

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT



NGUYỄN THỊ THÙY DUNG

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LỰA CHỌN
GỬI TIẾT KIỆM CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI
AGRIBANK HÀM THUẬN NAM**

**ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH**

Bình Thuận - 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC PHAN THIẾT



NGUYỄN THỊ THÙY DUNG

**CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LỰA CHỌN
GỬI TIẾT KIỆM CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI
AGRIBANK HÀM THUẬN NAM**

CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH

MÃ SỐ: 8340101

ĐỀ ÁN TỐT NGHIỆP THẠC SĨ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

PGS.TS NGUYỄN NGỌC DUY PHƯƠNG

Bình Thuận - 2024

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập và thực hiện Đề án tốt nghiệp, tôi đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ và động viên từ gia đình, quý Thầy Cô và các bạn bè. Vì vậy, tôi xin phép được gửi lời cảm ơn chân thành nhất đến:

PGS.TS Nguyễn Ngọc Duy Phương, người đã tận tình giúp đỡ và hỗ trợ tôi trong suốt quá trình tìm kiếm tài liệu, thực hiện đề cương đến khi hoàn tất Đề án tốt nghiệp;

Quý Thầy Cô giáo đã truyền đạt cho tôi vô vàng kiến thức và kinh nghiệm quý giá trong thời gian theo học tại trường;

Ban lãnh đạo Agribank Hàm Thuận Nam đã tạo điều kiện, hỗ trợ trong quá trình thu thập các thông tin cần thiết cho nghiên cứu;

Bạn bè, đồng nghiệp và gia đình đã nhiệt tình hỗ trợ và động viên tôi trong suốt quá trình học tập cũng như giai đoạn thực hiện Đề án tốt nghiệp.

Trân trọng cảm ơn!

LỜI CAM ĐOAN

Tác giả xin cam đoan đề tài Đề án tốt nghiệp “*Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam*” là công trình do tôi tự tìm hiểu, nghiên cứu, thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của PGS.TS Nguyễn Ngọc Duy Phương.

Các số liệu được thu thập và kết quả có được trong Đề án tốt nghiệp này là hoàn toàn trung thực và có nguồn gốc rõ ràng.

Tác giả xin chịu trách nhiệm về công trình nghiên cứu của mình./.

Thuận Nam , ngày 17 tháng 09 năm 2024

Người thực hiện Đề án

Nguyễn Thị Thùy Dung

TÓM TẮT

Mục tiêu nghiên cứu của đề tài nhằm xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ tiền gửi của khách hàng cá nhân tại chi nhánh để làm cơ sở đề xuất giải pháp nhằm nâng cao ý định gửi tiền của khách hàng. Mô hình nghiên cứu đề xuất của đề tài gồm 6 yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam, đó là: Chất lượng dịch vụ; Hình thức chiêu thị; Nhóm tham khảo; Lãi suất tiền gửi; Sự an toàn; Sự thuận tiện. Kết quả phân tích 243 phiếu trả lời khảo sát hợp lệ cho thấy rằng có 4 trong 6 yếu tố được phân tích có ảnh hưởng tích cực đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam, bao gồm: Nhóm tham khảo; Lãi suất tiền gửi; Sự an toàn; Sự thuận tiện. Trong đó, yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam là Lãi suất tiền gửi với hệ số hồi quy chuẩn hóa bằng 0.396; yếu tố ảnh hưởng yếu nhất là Sự thuận tiện với hệ số hồi quy chuẩn hóa bằng 0.112; hai yếu tố còn lại là Sự an toàn và Nhóm tham khảo với hệ số hồi quy chuẩn hóa lần lượt bằng 0.342; 0.142. Trên cơ sở phối hợp giữa kết quả phân tích dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát khách hàng sử dụng dịch vụ gửi tiền tại Agribank Hàm Thuận Nam và định hướng phát triển dịch vụ huy động vốn của chi nhánh trong thời gian tới, nghiên cứu cũng đã đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao ý định gửi tiền của khách hàng cá nhân thông qua việc nâng cao hiệu quả các chính sách liên quan lãi suất tiền gửi, nâng cao tính an toàn trong hoạt động cung ứng dịch vụ tiền gửi, nâng cao hiệu quả chính sách liên quan đến ảnh hưởng xã hội và nâng cao sự thuận tiện trong hoạt động cung ứng dịch vụ tiền gửi.

ABSTRACT

The research objective of the topic is to determine the factors affecting the intention to use deposit services of individual customers at the branch as a basis for proposing solutions to improve customers' intention to deposit money . The proposed research model of the topic includes 6 factors affecting the intention to choose to deposit savings of individual customers at Agribank Ham Thuan Nam, which are: Service quality; Marketing form; Reference group; Deposit interest rate; Safety; Convenience. The analysis results of 243 valid survey responses show that 4 out of 6 analyzed factors have a positive impact on the intention to choose to deposit savings of individual customers at Agribank Ham Thuan Nam, including: Reference group; Deposit interest rate; Safety; Convenience. In which, the factor that most strongly affects the intention to choose to deposit savings of individual customers at Agribank Ham Thuan Nam is Deposit interest rate with a standardized regression coefficient of 0.396; The weakest influencing factor is Convenience with a standardized regression coefficient of 0.112; the remaining two factors are Safety and Reference Group with standardized regression coefficients of 0.342; 0.142 respectively. Based on the combination of data analysis results collected through a survey of customers using deposit services at Agribank Ham Thuan Nam and the development orientation of the branch's capital mobilization services in the coming time, the study also proposed appropriate solutions to increase the intention to deposit money of individual customers through improving the effectiveness of policies related to deposit interest rates, improving the safety in providing deposit services, improving the effectiveness of policies related to social impact and improving the convenience in providing deposit services.

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	i
LỜI CAM ĐOAN	ii
TÓM TẮT	iii
ABSTRACT	iv
MỤC LỤC	v
DANH MỤC BẢNG	ix
DANH MỤC HÌNH	x
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	xi
PHẦN 1: MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
2.1 Mục tiêu tổng quát	2
2.2 Mục tiêu cụ thể	3
3. Câu hỏi nghiên cứu	3
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	3
4.1 Đối tượng nghiên cứu	3
4.2 Phạm vi nghiên cứu	4
5. Ý nghĩa của đề tài	4
6. Kết cấu của đề án tốt nghiệp	4
PHẦN 2: NỘI DUNG	5
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU	5

1.1 Lý thuyết về tiền gửi tiết kiệm.....	5
1.1.1 Khái niệm	5
1.1.2 Phân loại tiền gửi.....	5
1.1.3 Vai trò của tiền gửi tiết kiệm ngân hàng	7
1.2 Lý thuyết về hành vi khách hàng, ý định hành vi khách hàng	7
1.2.1 Khái niệm hành vi khách hàng	7
1.2.2 Khái niệm ý định hành vi khách hàng	8
1.2.3 Các học thuyết về hành vi khách hàng	8
1.3 Tổng quan các nghiên cứu liên quan	10
1.3.1 Các nghiên cứu ngoài nước	10
1.3.2 Các nghiên cứu trong nước	11
1.4 Mô hình và giả thuyết nghiên cứu	12
1.4.1 Mô hình nghiên cứu	12
1.4.2 Các giả thuyết của nghiên cứu	13
1.5 Thang đo	14
1.6 Phương pháp chọn mẫu, quy mô mẫu và công cụ phân tích dữ liệu	17
1.6.1 Phương pháp chọn mẫu	17
1.6.2 Quy mô mẫu nghiên cứu	17
1.6.3 Công cụ phân tích dữ liệu.....	18
TÓM TẮT CHƯƠNG 1	22

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LỰA CHỌN GỬI TIẾT KIỆM CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK HÀM THUẬN NAM.....	23
2.1 Tổng quan về Agribank Hàm Thuận Nam	23
2.1.1 Tổng quan về Agribank Bình Thuận.....	23
2.1.2 Tổng quan về Agribank Hàm Thuận Nam	25
2.2 Thực trạng hoạt động huy động vốn tại Agribank Hàm Thuận Nam giai đoạn 2021 - 2023	27
2.3 Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến ý định gửi tiền tiết kiệm tại Agribank Hàm Thuận Nam	33
2.3.1 Thông tin mẫu nghiên cứu.....	33
2.3.2 Đánh giá độ tin cậy của thang đo	35
2.3.2.1 Kiểm định Cronbach's Alpha	35
2.3.2.2 Phân tích nhân tố khám phá	39
2.3.3 Phân tích hồi quy tuyến tính.....	43
2.3.4 Kiểm định giả thuyết nghiên cứu	49
2.3.5 Kiểm định sự khác biệt theo các đặc điểm nhân khẩu học	51
2.3.6 Thảo luận kết quả nghiên cứu	53
TÓM TẮT CHƯƠNG 2.....	55
CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO Ý ĐỊNH LỰA CHỌN GỬI TIẾT KIỆM CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK HÀM THUẬN NAM	56
3.1 Định hướng phát triển hoạt động huy động vốn của Agribank Hàm Thuận Nam.....	56

3.2 Giải pháp nâng cao ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam	57
3.2.1 Đối với yếu tố “Lãi suất tiền gửi”	57
3.2.2 Đối với yếu tố “Sự an toàn”	58
3.2.3 Đối với yếu tố “Nhóm tham khảo”	60
3.2.4 Đối với yếu tố “Sự thuận tiện”	61
TÓM TẮT CHƯƠNG 3.....	62
PHẦN III: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	63
1. Kết luận.....	63
2. Kiến nghị.....	64
2.1 Đối với Hội sở Agribank	64
2.2 Đối với Agribank Bình Thuận	64
3. Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tiếp theo	64
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	xii
PHỤ LỤC	xiv

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1 Thang đo nghiên cứu	14
Bảng 2.1 Sản phẩm, dịch vụ của Agribank Hàm Thuận Nam	27
Bảng 2.2 Các sản phẩm huy động hiện tại của Agribank Hàm Thuận Nam	28
Bảng 2.3 Tốc độ tăng trưởng quy mô vốn huy động của Agribank Hàm Thuận Nam giai đoạn 2021 – 2023	29
Bảng 2.4 Số lượng KH gửi tiết kiệm giai đoạn 2021 – 2023	30
Bảng 2.5 So sánh lãi suất huy động vốn với các NHTM trên địa bàn huyện	31
Bảng 2.6 Kết quả kinh doanh hoạt động huy động vốn giai đoạn 2021 – 2023	32
Bảng 2.7 Cơ cấu mẫu nghiên cứu	33
Bảng 2.8 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha	36
Bảng 2.9 Kết quả KMO và Kiểm định Barlett của các biến độc lập	39
Bảng 2.10 Kết quả ma trận xoay nhân tố và rút trích nhân tố của các biến độc lập	40
Bảng 2.11 Kết quả KMO và Kiểm định Barlett - Biến phụ thuộc	41
Bảng 2.12 Kết quả ma trận xoay nhân tố và rút trích nhân tố - Biến phụ thuộc	42
Bảng 2.13 Tổng hợp kết quả đánh giá chất lượng thang đo	42
Bảng 2.14 Kết quả phân tích ANOVA trong hồi quy	43
Bảng 2.15 Bảng tóm tắt mô hình hồi quy	44
Bảng 2.16 Kết quả phân tích hồi quy	48
Bảng 2.17 Kết luận các giả thuyết	49
Bảng 2.18 Kiểm định sự khác biệt theo Giới tính	51
Bảng 2.19 Tổng hợp kết quả phân tích sự khác biệt theo Độ tuổi, Trình độ học vấn, Nghề nghiệp, Thu nhập	52

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất.....	13
Hình 2.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Agribank Hàm Thuận Nam.....	26
Biểu đồ 2.2 Biểu đồ phân phối chuẩn phần dư	45
Biểu đồ 2.3 Biểu đồ P-P plot.....	46
Biểu đồ 2.4 Biểu đồ Scatter.....	47

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Diễn giải
1	ANOVA	Phân tích phương sai
2	EFA	Phân tích nhân tố khám phá
3	KMO	Chỉ số được dùng để xem xét sự thích hợp của phân tích nhân tố
4	SPSS	Phần mềm xử lý số liệu thống kê
5	VIF	Nhân tố phóng đại phương sai
6	DV	Chất lượng dịch vụ
7	CT	Hình thức chiêu thị
8	TK	Nhóm tham khảo
9	LS	Lãi suất tiền gửi
10	AT	Sự an toàn
11	TT	Sự thuận tiện
12	YD	Ý định

PHẦN 1: MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ngân hàng là ngành chịu nhiều sự tác động cả tích cực lẫn tiêu cực từ xu hướng hội nhập kinh tế thế giới. Bên cạnh những lợi ích mang lại từ việc tiếp cận các kỹ thuật, kinh nghiệm quản lý hệ thống hiện đại và khả năng tiếp cận nguồn vốn lớn nhằm đáp ứng cho các hoạt động của ngân hàng thì hệ thống các ngân hàng trong nước nói chung và các ngân hàng thương mại nói riêng đang phải đứng trước các thách thức không nhỏ khi các ngân hàng trong nước phải chịu nhiều sự cạnh tranh với các ngân hàng nước ngoài đã và đang tham gia hoạt động trên lãnh thổ Việt Nam. Đây là một trong những bài toán khó mà các ngân hàng trong nước phải giải quyết bởi khả năng hoạt động và thay đổi các chính sách để phù hợp với điều kiện cạnh tranh tại Việt Nam của các ngân hàng nước ngoài đang cho thấy sự hiệu quả và vượt trội hơn về khả năng quản lý hệ thống cũng như tiềm năng sử dụng vốn hiệu quả. Do đó, việc nâng cao cạnh tranh cũng như nâng cao hiệu quả hoạt động các sản phẩm, dịch vụ hiện có của ngân hàng cần được lãnh đạo các ngân hàng quan tâm nhiều hơn.

Những năm gần đây, dưới tác động tiêu cực của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới và sự suy thoái nền kinh tế trong nước sau đại dịch Covid-19, các ngân hàng trong nước đã và đang dịch chuyển các chính sách cung ứng sản phẩm, dịch vụ tập trung đến phân khúc khách hàng cá nhân với tiềm năng phát triển cũng như khả năng quản trị rủi ro tốt hơn dành cho các ngân hàng. Bên cạnh đó, với đặc điểm dân số trẻ của nước ta nói chung và tỉnh Bình Thuận nói riêng, việc tập trung vào phân khúc khách hàng cá nhân mang lại những lợi thế lớn hơn so với phân khúc khách hàng doanh nghiệp. Do đó, trong gần 10 năm trở lại đây, số lượng các ngân hàng thương mại hiện diện trên địa bàn tỉnh Bình Thuận đã tăng đáng kể, đi kèm với sự cạnh tranh mạnh mẽ của các ngân hàng đối với đối tượng khách hàng cá nhân. Cho nên, việc đánh giá được những yếu tố nào ảnh hưởng trực tiếp đến hành vi lựa chọn ngân hàng để sử dụng các sản phẩm, dịch

vụ của khách hàng sẽ giúp các ngân hàng nâng cao được hiệu quả hoạt động của ngân hàng.

Đối với các ngân hàng, tín dụng là hoạt động cung ứng dịch vụ giữ vai trò quan trọng, đảm bảo khả năng phát triển và tồn tại của ngân hàng. Bên cạnh hoạt động cho vay, huy động vốn cũng là một hoạt động mang lại lợi nhuận lớn cho các ngân hàng, góp phần mang lại nguồn vốn để phục vụ cho các hoạt động kinh doanh khác của ngân hàng. Tuy nhiên, với đặc thù các sản phẩm, dịch vụ tiền gửi tiết kiệm ngày càng giống nhau trong các chính sách của các ngân hàng và sự cạnh tranh về hoạt động của các ngân hàng trên địa bàn tỉnh thì một trong những bài toán khó mà lãnh đạo các ngân hàng nói chung và Agribank Hàm Thuận Nam nói riêng cần giải đáp được đó là làm thế nào để gia tăng sự lựa chọn của khách hàng cá nhân đối với sản phẩm, dịch vụ tiền gửi tiết kiệm của chi nhánh trong thời gian tới để đảm bảo nâng cao hiệu quả hoạt động chung của ngân hàng.

Xuất phát từ lý do trên, tác giả quyết định lựa chọn đề tài: ***“Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam”*** làm đề tài đề án tốt nghiệp. Hy vọng rằng kết quả nghiên cứu sẽ giúp cho lãnh đạo ngân hàng có cơ sở trong việc hoàn thiện hơn nữa các chính sách tiền gửi của ngân hàng để đạt được mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận của chi nhánh trong thời gian tới.

2. Mục tiêu nghiên cứu

2.1 Mục tiêu tổng quát

Mục tiêu tổng quát của nghiên cứu là xác định các yếu tố chính ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam cũng như mức độ ảnh hưởng của chúng để làm cơ sở đề xuất các giải pháp giúp nâng cao ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại ngân hàng trong thời gian tới.

2.2 Mục tiêu cụ thể

Để đạt mục tiêu tổng quát trên, đề án được thực hiện nhằm đạt các mục tiêu cụ thể sau:

- (i) Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam;
- (ii) Xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đó đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam;
- (iii) Xem xét sự khác biệt về ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam theo các đặc điểm nhân khẩu học;
- (iv) Đề xuất các giải pháp giúp nâng cao ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

3. Câu hỏi nghiên cứu

- (i) Các yếu tố nào ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam?
- (ii) Các yếu tố đó ảnh hưởng như thế nào đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam?
- (iii) Có sự khác biệt hay không về ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam theo các đặc điểm nhân khẩu học?
- (iv) Các giải pháp nào giúp nâng cao ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam?

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1 Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

Đối tượng khảo sát: Những khách hàng cá nhân có ý định gửi tiết kiệm tại Agribank Hàm Thuận Nam.

4.2 Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại Agribank Hàm Thuận Nam.

Phạm vi thời gian: Nghiên cứu tiến hành trong 6 tháng từ Tháng 12/2023 đến Tháng 05/2024; thời gian lấy ý kiến khảo sát khách hàng dự kiến từ tháng 01/2024 đến 02/2024.

Phạm vi nội dung: Đề tài chỉ tập trung nghiên cứu các nội dung liên quan đến việc xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

5. Ý nghĩa của đề tài

Kết quả nghiên cứu của đề án tốt nghiệp sẽ giúp các nhà quản trị Agribank Hàm Thuận Nam xác định được các yếu tố chính ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại ngân hàng, từ đó giúp lãnh đạo ngân hàng đề ra các chính sách nhằm nâng cao ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại ngân hàng trong thời gian tới.

6. Kết cấu của đề án tốt nghiệp

Kết cấu của Đề án tốt nghiệp gồm các nội dung như sau:

Phần I: Mở đầu

Phần II: Nội dung

- Chương 1: Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu
- Chương 2: Phân tích thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam
- Chương 3: Giải pháp nâng cao ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam

Phần III: Kết luận và kiến nghị

PHẦN 2: NỘI DUNG

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU

1.1 Lý thuyết về tiền gửi tiết kiệm

1.1.1 Khái niệm

Theo Điều 6 Quy Chế về tiền gửi tiết kiệm số 1160/2004 QĐ-NHNN, tiền gửi tiết kiệm là khoản tiền của cá nhân được gửi vào tài khoản tiết kiệm, được xác nhận trên thẻ tiết kiệm, được hưởng lãi theo qui định của tổ chức nhận tiền gửi tiết kiệm và được bảo hiểm theo qui định của pháp luật về bảo hiểm tiền gửi.

Gup và cộng sự (2005) định nghĩa “tiền gửi tiết kiệm là khoản tiền khách hàng đến gửi tại ngân hàng để có được mức lãi suất cố định trong một khoản thời gian nhất định”.

Lê Thị Thu Hằng (2012) cho rằng “tiền gửi tiết kiệm ngân hàng là khoản tiền của cá nhân được gửi vào tài khoản tiền gửi tiết kiệm tại ngân hàng với mong muốn gia tăng giá trị hiện có, đảm bảo sự an toàn và sự thuận tiện khi cần sử dụng. Theo đó, hành vi gửi tiền tiết kiệm ngân hàng của khách hàng cá nhân là sự lựa chọn của khách hàng về ngân hàng để giao dịch, loại tiền gửi, kỳ hạn gửi và các loại hình tiết kiệm”.

1.1.2 Phân loại tiền gửi

Trần Thị Xuân Hương và cộng sự (2013) cho rằng: căn cứ theo thời gian, tiền gửi tiết kiệm được phân thành tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn và tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn, trong đó:

Tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn là hình thức gửi tiết kiệm dành cho khách hàng gửi tiền vào ngân hàng chủ yếu vì mục tiêu an toàn do chưa có kế hoạch sử dụng trong khoảng thời gian gần. Khi gửi tiền tiết kiệm không kỳ hạn, khách hàng có thể rút tiền bất cứ lúc nào, rút một phần hay toàn phần bằng tiền mặt hay thanh toán chuyển khoản nên ngân hàng phải đảm bảo tồn quỹ để chi trả. Do đó, ngân hàng sẽ khó lên kế hoạch sử dụng tiền gửi để cấp tín dụng và những khoản gửi tiết kiệm này thường có tỷ lệ lãi

sinh lời thấp. Bên cạnh đó, khách hàng sẽ được cấp sổ tiền gửi tiết kiệm không kỳ hạn, mỗi lần thực hiện giao dịch, bắt buộc khách hàng phải xuất trình sổ tiền gửi, sổ này sẽ phản ánh tất cả các giao dịch gửi tiền, rút tiền, tiền lãi được hưởng và số dư hiện có.

Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn là loại tiết kiệm dành cho khách hàng gửi tiền vào ngân hàng chủ yếu vì mục tiêu an toàn, sinh lợi và đã có kế hoạch sử dụng trong tương lai, vì vậy, người gửi chỉ được rút ra sau một kỳ hạn nhất định. Khách hàng thường là người có thu nhập ổn định và thường xuyên, đáp ứng nhu cầu chi tiêu hàng tháng, hàng quý, thường là công nhân, viên chức hưu trí muốn hưởng lợi tức định kỳ. Đây là sản phẩm có tính thanh khoản thấp, chuyển nhượng quyền sử dụng vốn có thời hạn. Khi sử dụng sản phẩm tiết kiệm có kỳ hạn khách hàng sẽ được hưởng ưu đãi lãi suất cao và có tính cạnh tranh tùy vào chính sách của từng ngân hàng, lãi suất có thể thay đổi theo từng kỳ hạn (3,6,9,12 tháng), theo từng loại đồng tiền (VND, USD, EUR). Ngân hàng có thể huy động dưới hình thức sổ tiết kiệm hay chứng chỉ tiền gửi, nhằm huy động tiền gửi nhàn rỗi của cá nhân. Bên cạnh đó, khách hàng cũng sẽ được cấp sổ tiết kiệm và theo dõi tính lãi hàng tháng. Mặt khác, khách hàng chỉ được rút tiền theo đúng kỳ hạn đã ký kết, nếu rút trước hạn khách hàng phải chịu mất lãi hoặc chỉ hưởng theo lãi suất không kỳ hạn. Tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn thường chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu nguồn huy động vốn của NHTM và mang tính ổn định hơn tiền gửi không kỳ hạn. Với hình thức tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn, ngân hàng có thể sử dụng như nguồn vốn cho vay trung hạn, ngắn hạn hoặc dài hạn.

Ngoài ra, ngân hàng còn có một số loại tiền gửi tiết kiệm khác nhằm thu hút khách hàng các hình thức khuyến mãi như nâng cao tiện ích, tiết kiệm có thưởng... Các hình thức tiết kiệm khác thường mang nét đặc trưng riêng và luôn được đổi mới để cạnh tranh với các ngân hàng khác.

1.1.3 Vai trò của tiền gửi tiết kiệm ngân hàng

Đối với NHTM: Tiền gửi tiết kiệm là nguồn vốn kinh doanh quan trọng, chi phối toàn bộ hoạt động và quyết định thực hiện các chức năng của NHTM. Nguồn tiền gửi tiết kiệm giúp ngân hàng thực hiện các nghiệp vụ kinh doanh như cho vay, kinh doanh ngoại tệ, bảo lãnh nợ... Nếu không có tiền gửi tiết kiệm, quy mô của ngân hàng có thể bị bó hẹp và khó thực hiện các chức năng cho kinh doanh của mình (Võ Ngọc Danh, 2017).

Đối với khách hàng: Tiền gửi tiết kiệm giúp khách hàng nhận được khoản lợi tức từ lãi suất tiền gửi, đảm bảo tính an toàn, tin cậy khi cất giữ tiền bạc và mang tính tiện lợi, có thể rút được bất kỳ lúc nào nếu gửi không kỳ hạn và dễ dàng tiếp cận với các dịch vụ khác trong ngân hàng (Võ Ngọc Danh, 2017, Lê Thị Kim Anh & Trần Đình Khôi Nguyên, 2016).

Đối với nền kinh tế: Việc huy động được nguồn tiền nhàn rỗi trong nhân dân giúp các ngân hàng có nguồn vốn kinh doanh ổn định, đáp ứng nhu cầu sử dụng vốn khác nhau của nền kinh tế và thúc đẩy phát triển kinh tế. Ngoài ra, thông qua tỷ lệ dự trữ bắt buộc và chính sách tiền tệ, ngân hàng trung ương có thể điều hành hiệu quả nền kinh tế (Võ Ngọc Danh, 2017).

1.2 Lý thuyết về hành vi khách hàng, ý định hành vi khách hàng

1.2.1 Khái niệm hành vi khách hàng

Theo Solomon (2006), Hành vi khách hàng là một tiến trình cho phép một cá nhân hay một nhóm người lựa chọn, mua sắm, sử dụng hoặc loại bỏ một sản phẩm/dịch vụ, những suy nghĩ đã có, kinh nghiệm hay tích lũy, nhằm thỏa mãn nhu cầu hay ước muốn của họ. Hành vi khách hàng còn được hiểu là là toàn bộ những hoạt động liên quan trực tiếp tới quá trình tìm kiếm, thu nhập, mua sắm, sở hữu, sử dụng, loại bỏ sản phẩm/dịch vụ; nó bao gồm cả những quá trình ra quyết định diễn ra trước, trong và sau các hành động đó (Engel và cộng sự, 2005).

Còn Kotler (2001) thì cho rằng: Hành vi của khách hàng là những hành vi cụ thể của một cá nhân khi thực hiện các quyết định mua sắm, sử dụng và vứt bỏ sản phẩm hay dịch vụ. Hành vi khách hàng còn được hiểu là quá trình ra quyết định và hành động cá nhân tham gia vào khi đánh giá, thu thập, sử dụng, định đoạt hàng hóa và dịch vụ (Loudon & Bitta, 2004).

1.2.2 Khái niệm ý định hành vi khách hàng

Ajzen (1988) định nghĩa, ý định hành vi là khả năng chủ quan của con người trong việc dự định đạt được một mục tiêu cụ thể trong một khoảng thời gian nhất định.

Tirtiroglu và Elbeck (2008) mô tả ý định sử dụng như sự sẵn lòng của khách hàng để tận dụng một sản phẩm cụ thể.

Ajzen và cộng sự (1975) nhấn mạnh rằng, ý định hành vi là sự đo lường dự định của một cá nhân thực hiện một hành vi cụ thể, hoặc là những cảm xúc tích cực hay tiêu cực liên quan đến hành vi mục tiêu.

1.2.3 Các học thuyết về hành vi khách hàng

Lý thuyết hành vi dự định (TPB - Theory of Planned Behavior)

Thuyết hành vi dự định (TPB) được phát triển từ lý thuyết hành vi hợp lý (Fishbein & Ajzen, 1975), lý thuyết này được tạo ra do sự hạn chế của lý thuyết trước về việc cho rằng hành vi của con người hoàn toàn do kiểm soát của lý trí. TPB thảo luận về các thái độ đối với hành vi, chuẩn mực chủ quan và nhận thức về kiểm soát hành vi góp phần vào quá trình thay đổi ý định dẫn đến hành vi cuối cùng (Ajzen, 1991).

Theo Ajzen (1991), một người càng có thái độ thuận lợi và chuẩn mực chủ quan cùng với khả năng kiểm soát hành vi được nhận thức nhiều hơn, thì càng có hành vi thực hiện các ý định đã được đề cập. Ý định thực hiện hành vi được đề cập càng mạnh thì khả năng thực hiện hành vi càng cao (Ajzen, 2020).

Thuyết hành động hợp lý (TRA - Theory of Reasoned Action)

Thuyết hành động hợp lý (TRA) là lý thuyết về “hành vi của người tiêu dùng” được Ajzen và Fishbein xây dựng từ năm 1967 và được hiệu chỉnh mở rộng theo thời gian. Mô hình TRA Fishbein & Ajzen (1975) cho thấy ý định hành vi dẫn đến hành vi và ý định được quyết định bởi thái độ cá nhân đối hành vi, cùng sự ảnh hưởng của chuẩn chủ quan xung quanh việc thực hiện các hành vi đó. Trong đó, Thái độ và chủ quan có ý nghĩa quan trọng trong ý định thực hiện hành vi, xu hướng tiêu dùng là yếu tố dự đoán tốt nhất về hành vi tiêu dùng. Thái độ được đo lường bằng nhận thức về các thuộc tính của sản phẩm.

Người tiêu dùng sẽ chú ý đến những thuộc tính mang lại các ích lợi cần thiết và có mức độ quan trọng khác nhau. Do đó, khi ta biết được mức độ quan trọng của các thuộc tính thì có thể dự đoán gần đúng kết quả lựa chọn của người tiêu dùng. Yếu tố chuẩn chủ quan có thể được đo lường thông qua những người có liên quan đến người tiêu dùng (như gia đình, bạn bè, đồng nghiệp). Mức độ tác động của yếu tố chuẩn chủ quan đến xu hướng mua của người tiêu dùng phụ thuộc vào mức độ ủng hộ hay phản đối đối với việc mua của người tiêu dùng và động cơ của người tiêu dùng làm theo mong muốn của những người có ảnh hưởng.

Mô hình EKB (Engle – Kollatt – Blackwell, 1984)

Trong mô hình EKB, hành vi của người tiêu dùng có thể xem như hành một hành động liên tục, bao gồm việc nhận thấy các nhu cầu, tìm kiếm thông tin, đánh giá sản phẩm và mô tả quá trình ra quyết định của người tiêu dùng và cách đưa ra quyết định khi lựa chọn thay thế. Quá trình ra quyết định được chia thành thu thập và xử lý thông tin.

Quá trình này bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố bên trong và bên ngoài như chuẩn mực văn hóa, tầng lớp xã hội, nhóm tham khảo, ảnh hưởng gia đình và hoàn cảnh thực tế... Giữa các yếu tố đó, việc thu nhập thông tin và tác động của môi trường là hai yếu tố ảnh hưởng then chốt đến việc ra quyết định cuối cùng.

1.3 Tổng quan các nghiên cứu liên quan

1.3.1 Các nghiên cứu ngoài nước

Aziz và cộng sự (2014) điều tra các biến số ảnh hưởng đến tiền gửi của các ngân hàng Hồi giáo ở Qatar trong dài hạn và ngắn hạn. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu hàng quý trong giai đoạn từ năm 2006 đến năm 2013 và áp dụng kiểm tra đồng liên kết (JJ) và mô hình sửa lỗi vector (VECM). Các phát hiện chỉ ra rằng tiền gửi của các ngân hàng Hồi giáo không bị ảnh hưởng bởi bất kỳ biến số giải thích nào trong dài hạn. Tuy nhiên, trong ngắn hạn, tiền gửi của các ngân hàng Hồi giáo ở Qatar bị ảnh hưởng bởi chỉ số CPI, lãi suất tiền gửi của các ngân hàng thông thường cũng như tỷ lệ lợi nhuận của các ngân hàng Hồi giáo. Đây là một trong những nghiên cứu ban đầu đề cập đến vấn đề tiền gửi của các ngân hàng Hồi giáo ở Qatar và các yếu tố ảnh hưởng đến việc gửi tiết kiệm tại các ngân hàng này.

Asayesh và cộng sự (2017) đã sử dụng mô hình cầu tiền Friedman và dữ liệu bảng từ hệ thống ngân hàng của Iran để nghiên cứu những tác động của các yếu tố bên ngoài và bên trong tổ chức ảnh hưởng đến việc gửi tiền ngân hàng. Kết quả nghiên cứu cho thấy các biến số như chỉ số giá cả, chỉ số giá nhà ở, tỷ giá hối đoái, thu nhập quốc dân bình quân đầu người, số lượng chi nhánh ngân hàng và máy ATM có ảnh hưởng đến lượng tiền gửi ngân hàng.

Yakubu & Abokor (2020) xem xét các yếu tố chính ảnh hưởng đến tăng trưởng tiền gửi tiết kiệm cá nhân tại các ngân hàng ở Thổ Nhĩ Kỳ trong giai đoạn 2000–2016. Bằng cách tiếp cận độ trễ phân tán tự hồi quy, xem xét các khía cạnh thời gian ngắn hạn và dài hạn, các tác giả nghiên cứu các đặc điểm của ngân hàng ảnh hưởng đến tăng trưởng tiền gửi và điều tra ảnh hưởng của các yếu tố kinh tế vĩ mô và các cấp ngân hàng đến tăng trưởng tiền gửi. Kết quả cho thấy sự ổn định của ngân hàng, hiệu quả của khu vực ngân hàng, cung tiền rộng rãi, tăng trưởng kinh tế và lạm phát là những yếu tố quyết định đáng kể đến tăng trưởng tiền gửi trong dài hạn. Đồng thời, trong

ngắn hạn, chỉ có việc mở rộng chi nhánh và cung ứng tiền rộng rãi là phù hợp với hoạt động huy động tiền gửi ngân hàng.

1.3.2 Các nghiên cứu trong nước

Lê Thị Kim Anh & Trần Đình Khôi Nguyên (2016) nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng gửi tiết kiệm trên địa bàn thành phố Tuy Hòa, tỉnh Phú Yên. Trên cơ sở tổng hợp lý thuyết và phương pháp thống kê mô tả, kiểm định Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá (EFA), phân tích nhân tố khẳng định (CFA) và mô hình cấu trúc tuyến tính (SEM), nhóm tác giả đã chỉ ra có 6 nhân tố ảnh hưởng thuận chiều đến quyết định lựa chọn ngân hàng gửi tiết kiệm là sự an toàn, sự thuận tiện, chất lượng dịch vụ, lợi ích tài chính, hình thức chiêu thị và ảnh hưởng của người có liên quan. Ngoài ra, tác giả còn đưa ra một số hàm ý chính sách và các hướng nghiên cứu tiếp theo nhằm nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng.

Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020) đã nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại ABBANK Cần Thơ. Thông qua việc khảo sát 200 khách hàng cá nhân đã và đang gửi tiết kiệm tại ABBANK Cần Thơ, kết quả nghiên cứu cho thấy có 5 nhân tố ảnh hưởng đến quyết định gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân là Sự thuận tiện; Uy tín và thương hiệu; Lợi ích tài chính; Hình ảnh nhân viên; Hình thức chiêu thị. Dựa vào những kết quả nghiên cứu đạt được, nhóm tác giả đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm thu hút khách hàng gửi tiết kiệm và nâng cao chất lượng dịch vụ tiền gửi một cách hiệu quả tại ABBANK Cần Thơ trong thời gian tới.

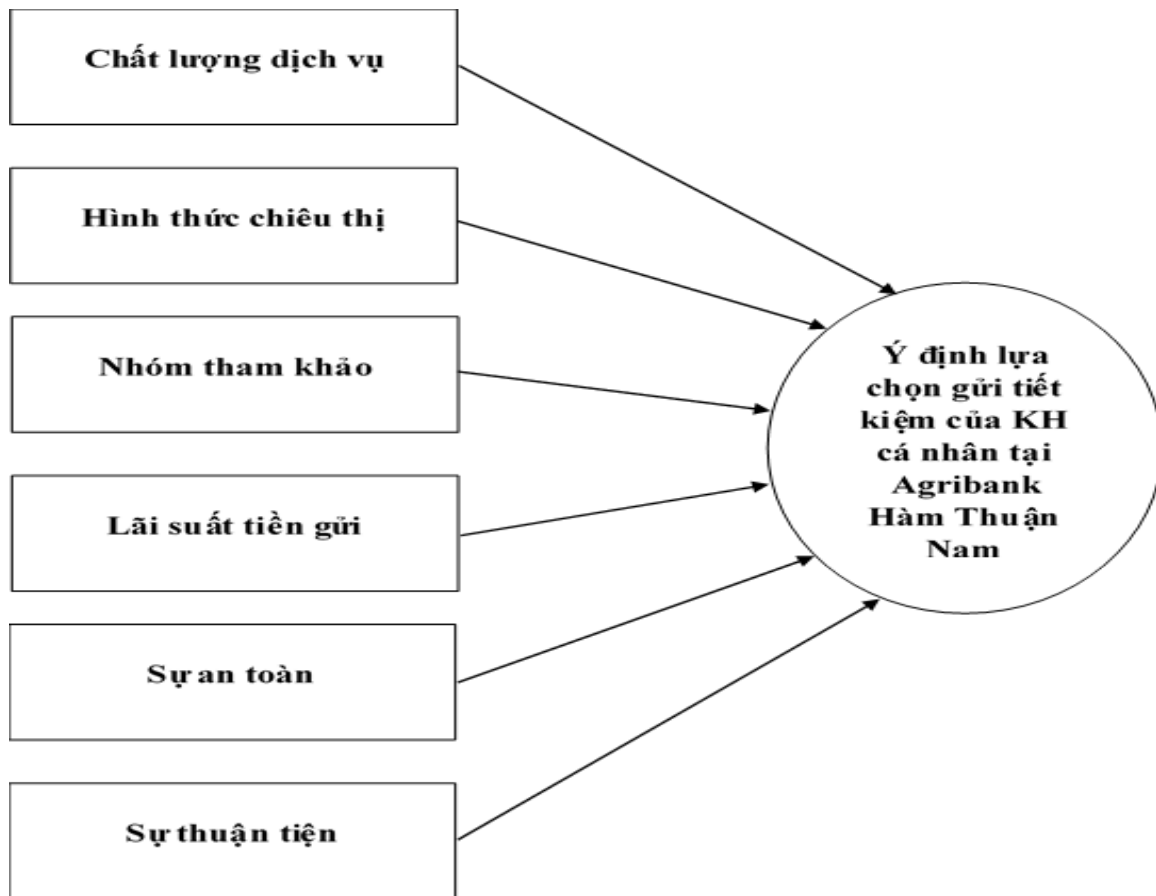
Võ Thị Ngọc Thúy và Nguyễn Vũ Hoài Ân (2021) đã xác định và đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại tỉnh Bến Tre. Nhóm tác giả sử dụng mẫu thuận tiện gồm 279 khách hàng trong độ tuổi từ 20 đến 65 tuổi, dữ liệu thu về sẽ được phân tích bằng kiểm định độ tin cậy, phân tích nhân tố khám phá, phân tích hồi quy Binary Logistic. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng, trái với một số khẳng định trước đây, Danh tiếng ngân hàng không có

tác động đến quyết định lựa chọn ngân hàng gửi tiết kiệm. Bên cạnh đó, các yếu tố (i) Sự thuận tiện, (ii) Chất lượng dịch vụ, (iii) Công nghệ ngân hàng, (iv) Lợi ích tài chính, (v) Nhóm tham khảo có tác động tích cực đến quyết định lựa chọn ngân hàng gửi tiết kiệm. Kết quả từ nghiên cứu này cho thấy các Ngân hàng với tư cách là nhà cung cấp dịch vụ tài chính, nên xây dựng các chiến lược kinh doanh phù hợp với thị trường bằng cách cung cấp các dịch vụ có nhiều tiện ích hơn dựa trên nền tảng hệ thống và công nghệ hiện đại. Nghiên cứu này cũng đã tách biệt thang đo yếu tố “Công nghệ ngân hàng” ra khỏi yếu tố “Sự thuận tiện” hay yếu tố Chất lượng dịch vụ. Thang đo đáng tin cậy này sẽ là tiêu chuẩn cho các nghiên cứu trong lĩnh vực lựa chọn ngân hàng tại Việt Nam trong tương lai.

1.4 Mô hình và giả thuyết nghiên cứu

1.4.1 Mô hình nghiên cứu

Thông qua cơ sở lý thuyết nền, các học thuyết liên quan và các nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước có liên quan đến mục tiêu nghiên cứu của đề tài, tiêu biểu là nghiên cứu của Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020); Võ Thị Ngọc Thúy và cộng sự (2021), tác giả xây dựng mô hình nghiên cứu lý thuyết về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam, đó là: Chất lượng dịch vụ; Hình thức chiêu thị; Nhóm tham khảo; Lãi suất tiền gửi; Sự an toàn; Sự thuận tiện.



