

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG CHO VAY MUA XE Ô TÔ KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI NGÂN HÀNG

1.1 Tổng quan về ngân hàng thương mại:

1.1.1 Khái niệm ngân hàng thương mại:

Ngân hàng thương mại (NHTM) là một hình thức ngân hàng được thành lập và tổ chức dưới dạng công ty cổ phần, thực hiện mọi hoạt động ngân hàng cũng như các hoạt động kinh doanh (HĐKD) khác theo quy định của Luật các tổ chức tín dụng với mục tiêu tạo ra lợi nhuận.


Xét trên quan niệm loại hình dịch vụ mà Ngân hàng cung cấp, theo Peter Roes, “Ngân hàng là loại hình tổ chức tài chính cung cấp một danh mục tài chính đa dạng nhất, đặc biệt là tín dụng, tiết kiệm, dịch vụ thanh toán,... và thực hiện nhiều dịch vụ tài chính nhất so với bất kỳ tổ chức kinh doanh nào trong nền kinh tế”.

Dựa trên hoạt động chủ yếu của Ngân hàng, theo luật các tổ chức tín dụng Việt Nam, “Hoạt động Ngân hàng là hoạt động kinh doanh tiền tệ và dịch vụ Ngân hàng với nội dung thường xuyên là nhận tiền gửi và sử dụng số tiền này để cấp tín dụng và cung ứng các dịch vụ thanh toán”.

1.1.2 Đặc điểm của ngân hàng thương mại:

Là một thực thể đặc biệt được điều chỉnh bởi Luật doanh nghiệp và Luật các tổ chức tín dụng trong lĩnh vực kinh doanh tiền tệ với mục tiêu sinh lợi. Hoạt động và được tổ chức theo một hình thức pháp lý nhất định. Đây là tổ chức tín dụng được thành lập nhằm thực hiện các hoạt động ngân hàng. Được hình thành dựa trên nền tảng của luật ngân hàng và giấy phép hoạt động từ ngân hàng trung ương. Là tổ chức tín dụng không được phép huy động vốn có thời hạn dưới một năm. Là tổ chức tín dụng không đảm nhận các chức năng thanh toán (như công ty tài chính, công ty cho thuê tài chính).

1.1.3 Chức năng của ngân hàng thương mại:

 Trung gian cho vay

Ngân hàng thương mại hoạt động như cầu nối giữa những người thiếu hụt vốn và những người nhàn rỗi vốn. Thông qua việc hình thành quỹ và cung cấp khoản vay, ngân hàng thương mại giúp vận hành dòng tiền trong nền kinh tế bằng cách khai thác nguồn vốn nhàn rỗi từ các nhà đầu tư. Với chức năng là trung gian cho vay, ngân hàng thương mại mang lại lợi ích cho tất cả các bên liên quan và đồng thời thúc đẩy sự tăng trưởng của nền kinh tế.

Trung gian thanh toán

Chức năng này đóng vai trò quan trọng trong xã hội. Ngân hàng thực hiện chức năng này thông qua việc xử lý các giao dịch thanh toán theo yêu cầu của khách hàng và tuân thủ luật pháp. Nhờ vào chức năng thanh toán của ngân hàng, mọi người có thể tiết kiệm thời gian và chi phí trong cuộc sống hiện đại so với trước đây. Chức năng này còn giúp thúc đẩy hoạt động kinh doanh, nâng cao lưu thông hàng hóa và tăng tốc độ vận chuyển vốn.

Chức năng tạo tiền

Chức năng tạo ra tiền tệ thể hiện bản chất của ngân hàng thương mại, với mục tiêu chính là tối đa hóa lợi nhuận. Mỗi hoạt động kinh doanh trong hệ thống ngân hàng đều có những đặc điểm riêng biệt và cùng nhau góp phần vào khả năng tạo tiền cho ngân hàng cũng như nền kinh tế. Khả năng sinh ra tiền tệ từ ngân hàng thương mại giúp đáp ứng các nhu cầu thanh toán và chi tiêu của xã hội. Điều này không chỉ thúc đẩy luồng tiền mà còn hỗ trợ sự phát triển của nền kinh tế.

1.1.4 Hoạt động tín dụng:

Tại Việt Nam, theo luật các tổ chức tín dụng điều 4 số 47/2000/QH12 ngày 16/6/2010 quy định: “*NHTM là tổ chức kinh doanh tiền tệ mà hoạt động chủ yếu và thường xuyên là nhận tiền gửi của khách hàng với trách nhiệm hoàn trả và sử dụng số tiền đó để cho vay, thực hiện nghiệp vụ chiết khấu và làm phương tiện thanh toán*”. Hệ thống NHTM tại Việt Nam bao gồm: Ngân hàng quốc doanh, Ngân hàng thương mại cổ phần, Ngân hàng liên doanh giữa Việt Nam và nước ngoài, Chi nhánh ngân hàng nước ngoài tại Việt Nam.

1.2 Hoạt động cho vay mua ô tô tại các ngân hàng thương mại:

1.2.1 Khái niệm, đặc điểm của hoạt động cho vay mua ô tô:

1.2.1.1 Khái niệm:

Cho vay mua xe hơi là một dịch vụ tín dụng mà ngân hàng thương mại cung cấp, trong đó ngân hàng sẽ hỗ trợ khách hàng bằng cách cấp cho họ một khoản tiền để sử dụng vào việc mua xe hơi. Khách hàng có trách nhiệm hoàn trả cả gốc và lãi theo những điều khoản đã thống nhất. Hiện nay, nhiều ngân hàng đang tích cực triển khai và mở rộng loại hình cho vay này do thị trường mua ô tô rất tiềm năng.

1.2.1.2 Đặc điểm:

Cho vay là một dạng của việc cho vay. Do đó, nó cũng có tất cả những đặc điểm giống như cho vay thông thường. Bên cạnh đó, hoạt động cho vay mua xe ô tô còn có những đặc điểm riêng biệt sau đây:

1.2.1.2.1 Đặc điểm về đối tượng, phạm vi, và quy mô của cho vay:

Đặc điểm về đối tượng:

Khách hàng khi vay tiền để mua ô tô sẽ nhận được số tiền tương ứng với giá trị của chiếc xe. Giá trị này bao gồm nhiều loại chi phí như: phí đăng ký, giá mua xe, phí bảo hiểm, và thuế. Việc cho vay có thể bao gồm hoặc không bao gồm những chi phí khác ngoài giá mua xe, tùy theo quy định của từng ngân hàng. Thông thường, các ngân hàng sẽ cho vay một tỷ lệ nhất định của chi phí mua xe, thường nằm trong khoảng từ 60% đến 80%.

Phạm vi và qui mô:

Tất cả cá nhân, hộ gia đình và tổ chức có nhu cầu vay tiền để mua xe đều có thể được hỗ trợ khi đáp ứng đủ điều kiện pháp lý và năng lực hành vi dân sự, cũng như các yêu cầu của ngân hàng.

- Đối với nhóm khách hàng cá nhân và hộ gia đình: Nhóm này thường có thu nhập ổn định và cao, họ cần ô tô cho việc đi lại hàng ngày. Xe mà họ lựa chọn thường là xe nhỏ, xe du lịch hoặc các mẫu xe sang trọng, hiện đại với giá trị lớn. Khi nền kinh tế phát triển, nhu cầu sử dụng ô tô của người dân ngày càng tăng, khiến số

lượng khách hàng trong nhóm này cũng gia tăng, thông thường họ chỉ mua một chiếc xe.

- Đối với nhóm khách hàng doanh nghiệp: Nhóm này thường muốn mua ô tô phục vụ cho hoạt động chung của công ty, như di chuyển lãnh đạo, đưa đón nhân viên hoặc vận chuyển hàng hóa và nguyên liệu. Họ thường mua ít xe nhưng giá trị cao và kích thước lớn. Đối với các doanh nghiệp chuyên về vận tải, nhóm khách hàng này thường tìm kiếm những loại xe phục vụ cho công việc kinh doanh của họ. Họ thường đầu tư vào một số lượng lớn xe có giá trị trung bình, do đó số tiền họ cần vay cũng lớn.

1.2.1.2.2 Đặc điểm về thời gian cho vay mua ô tô:

Khi nói đến các sản phẩm cho vay mua ô tô, thường có nhiều lựa chọn về thời gian vay, bao gồm ngắn hạn, trung hạn và dài hạn. Tuy nhiên, khoản vay trả góp thường nằm trong phân khúc trung hạn và dài hạn. Các ngân hàng thường quy định thời gian vay từ 1 đến 10 năm, tùy thuộc vào từng ngân hàng, mục đích sử dụng số tiền vay, tài sản đảm bảo (TSDB) cũng như kế hoạch trả nợ của người vay. Một số sản phẩm vay có thể có thời hạn dài hơn, nhưng các ngân hàng thường không thoải mái khi cho vay quá lâu. Bởi vì nếu vậy, khả năng trả nợ của khách hàng sẽ bị giảm sút, việc thu hồi nợ sẽ trở nên khó khăn hơn, và rủi ro cho ngân hàng cũng tăng lên.

1.2.1.2.3 Đặc điểm về rủi ro và lãi suất cho vay mua ô tô:

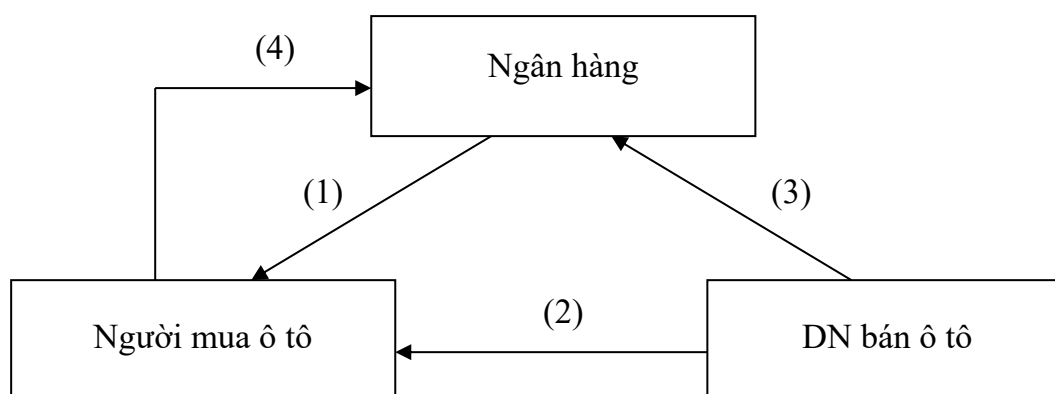
Khi khách hàng mua ô tô, họ thường sử dụng chính chiếc xe làm tài sản thế chấp, trong khi giá trị của xe lại giảm dần theo thời gian. Khách hàng sẽ dùng thu nhập của mình để trả nợ cho ngân hàng. Do đó, khả năng thu hồi nợ của ngân hàng sẽ bị ảnh hưởng nếu khách hàng gặp khó khăn về việc làm hay thu nhập giảm sút. Khi ngân hàng cho vay để mua ô tô, họ thường giữ bản chính giấy tờ xe và yêu cầu khách hàng phải mua bảo hiểm cho xe, với ngân hàng là người thụ hưởng trong trường hợp xảy ra thiệt hại. Tuy nhiên, các khoản vay mua ô tô thường có giá trị nhỏ, giúp ngân hàng phân tán rủi ro, nên hoạt động này được coi là có mức độ rủi ro thấp. Tại Việt Nam, lãi suất (LS) cho vay mua ô tô thường cao hơn so với các hình thức vay khác. Theo khung lãi suất cũ của Ngân hàng Nhà nước (NHNN), lãi suất cho vay

mua ô tô dao động từ 1 đến 1,2% mỗi tháng. Từ đầu năm 2008, lãi suất này tăng lên khoảng 1,3 đến 1,7% mỗi tháng, tùy thuộc vào thời gian vay và loại sản phẩm vay. Với những khoản vay có thời gian dưới 12 tháng, ngân hàng áp dụng lãi suất cố định, còn với các khoản vay trên 12 tháng thì lãi suất sẽ là thả nổi.

1.2.1.2.4 Các phương thức cho vay mua ô tô:

Các hình thức vay mua xe ô tô sẽ phụ thuộc vào từng trường hợp cụ thể, do đó cũng có nhiều phương thức cho vay khác nhau.

Mối quan hệ giữa ngân hàng và khách hàng có thể được phân thành hai dạng cho vay: cho vay trực tiếp và cho vay gián tiếp. Cụ thể, đối với hình thức cho vay trực tiếp, ngân hàng sẽ là bên cung cấp khoản vay cho người tiêu dùng. Trong hình thức này, ngân hàng sẽ thay mặt khách hàng thanh toán toàn bộ số tiền mua xe cho các nhà sản xuất, doanh nghiệp hoặc đại lý bán xe. Khi đến thời hạn trả nợ, khách hàng có trách nhiệm hoàn trả lại cho ngân hàng số tiền đã vay cộng với lãi suất theo thỏa thuận trong hợp đồng. Hình thức này có thể được trình bày qua một sơ đồ đơn giản như sau:



Sơ đồ 1. 1: Phương thức cho vay trực tiếp đối với người mua

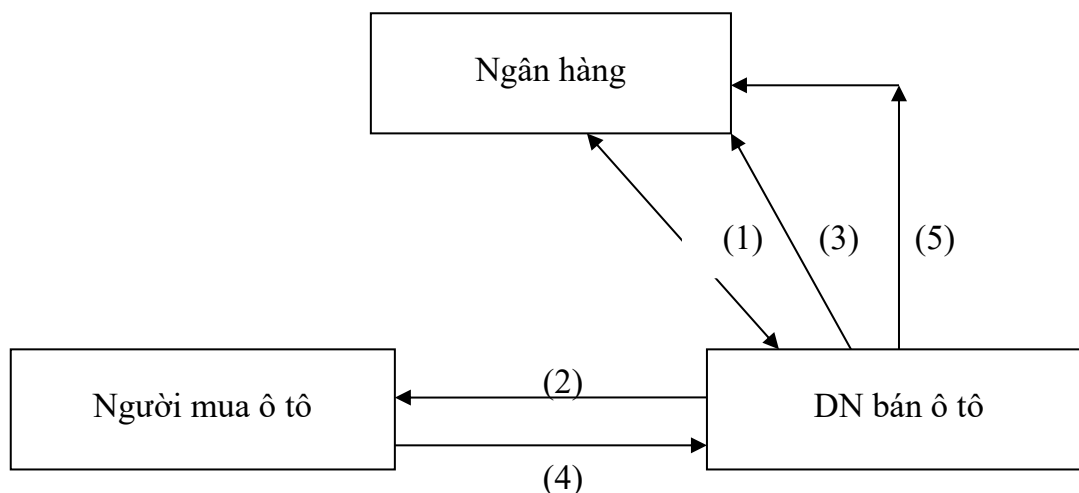
(1): Ngân hàng ký hợp đồng tín dụng với người mua ô tô để trả tiền cho doanh nghiệp bán ô tô

(2): Doanh nghiệp ký hợp đồng bán ô tô cho người mua

(3): NH thanh toán tiền mua ô tô của khách hàng đã ký theo hợp đồng

(4): Người mua ô tô trả tiền nợ và lãi cho NH

Phương thức vay gián tiếp: Ngân hàng sẽ tài trợ một phần hoặc toàn bộ cho doanh nghiệp bán ô tô. Các doanh nghiệp sẽ nhận ngay số tiền sau khi bán hàng và làm đại lý thu tiền cho ngân hàng. Phương thức này được thể hiện qua sơ đồ sau:



Sơ đồ 1.2 Phương thức cho vay gián tiếp

- (1): NH kí hợp đồng với doanh nghiệp bán ô tô về việc tài trợ cho người mua ô tô
- (2): Doanh nghiệp bán ô tô cho người mua và kí hợp đồng với người mua
- (3): Doanh nghiệp bán ô tô tập trung hóa đơn bán hàng đưa lên NH để NH thanh toán
- (4): Doanh nghiệp bán ô tô thu tiền mua ô tô của khách hàng
- (5): Doanh nghiệp bán ô tô nộp tiền đã thu của người mua cho NH

1.3 Các chỉ tiêu dùng để đánh giá các hoạt động cho vay

1.3.1 Định lượng

Phương pháp định lượng thường được xem là liên quan chặt chẽ đến việc hiểu biết và nghiên cứu về thực tế, thường được mô tả như việc thu thập và phân tích các dữ liệu dưới dạng con số.

1.3.2 Định tính

Phương pháp luận định tính thường được liên kết chặt chẽ với việc hiểu biết và giải thích lý do, thường được xem là việc nói về cách thu thập và phân tích dữ liệu dựa trên sự hiểu biết sâu rộng, tập trung vào việc hiểu rõ ý nghĩa của chúng.

1.4 Các nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động cho vay mua ô tô:

1.4.1 Nhóm nhân tố chủ quan:

✚ Định hướng phát triển của ngân hàng

Sự tăng trưởng của ngành ngân hàng tác động đến mọi hoạt động trong lĩnh vực này, và điều đó cũng có ảnh hưởng trực tiếp đến việc cho vay để mua ô tô. Do đó, các hoạt động cho vay ô tô cần phải dựa vào chiến lược phát triển của ngân hàng.

✚ Chính sách tín dụng của ngân hàng

Chính sách tín dụng đóng vai trò rất quan trọng trong việc cho vay mua ô tô của các ngân hàng. Nó sẽ quyết định các yếu tố như lãi suất, quy mô, thời hạn tín dụng và các điều khoản bảo lãnh cũng như cách xử lý tài sản gặp vấn đề trong một khoảng thời gian nhất định. Một chính sách tín dụng hợp lý sẽ thu hút nhiều khách hàng và đem lại hiệu quả cao cho ngân hàng. Ngược lại, nếu chính sách tín dụng không hợp lý thì sẽ gây cản trở cho sự phát triển của ngân hàng. Vì vậy, chính sách tín dụng chính là kim chỉ nam cho mọi hoạt động tín dụng tại ngân hàng.

