Đồng thời, NH cũng cần thực hiện các chính sách ưu đãi và sự kiện đặc biệt để củng cố sự gắn bó dài lâu với khách hàng. Những giải pháp này không chỉ hỗ trợ ACB cải thiện tiêu chuẩn CLDV mà còn thúc đẩy sự tăng cường khả năng cạnh tranh và có được sự tăng trưởng vững chắc trong tương lai.

KẾT LUẬN

Trong tình hình kinh tế toàn cầu ngày càng phát triển hội nhập sâu rộng và tình hình cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc nâng cao chất lượng tín dụng tại Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất (ACB) đã được xem là một mục tiêu cốt yếu và thiết yếu. Đề tài "*Giải pháp nâng cao chất lượng tín dụng tại Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất*" đã nghiên cứu và khuyến nghị các biện pháp hợp lý để cải thiện chất lượng tín dụng trong bối cảnh này.

Trên cơ sở các dữ liệu và phân tích tình hình cấp tín dụng của NH, em đã điểu qua tổng quan về ACB và nhận định hiện trạng hoạt động cấp tín dụng từ nhiều góc độ. Các chỉ tiêu như tình hình huy động vốn, dư nợ, tỷ lệ nợ quá hạn, nợ xấu đã được phân tích cụ thể, rõ ràng. Đánh giá này đã chỉ ra những kết quả thu được, song song làm rõ các nhược điểm và nguyên do của những vấn đề hiện tại.

Căn cứ vào những kết quả từ quá trình phân tích, bài nghiên cứu chỉ ra nhiều phương án nhằm cải thiện hoạt động tín dụng tại ACB. Những phương án này gồm có các việc như đổi mới hệ thống kiểm soát tín dụng, sử dụng kỹ thuật tiên tiến trong thẩm định và kiểm soát rủi ro, đào tạo đẩy mạnh cải thiện năng lực của nhân sự và tối ưu quy trình xử lý giao dịch. Ngoài ra, em cũng đề xuất đối với Chính phủ và NHNN, nhằm đảm bảo được điều kiện có lợi cho các NHTM, đặc biệt là ACB, trong việc tiến hành công tác tăng cường chất lượng vay vốn và nâng cấp hiệu năng nghiệp vụ kinh doanh.

Dù còn một số hạn chế do kỹ hạn tìm hiểu và tri thức vẫn còn bị giới hạn, em hy vọng rằng luận văn này sẽ cống hiến một phần quan trọng trong việc nâng cao chất lượng tín dụng và nâng cao hiệu suất hoạt động của Ngân hàng TMCP Á Châu - PGD Thống Nhất. Những đóng góp có ích của các thầy cô và các chuyên gia trong ngành sẽ là nguồn động lực để hoàn thiện và nâng cao giá trị của bài nghiên cứu, đồng thời giúp NH hoàn thành những kế hoạch phát triển lâu dài trong các năm tiếp theo.

**PHỤ LỤC: PHIẾU KHẢO SÁT KHÁCH HÀNG VỀ CHẤT LƯỢNG
TÍN DỤNG TẠI NGÂN HÀNG TMCP Á CHÂU - PGD THỐNG NHẤT
PHẦN A: GIỚI THIỆU**

Tôi tên là Chu Thị Quỳnh Hương, sinh viên chuyên ngành Tài chính - Ngân hàng khoa Tài chính - Kế toán trường Đại học Nguyễn Tất Thành.

Hiện tại, tôi đang tiến hành khảo sát nhằm mục đích nghiên cứu cho đề tài khóa luận tốt nghiệp của mình. Để hoàn thành đề tài này một cách chính xác và hiệu quả, sự hợp tác của Quý vị là vô cùng quan trọng.

Tôi cam kết rằng mọi thông tin được cung cấp sẽ được bảo mật tuyệt đối và chỉ được sử dụng cho mục đích nghiên cứu.

Xin chân thành cảm ơn Quý vị đã dành thời gian tham gia và đóng góp ý kiến quý báu của mình.

