

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Bình Thủy, TP. Cần Thơ

BÙI VĂN TRINH*
NGUYỄN THỊ THU LOAN**

Tóm tắt

Thông qua khảo sát 250 khách hàng cá nhân vay vốn tại Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (Agribank) Chi nhánh Bình Thủy, TP. Cần Thơ, kết quả nghiên cứu đã chỉ ra 5 yếu tố ảnh hưởng đến Quyết định vay vốn ngân hàng của khách hàng cá nhân tại Chi nhánh được sắp xếp theo mức độ giảm dần là: Chất lượng dịch vụ; Chính sách tín dụng; Quan hệ xã hội; Thuận tiện; Lợi ích tài chính. Trên cơ sở kết quả nghiên cứu thu được, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý quản trị nhằm không ngừng thu hút khách hàng cá nhân vay vốn tại Agribank Chi nhánh Bình Thủy, TP. Cần Thơ trong thời gian tới.

Từ khóa: yếu tố ảnh hưởng, quyết định vay vốn, khách hàng cá nhân, Agribank Chi nhánh Bình Thủy, TP. Cần Thơ

Summary

Through a survey of 250 individual customers making loans at the Bank for Agriculture and Rural Development (Agribank) Binh Thuy Branch, Can Tho city, the study reveals five factors affecting their decision to borrow from a bank, arranged in descending order of impact, which are Service quality, Credit policy, Social relations, Convenience, Financial benefits. Based on the obtained result, the authors propose some managerial implications to attract customers to make loans at Agribank Binh Thuy Branch in the near future.

Keyword: influential factors, decision on making a loan, individual customers, Agribank Binh Thuy Branch, Can Tho city

GIỚI THIỆU

Trong vài năm trở lại đây, do chịu ảnh hưởng của các cuộc khủng hoảng kinh tế, tăng trưởng tín dụng trở thành một mục tiêu thách thức đối với hoạt động kinh doanh của các ngân hàng thương mại cổ phần Việt Nam. Để gia tăng thị phần cho vay khách hàng cá nhân, các ngân hàng đã có nhiều chiến lược, như: quảng bá thương hiệu, tham gia các hoạt động xã hội cộng đồng, nâng cao chất lượng dịch vụ, giảm lãi suất, tăng cường các chương trình khuyến mãi tặng quà...

Với mục tiêu xác định các yếu tố nào ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân vay vốn, nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu các yếu tố ảnh

hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Bình Thủy, TP. Cần Thơ.

MÔ HÌNH VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Mô hình nghiên cứu

Mô hình nghiên cứu đề xuất các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Bình Thủy, TP. Cần Thơ (Hình 1) được xây dựng dựa trên cơ sở lý thuyết hành động hợp lý (TRA) và thuyết hành vi hoạch định (TPB) của Ajzen và Fishbein (1975).

Các biến trong mô hình nghiên cứu và các giả thuyết được diễn giải như Bảng 1.

Phương pháp nghiên cứu

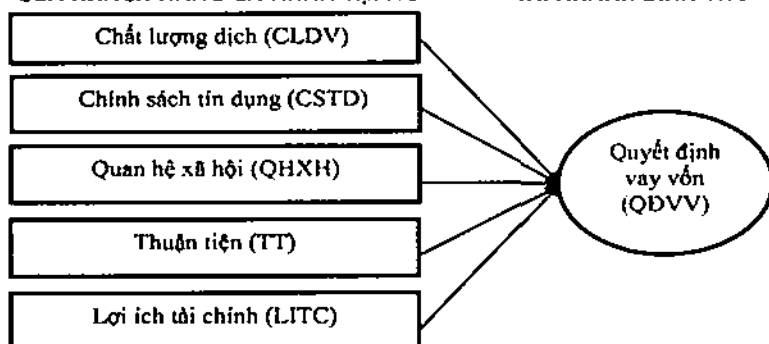
Nghiên cứu được thực hiện với đối tượng khảo sát là khách hàng cá nhân vay vốn tại Agribank Chi nhánh Bình Thủy, TP. Cần Thơ. Tổng cộng, có 270 bảng câu