✚ Trình độ nghiệp vụ của cán bộ tín dụng

Nhân viên tín dụng đóng vai trò rất quan trọng trong việc quyết định cho hay không cho khách hàng vay tiền. Họ cần phải có kiến thức vững về tài chính, quy trình cho vay cũng như khả năng tư vấn hiệu quả cho khách hàng. Sự chuyên nghiệp của nhân viên tín dụng tác động trực tiếp đến trải nghiệm của khách hàng. Một đội ngũ nhân viên tín dụng làm việc tận tâm và chu đáo sẽ dễ dàng chiếm được lòng tin của khách hàng, từ đó nâng cao uy tín và hình ảnh chuyên nghiệp của ngân hàng. Đây là cách tốt nhất để quảng bá thương hiệu ngân hàng. Khi ngân hàng xây dựng được thương hiệu mạnh, khách hàng sẽ tự động tìm đến họ.

✚ Quy trình cho vay mua ô tô

Quy trình cho vay mua ô tô là các bước cụ thể để thực hiện việc cho vay trong lĩnh vực này. Khi quy trình cho vay diễn ra một cách đơn giản, nhanh chóng và không gặp quá nhiều trở ngại, thời gian xử lý sẽ được rút ngắn cho cả ngân hàng lẫn khách hàng. Điều này giúp ngân hàng thu hút thêm nhiều khách hàng tiềm năng. Ngược lại, nếu quy trình cho vay trở nên phức tạp, nó sẽ gây khó khăn cho hoạt động cho vay

của ngân hàng, làm tăng chi phí và khiến ngân hàng không đạt được mục tiêu của mình trong lĩnh vực cho vay ô tô.

✚ Tình hình huy động vốn của ngân hàng

Khả năng huy động vốn của ngân hàng có tác động rõ rệt đến chính sách cho vay của họ. Khi ngân hàng có khả năng huy động vốn hiệu quả, họ sẽ dễ dàng mở rộng các khoản cho vay. Ngược lại, nếu việc huy động vốn gặp khó khăn, ngân hàng sẽ siết chặt tín dụng, điều này sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động cho vay mua ô tô của họ.

✚ Mạng lưới và lãi suất cho vay mua ô tô

Một ngân hàng có nhiều chi nhánh sẽ dễ dàng tiếp cận khách hàng hơn và mở rộng quy mô khách hàng. Ngược lại, nếu ngân hàng có ít chi nhánh, khả năng tiếp cận khách hàng sẽ bị hạn chế và quy mô khách hàng cũng giảm đi.

Lãi suất cho vay mua ô tô là khoản phí mà khách hàng phải trả cho ngân hàng vì họ đã cho vay tiền để khách hàng có thể mua xe. Khi lãi suất cho vay thấp, ngân hàng sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn. Tuy nhiên, lãi suất cho vay không phải là công cụ cạnh tranh hiệu quả nhất bởi vì nó không thể thấp hơn lãi suất huy động. Nếu các ngân hàng cạnh tranh bằng cách hạ lãi suất, điều này sẽ dẫn đến một cuộc đua về lãi suất trong toàn hệ thống ngân hàng, gây thiệt hại lớn cho nền kinh tế.

1.4.2 Nhóm nhân tố khách quan:

✚ Nhu cầu vay vốn của khách hàng

Nhu cầu vay tiền của khách hàng bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố như nghề nghiệp, nơi cư trú, thu nhập và mục đích sử dụng xe. Thông thường, những người có thu nhập cao và ổn định, sống ở các thành phố lớn thường có xu hướng mua ô tô đắt tiền hơn so với những người có thu nhập trung bình và sống ở vùng nông thôn. Nhu cầu vay vốn của khách hàng tác động trực tiếp đến giá trị khoản vay, từ đó ảnh hưởng đến quy mô và dư nợ trong hoạt động cho vay mua xe hơi.

✚ Khả năng trả nợ của khách hàng

Những khách hàng có khả năng thanh toán nợ ổn định sẽ được ngân hàng cấp vốn. Việc mở rộng cho vay không có nghĩa là ngân hàng sẽ cho vay khách hàng khi khả năng trả nợ của họ kém. Do đó, ngân hàng cần phải xem xét một cách kỹ lưỡng và chính xác khả năng thanh toán nợ của khách hàng trước khi đưa ra quyết định cho vay.

Tài sản đảm bảo

Khi khách hàng muốn vay tiền để mua ô tô, họ cần phải có tài sản để đảm bảo cho khoản vay. Tài sản này có thể là chính chiếc xe mà khách hàng định mua hoặc có thể là những tài sản khác mà họ sở hữu. Ngân hàng chỉ chấp nhận cho vay đối với những khách hàng có tài sản đảm bảo đáng tin cậy.

1.5 Một số mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ phổ biến

1.5.1 Mô hình chất lượng khoảng cách của Parasuraman & ctg

Dựa trên mô hình CLDV của Gronroos (1984), Parasuraman & đồng nghiệp (1985) cũng đã phát triển mô hình về chất lượng dịch vụ ở các mức độ khác nhau giữa người tiêu dùng và nhà cung cấp. Mô hình này xác định 5 khoảng cách CLDV: “*Khoảng cách 1 (GAP1) là sự chênh lệch giữa kỳ vọng của khách hàng và cảm nhận của nhà cung cấp về kỳ vọng đó. Khi khách hàng không hiểu rõ về các yếu tố chất lượng dịch vụ, sự hiểu biết sai lầm này sẽ tạo ra khoảng cách. Khoảng cách 2 (GAP2) xuất phát khi nhà cung cấp gặp khó khăn trong việc chuyển đổi kỳ vọng thành các tiêu chí chất lượng cụ thể và truyền đạt chúng đúng cách cho khách hàng. Các tiêu chí này trở thành thông tin tiếp thị đến khách hàng. Khoảng cách 3 (GAP3) xảy ra khi nhân viên không tuân thủ đúng các tiêu chí đã được định sẵn khi cung cấp dịch vụ cho khách hàng. Vai trò của nhân viên trực tiếp trong việc tạo ra CLDV rất quan trọng. Khoảng cách 4 (GAP4) là sự chênh lệch giữa dịch vụ được cung cấp và thông tin mà khách hàng nhận được. Thông tin này có thể tăng kỳ vọng nhưng cũng có thể làm giảm CLDV khi khách hàng không nhận được những gì đã hứa hẹn. Khoảng cách GAP5 xuất phát từ sự khác biệt giữa cảm nhận và kỳ vọng của khách hàng khi họ sử dụng dịch vụ. Theo Parasuraman & đồng nghiệp (1985), khoảng cách này được coi là khoảng cách*

thứ 5 trong việc đánh giá chất lượng dịch vụ. Được tính toán dựa trên các khoảng cách trước đó như: $GAP5 = f(GAP1, GAP2, GAP3, GAP4)$. Để cải thiện chất lượng dịch vụ và giảm thiểu khoảng cách này, các nhà cung cấp dịch vụ cần phải tập trung vào việc rút ngắn các khoảng cách đó. Theo mô hình này, chất lượng dịch vụ được xem xét dựa trên sự phù hợp giữa cảm nhận và kỳ vọng của khách hàng, có thể được biểu diễn như sau: $SQ = f(\text{nhận thức}, \text{kỳ vọng})$ ”.

$$SQ = \sum_{j=1}^k (P_{ij} - E_{ij})$$

Trong đó: SQ: là cảm nhận chất lượng dịch vụ tổng thể; k: là số lượng thuộc tính P_{ij} (Perception): là kết quả của việc tác động i lên thuộc tính j . E_{ij} (Expectation): là mức độ kỳ vọng về chất lượng của thuộc tính j khi có tác động từ i . Mô hình CLDV khoảng cách này đã được Parasuraman phát triển, điều chỉnh và giới thiệu bộ mô hình đo lường CLDV SERVQUAL (Parasuraman & đồng nghiệp, 1988, 1991). Ban đầu, mô hình CLDV này bao gồm 10 yếu tố: (1) Đáng tin cậy (Reliability): Đánh giá khả năng cung cấp dịch vụ đúng và đúng hẹn ngay từ lần đầu tiên. (2) Sẵn sàng (Responsiveness): Phản ánh sự mong muốn và sẵn lòng phục vụ của nhân viên đối với khách hàng. (3) Năng lực (Competence): Đánh giá trình độ chuyên môn để cung cấp dịch vụ. Năng lực phục vụ thể hiện khi nhân viên tiếp xúc với khách hàng, thực hiện dịch vụ trực tiếp và nghiên cứu thông tin liên quan. (4) Tiếp cận (Access): Liên quan đến việc tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng tiếp cận dịch vụ, bao gồm việc giảm thời gian chờ đợi, thuận tiện về địa điểm và giờ mở cửa. (5) Lịch sự (Courtesy): Đánh giá cách phục vụ lịch sự, niềm nở và thân thiện với khách hàng.

Thông tin: Khi nói về việc truyền đạt thông tin, chúng ta cần sử dụng ngôn ngữ mà khách hàng dễ hiểu và lắng nghe những vấn đề của họ như giải thích dịch vụ, chi phí và giải quyết khiếu nại.

Tín nhiệm: Đây là khả năng tạo lòng tin cho khách hàng, giúp họ tin tưởng vào công ty. Điều này thể hiện qua uy tín của công ty và thái độ của nhân viên khi giao tiếp với khách hàng.

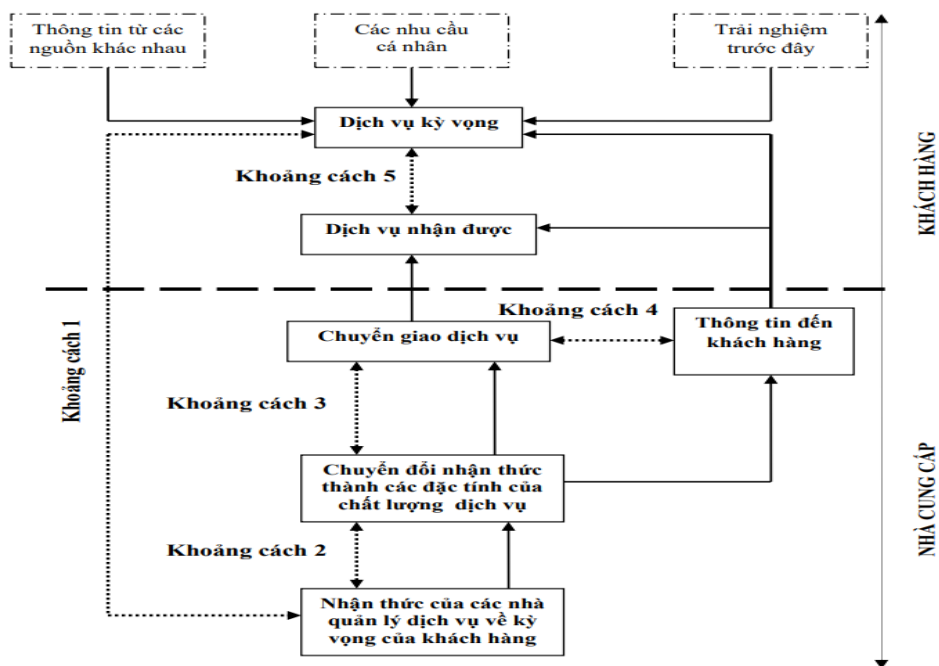
An toàn: Đây liên quan đến việc đảm bảo an toàn cho khách hàng, bao gồm an toàn vật chất, tài chính và bảo mật thông tin.

Hiểu biết khách hàng: Khả năng này thể hiện qua việc hiểu rõ nhu cầu của khách hàng, quan tâm đến họ và nhận diện khách hàng thường xuyên.

Phương tiện hữu hình: Được thể hiện qua ngoại hình, trang phục của nhân viên và các thiết bị phục vụ dịch vụ.

Mặc dù mô hình 10 yếu tố CLDV trên đề cập đến hầu hết các khía cạnh của dịch vụ, nhưng có điểm yếu là phức tạp trong việc đánh giá CLDV. Hơn nữa, mô hình này chỉ mang tính lý thuyết và bỏ qua nhiều yếu tố thực tế.

Hình ảnh của dịch vụ không phân biệt đủ. Vì vậy, Parasuraman và đồng nghiệp (1988, 1991) đã kết hợp các yếu tố có mối liên hệ với nhau và thu gọn xuống còn 5 thành phần như sau: (1) cơ sở vật chất; (2) đáng tin cậy; (3) sự phục vụ; (4) khả năng phục vụ; (5) sự đồng cảm và tạo ra bộ thang đo SERVQUAL bao gồm 22 chỉ số để đánh giá chất lượng dịch vụ theo kỳ vọng và cảm nhận của khách hàng.



Hình 1. 1: Mô hình chất lượng dịch vụ SERVQUAL

Nguồn: Parasuraman, A.Berry, Leonard L.;Zeithaml & Valarie A. (1985)

1.5.2 Mô hình BANKSERV của Avkiran

Theo mô hình BANKSERV của Avkiran (1994): “Để tạo ra bộ công cụ đo lường chất lượng dịch vụ ngân hàng, Avkiran (1994) đã phát triển một bộ công cụ ban đầu gồm 27 chỉ số thuộc 6 thành phần khác nhau. Đây bao gồm: (1) Sự tin cậy; (2) tiện ích sản phẩm; (3) Chính sách lãi suất; (4) Sự cảm thông; (5) Chăm sóc khách hàng; và (6) Công cụ hỗ trợ, dựa trên SERVQUAL của Parasuraman & cộng sự (1985). Sau khi kiểm tra bộ công cụ này thông qua khảo sát khách hàng sử dụng dịch vụ ngân hàng tại các chi nhánh của ngân hàng thương mại Úc, Avkiran (1994) đã đề xuất mô hình đo lường chất lượng dịch vụ BANKSERV với 4 thành phần và 17 chỉ số để đánh giá hoạt động của các chi nhánh ngân hàng và dự báo vấn đề có thể phát sinh trong quá trình cung cấp dịch vụ và phân loại khách hàng, từ đó giúp tối ưu hóa quyết định Marketing”.

Thành phần thứ nhất là Chăm sóc khách hàng: Đánh giá cách nhân viên phục vụ tương tác với khách hàng, văn hóa làm việc và hình ảnh chuyên nghiệp của họ.

Thành phần thứ hai là Sự tin cậy: Đo lường khả năng của ngân hàng duy trì sự tin cậy của khách hàng bằng cách xử lý lỗi và thông báo kết quả cho khách hàng.

Thứ tư là công cụ hỗ trợ: Để thể hiện việc đáp ứng các nhu cầu cơ bản của khách hàng, ngân hàng cần truyền đạt thông tin về tài chính một cách thành công và phân phát thông báo đúng thời điểm.

Cuối cùng là chính sách lãi suất: Sự rõ ràng về lãi suất và nhiều chính sách ưu đãi lãi suất khi sử dụng thêm sản phẩm dịch vụ tại ngân hàng.

1.5.3 Mô hình BSQ của Bahia & Nantel

Theo mô hình của Bahia & Nantel (BSQ) (2000): “Trong lĩnh vực đo lường chất lượng dịch vụ (CLDV) ngân hàng, có các mô hình được tạo ra dựa trên nhu cầu cụ thể của từng ngân hàng và cũng có những mô hình áp dụng cho nhiều loại dịch vụ khác nhau. Để đo lường chất lượng dịch vụ ngân hàng một cách tổng quát, Bahia & Nantel (2000) đã phát triển mô hình đo lường CLDV ngân hàng BSQ với 31 biến quan sát chia thành 6 thành phần: hiệu quả và đảm bảo, tiếp cận, giá cả, hạ tầng, danh mục dịch vụ, và đáng tin cậy, kết hợp từ mô hình SERVQUAL của Parasuraman & cộng sự và yếu tố 7Ps trong marketing mix”.

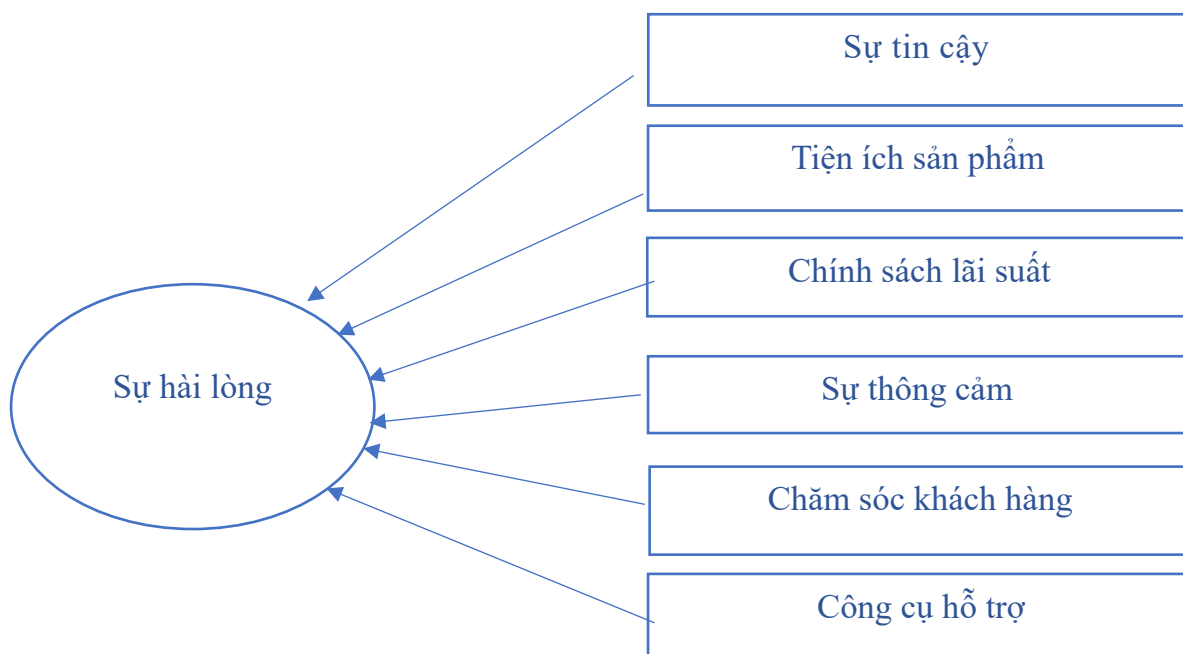
1.5.4 Mô hình các nhân tố CLDV dựa trên sự hài lòng của Johnston

Theo mô hình các nhân tố CLDV dựa trên sự hài lòng của Johnston (1997): “Bắt đầu từ những phản hồi không hài lòng của khách hàng về dịch vụ ngân hàng ở Anh Quốc, có thấy rằng sự tăng lên, mặc dù các ngân hàng đã cố gắng nhiều để cải thiện dịch vụ của mình. Johnston (1997) đã nghiên cứu và đánh giá ảnh hưởng của việc cải thiện chất lượng dịch vụ đến sự hài lòng hoặc không hài lòng của khách hàng, đồng thời đề xuất một mô hình đo lường bao gồm 18 yếu tố quyết định chất lượng dịch vụ của ngân hàng như sau: (1) Tiếp cận: Khả năng dễ dàng tiếp cận địa điểm giao dịch và tìm đường đi. (2) Tính thẩm mỹ: Bao gồm cảnh quan môi trường dịch vụ, sửa chữa, chỉnh chu cơ sở vật chất, nhu yếu phẩm và hình tượng chuyên nghiệp của nhân sự. (3) Tính chu đáo: Thể hiện qua thái độ phục vụ tốt và để lại dấu ấn tốt cho khách hàng thông qua sự quan tâm và sẵn lòng giúp đỡ. (4) Chăm sóc: Sự quan tâm, đồng cảm và kiên nhẫn với khách hàng. (5) Sẵn sàng phục vụ: Đây là việc cho biết khả năng cung cấp dịch vụ, số lượng nhân viên và loại hình phục vụ cho khách hàng. Đối với nhân sự điều hành, điều này bao gồm số lượng nhân sự phục vụ cho mỗi khách hàng và thời gian họ dành cho từng khách hàng. (6) Sạch sẽ và gọn gàng: Đánh giá mức độ sạch sẽ, gọn gàng của các yếu tố liên quan đến môi trường phục vụ, cơ sở vật chất, cách trang trí và ngay cả nhân viên phục vụ. (7) Tiện nghi: Đo lường mức độ tiện nghi của máy móc thiết bị và không gian. (8) Cam kết: Phản ánh sự cam kết của nhân viên

với công việc của họ, luôn tự hào và hài lòng với công việc, có tư duy tích cực và chu đáo. (9) *Giao tiếp*: Đánh giá khả năng truyền đạt thông tin về dịch vụ một cách rõ ràng, đầy đủ và chính xác để khách hàng hiểu. Điều này không chỉ qua lời nói hoặc văn bản mà còn qua khả năng lắng nghe và hiểu biết khách hàng. (10) *Yên tâm (Security)*: Khách hàng sẽ cảm thấy yên tâm khi thực hiện giao dịch với ngân hàng và được đảm bảo nhận được sự phục vụ chuyên nghiệp”.