PHẦN B: NỘI DUNG

PHẦN 1: THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Anh/Chị thuộc nhóm khách hàng nào sau đây?

- Hộ sản xuất kinh doanh
- Cá nhân vay sinh hoạt tiêu dùng
- Doanh nghiệp nhà nước
- Công ty cổ phần
- Doanh nghiệp tư nhân
- Khác

2. Anh/Chị vui lòng chọn giới tính phù hợp?

- Nam
- Nữ

3. Anh/Chị thuộc nhóm tuổi nào sau đây?

- Dưới 25 tuổi
- Từ 25 tuổi đến dưới 40 tuổi
- Từ 40 tuổi đến dưới 55 tuổi
- Trên 55 tuổi

4. Anh/Chị đang vay vốn với mục đích nào sau đây?

- Tiêu dùng
- Sản xuất
- Khác

PHẦN 2: PHIẾU KHẢO SÁT

5. Ngân hàng cung cấp các dịch vụ tín dụng đúng với cam kết được quy định trong hợp đồng với Anh/Chị không?

- Hoàn toàn đồng ý
- Đồng ý
- Bình thường
- Không đồng ý
- Hoàn toàn không đồng ý

6. Ngân hàng luôn xử lý mọi thắc mắc hoặc khiếu nại của Anh/Chị một cách hợp lý và nhanh chóng không?

- Hoàn toàn đồng ý
- Đồng ý
- Bình thường
- Không đồng ý
- Hoàn toàn không đồng ý

7. Ngân hàng thực hiện việc giải ngân đúng theo thời hạn đã cam kết với Anh/Chị không?

- Hoàn toàn đồng ý
- Đồng ý
- Bình thường
- Không đồng ý
- Hoàn toàn không đồng ý

8. Ngân hàng có đảm bảo trong việc bảo mật thông tin hồ sơ vay của Anh/Chị không?

- Hoàn toàn đồng ý
- Đồng ý
- Bình thường
- Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

9. Lần đầu tiên Anh/Chị đến giao dịch, nhân viên luôn hoàn thành mọi công việc một cách chính xác không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

10. Anh/Chị thấy rằng nhân viên tín dụng có tuân thủ nguyên tắc trung thực trong công việc không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

11. Anh/Chị có cảm thấy thời gian xử lý các giao dịch tại ngân hàng hợp lý không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

12. Ngân hàng có luôn sẵn sàng để đáp ứng các yêu cầu của Anh/Chị không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

13. Thời gian làm việc của ngân hàng có thuận lợi để Anh/Chị đến giao dịch không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

14. Ngân hàng luôn đứng đầu trong việc cung cấp các sản phẩm tín dụng mới không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

15. Thủ tục vay tại ngân hàng có đơn giản, thời gian cho vay có linh hoạt không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

16. Anh/Chị cho rằng dịch vụ khách hàng 24/7 của ngân hàng có đáp ứng được nhu cầu của mình không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

17. Sản phẩm tín dụng của ngân hàng có đa dạng không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

18. Nhân viên của ngân hàng có lịch thiệp, ân cần và tôn trọng khách hàng không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

19. Đánh giá của Anh/Chị về sự chuyên nghiệp và thành thạo của nhân viên như thế nào?

Hoàn toàn chuyên nghiệp

Chuyên nghiệp

Bình thường

Không chuyên nghiệp

Hoàn toàn không chuyên nghiệp

20. Anh/Chị có cảm thấy thoải mái và gần gũi khi giao dịch tại ngân hàng không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

21. Nhân viên có được trang bị đầy đủ kiến thức chuyên môn để tư vấn và giải đáp thắc mắc của Anh/Chị không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

22. Ngân hàng có các chương trình quan tâm đến khách hàng như khuyến mãi và tặng quà sinh nhật cho khách hàng không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

23. Nhân viên nhiệt tình hỗ trợ khách hàng không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

24. Các thiết bị của ngân hàng được trang bị hiện đại không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

25. Cơ sở vật chất của ngân hàng sang trọng và tiện nghi không?

Hoàn toàn đồng ý

Đồng ý

Bình thường

Không đồng ý

Hoàn toàn không đồng ý

26. Đồng phục của nhân viên lịch sự, tối giản và đẹp, nhân viên ăn mặc gọn gàng, trang nhã không?