Hình 1.1 Mô hình nghiên cứu đề xuất

Nguồn: Tác giả đề xuất

1.4.2 Các giả thuyết của nghiên cứu

Trên cơ sở lý thuyết nền, các học thuyết liên quan và các nghiên cứu trước, điển hình như kết quả trong các nghiên cứu của Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020); Võ Thị Ngọc Thúy và cộng sự (2021), Lê Thị Kim Anh & Trần Đình Khôi Nguyên (2016), ứng với mô hình nghiên cứu đề xuất trên, các giả thuyết nghiên cứu được trình bày như sau:

Giả thuyết H₁: Chất lượng dịch vụ có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

Giả thuyết H₂: Hình thức chiêu thị có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

Giả thuyết H₃: Nhóm tham khảo có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

Giả thuyết H₄: Lãi suất tiền gửi có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

Giả thuyết H₅: Sự an toàn có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

Giả thuyết H₆: Sự thuận tiện có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

1.5 Thang đo

Các Thang đo dùng trong nghiên cứu được kế thừa từ các thang đo trong các nghiên cứu của Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020); Võ Thị Ngọc Thúy và cộng sự (2021); Lê Thị Kim Anh và cộng sự (2016). Có tất cả 7 thang đo được sử dụng trong nghiên cứu gồm 6 thang đo nhằm đo lường cho các yếu tố độc lập và 1 thang đo đo lường cho yếu tố phụ thuộc. Thông qua thảo luận với 7 chuyên gia hiện đang giữ các chức vụ quản lý hoạt động cung cấp dịch vụ huy động của Agribank Bình Thuận và Agribank Hàm Thuận Nam, các thang đo sau khi thảo luận được trình bày trong Bảng 1.1 bên dưới như sau:

Bảng 1.1 Thang đo nghiên cứu

Stt	Ký hiệu	Nội dung biến quan sát đo lường	Nguồn
Chất lượng dịch vụ - DV			
1	DV1	Agribank Hàm Thuận Nam giải quyết các khiếu nại của khách hàng thỏa đáng	Lê Thị Kim Anh và Trần Đình Khôi Nguyên (2016); Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020)
2	DV2	Agribank Hàm Thuận Nam xử lý các giao dịch nhanh chóng	

3	DV3	Agribank Hàm Thuận Nam minh bạch, rõ ràng các thông tin ngay từ đầu	
4	DV4	Agribank Hàm Thuận Nam đảm bảo an toàn tiền gửi tốt	
Hình thức chiêu thị - CT			
5	CT1	Agribank Hàm Thuận Nam có nhiều chương trình ưu đãi lãi suất huy động hấp dẫn	Lê Thị Kim Anh và Trần Đình Khôi Nguyên (2016); Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020)
6	CT2	Agribank Hàm Thuận Nam thường xuyên thực hiện các chương trình khuyến mãi	
7	CT3	Agribank Hàm Thuận Nam có các chương trình tri ân khách hàng	
8	CT4	Agribank Hàm Thuận Nam có chương trình ưu đãi lãi suất dành riêng cho từng đối tượng khách hàng	
Nhóm tham khảo - TK			
9	TK1	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận Nam thông qua sự giới thiệu từ người thân, gia đình	Lê Thị Kim Anh và Trần Đình Khôi Nguyên (2016)
10	TK2	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận Nam thông qua sự giới thiệu từ đồng nghiệp	
11	TK3	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận	

		Nam thông qua sự giới thiệu từ nhân viên ngân hàng	
12	TK4	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận Nam thông qua sự giới thiệu từ đối tác	
Lãi suất tiền gửi - LS			
13	LS1	Agribank Hàm Thuận Nam có lãi suất tiền gửi cạnh tranh	Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020); Võ Thị Ngọc Thúy và Nguyễn Vũ Hoài Ân (2021)
14	LS2	Agribank Hàm Thuận Nam có chi phí dịch vụ thấp	
15	LS3	Agribank Hàm Thuận Nam có phương thức tính lãi phù hợp	
16	LS4	Khách hàng có thêm nhiều lợi ích tài chính khác ngoài lãi suất tiền gửi	
Sự an toàn - AT			
17	AT1	Agribank Hàm Thuận Nam lâu đời, có uy tín trên thị trường	Lê Thị Kim Anh và Trần Đình Khôi Nguyên (2016); Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020)
18	AT2	Agribank Hàm Thuận Nam có chế độ bảo mật thông tin khách hàng tốt	
19	AT3	Agribank Hàm Thuận Nam có nhiều người sử dụng dịch vụ gửi tiết kiệm	
20	AT4	Agribank Hàm Thuận Nam hiện đại, sử dụng công nghệ hàng đầu	
Sự thuận tiện - TT			
21	TT1	Vị trí phòng giao dịch, chi nhánh của Agribank Hàm Thuận Nam	Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020); Võ

		thuận tiện, dễ tìm	Thị Ngọc Thúy và Nguyễn Vũ Hoài Ân (2021)
22	TT2	Hệ thống ATM của Agribank Hàm Thuận Nam rộng khắp	
23	TT3	Các dịch vụ trực tuyến của Agribank Hàm Thuận Nam dễ sử dụng	
Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam - YD			
24	YD1	Sẵn sàng gửi tiết kiệm vào ngân hàng có chất lượng dịch vụ đáp ứng mong muốn của khách hàng	Lê Thị Kim Anh và Trần Đình Khôi Nguyên (2016); Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020); Võ Thị Ngọc Thúy và Nguyễn Vũ Hoài Ân (2021)
25	YD2	Sẵn sàng gửi tiết kiệm vào ngân hàng mà lợi ích khách hàng nhận được xứng đáng khi giao dịch với ngân hàng	
26	YD3	Tôi sẽ giới thiệu dịch vụ của ngân hàng với mọi người xung quanh	

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ các nghiên cứu trước

1.6 Phương pháp chọn mẫu, quy mô mẫu và công cụ phân tích dữ liệu

1.6.1 Phương pháp chọn mẫu

Phương pháp chọn mẫu thuận tiện được sử dụng cho nghiên cứu này vì phù hợp với điều kiện tài chính, thời gian cũng như phương pháp phân tích, khám phá nhân tố ảnh hưởng mà đề tài đang áp dụng cho nghiên cứu này.

1.6.2 Quy mô mẫu nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu phù thuộc vào mục tiêu, quy mô của nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu mà đề tài sử dụng để phân tích.

Hair và cộng sự (2010) cho rằng: khi nghiên cứu sử dụng phân tích nhân tố khám phá, kích thước mẫu tối thiểu phải là 50 hoặc theo tỷ lệ 5:1 (5 đối tượng được khảo sát cho 1 biến quan sát).

Tabachnick và Fidell (1991) thì cho rằng kích thước mẫu nghiên cứu dựa vào quy trình xử lý và phân tích số liệu có sử dụng hồi quy bội, theo đó để phân tích hồi quy và đạt được kết quả hồi quy tốt nhất thì kích cỡ mẫu phải thỏa mãn công thức: $n \geq 8m + 50$, theo đó: n là kích cỡ mẫu và m là số biến độc lập trong mô hình. Theo tiêu chí này, đề tài có tất cả 6 biến độc lập thì kích thước mẫu nghiên cứu tối thiểu phải bằng 98 đối tượng khảo sát.

Nhằm đảm bảo độ tin cậy và giảm sai sót trong vấn đề chọn mẫu nghiên cứu và đáp ứng tốt hơn các yêu cầu khi phân tích dữ liệu nhằm mang lại hiệu quả cao nhất cho kết quả nghiên cứu, mẫu nghiên cứu cần được chọn với kích thước lớn hơn so với kích thước mẫu tối thiểu theo công thức của Tabachnick và Fidell (2007), do đó trong nghiên cứu này tác giả quyết định khảo sát 250 khách hàng sử dụng dịch vụ tiền gửi của Agribank Hàm Thuận Nam.

1.6.3 Công cụ phân tích dữ liệu

Phân tích độ tin cậy Cronbach's Alpha

Thang đo được kiểm định độ tin cậy thông qua hệ số Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha giúp loại bỏ các biến không phù hợp và hạn chế các biến rác trong mô hình nghiên cứu, tránh gây ra nhiễu kết quả thu được, làm ảnh hưởng xấu đến ý nghĩa thống kê. Hệ số Cronbach's Alpha đo lường tốt nhất độ tin cậy của thang đo từ 3 biến quan sát trở lên (Nguyễn Đình Thọ, 2011).

Thang đo được kiểm định độ tin cậy thông qua hệ số Cronbach's Alpha. Hệ số Cronbach's Alpha giúp loại bỏ các biến không phù hợp và hạn chế các biến rác trong mô hình nghiên cứu, tránh gây ra nhiễu kết quả thu được, làm ảnh hưởng xấu đến ý nghĩa thống kê. Độ tin cậy của thang đo được xác định thông qua hệ số Cronbach's Alpha và hệ số tương quan biến tổng thể. Một thang đo có độ tin cậy tốt khi hệ số

Cronbach Alpha nằm trong khoảng [0.70 ; 0.90]. Nếu Cronbach Alpha từ 0.6 trở lên thì thang đo có thể sử dụng được trong trường hợp khái niệm thang đo lường là mới hoặc mới đối với người phỏng vấn trong bối cảnh nghiên cứu (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008). Các biến đo lường dùng để đo lường cùng một khái niệm nên chúng phải có mối tương quan với nhau. Nếu hệ số tương quan biến tổng của từng biến đo lường nhỏ hơn 0.3 thì biến đó không đạt yêu cầu.

Phân tích nhân tố khám phá EFA

Sau khi kiểm tra độ tin cậy của thang đo, tiến hành phân tích nhân tố để xem xét giá trị hội tụ và giá trị phân biệt của thang đo các khái niệm, lấy đó làm cơ sở để rút trích ra các yếu tố để tiến hành phân tích hồi quy. Phân tích nhân tố khám phá EFA sẽ trả lời câu hỏi liệu các biến quan sát dùng để xem xét sự tác động của các yếu tố có độ kết dính cao hay không và chúng có thể gom gọn lại thành một số nhóm yếu tố ít hơn để xem xét không. Đối với những biến không đảm bảo độ tin cậy sẽ bị loại khỏi thang đo.

Phân tích nhân tố khám phá EFA (Exploratory Factor Analysis) là kỹ thuật sử dụng để thu nhỏ và tóm tắt dữ liệu. Phân tích khám phá nhân tố sẽ giúp tác giả thu gọn các biến quan sát thành các biến tiềm ẩn ít hơn, có ý nghĩa hơn trong việc giải thích mô hình nghiên cứu.

Một số tiêu chuẩn áp dụng khi phân tích EFA trong nghiên cứu như sau:

(i) Kiểm định sự thích hợp của phân tích nhân tố với dữ liệu của mẫu thông qua giá trị thống kê Kaiser-Meyer-Olkin (KMO). Theo đó, trị số của KMO lớn hơn 0.5 thì phân tích nhân tố là thích hợp (Hair và cộng sự, 2010), ngược lại nếu trị số KMO nhỏ hơn 0.5 thì áp dụng phương pháp phân tích nhân tố không thích hợp với dữ liệu đang có;

(ii) Số lượng nhân tố: Số lượng nhân tố được xác định dựa vào chỉ số eigenvalue đại diện cho phần biến thiên được giải thích bởi mỗi nhân tố. Theo tiêu chuẩn Kaiser

thì những nhân tố có eigenvalue nhỏ hơn 1 sẽ bị loại khỏi mô hình nghiên cứu (Nguyễn Đình Thọ, 2011);

(iii) Phương sai trích: Tổng phương sai trích phải lớn hơn 50% (Hair và cộng sự, 2010). Độ giá trị hội tụ: Để thang đo đạt giá trị hội tụ thì hệ số tương quan đơn giữa các biến và các hệ số chuyển tải nhân tố (factor loading) phải lớn hơn hoặc bằng 0,5 trong một nhân tố (Gerbing & Anderson, 1988);

(iv) Phương pháp trích hệ số yếu tố Principal components với phép xoay Varimax để đảm bảo số lượng nhân tố là bé nhất (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008).

Phân tích hồi quy bội

Phân tích hồi quy tuyến tính đa biến bằng phương pháp bình phương nhỏ nhất thông thường (ordinary Least Square – OLS) được thực hiện nhằm kiểm định mô hình lý thuyết và qua đó xác định cường độ tác động của từng yếu tố ảnh hưởng. Sau khi xây dựng được mô hình hồi quy bằng phương pháp tổng bình phương nhỏ nhất, để đảm bảo mô hình xây dựng, tác giả tiến hành kiểm định sự thỏa mãn của các giả thuyết của phương pháp OLS, bao gồm: hiện tượng đa cộng tuyến, hiện tượng phương sai sai số thay đổi, hiện tượng tự tương quan. Theo đó:

(i) Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình: Đa cộng tuyến là một hiện tượng trong đó các biến độc lập có tương quan chặt chẽ với nhau. Vấn đề của hiện tượng đa cộng tuyến là chúng cung cấp cho mô hình những thông tin giống nhau và rất khó tách ảnh hưởng của từng biến một. Đối với hiện tượng đa cộng tuyến, độ sai lệch cho phép (tolerance) hoặc hệ số phóng đại phương sai VIF (variance inflation factor) khi VIF nhỏ hơn hoặc bằng 2 nghĩa là các biến độc lập không có tương quan tuyến tính với nhau.

(ii) Kiểm định hiện tượng phương sai sai số thay đổi: Phương sai thay đổi là hiện tượng phương sai của các số hạng này không giống nhau. Khi phương sai của các sai số thay đổi thì các ước lượng của các hệ số hồi quy không hiệu quả, các kiểm định

T và F không còn đáng tin cậy. Nếu độ lớn của phần dư chuẩn hóa tăng hoặc giảm theo giá trị dự đoán thì có khả năng giả thuyết phương sai không đổi bị vi phạm.

(iii) Kiểm định hiện tượng tự tương quan: Đây là một dạng vi phạm các giả thuyết cơ bản số hạng nhiễu, hệ quả khi bỏ qua sự tự tương quan là các dự báo và ước lượng vẫn không thiên lệch và nhất quán nhưng không hiệu quả. Trong trường hợp đó, kiểm định Durbin – Watson là kiểm định phổ biến nhất cho tương quan chuỗi bậc nhất.

Kiểm định các giả thuyết nghiên cứu:

Các giả thuyết nghiên cứu sẽ được tiến hành kiểm định thông qua dữ liệu nghiên cứu của phương trình hồi quy được xây dựng. Tiêu chuẩn kiểm định sử dụng thống kê t và giá trị p-value (Sig.) tương ứng, độ tin cậy lấy theo chuẩn 95%, giá trị p-value sẽ được so sánh trực tiếp với giá trị 0.05 để kết luận chấp thuận hay bác bỏ giả thuyết nghiên cứu. Đối với các kiểm định sự khác nhau giữa các tổng thể con trong nghiên cứu ta sử dụng kiểm định T-test và phân tích phương sai (ANOVA) để kiểm định, kiểm định này cũng sử dụng việc so sánh trực tiếp giá trị p-value tương ứng. Để xem xét sự phù hợp dữ liệu và sự phù hợp của mô hình ta sử dụng hệ số R-square, thống kê t và thống kê F để kiểm định. Để đánh giá sự quan trọng của các nhân tố ta xem xét hệ số Beta tương ứng trong phương trình hồi quy bội được xây dựng từ dữ liệu nghiên cứu.

Phân tích ANOVA

Phân tích phương sai ANOVA được sử dụng nhằm kiểm định sự khác biệt giữa đặc điểm của các biến định tính với biến định lượng. Kiểm định T-test được sử dụng trong kiểm định sự khác biệt về giá trị trung bình của tổng thể với một giá trị cho trước, hoặc kiểm định sự khác biệt về giá trị trung bình giữa hai tổng thể. Independent Samples T-test: là một thử nghiệm thống kê kiểm định xem có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các phương tiện trong hai nhóm thống kê không liên quan hay không. Kiểm tra kiểm định Levene's ở bảng Independent Samples Test. Nếu sig. của kiểm định này < 0.05 thì phương sai giữa 2 lựa chọn của biến định tính ở trên khác nhau, ta sẽ sử dụng kết quả kiểm định t ở phần Equal variances not assumed. Nếu giá trị sig của

kiểm định t ở phần Equal variances not assumed sig. > 0.05 thì kết luận kiểm định t không có sự khác biệt, còn $\text{Sig} \leq 0.05$ thì kết luận có sự khác biệt giữa các nhóm của biến định tính.

Trong trường hợp các biến định tính có nhiều hơn hai lựa chọn, phép kiểm định ANOVA sẽ được sử dụng để tìm ra sự khác biệt với biến định lượng. Thực hiện kiểm tra kiểm định Levene ở bảng Test of Homogeneity of variances, nếu sig ở kiểm định này ≤ 0.05 thì kết luận phương sai giữa các lựa chọn của biến định tính ở trên khác nhau. Nếu sig ở kiểm định này > 0.05 thì phương sai giữa các lựa chọn của biến định tính ở trên không khác nhau, xem tiếp kết quả ở bảng ANOVA. Nếu sig ở bảng này > 0.05 thì kết luận không có sự khác biệt giữa các nhóm biến định tính, còn nếu sig ở bảng này ≤ 0.05 thì kết luận có sự khác biệt giữa các nhóm biến định tính.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Chương 1 của Phần nội dung đã trình bày các nội dung về lý thuyết nền liên quan đến mục tiêu nghiên cứu của đề tài như: Lý thuyết về tiền gửi tiết kiệm; Lý thuyết về hành vi khách hàng; Các học thuyết về hành vi khách hàng. Ngoài ra, chương 1 còn phân tích một số nghiên cứu trong và ngoài nước có mục tiêu nghiên cứu tương đồng với mục tiêu của đề tài để làm cơ sở xây dựng mô hình nghiên cứu cho đề tài. Mô hình nghiên cứu của đề tài được kế thừa từ các nghiên cứu của Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020); Võ Thị Ngọc Thúy và cộng sự (2021) gồm 6 yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam, đó là: Chất lượng dịch vụ; Hình thức chiêu thị; Nhóm tham khảo; Lãi suất tiền gửi; Sự an toàn; Sự thuận tiện. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng xây dựng các thang đo dùng trong nghiên cứu trên cơ sở kế thừa thang đo trong các nghiên cứu trước. Trong Chương 2 tiếp theo, nghiên cứu trình bày nội dung về phân tích thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN Ý ĐỊNH LỰA CHỌN GỬI TIẾT KIỆM CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK HÀM THUẬN NAM

2.1 Tổng quan về Agribank Hàm Thuận Nam

2.1.1 Tổng quan về Agribank Bình Thuận

Năm 1988, Ngân hàng Phát triển Nông nghiệp Việt Nam được thành lập theo Nghị định số 53/HĐBT ngày 26/3/1988 của Hội đồng Bộ trưởng (nay là Chính phủ). Ngân hàng Phát triển Nông nghiệp hình thành trên cơ sở tiếp nhận từ Ngân hàng Nhà nước: tất cả các chi nhánh Ngân hàng Nhà nước huyện, Phòng Tín dụng Nông nghiệp, quỹ tiết kiệm tại các chi nhánh Ngân hàng Nhà nước tỉnh, thành phố, (tên giao dịch ngày nay là Agribank).

Trong quá trình hình thành và phát triển Ngân hàng Nông Nghiệp Phát triển Nông thôn (Agribank) tích cực mở rộng quan hệ quốc tế và kinh doanh đối ngoại, nhận được sự tài trợ của các tổ chức tài chính tín dụng quốc tế như WB, ADB, IFAD, ngân hàng tái thiết Đức đổi mới công nghệ, đào tạo nhân viên. Tiếp nhận và triển khai có hiệu quả 50 dự án nước ngoài với tổng số vốn trên 1300 triệu USD chủ yếu đầu tư vào khu vực kinh tế nông nghiệp, nông thôn. Ngoài hệ thống thanh toán quốc tế qua mạng SWIFT, NHNo đã thiết lập được hệ thống thanh toán chuyển tiền điện tử, máy rút tiền tự động ATM trong toàn hệ thống.

Tiến hành đổi mới toàn diện mô hình tổ chức, mạng lưới kinh doanh theo hướng tinh giảm trung gian, tăng năng lực cho các đơn vị trực tiếp kinh doanh. Đổi mới công tác quản trị điều hành, quy trình nghiệp vụ theo hướng đơn giản hóa các thủ tục tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng. Tập trung mọi nguồn lực đào tạo cán bộ nhân viên theo hướng chuyên môn hóa, tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật, hiện đại hóa công nghệ. Agribank chú trọng giới thiệu và phát triển các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng tiện

ích tiên tiến, điển hình là các dịch vụ Mobile Banking như: SMS Banking, VnTopup, ATransfer, Apaybill, VnMart, kết nối thanh toán với Kho bạc, hải quan trong việc phối hợp thu ngân sách, phát hành được trên 4 triệu thẻ các loại.

Chi nhánh Ngân hàng Phát triển Nông nghiệp Thuận Hải được thành lập theo Quyết định số 20/NH/TCCB ngày 20/06/1988 của Tổng Giám đốc NHNN Việt Nam. Sau khi chia tách tỉnh Thuận Hải năm 1992 và được đổi tên theo Quyết định 198/1998/QĐ-NHNN ngày 02/06/1998 của Thống đốc Ngân hàng Nhà nước thành chi nhánh Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Bình Thuận, Agribank Chi nhánh Bình Thuận ngày nay.

Agribank Chi nhánh Bình Thuận là một Ngân hàng thương mại trên địa bàn tỉnh Bình Thuận (có địa chỉ tại Số 02 - 04 Trưng Trắc - Phường Đức Nghĩa - Thành phố Phan Thiết - Bình Thuận) với quy mô là một chi nhánh cấp I có 15 chi nhánh cấp III và 07 phòng giao dịch trực thuộc phân bố trên 08 huyện, thị xã và 01 thành phố của tỉnh Bình Thuận. Agribank Bình Thuận là chi nhánh cấp 1 trực thuộc Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông Thôn Việt Nam. Về mặt pháp lý, Agribank Bình Thuận là Chi nhánh thực hiện các chức năng và nhiệm vụ theo sự ủy quyền của Agribank, về cơ bản là đơn vị thực hiện gần như đầy đủ các lĩnh vực của một ngân hàng thương mại. Từ khi thành lập đến nay, hoạt động kinh doanh của ngân hàng có tốc độ tăng trưởng nhanh và bền vững, về cơ bản đáp ứng đủ nhu cầu cho sự phát triển của các thành phần kinh tế trên địa bàn, đóng góp không nhỏ đến sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội, sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn tại tỉnh Bình Thuận. Mạng lưới hoạt động hiện nay của Agribank Bình Thuận gồm: 01 Hội Sở Tỉnh, 14 Chi nhánh và 07 Phòng giao dịch trực thuộc trải đều từ thành thị đến nông thôn trong phạm vi toàn tỉnh. Biên chế đến 31/12/2019 có 428 cán bộ, trong đó hơn 90,9% có trình độ đại học và trên đại học; 100% cán bộ nhân viên sử dụng thành thạo máy vi tính và ứng dụng công nghệ tin học hiện đại trong tác nghiệp hàng ngày.