1.6 Mô hình đề xuất nghiên cứu và cơ sở xây dựng thang đo các nhân tố:

Dựa vào việc xem xét các mô hình nghiên cứu về dịch vụ ngân hàng trực tuyến nói chung và dịch vụ ngân hàng qua mạng của ngân hàng cụ thể, em đã nhận thấy rằng mô hình BANKSERV của Avkiran là lựa chọn phù hợp để sử dụng trong đề tài ‘Nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay mua xe ô tô khách hàng cá nhân tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín’ và hỏi ý kiến của anh Tăng Đỗ Trung để đề xuất mô hình nghiên cứu:



Sơ đồ 1. 3: Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Tác giả tự đề xuất

Trong mô hình nghiên cứu đề xuất chúng ta được phép hình thành năm giả thuyết để kiểm định mô tả bao gồm giả thuyết H1 , H2 , H3, H4, H5, H6 được trình bày như sau:

✓ H1 : Sự tin cậy có quan hệ cùng chiều với chất lượng dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ cho vay mua xe ô tô khách hàng cá nhân.

✓ H2 : Tiện ích sản phẩm có quan hệ cùng chiều với chất lượng dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ cho vay mua xe ô tô khách hàng cá nhân.

✓ H3 : Chính sách lãi suất có quan hệ cùng chiều với chất lượng dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ cho vay mua xe ô tô khách hàng cá nhân.

✓ H4 : Sự thông cảm có quan hệ cùng chiều với chất lượng dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ cho vay mua xe ô tô khách hàng cá nhân.

✓ H5 : Chăm sóc khách hàng có quan hệ cùng chiều với chất lượng dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ cho vay mua xe ô tô khách hàng cá nhân.

✓ H6: Công cụ hỗ trợ có quan hệ cùng chiều với chất lượng dịch vụ của khách hàng đối với dịch vụ cho vay mua xe ô tô khách hàng cá nhân.

Điều này có nghĩa là khi khách hàng đánh giá cao sáu yếu tố này, họ sẽ cảm thấy hài lòng hơn và ngược lại. Mô hình nghiên cứu tổng quát được trình bày dưới đây như sau: Yi phụ thuộc vào sáu yếu tố X1, X2, X3, X4, X5, X6.

Trong đó:

- Biến phụ thuộc gồm: Yi – Sự hài lòng cho vay mua xe ô tô
- Biến độc lập gồm: X1 – Sự tin cậy; X2 – Tiện ích sản phẩm; X3 – Sự cảm thông; X4 - Chăm sóc khách hàng; X5 – Chính sách lãi suất; X6 – Công cụ hỗ trợ.

Bảng thang đo nghiên cứu

STT	Mã hiệu	CÁC BIẾN QUAN SÁT
		Sự tin cậy
1	TC1	Bạn cảm thấy hồ sơ cho vay mua xe có rõ ràng, minh bạch hay không?
2	TC2	Khi bạn gặp các vấn đề về giao dịch hay có vấn đề gì xảy ra được ngân hàng tận tình giúp đỡ không?
3	TC3	Bạn có đồng ý khi nói nhân viên Sacombank – CN Củ Chi có trình độ chuyên môn cao hay không?

4	TC4	Anh/chị có được kiểm tra để tránh sai sót trong quá trình làm thủ tục hay không?
		Tiện ích sản phẩm
5	SP1	Anh/chị có thấy sản phẩm cho vay mua xe ô tô tiện ích, đa dạng, đáp ứng nhu cầu hay không?
6	SP2	Anh/chị có đồng ý Sacombank – CN Củ Chi luôn mang đến các sản phẩm mới đáp mong đợi của anh/chị không?
7	SP3	Theo bạn, giấy tờ và biểu mẫu cho vay mua xe ô tô tại Sacombank – CN Củ Chi thiết kế đơn giản, rõ ràng hay không?
		Sự cảm thông
8	CT1	Anh/chị cảm thấy nhân viên có chú ý về nhu cầu vay của anh/chị không?
9	CT2	Anh/chị có được ngân hàng quan tâm bằng cách tặng quà hay nhắn tin hỏi thăm vào những ngày sinh nhật, hay lễ không?
10	CT3	Bạn cảm thấy nhân viên Sacombank – CN Củ Chi có thái độ phục vụ nhiệt tình, thân thiện với khách hàng hay không?
11	CT4	Bạn có đồng ý rằng nhân viên có lắng nghe những khó khăn mà khách hàng gặp phải?
		Chăm sóc khách hàng
12	CS1	Hành vi của nhân viên ngân hàng khiến anh(chị) tin tưởng không?
13	CS2	Nhân viên của ngân hàng có đầy đủ kiến thức chuyên môn để giải đáp mọi thắc mắc của anh(chị) không?
14	CS3	Bạn có đồng ý Sacombank – CN Củ Chi luôn lắng nghe ý kiến đóng góp của khách hàng hay không?
		Chính sách lãi suất
15	LS1	Bạn có cảm nhận được Sacombank – CN Củ Chi có mức phí linh hoạt phù hợp với từng dịch vụ hay không?
16	LS2	Bạn có đồng ý cho vay mua xe ô tô tại Sacombank – CN Củ Chi có thời hạn có lãi suất cố định hay không?
17	LS3	Bạn có thấy Sacombank – CN Củ Chi có mức lãi suất cho vay cạnh tranh không?
		Công cụ hỗ trợ
18	CC1	Theo bạn cảm nhận thì trang thiết bị và máy móc hiện đại hay không?

19	CC2	Cách bố trí về trang thiết bị, nội thất của ngân hàng thu hút, tò rời và các bài giới thiệu hấp dẫn không?
20	CC3	Bạn có được hỗ trợ hiệu quả nhờ Sacombank – CN Củ Chi ứng dụng công nghệ 4.0 vào dịch vụ khách hàng hay không?
21	CC4	Sacombank – CN Củ Chi luôn bố trí chỗ để xe thuận tiện và an toàn cho bạn không?
		Sự hài lòng
22	HL1	Anh(chị) sẽ tiếp tục sử dụng dịch vụ ngân hàng điện tử của ngân hàng trong thời gian tới không?
23	HL2	Anh(chị) sẽ giới thiệu cho người thân và bạn bè của mình sử dụng các dịch vụ tại ngân hàng không?
24	HL3	Theo bạn khi được trải nghiệm dịch vụ cho vay mua ô tô của Sacombank – CN Củ Chi có là sự lựa chọn đúng đắn của bạn hay không?

❖ Cơ sở xây dựng thang đo các nhân tố

Sự tin cậy

Mức độ tin cậy của một dịch vụ không chỉ thể hiện sự chuyên nghiệp mà còn là khả năng thực hiện dịch vụ một cách đúng thời hạn. Theo Hải và đồng nghiệp (2009), sự tin cậy này được coi là yếu tố quan trọng nhất trong việc đánh giá chất lượng dịch vụ.

Khi khách hàng cảm thấy dịch vụ đáng tin cậy, họ sẽ cảm thấy hài lòng hơn với trải nghiệm của mình. Điều này có nghĩa là khách hàng sẽ tin tưởng vào khả năng của doanh nghiệp để cung cấp dịch vụ một cách đáng tin cậy và chất lượng.

Với mỗi lần giao dịch, mức độ tin cậy sẽ được củng cố và xây dựng dần lên, từ đó tạo ra một môi trường tin cậy giữa doanh nghiệp và khách hàng. Điều này không chỉ giúp tăng cường mối quan hệ giữa hai bên mà còn đem lại lợi ích lớn cho cả doanh nghiệp và khách hàng.

Do đó, việc xây dựng sự tin cậy trong dịch vụ không chỉ là mục tiêu mà còn là yếu tố then chốt quyết định đến sự thành công và phát triển bền vững của một doanh nghiệp trong lĩnh vực dịch vụ.

Tiện ích sản phẩm

Các tiện ích về sản phẩm cho vay là những ưu điểm mà dịch vụ cung cấp để đáp ứng nhu cầu của khách hàng, từ việc tạo điều kiện thuận lợi cho việc vay mượn đến việc hỗ trợ khách hàng trong quá trình sử dụng sản phẩm. Khi có nhiều tiện ích hơn, khách hàng sẽ cảm thấy hài lòng và muốn tiếp tục sử dụng dịch vụ lâu dài hơn.

Điều này giúp tạo ra một môi trường tích cực, khuyến khích sự hài lòng và tin tưởng từ phía khách hàng. Nếu các tiện ích về sản phẩm cho vay được cải thiện và đa dạng hơn, khách hàng sẽ cảm thấy thoải mái và tin tưởng hơn khi sử dụng dịch vụ.

Việc cung cấp nhiều tiện ích về sản phẩm cho vay không chỉ giúp tăng cường mối quan hệ giữa doanh nghiệp và khách hàng mà còn thể hiện cam kết của doanh nghiệp trong việc mang lại trải nghiệm tốt nhất cho khách hàng. Điều này giúp tạo ra một cộng đồng người dùng hài lòng và trung thành với dịch vụ của doanh nghiệp.

Sự cảm thông

Yếu tố này thể hiện sự quan trọng của việc lắng nghe và chia sẻ với khách hàng, đồng thời thể hiện sự chân thành và tôn trọng đối với họ. Khi chúng ta dành thời gian để lắng nghe và chia sẻ cùng khách hàng, điều đó cho thấy rằng chúng ta quan tâm đến họ và muốn hiểu rõ hơn về họ.

Việc thể hiện sự quan tâm và lắng nghe đến khách hàng không chỉ giúp chúng ta xây dựng mối quan hệ tốt hơn với họ mà còn giúp tăng cường sự hài lòng từ phía họ. Khi khách hàng cảm thấy họ được lắng nghe và quan tâm, họ sẽ cảm thấy được đánh giá cao và sẽ có xu hướng hài lòng hơn với dịch vụ mà chúng ta cung cấp.

Điều quan trọng là chúng ta cần thể hiện sự quan tâm và lắng nghe này một cách chân thành và tự nhiên, không chỉ để tạo ấn tượng mà còn để thể hiện tình cảm và lòng chân thành của mình đến với khách hàng. Khi chúng ta biết lắng nghe và chia sẻ cùng khách hàng một cách chân thành, họ sẽ cảm nhận được điều đó và sẽ đánh giá cao sự chăm sóc mà chúng ta dành cho họ.

Chăm sóc khách hàng

Chăm sóc khách hàng không chỉ đơn giản là một phần của công việc, mà đó là trách nhiệm hàng ngày của chúng tôi để đảm bảo rằng mọi nhu cầu và mong đợi của khách hàng đều được đáp ứng và vượt qua sự mong đợi đó. Điều này không chỉ tạo ra một môi trường dịch vụ tích cực mà còn thúc đẩy sự hài lòng của khách hàng lên mức cao nhất có thể.

Chính sách lãi suất

Chính sách lãi suất đóng vai trò quan trọng trong việc xác định mức giá hấp dẫn và cạnh tranh nhất cho sản phẩm dịch vụ (SPDV). Điều đặc biệt là chính sách này luôn linh hoạt, thay đổi theo biến động của thị trường. Khi giá cả ổn định, khách hàng sẽ cảm thấy yên tâm hơn và tập trung nhiều hơn vào sản phẩm dịch vụ. Điều này dẫn đến sự hài lòng từ phía khách hàng được nâng cao.

Công cụ hỗ trợ

Đó chính là những yếu tố bên ngoài quan trọng của ngân hàng, thể hiện qua cơ sở vật chất hiện đại, trang thiết bị tiện nghi, máy móc hiện đại và sự chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên. Bên cạnh đó, không thể bỏ qua tài liệu hướng dẫn chi tiết, sách vở hữu ích và hệ thống thông tin liên lạc hiệu quả giúp ngân hàng hoạt động một cách suôn sẻ. Đặc biệt, các bảng quảng cáo được thiết kế một cách sáng tạo và thu hút sẽ giúp thu hút khách hàng đến với ngân hàng.

Sự hài lòng

Tâm trạng của khách hàng thường được thể hiện qua cách họ nói chuyện, cử chỉ cũng như ngôn ngữ cơ thể. Việc lắng nghe và chia sẻ với họ không chỉ giúp chúng ta hiểu rõ hơn về họ mà còn thể hiện sự quan tâm và tôn trọng đối với họ. Khi chúng ta biết lắng nghe và chia sẻ cùng khách hàng, họ cảm thấy được quan tâm và đánh giá cao hơn. Điều này giúp tạo ra một môi trường hòa thuận và tạo niềm tin cho khách hàng về dịch vụ của chúng ta.

1.7 Cơ sở lý luận phương pháp nghiên cứu

1.7.1 Dữ liệu và nguồn dữ liệu

Dữ liệu thứ cấp:

Để hiểu rõ hơn về dịch vụ ngân hàng điện tử và đánh giá mức độ hài lòng của khách hàng, bạn cần tìm hiểu thông tin từ nhiều nguồn khác nhau như sách giáo trình, báo cáo nghiên cứu và các đề tài liên quan. Việc này sẽ giúp bạn có cái nhìn tổng quan và chính xác hơn về chủ đề, từ đó áp dụng kiến thức lý thuyết vào thực tiễn một cách linh hoạt và hiệu quả hơn.

Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp:

Thông tin trong nghiên cứu được thu thập thông qua việc tạo ra bảng câu hỏi dựa trên phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên. Sau khi thu thập dữ liệu, chúng đã được mã hóa và làm sạch để loại bỏ các dữ liệu không chính xác hoặc thiếu sót trong quá trình nghiên cứu.

1.7.2 Phương pháp lựa chọn mẫu

Theo Hair và đồng nghiệp (2009): “*Theo họ kích thước mẫu tối thiểu cần thiết để thực hiện phân tích nhân tố khám phá là 170 hoặc 340, tùy thuộc vào tỷ lệ được chọn. Nếu áp dụng tỷ lệ 5:1, kích thước mẫu tối thiểu sẽ là $34 \times 5 = 170$; và nếu tỷ lệ là 10:1, thì kích thước mẫu tối thiểu sẽ là $34 \times 10 = 340$. Điều này có nghĩa là chúng ta cần ít nhất 170 hoặc 340 mẫu để có thể thực hiện phân tích nhân tố khám phá một cách đáng tin cậy*”.

Khi tác giả thu thập dữ liệu từ 220 đối tượng khảo sát, số lượng này vượt quá kích thước mẫu tối thiểu cần thiết. Có thể hiểu rằng việc thu thập mẫu lớn hơn so với yêu cầu tối thiểu sẽ giúp tăng tính chính xác và độ tin cậy của kết quả nghiên cứu.

Các đối tượng khảo sát trong nghiên cứu bao gồm sinh viên, cán bộ/công nhân viên, chủ doanh nghiệp/lãnh đạo, nội trợ/hưu trí. Việc lựa chọn các đối tượng đa dạng như vậy sẽ giúp đảm bảo tính đại diện cho mẫu và đưa ra kết luận tổng quát hơn về đặc điểm của nhóm dân số được nghiên cứu.

CHƯƠNG 2: GIỚI THIỆU VỀ NGÂN HÀNG TMCP SÀI GÒN THƯƠNG TÍN – CHI NHÁNH CỬ CHI

2.1 Giới thiệu về lịch sử hình thành Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín

2.1.1 Giới thiệu chung về Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín

Ngân hàng thương mại cổ phần Sài Gòn Thương Tín, được biết đến bằng tiếng Anh là Sai Gon Thuong Tin Commercial Joint Stock Bank và viết tắt là Sacombank, đã được thành lập theo quyết định số 05/GP-UB ngày 03/11/1992 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh, hoạt động dựa trên quyết định số 006/NH-GP ngày 05/12/1992 từ Ngân hàng Nhà nước Việt Nam.