* PGS, TS., Trường Đại học Cửu Long

** Học viên cao học Trường Đại học Tây Đô

Ngày nhận bài: 04/10/2021; Ngày phản biện: 25/10/2021; Ngày duyệt đăng: 10/11/2021

HÌNH 1: MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK CHI NHÁNH BÌNH THỦY



BẢNG 1: CÁC GIẢ THUYẾT VÀ DẤU KÝ VỌNG TRONG MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

Ký hiệu	Các giả thuyết	Dấu ký vọng
H1	Yếu tố chất lượng dịch vụ có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Bình Thủy TP. Cần Thơ	+
H2	Yếu tố chính sách tín dụng có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Bình Thủy TP. Cần Thơ	+
H3	Quan hệ xã hội có tương quan thuận đến quyết định lựa chọn ngân hàng vay vốn của khách hàng cá nhân	+
H4	Yếu tố thuận tiện có tác động cùng chiều đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại Agribank Chi nhánh Bình Thủy TP. Cần Thơ	+
H5	Cảm nhận về lãi suất, chi phí vay vốn có tương quan thuận với quyết định lựa chọn ngân hàng để vay vốn của khách hàng cá nhân	+

Nguồn: Nhóm tác giả đề xuất

BẢNG 2: KẾT QUẢ KIỂM ĐỊNH KMO VÀ BARTLETT CÁC BIẾN ĐỘC LẬP

	Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)	0,780
Kiểm định Bartlett của thang đo	Giá trị Chi bình phương	4506,659
	df	250
	Sig. - mức ý nghĩa quan sát	0,000

Nguồn: Xử lý từ dữ liệu khảo sát của nhóm tác giả

hỏi được phát ra, thu về 266 bảng, trong đó 16 bảng không đầy đủ thông tin, nên loại bỏ, còn lại 250 bảng câu hỏi đạt yêu cầu. Nhóm tác giả phân loại 250 người tham gia trả lời theo thành phần giới tính, độ tuổi, thu nhập, trình độ học vấn khi đưa vào xử lý số liệu bằng phần mềm SPSS 20.0 để phân tích. Khảo sát được thực hiện vào đầu năm 2021.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Đánh giá thang đo

Hệ số Cronbach's Alpha được sử dụng kiểm định độ tin cậy thang đo nghiên cứu, chỉ chấp nhận các biến có hệ số tương quan tổng (item-total correlation) từ 0,3 trở lên và hệ số Cronbach's Alpha từ 0,6 trở lên (Nunnally và Burnstein, 1994). Kết quả nghiên cứu cho thấy, các thang đo trên đều có hệ số Cronbach's Alpha khá cao (> 0,8). Tất cả các biến quan sát của thang đo này đều

có hệ số tương quan biến tổng > 0,3; do đó, chúng đều được sử dụng cho phân tích nhân tố khám phá (EFA) tiếp theo.

Phân tích EFA

Phân tích EFA biến độc lập

Kết quả kiểm định KMO và Bartlett (Bảng 2) cho thấy, Sig. = 0,000 < 0,005; KMO = 0,780 > 0,5. Do đó, kết luận rằng, các biến quan sát trong tổng thể có mối tương quan với nhau và phân tích EFA là phù hợp.

Chọn các biến quan sát có giá trị Eigenvalues lớn hơn 1 và với phương pháp rút trích principal components và phép quay varimax, phân tích yếu tố đã trích được 5 yếu tố từ 25 biến quan sát và với phương sai trích là 69,983% (lớn hơn 50%) đạt yêu cầu (Bảng 3).

Phân tích yếu tố thang đo biến phụ thuộc

Bước 1: Kiểm định sự thích hợp của phân tích yếu tố đối với các dữ liệu ban đầu bằng chỉ số KMO (Kaiser - Meyer - Olkin) và giá trị thống kê Bartlett.

Giả thuyết H_0 : 3 biến quan sát trong tổng thể không có mối quan hệ với nhau.

Kết quả: Sig. = 0,000 $\Rightarrow$ bác bỏ giả thuyết H_0 . Hệ số KMO = 0,741 (giữa 0,5 và 1), nên bác bỏ giả thuyết và kết luận rằng các biến quan sát trong tổng thể có mối tương quan với nhau và phân tích EFA là phù hợp.