Thành lập trong bối cảnh nền kinh tế khó khăn và chuyển biến phức tạp. Agribank Bình Thuận đặt trụ sở tại 02-04 Trung Trắc –thành phố Phan Thiết –tỉnh Bình Thuận, tại một tỉnh nhỏ, dân số chỉ hơn 1,2 triệu người nhưng có không dưới 20 tổ chức Ngân hàng thương mại và quỹ tín dụng hoạt động. Đây là môi trường cạnh tranh sôi động của các Ngân hàng thương mại cổ phần và tổ chức tín dụng nên việc tăng trưởng tín dụng và thu hút nguồn vốn lúc nào cũng diễn ra quyết liệt. Lạm phát của nền kinh tế trong những năm qua tăng cao, có lúc không kiểm soát được đã làm cho hoạt động Ngân hàng gặp không ít khó khăn, nguồn vốn huy động khan hiếm, nợ xấu các Ngân hàng tăng vượt mức cho phép nhiều lần, có nhiều khoản vay nợ của khách hàng phải thực hiện cơ cấu lại và bán nợ cho Công ty quản lý tài sản (VAMC). Tuy nhiên xác định được nhiệm vụ của mình Agribank Chi nhánh Bình Thuận ngoài mục đích kinh doanh còn là Ngân hàng đi đầu trong nhiệm vụ phát triển kinh tế địa phương. Được sự quan tâm của các cấp lãnh đạo, chính quyền địa phương, cùng sự nỗ lực phấn đấu vươn lên của tập thể cán bộ nhân viên tại Chi nhánh nên trong thời gian kể từ khi thành lập đến nay Agribank Chi nhánh Bình Thuận luôn hoàn thành tốt nhiệm vụ được giao, nguồn vốn, dư nợ tăng trưởng ổn định, chất lượng sản phẩm dịch vụ ngày càng được nâng cao, nợ xấu được kiểm soát, thu nhập người lao động được đảm bảo.

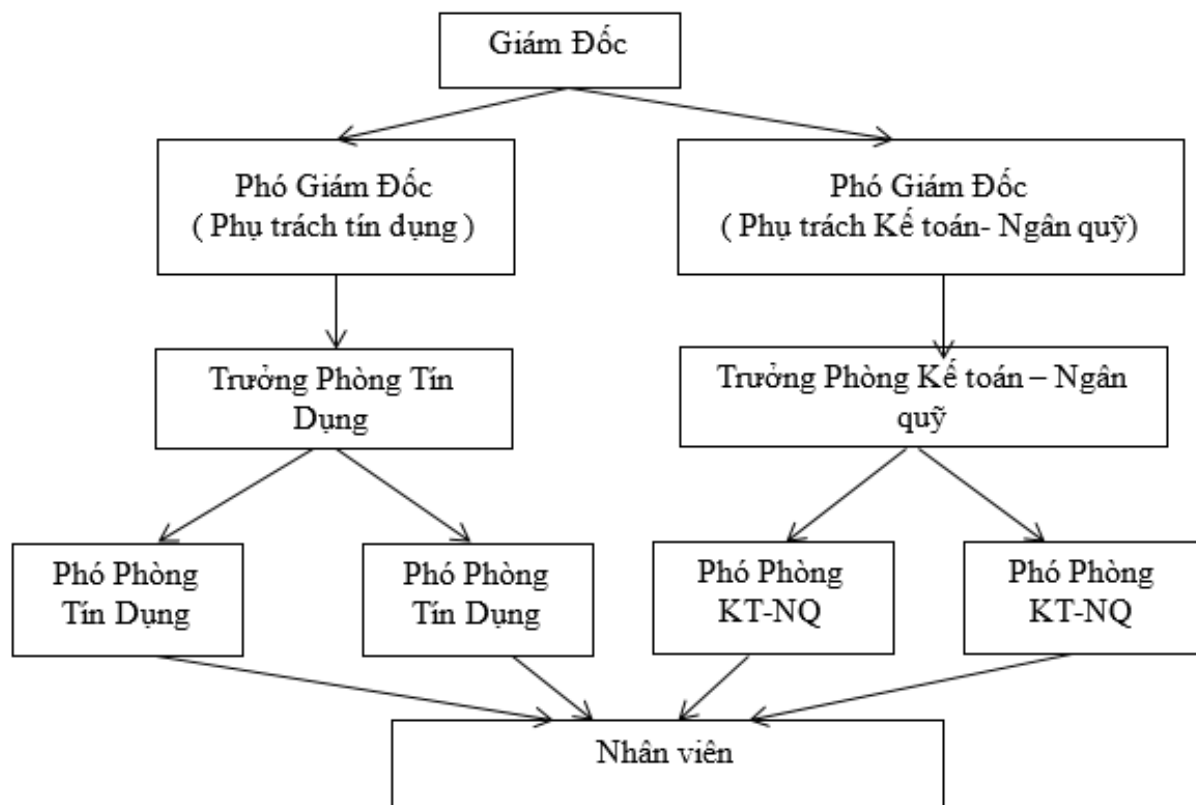
2.1.2 Tổng quan về Agribank Hàm Thuận Nam

Ngân Hàng Nông Nghiệp Và Phát Triển Nông Thôn Việt Nam - Chi Nhánh Hàm Thuận Nam (Agribank Hàm Thuận Nam), có địa chỉ tại Số 263 Đường Trần Hưng Đạo, Thị Trấn Thuận Nam, Huyện Hàm Thuận Nam, Tỉnh Bình Thuận. Agribank Hàm Thuận Nam là chi nhánh trực thuộc sự quản lý của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông Thôn Việt Nam – Chi nhánh Bình Thuận (Agribank Bình Thuận).

Về mặt pháp lý, Agribank Hàm Thuận Nam là Chi nhánh thực hiện các chức năng và nhiệm vụ theo sự ủy quyền của Agribank, về cơ bản là đơn vị thực hiện gần như đầy đủ các lĩnh vực của một ngân hàng thương mại.

Từ khi thành lập đến nay, hoạt động kinh doanh của ngân hàng có tốc độ tăng trưởng nhanh và bền vững, về cơ bản đáp ứng đủ nhu cầu cho sự phát triển của các thành phần kinh tế trên địa bàn, đóng góp không nhỏ đến sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội, sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn trên địa bàn Huyện Hàm Thuận Nam.

Mạng lưới hoạt động hiện nay của Agribank Hàm Thuận Nam gồm tổng cộng 2 chi nhánh và phòng giao dịch được đặt ở Huyện Hàm Thuận Nam. Cơ cấu tổ chức của Agribank Hàm Thuận Nam được trình bày như Hình 2.1 bên dưới như sau:



Hình 2.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức của Agribank Hàm Thuận Nam

Nguồn: Agribank Hàm Thuận Nam

Agribank Hàm Thuận Nam cung cấp đầy đủ các sản phẩm, dịch vụ với hệ thống trên 200 sản phẩm dịch vụ của Agribank và được phân theo 2 nhóm khách hàng chính được trình bày ở Bảng 2.1 bên dưới:

Bảng 2.1 Sản phẩm, dịch vụ của Agribank Hàm Thuận Nam

TT	Khách hàng cá nhân	Khách hàng doanh nghiệp
1	Tiền gửi Agribank	Tài khoản & Tiền gửi
2	Vay vốn Agribank	Tín dụng Doanh nghiệp
3	Thẻ Agribank	Thẻ Agribank
4	Thanh toán & Chuyển tiền	Thanh toán trong nước
5	Ngân hàng điện tử	Thanh toán quốc tế
6	Bảo hiểm	Bảo lãnh
7	Dịch vụ khác	Ngân hàng điện tử
8		Bảo hiểm

Nguồn: Agribank Bình Thuận

2.2 Thực trạng hoạt động huy động vốn tại Agribank Hàm Thuận Nam giai đoạn 2021 - 2023

Trong những năm qua, Agribank đã không ngừng phát triển và đa dạng hóa các sản phẩm và dịch vụ ngân hàng, đáp ứng tốt nhất nhu cầu sử dụng của khách hàng và nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng với hệ thống các NHTM đang phát triển mạnh cả về số lượng lẫn chất lượng ngân hàng. Đối với riêng các sản phẩm, dịch vụ huy động vốn, Agribank hiện nay có nhiều sản phẩm huy động vốn đa dạng, bao gồm các dạng tiền gửi như sau:

+ Tiền gửi có kỳ hạn: Các sản phẩm tiền gửi với kỳ hạn đa dạng, từ ngắn hạn đến dài hạn, phù hợp với nhu cầu và kế hoạch tài chính của khách hàng.

+ Tiền gửi không kỳ hạn: Cho phép khách hàng linh hoạt rút tiền mà không cần thông báo trước.

+ Tiền gửi trực tuyến: Dịch vụ tiền gửi online qua E-banking, giúp khách hàng thuận tiện gửi tiền mọi lúc, mọi nơi.

+ Sản phẩm huy động vốn tự động: Các sản phẩm này được triển khai trên E-banking, mang lại sự tiện lợi và nhanh chóng cho việc gửi tiền.

Theo đó, Agribank Hàm Thuận Nam cũng đang cung cấp đầy đủ các sản phẩm, dịch vụ của Agribank và được tổng hợp trong Bảng 2.2 bên dưới như sau:

Bảng 2.2 Các sản phẩm huy động hiện tại của Agribank Hàm Thuận Nam

STT	Tên sản phẩm	Loại tiền gửi
01	Tiền gửi có kỳ hạn trả lãi sau toàn bộ	Có kỳ hạn
02	Tiền gửi có kỳ hạn trả lãi sau định kỳ	Có kỳ hạn
03	Tiền gửi có kỳ hạn trả lãi trước toàn bộ	Có kỳ hạn
04	Tiền gửi tích lũy	Có kỳ hạn
05	Tiết kiệm học đường	Dài hạn
06	Tiết kiệm linh hoạt	Có kỳ hạn
07	Tiết kiệm an sinh	Dài hạn
08	Tiền gửi tích lũy trực tuyến	Có kỳ hạn

Nguồn: Agribank Hàm Thuận Nam

Tốc độ tăng trưởng quy mô vốn huy động của Agribank Hàm Thuận Nam trong giai đoạn 2021 – 2023 cũng cho thấy sự tăng trưởng qua các năm, tuy nhiên mức tăng chưa cao cho thấy sự tăng trưởng chưa tương xứng với tiềm năng và giá trị thương hiệu Agribank. Ngoài ra, sự cạnh tranh của các ngân hàng thương mại trên địa bàn huyện cũng được xem là nguyên nhân ảnh hưởng đến sự tăng trưởng không cao trong hoạt động huy động vốn của chi nhánh.

Bảng 2.3 Tốc độ tăng trưởng quy mô vốn huy động của Agribank Hàm Thuận Nam giai đoạn 2021 – 2023

Chỉ tiêu	Năm		
	2021	2022	2023
Vốn huy động	1.148	1.175	1.262
Dư nợ	1.474	1.582	1.747
Tỷ trọng	77.88%	74.27%	72.22%

Nguồn: Agribank Hàm Thuận Nam

Về sự phát triển số lượng khách hàng gửi tiết kiệm trong giai đoạn 2021 – 2023 cho thấy có sự phát triển ổn định số lượng khách hàng qua các năm từ 2,307 khách hàng trong năm 2021 tăng lên đến hơn 50% khách hàng trong năm 2023 với 3,108 khách hàng. Điều này cho thấy rằng các sản phẩm tiền gửi mà Agribank Hàm Thuận Nam vẫn đang được khách hàng quan tâm. Do đó, việc triển khai thêm các sản phẩm tiền gửi mới hoặc nâng cấp các sản phẩm hiện có phù hợp với nhu cầu và sự thay đổi của kinh tế - xã hội sẽ giúp Agribank Hàm Thuận Nam nói riêng và Agribank ổn định và duy trì sự phát triển trong tương lai.

Bảng 2.4 Số lượng KH gửi tiết kiệm giai đoạn 2021 – 2023

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm		
		2021	2022	2023
Số lượng khách hàng	Khách hàng	2,307	2,615	3,108
Mức tăng/ giảm	Khách hàng		308	493
Tỷ lệ tăng/ giảm	%		13.35%	58.89%

Nguồn: Agribank Hàm Thuận Nam

Về lãi suất tiền gửi, lãi suất huy động của Agribank hiện đang thấp hơn so với các NHTM đang hoạt động trên địa bàn như Vietinbank, Sacombank, ACB (Bảng 2.5) với loại tiền gửi tiết kiệm có kỳ hạn ngắn. Tuy nhiên, Agribank hiện đang thực hiện nhiều chính sách cạnh tranh khách hàng gửi tiền ở các dịch vụ gửi tiền có kỳ hạn từ 12 tháng trở lên, với lãi suất huy động cạnh tranh so với hệ thống các NHTM. Điều này mang lại khả năng cạnh tranh tốt hơn cho Agribank Hàm Thuận Nam bởi việc hiệu chỉnh lãi suất ảnh hưởng lớn đến hiệu quả hoạt động huy động vốn của ngân hàng. Do đó, chính sách lãi suất cần được lãnh đạo chi nhánh quan tâm nhiều hơn để kịp thời có những hiệu chỉnh phù hợp để nâng cao năng lực cạnh tranh của chi nhánh với các chi nhánh của các ngân hàng thương mại đang hoạt động trên địa bàn huyện Hàm Thuận Nam.

Bảng 2.5 So sánh lãi suất huy động vốn với các NHTM trên địa bàn huyện

STT	Ngân hàng	Gửi kỳ hạn 6 tháng	Gửi kỳ hạn 12 tháng
1	Agribank	3.0	4.7
2	Vietinbank	3.2	4.2
3	Sacombank	3.7	4.8
4	ACB	3.7	4.7

Nguồn: Agribank Hàm Thuận Nam

Về kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ huy động của Agribank Hàm Thuận Nam trong giai đoạn 2021 – 2023, doanh thu từ hoạt động huy động tăng qua các năm, tuy nhiên mức độ tăng doanh thu trong năm 2023 cho thấy sự biến động tăng trưởng cao gần gấp đôi so với cùng kỳ năm 2022, điều này có thể thấy rằng trong năm 2022, những ảnh hưởng tiêu cực từ dịch bệnh Covid-19 đã gây nhiều tác động tiêu cực lên hệ thống ngân hàng và tâm lý khách hàng. Do đó, việc nâng cao chất lượng dịch vụ và nâng cao niềm tin, hình ảnh giá trị thương hiệu uy tín sẽ giúp nâng cao được niềm tin và khả năng lựa chọn sử dụng dịch vụ của ngân hàng.

Kết quả thống kê trong Bảng 2.6 bên dưới cũng cho thấy trong năm 2023, chi phí bỏ ra cho hoạt động cung ứng dịch vụ huy động tiền gửi khá cao, tăng 51.84% so với năm 2022, điều này ảnh hưởng mạnh đến hiệu quả doanh thu và tác động lớn đến lợi nhuận của hoạt động huy động vốn của chi nhánh với thu nhập vào cuối năm 2023 bị sụt giảm 12.55% so với năm 2022. Điều này cũng cho thấy hiệu quả của các chính sách quảng cáo, truyền thông sản phẩm chưa đạt được như mục tiêu đặt ra của chi nhánh. Cho nên, để nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn của chi nhánh, hoạt

động nâng cao hiệu quả các chính sách marketing, truyền thông cũng là một vấn đề mà lãnh đạo Agribank Hàm Thuận Nam cần dành nhiều sự quan tâm trong thời gian tới.

Bảng 2.6 Kết quả kinh doanh hoạt động huy động vốn giai đoạn 2021 – 2023

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Năm		
		2021	2022	2023
Doanh thu	Tỷ đồng	139,831	157,467	191,926
Mức tăng/ giảm	Tỷ đồng		17,636	34,459
Tỷ lệ tăng/ giảm	%		12.61%	21.88%
Chi phí	Tỷ đồng	86,669	88,865	134,938
Mức tăng/ giảm	Tỷ đồng		2,196	46,073
Tỷ lệ tăng/ giảm	%		2.53%	51.84%
Lợi nhuận	Tỷ đồng	53,162	68,602	59,988
Mức tăng/ giảm	Tỷ đồng		15,440	-8,614
Tỷ lệ tăng/ giảm	%		29.04%	-12.55%

Nguồn: Agribank Hàm Thuận Nam

2.3 Thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến ý định gửi tiền tiết kiệm tại Agribank Hàm Thuận Nam

2.3.1 Thông tin mẫu nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, khảo sát được thực hiện theo phương pháp lấy mẫu thuận tiện với 250 phiếu khảo sát được phát ra cho các khách hàng sử dụng dịch vụ tiền gửi tại Agribank Hàm Thuận Nam. Tổng số bảng khảo sát thu về là 245 bảng. Sau khi nhập liệu và làm sạch dữ liệu (loại bỏ những phiếu điều tra không hợp lệ như: chọn một phương án cho tất cả các mục hỏi, không trả lời những mục hỏi được sử dụng trong phân tích, chọn thiếu thông tin, không trả lời vào phiếu...), kết quả cho thấy trong số 245 bảng thu về có 02 phiếu không hợp lệ. Như vậy tổng số mẫu hợp lệ đưa vào phân tích là 243 bảng câu hỏi khảo sát có trả lời hoàn chỉnh, hợp lệ.

Mẫu đưa vào phân tích chính thức có cơ cấu như sau:

Bảng 2.7 Cơ cấu mẫu nghiên cứu

Đặc điểm nhân khẩu học		Tổng cộng	Tỷ lệ (%)
<i>Giới tính</i>	Nam	87	35.8
	Nữ	156	64.2
<i>Độ tuổi</i>	Dưới 30 tuổi	52	21.4
	Từ 30 đến dưới 45 tuổi	124	51.0
	Từ 45 tuổi trở lên	67	27.6
<i>Trình độ học vấn</i>	Phổ thông	6	2.5
	Trung cấp, cao đẳng	53	21.8
	Đại học, sau đại học	184	75,1

Đặc điểm nhân khẩu học		Tổng cộng	Tỷ lệ (%)
<i>Nghề nghiệp</i>	Công chức, viên chức	30	12.3
	Nhân viên văn phòng	77	31.7
	Công nhân	66	27.2
	Buôn bán, tiểu thương	51	21.0
	Khác	19	7.8
<i>Thu nhập</i>	Dưới 5 triệu đồng	34	14.0
	Từ 5 đến dưới 10 triệu đồng	66	27.2
	Từ 10 đến dưới 15 triệu đồng	105	43.2
	Từ 15 triệu đồng trở lên	38	15.6

Nguồn: Tính toán của tác giả.

- Về Giới tính của khách hàng sử dụng dịch vụ tiền gửi tại Agribank Hàm Thuận Nam tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu: Kết quả khảo sát cho thấy có 87 khách hàng tham gia trả lời khảo sát là nam và chiếm 35.8%; còn lại là các khách hàng nữ với tổng cộng 156 người và chiếm 64.2% trong tổng số 243 phiếu trả lời khảo sát hợp lệ.

- Về Độ tuổi của khách hàng sử dụng dịch vụ tiền gửi tại Agribank Hàm Thuận Nam tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu: Kết quả khảo sát cho thấy đa phần người tham gia trả lời khảo sát nằm trong độ tuổi từ 30 đến dưới 45 tuổi (124 người; chiếm 51.0%); kế đến là các đối tượng có độ tuổi từ 45 tuổi trở lên (67 người; chiếm 27.6%); cuối cùng là các khách hàng tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu nằm trong độ tuổi dưới 30 tuổi (52 người; chiếm 21.4%).

- *Về Trình độ học vấn của khách hàng sử dụng dịch vụ tiền gửi tại Agribank Hàm Thuận Nam tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu:* Kết quả khảo sát cho thấy đa phần khách hàng đều có học vấn từ Đại học trở lên, trong đó số lượng khách hàng có học vấn đại học chiếm đến 71.6% với 174 người tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu và số lượng khách hàng có học vấn sau đại học chiếm 4.1% với 10 người; còn lại là các khách hàng có học vấn Trung cấp - Cao đẳng trở xuống chiếm 24.3% với 53 người có trình độ trung cấp, cao đẳng và 06 người có trình độ phổ thông.