Sacombank đã chính thức bắt đầu hoạt động kể từ ngày 21/12/1991, qua việc hợp nhất bốn tổ chức tín dụng: Ngân Hàng Kinh Tế Phát Triển Gò Vấp (hiện nay là chi nhánh Gò Vấp), hợp tác xã tín dụng Tân Bình (nay là chi nhánh Tân Bình), hợp tác xã tín dụng Thành Công (giờ là chi nhánh Hưng Đạo) và hợp tác xã tín dụng Lữ Gia (hiện tại là chi nhánh Sài Gòn). Nhiệm vụ chủ yếu của ngân hàng này là huy động vốn và cung cấp tín dụng. Trụ sở chính của Sacombank hiện tọa lạc tại số 266-268 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường Võ Thị Sáu, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh.

Sacombank đóng vai trò hạt nhân điều phối hoạt động của tập đoàn.

Thành viên trực thuộc gồm có:

- Công ty cho thuê tài chính ngân hàng Sài Gòn Thương Tín (Sacombank-SBL).
- Công ty kiều hối ngân hàng Sài Gòn Thương Tín (Sacombank-SBR)
- Công ty quản lý nợ và khai thác tài sản ngân hàng Sài Gòn Thương Tín (Sacombank-SBA).
- Công ty vàng bạc đá quý ngân hàng Sài Gòn Thương Tín (Sacombank-SBJ)
- Sacombank Lào
- Sacombank Cambodia

Thành viên liên kết:

- Công ty cổ phần đầu tư Sài Gòn Thương Tín (STI).
- Công ty cổ phần địa ốc Sài Gòn Thương Tín (Sacomreal).
- Công ty cổ phần xuất nhập khẩu Tân Định (Tadimex).
- Công ty cổ phần Đầu tư – Kiến trúc – Xây dựng Toàn Thịnh Phát (TTP).
- Công ty cổ phần quản lý quỹ đầu tư chứng khoán Việt Nam (VFM).

Ngoài ra, Sacombank còn hợp tác có hiệu quả với các tổ chức kinh tế trong và ngoài nước như DaiichiLife Việt Nam, EVN, SJC, Bảo Minh, Trường Hải Auto, HSBC...

Sau 32 năm hình thành và phát triển, Sacombank đã từng bước tạo dựng được một vị thế vững chắc, trở thành thương hiệu hàng đầu trong lĩnh vực tài chính ngân hàng tại Việt Nam. Kết thúc quý I/2023, lợi nhuận trước khi trích lập dự phòng của Sacombank đạt hơn 3.400 tỷ đồng; sau khi thực hiện các khoản dự phòng rủi ro và phân bổ chi phí theo kế hoạch, lợi nhuận trước thuế của ngân hàng đạt 2.383 tỷ đồng, tăng 49,9% so với cùng kỳ năm trước; tổng tài sản ghi nhận là 596.694 tỷ đồng, tăng 0,8% so với đầu năm; tổng huy động vốn đạt 529.500 tỷ đồng, tăng 2% so với đầu năm; tổng dư nợ tín dụng đạt 448.531 tỷ đồng, tăng 2,2% so với đầu năm; tỷ lệ nợ xấu duy trì ở mức 1,11%, vẫn nằm trong giới hạn an toàn dưới 2%. Ngân hàng sở hữu mạng lưới hoạt động rộng lớn với hơn 561 điểm giao dịch trải dài ở 51 tỉnh thành trên cả nước, trong đó TP HCM có số lượng chi nhánh lớn nhất với 184 Chi nhánh/PGD, tiếp theo là TP Hà Nội với 63 Chi nhánh/PGD, TP Cần Thơ với 16 Chi nhánh/PGD, và nhiều Chi nhánh/PGD khác ở các tỉnh thành khác. Sacombank cũng là ngân hàng tiên phong tại Việt Nam có mặt tại khu vực Đông Dương với 1 chi nhánh tại Lào và 1 chi nhánh tại Campuchia. Ngân hàng đã thiết lập được uy tín với các tổ chức tài chính quốc tế và thu hút nguồn vốn uỷ thác dồi dào với chi phí hợp lý để hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam trong bối cảnh hội nhập và phát triển. Điều này cũng giúp bổ sung nguồn vốn trung và dài hạn đang rất cần thiết tại Việt Nam hiện nay. Theo báo cáo tài chính hợp nhất quý I/2023, Sacombank đang có đội ngũ nhân viên lên tới 18.439 người. Với đội ngũ trẻ trung, năng động và hệ khách hàng thường xuyên, ổn định qua các giai đoạn, ngân hàng đã tạo ra những lợi thế cạnh tranh nổi bật. Hiện tại, hầu hết các công ty thành viên trong tập đoàn Sacombank đều chiếm ưu thế thị phần lớn trong lĩnh vực hoạt động của mình. Sự hiện diện tiên phong của Sacombank tại Lào và Campuchia không chỉ mang lại lợi

ích kinh doanh cho Sacombank mà còn tạo điều kiện cho các thành viên trong tập đoàn nhanh chóng khẳng định thị phần tại khu vực Đông Dương đầy tiềm năng.

Sacombank

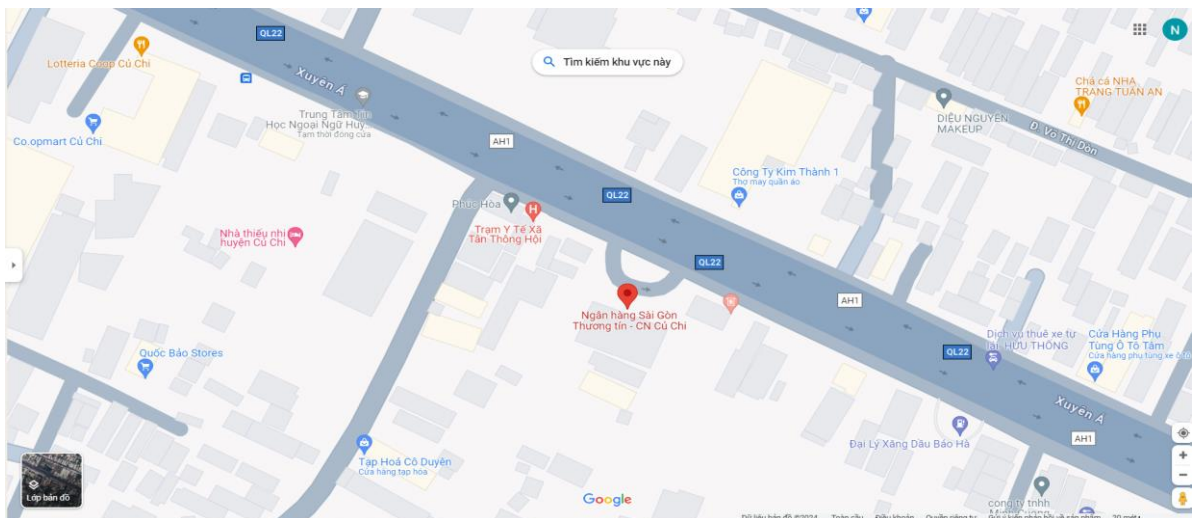
Hình 2. 1: Logo Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín

Nguồn: Sacombank.com

Ý nghĩa: Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín chọn màu xanh dương là màu chủ đạo, bởi màu xanh là màu tạo cảm giác tin cậy, an toàn và tinh tế. Màu xanh dương tượng trưng cho sự tươi mới, màu xanh của trời và biển thể hiện sự quyết tâm bay cao, vươn xa của ngân hàng. Với mong muốn nhằm mang lại sự tin tưởng cho khách hàng trong quá trình sử dụng dịch vụ, cung cấp cho khách hàng một phong cách phục vụ tinh tế, lịch sự, tận tâm.

2.1.2 Giới thiệu về Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Củ Chi

Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Củ Chi tọa lạc tại 345 Quốc lộ 22 ấp Thượng, xã Tân Thông Hội, huyện Củ Chi, Tp.HCM.



Hình 2. 2: Bản đồ địa chỉ Ngân hàng Sacombank - CN Củ Chi

Nguồn: Map.google.com



Hình 2. 3: Sacombank - CN Củ Chi

Nguồn: Suru tầm

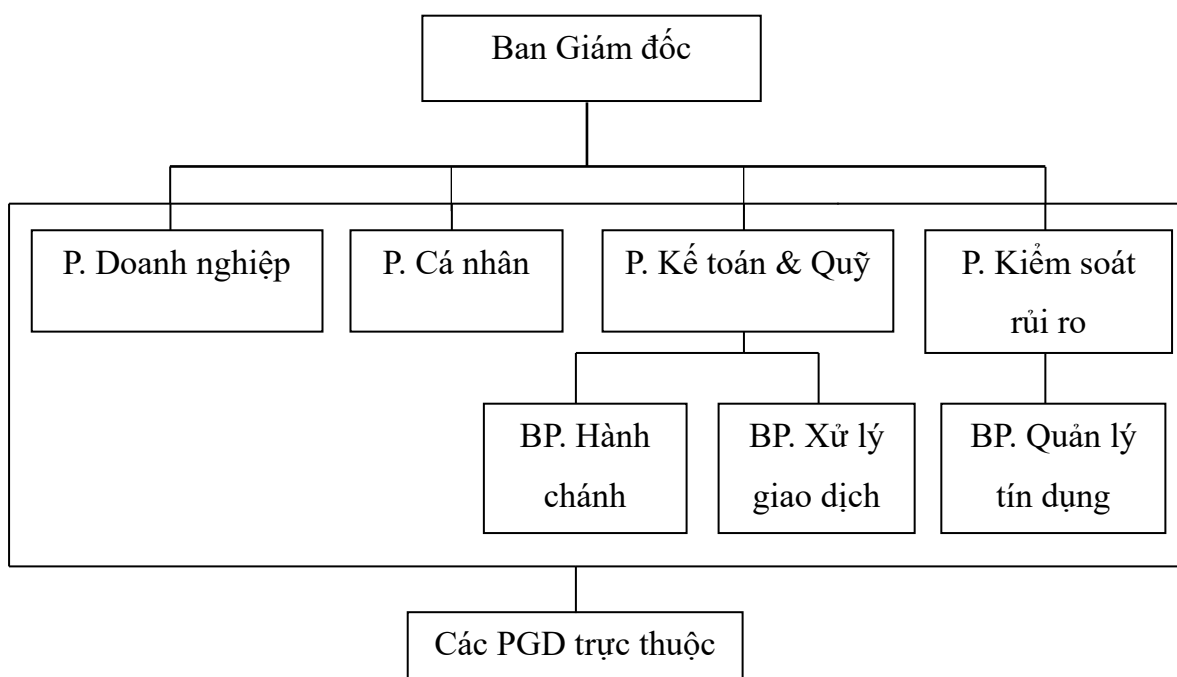
Trước đây Chi nhánh Củ Chi là phòng giao dịch trực thuộc Chi nhánh Gò Vấp Tp.HCM hoạt động từ năm 1996. Qua nhiều năm hoạt động hiệu quả, phòng giao dịch Củ Chi đã đạt được nhiều thành tích tốt và tạo được chỗ đứng vững chắc trong lòng khách hàng tại khu vực. Đến ngày 11/03/2006 phòng giao dịch Củ Chi đã được nâng cấp trở thành chi nhánh của ngân hàng Sacombank. Từ đó đến nay trong quá trình phát triển và mở rộng của mình Chi nhánh Củ Chi đã thành lập được 06 phòng giao dịch trực thuộc bao gồm:

- PGD Tân Qui
- PGD Tây Bắc
- PGD Tân Phú Trung
- PGD An Nhơn Tây
- PGD Bình Mỹ
- PGD Phước Thạnh

2.2 Tổ chức bộ máy quản lý của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Củ Chi

2.2.1 Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý

Chi nhánh Củ Chi là Chi nhánh trực thuộc Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín. Do vậy, cơ cấu tổ chức và bộ máy quản lý của Sacombank – Chi nhánh Củ Chi cũng dựa theo mô hình tổ chức hiện nay của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín. Việc phân chia các phòng, ban, tổ chủ yếu dựa trên các mảng nghiệp vụ mà phòng, ban, tổ đảm nhiệm. Bộ máy tổ chức và nhân sự của Sacombank được phân chia cụ thể như sau:



Sơ đồ 2. 1: Cơ cấu tổ chức tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Củ Chi

Nguồn: Phòng Kế toán và Quỹ, Sacombank – Chi nhánh Củ Chi

2.2.2 Chức năng, nhiệm vụ từng bộ phận

Ban Giám đốc: Ban Giám đốc thực hiện công việc quản lý toàn bộ hoạt động kinh doanh tại Chi nhánh và các phòng giao dịch trực thuộc.

Phòng Doanh nghiệp: Thực hiện việc tổ chức, quản lý và chịu trách nhiệm triển khai mục tiêu kinh doanh được giao. Là đầu mối cung cấp tất cả các sản phẩm của ngân hàng, triển khai tác nghiệp của mảng KHDN.

Phòng Cá nhân: Thực hiện việc tổ chức, quản lý và chịu trách nhiệm triển khai mục tiêu kinh doanh được giao. Là đầu mối cung cấp tất cả các sản phẩm của ngân hàng, triển khai tác nghiệp của mảng của mảng KHCN.

Phòng Kiểm soát rủi ro: Thực hiện công tác kiểm soát, tác nghiệp, hỗ trợ trong công tác tín dụng, quản lý hồ sơ, khách hàng theo quy định nội bộ của Sacombank và quy định của pháp luật.

Phòng Kế toán và Quỹ: Tổ chức triển khai và quản lý việc thực hiện các nghiệp vụ liên quan công tác hành chính viết văn bản, đưa đi và theo dõi việc điều chỉnh công văn của cơ quan nhằm để bảo đảm công văn được đưa đi nhanh chóng và lưu trữ đúng quy định. Tất cả nhu cầu, đặt hàng, vận chuyển, quản lý đồ dùng văn phòng phẩm của toàn Chi nhánh, đều được theo dõi thực hiện chi phí hành chính nhằm để đảm bảo cung cấp các phục vụ hành chính và công tác quản lý chi phí của đơn vị...

Các PGD trực thuộc: Các PGD trực thuộc có chức năng thực hiện các nghiệp vụ như trực tiếp nhận tiền gửi tổ chức kinh tế, huy động vốn dân cư, cho vay các thành phần kinh tế, chuyển tiền, các dịch vụ ngân hàng, phát hành các loại thẻ ghi nợ trong nước và quốc tế, thẻ tín dụng quốc tế, thu ngân sách nhà nước, thu tiền điện, tiền nước, các dịch vụ trực tuyến qua hệ thống ATM, truy vấn thông tin, tài khoản, lãi suất, tỷ giá qua điện thoại di động (SMS Banking), truy vấn thông tin trên Internet (Internet Banking).

Về nguồn nhân lực, Sacombank - Chi nhánh Củ Chi luôn chú trọng đến việc nhân viên cần có trình độ chuyên môn và nghiệp vụ vững vàng, với tiêu chí hàng đầu là sự hài lòng của khách hàng. Ban lãnh đạo tại đây sở hữu nhiều kinh nghiệm trong quản lý, kịp thời đưa ra những chỉ đạo rõ ràng để chi nhánh thực hiện đầy đủ các yêu cầu từ hội sở. Đội ngũ lãnh đạo cấp cao không chỉ có trình độ chuyên môn xuất sắc mà còn dày dặn kinh nghiệm cùng tư duy chiến lược nhạy bén. Nhân sự ở

đây rất nhiệt huyết, sáng tạo và năng động, đều có trình độ chuyên môn cao. Chăm sóc và phục vụ khách hàng luôn được ưu tiên hàng đầu, với thái độ thân thiện, cởi mở và hòa đồng, nhân viên nỗ lực để mang lại sự hài lòng cho mọi khách hàng. Mục tiêu chính là đem đến cho khách hàng những trải nghiệm dịch vụ đáng giá nhất. Cán bộ và nhân viên đều hướng đến việc xây dựng hình ảnh ngân hàng gần gũi, thân thiện và tận tâm, tất cả vì lợi ích của khách hàng. Đồng thời, việc đào tạo và phát triển cán bộ nhân viên luôn được đặt lên hàng đầu. Mục tiêu là phát triển đội ngũ nhân viên với đầy đủ đạo đức nghề nghiệp và tính chuyên nghiệp trong phục vụ khách hàng. Nhân viên cũng được quan tâm khen thưởng dựa trên kết quả hoạt động kinh doanh, kèm theo các chế độ lương, thưởng phù hợp trong từng giai đoạn. Ngân hàng thường xuyên có các giải thưởng cho khu vực hoạt động kinh doanh. Nhân viên chính thức sẽ được hưởng các chương trình khám sức khỏe định kỳ hàng năm, nghỉ dưỡng, chế độ bảo hiểm sức khỏe và tai nạn, nghỉ thai sản, cũng như các chương trình đặc biệt vào các ngày lễ, Tết.