Bước 2: Tiến hành phương pháp trích yếu tố và phương pháp xoay yếu tố. Kết quả phân tích EFA (Bảng 5) cho thấy, với phương pháp trích yếu tố, phép quay Varimax cho phép trích được một yếu tố với 3 biến quan sát và phương sai trích tích lũy được là 80,164% (> 50%) $\Rightarrow$ đạt yêu cầu.

Sau khi phân tích yếu tố EFA, có thể quyết định rằng, mô hình lý thuyết ban đầu đề ra phù hợp với nghiên cứu.

Phân tích tương quan

Bảng 6 trình bày các hệ số tương quan Pearson (r) giữa các biến nghiên cứu và mức ý nghĩa của từng hệ số đó. Mức ý nghĩa của các hệ số rất nhỏ (Sig. = 0 < 0,05), nên các hệ số tương quan có ý nghĩa thống kê.

Xem xét ma trận tương quan cho thấy rằng, mức ý nghĩa của hầu hết các hệ số rất nhỏ (Sig. = 0 < 0,05), nên hầu hết các hệ số tương quan có ý nghĩa thống kê và đều đủ điều kiện để đưa vào phân tích hồi quy.

Phân tích hồi quy

Tác giả sử dụng hàm hồi quy tuyến tính với phương pháp đưa vào một lượt (Enter) để kiểm định sự phù hợp giữa

thành phần 5 biến độc lập (CLDV, CSTD, QHXX, TT, LITC) và biến phụ thuộc (QDVV).

Bảng 6 cho thấy, R^2 hiệu chỉnh bằng 0,742 có nghĩa là 74,2% sự biến thiên của QDVV (Quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân) được giải thích bởi sự biến thiên của 5 biến độc lập: CLDV, CSTD, QHXX, TT, LITC. Còn lại là do ảnh hưởng của các yếu tố khác ngoài mô hình.

Hệ số phóng đại phương sai VIF (Variance Inflation factor - VIF) đạt giá trị lớn nhất là $1,652 < 10$ (Bảng 7), cho thấy các biến độc lập này không có quan hệ chặt chẽ với nhau, nên không có hiện tượng đa cộng tuyến xảy ra. Do đó, mối quan hệ giữa các biến độc lập không ảnh hưởng đáng kể đến kết quả giải thích của mô hình hồi quy.

Dựa vào kết quả phân tích hồi quy (Bảng 8) cho thấy, hệ số hồi quy chuẩn hóa (β) của các biến độc lập và biến phụ thuộc đều dương và có ý nghĩa thống kê ($\text{Sig.} < 0,05$). Theo kết quả phân tích, ta có thứ tự tác động của biến độc lập vào biến phụ thuộc như sau: biến Chính sách tín dụng (CSTD) có tác động mạnh nhất ($\beta_2 = 0,408$); tiếp đến là các biến: Thuận tiện (TT) ($\beta_4 = 0,207$); Lợi ích tài chính (LITC) ($\beta_5 = 0,122$); Chất lượng dịch vụ (CLDV) ($\beta_1 = 0,118$) và tác động thấp nhất là Quan hệ xã hội (QHXX) ($\beta_3 = 0,098$). Như vậy, các giả thuyết H1, H2, H3, H4, H5 đều được chấp nhận ở độ tin cậy 95%.

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Kết luận

Nghiên cứu này cho thấy các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân, gồm: Chính sách tín dụng; Thuận tiện; Lợi ích tài chính; Chất lượng dịch vụ và Quan hệ xã hội.

Hàm ý chính sách

Về yếu tố "Quan hệ xã hội". Ngân hàng có thể áp dụng một biên độ thả nổi theo lãi suất huy động hoặc lãi suất bán vốn nội bộ, nhưng vẫn có thể đảm bảo một mức lợi nhuận kỳ vọng chấp nhận được và tùy thuộc vào từng đối tượng khách hàng. Thông thường, đối với khách hàng có mong muốn biên độ lãi suất vay vốn thấp, thì Ngân hàng áp dụng biên độ lãi suất bán vốn nội bộ, vì biên độ này thường thấp hơn so với biên độ lãi suất huy động, ổn định và dễ theo dõi.