- *Về Nghề nghiệp của khách hàng sử dụng dịch vụ tiền gửi tại Agribank Hàm Thuận Nam tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu:* Kết quả khảo sát cho thấy đa phần khách hàng là nhân viên văn phòng (77 người; chiếm 31.7%); có 66 khách hàng là công nhân (chiếm 27.2%); 51 khách hàng là buôn bán nhỏ, tiểu thương (chiếm 21.0%); 30 khách hàng đang là công chức, viên chức (chiếm 12.3%); còn lại là các khách hàng có nghề nghiệp khác chiếm 7.8% với 19 khách hàng.

- *Về Thu nhập của khách hàng sử dụng dịch vụ tiền gửi tại Agribank Hàm Thuận Nam tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu:* Kết quả khảo sát cho thấy đa phần các khách hàng tham gia trả lời khảo sát của nghiên cứu có thu nhập nằm trong khoản từ 10 đến dưới 15 triệu đồng (105 người; chiếm 43.2%); 66 khách hàng có thu nhập nằm trong khoản từ 5 đến dưới 10 triệu đồng (chiếm 27.2%); 38 khách hàng có thu nhập từ 15 triệu đồng trở lên (chiếm 15.6%); và cuối cùng là các khách hàng có thu nhập dưới 5 triệu đồng với 34 khách hàng và chiếm 14.0% trong tổng thể mẫu của nghiên cứu.

2.3.2 Đánh giá độ tin cậy của thang đo

2.3.2.1 Kiểm định Cronbach's Alpha

Kết quả phân tích Cronbach's Alpha để đánh giá độ tin cậy của các thang đo đo lường cho các biến độc lập và phụ thuộc được tổng hợp trong Bảng 2.8 bên dưới:

Bảng 2.8 Kết quả phân tích Cronbach's Alpha

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến
1. Chất lượng dịch vụ - DV (Lần 01)			Cronbach's Alpha = 0.661	
DV1	11.498	3.615	0.479	0.566
DV2	11.971	4.367	0.299	0.679
DV3	11.531	3.539	0.485	0.562
DV4	12.062	3.571	0.507	0.547
Chất lượng dịch vụ - DV (Lần 02)			Cronbach's Alpha = 0.679	
DV1	7.782	2.262	0.491	0.586
DV3	7.815	2.201	0.496	0.580
DV4	8.346	2.293	0.489	0.590
2. Hình thức chiêu thị - CT			Cronbach's Alpha = 0.817	
CT1	10.588	5.384	0.578	0.798
CT2	11.333	5.231	0.661	0.759
CT3	10.745	5.067	0.659	0.760
CT4	11.284	5.303	0.655	0.762
3. Nhóm tham khảo – TK (Lần 01)			Cronbach's Alpha = 0.713	

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến
TK1	9.774	5.027	0.661	0.557
TK2	10.609	4.975	0.583	0.598
TK3	9.807	5.595	0.557	0.625
TK4	9.366	5.762	0.277	0.804
Nhóm tham khảo – TK (Lần 02)			Cronbach's Alpha = 0.804	
TK1	5.955	2.829	0.657	0.725
TK2	6.790	2.613	0.641	0.747
TK3	5.988	2.996	0.661	0.725
4. Lãi suất tiền gửi - LS			Cronbach's Alpha = 0.833	
LS1	11.951	6.196	0.689	0.779
LS2	12.029	5.970	0.677	0.783
LS3	11.802	5.870	0.656	0.793
LS4	11.786	6.185	0.632	0.803
5. Sự an toàn – AT (Lần 01)			Cronbach's Alpha = 0.683	
AT1	10.708	3.803	0.529	0.574
AT2	11.177	3.601	0.623	0.510

Biến quan sát	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến tổng	Alpha nếu loại biến
AT3	11.025	5.107	0.164	0.790
AT4	11.214	3.673	0.595	0.529
Sự an toàn – AT (Lần 02)			Cronbach's Alpha = 0.790	
AT1	7.025	2.553	0.595	0.753
AT2	7.494	2.474	0.655	0.688
AT4	7.531	2.498	0.642	0.701
6. Sự thuận tiện - TT			Cronbach's Alpha = 0.748	
TT1	7.506	3.276	0.558	0.691
TT2	7.193	3.454	0.647	0.584
TT3	6.774	3.787	0.530	0.714
7. Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam - YD			Cronbach's Alpha = 0.884	
YD1	6.926	1.763	0.747	0.862
YD2	6.922	1.849	0.786	0.826
YD3	6.959	1.800	0.794	0.819

Nguồn: Tính toán của tác giả

Kết quả phân tích trong Bảng 2.8 cho thấy rằng hệ số Alpha tổng của các thang đo đều nằm trong khoảng tin cậy cần thiết (> 0.6), lớn nhất là hệ số Alpha tổng của Thang đo Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam ($\alpha = 0.884$) và nhỏ nhất là hệ số Alpha tổng của Thang đo Chất lượng dịch vụ ($\alpha = 0.679$).

Kết quả phân tích cũng cho thấy trong các thang đo: Chất lượng dịch vụ; Nhóm tham khảo; Sự an toàn lần lượt có các biến quan sát: DV2; TK4; AT3 đều có hệ số tương quan biến – tổng nhỏ hơn 0.3 và bằng: 0.299; 0.277; 0.164 (không đạt yêu cầu của Kiểm định Cronbach's Alpha), nên tác giả sẽ loại 3 biến quan sát này ra khỏi các thang đo trước khi tiến tới bước phân tích nhân tố khám phá tiếp theo để đảm bảo độ tin cậy cho thang đo này. Các biến quan sát đạt độ tin cậy qua kiểm định thang đo được tiếp tục xử lý phân tích nhân tố khám phá.

2.3.2.2 Phân tích nhân tố khám phá

Phân tích nhân tố khám phá cho các biến độc lập

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho các biến độc lập (Bảng 2.9) cho thấy hệ số KMO là $0.809 > 0.5$ và kiểm định Barlett có $\text{Sig.} = 0.000 < 0.05$, cho thấy phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát thu thập được.

Bảng 2.9 Kết quả KMO và Kiểm định Barlett của các biến độc lập

Hệ số KMO		0.809
Kiểm định Barlett	Approx. Chi-square	1723.286
	Df	190
	Sig.	0.000

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Kết quả ma trận xoay nhân tố (Bảng 2.10) cho thấy phân tích nhân tố rút trích được 06 nhân tố với tổng phương sai trích bằng 67.895% >50% tại giá trị Eigenvalue bằng 1.160 > 1 (đạt yêu cầu kiểm định EFA). Các biến quan sát trong các nhân tố được trích đều có hệ số tải lớn hơn 0.5 và đều được gom về trong cùng từng nhân tố cũng như giải thích ý nghĩa cho từng nhân tố như ban đầu, do đó tác giả quyết định giữ nguyên tên gọi ban đầu cho các nhóm nhân tố.

Tổng hợp kết quả phân tích nhân tố khám phá của các yếu tố độc lập được tóm tắt trong Bảng 2.10 bên dưới như sau:

Bảng 2.10 Kết quả ma trận xoay nhân tố và rút trích nhân tố của các biến độc lập

Biến quan sát	Nhân tố 01	Nhân tố 02	Nhân tố 03	Nhân tố 04	Nhân tố 05	Nhân tố 06
LS2	0.818					
LS3	0.793					
LS1	0.790					
LS4	0.693					
CT4		0.791				
CT3		0.785				
CT2		0.777				
CT1		0.743				
TK1			0.825			
TK2			0.810			
TK3			0.765			
AT2				0.823		
AT4				0.818		
AT1				0.800		
TT2					0.857	

Biến quan sát	Nhân tố 01	Nhân tố 02	Nhân tố 03	Nhân tố 04	Nhân tố 05	Nhân tố 06
TT3					0.791	
TT1					0.785	
DV3						0.801
DV1						0.741
DV4						0.726
Eigenvalue	4.844	2.818	1.943	1.440	1.374	1.160
Phương sai trích (%)	24.219	38.309	48.026	55.226	62.904	67.895

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc

Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA cho biến phụ thuộc (Bảng 2.11) cho thấy hệ số KMO là $0.742 > 0.5$ và kiểm định Barlett có $\text{Sig.} = 0.000 < 0.05$, cho thấy phân tích EFA phù hợp với dữ liệu khảo sát thu thập được.

Bảng 2.11 Kết quả KMO và Kiểm định Barlett - Biến phụ thuộc

Hệ số KMO		0.742
Kiểm định Barlett	Approx. Chi-square	405.516
	Df	3
	Sig.	0.000

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Kết quả ma trận xoay nhân tố (Bảng 2.12) cho thấy phân tích nhân tố rút trích được 01 nhân tố với tổng phương sai trích bằng $81.314\% > 50\%$ tại giá trị Eigenvalue bằng $2.439 > 1$. Các biến quan sát trong nhân tố phụ thuộc được trích đều có hệ số tải lớn hơn 0.5 (đạt yêu cầu kiểm định EFA) và đều được gom chung trong một nhân tố

phụ thuộc cũng như giải thích ý nghĩa cho nhân tố Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam. Tổng hợp kết quả phân tích nhân tố khám phá của yếu tố phụ thuộc được tóm tắt trong Bảng 2.12 bên dưới như sau:

Bảng 2.12 Kết quả ma trận xoay nhân tố và rút trích nhân tố - Biến phụ thuộc

Biến quan sát	Kết quả
YD3	0.912
YD2	0.908
YD1	0.885
Eigenvalue	2.439
Phương sai trích (%)	81.314%

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Tóm lại, sau khi đánh giá độ tin cậy các thang đo dùng trong nghiên cứu thông qua kiểm định Cronbach's Alpha và phân tích nhân tố khám phá cho thấy các thang đo sau khi loại các biến quan sát không đạt yêu cầu đều đạt được độ tin cậy cần thiết và phù hợp để sử dụng cho bước phân tích hồi quy tiếp theo.

Tổng hợp kết quả phân tích độ tin cậy các thang đo được tóm tắt trong Bảng 2.13 bên dưới như sau:

Bảng 2.13 Tổng hợp kết quả đánh giá chất lượng thang đo

Thang đo	Số biến quan sát	Hệ số Alpha của thang đo	Biến quan sát bị loại
Chất lượng dịch vụ - DV	4	0.679	DV2
Hình thức chiêu thị - CT	4	0.817	

Nhóm tham khảo - TK	4	0.804	TK4
Lãi suất tiền gửi - LS	4	0.833	
Sự an toàn - AT	4	0.790	AT3
Sự thuận tiện - TT	3	0.748	
Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam - YD	3	0.884	

Nguồn: Tính toán của tác giả.

2.3.3 Phân tích hồi quy tuyến tính

Kiểm định F được sử dụng để kiểm tra mức độ phù hợp của phân tích hồi quy đối với tập dữ liệu thị trường (Nguyễn Đình Thọ, 2011). Kết quả kiểm định F ở Bảng 2.14 bên dưới cho giá trị $\text{Sig.} = 0.000 < 0.005$, cho thấy phân tích hồi quy là phù hợp và mô hình nghiên cứu đề xuất phù hợp với tập dữ liệu khảo sát thu thập được (Hair và cộng sự, 2010).

Bảng 2.14 Kết quả phân tích ANOVA trong hồi quy

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.676	6	8.946	42.662	0.000 ^b
	Residual	49.488	236	0.210		
	Total	103.164	242			
a. Dependent Variable: F_YD						
b. Predictors: (Constant), F_TT, F_CT, F_DV, F_AT, F_TK, F_LS						

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Bảng 2.15 Bảng tóm tắt mô hình hồi quy

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.721 ^a	0.520	0.508	0.45792	1.945
a. Predictors: (Constant), F_TT, F_CT, F_DV, F_AT, F_TK, F_LS					
b. Dependent Variable: F_YD					

Nguồn: Tính toán của tác giả.

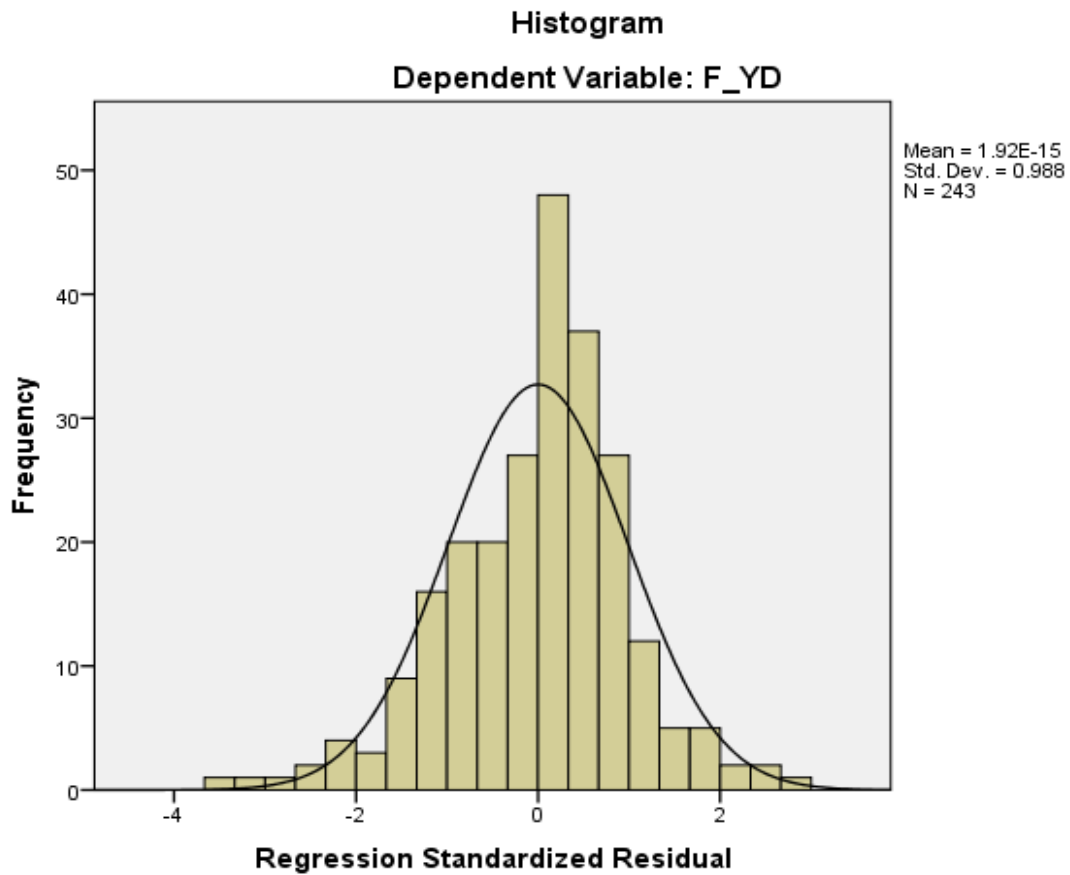
Hệ số R^2 hiệu chỉnh được sử dụng để xem xét mức độ giải thích của các nhân tố độc lập lên nhân tố phụ thuộc. Kết quả phân tích hồi quy trong Bảng 2.15 cho kết quả hệ số R^2 hiệu chỉnh bằng 0.508, tức mức độ phù hợp của mô hình đạt 50.8%, có nghĩa rằng khả năng giải thích của các nhân tố độc lập giải thích được 50.8% sự biến thiên trong dữ liệu của biến phụ thuộc mô hình.

Dò tìm các quy phạm giả định cần thiết

Giả định về phân phối chuẩn của phần dư

Giả định thứ nhất là giả định về phân phối chuẩn phần dư, biểu đồ tần số Histogram được sử dụng để kiểm tra giả định này. Dựa vào biểu đồ có thể nói phân phối chuẩn của phần dư xấp xỉ chuẩn (Mean = 1.92E-15) và độ lệch chuẩn bằng 0.988 (Biểu đồ 2.2).

Do đó có thể kết luận rằng giả thuyết phân phối chuẩn của phần dư không vi phạm.



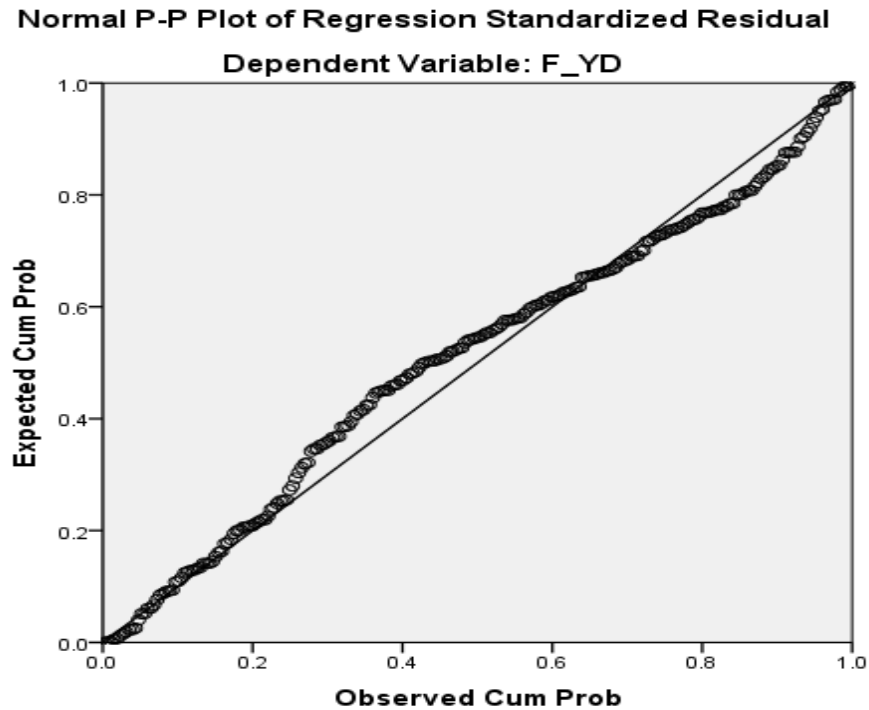
Biểu đồ 2.2 Biểu đồ phân phối chuẩn phần dư

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Giả định Phương sai phần dư không đổi

Phương sai của phần dư được thể hiện trên đồ thị của phần dư chuẩn hóa theo giá trị dự báo của biến phụ thuộc.

Quan sát trên biểu đồ 2.3 bên dưới cho thấy các phần dư phân tán ngẫu nhiên quanh trục 0 trong một phạm vi không đổi. Điều này có nghĩa là phương sai của phần dư là không đổi.



Biểu đồ 2.3 Biểu đồ P-P plot

Nguồn: Tính toán của tác giả.

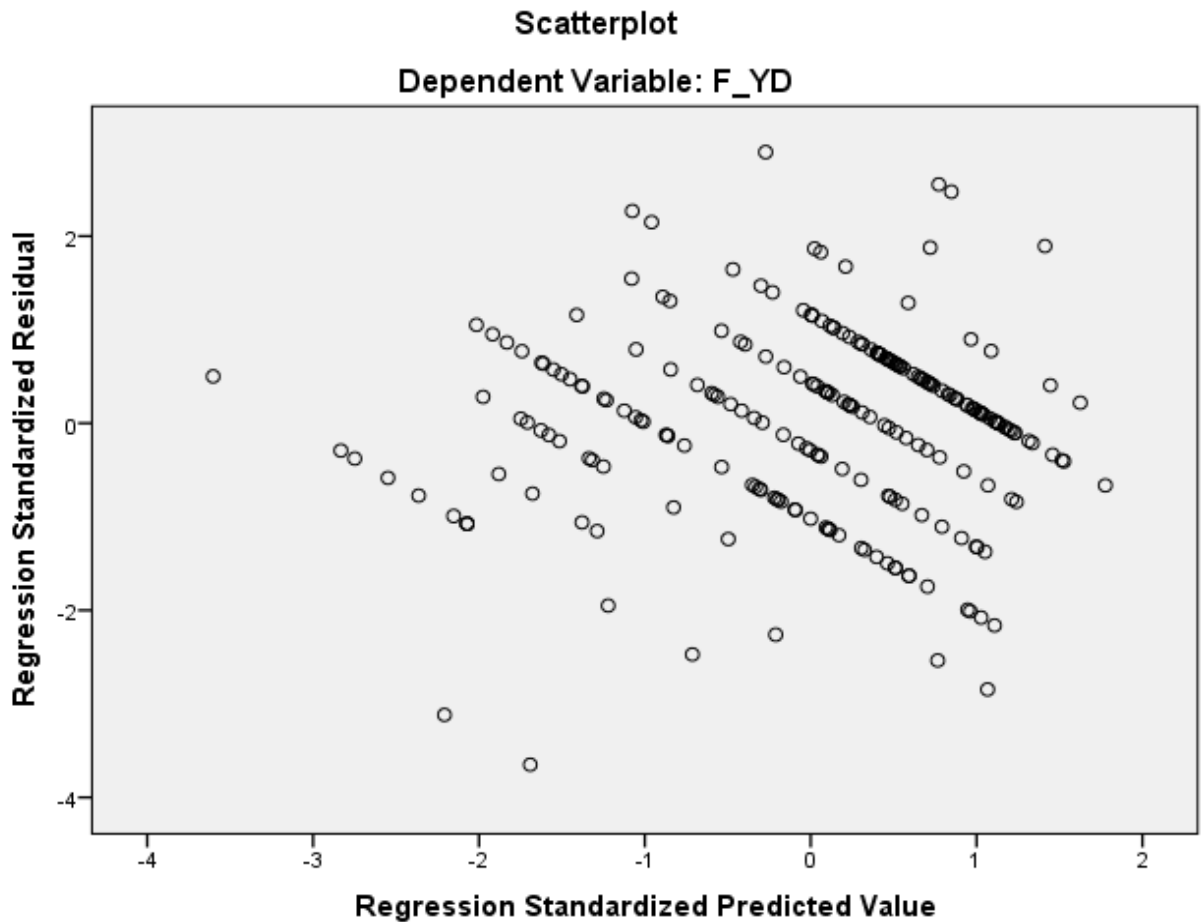
Giả định không có hiện tượng đa cộng tuyến

Theo kết quả phân tích từ Bảng 2.16 bên dưới, cho thấy hệ số phóng đại phương sai (VIF) đều có giá trị không lớn hơn 2 (Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008), do vậy có thể kết luận rằng không xảy ra hiện tượng đa cộng tuyến trong mô hình.