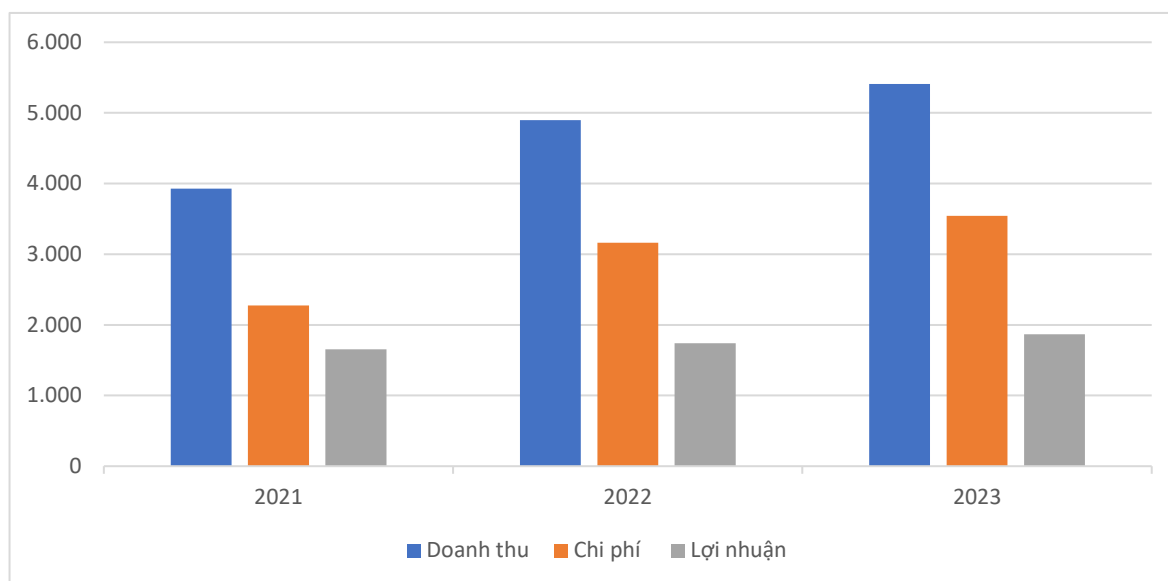
2.3 Kết quả hoạt động kinh doanh

Đơn vị tính: Tỷ đồng

Bảng 2. 1: Kết quả hoạt động kinh doanh tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Củ Chi giai đoạn 2021-2023

Chỉ tiêu	Năm	2021	2022	2023	2022/2021		2023/2022	
					Chênh lệch	Tỷ lệ (%)	Chênh lệch	Tỷ lệ (%)
Doanh thu		3.930	4.900	5.408	970	24,68	509	10,38
Chi phí		2.277	3.161	3.543	884	38,82	382	12,08
Lợi nhuận		1.653	1.739	1.865	86	5,2	126	7,25

Nguồn: Phòng Kế toán và Quỹ, Sacombank – Chi nhánh Củ Chi



Biểu đồ 2. 1: Biểu đồ kết quả hoạt động kinh doanh của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Củ Chi giai đoạn 2021-2023

Nguồn: Phòng Kế toán và Quỹ, Sacombank – Chi nhánh Củ Chi

Qua bảng 2.1 và biểu đồ 2.1, nhìn chung tình hình hoạt động kinh doanh của Sacombank - Chi nhánh Củ Chi ngày càng phát triển tốt và đạt được những kết quả nhất định.

Về doanh thu

Tổng thu nhập của Sacombank - Chi nhánh Củ Chi đã có sự phát triển mạnh mẽ qua từng năm, đặc biệt nổi bật trong năm 2023. Năm 2021, tổng thu nhập của chi nhánh này đạt mức 3.930 tỷ đồng. Đến năm 2022, mặc cho làn sóng bùng phát nghiêm trọng của dịch Covid-19, tổng thu nhập vẫn có xu hướng tăng nhẹ và đạt 4.900 tỷ đồng, tương ứng với mức gia tăng 970 tỷ đồng, tức là 24,68% so với năm trước đó. Sang năm 2023, tổng thu nhập lại tiếp tục ghi nhận sự tăng trưởng ấn tượng, đạt 5.408 tỷ đồng, tăng thêm 509 tỷ đồng, tương đương với mức tăng 10,38% so với năm 2022. Trong năm 2023, nhờ vào việc thực hiện hiệu quả các chính sách và chủ trương của Đảng và Chính phủ về công tác phòng chống dịch, Sacombank – Chi nhánh Củ Chi đã triển khai thành công các hoạt động kinh doanh, góp phần kiểm soát lạm phát, ổn

định nền kinh tế, tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp và người dân dễ dàng tiếp cận nguồn vốn và phục hồi hoạt động sản xuất kinh doanh, từ đó nâng cao thu nhập cho chi nhánh này.

Về chi phí

Tổng chi phí của Sacombank – Chi nhánh Củ Chi tăng trưởng đều qua từng năm, đặc biệt là trong năm 2023. Năm 2021 tổng chi phí của Chi nhánh đạt 2.277 tỷ đồng. Sang năm 2022 tổng chi phí tăng đạt 3.161 tỷ đồng, tăng 884 tỷ đồng tương ứng với mức tăng 38,82% so với năm 2021. Nguyên nhân do ảnh hưởng của Đại dịch Covid – 19 nên tình hình hoạt động kinh doanh gặp khó khăn, bên cạnh đó Chi nhánh phải gồng gánh các khoản chi phí phát sinh do dịch bệnh gây ra dẫn đến chi phí tăng. Đến năm 2023 tổng chi phí tiếp tục tăng đạt 3.543 tỷ đồng, tăng 382 tỷ đồng tương ứng với mức tăng 12,08% so với năm 2022. Nguyên nhân tổng chi phí tăng trong năm 2023 là do tình hình dịch bệnh được kiểm soát tốt, Sacombank – Chi nhánh Củ Chi mở rộng hoạt động kinh doanh, quyết tâm lấy lại đà tăng trưởng.

Về lợi nhuận

Trong 3 năm gần đây hoạt động kinh doanh của Sacombank – Chi nhánh Củ Chi không ngừng tăng trưởng, tuy nhiên lợi nhuận của Chi nhánh tương đối thấp và có sự sụt giảm trong năm 2022. Lợi nhuận của Sacombank – Chi nhánh Củ Chi tăng trưởng tốt qua từng năm. Năm 2021 lợi nhuận của Chi nhánh đạt 1.653 tỷ đồng. Sang năm 2022 do sự bùng phát mạnh mẽ của Đại dịch Covid – 19 nên lợi nhuận có sự sụt giảm đáng kể đạt 1.739 tỷ đồng và tăng 86 tỷ đồng tương ứng với mức tăng 5,2% so với năm 2021. Đến năm 2023 lợi nhuận tiếp tục tăng mạnh trở lại đạt 1.865 tỷ đồng và tăng 126 tỷ đồng tương ứng với mức tăng 7,25% so với năm 2022. Trong giai đoạn 2021 – 2023 lợi nhuận của Sacombank – Chi nhánh Củ Chi tăng trưởng tốt và ổn định ngoại trừ năm 2022 có sự sụt giảm do dịch bệnh nhưng sang năm 2023 lợi nhuận đã tăng trưởng mạnh mẽ chứng tỏ Chi nhánh đã từng bước kiểm soát tốt chi phí và đẩy mạnh hiệu quả hoạt động kinh doanh góp phần đạt được mục tiêu kinh doanh đã đề ra.

2.4 Định hướng phát triển của Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - chi nhánh Củ Chi

Bảng 2. 2: Định hướng phát triển của Sacombank - CN Củ Chi

Mục tiêu	Xây dựng Sacombank hướng tới việc trở thành ngân hàng bán lẻ hiện đại và đa năng hàng đầu tại Việt Nam, đồng thời mở rộng tầm ảnh hưởng trong khu vực, nhằm cung cấp cho khách hàng những dịch vụ xuất sắc nhất, cân bằng lợi ích giữa khách hàng, cổ đông và nhân viên.
Định hướng phát triển	<ul style="list-style-type: none"> - Xác định vị trí trung tâm là hoạt động của ngân hàng thương mại. Đảm bảo tính an toàn và hiệu quả trong công việc, với mục tiêu xây dựng một ngân hàng xanh và phát triển bền vững vì lợi ích cộng đồng. - Phát triển dựa trên nền tảng công nghệ tiên tiến, đội ngũ nhân lực chất lượng cao và áp dụng quản trị theo tiêu chuẩn quốc tế.
Định hướng kinh doanh	<ul style="list-style-type: none"> - Tiếp tục duy trì và phát triển thị trường nội địa, đồng thời mở rộng ra thị trường quốc tế. - Đảm bảo Sacombank vẫn giữ vững vị thế hàng đầu trong các lĩnh vực nghiệp vụ ngân hàng thương mại và kinh doanh vốn. - Từng bước phát triển các lĩnh vực nghiệp vụ khác một cách hợp lý.
Nhiệm vụ cụ thể	<ul style="list-style-type: none"> - Duy trì, nâng cao hiệu quả kinh doanh. - Tăng trưởng tín dụng hiệu quả, phù hợp định hướng của Sacombank, khả năng nguồn vốn và nâng cao chất lượng tín dụng. - Tăng cường huy động vốn (đặc biệt là CASA) ổn định. - Ưu tiên tín dụng phục vụ sản xuất xuất khẩu, khu vực nông nghiệp – nông thôn, công nghiệp hỗ trợ, doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp ứng dụng công nghệ cao. - Chủ động thực hiện các bước trong chiến lược phát triển dài hạn, ứng dụng công nghệ hiện đại hỗ trợ hoạt động kinh doanh và quản trị rủi ro để trở thành một ngân hàng chuyên nghiệp. - Tiếp tục cải cách thủ tục hành chính, chống lãng phí.
Giải pháp chiến lược	<ul style="list-style-type: none"> - Tạo dựng một đội ngũ nhân sự tinh gọn, chất lượng và linh hoạt. - Mở rộng và nâng cấp hạ tầng thông tin. - Cải thiện cấu trúc tổ chức, phân chia quyền lực một cách hợp lý. - Hoàn thiện hệ thống quản lý rủi ro. - Nâng cao khả năng cũng như hiệu quả tài chính.

	<ul style="list-style-type: none"> - Xây dựng và phát triển thương hiệu, đồng thời củng cố mối quan hệ với cộng đồng. - Phát triển mạng lưới giao dịch cả về chiều rộng lẫn chiều sâu.
--	--

Mục tiêu từng năm của Sacombank Củ Chi:

Tổng tài sản tăng 15 – 20 %/ năm.

Dư nợ cho vay bình quân tăng 20%/năm.

Huy động vốn tăng 20 - 25%/năm.

Hệ số an toàn vốn (CAR) đáp ứng yêu cầu của NHNN.

Tỉ lệ nợ xấu dưới 1%/năm.

Mục tiêu đến năm 2025 của Sacombank Củ Chi:

Trở thành Chi nhánh dẫn đầu trong Khu vực TP.HCM

Tăng trưởng và giữ vững vị trí dẫn đầu thị trường thẻ tại Củ Chi.

Doanh số cho vay SMEs chiếm tỷ trọng 50% /tổng dư nợ.

Thu nhập ngoài lãi /thu nhập ròng từ lãi đạt 25% trở lên.

2.5 Quy trình cho vay mua xe ô tô cá nhân tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Củ Chi

2.5.1 Giới thiệu sản phẩm cho vay mua ô tô đối với khách hàng cá nhân:

Đối tượng cho vay

- + Sản phẩm cho vay mua xe ô tô cung cấp những tiện ích dành cho khách hàng cá nhân (bao gồm chủ hộ gia đình, chủ hộ kinh doanh) có nhu cầu mua xe ô tô để tiêu dùng hoặc sử dụng cho nhu cầu bán hàng, kinh doanh.
- + Khách hàng :
 - Cá nhân mang quốc tịch Việt Nam hoặc nước ngoài đáp ứng yêu cầu cấp tín dụng theo quy định pháp luật.
 - Khách hàng từ đủ 18 tuổi trở lên phải có đầy đủ năng lực hành vi dân sự theo pháp luật; đối với những người từ 15 đến dưới 18 tuổi, họ không bị mất hoặc hạn chế năng lực hành vi dân sự, hoặc không gặp khó khăn trong việc nhận thức và kiểm soát hành vi của mình theo quy định pháp luật.

- Có phương án sử dụng khoản cấp tín dụng phù hợp với quy định của Sacombank, của NHNN và pháp luật. Nhu cầu dùng vốn phải thể hiện được đầy đủ số liệu chi tiết hình thành nên các khoản chi phí, doanh thu và chứng minh được hiệu quả, khả thi để Sacombank làm cơ sở thẩm định và xét duyệt cho vay.

Phương thức cho vay, trả nợ

- + Vốn và lãi có thể được trả theo chu kỳ định kỳ dựa trên số dư nợ giảm dần.
- + Khách hàng cũng có thể chọn trả vốn và lãi theo chu kỳ định kỳ dựa trên số dư nợ ban đầu, với các khoản thanh toán hàng tháng, quý hoặc 6 tháng.
- + Đối với những khách hàng có thu nhập từ lĩnh vực nông nghiệp, chi nhánh có thể xem xét cho vay với thời gian trả vốn và lãi tối đa lên đến 12 tháng.
- + Hơn nữa, đơn vị có quyền quyết định việc gia hạn nợ dựa trên việc đánh giá nguồn thu nhập của khách hàng để đảm bảo an toàn trong việc thu hồi khoản vay.

Thời hạn vay

Đối với tài sản bảo đảm là phương tiện vận tải : Thực hiện theo quy định tại Quy Chế Cấp Tín Dụng Ví dụ: Tháng 10/2023 khách hàng gửi tài sản bảo đảm là Xe ô tô BMW (sản xuất tại Đức) 5 Series 520i 2018 (đã qua sử dụng) để bảo đảm cho khoản vay Xe xuất xưởng năm 2018 nên thời gian xuất xưởng đến thời gian nhận thế chấp là 5 năm(thoả điều kiện ≤ 06 năm)

Vậy thời hạn cấp tín dụng tối đa là 5 năm (Đảm bảo yêu cầu thời hạn cấp tín dụng với xe ô tô thương hiệu Châu Âu $\leq 01-06$ năm và tổng thời gian từ khi xuất xưởng + thời hạn cấp tín dụng ≤ 10 năm)

- + Đối với tài sản bảo đảm là bất động sản thì thời hạn vay tối đa là 10 năm.

Mức vay và quy định về tài sản bảo đảm

- + Mức cho vay được xác định căn cứ vào đối tượng khách hàng, nhu cầu vay vốn, khả năng tài chính và giá trị tài sản đảm bảo nợ vay của khách hàng.
- + Tối đa 100% giá trị xe của khách hàng nhưng không vượt quá tỷ lệ bảo đảm của từng loại tài sản bảo đảm theo quy định

Tại Sacombank tỷ lệ cấp tín dụng với tài sản bảo đảm:

- ✓ BDS là 70%

- ✓ Xe Ôtô con thương hiệu Toyota và ô tô con có thương hiệu từ các nước Châu Âu, Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc và xe do Vinfast lắp ráp/sản xuất chưa qua sử dụng là 80% và 70% với trường hợp là xe đã qua sử dụng
- ✓ Các phương tiện khác.(Được thực hiện theo quy định tại “Phụ lục 1: Tỷ lệ cấp tín dụng so với giá trị tài sản bảo đảm”)

+ Giá trị xe bằng giá trị hợp đồng mua bán (bao gồm VAT và phí trước bạ)

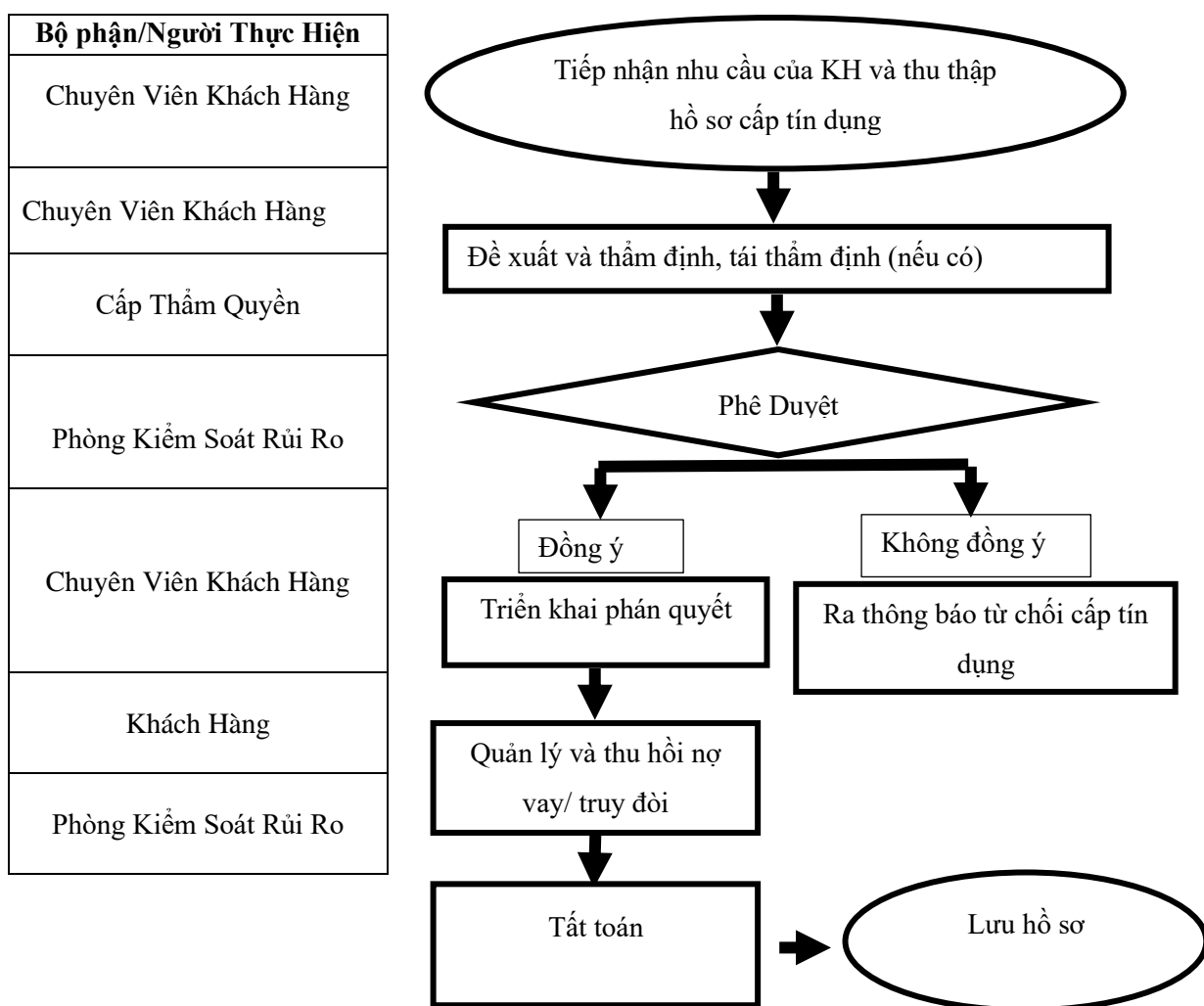
Quy định giải ngân

➤ Các thủ tục cần hoàn tất trước khi giải ngân:

- i. KH đã thanh toán hết phần vốn tự có cho bên bán xe qua Sacombank hoặc cung cấp bản chính xác nhận của bên bán xe chứng minh đã thanh toán hết vốn tự có cho bên bán xe
- ii. KH hoàn tất thủ tục đăng kiểm xe và cung cấp cho Sacombank bản sao giấy hẹn nhận Giấy chứng nhận kiểm định xe. Trường hợp khách hàng có nhu cầu giải ngân trước khi hoàn tất thủ tục đăng kiểm xe thì chỉ áp dụng đối với xe ô tô là xe mới 100% chưa từng qua sử dụng.
- iii. KH cung cấp Giấy tờ uỷ quyền cho CN/PGD cử nhân sự thay mặt KH nhận bản chính giấy chứng nhận đăng ký xe tại cơ quan đăng ký PTGTVT
- iv. Hoàn tất ký kết hợp đồng thế chấp phương tiện vận tải hình thành trong tương lai, thủ tục đăng ký giao dịch bảo đảm và gửi công văn thông báo về việc thế chấp PTGTVT gửi cơ quan ĐKGDBĐ
- v. Mua bảo hiểm vật chất xe ô tô đầy đủ theo quy định
- vi. Bản gốc Giấy hẹn đăng ký xe đã được nhập kho quỹ theo đúng quy định.