BẢNG 3: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH EFA

Biến quan sát	Hệ số yếu tố tải				
	1	2	3	4	5
CLDV3	0.834				
CLDV2	0.831				
CLDV1	0.820				
CLDV5	0.802				
CLDV4	0.788				
QHXXH1		0.830			
QHXXH3		0.796			
QHXXH5		0.764			
QHXXH4		0.729			
QHXXH2		0.712			
TT4			0.854		
TT2			0.822		
TT3			0.806		
TT1			0.727		
TT5			0.703		
CSTD3				0.877	
CSTD1				0.849	
CSTD2				0.836	
CSTD5				0.823	
CSTD4				0.798	
LITC1					0.865
LITC2					0.861
LITC5					0.840
LITC4					0.838
LITC3					0.822
Eigenvalue	4.263	3.352	2.951	2.511	1.898
Phương sai trích %	18.533	14.575	12.832	10.917	8.253
Phương sai tích lũy	18.533	33.108	45.941	56.858	65.111

BẢNG 4: KIỂM ĐỊNH KMO VÀ BARTLETT - THANG ĐO QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN

Kiểm định Bartlett	Hệ số KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)	0,741
	Giá trị Chi bình phương	642,381
	df	3
	Sig. - mức ý nghĩa quan sát	0,000

BẢNG 5: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH YẾU TỐ - THANG ĐO QUYẾT ĐỊNH VAY VỐN

Biến quan sát	Hệ số yếu tố tải	
	1	
QDVV3		0.904
QDVV2		0.897
QDVV1		0.885
Eigenvalue		2.405
Phương sai trích tích lũy (%)		80,164

BẢNG 6: KẾT QUẢ PHÂN TÍCH TƯƠNG QUAN

Hệ số		CLDV	CSTD	QHXX	TT	LITC	QDVV
CLDV	Pearson Correlation		0.269**	-0.030	0.269**	0.350**	0.404**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.538	0.000	0.000	0.000
	N	250	250	250	250	250	250
CSTD	Pearson Correlation	0.269**		-0.058	0.459**	0.486**	0.746**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.237	0.000	0.000	0.000
	N	250	250	250	250	250	250
QHXX	Pearson Correlation	-0.030	-0.058		-0.082	0.051	0.032
	Sig. (2-tailed)	0.538	0.237		0.096	0.303	0.516
	N	250	250	250	250	250	250
TT	Pearson Correlation	0.269**	0.459**	-0.082		0.449**	0.597**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.096		0.000	0.000
	N	250	250	250	250	250	250
LITC	Pearson Correlation	0.350**	0.486**	0.051	0.449**		0.607**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.303	0.000		0.000
	N	250	250	250	250	250	250

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của nhóm tác giả

BẢNG 7: MỨC ĐỘ GIẢI THÍCH CỦA MÔ HÌNH

Mô hình	R	R ²	R ² hiệu chỉnh	Sai số ước lượng	Hệ số Durbin-Watson
1	0,863n	0,745	0,742	0,38324	2,108

BẢNG 8: CÁC THÔNG SỐ THỐNG KÊ CỦA TỪNG BIẾN ĐỘC LẬP CỦA MÔ HÌNH

Mô hình	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Sig.	Thống kê đa cộng tuyến	
	B	Sai số chuẩn	Beta			Dung sai	VIF
(Hằng số)	-0,354	0,122		-2,913	0,004		
CLDV	0,118	0,028	0,116	4,291	0,000	0,850	1,177
CSTD	0,408	0,025	0,494	16,351	0,000	0,683	1,464
QHXX	0,098	0,032	0,077	3,067	0,002	0,979	1,022
TT	0,207	0,030	0,206	6,850	0,000	0,691	1,446
LITC	0,122	0,031	0,127	3,975	0,000	0,605	1,652

a. Biến phụ thuộc: QDDV

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu điều tra của nhóm tác giả

Yếu tố “Chính sách vốn vay”. Với các sản phẩm tín dụng (mua nhà, mua ô tô, tiêu dùng cá nhân...) và thời gian vay (ngắn hạn, trung hạn hay dài hạn) khác nhau, việc có những mức lãi suất và phương thức trả nợ đa dạng và linh hoạt sẽ làm giảm áp lực về gánh nặng lãi suất vay vốn, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận được nguồn vốn vay.