Hoàn toàn đồng ý

- Đồng ý
- Bình thường
- Không đồng ý
- Hoàn toàn không đồng ý

27. Anh/Chị cho rằng lãi suất cho vay có hấp dẫn không?

- Hoàn toàn đồng ý
- Đồng ý
- Bình thường
- Không đồng ý
- Hoàn toàn không đồng ý

28. Lãi suất được điều chỉnh phù hợp, theo thị trường không?

- Hoàn toàn đồng ý
- Đồng ý
- Bình thường
- Không đồng ý
- Hoàn toàn không đồng ý

29. Tài sản đảm bảo được định giá hợp lý không?

- Hoàn toàn hợp lý
- Hợp lý
- Bình thường
- Không hợp lý
- Hoàn toàn không hợp lý

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Avkiran, N.K. (1994), “*Developing an instrument to measure customer service quality in branch banking*”, International Journal of Bank Marketing, Vol. 12, No. 6, pp. 10 - 18
2. “*Báo cáo thường niên của Ngân hàng ACB năm 2021*”, https://static2.vietstock.vn/data/HOSE/2021/BCTN/VN/ACB_Baocaothuongnien_2021.pdf
3. Cronin, J. J. & Taylor, S. A., “*Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension, Journal of Marketing*”, 56 (July): 55-68, (1992)
4. Groönroos, C., “*A service quality model and its marketing implications*”, European Journal of Marketing, 18 (4) (1984), 36-44
5. Nguyễn Văn Dương, 2024, “*Tín dụng ngân hàng là gì? Các đặc điểm của tín dụng ngân hàng*”, <https://luatduonggia.vn/tin-dung-ngan-hang-la-gi-cac-dac-diem-cua-tin-dung-ngan-hang/>
6. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., Berry, L. L., “*A conceptual model of service quality and its implications for future research*”, Journal of Marketing, 49 (3) (1985), 41-50
7. Tăng Trí Hùng và Đặng Thế Hiền, 2019, “*Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định phê duyệt tín dụng ngân hàng: Nghiên cứu trường hợp các doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Thành phố Hồ Chí Minh*”, <https://tapchicongthuong.vn/cac-nhan-to-anh-huong-den-quyet-dinh-phe-duyet-tin-dung-ngan-hang--nghien-cuu-truong-hop-cac-doanh-nghiep-nho-va-vua-tai-thanh-pho-ho-chi-minh-62240.htm>
8. “*Tình hình hoạt động của ACB năm 2022*”, <https://acb.com.vn/acbwebsite/files/G1WDIYm0wQ8HCz6uGwRn7vAb5v6gerPIxmpCwD1.pdf>
9. Thảo Nhi, 2023, “*ACB: Lợi nhuận tăng nhưng điểm trừ trong năm 2023 là nợ xấu cao*”, <https://stockbiz.vn/tin-tuc/acb-loi-nhuan-tang-nhung-diem-tru-trong-nam-2023-la-no-xau-cao/24386485>
10. “*Thông tin tổng quan về Ngân hàng ACB*”, <https://acb.com.vn/tong-quan-ve-acb>

11. VCT, “*Tín dụng và chất lượng tín dụng của ngân hàng thương mại*”, https://luatsuvct.com/tin-dung-va-chat-luong-tin-dung-cua-ngan-hang-thuong-mai/#2_Ch%C3%A0t_lu%C3%B4ng_tin_dung_%E2%80%93_nhan_to_anh_huong_den_chat_luong_tin_dung

12. Xin Guo. Yan Zeng. "*Intensity process and compensator: A new filtration expansion approach and the Jeulin–Yor theorem.*" *Ann. Appl. Probab.* 18 (1) 120 - 142, February 2008