2.5.2 Thể lệ cho vay mua ô tô đối với khách hàng cá nhân

Hệ thống sơ đồ tổ chức tại cơ quan được trình bày một cách dễ hiểu, dễ phân biệt giữa các chức vụ phân công các khâu làm việc trong cơ quan thông qua các tên gọi đơn giản thể hiện chức vụ rõ ràng của các nhân viên trong cơ quan, điều này được thể hiện rõ rệt qua sự phân công quy trình làm từng mục trong sơ đồ được trình bày tiếp sau đây:



Nguồn: Quy định Nghiệp vụ Cấp tín dụng Sacombank

Bước 1: Tiếp nhận nhu cầu của KH và thu thập hồ sơ cấp tín dụng

Thu thập và nhập liệu đầy đủ hồ sơ đề nghị cấp tín dụng của KH. Thực hiện việc kiểm tra và chịu trách nhiệm về tính chính xác, trung thực và nhất quán của các tài liệu, hồ sơ thu thập. Hồ sơ cơ bản cần thu thập và hoàn thiện bao gồm:

Bảng 2. 3: Bảng hồ sơ cấp tín dụng

Loại hồ sơ		Biểu mẫu/ Giấy tờ	Mục đích
Hồ sơ pháp lý	1	CMND/CCCD	- Kiểm tra thông tin khách hàng - Phục vụ việc tra cứu xếp hạng tín dụng của khách hàng

		2	Giấy đăng kí kết hôn/ Giấy xác nhận tình trạng hôn nhân	- Xác định cá nhân có nghĩa vụ trả nợ
		3	Thông tin từ mã QR trên căn cước công dân	- Kiểm tra đối chiếu với các thông tin pháp lý mà khách hàng cung cấp
		4	Các chứng từ khác liên quan (nếu có)	
Hồ sơ tài sản bảo đảm		1	Biên bản giao nhận TSBĐ	- Xác nhận khách hàng giao TSB Đ cho ngân hàng
		2	Văn bản chứng nhận đăng ký biện pháp đảm bảo hợp đồng(đăng ký tại TRUNG TÂM ĐĂNG KÝ GIAO DỊCH, TÀI SẢN)	- Bảo vệ quyền lợi hợp pháp của ngân hàng
		3	Biên nhận đăng ký TSBĐ (nếu có)	
		4	Hợp đồng thế chấp công chứng	
		5	Hợp đồng bảo hiểm, Giấy chứng nhận bảo hiểm, Hoá đơn/phiếu thu bảo hiểm	- Đảm bảo trách nhiệm khi tham gia giao thông và khắc phục hậu quả nếu xảy ra tai nạn
		6	Cam kết về tài sản (nếu có)	
		7	Hồ sơ định giá TSBĐ (Báo cáo định giá PTVT/BDS)	- Định giá TSDB để xác định số tiền tối đa có thể cấp tín dụng

Giấy tờ pháp lý TSBD	Đối với TSBD là phương tiện vận tải	1	Hợp đồng mua bán xe ô tô	- Xác định quyền sở hữu của khách hàng với PTVT
		2	Giấy chứng nhận đăng ký PTVT/Giấy hẹn	- Xác định quyền sở hữu của khách hàng với PTVT
		3	Phiếu xuất xưởng	- Cơ sở định giá xe
		4	Hoá đơn	- Cơ sở định giá xe
		5	Hình ảnh thực tế của PTVT	- Xác định thực tế PTVT
	Đối với TSBD là bất động sản	1	Giấy chứng nhận sở hữu, Hợp đồng mua bán/cho tặng BĐS	- Xác định quyền sở hữu của khách hàng với BĐS
		2	Bản vẽ + Toạ độ BĐS	- Cơ sở định giá TSBD
		3	Xác nhận tình trạng nhà đất, thông tin quy hoạch, xác nhận phong toả (nếu có)	- Cơ sở định giá TSBD
		4	Hình ảnh thực tế của BĐS	- Xác định thực tế BĐS
	Hồ sơ tài chính	1	Hợp đồng lao động	- Xác định khách hàng đang làm việc
		2	Bản sao kê lương/Thư xác nhận thu nhập	- Xác định nguồn thu nhập của khách hàng làm cơ sở đánh giá khả năng trả nợ

	3	Hợp đồng cho thuê (nếu có)	- Xác định nguồn thu nhập của khách hàng làm cơ sở đánh giá khả năng trả nợ
	4	Hồ sơ khác(nếu có)	
Hồ sơ tín dụng	1	Tờ trình cấp tín dụng	- Đề xuất với cấp trên về việc cấp tín dụng
	2	Tờ trình thay đổi điều kiện cấp tín dụng (nếu có)	
	3	Giấy đề nghị vay vốn	- Xác định nhu cầu và mục đích vay vốn của khách hàng
	4	Thông báo đồng ý cấp tín dụng kèm phụ lục phương pháp tính lãi vay	- Thông báo đến khách hàng về việc đồng ý cấp tín dụng - Cung cấp cho khách hàng thông tin về cách thức tính lãi vay
	5	Giấy đề nghị kiêm thoa thuận gửi, Giữ hồ sơ tài sản	- Xác nhận việc giữ hồ sơ gốc TSBD
	6	Liệt kê hợp đồng và dư nợ của Khách hàng	- Cơ sở để phân tích, đánh giá quan hệ tín dụng và khả năng trả nợ
	7	Báo cáo thông tin quan hệ tín dụng	
	8	Đánh giá tình hình giao dịch, thu dịch vụ khi cấp tín dụng cho khách hàng	- Đánh giá những lợi ích mà ngân hàng có thể nhận được
	9	Hồ sơ khác (nếu có)	
Hồ sơ giải ngân	1	Giấy nhận nợ kèm phụ lục lịch trả nợ	- Xác nhận từ khách hàng đã nhận được tiền vay - Cung cấp đến khách hàng thông tin về lịch trả nợ
	2	Chứng từ sử dụng vốn phù hợp	- Đảm bảo việc khách hàng sử dụng vốn vay đúng mục đích
	3	Hồ sơ đăng kí giao dịch đảm bảo	- Bảo đảm cho khoản vay

Nguồn: Quy định Nghiệp vụ Cấp tín dụng Sacombank

Đánh giá hồ sơ khách hàng và phê duyệt cấp tín dụng tiếp nhận yêu cầu vay vốn và hướng dẫn KH lập hồ sơ.

Bước 2: Đề xuất và thẩm định, tái thẩm định (nếu có)

Nhân viên thẩm định tiến hành phân tích, đánh giá và nhận xét khoản cấp tín dụng. Đánh giá pháp lý khách hàng và người liên quan về tình hình tài chính. Thực hiện tái thẩm định (nếu có).

Bước 3: Phê duyệt cấp tín dụng

Cấp thẩm quyền tiến hành xem xét hồ sơ cấp tín dụng qua đó duyệt đồng ý/không đồng ý. Hồ sơ được phê duyệt sẽ tiến hành soạn thảo hồ sơ cần có để khách hàng ký.

Bước 4: Triển khai phán quyết

+ Hoàn thiện hồ sơ và thực hiện quyết định. Kiểm soát viên tín dụng sẽ xem xét tính chính xác và đầy đủ của hồ sơ tín dụng, cũng như các điều kiện cấp vốn nếu có; sau đó sẽ soạn thảo hợp đồng tín dụng. Nhân viên hỗ trợ kinh doanh đảm nhiệm việc công chứng, xác nhận, đăng ký giao dịch đảm bảo và thu hồi hồ sơ gốc từ khách hàng. Giao dịch viên tín dụng tiến hành các bước để giải ngân qua hệ thống.

+ Khi tiến hành giải ngân cần đảm bảo các yêu cầu sau :

- Đã công chứng thế chấp và đăng kí tài sản bảo đảm
- Khách hàng cung cấp được chứng từ sử dụng vốn phù hợp với mục đích vay vốn.

Bước 5: Quản lý và thu hồi nợ vay/truy đòi

- Nhân viên chăm sóc khách hàng luôn theo dõi sát sao những thay đổi và kiểm tra kỹ lưỡng hồ sơ, đặc biệt là tình hình tài chính của khách hàng, nhằm phát hiện sớm các rủi ro có thể xảy ra và đưa ra các giải pháp phù hợp. Nếu khách hàng quyết định trả nợ trước thời hạn, họ sẽ phải chịu một khoản phí trả trước theo thỏa thuận đã ký kết.

- Nếu KH không có khả năng trả nợ đúng hạn, ngân hàng sẽ thực hiện tái đánh giá hồ sơ qua đó đề xuất các biện pháp hỗ trợ khách hàng như :

- Cơ cấu lại thời hạn trả nợ

- Chuyển nợ quá hạn (NQH)
- Miễn giảm lãi

Bước 6: Tất toán khoản cấp tín dụng

Khi đến thời hạn trả nợ hoặc khách hàng quyết định thanh toán khoản vay trước thời gian quy định, đơn vị sẽ tiến hành hoàn tất thủ tục cho khách hàng sau khi đã thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ tài chính với ngân hàng. Ngân hàng sẽ thu hồi nợ theo đúng các điều khoản đã thỏa thuận trong hợp đồng tín dụng. Khi khách hàng đã thanh toán xong tất cả các khoản dư nợ (bao gồm cả vốn gốc, lãi suất và phí phát sinh), đơn vị sẽ hoàn tất hồ sơ tín dụng của khách hàng.

Bước 7: Lưu hồ sơ tín dụng

Việc lưu trữ hồ sơ cho vay là rất quan trọng, theo quy định, hồ sơ này cần được giữ trong thời gian 5 năm đối với khoản vay ngắn hạn, 10 năm cho khoản vay trung hạn và 20 năm đối với khoản vay dài hạn. Hồ sơ bao gồm những tài liệu như: đơn xin vay vốn từ khách hàng; hợp đồng vay; báo cáo về tình hình tài chính của khách hàng trong thời gian vay; hồ sơ bảo đảm tiền vay (nếu có); báo cáo thẩm định và quyết định cho vay có chữ ký của người có thẩm quyền; cùng với các tài liệu khác phát sinh trong quá trình sử dụng khoản vay liên quan đến hợp đồng vay.

2.6 Thực trạng hoạt động cho vay mua ô tô đối với KHCCN

2.6.1 Tình hình hoạt động kinh doanh của Sacombank – CN Củ Chi

2.6.1.1 Hoạt động tín dụng của Sacombank – CN Củ Chi

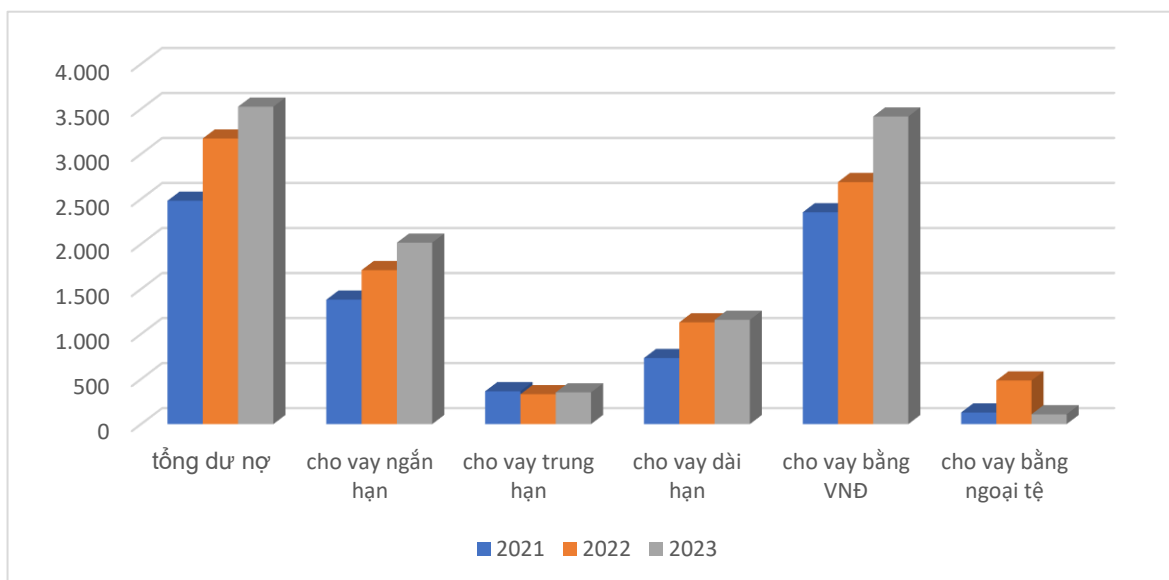
Dù rằng sự cạnh tranh trong lĩnh vực ngân hàng ngày càng trở nên khốc liệt, nhưng hoạt động cho vay của Sacombank nói chung và chi nhánh Củ Chi nói riêng vẫn có những bước phát triển mạnh mẽ trong những năm qua. Đến Quý IV/2023, tổng dư nợ cho vay của hội sở đã lên tới gần 483.000 tỷ đồng, tăng 10% so với thời điểm cuối năm 2022. Riêng chi nhánh Củ Chi đạt được 3.525 tỷ đồng, chiếm 7,3% tổng thể của toàn hệ thống.

Bảng 2. 4: Cơ cấu dư nợ tín dụng của Sacombank - CN Củ Chi

(đơn vị: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	2021	2022	2023
Tổng dư nợ	2.481	3.172	3.525
Phân tích theo thời kỳ			
Cho vay ngắn hạn	1.382	1.710	2.015
Cho vay trung hạn	365	332	352
Cho vay dài hạn	734	1.130	1.158
Phân tích theo nội tệ và ngoại tệ			
Cho vay bằng VNĐ	2.352	2.688	3.416
Cho vay bằng ngoại tệ	129	484	109

Nguồn: Phòng Kế toán và Quỹ, Sacombank – Chi nhánh Củ Chi



Biểu đồ 2. 2:Biểu đồ Cơ cấu dư nợ tín dụng Sacombank - CN Củ Chi

Cơ cấu dư nợ tín dụng của Sacombank - CN Củ Chi đã liên tục gia tăng trong những năm qua. Năm 2021, dư nợ tín dụng của họ đã tăng 27,85% so với năm trước, và vào năm 2023, con số này tiếp tục tăng 11,13% so với năm 2022. Thành công này có được nhờ vào sự nỗ lực không ngừng của toàn bộ đội ngũ cán bộ trong hệ thống (khoảng dưới 5%). Sacombank - CN Củ Chi tập trung phục vụ các doanh nghiệp vừa

và nhỏ, cũng như cá nhân và hộ gia đình có thu nhập ổn định trong khu vực. Trong suốt quá trình hoạt động, ngân hàng luôn đặt chất lượng tín dụng lên hàng đầu trong tất cả các hoạt động, không chạy theo lợi nhuận mà lợi lỏng quy trình cho vay, do đó tỷ lệ nợ xấu của chi nhánh vẫn được giữ ở mức thấp và ổn định hơn so với mức bình quân.

2.6.1.2 Tình hình huy động vốn

Bảng 2. 5: Tình hình huy động vốn tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín - Chi nhánh Củ Chi giai đoạn 2021-2023

Đơn vị tính: Tỷ đồng

	Năm	2021	2022	2023
Chỉ tiêu				
Tổng huy động		3.252	5.348	6.390
Tiền gửi không kỳ hạn		466	1.528	2.247
Tiền gửi có kỳ hạn		2.784	3.820	4.143
Tỷ trọng tiền gửi không kỳ hạn/Tổng huy động		14,39%	28,57%	35,16%
Tỷ trọng tiền gửi có kỳ hạn/Tổng huy động		85,61%	71,43%	64,84%

Nguồn: Phòng Kế toán và Quỹ, Sacombank – Chi nhánh Củ Chi

Qua số liệu ở bảng 3.3 cho thấy được tổng nguồn vốn huy động của Sacombank – CN Chi nhánh Củ Chi tăng đều trong 3 năm gần đây. Tổng nguồn vốn huy động của Chi nhánh năm 2021 đạt 3.525 tỷ đồng, năm 2022 đạt 5.348 tỷ đồng, năm 2023 đạt 6.390 tỷ đồng.

Trong đó, tiền gửi có kỳ hạn chiếm tỷ trọng cao khoảng từ 14,39% đến 85,61% trong tổng nguồn vốn huy động của Chi nhánh. Năm 2021 đạt 2.784 tỷ đồng chiếm 85,61% trong tổng nguồn vốn huy động, năm 2022 đạt 3.820 tỷ đồng chiếm 71,43% trong tổng nguồn vốn huy động, năm 2023 đạt 4.143 tỷ đồng chiếm 64,84% trong tổng nguồn vốn huy động của Chi nhánh.

Tuy tổng nguồn vốn huy động tăng nhưng tiền gửi không kỳ hạn của Chi nhánh lại giảm tương đối trong năm 2023. Năm 2021 đạt 466 tỷ đồng chiếm 14,39% trong tổng nguồn vốn huy động, năm 2022 đạt 1.528 tỷ đồng chiếm 28,57% trong

tổng nguồn vốn huy động, năm 2023 có sự sụt giảm tương đối đạt 2.247 tỷ đồng chiếm 35,16% trong tổng nguồn vốn huy động của Chi nhánh.