Yếu tố “Lợi ích tài chính”. Sự tư vấn của những người đã từng sử dụng trước đây là nguồn thông tin tham khảo hữu ích cho họ về các vấn đề liên quan đến sản phẩm và Ngân hàng. Điều này có thể lý giải, trước hết là do mức độ độc lập và kinh nghiệm của đối tượng này, họ đã trải qua rất nhiều sự kiện, biến cố, nên luôn tự tin vào các quyết định tự thân và những kinh nghiệm của mình. Mặt khác, sự phát triển mạnh mẽ của các phương tiện thông tin, sự tăng cường thông tin một cách

đầy đủ và rõ ràng của Ngân hàng cũng góp phần tạo nguồn thông tin cần thiết cho khách hàng.

Yếu tố “Chất lượng dịch vụ”. Vì công tác chăm sóc khách hàng vô cùng quan trọng, nên Chi nhánh cần tăng cường hoạt động chăm sóc khách hàng bằng cách: thường xuyên theo dõi các kết quả khảo sát hàng tuần để có biện pháp chấn chỉnh kịp thời nhằm nâng cao chất lượng phục vụ, cải thiện mức độ hài lòng của khách hàng khi giao dịch tại Chi nhánh. Ngoài ra, Ngân hàng có thể tổ chức các hội thảo, lấy ý kiến khách hàng về công tác chăm sóc khách hàng của Chi nhánh. Lãnh đạo Chi nhánh phải thường xuyên khảo sát các điểm giao dịch để có đánh giá thực tế và toàn diện về công tác chăm sóc khách hàng tại đơn vị. Bên cạnh đó, lãnh đạo cần nghiêm túc phê bình và chấn chỉnh các trường hợp vi phạm tại Chi nhánh.

Yếu tố “Thuận tiện”. Chi nhánh cần nâng cấp sự thuận tiện của các phòng giao dịch trực thuộc, thay đổi địa điểm tọa lạc của các phòng giao dịch đến những nơi có tiềm năng hơn. Cụ thể, các phòng giao dịch của các chi nhánh nên di dời sang một con đường khác và nằm xa nơi tọa lạc của Chi nhánh chính. Ngoài việc dời phòng giao dịch về một trong các đường trên, thì diện tích nơi đặt trụ sở phòng giao dịch phải rộng rãi, có nơi để xe, mặt tiền phải đủ rộng để có thể đăng, dán các băng rôn để quảng bá các sản phẩm; vị trí phải thu hút ánh nhìn của người đi đường. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Đình Thọ (2011). *Phương pháp nghiên cứu khoa học trong kinh doanh*, Nxb Lao động xã hội
2. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nxb Hồng Đức
3. Hồ Phạm Thanh Lan (2015). *Phân tích các yếu tố tác động đến quyết định vay vốn của khách hàng cá nhân tại EXIMBANK Cần Thơ*, Luận văn thạc sĩ quản trị kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ
4. Quan Minh Nhật và Huỳnh Văn Tùng (2013). Các yếu tố ảnh hưởng đến việc sử dụng tín dụng nhà ở tại TP. Cần Thơ, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, Số chuyên đề tháng 5/2013
5. Ajzen, I. (1985). *From intentions to actions: A theory of planned behavior*, In J. Kuhl & J. Beckmann (Eds.), Springer series in social psychology
6. Ajzen, I., and Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to theory and research*, Addition-Wesley, Reading, MA
7. Hair et al (2006). *Multivariate Data Analysis*, Pearson prentice Hall
8. Hafeez Ur Rehman and Ahmed (2008). An Empirical analysis of the determinants of Banks Selection in Pakitstan: A customer view, *Pakitstan Economic and Social Review*, 46(2), 147-160
9. Martin Owusu Ansa (2014). An Empirical study on the Determinnants of Banks Selection in Ghana: Application of principal Factor Annalysis on Senior High School Teachers in the Kumasi metropolis, *International journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(7)