Giả định về tính độc lập của các phần dư

Biểu đồ Scatter được sử dụng để xem xét tính độc lập của các phần dư.

Kết quả Biểu đồ Scatter tại Biểu đồ 2.4 cho thấy các phần dư phân tán ngẫu nhiên trong một vùng đi qua gốc tọa độ chứ không tạo thành một hình dạng đặc biệt nào. Điều này cho thấy giá trị dự đoán và phần dư độc lập với nhau, phương sai của phần dư không đổi.



Biểu đồ 2.4 Biểu đồ Scatter

Nguồn: Tính toán của tác giả.

❖ Ước lượng hệ số hồi quy

Kết quả phân tích hệ số hồi quy (Bảng 2.16) cho thấy rằng: mức ý nghĩa trong Kiểm định t của các nhân tố độc lập: Nhóm tham khảo (F_TK); Lãi suất tiền gửi (F_LS); Sự an toàn (F_AT); Sự thuận tiện (F_TT) đều nhỏ hơn 0.05. Do đó, cả 4 nhân tố độc lập này đều cho thấy sự ảnh hưởng tuyến tính đến Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam (F_YD).

Bảng 2.16 Kết quả phân tích hồi quy

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.123	0.257		0.480	0.631		
	F_DV	-0.002	0.046	-0.003	-0.053	0.957	0.851	1.176
	F_CT	0.089	0.047	0.101	1.902	0.058	0.722	1.386
	F_TK	0.116	0.043	0.142	2.682	0.008	0.725	1.379
	F_LS	0.323	0.044	0.396	7.378	0.000	0.707	1.414
	F_AT	0.296	0.043	0.342	6.893	0.000	0.828	1.207
	F_TT	0.083	0.034	0.112	2.441	0.015	0.966	1.036
a. Dependent Variable: F_YD								

Nguồn: Tính toán của tác giả.

2.3.4 Kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Từ kết quả có được sau phân tích hồi quy, nghiên cứu đi đến kết luận cho các giả thuyết ban đầu như sau:

Bảng 2.17 Kết luận các giả thuyết

Giả thuyết	Nội dung	Kết luận
H1	Chất lượng dịch vụ có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.	Bác bỏ
H2	Hình thức chiêu thị có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.	Bác bỏ
H3	Nhóm tham khảo có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.	Chấp nhận
H4	Lãi suất tiền gửi có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.	Chấp nhận
H5	Sự an toàn có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.	Chấp nhận
H6	Sự thuận tiện có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.	Chấp nhận

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả nghiên cứu

Kết quả tổng kết các giả thuyết nghiên cứu cho thấy các giả thuyết H3, H4, H5, H6 được chấp nhận; 2 giả thuyết còn lại là H1, H2 bị bác bỏ. Đối với giả thuyết H1 với nội dung: “Chất lượng dịch vụ có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của

khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam”, khách hàng không cho rằng yếu tố chất lượng dịch vụ có ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân có thể được giải thích là do t; ùy thuộc vào mức thu nhập và chi tiêu, mỗi khách hàng sẽ có khả năng và nhu cầu gửi tiết kiệm khác nhau. Những khách hàng có thu nhập cao thường quan tâm nhiều hơn đến các khoản tiết kiệm dài hạn và có thể ít nhạy cảm với chất lượng dịch vụ hơn, vì mục tiêu chính của họ là bảo toàn và sinh lời cho vốn. Ngoài ra, một số người có xu hướng chọn ngân hàng dựa trên sự quen thuộc hoặc cảm giác an toàn, bất kể chất lượng dịch vụ. Ví dụ, những người ưa thích ổn định có thể ưu tiên các ngân hàng lớn, truyền thống, trong khi người ưa thích tiện lợi sẽ chọn ngân hàng có dịch vụ trực tuyến mạnh mẽ. Điều này dẫn đến việc khách hàng không quan tâm đến chất lượng dịch vụ gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam, dẫn đến không có ý định gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại ngân hàng. Còn đối với giả thuyết H2 với nội dung: “Hình thức chiêu thị có tương quan với ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam” bị bác bỏ có thể được lý giải là do tác động hạn chế của chiêu thị đối với các sản phẩm tiết kiệm. Tiết kiệm là sản phẩm tài chính ít cần đến chiêu thị, các sản phẩm tiết kiệm thường có tính chất bảo thủ, ít biến động và ít cần chiến dịch quảng cáo rầm rộ như các sản phẩm tiêu dùng. Khách hàng thường không bị thôi thúc bởi quảng cáo khi chọn sản phẩm tiết kiệm mà dựa vào các yếu tố khác như lãi suất và tính an toàn. Ngoài ra, độ nhạy cảm của sản phẩm tài chính cũng là yếu tố rào cản gây tác động tiêu cực đến ý định gửi tiết kiệm của khách hàng. Gửi tiết kiệm là một quyết định tài chính khá lớn, và khách hàng có xu hướng thận trọng hơn khi đưa ra quyết định này. Các hình thức chiêu thị đơn giản như quảng cáo hoặc khuyến mãi không dễ dàng tạo được niềm tin như khi họ tìm hiểu kỹ về lãi suất, uy tín, và khả năng thanh khoản của ngân hàng.

2.3.5 Kiểm định sự khác biệt theo các đặc điểm nhân khẩu học

❖ Kiểm định sự khác biệt theo Giới tính

Kiểm định t được dùng khi nghiên cứu ảnh hưởng của biến định tính có 2 đặc điểm như biến giới tính lên biến phụ thuộc của mô hình hồi quy - Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

Kết quả phân tích ở Bảng 2.18 bên dưới cho thấy rằng: giá trị Sig. trong kiểm định F của thống kê Levene là $0.055 > 0.05$ do đó kết quả kiểm định t sẽ được sử dụng ở phần phương sai đồng nhất với Sig. của kiểm định t là $0.590 > 0.05$. Như vậy, có thể kết luận rằng không có sự khác biệt về Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam khi khảo sát các khách hàng có giới tính khác nhau.

Bảng 2.18 Kiểm định sự khác biệt theo Giới tính

		Giá trị phương sai của thống kê Levene		Giá trị trung bình của kiểm định t		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
F_YD	Equal variances assumed	3.723	0.055	0.540	241	0.590
	Equal variances not assumed			0.522	161.375	0.602

Nguồn: Tính toán của tác giả.

❖ **Kiểm định sự khác biệt theo Độ tuổi, Trình độ học vấn, Nghề nghiệp, Thu nhập**

Kiểm định ANOVA được sử dụng để kiểm tra mối quan hệ giữa các biến định tính có từ 3 đặc điểm trở lên đối với biến định lượng của mô hình là biến phụ thuộc, hay kiểm tra xem có sự khác biệt hay không về Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam có Độ tuổi, Trình độ học vấn, Nghề nghiệp, Thu nhập bình quân hàng tháng khác nhau.

Kết quả kiểm định trung bình nhóm cho các yếu tố Độ tuổi, Trình độ học vấn, Nghề nghiệp, Thu nhập bình quân hàng tháng của khách hàng cho kết quả mức ý nghĩa Sig. của kiểm định F lần lượt bằng: 0.245; 0.880; 0.088 và $0.128 > 0.05$, do đó ta chấp nhận giả thiết H_0 : “Trung bình bằng nhau”.

Như vậy, với dữ liệu quan sát thu thập được, có thể kết luận rằng không có sự khác biệt về Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam khi khảo sát các khách hàng Độ tuổi, Trình độ học vấn, Nghề nghiệp, Thu nhập bình quân hàng tháng khác nhau.

Bảng 2.19 Tổng hợp kết quả phân tích sự khác biệt theo Độ tuổi, Trình độ học vấn, Nghề nghiệp, Thu nhập

Biến định tính	Sig.		Kết luận
	Kiểm định phương sai Levene	Kiểm định trung bình nhóm	
Độ tuổi	0.019	0.245	Không thể kết luận
Trình độ học vấn	0.812	0.880	Không khác biệt
Nghề nghiệp	0.684	0.088	Không khác biệt
Thu nhập	0.136	0.128	Không khác biệt

Nguồn: Tính toán của tác giả.

2.3.6 Thảo luận kết quả nghiên cứu

Dựa vào hệ số hồi quy chuẩn hóa của từng nhân tố ảnh hưởng cho thấy tất cả 4 nhân tố độc lập gồm: Nhóm tham khảo; Lãi suất tiền gửi; Sự an toàn; Sự thuận tiện đều có sự ảnh hưởng tích cực đến Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam. Theo đó, khi nhân tố Nhóm tham khảo tăng 1 đơn vị trong khi các yếu tố còn lại không đổi thì Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam sẽ tăng 0.142 đơn vị; khi nhân tố Lãi suất tiền gửi tăng 1 đơn vị trong khi các yếu tố còn lại không đổi thì Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam sẽ tăng 0.396 đơn vị; khi nhân tố Sự an toàn tăng 1 đơn vị trong khi các yếu tố còn lại không đổi thì Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam sẽ tăng 0.342 đơn vị; khi nhân tố Sự thuận tiện tăng 1 đơn vị trong khi các yếu tố còn lại không đổi thì Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam sẽ tăng 0.112 đơn vị.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy:

Đối với nhân tố Nhóm tham khảo, nghiên cứu cho thấy rằng khách hàng sẽ quan tâm nhiều đến dịch vụ ngân hàng nói chung và dịch vụ tiền gửi tiết kiệm nói riêng khi được sự giới thiệu của những người có ảnh hưởng đến khách hàng như sự giới thiệu từ người thân, gia đình; sự giới thiệu từ đồng nghiệp và cả sự giới thiệu từ nhân viên ngân hàng. Kết quả này cũng cho thấy có sự tương đồng nhất định với kết quả trong các nghiên cứu của Lê Thị Kim Anh và Trần Đình Khôi Nguyên (2016); Võ Thị Ngọc Thúy và Nguyễn Vũ Hoài Ân (2021).

Đối với nhân tố Lãi suất tiền gửi, nghiên cứu cho thấy rằng khách hàng sẽ quan tâm và gia tăng ý định lựa chọn ngân hàng nhiều hơn khi ngân hàng có các chính sách lãi suất tiền gửi mang tính cạnh tranh và phù hợp với các gói lãi suất khác nhau. Ngoài ra, việc ngân hàng có chi phí dịch vụ thấp, phương thức tính lãi phù hợp và khách hàng sẽ nhận thêm nhiều lợi ích tài chính khác ngoài lãi suất tiền gửi sẽ là những nội dung

quan trọng giúp nâng cao ý định lựa chọn của khách hàng đối với dịch vụ tiền gửi của ngân hàng. Kết quả này cũng cho thấy có sự tương đồng nhất định với kết quả trong các nghiên cứu của Aziz và cộng sự (2014); Asayesh và cộng sự (2017); Yakubu và Abokor (2020); Lê Thị Kim Anh và Trần Đình Khôi Nguyên (2016); Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020); Võ Thị Ngọc Thúy và Nguyễn Vũ Hoài Ân (2021).

Đối với nhân tố Sự an toàn, nghiên cứu cho thấy rằng việc ngân hàng là một thương hiệu uy tín, lâu đời, có lịch sử hoạt động và phát triển tốt sẽ giúp nâng cao ý định lựa chọn sử dụng dịch vụ của khách hàng đối với ngân hàng. Ngoài ra, trong xu thế hội nhập và phát triển của nền kinh tế số hiện nay, việc các ngân hàng đảm bảo an toàn thông tin cá nhân của người dùng cũng như bảo đảm an toàn các giao dịch của khách hàng được xem là yếu tố cốt lõi giúp các ngân hàng nâng cao được lợi thế cạnh tranh trên thị trường, giúp gia tăng lòng tin của khách hàng đối với ngân hàng. Theo đó, việc các ngân hàng nâng cấp hệ thống, trang thiết bị, công nghệ ngân hàng hiện đại sẽ giúp gia tăng sự hài lòng và ý định sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Kết quả này cũng cho thấy có sự tương đồng nhất định với kết quả trong các nghiên cứu của Lê Thị Kim Anh và Trần Đình Khôi Nguyên (2016); Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020).

Đối với nhân tố Sự thuận tiện, nghiên cứu cho thấy rằng khách hàng đánh giá cao việc các phòng giao dịch, chi nhánh của Agribank Hàm Thuận Nam được đặt tại các vị trí thuận tiện, dễ dàng cho khách hàng trong việc tìm đến sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Ngoài ra, với nhu cầu đa dạng hiện nay của khách hàng việc ngân hàng có hệ thống ATM đặt nhiều nơi, trải đều trong vùng quản lý của ngân hàng cũng giúp nâng cao khả năng lựa chọn sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Một trong các dịch vụ ngân hàng hiện nay mà khách hàng, đặc biệt là các khách hàng trẻ tuổi quan tâm rất nhiều đó là việc các ngân hàng có dịch vụ ngân hàng trực tuyến dễ sử dụng, đây là những nhu cầu thực tế mà ngân hàng cần dành nhiều sự quan tâm trong việc nâng cao sự lựa chọn sử dụng dịch vụ của ngân hàng. Kết quả này cũng cho thấy có sự tương đồng nhất định với kết quả trong các nghiên cứu của Yakubu và Abokor (2020); Lê Thị

Kim Anh và Trần Đình Khôi Nguyên (2016); Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020); Võ Thị Ngọc Thúy và Nguyễn Vũ Hoài Ân (2021).

Kết quả của nghiên cứu tuy có sự giống nhau về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân nhưng có những sự khác biệt nhất định về mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố. Sự khác biệt này có thể được lý giải là do sự khác nhau về môi trường nghiên cứu cũng như môi trường kinh doanh của các chủ thể nghiên cứu; sự khác nhau về đặc thù của các nền kinh tế - xã hội...

TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Trong chương 2 này, tác giả đã giới thiệu tổng quan về Agribank Hàm Thuận Nam về lịch sử hình thành, phát triển, sản phẩm tiền gửi của ngân hàng cũng như tình hình cung cấp dịch vụ tiền gửi của chi nhánh trong giai đoạn đã qua trên cơ sở các dữ liệu thứ cấp được công bố trong các báo cáo hoạt động kinh doanh các năm 2021, 2022, 2023. Bên cạnh đó, chương 2 còn phân tích dữ liệu sơ cấp thu thập từ khảo sát 250 khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ gửi tiền tại Agribank Hàm Thuận Nam để xác định các yếu tố chính ảnh hưởng đến ý định gửi tiền tại chi nhánh của khách hàng, làm cơ sở đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam. Theo đó, nghiên cứu đã xác định được 4 yếu tố ảnh hưởng tích cực đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam, đó là: Nhóm tham khảo; Lãi suất tiền gửi; Sự an toàn; Sự thuận tiện. Trong đó, yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại chi nhánh là Lãi suất tiền gửi ($\beta = 0.396$); yếu tố cho thấy sự tác động ít nhất đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại chi nhánh là Sự thuận tiện ($\beta = 0.112$). Kết quả này cũng sẽ là cơ sở để tác giả đề xuất các giải pháp nhằm giúp nâng cao hơn nữa ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

CHƯƠNG 3: GIẢI PHÁP NÂNG CAO Ý ĐỊNH LỰA CHỌN GỬI TIẾT KIỆM CỦA KHÁCH HÀNG CÁ NHÂN TẠI AGRIBANK HÀM THUẬN NAM

3.1 Định hướng phát triển hoạt động huy động vốn của Agribank Hàm Thuận Nam

Định hướng phát triển hoạt động huy động vốn của Agribank Hàm Thuận Nam trong giai đoạn 2025 – 2030 được thực hiện trên cơ sở định hướng phát triển hoạt động huy động vốn của Agribank Bình Thuận trong giai đoạn 2025 – 2030, tầm nhìn 2045. Các định hướng phát triển bao gồm các nội dung như sau:

Thứ nhất, Mở rộng dịch vụ tài chính số thông qua việc phát triển các dịch vụ ngân hàng số, nhằm thu hút khách hàng mới và cung cấp dịch vụ tiện ích hơn cho khách hàng hiện tại;

Thứ hai, Thực hiện chính sách tín dụng linh hoạt trên cơ sở điều chỉnh chính sách tín dụng để phản ánh nhu cầu thị trường và hỗ trợ các mục tiêu phát triển kinh tế xã hội, đặc biệt là trong lĩnh vực nông nghiệp và nông thôn;

Thứ ba, Tăng cường trách nhiệm xã hội thông qua các chương trình, hoạt động hỗ trợ cộng đồng và phát triển bền vững...

Thứ tư, Nâng cấp cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin để cải thiện hiệu quả hoạt động và dịch vụ khách hàng;

Thứ năm, Chú trọng đến phát triển nguồn nhân lực, đầu tư vào đào tạo và phát triển nguồn nhân lực để nâng cao năng lực cạnh tranh và đáp ứng sự thay đổi nhanh của môi trường kinh doanh.

3.2 Giải pháp nâng cao ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam

3.2.1 Đối với yếu tố “Lãi suất tiền gửi”

Vận dụng chính sách lãi suất huy động linh hoạt và cạnh tranh là một phương pháp quan trọng để nâng cao hiệu quả hoạt động huy động vốn cho ngân hàng, nó giúp ngân hàng nâng cao được lợi thế cạnh tranh hiện tại của chính sách lãi suất và sản phẩm dịch vụ tiền gửi so với các đối thủ trên cùng một địa bàn kinh doanh. Tuy nhiên, việc hiệu chỉnh và vận dụng lãi suất tiền gửi cần đạt được mục tiêu và phù hợp theo từng thời điểm nhất định của môi trường kinh doanh để nâng cao hiệu quả và tối đa hóa lợi nhuận cho ngân hàng. Do đó, Agribank Hàm Thuận Nam cần linh hoạt trong việc điều chỉnh lãi suất huy động theo diễn biến thị trường và nhu cầu của khách hàng. Điều này giúp tạo sự hấp dẫn cho người gửi tiền và tạo ra năng lực cạnh tranh tốt hơn cho chi nhánh. Lãnh đạo Agribank Hàm Thuận Nam cũng cần tận dụng các quyền tự chủ trong việc quản lý lãi suất huy động để thiết kế các sản phẩm tiền gửi phù hợp với nhu cầu của từng khu vực dân cư và khách hàng cụ thể.

Ngân hàng cần có khung lãi suất phù hợp với thị trường cũng như xây dựng khung lãi suất phụ trội cụ thể, rõ ràng áp dụng cho các khách hàng gửi tiết kiệm cá nhân tại chi nhánh, nhất là các khách hàng có lượng tiền gửi tiết kiệm lớn và thường xuyên. Mức lãi suất ưu đãi cụ thể, rõ ràng là động lực thúc đẩy khách hàng gửi tiết kiệm nhiều hơn. Cần bổ sung nhân sự cho đội ngũ cán bộ theo dõi thường xuyên biến động lãi suất của các đối thủ cạnh tranh lớn như Vietcombank, Vietinbank, Sacombank hay BIDV để kịp thời xây dựng các phương án, chính sách lãi suất phù hợp và cạnh tranh.

Đưa ra phương thức trả lãi hợp lý tạo ra tính chủ động cho khách hàng. Bên cạnh đó cần giới thiệu với khách hàng đặc điểm của từng phương thức trả lãi để khách hàng có thể chọn lựa được phương thức phù hợp với mình nhất và có thể đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng. Chú trọng các lợi ích, dịch vụ đi kèm như xây dựng chính

sách quà tặng/ khuyến mãi cho các khách hàng gửi tiền tiết kiệm hoặc các khách hàng thường xuyên gửi tiền để tăng lượng khách hàng trung thành với ngân hàng. Ngoài ra, chi nhánh BIDV cũng nên đề xuất giảm các loại chi phí đối với khách hàng thân thiết như phí chuyển đổi ngoại tệ, phí rút tiền, tổ chức các đợt phát hành thẻ miễn phí, tặng quà cho khách hàng mở sổ tiết kiệm mới...