Nhìn chung, tổng nguồn vốn huy động của Chi nhánh tăng lên chứng tỏ Chi nhánh đã thực hiện tốt công tác quảng bá sản phẩm tiền gửi và thu hút thêm một lượng khách hàng mới gửi tiền giúp tăng đáng kể tổng nguồn vốn huy động của Chi nhánh. Ngoài ra, như đã phân tích ở trên có thể thấy tiền gửi có kỳ hạn của Chi nhánh tăng đáng kể do lãi suất cao hơn so với tiền gửi không kỳ hạn, cùng những khuyến mãi của ngân hàng đưa ra. Để cân bằng và thu hút khách hàng trong khoản tiền gửi không kỳ hạn thì Chi nhánh cần có những chính sách khuyến khích, ưu đãi đối với sản phẩm này.

2.6.2 Kết quả hoạt động cho vay mua ô tô tại Sacombank – CN Củ Chi thời gian từ năm 2021 – 2023

2.6.2.1 Doanh số cho vay mua ô tô tại Sacombank – CN Củ Chi

Hoạt động cho vay ô tô tại các ngân hàng thương mại thường được xem là một hình thức cho vay tiêu dùng (CVTD). Tuy nhiên, tại Sacombank, việc cho vay mua ô tô đã được phát triển thành một sản phẩm độc lập và đã thể hiện rõ sự mạnh mẽ của mình trong những năm vừa qua.

Doanh số cho vay mua ô tô

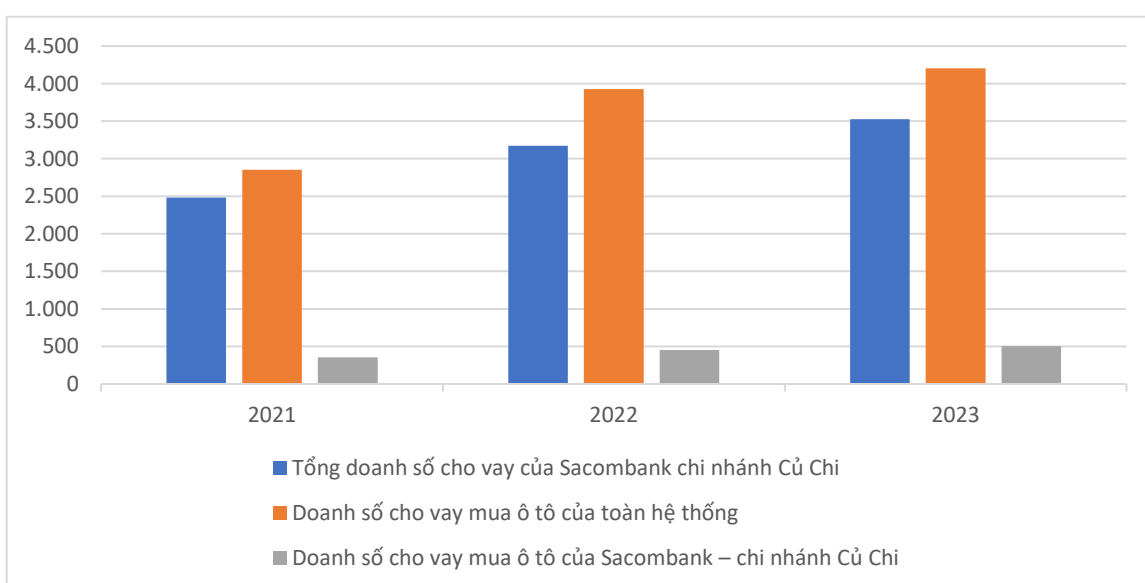
Dù thị trường cho vay mua ô tô đang rất cạnh tranh, Sacombank – Chi nhánh Củ Chi vẫn kiên trì mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng dịch vụ tín dụng. Thành quả này có được nhờ sự cống hiến từ toàn bộ đội ngũ nhân viên cũng như sự chỉ đạo của ban lãnh đạo ngân hàng. Doanh số cho vay mua ô tô của Sacombank đã liên tục tăng trưởng qua từng năm, điều này được thể hiện rõ qua bảng số liệu dưới đây:

Bảng 2. 6: DOANH SỐ CHO VAY MUA Ô TÔ CỦA SACOMBANK – CHI NHÁNH CỦ CHI SO VỚI TỔNG DOANH SỐ CHO VAY CỦA CHI NHÁNH VÀ DOANH SỐ CHO VAY MUA Ô TÔ CỦA TOÀN HỆ THỐNG

Đơn vị: tỷ đồng

Cơ cấu dư nợ Củ Chi			
Chỉ tiêu	2021	2022	2023
Doanh số cho vay mua ô tô của toàn hệ thống	2.852	3.926	4.205
Doanh số cho vay mua ô tô của Sacombank – chi nhánh Củ Chi	354	453	503
Tỷ trọng Củ Chi/hệ thống	12,41%	11,54%	11,96%

Nguồn: Báo cáo kết quả hoạt động tín dụng của Sacombank năm 2021 – 2023



Biểu đồ 2. 3: Biểu đồ thể hiện doanh số cho vay mua ô tô Sacombank - chi nhánh Củ Chi so với doanh số cho vay mua ô tô toàn hệ thống và tổng doanh số cho vay của chi nhánh Củ Chi

Dựa vào biểu đồ, chúng ta có thể thấy rằng doanh số cho vay mua ô tô của Sacombank - chi nhánh Củ Chi đã tăng liên tục trong 3 năm qua, cho thấy chi nhánh này đã mở rộng hoạt động cho vay. Năm 2021, doanh số cho vay mua ô tô đạt 354 tỷ đồng, sang năm 2022 con số này đã lên đến 453 tỷ đồng, và đến năm 2023 đã vượt tới 503 tỷ đồng, với tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm vượt quá 22%.

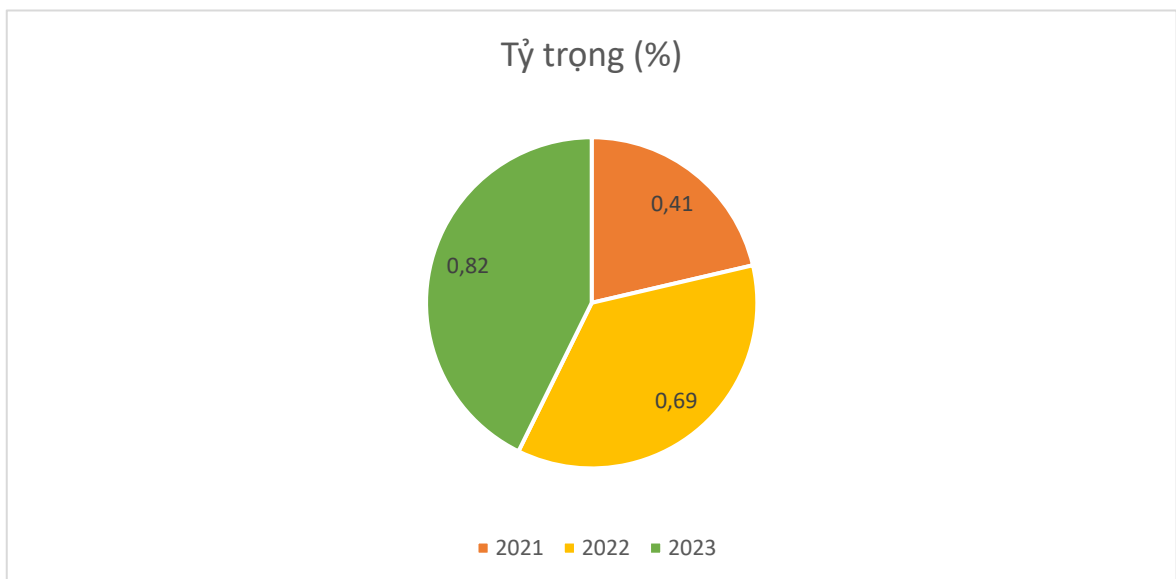
2.6.2.2 Tình hình thu nợ cho vay mua ô tô tại Sacombank – CN Củ Chi

Bảng 2. 7: Doanh số thu nợ cho vay mua ô tô tại Sacombank - CN Củ Chi năm 2021 -2023

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2021	2022	2023	So sánh			
				2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Doanh số thu nợ cho vay mua xe ô tô	297	356	421	59	19,87	65	18,26
Tổng doanh số thu nợ	2.245	2.875	3.123	630	28,06	248	8,63
Tỷ trọng (%)	13,22	12,38	13,48				

Nguồn: Phòng Kế toán và Quỹ, Sacombank – Chi nhánh Củ Chi



Biểu đồ 2. 4: Doanh số thu nợ cho vay mua ô tô tại Sacombank - CN Củ Chi năm 2021 -2023

Theo thông tin từ Sacombank Chi nhánh Củ Chi, doanh thu từ việc thu nợ cho vay mua xe ô tô trong các năm luôn có sự biến động ổn định. Năm 2022, doanh thu này ghi nhận đạt 356 tỷ đồng, tăng 19,87% so với năm trước đó và chiếm 12,38% trong

tổng doanh thu thu nợ. Dù tỷ lệ doanh thu từ cho vay mua ô tô không cao so với tổng thu nợ, nhưng điều này cho thấy Chi nhánh đã nỗ lực triển khai nhiều chính sách và biện pháp để nâng cao doanh số thu nợ.

2.6.2.3 Tình hình thu nợ quá hạn và nợ xấu của cho vay mua ô tô tại Sacombank – CN Củ Chi

Bảng 2. 8: Nợ quá hạn và nợ xấu cho vay mua ô tô của Sacombank - CN Củ Chi năm 2021 -2023

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2021	2022	2023	So sánh			
				2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Nợ quá hạn cho vay mua xe ô tô (1)	1,45	3,15	4,12	1,7	117,24	0,97	30,79
Nợ xấu cho vay mua ô tô (2)	0,58	0,9	1,3	0,32	55,17	0,4	44,44
Tổng nợ quá hạn của Chi nhánh (3)	17,56	43,12	50,16	25,56	145,55	7,04	16,33
Tổng nợ xấu của Chi nhánh (4)	9,1	13,14	14,37	4,04	44,4	1,23	9,36
Tỷ lệ (1)/(3)	8,25%	7,3%	8,21%				
Tỷ lệ (2)/(4)	6,37%	6,85%	9,05%				

Nguồn: Phòng Kế toán và Quỹ, Sacombank – Chi nhánh Củ Chi

Theo bảng 3.6, có thể thấy rằng nợ quá hạn và nợ xấu trong lĩnh vực cho vay mua ô tô đã gia tăng qua các năm. Trong năm 2021, số nợ quá hạn liên quan đến cho vay mua ô tô đạt 1,45 tỷ đồng, trong khi nợ xấu là 0,58 tỷ đồng, tương ứng với tỷ lệ 8,25% và 6,37% tổng nợ quá hạn và nợ xấu. Đến năm 2022, nợ quá hạn cho vay mua ô tô tăng lên 3,15 tỷ đồng, chiếm 7,3% trong tổng số nợ quá hạn, và tăng gần 117,24% so với năm trước đó. Nợ xấu trong cho vay mua ô tô cũng ghi nhận mức 0,9 tỷ đồng, chiếm 6,85%, tăng hơn 50% so với năm 2021.

2.6.2.4 Tình hình nợ quá hạn so với tổng dư nợ của Sacombank CN Củ Chi năm 2021 – 2023

Bảng 2. 9: Tỷ lệ nợ quá hạn trên tổng dư nợ

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2021	2022	2023	So sánh			
				2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Tổng dư nợ	2.481	3.172	3.525	691	27,85	353	11,13
Nợ quá hạn	17,56	43,12	50,16	25,56	145,56	7,04	16,33
Tỷ trọng (%)	0,7	1,36	1,42	0,66		0,06	

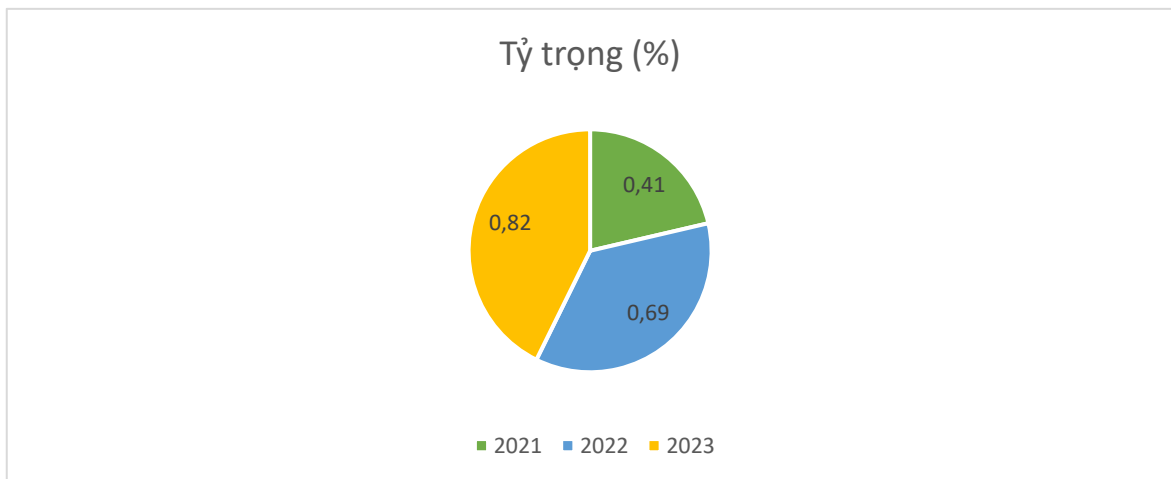
Qua bảng 3.7 cho thấy hoạt động kinh doanh của ngân hàng đang phát triển mạnh qua các năm do dư nợ của các năm tăng lên rất nhiều. Năm 2022 tổng dư nợ tăng 691 tỷ đồng tương ứng 27,85% so với năm 2021, năm 2023 tổng dư nợ tăng 353 tỷ đồng tương đương 11,13% so với năm 2022. Nhưng cùng lúc đó nợ quá hạn cũng tăng lên rất nhiều, khả năng thu hồi nợ tăng cao, nợ quá hạn năm 2022 tăng 25,56 tỷ đồng tương đương 145,56% so với năm 2021, nợ quá hạn năm 2023 tăng 7,04 tỷ đồng tương đương 16,33% so với năm 2022. Tỷ trọng dư nợ trên nợ quá hạn năm 2021 là 0,7%, năm 2022 là 1,36%, năm 2023 là 1,42%, năm 2022 tăng 0,66% so với năm 2021, năm 2023 tăng 0,06% so với năm 2022.

2.6.2.5 Tình hình nợ quá hạn trên tổng dư nợ cho vay mua ô tô cá nhân của Sacombank CN Cũ Chi năm 2021 – 2023

Bảng 2. 10: Tỷ trọng nợ quá hạn ô tô cá nhân trên tổng dư nợ ô tô cá nhân

Đơn vị: tỷ đồng

Chỉ tiêu	2021	2022	2023	So sánh			
				2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Nợ quá hạn ô tô cá nhân	1,45	3,15	4,12	1,7	117,24	0,97	30,79
Tổng dư nợ ô tô cá nhân	354	453	503	99	27,97	50	11,04
Tỷ trọng (%)	0,41	0,69	0,82	0,28		0,13	



Biểu đồ 2. 5: Tỷ trọng nợ quá hạn ô tô cá nhân trên tổng dư nợ ô tô cá nhân

Qua bảng 3.8 và biểu đồ 3.4 cho thấy hoạt động kinh doanh cho vay mua ô tô cá nhân của ngân hàng đang phát triển mạnh qua các năm do dư nợ của các năm tăng lên rất nhiều. Năm 2022 tổng dư nợ tăng 99 tỷ đồng tương ứng 27,97% so với năm 2021, năm 2023 tổng dư nợ tăng 50 tỷ đồng tương đương 11,04% so với năm 2022. Nhưng cùng lúc đó nợ quá hạn cho vay mua ô tô cũng tăng lên rất nhiều, khả năng thu hồi nợ tăng cao, nợ quá hạn năm 2022 tăng 1,7 tỷ đồng tương đương 117,24% so với năm 2021, nợ quá hạn năm 2023 tăng 0,97 tỷ đồng tương 30,79% so với năm

2022. Tỷ trọng dư nợ trên nợ quá hạn năm 2021 là 0,41%, năm 2022 là 0,69%, năm 2023 là 0,82%, năm 2022 tăng 0,28% so với năm 2021, năm 2023 tăng 0,13% so với năm 2022.

2.6.2.4 Doanh số bán ô tô tại Sacombank – CN Củ Chi

Bảng 2. 11: Doanh số cho vay mua ô tô tại Sacombank - CN Củ Chi so với toàn hệ thống

Đơn vị: chiếc

Chỉ tiêu	2021	2022	2023	So sánh			
				2022/2021		2023/2022	
				+/-	%	+/-	%
Số lượng xe ô tô được vay để mua tại Chi nhánh	1.325	1.458	1.586	133	10,04	128	8,78
Số lượng xe ô tô được vay để mua tại Sacombank toàn hệ thống	1.426	1.723	1.839	297	20,83	116	6,73
Tỷ trọng (%)	92,91	84,62	86,24	44,78		110,34	

Qua bảng 3.7 thể hiện nhu cầu vay mua ô tô tại Chi nhánh Củ Chi rất cao, năm 2022 cho khách hàng vay để mua 133 chiếc xe thương hiệu như Mazda, KIA, BMW,... tăng 10,04 % so với năm 2021, và chiếm tỷ trọng 44,78% so với toàn hệ thống. Năm 2023 cho khách hàng vay để mua 128 chiếc xe tăng 8,78% so với năm 2022, và chiếm tỷ trọng 110,34 % so với toàn hệ thống.

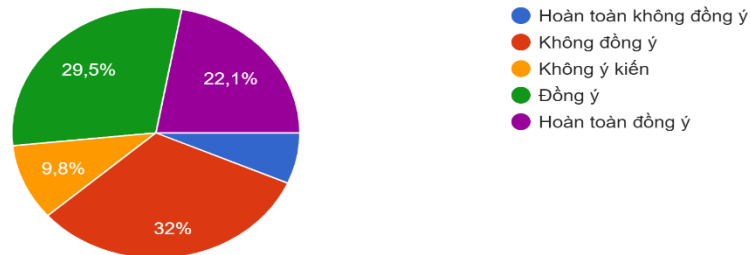
2.6.3 Một số hạn chế và khó khăn trong hoạt động cho vay mua xe ô tô khách hàng cá nhân tại Sacombank – CN Củ Chi:

Qua kết quả khảo sát về nâng cao hiệu quả hoạt động cho vay mua ô tô khách hàng cá nhân tại Sacombank – CN Củ Chi trong đường link dưới đây thì có những ý kiến của khách hàng chưa tốt về ngân hàng cần được cải thiện:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfytSepwRudCeu6QULCOdtEIsFMSr5cUq7Yf7cdqYcB0Qq5wA/viewform?usp=sf_link

Quan sát SP1

Anh/chị có thấy sản phẩm cho vay mua xe ô tô tiện ích, đa dạng, đáp ứng nhu cầu hay không?
122 câu trả lời

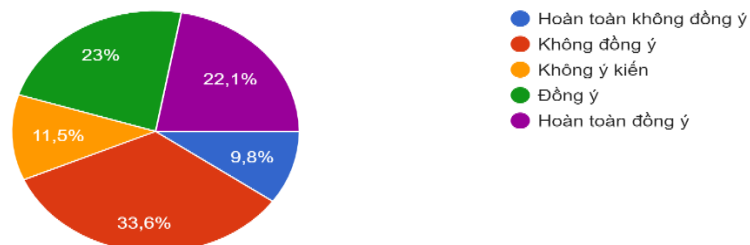


Hình 2. 4: Quan sát SP1

Qua khảo sát hình 2.4 cho thấy tỷ lệ những người hoàn toàn đồng ý với ý kiến ‘Sản phẩm cho vay mua xe ô tô phong phú, đa dạng mang đến nhiều sự lựa chọn cho khách hàng hay không?’ chiếm khoảng 22,1%, đồng ý thì chiếm tỷ trọng 29,5% thấp hơn so với những khách hàng chọn ý kiến không đồng ý chiếm 32%. Thể hiện sản phẩm cho vay mua ô tô khách hàng cá nhân cần phải cải thiện phong phú và đa dạng hơn để đáp ứng nhu cầu khách hàng ngày càng tăng.

Quan sát SP3

Theo bạn, giấy tờ và biểu mẫu cho vay mua xe ô tô tại Sacombank – CN Củ Chi thiết kế đơn giản, rõ ràng hay không?
122 câu trả lời



Hình 2. 5: Quan sát SP3

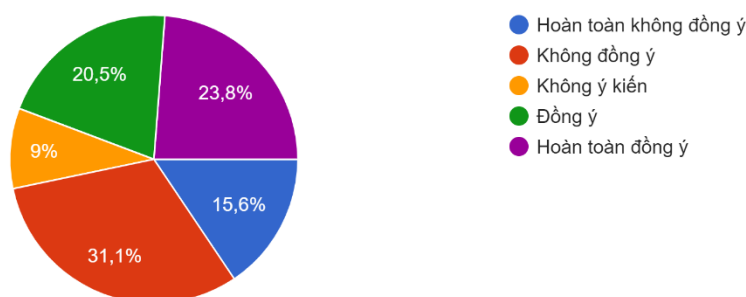
Qua hình 2.5 cho thấy tỷ lệ khách hàng tham gia bình chọn cho ý kiến khảo sát ‘Theo bạn, giấy tờ và biểu mẫu cho vay mua xe ô tô tại Sacombank – CN Củ Chi

thiết kế đơn giản, rõ ràng hay không?’, khách hàng bình chọn hoàn toàn đồng ý chiếm tỷ trọng 22,1% và đồng ý chiếm tỷ trọng 23%, những khách hàng không bình chọn cho ý kiến khảo sát này chiếm tỷ trọng 11,5%, bên cạnh đó những khách hàng chọn ý kiến không đồng ý chiếm tỷ trọng cao nhất là 33,6%, điều này cho thấy ngân hàng cần cải thiện và thiết kế giấy tờ và biểu mẫu cho vay mua xe ô tô đơn giản, dễ đọc và dễ hiểu.

Quan sát CT2

Anh/chị có được ngân hàng quan tâm bằng cách tặng quà hay nhắn tin hỏi thăm vào những ngày sinh nhật, hay lễ không?

122 câu trả lời



Hình 2. 6: Quan sát CT2

Qua hình 2.6 cho thấy khách hàng tham gia bình chọn câu hỏi khảo sát ‘ Vào những dịp đặc biệt như ngày sinh nhật, ngày lễ ngân hàng có quan tâm đến anh(chị) bằng cách tặng quà hay hỏi thăm không?’, khách hàng chọn ý kiến hoàn toàn đồng ý chiếm tỷ trọng gần cao nhất là 23,8% và ý kiến đồng ý chiếm tỷ trọng 20,5%, bên cạnh đó ý kiến được chọn nhiều nhất là không đồng ý và hoàn toàn không đồng ý lần lượt là 31,1%, 15,6%, điều này cho thấy ngân hàng cần cải thiện khoản chăm sóc khách hàng, quan tâm đến khách hàng nhiều hơn vào những ngày sinh nhật.

Chương 3: Giải pháp nâng cao hoạt động cho vay mua xe ô tô khách hàng cá nhân tại ngân hàng Sacombank - CN Củ Chi

3.1 Một số giải pháp nâng cao hiệu quả cho vay của Sacombank – CN Củ Chi

3.1.1 Phát triển hiệu quả các chương trình quảng cáo:

Sacombank – CN Củ Chi cần nâng cao các chương trình quảng cáo như phát tờ rơi, thiết kế các bảng quảng cáo tại ngân hàng đẹp hơn. Quảng bá các sản phẩm của ngân hàng nhiều hơn, muốn khách hàng biết đến các sản phẩm ngân hàng nhiều thì cần phải có các chương trình, chiến dịch đi tiếp thị đến mọi người. Marketing không phải là cách áp dụng riêng cho các khách hàng có nhu cầu mua vay mua ô tô mà là bi cách tốt nhất dùng cho tất cả các khách hàng khác của ngân hàng. Có một số biện pháp quảng cáo tiếp thị như sau:

Thứ nhất, trang trí hình ảnh về thời gian ngân hàng thành lập, các dịch vụ mà khách hàng đang sử dụng nhiều nhất và tốt nhất, cung cấp cho khách hàng những sản phẩm mới tại quầy.

Thứ hai, thêm các chương trình học về các sản phẩm của ngân hàng cho nhân viên chưa hiểu rõ về sản phẩm ngân hàng mình, điểm mạnh của sản phẩm ngân hàng mình so với những ngân hàng bạn.

Thứ ba, tiến hành tiếp thị, phát tờ rơi, phát name card, thư ngỏ, quảng bá sản phẩm, dịch vụ của ngân hàng. Ngân hàng có thể quảng cáo các sản phẩm cho vay mua ô tô trên các phương tiện truyền thông như: tiktok, facebook, youtube, báo, đài phát thanh, truyền hình, áp phích, tờ rơi...Nội dung quảng cáo phải giới thiệu được những tiện ích sản phẩm mà khách hàng sẽ có được từ việc sử dụng sản phẩm ngân hàng mình mà ngân hàng khác không có.

Thứ tư, chính sách lãi suất ngân hàng phải hợp lý, điều chỉnh lãi suất tốt theo thị trường và có tính đến yếu tố cạnh tranh với các ngân hàng cùng địa bàn. Nên gọi điện chăm sóc khách hàng và gửi thiệp chúc mừng tới khách hàng nhân dịp sinh nhật

khách hàng, những ngày lễ lớn, tạo mối quan hệ gắn kết giữa nhân viên ngân hàng và khách hàng.

3.1.2 Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

Trong tình hình hiện nay, nhân viên tín dụng của Sacombank – CN Củ Chi còn khá trẻ và thiếu kinh nghiệm. Điều này đặt ra yêu cầu cấp thiết cho ngân hàng trong việc xây dựng một kế hoạch đào tạo bài bản và khoa học. Mục tiêu chính là phát huy tối đa khả năng của nhân viên, đặc biệt là trong lĩnh vực tín dụng.

Để thực hiện chiến lược đào tạo và phát triển nguồn nhân lực hiệu quả, ngân hàng cần:

- ✚ Lập kế hoạch đào tạo chi tiết: Cần tổ chức các khóa học chuyên môn cho cán bộ, nhân viên để nâng cao kiến thức về nghiệp vụ cũng như cập nhật các vấn đề thời sự trong ngành ngân hàng.
- ✚ Khuyến khích giao lưu học hỏi: Tạo ra môi trường học hỏi lẫn nhau giữa các nhân viên, giúp họ hiểu rõ hơn về tất cả các hoạt động của ngân hàng, đặc biệt là lĩnh vực tín dụng.
- ✚ Chế độ đãi ngộ hợp lý: Cần có chính sách lương thưởng công bằng dựa trên năng lực, từ đó tạo động lực cho nhân viên làm việc hăng say hơn.
- ✚ Tăng cường kiến thức về thị trường ô tô: Cán bộ tín dụng (CBTD) cần nắm rõ thông tin về các loại xe ô tô, giá cả và các đại lý bán xe trên địa bàn. Ngân hàng nên hỗ trợ họ trong việc tìm hiểu và thiết lập quan hệ với các đại lý.
- ✚ Khuyến khích chủ động tìm kiếm khách hàng: Nhân viên tín dụng cần tích cực tìm kiếm khách hàng thay vì chờ đợi, nâng cao hiệu quả công việc thông qua sự nhiệt tình và chăm chỉ.
- ✚ Tuân thủ quy trình nghiệp vụ: Trong quá trình xử lý hồ sơ vay, nhân viên tín dụng cần bám sát quy trình và các quy định để giảm thiểu rủi ro tín dụng.

3.1.3 Nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng

- ✚ Lắng nghe khách hàng: Luôn luôn lắng nghe ý kiến, phản hồi và nhu cầu của khách hàng.

- ✚ Đầu tư vào đào tạo nhân viên: Đào tạo nhân viên về kỹ năng chăm sóc khách hàng là quan trọng. Cải thiện chiến lược chăm sóc khách hàng: Xác định chiến lược chăm sóc khách hàng phù hợp với ngân hàng.
- ✚ Thúc đẩy đội ngũ nhân viên: Khuyến khích nhân viên đóng góp ý kiến, đề xuất cải tiến và tham gia vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ.
- ✚ Đo lường hiệu suất dịch vụ khách hàng: Thiết lập các chỉ số hiệu suất để đánh giá chất lượng dịch vụ.
- ✚ Chăm sóc khách hàng trên mạng xã hội: Tận dụng mạng xã hội để tương tác với khách hàng, giải đáp thắc mắc và cung cấp thông tin hữu ích.
- ✚ Nâng cấp dịch vụ khách hàng cao cấp: Đầu tư vào việc cung cấp các dịch vụ giá trị gia tăng, như dịch vụ ưu đãi, hỗ trợ 24/7, và trải nghiệm khách hàng tốt hơn.

3.1.4 Nâng cao khả năng thu hồi nợ

Tình hình dư nợ tại ngân hàng đang tăng nhanh thể hiện ngân hàng đang phát triển mạnh mẽ, nhưng cùng lúc đó nợ quá hạn cũng tăng lên nhanh chóng, để cải thiện nợ quá hạn ngân hàng cần:

- ✚ Tăng thêm đội ngũ nhân viên thu hồi nợ cho ngân hàng.
- ✚ Bán nợ quá hạn cho các tổ chức thu hồi nợ.
- ✚ Khảo sát tình trạng tài chính của khách hàng trước khi cho vay.
- ✚ Tư vấn cho khách hàng các gói bảo hiểm để bảo vệ khoản vay an toàn, tiện ích.

3.2 Kiến nghị

Trong hoạt động cho vay mua ô tô, một trong những thủ tục quan trọng nhất là việc đăng ký giao dịch đảm bảo tại các cơ quan như văn phòng đăng ký đất đai và các cơ quan ở quận, huyện. Bên cạnh đó, thủ tục đăng ký xe tại cơ quan công an cũng không kém phần quan trọng. Tuy nhiên, thực tế cho thấy nhiều ngân hàng và khách hàng thường gặp khó khăn do sự chậm trễ và phiền phức từ các cơ quan này, như việc không thực hiện kịp thời thủ tục đăng ký giao dịch đảm bảo hay cấp giấy đăng ký xe.

Chính vì vậy, khuyến nghị các cơ quan chức năng cần tiến hành cải cách mạnh mẽ các thủ tục hành chính liên quan. Điều này bao gồm việc nâng cao hiệu quả trong việc cấp giấy chứng nhận quyền sở hữu tài sản, đăng ký tài sản bảo đảm và các thủ tục công chứng. Việc này không chỉ giúp giảm thiểu sai sót và tiêu cực mà còn bảo vệ quyền lợi cho cả khách hàng và ngân hàng, từ đó cải thiện trải nghiệm dịch vụ cho vay mua ô tô.

KẾT LUẬN

Trong quá trình thực tập và trải nghiệm thực tế tại Sacombank - Chi nhánh Củ Chi đã giúp bản thân em nhận thức được những vai trò quan trọng của hoạt động cấp tín dụng đối với ngân hàng và sự phát triển của nền kinh tế. Em cũng nhận thấy được sự phát triển mạnh mẽ của Sacombank - Chi nhánh Củ Chi trong hoạt động tín dụng tại địa bàn khu vực Tp.HCM. Qua bài khóa luận này, em trình bày về chủ đề nâng cao hoạt động cho vay mua xe ô tô cá nhân tại Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín – Chi nhánh Củ Chi qua góc nhìn của bản thân em trong quá trình đi thực tập thực tế.

Thời gian vừa qua, trong lúc nền kinh tế đang khó khăn với những thách thức do tác động của đại dịch, Sacombank - Chi nhánh Củ Chi đã có những tăng trưởng đáng kể. Tuy nhiên ngân hàng cần tiếp tục phát huy những điểm mạnh của mình và khắc phục những điểm còn hạn chế. Ngân hàng nên đề tâm đến vấn đề phát triển tín dụng và kiểm soát nợ xấu, lấy đó như mục tiêu quan trọng hàng đầu trong chiến lược phát triển vững chắc trong tương lai của ngân hàng. Để đạt được những thành tựu tuyệt vời trong hoạt động ngân hàng đòi hỏi sự gắn kết chặt chẽ nội bộ, thắt chặt mối quan hệ giữa các cơ quan ban ngành, để tạo ra một con đường thành công vững chắc cho ngân hàng phát huy hết sức mạnh, tiềm lực, chất lượng tốt nhất.

Dưới sự phục hồi dần ổn định lại của thị trường, nền kinh tế đang tốt trở lại mỗi ngày, hoạt động cho vay càng được nâng cao, cùng với sự nỗ lực của tập thể nhân viên trẻ trung đầy nhiệt huyết tại Ngân hàng Sacombank - Chi nhánh Củ Chi đặc biệt là sự mạnh mẽ trong tiện ích sản phẩm tín dụng, em tin chắc rằng trong một tương lai không xa, Sacombank - chi nhánh Củ Chi sẽ gặt hái được những kết quả như mong muốn.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. 2022_STB_Sacombank_BCTCRiengBanNien2022(DaSoatXet)
2. Avkiran, N.K. (1994). Developing an instrument to measure customer service quality in branch banking. *International Journal of Bank Marketing*, 12(6), 10-18.
3. BCTC Sacombank rieng Ban nien 2021 da soat xet
4. BCTC-Sacombank-hop-nhat-nam-2023-da-kiem-toan
5. Châu Văn Thường và Hồ Thiện Thông Minh (2017), “NGHIỆP VỤ NGÂN HÀNG 2”, ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ TP.HCM.
6. Cronin J.J. & Taylor S.A. (1994), “SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality”, *Journal of Marketing*, 58(January), pp. 125- 131.
7. Giáp Quảng Trinh (2017), Phân tích sản phẩm vay mua xe ô tô tại Ngân hàng TMCP Tiên Phong Chi nhánh Bến Thành, Trường Đại học Công nghệ Tp.HCM.
8. Gronroos c. (1984), “A service quality model and its marketing implication”, *European Journal of marketing*, Vol. 18, No. 4, pp.36-44.
9. Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn Thương Tín, Quyết định số 14/2021/QĐ-VBLQ ngày 29/04/2021 của Tổng giám đốc v/v ban hành Sản phẩm cho vay tiêu dùng.
10. Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn Thương Tín, Quyết định số 16/2022/QĐ-VBLQ.HĐQT ngày 21/04/2022 của Hội đồng quản trị Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín v/v ban hành Quy chế Cấp tín dụng.
11. Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn Thương Tín, Quyết định số 17/2022/QĐ-VBLQ.HĐQT ngày 25/05/2022 của Hội đồng quản trị Ngân hàng Sài Gòn Thương Tín v/v ban hành Quy định Nghiệp vụ Cấp tín dụng.
12. Ngân hàng Thương mại Cổ phần Sài Gòn Thương Tín, Quyết định số 2437/2018/QĐ-KHCN ngày 02/08/2018 của Tổng giám đốc v/v ban hành Sản phẩm cho vay mua ô tô cá nhân.
13. Nguyễn Minh Kiều (2010), *Nghiệp vụ Ngân hàng thương mại*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
14. Nguyễn Thị Mùi (2009), *Quản trị Ngân hàng thương mại*, Nxb Tài Chính, Hà Nội.

15. Nguyễn Thị Phương Trâm (2008), chất lượng dịch vụ ngân hàng điện tử: So sánh giữa mô hình SERVQUAL và GRONROOS, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh.
16. Trang Web Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín: www.Sacombank.com.vn
17. Trang Web Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín: www.Sacombank.com.vn
18. Võ Thị Yến Nhi (2023), Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ cho vay tiêu dùng tại Ngân hàng TMCP Ngoại thương Việt Nam – PGD Đô Thành, Trường Đại học Nguyễn Tất Thành.