3.2.2 Đối với yếu tố “Sự an toàn”

Đối với vấn đề an toàn trong việc cung ứng dịch vụ ngân hàng cho khách hàng, việc đảm bảo chính xác và an toàn thông tin khách hàng trong giao dịch là việc làm quan trọng mà các ngân hàng luôn quan tâm thực hiện. Do đó, việc nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên ngân hàng là một nhiệm vụ quan trọng để đảm bảo hiệu quả trong hoạt động huy động vốn nói riêng và các hoạt động của ngân hàng nói chung. Nhân sự đóng vai trò trung tâm của mọi hoạt động ngân hàng. Do đó, Agribank Hàm Thuận Nam cần phải đặc biệt quan tâm đó là xây dựng đội ngũ nhân sự có tâm huyết, năng lực, tinh thần trách nhiệm cao và luôn gắn bó cũng như phát triển bền vững với ngân hàng. Việc quan tâm xây dựng và hoàn thiện đội ngũ nhân sự có đầy đủ chuyên môn, năng lực phân tích, đánh giá cũng như đạo đức tốt sẽ giúp cho các hoạt động cung ứng dịch vụ của ngân hàng đạt được các hiệu quả mong đợi. Để làm được điều này, ngay từ khâu tuyển dụng, Agribank Hàm Thuận Nam cần phải từng bước hoàn thiện quy trình tuyển dụng nhân sự dành riêng cho bộ phận tín dụng với những đặc thù của bộ phận này. Phối hợp với các hoạt động tuyển dụng nhân sự đồng loạt của Agribank Bình Thuận để đề xuất các tiêu chí lựa chọn nhân sự mới cho phù hợp với điều kiện và vị trí công tác theo đúng chuyên môn của người thi tuyển nhằm đảm bảo sự hiệu quả trong công việc của nhân sự được tuyển theo vị trí công tác. Ngoài ra, Agribank Hàm Thuận Nam cũng cần xây dựng các kế hoạch tuyển dụng nhân sự hằng năm để kịp thời bổ sung lực lượng nhân sự đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của hoạt động tín dụng tại Chi nhánh.

Ngoài ra, lãnh đạo Agribank Hàm Thuận Nam cũng cần xây dựng và hoàn thiện kế hoạch đào tạo nhân sự trong thời gian tới nhằm đáp ứng tốt nhất cho hoạt động mở rộng và phát triển của chi nhánh. Đối với các nhân sự mới, ngoài việc bố trí những vị trí công việc giúp nhân viên làm quen với đặc thù công việc, chi nhánh cũng cần tạo điều kiện để tổ chức các chương trình đào tạo ngắn hạn tại ngân hàng nhằm từng bước bổ sung những kiến thức thực tế về hoạt động huy động vốn tại chi nhánh cũng như những đặc thù về sản phẩm mà Chi nhánh đang cung cấp. Đây là cơ hội giúp nhân viên mới dễ dàng hòa nhập hơn với hoạt động của ngân hàng cũng như giúp nâng cao khả năng làm việc của nhân viên, góp phần vào thành công chung của Chi nhánh. Đối với các nhân viên đã có kinh nghiệm cũng như thâm niên làm việc tại ngân hàng, lãnh đạo Chi nhánh cũng cần tạo mọi điều kiện cho nhân viên tham gia các chương trình nâng cao trình độ chuyên môn, kỹ năng làm việc tại các cơ sở đào tạo trên địa bàn tỉnh hoặc tại các cơ sở giáo dục có uy tín trên cả nước để nhân viên ngày càng hoàn thiện hơn nữa kỹ năng làm việc và trình độ chuyên môn nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu của công việc cũng như làm nòng cốt cho các vị trí quản lý sau này.

Ngoài ra, để nâng cao sự an toàn trong việc cung ứng dịch vụ tiền gửi khách hàng cá nhân, Agribank Hàm Thuận Nam cũng cần hoàn thiện quy trình chăm sóc khách hàng. Đối với dịch vụ tiền gửi, chất lượng dịch vụ thể hiện qua việc ngân hàng đảm bảo an toàn tiền gửi tốt; giải quyết thỏa đáng các khiếu nại của khách hàng trong quá trình gửi tiền; xử lý các giao dịch nhanh chóng, chính xác cũng như ngân hàng luôn đảm bảo tính minh bạch, rõ ràng các thông tin liên quan đến dịch vụ mà họ sử dụng. Cho nên, trong thời gian tới Agribank Hàm Thuận Nam cần tích cực hơn trong việc đầu tư, nâng cấp trang thiết bị và công nghệ theo hướng tự động hóa, nâng cao tính bảo mật, đảm bảo an toàn thông tin của khách hàng.

3.2.3 Đối với yếu tố “Nhóm tham khảo”

Trong môi trường hội nhập kinh tế quốc tế cạnh tranh gay gắt hiện nay, các ngân hàng không chỉ chịu sự cạnh tranh từ các ngân hàng trong nước mà còn từ các NHTM nước ngoài. Với sự phát triển ngày càng tốt của hệ thống thông tin đại chúng, việc tiếp cận và sử dụng hiệu quả các phương pháp marketing sẽ mang lại nhiều lợi thế cạnh tranh về nhu cầu sử dụng sản phẩm cho các ngân hàng. Đối với các sản phẩm huy động, việc để khách hàng hiểu và nắm rõ từng đặc điểm sản phẩm là một vấn đề không dễ, đòi hỏi phải có các chính sách truyền thông, quảng bá sản phẩm phù hợp, hiệu quả để nâng cao khả năng tiếp cận sản phẩm tiền gửi của khách hàng. Do đó, trong thời gian tới Agribank Hàm Thuận Nam cần quan tâm, đầu tư nhiều hơn nữa đến các chính sách truyền thông, marketing sản phẩm, dịch vụ nói chung và sản phẩm, dịch vụ tiền gửi nói riêng thông qua việc liên kết với các đơn vị truyền thông chuyên nghiệp để nâng cao hiệu quả hoạt động này cả về nội dung lẫn hình thức. Phối hợp tốt hơn với công ty truyền thông, quảng cáo uy tín để đưa ra các chương trình marketing truyền thống, marketing số phù hợp theo từng giai đoạn kinh tế cũng như phù hợp với riêng từng loại hình khách hàng nhằm đảm bảo khả năng thu hút khách hàng sử dụng dịch vụ tiền gửi của chi nhánh.

Ngoài việc tập trung các hoạt động marketing thông qua sự đa dạng và phù hợp của các sản phẩm, việc nâng cao hình ảnh, thương hiệu Agribank trên địa bàn huyện cũng là một kênh truyền thông hiệu quả giúp nâng cao khả năng lựa chọn ngân hàng để sử dụng dịch vụ của chi nhánh. Ngân hàng cần thường xuyên tổ chức thực hiện khảo sát sự hài lòng của khách hàng cũng như xác định các vấn đề còn hạn chế và những mặt tích cực liên quan đến chất lượng dịch vụ của Chi nhánh để kịp thời có những điều chỉnh hoạt động quản lý chất lượng ngân hàng nói chung nhằm duy trì và nâng cao hiệu quả hoạt động của ngân hàng. Các nội dung khảo sát khách hàng cần được thiết kế chi tiết, dễ hiểu và bám sát thực tiễn để khách hàng cảm nhận một cách khách quan và chi tiết nhất cho từng nội dung góp ý. Bên cạnh đó, Chi nhánh cũng cần nâng cao hình

ảnh thương hiệu để từng bước chiếm được sự tin tưởng của khách hàng đối với ngân hàng thông qua các hoạt động hỗ trợ xã hội, các hoạt động thiện nguyện hay các chương trình hỗ trợ, tài trợ tài trợ các quỹ học bổng cho học sinh, sinh viên tại các trường phổ thông trên địa bàn hoạt động cũng như tài trợ cho các hoạt động, các chương trình chủ điểm đón chào các ngày lễ đặc biệt của huyện trong năm...

Ngân hàng cũng cần đa dạng hóa các sản phẩm, dịch vụ của mình, nên lựa chọn các sản phẩm đặc thù mang bản sắc riêng để tạo sự khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh. Đối với tiền gửi tiết kiệm, ngân hàng cần áp dụng nhiều loại sản phẩm đáp ứng ngày càng cao nhu cầu của khách hàng: đưa ra các gói tiết kiệm tích lũy cho tương lai, tiết kiệm an sinh, tiết kiệm tích lũy từ lương, các loại tiết kiệm với kỳ hạn và lãi suất linh hoạt... với các thay đổi linh hoạt và phù hợp với từng thời điểm khác nhau, nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động huy động của chi nhánh. Agribank Hàm Thuận Nam cũng cần quan tâm nhiều hơn trong việc tổ chức các chương trình tri ân, chăm sóc khách hàng nhằm tìm hiểu nhu cầu và sở thích khách hàng nhằm giúp ngân hàng cải thiện chất lượng dịch vụ của mình. Bên cạnh đa dạng hóa các sản phẩm tiền gửi tiết kiệm, ngân hàng cần chú trọng đến việc cung cấp các dịch vụ thiết yếu cho khách hàng như thanh toán tiền điện, nước, thanh toán hóa đơn, đẩy mạnh dịch vụ thanh toán, chuyển tiền, đầu tư hơn nữa bằng hình thức e – Banking giúp khách hàng truy cập nhanh chóng, giao diện đẹp mắt nhưng đơn giản, dễ thực hiện và có thể thực hiện được mọi lúc, mọi nơi. Ngoài ra, việc rút ngắn quy trình nhưng vẫn đảm bảo tính an toàn và pháp lý, giảm thời gian chờ đợi của khách hàng cũng phần nào thu hút thêm nhiều khách hàng mới sẽ đến với chi nhánh trong thời gian tới.

3.2.4 Đối với yếu tố “Sự thuận tiện”

Phát triển cơ sở hạ tầng, mạng lưới phòng giao dịch trên địa bàn Huyện Hàm Thuận Nam, ưu tiên phát triển mới các phòng giao dịch này đều nằm trên các trục đường giao thông thuận tiện, gần siêu thị, bệnh viện, trường học và cơ quan nhà nước để nâng cao khả năng thu hút cũng như tạo sự thuận tiện cho khách hàng khi có nhu

cầu sử dụng dịch vụ của chi nhánh. Bên cạnh đó, việc mở rộng thêm quy mô đến từng địa bàn vùng xa của huyện cũng là một giải pháp hữu hiệu giúp Agribank Hàm Thuận Nam mở rộng địa bàn hoạt động, thu hút tiền gửi của khách hàng cá nhân lẫn doanh nghiệp một cách tốt hơn.

Ngân hàng cần phát triển cơ sở hạ tầng, trang thiết bị phục vụ cho quá trình hoạt động, định kỳ tiến hành cải tạo, nâng cấp các phòng giao dịch của chi nhánh trên địa bàn huyện để đáp ứng tốt nhất nhu cầu sử dụng dịch vụ ngân hàng của khách hàng. Ngoài ra, ngân hàng cần có chính sách hỗ trợ vận chuyển tiền mặt cho khách hàng, nhất là những khách hàng có lượng tiền giao dịch lớn nhằm tránh các vụ cướp giật, tai nạn trên đường đến ngân hàng. Đối với những khách hàng gửi tiền, ngân hàng có thể cử nhân viên đến công ty hoặc gia đình để lập hồ sơ và vận chuyển tiền về chi nhánh, hoặc khi khách hàng có nhu cầu rút khoản tiền lớn, ngân hàng có thể hỗ trợ vận chuyển đến nơi địa điểm cần thiết nếu khách hàng có yêu cầu.

TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Trên cơ sở phối hợp giữa kết quả phân tích dữ liệu được thu thập thông qua khảo sát khách hàng sử dụng dịch vụ gửi tiền tại Agribank Hàm Thuận Nam và định hướng phát triển dịch vụ huy động vốn của chi nhánh trong thời gian tới, nghiên cứu cũng đã đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao ý định gửi tiền của khách hàng cá nhân thông qua việc nâng cao hiệu quả các chính sách liên quan lãi suất tiền gửi, nâng cao tính an toàn trong hoạt động cung ứng dịch vụ tiền gửi, nâng cao hiệu quả chính sách liên quan đến ảnh hưởng xã hội và nâng cao sự thuận tiện trong hoạt động cung ứng dịch vụ tiền gửi.

PHẦN III: KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. Kết luận

Nghiên cứu được thực hiện tại Agribank Hàm Thuận Nam với mục tiêu chính là xác định các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ tiền gửi của khách hàng cá nhân tại chi nhánh để làm cơ sở đề xuất giải pháp nhằm nâng cao ý định gửi tiền của khách hàng. Mô hình nghiên cứu đề xuất của đề tài được kế thừa từ mô hình trong các nghiên cứu của Lê Thùy Nhiên và cộng sự (2020); Võ Thị Ngọc Thúy và cộng sự (2021) với 6 yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam, đó là: Chất lượng dịch vụ; Hình thức chiêu thị; Nhóm tham khảo; Lãi suất tiền gửi; Sự an toàn; Sự thuận tiện.

Nghiên cứu tiến hành phân tích dữ liệu thứ cấp từ hoạt động cung ứng dịch vụ tiền gửi của Agribank Hàm Thuận Nam trong giai đoạn 2021 – 2023 và phân tích dữ liệu được thu thập từ khảo sát 250 khách hàng cá nhân sử dụng dịch vụ tiền gửi của chi nhánh để nhìn nhận được thực trạng hoạt động cung ứng dịch vụ tiền gửi của ngân hàng cũng như xác định được yếu tố nào ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam.

Kết quả phân tích 243 phiếu trả lời khảo sát hợp lệ cho thấy rằng có 4 trong 6 yếu tố được phân tích có ảnh hưởng tích cực đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam, bao gồm: Nhóm tham khảo; Lãi suất tiền gửi; Sự an toàn; Sự thuận tiện. Trong đó, yếu tố ảnh hưởng mạnh nhất đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam là Lãi suất tiền gửi với hệ số hồi quy chuẩn hóa bằng 0.396; yếu tố ảnh hưởng yếu nhất là Sự thuận tiện với hệ số hồi quy chuẩn hóa bằng 0.112; hai yếu tố còn lại là Sự an toàn và Nhóm tham khảo với hệ số hồi quy chuẩn hóa lần lượt bằng 0.342; 0.142.

2. Kiến nghị

2.1 Đối với Hội sở Agribank

- Phát triển đa dạng các sản phẩm gửi tiết kiệm phù hợp với nhu cầu thực tế và sự thay đổi của nền kinh tế - xã hội;
- Quan tâm hơn trong việc đầu tư nâng cấp sơ sở hạ tầng và ứng dụng công nghệ hiện đại trong hệ thống nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ ngân hàng;
- Tiếp tục hoàn thiện các chính sách nhằm hỗ trợ nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên ngân hàng đáp ứng các yêu cầu mới của nền kinh tế và hội nhập.

2.2 Đối với Agribank Bình Thuận

- Agribank Bình Thuận cần triển khai kịp thời và hướng dẫn cụ thể việc các chính sách mới về hoạt động huy động vốn, tạo điều kiện cho Ngân hàng luôn hoạt động trong khuôn khổ pháp luật và đảm bảo chất lượng cao;
- Tăng cường vai trò kiểm tra, kiểm soát với các chi nhánh trong hoạt động cung ứng dịch vụ huy động nhằm đảm bảo tính chính xác cũng như xử lý kịp thời các rủi ro trong quá trình cung ứng dịch vụ;
- Xây dựng hệ thống công nghệ thông tin hiện tại phục vụ quá trình thanh tra, kiểm tra và giải quyết kịp thời những khó khăn, vướng mắc của chi nhánh trong hoạt động cung ứng dịch vụ.

3. Hạn chế của đề tài và hướng nghiên cứu tiếp theo

Kết quả nghiên cứu đã có một số đóng góp nhất định, tuy nhiên nghiên cứu này vẫn còn nhiều hạn chế, cụ thể như:

Nghiên cứu này chỉ thực hiện tại Agribank Hàm Thuận Nam nên kết quả nghiên cứu chưa mang tính tổng quát cao;

Nghiên cứu chỉ tập trung vào dịch vụ tiền gửi nên cũng chưa bao quát hết các dịch vụ của ngân hàng;

Nghiên cứu chỉ tiến hành phân tích 6 yếu tố ảnh hưởng đến ý định gửi tiền của khách hàng cá nhân nên việc đánh giá các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng dịch vụ tiền gửi của ngân hàng chưa được đầy đủ.

Trên cơ sở các hạn chế nêu trên, các nghiên cứu sau cần được thực hiện ở nhiều loại hình dịch vụ khác nhau, tại các ngân hàng khác nhau cũng như được bổ sung thêm nhiều yếu tố khác ngoài 6 yếu tố: Chất lượng dịch vụ; Hình thức chiêu thị; Nhóm tham khảo; Lãi suất tiền gửi; Sự an toàn; Sự thuận tiện mà nghiên cứu đã thực hiện để kết quả nghiên cứu được đầy đủ và chi tiết hơn về các yếu tố ảnh hưởng đến ý định gửi tiền của khách hàng cá nhân.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

- Đinh Phi Hồ (2020). *Nghiên cứu định lượng trong nghiên cứu Quản trị kinh doanh và Quản lý kinh tế*, Nhà xuất bản Tài chính.
- Lê Thị Kim Anh & Trần Đình Khôi Nguyên (2016). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng gửi tiết kiệm trên địa bàn thành phố Tuy Hòa tỉnh Phú Yên. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 228, 76-85.
- Lê Thùy Nhiên, Trần Kiều Nga & Trần Thị Kiều Trang (2020). Yếu tố ảnh hưởng đến quyết định gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại ngân hàng TMCP An Bình chi nhánh Cần Thơ. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô*, 10, 117-133.
- Trần Thị Xuân Hương (2013). *Giáo trình nghiệp vụ ngân hàng thương mại*. Nhà xuất bản Kinh tế TP. HCM.
- Võ Thị Ngọc Thúy & Nguyễn Vũ Hoài Ân (2021). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn ngân hàng gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại tỉnh Bến Tre. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ – Kinh tế - Luật và Quản lý*, 5, 1242-1252.

TIẾNG ANH

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82(2), 261 - 277.
- Ajzen, I., Fishbein, M., Hill, R. J. (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ajzen, I. (1988), *Attitudes, Personality, and Behaviour*, UK: McGraw-Hill Education.

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Asayesh Hamid, Mohammadi Mohammadreza, Zahed Mehdi & Abolhasani Amir (2017). Factors affecting the banking system's deposits, BEST. *International Journal of Management, Information Technology and*, 5, 23-28.
- Aziz Hassanuddeen Abd., Musse Osman Sayid Hassan & Echchabi Abdelghani (2014). Factors determining islamic banks' deposits in Qatar: An Empirical Study. *International Journal of Economic Practices and Theories*, 4, 987-994.
- Engel., J.E., Kollat., D.T. & Blackwell, R.D. (1978). *Consumer behavior*. Hindsdale. Illinois: Dryden Press.
- Gup Benton E, Kolari James W., & Fraser Donald R. (2005). *Commercial banking: The management of risk*. Hoboken, NJ: J. Wiley.
- Hair J., Black W., Babin B., and Anderson R. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice- Hall.
- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (2004). *Consumer behavior concepts and appications*. Singapore.
- Solomon, M. R. (2006). *Consumer behaviour: buying, selling and being*. Eight Edition. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Tirtiroglu, E., Elbeck, M. (2008), Qualifying purchase intentions using queueing theory, *Journal of applied quantitative methods*, 3(2), 167-178.
- Yakubu Ibrahim Nandom & Abokor Aziza Hashi (2020). Factors determining bank deposit growth in Turkey: An empirical analysis. *Rajagiri Management Journal*, 14, 121-132.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1 - DÀN BÀI THAM KHẢO Ý KIẾN CHUYÊN GIA

I. PHẦN GIỚI THIỆU

Xin chào Quý Anh/Chị, tôi là Nguyễn Thị Thùy Dung, hôm nay rất hân hạnh đón tiếp các Anh/Chị để cùng thảo luận về đề tài “*Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam*”. Rất mong nhận được sự tham gia tích cực của Quý Anh/Chị.

Xin lưu ý rằng, mọi ý kiến đóng góp của Quý Anh/Chị không có ý kiến nào đúng hay sai. Tất cả các ý kiến trung thực của các bạn đều đóng góp cho sự thành công của nghiên cứu này.

II. NỘI DUNG THẢO LUẬN

Câu 1: Khi nói về Chất lượng dịch vụ thì theo anh/chị, cần thêm, bớt hoặc hiệu chỉnh những thông tin nào trong các thông tin dưới đây? tại sao?		Đồng ý	Không đồng ý	Điều chỉnh	Nội dung điều chỉnh
<u>1</u>	Agribank Hàm Thuận Nam giải quyết các khiếu nại của khách hàng thỏa đáng				
<u>2</u>	Agribank Hàm Thuận Nam xử lý các giao dịch nhanh chóng				
<u>3</u>	Agribank Hàm Thuận Nam minh bạch, rõ ràng các thông tin ngay từ đầu				
<u>4</u>	Agribank Hàm Thuận Nam đảm bảo an toàn tiền gửi tốt				

Câu 2: Khi nói về Hình thức chiêu thị thì theo anh/chị, cần thêm, bớt hoặc hiệu chỉnh những thông tin nào trong các thông tin dưới dưới đây? tại sao?		Đồng ý	Không đồng ý	Điều chỉnh	Nội dung điều chỉnh
<u>1</u>	Agribank Hàm Thuận Nam có nhiều chương trình ưu đãi lãi suất huy động hấp dẫn				
<u>2</u>	Agribank Hàm Thuận Nam thường xuyên thực hiện các chương trình khuyến mãi				
<u>3</u>	Agribank Hàm Thuận Nam có các chương trình tri ân khách hàng				
<u>4</u>	Agribank Hàm Thuận Nam có chương trình ưu đãi lãi suất dành riêng cho từng đối tượng khách hàng				
Câu 3: Khi nói về Nhóm tham khảo thì theo anh/chị, cần thêm, bớt hoặc hiệu chỉnh những thông tin nào trong các thông tin dưới dưới đây? tại sao?		Đồng ý	Không đồng ý	Điều chỉnh	Nội dung điều chỉnh
<u>1</u>	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận Nam thông qua sự giới thiệu từ người thân, gia đình				
<u>2</u>	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận Nam thông qua sự giới thiệu từ đồng nghiệp				

<u>3</u>	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận Nam thông qua sự giới thiệu từ nhân viên ngân hàng				
<u>4</u>	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận Nam thông qua sự giới thiệu từ đối tác				
Câu 4: Khi nói về Lãi suất tiền gửi thì theo anh/chị, cần thêm, bớt hoặc hiệu chỉnh những thông tin nào trong các thông tin dưới đây? tại sao?		Đồng ý	Không đồng ý	Điều chỉnh	Nội dung điều chỉnh
<u>1</u>	Agribank Hàm Thuận Nam có lãi suất tiền gửi cạnh tranh				
<u>2</u>	Agribank Hàm Thuận Nam có chi phí dịch vụ thấp				
<u>3</u>	Agribank Hàm Thuận Nam có phương thức tính lãi phù hợp				
<u>4</u>	Khách hàng có thêm nhiều lợi ích tài chính khác ngoài lãi suất tiền gửi				
Câu 5: Khi nói về Sự an toàn thì theo anh/chị, cần thêm, bớt hoặc hiệu chỉnh những thông tin nào trong các thông tin dưới đây? tại sao?		Đồng ý	Không đồng ý	Điều chỉnh	Nội dung điều chỉnh
<u>1</u>	Agribank Hàm Thuận Nam lâu đời, có uy tín trên thị trường				

<u>2</u>	Agribank Hàm Thuận Nam có chế độ bảo mật thông tin khách hàng tốt				
<u>3</u>	Agribank Hàm Thuận Nam có nhiều người sử dụng dịch vụ gửi tiết kiệm				
<u>4</u>	Agribank Hàm Thuận Nam hiện đại, sử dụng công nghệ hàng đầu				
Câu 6: Khi nói về Sự thuận tiện thì theo anh/chị, cần thêm, bớt hoặc hiệu chỉnh những thông tin nào trong các thông tin dưới đây? tại sao?		Đồng ý	Không đồng ý	Điều chỉnh	Nội dung điều chỉnh
<u>1</u>	Vị trí phòng giao dịch, chi nhánh của Agribank Hàm Thuận Nam thuận tiện, dễ tìm				
<u>2</u>	Hệ thống ATM của Agribank Hàm Thuận Nam rộng khắp				
<u>3</u>	Các dịch vụ trực tuyến của Agribank Hàm Thuận Nam dễ sử dụng				
Câu 7: Khi nói về Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam thì theo anh/chị, cần thêm, bớt hoặc hiệu chỉnh những thông tin nào trong các thông tin dưới đây? tại sao?		Đồng ý	Không đồng ý	Điều chỉnh	Nội dung điều chỉnh
<u>1</u>	Sẵn sàng gửi tiết kiệm vào ngân hàng có chất lượng dịch vụ đáp ứng mong muốn				

	của khách hàng				
<u>2</u>	Sẵn sàng gửi tiết kiệm vào ngân hàng mà lợi ích khách hàng nhận được xứng đáng khi giao dịch với ngân hàng				
<u>3</u>	Tôi sẽ giới thiệu dịch vụ của ngân hàng với mọi người xung quanh				

Trân trọng cảm ơn sự đóng góp của Quý Anh/ Chị!

PHỤ LỤC 2 - DÀN BÀI KHẢO SÁT

Tôi là Nguyễn Thị Thùy Dung, là học viên Chương trình đào tạo thạc sỹ Ngành quản trị kinh doanh của Trường Đại học Phan Thiết. Hiện nay, tôi đang thực hiện nghiên cứu về *“Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam”* với mục đích học tập và thực hiện luận văn tốt nghiệp.

Qua buổi gặp mặt này, tôi rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của Anh/ Chị về những nhận định có liên quan trong đề tài nghiên cứu của tôi. Mọi ý kiến của Anh/ Chị sẽ được giữ bí mật và là nguồn thông tin giá trị cho nghiên cứu của tôi.

I. THÔNG TIN CÁ NHÂN

Giới tính

1. Nam ☐ 2. Nữ ☐

Độ tuổi

1. Dưới 30 tuổi ☐ 2. Từ 30 đến dưới 45 tuổi ☐ 3. Từ 45 tuổi trở lên ☐

Trình độ học vấn

1. Phổ thông ☐
2. Trung cấp, cao đẳng ☐
3. Đại học ☐
4. Sau đại học ☐

Nghề nghiệp

1. Công chức, viên chức ☐

2. Nhân viên văn phòng ☐

3. Công nhân ☐

4. Buôn bán, tiểu thương ☐

5. Khác: ☐

Thu nhập

1. Dưới 5 triệu đồng ☐

2. Từ 5 đến dưới 10 triệu đồng ☐

3. Từ 10 đến dưới 15 triệu đồng ☐

4. Từ 15 triệu đồng trở lên ☐

II. THÔNG TIN KHẢO SÁT

STT	MÃ HÓA	NỘI DUNG THANG ĐO	1	2	3	4	5
Chất lượng dịch vụ - DV							
1	DV1	Agribank Hàm Thuận Nam giải quyết các khiếu nại của khách hàng thỏa đáng					
2	DV2	Agribank Hàm Thuận Nam xử lý các giao dịch nhanh chóng					
3	DV3	Agribank Hàm Thuận Nam minh bạch, rõ ràng các thông tin ngay từ đầu					

4	DV4	Agribank Hàm Thuận Nam đảm bảo an toàn tiền gửi tốt					
Hình thức chiêu thị - CT							
5	CT1	Agribank Hàm Thuận Nam có nhiều chương trình ưu đãi lãi suất huy động hấp dẫn					
6	CT2	Agribank Hàm Thuận Nam thường xuyên thực hiện các chương trình khuyến mãi					
7	CT3	Agribank Hàm Thuận Nam có các chương trình tri ân khách hàng					
8	CT4	Agribank Hàm Thuận Nam có chương trình ưu đãi lãi suất dành riêng cho từng đối tượng khách hàng					
Nhóm tham khảo - TK							
9	TK1	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận Nam thông qua sự giới thiệu từ người thân, gia đình					
10	TK2	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận Nam thông qua sự giới thiệu từ đồng nghiệp					
11	TK3	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận Nam thông qua sự giới thiệu từ nhân viên ngân hàng					
12	TK4	Tôi biết đến Agribank Hàm Thuận Nam thông qua sự giới thiệu từ đối tác					
Lãi suất tiền gửi - LS							
13	LS1	Agribank Hàm Thuận Nam có lãi suất tiền gửi cạnh tranh					
14	LS2	Agribank Hàm Thuận Nam có chi phí dịch vụ thấp					
15	LS3	Agribank Hàm Thuận Nam có phương thức tính lãi					

		phù hợp					
16	LS4	Khách hàng có thêm nhiều lợi ích tài chính khác ngoài lãi suất tiền gửi					
Sự an toàn - AT							
17	AT1	Agribank Hàm Thuận Nam lâu đời, có uy tín trên thị trường					
18	AT2	Agribank Hàm Thuận Nam có chế độ bảo mật thông tin khách hàng tốt					
19	AT3	Agribank Hàm Thuận Nam có nhiều người sử dụng dịch vụ gửi tiết kiệm					
20	AT4	Agribank Hàm Thuận Nam hiện đại, sử dụng công nghệ hàng đầu					
Sự thuận tiện - TT							
21	TT1	Vị trí phòng giao dịch, chi nhánh của Agribank Hàm Thuận Nam thuận tiện, dễ tìm					
22	TT2	Hệ thống ATM của Agribank Hàm Thuận Nam rộng khắp					
23	TT3	Các dịch vụ trực tuyến của Agribank Hàm Thuận Nam dễ sử dụng					
Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam - YD							
24	YD1	Sẵn sàng gửi tiết kiệm vào ngân hàng có chất lượng dịch vụ đáp ứng mong muốn của khách hàng					
25	YD2	Sẵn sàng gửi tiết kiệm vào ngân hàng mà lợi ích khách hàng nhận được xứng đáng khi giao dịch với ngân hàng					

26	YD3	Tôi sẽ giới thiệu dịch vụ của ngân hàng với mọi người xung quanh					
----	-----	--	--	--	--	--	--

Trân trọng cảm ơn sự hợp tác, giúp đỡ của Quý doanh nghiệp!

PHỤ LỤC 3 - KẾT QUẢ PHÂN TÍCH DỮ LIỆU

3.1 Phân tích Cronbach's Alpha

3.1.1 Thang đo “Chất lượng dịch vụ - DV”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	243	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	243	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.661	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
DV1	4.189	.8891	243
DV2	3.716	.8065	243
DV3	4.156	.9092	243
DV4	3.626	.8789	243

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DV1	11.498	3.615	.479	.566
DV2	11.971	4.367	.299	.679
DV3	11.531	3.539	.485	.562
DV4	12.062	3.571	.507	.547

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	243	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	243	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.679	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
DV1	4.189	.8891	243
DV3	4.156	.9092	243
DV4	3.626	.8789	243

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DV1	7.782	2.262	.491	.586
DV3	7.815	2.201	.496	.580
DV4	8.346	2.293	.489	.590

3.1.2 Thang đo “Hình thức chiêu thị - CT”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	243	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	243	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
CT1	4.062	.9405	243
CT2	3.317	.9059	243
CT3	3.905	.9509	243
CT4	3.366	.8917	243

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CT1	10.588	5.384	.578	.798
CT2	11.333	5.231	.661	.759
CT3	10.745	5.067	.659	.760
CT4	11.284	5.303	.655	.762

3.1.3 Thang đo “Nhóm tham khảo - TK”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	243	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	243	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TK1	3.412	.9334	243
TK2	2.576	1.0191	243
TK3	3.379	.8747	243
TK4	3.819	1.1643	243

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TK1	9.774	5.027	.661	.557
TK2	10.609	4.975	.583	.598
TK3	9.807	5.595	.557	.625
TK4	9.366	5.762	.277	.804

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	243	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	243	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TK1	3.412	.9334	243
TK2	2.576	1.0191	243
TK3	3.379	.8747	243

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TK1	5.955	2.829	.657	.725
TK2	6.790	2.613	.641	.747
TK3	5.988	2.996	.661	.725

3.1.4 Thang đo “Lãi suất tiền gửi - LS”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	243	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	243	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
LS1	3.905	.9200	243
LS2	3.827	.9849	243
LS3	4.053	1.0291	243
LS4	4.070	.9745	243

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LS1	11.951	6.196	.689	.779
LS2	12.029	5.970	.677	.783
LS3	11.802	5.870	.656	.793
LS4	11.786	6.185	.632	.803

3.1.5 Thang đo “Sự an toàn - AT”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	243	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	243	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.683	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
AT1	4.000	.9091	243
AT2	3.531	.8919	243
AT3	3.683	.8686	243
AT4	3.494	.8924	243

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AT1	10.708	3.803	.529	.574
AT2	11.177	3.601	.623	.510
AT3	11.025	5.107	.164	.790
AT4	11.214	3.673	.595	.529

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	243	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	243	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
AT1	4.000	.9091	243
AT2	3.531	.8919	243
AT4	3.494	.8924	243

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AT1	7.025	2.553	.595	.753
AT2	7.494	2.474	.655	.688
AT4	7.531	2.498	.642	.701

3.1.6 Thang đo “Sự thuận tiện - TT”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	243	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	243	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
TT1	3.230	1.1697	243
TT2	3.543	1.0331	243
TT3	3.963	1.0379	243

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TT1	7.506	3.276	.558	.691
TT2	7.193	3.454	.647	.584
TT3	6.774	3.787	.530	.714

3.1.7 Thang đo “Ý định lựa chọn gửi tiết kiệm của khách hàng cá nhân tại Agribank Hàm Thuận Nam - YD”

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	243	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	243	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
YD1	3.477	.7569	243
YD2	3.481	.7003	243
YD3	3.444	.7158	243

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YD1	6.926	1.763	.747	.862
YD2	6.922	1.849	.786	.826
YD3	6.959	1.800	.794	.819

3.2 Phân tích nhân tố khám phá

3.2.1 Phân tích nhân tố khám phá cho các biến độc lập

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.809
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	1723.286
	df
	190
	Sig.
	.000

Communalities

	Initial	Extraction
DV1	1.000	.604
DV3	1.000	.657
DV4	1.000	.578
CT1	1.000	.602
CT2	1.000	.670
CT3	1.000	.678
CT4	1.000	.679
TK1	1.000	.741
TK2	1.000	.712
TK3	1.000	.715
LS1	1.000	.706
LS2	1.000	.715
LS3	1.000	.689
LS4	1.000	.611
AT1	1.000	.679
AT2	1.000	.734
AT4	1.000	.743
TT1	1.000	.675
TT2	1.000	.757
TT3	1.000	.633

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared			Rotation Sums of Squared		
				Loadings			Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.844	24.219	24.219	4.844	24.219	24.219	2.691	13.456	13.456
2	2.818	14.091	38.309	2.818	14.091	38.309	2.677	13.387	26.843
3	1.943	9.717	48.026	1.943	9.717	48.026	2.161	10.804	37.647
4	1.440	7.200	55.226	1.440	7.200	55.226	2.135	10.677	48.324
5	1.374	6.868	62.094	1.374	6.868	62.094	2.036	10.178	58.502
6	1.160	5.801	67.895	1.160	5.801	67.895	1.879	9.393	67.895
7	.707	3.537	71.431						
8	.636	3.182	74.614						
9	.617	3.084	77.698						
10	.524	2.618	80.316						
11	.506	2.528	82.844						
12	.495	2.476	85.320						
13	.473	2.367	87.686						
14	.441	2.204	89.890						
15	.393	1.967	91.857						
16	.378	1.888	93.746						
17	.359	1.794	95.539						
18	.320	1.599	97.138						
19	.302	1.509	98.648						
20	.270	1.352	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
LS1	.686					
LS4	.686					
LS2	.638					
LS3	.607					
CT4	.601					
CT2	.589					
TK3	.577					
TK1	.556					
CT1						
CT3						
TK2						
AT1						
AT4		.561				
AT2						
TT2			.791			
TT3			.719			
TT1			.692			
DV3				.598		
DV4						
DV1						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 6 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
LS2	.818					
LS3	.793					
LS1	.790					
LS4	.693					
CT4		.791				
CT3		.785				

CT2		.777				
CT1		.743				
TK1			.825			
TK2			.810			
TK3			.765			
AT2				.823		
AT4				.818		
AT1				.800		
TT2					.857	
TT3					.791	
TT1					.785	
DV3						.801
DV1						.741
DV4						.726

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6
1	.591	.528	.428	.316	.133	.266
2	.268	-.525	-.419	.491	.284	.395
3	.009	.027	.031	-.343	.922	-.175
4	-.116	-.231	.342	-.484	-.039	.762
5	-.751	.290	.102	.482	.221	.245
6	.035	.554	-.717	-.274	-.034	.319

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

3.2.2 Phân tích nhân tố khám phá cho biến phụ thuộc

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.742
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	401.516
	df
	3
	Sig.
	.000

Communalities

	Initial	Extraction
YD1	1.000	.783
YD2	1.000	.824
YD3	1.000	.832

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.439	81.314	81.314	2.439	81.314	81.314
2	.319	10.648	91.962			
3	.241	8.038	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
YD3	.912
YD2	.908
YD1	.885

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

a. 1 components

extracted.

3.3 Phân tích tương quan

		Correlations						
		F_YD	F_DV	F_CT	F_TK	F_LS	F_AT	F_TT
F_YD	Pearson Correlation	1	.259**	.336**	.336**	.612**	.507**	.215**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001
	N	243	243	243	243	243	243	243
F_DV	Pearson Correlation	.259**	1	.056	.110	.316**	.307**	.096
	Sig. (2-tailed)	.000		.381	.087	.000	.000	.137
	N	243	243	243	243	243	243	243
F_CT	Pearson Correlation	.336**	.056	1	.492**	.324**	.102	.019
	Sig. (2-tailed)	.000	.381		.000	.000	.111	.771
	N	243	243	243	243	243	243	243
F_TK	Pearson Correlation	.336**	.110	.492**	1	.314**	.052	.020
	Sig. (2-tailed)	.000	.087	.000		.000	.416	.759
	N	243	243	243	243	243	243	243
F_LS	Pearson Correlation	.612**	.316**	.324**	.314**	1	.352**	.174**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.006
	N	243	243	243	243	243	243	243
F_AT	Pearson Correlation	.507**	.307**	.102	.052	.352**	1	.087
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.111	.416	.000		.178
	N	243	243	243	243	243	243	243
F_TT	Pearson Correlation	.215**	.096	.019	.020	.174**	.087	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.137	.771	.759	.006	.178	
	N	243	243	243	243	243	243	243

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

3.4 Phân tích hồi quy

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
F_YD	3.4678	.65292	243
F_DV	3.9904	.69657	243
F_CT	3.6626	.74121	243
F_TK	3.1221	.80014	243
F_LS	3.9640	.79836	243
F_AT	3.6749	.75328	243
F_TT	3.5789	.88221	243

Correlations

		F_YD	F_DV	F_CT	F_TK	F_LS	F_AT	F_TT
Pearson Correlation	F_YD	1.000	.259	.336	.336	.612	.507	.215
	F_DV	.259	1.000	.056	.110	.316	.307	.096
	F_CT	.336	.056	1.000	.492	.324	.102	.019
	F_TK	.336	.110	.492	1.000	.314	.052	.020
	F_LS	.612	.316	.324	.314	1.000	.352	.174
	F_AT	.507	.307	.102	.052	.352	1.000	.087
	F_TT	.215	.096	.019	.020	.174	.087	1.000
Sig. (1-tailed)	F_YD	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	F_DV	.000	.	.191	.043	.000	.000	.068
	F_CT	.000	.191	.	.000	.000	.056	.386
	F_TK	.000	.043	.000	.	.000	.208	.379
	F_LS	.000	.000	.000	.000	.	.000	.003
	F_AT	.000	.000	.056	.208	.000	.	.089
	F_TT	.000	.068	.386	.379	.003	.089	.
N	F_YD	243	243	243	243	243	243	243
	F_DV	243	243	243	243	243	243	243
	F_CT	243	243	243	243	243	243	243
	F_TK	243	243	243	243	243	243	243
	F_LS	243	243	243	243	243	243	243
	F_AT	243	243	243	243	243	243	243
	F_TT	243	243	243	243	243	243	243

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	F_TT, F_CT, F_DV, F_AT, F_TK, F_LS ^b		Enter

a. Dependent Variable: F_YD

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.721 ^a	.520	.508	.45792	1.945

a. Predictors: (Constant), F_TT, F_CT, F_DV, F_AT, F_TK, F_LS

b. Dependent Variable: F_YD

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.676	6	8.946	42.662	.000 ^b
	Residual	49.488	236	.210		
	Total	103.164	242			

a. Dependent Variable: F_YD

b. Predictors: (Constant), F_TT, F_CT, F_DV, F_AT, F_TK, F_LS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.123	.257		.480	.631		
	F_DV	-.002	.046	-.003	-.053	.957	.851	1.176
	F_CT	.089	.047	.101	1.902	.058	.722	1.386
	F_TK	.116	.043	.142	2.682	.008	.725	1.379
	F_LS	.323	.044	.396	7.378	.000	.707	1.414
	F_AT	.296	.043	.342	6.893	.000	.828	1.207
	F_TT	.083	.034	.112	2.441	.015	.966	1.036

a. Dependent Variable: F_YD

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions						
				(Constant)	F DV	F CT	F TK	F LS	F AT	F TT
1	1	6.805	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.065	10.212	.00	.01	.06	.29	.00	.02	.31
	3	.047	12.003	.00	.05	.01	.09	.02	.21	.54
	4	.025	16.450	.00	.34	.47	.31	.03	.06	.00
	5	.023	17.033	.05	.21	.26	.15	.38	.11	.02
	6	.023	17.191	.00	.07	.01	.15	.57	.53	.02
	7	.010	25.609	.94	.32	.20	.00	.01	.06	.12

a. Dependent Variable: F_YD

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.7710	4.3043	3.4678	.47096	243
Residual	-1.67146	1.32698	.00000	.45221	243
Std. Predicted Value	-3.603	1.776	.000	1.000	243
Std. Residual	-3.650	2.898	.000	.988	243

a. Dependent Variable: F_YD

